

事業報告書

2011年度

自 2010年7月 1日

至 2011年6月30日

2011年度事業報告

はじめに

今年度は、2011年3月11日に発生した東日本大震災により、組織として大きな変革を迎えることとなった。当財団はその使命に基づき、震災被災者への緊急支援を実施することとなり、国内での災害に初めて対応した。

重要課題

当初の2つの重要課題に加えて、東日本大震災への対応が最重要課題となった。

1) 東日本大震災への対応

国内で初めて災害対応をすることとなり、ケア・インターナショナルとしての基準を満たすべく、緊急支援体制の整備に迫られた。東京事務所の限られた人員体制、大量・高額な支援物資の調達など、多くの課題を伴った。

2) 市民の参画

一般市民の参加を促すため、料理教室や参加型キャンペーン(i care プロジェクトや Walk in her shoes)を新たに開始するとともに、その告知や周知拡散にあたっては、ツイッターやフェイスブックなどソーシャルメディアの活用を試みた。

また東日本大震災に際しては、複数の企業より社員ボランティア参加の要望があり、炊き出し活動を中心に参画の機会を提供した。

3) ジェンダー¹視点に立った活動

海外支援事業及び東日本大震災被災者支援事業においてもジェンダー視点に立った活動を実施してきた。ジェンダー規程は研修や策定協議まではできたが、制定までには至らなかった。

普及啓発事業においては、そのすべての活動において、ジェンダー視点に重点を置いた広報・マーケティング活動を展開した。

活動の概要

1. 国際協力事業(公益目的事業 1)

3つのフォーカス「人道支援、HIV/エイズ、女性と子ども」に沿って、アジア及びアフリカを中心に、

¹ジェンダーとは、生物学的性別に対して、社会や文化的に形成されてきた性別 (田中由美子「ジェンダーと開発」)

ジェンダーの定義は概ね4つの側面から捉えられる。1)「社会的・文化的に創られた性・性別・性役割」であることの含意における「構築性」、2)性のダブルスタンダードなど性の「非対称性」の側面、3)優位・劣位関係を組み込んだ性別秩序の「階層性」の側面、4)人種、民族、宗教、年齢など「他の階層問題とジェンダーとの重層性」の側面にわたるもの。(竹村和子「ジェンダー」、『岩波 女性学事典』)

合計7件(継続案件4件、新規案件3件)実施した。そのうち、緊急・復興支援事業が3件、開発支援事業が4件であった。また、事業対象国は6カ国(カンボジア、ベトナム、パキスタン、スーダン(南部)、アフガニスタン、日本)に及んだ。

1-1. 継続(完了)事業

(1)開発支援事業

- ① カンボジア国 ココン州青年男女の能力向上 (完了)
- ② パキスタン国 北西辺境州初等教育向上事業 (完了)
- ③ ベトナム国 HIV 陽性者自助グループおよび医療従事者の能力育成事業

(2)緊急・復興支援事業

- ④ スーダン(南部)国 水と衛生改善事業

1-2. 新規(中止)事業

- ⑤ パキスタン国 洪水緊急支援事業
- ⑥ アフガニスタン国 女子初等教育支援事業
- ⑦ 東日本大震災被災者支援事業
- ⑧ パキスタン国 初等教育向上事業 (中止)
- ⑨ インドネシア国 女性の自立支援事業 (中止)

2. 啓発普及事業(公益目的事業2)

国内におけるマーケティング活動においては、企業や個人の貧困削減への参画をはかることを目的に、「企業パートナーシップ強化」と「定期支援者の拡大」に注力した。

特に、東日本大震災の影響を多分に受け、一般寄付ならびに海外事業への寄付の大幅な落ち込みがあった一方、CARE 初のメンバー国(日本)での国内支援活動を中期に亘り実施することを決定したことで、メディアにも多数取り上げられるなど、国内におけるプレゼンスが格段に上がり、支援獲得につながった。震災への指定寄付のみならず、海外支援ではマッチングがほぼ不可能な人的・物的な支援を数多く受け入れ、顔の見える関係を通じて、支援者とのさらなる信頼強化につなげることができた。

活動報告

1. 国際協力事業(公益目的事業1)

