

事業報告書

2021 年度

自 2020 年7月 1日

至 2021 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

2021 年度 事業報告

活動の概要

今年度は、2020 年までの「CARE ビジョン 2020」に代わる、ケア・インターナショナルの新たな長期ビジョンである、「CARE ビジョン 2030」の下での初年度となった。

新型コロナウイルス感染症が全世界を襲い、とりわけ開発途上国がより大きな影響を受け、南北間の格差が拡大するなか、CARE の役割は従来にも増して重要となっている。

さらに、深刻さを増す気候問題、頻発する自然災害、地域紛争の激化と新たな難民の発生などが、世界が直面する課題をより深刻にしている。

このような危機の中で必要とされる支援を提供するために、「CARE ビジョン 2030」は、第 2 次世界大戦後のケア・パッケージ以来の、長年に亘るケアの人道支援、開発援助、社会正義に対するエビデンスに基づくアプローチの経験とそこからの学びに基づき、ジェンダー問題を中心テーマとして構築された。

これに基づきケア・インターナショナル ジャパンは、以下のような国内外の活動を行った。

1. 新型コロナウイルス感染症拡大により開始が遅れていた、東ティモールでの農業用水改善事業のプロジェクト・マネージャーとして現地事務所に日本人駐在員を派遣し、2021 年 1 月に事業が始動した。同事業では、ジェンダー分析（GPA: Gender & Power Analysis）を実施し、ジェンダーに関する活動のアクションプランとモニタリングフレームワークの策定を進めた。
2. 「民間資金の拡大による自己資金力の向上」のため、戦略的コミュニケーションを強化し、多様な関心層・支援者層にリーチすることで、個人支援者の裾野を拡大する試みを継続した。具体的には F2F と呼ばれる街頭勧誘活動、歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2021」のほか、世界的な新型コロナウイルス感染症に対する支援のために、幅広い層に緊急支援を募った。
3. 理事の増員とジェンダー構成の見直しにより、多様な視点から事務局を支援する体制が強化された。
4. ケア・インターナショナルとの協力関係の重要性を踏まえ、役員を含め組織全体として関係強化に取り組んだ。
5. リモート勤務環境を整備し、コロナ禍の中で在宅勤務による事務局職員の安全確保の体制を整えた。

海外支援事業については、以下の4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	主な支援者
開発①	継続	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	企業、個人
開発②	継続	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)	企業、個人
開発③	継続	東ティモール	エルメラ県アッサベ郡農業用水改善事業	外務省、支援組織、個人
緊急①	継続	全世界	新型コロナウイルス感染症緊急支援事業	支援組織、個人
緊急②	新規	東ティモール	豪雨被災者緊急支援事業	支援組織、個人

*STEM(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。

(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:
CARE のジェンダー枠組みに則った事業の形成と実施および評価に基づく事業の質の向上
活動実績
1. 事業運営管理の重点課題
A) 事業実施を通じたジェンダー平等の促進 ・東ティモールにおいては、新規N連事業(外務省 NGO 連携無償資金協力事業)「エルメラ県アッサベ郡農業用水改善事業」の開始に先立ち、2020年7月から8月にかけて外部コンサルタントに委託してフィールド調査抜きの遠隔によるジェンダー分析(GPA: Gender & Power Analysis)を実施した。同結果に基づき、2021年3月から5月にかけて、事業内で実施するジェンダーに関する活動のアクションプランとモニタリングフレームワークの策定を進めた。
B) 先行事業からの学びと教訓 ・2021年度において実施中の「東ティモール農業用水改善事業」及び「タイ青少年リーダーシップ育成事業」ともに、先行事業での教訓を組み込んだ事業計画を2020年度で策定済。

基本戦略2: 事業運営管理経験の蓄積
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 ・2020年3月31日に開始予定であった新規N連事業「東ティモールエルメラ県アッサベ郡農業用水改善事業」は、新型コロナウイルス感染(COVID-19)拡大の影響で開始が見送られていた。この間、プロジェクト・マネージャーとして当該国現地事務所(東ティモール事務所)に派遣する日本人駐在員の公募・選考を進め、2020年10月末に駐在員を派遣。現地職員の採用と研修を経て、2021年1月に事業が始動した。
D) 事業申請書および事業報告書の精度の維持と向上 ・外務省(民間援助連携室)、当該国日本大使館および支援企業に提出する申請書類や報告書類については、引き続き精度の向上を図った。併せて、「タイ青少年リーダーシップ育成事業」においては、現地職員のレポーティング能力の向上に注力した。
2. 事業地の戦略的選択
E) 戦略的集中と選択で、数カ国での事業支援を行う。 ・海外事業の実施を通じて、特に東南アジア(東ティモール、タイ)において現地事務所との協力関係を強化した。 ・新規開発事業の開始に向け、連携パートナーとなる現地事務所(インドおよびフィリピン)との調整を2020年度中に進めた結果、インドを連携パートナーとして絞り込んだ。 (*注: COVID-19 感染拡大の影響で、新規事業の具体的な形成及びドナー開拓は見送られた。)

基本戦略3:コミュニケーションの強化
活動実績
1. ドナーリレーション
<p>F) 政府系ドナーとのより良い関係性の構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・COVID-19 感染拡大の影響による日本人駐在員の派遣の遅れや事業開始の遅れについては、在東ティモール日本国大使館および外務省の担当者に適宜、経過を報告した。
2. 内部関係者との連携
<p>G) 緊急支援事業の取り組み強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症緊急支援に際しては、ケア・インターナショナルからの緊急募金要請に応え、国内において支援金を獲得し現地への支援活動に寄与した。 ・東ティモールの豪雨災害を受け、主に支援組織からの寄付を募り、現地への支援活動に寄与した。

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) 明確なターゲット設定に基づく広報メディアの多様化

・【広報全般】ホームページ、ソーシャルメディア(ほぼ毎日 Facebook、Twitter 更新。Instagram も試行開始)、年次報告書(10月)、ニュースレター(2月、6月)、メールマガジン(隔週)等の多様な広報メディアを通じて、CARE が事業を行う国や地域の課題や受益者ストーリーの紹介、そして活動報告や国内イベント告知などを行った。

