



歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」

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



2026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

1. キャンペーン概要と全体総括	1
1) キャンペーン概要.....	1
2) キャンペーンの結果.....	2
3) キャンペーン総括.....	4
2. 協賛、後援等（順不同敬称略）	7
1) 特別協賛 8 法人	7
2) 協賛 9 法人.....	7
3) ウォーキング・パートナー 17 法人.....	7
4) 協力 10 法人（物品やサービスによるご協力）	7
5) 後援 15 法人（広報でのご協力）	7
6) 大学パートナー 3 団体.....	8
3. 広報実績	9
1) 新聞／雑誌、ラジオ、ウェブメディア掲載等.....	9
2) アンバサダー	10
3) 法人向けセミナー.....	10
4. 「好きな時間、好きな場所で歩く」	11
1) 参加者の性別と年代.....	11
2) 申込方法.....	12
3) リピーター率（リピーター優待価格適用件数）	12
4) 参加者の居住地	13
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	13
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.....	17
5. ウォークイベントに参加する	18
6. 「C」や「水」の写真を投稿する	20
7. 「C」のGPSアートを投稿する	21
8. 自分でイベントを企画して実施する	22
1) かわさきウィメンズ・ジャズ・フェスティバル 2026～国際女性デーコンサート.....	22
2) 東北オクタゴンウォーク	23
3) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026 in 高岡 友情～一緒ならより強くなれる」 ..	24

4) 「Walk in Her Shoes × BlackRamsTokyo」 チャリティウォーク.....	25
5) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」 in 大谷大学.....	26
6) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」 in 中央大学.....	27
7) Let's try!!! 歩く国際協力 part VI.....	28
9. オンラインイベント.....	29
1) 東ティモールとつないで LiveRun スペシャルセッション.....	29
10. キャンペーン制作物.....	30
11. キャンペーン収益金の使途.....	32

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的としたグローバルキャンペーンである。2011 年度から CARE オーストラリアで開始され、日本では今年 15 周年を迎えた。本キャンペーンの参加費および寄付金は、キャンペーンに関わる諸経費を除き、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」を通じて、農業や生活における水へのアクセス改善に充てられる。

【2026 年キャンペーン概要】

実施期間

2026 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企業の協力により、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（2025 年 12 月 10 日～2026 年 2 月 12 日）
一般 2 次募集：3,500 円（2026 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：1,000 円
キャンペーンオリジナル T シャツ：3,200 円(消費税・送料込)

2) 「ウォークイベントに参加する」

当財団が主催する、世界の水問題やジェンダー問題について考える「世界水の日」チャリティウォークに参加する。（参加費 2,000 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 2026」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 2026」「#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）

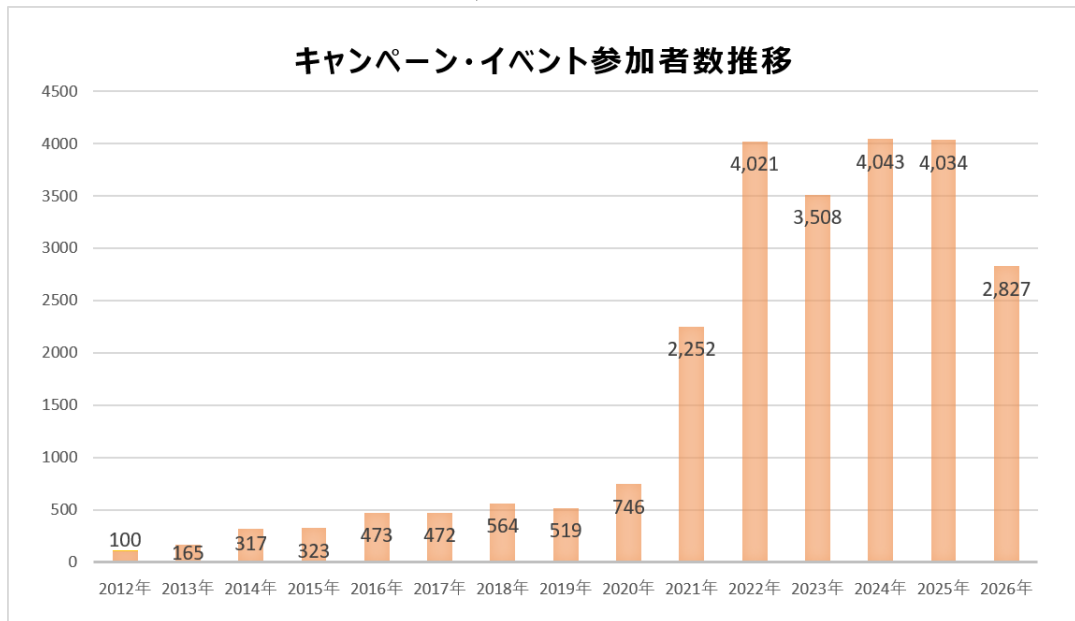
5) 「自分でイベントを企画する」

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

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～2026年)】

(写真/GPS アートの投稿による参加 770 件を除く)



キャンペーン参加者は前年比 70% の 2,827 名に減少。

個人参加者数が、前年度 814 名から 1,206 名となり、148% の大幅増となる一方で、600 人規模で参加をいただいていた大口既存法人の参加見送りほか、ウォーキング・パートナー各社による相対的な参加者数減少、また、5 年間続いた「Walk in Her Shoes in 九州」の終了に伴い、キャンペーン参加者数を全体的に押し下げる結果となった。

【キャンペーン・イベント参加者内訳】

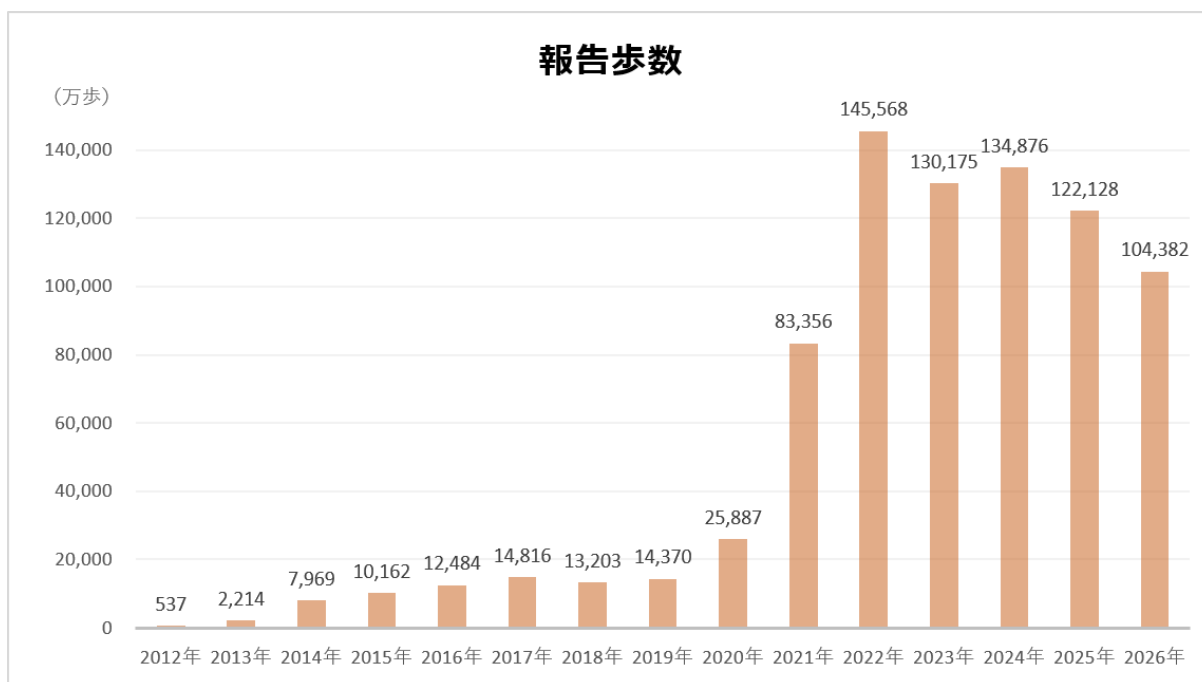
(写真/GPS アートの投稿による参加 770 件を除く)

