

# 事業計画書

2018年度

自 2017年7月 1日

至 2018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)」を実施してきた。今後はそのエッセンス、すなわち「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資金基盤を拡充、認知度と影響力を強化し、より貢献度と効率性が高い組織となる」という目標を維持、発展させる。

また今年度は、中期戦略計画の策定・実施を一旦取り止め、単年度ベースでの経営効率化、認知度向上に注力する。支援事業拡大や、CARE というグローバル・アライアンスの強化によって、支援者・受益者双方の選択肢を増やす方向性を明確にする。

2017年4月より100%民間資金による「理数系(STEM)教育を通じたリーダーシップ育成事業」がタイで始まった。また政府系資金による開発支援事業がそれぞれ2年次に入り、確実に成果が生れるように実施していく年となる。

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	新規	タイ	理数系(STEM)教育を通じたリーダーシップ育成事業	日産自動車
開発②	継続	東ティモール	「ラファエック」学習雑誌事業	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><b>基本戦略1</b></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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・比較的資金規模の大きな事業に関しては、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。</li> </ul>
<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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・比較的資金規模の大きな事業に関しては、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。</li> </ul>

<p><b>基本戦略2</b></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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東ティモールとガーナで事業を継続する。</li> </ul>
<p>D) 事業申請書及び事業報告書の精度の維持と向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年度毎の申請書及び報告書の精度の維持に努める。</li> </ul>
<p>2. 現地民間セクターとの連携の促進</p>
<p>E) 対象国のニーズに合致した民間セクターとの連携の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・政府系助成金事業の実施国(東ティモール、ガーナ等)での現地民間セクターとの連携を構築する。</li> </ul>
<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</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・戦略的集中と選択で、数か国での事業支援を行う。</li> </ul>
<p>4. 緊急支援事業への取り組み</p>
<p>G) 緊急支援事業への取り組み強化</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外においてはケア・インターナショナル、国内においては各地域支援組織と連携して、より積極的に緊急支援に関与する。</li> </ul>

<p><b>基本戦略3</b></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>

H) 政府及び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。

基本戦略4

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

I) 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>・データベース情報の効果的活用によるマーケティング実践</li> </ul> <p>F)「スポット寄付者」の参加・支援機会の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・モバイル対応と寄付ページ・決済方法改善等によるオンライン募金強化</li> <li>・外部ポータルサイトとクラウドファンディングを活用した特定寄付の獲得</li> <li>・緊急募金の実施</li> </ul> <p>G)「継続寄付者」の参加・支援機会の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイレクトメールの戦略的展開</li> <li>・歩く国際協力「Walk in Her Shoes」への継続参加促進</li> <li>・イベントへの継続参加促進</li> </ul> <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"> <li>・多様な手法を通じた新規 MGP 獲得</li> <li>・既存支援者への支援額増額の依頼</li> </ul> <p>I)「大口支援者」の維持・拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特別寄付プロジェクトの提案</li> </ul> <p>J)遺贈に関する広報促進</p>

3. 企業連携の維持・拡大

K) 資金提供(一般寄付)による支援拡大

- ・キャンペーン実施における法人連携強化
- ・企業対象セミナー等に係る講師受託

L) 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
- ・BOP ビジネス等に係る法人相談対応

M) 物資/サービス提供による支援拡大

- ・キャンペーンへの後援/協力の獲得
- ・個人支援者拡大施策への企業・社員の巻き込み(社員参加促進)

4. 支援組織の維持・拡大

N) 特定事業を通じた支援強化と啓発促進

- ・支援事業地視察ツアーの企画・実施

O) 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

P) 地方における認知度向上に向けた相互連携促進

- ・新規支援組織の設立支援
- ・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】

組織・事業全般に係わる活動
活動計画
1. 主要なステークホルダーへの発信力の強化、選択肢の増強 ・原点回帰—メディア協力によるケア・パッケージとケア・インターナショナル ジャパンの歴史への認知度向上。
2. 役員・支援組織・個人支援者等への情報共有の工夫 ・団体使命と存在理由の確認。 ・学術的知見者の協力によるストーリーの発掘、作成。
3. 支援体制の強化 ・海外においてはケア・インターナショナル、国内においては各地域支援組織と連携して、より積極的な緊急支援体制を構築する。
4. 新規支援組織の拡大 ・支援組織設立に向けて積極的支援を行う。