・【ブランディング】特に、新型コロナウイルス感染症緊急支援およびジェンダー関連レポート等、ケア・インターナショナルからの情報の迅速な発信に努め、当該領域の専門性の周知とブランディング強化に注力。すべての記事において、ジェンダー視点からの解説や情報を盛り込むよう徹底した。

・【ホームページ】広報施策の中核を担うホームページを、7月末にリニューアル。CARE メンバー国のウェブサイト等を参考に、サイト全体のデザインや構成の見直しを図った。コンバージョンを上げるため、極力シンプルな導線設計を目指すとともに、写真の効果的表示やページデザインを工夫。また総ページ数やページ当たりの文字数を減らすなど、大幅な改善を行った。結果、ページ数を 1/3 に削減したにもかかわらず、年間 PV(ページビュー)は 17 万を超え、昨年度実績には達しなかったものの大幅な減少を抑えることができた。

・【イベント】支援者への直接的な活動報告を主目的とする広報イベントについては、海外事業の休止や駐在員派遣時期の遅延などの影響を受け、未実施となった。一方、クラウドファンディングや歩く国際協力「Walk in Her Shoes」(以下 WiHS)などのファンドレイジング施策の一環として、10 回に及ぶオンラインイベントを実施。延べ 231 人が参加した。また、私立大学での授業や法人支援者主催の社内イベント等で講演する機会を得、9 回にわたり計 547 人に対し広報啓発を行った。

・【メールマガジン】メールマガジンの効果測定ツールの導入計画については、調査に留まった。月 2 回定期配信を行うメールマガジンの積極的マーケティング活用を通じて、新しいウェブサイトへのアクセス数増とそれに伴うオンライン寄付拡大が今後の課題となった。

2. 個人支援者の維持・拡大

B) リード・ジェネレーション(初めての「国際協力の機会」と「CARE との接点」)の創出

・【スポーツチャリティ】昨年度に続き、東京マラソン 2022 チャリティ事業の寄付先団体に選定。2021 年 7 月からのチャリティランナー募集に向けて広報の準備を行うも、最終的には都内のコロナ感染者急増の影響を受け、公募が延期となり、寄付金は得られず。

・【外部プラットフォーム】ポータルサイトやクラウドファンディング等の外部プラットフォームの積極的な活用を図り、CARE を知らない新規支援者の獲得に努めた。特定寄付を中心にした外部ポータルサイト経由での寄付は 125 万(予算比 272%)、また新型コロナウイルス感染症緊急支援事業のクラウドファンディングでは、85 人から 107 万円の寄付を獲得し、目標を達成した。

・【キャンペーン1】歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2021」を実施。コロナ禍でも、個人の生活の範囲で参加できる気軽さが広く受け入れられ、延べ参加者数 2,252 名(昨年度比 301%)、総収入は 1,100 万円(昨年度比 459%)超となり過去最高を記録した。10 周年開催にあたり、寄付拡大に向けての特別企画を複数展開するとともに、チーム参加の促進や学生パートナー枠の新設などを通じて、新規参加者の拡大に努めた。引き続き、40～50 歳代が約半数を占めている一方、10 代～70 代まで参加いただくなど年代バランスが多様化。また、全国 44 都道府県からの参加を得た。

・【キャンペーン2】9 月 8 日の国際識字デーから、ラファエック事業に対する募金を開始。主に、東ティモール事業への既存支援者を対象に DM による寄付依頼を行うとともに、企業訪問等を限定的に実施し、22 万円を獲得した。また、相続財産の寄付を希望する個人より、故人の遺志を尊重する形で本事業を指定する 200 万円を得た。毎年恒例の東ティモールフェスについては、コロナ禍でのオンライン開催となり、東ティモール駐在員とリアルタイムでつないでの活動報告会を企画、実施した。

・【物品寄付】「あつめて国際協力」については、買取業者との連携および年末年始の収集キャンペーンを強化するも、コロナ禍のため年間を通じて事務局ボランティアの活動を休止したため、寄付物品の仕分け及び換金作業が進まなかった。

C)「都度寄付者」の支援機会の拡大

・【ダイレクトメール】夏、冬、春と計 3 回の DM による募金を実施した。都度 AB テストを行い、チラシや封筒、送付状等の仕様・デザインの最適化を図るも、一般寄付額は 170 万円に留まった(昨年度比 72%)。その他、新型コロナウイルス感染症緊急支援事業への特定寄付として 70 万円を獲得した。DM 以外の個人寄付施策のほとんどがオンラインでのアプローチとなるため、郵送での募金が最適な層に係る支援者リストのアップデートが十分にできていない状況。今後、DM の効果的実施とコスト削減に向けて改善を重ねつつ、並行してメールマーケティングなど、オンライン寄付促進による既存支援者の定着に向けたアプローチのさらなる強化が必須である。

・【オンライン募金】オンライン募金については、原則として一般寄付に集約させつつ、新型コロナウイルス感染症緊急支援及び東ティモール豪雨緊急支援など特定寄付募金も同時に展開した。ユーザビリティを踏まえてのウェブサイトリニューアル(検索評価の向上やサイト内導線の改善、また、レスポンス対応(閲覧する端末によって表示デザインを自動変換))を受け、一般寄付額が 40 万超となった(昨年度比 378%)。

D)「継続寄付者(MGP)」の新規獲得

- ・【F2F】昨年度に引き続き、専門業者の協力のもと、名古屋市内および近隣の主要駅や繁華街を中心とした場所にて F2F(街頭などでの対面勧誘)を実施。今年度 233 人の新規支援者を獲得し、F2F 経由 MGP 寄付者による年間寄付総額は 293 万円(昨年度比 251 万増)となった。確実に成果が出ている一方で、コロナ禍により延べ 3 ヶ月間程度活動を休止したことに加え、入会 1 年以内の退会者割合が非常に高く(今年度入会者 56 名、退会率 24%)、シミュレーションでの収入予測を大幅に下振れる結果となった。また、活動休止を繰り返す中で、優秀な人材の維持など実施体制の強化も課題となった。
- ・【インハウス】F2F 以外の施策を通じては、計 28 人の新規 MGP 寄付者を獲得するに留まった。特にプロボノの支援を受けてオンライン経由での新規 MGP 獲得に注力し、年末にかけて、ペルソナ設定や AB テストとともに Facebook 広告の運用強化を試みるも、期待する結果が出なかった。加えて、既存のスポット支援者へのステップアップコミュニケーションの一環で、年末のオンライン新規入会キャンペーンやイベント等を通じた WiHS 参加者へのアプローチなどを積極的に行うも、目標未達となった。詳細は、次の通り(自然流入によるオンライン経由 12 名、ウェブ広告経由 1 名、年末入会キャンペーン 11 名、DM 寄付者からの移行 2 名、その他 2 名)。

