



水を利用する各主体同士の情報共有を促進させることによって、それぞれの責任 (Social Responsibility) を明確にし、生命にとって必要不可欠な水源地を持続可能に利用していくための管理・保全体制を構築します。

■2012年度の活動

アプリとクイズで啓発活動

Earth Day Tokyo 2012や、FUJI ROCK FESTIVAL'12でのブース出展において、日常生活と水の関わりについてクイズ形式で啓発しました。また、消費者の食を通じた間接的な水利用を可視化するWEBアプリの試用版を作成し、Earth Day Tokyo 2012においてブース来訪者にモニターになってもらいました。



ブース出展の様子

水源現地視察

2010年に水源視察で訪れた山梨県北杜市に再度視察を行い、2年前との問題の変化を調査しました。そこで北杜市の水源管理担当者の方や現地住民の方にヒアリングを行いそれぞれの方に今議論されていることなどを仲介して伝えることができました。

水源保護啓発セミナー

「みんなで守る、みんなの水。」開催

11月に開催したセミナー「みんなで守る、みんなの水。」において、皮むき間伐による森林保全を行うNPO「森の蘇り」の代表、大西氏を招き、更に15人の外部参加者とともに水源保全の実践について考えました。また、NPO 森の蘇りが主催する静岡県富士宮市の皮むき間伐のツアーに水源 WATCH!プロジェクトのメンバーが3名参加し、市民参加型の水源保全手段としての可能性を探りました。



2012 年度の総括

2012 年度末に控えたリーダー交代に向けて、新しいメンバーを中心に、新しい活動をつくりあげていった1年でした。スタディツアーなどを通してまずは私たちが市民参加型の水源保全の可能性を感じ、それをセミナーによって市民に伝えていく、という活動の流れを生むことができました。セミナーでは、参加者からの「現地で保全に取り組んでいる方々を消費者として応援していきたい」という声 が依然として多く、このような意志をアクションに変えていくための仕組みづくりの必要性を強く感じました。そこで、2013年度は仕組みづくりの観点から、自販機からの購入による水消費を相殺することを目的としたチャリティーベンダーのしくみを、多くの法人、企業と連携し、拡大していくキャンペーンを実施していこうと考えています。

2013年度に向けて――

長期目標

企業、行政、消費者、学生、NPO、NGOを含む市民が水源枯渇の問題と市民各々にとって実践的な解決方法を認知し、実行している、かつ協働して地下水源が持続的に利用され、健全に循環されている状態にしていきます。

短期目標

- ・水保全の新たな仕組みを作り出し、世の中に広めていきます。
- ・水源地で起きている過剰取水などの問題や将来起こり得る問題を市民に対して広く伝えます。

実行手段

- ・チャリティーベンダーの仕組みを導入したベンダー設置に関して、一つ以上の団体、法人内への設置を目標とします。

- ※チャリティーベンダー・・・自動販売機で売られている飲料水の価格を数十円高く設定し、その分を水源保護活動に寄付する仕組み
- ・セミナーを実施することで、水問題に対して市民が考える機会を提供していきます。
 - ・水源で起きている問題や水に関わる法整備、そして水に対する消費者の意識や使用状況などについての情報をプロジェクトの WEB サイトに掲載していき、facebook「いいね!」・twitterの「RT(リツイート)」合わせて500カウントを達成します。

チャリティーベンダーキャンペーン

～水を消費することが、水を守ることに～

いま、世の中の飲料の値段は120円です。しかし、大学、会社内の自動販売機は100円に値下げされています。そこでそれを120円に戻し、差額20円が水源保護活動に使われるとしたら…水源保護の経済的しくみが生まれます。

これからの活動
～チャリティーベンダーキャンペーン～

いま、世の中の飲料の値段は120円。しかし、大学、会社内の自販機は100円に値下げされている。

そこでそれを120円に戻し、差額20円が水源保護活動に使われるとしたら…

水源を取り囲むしくみに新たな流れが生まれる

消費者 120円 → 20円 → 水源

これからの活動
～チャリティーベンダーキャンペーン～

キャンペーンの目的
導入を様々な企業や組織に広げることによって問題を周知をさせる。
水を買う行為を水を守る行為に変えていくことで過剰取水をオフセットする。

また、毎年、活動報告フォーラムを開き、その場には取水に関係する企業、導入企業、行政やNGO/NPOの人たちを集め、相互理解の場を設け、水源の「適切な循環」の構築を目指します。

企業、行政、消費者、学生、NPO、NGO

水源で起きている問題とわたしたちのアンケート。

水は使っても使ってもなくなる?

