

特選
2011
文部科学
大臣賞

「金融と経済の明日」第9回高校生小論文コンクール

地域経済の活性化・発展に向けて

京都府・京都府立京都すばる高等学校 3年 藤山 はるな

現在の日本は少子高齢化が進み、深刻な社会問題となっている。少子高齢化は、人口減社会・消費者不足の問題にも関連している。このまま今のような状態が続いてしまうと、企業の売上げが減り、従業員の給料も減ってしまい、家庭の消費が減り、企業の売上げが減るという負の連鎖が進み、デフレスパイラルに陥ってしまう。そして、現在の日本は円高や震災の被害、長期化する電力不足の状況に置かれているため、一度デフレスパイラルに陥ってしまったら抜け出すことは容易ではない。日本は弱っているということだ。

現在の日本を救うためには、政府の力だけでなく、企業や国民も力を合わせる必要がある。そして、私は、日本経済を支えている地域経済が元気になる(活性化・発展する)ことが、日本を救うことにつながると考えている。そのためには、地域にある日本の企業全体の高い割合を占めている中小企業が活性化することが必要不可欠だ。

私は、会計科ファイナンスコースで金融や経済について深く学んでいる。ファイナンスの授業では、K信用金庫やS生命保険会社と、産学連携授業がある。特に、K信用金庫との連携授業では、インターンシップを体験することができた。仕事体験やビジネスマナー講習を受けたりした。その中で、信用金庫は銀行とどこが違うのかという講義を受け、印象に残っている。この講義で、信用金庫は地域に根ざしていて、利益よりも地域経済の発展や地域住民の幸せを一番に考えていることがわかった。そして、K信用金庫には企業と企業を結びつけ、どちらの企業にも利益を与えることを目的としているビジネスマッチングという仕組みがあることを知り、興味・関心を持ち注目した。中小企業の経営や業績向上を支えている仕組みだからである。現在の日本を救うためには、この仕組みのように中小企業が活性化できる新しい仕組みを考えたり、新しい取り組みを始めることが必要になると思う。だから私は中小企業が活性化するためには、まず、知名度の

向上が重要になると考えている。

中小企業は、日本の企業全体の99.7%を占め、就業者も70%を占めている。このように、中小企業は日本経済になくってはならない存在だが、私はほとんどの中小企業を知らない。私と同じように、知らない人はたくさんいると思う。高い技術を持っているにもかかわらず、知名度が低いということが現状である。さらに、円高や株安、長期化する電力不足など厳しい経営環境に直面して倒産する企業も少なくない。しかし、中小企業(地域経済)の活性化は、日本経済が活性化するために必要不可欠である。中小企業の知名度を上げることは、中小企業が成長していくためには重要なことだが、中小企業が自ら知名度を上げることは難しい。製品の生産や営業に追われていて時間に余裕がないと思うからである。だから、中小企業を支えている地域金融機関(信用金庫)が協力して、知名度を上げるための取り組みをする必要があると考える。

一つ目は、中小企業が海外進出をするときの手助けをすることである。これは、中小企業の海外移転を後押しするということではなく、中小企業が持っている高い技術を海外に宣伝し、新たな市場の開拓につなげていくということである。そのときには、金融機関から海外戦略の手助け・資金の融資をしてもらうことが必要になる。この取り組みで、中小企業の海外での知名度が上がる。金融機関は海外に進出して、業績を向上させていく中小企業を手助けすることで取引先増が期待できる。この取り組みは、中小企業がグローバル化が進む現代社会で戦っていくための手助けをするということである。

二つ目は、新規顧客開拓のサポートをするサービスをスタートさせることだ。各金融機関の支店の一部にスペースを作り、ポスターやチラシ、新商品の試作品などを置いておくという無料ビジネスだ。中小企業の広告塔の役割を担うことによって、金融機関は顧客増・取引先増・売り上げ増がねらいである。この取り組みをすることで、中小企業を全く知らなかった、お客さんが金融機関へ行って、実際に中小企業が作っている商品を飲食したり、使用したりすることで、中小企業のことを知る機会ができ、中小企業の知名度向上が期待できる。さらに、気に入った商品があれば、金融機関に貼ってあるポスターや置いてあるチラシを見て、中小企業に連絡して商品を手に入れることができる。中小企業は、金融機関に来店しているお客さんが新規の顧客となり、売り上げ増も期待できる。金融

機関が紹介している中小企業だから安心して商品を購入することができる。この取り組みは、金融機関が中小企業の広告塔の役割を担うということである。

このような取り組みは、すぐには利益が出ないため長期間でのビジネスだと考えて取り組むことが必要である。地域に根ざし、利益よりも地域経済の活性化・発展を一番に考えている地域金融機関(信用金庫)だからこそできる取り組みである。

この二つの新しい取り組みをすることで、中小企業の知名度が上がり、活性化することができる。そして、地域経済が活性化・発展することにつながり、日本経済を救うことができる。

私は、このような新しい取り組みを提案するだけでなく、将来、信用金庫に就職して地域経済の活性化・発展に努め、地域経済に貢献したいと思っている。

<参考文献>

・経済産業省、中小企業政策審議会企業力強化部会配付資料「参考データ集(中小企業の現状)」2011年6月16日

URL http://www.meti.go.jp/committee/chuki/kigyouryoku/001_07_00.pdf