2026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)	222		1,206
		正規 (2次)	823		
		リピーター	63		
		スタートキャンペーン		1	
		学生(一般)	38		
		学生(大学パートナー)	59		
	ウォーキング・パートナー	正規 (1次)	345		826
		正規 (2次)	58		
		リピーター	423		
	小計			2,031	1
Tシャツ / 15周年記念グッズ	一般	3,200円	43	/	185
	ウォーキング・パートナー	一括購入3,000円	22		
	ウォークイベント購入	2,700円	23		
	15周年記念グッズ	1,200円	97		
	関係者				
小計			185	14	199
イベント	「世界水の日」チャリティウォーク		66	21	87
	東ティモールとつないでLive Run スペシャルセッション		188		188
自分で企画して寄付を集める			288		288
寄付による参加	1,000円		30	/	33
	30,300円		1		
	7,275円		1		
	10,046円		1		
合計			2,791	36	2,827

※ 「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」 30,300 円・7,275 円・10,046 円は、自主企画イベントによる寄付。

【歩数報告推移(2012年～2026年)】



14億歩を目標とした歩数は、前年度比85.5%の1,043,823,848歩に留まった。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、前年度比82%での2,032人。報告された一人当たりの1日の平均歩数は8,102歩となり、「途上国で女性や女子が水汲みに要する8,000歩」を超える歩数を記録した。

【キャンペーン収支 前年度比・対目標比較 (2026年/2025年)】

	2026年	2025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	¥1,106,710	¥714,302	¥392,408	154.94%	¥700,000	158.10%
	参加費による収入	¥4,842,721	¥8,453,600	¥-3,610,879	57.29%	¥7,924,000	61.11%
	自主企画+その他寄付	¥77,621	¥167,032	¥-89,411	46.47%	¥30,000	258.74%
	企業協賛金	¥5,178,590	¥4,900,000	¥278,590	105.69%	¥5,340,000	96.98%
	収入合計(物品協賛除く)	¥10,098,932	¥13,520,632	¥-3,421,700	74.69%	¥13,294,000	75.97%
支出	支出合計	¥2,934,336	¥3,051,468	¥-117,132	96.16%	¥4,485,900	65.41%
	収支差額(物品提供除く)	¥7,164,596	¥10,469,164	¥-3,304,568	68.44%	¥8,808,100	81.34%
	ROI(投資対効果)	344.16%	443.09%			296.4%	

個人参加者数が1,206名となり、前年度比148%の大幅増となる一方で、数百人規模で参加をいただいていた大口既存法人の参加見送りほか、ウォーキング・パートナー各社による相対的な参加者数減少、また、5年間続いた「Walk in Her Shoes in 九州」の終了などが影響し、参加費収入が大幅に減少した。15周年の呼びかけを強化するなかで前年度を上回る企業協賛金を獲得するも、参加費収入の減少を補うだけの収入規模に至らず、前年度実績を下回る結果となった。

支出は、主に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(26万円)、ウェブ決済手数料、オンラインイベント実施費用などが発生したものの、参加者数の減少に伴い、前年よりやや減少。結果、キャンペーン全体の収支は7,164,596円(前年比68%)となった。

【協賛・後援、広報実績前年度比較（2026年/2025年）】

		2026年	2025年	前年比(数値)	前年比
特別協賛	協賛金（30万以上）	8	10	-2	80%
協賛	協賛金（30万未満）	9	3	6	300%
協力	物品サービス提供	10	9	1	111%
後援	広報支援	15	18	-3	83%
ウォーキング・パートナー	社員参加促進	17	22	-5	77%
大学パートナー	大学生参加促進	3	3	0	100%
メディア掲載数(新聞・ウェブメディア等)		61	19	42	321%

昨年度と同等の企業・大学による参加を得た。メディア露出については、オンラインメディアや女性誌を中心に、大幅に掲載件数の増加につながった。

3) キャンペーン総括

* 15周年キャンペーンとしての特別企画

2012年にキャンペーンを開始し、今年度で15周年を迎えたことから、以下の特別企画および対応を促進し、キャンペーンの効果的広報および参加促進につながった。

- キャンペーン収益金の使途を、東ティモール「遠隔集落における生業と食の改善事業」に特定。これまでの一般寄付（広く当財団の活動全般に活用される寄付金）から、直接的に水へのアクセス改善につながる当該事業への寄付金として使途を特定することで、より高い共感を得た。
- 東ティモール大使館の後援および大使によるビデオメッセージを通じた広報を実施。また、東ティモールにおける寄付事業にかかる紹介動画を制作し、ウェブやイベント等での活用を図ることで、途上国の水やジェンダーにまつわる課題やCAREの活動についての理解促進を行った。
- 15周年キャンペーンロゴの採用と、これをモチーフにした限定グッズの販売を促進。オンライン・オフライン参加以外での、商品購入を通じたキャンペーン参加につながった。
- 15年間に及ぶキャンペーンの数値実績および現地の人々の具体的な変化にフォーカスを当てた特集記事とプロモーション動画をリリース。キャンペーンが当財団の活動を通じてどのように活かされているかについて、広く周知した。

https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/news/15th_anniversary.html

- 15周年を記念し、企業に対して例年とは別枠での支援協力を呼びかけ。結果、協賛金による参加枠（特別協賛および協賛）を中心に、前年度実績を件数、金額ともに上回る支援を獲得した。

* 「好きな時間、好きな場所で歩く」個人参加者の増加

2025年度より導入した、3名以上のチーム参加者を対象とした特別価格（1人あたり2,000円）を今年度も継続。従来から参加のきっかけとして多くを占める「知人からの紹介」による参加を促進した。

その結果、「好きな時間、好きな場所で歩く」の個人参加者数は、前年度814名から1,206名となり、148%の大幅増となった。また、チーム登録数も106チームとなり、前年度の81チームを大きく上回った。個人での参加に加え、知人や同僚、家族などを誘い合って参加するスタイルがさらに広がり、チーム参加が定着しつつある。

***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3社減の計59法人／うち新規16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、大口既存法人の参加見送りなどが影響し、826人（前年比50%）と大幅に減少。これを補うべく、協賛枠を中心に新規法人16社に参加をいただいても、損失分をカバーできず。キャンペーン全体収入が、前年実績を大きく下回る要因の1つとなった。

ウォーキング・パートナー各社においては、3か月に及ぶキャンペーンを盛り上げるために社員向けのコミュニケーションやオフラインイベントを企画・実施いただくなど、工夫して参加いただいた。中には、創立90周年記念チャリティとして本キャンペーンを位置づけ、他部署連携のもと全社的な取り組みへと拡大をいただく法人も見られた。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50%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。

***若年層による参加拡大に向けた価格改定**

例年、20代以下の若年層の参加が比較的少ないことを踏まえて、これまで1,500円であった学生価格を1,000円に見直し。結果、学生価格での参加者数は、97人となった（前年度比194%）。また、大学パートナー枠を通じた参加促進と相互連携の強化により、従来の子学生主体の参加から、大学主体の連携へと形を変えることで、民間企業による参加と同様に、継続したキャンペーン参加の促進を図った。

***多様な自主企画イベントの実現**

「Walk in Her Shoes in ●●」という形での自主企画イベントの展開や、キャンペーングッズの特価販売などを通じて、開催を後押し。今年度も昨年度同様、7件の自主企画イベントが開催された。国際女性デーに寄せたチャリティコンサートやウォークイベントなど、趣向を凝らした多種多様な企画が実現し、参加者は計288人となった。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、自主企画イベントは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を図り、写真/GPSアートの投稿による参加は770枚（前年比128%）となった。

***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**

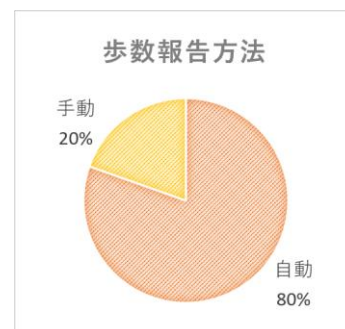
本キャンペーンは、途上国の人々の現状を伝え、日々のウォークを通じて体感いただき、そして新たな価値観や行動のきっかけとしていただくことを目的に実施。このことから、「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者向けに、隔週でメールマガジン「WiHS定期通信」を配信し、写真などととも、途上国の水問題やジェンダー課題、CAREの活動情報、キャンペーンに関する情報などを

