

事業報告書

2023年度

自 2022年7月 1日

至 2023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

2023 年度 事業報告

活動の概要

今年度のケア・インターナショナル(CI)年次総会は、2023 年 6 月にモロッコ、マラケシュにおいて開催された。この総会は、CI の 2030 年度までの長期ビジョンである、「CARE ビジョン 2030」の下での活動の実績を振り返る機会となった。

当初 2 年間である 2021-2022 年度の実績としては概ね計画に沿った進捗を実現したとの評価がなされる一方、より一層地域主導で持続可能な支援のあり方を目指して地場パートナー団体との協働や人道支援と開発支援との連携を強化する必要性が確認された。

また、同ビジョン策定後の世界を取り巻く環境の変化、とりわけコロナ禍において一段と拡大した地域間の格差、深刻化の一途を辿る気候変動、激化する紛争と増大する難民、ウクライナ危機に端を発する世界的食糧危機と飢餓問題の悪化等を踏まえ、緊急人道危機により迅速かつ効率的に反応できる新たな体制を早急に構築することも合意された。

このような環境変化の中で、ケア・インターナショナル ジャパンは、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、ジェンダー問題を最優先課題として以下のような国内外の活動を行った。

1. 事業部署(公 1)では、東ティモールにおける外務省 NGO 連携無償資金協力事業(N 連事業)である「エルメラ県アッサベ郡農業用水改善事業」を、ジェンダー分析の結果を踏まえて策定された活動計画とモニタリングフレームワークにのっとり継続実施した。また、同 N 連事業が 2024 年 2 月に終了することから、現行 N 連事業の成果と課題を踏まえて新規 N 連事業を形成した。(2023 年 7 月末に外務省に申請済)。東ティモールにおけるケアの長年の開発協力に対して、同国独立 21 周年にあわせ在京東ティモール大使より感謝状の贈呈を受けた。
2. 「タイ青少年リーダーシップ育成事業」を先行事業での教訓を組み込んだ事業計画に基づき実施し、2023 年 6 月に終了した。また、10 年の歴史を持つ東ティモールにおける学習教材「ラファエック」を通じた自立支援事業についても継続して実施した。
3. 海外事業の実施および新規事業形成のためのコミュニケーションを通じて、特にアジア地区の現地事務所やケア組織(東ティモール、タイ、インド)との協力関係を強化した。
4. マーケティング部署(公 2)では、(1)個人支援者の維持・拡大、(2)企業連携の維持・拡大、(3)支援組織の維持・拡大、(4)広報・ブランディング強化の4つの基本戦略に基づき、ファンドレイジングおよび広報に係る様々な施策を実践した。
5. 特に今年度において注力し、当財団における 5 か年成長戦略実現に向けて柱となりつつある主要施策は、(1)F2F を中心とした継続寄付者(MGP)、(2)東京マラソンチャリティ、(3)歩く国際協力「Walk in Her Shoes」という、いずれも個人支援者をターゲットとするファンドレイジング施策である。
6. これに加えて、ウクライナ危機の長期化やトルコ・シリア地震の発生を捉え、クラウドファンディング等

オンラインを中心に継続した緊急募金活動の展開を図ったことで、これが、全体の寄付金収入を押し上げた。

7. その他、企業連携の強化による大口寄付や特別協賛の拡大傾向が見られた。一方で、CARE 支援組織の維持・拡大においては、コロナ禍での中長期に亘る活動休止や役員・会員の高齢化などにより、会員減少や組織運営の低迷を招くなどの課題もあり、一組織が解散することとなったが、寄付の収入額としては前年度比大幅な増加を実現した。
8. 管理部署（法人）では、新たに女性理事 2 名を招聘し、リーダーシップ体制を充実させると共に、理事会メンバーのジェンダーバランスを平準化した。
9. また、コロナ禍により永らく中断されていた海外出張を再開し、ケア年次総会、事務局長会議、アジア地区戦略会議等のケアの各組織との会議に対面で参加したほか、東ティモールでの事業地視察も実施した。また、代表理事（副理事長）の海外訪問の機会を捉え、ポーランドではケアによるウクライナ難民に対する支援状況を視察したほか、米国ではケア米国本部と人道支援活動における日本の役割についても協議した。
10. さらに、JANIC が制定した ASC（カウンタビリティ—セルフチェック）2021 と呼ばれる NGO の内部統制に関わる 44 項目の自己診断を実施し、内部統制の見直し、強化を図った。
11. アドボカシー活動としては、G7 広島サミットに向けて、市民社会の連合体（C7）を通じた「人道支援と紛争」に関する政策提言を実施した他、日本が 2023-2024 年の 2 年間に亘り国連安全保障理事会の非常任理事国を務めることから、アフガニスタン支援およびトルコ・シリア地震被災地に対する資金援助に関わる国際 NGO の総意としての要望書を日本国外務省に提出した。

I. 事業部署【公1】

1. 実施事業

海外支援事業については、以下の5事業を実施した。

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④	新	ウクライナ、ルーマニア、モルドバ	ウクライナ危機緊急支援事業	支援組織、企業、個人
緊急⑤	新	トルコ、シリア	トルコ・シリア地震被災緊急支援事業	支援組織、企業、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。