E)「継続寄付者(MGP)」の維持・支援機会の拡大

- ・既存 MGP 支援者への領収書発送時に、特別レポートとして受益者ストーリーを同封。また、入会から 3 年、5 年、10 年等の節目に当たる支援者に対しては、現地活動写真付きの直筆メッセージカードを送付するなどの退会防止策を講じた。結果、毎月の支援金額の増額 2 名を獲得した他、MGP 支援者 163 名(F2F 関連除く)中の退会者を 8 名に留め、退会率を 4.9%に抑えた。

F)「大口支援者」による支援の維持・拡大

- ・大口支援者(直近 1 年間の寄付総額 10 万円以上/23 名)に対しては、年末の寄付月間に先立ち、オリジナルカレンダー特典とサンクスレターを送付。うち 5 名から冬募金を通じて 43 万円の寄付を獲得した(冬募金 DM 寄付総額に占める割合 33%)。一方、年間を通じての大口支援者からの寄付総額は前年度比 82%と減少した。コロナ禍での不況の影響も多分に考えられる。個別訪問によりお礼を伝える機会の実現が難しい中、メールや電話ほか、オンラインでの活動報告会など新しい形でのフォローアップが求められる。

3. 企業連携の維持・拡大

G)企業連携に関する広報・ブランディング強化

- ・【ウェブサイト】ウェブサイトの企業連携ページを軸に、広報・ブランディングを強化。特に、連携事例紹介やパートナーシップ・レポート(企業担当者による寄稿)を中心に情報を更新した。
- ・【外部講演】高校や大学での講義、また企業内イベントでの活動紹介など、各種要請

に対応。ジェンダー平等に向けた取り組み事例や企業連携全般に関連する効果的な広報および意見交換等の機会を得た。

H) 資金提供(一般寄付)による支援拡大

・【大口寄付】カランマス・セジャトラ社に加えて、新規企業としてエトウ、スマート・アイの2社より、大口の寄付を獲得した。

・【法人会員】伊藤忠商事、エトウ、スマート・アイの3社が新規入会(各1口)する一方で、2社が退会。年度末現在での法人会員数は27社となった。コロナ禍において、法人会員への活動報告は、訪問からオンラインに完全にシフトする形での実施となった。

・【追加寄付】法人会員のうち5社から、WiHSへの参加・協力を得た。加えて、三菱商事からは昨年に引き続き、「理数系教育を通じたリーダーシップ育成事業」への特定寄付を獲得するなど、会費以外の追加支援・連携が実現。法人会員とのより強固な関係構築につながった。

・【社員参加】WiHSでは、特別協賛および社員参加による寄付(参加費を含む)を獲得。コロナ禍における企業の健康経営やSDGs推進における行き詰まり解決するための方法の1つとして提案することで、特別協賛金は昨年度比7.8倍の552万円、またウォーキングパートナー企業経由で参加した社員数は昨年度比3.5倍の972人に及ぶなど、大幅な収入増となった。さらに、企業のダイバーシティ経営方針とも相まって、在日外国人社員や海外法人、また障がいを持つ社員の参加受入など、企業からの多様なニーズへの対応も強化。さらなるキャンペーンの拡がりの可能性を見出した。

・【その他】UniposSDGsプランやベネフィット・ステーションなど、社員が給与の一部や福利厚生ポイントを寄付できる仕組みへの参加を通じて、毎月の寄付を獲得した。

I) 資金提供(特定寄付)による支援拡大

・【事業連携】CARE タイ(ラクス・タイ・ファンデーション)との連携のもと、日産自動車支援による「理数系教育を通じたリーダーシップ育成事業(第2期)」の1年次活動を展開するも、コロナ禍の影響で計画通りに進まず。活動計画の見直しや実施方法の変更などを繰り返しつつも、四半期ごとに日産自動車への活動報告を行った。また、予定していた現地視察が実施困難となったため、日本からの出張費を現地でのレポート・ング・オフィサー雇用費に変更申請するなど、従来からの課題であったレポート・ングの質の改善に向けて対策を講じた。

・【緊急支援】新型コロナウイルス感染症緊急支援および東ティモール豪雨災害緊急支援において、法人への募金アピールを行うも、支援獲得には至らなかった(商品提供の申出はあったものの、CAREの支援受入方針に合致せず)。

・【相談案件】計7件の企業相談案件に対応(海外事業支援関連1社、国内支援関連1社、商品提供5社、CRM1社、その他2社)。商品提供の相談が半数を占めた。うち、クリック募金による支援キャンペーンでの新規企業との連携1件のみの成立となった。

J) 物資/サービス提供による支援拡大

- ・【商品提供】WiHS への協賛として、8 法人より 30 万円相当分の商品を獲得。歩数賞や SNS を通じたフォトコンテストなどの賞品として活用した。
- ・【プロボノ】団体紹介動画制作に加え、振込用紙付きカバーレターデザイン制作およびリターン検証など、主に広報・個人支援者施策に関連する分野で、複数社からプロボノによる支援を獲得した。
- ・【ボランティア】コロナ禍で、事務所におけるボランティア受入れを中止・制限したため、あつめて国際協力の仕分け作業などに関する社員ボランティアの活動機会を提供できなかった。

