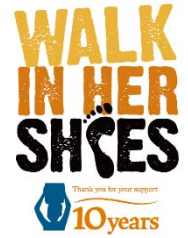




歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2021」



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



2021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 | 1 |
| 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 | 9 |
| 1) 新聞／雑誌、ウェブメディア掲載等 | |
| 2) ジュニア・アンバサダー | |
| 4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」 | 10 |
| 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 | |
| 5. 歩くイベントに参加する | 17 |
| 途上国の女の子の一日を知る！歩く国際協力バーチャルウォークデー | |
| 【九州限定企画】歩く国際協力 Walk in Her Shoes in 九州 | |
| 6. 「C」の写真を投稿してキャンペーンを広める | 18 |
| 7. 自分で企画して寄付を集める | 19 |
| 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 | 22 |
| 9. キャンペーン制作物 | 23 |
| 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 | 24 |

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、2021 年で 10 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。

【2021 年キャンペーン概要】

実施期間

2021 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、当初の目標 2 億 7 千万歩まで 100 歩につき 1 円、その後は 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) 「歩く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。

- ・ 途上国の女の子の一日を知る！歩く国際協力バーチャルウォークデー（参加費 500 円）
- ・ 歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2021 in 九州（参加費 一般 3,000 円、学生 1,500 円）

3) 「『C』の写真を投稿してキャンペーンを広める」（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」：

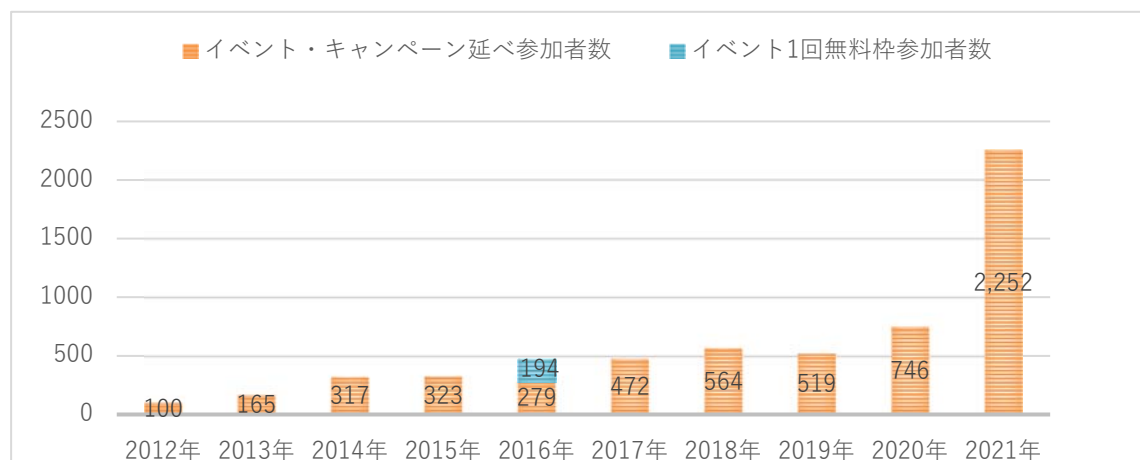
参加者が自らイベントやチャレンジを企画して寄付を集め、CARE に寄付する。方法は「クラウドファンディングに挑戦する」と「イベントを企画して実施する」の 2 つ。

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～2021年)】



キャンペーン参加者は昨年比 301%の 2,252 名。新型コロナウイルス感染症拡大の影響で一部のオンラインイベントを中止したが、「好きな時間、好きな場所で歩く」のオンライン参加者が増えたことにより、全体の参加者は増加。

※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

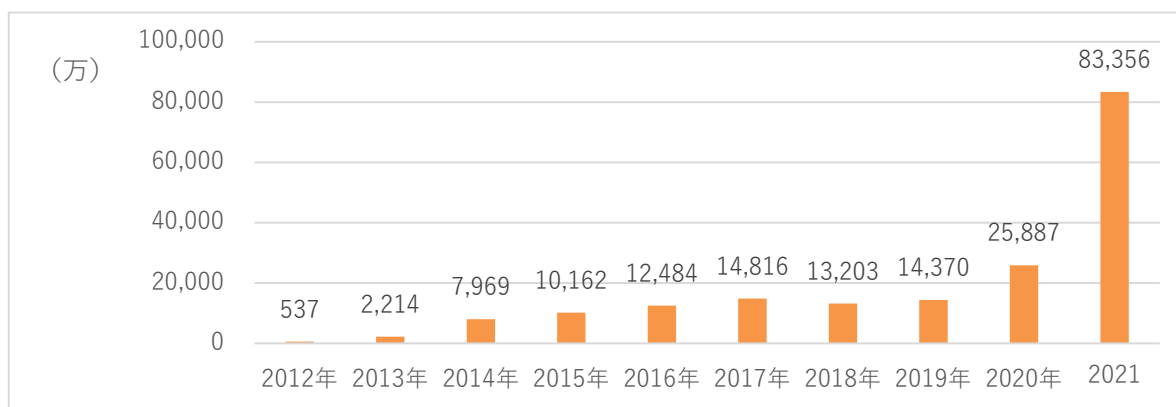
【キャンペーン・イベント参加者内訳】

| 2021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 | 430 | | 671 |
| | | リピーター | 140 | | |
| | | 学生(一般) | 24 | | |
| | | 学生(学生パートナー) | 77 | | |
| | ウォーキングパートナー | 正規 | 635 | | 972 |
| | | リピーター | 337 | | |
| | ジュニア・アンバサダー | | 41 | | 41 |
| | 小計 | 1,643 | 41 | | 1,684 |
| Tシャツ | 一般 | 2,500円 | 141 | | 333 |
| | ウォーキングパートナー | 2,000円 | 127 | | |
| | 支援組織 | 2,500円 | 65 | | |
| オンラインイベント | 歩く国際協力 Walk in Her Shoes in九州 | | 66 | 66 | |
| | 自分で企画して寄付を集める(団体または個人数) | | 3 | 3 | |
| 寄付による参加 | | 1,000円 | 147 | 166 | |
| | | 500円 | 17 | | |
| | | 10,000円 | 1 | | |
| | | 100,000円 | 1 | | |
| 合計 | | | 2,211 | 41 | 2,252 |

※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。

※本年は、新型コロナウイルスの影響を鑑みオンラインイベントの開催を行わず、オンラインイベントを企画したが、感染拡大の影響で「途上国の女の子の一日を知る！歩く国際協力バーチャルウォークデー」の開催見送った。イベント中止決定前に既にお申込の方は、参加費 500 円を寄付としていただいたため、「寄付による参加 (500 円)」として計上した。また、「寄付による参加 (1,000 円)」の 5 口分、「寄付による参加 (10,000 円)」、「寄付による参加 (100,000 円)」は、オンラインイベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes2021 in 九州」での寄付。

【歩数報告推移(2012年～2021年)】 ※2021年度目標歩数：2億7千万歩



歩数は昨年比 321%で、目標の 2 億 7 千万歩を大幅に超え、833,559,995 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 259%増の 1,684 人となった。昨年に続き、コロナ禍での開催となったが、昨年に比べ、報告された一人当たりの平均歩数は増加した (39.8 万歩→49.4 万歩)。