1-1. 継続事業

(1) 開発支援事業

①カンボジア国 ココン州青年男女の能力向上事業

対象地域: ココン州 スマツミンチェイ地区およびボトウン・サコー地区

対象者: 青年期の男女、対象地域の住民 約 1,200 名

事業規模: 8,738 千円(総事業規模 約 88,500 千円)

実施期間: 2007 年 12 月～2010 年 11 月 (3 年間)

主支援者: 外務省、支援組織、一般寄付

事業目標: 青年期の男女、特に貧困層の 15～24 歳の少女を対象に、生活能力や意識向上のための教育プログラムの提供を通じた、社会・経済的機会の拡大を目標とする。

主な活動実績

- 1) 徒弟制職業訓練に参加した青年と小規模ビジネスに従事する青年の状況をモニタリング。
- 2) 職業訓練生のモニタリングおよび訓練生の状況・職業訓練機関・就職情報等のデータ管理。
- 3) 小規模ビジネスの経営状況のモニタリング及びネットワーキング構築のための会議。
- 4) 青年ビジネス経営にかかるネットワーキング構築のためのシェムリアップ州視察研修。
- 5) 青年助言委員会の定期会議。
- 6) 青年助言委員会と村教育委員会の定期会議。
- 7) 青年助言委員会と集合村評議会との会議。
- 8) 青年福祉にかかる意識向上活動。(女性の開発への参画の促進)

成果と課題

3年に渡る本事業は、対象者の家庭の事情等の理由もあり、当初参加した青年のすべてが全課程を修了することはできなかったものの、最終的に、徒弟制職業訓練と小規模ビジネスには合わせて 131 名が参加し、その約7割が何らかの仕事を得て生計を向上させた。

また、青年の就学・就労機会をめぐる、地域の継続的な支援を目指し、青年自身によ

る社会への働きかけも支援してきた。青年男女が意思決定の場に参画できるよう青年助言委員会を設置することで、集合村会議に参加して意見を提言できるように配慮するとともに、3年次には、ジェンダー研修や地域を巻き込んだ福祉に関わる意識向上活動なども行い、延べ1,000名以上が参加した。

さらに、活動実施の際には、特に女子の参画を重視した。カンボジアにおいて、一般的に女子は男子に比べて様々な機会に恵まれない傾向があり、女子の能力向上が地域経済に貢献する可能性は重要である。当事業の参加者は約6割～8割が女子で、その多くが、自分たちの可能性を認識し、実際の収入向上にもつながったことは、大きな成果である。

②パキスタン国 北西辺境州初等教育向上事業

対象地域： ハイバル・パフトウン・クワ州(旧:北西辺境州)アボッダバッド県

対象者： アボッダバッド郡6地区の小学生、住民 約22,700名

事業規模： 13,617千円(総事業規模 約52,000千円)

実施期間： 2009年1月～2011年1月(2年間)

主支援者(契約先)： 独立行政法人 国際協力機構(JICA)、株式会社ラッシュジャパン、
一般寄付

事業目標： コミュニティ(特に女性と女子)がフォーマルおよびノンフォーマル教育に関わる諸問題に対し自ら行動を起こせる力をつけることを目指す。

主な活動実績

- 1) 対象校20校のPTA、父母グループ、コミュニティ・ボランティアを対象としたフォローアップ研修の実施。
- 2) 四半期会合の開催。
- 3) 対象コミュニティにおける年次教育会議の開催。
- 4) 対象コミュニティ合同による教育の質向上会議の開催
- 5) コミュニティによる教育情報システムに関する研修の実施

成果と課題

対象校20校のPTA、父母グループ、コミュニティ・ボランティアを対象にした継続的な研修を実施することで、子どもたちの教育環境改善のための自発的・積極的な行動が確認できるようになった。事業終了が近づくとともに、コミュニティの変容を視野に入れながら実施したほうが効果をなす活動、また現段階で実施しても消化しきれない活動などを見極めたうえで計画を策定しなおした。各受益者を対象にした研修によって、約1年間にわたりコミュニティが自分たちで考え行動してきたことの成果が表れ、より明確かつ理解を深めることとなった。各コミュニティによって達成度は異なるものの、「コミュニティによる学校運営」の基盤は整ったといえる。