2. 基本戦略と活動実績

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、2021年度に実施したジェンダー分析(GPA: Gender & Power Analysis)と、その結果を踏まえて策定された活動計画とモニタリングフレームワークにのっとり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」を継続実施してきた。更に、2022年度からは、セクシャルハラスメント、児童虐待、ハラスメント防止(PSEAH: Protection from Sexual Exploitation, Abuse and Harassment)、についても重点的に取り組み、2023年度も継続して受益者を含めた事業関係者にPSEAHへの理解とその条件に則った行動の徹底を図り、事業実施中にPSEAHに関する懸念事項が発生した場合に安全に通報する方法について周知を図った。 B) 先行事業からの学びと教訓 ・2021年度からの継続事業である「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年度に策定しそれに基づき実施した。 ・継続実施中の東ティモール現行N連事業が2024年2月に了することから、現行N連事業の成果と課題を踏まえて新規N連事業を形成した(2023年7月末に外務省に申請済)。
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 ・2022 年度の東ティモール現行 N 連事業の 2 年次申請では、外務省での審査と承認手続きが大幅に遅れた結果、1 年次終了時から約 1.5 ヶ月間のギャップが発生したが、3 年次申請については、審査過程における大幅な遅れもなく承認され、2023 年 2 月 14 日から計画通り開始となった。
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。 ・インド事務所と連携し Takeda Global CSR にプライマリヘルス事業(4 ヶ年事業)を 2023 年 10 月に申請した。第一次審査の段階で候補には残らなかったが、本公募への申請を通して、インド事務所とは集中的にコミュニケーションを取り概ね良好な関係性が築けた。審査後、Takeda 側の担当者と申請案件の振り返りを行った。本申請事業については Takeda からのフィードバックも踏まえ分かりやすい形に修正、または規模を大幅に縮小する等し、ファンディングの機会を探ることを検討する。
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
F) 政府系ドナーとのより良い関係性の構築 ・東ティモール新規 N 連事業の申請にあたっては、現地の日本人駐在員と連携し、在東ティモール大及び外務省民連室と適宜、必要とされる事前相談のプロセスを経て、申請プロセスを進めた。 ・現行 N 連事業の 3 年次申請にかかる外務省民連室からの様々な照会事項については迅速かつ正確な対応を行った。 ・N 連事業制度の改善については、NGO 連携推進委員会を通してインプットを行った。
2. 内部関係者との連携
G) 緊急支援事業の取り組み強化 ・2023 年度では、ウクライナ危機緊急支援とトルコ・シリア地震被災緊急支援にかかる CI からの緊急募金要請に応え、現地への支援活動に寄与した。

【活動実績】

- 1) 学習雑誌の配布:2022 年 7 月～12 月の半年間で 2 回、計 1,617 校の学校に配布。

雑誌の種類	受益者数
コミュニティ・ラファエック (子どもの保護者等の成人)	各回平均 103,967 世帯
ラファエック・キーク(就学前及び小学 1・2 年生)	各回平均 54,674 人の男児、51,060 人の女児
ラファエック・プリマ(小学 3 年生～6 年生)	各回平均 65,328 人の男児、60,421 人の女児
ラファエック・バ・マノリン(教師)	各回平均 4,519 人の男性教師、5,227 人の女性教師

- 2) オンラインサービスの拡充:

- ・Facebook: フォロワー数 150,260(前年度 144,000)。東ティモールで 5 番目のフォロワー数。
- ・ホームページ: 半年間のアクセス件数 6,321 件。
- ・YouTube チャンネルの開設: 半年間で 520 人が視聴し 183 人がチャンネル登録。

- 3) スポンサーシップ: スポンサー契約を結んだ援助機関がラファエック媒体に様々な情報を発信。

半年間の収益 128,000ドル(2020 年度から 2022 年 12 月までの収益合計 1,800,000ドル)。

【成果と課題】

- 1) 成果: 学習雑誌の効果

- ・ラファエック雑誌を利用した生徒の方がそうでない生徒より読解能力で優れる(5%高い)。
- ・ラファエック雑誌を読んだ世帯の方がそうでない世帯より貯蓄をするようになる(13%高い)。

- 2) 課題: 納期の短縮化問題

雑誌を海外で印刷しているため、発注からディリまでの輸送に 2 ヶ月を要する。

国内での印刷の可能性を模索。KOICA が東ティモールに供与した印刷機の活用について教育省と協議するが、印刷機の維持管理に追加コストがかかることから教育省の負担が大きく実現に至らず。



開発支援事業② タイ国 理数系(STEM)教育を通じたリーダーシップ育成事業(第 2 期 3 年次)

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 (3 年次:2022 年 4 月～2023 年 7 月)		
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	1,448 千円(総事業規模 30,000 千円)		
実施期間	第 2 期:2020 年 4 月～2023 年 7 月(3 年 4 ヶ月間)		
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拓ける。		