【キャンペーン収支 前年度比・対目標比較 (2021年/2020年)】

| | 2021年 | 2020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 | ¥308,005 | ¥202,560 | ¥105,445 | 152.06% | ¥700,000 | 44.00% |
| | 参加費による収入 | ¥5,266,000 | ¥1,691,500 | ¥3,574,500 | 311.32% | ¥1,981,000 | 265.83% |
| | クラウドファンディング+その他寄付 | ¥286,700 | ¥117,350 | ¥169,350 | 244.31% | ¥90,000 | 318.56% |
| | 企業協賛金 | ¥5,980,000 | ¥700,000 | ¥5,280,000 | 854.29% | ¥500,000 | 1196.00% |
| | 収入合計(物品協賛除く) | ¥11,532,700 | ¥2,508,850 | ¥9,023,850 | 459.68% | ¥3,271,000 | 352.57% |
| 支出 | 支出合計 | ¥1,257,332 | ¥538,393 | ¥718,939 | 233.53% | ¥872,760 | 144.06% |
| | 収支差額(物品提供除く) | ¥10,275,368 | ¥1,970,457 | ¥8,304,911 | 521.47% | ¥2,398,240 | 428.45% |
| ROI(投資対効果) | 917.24% | 465.99% | | | 374.8% | | |

本年も、オフラインイベントを実施しなかったため、物品協賛の寄付相当額は目標より下回った。一方、キャンペーン 10 周年効果により、「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者が過去最大となったことから、参加費による収入は大幅に増加。加えて、企業協賛金も大幅に増加した。また、昨年行われなかった自主企画イベントが今年は 3 つ開催できたことや、「【寄付が 2 倍】10 周年記念寄付」企画(後述)によって、その他寄付も増加している。

支出に関して、参加者の増加により、ウェブ決済手数料や、T シャツの製作費・発送代、歩数計アプリのサービス使用料支払いが増加したことなどから、昨年より増加した。

【協賛・後援、広報実績前年度比較 (2021年/2020年)】

| | 2021年 | 2020年 | 前年比(数値) | 前年比 |
|----------------------|-------|-------|---------|------|
| 特別協賛・団体数 | 10 | 5 | 5 | 200% |
| 協賛・団体数 | 8 | 11 | -3 | 73% |
| 後援・団体数 | 5 | 7 | -2 | 71% |
| ウォーキングパートナー | 10 | 8 | 2 | 125% |
| 学生パートナー | 8 | | 8 | |
| メディア掲載数(新聞・ウェブメディア等) | 1 | 1 | 0 | 100% |

本年も新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、オンラインイベントの 1 つを中止したことや、また屋外

でのウォーキング推進の積極的なPRが難しく、メディア掲載数は1件と伸び悩んだ。また、オフラインイベントを行わなかったため、物品提供による協賛企業も減少した。一方で、特別協賛、ウォーキングパートナーはともに昨年よりも増加した。また、大学生国際協力団体の学生を対象に「好きな時間、好きな場所で歩く」への参加を促すために、新たに「学生パートナー」枠を新設した。

3) キャンペーン総括

*参加者数の3倍増による、参加費収入の増加

「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者数が昨年比259%、全のべ参加者数では301%増となり、大幅な収益増を実現した。要因としては、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、企業双方で広く賛同を得られたことがあげられる。

当財団主催のチャリティウォークイベントについては、今年はオンラインイベントを企画するも、新型コロナウイルス感染拡大に伴い中止した。来年、2年ぶりにオフラインイベントを実現できればさらなる収益の増加が見込まれる。

*協賛企業の倍増による、協賛金収入の増加

特別協賛企業は、昨年比2倍に増加、金額は昨年比7.8倍の552万円となった（うち、309万円は、日産自動車株式会社様）。さらに、オンラインイベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes in 九州」では、九州のCARE支援組織³の協力により、地元企業33社から計46万円の協賛金を得ることができ、結果、合計598万円の協賛金収入を得ることができた。

*ウォーキングパートナーによる社員参加の増加

ウォーキングパートナーとして、計10社の賛同を得、「好きな時間、好きな場所で歩く」への多くの社員参加を得た。参加者合計は昨年比3.5倍、972名となり、参加者の57.7%を占めた。さらに、ウォーキングパートナー企業のうち、4社から特別協賛、1社から物品協賛の協力も得た。

*ウォーキングパートナー企業への参加促進策の実施

ウォーキングパートナー企業の社員参加促進策として、新たに以下の取り組みを行った。

①社員対象オンラインイベント開催

複数の企業で、数十名から200名規模の社員対象オンラインイベントを実施し、社員の啓発と国際理解促進、またキャンペーンへの参加促進に努めた。

②社内での取り組み事例を紹介

すべてのウォーキングパートナー企業の協力を得て、ウェブサイトにて社内での取り組み事例を紹介し、企業参加の広報ならびに参加企業同士の情報共有を図った。

³ CARE支援組織とは、全国8か所で、会員の勧誘や交流、またチャリティ講演会やバザーなどの開催を通じて、継続的に当財団の活動を支援する任意団体。

③ ダイバーシティへの対応

在日外国人社員や、海外法人（アジア地域）を含む社員、また障がい者チームなど、多様な参加ニーズへの対応を行うことで、さらなるキャンペーンの拡がりの可能性を見出した。

*** 学生パートナーの新設と、学生参加の増加**

「好きな時間、好きな場所で歩く」への学生参加促進を目的として、学生価格を2,000円から1,500円へ改訂、さらに、「学生パートナー」を新設し、大学生の国際協力団体からの参加を募った。結果、8団体が学生パートナーとして参加、77名の学生の参加を得た（全学生参加者の76%）。

*** チームに所属する参加者の増加**

「好きな時間、好きな場所で歩く」では、62のチーム登録があり、昨年の32チームから倍増した。チームに所属している歩数報告者数は、ウォーキングパートナーを除くと合計459人となり、一般参加者の68%を占めた。個人でもチームを作って参加する形態が広がりを見せている。

*** 英語による参加者対応の強化**

海外からの参加や外国人の社員参加等のニーズを踏まえ、ウェブサイトや歩数報告マニュアル、定期通信（メール）などの参加者向けコミュニケーションの英語対応を行った。一方で、各種イベントや、SNS、当財団の活動などのキャンペーンに関連しない情報は日本語のみでの対応となった。

*** 10周年企画の実施**

今年は、キャンペーン10周年として、以下の特別企画を行った。

① 歩数による寄付の拡充

協賛金の大幅増加に伴い、これまで500歩につき1円だった歩数に応じた寄付を、目標2億7,000万歩まで100歩1円に拡充した。

② 10周年オリジナルデザインTシャツの販売

10周年オリジナルロゴと特別協賛企業のロゴ（希望した企業のみ）が入った、10周年オリジナルTシャツを作成、販売した。また、ウォーキングパートナーは、特典として、割引価格の2,000円で販売した。結果、昨年比6.1倍、333枚を販売することができた。

③ 【寄付が2倍】10周年記念寄付

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】10周年記念寄付」を募った。結果、昨年比3.3倍の142口（1口1,000円）の寄付を得ることができた。

④ 10周年特別賞の新設

「好きな時間、好きな場所で歩く」に関して、これまでの歩数登録者への毎月抽選ならびに期間累計歩数上位者・上位チームへの賞に加えて、全期間累計歩数ランキング個人100位、1,000位、チーム10位へも賞を設置した。