③ベトナム国 HIV 陽性者自助グループおよび医療従事者の能力育成事業

対象地域: ハノイ市及びホーチミン市

対象者: HIV 陽性者、エイズ孤児、HIV 陽性者の家族、保健医療従事者約 1,500 名

事業規模: 0 円²(総事業規模 約 47,833 千円)

実施期間: 2010 年3月～2011 年12 月 (21 カ月間)

主支援者(契約先): 独立行政法人 国際協力機構(JICA)、花王、キヤノン株式会社

事業目標: ハノイにおいて、HIV 陽性者グループおよび保健医療機関の「HIV 陽性者と OVC の教育・保健医療サービスへのアクセスの改善」に取り組む能力が向上する。

主な活動実績

- 1) 当事業の政府側パートナーである、ハノイ市のエイズ予防委員会との協議の実施。
- 2) ハノイ市における4つの公立病院における、HIV フレンドリーコーナー活動の実施。
- 3) 自助グループを対象とした、HIV陽性者とOVCの保健医療及び教育問題に取り組む能力向上のためのワークショップ・研修の開催。
- 4) 保健医療従事者を対象とした、HIV陽性者及びOVCへの理解と良質なサービス提供のためのワークショップ・研修の開催。
- 5) OVCを対象とした、メンタルヘルスケアのためのイベント開催。
- 6) ホーチミン市において、OVCを対象に教育物資支援(自転車)及び制服や教科書等の購買を目的とする教育費補助支援を実施。

成果と課題

今年度は、事業の実施にあたり重要な政府側パートナーであるハノイ市のエイズ予防委員会との協議を重ね、自助グループ、HIV 陽性者、OVC及び保健医療従事者を対象にした研修・ワークショップ等の実施体制を整え、実施してきた。なお、ハノイ市での4つの病院では、HIV フレンドリーコーナーを設置し、HIV 陽性者や家族に対し、HIV/エイズに関する情報の提供および医療診察へのリファラルを実施した。来年度は、政府側パートナーおよび HIV 陽性者の自助グループと協力し、教育関係者対象に研修、ワークショップ、啓発キャンペーン等を実施するとともに、既存の活動を引き続き実施する。また、中間レビューを行い、これまでの問題点を整理し、出口戦略を策定してゆく。

(2) 緊急・復興支援事業

④スーダン(南部)国 水と衛生改善事業

²内閣府の指導により、国際協力事業に関する収益・費用については事業完了時に認識し、未完了事業については「前受事業収益」「前払事業費用」として貸借対照表に計上している。従来計上に直すと、20,035 千円。

対象地域： ジョングレイ州トイチイースト郡
対象者： 帰還民、対象地域の住民 約 27,740 名
事業規模：12,703 千円³(総事業規模 約 156,000 千円)
実施期間： 2009 年 4 月～2012 年 3 月 (3 年間)
主支援者(契約先)： 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム、支援組織(山陽放送)、株式会社フェリシモ、株式会社ECC、一般寄付
事業目標： 対象地においてコミュニティが、安全な水を得ることができ、衛生施設を利用できるようになると同時に、正しい衛生知識と習慣を身につけることで健康的な生活を営めるようになることを目指す。

主な活動実績

- 1) 各対象コミュニティとの協議・調整の結果に基づく井戸掘削・建設の実施。
- 2) 水管理委員会の設立・ポンプメカニックの選定と研修の実施。
- 3) 各対象学校でのトイレ建設の実施。
- 4) 衛生促進ボランティアへの研修の実施。
- 5) コミュニティ及び学校での衛生啓発活動の実施。

成果と課題

対象地域で新規設置 8 本、トイレ 36 基の建設を完了した。また、井戸設置後もコミュニティで水場の維持管理が行えるよう、コミュニティ選出の水管理委員会・地方政府職員を対象にした合同研修の実施を行った。さらに、各コミュニティから 2 名ずつ選出した計 12 名のポンプメカニックに対し、技術研修を実施した。あわせて一般家庭、小学校を対象に衛生啓発活動を実施した。

