

事業報告書

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

2017 年度 事業報告

活動の概要

今年度は、3ヶ年中期戦略 2017(2014 年 7 月～2017 年 6 月)の最終年次となり、明確な付加価値、財政の再建と健全化、認知度と影響力、より貢献度と効率性の高い組織を目指して、4つの基本戦略を行った。

最初に、①「女性と女子」というテーマに基づく事業の実施、支援効果、持続発展性の向上を進める中、活動を通してジェンダー¹平等と女性のエンパワメントが促進される複数の海外事業が 2 年次に入り、折り返し地点を迎えた。また 2017 年 4 月から民間資金によりタイで中高生を対象としたリーダーシップ育成 3 ヶ年事業を開始することとなった。

次に、②戦略的なコミュニケーション(働きかけ)の強化により、広報ならびに個人支援者拡大に向けた諸施策において、多様な関心層・支援者層を巻き込むことができた。特に、5 月 11 日に創立 30 周年の節目を迎えたことを受け、CARE の原点に立ち返り、「CARE パッケージ(ケア物資)」やこれまでの歴史・活動実績にフォーカスを充てた広報や募金を行い、新たな層への理解促進につなげたとともに、既存支援者からの更なる支援を獲得した。

さらに、③収支管理の改善とリソースの有効活用においては、外部から働き方改革や職場環境整備のための奨励金や助成金を取得し、テレワーク勤務整備等、職場の労働環境改善を行った。

上記3つの基本戦略は順調に進んだ一方、④民間資金拡大と自己資金能力向上は、反転の兆しが見え始めたが、予断を許さない。多様な支援企業の獲得や寄付付き商品の新規開拓、新規個人寄付につながる効率的なマーケティングが今後も一層必要とされる。

なお、2016 年 4 月に発災した熊本地震は、当財団の支援組織がある都道府県での災害となり、熊本の支援組織であるケア・サポーターズクラブ熊本と初めて事業レベルで連携することとなり、多くの教訓を得た。また当財団は、2017 年 6 月より国内緊急支援において従来の支援要件を緩め、この分野をより注力する方針に変更した。

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、伊藤るり、大沢真理『ジェンダーと開発』2002 年、国際協力出版会)
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」、井上輝子、江原由美子、加納実紀代、上野千鶴子(編)『岩波 女性学事典』2002 年、岩波書店)

ジェンダー平等と女性のエンパワメントを通じた海外における支援事業の展開については、今年度は以下の4つの事業を実施した。詳細は、【事業詳細】を参照。

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	企業
開発②	終了	ガーナ	ソーシャル・ビジネス事業	企業
開発③	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、企業、個人等
開発④	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⑤	継続	ガーナ	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	外務省、財団等
緊急①	終了	日本	熊本地震被災者支援事業	企業、個人、支援組織等

(記)

当財団は、国際協力事業を行う公益目的事業1(以下、「公1」)、普及啓発事業を行う公益目的事業2(以下、「公2」)、組織の管理を行う法人会計(以下、「法人」という区分により、公益法人の認定を受けている。以下の頁にて、各事業を報告する。

1. 事業部署【公1】

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
活動実績
1. 事業運営管理の重点課題
A) 各事業計画へのジェンダー視点の反映 ・「ジェンダー・多様性に関する方針」に基づき、2015 度から導入したジェンダー・チェックリストを用いて、東ティモール及びガーナで実施中の助成金事業 2 件(外務省 NGO 連携無償資金協力事業)については、1 年次の中間時点で事業実施中チェックを行った。
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 ・2015 年度から導入した簡易評価システムを用いて、上記助成金事業 2 件のうち、ガーナ事業については 1 年次の中間時点で事業実施中の簡易評価を行った。東ティモール事業については、現地事務所で採用しているモニタリングツールを用いた。

基本戦略2
民間資金の拡大と自己資金能力の向上
活動実績
1. 事業規模と質の確保
C) 政府系助成金の継続的獲得による事業規模の確保 ・東ティモール及びガーナにおいては、外務省 NGO 連携無償資金協力事業(N 連事業)として 2016 年 2 月に新規の開発支援事業が開始され、東ティモール事業は 2017 年 3 月 2 日にガーナ事業は 2017 年 2 月 15 日に 1 年次が終了した。両事業ともに同年 5 月末までに 1 年次完了報告書を当該国日本国大使館に提出した。 ・上記助成金事業 2 件については、2 年次申請書を 2017 年 8 月に外務省民間援助連携室に提出し、ガーナ事業については 12 月までに審査を終え 2017 年 2 月に 2 年次贈与契約を大使館との間で締結し、東ティモール事業については 2 月までに審査を終え 2017 年 3 月に 2 年次贈与契約を大使館との間で締結した。
D) 事業申請書及び事業報告書の精度の維持と向上 同上。
2. 企業連携の促進
E) 対象国のニーズに合致した企業連携事業の構築 ・東ティモールで継続的に支援している「コミュニティ・ラファエック事業」において、教育関連企業からのラファエック雑誌の一部紙面へのコンテンツ提供の可能性を念頭にアプローチを試みたが、連携には至らなかった。同じく他企業にもアプローチを試みるが、具体的な協議には繋がらなかった。
3. 現地事務所の戦略的選択

