

もし日本心霊科学協会の理事が「もしドラ」を読んだら

瀬尾 育式

駒澤大学名誉教授・協会常務理事

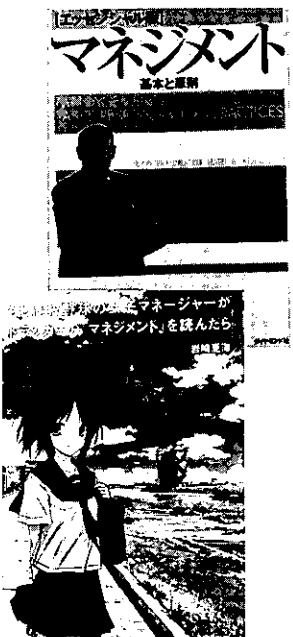
1 はじめに

ここ十年ほど会員数がずっと減ってきています。人口の減少、少子高齢化の波に押されているのでしょうか。それに伴い、収入も減り、赤字財政が続いています。このままで協会は本当に大丈夫なのか、皆様も大変心配しておられると思います。

そこで、かなり前の話で恐縮ですが、「もしドラ」という本が流行りました。正式には、「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」というものです。この本は、高校野球部の女子マネージャーがドラッカーの本を読んで、知っている方も大勢おられるかと思えます。

そこで、本協会にあてはめて、「日本心霊科学協会」はどうあるべきかを、皆さんと一緒に考えてみたい

と思います。といっても、本誌では一方通行なので、後で皆様の御意見をいただければと考えます。



2 ドラッカーの問いかけ

ドラッカーの『マネジメント』を開くと、最初に、「企業・事業の目的は、利益を得ることではない、顧客を創造することである。企業は、すでに欲求が

感じられているところへ、その要求を満足させる手段を提供することである」と書かれており、まずは顧客の定義からスタートすべき、とあります。

2・1 顧客はだれか？

今までは、

(A) 会員と、心霊にすごく興味ある人、
でした。これからは、さらに、

(B) 心霊に少し興味ある人、若い人、
に広がります。心霊に少し興味ある人とは、散歩やデートや旅行先で神社・仏閣にお参りしたり、おみくじをひいたり、七五三に神社へお参りする人。先日、箱根の九頭龍神社の月次祭に行きましたが、四、五百人のうち七、八割が若い女性でした。また、占いに凝っておられる人や、家に神棚や仏壇があるが、親だけがお参りしているような家族などです。

2・2 顧客は何を望んでいるか？ その価値は？

顧客に対し詳細なインタビューやアンケート調査などするべきですが、現在、ある程度わかっていることを書きますと、2・1節の、

(A) グループでは、

- ・精神的に向上したい。
- ・死後の世界を知りたい。
- ・心霊現象を研究したい。
- ・霊能、超能力が欲しい。
- ・背後霊とつながりたい。
- ・先祖の因縁を解消したい。

(B) グループでは、
不確かな人生を過ごす中で、何か心のよりどころが欲しい。

- ・精神的に向上したい。
- ・現世利益が欲しい。

(理想の結婚相手、合格祈願、商売繁盛、病氣平癒、家内安全、金が欲しい——etc.)

後者の(B)グループは現世利益を求める場合が多いと思われませんが、本協会はこのようなニーズに直接的に答えるのは難しいと思います。しかし、最初のニーズ、心のよりどころを与えることはできそうです。

さて、次に考えることは、

「我々の事業は何か？ 何であるべきか？」言い

換えると、「我々の目的は何か？」です。

2・3 我々の目的は何か？ (組織の定義付け)

以下のようにまとめてみました。

・心霊的といわれる諸現象について科学的、哲学的に探究する。

・スピリチュアリズム思想(死後の世界があること)を広く普及する。

・精神統一により、人格を高め、豊かな人間性を育み、その成果を日々の生活の中で実践的に活かす。

・人類の福祉に貢献する。

以上のことを実践し、援助する中で、感動を得たり、与えたりすること。

2・4 顧客の望む成果とは？

高校野球部の女子マネージャーの例では、「甲子園に連れて行く」ことであった。我々の望む成果とは何であろうか？ 前節の目的をかなえることである。さらに、心のよりどころを与えること、すなわち、「背後の力を感じる」と、感じさせること「ではないでしょうか。

2・5 我々の強みと合っているか？

他の団体、覚醒医療ネットワーク、日本ソマティック心理学協会、人体科学会、日本超心理学会、国際スピリチュアリズム協会、日本スピリチュアリスト連盟など似たような学会や研究会がありますが、これらとの差異化が必要ですよ。

