

2014年6月期事業報告書



公益財団法人世界自然保護基金ジャパン

WWFジャパン

2014年6月期事業報告書

総括

昨年9月から本年4月にかけて、IPCC（気候変動に関する政府間パネル）第5次評価報告書の第3作業部会までの報告書が発表され、温暖化が人間活動による可能性を示す確率が「95%以上」とされ、このまま何も対策をとらないと、100年後には4度前後の気温上昇が予測されています。これは適応が極めて困難となるレベルであり、何とか気温上昇を2度未満に抑える必要があります。WWF ジャパンでは、国連会議等の国際交渉の場にWWFの一員として参加する一方、国内では、「脱炭素社会に向けたエネルギーシナリオ提案」を2011年以来シリーズとして発表してきており、昨年9月には第4分冊となる「電力系統編」を発表しました。一連のシナリオ提案をもとに日本政府に対して、野心的な国別削減目標案を早期に策定するよう働きかけています。

WWFUSからの資金で増員された水産チームでは、WCPFC（中西部太平洋まぐろ類委員会）等国際機関の会議にWWFチームの一員として出席し、資源管理に向けた水産庁や企業への働きかけを行ったり、日本で初めてASC（水産養殖管理協議会）認証製品の販売を手掛けるイオンと共に、プレスイベントを開催したりしました。また、被災地でのこれまでの支援活動をまとめた「暮らしと自然の復興プロジェクト」実施報告書も発表しました。

進捗に大幅な遅延が発生していた、マレーシア・サバ州（ボルネオ）での植林プロジェクトも、担当者の頑張りやWWFマレーシアとの連携により、ようやく着地点が見えてきた一方、極東ロシアでのアムールヒョウ個体数の増加やボルネオでのスマトラサイの生存再確認など、嬉しいニュースもありました。企業向けパーム油セミナーや、トラフィックによるワシントン条約40周年記念シンポジウムにも多くの聴衆を集めました。

One Planet Lifestyle（地球にちょうどいい生き方：以下OPL）を中心とした広報活動では、昨年7月からAC広告が放映され始めたほか、12月には森ビル等の協力を得て、大規模なイベントをJ-WAVEと共催し、多くの方に考え方を知っていただく機会となりました。3月には、WWFネットワークの一員としてアース・アワー（消灯イベント）に参加し、横浜でのイベントも盛況でした。

一方、資金調達については、10万人プロジェクト（個人サポーター獲得プロジェクト）が既存手法での飽和感等から苦戦致しましたが、10月から郵送料の基準を引き下げたパンダショップの売上には、ようやく少し反転の兆しが見られました。但し、2014.6月期は遺産寄付がなく、法人寄付金も、複数年度に亘って支援頂いた大口寄付が全て終了した為苦戦を強いられるなど、資金調達面は全般に厳しい結果となりました。

次期中期計画からの導入を目指している新人事制度（役割貢献制度）については、人事会議での議論を重ねて素案がまとまり、1月と4月の2回に亘り、全職員向けの説明会を実施しました。今後、さらに意見交換を重ねながら、より良いものにしていく予定です。

【期初に掲げた重点課題について】

1) 新メンバー早期戦力化と海外案件管理強化による自然保護活動の地盤強化

自然保護室およびトラフィックの新人については、室長・トラフィック代表および同僚他のサポートを得ながら、OJTを通じて戦力として育ってきています。大変厳しい経験をしたボルネオ植林プロジェクトについては、反省・改善点を総括し、新担当者が現地 WWF スタッフやドナーとの緊密なコミュニケーションに努めた結果、ようやく着地点が見えてきました。一方、資金面での制約と海外案件管理の体制強化の必要性から、今中計期間中は新たな優先地域への支援先拡大は見送ることと致しました。

2) 10 万人プロジェクト強化、予算未達部門の見直し、ならびに新機軸開拓による資金調達力の強化

10 万人プロジェクトの新機軸として開始したプレミアムを用いない通年型オンラインプロモーションは期待に反して不振でした。下期は、従来通りプレミアムを用いたキャンペーン型プロモーションを展開し、上期不振の挽回を図りました。一方、「総括」で述べた通り、パンダショップの売上、収益には多少改善の兆しが見えています。震災以降法人寄付金の不調は継続しており、自然保護室および広報室との3室連携した企業への取組みが課題です。また、新たに始めたレガシー/メジャー・ギフトプログラムについては、種まきを始めたばかりであり、遺産寄付の実績には未だ結びついていませんが、メジャーギフトに関しては3件の大口寄付がありました。

3) OPL 浸透によるブランド価値向上とウェブ利用・管理の向上

OPL を中心とした取組みとして、AC 広告が開始されたほか、「衣」に着目し、傷みや汚れのあるお気に入りの古着を、黒く染めることで生まれ変わらせ、リユースしよう、と呼びかける「PANDA BLACK」や、「食」に着目し、食べ残しを友人とシェアできる iPhone アプリの「ZANPANDA」は、メディアでも多く取り上げられ反響がありました。12 月には森ビルアリーナをお借りした大規模なイベント「One Planet Festival X TOKYO」を実施し、多くの方に OPL のメッセージを届けることができました。一方で、WWF ジャパンの様々な自然保護活動への共感を得るという面では、より一層の発信力を向上させる工夫が必要です。

4) 人事総務機能の強化と次世代オフィス検討の推進

IT 環境を整備して業務効率化を図る「いっどこプロジェクト」の全体像に関して、情報活用のインフラ及びルールを具体案にまとめ、今中計中に順次実現するべく、効果の高いところから対応を開始しました。また、主任・主席制度を廃止し、役割貢献という考え方に基づいた新人事制度を構築する素案が固まり、次の中期計画開始時よりの導入を目指して、下期より事務局内で意見集約を開始しております。次世代オフィスについては、候補地を絞り込み、先方担当者および外部の有識者等と具体的な検討を鋭意継続中です。

I. 2014. 6 月期 自然保護活動報告

ハイライト 1) 水産養殖の国際認証 ASC の普及が日本の生産の現場で進む

日本発の養殖のグローバルスタンダード策定のためブリ・スギ類養殖管理検討会を開催

2013 年 10 月 16、17 日、日本のブリ類養殖の一大産地である鹿児島県において、ブリ・スギ類養殖管理検討会が開催されました。これは自然環境と社会問題に配慮した養殖業の確立と普及を目指した ASC (Aquaculture Stewardship Council: 水産養殖管理協議会) 認証基準に関する会合で、一般の関係者から意見を出す最後の機会となりました。



ASC 認証基準は、自然環境と社会問題に配慮した世界共通の基準です。対象種ごとに基準作りが進められていますが、現在、日本のブリ類の養殖がその最終段階に入ろうとしています。ブリ類養殖は日本で確立され、品質改善と技術開発が進められてきました。それらには、自然環境への配慮も含まれています。これについて、ASC の認証を取得することで、国際的な信頼と、環境配慮のアピールを行なうことは、次世代の漁業を推進してゆく上で、大きな一歩となります。今回鹿児島で開催した ASC の検討会は、これまでの知見を反映させるとともに、世界の市場で通用する持続可能な養殖について意見交換をする重要な機会となりました。

ハイライト 2) 「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム」発足

2020 年までに持続可能な紙利用を目指す企業と NGO の協働が拡大

2013 年 11 月に紙の利用について先進的な取組みを行う企業と WWF ジャパンは、「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム」を立ち上げました。世界の自然林の減少と紙の原料調達には、依然として多くの問題が報告され続けています。こういった現状がある中、本コンソーシアムは、森林資源の持続的な利用のためには、紙の利用量を削減し、古紙を多く利用することに加え、より環境や社会に配慮された紙製品を「選択」することも大切と考えます。

このような取組みは、単体の企業や団体の行動だけでは社会全体に広げることは困難で

す。そこで、日本企業5社と国際環境NGOであるWWF ジャパン、そして企業の持続可能性の推進を図る株式会社レスポンスアビリティが協働して、持続可能な紙利用を実現すべく、本コンソーシアムを立ち上げました。各メンバーがそれぞれの立場から環境や社会に配慮した紙利用を推進することを通じて、持続可能な紙利用の社会全体への拡大、浸透を目指します。

2014年6月には、2社が新たに参画を表明。コンソーシアムの取り組みは、今後さらに広がる動きを見せ始めています。



ハイライト3) 日本社会は自然エネルギーを大幅に拡大できることを、電力系統の制度面からも提示

2013年9月17日『脱炭素社会に向けたエネルギーシナリオ提案〈電力系統編〉』を発表しました。本報告書は、WWF ジャパンがこれまでに発表している3つの報告書の中で示した「2050年までに自然エネルギー100%」のエネルギーシナリオを実現するために、どのように電力系統を増強する必要があるのか、それにはどれくらいの費用が必要かを試算しています。



検討の結果、自然エネルギーが電力に占める比率が30% (2020年) になるまでは、既存の地域間連系線の容量でも十分対応ができることが分かりました。ただし、50% (2030年) になると、現在の運用容量を超えるため、現時点から系統の増強を図る必要があります。80% (2040年) になると、北海道・東北間と中国・九州間には現在の設計上の送電容量を超える増強が必要となります。100% (2050年) には多くの地域間で増強が必要となりますが、建設期間を考慮すると実現可能な増強の範囲内です。

「2050年までに自然エネルギー100%」を実現するためには、長期にわたって実現していくというビジョンと、今から準備作業を開始するという具体的な行動が不可欠です。このためには、目下、政府で検討されている電力システム改革およびエネルギー基本計画において、自然エネルギー中心のエネルギー体制構築へ向けた明確な方向性と具体的な対策が打ち出されることが重要です。本報告書では、1) 送電網の独立性を高め、公平性を確保すること、2) 気象予測を使った出力予測システムを活用した広域の中央制御の系統運用施行、3) 効率的な電力市場とルール設計という3つの分野における具体的提言もおこないました。

電力系統の増強の必要性は、従来から指摘されていますが、それを全国規模で具体的に試算した報告書はほとんど前例がなく、本報告書は、この分野での議論に先鞭をつけたものといえます。

ハイライト 4) ワシントン条約 40 周年記念シンポジウム開催

トラフィックイーストアジアジャパンは、今年で 40 周年を迎えたワシントン条約（正式名称：絶滅のおそれのある野生動植物の種の国際取引に関する条約）を記念したシンポジウムを、条約事務局長のジョン・スキャンロン氏をお招きして、8月21日に開催しました。

『ワシントン条約の動向と日本への期待』と題したこのシンポジウムは、総勢 200 名近くの聴衆を迎え、自由民主党副幹事長／政調環境部会長北川知克衆議院議員（現環境副大臣）もご臨席の上、ご挨拶を賜りました。2013 年は、20 年ぶりに「種の保存法」の改正が実現し、日本がますますワシントン条約締約国としての責任を果たすべく歩み始めた年といえます。スキャンロン事務局長からは、野生生物取引の規制と管理におけるこれまでの日本の努力と、更なる貢献への期待が語られました。第 1 部では「野生生物取引の国際動向と日本」、第 2 部では「責任ある水産種の管理：サメを事例として」というテーマでさまざまな議論が行われました。特筆すべきは、環境省、経済産業省、外務省といった関連省庁すべてから講演者を得たこと、また行政のほか、研究者、NGO、漁業者など幅広いステークホルダーからの参加による議論ができたことです。このシンポジウムをきっかけとして、特に水産種（サメ）に関しては、サメの持続可能な利用と保全に向けて、水産庁、漁業者、NGO と一体となった協働が動き始めています。



▼コンサーベーションプラン 2016.6 月期に基づいた全プロジェクト進捗状況

報告

★森林

■ロシア極東地域の森林プロジェクト

シベリアトラが生息する極東ロシアの森で、2013 年 7 月、違法伐採グループが逮捕されました。これは、WWF ロシアが、複数の地方森林局と協力して森林保護と違法行為の阻止に取り組んできた結果です。しかし、今回の逮捕は違法伐採の氷山の一角に過ぎず、今後も継続的な森林管理を行なっていく必要があります。