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

- ・【開発支援事業】全ての支援組織が東ティモールにおける「農業用水改善事業」への支援を継続。コロナ禍で事業開始が大幅に遅れたにもかかわらず、予定通り、2 年次支援金として 520 万円を獲得した。ニュースレターでの特集記事や CARE 支援組織代表者会議での報告ほか、日本人駐在員によるオンライン活動報告会の記録データを共有するなど、様々な機会を通じて、活動の進捗報告を行った。
- ・【緊急支援事業】新型コロナウイルス感染症緊急支援募金ならびに東ティモール豪雨災害被災者緊急支援募金を実施。支援組織からの寄付金は、個人や法人からの支援を含む寄付総額のそれぞれ 40%と 89%を占め、両緊急募金への寄付は、670 万円に達した。

L) 支援組織間のコミュニケーションと連携強化

- ・昨年度、都内の新型コロナウイルス感染拡大の影響をうけ中止となった CARE 支援組織代表者会議を、今年度は形を変えて実施。対象を代表者に限定せず、初めて会員向けオンライン活動報告会として企画、実施した。結果、大分、熊本、佐賀から計 13 名が参加。昨年来、対面で活動報告する機会が制限される中、農業用水改善事業や緊急支援事業などについて直接報告を行う貴重な機会となった。加えて、国内での取り組みとして、WiHS2021 in 九州についても報告を行い、さらなる参加・協力を求めた。

M) 地方における認知度向上に向けた相互連携促進

- ・【広報】ウェブサイトおよび年次報告書などの広報媒体を通じて、各組織の活動実績を掲載。広く、支援組織の活動についての広報を行った。
- ・【イベント】コロナ禍で支援組織主催によるチャリティイベントやバザーは、ほぼすべて中止。一部の組織では、会員との交流や学びを目的とした定例会の開催もできず、多くの会員が退会する事態となるなど、財政的に非常に厳しい一年となった。そのような状況の中、地方におけるファンドレイジングおよび広報強化を目的に、新規事業として「WiHS2021 in 九州」企画を提案。九州の 4 組織の主催により、支援組織初の統一イベントとしての開催が実現した。大分・熊本を中心に、計 66 名の個人参加を得るとともに、

大分県企業 33 社による協賛金を獲得(イベント総収入 87 万円)。次年度以降も継続して開催することが決まった。

3. 管理部署【法人】

組織・事業全般に係わる活動
活動実績
1. 役員・支援組織・個人支援者等への情報共有の工夫 A) 理事長の強いリーダーシップの下、理事の増員とジェンダー構成の見直しにより、事務局支援の体制が強化された。 B) 新型コロナウイルス感染症の影響で、支援組織での講演会や代表者会議が中止となり、対面でのコミュニケーションの機会が極めて限られる中、オンラインでの報告の場を持つなど新たな試みがとられた。
2. ケア・インターナショナル(CI)との協力強化 C) CI 本部より示された当財団に対する期待及び CI との協力関係の重要性に鑑み、役員を含め組織全体として関係強化に取り組むことにより更なる組織の活性化を図った。
3. 組織強化体制の見直しと財務管理 D) 新型コロナウイルス感染症の影響で開始が遅れていた新規開発事業が開始したこと、F2F での寄付活動が本格化してきたことから、財政状況は改善した。しかし、職員の入替に伴い人件費等の増加も見込まれ、当面限られたリソースの下での集中と選択に配慮すると共に、中期的には組織の持続可能性確保と事業規模拡大の観点から財政基盤強化のための抜本的な取り組みが必要であることが認識された。
4. 職場環境の改善および組織基盤強化 E) 東京都のテレワーク助成金を活用し、VPN 環境が構築され課題となっていた在宅勤務での事務所サーバーへのアクセスが可能となった。在宅勤務が常態化し今後更なる ICT の活用が求められている。 F) 計画していた勉強会の実施には至らず、新規に雇用した東ティモール駐在員が CARE International のジェンダー研修への参加のみとなった。

【事業詳細】

区分	開発①	国	東ティモール
事業名	学習教材「ラファエック」を通じた自立支援事業		
対象地域	東ティモール全 13 県		
対象者	80,430 世帯 延べ 274,084 名の未就学児および小学 1、2 年生 延べ 311,216 人の小学 3、4 年生 約 10,000 人の教師		
事業規模	531 千円（総事業規模：年間約 1.5 億円 * 他ドナー資金を含む）		
実施期間	2019 年 7 月～2022 年 6 月（3 年間）		
主支援者	企業、個人		
事業目標	子どもの発達促進と教育状況の改善および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>新規継続 3 ヶ年事業として開始した本事業の活動実績としては以下が挙げられる。</p> <p>1. 活動実績</p> <p>1) 学習雑誌の配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 成人用学習雑誌「コミュニティ・ラファエック」 農村地域を対象に、農業方法の改善、健康問題、小口融資、気候への適応、栄養に関する情報等、日々の生活に役立つ内容で構成された「コミュニティ・ラファエック」を、年 3 回、計 290,619 部配布した。同雑誌は、識字と計算能力が十分でない大人が理解できるように視覚に訴える工夫がされている。 ● 就学前及び小学 1 年生～2 年生用学習雑誌「ラファエック・キーク」 幼稚園児及び小学 1・2 年生を対象とした「ラファエック・キーク」を、東ティモール全土で年 3 回計 274,084 部配布した。計 1,602 校の在籍生徒各回平均 109,679 人が同雑誌を受け取った。 ● 小学 3 年生～4 年生用学習雑誌「ラファエック・プリマ」 小学 3・4 年生を対象とした「ラファエック・プリマ」を、東ティモール全土で年 3 回計 311,216 部配布した。計 1,173 校の在籍生徒各回平均 117,083 人が同雑誌を受け取った。 ● 教師用教授法・指導法雑誌「ラファエック・バ・マノリン」 幼稚園及び小学 1 年生～6 年生を受け持つ教師を対象とした「ラファエック・バ・マノリン」を計 38,550 部印刷し、東ティモール全土で年 3 回配布した。計 1,602 校で各回平均 10,413 人の教師が同雑誌を受け取った。教師用雑誌では上記 2 種類の生徒用の雑誌で取り上げる主要なトピックと関連づけて指導法が紹介されている。 <p>2) コミュニティでの対話ワークショップ 「コミュニティ・ラファエック」配布後には、対象の 17 コミュニティのうち 14 のコミュニティで対話ワークショップを開催し、733 人（女性 369 人、男性 364 人）が参加した。残りの 3 つのコミュニティについては、COVID-19 感染拡大による移動や集会の制限のため、同ワークショップの実施は見送られた。</p>		