- 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(東ティモール)に限定した集中的な事業支援を行った。

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

活動実績

1. ドナーリレーション強化

G) 政府系ドナーとのより良い関係性の構築

- ・東ティモール及びガーナのN連事業については、主に同地の日本人駐在員を通して当該国日本国大使館との綿密な連絡調整を行い、また、両事業の1年次完了報告及び2年次申請の過程においても、外務省(民間援助連携室)及び当該国日本大使館との連絡調整を行い、ドナーリレーション強化に引き続き尽力した。
- ・東ティモールN連事業については、農業技術研修活動の中に、JICA ボランティア(青年海外協力隊)の農業分野の専門隊からの技術指導を含める等、JICA 東ティモール事務所と連携した活動を実施した。

基本戦略4

収支管理の改善とリソースの有効活用

活動実績

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

- ・東ティモールとガーナにおけるN連事業の開始に伴い、昨年度からは2人の日本人がプロジェクト・マネージャーとして現地に駐在し、東ティモールについては2017年度も継続して駐在員がその役割を担ってきた。他方、ガーナについては1年次終了に伴い駐在員の離任が決まったが、2017年6月に後任の駐在員が決まり、派遣前内部研修を実施した(7月に派遣)。
- ・昨年度は、2016年4月の熊本大地震を受け、支援組織が所在する地域での激甚災害が発生した場合の緊急支援対応の方針を緊急時対応プラン(EPP: Emergency Preparedness Planning)に追加したが、2017年度には、支援組織が所在しない地域(例: 支援組織の設立が見込まれる県等)での緊急支援対応の方針についても、現行EPPに追加した。

2. マーケティング部署【公2】

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

基本戦略2

民間資金の拡大と自己資金能力の向上

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

活動実績

1. 広報・ブランディング強化

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

・事務局/関係者内ならびに各広報媒体において、ケア・インターナショナルの新しいビジョン、ミッション、フォーカスの周知と浸透を図った。

・電通主催「ソーシャル・ポスター展」に採用され、電通グループ社員によるプロボノ協力を得て、全く新しい視点から団体を紹介する3種のポスター(「ヒーローを、救え。」)を制作。日比谷文化図書館での展示会にも出展された。

・5月11日の財団創立30周年の記念日の周辺では、(CAREパッケージを受け取った人が多くいたと想定されるエリアをカバーする)中国新聞、東京新聞、神奈川新聞に的を絞り、取材交渉。いずれも写真入りで、「受取人求む」の記事化につながり、貴重な声が若干数寄せられた。さらに、2016年10月～2017年1月にかけて開催された、横浜都市発展記念館での企画展「焼け跡に手を差し伸べて～戦後復興と救済の軌跡～」に資料提供し、戦後のCAREによる支援について広く一般に広報する機会を得た。

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

・既存支援者への個別ヒアリングや一斉アンケート調査などを通じて、ホームページ、ニュースレター、メールマガジン、ソーシャルメディアなど全ての既存広報媒体の分析を行い、目的、ターゲット、コンテンツ、発信頻度等を再検討。一部、改善を行った。唯一、年次報告書についての大幅改善は、次年度へ向けての課題となった。

・特に若年層による寄付拡大を目指して計画していたモバイルサイト構築が、財政上の理由により、次年度以降の実施となった。

・広報面において、海外駐在員との連携を強化。ウェブサイトやフェイスブックを中心に活動状況を発信した他、日本のTV局による現地取材(ガーナ)にも対応した。また駐在員帰国報告会の他、東ティモールからは現地職員を招聘して活動報告会を実施した。

・メディア(新聞、テレビ、ラジオ、広告誌等)に関しては、SDGs(持続可能な開発目標)や国際女性デーなどの機会を捉えて、CAREの取り組みを広報することができた(掲載実績60件、前年比1.5倍)。各種イベント告知や報告の記事も多く、特にCARE支援組織(金沢、長野、佐賀)が関係する地方メディアにおける掲載が目立った。

