# 消費で応援、災害を乗り越えろ！

筑波大学附属駒場高等学校一年
チーム2B

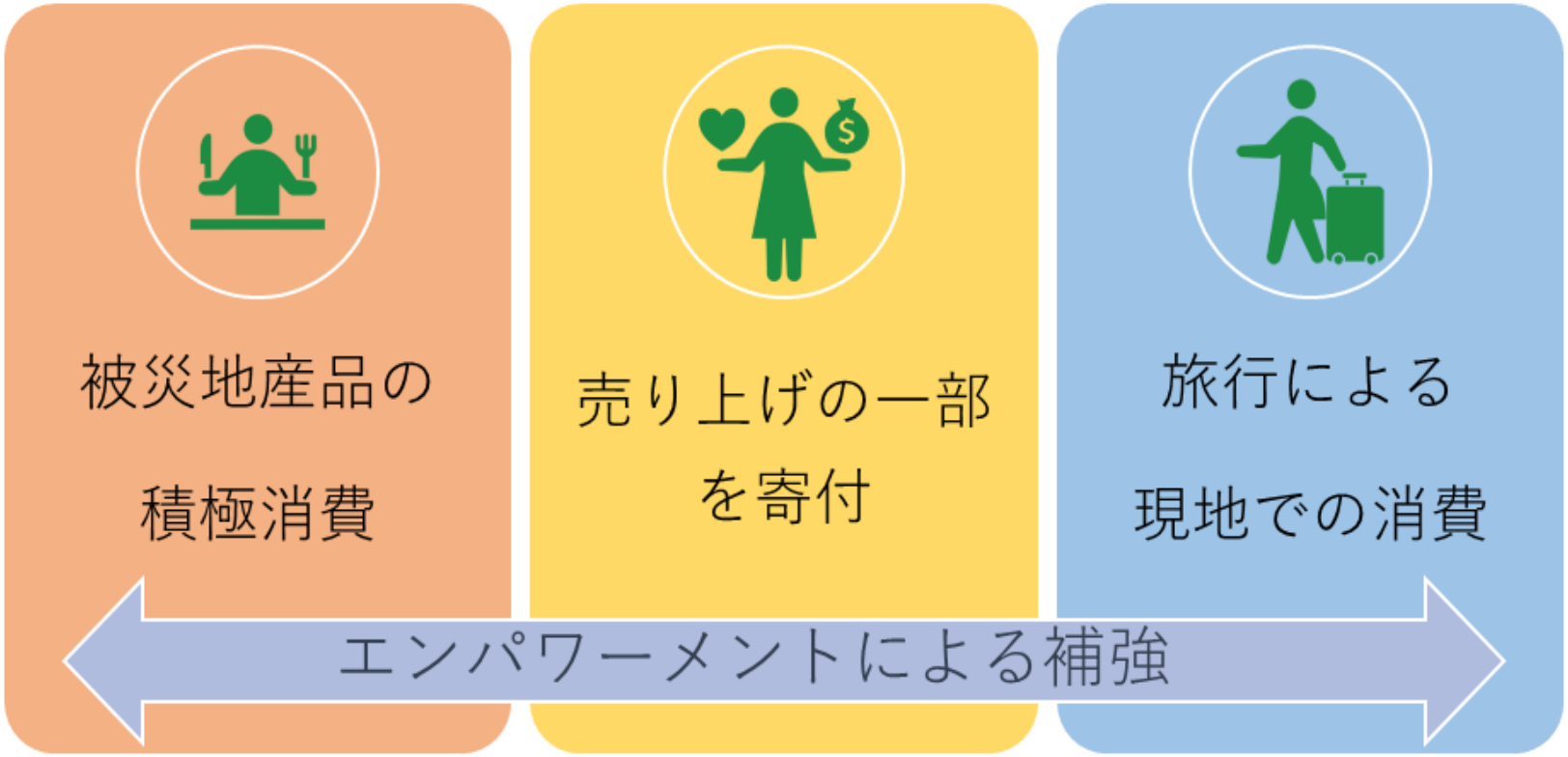
# 応援消費とは

- **YouTubeに投稿された一本の動画が始まり**

  「このままでは経済的な二次被害を大きく受けてしまう。
  日本酒を飲むことで東北を応援してほしい。」と呼びかける内容

- **消費を通じて継続的に被災地を支援する活動**

# 応援消費の形態




**今回は従来の3パターンにエンパワーメント型を追加**

# 応援消費活動を行うプロジェクト

| プロジェクト名 | 活動内容 |
| --- | --- |
| ふくしま応援企業ネットワーク | 福島県産品の**購入促進**、福島県内への**観光促進**、福島県産品の安全性についての**理解活動**、各企業が実施している活動**事例の紹介と共有**などを行っている。 |
| 食べて応援しよう！ | 被災地やその周辺で生産、加工された被災地産食品を**積極的に消費することを呼びかけ**ている。 |
| 東北コットンプロジェクト | 津波被害を受け、稲作ができない状態になっている農地にコットンを植えることで**農業を再開することを支援**している。 |
| 東北かけはしプロジェクト | 復興支援と日本の食文化向上に努めているほか、被災地以外での震災地への思いを風化させないことを目的とした**販売会の実施**などを行っている。 |
| 「新しい東北」復興支援ビジネスコンテスト | 震災後に始まった取り組みや東北地方の地域経済や経済発展につながる事業、計画などを募集する**コンテストを毎年開催**している。 |

# スクリーニングの流れ

**第1スクリーニング**

- プロジェクトに参加している企業
- その他独自に応援消費活動を行っている企業
  計**119**社を選定

**第2スクリーニング**

- 応援消費活動など**3**点の評価項目により
  **36**社を選定

**第3スクリーニング**

- 財務面を**5**項目で分析し、**20**社を選定

# スクリーニングの流れ

## 第2スクリーニング

＋

## 第3スクリーニング

# ポートフォリオ

## ～あなたの投資が被災地を救う！～

| 企業名 | |
|---|---|
| 東日本旅客鉄道(株) | タビオ(株) |
| (株)NTTドコモ | 住友化学(株) |
| 日本航空(株) | 伊藤忠商事(株) |
| (株)高島屋 | イオン(株) |
| (株)セブン＆アイ・ホールディングス | キリンホールディングス(株) |
| 日本たばこ産業(株) | KDDI(株) |