提供した。今年度は、参加チーム紹介や健康コラム（全5回）などを掲載し、参加者の継続的な関心喚起を図った結果、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%と高い割合を記録した（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、Instagram、Facebook、Xを運用し、Instagram投稿数は計61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。自動連携を選択する参加者は年々増加傾向にあり、今年は全体の80%を占めた（前年度77%）。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、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1,043,823,848歩、SNS投稿数770枚、追加寄付30件を含む協力をいただき、総額5,134,913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	687,015,688 歩	1,374,031	円
	100歩1円	356,808,160 歩	3,568,082	円
	歩数計	1,043,823,848 歩	4,942,113	円
写真投稿	1枚100円	332 枚	33,200	円
	1枚300円	394 枚	118,200	円
	写真計	726 枚	151,400	円
GPSアート投稿	1枚100円	9 枚	900	円
	1枚300円	35 枚	10,500	円
	GPSアート計	44 枚	11,400	円
寄付が2倍もっと応援チャリティ	1口1,000円	30 口	30,000	円
合計			5,134,913	円

※寄付金UP期間：

- ・4月12日～19日（8日間）
- ・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/支援（計 16 法人）

1) 特別協賛 8 法人

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*	日産トレーディング株式会社
株式会社リコー*	リコー社会貢献クラブ・FreeWill*
株式会社ワールドディング	
（他 1 社）	

2) 協賛 9 法人

アリックスパートナーズ・アジア・エルエルシー*	
キヤノン株式会社*	ケア・サポーターズクラブ北部九州*
社会福祉法人椎原寿恵会*	医療法人まごころ医療館*
医療法人椎原会有馬病院*	東京恵比寿ロータリークラブ*
末日聖徒イエス・キリスト教会*	メタネックス・ジャパン株式会社

3) ウォーキング・パートナー 17 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	LGT ウェルスマネジメント信託株式会社*
弁護士法人 兼六法律事務所	コンラッド東京*
株式会社セールスフォース・ジャパン	中外製薬労働組合
ディアジオ ジャパン株式会社	富木医療器株式会社*
日産トレーディング株式会社	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
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	株式会社ワールドディング

4) 協力 10 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
株式会社クインビーガーデン*	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（住友生命保険相互会社）
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 15 法人（広報でのご協力）

株式会社 WALK & WAY	Women's Jazz Festival in Japan
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
一般社団法人チアリーダーズ協会	東京都

一般社団法人日本ウォーキング協会 一般社団法人日本 GPS アート協会
東ティモール民主共和国大使館* 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 大学

大谷大学* 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

オンラインメディアや女性誌を中心に、61の媒体でご紹介いただいた。

掲載・放映日	メディア名	報道内容
12月10日	PRESIDENT Online (プレジデントオンライン)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	テレ東プラス	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	朝日新聞デジタルマガジン&[and]	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	毎日新聞デジタル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ニコニコニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ビューティーポスト	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	時事メディカル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ウレぴあ総研	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ライブドアニュース (livedoor ニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ニフティニュース (@niftyニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月10日	ORICON NEWS(オリコンニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	時事ドットコム	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	東洋経済オンライン	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	現代ビジネス	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	Infoseek ニュース (インフォシークニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	Mapionニュース (マピオンニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	STRAIGHT PRESS (ストレートプレス)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	JBpress (ジェイビープレス)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	おたくま経済新聞	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	ジョルダンニュース!	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	@DIME (アットタイム)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	財経新聞	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	NIKKEI COMPASS	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	とれまがニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月11日	SEOTOOLS	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月25日	女性社長.net	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
12月26日	チャリティニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
2026年1月号	社会貢献活動ポータル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ニコニコニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	seotools	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ビューティーポスト	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	花形文化通信	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	BtoBプラットフォーム 業界チャンネル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	現代ビジネス	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	財経新聞	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	産経ニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ジョルダンニュース	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	eltha (エルザ)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	時事メディカル	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	GISELe (ジゼル)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ウレぴあ総研	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	暮らしニスタ (クラシニスタ)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	Infoseek ニュース (インフォシークニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	OTONA SALONE (オトナサローネ)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	Jjnet	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	JBpress (ジェイビープレス)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	Mapionニュース (マピオンニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ORICON NEWS(オリコンニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	CLASSY.ONLINE (クラッシー・オンライン)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	PRESIDENT Online (プレジデントオンライン)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	STRAIGHT PRESS (ストレートプレス)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ゆうゆうtime	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	CREA WEB (クリア ウェブ)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	@DIME (アットタイム)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	STORY (ストーリー)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	NewsPicks	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	ニフティニュース (@niftyニュース)	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	30min. サンゼロミニッツ	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月6日	時事ドットコム	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月8日	ラジオ J-WAVE「EARLY GLORY」	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」紹介
3月8日	JJJI.COM	歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」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 4 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。

(参考) 応援メッセージ動画

<https://youtu.be/w67NWwCUIbQ?si=fhGNtB4xIPR7AI3K>

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	1月19日	株式会社ワールドディング	203
2	1月27日	株式会社パデコ/パシフィックコンサルタンツ株式会社	13
3	4月16日	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	19
4	4月21日	デッカーズジャパン合同会社	63

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、キャンペーン期間中の 27 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=1,206）

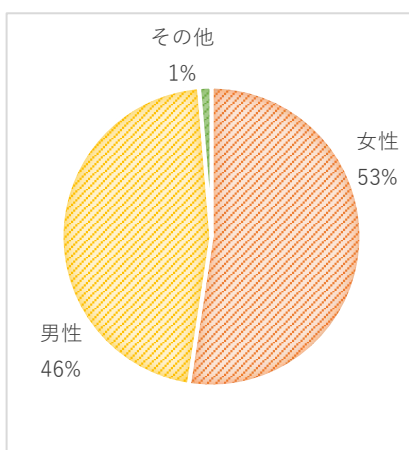
※一括申込者（ウォーキング・パートナー、大学パートナー等）を除く。

1) 参加者の性別と年代

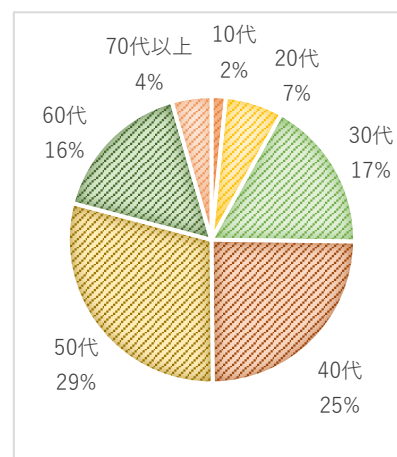
* 性別は、男女同率だった前年度に比べて、今年度は女性参加率 53%、男性参加率 46%と女性の参加率に若干の増加が見られた。

