



歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」

彼女たちの未来を、歩くことで支えよう。

キャンペーン報告書



2025 年 7 月

公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパン

目次

.....	2
1. キャンペーン概要と全体総括.....	5
1) キャンペーン概要.....	5
2) キャンペーンの結果.....	6
3) キャンペーン総括.....	8
2. 協賛、後援等（順不同敬称略）	11
1) 特別協賛 10 法人	11
2) 協賛 3 法人.....	11
3) ウォーキング・パートナー 22 法人.....	11
4) 協力 9 法人（物品やサービスによるご協力）	11
5) 後援 18 法人（広報でのご協力）	11
6) 大学パートナー 3 団体.....	12
3. 広報実績.....	13
1) 新聞／雑誌、ラジオ、ウェブメディア掲載等.....	13
2) アンバサダー	13
3) 法人向けセミナー.....	13
4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」	14
1) 参加者の性別と年代.....	14
2) 申込方法.....	15
3) リピーター率（リピーター優待価格適用件数）	15
4) 参加者の居住地	16
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	16
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.....	21
5. ウォークイベントに参加する.....	22
6. 「C」や「水」の写真を投稿する	25
7. 「C」のGPSアートを投稿する	26
8. 自分でイベントを企画して実施する	27
1) 歩く国際協力 in 能古島国際映画祭.....	27
2) かわさきウィメンズ・ジャズ・フェスティバル@すくらむ 21.....	28

3) WALK SAIKO CLUB	29
4) Let's try !! 歩く国際協力 part V ～明るい未来のために～	30
5) 中央大学版チャリティーウォーク	31
6) ライブラン de 歩く国際協力	32
7) お絵かきボランウォーキング～カエルと歩む SDGs アクション	33
9. リポストキャンペーンに参加する	34
10. オンラインイベント	34
1) 「健康的な歩き方、お教えします」—Walk in Her Shoes を健康的に楽しむために	34
2) 東ティモールとつないで LiveRun スペシャルセッション	34
11. キャンペーン制作物	35
12. 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	37
1) 東ティモール：遠隔集落における生業と食の改善事業	37
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	37
3) ネパール：被災地における女子教育および保健衛生改善事業	38
4) ウクライナ危機緊急支援事業	38

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。日本では、今年で 14 回目の実施となった。本キャンペーンの参加費および寄付金は、途上国や紛争地域において、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、当財団の活動に充てられる。

【2025 年キャンペーン概要】

実施期間

2025 年 3 月 8 日（国際女性デー）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」（オンラインでの参加）

エントリー後、歩数報告の初期設定をして、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。歩数計アプリをダウンロードして歩数を自動連携、または歩数を手動で登録する。チームを組んで参加することも可能。自分やチームの歩数をランキング表示できる。特別協賛企業および協賛金業の協力により、500 歩につき 1 円の寄付となる。

<エントリー費> 一般 1 次募集：3,000 円（2024 年 12 月 10 日～2025 年 2 月 12 日）
 一般 2 次募集：3,500 円（2025 年 2 月 13 日～4 月 23 日）
 リピーター優待価格：2,000 円（1 次募集期間のみ受付）
 チーム(3 名以上)：2,000 円
 大学生以下の学生：1,500 円
 キャンペーンオリジナルTシャツ：2,800 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、共催するオフラインイベントに参加する。

- ・世界の水問題・ジェンダー問題に向き合う！「世界水の日」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 2025 in 九州（参加費 一般 3,000 円、学生 1,500 円）

3) 「『C』または『水』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」または「水」の写真を撮影し、「#歩く国際協力 2025」を付けて、Facebook、X、Instagram に写真を投稿。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) 「『C』の GPS アートを投稿する」（SNS で写真を投稿することで参加）

GPS アートで CARE の「C」を描き、「#歩く国際協力 2025」「#GPS アート」を付けて、Facebook、X、Instagram に投稿。協賛企業の協力により、投稿 1 枚あたり 100 円の寄付となる。（参加費無料）

5) 「自分でイベントを企画する」

キャンペーンや世界の水問題・貧困問題についての啓発・広報、または募金を目的としたイベントを、参加者が自主的に企画、実施する

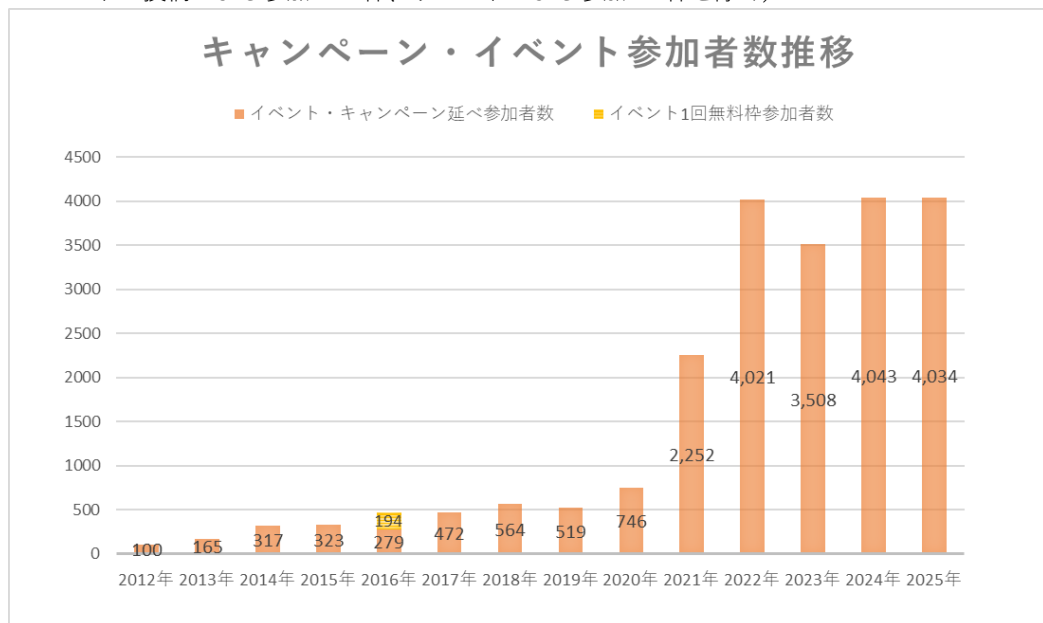
6) 「リポストキャンペーンに参加する」（X をリポストすることで参加）

キャンペーン公式 X または Instagram をフォローし、対象の投稿をリポストすることにより、リポスト 1 件あたり 50 円の寄付となる。（参加費無料）

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～2025年)】

(写真/GPS アートの投稿による参加 608 件、リポストによる参加 97 件を除く)



※キャンペーン参加者は前年比 99.8%の 4,034 名。

※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】

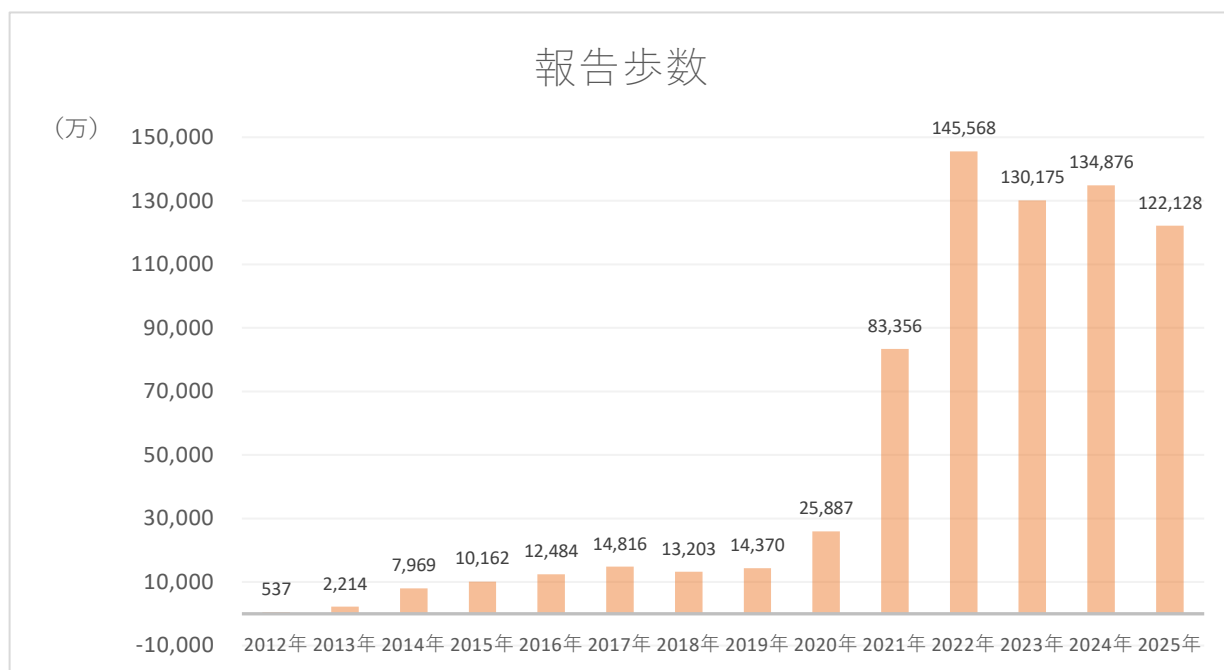
(写真/GPS アートの投稿による参加 608 件、リポストによる参加 97 件を除く)

2025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 (1次)	171		814
		正規 (2次)	493		
		リピーター	97		
		スタートキャンペーン		2	
		学生(一般)	18		
		学生(大学パートナー)	33		
	ウォーキング・パートナー	正規 (1次)	979		1,651
		正規 (2次)	6		
		リピーター	666		
小計		2,463	2	2,465	
Tシャツ	一般	2,800円	43	368	
	ウォーキング・パートナー	一括購入2,100円	311		
	ウォークイベント購入	2,000円	14		
	関係者			18	18
	小計		368	18	386
イベント	「世界水の日」チャリティーウォーク		51	15	66
	歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2025 in九州		227		227
	若狭・三方五故ツーデーマーチチャリティプログラム			100	100
	You Tube ライブ 「健康的な歩き方、お教えします」			27	27
	東ティモールとつないでLive Run スペシャルセッション			186	186
自分で企画して寄付を集める			543		543
寄付による参加		1,000円	32		34
		18,332円	1		
		100,000円	1		
合計			3,686	348	4,034