【活動実績】

課題領域	目的	活動実績(3年間)
生徒の能力向上	卒業後、社会で生きてゆくための職能と社会人として必要なリーダーシップやライフスキルを、様々な課外活動と職業グループ活動を通して身に着ける	・リーダーシップ&STEM キャンプ - STEM キャンプでは、日産タイとの連携でエコスクール活動を実施 - 外部講師を招いてジェンダー平等に関するセッションを実施 ・職業グループの形成と実践活動(ビジネス計画から製造、販売までの実践活動) ・成果発表会/マーケットフェア/相互訪問 ・STEM を実践する現場の視察 - 日産ファクトリーの視察を通して環境負荷削減の実践例を学ぶ
外部アクタとの連携	職能に関する生徒への技術支援や資機材支援等を通して、生徒の職業活動をサポートする	・タイ日産や外部団体(例Galileo)との連携: 外部の専門知を得て環境教育を実施 ・地域の起業家や職人からの協力: 職業グループへの技術指導(例: パン・菓子の製造指導等)や資機材支援(例: パン工場の建設等) ・マーケットフェアの開催
教師の能力向上	生徒が継続的に職業グループ活動に取り組めるように教師による持続的なサポート体制をつくる	・リーダーシップ&STEM&ジェンダー養成者訓練 ・メディアプロダクション研修 ・職業グループの生徒へのコーチング

【成果と課題】

1) 成果: オンライン研修の標準化

- ・コロナ禍での試行錯誤を経て、主要な研修については、オンライン実施の手順が整備され、研修カリキュラムも対面式を想定した内容からオンラインも想定した内容にする等、コロナ禍での事業の最適化が進む。
- ・研修カリキュラムに加え、教師向けのメディアを活用したマニュアルも完成。事業終了後も、これら成果物を有効利用することで活動の継続性が期待される。

2) 課題: 活動の集約化による体験不足

1 年次～2 年次後半にかけ度重なる学校閉鎖で、対象学校での職業グループの形成は 3 年次にずれ込む。このため、体験型活動(成果発表、マーケットフェア、相互訪問等)が 3 年次に集中し活動の集約化を余儀なくされ、生徒の起業体験の時間は当初の計画より大幅に縮小。



開発支援事業③ 東ティモール国 エルメラ県アッサベ郡農業用水改善事業 2年次～3年次

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(291人:女性147人、男性144人)と12集落内住民4,217人(世帯数910)		
事業規模	52,245千円(総事業規模:約160,950千円)		
実施期間	2020年3月31日～2024年2月13日(うち、3月31日～10月31日の約7ヶ月間と2021年1月1日～2月13日の約1.5ヶ月間は中断期間)		
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】

達成事項	活動内容
野菜の通年栽培を可能とする環境を整備	2年次対象の7集落にて、計164人(うち女性76人)から成る7つの農民グループの共同農地に水が供給できるように農業用水設備を造成し、計787.5 m ² の野菜苗床に点滴灌漑を設置。
農業用水設備を維持するための体制を整備	設備が長期的に維持管理されてゆくように、7農民グループが主体となった維持管理委員会(各グループ6名の計42名)を設立し、各維持管理委員会で規定を策定。
設備と農地が適切に維持管理されるように農民グループメンバーの能力を強化	農民グループメンバーを対象に、取水と土壌管理研修、設備の保守修繕研修、修繕費の集金管理研修等を実施。様々な能力強化研修によって得た知識と技術を定着させてゆくため、2年次以降3年次にかけては、定期的な指導と振り返り研修の機会を設ける。
メンバー間での意見集約と合意形成について実地で学ぶ機会を提供	維持管理委員会の定例会合を2年次では計9回実施。同定例会合では、設備の維持に関するセッション以外に農村地域の生活向上に繋がる情報発信やジェンダー平等に向けた啓発にも取り組み、地域住民にも広く参加を募り、2年次では延べ569人の地域住民が同定例会合に参加。

【成果と課題】

1) 成果:持続可能な農業

- ・収穫した野菜の販売:収入創出で農民のモチベーションを高めることに貢献。
- ・有機農業:環境への負荷が少なく土壌の質を改善。長期的に見て収量が低下せず、持続可能な農業生産に繋がる。

2) 課題:活動に積極的でないメンバーの存在

資金管理についての説明責任の欠如、不公平感に起因するメンバー間の不和により、農民グループ活動に消極的になる、より多くの現金収入を得られる活動や地域の伝統行事への参加を優先させる等。



(2) 緊急・復興支援事業

緊急支援事業④ ウクライナ及び周辺国 ウクライナ危機緊急支援事業

区分	緊急④	国	全世界
事業名	ウクライナ危機緊急支援事業		
対象地域	ウクライナ、モルドバ、ルーマニア		
対象者	● 2022 年 2 月～2023 年 2 月 1 年間の支援者数 ・ウクライナ国内避難民：716,741 人 ・ルーマニアに逃れた避難民：約 80,000 人 ・モルドバに逃れた避難民：約 3,500 人		
事業規模	24,965 千円（総事業規模：6,031,533 米）		
実施期間	2022 年 6 月～2024 年 5 月 31 日（2 年間）		
主支援者	個人、企業、支援組織等		
事業目標	ウクライナ避難民の命と尊厳の確保		

