



歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」



身近な「水」という問題を通じて世界を考え、そして行動しよう！

キャンペーン報告書



2022 年 7 月

公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパン

もくじ

1. キャンペーン概要と全体総括	2
1) キャンペーン概要	
2) キャンペーンの結果	
3) キャンペーン総括	
2. 協賛、後援 等	8
1) 特別協賛	
2) 協賛	
3) 後援	
4) ウォーキング・パートナー	
5) 学生パートナー	
3. 広報実績	10
1) 新聞／雑誌、ウェブメディア掲載等	
2) アンバサダー	
3) ジュニア・アンバサダー	
4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」	12
1) 参加者の性別と年代	
2) 申込方法	
3) リピーター率	
4) 参加者の居住地	
5) 「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者へのアンケート結果	
6) 「好きな時間、好きな場所で歩く」ウォーキング・パートナーによる歩数実績一覧	
5. ウォークイベントに参加する	20
世界の水問題・ジェンダー課題に向き合う! 「世界水の日」さくらチャリティーウォーク	
【九州限定企画】歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in 九州	
6. 「C」の写真を投稿する	23
7. 自分で企画して寄付を集める	24
1) 「クラウドファンディングに挑戦する」	
2) 「イベントを企画して実施する」	
8. オンラインイベント	29
9. キャンペーン制作物	31
10. 寄付金使用用途	
ケア・インターナショナル ジャパン活動概要	32

1. キャンペーン概要と全体総括

1) キャンペーン概要

歩く国際協力「Walk in Her Shoes¹」は、途上国の女性や女子が水汲みや薪拾いのために毎日歩いている 8,000 歩（約 6km）の道のりを歩くことで、途上国の人々が直面する「現実」「貧困」を体感し、新たな行動へのきっかけとすることを目標に、2011 年度から CARE オーストラリアで始まったグローバルキャンペーンである²。日本では、2022 年で 11 回目の実施となった。本キャンペーンの参加費は、途上国や紛争・災害地域において、困難な状況にある女性と女子の自立を支援することで貧困削減を目指す、ケア・インターナショナル ジャパンの活動に充てられる。

【2022 年キャンペーン概要】

実施期間

2022 年 3 月 8 日（国際女性の日）から 5 月 31 日までの約 3 か月間

参加方法

1) 「好きな時間、好きな場所で歩く」（オンライン上での参加）：

お申込み手続き後、途上国で女性や女子が水汲みに要する 8,000 歩（1 日当たりの平均）を目安に歩く。オンライン上で歩数を手動で登録するか、歩数計アプリをダウンロードし歩数を自動連携する方法で参加する（参加者同士でチームを結成し、オンライン上で他のチームの歩数やランキング表示を確認することも可能）。特別協賛企業の協力により、500 歩につき 1 円の寄付となる。

【エントリー費】

リピーター優先申込(2 月 1 日～2 月 28 日)：2,000 円

一般申込(2 月 1 日～4 月 30 日)：一般 3,000 円、学生 1,500 円

キャンペーンオリジナルTシャツ：2,500 円(消費税・送料込)

2) 「ウォークイベントに参加する」：

当財団が主催、共催するオンラインイベントに参加する。

・世界の水問題・ジェンダー課題に向き合う！「世界水の日」さくらチャリティーウォーク（参加費 2,000 円）

・歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in 九州（参加費 一般 3,000 円、学生 1,500 円）

3) 「『C』の写真を投稿する」（SNS で写真を投稿することで参加）：

CARE の「C」の写真を撮影し、「#歩く国際協力」を付けて、Facebook、Twitter、Instagram に写真を投稿。特別協賛企業の協力により、写真 1 枚あたり 100 円の寄付となる。（参加費 無料）

4) 「自分で企画して寄付を集める」：

参加者が自らイベントやチャレンジを企画して寄付を集め、CARE に寄付する。

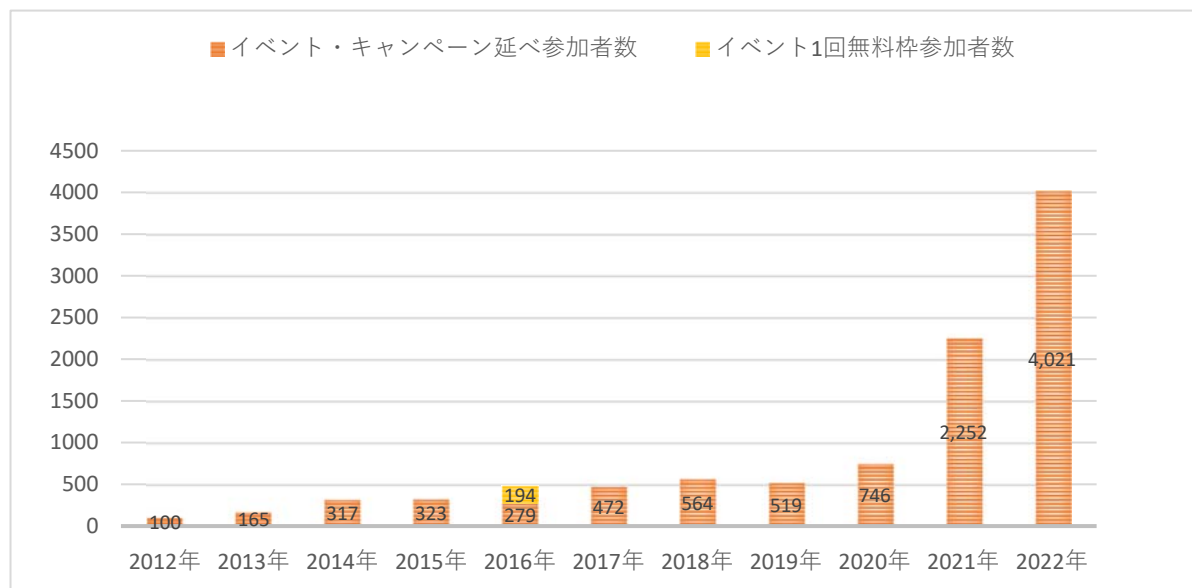
方法は「クラウドファンディングに挑戦する」と「イベントを企画して実施する」の 2 つ。

¹ 英語で「in one's shoes（その人の靴を履く）」とは、その人の立場になるという意味。

² 2011 年度は、東日本大震災で急遽中止。

2) キャンペーンの結果

【キャンペーン・イベント参加者数推移(2012年～2022年)】



キャンペーン参加者は昨年比 178%の 4,021 名。2 年ぶりとなったオフラインイベントの開催や、「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加が大幅に増えたことにより、参加者数が増加した。

※2016 年実績は 2015 年 11 月東京イベント分も含む

※2018 年実績は 2017 年 10 月東京イベント分も含む

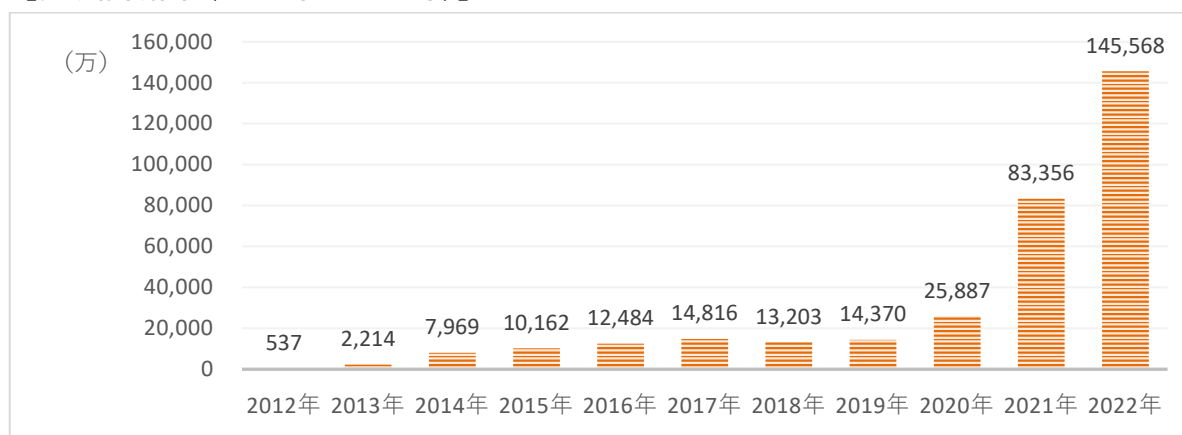
【キャンペーン・イベント参加者内訳】

2022年の参加者内訳		価格種別	実績(有料) (口)	実績(無料) (口)	小計	
「好きな時間、好きな場所で歩く」	一般	正規	641		1,008	
		リピーター	167			
		学生(一般)	123			
		学生(学生パートナー)	77			
	ウォーキング・パートナー	正規	1,502		1,958	
		リピーター	456			
	アンバサダー／ジュニア・アンバサダー				42	42
	小計		2,966		42	3,008
Tシャツ	一般	2,500円	113		599	
	ウォーキング・パートナー	一括購入2,000円	477			
		個別購入2,500円				
	支援組織	2,500円	9			
マスク	一般	1,000円	96		98	
	ウォーキング・パートナー		2			
イベント	「世界水の日」さくらチャリティウォーク		97	10	107	
	歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in九州		125		125	
自分で企画して寄付を集める(団体または個人数)			5		5	
寄付による参加	1,000円		70		79	
	1,500円		2			
	2,000円		5			
	16,931円		1			
	27,000円		1			
合計			3,969	52	4,021	

※ジュニア・アンバサダーは広告塔として活躍した有志のガールスカウトメンバー。

※「寄付による参加（2,000 円）」のうち 4 口は、イベント「世界水の日」さくらチャリティーウォークの欠席者による寄付。また、「寄付による参加（2,000 円）」の 1 口および「寄付による参加（27,000 円）」は、イベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in 九州」での寄付。その他は「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者からの寄付。

【歩数報告推移(2012 年～2022 年)】※2022 年度目標歩数：7 億歩



歩数は昨年比 174% で、目標の 7 億歩を大幅に超え、1,455,683,178 歩となった。キャンペーンの「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者数は、昨年度比 178% 増の 3,008 人となった。昨年に引き続き、コロナ禍での開催となったが、報告された一人当たりの平均歩数は同程度だった（49.4 万歩→48.3 万歩）。

