

〈連載〉

ビジネス的発想からの提言 (4)

―教会成長の道しるべ―

イエス・キリスト教会・家の教会伝道師
エリヤ会会員
元カネボウ薬品社長

三谷康人



今回は全国的な視点からみてみよう。成長発展を続けている企業には、次の三つの特徴的要因があり、キリスト教界への適用を考えてみよう。

(一) 『経営理念(使命)』を確立し徹底して維持している。

(二) 『顧客(信徒)創造』の事業戦略を忠実に実行している。

(三) トップの使命感とその実現に向けての強力なリーダーシップがある。

(一) 『経営理念(使命)』を確立し徹底して維持している。

企業の経営理念には、社会や消費者への貢献があり、それに基づく明確なビジョンと目標の明示がある。先ず幹部から従業員までの意思統一をはかる。そして、その実現に必要な実力とモラルアップの徹底を期す。又、重要な経営判断はその経営理念、ビジョン、目標にそつていか否かでなされる。

①キリストチャン、教会の使命を確認しビジョン、目標を共有化する。

受洗後、毎週の礼拝、献金、奉仕

等を守っていると良いキリストチャンと思われがちであった。聖書を通して、我々キリストチャンには何が求められているのだろうか。多くの中で最優先する使命は何か。それは大宣命令の『伝道』だと思ふ。その使命達成の為にビジョン、目標が決まってくる。一人一人が神の前に出て聞き、それを確認し共有化することがスタートになる。

②使命、ビジョン実現の為に一人一人が霊性を高め、愛を実践する。

霊性を高める為には、デボーションにより、神の言葉を聴き、祈る生活をjして自分の使命(召命)を知る。そしてセルフグループ活動を通して、未信者への愛を実践していく。信仰的にも自己中心的なものから神中心のとなり、自分を捧げて神の喜ばれる様な生き方jに変わる。そうなるj愛の伝道の喜びで、世の光として輝き、人々が教会に集ってくる様になるのである。

(二) 『顧客(信徒)創造』の事業戦略を忠実に実行している。

世界的に有名なP・ドラッカー博士は次のように言っている。「事業の目的は、唯一顧客(信徒)の創造である。」利益は結果である。顧客創造の為に二つの機能が必要である。それはマーケティングと革新である。

機会(市場) ↓ マーケティング
(調査) ↓ 革新(方法) ↓ 顧客(信徒)創造

以上の手順で戦略を立案 ↓ 実行 ↓ 反省チェックを繰り返している企業は成長繁栄を続けている。この考えをキリスト教界にj用してみよう。

先ず最初の『機会』は潜在市場で、キリスト教で言えば九九%の未信者が対象になる。更に細かく分けると、教会来訪経験者(五%)、キリスト教にj心のある人達(約一〇%)、身近には家族、友人知人等で外に機会は大い。

次の『マーケティング(調査)』は伝道のターゲット層別のニーズや意識、行動パターン等の調査で、如何なる方法が最も効率的か検討する。昔、モーセはカナン攻略の時、ヨシヤもエリコの町を攻める時、斥候を出して事前に相手を調べている。我々もこれからの伝道において対象者を事前に徹底的に調査する必要があるj。それに基づき最適な対策が検討される。

三つ目のステップは『革新(方法)』である。調査に基づき、ターゲット層に最適な伝道方法を新しく工夫していく。今のようjに社会変化が激しければ当然、伝道方法の革新が必要となる。パウロは福音の為に、私は

どんな事でもする、と言っている。今の時代、『現在の延長線上に明るい未来は無い』と言われている。今こそ日本の伝道に於いても、未信者の調査に基づき、伝道方法を内向きから外向きへと殻破りの革新をする時と思われる。

(三) トップの使命感とその実現に向けての強力なリーダーシップがある。

言うまでもなく、トップには強い使命感と部下からの信頼感がないとjけない。成功しているリーダー達は先ず命がけで自ら裸になり、意識行動のj変革を通して事業の革新をリードしている。キリスト教界も今の閉塞感を打開し、宣教を広める最良のチャンスで、その為にリーダーの自己j変革が今こそ求められていると思う。新しい伝道方法(内から外)として、信徒創造するには、結局トップが強い使命感に基づき、ビジョン実現の行動と姿勢を本気で示していくことが鍵であろう。その時、人々も本気で変わる。今、伝道する信徒を育成し、ビジョンに向けてリードする重大な時に来ている。

(まとめ) 『聖霊の力と愛+全てのわざには時と方法がある』

一、使命(伝道)、ビジョン、目標の共有化と実行のための霊性アップ

二、未信者のニーズを知り、対応した伝道方法の革新(内から外へ)

三、以上を実行するために、主と共にある強力なリーダーシップが必要