

連載

ビジネス的発想  
からの  
提言  
(13)



三谷 康人

神木イエス・キリスト教会・信徒  
インターナショナルVIPクラブ顧問  
元カネボウ薬品(株)社長  
元カネボウ(株)専務取締役

一致していた  
宣教戦略の基本的発想

ハ・ヨンジョ師とドラッカー氏

八月二日、ハ・ヨンジョ師は召天されましたが、多くの新しい伝道方法を残され、私達に希望を与えて下さいました。

教会の設立二六年目で、会員六万人、世界に派遣している宣教師は約二二〇〇人、二四時間クリスチャン番組を七カ国語による衛星放送CGNTV、「父の学校」を開設し全世界へ展開、日本から始められた「ラブソナタ」の文化伝道、それから韓国で大きな成功をおさめられた「ターゲット伝道」等、今までの日本の伝統的な伝道方式になかった、マーケティング(ニーズから出発する伝道方法)の発想からの新しい伝道を世界的に展開されてきました。

- 一、ドラッカー氏は事業の初めに三つの質問を明確にせよと
- ① 事業(教会)の使命は何か?
  - ② 顧客は誰か? (サポート顧客の信徒、メイン顧客の未信者)
  - ③ 顧客はどの様な価値を求めているか?

ハ・ヨンジョ師は最初に教会の使命、ビジョンを明確化  
英国留学中に、一番重要な使命が宣教と自覚されました。そこで使徒行伝二八章の続きの宣教をする教会と明確にされ「Acts29」の使命を徹底されています。その為に、救われると直ぐに三点(二対一教育、デポーション、セル活動)セットの信徒訓練をされ

ます。そこでサポート顧客としての信徒が使命を自覚し、聖霊の力をつけて、メイン顧客の未信者へ伝道する体制がつくられ成長しました。

二、ドラッカー氏は、事業(教会)の目的は唯一「顧客(信徒)の創造」であると、その為には、マーケティングとイノベーションが必要であると述べています。

「ターゲット伝道」

韓国で実施された「ターゲット伝道」は、「顧客の創造」の考え方そのものであります。最初に未信者を細分化し(年代別、性別、職業別等)ターゲット層を決め、その層のニーズを徹底的に調べ(これがマーケティング)、それを解決しつつ信仰へと導く新しい方法(これがイノベーション)を工夫され成功されました。(参考の本『使徒の働きの教会をめざして』ハ・ヨンジョ著)

「文化伝道」

若い時、乞われて『芸能人伝道』を七年間、何時も放送局に行き喫茶で人を呼んで話し折ったと。その時、社会を動かしているのは芸能人であり、大衆文化とあると分かり、これからは、この大衆文化の社会にはいついかなと伝道は出来ないと気づかれました。その為に、彼等の生活の中に入って行き、本当のニーズを知り、彼等に最適な伝道方法を工夫されて多くの芸能

人を救いへと導かれました。そこから、文化伝道の『ラブソナタ』の発想が出て来ます。又、家庭崩壊のニーズから『父の学校』が始まっています。

「若者伝道」

ハ・ヨンジョ師に、私が初めて(二〇〇三年)会った時の会話

「最近、日本では『若者』が教会に来なくて困っています」

「韓国でも同じです。教会で待っていたのでは若い人は来ません。若者が居るところへ出て行くのです。例えば、日曜日の午前中、映画館を借りきり、そこへ若者を呼ぶと来ます。そこで映画を見せたり、賛美をし、メッセージを聞かせます。それを続けますと若者が教会に来る様になります。」と。

ドラッカー氏は内から外に出て行く、外にしか機会はないと言っています。ハ・ヨンジョ師は、それを実行されていたのです。

二人から、『宣教第二』の教会の使命を全員で再確認、共有化する事がスタート台となると思いました。又、待つのではなく外に出て行き、そのターゲット層のニーズに出来る新しい伝道が、今の時代に必要とされています。救いを必要としている多くの人に、新しい視点から伝道の道を開いて行きましょう。