



『内向き』から 『外向き』に

元カネボウ薬品(株) 会長

三谷康人

私の心の中にいつも『キリスト教、聖書に対して日本人は好意的なのに、何故クリスチャン人口が1%にも達しないのだろうか?』という疑問があります。

有名なピーター・ドラッカーは事業（教会も含む）において、次の2つのことが重要だと言っています。

1) 事業の目的は唯一『顧客(信徒)の創造である』こと

その為には、マーケティング（顧客の実態、ニーズを知る）とイノベーションが必要です。イノベーションとは真理は変わらなくても、社会環境の変化に対応して、その方策を変えていくということです。今のキリスト教界は、激変する社会の変化に対応できずに内向きで孤立化していないでしょうか。そのためには、教会の『外』に出て、ノンクリスチャンたちが何を求めているかを、先ず知る必要があります。

2) 次の3つの質問をすること

①『使命』は何か?…（大宣教命令）そのために信徒が聖霊に満たされ整えられていること（地の塩、世の光として）

②『顧客』は誰か?…宣教の対象はノンクリスチャン

③顧客にとっての『価値』は何か?…ニーズは? 今の日本のクリスチャンは、礼拝、献金、奉仕等を守り、真面目なクリスチャン生活をおくっております。しかし、ドラッカーの言っている『使命』（大宣教命令）が教会内で共有化され、その使命に向かってどれほど行動しているのでしょうか。そして、私たちの宣教の対象者はノンクリスチャン（知人、友人、家族等の未信者）で、その人たちは、教会の『外』にあります。今、私たちの『外』の畠は色づき収穫を待っています。

教会、教団の壁を超えて『外』に出て、同じクリスチャン同志として『使命』を共有し、力を合わせて収穫する時だと思えます。

その点で、何時でも祈り、語り合い、励まし合う良い場所を提供してくださっているTPCの働きには感謝しています。早くも2周年を迎えるとのこと、益々これから日本の宣教のために、この様な場所が広まって行きますようにと思われま

TPCの活動目的

- (1) 超教派として活動する。
- (2) 閉塞感のある日本のキリスト教会を元気にする。
- (3) クリスチャンに祈りの場、礼拝の場を毎日提供する。
- (4) 伝道、学びなどのために貸室を提供する。