

2005年度（平成17年度・第35期）事業計画書

財団法人 世界自然保護基金ジャパン
（WWF ジャパン）

2005年度（第35期）事業計画

． 総 括

1．2004年度概観

経済環境の厳しき中、2004年度はこれまでに推進してきた基盤固めをフォローするとともに、その基盤を礎に当会ならではの地歩を固めることに注力してまいりました。その結果、特に自然保護室を中心とした活動で成果を見る一方で、財政面でも2003年度に続いて複数の大口遺贈などがあり、収支改善も図られる見通しとなりました。

2．2005年度基本方針

2004年8月に自然保護室長の交替があり、2005年度の活動については、新たな体制で再出発を図ることといたします。

(1) 原点

引き続きWWFの6つの重点課題（TDP=Target Driven Programme）「森・海・水・種・気候変動・有害化学物質」および重点エコリージョン（EAP=Ecoregion Action Programme）を軸として活動を展開します。

(2) 予算・事業規模

厳しい事業環境下、支出は活動費を前年並確保のうえ更に将来に備えての投資および自然増分を見込んでの+ 規模とし、収入はこれに見合う努力を行います。

引き続き重点指向を試み、資金の有効活用を図ることといたします。

3．2005年度重点施策

(1) 個人情報保護対策整備推進

2005年4月から全面施行の「個人情報保護法」に即した施策・体制の確立・フォローを行います。

(2) インターナショナルな連携

改訂WWF憲章（チャーター）に基づくWWFインターナショナルとの連携（含ビジネスプラン策定・蓄積されたノウハウの活用等）をより推進することといたします。

自然保護活動の連携

6TDP、および重点エコリージョン等それぞれの活動における連携。

ファンドレージング（資金獲得活動）での連携

グローバル企業の日本ブランチへのアプローチ等、WWFインターナショナルとの連携を推進。

(3) 人事・啓発制度の整備推進

雇用形態区分の見直しとその取り扱い上の制度整備を確立・フォロー。

WWFインターナショナルの啓発諸制度の活用・連携強化。

その他将来に向けての諸制度の試行検討。

(4) マネジメント基盤の再整備

情報インフラストラクチャー（基盤）、特に IT (Information Technology) 戦略施策の更なる推進強化。

組織・職制見直しと再設定

諸規程・基準等の再整備とフォロー。

(5) 外部アピール努力

各室・各活動の外部アピール（広報・宣伝・情報開示等）をこれまで以上に注力します。そのための内部体制再整備を図るとともに、各活動ごとの広報計画策定とフォローを行います。

もとより、当会の活動については、広い支持層からの信頼が基盤であり、今後ともこれを裏切ることのないよう万全の努力を傾注することといたします。

以上の基本方針・重点課題をふまえて、各部門の活動計画および予算を設定し、展開のことといたします。

以上

．2005 年度自然保護室活動方針

1．基本方針

当会のナショナルターゲット(長期保全目標)達成に向けて、引き続き努力する。6 TDP(Target Driven Programme : 重点目標) が目指す One Global Programme (世界統一プログラム) への貢献とエコリージョン保全の手法、およびトラフィックの活動に合わせた組織づくりを進め、WWF やトラフィックのネットワークと情報を共有することで、より迅速で効果的な保全の達成を目指す。

特に 2010 年に当会があるべき姿を、中期目標として「コンサーベーションプラン(中期保全計画)」にまとめ、今後 5 年間は、コンサーベーションプランと、合わせて作られるビジネスプラン(中期事業計画)にのっとり活動を展開していく。したがってコンサーベーションプランは、WWF ジャパンの保全活動工程として事務局全体で共有できる形に整え、また英訳して WWF ネットワークに報告する。2005 年度はコンサーベーションプランの策定と導入期として、各プログラムの達成目標、プロジェクトファンドの自助努力目標、人員計画、そして達成度の評価基準をなるべく具体的に設定(数値化、達成時期の明記など)する。