【キャンペーン収支 前年度比・対目標比較（2022 年/2021 年）】

		2022年	2021年	前年比(数値)	前年比	目標(数値)	対目標
収入	物品協賛 寄付相当額	¥1,775,585	¥308,005	¥1,467,580	576.48%	¥450,000	394.57%
	参加費による収入	¥9,912,000	¥5,266,000	¥4,646,000	188.23%	¥3,495,000	283.61%
	自主企画+その他寄付	¥168,732	¥286,700	¥-117,968	58.85%	¥70,000	241.05%
	企業協賛金	¥5,170,000	¥5,980,000	¥-810,000	86.45%	¥2,150,000	240.47%
	収入合計（物品協賛除く）	¥15,250,732	¥11,532,700	¥3,718,032	132.24%	¥5,715,000	266.85%
支出	支出合計	¥3,547,843	¥1,257,332	¥2,290,510	282.17%	¥3,272,630	108.41%
	収支差額（物品提供除く）	¥11,702,889	¥10,275,368	¥1,427,522	113.89%	¥2,442,370	479.16%
ROI（投資対効果）		429.86%	917.24%			174.6%	

※物品協賛 寄付相当額うち、1,075,000 円は伊藤忠商事株式会社様の ITOCHU SDG s STUDIO 会場提供

収入に関して、オフラインイベントの実施により、物品協賛の寄付相当額は前年度比大幅に上回った。また、企業・個人からのオンライン参加が過去最多となったことや、2 年ぶりのオフラインイベント実施により、参加費収入も大幅に増加した。一方、自主企画+その他寄付、および特別協賛金は、キャンペーン 10 周年記念の寄付が多かった昨年に対して減少した。この減少があったものの、合計収入は 1,500 万を超え、過去最大金額となった。

支出に関しても、昨年より大きく増加した。うち、約半分である 183 万円が、歩数報告システム関連の支出であった。具体的には、今年度実現した歩数報告（自動連携・手動）のシステム統合開発費と、参加者急増による歩数計アプリと手動歩数報告ページの利用料であった。そのほか、T シャツ等グッズ制作費が 28%（およそ 100 万）、ウェブ決済手数料が 8%（27 万）だったほか、オフラインイベント実施による支出も追加された。

【協賛・後援、広報実績前年度比較（2022年/2021年）】

* 「Walk in Her Shoes 2022 in 九州」での特別協賛企業、後援企業数を除く。

	2022年	2021年	前年比（数値）	前年比
特別協賛・団体数	15	10	5	150%
協賛・団体数	9	8	1	113%
後援・団体数	12	5	7	240%
ウォーキング・パートナー	20	10	10	200%
学生パートナー	11	8	3	138%
メディア掲載数(新聞・ウェブメディア等)	7	1	6	700%

全ての項目で増加した。特に、特別協賛、ウォーキング・パートナー、後援企業数、メディア掲載数を、大幅に伸ばすことができた。昨年コロナ禍で広報がしづらく伸び悩んでいたメディア掲載では、今年、特別協賛・後援企業、個人参加者の紹介等によりメディア露出が増えた。また、昨年度新設した「学生パートナー」も、昨年に引き続き5団体が継続参加となり、新規含めて合計11団体にご参加いただくことができた。

3) キャンペーン総括

* 過去最多の参加者数による、参加費収入の増加

「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者数、および、のべ参加者数ともに、昨年比178%増、過去最多となり、本年も収益増を実現した。大きな要因は、「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者の増加である。一般参加は、150%増、ウォーキング・パートナーとしての企業参加は、201%増であった。長期化するコロナ禍において、オンラインで、健康増進とボランティア参加、チームビルディング促進ができる施策として、個人・企業双方で、引き続き広く賛同を得られたことがあげられる。

また、本年は、2年ぶりに当財団主催オフラインイベントとして、「世界水の日」さくらチャリティーウォークの開催が実現し、107人の参加得て、参加費収入増加に寄与した。

* ウォーキング・パートナーをはじめとした連携企業数の増加

企業連携において、特別協賛、協賛、後援、ウォーキング・パートナーすべてで企業・団体数が増加した。特に、ウォーキング・パートナーによる参加企業は昨年比2倍の20社、およそ2,000名の社員参加を得ることができた。また、特別協賛企業は、合計金額は減少したものの、企業数は昨年比1.5倍に増加した。ウォーキング・パートナーとしての参加とともに、特別協賛などその他の形態も同時にご協力いただける企業が増えたことが主な要因である。ウォーキング・パートナー企業のうち、8社から特別協賛、1社から後援の協力を得ている。

* 今年度の特別企画の実施

今年は、以下の特別企画を行った。

① 歩数による寄付の拡充

通常500歩につき1円である歩数に応じた寄付を、4月および5月の5日間、日付を限

定して 100 歩につき 1 円に拡充する「100 歩 1 円デー」を実施した。

② オリジナルデザイン T シャツ、マスクの販売

特別協賛企業のロゴ（希望した企業のみ）と「Walk in Her Shoes 2022」が入った、2022 年度オリジナル T シャツを作成、販売した。ウォーキング・パートナーは、特典として、一括購入の場合、割引価格の 2,000 円で販売した。結果、昨年比 1.79 倍、599 枚を販売することができた。

また、コロナ禍に対応し、ロゴ入りオリジナルマスク（2 枚 1 セット）も作成し、数量限定で販売した。結果、一般参加者を中心に、98 セットを販売することができた。

③ 【寄付が 2 倍】もっと応援チャリティ

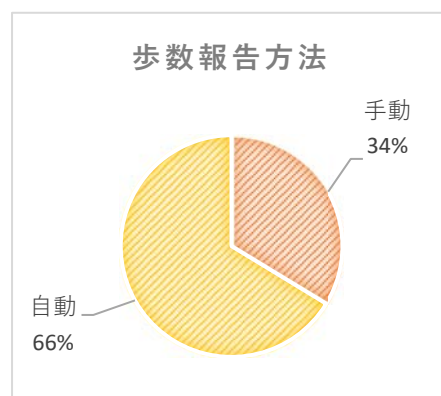
キャンペーンへの追加寄付として、寄付額の同額が特別協賛企業からマッチングされる「【寄付が 2 倍】もっと応援チャリティ」を募った。結果、70 口（1 口 1,000 円）の寄付を得ることができた。

* 歩数報告方法（「手動入力」と「自動連携」）

「好きな時間、好きな場所で歩く」の歩数報告に関して、本年も、「手動入力」またはスマートフォン用ウォーキングアプリ ALKOO での「自動連携」のどちらかを、参加者が選択する形式を採用した。

また、今年から、株式会社ナビタイムジャパンの協力のもと、手動と自動連携のシステム統合を実現した。これにより、手動入力と自動連携で歩数ランキングを共有できるようになったほか、チーム参加でも、歩数報告方法を統一する必要がなく、メンバーごとに好きな報告方法を選ぶことができるようになった。

こうした背景から、昨年およそ 6 割が手動報告であったのに対し、今年は割合が逆転し、自動連携を選択する人が 66%となった。個人単位では、スマートフォンアプリでの自動連携に利便性を感じている参加者が多く、システム統合の効果が出ていることがわかる。



* 定期通信の HTML 化

参加者コミュニケーション促進・改善の一環として、「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者向けに月 2 回配信するメールマガジン「WiHS 定期通信」を今年度から HTML 化した。テキストだけでなく、写真を用いながらわかりやすく、途上国の水問題、ジェンダー課題、キャンペーンに関する情報を配信した。期間中の計 6 回の配信に対し、メール開封率は、第 1 回が最大で 76.6%、その後は 50%前後を推移した（ウォーキング・パートナー一括申込者を除く統計）。約 3 ヶ月のキャンペーンの間、気軽に飽きずに読んでいただけるよう、引き続きコンテンツ等の改善を検討していく。

*** ライブラン株式会社との協働（広報ならびに参加促進）**

同社の LIVERUN アプリは、イヤホンでトレーナーによる生実況を聴きながら、違う場所にいる人々がリアルタイムでランニング、ヨガ、筋トレなどを通じてつながることができるアプリ。今年は、後援企業として協力いただき、3月8日キャンペーン開始日に CARE スタッフと参加者をゲストに迎えた、キャンペーン紹介セッションを配信した。また、5月21日には、ウォーキング・パートナーとして参加いただいているリコー社会貢献クラブ・FreeWill 様のご要望により、初の試みとして、同社の参加者向けクロズドセッションを実施した。当日は 40 名以上の参加を得て、チームの参加促進施策として活用することができた。

*** SNS の活用と、「C」の写真投稿の促進**

キャンペーン専用アカウントで、Facebook、Twitter、Instagram を運用し、期間中週 5~7 日の投稿を行った。通常投稿以外の取り組みとして、Facebook では、3月7日キャンペーン開始前夜に、Facebook ライブを使ったイベントを開催、Instagram でも、初の試みとして、2月21日にインスタライブも開催した。

さらに、今年も期間中毎月「寄付金額 3 倍ウィーク」企画を実施。これは、期間中、「C」の写真を投稿すると、通常の 3 倍である 1 枚 300 円が特別協賛企業から CARE へ寄付されるものである。SNS を通じた無料での参加によるキャンペーン情報の拡散強化を図った。

このような取り組みにより、今年は、SNS を通じて、計 2,630 枚の「C」の写真が寄せられた。

*** キャンペーン協賛金の活用（歩数に応じた寄付、「C」の写真投稿による寄付）**

企業からの協賛金を、参加促進に向けた「寄付付きプロモーション」予算として活用。以下の通り、4,339,559 円分の寄付に相当する参加を得ることができた。

[内訳]・歩数 500 歩あたり、企業から 1 円の寄付

（実績）13 億 6,517 万 7,776 歩分 ÷ 500 歩 = 2,730,356 円

・歩数 100 歩あたり、企業から 1 円の寄付（100 歩 1 円デー）

（実績）9,050 万 5,402 歩分 ÷ 100 歩 = 905,054 円

・写真投稿 1 件あたり、企業から 100 円の寄付

（実績）100 円 × 1,682 枚 = 168,200 円

・寄付金額 3 倍ウィーク 写真投稿 1 枚あたり、企業から 300 円の寄付

（実績）300 円 × 948 枚 = 284,400 円

・【寄付が 2 倍】もっと応援チャリティ

（実績）1,000 円 × 70 口 = 70,000 円

・イベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in 九州」（歩数 500 歩につき 10 円の寄付）