* 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 では、初の試みとして、「リール」機能を用い、キャンペーン紹介の短い動画を、計 3 回投稿した。リールは一番再生されているもので、2,600 回以上再生されリーチを広げることができた。

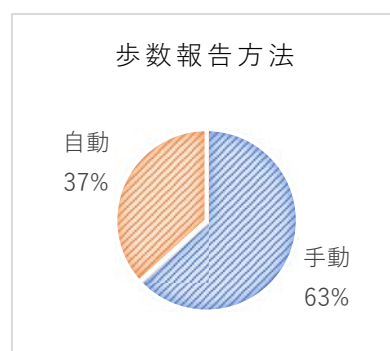
さらに、今年も 5 月 15 日から 21 日の間、「寄付金額 3 倍ウィーク」企画を実施。これは、期間中、お題に沿った「C」の写真を投稿すると、通常の 3 倍である 1 枚 300 円が特別協賛企業から CARE へ寄付されるものである。SNS を通じた無料での参加によるキャンペーン情報の拡散強化を図った。

このような取り組みにより、今年は、SNS を通じて、昨年を超える計 2,891 枚の「C」の写真が寄せられた。

* 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。「手動入力」は、セキュリティ強化のため、プロボノの協力を得て新サイトの構築を行った。

自動連携の利便性の一方、昨年同様、手動入力と自動連携で歩数ランキングを共有できない、またチーム参加の場合には、チームメンバーは同じ報告方法を選ぶ必要がある、といった制約があり、引き続き課題となった。来年度は手動と自動連携のシステム統合を目指す。



* ライブラン株式会社との協働

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。今年のキャンペーンでは、3 月 9 日と 3 月 28 日にキャンペーン紹介セッションが配信された。また、オンラインイベント「途上国の女の子の一日を知る！歩く国際協力バーチャルウォークデー」では、ゲストと CARE スタッフが出演するスペシャルセッション予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響でイベント中止となり実現にいたらなかった。

さらに、今年は「好きな時間、好きな場所で歩く」への LIVERUN アプリユーザの積極的参加がみられ、「LiveRunners」と銘打ったチームが 8 組（各 10 名）結成された。これは、同社からの呼びかけではなく、一部の LIVERUN アプリユーザによる自発的な呼びかけにより集まったものだが、本キャンペーンと LIVERUN アプリのユーザー層の親和性が示された。

*** 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、4,529,758 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 100 歩あたり、企業から 1 円の寄付

（実績）2 億 7 千万歩分 ÷ 100 歩 = 270 万円

・上記達成後、歩数 500 歩あたり、企業から 1 円の寄付

（実績）5 億 6,355 万 9,995 歩分 ÷ 500 歩 = 1,127,119 円

・写真投稿 1 件あたり、企業から 100 円の寄付

（実績）100 円 × 2,642 枚 = 264,200 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 × 249 枚 = 74,700 円

・【寄付が 2 倍】10 周年記念寄付

（実績）1,000 円 × 142 口 = 142,000 円

・イベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes in 九州」（歩数 8,000 歩につき、500 円の寄付）

（実績）3,547,826 歩 ÷ 8,000 歩 × 500 円 = 221,739 円

2. 協賛、後援等（順不同敬称略）

1) 特別協賛 10 法人

| | |
|------------------|----------------|
| 味の素株式会社 | 花王株式会社 |
| 花王ハートポケット倶楽部 | カランマス・セジャトラ社 |
| デッカーズジャパン合同会社 | デロイト トーマツ グループ |
| 日産自動車株式会社 | 三菱商事株式会社 |
| ユーロモニターインターナショナル | 株式会社 YONOH |

2) 協賛 8 法人（物品やサービスによるご協力）

| | |
|---------------|-------------------|
| ALLIE | セガサミーホールディングス株式会社 |
| 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ヶ丘 | 森永乳業株式会社 |
| ライブラン株式会社 | 他 1 法人 |

3) 後援 5 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
佐呂間町（北海道）
一般社団法人日本ウォーキング協会
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
UN Women 日本事務所

4) ウォーキングパートナー 10 法人

| | |
|------------------|---------------------|
| AlixPartners | 株式会社カスタムライフ |
| 弁護士法人 兼六法律事務所 | 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 | 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 |

5) 学生パートナー 8 団体

国際ボランティア団体 APOLLO（大阪府）
国際保健サークル Amin's（宮城県）
学生団体 Infinite Connection（兵庫県）
Otro Camino-SDGs OBIRIN（東京都）
学生国際協力団体 SIVIO 東海支部（愛知県）
学生団体 TEHs（神奈川県）
横浜国立大学公認ボランティア団体 FUN（神奈川県）
One Step（愛知県）

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 |
|--------|-------------------------------|-------------------------------------|
| 4月 | YKKのPR誌「Neighbor」 2021年5月号 | 当財団の活動、歩く国際協力「Walk in Her Shoes」の紹介 |

新型コロナウイルスの影響でオンラインイベントを中止したことも影響しメディアへの露出機会が減少した。

2) 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。新型コロナウイルス感染拡大の影響でオンラインイベントが中止となりイベント参加での協力が実現しなかったが、自主企画イベントの実施や積極的な「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⁴⁾）

- * 私はこのプログラムに参加して、8000歩を歩くのが少し辛いときもありましたが、彼女たちはもっともっと歩いているという事実もこのプログラムから学ぶことができました。発展途上国のことについて詳しく調べながら歩くことによってたくさん学ぶところがありました。私はガールスカウトを通して、彼女たち、世界の女性達の力になりたいと強く思います。（東京都第 71 団）
- * 今回、初めて参加しました。1日 8000歩歩くことで、発展途上国の支援になるということで、とても気になっていたのが、今回参加できて良かったです。8000歩に届かない日もありましたが、今回のキャンペーンをきっかけに、改めて発展途上国の状況を知り、考えることができました。友人にも発展途上国の状況を教えてみたりしたことで、少しでも周りの人に情報を広げられたかなと思います。私たちの団はレンジャー部門のほとんどが参加したため、集会でも状況を話し合うことがあり、なかなかイベントなどが出来にくくてもみんなのことを知ることができていました。水の大切さを考えるための行動も出来て良かったです。ただ歩くだけではなく、考えを深めていくことで、これからのことを考えることができ、参加して本当に良かったと思います。WiHS のキャンペーンの期間は終わりましたが、自分にできることを続けていきます。（奈良県第 22 団）

3) 講演

| 開催日 | 主催 | イベント名 | 講演内容 | 参加(名) |
|-------|-------------------------|---|---|-------|
| 3月10日 | デロイト トーマツ グループD&I | #SupportToChallenge | ButterflyEffectMoment 国際NGO「CARE」の活動と歩く国際協力 「Walk in Her Shoes」のご案内 | 197 |
| 3月28日 | Otro Camino-SDGs OBIRIN | SDGs Dialogue vol.3 「国際女性デーから考える 人間の安全保障とジェンダー」 | コロナ禍にある女性や女の子たち —CAREの新型コロナウイルス感染症緊急支援— | 25 |

⁴ 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/wihs2021_ja_comment.html

4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」

－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－

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可能。

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 ベストウォーカー賞として、歩数上位 10 名、一人当たりの歩数上位 2 チームに賞品を贈呈した。加えて、本年は 10 周年特別賞として、歩数ランキング個人 100 位、1,000 位、チーム 10 位にも賞品を贈呈した。⁵