※「自分で企画して寄付を集める」は、7 団体が実施した参加人数の合計。

※「寄付による参加」18,332 円、100,000 円は自主企画イベントでの寄付。

【歩数報告推移(2012年～2025年)】※2025年度目標歩数：14億歩



歩数は前年度比 91% の 1,221,282,679 歩。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、前年度比 89% での 2,465 人となった。報告された一人当たりの 1 日の平均歩数は 8,200 歩となり、「途上国で女性や女子が水汲みに要する 8,000 歩」を超える歩数となった。

【キャンペーン収支 前年度比・対目標比較 (2025 年/2024 年)】

		2025年	2024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	¥714,302	¥1,188,339	¥-474,037	60.11%	¥1,200,000	59.53%
	参加費による収入	¥8,453,600	¥8,971,800	¥-518,200	94.22%	¥8,934,750	94.61%
	自主企画+その他寄付	¥167,032	¥164,161	¥2,871	101.75%	¥30,000	556.77%
	企業協賛金	¥4,900,000	¥5,100,000	¥-200,000	96.08%	¥5,740,000	85.37%
	収入合計(物品協賛除く)	¥13,520,632	¥14,235,961	¥-715,329	94.98%	¥14,704,750	91.95%
支出	支出合計	¥3,051,468	¥3,622,050	¥-570,582	84.25%	¥4,485,900	68.02%
収支差額(物品提供除く)		¥10,469,164	¥10,613,911	¥-144,747	98.64%	¥10,218,850	102.45%
ROI(投資対効果)		443.09%	393.04%			327.8%	

企業からの協賛金・キャンペーン参加者の減少により、収入は前年実績を下回った。
一方で、支出は歩数報告システムの開発・運用費(231万円)やTシャツ制作費(24万円)、ウェブ決済手数料、オフラインイベント実施費用などが発生したものの、前年より減少した。その結果、最終的な収支は前年とほぼ同水準となった。

【協賛・後援、広報実績前年度比較（2025 年/2024 年）】

* 「Walk in Her Shoes 2025 in 九州」での特別協賛企業、後援企業数を除く。

		2025年	2024年	前年比（数値）	前年比
特別協賛	協賛金（30万以上）	10	9	1	111%
協賛	協賛金（30万未満）	3	5	-2	60%
協力	物品サービス提供	9	8	1	113%
後援	広報支援	18	15	3	120%
ウォーキング・パートナー	社員参加促進	22	24	-2	92%
大学パートナー	大学生参加促進	3	5	-2	60%
メディア掲載数(新聞・ウェブメディア等)		19	15	4	127%

キャンペーンの啓発目的も踏まえ、特にウォーキング・パートナーの法人数ならびに参加社員数の拡大を目指した。また広報強化を狙い、後援数を増やすとともに、広報・参加拡大を目的としたイベントの共催・協働などにも取り組むことで連携の度合いをより高めることができた。

3) キャンペーン総括

* 「好きな時間、好きな場所で歩く」個人参加者の増加

初めて、3 名以上チーム参加の場合の特別価格を設定。1 人あたり 2,000 円として参加のハードルを下げること、従来から「キャンペーン参加のきっかけ」として多くを占める「知人の紹介」による参加を促進した。結果、「好きな時間、好きな場所で歩く」の個人参加者数は 814 名となり、前年比 122% と大幅に増加した。また、チーム登録数は、81 となり（前年比 132%）、個人での参加と同時に、知人や同僚、家族などを誘ってのチーム参加にも定着が見られた。

* ウォーキング・パートナーをはじめとした連携企業からの参加・協力

企業連携において、特別協賛、協賛、協力、後援、ウォーキング・パートナーとして、昨年同様多くの企業・団体に協力いただいた（前年比 1 社増の計 62 法人／うち新規 11 法人）。一方、「好きな時間、好きな場所で歩く」に参加するウォーキング・パートナー傘下での社員参加数は 1,651 人（前年比 79%）となり減少。100 名以上の大口既存参加法人からの参加数減（3 社 249 名）ならびに参加見送り（1 社 140 名）が大きく影響した結果となった。1 次、2 次募集期間を通じてリピーター価格の適用を推進した結果、全体に占めるリピーターの割合は 40% 強となり、毎年恒例のキャンペーンとして高い定着率を記録した。

* 多様な自主企画イベントの実現

ウォークイベントを中心に、7 つの自主企画イベントが開催された（前年比 1 件減）。国際女性デーに寄せたチャリティコンサートや国際映画祭での PR 活動、また芸能人ファンの皆さんによるオンラインチャリティ企画など、趣向を凝らした多種多様な自主企画イベントが実現。参加者は計 543 人（前年比 104%）となった。1 都 3 県からの参加が圧倒的な割合を占める本キャンペーンにおいて、地方を含む全国からの参加者拡大に貢献した。

* SNS 活用による参加促進と広報強化

特に 10～20 代の「好きな時間、好きな場所で歩く」への参加が少ない層を主ターゲットに想定し、CARE の「C」と「水」の写真や、「C」の GPS アートを投稿、事務局の X の投稿をリポスト（参加無料）すると、協賛企業から CARE へ寄付されるという SNS を通じたチャリティ参加を促進した。

ゴールデンウィークやキャンペーン終了に向けて、寄付金 UP となる参加強化期間を設けることで一定の投稿の促進が図られたものの、写真/GPS アートの投稿による参加 608 件、リポストによる参加 97 件に留まった。

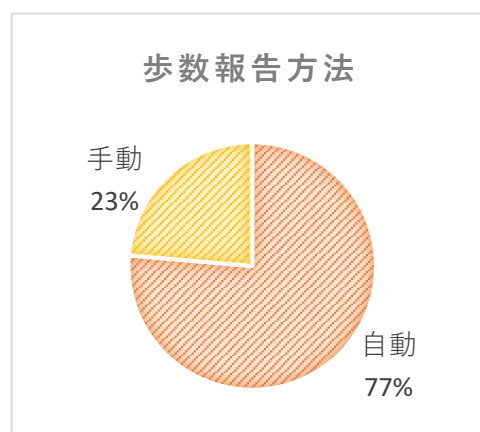
***キャンペーン期間中の啓発を目的とする定期通信の配信**

本キャンペーンは、途上国の人々の現状を伝え、日々のウォークを通じて体感いただき、そして新たな価値観や行動のきっかけとしていただくことを目的に実施。このことから、「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者向けに、隔週でメールマガジン「WiHS 定期通信」を配信し、写真などとともに、途上国の水問題やジェンダー課題、CARE の活動情報、キャンペーンに関する情報などを提供した。メールは html 形式としたほか、本文はコンパクトにまとめ、詳細文へはリンクを貼るなど工夫し、キャンペーン開始から 6 月末までの全 8 回の配信のメール開封率は、平均で 59.3%と高い割合となった（但し、ウォーキング・パートナーの一括申込者を除く）。

さらに、キャンペーン専用アカウントで、Facebook、X（旧 Twitter）、Instagram を運用し、Facebook 投稿数は計 108 回に上った。また、昨年同様、「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者限定の Facebook グループで、参加者同士の交流を図る場を設けた。

***歩数報告方法（「自動連携」と「手動入力」）の改善**

「好きな時間、好きな場所で歩く」の歩数報告に関して、本年もスマートフォン用ウォーキングアプリ ALKOO での「自動連携」または「手動入力」のどちらかを、参加者が選択する形式を採用。全体の 3/4 となる 77%の参加者が自動連携を選択した（前年度 76%より増）。システムの改善ならびにマニュアルの改訂等により、前年度より「使いづらい」と回答する割合は減少したが、今年度も手動入力の 2 割、自動連携の 1 割の参加者が「使いづらい」と回答しており、今後も更なる改善が求められる。



***キャンペーン協賛金の活用（歩数に応じた寄付、「C」と「水」の写真、「C」の GPS アート、リポストキャンペーンによる寄付、寄付が 2 倍もっと応援チャリティによる追加寄付）**

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、歩数計 1,221,282,679 歩、SNS 投稿数 608 枚、追加寄付 32 件を含む協力をいただき、総額 4,619,577 円分の寄付に相当する参加を得た。

				寄付金額	
歩数	500歩1円	969,637,440	歩	1,939,275	円
	100歩1円	251,645,239	歩	2,516,452	円
	歩数計	1,221,282,679	歩	4,455,727	円
写真投稿	1枚100円	251	枚	25,100	円
	1枚300円	305	枚	91,500	円
	写真計	556	枚	116,600	円
GPSアート投稿	1枚100円	26	枚	2,600	円
	1枚300円	26	枚	7,800	円
	GPSアート計	52	枚	10,400	円
リポストキャンペーン	1件50円	97	件	4,850	円
寄付が2倍もっと応援チャリティ	1口1,000円	32	口	32,000	円
合計				4,619,577	円

※寄付金 UP 期間：

4 月 26 日～5 月 6 日（11 日間）

5 月 24 日～5 月 31 日（8 日間）

2. 協賛、後援等（順不同敬称略） * は新規参加

1) 特別協賛 10 法人

日産自動車株式会社	日産トレーディング株式会社
株式会社日産クリエイティブサービス	株式会社日産フィナンシャルサービス
日産モータースポーツ & カスタマイズ株式会社 *	
ヴィアトリス製薬合同会社 *	花王ハートポケット倶楽部
カランマス・セジャトラ社	株式会社ワールディング
(他 1 社)	

2) 協賛 3 法人

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
リコー社会貢献クラブ・FreeWill	

3) ウォーキング・パートナー 22 法人

アリックスパートナーズ・アジア・エルエルシー	
ヴィアトリス製薬合同会社 *	弁護士法人兼六法律事務所
株式会社セールスフォース・ジャパン	株式会社ソニックガーデン
中外製薬労働組合	ディアジオ・ジャパン株式会社
日産自動車株式会社	日産トレーディング株式会社
株式会社日産クリエイティブサービス	株式会社日産フィナンシャルサービス
日産モータースポーツ & カスタマイズ株式会社	
New Relic 株式会社	パシフィックコンサルタンツ株式会社 *
株式会社パデコ	株式会社フジタ
三菱電機システムサービス株式会社	ミモザガーデン自由ヶ丘 *
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	株式会社ワールディング