（実績）9,077,429 歩 ÷ 500 歩 × 10 円 = 181,549 円

2. 協賛、後援等（順不同敬称略）

1) 特別協賛 15 法人

日産自動車株式会社	愛知機械工業株式会社
カラマンス・セジャトラ社	株式会社エトウ
花王株式会社	花王ハートポケット倶楽部
株式会社スマート・アイ	株式会社チヨダ
デロイト トーマツ グループ	三菱商事株式会社
三菱電機システムサービス株式会社	メタネックス・ジャパン株式会社
株式会社 YONOH	リコー社会貢献クラブ・FreeWill
株式会社ワールドディング	

2) 協賛 9 法人（物品やサービスによるご協力）

ALLIE	伊藤忠商事株式会社
大塚製薬株式会社	セガサミーホールディングス株式会社
株式会社チヨダ	株式会社ナビタイムジャパン
ミマスクリーンケア株式会社	ミモザガーデン自由が丘
他 1 法人	

3) 後援 12 法人（広報でのご協力）

公益社団法人ガールスカウト日本連盟	外務省
サミット・レイバー・ユニオン	佐呂間町（北海道）
株式会社チヨダ	株式会社 DEPORTE
東京都	一般社団法人日本ウォーキング協会
UN Women（国連女性機関）日本事務所	
一般財団法人ユナイテッド・スポーツ・ファウンデーション	
横浜マリノス株式会社	ライブラン株式会社

4) ウォーキング・パートナー 20 法人

アリックスパートナーズ・アジア・エルエルシー	
株式会社エトウ	株式会社カスタムライフ
弁護士法人 兼六法律事務所	サミット・レイバー・ユニオン
株式会社スマート・アイ	住友商事株式会社
株式会社ソニックガーデン	中外製薬労働組合
デロイト トーマツ グループ	日産自動車株式会社
愛知機械工業株式会社	日産モータースポーツ & カスタマイズ株式会社
日産工機株式会社	株式会社パデコ
三菱電機システムサービス株式会社	森乳スマイル倶楽部

ユーロモニターインターナショナル リコー社会貢献クラブ・FreeWill
株式会社ワールドディング

5) 学生パートナー 11 団体

国際ボランティア団体 APOLLO（大阪府）
学生団体 Infinite Connection（兵庫県）
SPSS（東京都）
Otro Camino-SDGs OBIRIN（東京都）
学生国際協力団体 SIVIO 東海支部（愛知県）
日本国際医療学会学生部会 Jaih-s（全国）
十文字学園女子大学 スポーツマネジメント・ビジネス研究同好会（埼玉県）
学生団体 TEHs（神奈川県）
日本マラウイ学生団体（茨城県）
学生国際協力 NGO FEST-HIROSHIMA（広島県）
学生団体レアスマイル（東京都）

3. 広報実績

1)新聞／雑誌、ウェブメディア掲載等

掲載・放映日	メディア名	報道内容
2021/10/19	産経ビズ	株式会社YONOHの歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」特別協賛
2022/2/21	テレビ熊本「英太郎にかたらんね」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」 in 九州の紹介
2022/2/22	東京マラソン財団ウェブサイト RUNwithHEART	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の紹介
2022/2/22	経団連1%クラブニュース インフォメーション 3月号	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の紹介
2022/3/4	レインボータウンFM OA『SPORTS WORKERS』 2021/ヨガチャンネル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の紹介
2022/3/8	LIVERUN「歩く国際協力RUN」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の紹介
2022/4/5	西日本新聞	歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の参加者のコラム掲載

2)アンバサダー

元プロサッカー選手・元日本代表の波戸康広さん

後援企業の横浜マリノス株式会社様のご協力により、本年のキャンペーン・アンバサダーに、元日本代表ディフェンダー、現在は、横浜F・マリノスのアンバサダー、そして日本将棋連盟の親善大使として活躍されている、波戸康広さんに就任いただいた。キャンペーン期間中、SNSでの発信や、ウェブや動画でのメッセージ寄稿を通じて広報協力をいただいた。

さらに、同社には、2月23日、日産スタジアムでのチラシ配布、その後のスタジアム内でのチラシ設置等を通じて、約5,000枚のチラシ配布に協力いただいた。

3)ジュニア・アンバサダー

公益社団法人ガールスカウト日本連盟所属 中・高校生 41名

毎日8,000歩以上を目標に、途上国の女性・女子に想いを馳せて歩き、歩数登録を行う「好きな時間、好きな場所で歩く」に参加した他、ガールスカウトメンバーの所属する団（チーム）内での周知や、地域、個人でのキャンペーン広報活動に尽力した。3月21日開催のチャリティーウォークイベントへの参加や、自主企画イベントの企画実施、積極的な「C」の写真の投稿による参加を通じて、キャンペーンに大きく貢献した。

【ジュニア・アンバサダーからのコメント】（一部抜粋³⁾）

・この活動を通して、水のありがたみを感じました。そして、自然が近くにあり、陽の光を浴びながら風を感じて過ごせることを改めて恵まれた環境に住んでいるんだなと思いました。たくさん歩いて私も運動になり、普段どのくらい歩いているのか数値でみるきっかけになりました。

³⁾ コメント全文はキャンペーン WEB ページに掲載：

https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/wihs2022_ja_comment.html

・1日の目標歩数を達成するのは、意識しないと難しく、世界でこんなにも時間や距離を当たり前のように歩いている人の大変さを痛感した。また、実際に歩くだけでも大変なのに、水や重たい荷物を持っていることに驚いた。

今回の事業を通して、今まで具体的に考えたことのなかった世界の少女の現状を知り、考えることができた。まだまだ自分の知らないことばかりだと思ったから、もっと調べて、今後考えたことや学んだことを周りに伝えて考えてもらう企画を計画したいと思った。

・初めて、ジュニア・アンバサダーとして就任しました。この活動を通してより多くの人に参加してもらえよう今日まで努めました。

「彼女たちの人生を明るくしたい」という思いが8000歩以上歩く原動力となりました。現在、世界では様々な国際問題を抱えていますが、この活動を通して些細な行動によって「一人の命を救える」ということを活動を通して学ぶことができました。ありがとうございました。

3)法人向けセミナー等

開催日	主催	イベント名	講演内容	参加(名)
2月9日	日本アイ・ビー・エムスタッフ オペレーションズ株式会社	ISOC ALL HANDS MEETING	水×ジェンダーに関する最新情報と CAREの活動紹介、歩く国際協力 「Walk in Her Shoes2022」のご案内	N/A
2月16日	住友商事株式会社	「ジェンダー平等」と「女性と女子のエンパワメント」について学ぶ オンラインランチセミナー	同上	37
2月25日	キンドリルジャパン・スタッフ オペレーションズ合同会社	N/A	同上	N/A
3月1日	株式会社 ケリングジャパン	N/A	同上	84
4月14日	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	WiHSに関する勉強会	同上	100
4月19日	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	WiHSに関する勉強会〔収録動画共有〕	同上	N/A
4月26日	日産自動車株式会社	WiHS 日産グループ社員向けセミナー	同上	47
5月17日	日産自動車株式会社	WiHS 日産グループ社員向けセミナー	同上	46
5月21日	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	リコー社会貢献クラブ・FreeWill イベント	LIVERUNでの、リコー社会貢献クラブ FreeWillのメンバー限定セッション。 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」 に関する紹介	42
N/A	サミット・レイバー・ユニオン	〔収録動画共有〕	水×ジェンダーに関する最新情報と CAREの活動紹介、歩く国際協力 「Walk in Her Shoes2022」のご案内	N/A

4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」

ーキャンペーン期間中「彼女たち」の身になって歩き、日々の歩数を登録して参加する方法ー

申込み手続き後、途上国で女性や女子が水汲みに要する 8,000 歩（1 日当たりの平均）を目安に歩く方法。オンライン上で歩数を手動で登録するか、歩数計アプリをダウンロードし歩数を自動連携する。参加者同士でチームを結成し、オンライン上で他のチームの歩数やランキング表示を確認することもできる。

毎月抽選で 2 名・2 チームに月間歩数賞として協賛企業の賞品を贈った他、キャンペーン終了後には、WiHS ナイスウォーク賞として、歩数上位個人 100 名から抽選で 10 名、一人当たりの 1 日の平均歩数上位 10 チームから抽選で 2 チームに賞品を贈呈した。

エントリー費に加え、特別協賛企業の協力により、歩数に応じた寄付を行った。目標 7 億歩まで歩数 500 歩につき 1 円の寄付としていたが、4 月中旬に達成したため、その後も、15 億歩を上限として引き続き歩数 500 歩につき 1 円の寄付とした。

キャンペーン期間中は、参加者へ定期通信（メール）を隔週で配信し、キャンペーンの進捗や、途上国における水や貧困の問題、当財団の支援活動に関する発信を行った。

※以下、有料一般参加者のみの分析結果（n=1,008）

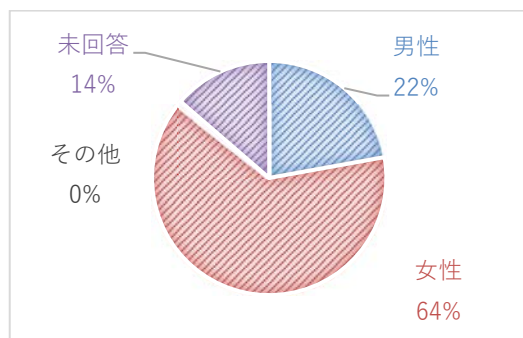
（ジュニア・アンバサダーおよびウォーキング・パートナーによる社員参加除く）。

1)参加者の性別と年代

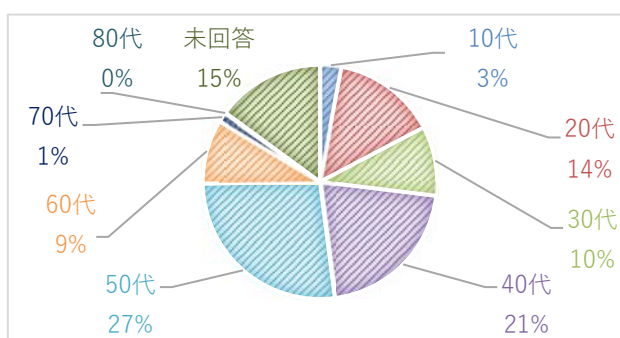
* 性別割合は、本年度は女性の割合が 64%となり引き続き女性の割合が多い。

* 年代別割合は、昨年と同様 50 代の参加者が最も多いが、40 代と 30 代以下の若年層でおよそ半数を占めている。学生パートナー等による学生参加も増え、年代バランスが多様化傾向にある。

