

真実かどうか（1）

ありとあらゆる契約類型の中で、最も我々が利用しているもの、これなしには生きて行かないものが“売買”です。

物を売る時は物と満足を売り、お金を頂く時にはお金と感謝を頂戴します。目に見えるものは「物」と「金銭」の交換ですが、目に見えない「心の交換」を残すような売り手・買い手関係の基本的理解を確立することが必要ではないでしょうか。

心の交流が尊敬と信頼、つまり信用という形で残ってまいります。この信用を重ねて行くことが商売や事業で最も大切なことではないでしょうか。

ハーバート・テラーが「四つのテスト」を採用した時に、誇大広告禁止の原則を唱えています。

彼は、潰れかかった自分の会社が製造したアルミ食器を販売するときに、幾つかに類別して、次のような広告を出しました。

「お客様が食器をお求めになる時はそれぞれの目的がございます。食器というものは、いつも使うものだから未来永劫に使えるものだというお考えの方がいらっしゃると思います。この第一部類の商品はそういった方の為に作りました。工賃も十分掛けてしっかりした良い物でございます、未代までもてる品でございます。ただ値段が少々高くなります。未代まで使用されたい方はこちらをお求めください。

また、食器は、インテリアやデコレーションの要素も持っております。流行は10年位で変わるので10年位持てればよいというお客さんもございましょう。この商品は、デザインもスマートで部屋の飾りとしてもなかなか良いものだと思いますが10年しかもたない材料で造っております。それでも12~13年は持ちましょう。でも、まあ10年たったらお買い換えをお願いします。

お客様が好きなようにお選び下さい」と。

これによって、すっかり彼の会社の信用が出来上がったということです。

お客様は、物を買ったりする時は、常に正しい情報を求めています。そこへ正しい情報を提供することが大事であり、真実を語り、嘘についてはいけないということでしょう。

儲かるためには、まず信用を得ることが第一ではないでしょうか。“儲け”という字は“信”と“者”がくっ付いています。