WWF ロシアの主導により、2013 年 7 月、沿海地方とハバロフスク地方の森林局による合同強制捜査が初めて行なわれました。3 日間にわたる捜査の結果、340 立方メートルの高級木材（150 万米ドル（1 億 5 千万円）相当）が違法伐採されたことが判明しました。今回の捜査では、2 つの違法伐採グループによる不法行為の現場を差し押さえ、4 台のトラクターを押収、ハバロフスク地方出身の 4 人を逮捕することに成功しました。

極東ロシアの違法伐採は、ナラやタモといった広葉樹では 50%にも及ぶという推計もあり、主に丸太や製材として中国に輸出されていると考えられています。そして、中国で家

具や建材などの最終製品に加工された違法材は、中国国内および日本を含む世界のマーケットに流通している可能性があります。WWF は、今後も森林環境と資源への配慮に対し、積極的な姿勢を見せている企業などと協力し、木材の「責任ある購入」を推進していきます。

■スマトラ島エコリージョンの森林プロジェクト

2013年10月、WWF インドネシアは、ボルネオ島・東カリマンタン州の西クタイ県で、自動カメラにより撮影されたスマトラサイの動画を公開しました。これは、WWF インドネシアと地方政府などの共同調査チームが行なった調査で撮影に成功したものです。これは、1990年代に一度は絶滅したともいわれたカリマンタンのスマトラサイの姿を、動画で捉えたきわめて貴重な映像となります。



前回の調査では付近にスマトラサイの食草になる植物が多く存在していることも確認されていることから、今後の密猟者の対策の継続と、周辺の森林環境の保全徹底が望まれます。今のところ、東カリマンタンにどれくらいの数のスマトラサイが生存しているのか、またその生息範囲はどれくらいの広さなのかなど不明な点は多く残されていますが、WWF インドネシアでは引き続き、調査と保全の取り組みを行なっていく予定です。

■森林生態系に配慮した責任ある林産品調達プロジェクト

調達全般

環境省発行「環境報告書の記載事項等の手引き第三版」策定に委員として携わり、特に生物多様性の取り組みに関する部分を全面的に刷新してもらうことができました。また2014年6月23日に森林・水産にまたがる企業向けのセミナーを開催し、120名超の企業参加者に対し、リスクの同定やビジネスネットワークによる責任調達の推進をアピールしました。その結果、数社から個別の相談・協議が発生しています。

WWF の重点取り組み商品の一つである大豆について、特に南米での栽培拡大による森林減少問題を論じた WWF レポート「拡大する大豆栽培」の和訳を作成、商社や食品企業等関係業界への配布を開始しました。

紙 (ハイライト参照)

木材

「責任ある林産物の購入(調達)」とは、使用する木材や紙の原料がどこの森林から、どのように伐り出されたのかを確かめ、森林破壊に荷担しないような木材製品を積極的に購入することです。大量の木材や紙を取り扱う企業や、それを利用する組織に対し WWF ジャ

パンは、責任ある林産物の購入を提案しています。2013年には、住宅メーカーの木材調達方針の作成に協力し、調達方針が公表されました。

パーム油

インドネシアでは、パーム油を収穫するためにアブラヤシ農園が急拡大し、森林の減少が続いています。どうすれば歯止めをかけることができるのか、WWFは持続可能なパーム油の利用を促進することがひとつの手だてになると考えています。2013年9月11日、RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）によって認証されたパーム油について、企業関係者のみなさまにご紹介するセミナー、「パーム油と森林破壊」を都内で開催しました。約80名のご参加があり、企業関係者の方々の関心の高さがうかがわれました。

今回のセミナーには、WWF インターナショナルと WWF インドネシアから講演者を呼び、RSPO というパーム油に関する認証制度と、欧州での広まり、そしてインドネシアでも特に問題となっているスマトラ島リアウ州の実情について紹介しました。

■途上国における森林減少・劣化からの排出量削減（REDD）プロジェクト

林野庁事業「森林保全セーフガード確立事業」に運営委員として参加し、事業の方向性や事例集の作成方針に関する WWF からの助言が反映された報告書が、林野庁から発表されました。

★海洋

■黄海エコリージョンプロジェクト

11月13日～17日の会期で開催された「第1回アジア国立公園会議」にて、日中韓3か国で取り組んでいる黄海の保全プロジェクトの成果を発表しました。第1回アジア国立会議とは、アジア地域の保護地域関係者が一同に会する初めての会議です。世界最大規模の大陸棚をもつ黄海は、海洋生物や渡り鳥にとっての拠点であるだけでなく、地域社会および近隣諸国の人々に水産物をはじめとした生態系サービスを提供しています。黄海での生物多様性の保全と持続可能な資源利用を目的に、日中韓共同で推進している本事業に関し、プロジェクトの全体像、および地域、国、国際レベルでの具体的な活動内容について、それぞれ焦点を当てて発表を行いました。

■水産プロジェクト

（ブリ類のASC認証については、ハイライト参照）

自然環境や地域社会に配慮して生産された養殖水産物（シーフード）を認証する「ASC認証」が、いよいよ日本で本格的な広がりを見せ始めました。2014年3月には、ノルウェー産の養殖サケが、このASC認証を受けたシーフードとして国内で初めて販売されました。地球環境の保全をめざすために、持続可能な社会を実現する手立ての一つとして、WWFが日本でも推進してきたASC認証普及の取り組みは、今回の国内での流通開始により、大きく前進することになりました。

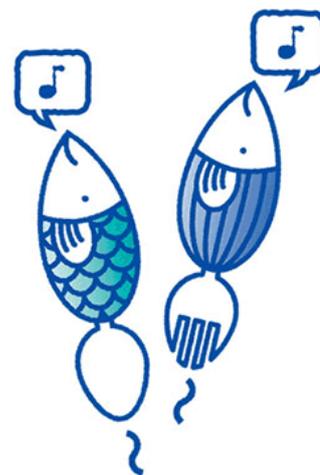
「環境の日」である6月5日、海の環境に配慮して養殖された魚であることを示す「ASC 認証を受けたパンガシウス（ナマズの仲間の白身魚）」が、日本で初めて発売されました。今回、日本で発売される「ASC 認証」を受けたパンガシウスは、ベトナムで完全養殖によって育てられているもので、養殖場の周辺の水質を悪化させていないか、広範囲にわたってモニタリングが行なわれるなど、「ASC 認証」の基準に沿って、環境への配慮や労働者の権利保護などが厳しく審査された上で認証された魚です。WWF ベトナムは現在、多様なステークホルダーとともに、2015年までに、ベトナムで生産されるパンガシウスの50%でASC 認証を取得することを目指しています。

「サステナブル・シーフード・ウィーク 2014」を2014年6月に開催しました。

「サステナブル・シーフード・ウィーク」とは、世界的に水産資源の枯渇や、漁業や養殖業による海洋環境への影響が懸念されるなか、水産資源の利用を持続可能なものへ転換することで、生命あふれる豊かな海を将来世代に引き継ぐことができるということを、社会に発信するためのキャンペーンです。シンガポール、マレーシア、インドネシア、中国でも各国のWWFによって同様のキャンペーンまたはイベントが開催されました。

日本では、主催者のWWF ジャパンとMSC 日本事務所が実行委員会を立ち上げてキャンペーンを運営。「将来に豊かな海を引き継ぐために、持続可能な水産資源の利用を普及しよう」という共通の目的のもと、水産物の生産者や加工・流通関連企業を中心とした、14の企業や団体の参加と協力を得て、「サステナブル・シーフード」の意義を発信しました。

サステナブル・シーフード・ウィーク
2014.6.5-15



選ぶという海の守り方

2013年以降のマグロ資源管理国際交渉合意に向けた勉強会、スクール「マグロ資源管理」を、8月28日に開催しました。マグロ資源管理の国際交渉は、その基礎となる科学的情報を読みとくことがむずかしく、さらに経済、政治、技術論にわたって複雑であるため「わかりづらい」という印象をおもちの方も多いため課題があります。そこで記者を対象として、日本の視点から今もっとも大切だと思われる太平洋クロマグロ資源の議論の論点を整理し、意見交換をおこなう勉強会を、中西部太平洋まぐろ類委員会（WCPFC）第9回北小委員会（9/2～9/5、於：福岡）の直前に開催しました。

「暮らしと自然の復興プロジェクト」では、震災後の調査結果の報告と震災復興に向けたWWF ジャパンの提案を行いました。東日本大震災から2年半あまりの間、多くの方のご支援とご協力のもと、被災地の復興と環境保全をめざす「暮らしと自然の復興プロジェクト」に取り組んできました。そして2013年11月、各分野の専門家に依頼した調査結果と、さらには地域の関係者との意見交換等をもとに、復興に向けた提言をまとめた実施報告書を発行しました。この提言は、プロジェクトのモデル支援地域での知見をもとにまとめた

ものですが、他の被災地域の復興にも通じる内容のものであります。

各地で復興に向けた動きが進む一方、被災地では今もなお多くの困難に直面しています。大きな被害を受けた集落は荒れ地と化し、自然環境の保全管理、水産業をはじめとする地域産業を支えるコミュニティも分断されたままです。また復興事業として行なわれる大型堤防建設については、新たな問題として自然環境へのマイナスの影響が、多くの専門家や地元住民からも指摘されています。放射性物質による深刻な海洋汚染が長期化している福島県では、水産業などの一次産業はもとより観光業などへの影響も重大です。

今後は、海洋汚染に対するモニタリングと情報公開を徹底するとともに、自然再生や資源管理の先駆的なモデル地域として、研究、視察、環境教育などの場としての活用も望まれます。本プロジェクトの実施にあたっては、調査を実施していただいた専門家の方々をはじめ、被災地の方々、関係団体の方々、さらには WWF ジャパンのサポーターの方々からの協力を得ました。WWF ジャパンは今後もこのプロジェクトを継続し、自然環境の保全と持続的な水産業の支援を通じ、被災地の復興に貢献していく予定です。

■南西諸島エコリージョンプロジェクト

地域住民主体のサンゴ礁保全と資源管理に向けた持続可能な地域づくりプロジェクトでは、地域の住民の方々を主体とする新たな市民団体（NPO 法人「夏花（なつばな）」）の設立を支援し、2013 年保法人認可を取得しました。現在、WWF は NPO 法人夏花への支援を通じて、地域での保全活動のコーディネーターの育成や、住民による環境保全活動、モニタリング調査、子どもたちへの環境教育を進めています。また、サンゴ礁をはじめとする地域の自然環境の保全と、持続可能な地域資源の活用による地域活性化の両立を図るためにエコツーリズムの推進や地域物産の開発・販路開拓の分野でも、夏花を支援し協働で取り組んでいます。



また、久米島での赤土流出対策に取り組んだプロジェクトの事後展開として、協働した地元保全団体の「(社) 久米島の海を守る会」が、継続して取り組んでいる保全活動や沿岸海域の堆積量モニタリング調査のデータについて、2013 年 12 月の第 16 回日本サンゴ礁学会にて、科学的手法に基づく民間の保全活動実績として発表がなされました。

★気候変動・エネルギー

■気候変動・エネルギープロジェクト

（脱炭素社会に向けたエネルギーシナリオ提案 〈電力系統編〉は、ハイライト参照）

（国連気候変動交渉）

2013 年 11 月 11 日から 2 週間の会期で開催されていたポーランド・ワルシャワでの国連気候変動会議（COP19・COP/MOP9）に参加し、WWF が採択を目指す、各国が 2020 年までの

取り組みを底上げし、2020年以降の新しい国際枠組みに向けて明確な道筋を描けるよう、働きかけました。

2020年までの取り組みの底上げについては、残念ながら望まれたような具体的な決定はありませんでしたが、WWFが期待していたAOSIS（Alliance of Small Island States；小島嶼国連合）の提案が部分的に取り入れられ、希望が残りました。他方、2015年合意へ向けた道筋は、焦点である目標の決定方法について「事前協議型の目標決定方式」を前提として、目標案を先に国連に提示するという形が見えてきたことは一つの成果として挙げられます。しかし肝心の国別目標案の提示時期は極めて曖昧な時間軸の設定となり、さらに具体的な事前協議についても決められず、多くの課題を残しました。