・支援者向けの「年次報告会」を改め、第1回「CARE感謝デー」を実施。1年間の活動な

らびに会計報告を行う第1部と、CARE+(ファンドレイジングボランティア OB/OG)主催による支援者交流イベントの第2部の、2部構成で行い、参加者数、満足度ともに、非常に高いイベントとなった。

2. 個人支援者の維持・拡大

C) 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

・「大口支援者向け満足度調査」「高支援者満足度調査」「新規 MGP (CARE マンスリー・ギビング・プログラム支援者) 向け動機調査」「中低支援者向け寄付 & MGP 意向調査」の4つを実施し、支援者コミュニケーション施策全般を、大幅に改訂した。特に、CARE マンスリー・ギビング・プログラム支援者に関しては、個別のヒアリングも実施。次年度以降の戦略策定に先立ちペルソナ設定を行うなど、新規獲得に向けてのコミュニケーション改善にあたり、具体的な分析と検討を行った。

・支援者マーケティングを強化するため、Salesforce(クラウドデータベース)に付帯するアプリ「GOEN」の導入を決定した。

D) 「単発寄付者」の参加・支援機会の拡大

・ファンドレイジング・ボランティア(FRV)の活動については、第9期として、10ヶ月間、7人のメンバーが活動を行った。計7回のチャリティイベントの企画・実施を通じ、150人の参加者とおよそ20万円の収益を達成。さらに、CARE+有志が、CARE 感謝デーの企画・運営やチャリティウォークの当日ボランティアなどで活躍した。

・オンライン募金と外部ポータルサイトについては、前年度比で寄付額の大幅な減少が見られたが、これは緊急支援募金を行わなかったことに起因するものである。

・外部ポータルサイトやクラウドファンディングを積極的に活用して、広く寄付を呼びかけた。特に、ガーナ事業への特定寄付獲得にターゲットを集約することで、目標値以上の寄付金を効果的に集めることができた。

E) 「継続寄付者」の参加・支援機会の拡大

・マーケティングテストなどを挟みつつ、都度、細かい振返りと改善を繰り返しながら、遅延なく年3回のダイレクトメール(DM)発行と、同タイミングでのオンライン募金キャンペーンを実施。春DMでは、創立30周年特集を組むことで、ある既存支援者の方が100万円を寄付するなど高額寄付を呼び込むとともに、総じて一人あたりの寄付単価ならびに寄付総額が増加する結果となった。加えて、直筆レターやEmail等での個別コミュニケーション強化も図ることで、目標値120%を達成した。

・第5回つながる国際協力「CARE スマイルギフトキャンペーン 2016(SGC)」を実施。オンライン参加に加えて、3回のイベントを実施し、延べ155人の個人から54万円(目標比104%)を獲得した。他団体との協働で、第3回東ティモール・フェスタも企画・開催し、タイス製品などの物販に加えて、手芸普及協会の協力を得て、手芸ワークショップも行った。

・第6回歩く国際協力「Walk in Her Shoes2017(WiHS)」を実施。全国のガールスカウトとの連携、協賛・後援企業の社員参加促進、クラウドファンディングの活用、歩数もしくはSNSでの「#歩く国際協力」での投稿と寄付の連動企画、事務所所在の豊島区(東目白

振興会)との連携強化など、多数の新規取組を実現。これにより、472人(前年比69%増/初参加者52%)の個人から100万円(前年比54%増)を獲得して大幅な増収となった。また法人からは協賛金に加え、150万円(前年比34%増)相当の協賛品を獲得。特に東京・大阪にて計4回実施したチャリティウォークイベントにおいて、申込みインセンティブとしての活用とともに、参加者満足度を上げることができた。

F)「定期支援者(CARE マンスリー・ギビング・プログラム支援者=MGP)」の維持・拡大
・新規入会は25人に留まる一方で、昨年度下半期からの退会の流れを止めることができず、新たに今年度17人が退会した結果、大幅な収入減となった。主な退会理由は、他団体への乗り換えが3人、続いて、理事・職員(本人)の退職に伴う退会が2名、その他であった。

・新規獲得に向けては、オンラインからの新規流入に注力し、主にウェブ広告や寄付ページの改善(モバイル対応化)などを行うも、目標値には至らなかった。他にも、DMに同梱するMGP新規入会・増額チラシ兼申込書についても、これまでのインハウスデザインを止め、コンテンツも刷新して、プロボノにデザインを依頼するなど計画性を持って取り組むとともに、入会申込書返信用の代金受取人払い封筒を新たに同封するなど支援者の利便性を高めるなど改善を試み、多少の新規入会につながったものの、退会による減収を補うだけの新規入会は得られなかった。

