



## 地域密着型とバスケットボール

( 3月のごあいさつ )

平成 22 年 3 月 3 日 ( 水 )

もう 3 月になってしまいました。寒い日を懐かしく感じます。

先月、「地域密着型金融に関するシンポジウム」でコーディネータをさせていただいた。約 140 名の参加者で、一般企業等も 40%位の参加があった。

後で聞いた色々な意見の中で金融機関等には少し耳の痛い話もあった。

的はずれもあるが、しかし、金融機関にとって一般企業等はお客様であり耳を傾ける必要がある。これらの方々は会場で質問の機会があれば、発言したいとも思っていたという企業の代表者の方々である。

- ( 1 ) 企業とか商工会の現場の真剣な意見に対して、金融側は地域を支援するという点で真剣さが足りないのではないか。リレバンや企業支援の一般的な解説、意見では本当の意味で地域を支援できないと思う。
- ( 2 ) 企業と金融機関の間には意識ギャップがある。地域の発展はこの「意識格差」を解消することが課題である。お金が先行して、借り手のニーズや顧客の気持の把握に欠ける。
- ( 3 ) 金融機関は率先して週休二日を実施したが、収益源である金利は週休二日の間もカウントされている。これは一面安易ともいえる考え方で、企業は休日の間も金利を負担しなければならない。乱暴な金融モラトリアムの意見を言うよりも、休日には金利のカウントをストップするほどの発想をして、意見を言うべきである。
- ( 4 ) 例えば、企業や事業の支援の選択をもっと必要性に応じてやるべきである。本当の意味で真剣な融資が行われているとは言い難い。企業の必要性に応じた真剣な融資が不良債権を作らない最良の方法である。引き延ばしではなくて、「貸さぬも親切」と堂々と言える位であってほしい。

地域密着型という点に関して一つのサンプルとして思ったことは、プロバスケットボールの琉球ゴールデンキングスのことなのだが、その中に地域密着型金融の解り易い説明があるように感じた。

- ( 1 ) 読売ジャイアンツではなくて、ニューヨークヤンキースであること
- ( 2 ) 会社の利益も配慮しているが、より地域に配慮していること
- ( 3 ) 地域の可能性の掘り起こしをしていること
- ( 4 ) 見る人の視点、地域の視点に立っていること
- ( 5 ) メインとなるビッグスポンサーはなく、特定の会社の制約がないこと
- ( 6 ) 1 人の一億円より、1,000 人の 10 万円に価値をおいていること

- ( 7 ) アジアへの進出が視野にあること
- ( 8 ) 沖縄の青少年、沖縄のチームから、世界 ( NBA ) へという方向と夢があること
- ( 9 ) 勝ち負けよりバスケットボールを楽しむ、楽しませようと、見る人を大切にしていること
- ( 10 ) マーケティングを行っていること、沖縄の中小企業はこの点が弱い会場に来ていたキングスのジュン安永さんたちはアメリカでスポーツビジネスを学び、その実践と経験を沖縄で生かそうとしている。
- ( 11 ) 自前のアリーナの建設の前に、地元の体育館等の活用を行っていること
- ( 12 ) スポーツビジネスを修め経営しようとしていること
- ( 13 ) 無駄な投資を行っていないこと

琉球ゴールデンキングスは地域密着型スポーツであるような気がします。

- ( 1 ) バスケットボールを見に行きたくさせます
- ( 2 ) 琉球ゴールデンキングスを応援したくなります