2021 年度に開催した対話ワークショップでは、COVID-19 感染予防啓発に焦点を置き、基本的な感染予防(手洗いやソーシャル・ディスタシング等)やコロナ禍の新しい生活様式に子どもがストレスを感じないようにするための保護者の適切な対応方法について話し合うとともに、COVID-19 による様々な生活上のインパクト(例:生計の悪化、食糧不足、性差に基づく暴力の増加)が対話のトピックに含まれた。

3) オンラインサービスの拡充

上記印刷物に加え、インターネット環境の整った首都ディリ等の都市部の青年層(13 歳~34 歳)を対象に、オンラインによる情報サービスの強化に取り組んだ。2021 年 6 月時点で「ラファエック Facebook」のフォロワー数は 140,900 にのぼり、東ティモールでは 4 番目にフォローされている Facebook ページとなった。投稿ページでは様々なトピックが網羅されているが、観光業の投稿ページが最も人気があり、また、求人ページも閲覧数の多いページの一つとなっている。また、ラファエックのホームページの充実にも力を入れ、月平均 126 名が同ホームページに訪問している。訪問者の 69%は 35 歳以下の青年層で、男女比は男性 65%、女性 35%と、男性のアクセス数が多いことが伺えた。

4) スポンサーシップ

上記、学習雑誌やオンラインの継続性を目指し、スポンサーの獲得に継続して注力し、EU-CESO International, USDA, Mercy Corps 等 7 団体とスポンサー契約を結び生活向上や新型コロナウイルス感染予防に関する情報が掲載、投稿された

2. 成果と課題

1) 成果: スポンサーシップによる収益

スポンサーシップによる収益は 2021 年度には 383,148 ドルにのぼり、目標値の 230,000 ドルを大きく上回った。

2) 課題:

● COVID-19 の影響:

COVID-19 の感染が首都ディリを中心に急速に拡大にするに伴い、政府による県境を越えた移動の制限と集会人数の制限が課せられ、本事業の進捗にも影響した。とりわけ、第三四半期から第四四半期(2021年1月~6月)にかけて、プロジェクトスタッフは原則、在宅勤務となり、一時的に配布を休止することを余儀なくされ、対話ワークショップについても、3つのコミュニティでの実施を見送ることとなった。この間は、カウンターパートや受益者層とのコミュニケーションが不活発となり活動がスローダウンした。2022 年度も様々な制約下での活動が想定されることから、柔軟なスケジュール調整をしてゆく。

一方で、「ラファエック Facebook」等のオンラインサービスについては、コロナ禍の影響は最小限に抑えられ、閲覧数は増加の傾向となった。しかしながら、地方ではインターネットの環境が十分に整備されていないこと、都市部の青年層に利用者が限定されることが課題である。

● 雨季中のアクセスの問題:

雨季中に配布プロセスを進めることには常に困難が伴った。特に学校の

	開始時期が雨季と重なることから1回目の配布では、土砂崩れや橋の崩落、河川の氾濫等で道路が寸断され、学校に到達できない事態が散見され遅れの要因ともなった。
--	--

区分	開発②	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 第2期 (1年次第2四半期~2年次第1四半期)								
対象地域	アユタヤ県、ラヨーン県およびサムットプラカーン県								
対象者	中高生 1600人(Grade7~12)、教員 120人								
事業規模	2,652千円(総事業規模 30,000千円)								
実施期間	第2期:2020年4月~2023年3月(3年間)								
主支援者	日産自動車、個人								
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拡げる。								
活動実績・成果と課題	<p>新規継続3ヶ年事業として2020年4月に開始した第2期は、COVID-19感染拡大により大きな制約を受けての活動実施となった。とりわけ、感染拡大の第1波(2020年3月~6月)、第2波(2020年12月~2021年1月)そして第3波(2021年4月~)の期間は、タイ全土の学校が閉鎖されたため、対象学校での課外活動は延期せざるを得ない状況となった。学校の再開後も、閉鎖期間中の正規授業の遅れを取り戻すことが優先され、課外活動は大幅な縮小を余儀なくされた。結果、1年次で計画した活動のうち6割近くは2年次以降での再調整となった。</p> <p>1. 活動実績</p> <p>上述した通り、大きな制約を受けながらも、プロジェクトチームはスケジュールを組みなおす等の工夫をこらし、主に以下の活動を実施した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>課題領域</th> <th>活動実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生徒の能力向上</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> 新規支援学校8校の選定: 第1期の対象学校8校に加え、第2期で新たに対象とする学校の選定は、感染拡大の第1波の最中に進め、8校の選定を了した。 生徒による職業グループ活動への支援: 新規支援学校の生徒を対象としたリーダーシップ・STEMキャンプが2年次以降の実施となったため、新規支援学校では職業グループの形成ができなかった。よって、第1期で職業グループを形成済の第1期支援学校へのフォローアップ支援に注力し、生徒の職業能力の向上を図った。具体的には、パン職人によるパン・菓子類の製造技術や、日産タイの職員によるオンラインを利用した販促活動について、生徒は指導を受ける機会を得た。 </td> </tr> <tr> <td>ジェンダー平等の促進</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトスタッフ対象のジェンダー養成研修: 第2期での新たな試みの一つとして、各支援学校でジェンダークラブを創設することを計画した。同試みについても、2年次に繰り越される結果となった </td> </tr> </tbody> </table>			課題領域	活動実績	生徒の能力向上	<ul style="list-style-type: none"> 新規支援学校8校の選定: 第1期の対象学校8校に加え、第2期で新たに対象とする学校の選定は、感染拡大の第1波の最中に進め、8校の選定を了した。 生徒による職業グループ活動への支援: 新規支援学校の生徒を対象としたリーダーシップ・STEMキャンプが2年次以降の実施となったため、新規支援学校では職業グループの形成ができなかった。よって、第1期で職業グループを形成済の第1期支援学校へのフォローアップ支援に注力し、生徒の職業能力の向上を図った。具体的には、パン職人によるパン・菓子類の製造技術や、日産タイの職員によるオンラインを利用した販促活動について、生徒は指導を受ける機会を得た。 	ジェンダー平等の促進	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクトスタッフ対象のジェンダー養成研修: 第2期での新たな試みの一つとして、各支援学校でジェンダークラブを創設することを計画した。同試みについても、2年次に繰り越される結果となった
課題領域	活動実績								
生徒の能力向上	<ul style="list-style-type: none"> 新規支援学校8校の選定: 第1期の対象学校8校に加え、第2期で新たに対象とする学校の選定は、感染拡大の第1波の最中に進め、8校の選定を了した。 生徒による職業グループ活動への支援: 新規支援学校の生徒を対象としたリーダーシップ・STEMキャンプが2年次以降の実施となったため、新規支援学校では職業グループの形成ができなかった。よって、第1期で職業グループを形成済の第1期支援学校へのフォローアップ支援に注力し、生徒の職業能力の向上を図った。具体的には、パン職人によるパン・菓子類の製造技術や、日産タイの職員によるオンラインを利用した販促活動について、生徒は指導を受ける機会を得た。 								
ジェンダー平等の促進	<ul style="list-style-type: none"> プロジェクトスタッフ対象のジェンダー養成研修: 第2期での新たな試みの一つとして、各支援学校でジェンダークラブを創設することを計画した。同試みについても、2年次に繰り越される結果となった 								