・外部マーケティング会社によるテレマーケティングを通じた新規MGP獲得について検討するも、実施には至らなかった。

G)「大口支援者」の維持・拡大

・大口支援者に対しては、年末のチャリティ月間に先立ち、サンキューレターとオリジナルカレンダーを贈呈。その後、さらなる寄付額拡大を目的として、1口10万円で「特別寄付プロジェクト(ガーナ特定寄付)」DMを送付し、32万円を獲得した(別途、クラウドファンディングでの募金実施)。

・遺贈に関連しては、ウェブサイトでの関連情報掲載とともに、「公益法人に関するNGO連絡会・遺贈分科会」で作成した共同パンフレットの周知を行うに留まった。

3. 企業連携の維持・拡大

H) 資金提供(一般寄付)による支援拡大

・役員の協力により、各社への法人会員入会の呼びかけを行い、新日鐵住金、日本電信電話、サラダコスモの3社が入会した(計5口分)。一方で、イースクエア1社が退会した。

・上半期に、大型のCRM(寄付付き商品)交渉を進めるも、実現ならず。また、別の大口寄付法人からの寄付については、前年度の大幅減から反転には至らなかった。

・シニア・マネジメント・スタッフによる外部講演会等への登壇や講義、インタビュー依頼が増加。謝金収入の増加に加え、企業連携全般に関連する効果的な広報の機会を得た。

I) 資金提供(特定寄付)による支援拡大

・企業からの寄付や途上国での連携など相談案件については、11 件となった。電話やメールでの新規企業からの相談案件については、必ず、事前情報提供シートの提出を依頼することで、安易な相談への歯止めとなると同時に、内部の業務効率化にもつながった。日産自動車との連携により、3 年間の新規寄付事業「理数系教育を通じたリーダーシップ育成事業(タイ)」が成約し、事業が開始された。

・企業への緊急募金アピールは未実施。但し、熊本地震、フィリピン地震、ネパール地震に関する活動報告書を、寄付法人に対して行った。

・SGC への協賛については、各種企業内助成制度への申請を含め、7 社より 130 万円(前年比倍増)を達成した。また、新規で都内私立高校との連携を始めるとともに、各地カトリック教会などからの支援開拓にも力を入れた。今後は、寄付の依頼に留まらず、学習雑誌「ラファエック」制作の持続可能性を担保するための一助となるよう、誌面の協働制作提案など、さらなる新規営業を行っていく。

・これまで一般寄付としていた WiHS 収益を、ガーナ事業特定とすることで、寄付金の増加を図った。結果、個人寄付(参加費+寄付金)は大幅な伸びを示したが、法人からの寄付は、前年度比 17%減となった。その他、法人からの協力としては、特別協賛(3 社)、協賛(8 社)、後援(8 社)を獲得。また、イベント実施においては、自治体からの後援に加えて、豊島区内の商店を中心に 19 団体の協力を得た。さらに、地方のガールスカウトとの連携強化や関西学院大学との新たな協働が実現した。ミズノとの連携強化に加えて、新規企業協賛金の獲得、社員参加促進のためのシステム構築、企業による既存ウォーキングアプリとの連携の可能性模索などが、今後の課題となった

・企業との連携促進ならびに企業連携方針の周知に向けて、デロイト トーマツ コンサルティングとともに、「ファンドレイジング日本 2017」に登壇。企業 CSR 担当者等に対し、広く当財団の取り組みを紹介した。

J) 物資/サービス提供による支援拡大

・主に WiHS と SGC において、後援、イベント共催、物品提供、社員参加、広報協力等、多様な形での新規連携が実現。これにより、プログラムの多様化、また参加者層の拡がりにもつながった。

4. 支援組織の維持・拡大

K) 特定事業を通じた支援強化と啓発促進

・東ティモールの 2 事業に対して、全ての CARE 支援組織から 660 万円の寄付金獲得。また、2018 年度～2019 年度の支援に向けて、新たな覚書を締結した。

L) 支援組織間のコミュニケーションと連携強化

・8 番目の CARE 支援組織として、10 月に、ケア・サポーターズクラブ佐賀が設立された。
・佐賀を含む全組織の代表者が集まり、第 10 回 CARE 支援組織代表者会議を東京で開

催。各組織から計 23 人が参加した。東ティモールから招聘したプロジェクト・マネージャーが直接活動報告を行うとともに、これまでの継続した支援に感謝を表し、感謝状を贈呈した。