会期中、震災以降見直しが続いていた2020年の気候変動目標について、日本から発表がありました。これに対しては、国際社会が「いかにして2020年までの取り組みを底上げするのか」を議論している最中に、このような大幅な引き下げを行うことは、純粋に排出量削減の観点からも問題であることに加えて、他国のモチベーションを引き下げる（日本が引き下げると底上げなどしなくてもよい、という考えに誘導してしまう）という意味でも問題であると指摘するため、国際メディア等にブリーフィングを行いました。その成果もあり、国際的に、日本の目標引き下げについて大きな批判があり、日本の目標の再見直しの必要性を印象付けることに効果をあげました。ただし、実際に再び目標が見直されるかどうかは、今後本格化が期待される2030年目標の議論次第となりそうです。

（エネルギー政策と気候変動政策）

政府において継続されているエネルギー政策の見直しに対して、随所で意見を提言して参りました。節目節目での声明の発表、雑誌等への寄稿、メディア・インタビューへの回答、パブリックコメントの提出を通じて、WWF ジャパンとしては、自然エネルギー中心の持続可能な社会を形成していくためには、エネルギー基本計画の中で明確な数値目標を自然エネルギー／省エネルギーについて盛り込むことを訴えました。エネルギー基本計画をめぐる議論は現在も継続中であり、今後もこうした活動を続けていきます。

（企業向けセミナーの開催）

企業パートナーシップを模索する活動の一環として、ビジネスにも関連する話題を取り上げる企業セミナーを不定期で開催しています。前年度末（2013年6月末）に開催をした「Wind Made 認証」をテーマにしたセミナーは、風力発電の活用に関心呼びました。同認証制度は、風力発電を一定水準以上使用している組織や製品を認証する制度ですが、開催後、日本の複数の認証機関が関心を持ち、WWFが仲立ちした結果、新たに公式な認証機関として登録されました。

2014年1月には、「風力発電大量導入に向けての挑戦」と題し、エネルギーシナリオで示した「2050年自然エネルギー100%」の実現に向けて、日本における風力大量導入の可能性と、それを実現する際の課題について、参加者とともに考えるセミナーを開催しました。欧州及び米国における風力発電の系統連系に係る第1人者であるトマス・アッカーマン氏や、秋田県で風車1000基の設置を掲げる「風の王国プロジェクト」の山本久博氏からの話

題提供は含蓄が多く、明るい将来展望に会場では期待感が高まりました。

(地域（鳴門市）での再生可能エネルギー普及プロジェクト)

地域における再エネの普及を促すグッドプラクティスを創り上げるプロジェクトを2014年6月に開始しました。中心となるのは、地域に適した再エネの普及方法を見いだす『ゾーニングマッピング』です。地域が無理なく導入することができる再エネはなにか、どこに導入ポテンシャルがあるかを、地域を知る関係者を中心に協議・調査を重ねることで、地域に合った再エネの適地を明確化するゾーニングは、いわば“地域の再エネ適地判別ツール”です。こうしたゾーニングマッピングと合わせて、再エネを普及させるための計画や支援スキームづくりについても地域と検討を重ねていき、地域での再エネ普及を実現する“モデル”を創り上げます。

プロジェクトの背景には、再エネ普及の重要性があります。地域での再エネの着実な普及は、莫大な化石燃料費の負担から地域経済を解放するだけでなく、雇用の創出などを通じた地域経済の活性化にもつながります。なにより待ったなしの温暖化（気候変動）問題の解決につながるため、早期普及が重要となります。

しかしながら、再エネ開発の受け皿となっている地域では、逆に普及への反発につながるような課題がクローズアップされるようになってきています。特に、開発主体の多くが地域外の資本であることに起因して、発電にともなう便益が地域に十分還元されていない状況があることや、開発にともなう地域の自然環境への影響が挙げられます。こうした課題を解決するには、(1)土地の事情をよく知る地域の関係者が再エネの事業に取り組むことができ、(2)地域の環境にも配慮がなされ、(3)地域に便益がもたらされるような再エネの普及方法を確立していく必要があります。そのためにはまず、その地域で取り組むことが可能な、“地に合った”再エネが何か？を把握することが重要な『鍵』となってきます。

今回始動するプロジェクトでは、地域の環境への影響を抑え、持続可能な形で再エネを導入できる“適地”を、自治体全域にわたり明らかにする『ゾーニングマップ（地図）』を作り上げるとともに、地域で再エネを増やしていく対策（計画）作りにこれを生かし、早期の再エネ普及をめざしていきます。

★優先地域・優先種

■東ヒマラヤ支援プロジェクト

ブータン南部のロイヤル・マナス国立公園と周辺の保護区、それにインド側を含む多国間マナス保護区構想 (Transboundary Manas Conservation Area; TraMCA) に対し、引き続き支援を行っています。また、2013.6期に引き続き、11月に会員の皆さまにご支援の成果をお知らせする「わいんどアカデミー+」を開催し、ロイヤル・マナス国立公園の管理事務所長をお招きしてお話を伺い、活動の進捗を報告しました。

その後、2014年2月には、現地への会員ツアーを催行し、定員を超える参加をいただき



ました。このエコツアーを通じて、会員の皆さまに具体的な支援の現場を確認いただくことができ、ブータンプロジェクトファンのコアが広がっています。3月下旬に、ロイヤル・マナス国立公園を初めとする TraMCA の保護区のマネージャー3人が、WWF ブータン担当者と共に日本に研修に訪れた際も、WWF ジャパンの役員や会員の皆さまと交流の機会を持ちました。この時は、三越伊勢丹が日本橋店で開催した「ブータンフェア」の中でも、ブータンの自然と TraMCA プロジェクトの紹介の時間をいただき、普段はあまり知られていないブータン南部の亜熱帯林の様子を、現地スタッフが直接、日本の皆さまにお話しする貴重な機会となりました。

保護区マネージャーの研修では、このほかに日本の世界自然遺産である屋久島や、石垣島の WWF しらほサンゴ村を訪れ、エコツーリズムの歴史と実践を体験しました。これらは配布資料にまとめられ、ブータンで最初の世界遺産登録を目指す、ロイヤル・マナス国立公園と TraMCA の今後の活動に生かされていきます。

■中部アフリカ・コンゴ盆地支援プロジェクト

世界遺産「サンガ・トリナショナル・ランドスケープ」の一部である、カメルーン南東部、ロベケ国立公園の、生物多様性保全プロジェクトへの支援を継続しています。WWF ジャパンからの資金的支援で、2013年に7か所にある水草スワンプでの定点観察と生物多様性のモニタリングが再開されましたが、熱帯ジャングルの悪路の影響でプロジェクトが所有する車がすべて故障し、現地の足の確保が急務となりました。そこで WWF ジャパンでは、2013年秋に、急きょランドクルーザーの購入に対して追加支援を行いました。



またロベケでは、ゴリラの人づけによる観光客の誘致を将来的に計画しており、WWF ジャパンの専門スタッフの技術協力を背景に、人づけの可能性の高いグループが特定されました。これから、人づけに関わる法的な手続きや、あるいはゴリラと人間の接触による軋轢や病気の媒介の防止など、必要な措置を慎重に検討しつつ、次の段階への計画づくりに取り掛かります。

■ボルネオ島・森林再生プロジェクト

ハート・オブ・ボルネオ (HOB)とは、インドネシア、マレーシア、ブルネイの三国が領する東南アジアのボルネオ島の中で、貴重な生物多様性が残る中心的なエリアを示したものです。WWF が定めたこのエリアに含まれる北ウルセガマにおいて、約 1,000ha の森林再生を行ない、野生のボルネオオラウタンがすむ森の復元をめざした取り組みを進めています。2014年6月現在、在来の種とオランウータンの食物となる種を含む多様な樹種の植林作業が98%まで進み、植林後に確実に定着させるための維持管理作業が69%進んでいます。

■日本のクマプロジェクト

四国でのツキノワグマの調査・保護プロジェクトでは、前年の2012年にGPS（全地球測位システム）付き首輪を装着した3頭のツキノワグマの行動を追跡・調査することができました。2013年は、調査のための追加捕獲が残念ながら成功しませんでした。データは着実に蓄積されており、今後の保護管理計画に役立つ「クマの生息適地マップ」づくりに向けた歩みが進んでいます。さらには、クマの主な食物である堅果（ドングリ）の資源量を調べる、シードトラップ調査および目視調査を実施しました。こちらデータも着実に蓄積されており、「生息地のエサ資源量マップ」づくりが進んでいます

島根では県と協力し、ツキノワグマとの共存をめざしたプロジェクトを展開しています。集落に出没するクマの問題は、なぜ起きるのか。島根県の田橋町と横山町では、プロジェクト開始以来、およそ一年間に渡り、クマの出没する集落での住民への聞き取りやアンケート調査、集落点検などを行ってきました。一方島根県と浜田市は、2012年度から田橋町および横山町を「鳥獣被害対策モデル地域」に指定して被害対策を始めました。これらの先行した事業と連



携した形で、2012年7月、WWF ジャパンと島根県の共同プロジェクト「田橋・横山プロジェクト」は立ち上がっています。このプロジェクトでは、住民とクマをはじめとする野生動物とのトラブル軽減を目的としています。住民と野生動物とのトラブルは、個人レベルの対応では解決が難しく、地域一体となって対策を行なうことで、はじめて効果が期待できるものです。この田橋・横山プロジェクトでも集落が抱える問題をまず洗い出し、それらの問題に向き合いながら、2013年には住民が自らの手で実施・継続していける活動に着手しました。

★エコロジカルフットプリント

■日本のエコロジカルフットプリントプロジェクト

雑誌『BIOCITY』（株式会社ブックエンド）は、10月10日発売の56号で、持続可能な社会づくりの指標である「エコロジカル・フットプリント」を特集しました。この特集の制作には、WWF ジャパンが全面協力し、エコロジカル・フットプリントの研究や普及、活用を進める各界の専門家が執筆にあたっています。また、この雑誌としては初めて、FSC® 認証紙を使つての発行となります。

森林、漁場、耕作地、牧草地、二酸化炭素吸収地などで構成されるエコロジカル・フットプリントが、どのようにして、持続可能な社会づくりの指標として開発され、応用されてきたのか。あるいは、生物多様性や地球温暖化という今日的な問題にも目を向けて、どう解決が図られるべきなのか、『BIOCITY』56号では多角的に検討がなされています。この特集は、「地球にちょうどいい生きかた」を一般に発信する機会ととらえ、各分野の専門家

12人のさまざまな視点から、環境への負荷が少ない暮らしを提案しています。

■過剰利用種(Footprint Impacted Species)プロジェクト(トラフィック)

薬用植物については、「フェアワイルド認証」を日本で普及させるための課題を洗い出すフィージビリティスタディ（実現性調査）と関連企業向けセミナーを経団連自然保護基金の支援で開催しました。調査で明らかになった日本の産業界の現状とニーズをこれからフェアワイルド本部にフィードバックしてまいります。また、2014年7月に本格的に始動したWWFネットワークとトラフィックネットワークの共同サメプログラムに順じて、日本一のサメの水揚げを誇る宮城県気仙沼において、サメ漁業及び加工流通に関する調査を行っています。

更に、ここ10年で密猟が増大し、国際的に緊急保全種となっているゾウ、サイ、トラについては、日本でこれらの取引が激減し、合法的な管理がなされるに至ったプロセスを明らかにする包括的調査を進めています。この調査結果は、国内関連省庁はもちろんのこと、中国やタイ、ベトナムなど、これらの種の違法取引が横行している国々にも参考資料として提示していきます。また、林産物についても、合法性、持続可能性に配慮した取引推進のため、日本の木材合法性証明制度に関する調査を開始しています。

II. 2014.6月期 サポーター事業室活動報告

<ハイライト>

1. 個人部門は、会員継続率は 94%と過去最高値となりましたが、新規獲得プロジェクトについては従来の手法の効率が落ちつつあり、新規手法の開拓が課題です。
2. 法人部門では、WWF ネットワークの要請を受ける形で、企業パートナーシップに関する新しい方針・戦略の策定や、リスク管理プロセスの整備に取り組みました。
3. 近年売上減少傾向にあったパンダショップでしたが、送料設定改訂等の施策により、売上・利益ともに改善が見られました。