* 年代別割合は、昨年同様 50 代の参加者が最も多く、全体の 29%を占めた。特に、40 代（前年度比 9%増）、50 代（同 7%増）の参加の伸びが顕著に見られた一方で、20 代以下の参加者層が薄く、引き続き、大学パートナーの拡充などを通じた若年層の参加増が課題となった。

a) 性別



b) 年代



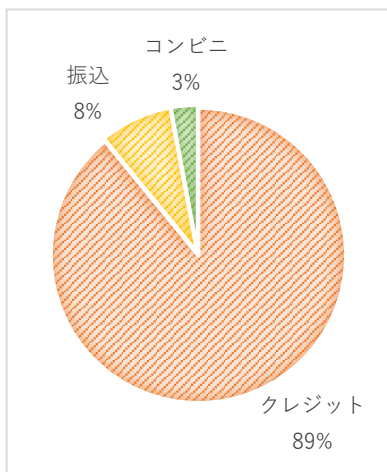
2) 申込方法

* 一般参加者の申込経路は、クレジット払いが 89%と、昨年度 75%から大幅に増加。

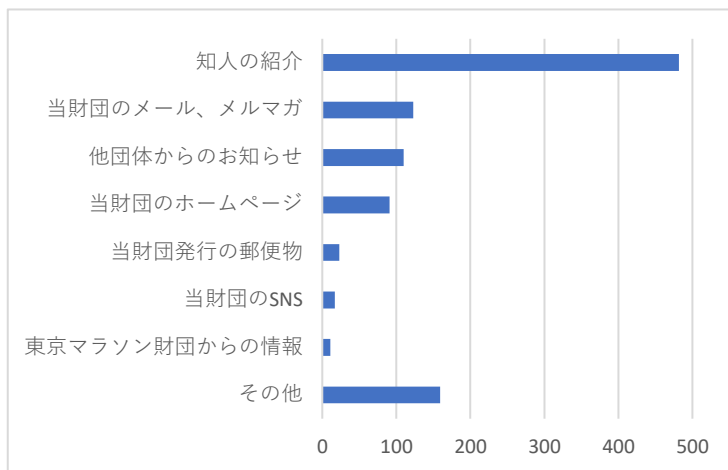
チーム参加の拡大により、振込による一括申込も一定数見られた。

* 申込のきっかけは、「知人の紹介」が圧倒的に多く、続いて当財団発行のメールやホームページが続いた。チーム参加の促進が、新規申込のきっかけとして功を奏した。

a) 申込経路



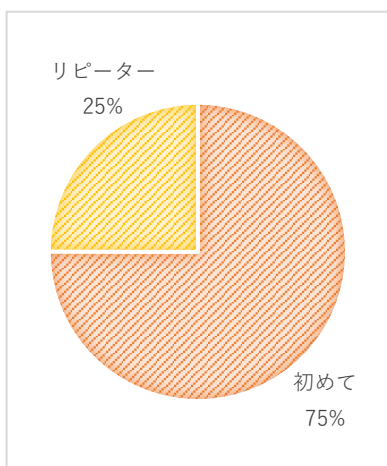
b) 申込のきっかけ (キャンペーンを知ったきっかけ)



3) リピーター率 (リピーター優待価格適用件数)

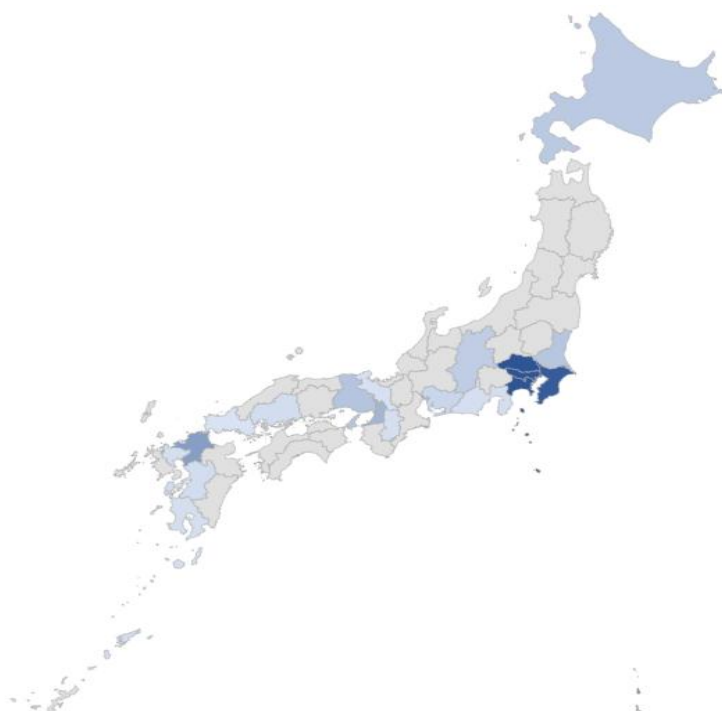
* 1次募集期間限定の「リピーター優待価格」を利用した参加者は 25%に留まった (前年度 12%)。

* 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

東京都	442
神奈川	141
埼玉	72
千葉	67
福岡	36
大阪	25
兵庫	18
茨城	17
北海道	16
長野	14
愛知	10
広島	7
熊本	7
静岡	6
奈良	6
鹿児島	6
佐賀	6
京都	5
山口	4
海外	28



* 前年度同様、東京在住の参加者を中心に、1都3県からの参加が圧倒的に多い。

* 海外からの参加者は28名に伸びた（昨年度6名）。

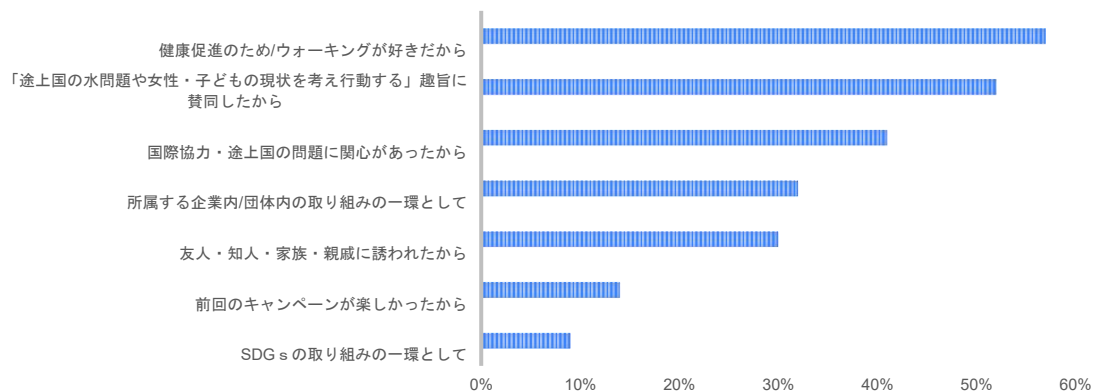
5) 「好きな時間、好きな場所で歩く」参加者へのアンケート結果

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【1,095 人】 回答者数【60 人】 アンケート回収率【5.4%】

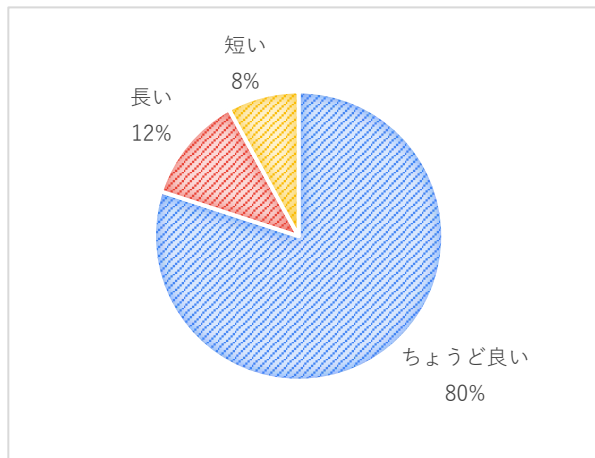
※アンケートの記述回答と当財団からのコメントについては、キャンペーン WEB ページ²で公開予定。

1. 「Walk in Her Shoes 2026」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）

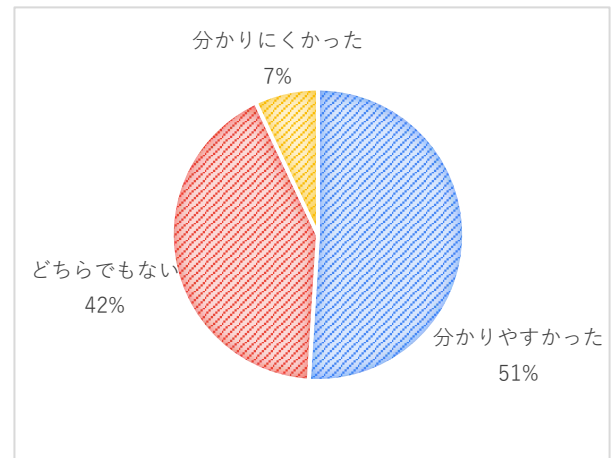


² アンケートの記述回答と当財団からのコメント：https://www.careintjp.org/walk_in_her_shoes/info/answer_2026.html

