

安全、安心、安くない

多胡秀人

2019/3/4

昨今の、飲食店のアルバイト (深夜は正社員が不在) による不適切動画や、L 社の建築基準法の規定を満たしていない施工不良問題を見ていて、

“コスト削減で信用を失うこと”

の恐ろしさを再認識しました。

価格の安いことに価値を求める人がいなくなることはないでしょうが、

「高くても施工主のしっかりした物件に入ろう」、「高くても信用できる業者の取り扱う物件に出資しよう」、「高くても正社員の目が届いているであろう飲食店に行こう」

と思った視聴者は多いのではないのでしょうか。

信用とコストは表裏一体です。(当たり前のことを偉そうに言うつもりはありませんが)

最近、ある会議で聞いたところによれば、

「金融機関は相談相手ではなく、交渉相手である。」

これが中小企業の本音だそうです。

組織的継続的なりレーションシップバンキングを行なっている地域金融機関 (ほとんどがそうではありません) だけが「相談相手」となれると思います。

リレーションシップバンキングというのは、“適正なコスト”(安くないのです!!)を前提とした労働集約型のビジネス思想であり、“信用”のバロメーターは業況が悪くなっても逃げないこと(債権回収に入るのではなく、経営改善/事業再生の支援を行うこと)だと思います。ただし、事業者の方も誠実な経営であることが前提です。

“信用”がなければ、顧客は金融機関に対して重要な経営課題を打ち明けてくれません。いくら課題解決を旗印に掲げて、ソリューションメニューの品揃えの充実をアピールしても意味がありません。

実態はソリューション商品のプロダクトアウトという、トランザクションバンキングをやっているだけのことで、たとえ優越的地位の濫用で実績を上げたとしても、顧客とのリレーションはさらに崩壊していくことになります。

リレーションシップが崩れれば、窮地に陥るのは時間の問題です。

そういう金融機関の人に限って、「リレバンなんて、現場を知らない人のきれいごと(ワタシに対して、そう嘯く人はあとを絶ちません)」と宣うのですが、片腹痛い。

顧客との信頼関係を作れない人に「現場を知らない」と言われてもねえ、、、
(了)

※※※ 無断転載はお断りします ※※※