1. 個人グループ

<概況>

今期、個人部門の収入は合計で 486,475 千円（対予算 90%）という結果でした。収入科目別の予算達成状況は、会費収入 95%、寄付収入 156%、遺産寄付収入 0%。会費収入については、開拓プロジェクト（10 万人プロジェクト）が大幅に計画を下回ったことが予算未達の要因となりましたが、既存の会員の維持率および平均支援金額は堅調に推移しました。寄付収入については、大口指定寄付によって予算を大幅に上回ることができましたが、遺産寄付については今期入金がありませんでした。主な活動状況は以下の通りです。

<主な活動状況>

(1) 維持プロジェクト

今期の平均継続率は 94.4%と前期の 93.4%よりも 1 ポイント向上し、過去最高値を記録して「93%台維持」の目標を達成しました。

基本的なサポーター維持業務に加えて、以下のサポーターサービス施策を行いました。

① サポーター専用メール

タイムリーな情報発信を目的とした会員向けの電子メール配信です。今期、計画の年 12 回を上回る 13 回の発信を行いました。内容は活動の最新ニュース、イベントの案内、寄付キャンペーンの促進などで、一定の効果があつたと実感しています。今後はクリック率などより詳細なデータを分析し、効果を測定することが課題です。

② 「わいるどアカデミー+（ぷらす）」（会員の集い）

自然保護スタッフから face to face で活動を報告させていただくと同時に、会員の方々の交流を図ることを目的としたイベントです。今期は計画通り 4 回を、以下の内容で実施しました。

<実施状況>：

第3回（8月3日）：テーマ「ずっとお魚を食べていくために必要なことは？
シーフードと海の環境について知ろう！」（参加者：46名）

第4回（11月18日）：テーマ「TraMCA プロジェクトの現状と未来」
ロイヤル・マナス国立公園マネジャーテンジン・ワンチュク氏の来日に合わせて実施（参加者：32名）

第5回（3月4日）：テーマ「アフリカ TraMCA プロジェクトの現状と未来」
モンベルの前川氏写真展に合わせ、モンベル・グランベリーモール店で実施。（参加者：8名）

第6回（6月5日）：テーマ「はじめまして！夏花です」
「夏花」の紹介と、WWFの白保での活動を振り返る。（参加者：21名）



↑第3回 夏休み企画「ずっとお魚を食べていくために必要なことは？
シーフードと海の環境について知ろう！」の記念撮影

③ 会員ツアー

ご支援をいただいたプロジェクト関連フィールドへ、実際に訪問して視察する会員ツアー企画です。また、現地にとってはエコツアー開発の一助となる自然保護プロジェクト支援の一面も狙っています。今期は2月に、長年の念願であったブータンへのツアーを実施しました。最少催行人数10名のところ14名の参加があり、満足度の高いツアーとなりました。



↑ブータンツアーでの記念写真。ゾウのパトロール隊と。

(2) 販促プロジェクト

既存サポーターに対する寄付願い(ドネーションアピール)が主な活動内容になります。今期も夏・冬2回の単独DM型と、中間(春・秋2回)の会報同封型(通称:「ぷちドネアピ」)の合計4回を実施しました。大口寄付を除いた個人寄付収入は対予算 75%と、全体的には苦戦しています。

2013.6期～2014.6期のドネーションアピール結果(2014年6月末現在)

時期(実施形態)		2013.06期		2014.06期		合計		目標金額	達成率	平均支援額
		件数	支援金額	件数	支援金額	件数	支援金額			
2013年夏(単独DM)	スマトラ島森林保全	1,903	8,311,812	2,300	16,298,478	4,203	24,610,290	21,000,000	117.2%	5,855
2013年秋(会報同封)	ブータン保護区支援			530	6,640,444	530	6,640,444	8,900,000	74.6%	12,529
2013年冬(単独DM)	カメルーン保護区支援			3,778	19,207,000	3,778	19,207,000	26,000,000	73.9%	5,084
2014年春(会報同封)	白保・夏花支援			426	2,922,000	426	2,922,000	8,000,000	36.5%	6,859
2014年夏(単独DM)	チリ保護区・養殖業支援(継続中)			2,292	8,101,191	2,292	8,101,191	23,000,000	35.2%	3,535

(3) 開拓プロジェクト(10万人プロジェクト)

新規サポーターの獲得を目的としているプロジェクトです。今期も、オンラインと紙媒体による広告を中心に展開しましたが、今期初めて挑戦したプレミアムを用いない通年型オンラインプロモーションが目標を大きく下回り、下期のプレミアムを活用した従来のキャンペーン型プロモーションで巻き返しを図ったものの、獲得人数よりも獲得効率を重視

する方針を取ったため、実績 2,885 人と目標の 5,400 人を大きく下回りました。近年、従来効率がよかった媒体の疲弊が顕著になっており、ノウハウの蓄積による精度向上と新しい手法の開発が課題です。

(4) レガシー/メジャーギフト・プロジェクト

今期、レガシー（遺産・遺贈）による寄付収入はありませんでした。活動としては、ネットワークのノウハウを活用して、パンフレットとウェブページの刷新を行った他、5月の連休シーズンには格安広告の機会を得て新聞広告も行いました。また、提携信託銀行や遺贈専門税理士事務所などへの協力依頼の訪問活動を行いました。

メジャーギフト（大口寄付）については、3件（計 90,000 千円）の入金があり、適宜、報告・提案活動を行いました。

2. 法人・募金グループ

<概況>

2014.6 期、法人・募金部門は前期に終了した大口の経年寄付案件の穴を埋めることができず、部門合計の収入実績は 206,153 千円（対予算 65%）というたいへん厳しい結果となりました。収入科目別の予算達成状況は、法人会費収入 95%、法人寄付収入 55%、募金収入 66%、ライセンス収入 61%、提携クレジットカード収入 105%でした。

多くの企業が依然として厳しい経営環境にあることや、企業の CSR の考え方の変化などが法人部門の低迷の主な原因と考えられます。また、今期、WWF ネットワークの要請を受ける形で、企業パートナーシップに関する新しい方針・戦略の策定や、リスク管理プロセスの整備にかなりの時間をかけて取り組みました。今後は、資金調達の視点だけにとどまらず、自然保護室と連携しながら、環境保全団体としてのよりよいパートナーシップの在り方を追求する姿勢が一層必要になると感じています。

<主な活動状況>

(1) 法人会費プロジェクト

企業を取り巻く厳しい経済環境が続き、依然、退会数が新入会数を上回っている状況です。

<期中の状況>

- 新入会：3社（3口）、
- 口数変更2社（1→2口、0.5→1口）
- 支払停止：14社（15口）、
- 2014年6月末現在の有効法人会員数：158社（221口）

主な活動としては、日々の会員更新訪問活動に加え、隔月で企業向けニュースレターを発行した他、以下の法人会員セミナー・ワークショップを開催しました。

- 10月：DVD上映会『パワー・トゥ・ザ・ピープル』兼エネルギーシナリオワークショップ（参加者数：7名／7社）
- 5月：、セミナー『IPCC 報告書から読み解く企業へのメッセージ』（講師：日本総研/足

達英一郎氏。参加者数：16名／14社)。

(2) 法人寄付（国際案件含む）プロジェクト

企業からのお問い合わせに対してさまざまな提案活動や、既存サポーター企業への報告・提案活動などを行いましたが、前述のとおり前期に終了した大口経年寄付の穴を埋めることができず、法人寄付収入は、対予算 55%と大きく目標を下回りました。

<大口法人寄付リスト> 単位：円

住友生命保険相互会社	15,400,000	南西プロジェクト 指定法人寄付/ワンプラネットライフスタイル 指定法人寄付
株式会社公文教育研究会	10,000,000	森林保護全般 指定法人寄付
ソニー株式会社	8,908,619	スマトラ 指定法人寄付/ワンプラネットライフスタイル 指定法人寄付
株式会社エコリカ	8,168,002	一般法人寄付/ワンプラネットライフスタイル 指定法人寄付
新光投信株式会社	4,840,703	一般法人寄付
株式会社三菱東京UFJ銀行	4,030,100	森林保護全般 指定法人寄付
株式会社日本工業新聞社	3,000,000	一般法人寄付
浜友観光株式会社	3,000,000	水産NI 指定法人寄付
オリンパス株式会社	2,651,940	全般 指定現物寄付/一般法人寄付/メディアミックス 指定現物寄付
アメリカンファミリー生命保険会社	2,482,690	一般法人寄付

(3) 募金（法人・個人）プロジェクト

震災依頼低迷が続いている募金部門ですが、今期も対予算 66%という結果に終わりました。活動としては、例年通り、協力企業への報告・提案活動や、ツアー企画対応、募金箱（パンダセット）設置協力者への年2回のメンテナンスDM（入金促進）などを行いました。

●2014年6月末現在の常設募金箱（パンダセット）協力者：2,539件（前期末2,610件）

●新規パンダセット申込件数：常設38件（前期45件）、期間限定21件（前期22件）、その他7件（前期12件）、計66件（前期79件）。

<大口法人募金リスト> 単位：円

株式会社カスミ	5,204,436	一般募金
株式会社三菱東京UFJ銀行	4,030,100	森林保護全般 指定募金
株式会社資生堂	2,099,900	スマトラ 指定募金
アメリカンファミリー生命保険会社	2,058,190	一般募金
ロート製薬株式会社	2,000,000	森林保護全般 指定募金
株式会社ワンダーコーポレーション	1,263,287	一般募金
大和ハウス工業株式会社	920,000	一般募金

アパホテル株式会社	519,590	一般募金
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	500,000	サンゴ礁保護研究センター全般 指定募金

<カスミ共催、子供向けツアー企画>

7月23日～26、大口募金協力企業、(株)カスミとの共催で、「第12回ネイチャーキッズ特派員～ひがし北海道探検隊～」を実施しました。これは小学生を対象としたツアー企画で、応募者125名の中から作文により選考された受賞者10名を、ひがし北海道の厚岸や霧多布湿原を中心とする自然探検ツアーに招待しました。



(4) ライセンス (収益事業) プロジェクト

ライセンス契約による資金調達プロジェクトです。近年、契約している代理店が開拓した比較的新しい案件の契約終了が相次ぐ一方、新規案件が1件も成立せず、61%という結果となりました。代理店契約の見直しが課題です。

(5) クレジットカード (収益事業) プロジェクト

(株)クレディセゾンとの提携によるクレジットカード「WWF カード」からの利用金額に応じた収入です。カードホルダー数は年々の減少の傾向にありますが、会報による告知などが功を奏し、今期は対予算105%となりました。

3. パンダショップ (物品販売事業部門)

<概況>

近年、売上げの減少傾向が続いていたパンダショップですが、今期、送料設定の変更などが功を奏し、売上は回復傾向に転じました。残念ながら対予算は85%と未達でしたが、対前期では111%の伸びとなりました。

<主な活動状況>

- (1) 主な商品企画

- ① 支援金付商品：支援金付きぬいぐるみキーチェーン（4アイテム）
 - ② ロゴ付新商品：FSC スマホケース、ソーラーウォッチ新色、ロゴTシャツ、ボトルなど
 - ③ 各種認証マーク付き商品：WindMade 認証企業コラボタオル、FSC・MSC 商品など
 - ④ 地域支援商品：自然エネルギーに取り組む地域の特産品、フェアトレード商品など
- (2) 販促活動について
- ① Twitter や facebook ・メルマガ・スタッフブログにおける日々の情報発信
 - ② パンダショップの食品を使ったレシピの開発と紹介(カタログ/ウェブ)
 - ③ オンライン広告プロモーション（テスト）の実施
- (3) その他の取り組み
- 2014年4月の消費税率改定に伴う販売価格やECサイトの改定

Ⅲ. 2014.6月期 広報室活動報告

■ 概況

広報室が設立され2年が経過し、中期計画の折り返し地点となりました。発信力の強化に向け、信頼されかつ多くの人に活動が伝わるよう、ウェブや会報などの自社メディアと外部の力を借りて発信しています。試行錯誤の部分もありますが、2年間で得た経験を後半に活かしていきます。