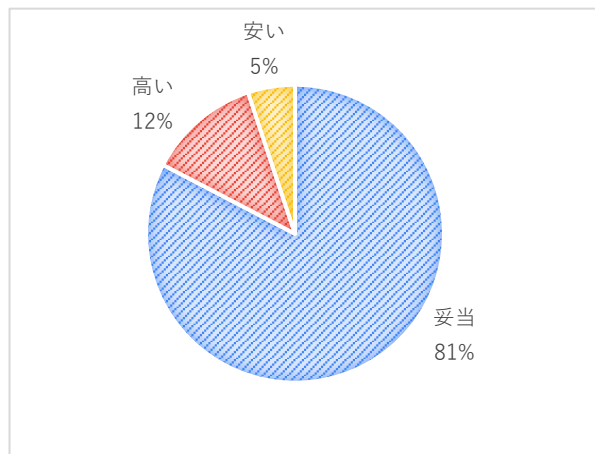
2. 約3ヶ月という、キャンペーン期間の設定はいかがでしたか？



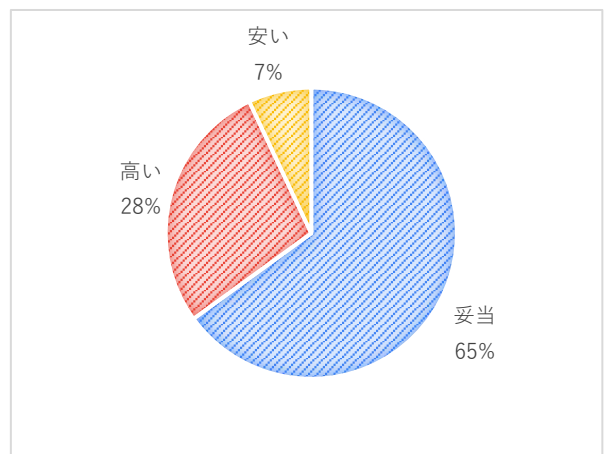
3. キャンペーンの申込期間を、1次募集期間(12/10-2/12)と2次募集期間(2/13-4/23)に分けて募集しました。申込期間の設定はいかがでしたか？



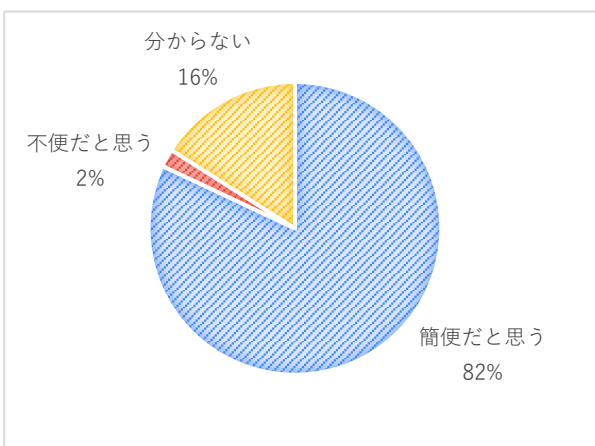
4. キャンペーン参加費 2,000 円 (リピーター様優先申込価格) について、どう思いますか？



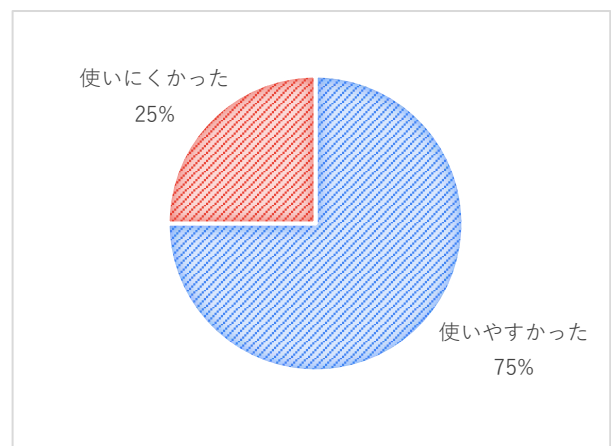
5. キャンペーン参加費 3,000 円 (1次募集価格) および 3,500 円 (2次募集価格) について、どう思いますか？



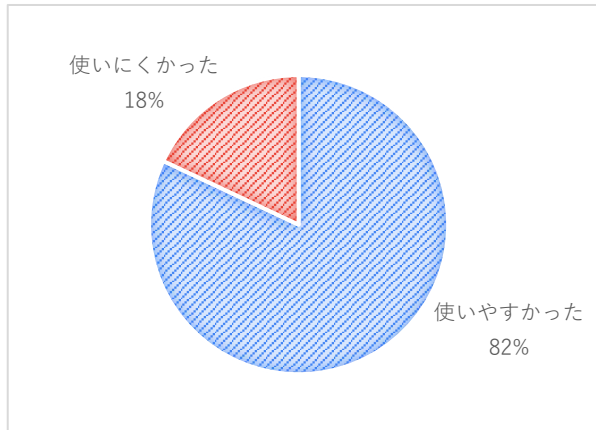
6. お申し込み・決済の方法は簡便でしたか？



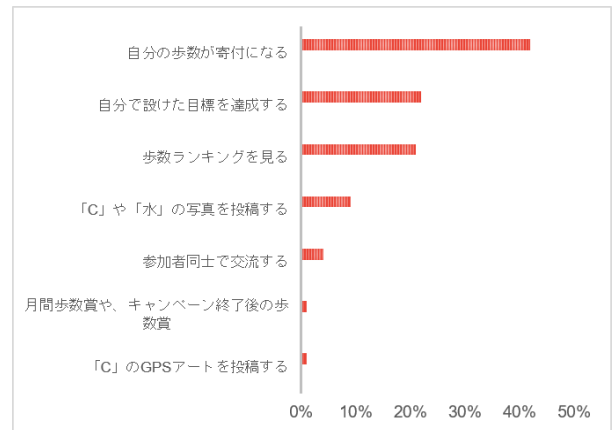
7. (歩数報告「手動入力」の方へ) 歩数報告ページ (初期設定、歩数報告、ランキングが見られるページ) は使いやすかったですか？



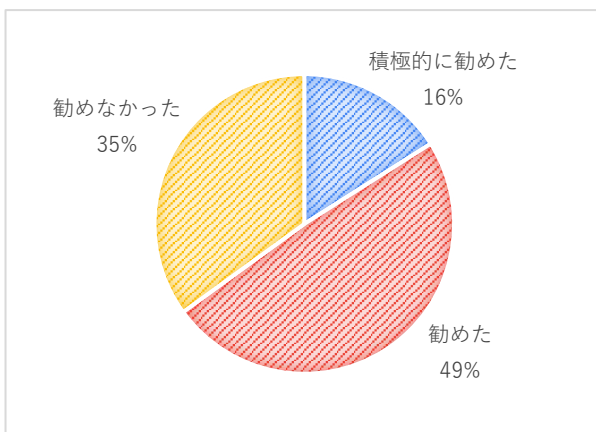
8. (歩数報告「自動連携」の方へ) 歩数計 ALKOO アプリ (初期設定、記録一覧、ランキングページ等) は使いやすかったですか？



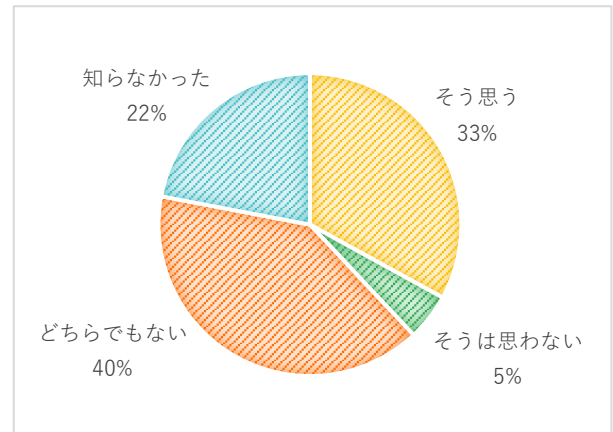
9. キャンペーン期間中、あなたの歩くモチベーションとなったことはなんですか？ (複数回答可)