	<p>が、プロジェクトスタッフを対象としたジェンダー養成者研修を了することができた。プロジェクトスタッフによる日々の働きかけを通して、無意識に刷り込まれた男女の役割や違いについて、生徒や教師に気づきを促すためには、スタッフ自身がジェンダー平等について理解を深める必要があるとの認識に立脚し、同研修は行われた。</p>
<p>日産タイの積極的な巻き込み</p>	<p>● 環境教育への取り組み： 日産の専門性を活かし、第2期では、新たな試みとして、リーダーシップ&STEMキャンプのカリキュラムの中に環境教育を取り入れることを計画した。キャンプの実施は2年次に繰り越されことになったが、日産タイと連携して、環境教育のカリキュラム(Waku Waku Eco school)を開発した。</p>
<p>教師の能力向上</p>	<p>● 教師を対象としたリーダーシップ・STEM・ジェンダー教育に関する養成者訓練キャンプの実施： 第1期では、主に生徒の能力向上の取り組みに焦点があてられてきたが、事業終了後も生徒による職業活動が学校で継続されるには、教師の理解と活動への継続的なコミットメントが必須となるとの認識に立脚し、第2期では、教師の能力向上にも焦点をあてることになった。その第一歩として、1年次では、教師向けの養成者訓練キャンプを開催、計44名の教師(女性:34名/男性:10名)が参加した。同訓練では、日産タイの職員、現地団体のジェンダー専門家、環境団体の職員や大学教授等、外部の専門家を招聘し、ジェンダー、環境教育、ライフスキル等の実践的な講義やワークショップが行われた。</p>
<p>2. 成果と課題</p> <p>タイでは COVID-19 感染に収束の兆しが見えず、2年次以降も様々な制約下で活動を継続してゆくことが想定される。制約を軽減する方策として、以下のように活動を実施してゆく：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 学校ごとに個別に活動を開催、 ● 活動ごとに参加者生徒の人数に制限を設ける、 ● 複数の活動を集約して実施。 <p>例えば、2年次に実施が見送られた生徒対象のキャンプは当初、2日間のキャンプを3つの州ごとに実施する計画であった。感染状況を鑑み、16の支援学校ごとに、キャンプを3つに分けて各1日で実施する。学校間の交流効果が期待できなくなるが、1つ1つの活動を着実に実施しゆくことを優先させてゆく。</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業用水改善事業										
対象地域	東ティモール、エルメラ県アッサベ郡の4村内12集落										
対象者	12の農民グループ(251名)と12集落内住民4,178名										
事業規模	22,551千円(総事業規模:約144,000千円)										
実施期間	2020年3月31日～2023年8月31日(うち、3月31日～10月31日の約7ヶ月間は中断期間)(3年5ヶ月間)										
主支援者	外務省、支援組織等										
事業目標	乾季の水不足を農業用水設備の設置によって解消し、安定的な農作物の収穫を目指す。										
活動実績・成果と課題	<p>1年次は当初、2020年3月31日に開始、2021年1月31日に了する計画であった。しかしながら、世界中にCOVID-19の感染が拡大する時期と重なったことで、日本人駐在員の同国への派遣が2020年10月末となった。派遣後、本事業に従事する現地職員計7名の採用を了し、事業の始動に向け様々な事業関係者との調整作業に着手したのが2021年1月以降となった。事業開始の遅れに伴い、事業期間の延長を余儀なくされた。とりわけ、農業用水設備の造成には乾季(5月～10月)を迎えてから実施することが適切であり、乾季の期間を十分に確保するためにも事業期間を9ヶ月間延長し2021年10月31日まで延長することになった。</p> <p>1. 活動実績</p> <p>本事業は12の農民グループを対象に、1年次では5つの農民グループ(5集落)、2年次では7つの農民グループ(7集落)にて、農業用水設備の整備と維持管理にかかる様々な技術研修や機会の場を提供し、3年次では、1年次～2年次での研修や経験の振り返りを行う建付けとなっている。1年次では、事業の始動2021年1月以降約半年間に、農業用水設備の造成に向けた体制を構築した。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>活動</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>プロジェクトチームの起ち上げ</td> <td>日本人現地事業責任者が東ティモール事務所に着任した2020年11月以降12月にかけて計7名の現地職員の採用活動を進めた。プロジェクトスタッフ対象の内部研修を経て、事業対象地であるアッサベでの活動が始動した。</td> </tr> <tr> <td>地方政府への事業開始に向けた理解促進活動</td> <td>3月には、1年次の対象地域5集落において関係者との協力関係を構築する目的で会合を開催した。当初、本活動はカウンターパートである政府職員だけを対象としていた。しかしながら、3月9日には非常事態宣言が発出されていたことから、今後、人の移動や集会に制限がかかり、後に実施が予定されている住民参加型ワークショップの開催が危ぶまれる事態を想定し、本理解促進活動には地域住民にも広く参加を呼びかけ、事業の概要説明と啓発を行った。</td> </tr> <tr> <td>農業用水設備の詳細設計の策定</td> <td>3月から4月にかけて、1年次対象の5箇所において水源から共同農地までの実地検分を行い、詳細設計の策定と調達資機材の見直しを行った。対象5箇所のうち3箇所については取水予定の水源場所を変更した。</td> </tr> </tbody> </table>			活動	実績	プロジェクトチームの起ち上げ	日本人現地事業責任者が東ティモール事務所に着任した2020年11月以降12月にかけて計7名の現地職員の採用活動を進めた。プロジェクトスタッフ対象の内部研修を経て、事業対象地であるアッサベでの活動が始動した。	地方政府への事業開始に向けた理解促進活動	3月には、1年次の対象地域5集落において関係者との協力関係を構築する目的で会合を開催した。当初、本活動はカウンターパートである政府職員だけを対象としていた。しかしながら、3月9日には非常事態宣言が発出されていたことから、今後、人の移動や集会に制限がかかり、後に実施が予定されている住民参加型ワークショップの開催が危ぶまれる事態を想定し、本理解促進活動には地域住民にも広く参加を呼びかけ、事業の概要説明と啓発を行った。	農業用水設備の詳細設計の策定	3月から4月にかけて、1年次対象の5箇所において水源から共同農地までの実地検分を行い、詳細設計の策定と調達資機材の見直しを行った。対象5箇所のうち3箇所については取水予定の水源場所を変更した。
活動	実績										
プロジェクトチームの起ち上げ	日本人現地事業責任者が東ティモール事務所に着任した2020年11月以降12月にかけて計7名の現地職員の採用活動を進めた。プロジェクトスタッフ対象の内部研修を経て、事業対象地であるアッサベでの活動が始動した。										
地方政府への事業開始に向けた理解促進活動	3月には、1年次の対象地域5集落において関係者との協力関係を構築する目的で会合を開催した。当初、本活動はカウンターパートである政府職員だけを対象としていた。しかしながら、3月9日には非常事態宣言が発出されていたことから、今後、人の移動や集会に制限がかかり、後に実施が予定されている住民参加型ワークショップの開催が危ぶまれる事態を想定し、本理解促進活動には地域住民にも広く参加を呼びかけ、事業の概要説明と啓発を行った。										
農業用水設備の詳細設計の策定	3月から4月にかけて、1年次対象の5箇所において水源から共同農地までの実地検分を行い、詳細設計の策定と調達資機材の見直しを行った。対象5箇所のうち3箇所については取水予定の水源場所を変更した。										

