

継続事業 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(第3期)

— アジアで一番新しい国の農村部の人たちに生きるチカラを届ける —



活動地域: 東ティモール全13県
 事業期間: 2022年7月~2027年6月(5年間)
 事業規模: 当年度支出額791千円(総事業規模: 7,472千ドル *他ドナー資金を含む)
 主な支援者: 企業、個人

103,967 世帯

成人向け「ラファエック」の配布世帯数

1,617 校

「ラファエック」を配布した学校数

176,500 人

「ラファエック Facebook」フォロワー数



Facebook (Lafaek公式ページ) より

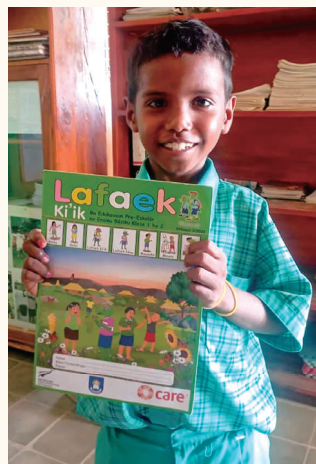
課題

アジアで一番若い国である東ティモール。2002年にインドネシアから独立するまで、16世紀から続く諸外国からの支配により、子どもたちは自国の文化、歴史、そして地理さえも学ぶことが禁じられていました。独立をめぐる闘争においては、95パーセントもの学校が消失。多くの尊い命も失われ、独立後、人口の半数以上が就学年齢の子どもたちとなりました。独立から23年が経ち、成人の識字率に改善は見られるものの、子どもたちの就学率や退学率においては課題が残り、特に農村地域における状況は深刻です。農村地域では、十分な識字能力や計算能力を身に付けることができないため、経済活動や家計の管理に支障をきたし、親の識字能力の低さが子どもの栄養・健康状態、そして就学率にも悪影響を及ぼしています。

活動内容

本年度は、1) 学習雑誌の配布、2) コミュニティ対話ワークショップの開催、3) スポンサーシップの強化、4) オンラインサービスの拡充に注力しました。1) では、成人向け、未就学・小学校低学年向け、小学3~6年向け、教員向けの4種の学習雑誌を全13県で3回配布しました。2) では、住民参加型でワークショップを実施。ジェンダー平等の啓発、調理実習、食生活の改善、副収入を得る手段など、学習雑誌に書かれた内容についての理解促進と知識の定着を図りました。3) では、同国で4番目に多いフォロワー数を有する「ラファエックFacebook」のデジタル分野における強みを活かし、スポンサー収入を増加させることで、事業の持続可能性を強化しました。4) では、Facebookに加え、YouTubeチャンネルやウェブサイトを通じて、求人情報ほか、国内の人気観光スポットやレシピなどの情報を提供し、若者の参加を呼び込む魅力的なコンテンツを発信しました。現在、本事業の持続性を担保し、教育分野への長期的な効果を生み出すため、CAREから独立した地元財団「ラファエック財団」への移行を進めており、今秋に正式に発足する見込みです。

受益者の声



エディガルさん(小学2年生)

一番興味を持ったのは「時間について学ぼう」という記事でした。短い針が「時」を、2本の長い針が「分」と「秒」を示すことなど、時間の読み方を教えてくれました。また、ラファエックを読むと、文字を読んだり、絵を描いたり、文字を覚えられるので楽しく、読むことに自信が持てるようになりました。

ラファエックは私にとって、読み書きや数字を覚えるだけでなく、創造性や好奇心を上げてくれる「直感的なひらめき」の源です。毎学期届くラファエックのおかげで、もっと学びたい!とやる気が出てきます。