2014.6月期は、WWF ジャパンの発信の中心であるウェブのセキュリティー対策の重要な部分が完了し、懸案であった基盤整備が大きく前進しました。

一方、WWF 内外の協力を得て発信力を伸ばすことができました。WWF スタッフの協力を得ることによって、ウェブの人気企画であるスタッフブログや SNS の発信を伸ばすことが出来ました。

また、外部の協力を多く得ることが出来たのも今期の特徴です。前期で報告したワンプラネットをテーマにした AC 広告の実施とイベントの開催、衣類のリユースを進める「パンダブラック」企画、後期では食べ残しの多さへの気づきを促す「ZANPANDA」企画、「自然エネルギーはあてになる！」キャンペーン、アースアワーなどが効果的に実施できています。

WWF のウェブでの反応やメディアの取り上げられ方から、時流をつかむことの大切さと外部の力を得ることが発信力を高めるのに効果があると再確認しました。

広報室では、2016.6月期まで下記の目標と戦略ポイントにより活動しています。

■ 2016.6月期までの目標

発信力を総合的に高めつつ、人と自然が調和して生きられる未来の実現を、
”One Planet Lifestyle”を基本コンセプトに据えて展開し、活動への認知を高め、幅広い支持を得る。

■ 目標を達成するための4つの戦略ポイント

- a. メディアミックスとわかりやすさ
- b. GPF (Global Programme Framework : WWF ネットワークでの自然保護活動の枠組み) に貢献する見せ方
- c. WWF ブランドの強化
- d. WWF ネットワークおよび他室との連携

<ハイライト>

前期報告事項 (ワンプラネットフェスティバル、パンダブラック、クマプロジェクト) を除きます。

ハイライト1 「自然エネルギーはあてになるキャンペーン」では、グローバルキャンペーンとも連動し、オンラインとオフラインの相乗効果で効果をあげました。

WWF ネットワークのグローバルキャンペーン「Seize Your Power!」と連動する形で、「自然エネルギーはあてになる！」キャンペーンを2014年1月に開始しました。自然エネルギーへのネガティブなイメージを低減させることを目的に、アースアワーとも連携しつつ、①オンラインによる情報発信、②オフライン（リアル）のイベント実施、の2つを実施しました。なお、WWF ジャパン作成のアニメーション「100% renewable energy」が、WWFUKと英紙 Guardian のコラボ企画でも活用され、ネットワークへ貢献することができました。

① オンラインによる情報発信：

WWF ジャパンのウェブサイトの中にキャンペーンサイトを設け、アースアワーのフェイスブックを利用して、自然エネルギーは「あてになる」「わりとある」「くいとめる」「まかなえる」のキーワードで気軽に楽しめる話題（街角の自然エネルギー、自然エネグッズなど）を定期的に発信しました。

1月～5月までの総ページビュー数は26,124PV（目標は20,000PV）。また、一人あたりの平均PV数は、WWFのウェブ全体の平均PV数（約2.8ページ）を上回る6.5ページでした。但し、ページ滞在時間（目標＝1分50秒、結果＝1分42秒）や直帰率（目標＝60%、結果＝68%）では目標を下回りました。なお、キャンペーンサイトから15名が入会しました。



徳川会長による「温暖化の目撃者」講演

② イベント（オフライン）の実施：

横浜で開催された IPCC 第2作業部会の会議に合わせて、メディア向け、一般向けの2本立てで「温暖化の目撃者」セミナーを実施しました。メディア向けでは、海外メディアを含む8社11名の取材を得、共同通信、読売新聞、ブラジルのラジオ、ドイツのラジオに報道されました。一般向けセミナーの参加者は約35名（キャパ40席）でしたが、ほぼ新規の方々であったのが大きな成果です。

（2014年9月に国連気候サミットが開催されることとなり、グローバルキャンペーンが9月まで延長されることになりました。これに伴い、日本の「あてになる！」キャンペーンも2014年9月まで実施すべく、映像の制作を含めた計画を組み直します。）



明かりが消えた後にパンダロゴのランタンが光る（みなとみらい）

ハイライト2 アースアワーでは、国際会議開催という時流をつかみ、スパイダーマンというインフルエンサーの活用已成功し、例年より多くのメディア露出を確保しました。

2014.6期のアースアワーは、あてになるキャンペーンの一部として実施しました。3月にIPCC（気候変動に関する政府間パネル）会議が初めて日本で開催されたことを受け、開催地である横浜市の協力を得ることに成功し、みなとみらい地区での大規模な消灯が実現しました。IPCC日本開催により気候変動問題への関心が高まっていた時流をつかんだことにより、例年より多くのメディア露出を確保できました。

IPCC会議や、スパイダーマンとのコラボをはじめ、メディアの関心を引く要素が多く、アースアワーへの関心を集める結果につながりました。また、それに関連したセミナーやパネル展の実施が加わったほか、SNSなどでも、従来行なってこなかった独自企画を新たに展開し、関心の喚起に取り組む機会となりました。これらも次回の実施に際して、参考となる試みとなりました。

また、自治体以外にも、企業、東京コミュニケーションアート専門学校の学生、元ミスアース、ダンススクールの子ども達、インターナショナルスクールの子ども達、ボランティアなど、外部の協力を多数得ることができました。このことも発信力の向上につながっています。

今回は広報室・サポーター事業室法人G・自然保護室より担当者を選出して業務を分担し、効率化を図りました。それぞれ役割をわけあい、それぞれの目的達成の場となりましたが、次回は改善してより効果的に実施したいと思えます。

イベントの成功指標としてリーチ数1800のところ3000、ウェブ目標ページPV数15000のところ34044、新規訪問率目標75%のところ75.8%と、目標を超える結果となりました。また、自治体の参加が2件増え、企業の消灯施設数が931件と前年の約2.4倍の施設が参加しました。



アースアワーのカウントダウンがSNSで発信された
(協力：西町インターナショナルの子ども達)

ハイライト3 一般視点の様々な企画を、インフルエンサーの積極的活用などの発信方法を工夫して実施。マスメディアや環境白書にも紹介され、幅広い層にアピールできました。

環境には関心があるものの、いままで WWF と関わる事がなかった層を取り込み、WWF のファンになるよう促すことも広報の重要な仕事の一つです。

今期は六本木ヒルズで開催したワンプラネットフェスや AC (前期で報告) 以外にも、身近に感じられる自分達の生活に直接関わることをテーマにした企画を実施しました。また、多数の著名人の協力を得ることが出来、著名人を通して WWF を親しめる形で知らせることができました。

一つは「ZANPANDA」。これは iPhone アプリと完成度の高い映像による SNS とインターネットを活用した企画です。食べ物を無駄にしないという、誰にでもできる「アクション」を入り口にし、単なる啓発ではなく、自分の体験を競いさせることで話題性につなげるなど、「食」と環境の問題について親しみやすく考えるキッカケを提供するために制作しました。年末年始のパーティーシーズンに向けて発信し、想定総額 2 千万円の広報機会を得ることが出来ました。

衣服のリユース企画『PANDA BLACK-Rewear Project-』は、日本での衣類の廃棄率が高いことに着目した企画です。感度の高い人々をターゲットにスタートしましたが、衣服のリユースと日本伝統の「黒染め」を組み合わせることが功を奏し、年代を問わず広がりを見せています。TV 東京の人気報道番組であるワールドビジネスサテライトでの紹介や、「ソーシャルプロダクツアワード 2014」、「広告業界の若手が選ぶコミュニケーション大賞」の受賞、そして環境白書でも紹介され、多くの人の共感を得ることに成功しました。



ブータンフェアで講演する加藤登紀子氏

また、インフルエンサーを活用し、認知度を高めることができました。ワンプラネットフェスでは、滝川クリステル氏、さかなクン、藤原紀香氏、アグネスチャン氏などの著名人やミュージシャンが参加して、メッセージを発信してくれました。パンダブラックではミュージシャンのイルカ氏など。さらにブータンフェアでは加藤登紀子氏、南三陸の講演ではさかなクン。さらに。アースアワーではスパイダーマンと WWF 主催のイベントでも多くの著名人の力を借りることが出来ました。

念願だった AC による広告が一年を通して日本全国の人々の目や耳に留まりました。これはワンプラネットライフスタイルのコンセプトが認められ、初めて支援団体として選ばれて実現したものです。人気テレビ番組やラジオでも繰り返し放送されました。また、交通広告でも多くの人々の目にとまるなど、WWF のファンになる層の裾野を広げることに貢献しました。



ちびっこスパイダーマンがダンスでアースアワーを応援

■ 各プロジェクトの目標と進捗状況

1. ウェブ事業プロジェクト

目標：WWFジャパンの情報発信の中心として、スムーズで確実に発信できる状態を維持するとともに、GPFに沿った見せ方をスタートさせます。

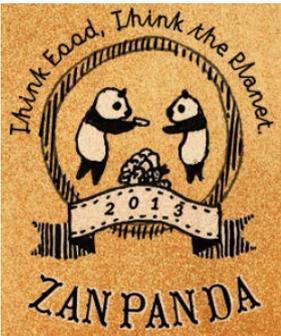
計画：ウェブ事業では引き続き、インターネットを介した情報発信を通じて、当会が取り組む自然保護および資金獲得事業に貢献し、ユーザーの信頼と共感を獲得します。

報告：自然保護活動の報告や資金調達についての情報発信のニーズに応えつつ、今期は特に以下の成果がありました。

- ・セキュリティ監査の実施とガイドラインの作成により、信頼の獲得に不可欠なセキュリティへの対応が一段落しました。
- ・ソーシャルメディア（SNS）を介したWWFへのアクセスが年々高まってきています。新規SNSの開設や特定ページのスマホ対応など、さらなる拡大に向けての基盤整備を行いました。また、SNSを中心とした複数の拡散のための企画を実施しました。そのレビュー結果を次の企画に活かすことが出来ます。



	事業計画	報告（2013/7-2014/6）
1	インターネットを使ったサポーターサービスと、今期レビューをもとにしたソーシャルメディアの活用拡大の模索	<ul style="list-style-type: none"> ・ SNS のファンを一つのサポーター予備軍と位置付け、その拡充を継続。エコロジカルフットプリントとワンプラネットライフスタイルをテーマにした SNS を中心とした拡散のための企画を実施。 ・ SNS を介した当会の発信情報へのアクセスが増加。中心的に運用している facebook のフォロワー数は、14,495 名（2013 年 7 月）から、29,098（2014 年 7 月）へと倍増。 ・ WWF 公式サイト の 404 エラーページ企画がインターネット上で話題になり、SNS や雑誌にも波及。

2	<p>オフィシャルサイトの改善と多様化するデバイス（スマートフォンなど）へのインフラ対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランドに合わせたサイトのデザイン改善を継続。スタッフブログなどが改善され、より統一感のある見やすい画面となる。 ・入会・寄付などの受付フォームのスマホ対応が完了。 ・公式サイト（スタッフブログなどの SNS との親和性が高いコンテンツについて）のスマートフォンへの対応に着手 ・新規 SNS の開設（イベント用フェイスブック、LINE)
3	<p>インターネットに関連するセキュリティ確保のための改善と施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ソーシャルメディアの個人利用に関する指針を作成。 ・セキュリティ監査および、今後のセキュリティチェックのためにガイドラインを作成。今後の運用と、当会としてのオンライン・セキュリティの担保に必要なと思われる体制についての見解は、期を持ちこしての業務となる。
4	<p>その他</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ・GPF にも対応した形で、ドネーションに関連するブータンやカメルーンでの情報の発信と、支援の呼びかけを実施。WWF がグローバルな団体として活動していることをアピールする一方で、クマ問題のような、国内での取り組みについても、各担当オフィサーの助力のもと、発信に取り組んだ。 ・外部の協力によるアクセス解析を開始。10 万人プロジェクトの成果検証などにプロによるアドバイスを得ている。 ・より効果的な発信をめざし、発信者には簡単なアクセス情報のフィードバックを開始した。 ・SSL の業者一本化を実現し、経費を大幅削減。
5	<p>課題</p>	<p>当会内のさまざまな情報発信のニーズ（自然保護事業に関する情報発信など）については、今期はさほどに、対応に困るケースは無く、順当に対応することができた。ただし、広報独自の企画として取り組んだ、Panda Black や One planet に関する発信については、事前の段取りや情報の共有、方針の明確化が乏しく、効果やアクティビティを最大化することができなかった。ドネーションアピールや 10 万人プロジェクトについても、掲載のニーズには応えられたが、独自に拡散するなどの取り組みは十分にできず、今後の課題として残る。</p> <p>課題の最大の原因は、対応に必要な人的なりソースの不足。さらに、広報室としての情報共有やプロジェクトの進め方、管理の仕方が抱える、仕組みとしての問題点が大きいと考える。2015.6 期には改善に向けて対応したい。</p>