4) 協力 9 法人（物品やサービスによるご協力）

ALLIE（株式会社カネボウ化粧品）	株式会社えがおホールディングス
ディアジオ ジャパン株式会社 *	株式会社ナビタイムジャパン
Vitality *	株式会社ビームス *
ミマスクリーンケア株式会社	ミモザガーデン自由ヶ丘
(他 1 社)	

5) 後援 18 法人（広報でのご協力）

株式会社 WALK & WAY	Women's Jazz Festival in Japan
株式会社えがおホールディングス	公益社団法人ガールスカウト日本連盟
外務省	女性社長.net（株式会社コラボラボ）
合同会社 STAR FRUIT *	Spaceship Earth（エレビスタ株式会社）

一般社団法人チアリーダーズ協会	東京都
一般社団法人日本跡取り娘共育協会	一般社団法人日本ウォーキング協会
一般社団法人日本 GPS アート協会	Vitality（住友生命保険相互会社）
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	
一般社団法人 F・マリノススポーツクラブ	
ライブラン株式会社	

6) 大学パートナー 3 団体

開智国際大学国際教養学部崎坂ゼミ	中央大学
武蔵大学	

3. 広報実績

1) 新聞／雑誌、ラジオ、ウェブメディア掲載等

本キャンペーンは 19 の媒体で紹介いただいた。

掲載・放映日	メディア名	報道内容
12月10日	日本経済新聞ネット版	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月10日	時事ドットコムニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月11日	lzaニュース（産経新聞系ネットニュースサイト）	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月13日	TABI LABO	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月14日	チャリティニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月18日	PR EDGE	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月19日	女性社長.net	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月24日	エフエム京都 α-station／「MORNING SPRITE」内コーナー「SPRITE TALK」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
12月30日	Spaceship Earth	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
1月10日	CROSS FM CHEER UP! FRIDAY内コーナー「Make The Future」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
2月28日	Femtech Press	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	ビッグ・グローブニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	AppMatchニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	スマホゲームNavi	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	Femtech Press	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	日経COMPASS	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月10日	Infoseekニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
3月15日	チャリティニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介
4月19日	J-WAVE(FM)「NISSUI PEACEFUL BLUE」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」紹介

2) アンバサダー

横浜 F・マリノスオフィシャルチアリーダーズ トリコロールマーメイズ

後援の一般社団法人 F・マリノススポーツクラブ様のご協力により、2021 年より 3 年連続して横浜 F・マリノスオフィシャルチアリーダーズ トリコロールマーメイズ様に本キャンペーンの公式アンバサダーを務めていただいた。主に、SNS での発信に加えて、動画でのメッセージ寄稿などを通じて広報協力をいただいた。

3) 法人向けセミナー

各社からの要望に応じ、以下の通り、社員を対象とするセミナー等にて講演の機会を得た。途上国における水とジェンダーの課題について広く周知するとともに、キャンペーンの参加を促進した。

開催日	主催	参加者数
1月20日	株式会社ワールドイング	165
1月24日	豊田通商株式会社	75
4月15日	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	34

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商品協賛企業の賞品を贈った他、キャンペーン終了後には、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。

また、エントリー費に加え、協賛企業の協力により、歩数に応じた寄付を行った。歩数 500 歩につき 1 円の寄付としたが、目標値に対してエントリー数と歩数が伸びなかったため、4 月末から 5 月末までのうち 19 日間、日付を限定して 100 歩につき 1 円、また写真 1 枚につき 300 円の寄付に拡充し、参加を促進した。

キャンペーン期間中は、参加者へ定期通信（html メール）を隔週で配信し、キャンペーンの進捗やお知らせ、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、外部決済サイト Peatix 経由で申し込んだ個人参加者のみの分析結果（n=819）

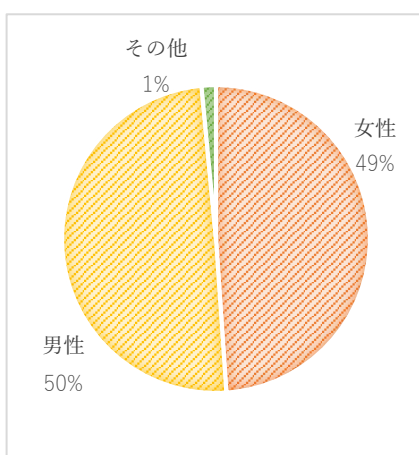
※一括申込者（ウォーキング・パートナー、大学パートナー等）を除く。

1) 参加者の性別と年代

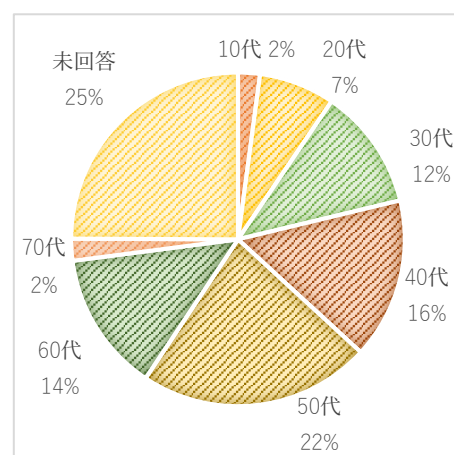
* 性別は、女性が 6 割近かった前年度に比べて、今年度は男性参加率 51%、女性参加率 49%とほぼ同率となった。

* 年代別割合は、昨年同様 50 代の参加者が最も多く、40 代、60 代と続いた。前年に引き続き、大学パートナーの拡充など、若年層の参加増が課題である。

a) 性別



b) 年代



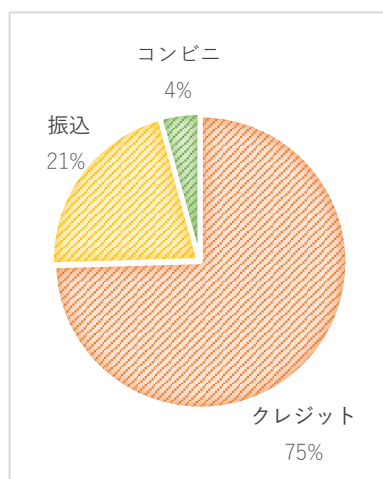
2) 申込方法

* 一般参加者の申込経路は、クレジット払いが 75%と、昨年度 95%から減少。

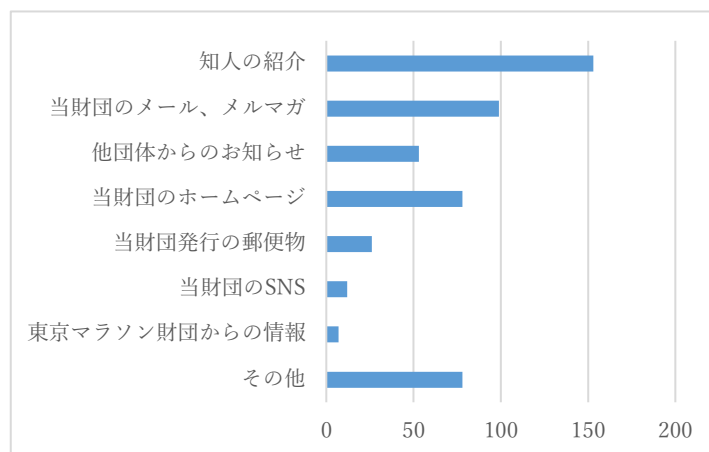
チーム参加の拡大により、振込による一括申込が大幅に増加した。

* 申込のきっかけは、「知人の紹介」が最も多く、続いて当財団発行のメールやホームページが続いた。

a) 申込経路



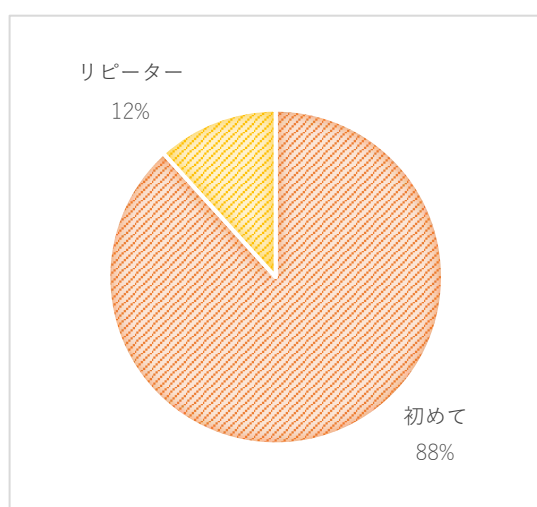
b) 申込のきっかけ（キャンペーンを知ったきっかけ）



3) リピーター率（リピーター優待価格適用件数）

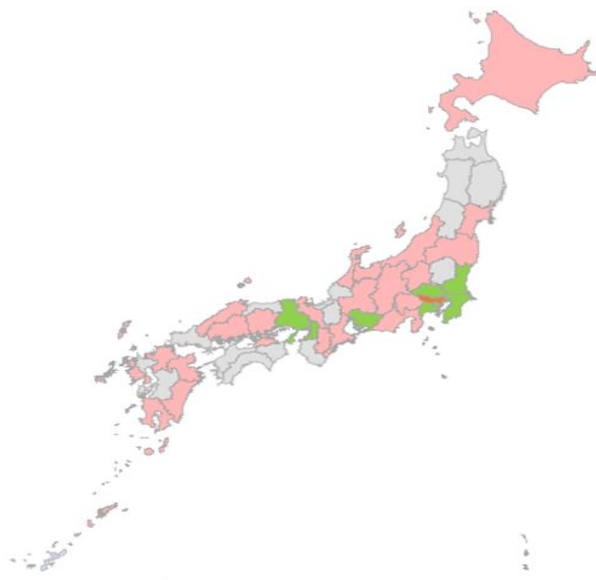
* 1次募集期間限定の「リピーター優待価格」を利用した参加者は 12%に留まった。前年の 32%より大幅に減少した。

* 1次、2次募集期間を通じた「チーム参加」を促進した結果、既存の個人参加者の多くが1次募集期間限定のリピーター割引を利用せずに、チームでの参加を選択した結果と推測される。よって、実際のリピーター数は、以下数値よりも多いと考えられる。



