

■情けは人の為ならず、
商売はお客様の為ならず

修正： 2021.03.01

投稿： 2021.03.01



情けは
人の
為ならず

商売は
お客様の
為ならず

- 情けは人の為ならず、商売はお客様の為ならず①

ローマは一日で成らずと言われておりますが、
ローマのみならず、会社も家族も人間関係も、
どれも一日では成らないものばかりだったな、
と積み重ねをしみじみと感ずることが多くなりました。

//-----

「情けは人の為ならず」ということわざがあります。

「情けをかけるのは相手のためではなく自分のため」

という意味です。

「相手に優しくすることで、巡り巡って、

そのうち自分に善いことが起こる」

という因果応報に立脚した考え方です。

この考え方は商売にもそのまま当てはめることができます。

商売も因果応報であり、お客様から、

「またあそこに頼りたい」と思ってもらえてこそです。

信頼や信用がなければそもそも仕事の依頼はありません。

仕事の依頼がなければ事業を継続することはできません。

そして、売上を上げ続けるためには、新規顧客の獲得が必須です。

一定の期間に一定の割合で顧客は離反しているわけであり、

リピータ頼りでは売上は徐々に減っていくことになります。

となると、広告を打ち、集客していかなければなりません。

そうして徐々に認知され、評価され、信頼が広まっていけば、

仕事の依頼という形で還ってきます。積み重なれば信用です。

日本では「お客様は神様」という考えがありますが、

商売する側の本音としては、

大切なのはお客様ではなくお金といったところではないでしょうか。

何をやるにしても何らかのリターンを求めているものです。

神様に対しても実はそうです。

死んだ後、天国へ導いてくれることを期待しての信仰です。

何もしてくれない神様など、ただ存在しているだけの空気と同然です。

嫌らしい考えですが、

「しよせん、世の中、金、ギブ&テイクなのだ」という見方も
あながち間違いではありません。

それがダメというわけではなく、そもそもそういうものなのだ、
ということです。

(続)

//=====//

●情けは人の為ならず、商売はお客様の為ならず②

「こちらの商品、なんと 1980 円です！」

そう言われると、どう感じますでしょうか？

「1980 円か…、まあ、安く見せるために、
2000 円のところを頑張って値下げして、
1980 円にしてるんだろうな～」と何となく考えてしまいませんか？

でも、もしかしたら、本当は、

1600 円の商品を 1980 円で売っているだけ、
かもしれませんよ…。

売る側は常にお客様のために最善を尽くしている

というわけではありません。基本的に売る側は一生懸命ですから、
そうした方が売れるのであれば、どんな努力でもします。

あまりにも長持ちする電球を作っているのは、電球は売れませんから、

ほどほどで切れるように作られている、という都市伝説もあるほどです。

(車のテールランプが切れていてお巡りさんに止められた… (°Д°)

切れないように作れるなら切れないように作ってくれ~ (>_<)

話を戻しますが、

売る側は**お客様に買ってもらえるように純粋に努力している**だけです。

例えばもし、安くしないと売れないのであれば、

企業は**従業員を安くこき使う**ようになります。

その結果、**質の悪い商品・サービスが店頭に並ぶ**ことになります。

しかし、これで売上が上がるのであれば、

企業としては**努力が報われた(因果応報)**ことになります。

「こんな社会ではダメだ！

あんな酷い会社の商品を買わないようにしましょう！」

と消費者が団結すれば、そのやり方では売れなくなるわけですから、

企業としても、**努力が報われるようにやり方を改めなければなりません。**

結局、企業に報いを与えるのはお客様ですから、

世の中を良くするのも悪くするのもお客様次第ということになります。

神様が企業に天罰を下すことを期待してはいけません。

その役割を担っているのはお客様なのです。

(続)

//=====//

●情けは人の為ならず、商売はお客様の為ならず③

お客様の喜ぶ顔では腹は膨らみませんから、

企業としては、**確実に利益を上げることが**求められます。

要は、お客様にどんなに満足いただけていたとしても、きちんと回収できていなければ、その行いは、評価するに値しない、ということですよ。

だからといって焦って商売してしまうと、お客様から警戒され、嫌悪され、取引に失敗します。
奪う姿勢ではなく、与える姿勢が大切です。
※信頼関係を作るためにはとにかく時間がかかります！

日本人は、やったことは還ってくるという考え方で、人に施すことをしてきました。必ず還ってくるのだから、余計な損得は考えず相手に与えていきなさい、ということですよ。
※されど客層はきちんと絞らしましょう！

「目の前のこのお客様に親切をして、何か善いことはありそうか… (￣д￣)」

などと、後先のリターンを考えてしまうから、

「あっ、こいつ、今、損得を考えているな… (;´ω´)」

と、お客様に伝わってしまい、商売に失敗するのです。余計な損得を考えるから、善行が失敗に終わるのです。

せっかくの善行を水の泡にしてしまわないためにも、
「相手のために想って尽くせば、巡り巡って、感謝は報酬という形で自分に還ってくるのだから、安心して相手に与えなさい」と昔から言われてきたわけです。

一瞬でも損得を考えてしまえば、そのことをお客様は察してしまうわけですから、取引は上手くいきません。なんとも情けない話ですよ。
そんなときこそ**「情けは人の為ならず」**ですよ。

どうせお客様満足は巡り巡って還ってくるのですから、余計なことは考えず、お客様に与えていけばいいですよ。
「与えて与えられる」「奪って奪われる」ですよ。

(続)

//=====//

●情けは人の為ならず、商売はお客様の為ならず④

「情けは人の為ならず」ということわざは、

「情けをかけるのは相手のためではなく自分のため」

という意味であり、

「相手に優しくすることで、巡り巡って、

そのうち自分に善いことが起こる」

という因果応報に立脚した考え方、ということでした。つまり、

「どうせこいつに親切をしてもリターンはしてくれない！

だから親切にする必要はない！」などと決めつけて、

損得勘定で行動しない方が良いですよ、ということです。

//-----

ある小さな、女性向けの雑貨屋での話です。

その日の午後、雨が降っていました。

ふと店の外に目を向けると、たまたま通りかかった

ご年配の男性が、店の前で雨宿りしていました。

男性なので、お客様としての見込みはありませんでしたが、

「どうぞ、雨宿りついでに商品でもご覧になってください」と

声をかけ、雑貨屋の女性オーナーは、男性に優しく接しました。

しばらくして、
雨が上がり、男性はそのお店を後にしました。
明らかに女性向けの商品しか置いていないこともあって、
案の定、男性は商品を何一つ買うことはありませんでした。

しかし、その店をすっかり気に入った男性は、
後日、夫婦でそのお店にやってきたとのこと。

//-----

蒔いた種は確実に芽を出し、
そのうち自分に還ってくるのです。

**「見込みのないターゲットにアプローチをかけるなんて、
労力の無駄以外のなにものでもないな。
ターゲットにのみ焦点を当てて効率よくいこう！」**

などと考えてしまいがちですが、
どんな些細なことであっても
「蒔いた種からは芽が出る」のです。

**ぞんざいな対応をしたことも含めて、
いつかは必ず巡り巡って還ってくるのです。
「情けは人の為ならず」**ですよ。

(完)

//=====

Web サイト：
データアクションサービス —データからアクションを起こす—

著者：

時無 和考(Tokinashi Kazutaka)