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。今年は 10 周年特別企画として、目標 2 億 7,000 万歩まで歩数 100 歩につき 1 円の寄付とし、その後は、10 億歩を上限として歩数 500 歩あたり 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。

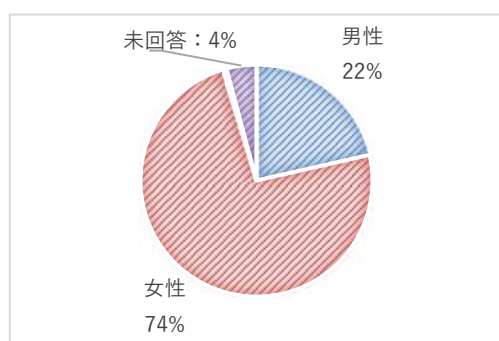
※以下、有料一般参加者のみの分析結果（ウォーキングパートナーによる社員参加除く）。

1)参加者の性別と年代

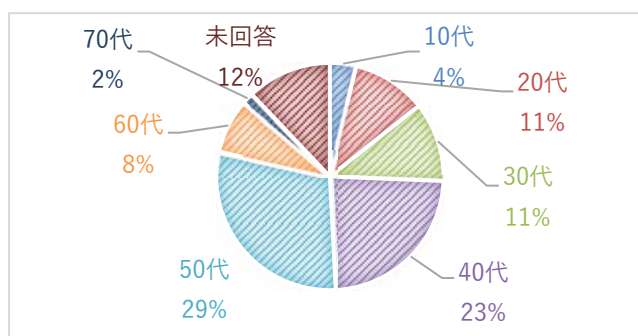
* 性別割合は、本年度は女性の割合が 74%となり微増（昨年 71%）。

* 年代別割合は、昨年と同様 50 代の参加者が最も多い。しかし、40 代と 30 代以下の若年層が増加している（40 代：15%→23%、30 代以下：18%→26%）。学生パートナー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



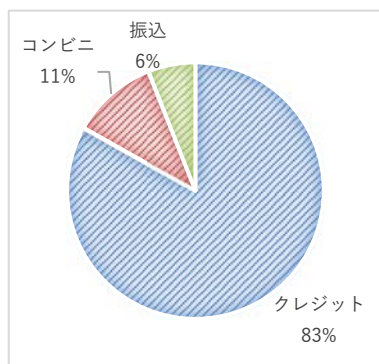
2) 申込方法

* 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 83%となり大多数を占めた。

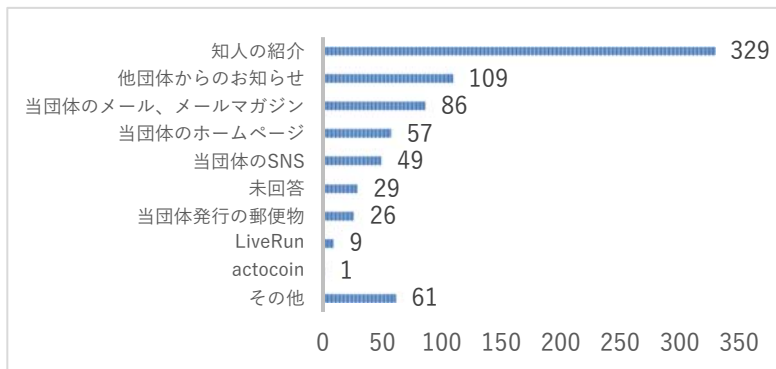
⁵ 月間歩数賞は、手動入力、自動連携それぞれ 1 名、1 チームを抽選、毎月計 2 名、2 チームに賞品を送付。WiHS ベストウォーカー賞は、累計歩数上位 10 名、上位 2 チームを表彰した。WiHS ベストウォーカー賞、10 周年特別賞ともに、手動入力、自動連携を統合したランキングから選定した。

* 申込のきっかけは、知人の紹介、他団体や他企業からのお知らせ（社員参加除く）、当団体発行のメールやメールマガジン、続いて当団体のホームページとなっている。一般参加者においては、リピーターからの紹介による申し込みが多いことが分かった。また、他団体からのお知らせのうち半数以上が、学生パートナーによる学生団体メンバーの参加であった。

a) 申込経路

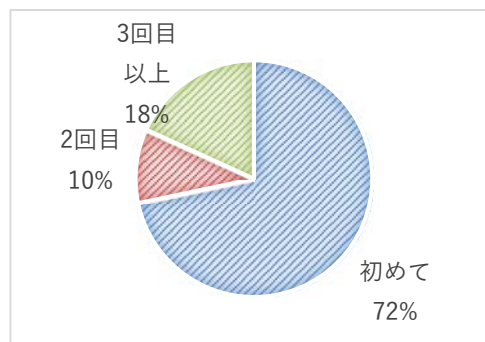


b) 申込のきっかけ（キャンペーンを知ったきっかけ）



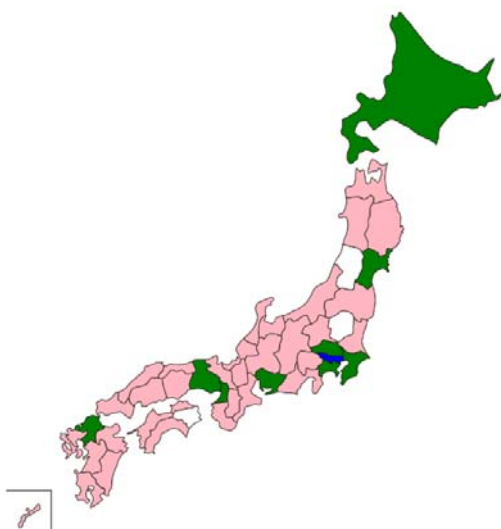
3) リピーター率

* 初めての参加者は72%で昨年の76%の同水準だった。
 * 10年目の開催となった今回、2回目の参加者は10%、3回目以上の参加者は18%、全体のリピーターは28%となった。
 * 一方、右記グラフ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、全体の92.2%が初めての参加となった。



4) 参加者の居住地

| | | | |
|------|-----|-----|-----|
| 東京都 | 193 | 佐賀 | 4 |
| 神奈川県 | 76 | 山口 | 3 |
| 埼玉県 | 46 | 福島 | 2 |
| 大阪府 | 46 | 新潟 | 2 |
| 千葉県 | 30 | 岐阜 | 2 |
| 愛知県 | 18 | 滋賀 | 2 |
| 兵庫県 | 16 | 三重 | 2 |
| 北海道 | 14 | 鳥根 | 2 |
| 宮城県 | 11 | 高知 | 2 |
| 福岡県 | 10 | 大分 | 2 |
| 茨城県 | 9 | 長崎 | 2 |
| 岩手県 | 8 | 熊本 | 2 |
| 静岡県 | 7 | 青森 | 1 |
| 石川県 | 7 | 秋田 | 1 |
| 広島県 | 7 | 山梨 | 1 |
| 長野県 | 6 | 富山 | 1 |
| 群馬県 | 6 | 和歌山 | 1 |
| 京都府 | 6 | 鳥取 | 1 |
| 岡山県 | 6 | 香川 | 1 |
| 奈良県 | 5 | 宮崎 | 1 |
| 愛媛県 | 5 | 鹿児島 | 1 |
| 沖縄県 | 5 | 海外 | 32 |
| 福井県 | 4 | 未回答 | 62 |
| | | 合計 | 671 |