プログラムごとに、利害関係者の生の声を、保全活動に反映させるべく努力する。各関係者が保全計画に前向きな姿勢で取り組めるよう工夫と対話を怠らず、世界の WWF ネットワークの利点も生かした、当会ならではのリーダーシップを発揮する。

より多くの人々に、自然環境に対するより包括的な理解を促し、身近な問題としての意識を高めるために、当会の活動成果を効果的に発信していく。そのための多角的な広報戦略を立てるとともに、各プログラム担当者は、自分のプロジェクトの一般に対する見せ方、あるいは見え方を、常に意識して広報担当者に伝えていく。

(1) 保全活動プラン

- ・ 各プログラムとも優先分野を見極め、確実に成果が得られるプロジェクトを、数を限ってデザインする。
- ・ 各プロジェクトは準備 1 年、展開 2 年、定着(とフェーズアウト) 2 年の 5 年をめどに計画する。2 年の定着期間中は、特に成果の出版や円滑なフェーズアウトに努めるとともに、プロジェクトの発展解消を目指し、ナショナルターゲットに沿った次段階のプロジェクト立案を視野に入れる。
- ・ 各プロジェクトについて主な目標と必要な活動内容を記述し、ナショナルターゲットと WWF ネットワークのターゲット(長期目標)、マイルストーン(中期目標)にどのように貢献するかを、具体的、定量的に描写する。さらに年次ごとに、プロジェクトの達成評価基準を設定する。
- ・ 各活動内容に対する予算状況と見通しを確実に把握する。予算状況に応じて、内部で人員を確保するのか、外部パートナーとの協力体制のもとにプロジェクトを推進するのか、的確に判断する。
- ・ 人件費、管理費を含むプロジェクト経費の全体像を各担当者が認識し、コストパフォーマンスを強く意識して活動計画を立てる。外部資金を積極的に導入して、経費補填を推進する。
- ・ WWF ジャパンとしての林産物調達方針、脱温暖化メニュー、化学物質使用方針その他、環境保全団体としての方針を立て、実行していく。

(2) コミュニケーションの充実

- ・ プロジェクトを円滑に進めるために、グループ会議を週1回開き、プログラム担当者のあいだのコミュニケーションを密にする。グループ会議において、各担当者は自分の担当業務の進捗状況と問題点を簡潔に報告する。
- ・ WWF ネットワークのターゲット、マイルストーンに対する具体的な貢献を目指した活動を強化し、ネットワークとのコミュニケーションを促進する。
- ・ WWF ネットワークに対して、日本の環境問題の特異性を積極的に発信し、理解と実情に即した協力が得られるよう努力する。

(3) 広報戦略

- ・ 各プロジェクトで特に広報に力を入れる必要のあるテーマについては、年度はじめにあらかじめ広報グループ会議に企画を提出し、多様なメディア戦略を練って多角的な広報を試みる。場合によっては、別途ワーキンググループを構成して万全を期す(パブリックキャンペーンなど)。
- ・ 環境問題が主たる関心事ではないセクターをターゲットとした、具体的な提案とインセンティブに関する広報活動を強化する。保全の必要性を“主張”するばかりでなく、環境保全のマイナスイメージを払拭するような、経済効果も期待できる斬新なアイデアを工夫し、発信する。
- ・ 当会の露出度を高めるために、シンポジウム・ワークショップや学会参加の際は活動の発表を行う。内容はビジネスプランに貢献するものを選び、将来的に出版に結びつく形に整える。

(4) 助成事業を活用したパートナーシップの充実

- ・ WWF の運営する助成事業を改革し(仮称:パートナーシップ事業)、自然保護室のプログラムに即した活動を展開する団体との連携を図る。
- ・ プログラム担当者は、研究者(集団)への委託事業という形には当てはまらないが、プロジェクト遂行上、大きな貢献を望める活動を展開する民間団体(保全活動に重要な地域の住民の意識調査、ターゲット種の地域集団の基礎調査など)を開拓する。その団体との連携の中で環境保全プロジェクトを推進することによって、内部プロジェクトの展開にも広がりを持たせることを目指す。

