

事業計画書

2017年度

自 2016年7月 1日

至 2017年6月30日

公益財団法人 ケア・インターナショナル ジャパン

活動の概要

2020年までの将来像「長期ビジョン 2020」に向かって、3ヶ年の「中期戦略計画 2017(2014年7月～2017年6月)」を実施している。「2017年6月までに、貧困の根源的な解決と尊厳のある世界に向けて、明確な付加価値のもと、財政を立て直し、認知度と影響力があり、より貢献度と効率性が高い組織となる」ことを目指していく。

今年度は、昨年度に獲得できた政府系資金によって、開発支援事業を確実に成果が生まれるように実施していく。また、法人からの継続的な大口寄付が途絶えたことを受けて、今年後は実績のあるキャンペーンのスケールアップ、役員や関係者の協力を得て企業連携による民間資金の更なる多様化を推し進めていく。

なお、海外における事業の展開については、今年度は以下の4つの事業を実施する。

区分	新旧	国	事業名	支援元
開発①	継続	ガーナ	ソーシャル・ビジネス事業	味の素
開発②	継続	東ティモール	コミュニティ・ラファエック事業	支援組織、 個人、企業等
開発③	継続	東ティモール	エルメラ県アッサベ郡農村地域の生 業向上事業	外務省、 支援組織等
開発④	継続	ガーナ	北部州イースト・マンプルーシー郡 2 歳未満児の栄養改善事業	外務省、 味の素等

1. 事業部署 【公益目的事業1】

<p>基本戦略1</p> <p>「女性と女子」というテーマに基づく事業の実施と評価に基づく支援効果、持続発展性の向上</p>
<p>活動計画</p> <p>1. 事業運営管理の重点課題</p> <p>A) 各事業計画へのジェンダー視点の反映 ・ジェンダー・チェックリストを継続的に活用し、事業の質の向上を図る。</p> <p>B) 各事業サイクルにおける評価と評価に基づく事業運営 ・簡易評価システムを継続的に活用し、事業の質の向上を図る。</p>
<p>基本戦略2</p> <p>民間資金の拡大と自己資金能力の向上</p>
<p>活動計画</p> <p>1. 事業規模と質の確保</p> <p>C) 政府系助成金の継続的獲得による事業規模の確保 ・東ティモールとガーナでの事業実施に向けた調整及び申請を行い、助成金継続獲得と事業実施を目指す。 ・将来の公示案件への参入を視野に、コンサルタント会社等との連携を図る。</p> <p>D) 事業申請書及び事業報告書の精度の維持と向上 同上。</p> <p>2. 企業連携の促進</p> <p>E) 対象国のニーズに合致した企業連携事業の構築 ・政府系助成金事業の実施国(東ティモール、ガーナ等)での企業連携を構築する。</p> <p>3. 現地事務所の戦略的選択</p> <p>F) 継続的かつ安定的連携を可能にする現地事務所の戦略的選択 ・アジアの数ヶ国(東ティモール、ベトナム、カンボジア等)に限定した集中的な事業支援を行う。</p>
<p>基本戦略3</p> <p>戦略的なコミュニケーション(働きかけ)の強化</p>
<p>活動計画</p> <p>1. ドナーリレーション強化</p> <p>G) 政府系ドナーとのより良い関係性の構築 ・事業申請・採択の継続的な実績を残す。</p>
<p>基本戦略4</p>

収支管理の改善とリソースの有効活用
活動計画
1. 事業部内組織強化
H) 職員の成長の機会の提供と各自のパフォーマンスの向上 ・日本人派遣駐在員と新規スタッフ向け内部研修を充実させる。