4) 参加者の居住地

東京	226	熊本	2
神奈川	60	群馬	2
埼玉	37	岡山	2
千葉	33	山梨	2
大阪	17	新潟	2
兵庫	15	石川	2
愛知	14	静岡	2
茨城	22	宮城	1
福岡	9	香川	1
岐阜	8	三重	1
北海道	6	鹿児島	1
長野	4	沖縄	1
富山	4	長崎	1
広島	4	島根	1
福島	3	大分	1
奈良	3	海外在住	6
京都	3		
宮崎	2		



* 前年度同様、東京在住の参加者が圧倒的に多い。

* 海外からの参加者は 6 名。

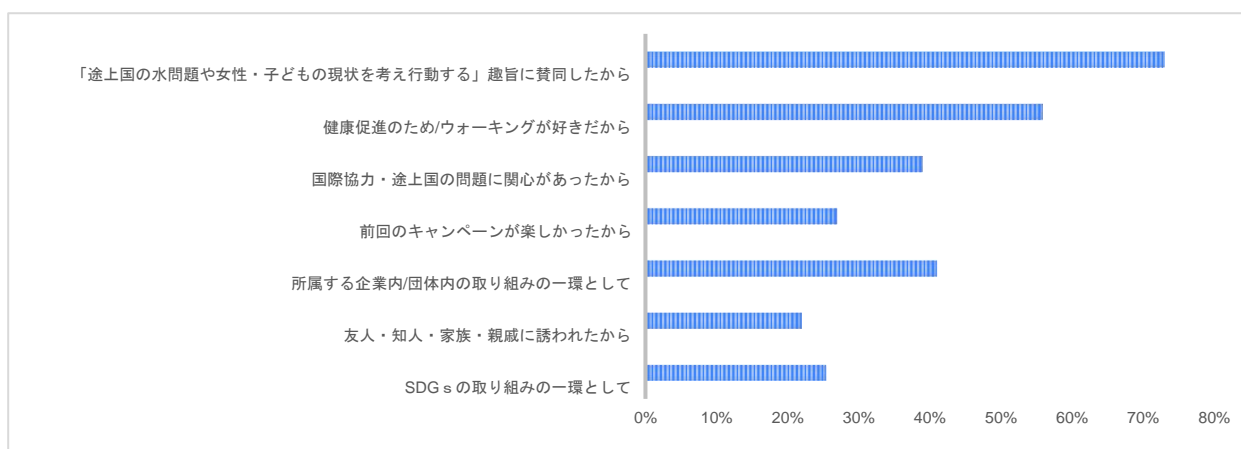
5) 「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者へのアンケート結果

キャンペーン期間終了後に一般参加者と Peatix 経由で申し込みのウォーキング・パートナーを対象に、選択式・記述式のオンラインアンケートを実施した。

一般参加者と Peatix 経由参加参加者数【819 人】 回答者数【60 人】 アンケート回収率【7.3%】

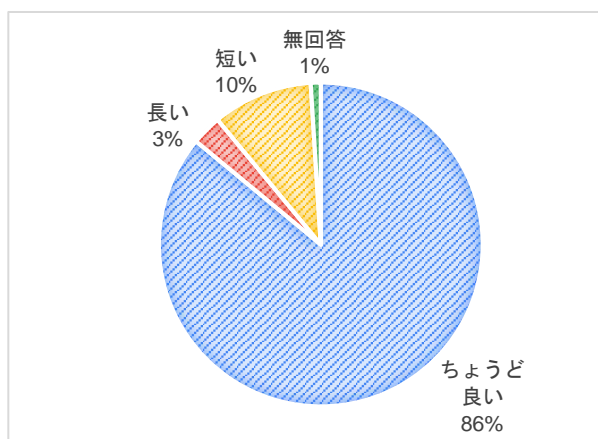
※アンケートの記述回答と当財団からのコメントについては、キャンペーン WEB ページ²で公開する。

1. 「Walk in Her Shoes 2025」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）

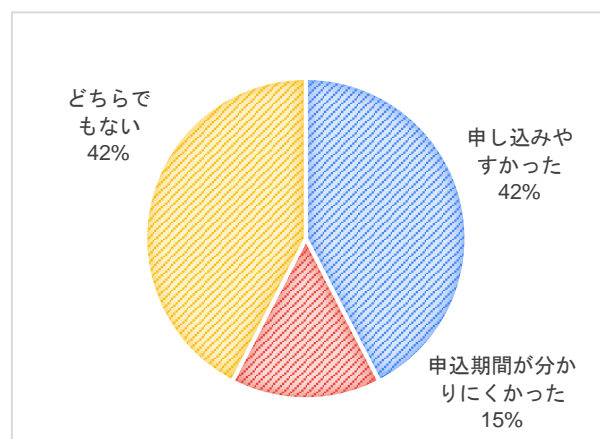


² アンケートの記述回答と当財団からのコメント：https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2025.html

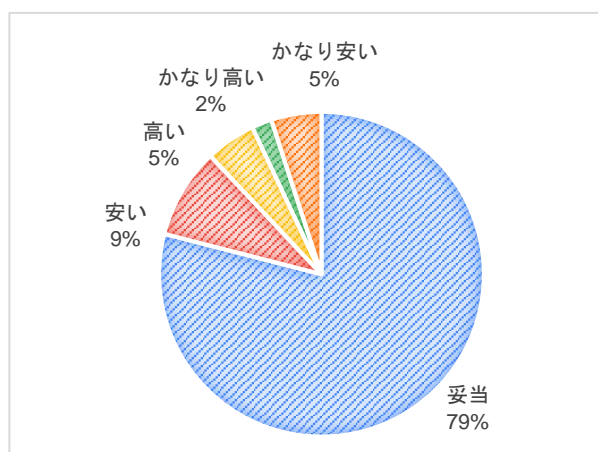
2. 約3ヶ月という、キャンペーン期間の設定はいかがでしたか？



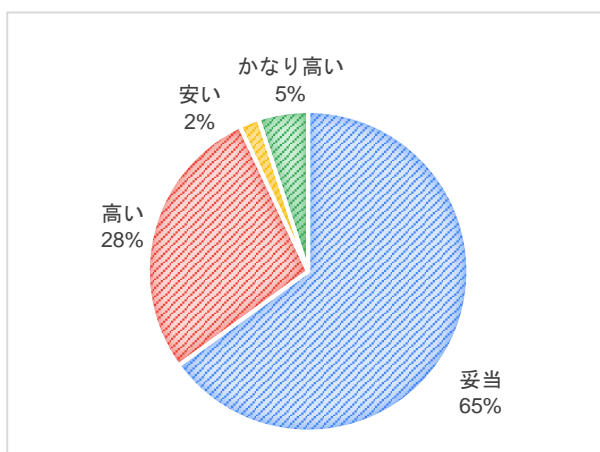
3. キャンペーンの申込期間を、1次募集期間(12/10-2/12)と2次募集期間(2/13-4/23)に分けて募集しました。申込期間の設定はいかがでしたか？



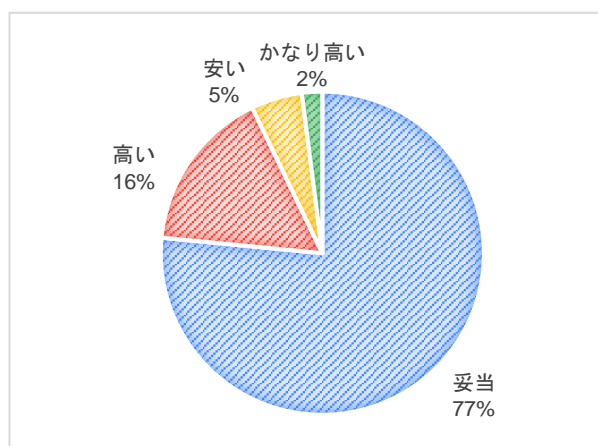
4. キャンペーン参加費 2,000 円（リピーター様優先申込価格）について、どう思いますか？



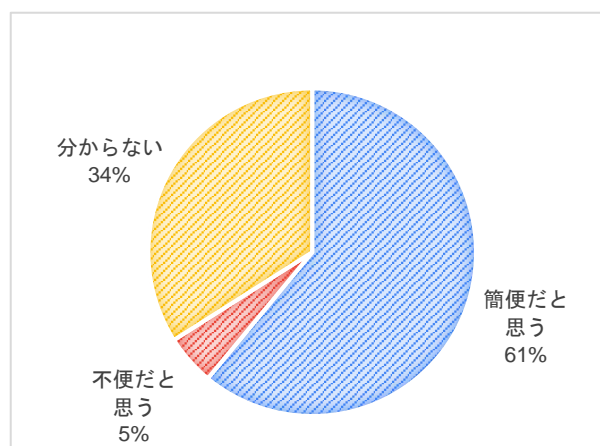
5. キャンペーン参加費 3,000 円（1次募集価格）および 3,500 円（2次募集価格）について、どう思いますか？



6. キャンペーン参加費 1,500 円（大学生以下の学生）について、どう思いますか？

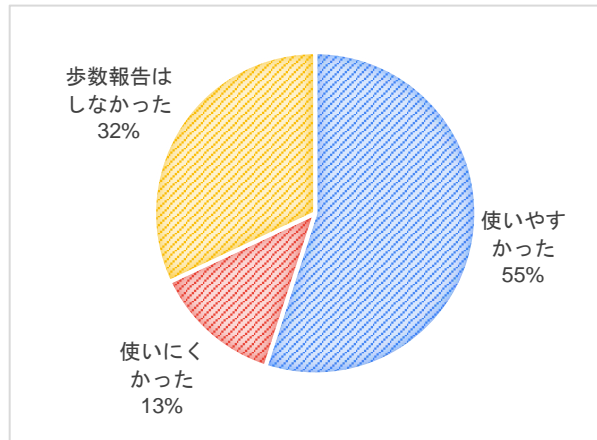


7. お申し込み・決済の方法は簡便でしたか？



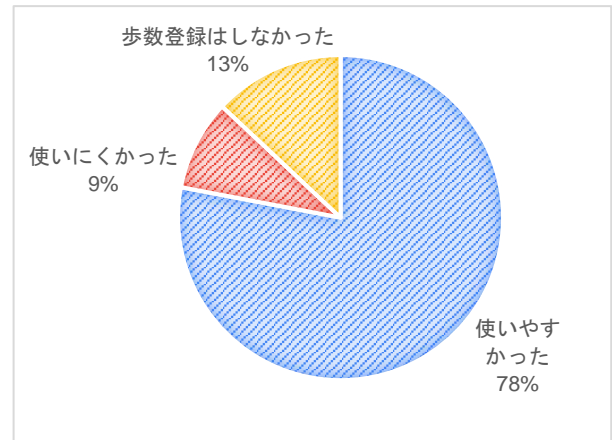
8. (歩数報告「手動入力」の方へ) 歩数報告ページ(初期設定、歩数報告、ランキングが見られるページ)は使いやすかったですか？