設置された井戸とトイレの維持管理については外部からの支援に頼りがちである。これらとあわせて衛生啓発活動についても、知識だけでなく行動が伴うように、次期事業にて強化していけるよう対応していきたい。

⑤パキスタン国洪水被災者支援事業

対象地域： ハイバル・パフトウン・クワ州ノシエラ郡
対象者： 約 100 世帯
事業規模： 1,748 千円(総事業規模 1,600 千円)
実施期間： 2010 年 9 月～2010 年 11 月 (3 カ月間)
主支援者(契約先)： 株式会社フェリシモ、支援組織、一般寄付
事業目標： 洪水による被災者の生活状況の改善を目指す。

主な活動実績

- 1) 被災者のための避難生活、並びに帰還した際のスタートアップに最低限必要な緊急

³同上。従来 of 計上に直すと、41,359 千円。

生活支援物資一式(100世帯分)

成果と課題

CARE は最も被害が大きいとされる、ハイバル・パフトウン・クワ州での洪水による被災状況を受け、被災者の中でも、家が全壊した世帯、子どもの人数が多い世帯、女性が世帯主の世帯、妊婦のいる世帯、病人を抱える世帯など、特に脆弱な立場にある 100 世帯を優先して、避難生活並びに帰還した際の生活の再開に最低限必要とされる緊急生活支援物資一式の配布をおこなった。支援物資の内容は、衛生用品キット、台所用品セット、水タンク 10 リットル(2 個)、床用プラスチック・マット(2 枚)、蚊帳(4 張)、女性用ショール(3 枚/人目を避けるための目隠し用にも活用)、男性用ショール(3 枚)。受益者からは安全な水を保管することができるようになった、蚊帳のおかげで家族が安心して生活できるようになった、女性や女子が人目を避けることができるようになった、などのコメントが寄せられ、支援物資が効果的に使用されていることが確認できた。

1-2. 新規事業

(1) 開発支援事業

⑧パキスタン国初等教育向上事業

2011 年 1 月からフォローアップ事業として活動を継続する予定であったが、ドナーに採択されず、今年度は中止となった。

⑨インドネシア国女性の自立支援事業

現地のニーズや予算規模などが合致せず、今年度は中止となった。

(2) 緊急・復興支援事業

⑥アフガニスタン国 女子初等教育支援事業

対象地域: パルワン州、カピサ州

対象者: 初等教育レベル 生徒 900 名、女性教師 30 名

事業規模: 0 円⁴(総事業規模 約 200,000 千円)

実施期間: 2011 年 3 月～2016 年 3 月 (5 年間)

主支援者(契約先): 特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム、支援組織、一般寄付

事業目標: 学校へのアクセスが限られた遠隔地域において、コミュニティ運営の学校を設

⁴同上。従来 of 計上に直すと、33,225 千円。

立し、子どもたちの教育機会を提供する。また、女性教師の育成や女子の教育機会の促進を図り、女子のエンパワーメントを促進する。

主な活動実績

- 1) コミュニティ運営の学校(CBS)の立ち上げと教材の提供
- 2) 各CBSにおける学校運営委員会(SMC)の設立
- 3) 選出した女性教師を対象にした研修の実施
- 4) 各CBSにおける図書コーナー・ラボの設置と副教材の提供

成果と課題

対象地域においてCBS(コミュニティ運営の学校)を 30 校を立ち上げ、教材の提供を行った。また各CBSに学校運営委員会を設立した。選出した女性教師 30 名を対象に研修を実施した。各CBSにおいて図書コーナーとラボを設置し、副教材を提供した。事業は当初の事業計画通り進んでいるものの、時折発生するデモなどにより、一時的な事業の制限が余儀なくされる。今後も引き続き治安に注視していく必要がある。

⑦日本国東日本大震災被災者支援事業

対象地域: 岩手県下閉伊郡山田町、上閉伊郡大槌町、宮古市、釜石市

対象者: 被災者 18,500 名

事業規模: 99,035 千円(総事業規模 約 450,000 千円)

実施期間: 2011 年 3 月～2013 年 6 月 (16 カ月間)