収支管理の改善とリソースの有効活用
活動計画
1. 実績管理の徹底 A) 各部署の月次予実管理の徹底 B) 四半期ベースで収支見込の修正を行い、確実な予算達成を目指す
2. 職場環境の改善 C) ワークライフバランスのとれた職場環境づくり ・多様な働き方を推進し、ワークライフバランスのとれた職場環境づくりを目指す。 ・職場環境改善のため、助成金・奨励金を有効活用する。 D) ICT(情報通信技術)の活用 ・クラウドを導入し、昨年制定したテレワーク勤務をより効率的に活用するなど、人材の有効活用や業務の効率化を図る。 ・コミュニケーションの向上を図るため ICT(情報通信技術)の活用を検討する。

以上

事業詳細

区分	開発①	国	
事業名	理数系(STEM)教育を通じたリーダーシップ育成事業		
対象地域	タイ王国 アユタヤ県およびラヨン県		
対象者	中高生 1,200 人(Grade9~12)		
予算規模	10,000 千円(総事業規模 30,000 千円)		
実施期間	2017 年 4 月~2020 年 3 月 (3 年間)		
主支援元	日産自動車		
事業目標	青少年(特に女子)のリーダーシップや職業的技能を高めることにより、ジェンダー平等を含む社会性・自律性の高い人材を育成する。		
活動計画	<p>(1) 青少年(特に女子)を対象としたワークショップと研修:                      貧困地域における 8 校の中学・高校生 1,200 人を対象に、リーダーシップ研修(ジェンダー研修やチームビルディングを含む)をはじめ、理数系教育の強化、キャリア教育(職業についての基本的な知識と技能の習得)、小規模ビジネス起業研修などを実施。また、1 グループあたり 3,000 バーツ(約 9,600 円相当、2017 年 4 月 20 日現在)の資金を元手に、実際に起業体験と事後評価を行い、実践の中から相互の学びを深める。</p> <p>(2) 8 校の教師 80 人を対象にオリエンテーションを行い、教師の参加・協力のもと、上記1の活動を推進する。</p> <p>(3) 特に、キャリア教育や職業訓練などのプログラム実施においては、地域住民ほか、地元政府機関、民間企業などとも連携して行う。</p>		

区分	開発②	国	東ティモール
事業名	「ラファエック」学習雑誌事業		
対象地域	東ティモール全 13 県		
対象者	約 80,000 世帯 約 140,000 名の未就学児及び小学 1、2 年生 約 12,000 名の小学校教師		
予算規模	1,693 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	<p>(1) 「ラファエック」学習雑誌の作成・配布:                      3 年間のパイロット事業を経て拡大実施の運びとなった本事業は今年で 3 年目の折り返し地点となる。本事業では、農村地域を対象に日々の生活に役立つ情報を掲載した視覚に訴えるわかりやすい学習雑誌「ラファエック」を年 3 回、大人と小学校 4 年生までの子どもたち向けに配布している。雑誌は、幼児から小学生 1~2 年生用(LAFAEK Kiik)、小学 3~4 年生用(LAFAEK Prima)、小学校の教員用(LAFAEK Ba Manorin)と成人用</p>		



	<p>(LAFAEK Ba Komunitade)の4種類に亘り、年齢や属性に応じた多様な情報を提供している。</p> <p>(2) 対話ワークショップの拡大: 対話ワークショップでは、地域住民に、雑誌で取り上げた内容の実践方法について伝授するとともに、生活上の課題について協議する場となっている。また、対話ワークショップでは、地域住民が雑誌の内容について意見を述べるとともに、事業スタッフは必要に応じて雑誌の不明点等について、地域住民に説明する場ともなっている。このように、雑誌の内容をより深く理解してもらうためにも、可能な限り多くの集落村で対話ワークショップを開催することが推奨されているが、人材・資金不足で、開催回数は十分ではない。今年度は、自治体ごとに年13回の開催を目指す。</p> <p>(3) 事業の継続性の確保: 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。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。また、今まで発行した雑誌のテーマごとに(例:保健、農業、ビジネス、識字等)記事を取り纏め、テーマごとに再印刷し1冊の冊子としてまとめた上、各分野で活躍するパートナー団体に販売することも費用回収のメカニズムとして推奨されている。</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	30,124千円(総事業規模:約90,000千円)		
実施期間	2016年2月～2019年3月(3年1ヶ月間)		
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。この課題を解決し生業手段を多様化するため、以下の3段階を踏んでゆく。</p> <p>① 第一段階: 作付する農作物の種類を増やしかつ適切な技術を適用して生産性をあげることで、地域の食糧の安全保障を確保する。</p> <p>② 第二段階: 生産性の向上によって発生する余剰作物を農民が域内で売買することで、安定的な現金収入に繋げてゆく。</p> <p>③ 第三段階: より大きな収入創出を目指し、新たな農作物の中には付加価値のある作物を含め、域内のみならず域外への販路に繋げてゆく。</p> <p>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</p>		