*「歩数報告はしなかった」には、自動連携で歩数報告をした人の回答が含まれています。

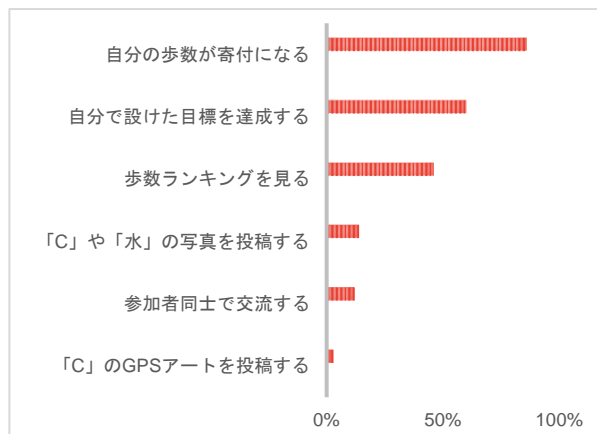


9. (歩数報告「自動連携」の方へ) 歩数計アプリ(初期設定、記録一覧、ランキングページ等)は使いやすかったですか？

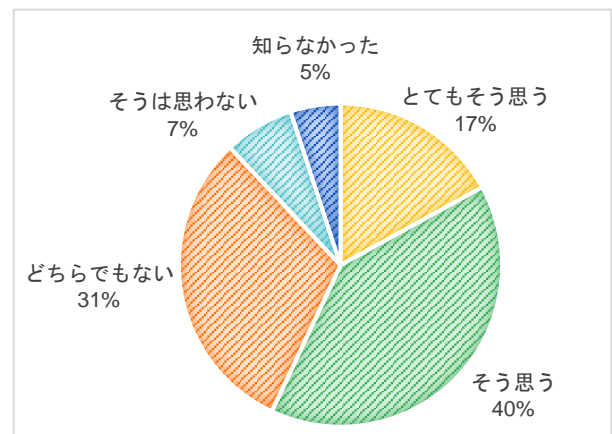
*「歩数報告はしなかった」には、手動入力で歩数報告をした人の回答が含まれています。



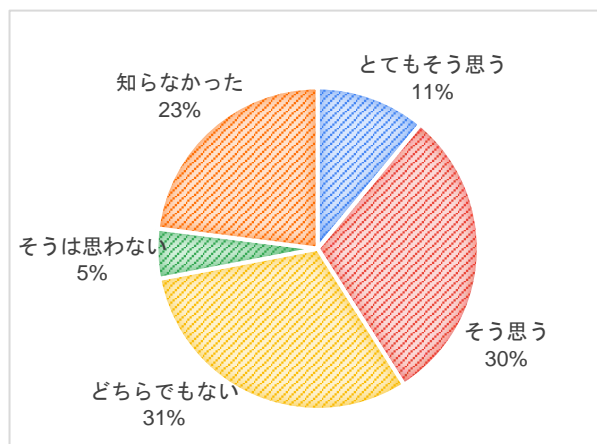
10. キャンペーン期間中、あなたの歩くモチベーションとなったことはなんですか？(複数回答可)



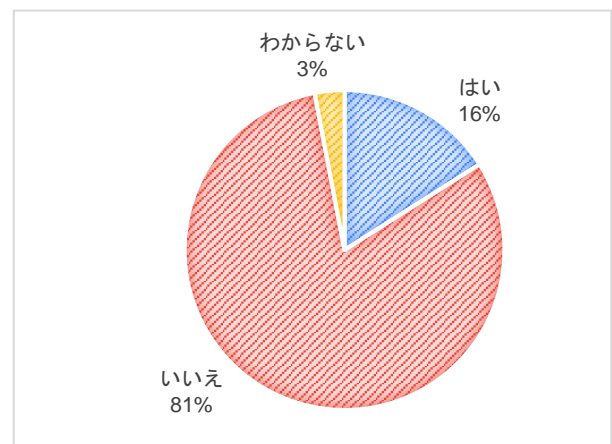
11. 月間歩数賞(抽選)や、キャンペーン終了後の歩数賞(歩数ランキング上位者)の設定は、歩くことへのモチベーションにつながりましたか？



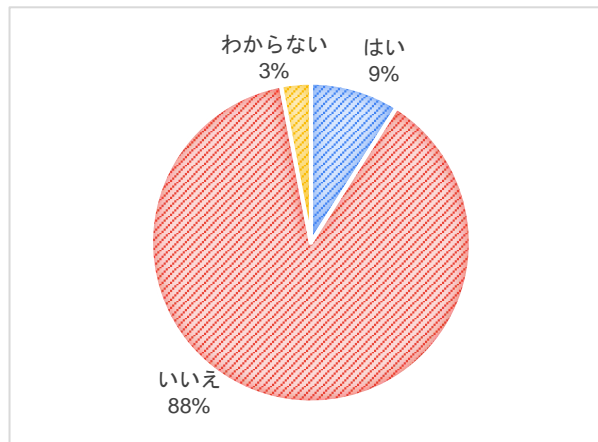
12. 参加者限定の Facebook グループや、キャンペーンの Facebook、Instagram、X は、3 か月間のモチベーションにつながりましたか？



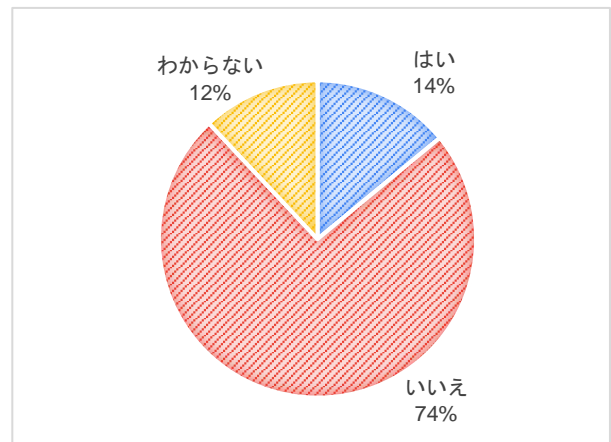
13. 「C」や「水」の写真を撮って SNS で投稿しましたか？



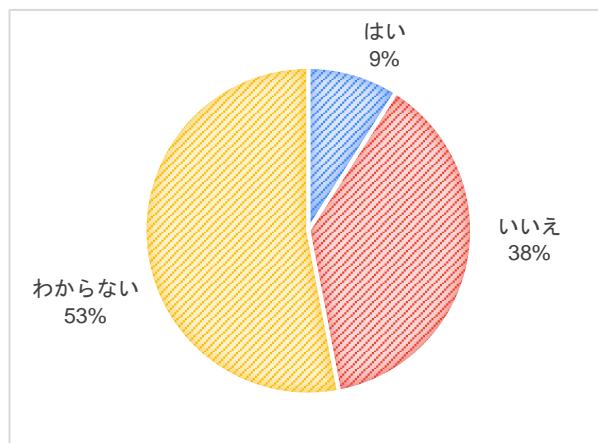
14. 「C」のGPSアートを投稿しましたか？



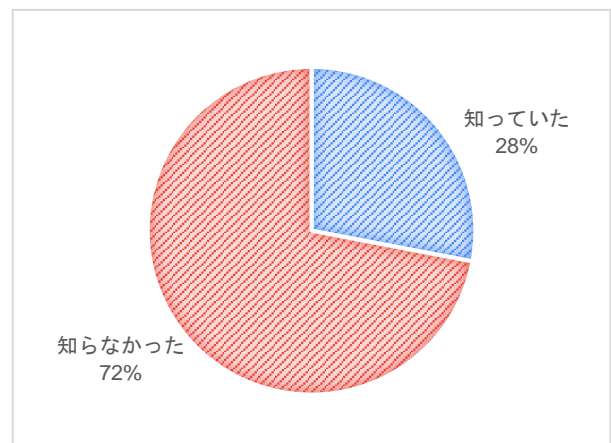
15. 今年は、キャンペーンを拡散するために、リポストキャンペーンを3回行いました。リポストキャンペーンに参加してリポストしましたか？



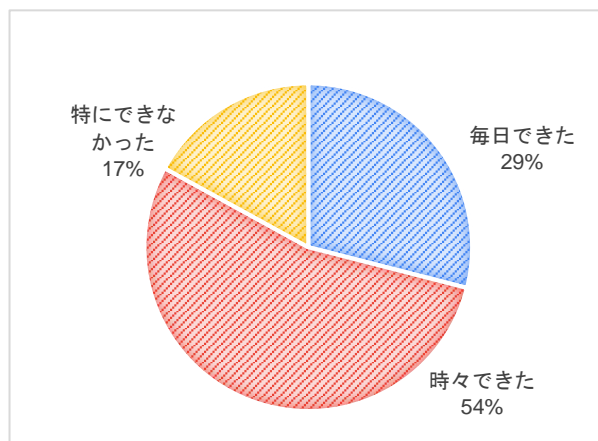
16. キャンペーン期間中、「Walk in Her Shoes 2025」について、対面や SNS 等を介して友人・知人に勧めましたか？