主支援者(契約先): ケア・インターナショナル・メンバー(ドイツ、カナダ他)、カランマスセ
ジャトラ社他、味の素、コスモスイニシア他、丸紅、支援組織、一般
寄付

事業目標: 被災地における緊急及び復興のニーズにジェンダー視点をもって対応するため、食糧の安全保障、心理社会ケア、生活支援の3分野において、時間の経過とともに変化するニーズに迅速に対応し、被災地の自立復興を目指す。

主な活動実績

- 1) 緊急支援物資の提供
- 2) 避難所における炊き出しの実施
- 3) 避難所への調理器具の提供
- 4) コミュニティ新聞の発行サポート発行

成果と課題

2011 年 3 月中旬に第一陣が釜石市に入りニーズ調査を行うと同時に、同市物資集積センターに支援組織から寄付された衛生用品などの緊急支援物資を提供した(約 900 名に配布)。

2011年4月1日から6月30日まで山田町の避難所2カ所(約650名収容、約130名収容)を中心に実施した炊き出しでは合計45,000食を提供し、炊き出し事業終了後も避難所生活者が自炊できるよう、必要な調理器具の提供を行った。同時に、他対象地域においても食糧の提供などを行った。

山田町の避難所生活者を対象にした新聞発行のサポートでは、計8号(特集号含む)、約8,000部の新聞発行をサポートし、地元の情報取得が難しい避難所生活でのニーズに応えた。また布団やシーツ、防虫剤、夏にむけて必要となるタオルケットの提供など、季節によって移りかわるニーズにも対応してきた。

(3) 事業形成調査

ODA大型インフラ事業に付随したHIV/AIDS感染予防事業について、JICAと情報・意見交換が今年度は十分に実施できなかった。

一方、BOP(Base of the Pyramid)ビジネス(途上国の最貧困層を対象としたビジネス)に関連し、味の素との連携で2010年10月からソーシャル・ビジネス実施可能性調査を実施した。JICA帰国隊員NGO支援事業の協力により、ガーナにインターン1名を派遣し、北部州East Mamprusi郡にある4村(Yayoyiri、Kasape、Timpela、Bumbazio)でフィールド調査を実施した。

1-3. その他の事業

(1) 専門分野の能力強化

ジェンダー分野での専門性を高めるために、文部科学省ニーズ対応型地域研究推進事業「共生人道支援研究班」(事務局:大阪大学)、地域研究コンソーシアム「社会連携研究会」、(特活)難民を助ける会と共に、「ジェンダー共生ワークショップ」最終回(全5回)を開催した。2011年3月には最終報告書を完成させた。

ジェンダー主流化を促進するため、ジェンダー規程の策定を行った。スタッフ及び役員へのジェンダー研修を実施し、ジェンダー規程(案)をまとめた。来年度には理事会に諮る予定である。

(2) アドボカシー活動

2010年9月に開催された国連ミレニアム開発目標サミットに向けて、ケア・インターナショナルの各事務所と連携して、外務省及びJICAにアドボカシーを行った。

J-FUN(日本UNHCR-NGOs評議会)、外務省GII・IDI懇談会、「動く→動かす」のメンバーとして、またNGO・外務省定期協議会(全体会議、連携推進委員会、ODA政策協議会)とNGO・JICA協議会にオブザーバーとして、会議等に参加し、問題提起、発言を行った。

(3) スタッフ研修事業

ジェンダー主流化を実施するためのジェンダー規程策定のため、スタッフに対してジェンダー研修を実施した。

2. 普及啓発事業(公益目的事業2)

2-1. 企業パートナーシップの強化

(1) 法人会員としての支援 (目標達成率 85%)

ほぼ全会員に対して最低 1 回の訪問による活動報告を実施するとともに、定期刊行物の送付やEメールでの情報提供等を通じて関係の維持に努めた。新規 1 社(セガサミーホールディングス)の獲得をする一方、3 社(インクマックス、ジャパンローヤルゼリー、国際協力推進協会)が退会した。

(2) 特定事業への寄付 (目標達成率 943%)