【活動実績】

軍事進攻以降、CARE は主に欧州のメンバー国が主導する形で 35 の現地パートナー団体と連携しウクライナ国内とその周辺国（ポーランド、ルーマニア、スロバキア、モルドバ）で支援活動を展開。2023 年 2 月までに避難民約 98 万 9,700 人に支援を届けた。（・注：当財団からの支援金はウクライナ、ルーマニア、モルドバに充てられた）

支援セクター	受益者数
食糧・栄養支援	650,162 人
水と衛生に関わる支援	254,976 人
医療、健康に関わる支援	161,536 人
現金やバウチャーでの経済的支援	67,655 人
保健サービス	51,420 人
宿泊支援	49,804 人
教育支援	24,370 人
ジェンダーに基づく暴力の予防と保護	7,868 人
性と生殖に関わる権利に関する支援	1,282 人

【今後の課題】

復興に向けた取り組み

1) 中長期的な心のケア

今後数年間で約 1,500 万人に心のケアが必要。戦火が収束しても、長期に亘る心のケアを講じてゆく必要性は高い。

2) 現地パートナー団体の能力強化

中長期でのコミットメントが求められる復興支援では、現地パートナー団体のキャパシティが復興の成果を左右。様々な機会を通してパートナー団体の能力を強化。



3) 生活の基盤整備

- ・受け入れ国での生活が長期化するに伴い、生業の確保、保健医療へのアクセス、受け入れ地域への溶け込みといった避難民の懸念に対して、中長期的な視点での取り組みが必要。
- ・ウクライナ避難民を受け入れている周辺国は経済的に豊かな国ではなく、避難民受け入れによる社会的・経済的な影響は小さくない。経済的に脆弱な受け入れ地域の住民への配慮も長期化に伴い必要。

緊急支援事業⑤ トルコ・シリア北西部 トルコ・シリア地震被災緊急支援事業

区分	緊急⑤	国	全世界
事業名	トルコ・シリア地震被災緊急支援事業		
対象地域	シリア北西部:アレppo県、イドリブ県 トルコ:ガズィアンティップ県、ハタイ県		
対象者	シリア北西部被災者約 90,000 人 / トルコ被災者約 100,000 人		
事業規模	893 千円(総事業規模:28,319,054 米ドル<トルコ 15,304,500 ドル/シリア 13,014,554 ドル>)		
実施期間	2023 年 2 月～2023 年 6 月(初動期:4 ヶ月)		
主支援者	個人、企業		
事業目標	被災地域の人命を救うための支援を提供する		

【活動実績】

CARE は 2022 年 2 月の地震発生以前からシリア北西部で人道支援活動を展開しており、地震発生後も、この地域で長年活動している CARE トルコが中心となり、現地のパートナー団体と連携して活動を行う。食糧、シェルター、保健医療、生活用品配布、水と衛生、保護等の支援分野において、6 月までにシリア北西部で 678,736 人、トルコで 64,835 人に支援を届けた。

【今後の課題】

命を繋ぐ緊急支援から生活再建に向けた復興支援

- ・小規模ビジネスの起ち上げや再開、拡大による被災地の復興支援
- ・女性のエンパワメント:特に女性の生活再建を支援することは、生活の様々な局面で男性と比して脆弱な立場にある同地の女性のエンパワメントに繋がる(例:女性起業家を対象としたリーダーシップ研修の実施や助成金の提供)。



II. マーケティング部署【公2】

【主要施策一覧】

I 個人支援者の維持・拡大

1) リード・ジェネレーション

- ・歩く国際協力「Walk in Her Shoes」
- ・東京マラソンチャリティ
- ・クラウドファンディング
- ・ポータルサイト
- ・あつめて国際協力

2) 都度寄付者の支援機会の拡大

- ・ダイレクトメール
- ・オンライン募金

3) 継続寄付者の新規獲得・維持

- ・MGP(CARE マンスリー・ギビング・プログラム)※F2F(路上等での継続支援者勧誘)
- ・賛助会員、準賛助会員

4) 大口支援者による支援

- ・大口支援者
- ・遺贈

II 企業連携の維持・拡大

- ・広報・ブランディング(ウェブサイト、イベント)
- ・大口支援者
- ・法人会員
- ・事業連携(タイ日産事業)
- ・緊急支援募金(ウクライナ/トルコ・シリア)
 - ・社員参加／プロボノ
 - ・商品・サービス提供