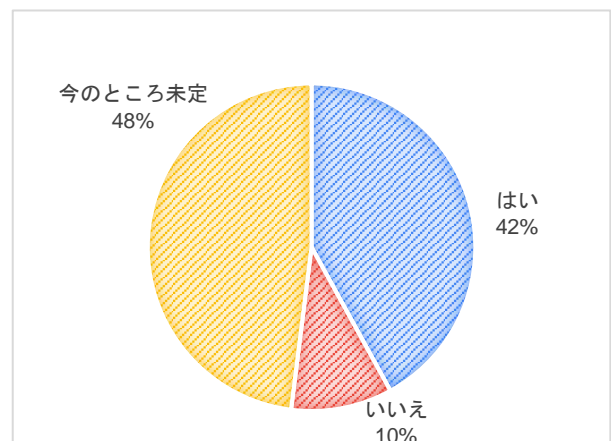
17. 今年は、歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」のアンバサダーとして、横浜F・マリノスオフィシャルチアリーダーズ トリコロールマーメイズの皆さんに就任いただき、キャンペーンを広めていただきました。ご存知でしたか？



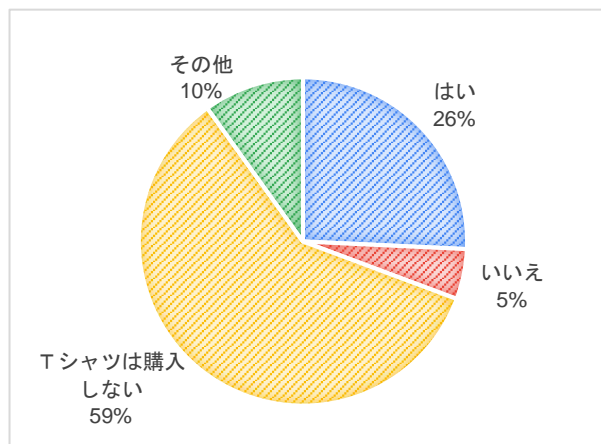
18. 「Walk in Her Shoes」は、途上国の現状を知っていただく啓発キャンペーンとしても実施しています。本キャンペーンを通じて、水汲みに行かなければならない「彼女の身になって歩く」を意識することはできましたか？



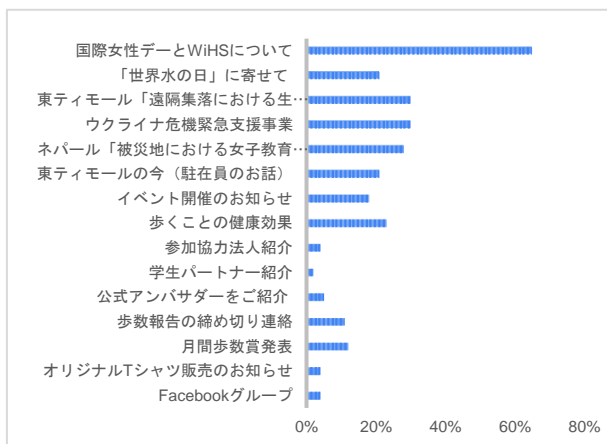
19. 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」では、キャンペーン期間中、東京都内でチャリティウォークイベントも実施しています。今後、イベントにも参加してみたいと思いますか？



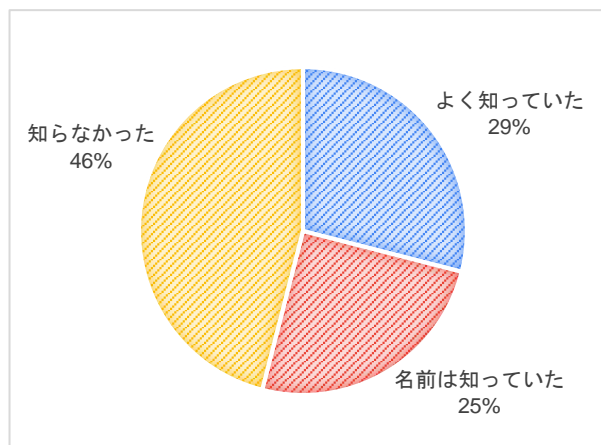
20. 今年のキャンペーンオリジナルTシャツは、デザインコンテストで選ばれた作品がプリントされた新デザインでした。デザインは気に入りましたか？



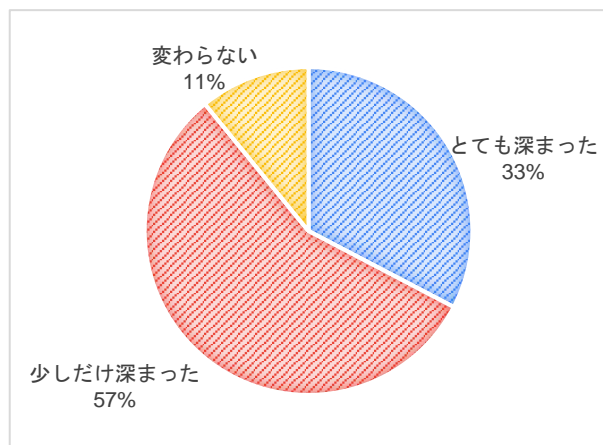
21. 隔週で定期通信をお送りしました。興味をもって読んだ記事がありましたら教えてください。(複数回答可)



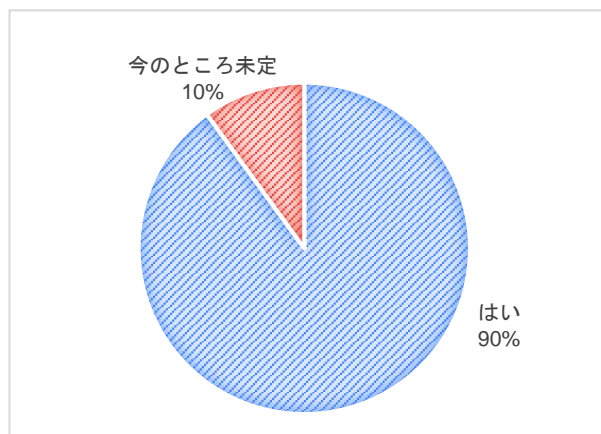
22. 「Walk in Her Shoes 2025」参加前に、国際協力NGO「CARE」のことをご存知でしたか？



23. 「Walk in Her Shoes 2025」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？



24. 来年の歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」、「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？



アンケートの記述回答と当財団からのコメントは以下に掲載

https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2025.html

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	エントリー数	歩数報告率
アリックスパートナーズ・アジア・エルエルシー	AlixPartners	11,996,132	27	444,301	¥43,767	48	56%
ヴィアトリス製薬合同会社	Viatrix Japan	29,757,143	54	551,058	¥109,195	95	57%
弁護士法人 兼六法律事務所	けんろくウォーク倶楽部	6,640,832	15	442,722	¥23,499	18	83%
株式会社セールスフォース・ジャパン	Salesforce Japan	8,355,338	17	491,490	¥31,655	17	100%
株式会社ソニックガーデン	SGウォーク2025	25,002,081	57	438,633	¥91,072	57	100%
ディアジオジャパン株式会社	DJKK	22,036,438	36	612,123	¥79,862	36	100%
日産自動車株式会社	NISSAN ※関連会社様含む	301,390,065	465	648,151	¥1,076,912	604	77%
New Relic株式会社	New Relic One	14,373,797	28	513,350	¥53,824	33	85%
パシフィックコンサルタンツ株式会社／株式会社パデコ	チームパデコPCKK	29,854,219	52	574,120	¥109,336	59	88%
株式会社フジタ	Fujita International Branch	27,141,375	43	631,195	¥98,108	44	98%
三菱電機システムサービス株式会社	MELSC	62,834,994	110	571,227	¥224,887	166	66%
森乳スマイル倶楽部	森乳スマイル倶楽部	37,363,345	56	667,203	¥135,498	61	92%
ユーロモニターインターナショナル	ユーロモニターインターナショナル	7,202,944	12	600,245	¥27,139	13	92%
リコー社会貢献クラブ・FreeWill	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	177,351,400	309	573,953	¥648,059	354	87%
株式会社ワールディング	worlding!	20,361,873	38	535,839	¥73,109	46	83%

※日産自動車様の数値は、日産トレーディング株式会社様、株式会社日産クリエイティブサービス様、株式会社日産フィナンシャルサービス様、日産モータースポーツ&カスタマイズ株式会社様の関連会社4社を含む。

※上記とは別途、中外製薬労働組合様がウォーキング・パートナーとして、「世界水の日」チャリティウォークイベントにのみ参加（25人）。

※ミモザガーデン自由が丘様を除く。

※寄付相当額の計算にあたり、寄付金UP期間（①4月26日～5月6日 ②5月24日～5月31日）は、通常500歩につき1円のところ、100歩につき1円の寄付金として計上した。

5. ウォークイベントに参加する

一途上国の女性や女の子たち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ー

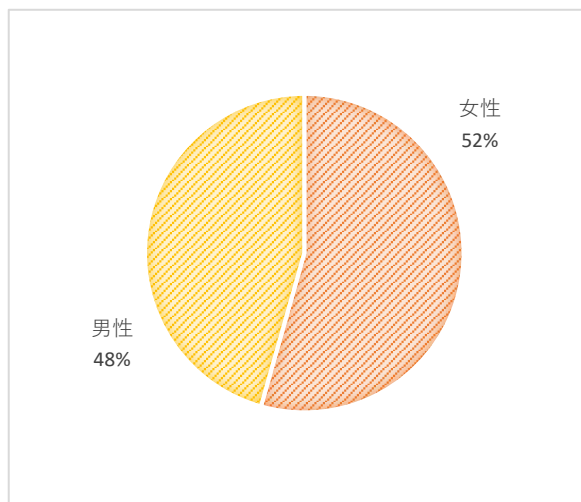
世界の水問題・ジェンダー問題に向き合う!「世界水の日」チャリティーウォーク	
日時	2025 年 3 月 23 (日)
場所	住友生命「Vitality」プラザ 銀座 Flagship 店を起点に、東京勝どき・築地エリアの名所や水辺を巡る約 6km コース
参加者数	66 名

住友生命「Vitality」プラザ銀座 Flagship 店を拠点に、東京勝どき・築地エリアの名所や水辺を巡る約6キロのコースでのチャリティーウォークを開催。また、途中2か所のアクティビティポイントでは、世界のジェンダー問題や水問題に関するクイズや、水運び体験にもチャレンジいただいた。当日は、アンケートへの回答と引き換えに、企業協賛品を参加賞として配布した。また、CARE スタッフのほか、5名のボランティアとともに運営を行った。