a) 性別



b) 年代

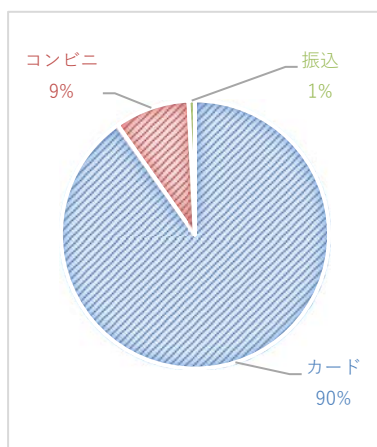


2) 申込方法

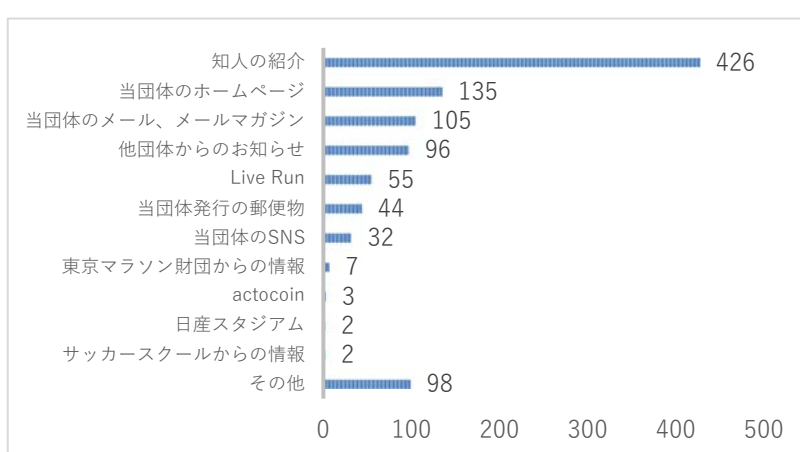
* 申込経路は、外部の決済サイト peatix を通してのクレジット払いが 90%となり大多数を占めた。

* 申込のきっかけは、知人の紹介、当団体のホームページ、当団体発行のメールやメールマガジン、他団体や他企業からのお知らせ、の順となっている。一般参加者においては、リピーターからの紹介等による申し込みが多いことが分かる。

a) 申込経路



b) 申込のきっかけ（キャンペーンを知ったきっかけ）

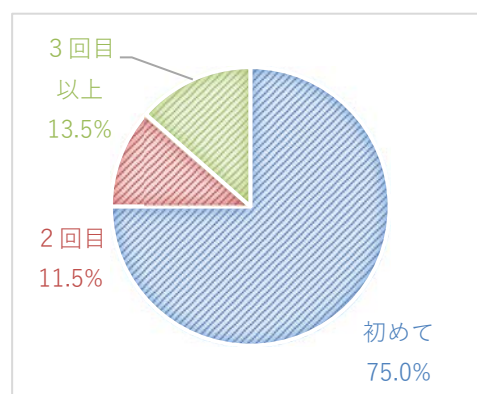


3) リピーター率

*初めての参加者は75%で昨年の72%の同水準だった。

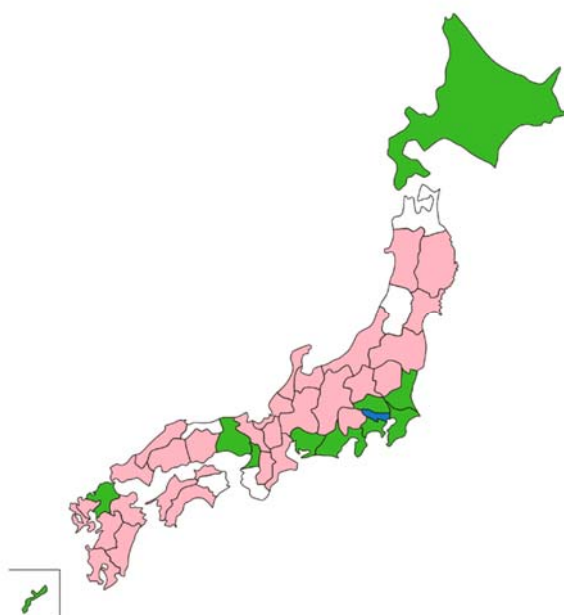
*2回目の参加者は11.5%、3回目以上の参加者は13.5%となり、全体のリピーターは25%であった。リピーター総数は1.3倍に増えている。

*一方、右記とは別に、ウォーキング・パートナーによる参加者を分析したところ、昨年はリピーター率が7.8%に対し今年は23%に増加、人数も6倍増となった。



4) 参加者の居住地

東京都	349	奈良	5
神奈川	116	広島	5
埼玉	56	岩手	4
愛知	54	群馬	4
千葉	47	石川	4
大阪	43	大分	4
沖縄	32	岐阜	3
福岡	23	新潟	3
兵庫	15	栃木	3
茨城	14	滋賀	3
北海道	14	佐賀	3
静岡	13	宮崎	3
宮城	8	福島	2
熊本	8	山口	2
長野	7	鹿児島	2
愛媛	7	秋田	1
京都	6	山梨	1
岡山	6	島根	1
長崎	5	香川	1
福井	5	高知	1
富山	5	海外	31
三重	5	未回答	81



* 例年同様、東京在住の参加者が圧倒的に多い。

* 42 都道府県からの参加となり、全国的な参加となっている。昨年に比べ沖縄からの参加が増えているが、企業による団体参加によるもの。また、愛知県が多いのは、学生パートナーによる団体参加があったためである。青森県、山形県、和歌山県、鳥取県、徳島県からは不参加だった。

* 海外からの参加者うち、17 人がアメリカからの参加であった。

5) 「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者へのアンケート結果

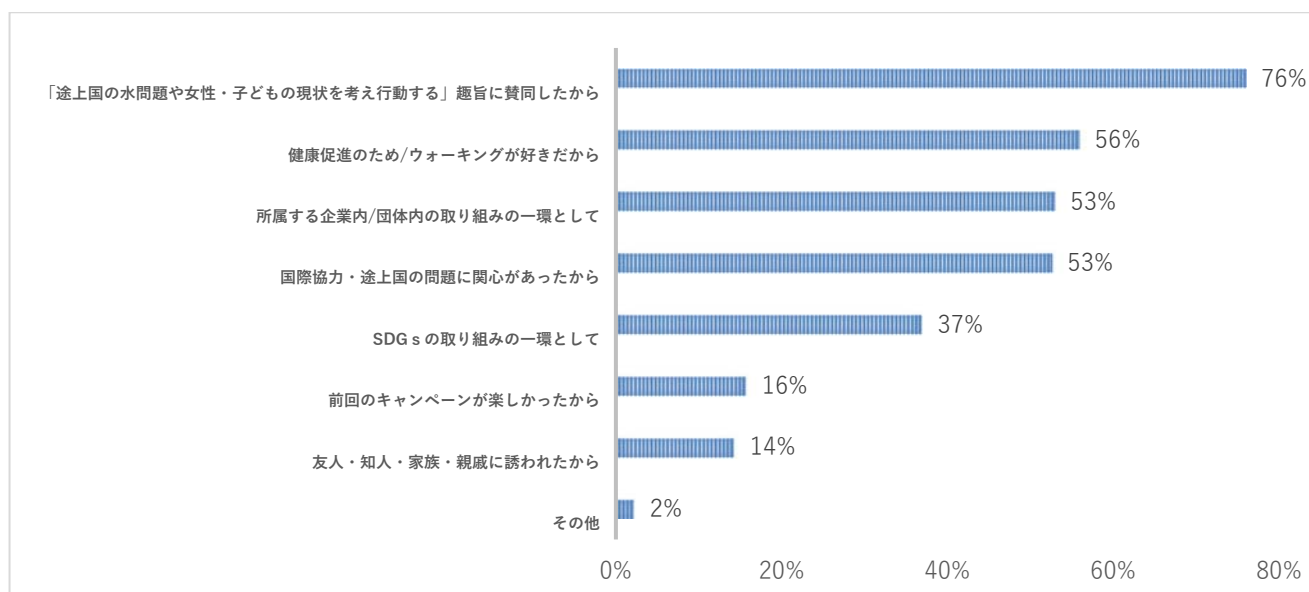
来年度以降の Walk in Her Shoes キャンペーンに反映するため、キャンペーン期間終了後に参加者へ選択式・記述式のオンラインアンケートを実施した。

※アンケートの記述回答と当財団からのコメントについては、キャンペーン WEB ページ⁵で公開する。

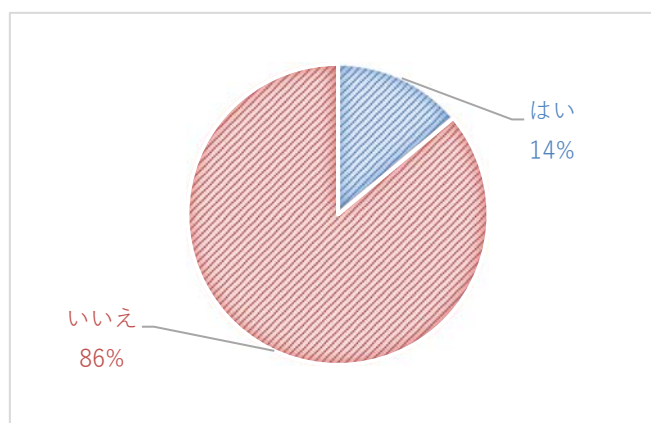
参加者数【3,008 人】 回答者数【274 人】 アンケート回収率【9.1%】

アンケート回収方法：キャンペーン終了後、参加者を対象に、オンラインアンケートへの協力を依頼した。

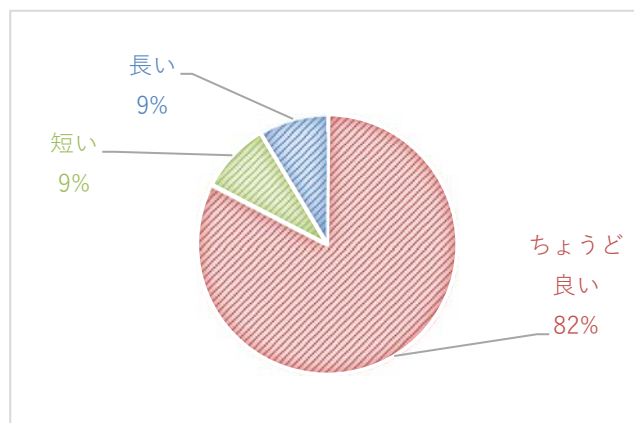
1. 「Walk in Her Shoes 2022」にご参加いただいたきっかけを教えてください。(複数回答可)