開発事業については、主に企業の助成制度もしくは社員寄付とのマッチング制度を活用して、20 万円前後の寄付を複数獲得した。一方、東日本大震災の影響を色濃く受け、海外支援向けの多くの助成制度や支援が白紙(もしくは東日本大震災被災者支援に切り替え)となる中、海外事業への資金を十分に獲得することができなかった。

緊急支援事業については、パキスタン洪水の際にフェリシモ地球村の基金から 100 万円、そして東日本大震災においては、計 14 社から 1,200 万円を超える寄付を獲得。特に、丸紅とのタイアップによるコース・リレーティッド・マーケティング(ブラボーバナナの売上の一部を寄付)では、急遽、発災以降の寄付の用途を「被災地支援」に特定して販売。販促効果もあり、9月までの継続実施が決定。より多くの消費者へのPRにつながった。

(3) 自社商品・サービスの無償提供や割引

特に東日本大震災に係る物資あるいはサービス支援として、自動車・食品・衛生・美容など多岐にわたる企業、延べ 12 社より、総額約 2,000 万円相当の支援を受け、被災者に対して緊急支援物資として提供することができた。

(4) プロボノ活動による支援

2011 年 2 月、イースクエアとの連携により、3 度目となる「戦略的フィランソロピー・フォーラム 2011～BOP 市場における持続可能なソーシャル・ビジネスモデル構築への挑戦～」を開催した(後援・英治出版)。主に企業から 112 人の参加者を迎える中、同分野での企業連携が進む CARE バングラデシュから講演者を招聘するとともに、味の素、経産省、CSR アジアを加えてのパネルディスカッションを展開。生産者、販売者、消費者として BOP 層の潜在能力を引き出しつつ、BOP ペナルティ解消や生活の質向上、さらには新たな雇用創出による貧困削減等に資する取り組みを広く紹介し、いち早く国際 NGO の立ち位置を示した。

また震災以後、活動領域の抜本的な拡大を機に、新たに加わった国内支援活動の

位置づけを明確にするとともに、事業全体の戦略の見直しを行い、支援者への説明責任を果たすことが、喫緊の課題となる中、2011年6月、新たなプロボノ連携(本業において従業員が有する専門性を活かしたコンサルティング・サービスの無償提供)を開始。デロイト トーマツ コンサルティングの複数の従業員によるコンサルティング支援を受け、次年度2011年10月までには、3カ年中期計画の策定を目指す。

(5) コーズ・リレーティッド・マーケティングによる支援 (目標達成率 51%)

主に、コーズ・リレーティッド・マーケティングを通じ、I am powerful 基金(女性たちのチカラを支える目的の支援)に対して、丸紅ならびにヤマノビューティメイトからの継続した寄付を獲得した。ただし、上記(2)の通り、発災以降、丸紅からの寄付は「震災指定寄付」となったため、当初見込んでいた一般寄付額を達成することができなかった。

(6) 企業の海外現場におけるパートナーシップ

味の素のガーナにおけるソーシャル・ビジネス展開(幼児向け栄養改善サプリメント)にあたり、出張ベースでの現地ワークショップ開催や約2か月に及ぶインターン派遣を通じ、現地事務所との協力の上、ベースライン調査(既存情報分析)ならびに市場調査(主にヒアリング調査)を実施。加えて、多様なステークホルダー間の関係整理とその調整に努めた。(9頁参照)

(7) 社員の国際協力活動に対する理解・参加の促進

イースクエア、サノフィ・アベンティス、AXA生命保険、味の素の4社より、計18名の社員ボランティアが岩手での炊き出し活動に参加。緊急支援の現場体験を共有することで強固な信頼関係を構築する一方、被災地のニーズと企業からの要望の乖離も小さくはなく、今後さらなる調整と啓発(理解促進)を要する。

2-2. 定期支援者の維持・拡大

(1) 募金活動

① オンライン募金(一般寄付・特定寄付) (目標達成率: 924%)

当財団ホームページと複数の外部ポータルサイトで募金活動を実施した。ポータルサイトの更新頻度を増やし細かくフォローするとともに、特に震災関連の募金を積極的に行うことで、寄付額の大規模な拡大につなげることができた。

② ダイレクトメール(一般寄付)