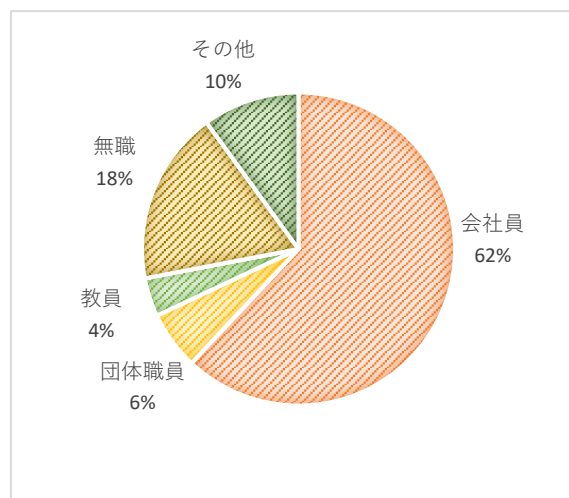


《アンケート結果》 対象者数 66名 回答者数 52名（回収率 86%）

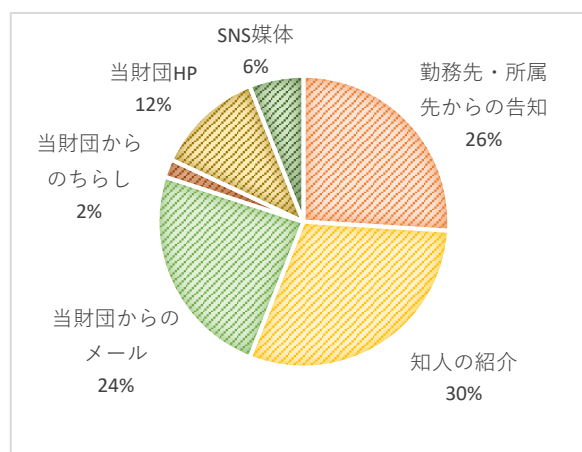
1. 参加者の性別



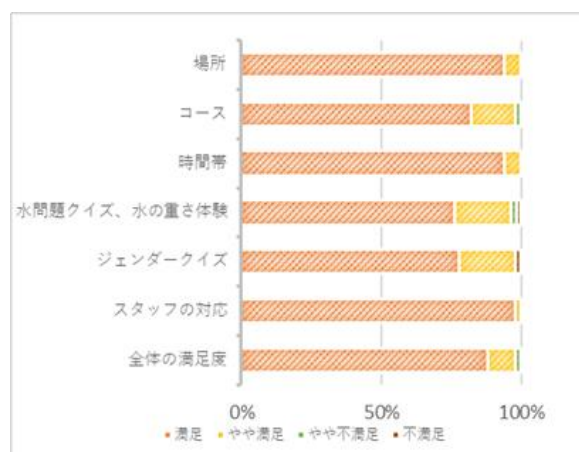
2. 参加者の職業



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）】

- ・多くの国で女性が教育を受けられない現実があることを知り、心が痛んだ。
- ・知識を得るだけでなく、感情的に共感し、行動を起こしたいという気持ちが湧いてきた。
- ・自分以外の境遇について考えるきっかけになった。
- ・クイズは全く当たらず、知らないことばかりだと実感して勉強になった。

【参加賞一覧】

協賛法人/ブランド名	協賛内容
株式会社カネボウ化粧品	アリークロナビューティジェルUV
株式会社えがおホールディングス	えがおのマルチビタミン(14日分)
株式会社ナビタイムジャパン	350ml緑茶ペットボトル
住友生命保険相互会社	Vitalityプラザ無償貸出
株式会社ビームス	オリジナルコットンバック&ミネラルウォーター
ミマスクリーンケア株式会社	薬用ハンドソープ
ミモザガーデン自由ヶ丘	即席みそ汁3袋入り

【九州限定企画】歩く国際協力 Walk in Her Shoes 2025 in 九州	
日時	2025 年 3 月 8 日（土）～ 3 月 22 日（土）
場所	九州各県
参加者数	219 名

歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」の関連イベントとして、九州の5つのCARE支援組織（ケア・サポーターズクラブ北九州・大分・熊本・佐賀・鹿児島）が合同で、本年度5回目となる歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025 in 九州」を開催。法人4社による協賛ほか、九州在住の方を中心に219名もの参加を得（大分県127名、鹿児島県48名、熊本県12名、佐賀県12名、福岡県20名）、967,000円の収入となった。また、イベント期間を通じた参加者の合計歩数は7,358,432 歩を記録した。

【参加者のコメント（抜粋）】

- ・世界を見れば、悲惨なガザやウクライナの戦争が止む気配がなく、自分の国の状況をみると物価高、インフレで、生活の厳しさが増えています。けれど歩いていると、平和で安全な国に暮らしていることは決して当たり前でなく、本当にありがたいことなのだと痛感します。
- ・大分市に住んでいると自家用車をつかうことが多く、Walk in Her Shoes2025 in 九州に参加することで、自家用車を使うのをやめようという気持ちになりました。私は、水を運んで歩くことを想像し、大変さを共感することができました。
- ・日々歩くように心がけています。この期間は寒さや花粉が飛んで苦労しましたがウオーキングマシーンで歩き何とか出来ました。毎日重い水を汲みにと思いますと、早く設備が整えられるように願っています。
- ・日ごろから歩く生活ですが、せいぜい一日 6,000 歩です。企画のおかげで遠回りを心掛けました。歩くことは体に良いと思いながらもなかなか実行できません。少しでも寄付に貢献できて自分の体の為でもありました。ありがとうございました。

WALK IN HER SHOES

国際女性デー
3/8(土)～
3/22(土)
世界水の日

彼女たちの未来を、
歩くことで支えよう。

歩く国際協力 In九州
Walk In Her Shoes 2025

水汲みのために、毎日歩かなければならぬ女性や女の子たち。
歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025 in 九州」は「彼女」たちの声になって歩く、
シンプルで確実な国際協力イベントです。
協賛企業のご協力により、皆さんが歩いた歩数が寄付につながります。
15日間のイベント期間中、1日8,000歩を目安に一緒に歩きましょう！

*歩数に応じた寄付金は、1回があります。

主催 ケア・サポーターズクラブ北九州 / ケア・サポーターズクラブ大分 / ケア・サポーターズクラブ熊本
ケア・サポーターズクラブ佐賀 / ケア・サポーターズクラブ鹿児島

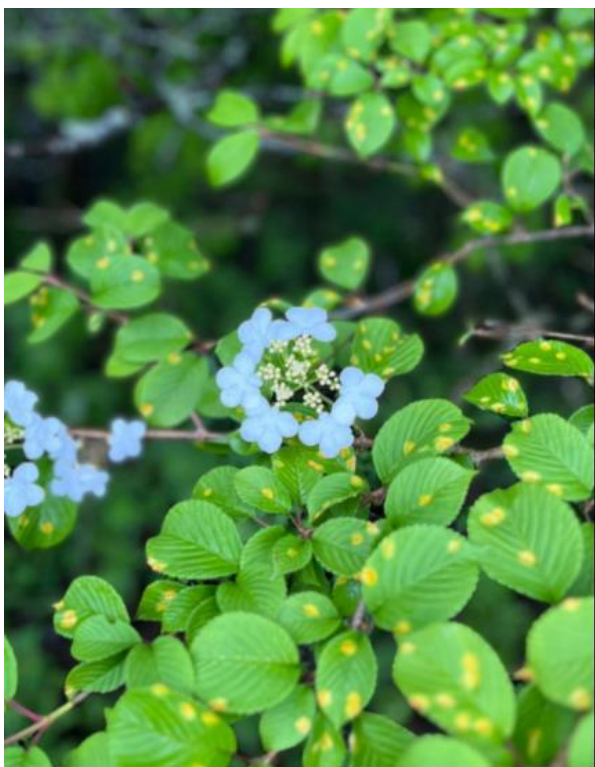
【事務局/歩数報告先】歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025 in 九州」事務局
（公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパン内 支那組織担当：熊本）
TEL: 03-5950-1335 / FAX: 03-5950-1375 / email: wihs_sag@careintl.jp

ケア・インターナショナル ジャパンは、世界120ヶ国以上で人道支援活動を行う国際NGO「ケア・インターナショナル」の一団です。活動時の緊急・復興支援や「女性と安全」の両立支援を通して、貧困のない社会を目指しています。

6. 「C」や「水」の写真を投稿する

CARE の「C」や「水」の写真を対象とし、「#（ハッシュタグ）歩く国際協力 2025」を付けて、Facebook、X、Instagram に写真を投稿すると、協賛企業の協力により、写真 1 枚につき 100 円が寄付される仕組みで、合計 556 枚の写真が寄せられた。また、ゴールデンウィークとキャンペーン最終週の 18 日間は、寄付額を 1 枚 300 円とするキャンペーンを実施。当該期間中の投稿枚数は 305 枚に上った。

投稿された写真の中からフォトコンテストを行い、4 つの賞を写真投稿者に授与した。



アイディア賞



アニマルで賞



景色がきれいで賞



みんなで C 賞

7. 「C」のGPSアートを投稿する

「歩いて、地球に「C」を描こう！GPSアートを始めよう！」は、「C」のルート歩き、地図上に描けた「C」を、ハッシュタグ「#歩く国際協力2025」と「#GPSアート」をつけてSNSに投稿すると、1枚100円が協賛企業より寄付されるもの。投稿枚数は52枚となった。

投稿されたGPSアートの中から、当企画を監修いただいた、世界的GPSアーティストのYassanさん、また協力いただいた石川基さん（ほくりくGPSアート部代表）が審査員となり、以下の3つのGPSアート賞を授与した。



GPSアート賞：鈴木利斉 様



GPSアート賞：出村和宏 様



GPSアート賞：Yukkotann 様

8. 自分でイベントを企画して実施する

参加者自らがイベントを企画して寄付を集めるほか、キャンペーンや世界の水問題・貧困問題について啓発・広報を目的としてイベントを実施する方法を通じて、7件の協力を得た。