M) 地方における認知度向上に向けた相互連携促進

・CARE 支援組織による、チラシ配布協力や地元紙掲載、関連商品販売(バザー)などを通じて、当財団のマーケティング施策への協力を得た。特に SGC とあつめて国際協力への参加度は高く、東ティモールコーヒー販売や切手収集などを、自主的に実施した。一方、WiHS については、大分でのウォークイベント開催に向けて専門業者との調整を行ったが、実施には至らなかった。

3. 管理部署【公1、公2、法人】

<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3 戦略的なコミュニケーション(働きかけ)の強化</p>
活動実績
1. 主要なステークホルダーへの発信力の強化
<p>A) 役員・支援組織・個人支援者等への情報共有の工夫【法人】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報内容を十分に理解してもらえるように、事業注力点の整理・事前説明や定期的な会合参加・説明、メディアを通じたキャンペーン広報などを行った。 ・2017年6月に事務局長がケア・インターナショナル国際総会及び国際理事会、事務局長会議に出席して協議・決議に貢献した。
<p>B) ジェンダー啓発の促進【公2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ジェンダー・多様性に関する方針」に基づき、愛知県の男女共同参画センターと連携してセミナーを開催した。
<p>C) アドボカシーの強化【公1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・他団体(特に、動く→動かす(現SDGs市民社会ネットワーク)と国際協力NGOセンター(JANIC))と協力して、持続可能な開発目標(SDGs)、ジェンダー関連に優先順位を置き、各種会議やパブリックコメント等にて書面や発言にて政策提言を行った。

<p>基本戦略2 民間資金の拡大と自己資金能力の向上</p>
活動実績
1. 多様な民力の結集【公2】
<p>D) 新規支援組織の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ケア・サポーターズクラブ佐賀発足(2016年10月)。
<p>E) 大口支援者の獲得</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「遺贈分科会」による勉強会開催、但し具体的な結果にまでは至らず。
<p>F) 企業連携の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・経団連会員企業2社が、新規法人会員に入会した。 ・長年の法人会員企業である日産自動車との新規海外事業を開始した。
<p>G) アジア諸国の巻き込み</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度もアジア(韓国、マレーシア、シンガポール、台湾)で新規CARE組織設立に着手できなかった。
<p>H) 「あつめて国際協力」の拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方紙や都内社会福祉協議会・会報誌への活動案内掲載により、個人寄付件数が増

加した。

・ホームページに協力者の記事を掲載、また、外部広報誌へ記事の投稿をすることで、活動の認知度のアップに努めた。

基本戦略4

収支管理の改善とリソースの有効活用

活動実績

1. リソースの有効性の向上【法人】

I)組織評価制度の整備

・外部評価制度として、非営利組織評価センターの評価制度を検討していく。

2. 実績管理システムの導入【法人】

J)各部署用の予算フォーマットの導入

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

・役員等の助言を取り入れながら様々な指標を検討している。

3. 統一会計システムの運用【法人】

M)統一会計システム(Pamodzi)への完全移行するための環境整備

・統一会計システムへの移行は難しいとの結論に至ったため、現地事務所の会計情報を取得する目的でのみ使用することとなった。

4. 職場環境の改善【法人】

N)規程類の整備と運用の徹底

・東京都から「働き方改革」と「中小企業職場環境整備」の奨励金を取得し、テレワーク勤務制度を制定し、本格的運用を開始した。

・東京都の生産性向上支援コンサルティングを利用し、より効率的に運用するために人事評価シートの改定案を作成した。

・インターン活用ガイドラインを作成するなど、運用に関するガイドライン作成や新規に制定した規程の職員への説明などを心掛けたが、規程類の運用を徹底するためには、さらなる職員への働きかけが必要である。

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

・東京都の「働き方改革」と「中小企業職場環境整備」の奨励金を活用して、仕事と育児、仕事と介護の両立を促進するため、アンケート調査や情報収集を行い、ワークライフバランスの取れた職場環境の整備に着手した。

・育児休業中の代替職員を確保することで、厚生労働省の両立支援助成金を獲得した。

・テレワーク勤務制度を運用するにあたり、無料で利用できるICT(情報通信技術)の利用を職員に奨励して、テレワーク勤務中の職員との円滑なコミュニケーションを図った。