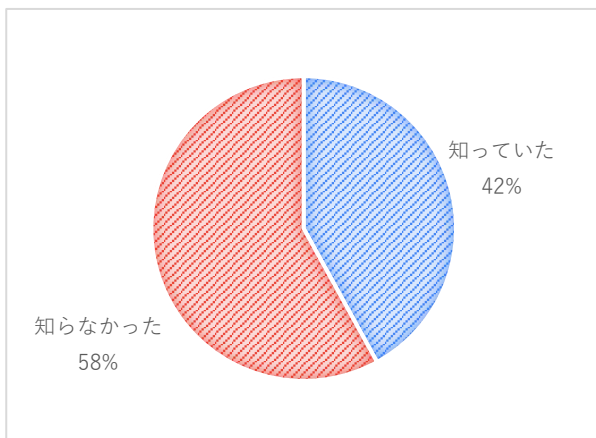
10. キャンペーン期間中、「Walk in Her Shoes 2026」について、対面や SNS 等を介して友人・知人に勧めましたか？



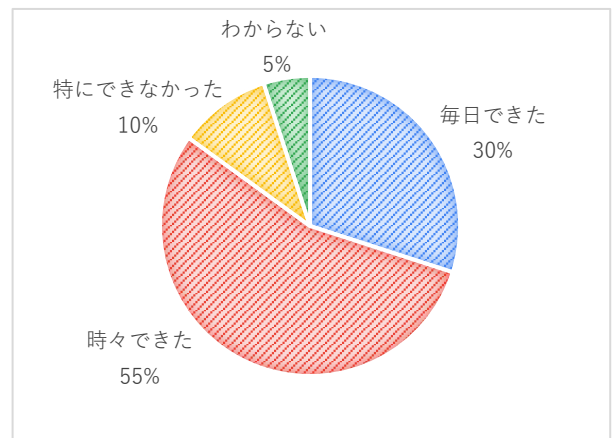
11. 「3名以上でのチーム参加」割引価格(お一人様 2,000円)は、ご家族や知人・友人の皆さまをお誘いいただく動機付けになりましたか？



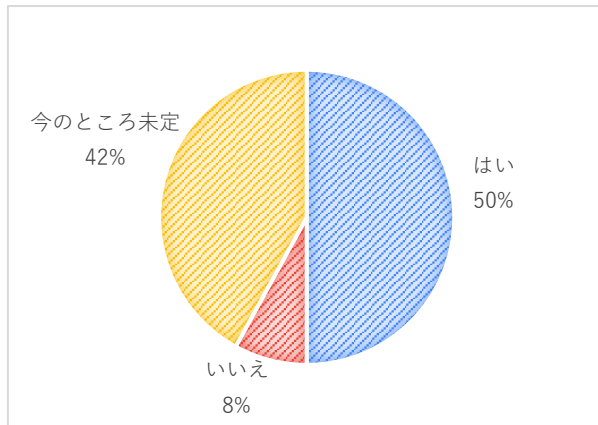
12. 「Walk in Her Shoes 2026」のアンバサダーとして、横浜F・マリノスオフィシャルチアリーダーズ トリコロールマーメイドの皆さんに就任いただき、キャンペーンを広めていただきました。ご存知でしたか？



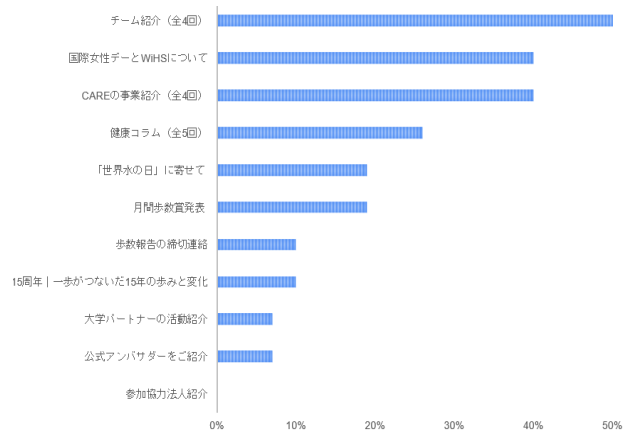
13. 「Walk in Her Shoes」は、途上国の現状を知っていただく啓発キャンペーンとしても実施しています。本キャンペーンを通じて、水汲みに行かなければならない「彼女の身になって歩く」を意識することはできましたか？



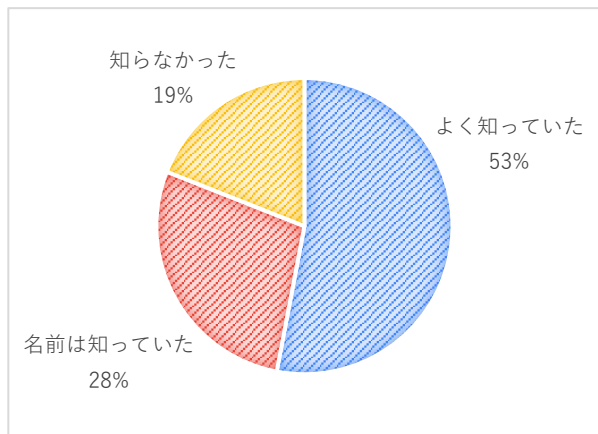
14. 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」では、キャンペーン期間中、東京都内でチャリティーウォークイベントも実施しています。今後、イベントにも参加してみたいと思いますか？



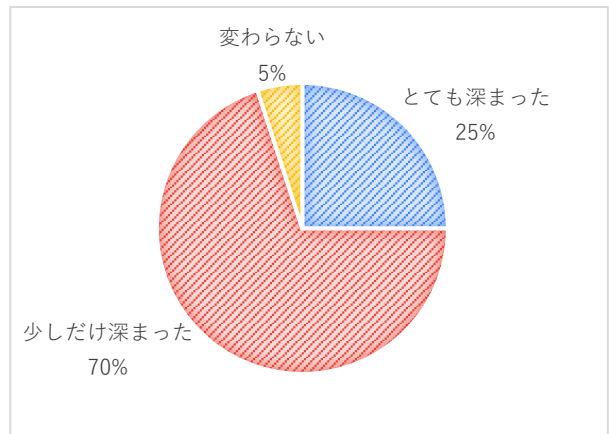
15. 定期通信を隔週でメールでお送りしました。ご関心をもっていただけた記事がありましたら教えてください。(複数回答可)



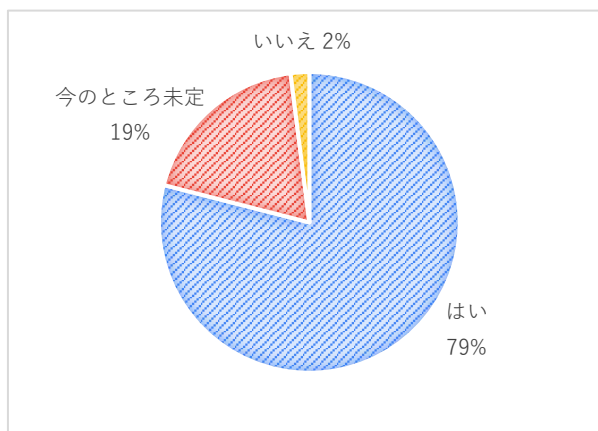
16. 「Walk in Her Shoes 2026」参加前に、国際協力 NGO 「CARE」 のことをご存知でしたか？



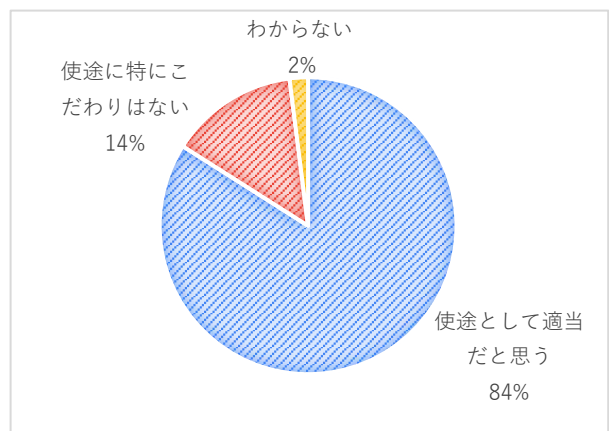
17. (「名前程度は知っていた」「知らなかった」を選択した方に)「Walk in Her Shoes 2026」をきっかけに、国際協力 NGO 「CARE」 について理解は深まりましたか？