III 支援組織の維持・拡大

- ・開発支援(農業用水改善事業)
- ・緊急支援(ウクライナ/トルコ・シリア)
- ・会費
- ・交流・活動報告イベント

IV 広報・ブランディングの強化

- ・デジタル(ホームページ、メールマガジン、SNS)
- ・紙媒体(年次報告書、ニュースレター)
- ・活動報告会、支援者交流イベント

【公 2 主要施策別収入】

主要施策			FY22 実績	FY23 実績	FY23 予算	FY23 予実比	FY24 特記事項
個人	寄 付 金	MGP (F2F) ※個人 FR 最重 要施策	6,267,000	8,998,000	13,500,000	66.7%	・ 新規支援者獲得実績 名古屋地区 190 名、首都圏 59 名
個人	寄 付 金	MGP (F2F 以 外)	7,000,000	7,802,000	7,097,000	109.9%	・ ウクライナ寄付者からの移行 41 名 ・ 創立 25 周年入会キャンペーン 8 名
個人	寄 付 金	DM (特 定 寄 付 含 む)	3,876,504	5,108,112	2,700,000	189.2%	・ 夏募金/35 周年募金 : 103 万円 (予算 比 257%) ・ 冬募金 : 253 万円 (予算比 253%) ・ 春募金 : 55 万円 (予算比 137%)
個人	会 費	会費	465,000	400,000	430,000	93.0%	
個人	寄 付 金	ポータルサイト (特 定 寄 付 含 む)	2,318,429	12,299,877	10,580,000	116.3%	・ ウクライナクラファン(1 回目) 660 万 ・ ウクライナクラファン(2 回目) 340 万 ・ トルコ・シリア地震クラファン 150 万
個人	寄 付 金	オ ン ラ イ ン (特 定 寄 付 含 む)	6,527,128	4,404,565	930,000	473.6%	
個人	寄 付 金	WiHS (Walk in Her Shoes; 法人寄付 を含む)	15,795,272	14,106,630	15,360,000	91.8%	・ 参加人数 : 3,505 人 (昨年度比 87.2%) ・ 左記実績のうち、法人協賛・参加費 : 1,037 万円 ・ 収益 : 1,087 万円 (昨年度比 92.9%) ・ ROI : 435.4 (昨年度比 101.3%)
個人	寄 付 金	あつめて国際協 力	1,008,993	978,907	1,000,000	97.9%	
個人	寄 付 金	東京マラソン	1,400,000	13,619,514	12,060,000	112.9%	・ TM2023 : 1,257 万円 / 64 名 ・ TLH2023 : 105 万円 / 21 名
個人小計			44,658,326	67,717,605	63,657,000		
主要施策			FY22 実績	FY23 実績	FY23 予算	FY23 予実比	FY24 特記事項
法人	会 費 ・ 寄 付 金	法 人 連 携 (WiHS は除く)	14,647,059	18,005,322	8,600,000	209.4%	・ 会費 : 455 万円 ・ 一般寄付 : 939 万円 ・ 特定寄付 : 406 万円
支援 組織	会 費 ・ 寄 付 金	支援組織	12,101,896	16,240,399	13,850,000	117.3%	・ 東ティモール : 465 万 (前年度は未請 求) ・ 会費 : 690 万円 ・ その他 : 469 万円
法人・支援組織小計			26,748,955	34,245,721	22,450,000		
合計			71,407,281	101,963,326	86,107,000	118.4%	

MGP(CARE マンスリー・ギフト・プログラム)／新規獲得(主にF2F)

ハイライト

- 収入実績: F2F 9 百万円(予算比 67%)、F2F 以外 7.8 百万円(同 110%)
- 名古屋および近隣での F2F 活動の継続により、新規個人寄付者 190 名を獲得(累計寄付額 8,437,000 円)
- 首都圏での F2F の活動を開始。新規個人寄付者 59 名を獲得(累計寄付額 448,000 円)

【目的】

- 中長期的な視座に立った事業および組織運営に必要な資金を、多くの個人から安定的に調達し、当財団の成長戦略の柱とする。

【年度目標/計画】

- 名古屋および近隣での F2F 活動による新規獲得 915 人、累計寄付金額 9,500,000 円
- 関東圏での F2F 活動による新規獲得 708 人、累計寄付金額 4,000,000 円

【実施内容／実績】

- F2F 専門業社との定期的な情報共有や、ピッチカード・パネル・配布物等の見直し等により、F2F 活動の改善を行い、新規寄付者合計 249 名を獲得。特に、愛知県での施設内開催において、比較的良好な結果を得た。
- 関東圏での F2F 活動を開始。早期に軌道に乗せるため、当財団の役職員が現場視察し、スタッフ激励のほか、業者に対しては具体的改善策を提示するなど、迅速に対処した。また、複数の都内郵便局でのトライアル実施を行った。

【課題】

- スタッフの安定的確保と体調・メンタルケア、モチベーションの維持、現場リーダーの育成強化。
- 気候に影響されることなく安定した F2F 活動を可能にし、かつ団体の信頼性を示せる屋内施設の開拓。
- 関東圏での獲得実績が思うように伸びず、開始からほぼ 1 年間、2023 年 8 月末での活動終了が決定。今後は、愛知県を基盤に活動する業者との連携をさらに強化し、活動エリアや人員体制の拡大を図る。
- 特に入会初年度の退会率を下げるためにテレマーケティングを開始したが、退会率は約 17%と大幅な改善は見られず。次年度は、テレマの時期、頻度、スクリプト他、支援コミュニケーション全体を見直し、退会率の低減に努めることが必要。