* 例年同様、東京在住の参加者が圧倒的に多い。

* 昨年は 38 県だったが、44 県となり、全国的な広がりを見せている。山形県、栃木県、徳島県からは不参加だった。

* 海外からの参加者についても年々増加傾向にあり、22 人から 32 人に増加した。うち、25 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

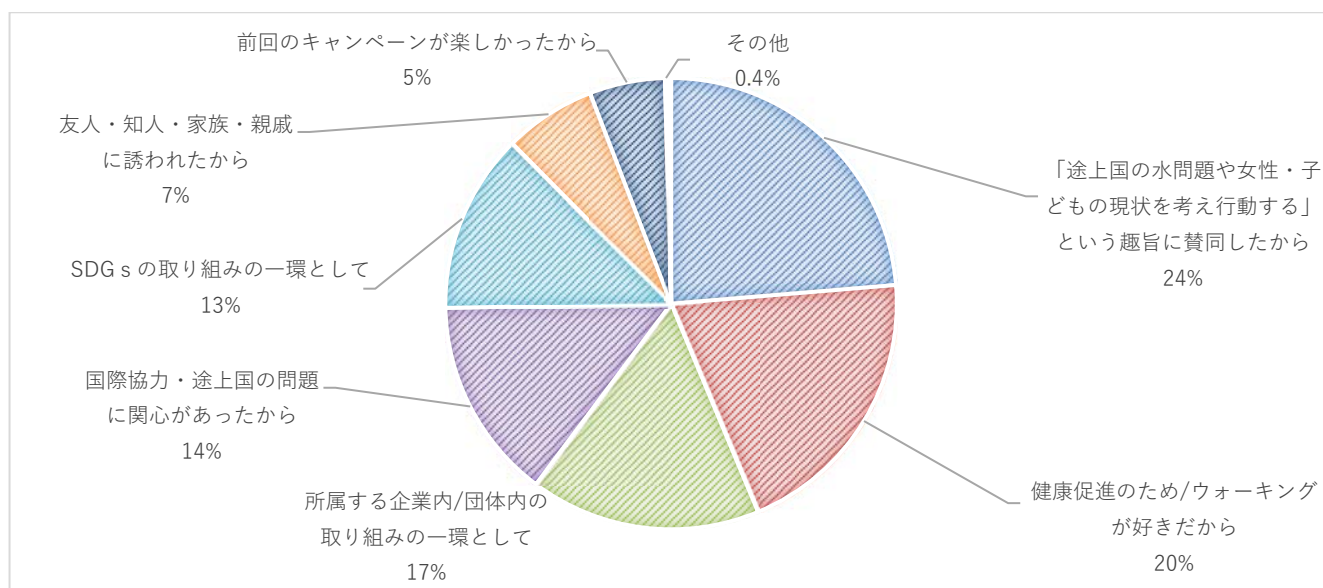
来年度以降の Walk in Her Shoes キャンペーンに反映するため、キャンペーン期間終了後に参加者へ選択式・記述式のオンラインアンケートを実施した。

※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⁶で公開する。

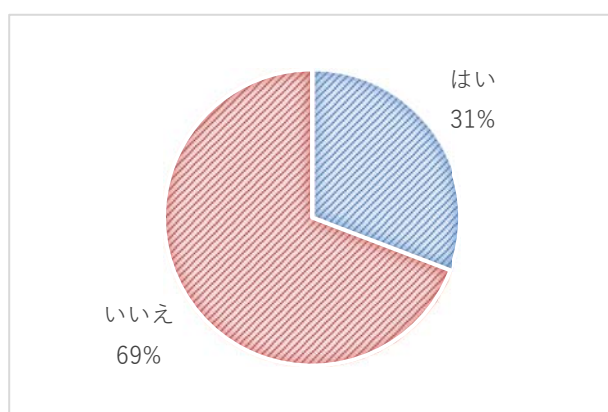
参加者数【1,684人】 回答者数【224人】 アンケート回収率【13.3%】

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

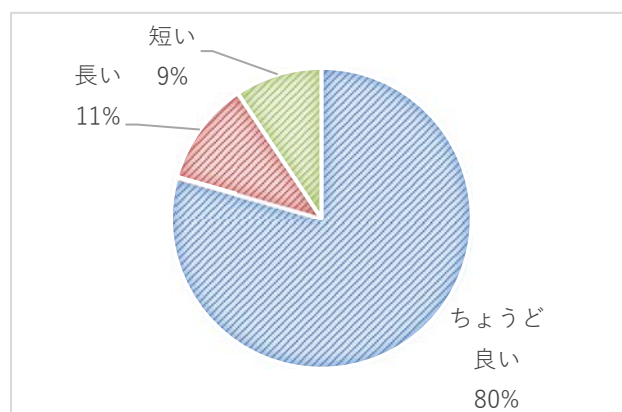
1. 「Walk in Her Shoes 2021」にご参加いただいたきっかけを教えてください。



2. 「Walk in Her Shoes 2021」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？

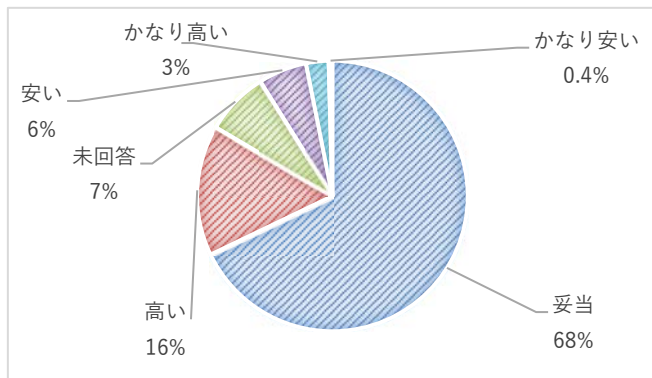


3. 約3ヶ月という、キャンペーン期間の設定はいかがでしたか？

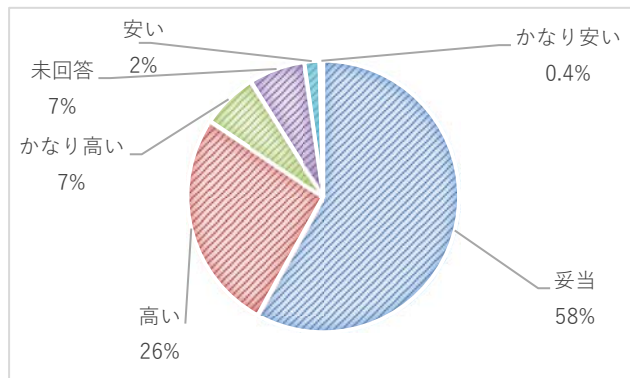


⁶ アンケートの記述回答と当財団からのコメント：https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2021.html