地下水は、みんなのもの。

【水源地】
【市民-わたしたち】
【企業】
【地方自治体】
【地域住民】

つながりの森を未来へ



豊かな森林を未来世代へとつなぐため、森林の管理と利用をその地域の生物多様性や森林とつながりのある人々にとって持続可能なしくみとします。

■2012年度の活動

Paper change! 漫画アクション —漫画の紙を FSC 認証紙へ—

FUJI ROCK FESTIVAL '12へブースを出展し、漫画に使用されている紙を FSC 認証紙に変えようという呼びかけを通して市民への普及啓発を行いました。

海外ワークキャンプ「青年が動く！ マレーシア 青年 NGO ツアー」開催

特定非営利活動法人ケアリングフォーザフューチャーファンデーションジャパン (CFF) と共同で未来を担う若者を森林破壊の起こっている現場とつなぐことを目的とし、11月1日から6日にかけてマレーシアのサラワク州を訪れ、3つの立場の方々にお話を伺い、現場の状況を多角的に知ることができました。まず、現地の NGO から森林破壊や人権問題についてお話を伺い、次に森林伐採・プランテーション開発に脅かされている先住民にヒアリングしました。また、こうした問題に対するマレーシア政府の取り組みであるコンポストについてのお話を伺いました。海外ワークキャンプの参加者としては、チームメンバー3名、ASJ活動会員2名、CFFメンバー3名、一般の若者3名が参加し、合計11名の広く未来を担う若者をエンパワーすることができました。

「グリーンエコノミーワークショップ —知らないを踏み出せない、わたしの生活と環境問題—」開催

2月26日に京都にて開催しました。マレーシアへの海外ワークキャンプに参加したメンバーから現地レポートとして、現地で起こっている事や見てきたことについて伝えました。そして、貿易ゲームを通して森林とわたしたちのつながりについて考えを深めていただきました。



2012年度の総括

わたしたちつながりの森を未来へプロジェクトは、「森林と人を含む全ての生命」を未来へつなぐために活動してきました。2012年4月に本格的に活動を開始し、7月にはFUJI ROCK FESTIVAL '12でのブース出展で「漫画キャンペーン」を通して市民への呼びかけを行い、11月にはマレーシアへの海外ワークキャンプを実施しました。

海外ワークキャンプでは、問題の現場を自分の目で見るという経験から、日本での生活とのつながりについて考え、問題解決のために行動するきっかけを創りました。12月には、ツアーの現地報告を兼ねたワークショップを実施しました。

<プロジェクトの解散について>

2013年3月末、プロジェクトは終了しました。これまで多くの方々に献身的なご支援をいただき、一定の成果を生み出すことが出来ました。

これからも A SEED JAPAN では、国内外における森林問題を含め、青年の立場から、問題の根本を見据え、長期的な視点にたって持続可能な社会に向けた活動を続けていきます。



ホンキでテレビがCSR

持続可能な社会のために個人が主体的に メディアを選択する 社会に向けた提言・啓発活動

メディアが健全な民主主義の実現に貢献しうる公共性（メディアCSR）を果たし、個人が持続可能な社会のために主体的にメディアを選択する社会にします。

■これまでの活動

提言——大手民間テレビ企業にも社会的責任を求める活動を行いました

2010年5月、大手民間テレビ企業5社に対してメディア企業の社会的責任（以下メディアCSR）を問い、市民に広く発信することを目的に公開アンケートを送付しました。返答があったのは2社、「メディアCSRを推進するためにNPOと協働することは2社。いずれも「検討したい」との回答でした。この公開アンケート結果は、Earth Day Tokyo2010で公開しました。ブースを訪れた方々からは「マスメディアからのCSR報告書発行を期待する」「マスメディアとNPOの協働は必要」という意見をいただきました。



啓発——ニュースツイート

ニュースツイートは「大手民間テレビ企業の報道番組について、一緒にツイッターでつぶやこう！」というアクションです。2011年から2年間毎週月曜日に大手民間テレビ企業の報道番組を対象に実施しました。

※日本テレビはNews ZERO、テレビ朝日は報道ステーション、TBSはNews23クロス、フジテレビはNews JAPAN、テレビ東京はワールドビジネスサテライトで実施（番組名はすべて2012年当時）

twitterの機能であるハッシュタグを利用し、ニュースツイートのつぶやかれたつぶやきは一覧できるようにしました（※ハッシュタグ#tvcsr）また、単につぶやいてもらうだけではなく、メンバー自身がニュースツイートに参加し、報道番組を評価する基準として市民の「知る・伝える・変える権利を守る責任」をメディアとして果たしているかどうかという視点でつぶやき、この基準を推奨していました。毎週つぶやかれたつぶやきは、メディアCSRプロジェクトWEBサイトでまとめて公開しています。まとめたつぶやきは大手民間テレビ企業に送り、ニュースツイートを通じた市民の声を届ける活動を行いました。



メディアとの対話——マスメディアと公共性に関する意見交換の場をつくりました

大手民間テレビ企業と対話の場を設けるため、「ホンキでテレビがCSRフォーラム2010～今こそ求めたいマスメディアの公共性と社会的責任(CSR)～」を2011年に開催しました。テレビ東京のCSR担当者にご登壇頂き、市民メディアの方、広告企業の方も交えて互いの主張を伝えあい、どのようにメディアの社会的責任を果たすかについて意見交換をすることができました。また、フォーラム以外にも大手民間テレビ企業の報道番組関係者へ意見交換をする機会を提案し続けました。結果、非公式ながら数回担当者とは意見交換する機会をつくることができました。



<プロジェクトの解散について>

2012年12月にチームは解散しました。これまで多くの方々から献身的なご支援をいただき、一定の成果を生み出すことが出来ました。活動の一部は『未来生活 now』へ引き継ぎ、形は変わりますが継続していきます。