5. 組織評価制度の整備

Q)組織評価制度の策定

【事業詳細】

区分	開発①	国	タイ
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	アユタヤ県およびラヨン県		
対象者	中高生 1,200 人(Grade9~12)		
事業規模	7,375 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スキル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。		
活動実績・成果と課題	<p>以下を事業目的とする 3 カ年事業の支援を、日産自動車及び事業実施側のラクス・タイ・ファンデーションと合意し、2017 年 6 月までに対象 8 校の選定を終えた。</p> <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スキルの習得)、小規模ビジネス起業研修などを実施。また、一定の資金を元手に、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	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 13 コミュニティ		
対象者	対象地域の住民(主に、女性企業家 30 人と乳幼児 1,500 人)		
事業規模	9,052 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	<p>・味の素によるソーシャル・ビジネス(貧困層に対する栄養補助サプリメント「ココプラス」の普及)での連携を通じて、女性の収入機会の創出とその安定化に加え、母親の栄養知識の向上を促進することにより、6 ヶ月以上 24 ヶ月未満の乳幼児の栄養改善を目指す。</p> <p>・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。</p>		

活動実績・成果と課題	<p>事業の最終年度にあたる 2017 年度での主な活動実績としては以下が挙げられる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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を実施。 2) コミュニティー・ヘルス・ボランティア、母親ファシリテーター、男性啓発係等の村のボランティアとセールスレディによる栄養啓発のモニタリングを実施。 3) 流通ハブ(拠点)からココプラスの供給側への支払い状況と在庫のモニタリングを実施。 4) 村の関係者等と出口戦略を立案。 <p>主な成果としては以下 2 点が挙げられる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 村の各ボランティア(コミュニティ・ヘルス・ボランティア、母親ファシリテーター、男性啓発係)による栄養啓発活動は事業期間を通して月平均 2,379 名のコミュニティメンバーを網羅することができ、住民の子どもの栄養に関する意識の向上に寄与した。 2) 986 名の村の関係者との出口戦略会議を 2016 年 4 月以降 12 月まで定期的に持ち、以下の活動を継続していくことで合意した。 <ul style="list-style-type: none"> - 村の各ボランティアによって栄養啓発活動を自主的に継続していく。 - 2 歳未満児の保護者、特に男性保護者に対してココプラスの継続的な購買を推奨していく。 - 男性啓発係はセールスレディに同伴してココプラスの販売活動を行う。
------------	--

区分	開発③	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		
事業規模	2,154 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、個人、企業		
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す。		
活動実績・成果と課題	<p>本事業は 2015 年度から本体事業として対象地域を全 13 県に拡大して実施しており、2017 年度は事業の 3 年目にあたる。主な活動実績としては以下が挙げられる。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 年 4 回、子どもの健康と教育の促進及び日々の生活情報と生業支援を目的とした成人用学習雑誌「コミュニティ・ラファエック」を、各回、全 13 県約 80,000 世帯に配布。人口の約 45%が「コミュニティ・ラファエック」を手にした 		

	<p>ことになる。</p> <p>2)「コミュニティ・ラファエック」配布後には、対象地域内の 6 村 32 集落で、対話ワークショップを開催し、雑誌で取り扱う内容について対象世帯の理解と実践能力を強化。対話ワークショップには 168 名(女性 56 名、男性 112 名)が参加。</p> <p>3)年 4 回、未就学及び低学年児童用学習雑誌「ラファエックキーク」を、各回、幼稚園児及び小学 1, 2 年生約 115,000 人に配布。</p> <p>4)年 4 回、教師用の授業法・指導法雑誌「ラファエックバーマノリンシラ」を、各回、13 県の約 9,000 人の小学校教師に配布。</p> <p>5)アジア財団、ワールド・ビジョン(NGO)、マーシー・コープ(NGO)、オーストラリア政府のシーズ・オブ・ライフとのスポンサー契約の締結に成功し、各団体、「コミュニティ・ラファエック」の中の 2 ページを使い記事を提供。</p> <p>3 年次、特に注目すべき達成事項としてはエルニーニョ対策への貢献とスポンサー契約の推進が挙げられる。</p> <p>2016 年度から 2017 年度にかけては、東ティモール政府が取り組むエルニーニョ対策に「コミュニティ・ラファエック」も貢献してきた。政府と協力して、折込や見開きページ等で、エルニーニョに関する情報を住民に提供し、エルニーニョの被害を最小限に食い止めるべく、適切な情報の拡散に取り組んだ。</p> <p>また、雑誌の継続性を高める試みとして、営利、非営利の団体が雑誌の一部ページを買い取り、買い取ったページに掲載するスポンサー制の推進が推奨されているが、アジア財団、ワールド・ビジョン、マーシー・コープ、シーズ・オブ・ライフとスポンサー契約を締結した。具体的には、シーズ・オブ・ライフは種の種類、アジア財団は警察官の役割、マーシー・コープは漁業プログラムについての情報を掲載する等、ラファエック事業の目的に照らし合わせて適切と判断される提案内容を採用した。</p>
--	--