| 東京電力ホールディングス(株) | ヤフー(株) |
| NECネッツエスアイ(株) | ANAホールディングス(株) |
| 武田薬品工業(株) | (株)資生堂 |
| 大阪瓦斯(株) | (株)サイゼリヤ |

# 我々の考える応援消費の効果
## ～企業訪問を経て～

- 生産者と消費者が**ともにメリットを享受できる**こと
- より**長期性の高い**活動であること(例　NTTドコモ様)
- 応援消費によって福島県産品の安全性をも訴えていくことで原発による**風評被害を防ぐ**ことができること

# 被災地応援ツアーを経て考える応援消費

実際に被災地に足を運び
**いまだに爪痕が残る現状**を痛感

↓

**長期性という強み**を生かし
**支援を続けていく必要性**

# 投資家へのアピール｜
## ～日本だからこその応援消費～

- **災害大国日本だからこそ生まれた支援のカタチ**
- 特性である**長期的な安定性**は**世界にも応用可能**
- 災害支援において**世界のトップランナーになり得る**

# 投資家へのアピールⅡ
## ～投資①～

- 応援消費を行う企業に投資することで
  **間接的に応援消費に取り組む**ことができる

- 応援消費活動は**対外的なメリットのみならず**
  **企業自身にもメリットをもたらす**

# 投資家へのアピールⅡ
## ～投資②～

世界的に**持続可能な社会が目標**として
掲げられている時代

**日本にとって持続可能社会の実現には**
**災害振興活動が不可欠**

**災害振興活動に限らず本業の利益も模索**
する**応援消費は効果的で理想的なモデル**

# 投資家へのアピールⅢ
## ～地方創生～

- 応援消費は被害を受けた地域に対して消費を行う活動

➡ この考え方は**地方創生に活用可能**

➡ **応援消費の質の向上は地方創生の質の向上につながる**

- 応援消費は従来の支援と異なり
被災者が**主体的に参加する必要性がある**支援のカタチ

➡ **復興後も効果が期待**できる

# 投資家へのアピールⅣ
## ～情熱～

数々の障壁が立ちはだかる中あきらめずに行動を
起こし続けた理由は**「復興への情熱」**があったから

**情熱があったからこそ**ここまで
応援消費の効果や重要性が認知されるようになった

**日本に対する情熱を持ち、問題解決への**
**ひたむきな努力ができる人財を抱える企業は**
**今後の日本において大きな役割を果たす**

# これからの応援消費

## 応援消費の役割

1. 復興支援
2. “安心”への保険
3. 現在そして将来の日本の**課題解決への第一歩**

**応援消費の役割が無くなることはない**