2. マーケティング部署 【公益目的事業2】

<p>基本戦略1 「女性と女子」というテーマに基づく事業の実施と評価に基づく支援効果、持続発展性の向上</p> <p>基本戦略2 民間資金の拡大と自己資金能力の向上</p> <p>基本戦略3 戦略的なコミュニケーション(働きかけ)の強化</p>
<p>活動計画</p> <p>1. 広報・ブランディング強化</p> <p>A)適切なポジショニング確立とブランディング再構築・強化</p> <p>B)明確なターゲット設定に基づく広報メディアの多様化</p> <p>C)ファンドレイジングを意識した広報戦略実践</p> <p>D)広報効果の評価分析強化</p>
<p>2. 個人支援者の維持・拡大</p> <p>E)支援者のステップアップを意識した戦略的コミュニケーション</p> <p>F)「単発寄付者」の参加・支援機会の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア/プロボノの登録促進と活用強化 ・ファンドレイジングボランティアによる活動促進とチームマネジメント強化 ・外部ポータルサイトならびにクラウドファンディングの活用 <p>G)「継続寄付者」の参加・支援機会の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・DMの戦略的展開を通じた継続寄付の促進 ・オンライン寄付の強化 ・歩く国際協力「Walk in Her Shoes」への参加促進 ・つながる国際協力「CARE スマイルギフトキャンペーン」への参加促進 ・有料イベントへの継続参加促進 <p>H)「定期支援者(マンスリーギビングプログラム支援者=MGP)」の維持・拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な手法を通じた新規 MGP 獲得 ・既存支援者への支援額増額の依頼 ・支援者交流会の企画・開催 <p>I)「大口支援者」の維持・拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロイヤリティが感じられる特別なコミュニケーションの継続 ・特別寄付プロジェクトの提案 ・他団体と連携した遺贈に関するキャンペーンの展開

3. 企業連携の維持・拡大

J) 資金提供(一般寄付)による支援拡大

- ・既存法人会員の維持と新規獲得
- ・寄付付き商品(CRM)での連携に向けた広報ならびに法人営業
- ・大口の法人寄付者への寄付依頼
- ・歩く国際協力「Walk in Her Shoes」への協賛獲得
- ・法人相談ならびに講師派遣についての広報強化

K) 資金提供(特定寄付)による支援拡大

- ・(事業部戦略と連動し)特定国・分野における事業への特定寄付獲得
- ・つながる国際協力「CARE スマイルギフトキャンペーン」への協賛獲得
- ・BOPビジネスでの連携に向けた広報ならびに法人営業
- ・法人向け CSR フォーラムの企画・開催

L) 物資/サービス提供による支援拡大

- ・歩く国際協力「Walk in Her Shoes」への後援/協力の獲得
- ・つながる国際協力「CARE スマイルギフトキャンペーン」への後援/協力の獲得
- ・プロボノ支援獲得
- ・社員参加ならびに国際協力理解の促進

4. 支援組織の維持・拡大

M) 特定事業を通じた支援強化と啓発促進

N) 支援組織間のコミュニケーションと連携強化

- ・代表者会議の企画・開催

O) 地方における認知度向上に向けた相互連携促進

- ・支援組織ならびにその活動の広報強化
- ・マーケティング施策への協力促進

3. 管理部署 【法人】但し、一部【公益目的事業1】あるいは【公益目的事業2】

<p>基本戦略1</p> <p>「女性と女子」というテーマに基づく事業の実施と評価に基づく支援効果、持続発展性の向上</p> <p>基本戦略3</p> <p>戦略的なコミュニケーション(働きかけ)の強化</p>
<p>活動計画</p> <p>1. 主要なステークホルダーへの発信力の強化</p>
<p>A) 役員・支援組織・個人支援者等への情報共有の工夫 【公益目的事業2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報内容が十分に理解してもらえるように伝達方法を改善する。 ・ケア・インターナショナル総会・委員会への出席・発言
<p>B) ジェンダー啓発の促進 【公益目的事業2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・男女共同参画センター、ジェンダー関連団体とも連携してセミナー等を開催する。 ・ケア・インターナショナル総会へジェンダー啓発を促進する。
<p>C) アドボカシーの強化 【公益目的事業1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他団体と協力して、日本の ODA、持続可能な開発目標 (SDGs : Sustainable Development Goals)、ジェンダー関連、アフリカ開発会議(TICAD) VI に優先順位を置き、政策提言を行う。
<p>基本戦略2</p> <p>民間資金の拡大と自己資金能力の向上</p>
<p>活動計画</p> <p>1. 多様な民力の結集 【公益目的事業2】</p>
<p>D) 新規支援組織の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発足にあたりオリエンテーションを行う。
<p>E) 大口支援者の獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> ・遺贈寄付の開拓を他の公益国際 NGO と協働して展開する。
<p>F) 企業連携の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・助成金実施国以外での企業連携を促進する。
<p>H) 「あつめて国際協力」の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・書き損じハガキや切手等のモノによる支援機会を積極的に宣伝する。
<p>基本戦略4</p> <p>収支管理の改善とリソースの有効活用</p>
<p>活動計画</p> <p>2. 実績管理システムの導入</p> <p>J) 各部署用の予算フォーマットの導入</p>