区分	開発④	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	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 人)と 22 コミュニティ内 1,246 世帯		
事業規模	25,718 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)		
主支援元	外務省、支援組織、個人		
事業目標	農村地域の生業機会の拡大を目指す。		
活動実績・成果と課題	2016 年 2 月から開始された同事業は 2017 年 3 月 2 日に 1 年次が終了し、同年 3 月 3 日から 2 年次が開始された。3 ヶ年事業の 1 年次終了の時点においては、成果を判断するのは時期尚早であるものの、成果発現に向けた		

下地作りは進めることができた。

1 年次における主な活動実績としては以下 4 点が挙げられる。

- 1) 2 村 10 集落村を対象として 14 の農民グループの組織化(計 266 メンバー、女性 188 名、男性 78 名)とグループのメンバーに対する農業技術指導。
- 2) 農産物の質向上及び収穫量向上を目指した農業省承認の種子の導入。
 - ・対象 2 村 10 集落を対象に CVCA ワークショップ(短期的及び長期的な気候変動への農民の対応能力に関する参加型ワークショップ)を実施し、生業機会の現状や集落の求めるニーズ、災害の起こりやすい場所等を特定した。
 - ・CVCA ワークショップ開催後に 14 の農民グループを形成し、CVCA の結果を踏まえ、農民グループでは、トウモロコシ、ピーナッツ、キャサバ、さつまいもの 4 種類の穀物及び新たな収入創出に繋がる付加価値の高い作物としてターメリックの計 5 種類を標準作物として導入し、各 14 農民グループの農地において農業技術の講習及び実演を通して耕作が開始された。
 - ・水源保全と植林(草)活動を通して、気候変動に強い土地づくりを農民グループが身に着けることにも焦点を置いた。
- 3) 農民と市場との繋がりを強化するためのプライベートセクターとの協議。
 - ・農民と市場を繋げ、事業終了後に農民グループ或いは農民自身が買い手と直接売買を行っていけることが、持続性の担保には重要である。よって、1 年次には、この繋がりを求めて様々なプライベートセクターとのパートナーシップの開拓を行った。
- 4) ジェンダー平等の促進。
 - ・一連の農業技術の活動と並行して、ジェンダー平等や女性の能力強化を促進すべく、農民グループや地域住民を対象に、ジェンダー平等研修や女性のリーダーシップ研修及び男性のジェンダーに関する意識と行動変容セッションを開催した。

課題としては以下 2 点が挙げられる。

- 1) 天候不順による活動の遅延。
 - ・天候不順への対応が 1 年次を通しての大きな課題であった。具体的には、トウモロコシを植える時期に降雨がなく活動が大幅に遅れたこと、また、その後は豪雨に見舞われ、対象地域への道が土砂崩れや倒木により阻まれ活動の進捗に影響した。プロジェクトスタッフは、可能な活動を優先させて活動の順序を変更する等、柔軟な対応をしてきた。
- 2) 選挙による活動の遅延。
 - ・リスクとして想定していたが、1 年次には村及び集落レベルにおける選挙が実施され活動実施に影響した。2 年次も、大統領選挙、議会選挙が控

	えていることから、可能な限り選挙のない時期に活動を集中させて行う等、1年次同様に柔軟な対応が求められる。
--	--

区分	開発⑤	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 のコミュニティ		
対象者	<p>(1) 直接対象者: 約 4,370 人の 2 歳未満児 約 25,690 人の子どもの保護者(女性約 13,120 人、男性約 12,570 人) 約 3,000 人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 人のコミュニティ・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>		
事業規模	38,146 千円(総事業規模:約 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、味の素ファンデーション		
事業目標	2 歳未満児の栄養と健康状態の改善を目指す。		
活動実績・成果と課題	<p>2016 年 2 月から開始された同事業は 2017 年 2 月 15 日に 1 年次が終了し、同年 2 月 16 日から 2 年次が開始された。3 カ年事業の 1 年次終了の時点においては、成果を判断するのは時期尚早であるものの、成果発現に向けた下地作りは進めることができた。</p> <p>1 年次における主な活動実績としては以下 3 点が挙げられる。</p> <p>1) 2 年次以降、栄養啓発活動を行う上での基盤となり、また女性の収入創出にも繋がる村落貯蓄貸付組合(VSLAs: Village Saving Loan Associations)の新規設立と運営指導。</p> <p>・VSLA の設立: VSLA の設立に先立ち、60 の対象コミュニティのリーダーに VSLA 活動に関する理解促進ワークショップを開催した。その後、各コミュニティが主体となり VSLA のメンバーリストを策定し VSLA の設立へと進み、計 118 の新規 VSLA を設立した。メンバーの総数は 3334 名(女性 2852 名、男性 482 名)である。</p> <p>・VSLA の設立後の運営研修: VSLA の設立後は、各 VSLA で定期的な会合が開かれる。当団体は定期会合の場において、各 VSLA がメンバーによって順調に運営されるべく、定期会合のファシリテーションを行うとともに、VSLA 運営ガイドラインに沿って指導した。</p> <p>2) 上記の新規の VSLAs と既存の VSLAs 内のメンバーから、2 年次以降、栄養啓発活動の一環として、栄養補助サプリメント「ココプラス」の需要創</p>		