18. 来年の歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2027」も、「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？



19. キャンペーンの収益金は、諸経費を除き、当財団が東ティモールで実施する水関連事業である『遠隔集落における生計と食の改善事業』に充てさせていただきます。これについて、どの程度魅力を感じますか？



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	12,591,702	30	419,723	¥53,698	45	67%
ヴィアトリス製薬合同会社	Viatrix Japan	9,107,635	14	650,545	¥41,606	22	64%
LGTウェルスマネジメント信託株式会社	LGT Japan	21,065,247	44	478,756	¥115,446	45	98%
コンラッド東京	コンラッド東京	50,260,565	69	728,414	¥221,913	72	96%
ディアジオジャパン株式会社	DJKK	19,075,248	37	515,547	¥85,315	41	90%
富木医療器株式会社	トミキてくてく	17,422,637	37	470,882	¥83,509	37	100%
日産トレーディング株式会社	NITCO	28,454,047	49	580,695	¥133,799	51	96%
パシフィックコンサルタンツ株式会社/株式会社バデコ	チームバデコPCKK	30,878,003	53	582,604	¥142,843	54	98%
株式会社フジタ	Fujita International Branch	29,631,069	48	617,314	¥135,064	47	102%
森乳スマイル倶楽部	森乳スマイル倶楽部	47,236,225	67	705,018	¥218,077	72	93%
ユーロモニターインターナショナル	ユーロモニターウォーカーズ	10,478,256	19	551,487	¥46,251	19	100%
リコー社会貢献クラブ・FreeWill	リコー社会貢献クラブ・FreeWill	117,706,716	212	555,220	¥528,282	267	79%
株式会社ワールドディング	worlding!	18,338,009	36	509,389	¥79,011	43	84%

※上記とは別途、中外製薬労働組合様が「世界水の日」チャリティウォークにのみ参加（9人）。

※弁護士法人兼六法律事務所様・株式会社セールスフォース・ジャパン様は除く。

※寄付相当額の計算にあたり、寄付金UP期間（①4月12日～19日 ②4月26日～5月6日 ③5月24日～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ウォークイベントー

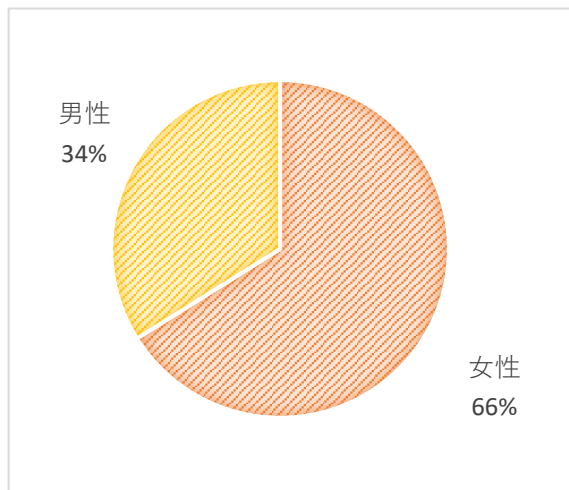
世界の水問題・ジェンダー課題に向き合う!「世界水の日」チャリティウォーク	
日時	2026年3月22日(日)
場所	住友生命「Vitality」プラザ 銀座 Flagship 店を起点に、東京勝どき・築地エリアの名所や水辺を巡る約6kmコース
参加者数	87名

住友生命「Vitality」プラザ銀座 Flagship 店を拠点に、月島・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、世界の水問題やジェンダー課題を知る映像やクイズ、水運び体験を実施した。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、4名のボランティアとともに運営を行った。

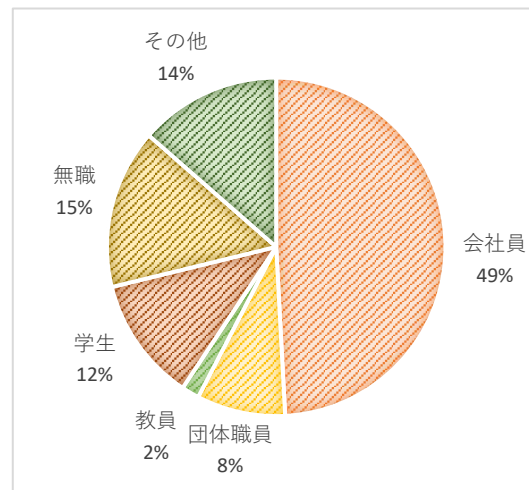


《アンケート結果》 対象者数 87名 回答者数 59名（回収率 68%）

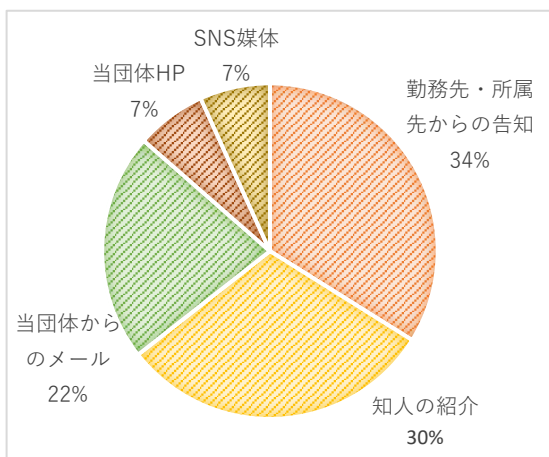
1. 参加者の性別



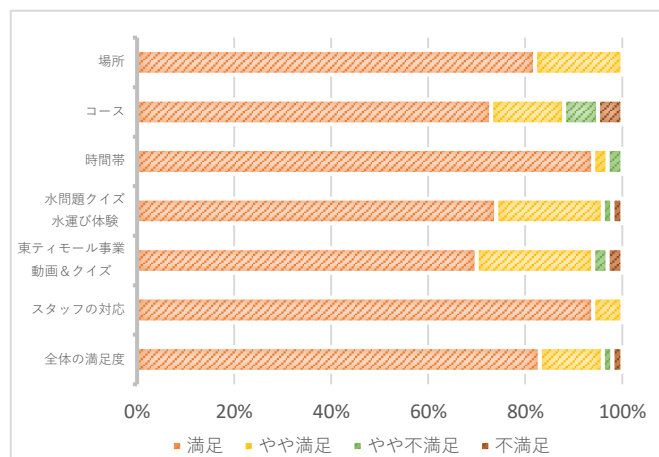
2. 参加者の職業



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）】

- ・水が手に入らないことで、こんなにも日常や未来が制限されてしまうのかと衝撃を受けた。
- ・普段当たり前に使っている水の大切さを改めて実感し、できることを考えるきっかけになった。

【参加賞一覧】

協賛法人/ブランド名	協賛内容
ALLIE 株式会社カナボウ化粧品	アリー クロノビューティジェルUV
株式会社えがおホールディングス	マルチビタミン&ミネラル
株式会社ナビタイムジャパン	緑茶
Validity 住友生命保険相互会社	会場無償提供
株式会社ビームス	BEAMS DESIGN ピッタ・マスク
ミマスクリーンケア株式会社	緑の魔女ランドリー
ミモザガーデン自由ヶ丘	発酵マヨネ（レモンまたはしょう油）

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 2026」を付けて、Instagram、Facebook、X 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726枚の写真が寄せられた（前年度比131%）。また、キャンペーン期間中27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394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。