MGP(CARE マンスリー・ギフト・プログラム)／ステップアップ・アップグレード・退会防止等

ハイライト

- READYFOR でもキャンペーンを行い、新規ウクライナ寄付者から計 41 名の継続支援者を獲得。
- 35 周年募金と合わせた新規・増額キャンペーンを実施。実績 8 名(新規 6 名・増額 2 名)。
- 主に F2F による申込者に対するテレマーケティングを実施。176 件コールし、退会率が減少。

【目的】

- 既存支援者の支援継続と支援の増額を促し、事業及び組織の財政基盤を安定させる。

【年度目標/計画】

- ウクライナ寄付者を主ターゲットとして、MGP への移行キャンペーンを実施
- 35 周年募金と合わせた新規・増額キャンペーンによる新規寄付者獲得

【実施内容／実績】

- ウクライナ寄付者から MGP への移行者実績
41 名、年額 731,000 円、目標達成率 365%
- 35 周年募金と合わせた新規・増額キャンペーン
期間：2022 年 8 月 1 日～10 月 31 日
特典：ラファエック最新号(一部和訳付き)
獲得実績
 - － 人数：8 名(新規または増額)獲得、目標達成率 80%
 - － 金額：15.3 万円、目標達成率 170%
- 1 月の合算領収書送付時に特別レポート同封



これからも、皆さまの継続したご支援と想いを、確実に現地に届けて参ります。
(上) ポーランドで学習支援を受ける、ウクライナ難民の子どもたち ©Haagen Hooge

XX XX様

XX年間 毎月の寄付を通じてご支援いただき ありがとうございます

私たちがこれまで活動を通じてこれらのは、一面に皆さまからの継続的なご支援の賜物です。長きに亘り温かいご寄付を賜り、スタッフ一同、心から感謝申し上げます。

ウクライナ戦争の影響による食糧危機や物資の不足、そして気候変動による災害の頻発によって、世界中の多くの人々、特に女性や女子の状況はより厳しくなっています。このような時だからこそ、私たちは支援の歩みを止めることなく、確実に、誠実に支援を続けてまいります。

多くの皆さまから温かいお心をお寄せいただいていることに感謝して、困難な状況にある人々に寄り添い、人々の笑顔そして希望をつなぐことができるよう、活動に尽力してまいります。

今後とも、貧困のない、豊かで公正な世界を目指すケアインターナショナルジャパンをご支援くださいますようお願い申し上げます。

- 周年記念者 58 名へサンクスカード送付

- テレマーケティングで 176 件(入会時 100 件、入金時 76 件)架電、退会率の減少につなげた。(F2F の退会率が 27.6%から 24.3%にわずかに減少)

【課題】

- READYFOR でのマンスリーサポーター獲得キャンペーンにおいて、ウクライナを前面に押し出した内容だったため、ウクライナ特定寄付との誤解を招いた(これに対する対応として、2022 年内の支援はウクライナ特定に変更し、2023 年 1 月以降より一般寄付)。新規支援者に向けたアピールは特に分かりやすい情報発信を心掛け、一般寄付である点を明確に伝える必要あり。

● 歩く国際協力「Walk in Her Shoes」

ハイライト

- 収入実績: 14 百万円(予算比 92%)
- Walk in Her Shoes 2023 の収入が 2 年連続で 1,400 万円超。
- ROI が 435.43%と、費用対効果の高いキャンペーンを実施。
- オンライン「好きな時間、好きな場所で歩く」リピーター数の増加(前年比 134.1%)

【目的】

- 水問題を通じて、途上国の「女性や女子」の現状を広く知らせ、啓発する。また、「歩く」というシンプルな方法で老若男女問わず幅広く参加できる国際協力機会を提供し、活動資金を獲得する。

【年度目標/計画】

- Walk in Her Shoes 2023 の収入目標 14,910,000 円
- 「好きな時間、好きな場所で歩く」の合計歩数 15 億歩 / 「C」の写真の SNS への投稿枚数 3,000 枚

【実施内容／実績】

- 「好きな時間、好きな場所で歩く」の申込期間を見直し(募集期間を 2 つに分け、かつ期間を延長)により、事務局の受付対応改善と申込促進を図った(申込者は前年比 89.6%の 2,697 名、延べ参加数は前年比 87.2%の 3,508 名)。
- 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・協力を得た(延べ 57 団体)。協賛金額は昨年度を上回り、「好きな時間、好きな場所で歩く」の参加者数は、企業からの参加者が 7 割を占めた。
- 歩数と「C」の写真の投稿による寄付の拡充期間を設定。また、「寄付が 2 倍」もっと応援チャリティを募集し、参加費とは別途プラスαの寄付金獲得に努めた。
- オフラインのウォークイベント 1 回とオンラインイベント 3 回を開催し、参加者のモチベーション向上と申込促進を図った。また、全参加者に対して、隔週で定期通信メールを配信し、参加者への啓発と情報共有を行った。
- 次年度に向けて改善事項を洗い出すため、キャンペーン終了後にウェブアンケート調査を実施(「次年度も参加したい」と回答した人は 35%に留まった。「今のところ未定」が 43%)。