そのために、我々の強みと弱みを整理してみます。

我々の強み

- ・七五年の歴史。
- ・公益財団法人である、営利団体でない。
- ・会員数千五百人と全国規模の研究會組織をもつ。
- ・霊的能力者の数。
- ・都心に独自の会館をもつ。
- ・年一回の研究発表会。
- ・毎月の機関誌発行。
- ・毎月の講演会。

我々の弱み

- ・研究者数の減少、研究論文の減少。
 - ・霊能者のパワー不足(吉田綾先生と比較して)。
 - ・宗教団体と間違われやすい。
- 精神統一会の神道的な方法や祖霊祭の神道的な形

式。祭壇・賽銭箱が三階にあること、など。

これらの強みを生かし、弱みをチャンスととらえ、改善していくことがポイントです。

2・6 イノベーションと改善

我々が事業を立て直すには、創造と改善が必要です。改善活動では、会員に参画してもらい、会員個人個人の強みを發揮していただく。

イノベーション（創造）では、高校野球部の女子マネージャーの例だと、「送りバンドはしない」とこどだった。我々も同じように、

・ 姑息な手段は用いない。正々堂々と。

・ 御利益など、うたわなない。

ということではないだろうか。

2・7 具体的な行動として何ができるか？

(1) 協会に入りやすくするために、間口を広げる。

(2) 一日体験講座、一泊二日体験講座を開設する。

やさしい精神統一のやり方を主に指導し、家に帰っても続けられるような内容にします。例えば、ストレッチ、手足のマッサージ、太極拳、健康料理、

っていただく。百万部突破目標。

↓ 仮題「これでわかった心霊の世界」

(6) インターネットのホームページを使い、正しい心霊情報を広く、早く伝える。動画を組み入れる。若い人向けに、ツイッターも使う。

(7) 機関誌の内容充実、講演会の充実、研究発表会の充実。

以上7点ほど考えてみましたが、いかがでしょうか。

2・8 ポジショニング

本協会が置かれている位置付けを再確認すると、本協会は宗教団体とたびたび間違われています。精神統一法が神道形式であったり、祖霊祭などから、そのように見られるのかも知れません。また、紛らわしい名前で、日本神霊学研究会、神霊教、心霊界教団という宗教団体があります。霊がつくのは怪しげな団体とみなされ、世の中では一歩引かれると思います。インターネットで調べると、「日本の宗教団体・宗教法人・新興宗教一覧」の中に、なんと本協会も入っています。したがって、公益財団法人で

ハーブティー講座などを開催して、自分に合った方法を探してもらう。心だけでなく、身体も健康にしなければ真の精神向上につながらないと思います。

また、音楽会、ライブ、カフェなどを適宜開いて、リラクセスできる環境を作ります。その実現のためには、これらの講座をサポートできるボランティア参加者を協会の会員から募る必要があります。

(3) 出張講演する。

老人ホームや病院に向き、心霊講座をする。緩和ケアも考える。サポートできるボランティア参加者を募り、教育する必要があります。

(4) 日本心霊科学協会の看板を変える。

「心霊」という言葉が間口を狭めています。協会本部の玄関にある看板を、

日本心霊科学協会 → JPSA

にする。JPSAは英語名の略称で、心霊研究誌の表紙にすでに載っているものです。協会の名称そのものを変えるのは難しいと思います。今は、協会名は変えずに、看板だけ変えます。

(5) 本を出版する。

心霊がよくわかるもので、本協会を多くの人に知

ある本協会が研究組織であることを、もつとはつきりとうたうべきだと思います。

3 おわりに

非営利組織の経営をどうするべきかの観点から、D.D.ドラッカーの『マネジメント』を参考にして、いろいろと考えてみました。特に、2・7節の具体的な行動については、御批判や改善点も多々あるかと思えますので、御意見をお待ちしています。

私は企業に四十年、大学に十年勤めました。結局は「事業は人なり」と思っています。真摯に考えるリーダーや会員が大事です。本協会の発展のため、皆様のお力添えを切に希望しております。

〔参考文献〕

* 岩崎夏海「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカー

の『マネジメント』を読んだら」ダイヤモンド社。

2009

* D.D.ドラッカー『マネジメント』（エッセンシャル版）

ダイヤモンド社。2001

* D.D.ドラッカー『ドラッカー名著集4 非営利組織の経

営』ダイヤモンド社。2007