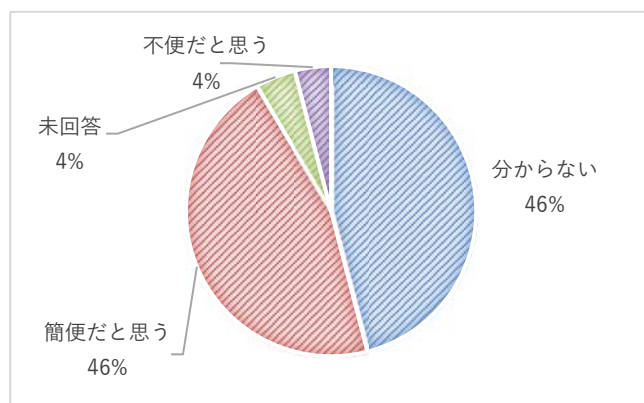
4. キャンペーン参加費 2,000 円（リピーター様優
先申込価格）について、どう思いますか？



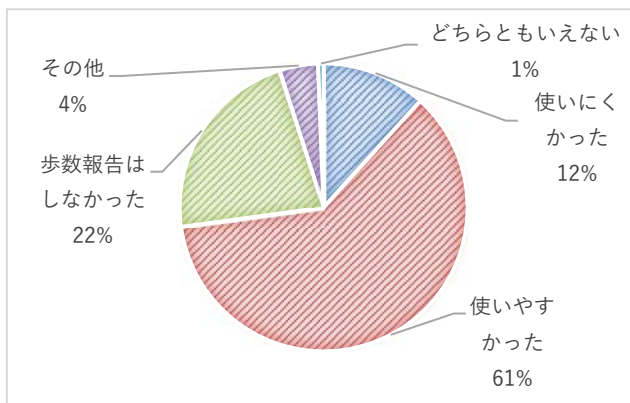
5. キャンペーン参加費 3,000 円（一般申込価格）
について、どう思いますか？



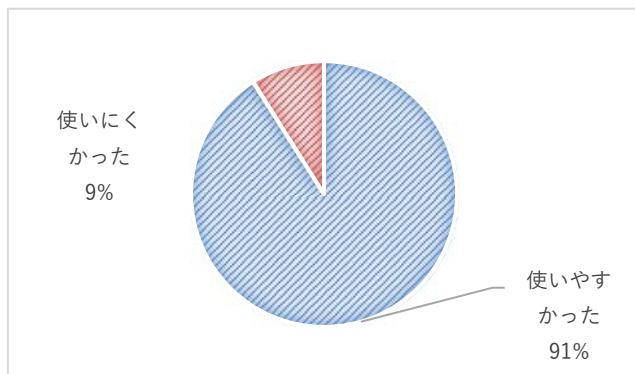
6. お申し込み・決済の方法は簡便でしたか？



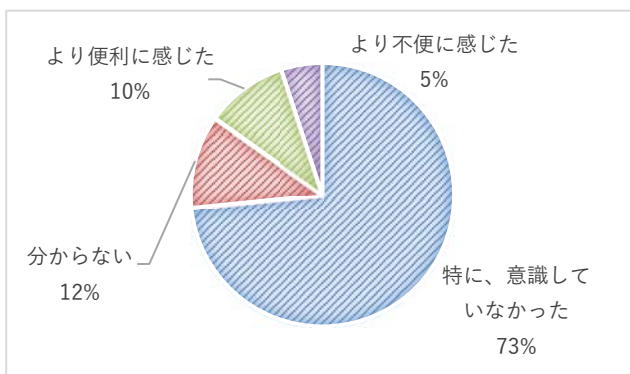
7. (歩数報告「手動入力」の方へ) 歩数報告ページ
(歩数報告、履歴、ランキングが見られるページ)
は使いやすかったですか？



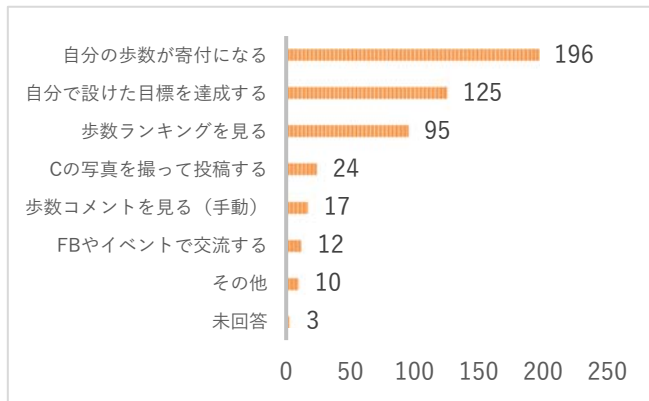
8. (歩数報告「自動連携」の方へ) 歩数計アプリ(最
初の設定、履歴、ランキングページ等)は使いやす
かったですか？



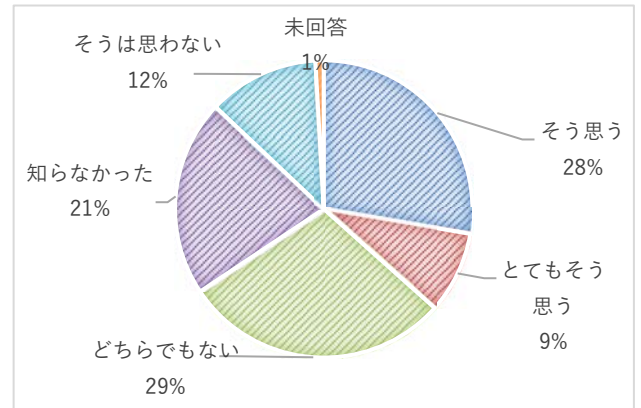
9. 歩数報告について：今年は「手動入力」と「ア
プリで自動連携」のいずれかを選んでいただき、ラ
ンキングは別々で表示しました。またチーム内の報
告方法を統一していただきました。これらについて
ご意見を教えてください。



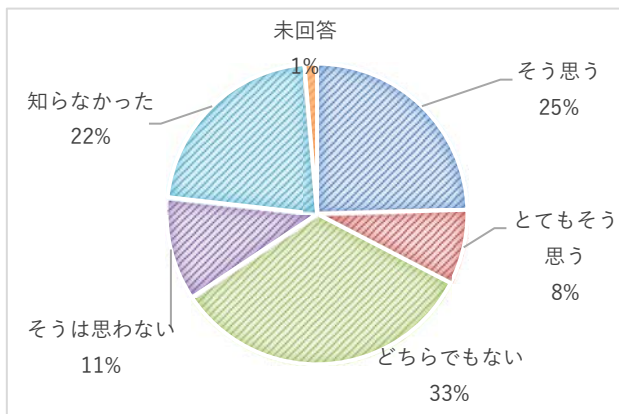
10. キャンペーン期間中、あなたの歩くモチベーションとなったことはなんですか？（複数回答可）



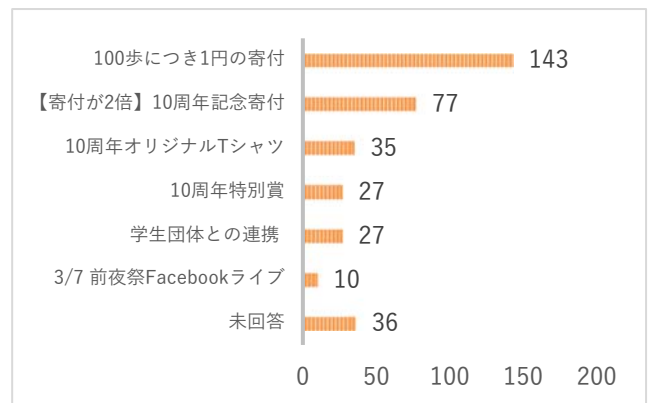
11. 月間歩数賞（抽選）や、キャンペーン終了後の歩数賞（歩数ランキング上位者）の設定は、歩くことへのモチベーションにつながりましたか？