【課題】



- 「好きな時間、好きな場所で歩く」の個人の新規申込者が大幅に減少(前年比 58.8%)したため、個人申込者を増やすための対策を行う。
- SNS への「C」の写真投稿枚数が昨年度から減少傾向にあり、今年度は前年比 66%。SNS の活用方法を検討する。
- 学生パートナーの参加団体が減少。



● 東京マラソン&東京レガシーハーフマラソン

ハイライト

- 収入実績:13.6 百万円(予算比 113%)
- 東京レガシーハーフマラソン 2022 チャリティランナーへのホスピタリティ 満足度 89%
- 東京マラソン 2023 チャリティ: 出走 64 名、寄付総額 ¥12,568,514、満足度 88.2%
- 東京レガシーハーフマラソン 2023 チャリティ: 出走予定 21 名、寄付総額 ¥1,051,000

【目的】

- 世界的なスポーツチャリティへの参加を通じた広報と、新規支援者の獲得。
- ケア・インターナショナルの高い認知度を活かした、海外在住者からの支援獲得。

【年度目標/計画】

- 東京レガシーハーフマラソン 2022 チャリティランナーへの丁寧なホスピタリティ(2022 年度入金)
- 東京マラソン 2023 チャリティ 予算 1,000 万円
- 東京レガシーハーフマラソン 2023 チャリティ 予算 200 万円

【実施内容/実績】

- 東京レガシーハーフマラソン 2022 (2022 年 10 月 15 日開催)
チャリティランナーに対して、次のホスピタリティを実施
 - CARE オリジナル T シャツ、タオルのプレゼント(満足度 77.8%)
 - 合同練習会&懇親会の実施(5 名参加、満足度 100%)
 - フィニッシュ後のチャリティブースにおいて記念撮影、記念品(トートバッグ)、お礼状贈呈(満足度 77.7%)
- 東京マラソン 2023 チャリティ (2023 年 3 月 3 日開催)
予算達成率 125.7%、全体満足度 88.2%
 - EXPO へのブース出展、CARE オリジナル T シャツおよびキャップのプレゼント(満足度 91.4%)
 - EXPO 会場付近での懇親会開催(参加者 12 名)
 - フィニッシュ後の個別ルームにて、軽食とマッサージを提供(満足度 82.4%)
 - 東京マラソン 2024 チャリティへの友人紹介 5 名
- 東京レガシーハーフマラソン 2023 チャリティ 予算達成率 52.6%



【課題】

- 東京レガシーハーフマラソンは 2022、2023 とともに大会全体でもチャリティ募集に苦戦している状況。大会自体の認知を高めるとともに、リピーターの確保、初心者向けのアピールを強化する。
- 東京マラソンは 8 割が海外在住者のため、英語での発信を強化。

● クラウドファンディング

ハイライト

- 収入実績:12.3 百万円(予算比 116%)
- ウクライナ 1st <READYFOR> 寄付総額 6,657,000 円
- ウクライナ 2nd <READYFOR> 寄付総額 3,411,000 円
- トルコ・シリア地震 <コングラント> 寄付総額 1,507,000 円

【目的】

- 主に新規支援者からの緊急支援活動に向けた資金獲得と、団体/活動についての認知度向上。

【年度目標/計画】

- 予算 1,000 万(ウクライナ 1st : 700 万、ウクライナ 2nd : 300 万)

【実施内容／実績】

- ウクライナ 1st <READYFOR>
 タイトル：ウクライナ緊急支援 | 国内に留まらざるを得ない人々に人道支援を
 期間：2022 年 3 月 2 日～5 月 31 日
 目標金額：100 万円(ネクストゴール設定: 700 万円)
 支援者数：405 人、寄付総額：6,657,000 円
- ウクライナ 2nd <READYFOR>
 タイトル：ウクライナ支援 | 難民の 9 割を占める女性・子どもたちの明日を支えたい
 期間：2022 年 12 月 1 日～2023 年 2 月 28 日
 目標金額：300 万円(ネクストゴール設定：400 万円)
 支援者数：189 人、寄付総額：3,411,000 円
- トルコ・シリア地震 <コングラント>
 タイトル：トルコ・シリア地震 被災者緊急支援募金のお願い
 期間：2022 年 2 月 13 日～2023 年 5 月 15 日
 目標金額：150 万円
 支援者数：37 人、寄付総額：1,507,000 円



【課題】

- ウクライナ支援は注目度が引き続き高く、READYFOR の既存登録者数も多いことから、目標金額を達成。既存の WEB、メルマガ、SNS といった自団体メディア以外の媒体を使ったアピールや、関係者からの口コミをさらに強化すれば、ネクストゴール達成も見込めた。
- トルコ・シリア地震はコングラント自体が既存登録者をほぼ持っておらず、自団体の既存支援者へのアピールが主となったため、独自の募金と重なってしまい苦戦。今後は READYFOR のみで行う。