K)各部署用の月次予実管理の導入 L)NGO用経営指標の導入
3. 統一会計システムの運用 M)統一会計システム(Pamodzi)への実現性の検証
4. 職場環境の改善 N)規程類の整備と運用の徹底 ・規程に沿った運用を徹底するため、運用マニュアルを作成し、社員教育を随時行う。 ・助成金の活用も視野に入れ、在宅勤務を可能にする制度を本格導入する。 ・マイナンバー社会保障・税番号制度の導入に伴う規程類を整備する。 O) 備品管理の徹底 P) 職員間のコミュニケーションの向上 ・事務局内ニュースや定期的な事務局内行事を開催することにより、部署間のコミュニケーションを促進する。 ・ICT(情報通信技術)を活用したコミュニケーションの向上を検討する。
5. 組織評価制度の整備 Q)組織評価制度の策定 ・当財団が独自の制度を策定するのではなく、外部機関(非営利組織評価センター)を利用する。

以上

事業詳細

区分	開発①	国	ガーナ
事業名	ソーシャル・ビジネス事業		
対象地域	ノーザン州イーストマプルーシ郡の 13 コミュニティ		
対象者	対象地域の住民(主に、女性起業家 30 名と乳幼児 1,500 名)		
予算規模	6,525 千円(総事業規模 52,000 千円)		
実施期間	2012 年 8 月～2016 年 12 月 (4 年 5 ヶ月間)		
主支援元	味の素		
事業目標	ソーシャル・ビジネス事業としての継続的運営を確保するため、当財団の撤退を視野に入れ、コミュニティの主導力と市場メカニズムの継続による持続的な体制構築を目指す。		
活動計画	① 栄養補助サプリメントのソーシャル・マーケティング活動、②コミュニティ・ヘルス・ボランティア等を活用した栄養啓発の向上、③各コミュニティのリーダーとの撤退協議の開催、④各行政機関と地方議会との撤退協議の開催、⑤持続可能な卸(HUB)機能の構築を行い、パイロット事業を完了する。		

区分	開発②	国	東ティモール
事業名	コミュニティ・ラファエック事業		
対象地域	東ティモール全 13 県		
対象者	約 80,000 世帯 約 110,000 名の未就学児及び小学 1、2 年生 約 8,000 名の小学校教師		
予算規模	1,270 千円(総事業規模:年間約 1 億円 * 他ドナー資金を含む)		
実施期間	2014 年 6 月～2019 年 6 月 (5 年間)		
主支援元	支援組織、企業、個人		
事業目標	農村部の子どもの発育・教育状況と世帯全体の生活生計能力の向上を図り自立的な地域社会を目指す。		
活動計画	(1) 「コミュニティ・ラファエック」の作成・配布と対話ワークショップ: 3 年間のパイロット事業を終え、昨年度から本体事業として拡大実施の運びとなった本事業を引き続き支援していく。本事業では、社会・経済的脆弱度の高い世帯、とりわけ識字能力の低い世帯が、教育を受ける権利を含めた子どもの人権や子どもの発育や健康管理についての知識と実践能力を身に付けることと、成人向け識字能力、農業生産の適切な管理、小規模ビジネス起業や行政との関わり方等に関する知識と実践能力を身に付けるため、学習雑誌「コミュニティ・ラファエック」の作成・配布、そして雑誌を利用した住民参加の対話ワークショップを中心とした諸活動を展開する。		

	<p>(2) 事業の継続性の確保:</p> <p>事業費の削減と、雑誌の継続性を高める試みとして、営利、非営利の団体が宣伝や記事を雑誌に掲載するために、雑誌の一部ページを買い取るスポンサー制を取り入れており、今後ともスポンサー制を積極的に進める。更に東ティモールの人口の 6 割以上が携帯電話にアクセスできている状況を鑑み、将来的にはオンラインサービスによる雑誌の拡散も目指す。</p>
--	---