2. 支援者の強化プロジェクト

目的： WWF と関わりをもった人（イベント参加者や問い合わせをした人なども含む）を会員や寄付者に、会員や寄付者をより強力な支援者にと、それぞれを強化することにより、WWF の支持基盤を固め、発信力を高めることにつなげます。

計画： 内外から WWF の活動に関連する情報を集め、支援者に届く形に整えて、継続的に発信していくことで、支援者の信頼を確保します。また、情報発信の手段が多様化する中、その最新の状況を把握し、支援者への、よりの確な情報発信を可能とする方法を探っていきます。

報告： 会報誌『WWF』（年6回隔月刊）、パンダニュース（年4回）、年次報告書（年1回）を予定通りに滞りなく製作・発行しました。また、より魅力的な会員サービスを目指して、会報の電子化の妥当性をめぐる現実的な検討や、コスト面も含めた会員サービスのあり方について検討する会議を開始しました。2015.6月期はその報告と具体的な施策を示す予定です。また、産休者に伴い、会報の編集体制を変更しましたが、質やスケジュールを維持しており、順調にスタートすることができました。

	事業計画	報告（2013/7-2014/6）
1	「会報の電子化についての検討」のためにアンケートを実施し、2015.6月期に向け	・試験的に実施した会報の電子化についてのアンケート調査等の結果を共有した。会報の電子化はレイアウト面の崩れが起きるなど、単なる電子書籍化は得策ではないと考えられる。手間もコストもかかることがわかり、経

	て、検討に必要なデータを収集	費節減の観点からも必ずしも有効とはいえないと判断。今後は、サポーターに向けた効果的なデジタルサービスのあり方を追究する方向性となる。 ・広報室とサポーター事業室の定期的な合同会議を 2014 年 3 月からは“サポーターサービス検討会”と呼び、開始。会員維持のためのコストを試算し、それに見合う会員サービスのあり方や会員継続のための方策などについて検討を続けている。
2	会報のWWF ネットワーク基準でのブランド化	・2013 年 9/10 月号から実施。
3	読者の声を反映させた紙面づくりをテーマにしたパンダニュースの制作	・ジュニア会員広場の活用と充実。 ・読者からの満足度の指標のひとつと考えられる編集部あてお便りの数は、毎号 10 通前後となった。また、お便りをくれる年齢層が下がってきており 10 歳未満が増えている。 ・5 月発行の号からは、新企画 4 コママンガを投入し、低年齢層向け活性化策を強化した。
4	翻訳ボランティアとイベントボランティアの協力を得ることにより、より共感を得られる情報の発信	・ボランティアとのコミュニケーションを向上し、その意見を取り入れることにより受け手に立った発信につなげた。
5	その他	・産休者に伴い、会報誌の編集長を変更するとともに、新たに派遣社員を編集チームに迎えた。従来どおりの質と発行ペースを維持している。
6	課題	・パンダニュースは 2012 年に実施したのと同様のアンケートを再度実施し、その後の紙面構成がジュニア会員にどう受け止められているか確認したい。 ・15 歳で卒業するジュニア会員は、会員獲得のプロモーションが必要な段階にあると思われる。また、ウェブサイトにおける子ども向けコンテンツを充実させることも取り組みたい課題である。

3. ワンプラネット・ライフスタイル(WWF イメージの変革) プロジェクト

目的：WWF イメージの変革を目指します。WWF の活動を「自分ごと」化し、より広い層に訴求させることを目指します。

計画：プロジェクトのトーン&マナーを、消費者でもあり次の世代をはぐくむ子育て世代に想定します。2 年目として、より広く「おどろき」「気づき」を与えられる機会と手法を用いることによって、外部協力者（特にマスメディア、インフルエンサー、企業関係者など）と協力して訴求の拡散を狙います。

報告：1 年目の基本的なコンセプトの整理、ツールの開発を受けて、2 年目には OPL のコンセプトを紹介するために外部の力を活用し、訴求力を強化しました。これは、

イベントの実施、インフルエンサーの活用、共感や生活の見直しを促す企画の実施により、外部を巻き込むことが出来たもので、リーチ数が大きく伸びました。一方、ウェブは当初の予定より遅れており、工夫をした結果により反応は改善されていますが、当初の目的の成果はまだ見えていない状況です。OPLは参加への敷居を低くしているため、外部からの協力を得やすいという特徴があります。今後はこの特徴を生かしていかに WWF の活動を知らせ、そのファンになってもらうかが課題となります。



	事業計画	報告 (2013/7-2014/6)
1	前期に整理したコンセプトおよび制作したツール（パンフレットやウェブ）を使い、情報の拡散を図ります。	<ul style="list-style-type: none"> AC 広告（TV、ラジオ、新聞、雑誌、映画、交通広告）を実施。 2014年7月からのACの次回支援が確定し、制作が終了した。
2	ウェブを一般生活者にとって魅力的なものに工夫し、本プロジェクトの受け皿として活用できるよう運営	<ul style="list-style-type: none"> ワンプラネットライフスタイルのウェブページを当初の予定から遅れて開設したが、フェスティバルのページを充実させ、ピークで2300セッション/日を得た。 今後の運営については検討中。
3	WWF 主催または協力などのイベントを実施し、WWF の活動をワンプラネットライフスタイルをテーマにして発信	<ul style="list-style-type: none"> WWF 主催のワンプラネットフェスティバルを開催した。特に FM ラジオのクリスマスキャンペーンと絡めた企画では、滝川クリステルさんの協力を得、FM ラジオ局（Jwave）のキャンペーンスポットにてワンプラネットをテーマに発信し、ブランドの強化につなげた。その他外部のイベントにも参加し、face to

		face で説明できる場も設定した。
4	一般生活者にかかわりのあるテーマ、例えばパーム油、MSC、FSC などについて、自然保護室の活動のタイミングを計りながら、特に普及が有効なものについて共感を得られるよう工夫して発信	<ul style="list-style-type: none"> ・衣服のリユース企画「パンダブラック」を実施し、身近なテーマから共感を得た。 ・富士通とともに、電子媒体による教育教材「地球1個分の暮らし」を開発。エコプロ展にてデモンストレーションを実施。子ども達へ広がる道をつくった。 ・サステイナブルシーフードウィークを水産チームとともに実施した。特にメディアの理解を促すことに注力し、メディアに多くとりあげられた。



南三陸戸倉町の子どもたちと

4. メディアミックスプロジェクト

目的： 最適なメディアを組み合わせ活用し、相乗効果で発信力を伸ばす。

計画： GPF にそった活動、およびネットワークと連携する活動を、WWF ジャパンの活動とうまく組み合わせ厚みのある情報を用意し、世の中の動きに合わせて発信することで PR 効果を高めます。また、外部協力者や一般からの反響が大きかった企画を発展的に継続させることで、新たな協力者・参加者の確保を図ります。

報告： 複数の媒体（ウェブ、イベント、マスメディア、印刷物等）を組み合わせることと、保全プロジェクト・コミュニケーション・ファンドレイジングをより深く連携させることに力点を置き、WWF の取り組みや目的を立体的に伝えることをめざしました。また、ネットワークのグローバルイニシアティブ（Green Heart of Africa（カメルーン・ロベケプロジェクト）、Living Himalayas（ブータン・ト

ラムカプロジェクト))への貢献、グローバルキャンペーンへの参加(あてになるキャンペーン)、アースアワーへの参加など、ネットワークと連携した広報活動を展開することが出来ました。

AC(旧公共広告機構)に支援団体として選ばれ、その結果2013年7月から、「子供たちの資源も大切に」をテーマにした広告が発信され、日本全国でWWFに接することが可能になったことも特筆すべき事項です。

	事業計画	報告(2013/7-2043/6)
1	<ul style="list-style-type: none"> ・自社メディア、写真展、外部のメディアへの売り込みにより、カメルーンにおけるプロジェクトを発信し、活動の認知を向上させるとともにファンドレイジングにつなげる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現地での取材を元に臨場感のある画像を確保して、会報、寄付願いリーフレット、ウェブサイトによる発信。 ・外部メディアを活用し、ターゲットに合わせた写真展を1月から全国9カ所にて開催。来期も継続し全13カ所にて開催予定。 ・日本橋三越1階中央ホールにて、ブータンフェアに参加。加藤登紀子氏、WWFブータンスタッフ、特別編集映像を駆使し、ブータンにおけるプロジェクトを紹介した
2	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバルキャンペーン(エネルギー)と、2013年6期に広がりを見せたアースアワーを活用し、WWFの取り組みと主張をより広くアピールできる広報活動を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・気候変動に関する政府間パネル(IPCC)の会議の開催(横浜、2014年3月)を機会にして、グローバルキャンペーンを活用し、「あてになるキャンペーン」を実施。(詳細はトピックスを参照) ・EH映像制作、スパイダーマンの活用、横浜市の協力を得る(詳細はトピックス参照)
3	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急性が高くかつ時流に乗ることができるWWFジャパンの自然保護活動を選択し、企画化させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナブルシーフードウィークをワンプラネットライフスタイルプロジェクトとして実施した。 ・2015.6期の基本方針「各室連携の一層の強化」に基づき、「ボルネオサイ保護プロジェクト」を他室と共に企画準備した。
4	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞の連載や無償広告ページを獲得し、WWFへの「感度」の底上げを図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・毎日新聞、毎日小学生新聞への連載や、雑誌等での無償広告の定期的掲載を継続。 ・不定期ながら新たな雑誌の無償広告枠を得た。
5	<ul style="list-style-type: none"> ・震災子ども交流プロジェクトとカードフォーレンジャー(前期実施)を外部協力者とともに一部継続する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・震災子ども交流プロジェクトではスポンサーを獲得し、9月にイベントを実施。2014年1月のイベントでは、さかなクンの協力を得ることが出来、NHKや民放人気番組な

		<p>ど多くのマスコミで取り上げられた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カードフォーレンジャーの企画を外部協力者に提案。
6	外部資金による映像の制作	<ul style="list-style-type: none"> ・提案書を作成するも資金獲得ならず
7	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアデータベースの更新と充実、およびジャーナリストとのコンタクト強化を進め、プレスワークの向上。 	<ul style="list-style-type: none"> ・共感を得られる素材を発掘しプレスワークをした結果、一般的な雑誌などでも情報として掲載される（例：マップル/発行部数1,700万部） ・メディアデータベースの整理はできたものの、その効果的な活用には至っていない。プレスワークの向上をめざし、課題の抽出を下期に実施予定であったが出来なかった
8	<ul style="list-style-type: none"> ・広告ページの作成の無償協力をスムーズに得られるよう、協力デザイナーを発掘し、ターゲットにより合った広告をめざす。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プロのデザイナーの協力者2名を発掘し、支援を得て広告ページを作成。印刷物、イベント、外部広告などでの協力により、質の良いより安定した発信が可能になった。
9	認知度調査の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・過去に実施した認知度調査結果の分析から、WWF ジャパンが今後目指すべき姿について、全局的な意見交換を経て共通認識を得た。 ・広報活動のレビューに有効な項目をそこから拾い出し、今後のレビューの質の向上に貢献した。
10	AC（旧公共広告機構）の支援団体として、WWFの広告を実施	<ul style="list-style-type: none"> ・2013年7月から2014年6月まで、「子供たちの資源も大切に」の広告が全国のテレビ、ラジオ、新聞、雑誌、交通広告にて掲載される。人気テレビ番組のCM時間枠でも数多く放映され、日本全国で多くの人々がWWFの広告に接した。 ・2014年7月から2015年6月まで、第二期目の広告として「二つの地球」を制作。
11	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・19組143人の修学旅行生に対し、WWFスタッフが講義を実施。（出張授業3件を含む） ・ドネーションアピール「アフリカの夢」と「ペンギンたちのすむ入江」を、テーマに合わせて資金調達しやすいストーリーを組み立て、発信物を作成。 ・エコロジカルフットプリントのパネルを作成し、貸出し。