	<p>出・販売促進活動を担う女性起業家(VBEs: Village Based Entrepreneurs)の選定と育成。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規 118 と既存 20 の VSLA から計 137 名の女性起業家を選定した。選定後、販売にかかる研修を行った。研修では「ココプラス」が乳幼児にもたらす健康作用や、「ココプラス」の正しい摂取方法等について講義し、また販売のロールプレイなど参加型のセッションも行われた。 <p>3) 栄養啓発メッセージの普及を目的とした演劇グループの設立。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2 年次以降、寸劇を通して乳幼児の保護者らに栄養啓発メッセージを伝播していく試みも開始される。それに先立ち、1 年次では演劇グループのメンバーを募り、各 60 の対象コミュニティで計 61 の演劇グループを設立した。各グループ 10 名のメンバーから成り、計男性 305 名女性 305 名から成る。男女比を半々とする事で、女性だけでなく男性にも乳幼児の栄養と健康についての意識付けを図り、男性の参加を積極的に進めていく。 <p>課題としては以下 2 点が挙げられる。</p> <p>1)VSLA の継続性。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・VSLA の活動はガーナ北部では一般的で多くの NGO が参入している。しかしながら、事業の終了と同時に活動が不活発となるケースも散見される。そのような中、当団体が過去に設立した VSLA は事業終了後も活動を積極的に継続している傾向にあることが既存 VSLA の選定の過程で明らかとなった。ガーナ北部の VSLA 活動は当団体が確立した手法であることから、蓄積された多くのケースを基に構築されたガイドラインに沿って VSLA の設立と運営研修を行っている。ガイドラインに忠実な運営が、組合の活動を継続させる要因になっていると考える。ガイドラインのポリシーを厳守して活動の重要性を再認識するとともに、本事業の終了後も設立した VSLA によって継続的に活動ができるように、2 年次以降も適宜、運営の強化とメンバーの意識付けの強化を図ることが肝要である。 <p>2)予算執行管理の課題：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1 年次においては、現地事務所の間接事業経費(アドミニ関連経費)の予算執行率の低さが大きな課題となった。現地事務所の予算積算と実際の執行管理については、2 年次以降も現地事務所への継続的な指導をしていく。
--	---

区分	緊急①	国	日本-熊本
事業名	熊本地震被災者支援事業		
対象地域	熊本県-熊本市、益城町、南阿蘇村、上益城郡嘉島町		
対象者	8 つの福祉系民間施設		
事業規模	287 千円(総事業規模： 2,500 千円)		

実施期間	2016年5月～2016年8月
主支援元	企業、個人、支援組織、
事業目標・	災害時において、配慮された支援を享受することが困難な高齢者、障害者、子ども、生活困窮世帯やひとり親世帯等の災害弱者を対象としたサービスを恒常的に提供している民間施設に対して、施設のサービス向上に寄与する物品を提供する。
活動実績・ 成果と課 題	<p>2016年4月に発生した熊本大地震を受け、2016年度には熊本の支援組織「ケア・サポーターズクラブ熊本(CSC 熊本)」との協働で、高齢者施設、暴力被害を受けている女性のためのシェルター運営団体、病児保育団体、情緒障害児施設、成人の知的障害者施設等、計8つの施設・団体に喫緊に必要な資機材を支援した。支援後、2017年7月末までに対象施設からの報告書を受けとり、同年8月末にモニタリングを行った。</p> <p>今後の課題としては、支援介入のタイミングが挙げられる。今回調査訪問した施設・団体の中には、まだ緊急事態への対応で多忙を極めている施設も散見され、発災から1ヶ月あまりの段階では、施設側が必要な物的支援を整理するには早すぎる感が否めなかった。被災状況にもよるが、今後、同様な形で支援を実施する場合、発災から1ヶ月目までは情報収集と募金活動に注力し、緊急支援期が終息に入る2ヶ月目以降から、候補施設等の選定と実地調査に入ることが推奨される。</p>

以上