(5) モニタリングと評価

- ・ プロジェクトの成果について、TDP ターゲットを踏まえ、コスト・ベネフィットの視点に立った厳しい自己評価を徹底する。
- ・ プロジェクトの成果について、外部評価の導入を試行する。
- ・ グループの機能をプロジェクトの計画、モニタリング、評価に置き、そのすべての段階で、グループ内での議論と相互評価を徹底する。

(6) 助成金などの獲得による活動資金の自己調達

- ・ 公的、私的助成金の獲得を、外部評価に耐える活動計画であることの指標として位置付け、助成金獲得実績を、プロジェクト評価の重要な柱とする。
- ・ 企業からの助成の獲得も、これに準じるものとして評価する。

- ・ 各プロジェクトにおける、WWF ジャパンに対する用途を限定しない寄付金などに依存する活動資金の額を、2002年度の80%以内に抑制する。
- ・ 助成金などによる活動資金が、予算総額の30%に満たないプロジェクトは、2004年度以降の継続について、特に慎重に検討する。

以上

．2005 年度業務室活動方針

1．基本方針

当会の多岐にわたる自然保護活動を長期的に支え、かつ諸活動の屋台骨である組織を健全に維持し、しかも恒常的にサポーターを獲得し企業との対等なパートナーシップを構築するには、資金調達拡大・強化の好循環を生み出せるよう、業務室の資金調達活動にもさらに投資ができる状況にしていくことが必要である。しかし、これを実現するには、中長期を見据えた大幅な増収計画が必須である。2010 年に業務室による収入を大幅に成長させるとする拡大戦略を実現するといったシナリオにたち、2005 年度はその基盤構築の時期と位置付け、新規人材の投入および新規活動の展開により、いっそうの資金調達力の強化を図りたい。

各グループ共通の重点活動課題として、2004 年度から継承するものも含め、以下の 5 点を掲げる。

- 安定的、持続的資金の確保に努めるとともに、特に幅広い実行を可能とする使途を特定しない資金の拡大努力を行う。
- 各担当業務において、パートナー等とのコミュニケーションを密にし特に多角的な提案活動（クロスセル/アップセル）の機会創出を図るべく、積極的な展開を行う。
- 資金調達力/認知度向上力/サポーター満足度向上力のある広報活動の拡大をはかる。
- 予算達成が業務室の” ミッション ”であることを各スタッフが深く認識し、それぞれの職務において常にコストパフォーマンス、新規マーケット開拓、サポーター/顧客満足度向上を意識した活動を展開する。
- 国際的な活動の展開およびネットワーク連携が国際 NGO としての WWF の競合優位性のひとつであることを認識し、各スタッフが WWF ネットワークの一員であることを意識し、国際知識および語学力の向上に努める。

2．グループ重点課題および活動計画

（1）RM（Relational Marketing: 対個人サポーター）グループ

個人サポーターを担当する RM グループは、昨年度に引き続き、個人サポーターに直接働きかけるダイレクトマーケティング業務、会報、事業報告書、各種パンフレットなど、サポーター向けの情報サービスを図る情報サービス業務、募金箱や設置パンフレットおよびサポーターグループなどのネットワークを活用して新規サポーターの獲得を図るネットワークマーケティング業務を 3 つの柱として活動を展開している。

基本方針

- 新システム・新体制による業務の円滑な遂行と、新システムの活用。
- 新サービスの実施と情報サービス強化による会員維持率 91%突破と RM グループ予算収入 4%アップを目指す。

活動計画

- 新システムの導入に際して、サポーター情報の運用管理、発送業務などの移管業務の円滑な業務フローの整備と円滑な遂行、およびタイムリーで正確なパフォーマンス管理と分析・評価を