モンベル店舗にて WWF カメルーンプロジェクトの
写真展を開催中

上記報告以外の外部メディアを活用した発信一覧
(2013.7～2014.6)

無償広告ページ	イベント	外部パートナーの協力
<ul style="list-style-type: none"> ・エコファミリー新聞 (毎月) ・月刊クリム (毎月) ・月刊ダイバー (毎月) ・ビオシティー (2013/56号) ・ソーラージャーナル (3回掲載) ・アイエムプレス ・季刊メノガイア (毎号) ・季刊このは (毎号) ・月刊なるほどドリ 	<ul style="list-style-type: none"> ・代官山Tスクエアガーデンギャラリーにて写真展 ・オーシャンピープル出展 ・大阪海遊館にてパネル展 ・スウェーデンハウス 30周年記念イベントにてパネル展。 ・音楽イベント「横浜ゴムライブエコモーション」参加 ・南三陸シュノーケル教室開催 ・南三陸さかなクン教室 ・文化放送高校生エコアクション (シンポジウム、コンテスト、情報誌) ・グリーンルームフェスティバル出展 ・サステナブルシーフードウィークメディアイベント主催、イベント出店など 	<ul style="list-style-type: none"> ・2014年カレンダー6000部を制作 ・オリンパスカレンダー監修 ・海のエコラベル(MSC)の消費者向け映像を作成(水産チームと共に)

	<ul style="list-style-type: none"> ・ ECOM 駿河台にてパネル展 ・ モンベルリーフみなとみらい店にてパネル展 	
--	--	--

(プレスなどで発信した情報の、新聞/雑誌等での掲載状況については、次ページの【メディア露出・プレスリリース集計】をご参照ください。)



文化放送全国高校生エコアクションにて職員が講演。
 関連情報誌は全国 5000 高校に配布される。

【メディア露出・プレスリリース集計】 期間：2013 年 07 月～2014 年 6 月



分類	露出件数	プレスリリース 発信件数	問い合わせ・ 取材件数
エコジカルフットプリント	15	2	1
グローバルイニシアティブ	21	1	4
ワンプラネットライフスタイル	55	5	9
イベント**	29	3	1
外電	16	0	0
森林***	28	3	6
気候変動	158	12	5
クマ	26	1	1
黄海	0	2	1
震災	6	3	2
水産	91	10	11
生物多様性	70	6	17
トラフィック	17	1	2
南西	76	1	6
パンダショップ	4	2	1
その他	144	1	12
合計	756	53	79

【補足】

*OPL： ZANPANDA 9 / PANDA BLACK 38 / 富士通 環境教材 22

**イベント： Earth Hour 27 / OPFes 38

***森林： 森林 59 / Species 13

【集計対象】

新聞、新聞社およびテレビ局のウェブニュース、雑誌、ラジオ

【検索方法】

nifty, Google, Yahoo にて検索。雑誌、ラジオは担当者が把握ができていないもののみを集計。

【ZAN PANDA】

ウェブとインターネットでの掲載を目的とした企画のため、別途掲載状況を調査し、本集計とは別に 86 件の掲載を確認した。

【ウェブ事業概況報告】

■WWF ジャパン 活動記事 アクセスランキング (2013年7月～2014年6月)

1	ツキノワグマ：四国でのフィールドプロジェクト	13,049
2	希少種アユモドキの生息域保全を	3,737
3	IPCC 横浜会議：温暖化の影響と適応の報告書を発表	3,681
4	【動画あり】撮影に成功！アムールヒョウの子育て映像	3,366
5	【COP19/CMP9】日本の新たな削減目標に対し高まる批判	3,266
6	最新の地球温暖化の科学：IPCC 第5次評価報告書について	2,876
7	発表：地球温暖化に関する最新の科学の報告書	2,442
8	国連気候変動会議（COP18・COP/MOP8）の報告会を開催しました	2,315
9	WWFの「脱炭素社会」に向けたエネルギーシナリオ	2,282
10	映像で捉えた！四国のツキノワグマ親子の記録（動画あり）	2,240

■WWF ジャパン スタッフブログ アクセスランキング (2013年7月～2014年6月)

1	大変なパンダの動画（増本）	4,074
2	404 絶滅動物図鑑（三間）	4,004
3	1600頭のパンダが香港に上陸！？（増本）	3,448
4	食べ残しの前の1分（住友）	2,423
5	クマとの知恵比べ！？ゴンタの捕獲、またもや失敗…（那須）	1,854
6	web限定！FSC認証取得のパンダ iPhone ケース（佐多）	1,761
7	干支の動物の話をちょっと（三間）	1,419
8	ニホンウナギがIUCNのレッドリストに（大倉）	1,248
9	パンダショップ 2014 春夏商品が入荷しました！（佐多）	1,182
10	のこり30部！写真が自慢のWWFダイアリー（佐多）	1,160

■WWF ジャパン ウェブサイト 記事投稿数

項目	分類	2012年7月～ 2013年6月	2013年7月～ 2014年6月
ウェブ記事の投稿数	活動記事	169	162
	イベント紹介	68	59
	会報紹介	16	10
	法人関連	10	10
	スタッフブログ	283	243
	トラフィック	36	11

■WWFジャパン ウェブサイト アクセス状況

項目	内容	2012年7月～ 2013年6月	2013年7月～ 2014年6月
実績値データ			
訪問数	ウェブサイトへのアクセス数	3,557,366	1,850,211
ユニークユーザー数	ウェブサイトの合計訪問者数	1,903,272	1,374,516
ページビュー数	サイト全体でページが何回表示されたか	5,643,902	3,633,741
1日最多セッション数	1日で記録した最大のアクセス数	84,592	26,472
平均値データ			
1日平均訪問数	1日の平均アクセス数	9,746	5,069
平均ページビュー	1回のアクセスで、平均何ページ見られているか	1.59	1.96
平均滞在時間	1回のアクセスで、サイト内に平均どのくらいの時間滞在するか	0:00:53	0:01:31
割合値データ			
新規訪問率	初めてアクセスした人の割合	50.2%	69.53%
直帰率	1ページだけ見て、サイトを離れてしまった割合	83.7%	73.67%
スマートフォン率	スマートフォンからのアクセスの割合	9.8%	28.16%

■WWF ジャパン ソーシャルメディア 運営状況

サービス		2013/8/26 現在	2014/7/4 現在
		フォロワー数(人)	
Twitter		70,859	69,129
Facebook	WWF Japan	15,237	27,299
	Earth Hour Japan	3,059	5,186
	WWF Savr Sumatra	1,229	1,371
	WWF Japan Event	54	249
Google+		21,268	26,942
LINE		108	3,530
		合計再生回数(回)	
Youtube		322,662	379,345

■トラフィック ウェブサイト アクセス状況

項目	内容	2012年7月～ 2013年6月	2013年7月～ 2014年6月
実績値データ			
訪問数	ウェブサイトへのアクセス数	103,957	127,532
ユニークユーザー数	ウェブサイトの合計訪問者数	80,041	106,136
トップページ・ページビュー	サイトのトップページが何回表示されたか	16,969	12,182
1日最多セッション数	1日で記録した最大のアクセス数	2,775	8,114
平均値データ			
1日平均訪問数	1日の平均アクセス数	285	349
平均ページビュー	1回のアクセスで、平均何ページ見られているか	2.74	2.52
平均滞在時間	1回のアクセスで、サイト内に平均どのくらいの時間滞在するか	0:02:04	0:01:38
割合値データ			
新規訪問率	初めてアクセスした人の割合	74.5%	81.21%
直帰率	1ページだけ見て、サイトを離れてしまった割合	61.2%	64.54%
スマートフォン率	スマートフォンからのアク	15.0%	27.04%

	セスの割合		
--	-------	--	--

■パンダショップ ウェブサイト アクセス状況

項目	内容	2012年7月～ 2013年6月	2013年7月～ 2014年6月
実績値データ			
訪問数	ウェブサイトへのアクセス数	175,993	175,579
ユニークユーザー数	ウェブサイトの合計訪問者数	96,055	100,188
トップページ・ページビュー	サイトのトップページが何回表示されたか	163,046	186,927
1日最多セッション数	1日で記録した最大のアクセス数	1,299	1,370
平均値データ			
1日平均訪問数	1日の平均アクセス数	482	481
平均ページビュー	1回のアクセスで、平均何ページ見られているか	10.09	10.76
平均滞在時間	1回のアクセスで、サイト内に平均どのくらいの時間滞在するか	0:03:57	0:04:15
割合値データ			
新規訪問率	初めてアクセスした人の割合	48.2%	51.67%
直帰率	1ページだけ見て、サイトを離れてしまった割合	35.9%	32.86%
スマートフォン率	スマートフォンからのアクセスの割合	25.5%	38.45%

IV. 2014.6 月期 企画調整室活動報告

<ハイライト>

1. 2014.6 期の最優先と位置付けた**未来オフィスプロジェクト**では、建設最適候補地を絞り込み、具体的な交渉段階に進むことができました。
2. **いつでもどこプロジェクト**では、情報活用のルールとインフラの提案により方向性が定まり、オンラインストレージの導入など効果の高い施策を優先的に進めています。
3. **APPLE II**では、次世代の育成と確保のための「役割貢献制度」を給与体系の改訂を含む包括的な形で提案、2017.6 期の導入を目指して議論を開始しました。

■ 4つのプロジェクト

2016.6 期までの中期目標：「人材を育成して、内部統制ができ、総合力が高まる風土と環境を創造する」を達成するため、4つの重点課題に取り組む4つのプロジェクトを実施しています。

1. 知的生産性を向上させ One Planet Lifestyle を具現化する職場環境の構築：未来オフィスプロジェクト
2. 情報資産の共有・管理と活用：いつでもどこでも情報使おう（いつでもどこ）プロジェクト
3. 職員の人間力と組織の総合力の開発・実践：APPLE II（人材育成型人事制度構築IIプロジェクト）
4. 事業評価（計画・実施・評価・学習のサイクル）の標準化と実行：結果を次に活かそうプロジェクト

■各プロジェクトの進捗状況

1. 未来オフィスプロジェクト

<2014.6 期の進捗>

当初の計画では、2013年10月までに建設の実現可能性を見極め、外部検討委員会を設置し、基本構想を策定する予定でした。選定基準を満たす物件探しが難航し、関係先、公的施設、不動産関連企業からの情報収集に約1年をかけた結果、建設最適候補地を絞り込むに至りました。

先方では、WWFの提案について、活動趣旨や建築の構想にメリットがあると判断しています。法的な問題に関する関係諸機関の了解を得ることができ、土地の貸し付けに関する先方内部の規定改定も完了、ほぼ、内部の了解は得られた状況です。イベント情報の発信、ショップでのWWFライセンス商品販売など具体的な協力を開始し、定期借地権の地代の交渉を継続しています。

平行して、知的生産性を向上させるオフィスの要件を整理し、環境負荷については GHG 委員会を通じて現状のデータをまとめるなど、スペースやレイアウト、設備を検討するための情報を収集しています。

<2016.6 期末までの達成目標>

地球 1 個分を具現化したオフィスをつくり、1) コスト削減と環境負荷削減、2) 快適性と知的生産性の向上、3) 持続可能な社会の提案を実現し、活動の普及に貢献する。

2. いつでもどこでも情報使おうプロジェクト

<2014.6 期の進捗>

情報活用のルール及びインフラについて、予算概算とスケジュールを含めた提案を行ない、今後の方向性を定めることができました。プロジェクトの計画当初の構想は、2016.6 期末までに実現できる見通しです。

昨年から継続していた、電子メールサービスの移行がほぼ完了し、外出先からすべてのメールが見られるようになり、フォルダへの移動などのメールに対する操作の結果もどこでも反映されるようになりました。