2. 「Walk in Her Shoes 2022」への参加を決定するにあたり、また、参加している期間中に、新型コロナウイルス流行の影響はありましたか？

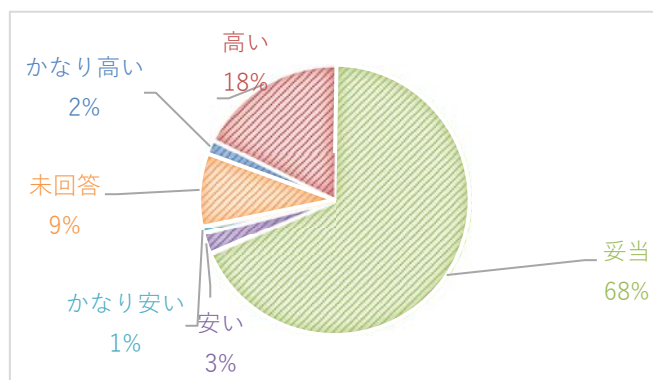


3. 約3ヶ月という、キャンペーン期間の設定はいかがでしたか？

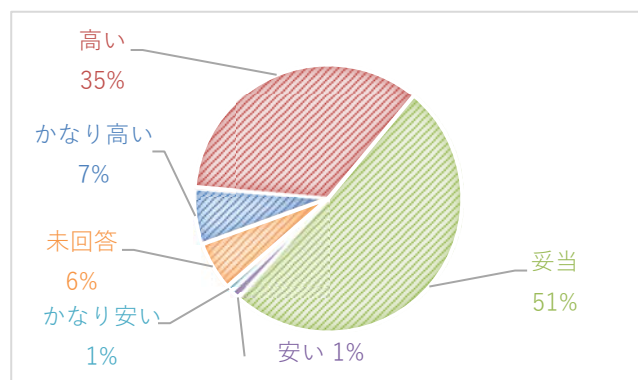


⁵ アンケートの記述回答と当財団からのコメント：https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2022.html

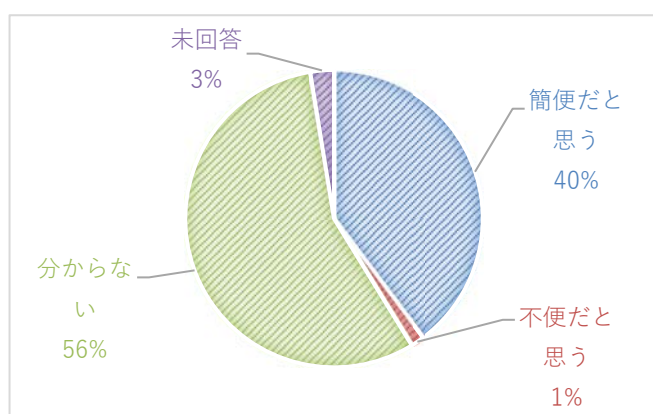
4. キャンペーン参加費 2,000 円（リピーター様優先申込価格）について、どう思いますか？



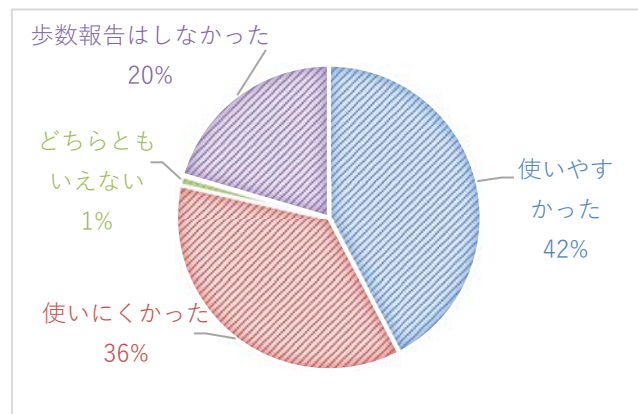
5. キャンペーン参加費 3,000 円（一般申込価格）について、どう思いますか？



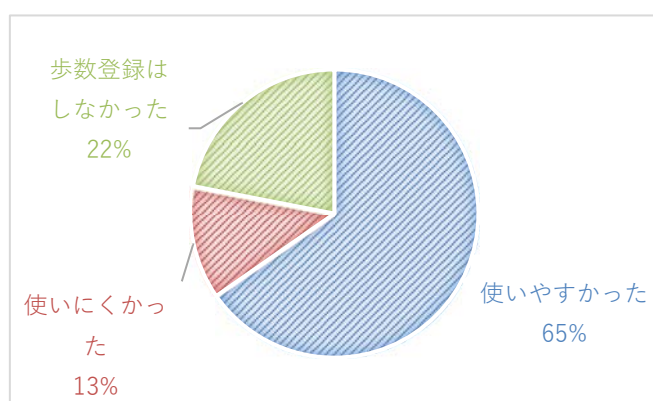
6. お申し込み・決済の方法は簡便でしたか？



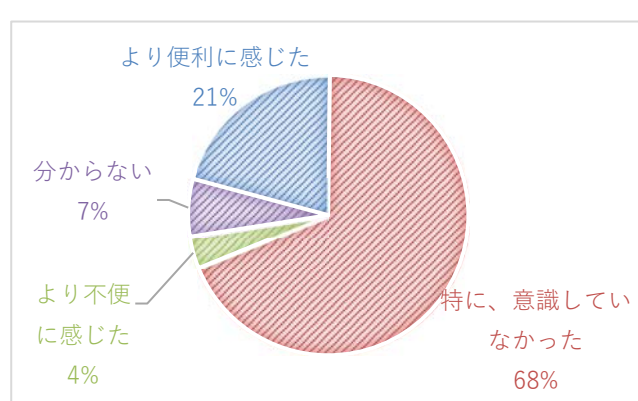
7. (歩数報告「手動入力」の方へ) 歩数報告ページ(歩数報告、履歴、ランキングページ)は使いやすかったですか？



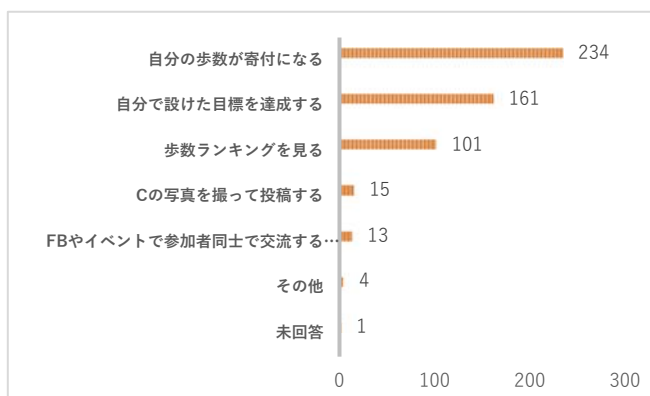
8. (歩数報告「自動連携」の方へ) 歩数計アプリ(最初の設定、履歴、ランキングページ等)は使いやすかったですか？



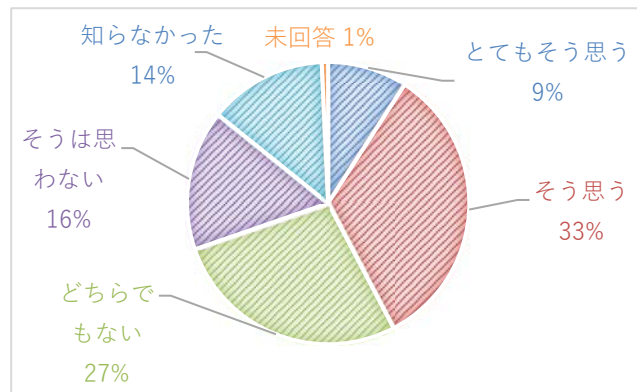
9. 歩数報告について：「手動入力」と「アプリで自動連携」の二つの方法を採用しました。ランキングは統合して表示され、チーム参加でも、メンバーごとにお好きな歩数報告方法を選べるようになりました。これらについてご意見を教えてください。



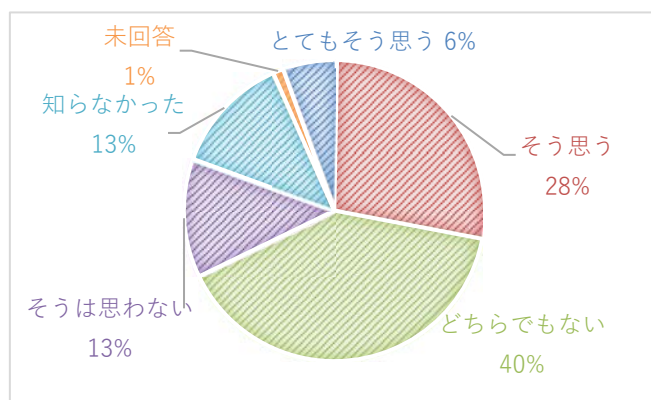
10. キャンペーン期間中、あなたの歩くモチベーションとなったことはなんですか？（複数回答可）



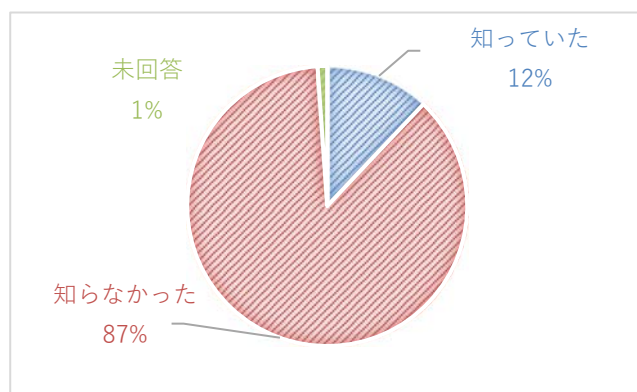
11. 月間歩数賞（抽選）や、キャンペーン終了後の歩数賞（歩数ランキング上位者）の設定は、歩くことへのモチベーションにつながりましたか？