行なう。

- ダイレクトマーケティング業務関連においては、下期に向けた新会員制度の実施、サンゴ村民制度の見直し、初の海外ツアー実施を含むツアー機会の拡充、新システムを活用したより戦略的マーケティング手法を模索する。
- 情報サービス業務関連においては、入会パンフレットの刷新、会報およびパンダニュースのリニューアル、ドネーションアピールおよびその他プロモーション支援、電子化を含む中長期的情報サービスのあり方を模索する。
- ネットワークマーケティング業務関連においては、新入会パンフレットと新募金箱・パンフレットスタンドの開発による募金収入と新入会促進、および「パンダクラブ」などの会員グループとのコミュニケーション強化によって新規サポーターを開拓する。

(2) BPM (Business Partnership Management: 対法人サポーター) グループ

主に法人サポーターを担当する BPM グループでは、法人会員維持・開拓業務、法人寄付案件業務、ライセンス/プロモーション業務、法人が関連するイベントの実施、知名度向上を目的としたメディアとの関係強化などの業務を展開している。2005 年度、新規人材の投入と活動費への増資によって新規案件の開拓を強化する。

基本方針

- 外部からのアプローチにてもたらされる案件の処理を中心とするプル型戦略から、より能動的に提案活動を展開することによって新規案件を開拓するプッシュ型戦略への転換によって、増収の機会を創出する。
- 意識調査において、WWF の自発想起率 25% を獲得する。
- 法人会員企業を中心に、多角的、複合的な関係構築をめざす。

活動計画

- 企業向け提供情報の拡充：法人向け提供資料パッケージのコンテンツ改訂、法人会員部分説明の強化
- 企業向け広告/啓蒙活動の展開：法人向け媒体において、特に CSR 担当者をターゲットとした広告の出向、法人向けシンポジウムの開催、代理店向けプレゼンテーションの実施。
- 個別企業への営業展開：新規人材投入による法人会員企業を中心とした提案活動および WWF インターナショナルと連携した国際企業へのアプローチ。
- セグメント別アプローチ：50 代女性、30 代女性、自然派、富裕層をターゲットにした広報・営業活動の展開。
- 遺贈・相続案件受注を目的とした業務提携先との活動展開および新規法人パートナーの開拓。

(3) パンダショップ

WWF の通販事業「パンダショップ」の収益の一部が WWF の自然保護活動資金として充当されており、当会の安定した収入源となっている。しかし、2004 年度は対予算約 90% と達成には及ばず、2005 年度の売り上げを 2003 年度水準値に回復させることが最大の課題となっている。

基本方針

- 「WWFの活動に貢献する自然保護活動の一環としての通信販売」という基本理念によって、他通販サービスとの差別化を図る。
- 顧客満足度の高い購入ツールとするべく、各種サービスを充実させる。

活動計画

- ホームページ、カタログ上での「基本理念」の明確な提示。
- カタログ25号記念としての紙面刷新による顧客の引き戻しおよび新規開拓。
- インターネットを使ったプロモーションの検討およびウェブ限定販売の試行。
- 送料設定、高額購入者メリットなど、昨秋実施のアンケート結果に基づく各種通販サービスの改善。
- 業務室他グループとの連携による対法人、卸売りなどの大口販売強化。
- イベント出展など、積極的な告知活動の展開。

以上

. 2005 年度企画調整室活動方針

1 . 基本方針

自然保護室のコンサベーションプランに基づいて、ビジネスプラン(中期事業計画)を策定する中で、企画調整室担当業務の中期計画を明確化する。特に 2005 年度は、中期的に必要なとされる業務内容に即した組織編成の整備を目指し、全局スタッフとしての機能強化に努める。

2 . 重点課題

- 個人情報保護対策
- 人事諸制度整備
- IT 戦略策定
- サポーター情報管理システムの構築

以上