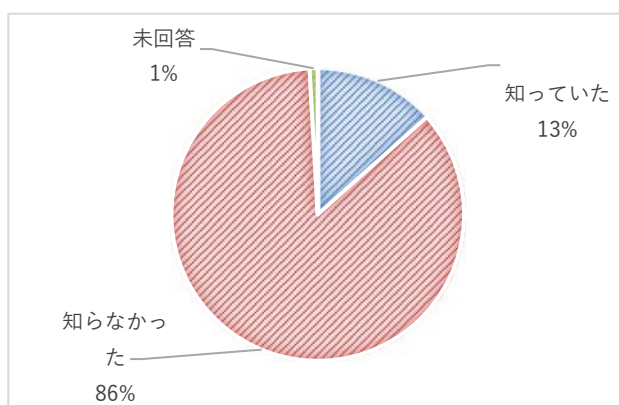
12. 参加者限定の Facebook グループや、キャンペーンの Facebook、Instagram、twitter 投稿は、3か月間のモチベーションにつながりましたか？



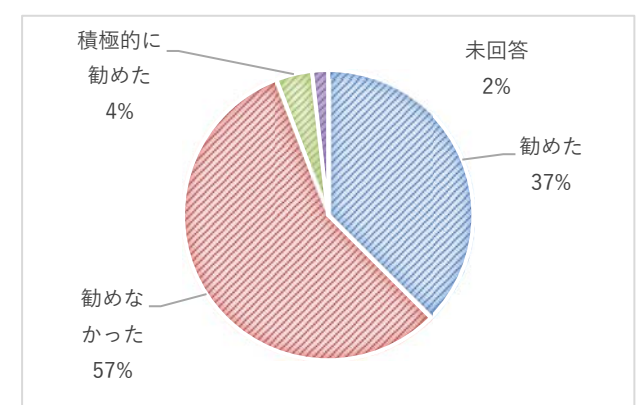
13. 今年は、キャンペーン 10 周年として様々な企画を新設しました。よかったと思うものはどれですか？（複数回答可）



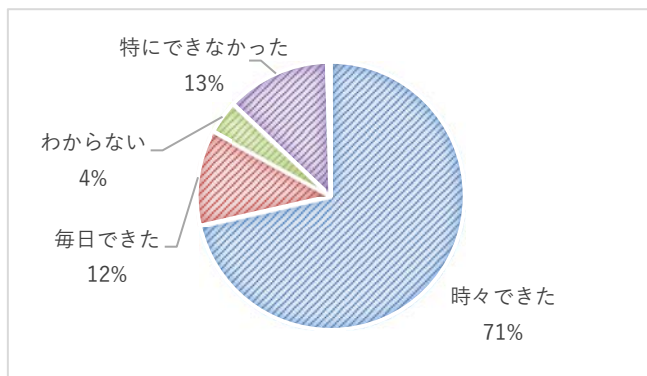
14. 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」のジュニア・アンバサダーが、各地でこのキャンペーンを広める活動をしていたのをご存知でしたか？



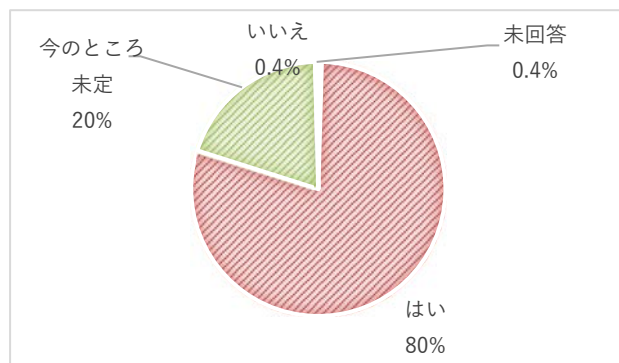
15. キャンペーン期間中、「Walk in Her Shoes2021」について、対面や SNS 等を介して友人・知人に勧めましたか？



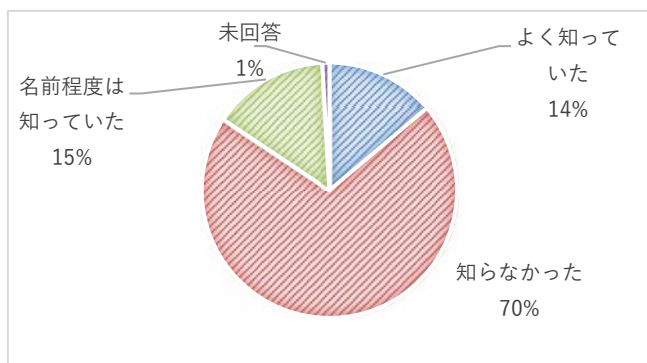
16. 本キャンペーンを通じて、水汲みに行かなければならぬ「彼女の身になって歩く」を意識することはできましたか？



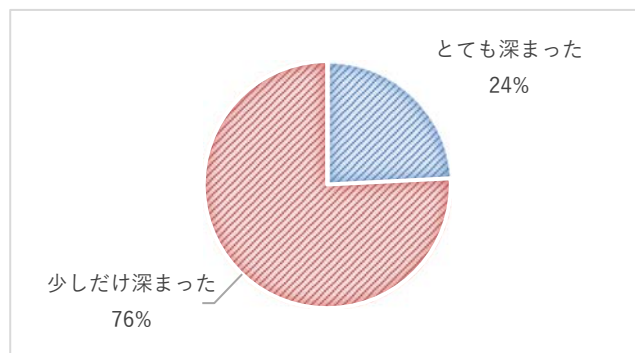
17. 来年の歩く国際協力「Walk in Her Shoes2022」キャンペーン、「好きな時間、好きな場所で歩く」に参加したいと思われますか？



18. 「Walk in Her Shoes 2021」参加前に、国際協力 NGO 「CARE」のことをご存知でしたか？



19. 「Walk in Her Shoes 2021」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⁷⁾）

・世界のどこかで今も毎日水を汲みに長距離を歩いている少女がいることに思いをはせながら、微力ながら自身の日々の生活の中で支援できるイベントは大変有意義な時間でした。

・何もなければ、国際協力のことなど意識になかなか上りませんが、このような機会に職場を挙げて参加できたことによって、少なからず途上国の女性たちに思いを馳せることができましたと思います。

・水を運んでいないのに 8000 歩を歩くことは大変だと感じていました。来年も少しでも力になれるように取り組みます。

⁷⁾ 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_2021.html

5. 歩く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ウォークイベント―

今年は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、オフラインイベントは行わず、オンラインでのバーチャルウォークイベントを2つ企画した。

| 途上国の女の子の一日を知る！歩く国際協力バーチャルウォークデー（中止） | |
|--|------------------------------|
| 日時 | 2021年3月21日（日）→延期 4月25日（日）→中止 |
| 場所 | オンライン |

ライブラン株式会社の協力により、LIVERUN アプリ⁸を使用した特別セッションや、ジュニア・アンバサダーとのインスタライブを検討するなどの企画を行ったが、3月の緊急事態宣言延長ならびに、4月の各地における蔓延防止等重点措置の実施を鑑み、参加者およびゲストの安心、安全を考慮し、開催中止を決定するに至った。