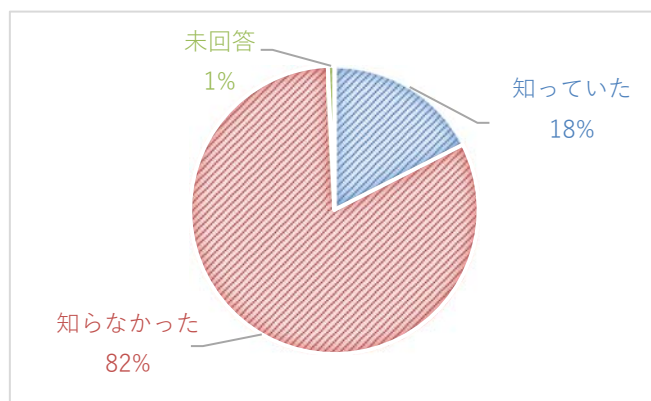
12. 参加者限定の Facebook グループや、キャンペーンの Facebook、Instagram、twitter 投稿は、3 か月間のモチベーションにつながりましたか？



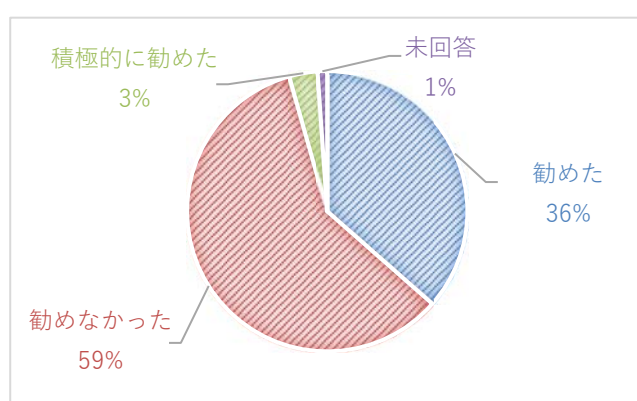
13. 今年は、歩く国際協力「Walk in Her Shoes」のアンバサダーとして、元プロサッカー選手/元日本代表の波戸康広さんに就任いただき、キャンペーンを広めていただきました。ご存知でしたか？



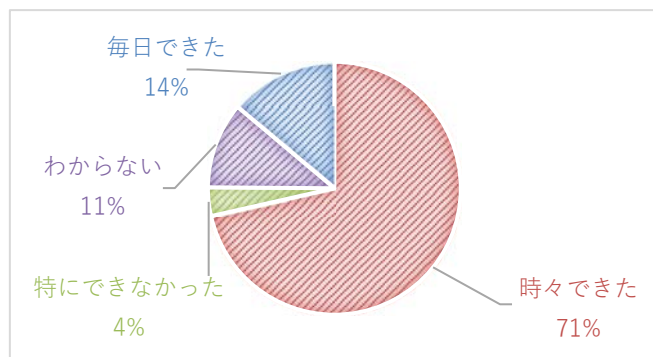
14. 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」のジュニア・アンバサダーが、各地でこのキャンペーンを広める活動をしていたのをご存知でしたか？



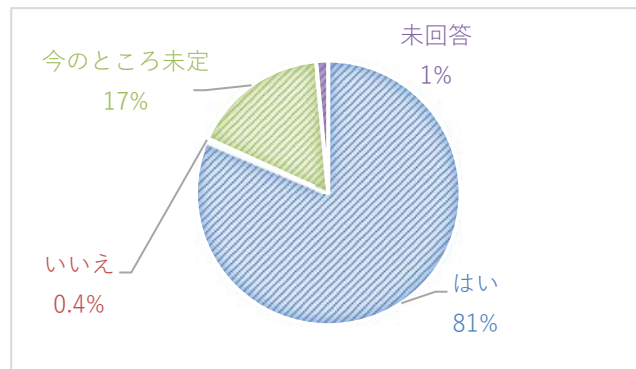
15. キャンペーン期間中、「Walk in Her Shoes2022」について、対面や SNS 等を介して友人・知人に勧めましたか？



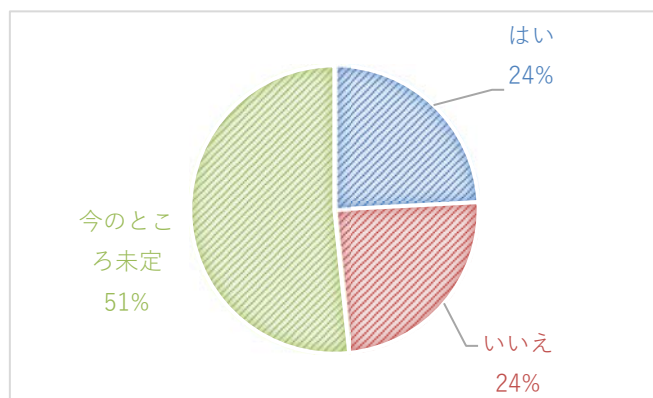
16. 本キャンペーンを通じて、水汲みに行かなければならない「彼女の身になって歩く」を意識することはできましたか？



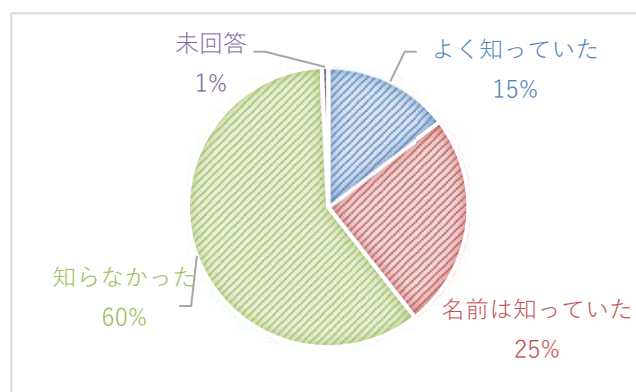
17. 来年の歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」の「好きな時間、好きな場所で歩く」に参加したいと思われますか？



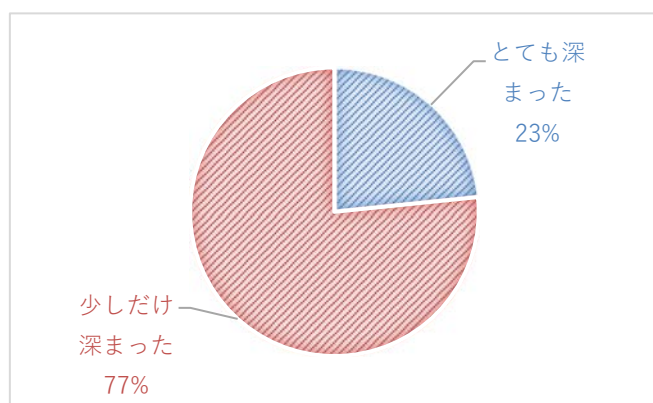
18. 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」では、キャンペーン期間中、東京都内でチャリティーウォークイベントも実施しています。イベントにも参加してみたいと思いますか？



19. 「Walk in Her Shoes 2022」参加前に、国際協力 NGO 「CARE」のをご存知でしたか？



20. 「Walk in Her Shoes 2022」をきっかけに、国際協力 NGO 「CARE」について理解は深まりましたか？



【アンケート「来年のキャンペーン実施に向けご意見・ご感想」のコメント】（一部抜粋⁶⁾）

- ・歩くことで少しでもお役に立てることが嬉しかったです。もっとたくさんの人にキャンペーン活動を知ってもらえるといいなと思います。
- ・地方在住でもこのようなキャンペーンに参加できるしくみは素晴らしいです。
- ・歩くだけで国際協力ができると聞いた時、わたしにも出来る!! ととても嬉しく思いました。また参加したいです。
- ・途上国の皆さんの為、そして自分の為にもまたチャレンジしたい気持ちです。
- ・全国で少女たちと一緒に、海の向こうの彼女たちの事を思いながら歩くイベントを企画してみたいです。

6) 「好きな時間、好きな場所で歩く」ウォーキング・パートナーによる歩数実績一覧

法人名	チーム名	合計歩数 (A)	歩数報告者数 (B)	1人あたりの 平均歩数 (A/B)	寄付相当額 (A/500歩)	エントリー数	歩数報告率
日産自動車株式会社	NISSAN ※関連会社様含む	384,806,782	634	606,951	¥769,614	739	86%
三菱電機システムサービス株式会社	MELSC	131,176,986	217	604,502	¥262,354	329	66%
デロイト トーマツ グループ	Deloitte Tohmatsu Group	5,732,743	10	573,274	¥11,465	11	91%
リコー社会貢献クラブ・FreeWill	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	246,386,545	444	554,925	¥492,773	508	87%
森乳スマイル倶楽部	森乳スマイル倶楽部	26,544,443	48	553,009	¥53,089	50	96%
株式会社スマート・アイ	smart- i	11,479,314	21	546,634	¥22,959	21	100%
サミット・レイバー・ユニオン	SLU	8,108,435	16	506,777	¥16,217	16	100%
株式会社エトウ	ETO	12,590,064	25	503,603	¥25,180	25	100%
中外製薬労働組合	CWU	23,045,981	46	501,000	¥46,092	47	98%
株式会社パデコ	Team PADECO	9,223,044	19	485,423	¥18,446	21	90%
アリックスパートナーズ・アジア・エルエルシー	AlixPartners	6,601,505	14	471,536	¥13,203	19	74%
ユーロモニターインターナショナル	ユーロモニターウォーカーズ	7,899,616	18	438,868	¥15,799	18	100%
株式会社ワールディング	worlding!	18,897,952	45	419,954	¥37,796	57	79%
弁護士法人 兼六法律事務所	兼六ウォーククラブ	7,562,054	19	398,003	¥15,124	22	86%
株式会社ソニックガーデン	SGウォーク2022	23,232,992	61	380,869	¥46,466	62	98%
株式会社カスタムライフ	CUSTOMLIFE	4,753,974	13	365,690	¥9,508	13	100%

※住友商事株式会社は、さくらチャリティウォークへの社員参加を促進（26名）。

「好きな時間、好きな場所で歩く」不参加のため、除外。

※日産自動車関連会社は、愛知機械工業株式会社、日産モータースポーツ&カスタマイズ株式会社、日産工機株式会社の3社。

⁶ アンケートの記述回答と当財団からのコメント：https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2022.html

5. ウォークイベントに参加する

―途上国の女性や女子が水汲みのために一日に歩く約6キロを歩くチャリティーウォークイベント―

今年は、九州でのオンラインイベント1つと、2年ぶりに東京都内にてオフラインイベント1つを企画、開催した。

【九州限定企画】歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2022 in 九州	
日時	2022年3月8日（火）～3月22日（火）
場所	オンライン
参加者数	125名

歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」の関連イベントとして、九州の4つのCARE支援組織（ケア・サポーターズクラブ大分・熊本・佐賀・鹿児島）が合同で歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022 in 九州」を主催、本年度で2回目の開催となった。熊本県の9つの法人に特別協賛としてご協力を頂き、九州在住の方々を中心に昨年を上回る125名の参加があった。15日間にわたり、それぞれの場所で毎日6キロ（約8,000～10,000歩）を目安に歩いて頂いた。また、歩数報告を頂いた方を対象に、合計歩数上位者より順に地元企業様のご提供商品や特産品など豪華賞品を進呈した。

参加者の方々からは、イベントを通して、生活習慣を少し変え、以前より歩くようになったという声や、毎日水を運んで歩いている女の子たちのこと意識し考えるようになったという声などを頂いた。



世界の水問題・ジェンダー課題に向き合う!「世界水の日」さくらチャリティーウォーク	
日時	2022 年 3 月 21 (月・祝)
場所	ITOCHU SDG s STUDIO を起点に、明治神宮外苑や迎賓館前、青山霊園等の都内の名所を回る 6km コース
参加者数	107 名 (うち、24 名が住友商事株式会社様、4 名がサミット・レイバー・ユニオン様からのご参加)

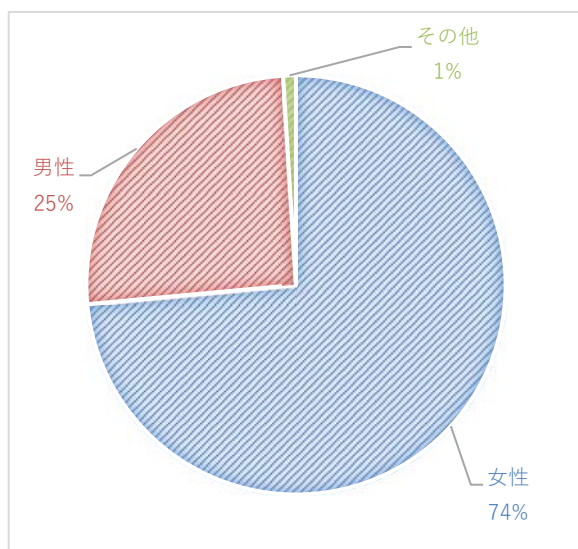
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2 年連続で開催を断念していたオフラインイベントを、本年度 2 年ぶりに開催、107 名に参加いただいた。コロナ禍の開催のため、検温・消毒等の基本的な感染予防対策を講じたほか、参加者が一同に集まって歩くグループウォークは行わず、配布するマップをもとに各自で歩いていただく自由ウォーク方式を採用した。

伊藤忠商事株式会社様のご協力のもと、当日は、港区にある ITOCHU SDG s STUDIO をスタート・ゴール地点として、明治神宮外苑や迎賓館前、青山霊園等の都内の名所を回りながら、途上国の女性や女の子が水汲みのために一日に歩く距離約 6km を歩いた。また、ルートの途中 3 つの公園で団体紹介や途上国の水問題・ジェンダー問題を考えるクイズ、水運び体験のアクティビティを行った。これらは、CARE スタッフのほか、学生パートナーである津田塾大学の学生団体レアスマイルや、横浜市立大学の学生団体 TEHs のメンバーにもご協力いただき、合わせて 9 名のボランティアとともに運営を行った。

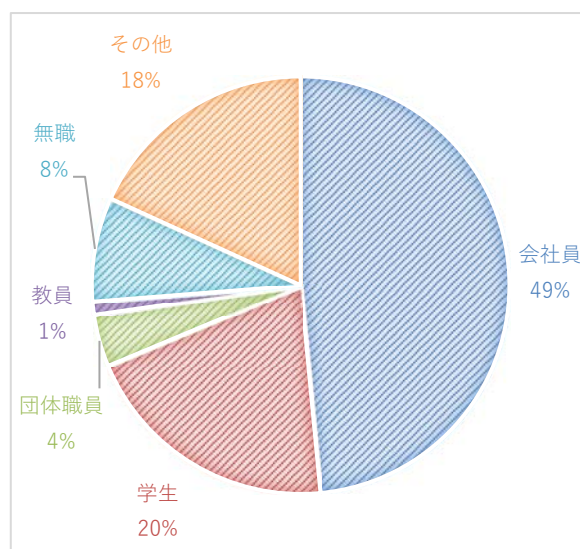


《アンケート結果》 対象者数 107 名 回答者数 102 名（回収率 95%）

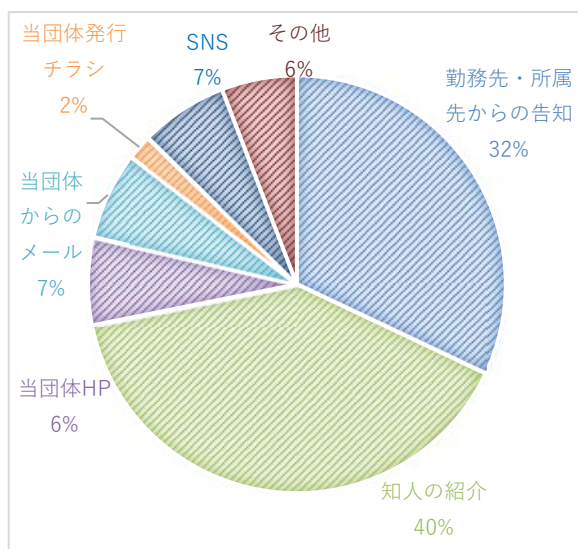
1. 参加者の性別



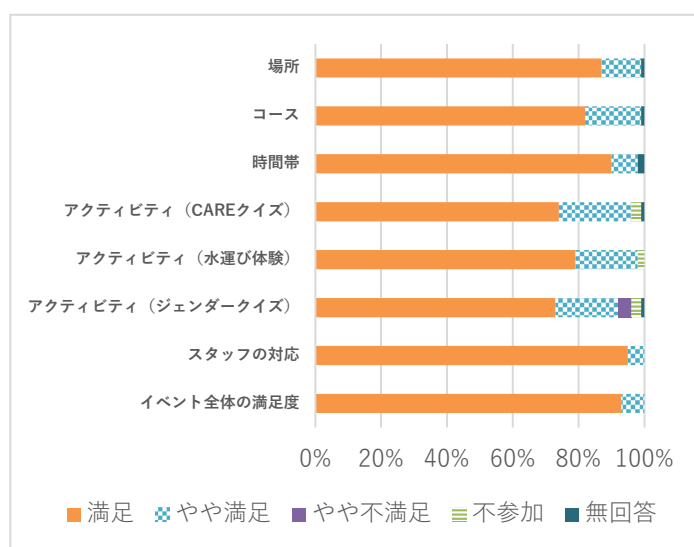
2. 参加者の職業



3. 参加したきっかけ



4. イベントの満足度



【参加者のコメント（抜粋）】

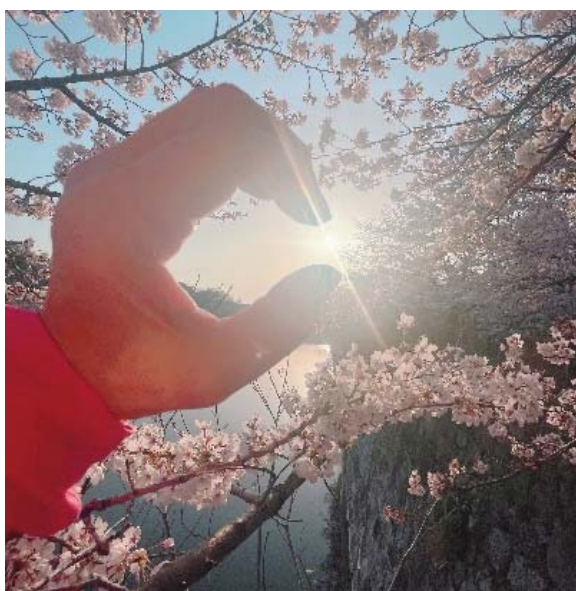
- ・6km 歩くだけでも大変に感じたのに、発展途上国の女の子たちはさらに重い水を運んでいるというので、本当に大変なんだなと感じました。
- ・クイズを通じて世界の水問題、女性の問題を勉強できてよかった。
- ・家族や子供たちと一緒に世の中の問題点を話し合う、いい機会になりました。
- ・素晴らしいコースでした。また水運び体験もあり有意義なイベントでした。

6. 「C」の写真を投稿する

CARE の「C」を撮影し、「#（ハッシュタグ）歩く国際協力」を付けて、Facebook、Twitter、Instagram に写真を投稿。協賛企業の協力により、写真 1 枚につき 100 円の寄付となった。期間中、2,630 枚の写真が寄せられた。

また、期間中、毎月「寄付金額 3 倍ウィーク」を展開、その週に撮った「C」の写真は 1 枚につき通常の 3 倍の 300 円が寄付される企画を実施した。合計 948 枚の「C」の写真が寄せられた。

さらに、投稿された写真の中からフォトコンテストを行い、以下の 5 つの特別賞を写真投稿者に授与した。



7. 自分で企画して寄付を集める

1) 「クラウドファンディングに挑戦する」

—クラウドファンディングサイトを利用し、参加者が独自のチャレンジを企画して寄付を集める参加方法—

「クラウドファンディングに挑戦する」に関しては、今年の実施はなかった。

2) 「イベントを企画して実施する」

—自分でイベントを企画・運営し、そこで得た収益を CARE に寄付する参加方法—

「イベントを企画して実施する」は、5 件の協力を得た。

1) ごみひろいウォーク～Around Hirosaki Park～	
主催者	ガールスカウト青森県第1団
日時	2022 年 4 月 17 日
場所	ヒロロ 3 階多世代交流室から弘前公園
参加者数	15 人
概要	弘前駅前にある商業ビル内の公共スペースから弘前公園までゴミ拾いをしながら歩く企画。室内で CARE の活動やイベントの趣旨について理解を深めた後、弘前駅周辺から桜咲く弘前公園までゴミ拾いをしながら往復約 5 km を歩いた。弘前公園では「C」の写真を撮影。最後は室内に戻り 20 kg の水の重さを体験するアクティビティも実施した。