農業用水設備に関する住民参加型ワークショップ	非常事態宣言の発出によって、多人数での集會に規制がかかったことで、予定から約1ヶ月遅れて5月に対象5集落にて同ワークショップを開催した。農民グループメンバー、各集落のコミュニティリーダーや住民の参加のもと、設備の設置場所、共同農地の継続利用、住民の水利用に関する条件等について、関係者間で合意形成を図った。
設備維持管理委員会の設立	上記の住民参加型ワークショップの中で設備維持管理委員会を立ち上げた。メンバー計30名(うち女性15名)が委員会メンバーとなった。
農業用水設備造成資機材の調達と搬入	4月にディリで発生した洪水被害により調達と搬入が一時、中断したが、物資の大部分については、6月に入り、ディリからアッサベまでの搬入を開始した。

2. 成果と課題

● 非常事態宣言と洪水被害による活動の遅延:

本格的に活動が始動した2021年1月以降、東ティモールにおけるCOVID-19感染状況は急速に悪化し、3月9日に非常事態宣言が発出された。このため、首都ディリと事業地であるアッサベ間の移動に規制がかかり、スタッフのフィールドへの移動が制限されるに至った。また、首都ディリほどの強い行動規制が課されていないアッサベ内での活動についても、一時はワークショップや研修等、人が集まる活動については参加人数に上限が設けられた。更に、4月初旬にディリで発生した洪水被害によって、ディリからの調達・搬入に遅れが生じた。

特に農業用水設備の利用に関する関係者間の合意形成の場である「農業用水設備の設置に関する住民参加型ワークショップ」と、設備造成に必要な資機材の調達は、これらの影響を大きく受ける結果となった。具体的には、「住民参加型ワークショップ」については、すでに4月での開催が決定していたが5月まで延期せざるを得ない状況となった。そして、4月初旬にディリで発生した洪水被害は、資機材の調達が遅れる要因となった。このため、5月下旬には搬入を終え造成に着手する予定であったが6月末までずれ込んだ。

● 課題への対応:

上述した住民参加型ワークショップや資機材の調達・搬入は事業のスタートアップとして重要な位置付けであり、これらの遅れは他の活動の遅れへと波及することが懸念された。よって、当初の計画に縛られず活動の実施形態を柔軟に変えてきた。具体的には、以下が挙げられる。

- ・活動の実施順序を変える、
- ・複数の活動を合体させる、
- ・活動の対象者以外の参加を促す。

このような工夫をすることで、様々な制約のもと活動を進めてきた。2年次においても、当面、COVID-19感染状況によって活動の実施に様々な制限がかかることが想定される。1年次同様に、計画に弾力を持たせ、活動の実施形態を状況に応じて変えてゆく。