区分	開発③	国	東ティモール
事業名	エルメラ県アッサベ郡農村地域の生業向上事業		
対象地域	東ティモール、エルメラ県アッサベ郡の 4 村内 22 集落村		
対象者	30 の農民グループ(約 450 名)と 22 コミュニティ内約 1,246 世帯		
予算規模	31,568 千円(総事業規模:約 90,000 千円)		
実施期間	2016 年 2 月～2019 年 2 月 (3 年間)		
主支援元	外務省・支援組織		
事業目標	農村地域の生業機会の拡大を目指す。		
活動計画	<p>(1) 生業状況の改善に向けた活動:</p> <p>事業対象地域は、貧困地域であることに加え、昨今の気候変動に伴う災害の多発により農業生産が不安定であり、またコーヒー生産とその収入に過度に依存し、その生業状況は非常に脆弱である。この課題の解決のため、農業分野における持続的で多様な生業手段の構築に向けて、災害等の気候変動にも強い農業技術を適用し、農産物の安定的な収穫と生産性の向上を図る。また、農産加工品の技術移転によって収穫物の一部や加工品を市場で販売できるように積極的に経済活動に繋げていく。具体的には、様々な農業技術研修やビジネス研修及び実演活動を通して、平均 15 名のメンバーから成る 30 の農民グループの能力の強化を図る。技術研修の集大成として、事業の終了段階では、地域住民とともに、生業向上の中長期計画「集落村強靱化アクションプラン」を策定し、事業終了後も生業活動を継続実践していく。</p> <p>(2) 女性の意志決定の場への参加の促進:</p> <p>農作業や家畜の世話、市場での農産物の売買等において重要な役割を担っている女性が、生業活動と生業に関する意思決定に積極的に参加できるように、農民グループに属する女性のエンパワメントも同時に図る。具体的には 30 の農民グループのうち、10 の農民グループは女性のみから構成され、農民グループの女性メンバーを対象にリーダーシップ研修を実施する。また女性にアプローチするだけでなく、積極的に男性を巻き込み、農民グループの男性メンバー、女性メンバーの夫や郡男性職員を対象に、文化的社会的な男女の役割分担や差別について、男女の意識と行動の変化を促</p>		

	していく。
--	-------

区分	開発④	国	ガーナ
事業名	北部州イースト・マンブルーシー郡 2 歳未満児の栄養改善事業		
対象地域	北部州イースト・マンブルーシー郡の 60 コミュニティ		
対象者	(1) 直接対象者: 約 4,370 名の 2 歳未満児 約 25,690 名の子どもの保護者(女性約 13,120 名、男性約 12,570 名) 約 3,000 名の村内貯蓄貸付組合員(VSLA メンバー) (2) 間接対象者: 約 390 名のコミュニティ・ワーカー(栄養教育係、コミュニティ・ヘルス・ボランティア、男性栄養啓発員等)		
予算規模	44,624 千円 (総事業規模:140,000 千円)		
実施期間	2016 年 2 月～2019 年 2 月 (3 年間)		
主支援元	外務省・味の素		
事業目標	2 歳未満児の栄養と健康状態の改善を目指す。		
活動計画	(1)乳幼児の保護者を対象とした栄養啓発と食習慣の改善: ガーナの貧困層の約 40%は、北部州に居住していると報告されており、とりわけ、5 歳以下の子どもの栄養状態は悪く、同地の貧困率と連動している。子どもの栄養状態の改善は、将来的な貧困の予防の観点からも喫緊である。本事業では、コミュニティ・ワーカーが中心となり乳幼児の保護者らに広く栄養と健康に関する啓発メッセージを発信し、保護者を対象に、乳幼児の栄養に関する知識と適切な食事の摂取方法の定着を図る。また、先行事業の「ソーシャル・ビジネス事業」において導入した栄養補助サプリメント「ココプラス」を本事業でも継続的に導入し、保護者を対象とした調理方法の紹介の場等で、栄養価を付加する「ココプラス」の利用方法についても実演していく。 (2) 女性の経済的エンパワメント: 先行事業の「ソーシャル・ビジネス事業」では、村落貯蓄貸付組合(VSLA)内に女性起業家を育成し、女性起業家を通して栄養補助サプリメント「ココプラス」の販売網を構築してきた。本事業でも同様のアプローチを取り、女性起業家は保護者への「ココプラス」の販促を担うと同時に、コミュニティ・ワーカーとともに、対象地域の住民を動員し、乳幼児の栄養についての意識付けと理解の促進を図る。また、「ココプラス」の販売と乳幼児の栄養普及を担う女性起業家は、販売を通して得た収入で、それぞれの生活の向上を図れるだけに留まらず、将来的なビジネスの拡大にも投資ができるようになる。本事業においても、継続して女性起業家を育成し、女性の経済的エンパワメントに繋げていく。		