よく見つけたで賞



みんなでC賞



アイデア賞



景色がきれいで賞

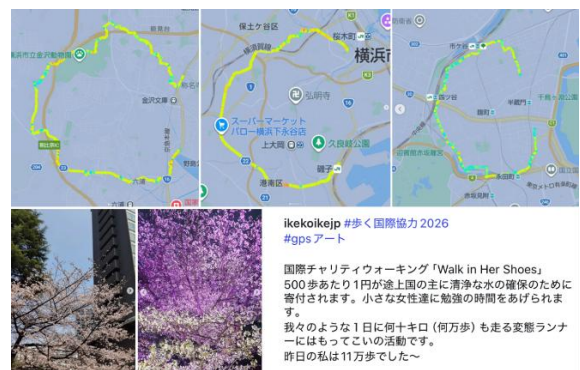
7. 「C」のGPSアートを投稿する

「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2026」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44枚となった（前年度比85%）。

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さんによる審査のもと、以下の3つのGPSアート賞を授与した。



GPSアート賞：deer_1814 様



GPSアート賞：ikekoikejp 様



GPSアート賞：ys_liverun 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、昨年同様7件の協力を得た。

1) かわさきウィメンズ・ジャズ・フェスティバル 2026～国際女性デーコンサート	
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	2026年3月8日(日)
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	137名
概要	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した。ジャズやポピュラー音楽など多彩なステージを通じて国際女性デーを祝い、ジェンダー平等や女性のエンパワメントについて考える機会となった。また、チケット売上の一部をケア・インターナショナル ジャパンへ寄付いただいた。



2) 東北オクタゴンウォーク	
主催者	東北オクタゴンウォーク実行委員会
日時	2026年4月5日(日)
場所	宮城県 仙台市
参加者数	20名
概要	せんだいメディアテークを起点に、8方向へ広がる往復5kmのコースを歩きながら、沿道の協力店舗や地域の魅力に触れていただいた。また、健康ウォーキング指導士によるウォーキングレッスンや、ウォーキングモデルによるデモンストレーションのほか、地元の小・中学生、高校生による合奏や合唱、パフォーマンスも実施。参加者は全員が所定のルートを完歩し、健康づくりと地域交流を楽しむ機会となった。



3) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026 in 高岡 友情～一緒ならより強くなれる」	
主催者	ガールスカウト富山県連盟
日時	2026年4月5日(日)
場所	富山県 高岡市
参加者数	33名
概要	高岡駅から佐野の湧水まで歩いて水を汲み、おとぎの森公園では、途上国の女性や女の子が日々行っている水運びを体験した。その後、汲んだ水を背負いながら約7kmを歩き、彼女たちの負担や暮らしに思いを寄せた。また、国宝瑞龍寺などで「C」の写真撮影も行い、地域の人々にキャンペーンの趣旨を伝えながら交流を深めた。また、ケア・インターナショナル ジャパンへの寄付を通じた支援もいただいた。



4) 「Walk in Her Shoes × BlackRamsTokyo」 チャリティウォーク	
主催者	株式会社リコー、リコー社会貢献クラブ・FreeWill
日時	2026年4月5日(日)
場所	新宿御苑～秩父宮ラグビー場
参加者数	18名
概要	リコー社会貢献クラブ・FreeWillとリコーブラックラムズ東京が連携し、ラグビー観戦を通じて社会課題への参加機会を広げる「集まれ！秩父宮へ。3TRY イベント」を開催。本イベントでは、フードドライブやラグビー観戦とあわせて、「Walk in Her Shoes × BlackRamsTokyo」を企画。新宿御苑から秩父宮ラグビー場まで歩き、スポーツを楽しみながら社会課題への理解を深める機会となった。



5) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」 in 大谷大学	
主催者	大谷大学 社会学部 現代社会学科 三宮ゼミ
日時	2026年4月15日(水)
場所	大谷大学周辺
参加者数	18名
概要	本年度より、大学パートナーとしてご協力いただいている大谷大学にて、大学周辺を歩きながら地域の自然や文化、歴史ある産業などについて学ぶフィールドワークを実施した。参加者は地域課題や社会問題とのつながりを考えるとともに、社会貢献活動への参加を通じて国際協力や貧困問題への関心を深めた。



6) 歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」in 中央大学

主催者	中央大学
日時	2026年5月14日(木)、19日(火)
場所	中央大学 多摩キャンパス
参加者数	42名
概要	大学パートナーとしてご協力いただいている中央大学では、平日昼休みを活用した多摩キャンパス散策プログラムを実施した。参加者は多摩キャンパスの自然や風景を楽しみながらウォーキングを行い、健康増進を図るとともに、参加者同士の交流を深めた。歩くことをきっかけに国際協力や世界の課題について考える機会となった。



7) Let's try!!! 歩く国際協力 part VI

主催者	ガールスカウト岩手県連盟第 20 団
日時	2026 年 5 月 23 日 (土)
場所	岩手県 北上駅～九年橋せせらぎ公園
参加者数	20 名
概要	昨年に引き続き、岩手県北上市にて自主企画イベントを実施いただいた。参加者は JR 北上駅西口から九年橋せせらぎ公園まで、和賀川美化活動としてゴミ拾いをしながら歩いた。公園では、水汲み・水運び体験やクラフト作りも行われ、地域の環境美化活動と国際協力への理解を深めた。また、ケア・インターナショナル ジャパンへの寄付を通じた支援もいただいた。



9. オンラインイベント

1) 東ティモールとつないで LiveRun スペシャルセッション	
日時	2026年4月19日(日) 7:50~9:00
場所	オンライン (LiveRun アプリ) https://youtu.be/jRuEGvX28MY
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188名となった。



【4/19(日)】歩く国際協力「Walk in Her Shoes 2026」LiveRunスペシャルセッション



10. キャンペーン制作物

【2026 オリジナルTシャツ】

今年のオリジナルTシャツは、服部優奈様のデザインを採用し制作。
背面には、特別協賛および協賛法人のロゴをレイアウトした。

【服部様からのメッセージ】

女の子が、汚れた水のたった1滴を待ち望む姿を描きました。

「たった1滴、されど1滴」。その一滴を願い、祈るように待つ子どもがいます。

一方で、私たちは水を大量に消費しています。その1滴に命を握られている人がいることを忘れな
いでほしい — そんな思いを込めた作品です。



【東ティモール産コーヒー&コースターセット】

Walk in Her Shoes 15周年を記念し、100セット限定で東ティモール産コーヒー&コースターセットを販売。CAREが長年支援を続ける東ティモールで生産されたドリップコーヒー3袋と、吸水性に優れた白雲石入りコースターをセットにした商品で、完売した。



11. キャンペーン収益金の使途

本キャンペーンへのエントリー費および寄付金は、キャンペーンに関わる諸経費を除き、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」に活用されます。

東ティモールでは、多くの農村部において乾期の水不足が深刻であり、農業生産や人々の暮らしに大きな影響を及ぼしています。また、農業収入の不足や金融サービスへのアクセスの制約などにより、貧困から抜け出すことが難しい状況が続いています。



本事業では、貯水タンクや灌漑設備の整備を通じて、生活および農業に必要な水へのアクセス改善を図るとともに、乾期の野菜栽培や市場への販路拡大を支援しています。併せて、女性を中心とした住民の金融サービスへのアクセス向上を促進し、生業手段の多様化と世帯の生計向上を目指しています。

■事業紹介動画：

<https://youtu.be/I5NHZlKxMYw?si=CRICmroPAMKsGCcf>

■ストーリー紹介 | 水汲み労働からの解放を喜ぶビアトリスさん



「以前、私たちの地域では、農業のために遠方の川まで水を汲みに歩いていかなければならず、私は、毎日のように水でいっぱい重いバケツを農場まで運ばなければなりません。土地を耕し、苗を植え、その上さらに、作物に水をやるために長い距離を歩かなければならず、本当に大変な労働でした。

CARE の支援のおかげで、一年を通して作物を植えることができるようになりました。今では、乾期でもタンクに水を貯水でき、畑には点滴灌漑システムが敷設されたことで、遠くまで水を汲みに行く必要もなくなりました。私はこの活動に参加でき、本当に感謝しています。野菜を栽培することで、子どもの教育を支援し、食料を手に入れ、市場で売ることができるようになりました。」

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。
16年目を迎える「Walk in Her Shoes 2027」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