区分	緊急①	国	全世界														
事業名	新型コロナウイルス感染症緊急支援事業																
対象地域	全世界																
対象者	脆弱な立場におかれ感染リスクの高い以下の人々。 <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者 ・妊産婦と新生児 ・基礎疾患がある人々 ・介護者や医療の最前線で働く人々(その多くを女性が占める) ・障がい者 ・LGBTQ¹ ・移民や外国人労働者 ・国内避難民や難民 																
事業規模	4,620 千円 (総事業費:1.4 億ドル)																
実施期間	2020 年 5 月～2021 年 12 月 (1 年 8 ヶ月)																
主支援者	支援組織、個人																
事業目標・	社会的に最も脆弱なグループや人々を対象に、短期的には緊急の感染予防活動を展開することで救命に繋げ、長期的には、同様の感染症の再出現とまん延を予防するため、コミュニティ、世帯、個人のレジリエンス力を構築する。																
活動実績・成果と課題	<p>ケア・インターナショナルは 2020 年 3 月 19 日、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大とそれに伴う社会的・経済的危機に対応するために、「緊急事態宣言」を表明し、グローバルな連携と連帯のもと、新型コロナウイルス感染症への対応を優先し以下の分野において 69 ヶ国 3 千 450 万人に支援を届けた(2021 年 4 月までの実績)。</p> <p>1. 活動実績</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">支援分野</th> <th style="width: 30%;">直接・間接裨益者数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>安全な飲料水</td> <td>450 万人</td> </tr> <tr> <td>食糧配布</td> <td>430 万人</td> </tr> <tr> <td>衛生用品の配布</td> <td>440 万人</td> </tr> <tr> <td>現金または商品券引換券の配布</td> <td>84 万 3 千人</td> </tr> <tr> <td>COVID-19 に関する啓発活動</td> <td>1,840 万人</td> </tr> <tr> <td>GBV(性差に基づく暴力)と性と生殖に関する保健サービスの提供</td> <td>690 万人</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 成果と課題</p> <p>東ティモールとタイの事例を紹介する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 東ティモールの事例: 東ティモールでは、衛生用品(石鹼、マスク等)の配布と併せて、COVID-19 に関する啓発活動を行ってきた。予防啓発活動を継続的に行ってきた結果、以下のように、コミュニティ内での感染予防行動の習慣化が確認で 			支援分野	直接・間接裨益者数	安全な飲料水	450 万人	食糧配布	430 万人	衛生用品の配布	440 万人	現金または商品券引換券の配布	84 万 3 千人	COVID-19 に関する啓発活動	1,840 万人	GBV(性差に基づく暴力)と性と生殖に関する保健サービスの提供	690 万人
支援分野	直接・間接裨益者数																
安全な飲料水	450 万人																
食糧配布	430 万人																
衛生用品の配布	440 万人																
現金または商品券引換券の配布	84 万 3 千人																
COVID-19 に関する啓発活動	1,840 万人																
GBV(性差に基づく暴力)と性と生殖に関する保健サービスの提供	690 万人																

¹ LGBTQ(Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Questioning)]:レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダー、クエスチョニングの頭文字をとって作られた性的少数(セクシュアルマイノリティ)の人たちの総称。クエスチョニングとは、自分の性別がわからない・意図的に決めていない・決まていない人たちのこと。

	<p>きた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケットでの行動習慣:マーケットに入場する前に、入口に設置された簡易手洗い設備で手を洗うようになる。 ・学校での行動習慣:教室内でのマスクの着用や、教室に入る前に手を洗うようになる。 <p>● タイの事例:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生業支援:食糧を配布する際には、配布地域に近い市場で調達することで、地域の小売店や農民の生業を間接的に支援した。 ・移民への配慮:言葉の問題が壁となり、情報へのアクセスに困難を伴う移民を対象に COVID-19 に関する啓発活動を実施。特に、移民女性への GBV に関する法的な支援について情報を提供した。
--	---

区分	緊急②	国	全世界												
事業名	豪雨被災者緊急支援事業														
対象地域	東ティモール 首都ディリ														
対象者	被災者 103,000 人														
事業規模	619 千円 (総事業費:697,000ドル)														
実施期間	2021 年 4 月～2022 年 3 月 (12ヶ月)														
主支援者	個人														
事業目標・	被災者の生活復旧														
動実績・成 果と課題	<p>1. 活動実績</p> <p>東ティモールとインドネシア東部周辺で発生した熱帯低気圧サイクロン・セロージャは、2021 年 4 月 3 日未明から、両地域で川の氾濫、洪水、土砂崩れといった過去 40 年で最大といわれる災害を引き起こした。東ティモールでは首都ディリとその周辺の低地を中心に甚大な被害を被り、全土で 33,177 世帯(189,108 人)が被災した (2021 年 5 月)。東ティモール事務所では発災後直ちに被災状況の調査を開始、ディリの避難所を中心に 9,308 人の被災者に支援を届けた(2021 年 5 月 14 日までの実績)。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">セクター</th> <th>実績</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>生活用品の配布</td> <td>マットレス、ポリタンク、調理器具、毛布、避難所のごみ箱等の配布</td> </tr> <tr> <td>衛生用品の配布</td> <td>水浄化フィルター、衛生用品、石鹼等の配布</td> </tr> <tr> <td>食糧配布</td> <td>米、オイル等の配布</td> </tr> <tr> <td>COVID-19 感染予防対策</td> <td>・感染予防の啓発バナー(立て看板)の設置 ・消毒液とマスクの配布等</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>避難所の子どもたちへのアクティビティキットや学習雑誌「ラファエック」の提供</td> </tr> </tbody> </table> <p>2. 成果と課題</p> <p>人との距離を確保しづらい避難所においては、COVID-19 感染予防対策が課題となった。このため、通常の緊急支援物資の配布と併せて、感染予防を目的とした衛生用品の配布や啓発活動を実施する等、避難所がクラスター発生源とならないように細心の注意を払った。</p>			セクター	実績	生活用品の配布	マットレス、ポリタンク、調理器具、毛布、避難所のごみ箱等の配布	衛生用品の配布	水浄化フィルター、衛生用品、石鹼等の配布	食糧配布	米、オイル等の配布	COVID-19 感染予防対策	・感染予防の啓発バナー(立て看板)の設置 ・消毒液とマスクの配布等	その他	避難所の子どもたちへのアクティビティキットや学習雑誌「ラファエック」の提供
セクター	実績														
生活用品の配布	マットレス、ポリタンク、調理器具、毛布、避難所のごみ箱等の配布														
衛生用品の配布	水浄化フィルター、衛生用品、石鹼等の配布														
食糧配布	米、オイル等の配布														
COVID-19 感染予防対策	・感染予防の啓発バナー(立て看板)の設置 ・消毒液とマスクの配布等														
その他	避難所の子どもたちへのアクティビティキットや学習雑誌「ラファエック」の提供														