イベント延期決定前にお申し込みいただいた方からの参加費については、当財団への寄付とさせていただくことをご理解いただいた。

| 【九州限定企画】歩く国際協力 Walk in Her Shoes in 九州 | |
|---|-----------------------|
| 日時 | 2021年3月8日（月）～3月22日（月） |
| 場所 | オンライン |

大分県の33の法人に特別協賛としてご協力を頂き、歩く国際協力「Walk in Her Shoes」キャンペーンの関連イベントとして、九州の4つのCARE支援組織（ケア・サポータークラブ大分・熊本・佐賀・鹿児島）が合同でこのイベントを初めて主催。九州在住の方々を中心に66名の参加があり、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。

コロナ禍ではあったが、イベント期間中に九州各地で桜の開花宣言が発表され、春を感じながら、密を避けて、ウォーキングを行うことができた。また、歩数報告を頂いた方を対象に、地元企業様のご提供商品や特産品など豪華賞品が当たる抽選会も行った。

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。

⁸ ライブランは、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。アプリを通しイヤホンで生中継を聴くことで、オンラインセッションに参加できる。

6. 「C」の写真を送る

CAREの「C」を撮影し、「#(ハッシュタグ)歩く国際協力」または「#arukucharity」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、2,891枚の写真が寄せられた。

また、5月15日から5月21日までの期間、「寄付金額3倍ウィーク」を展開。今回のテーマは履物で、履物と一緒に撮った「C」の写真1枚につき通常の3倍の300円が寄付される企画を実施。合計249枚の「C」と履物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。



カラフルで賞



アイデア賞



ナイスポーズで賞



いい景色で賞



はなれていても一緒に賞

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、3 件の協力を得た。

| 1) 「歩く国際協力」大隅田川大作戦！ | |
|---------------------|---|
| 主催者 | お散歩コミュニティあるっこ |
| 日時 | 2021 年 4 月 11 日 |
| 場所 | 吾妻橋から隅田公園リバーサイドギャラリーまで（東京都） |
| 参加者数 | 20 人 |
| 概要 | 「水」と「リフレッシュ」をテーマとした散歩を企画した。浅草駅が最寄りの隅田川公園リバーサイドギャラリーから水神大橋を折り返し地点として渡り、隅田公園を目指して歩いた。隅田公園では、Walk in Her Shoes の取り組みを説明後、水を運ぶイベント（2L のペットボトルを 2 本持ち、公園を 1 周）を実施した。 |

『「歩く国際協力」大隅田川大作戦！』の様子

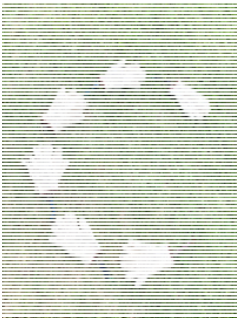


| | |
|---------------------------|---|
| 2) 彼女達の身になって歩いてみよう | |
| 主催者 | 一般社団法人ガールスカウト富山県連盟 |
| 日時 | 2021年5月9日 |
| 場所 | 砺波青少年自然の家（富山県） |
| 参加者数 | 72人 |
| 概要 | 参加者に Walk in Her Shoes の取り組みを知ってもらい、1日に必要な水の量 10L を持って歩くアクティビティを行った。どのように持つと歩きやすいか、水を入れる容器によって違いがあるのかを試してみた。これらを通して、水を運ぶために自由な時間を奪われている少女たちのことを知り、私たちには彼女たちのために何ができるか考えた。 |



「彼女達の身になって歩いてみよう」の様子

| | |
|-------------------------------|---|
| 3) Let's try!!! 歩く国際協力 | |
| 主催者 | ガールスカウト岩手県連盟第 20 団 |
| 日時 | 2021 年 5 月 30 日 |
| 場所 | 和賀川ふれあい広場（岩手県） |
| 参加者数 | 8 人 |
| 概要 | 北上駅をスタート地点とし、ゴールの和賀川ふれあい広場まで歩いた。和賀川流域のゴミ拾いも同時に行った。ポイントラリー（クイズ、クラフト、水汲みバケツラリー）も実施し、毎日水を運ぶ女の子たちの気持ちを考えながらイベントを行うことができた。 |



「Let's try!!! 歩く国際協力」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)これが私の楽しみ方！歩く国際協力 Walk in Her Shoes2021 前夜祭 Facebook ライブ | |
|---|-------------------------|
| 日時 | 2021年3月7日（日）19:00～20:00 |
| 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34名だったが、アーカイブ視聴数は807回となった（6月15日現在）。

| 2) Walk in Her Shoes×学生団体 スペシャル対談 | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| 日時 | 2021年5月23日（日）19:30～21:00 |
| 場所 | オンライン（Zoom） |

インターン企画として、学生パートナーとして参加している学生団体とのイベントを開催した。学生パートナーのうち5団体が参加した（国際ボランティア団体 APOLLO、学生団体 Infinite Connection、Otro Camino-SDGs OBIRIN、学生国際協力団体 SIVIO 東海支部、One Step）。



当日は、各団体の活動紹介のほか、国際協力を志したきっかけやこれからの活動の展望など学生目線でのクロストークを行った。一般参加者は12名、学生団体メンバー含めると30名以上にご参加いただいた。

| 3) 「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者様限定オンライン交流会 | |
|-----------------------------------|---|
| 日時 | ①2021年5月21日（金）19:00～20:30 ②2021年6月5日（土）14:00～15:30 |
| 場所 | オンライン（Zoom） |

「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交流会を、キャンペーン期間中と終了直後の2回開催した。当日は、参加者同士の交流のほか、キャンペーンの報告や協賛品プレゼントをかけたCAREや貧困問題に関するクイズ、キャンペーンに関する感想・ご意見のヒアリングも行った。①は7名、②は8名の参加を得た。



9. キャンペーン制作物

※10周年ロゴの制作はボランティアの柿澤翠様、また、ちらしはボランティアの日高暢子様にご協力いただいた。

【10周年ロゴ】



【10周年オリジナルTシャツ】



【キャンペーンちらし】



【オンラインイベント「歩く国際協力 Walk in Her Shoes in 九州」ちらし】



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「キャンペーン収益金約 250 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 250 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



キャンペーン収益金約 250 万円で、できること

例えば、2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



キャンペーン収益金約 250 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 15,000 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



キャンペーン収益金約 250 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 500 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) 新型コロナウイルス感染症緊急支援事業

CARE International として、グローバルな連携と連帯のもと、感染予防に向けた衛生啓発を含む包括的な緊急支援を、世界各国で展開しています。

* 主な活動：

- ・手洗いの励行など、ウイルス感染予防対策や衛生啓発
- ・安全な水、衛生用品、食糧等の提供
（現金給付やクーポン券配布を含む）
- ・学校や医療施設等への石けん、消毒剤、薬、医療用マスク、防護服、毛布等の提供
- ・最前線の医療従事者や介護者への支援
- ・新型コロナウイルスやその予防等に関する適切な情報の発信



キャンペーン収益金約 250 万円で、できること

例えば、難民キャンプなどの衛生環境が脆弱な地域において、石けんのある手洗い施設を、およそ 500 か所設置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 2022」も、よろしくお願いいたします。



[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