(目標達成率: 寄付額 130%、寄付件数 100%、新規寄付者獲得数 196%)

年間2回のDM(テーマ:MDGs・HIV/エイズ)と3回のニュースレターを通じて募金活動を行った。加えて、パキスタン洪水と東日本大震災をうけ、それぞれ緊急DMを実施。特に東日本大震災にあたっては、日本国内での災害ということもあり反響も大きく、一人

あたりの平均寄付額増加ならびに新規寄付者の獲得に貢献した。

③care ギフト(一般寄付・特定寄付)

新規支援者獲得のための新しいファンドレージングツールとして、ワイデン+ケネディのプロボノ支援を得て共同開発された care ギフトだが、サイトへの訪問者ならびに寄付額が伸びない一方、システム修正や維持に相当なコスト(資金・時間)がかかることから、1月をもって閉鎖となった。

(2) 会員/MGP(マンスリー・ギビング・プログラム参加者)の維持・拡大

①会員 (目標達成率: 会費 62%、寄付者数 64%)

これまで会員数に含めていた会費未納者(継続 1 年以上)を退会扱いとして処理した結果、会員数ならびに会費の維持ができなかった。また会員特典として、ロゴ入り携帯ストラップを提供するなど、既存会員維持にも重きを置いたが、高齢者会員の退会が相次ぐ事態となった。

②MGP(マンスリー・ギビング・プログラム)

(目標達成率: 寄付額 79%、寄付者数 65%、新規獲得数 16%)

MGP 限定特典として、駐在員の声や現地活動地情報を満載した CARE Paper Blog の不定期発行を開始。また 2 回にわたりお友だち紹介キャンペーンを実施するも、十分な新規支援者獲得につながらなかった。

(3) 支援組織の維持・拡大

(目標達成率: 会費 91%、一般寄付 10%、特定寄付 214%)

ケア・フレンズ東京のチャリティ講演会が次年度に延期になるなど、各組織が震災の影響を多分に受ける中、発災後直ちに包括的な支援(寄付・物資)を全国から集め、強力なる機動力を発揮。また 2010 年 11 月のカンボジア事業への支援終了をうけ、新たにアフガン事業への 3 年継続支援が決定した。

一方で、毎年恒例の「代表者会議」の中止をうけ、各組織の情報共有ならびに交流を図ることができなかった。また、「ケア・サポーターズクラブ金沢設立準備会」の立上げについても、来年度以降に持ち越すこととなった。

(4) 教育機関との連携強化

2011 年 2 月、明治大学・非営利・公共経営研究所との共催にて、学生(主に大学院生)や一般市民に対して、企業と NGO の戦略的連携事例を紹介するとともに、CARE についての認知度向上と支援のきっかけ創造を目指し、「戦略的フィランソロピー・セミナー」を開催した。

一方、立教大学・21世紀社会デザイン研究科との連携で、ジェンダーに焦点をあてたダイバーシティ公開講座を検討していたが、東日本大震災のため中断することとなっ

た。

2-3. 広報活動

(1) ホームページの管理・更新

特に震災以降、最新ニュースやブログ等の情報更新に注力し、2011年3～4月の月平均アクセス数は通常時の3.5倍(約9,500ユニークビジター)にまで上昇。当年度目標としていた20万PVをほぼ達成した。一方、CMSへの移行については、デモ版を立ち上げたもののシステム上の不具合が多発。完全移行には至らなかった。

(2) 定期刊行物

定期刊行物(ニュースレターvol.16～18や年次報告書)の発行については、デザインや構成、印刷仕様などを一新。受益者/外部支援者の声を伝えるコーナーやスタッフ紹介企画などを新設するとともに、写真や定量的な成果を多用するなど、より親しみやすく、現場感が伝わるよう細部に工夫を施し、内外から好評を得ている。

(3) 参加型プログラムやキャンペーン

2010年11月に「i care プロジェクト」を、そして2011年3月に「Walk in her shoes」の特設キャンペーンサイトを立ち上げた。前者については、グローバルフェスタでのプレプロモーションにより多くの参加を得たものの、目標とする年間1,000件の参加には至らなかった。後者においても、ローンチ直後に震災が発生。既に企画していた野外でのチャリティウォークイベント(三鷹市)が中止となるなど、積極的な広報活動を行うことができなかった。