『ごみひろいウォーク～Around Hirosaki Park～』の様子



2) ピラティス&ビーチクリーンウォーキング@由比ガ浜 for Walk in Her Shoes	
主催者	アロハカイロ & フットパラダイス 高橋素子様
日時	2022 年 4 月 24 日
場所	鎌倉市由比ガ浜
参加者数	12 人
概要	ピラティスを通して、重いものを持ち上げたり、屈んだりするときに使う筋肉を意識して動かし、その後、自然環境を守るためのビーチクリーンを移動しながら行った。

『ピラティス & ビーチクリーンウォーキング@由比ガ浜』の様子



3) ひなたの海で歩いて見つけよう @蚊口浜	
主催者	ガールスカウト宮崎県第2団
日時	2022年5月22日
場所	高鍋町 蚊口浜海浜公園（宮崎県）
参加者数	21人
概要	蚊口浜海浜公園⇒蚊口浜⇒鶴戸神社⇒高鍋駅⇒蚊口公民館⇒蚊口浜海浜公園 約6kmを歩く企画。 ジュニア・アンバサダーが中心となって趣旨説明、クイズを行った後、蚊口浜周辺の魅力的なスポットでCの写真を撮影しながら、ゴミを拾って歩いた。最後に、拾ったペットボトルのキャップのゴミは蚊口公民館でクラフト作り（キーホルダー）を行った。

『ひなたの海で歩いて見つけよう @蚊口浜』の様子



4) 世界と友だち～ポイントハイク～	
主催者	ガールスカウト京都府連盟
日時	2022 年 5 月 22 日
場所	京都市鴨川河川敷（賀茂大橋～丸太町橋）
参加者数	187 人
概要	京都市の鴨川河川敷沿いを歩きながら、途中に数か所ポイントを設け、クイズや水運び体験や、教育を受けられない場合の弊害などの世界の子どもたちの現状を学ぶアクティビティを設け、ゴールを目指した。

『世界と友だち～ポイントハイク～』の様子



5) いけだ宝さがし WALK	
主催者	ガールスカウト大阪府連盟 豊能ブロック
日時	2022 年 5 月 22 日
場所	池田市中央公民館・阪急池田駅～五月山周辺
参加者数	297 人
概要	とある冒険家が残した『宝の地図』を元に、ミッションに挑戦し『宝』を探すウォークラリー。グループに分かれて、ミッションをクリアしながら池田を歩き、各グループの歩数を 100 で割った数を寄付額とした。また、ゴールの場所に、Walk in her shoes の展示を設置した。

『いけだ宝さがし WALK』の様子



8. オンラインイベント

キャンペーン期間中、関連イベントとして、以下のオンラインイベントを実施した。

1) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」インスタライブ	
日時	2022 年 2 月 21 日 (月) 19:30~20:00
場所	オンライン (インスタライブ)

初めての試みとして、キャンペーンの趣旨や内容、参加方法、楽しみ方を解説するインスタライブを開催した。

リアルタイム視聴はおよそ 7 名程度と少なかったが、アーカイブ視聴数は 93 回となった (6 月 24 日現在)。



2) 2,000 人以上が賛同する歩く国際協力の魅力とは？ Walk in Her Shoes 2022 前夜祭 Facebook ライブ	
日時	2022 年 3 月 7 日 (月) 20:00~21:00
場所	オンライン (Facebook ライブ)

キャンペーン開始前夜に、前夜祭と称して、Facebook 上でも生配信イベントを行った。

今年のキャンペーンの注目ポイントをお伝えするとともに、後半には、「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者 4 名をゲストにお招きし、楽しみ方についてのクロストークを行った。

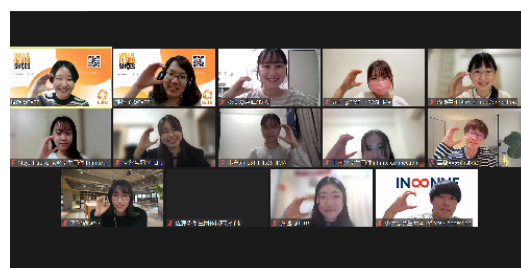
リアルタイム視聴は 39 名で、アーカイブ視聴数は 312 回となった (6 月 24 日現在)。



3) 学生パートナー交流会	
日時	2022 年 4 月 22 日 (月) 19:30~21:00
場所	オンライン (Zoom)

歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2022」に参加いただいている学生パートナーの参加者様限定の交流会を開催した。

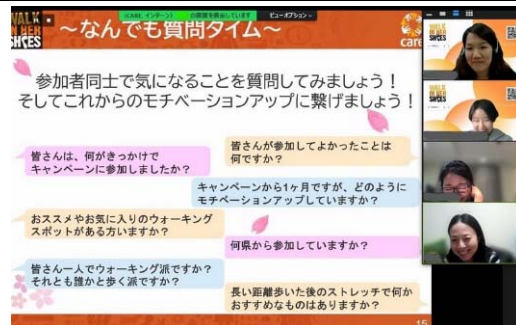
8 団体から 14 名の参加を得て、各団体の代表者の方による団体・ゼミ紹介や、少人数グループに分かれて現在の活動での工夫している点などを話し合い、交流を行った。



4) 【歩く国際協力 Walk in Her Shoes 参加者限定】 CARE カフェ	
日時	■第1弾 「ケア・インターナショナル ジャパンとは？」編 2022年4月8日(金) 20:00~21:20 ■第2弾「CAREの支援活動をご紹介！&ウォーキング Tips」編 2022年5月13日(金) 20:00~21:20 ■第3弾「キャンペーン終了のご報告！お疲れ様会」編 2022年6月10日(金) 20:00~21:20
場所	オンライン (Zoom)

CAREの活動を知っていただき、かつ「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者様同士の交流を目的としたオンラインイベントを、キャンペーン期間中と終了直後の計3回開催した。

CAREの活動紹介や、参加者交流、キャンペーンの報告、協賛品プレゼントをかけた貧困問題に関するクイズ、キャンペーンへの感想・ご意見のヒアリングを行った。



また、今年は初の試みとして、参加者であるウォーキング&ライフプロデューサーの浅井香葉子様の講演を第2弾に設けるなど、これまでとは違う層の参加を狙ったイベントも開催した。

第1弾は3名、第2弾は14名、第3弾は8名の参加を得た。



9. キャンペーン制作物

【2022 オリジナルTシャツ】



【オリジナルマスク】



【ちらし】

本体キャンペーン

【イベント】歩く国際協力

Walk in Her Shoes 2022 in 九州

【イベント】「世界水の日」

さくらチャリティーウォーク

10. 寄付金使用用途 ケア・インターナショナル ジャパン活動概要

本キャンペーンへのエントリー費および寄付金は、途上国や紛争・災害地域において、困難な状況にある女性と女子の自立を支援することで貧困削減を目指す、ケア・インターナショナルジャパンの活動全般に活用されます。当財団では現在、主に以下の活動に取り組んでいます。

※以下の「例えば、100 万円でできること」は一例であり、実際には収益金が各事業に 100 万円ずつ充当されるわけではありません。

1) 東ティモール：農業用水改善事業

* 事業目標：

貯水タンクや点滴灌漑設備などを設置し、山間部の水源から村、そして畑へと水を引くことで、安定的な農作物の収穫を目指します。さらに、主に女性や子どもたちの役割とされる水汲みや水撒き作業を不要にすることで、女性の農作業負担を軽減します。

* 主な活動：

1. 水源の保全と、貯水タンクおよび水路を造成
2. 農地で水を効果的に利用できるよう点滴灌漑を設置
3. 点滴灌漑設備を維持管理するための水管理委員会の設置、能力強化
4. 水管理委員会およびコミュニティの人々を対象にしたジェンダー平等研修



例えば、100 万円でできること

例えば、1 つの農民グループで、点滴灌漑設備を維持するための水管理委員会を設置し、能力強化を行うことができます。さらに、農民グループメンバーと対象地域のコミュニティの人々へ、ジェンダー平等研修を行うことができます。

2) 東ティモール：学習教材「ラファエック」を通じた自立支援事業

* 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します。

* 主な活動：

1. 基礎的な計算能力と識字能力の向上
2. 農業生産の管理と家族の健康管理の改善
3. 起業と小規模金融サービスについての住民の理解の促進
4. 幼児の健康や発育、子どもを学校に通わせることの保護者の理解の促進



例えば、100 万円でできること

例えば、現地語の教科書が普及していない小中学校で補助教材として使われている学習雑誌「ラファエック」を、およそ 6,000 冊配ることができます。

3) タイ：理数系（STEM*）教育を通じたリーダーシップ育成事業（第2期）

*「STEM（システム）」とは、Science（科学）、Technology（技術）、Engineering（工学）、Mathematics（数学）の頭文字をとった言葉。

* 事業目標：

男女の区別なく青少年のリーダーシップ、職業的スキルや社会で生きていく力を高めることで、青少年の将来の学業および職業機会を広げることを目指します。

* 主な活動：

1. 青少年（特に女子）を対象とした研修と職業活動の実施
2. 教師を対象とする研修の実施



例えば、100 万円でできること

例えば、学習環境が厳しい中高生およそ 200 人が 2 日間のキャンプに参加し、討論やゲーム、ロールプレイを通じてリーダーシップを学ぶ事ができます。

4) ウクライナ危機緊急支援事業

2 月 24 日に始まったロシアのウクライナ侵攻による人道危機をうけて、日本を含む世界の CARE が連帯し活動を展開しています。ウクライナ国内および周辺国での活動実績がある地元パートナー団体とも連携しながら、緊急支援に取り組んでいます。



* 主な活動：

1. 食糧、水、衛生用品、そして現金などの緊急支援物資の配布
2. ウクライナの人々への心理的影響とトラウマを緩和するための心のケア
3. その他、今後、ウクライナの国内避難民および難民が必要とする支援

例えば、100 万円でできること

例えば、ウクライナ国境へ避難した母親 100 人に、おむつ、おしりふき、粉ミルク、離乳食、魔法瓶などの、赤ちゃんの世話に必要な育児用品を提供することができます。

たくさんの皆さまのご参加、そしてご支援をいただきまして、ありがとうございました。
「Walk in Her Shoes 2023」も、よろしくお願いします。



[本報告書に関するお問い合わせ]
公益財団法人 ケア・インターナショナル ジャパン
担当：神

〒171-0031 東京都豊島区目白 2-2-1 目白カルチャービル 5 階
Office : 03-5950-1335 | fax : 03-5950-1375
email : wihs@careintjp.org | www.careintjp.org