1) 歩く国際協力 in 能古島国際映画祭	
主催者	BEST OF MISS 福岡
日時	2025 年 3 月 15 日 (土)
場所	能古島国際映画祭
参加者数	15 名
概要	ミス・ユニバース、ミス・プラネット、ミス・ユニバーシティ、ミセス SDG s の福岡大会ファイナリストたちが中心となり、能古島国際映画祭を訪れた方々に対して、Walk in Her Shoes2025 キャンペーンのチラシを配布いただいた。また、より多くの人にキャンペーンのことを知ってもらうために、自身の考えや気づきのコメントとともに、「C」や「水」の写真を SNS で投稿いただいた。ファイナリストの皆さまは、内面の成長を目指し、様々なボランティア活動に取り組まれている。



2) かわさきウィメンズ・ジャズ・フェスティバル@すくらむ 21	
主催者	ウィメンズ・ジャズフェス・ティバル実行委員会
日時	2025 年 3 月 31 日 (月)
場所	川崎市男女共同参画センターすくらむ 21 ホール
参加者数	112 名
概要	<p>ジャズや音楽文化の裾野を広げるとともに、音楽を通じて女性とその周りの人々のエンパワメントを目的に活動しているウィメンズ・ジャズ・フェスティバル実行委員会は、国際女性デーにあわせてチャリティコンサートを開催。ライブコンサートや親子向け音楽ワークショップを通じて、音楽を楽しむこと、そして「彼女たちの身になって」歩くことが、地域や世界の女性たちの今と未来を支え、ひいては平和に繋がることを願い、チケットの売り上げの一部を、ケア・インターナショナル ジャパンへ寄付いただいた。</p>



3) WALK SAIKO CLUB	
主催者	JO1 金城碧海さんのファンサークル（金城碧海航空機長室）
日時	2025 年 4 月 7 日（月）～5 月 7 日（水）
場所	全国各地
参加者数	303 名
概要	<p>JO1 金城碧海さんの誕生日を祝う毎年恒例のファン主導イベントを、「歩み」をテーマに開催。かねてより慈善活動にも力を入れておられ、Walk in Her Shoes と主旨が合致したことから、ご参加いただく。</p> <p>イベントは、金城さんが過去に訪れた世界 9 か所をめぐる“聖地巡礼”形式のオンラインウォーク。場所を選ばず好きな時に歩けるオンライン形式での開催を通じて、世界中のファンの皆さまにお声掛けいただき、最終的に 303 名もの皆さまにご参加いただいた。また、参加費を通じて、ケア・インターナショナル ジャパンへご寄付をいただいた。</p>



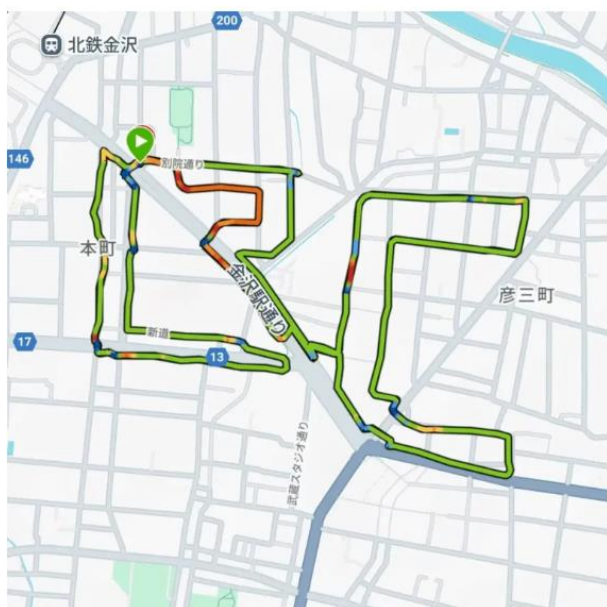
4) Let's try!! 歩く国際協力 partⅤ～明るい未来のために～	
主催者	ガールスカウト岩手県連盟第 20 団
日時	2025 年 4 月 27 日（日）
場所	岩手県 北上駅～九年橋せせらぎ公園
参加者数	40 名
概要	岩手県の JR 北上駅から九年橋せせらぎ公園までを歩くウォークイベントを開催。あわせてゴミ拾いやゲーム・クラフト作りも実施いただく。参加者の歩数 100 歩につき 10 円を、江釣子ライオンズクラブよりご支援いただき、ケア・インターナショナル ジャパンへご寄付いただいた。



5) 中央大学版チャリティーウォーク	
主催者	中央大学
日時	2025 年 5 月 13 日 (火)・5 月 22 日 (木)
場所	中央大学 多摩キャンパス内
参加者数	18 名
概要	<p>本キャンペーンに大学パートナーとしてもご協力いただいている中央大学にて、歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」の一環として、「中大版チャリティーウォーク」が、2 日間にわたり実施された。多摩キャンパスの自然や風景を楽しみながらのウォーキングを通じて、参加者同士の交流が図られた。また、歩くことをきっかけに、途上国の女性や女の子が直面する課題に思いを馳せ、行動へとつなげる機会となった。</p>



6) ライブラン de 歩く国際協力	
主催者	ほくりく GPS アート部
日時	2025 年 4 月 26 日 (土)
場所	石川県 金沢市
参加者数	30 名
概要	当財団が主催した LiveRun スペシャルセッションに合わせて、参加者の皆さまで GPS アートで「C」を描くイベントを企画・開催。また GPS アートを送信すると北陸各地の風光明媚な水の風景と画像合成され、『返信アート』がメールで届く仕組みを制作され、本イベントでも試行。能登半島地震で被害のあった地域にみんなで心を寄せていく機会を創出し、人と人とのつながりを広げていただいた。



7) お絵かきボランウォーキング〜カエルと歩む SDGs アクション	
主催者	ほくりく GPS アート部
日時	2025 年 5 月 31 日 (土)
場所	石川県 金沢市
参加者数	25 名
概要	健康、知恵、再生の象徴であるカエルをモチーフにしたイベントを開催。参加者でゴミを拾いながら、広大なカエルの地上絵を GPS アートで描き出していた。さらにワークショップでは、海洋プラスチックなどの廃材が、美しく輝く万華鏡へ変身し、「捨てる」はずだったものが、新たな価値のある素敵なものに生まれ変わる瞬間を体験。イベントを通じて、未来の地球のために何ができるかを考え、参加者同士の交流を深めていただいた。



9. リポストキャンペーンに参加する

キャンペーン公式 X または Instagram をフォローし、対象の投稿を X でリポスト、または Instagram のストーリーや投稿でリシェアいただくことで、協賛企業の協力により、1 件につき 50 円が寄付される仕組み。

本キャンペーンは、以下の 3 期間（①4 月 1 日～4 月 7 日 ②4 月 17 日～4 月 23 日 ③5 月 1 日～5 月 7 日）にて実施し、合計 97 件の投稿をいただいた。リポストによって、「Walk in Her Shoes」の認知度向上と支援拡大にご協力いただいた。

10. 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) 「健康的な歩き方、お教えします」—Walk in Her Shoes を健康的に楽しむために	
日時	2025 年 3 月 6 日（木）19:30～20:00
場所	オンライン（YouTube ライブ） https://www.youtube.com/watch?v=8Fe36VOF5xI&t=33s
協力	株式会社 WALK & WAY（後援法人）

キャンペーン開始に先立ち、YouTube ライブにて、株式会社 WALK & WAY 代表でウォーキング・トレーナーの福村あけみさんをお招きして、健康的な歩き方についてのミニレクチャーを実施した。トークセッションを通じて、歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2025」キャンペーンの楽しみ方についても紹介。リアルタイム視聴はおよそ 27 名、アーカイブ視聴数は 227 回となった（6 月 18 日現在）。

2) 東ティモールとつないで LiveRun スペシャルセッション	
日時	2025 年 4 月 26 日（土）07:50～09:00
場所	オンライン（YouTube ライブ） https://www.youtube.com/watch?v=8Tm-v7-DlrA
共催	ライブラン株式会社（後援法人）

ライブラン（LiveRun）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。当日は、ライブランの MC が参加者のウォーキング（ランニング）の様子を実況しつつ、当財団が東ティモールで実施する「遠隔集落における生業と食の改善事業」のプロジェクト・マネージャーを務める伊藤洋子が現地より参加して、活動状況や現地の様子を伝えた。参加者数は 186 名となった。

【2025 オリジナルTシャツ】

【古賀様からのメッセージ】

[illegible]

本体キャンペーン

「世界水の日」
チャリティウォーク

[illegible][illegible]

12. 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、主に以下の事業に取り組んでいます。

※以下の「例えば、XXX 万円でできること」は一例であり、実際には当該金額が各事業にそのまま充当されるわけではありません。

1) 東ティモール：遠隔集落における生業と食の改善事業

＊事業目標：

生業手段の多様化に向け、乾期の野菜栽培と、農民を市場に繋ぐ環境を整備することにより、遠隔集落の農民世帯の生業状況の改善を目指します。

＊主な活動：

1. 貯水タンクや灌漑用水設備などを設置することで、1 年を通じて、生活および農業に必要な水へのアクセスを確保します。
2. 乾期に野菜を栽培できるようにし、将来の野菜販売促進の為、農民を市場に繋ぐ基盤を作ります。
3. 女性が家計に良いインパクトをもたらせるように、金融サービスへのアクセスを促進します。

例えば、100 万円でできること

例えば、災害リスクの高い 1 つの集落の道路や橋等のインフラを補強、改修することができます。
災害の度に移動が寸断されるリスクを減らし、人と物の移動を確保することで、
農民の生業活動の活性化に繋がります。

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 5,000 冊配ることができます。

3) ネパール：被災地における女子教育および保健衛生改善事業

*** 事業目標：**

教室と女子に配慮したトイレの改修を通じて、子どもたちが安心して、質の高い学習ができる環境の実現を目指します。

*** 主な活動：**

1. 未完成校舎の教室の改修
2. トイレや手洗い場など、水と衛生設備の改修と維持管理
3. 月経衛生対処を含む安全な衛生習慣に関する教師と生徒への研修の実施などを通じた啓発活動



例えば、200 万円ですること

例えば、質の高い学習環境を実現するための学校の外壁の建設、水と衛生設備の改修、思春期の男女生徒と教師に対し、月経衛生対処を含む安全な衛生習慣に関する研修を行うことができます。

4) ウクライナ危機緊急支援事業

*** 事業目標：**

ウクライナからの周辺国への難民およびウクライナ国内避難民の命と尊厳を確保します。

*** 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 万円ですること

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。
15 周年を迎える「Walk in Her Shoes 2026」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：青井

〒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