(4) 広報イベント

2011年10月のグローバルフェスタでは、団体紹介テントに加えて、初めて飲食ブースに出展。丸紅からのバナナの提供や多くのボランティアの協力を得て、収益を確実に上げることができた。一方、予定していたアジアの祭典ならびにアフリカン・フェスタ、支援組織講演会バザーなどが震災の影響を受けて中止または延期となり、広報・啓発の機会を失った。

また今年度は、気軽に参加いただけるイベントとして、新たに「料理教室」を主催。カンボジア、アフリカ(スーダン)、ハイチ、そして岩手をテーマに、計4回の料理教室(事業紹介含む)を行い、新たな見込支援者との接触の機会となった。

さらに駐在員の帰国に併せて、カンボジア事業の活動報告会を開催した。

(5) メディア露出

プレスリリース配信サイト(バリュープレスやAFP BBなど)の活用に加えて、震災を通じてコンタクトがあった記者への継続した個別アプローチ等により、東日本大震災被災者支

援事業の関連記事のみで、ラジオ 1 件、雑誌 1 件、全国紙 3 件、地方紙 1 件、全国 TV3 件、地方 TV2 件の掲載・放映を確認。日本国内における認知度拡大につながった。

その他、「BOP ビジネス」「CRM」「Walk in her shoes」等に関して取材を受け、各種雑誌や WEB での紹介の機会を得た。

(6) ソーシャルメディア

ソーシャルメディアの活用については、ツイッターとフェイスブックを新たに開始したものの、戦略性に欠け十分な活用ができなかったため、今後の見直しが必須となった。

(7) ボランティア強化

今年度は週末ボランティア活動を再開。継続的に半年クールで、計 25 名の参加を得て、前期はグローバルフェスタ、後期は Walk in her shoes 関連での企画を実行した。

2-4. スタッフ研修

CARE のグローバル戦略として注力していくテーマの1つ「気候変動」をジェンダーの視点から理解するため、広報担当が「実務者・コンサルタントのための気候変動とジェンダー(UNDP/JICA 主催)」と題した 3 日間に及ぶ研修へ参加するなど、総合的かつ実践的な理解を深めた。

その他にも、最新の情報収集に向け、ソーシャルメディア、BOP ビジネスやプロボノ等、各種セミナー等へ参加し、マーケティング活動に活かした。

2-5. 情報収集およびネットワーキング

「CSR 推進 NGO ネットワーク(助成:外務省 NGO 研究会、事務局:国際協力 NGO センター(JANIC))」では、昨年度に続きコアメンバー(サブリーダー)を担当し、より積極的なネットワーキングならびに情報の収集・発信に努めた。

また 2 月には、(公社)企業市民協議会(CBOC)において、CARE バングラデシュ事務所長が講演。主に CARE バングラデシュの企業連携事例につき事例紹介をするとともに、日本企業への期待について発表する機会を得た。

3. 管理部門

(1) 事業会計システムの改善

ケア・インターナショナル全体で導入を考えている統一会計システムへの移行を検討した。総務部長及び会計担当が国際電話会議に参加した。会計スタッフ1名を2011年6月に米国(アトランタ)で開催された研修に派遣した。

(2) 事業運営の再構築

効率的な事業の選定を徹底し、経常収支では大幅な赤字を計上しないように努めた。しかしながら、ドナー側の事情により、為替差損や返還金が発生し計画通りに行かない事業もあった。

(3) ケア・インターナショナル(CI)との連携強化

副理事長と事務局長が2010年11月にペルー(リマ)で開催されたCI国際理事会に、理事長と事務局長が2011年6月にオーストリア(ウィーン)で開催された出席し、CIの組織運営に関与するとともに、先進国で初めての日本での緊急支援実施に関して理解と協力を求めた。

事業部では、Emergency Response Working Group (ERWG)とCARE International Gender Network (CIGN)に積極的に参加した。事業部長補佐(緊急)が、2010年9月にカナダ(オタワ)で開催されたERWG会議に参加した。

以上