電子メールと共に「いつどこ化」のニーズ・効果の高いオンラインストレージの導入を開始しました。2015.6 期上期に全職員が利用できるようになる予定です。

その他、「いつどこ化」のいくつかの阻害要因の解決にあたりました。

- ・PC のリプレイスによる標準機能の向上（2 年間で局内のほとんどの PC を交換）
- ・ログインカード廃止、パスワードの共通化、持出・持込ルールの簡略化

また、白保との情報格差の解消は次の 2 つの側面で進捗しました。

- ・WebEx の通信品質改善に取り組み、東京ー白保間で複数人同士のウェブ会議ができるようになった。
- ・白保センターの LAN（無線 LAN 含む）を再構築し、高速で安定したネットワーク環境を構築した。

<2016.6 期末までの達成目標>

- 1) 最低限の必要な情報で迅速に意思決定が行なわれる。
- 2) どこにいても仕事ができる。
- 3) 社内手続がスムーズに行なわれる。
- 4) 職場のルールが徹底される。

3. 人材育成型人事制度プロジェクト (APPLE) PHASE II *

<2014.6 期の進捗>

主任主席資格制度の総括に基づいて、次世代の育成と確保のための新人事制度を提案し、全局で議論を開始しました。提案は給与体系の改訂を伴う包括的なものですが、最大のポイントは、希望者が選考の対象となり、管理職の資格を得る資格制度から、管理職を含むすべての一般職員が毎年、自らの行動レベルを評価し、人事会議で人事アセスメントを行ない、次の中期計画を実施する体制の人員配置及び育成計画にその結果を活用する役割貢

献制度（仮称）への移行です。

なお、2017.6期の導入前に、次の3点を先行的に実施することを決めました。

- ① パートタイマーの昇給制度導入（2014年4月1日に遡って実施）
- ② 役職と資格の連動制廃止（2014年7月1日より実施）
- ③ 行動評価と人事アセスメントの試験導入（2014年個人目標のレビューより実施）

<2016.6期末までの達成目標>

多様な個性と能力を持った職員が、優れた合意形成を生み出し、共通の目的に向けて協働し合える風土・文化を創る。

*APPLEは08年12月に開始。「人材開発・評価」「健康・安全・福祉」「コミュニケーション」「人材配置」の4つの領域でセルフマネジメントのできる人材を育成し、相互啓発的風土を醸成する制度構築と施策実施に取り組んできた。2012年7月1日に核となる「個人目標による管理」制度を導入し、PHASE II「職員の間接力と組織の総合力開発実践」に入った。

4. 結果を次に活かそうプロジェクト

<2014.6期の進捗>

事業評価のサイクルを2013.6期に1年間回した実績に基づいて、年間スケジュールを見直しました。また、懸案だった、中期目標達成状況の全局レベルでのモニタリングを運営会議による中間レビューの形で実施し、実行可能な一つの手順を見出すことができました。

他の重要課題により注力するために、本プロジェクトは2014.6期で完了し、以降は、総務の定常業務の中で、

- ・年度計画及び中期計画の事業評価サイクルの文書による標準化
- ・ネットワークのKPI（主要業績評価指標）の活用
- ・当法人独自の組織評価（独自のKPIの設定や海外プロジェクトの会計面のリスク管理を含む）

について検討、実施していく考えです。

<2016.6期末までの達成目標>

- 1) ①全局の主要な活動について、事業評価（計画・実行・評価・学習のサイクル）が標準化され、個人目標による管理制度と整合する運用により、確実に実行され、評価結果が向上している。
②全局・各室・各グループの中期目標及び各年度の目標の設定・見直し・評価・学習のサイクルが標準化され、確実に実行され、評価結果が向上している。
- 2) WWOV（Worldwide Overview：WWF ネットワーク各国オフィスの業績報告）への報告が確実に実行され、結果の分析と学習のプロセスも標準化され、定着し、KPIが向上している。
- 3) WWF ジャパン独自の指標による組織評価の必要性が検討され、内部評価については制度化が行なわれ、外部評価は提案が完了している。

【事務局の環境負荷・林産物調達について】

WWF ジャパン東京事務所およびサンゴ礁保護研究センター(白保事務所)における、資源の使用量と、CO2の排出量をまとめました(表参照)。事務所におけるCO2排出量は、前年と比較して、東京事務所の電気使用2%減であったものの、共有部分9%増、白保事務所13%増、白保ガス使用134%増であったため、総合的に4%増加しました。出張による航空機使用によるCO2排出量は前年比10%増でした。

また、紙使用量は前年比7%、林産物調達方針を設定したFSC認証紙の使用率は98.2%でした。

表1: エネルギーおよび資源使用量の推移

使用項目	2011. 6期		2012. 6期		2013. 6期		2014. 6期	
	使用量	CO2排出量(kg)	使用量	CO2排出量(kg)	使用量	CO2排出量(kg)	使用量	CO2排出量(kg)
□エネルギー使用量								
電気(kwh)	108,980	54,073	98,395	48,989	103,518	52,050	104,801	53,995
東京事務所(WWF内)	70,297	32,618	64,086	29,736	63,225	29,336	62,143	28,834
東京事務所(共有部分)	23,303	10,813	19,689	9,136	22,667	10,517	24,706	11,464
白保事務所	15,380	10,643	14,620	10,117	17,626	12,197	17,952	13,697
都市ガス(m ³)	4,552	7,923	3,627	7,943	3,513	7,763	3,559	7,865
東京事務所	4,552	7,923	3,627	7,943	3,513	7,763	3,559	7,865
液化ガス(m ³)	54.70	83	3.80	11	62.50	375	146.10	877
白保事務所	54.70	83	3.80	11	62.50	375	146.10	877
ガソリン(l)	1,657.80	2,427	723.39	1,693	577.49	1,340	561.65	1,303
白保事務所	1,657.80	2,427	723.39	1,693	577.49	1,340	561.65	1,303
小計		64,506		58,636		61,528		64,040
航空機使用		236,736		309,800		370,260		406,230
合計		301,242		368,436		431,788		470,270
□紙使用								
使用項目	2011. 6期使用量		2012. 6期使用量		2013. 6期使用量		2014. 6期使用量	
紙資源(kg)	24,513		24,944		43,458		40,546	
うちFSC認証紙(kg)	24,113		24,944		43,366		39,836	
FSC認証紙の割合(%)	98.4%		100.0%		99.8%		98.2%	

*注1: 2011年6月期については、2010年4月から2011年6月分を12/15換算で算出。

*注2: CO2換算に使用した係数は、環境省が公表する東京電力、沖縄電力の係数を使用している。係数は一定として算出。

*注3: 共有部分はビル共有全体量から面積で按分して算出。

【その他の報告事項】

■顧問等の選任

・顧問

- 【辞任】 下村 節宏(2013年9月18日付)
野村 秀之(2013年9月18日付)
岡村 正(2014年2月16日付)
米倉 弘昌(2014年6月2日付)
奥田 隆司(2014年6月2日付)

- 【選任】 奥田 隆司(2013年9月19日付)

玉田 淳也(2013年9月19日付)
 三村 明夫(2014年2月17日付)
 榊原 定征(2014年6月3日付)
 佐々木 則夫(2014年6月3日付)

■人員

事務局職員数

- ・ 事務局長・一般職員・契約職員・準職員・パートタイマーの人数。
- ・ 人数はフルタイム換算

(常勤を1とし、非常勤者は勤務日の日数により算出。例：週2日勤務の場合は2/5=0.4)

	事務局長	局長付	自然保護室	トラフィック	サポーター 事業室	企画調整室	広報室	合計
2014.6期末	1	1	24.6	4	14.6	11	12	68.2

■委員会開催

理事会

開催日	会場	主要議題
2013.9.19	WWF ジャパン 会議室	1. 2013年6月期事業報告及び収支決算の件 2. 顧問会メンバーの交代の件 <報告事項> ①絵画の遺贈に関する情報公開について(当日配付) ②未来オフィスプロジェクトの進捗について(当日配付) ③『BIOCITY』の9月末発刊のお知らせ 会長より執行状況報告：代表理事業務執行状況報告
2014.2.17	WWF ジャパン 会議室	1. 2014年6月期中間事業報告及び中間決算報告の件 2. 顧問会メンバーの交代の件 3. 新しいネットワーク・アグリーメント素案の件 <報告事項> ①中期ストラテジックプラン中間レビュー結果報告 ②新人事制度(仮称：役割貢献制度)案について ③未来オフィスの設置場所についての経過報告 ④コーポレートエンゲージメントに関するネットワークの動きと課題について

2014. 6. 3	WWF ジャパン 会議室	<p>会長および副会長より執行状況報告：代表理事業務執行状況報告</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2015年6月期事業計画および事業予算の件 2. 遺贈絵画引当資産追加取崩しの件 3. 新人事制度先行導入事項（規定改定案）について 4. 顧問の交代および退任の件 5. 評議員会開催の件 <p><報告事項></p> <ol style="list-style-type: none"> ①内閣府立入検査講評について ②未来オフィスの進捗状況報告 ③Corporate Engagement に関するネットワークの動きと課題について ④ 2014年 WWF 年次総会報告
------------	-----------------	---

評議員会

開催日	会場	主要議題
2013. 9. 30	WWF ジャパン 会議室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2013年6月期事業報告及び収支決算の件 <p><報告事項></p> <ol style="list-style-type: none"> ①絵画の遺贈に関する情報公開について ②未来オフィスプロジェクトの進捗について ③『BIOCITY』の9月末発刊のお知らせ ⑤ 問会メンバーの交代の件
2014. 6. 24	WWF ジャパン 会議室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2015年6月期事業計画および事業予算の件 2. 遺贈絵画引当資産追加取崩しの件 <p><報告事項></p> <ol style="list-style-type: none"> ①内閣府立入検査講評について ②顧問の交代および退任の件 ③新人事制度先行導入事項（規定改定案）について ④未来オフィスの進捗状況報告 ⑤Corporate Engagement に関するネットワークの動きと課題について

顧問会

開催日	会場	主要議題
2013.10.8	メルパルク 東京、孔雀 の間	<p><話題提供> 「人間と動物の歴史、生態系を考える」三浦 慎悟（早稲田大学人間科学部学術院 教授）</p> <p><報告事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 2013年6月期活動概要報告（事務局） ② 事務局からのご連絡・お願い事項等 ① 遺贈プログラムのご紹介 ② AC広告の件 ③ 未来オフィスの件 ④ 雑誌「BIOCITY」の件

【決算概況】

収入については、個人・法人の会費収入は期初予算比それぞれ95%弱とほぼ予定通りであり、2件の大口寄付があった個人寄付金も好調でした。苦戦の続くパンダショップは、郵送料免除基準金額の引下げの効果や新商品の投入等により少し持ち直したものの、売上は期初予算に未達となっています。一方、遺産寄付は実績がなく、法人寄付金、募金収入についても不振な状況が続き、期初予算比大幅未達となりました。以上より事業活動収入合計は、879百万円と期初予算（1,055百万円）比83.3%の結果となりました。

支出については、事業費支出合計が999百万円（期初予算比86.8%）、管理費支出合計が126百万円（期初予算比92.5%）であり、事業活動支出合計は、1,125百万円と期初予算（1,286百万円）比87.5%となりました。この結果、事業活動収支差額は、税引き後で、245百万円の支出超過となっています（期初予算では、241百万円の支出超過を予定していました）。

■ 事業活動収入

収入合計 879百万円 期初予算比 83.3%

(主な収入項目)

個人会費	313百万円	期初予算比 94.9%
法人会費	44百万円	期初予算比 94.6%
個人寄付金	173百万円	期初予算比 156.3%
法人寄付金	99百万円	期初予算比 54.9%
募金収入	30百万円	期初予算比 66.3%
遺産寄付	0百万円	期初予算比 0.0%
補助金	24百万円	期初予算比 41.1%

■ 事業活動支出

支出合計 1,125百万円 期初予算比 87.5%

事業費支出	999百万円	期初予算比 86.8%
管理費支出	126百万円	期初予算比 92.5%