	<p>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。</p> <p>3 カ年事業の 1 年次にあたる昨年度中には、22 の対象集落村のうち 10 集落村で住民参加型の短期的及び長期的な気候変動への農民の対応能力参加型ワークショップ(CVCA: Climate Vulnerability and Capacity Analysis)を実施し、併せて 14 の農民グループを形成し、順次、技術研修に入った。1 年次中に 10 集落村を対象に実施した CVCA を、2 年次では残りの 12 集落村を対象に実施し、併せて 2 年次前半までに 16 の農民グループを形成してゆく。1 年次と同様に、CVCA の結果を踏まえて、耕作する標準農作物を選定後、16 の農民グループへの研修を通して、順次、作付・収穫に入る。また、2 年次からは、収入創出を目指し、加工品の技術指導や販路構築に向けた活動が本格的に始動してゆく。</p> <p>(2) 女性の意志決定の場への参加の促進： 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してゆく。</p> <p>(3) 選挙等や天候不良等の不可抗力による活動の遅延への対応： 1 年次には、村長及び村落長選挙が実施されたが、実施日の直前の変更や延期等によって選挙活動期間が長期化したことで、予定していた活動の延期を余儀なくされた。さらに 11 月の種まきの時期になっても雨量不足により種まきが遅延し、1 年次の事業期間を 1 ヶ月間、延長した。2 年次も大統領・議会選挙が控えており、1 年次と同様の事態が想定される。活動が留まらないようにするため、コミュニティと密に連絡をとりながら活動の進め方を変える等の臨機応変な対応をしてゆく。</p>
--	--

区分	開発④	国	ガーナ
事業名	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		
対象地域	北部州イースト・マンプルーシー郡の 60 コミュニティ		
対象者	<p>(1) 直接対象者： 約 4,370 名の 2 歳未満児 約 25,690 名の子ども保護者(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)</p> <p>(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)</p>		

予算規模	42,858 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	<p>(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:</p> <p>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ゆく。</p> <p>3 年事業の 1 年次にあたる昨年度中には、2 年次からの本格的な栄養啓発活動の土台作りのため、栄養啓発メッセージの発信ツールとなるパンフレットやポスター類を開発・印刷し、各 60 コミュニティで寸劇グループの形成を終えた。2 年次前半には栄養啓発を担うコミュニティ・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)の選定と研修を終え、順次、各コミュニティで栄養啓発活動が開始される。</p> <p>(2) 女性の経済的エンパワメント:</p> <p>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「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、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ゆく。</p> <p>2 年次以降の女性起業家による栄養補助サプリメント「ココプラス」の販促活動と販促による女性の収入創出活動に向け、1 年次後半には 120 の新規 VSLA を設立し、女性起業家の選定と研修を実施した。</p> <p>(3) VSLA の運営体制と「ココプラス」を販売する卸との契約:</p> <p>VSLA はその運営体制の成熟度にはばらつきが出てくるため、2 年次以降もその運営体制の整備を適宜フォローしてゆくことが重要となる。また、1 年次中に予定されていた「ココプラス」を販売する既存の卸との契約が大幅に遅れ、2 年次前半での契約となった。60 コミュニティをカバーする卸が確定しないと「ココプラス」を村まで流通させることができない。村までの流通が確保できないと、女性起業家が収入創出に向けた活動を始動できな</p>

	<p>いことに加え、乳幼児の栄養改善の面でも少なからず影響がでることも懸念される。卸との契約更新の主体は本事業の連携企業である味の素の委託先業者であるが、これ以上の遅れが発生しないように、当団体からのフォローアップをこれまで以上に入念に行う。</p>
--	---