● DM(ダイレクトメール)/オンライン募金

ハイライト

- 35 周年記念募金の実施に加え、ウクライナ特定寄付が昨年度に引き続き好調傾向。
- DM(夏募金/35 周年募金、冬募金、春募金)および年次報告書・ニュースレター同梱振込用紙による寄付金 5,108,112 円 (予実比 189.2%、昨対比 131.8%)
- 当財団ウェブサイト経由でのオンライン寄付金 4,404,565 円(予実比 473.6%、昨対比 67.5%)

【目的】

- 既存支援者からの定期的なりピート寄付を獲得する。また、マンスリー支援者へのアップグレードを目指す。
- 大部分を占める郵便振替での寄付に対して、オンライン寄付比率を上げ、若年層の支援者層を拡充する。

【年度目標/計画】

- 予算:140 万(夏募金 40 万、冬募金 100 万、春募金 40 万)

【実施内容/実績】

- 夏募金/35 周年募金 寄付額: 1,029,506 円(予算達成率 257%、昨対比 205%)
 - テーマは「ラファエック」。周年募金として実施し、長期支援による効果(インパクト)にフォーカスして文章作成。また、昨年より送付数を 300 通以上増やし、サイズも A4→A3 に変更し、寄付額が大幅アップ。
 - オンライン寄付も昨年 5 件→今年 15 件と 3 倍に増加。
- 冬募金 寄付額: 2,530,446 円(予算達成率 253%、昨対比 193%)
 - テーマは「食糧危機」。表紙を 2 パターン作成して AB テストを行ったところ、ウクライナ表紙の方がソマリア表紙よりも寄付額、寄付率ともに 3 倍近く、明らかに好反応だった。
 - 全体の約 4 割をウクライナ特定寄付が占めており、その 99%がオンライン寄付、38%が新規であることが特徴的。
- 春募金 寄付額: 547,000 円(予算達成率 137%、一昨年対比 123%)
 - テーマは「子どもたちが抱える困難」。一昨年より寄付金額は約 10 万円伸びたが、寄付率が△3.4%。Walk in Her Shoes(WiHS)、国際女性デー、東京マラソン、トルコ・シリア地震緊急募金及び同クラウドファンディングと時期が重なり、支援が分散。
 - オンライン比率は 23%と微増傾向をキープ。



【課題】

- 春募金時期に、複数主要キャンペーンが重複。FY24 より春募金は停止し、WiHS、国際女性デー、東京マラソンのキャンペーンに注力する。支援者に向けても夏募金、冬募金の年 2 回に集中させることで、効率的・効果的なファンドレイジングにつなげる。
- オンライン比率のさらなる上昇が課題。ウェブ更新頻度のアップ、SNS との連携の更なる強化を図る。
- 季節募金と緊急支援募金やクラファンとの時期が重なる際には、異なるターゲット設定が必要。季節募金(一般寄付)は高齢層、郵便振替が中心、一方、緊急支援募金やクラファンは若年層、オンライン中心で考える。

法人連携

ハイライト

- 収入実績:18 百万円(予算比 209%)
- 緊急支援募金やキャンペーン参加などを通じた大口寄付法人(100 万円以上)の増加。
- Walk in Her Shoes2023 参加・協力法人数は、延べ 57 法人となり、過去最多に。協賛金も増。
- 2017 年から 6 年間に亘る日産自動車及びタイ日産支援による事業が終了。

【目的】

- 企業や団体からの資金獲得による財源の多様化と事業規模の拡大

【年度目標/計画】

- 大口寄付法人との関係強化
- Walk in Her Shoes での法人連携の維持・拡大と業務効率化

【実施内容／実績】

- 日産自動車、カランマス・セジャトラ社、**ソリエテジェネラル**、デッカーズジャパンなど計 7 社から 1,500 万円を超える寄付金を獲得した(法人寄付全体の 54.7%)。
- Walk in Her Shoes2023 参加・協力法人の維持・拡大に注力し、新規 8 法人を含む 57 社からの支援を得た。協賛金についても、金額に応じて呼称を変え特典を付けることで、昨年度を上回る 540 万円を獲得した。
- 東京マラソン 2023 では、法人会員 2 社から計 4 名のランナーが出走。また、ボランティア募集においては ECC、そして当日のホスピタリティでは PARAFUSE.との新規連携が実現。ランナーの満足度向上につながった。
- 日産自動車支援によるタイ事業については、オンラインで現地とつないでの 2 年次活動振り返りのほか、3 年次は月次での進捗報告を継続。3 か月の期間延長の後、事業終了となった。
- 法人会員は、2 社退会 1 社入会。期末時点で 26 法人となった。
- 立教大学や国士舘大学などでの講演活動を通じて、大学生との接点を持つことができた。



【課題】

- Walk in Her Shoes では「ウォーキング・パートナー」枠での参加法人が 21 社となり、法人数では 1 社増となった一方で、社員参加数は 1,911 人と昨年度をわずかに下回る結果となった。2 千人規模の対応を行うにあたり、担当者との関係強化と更なる業務効率化が必須。
- 新規法人からの相談案件は 6 件。紛争地や被災地への商品提供相談が多く、実現ならず。

● CARE 支援組織

ハイライト

- 収入実績:16 百万円(予算比 117%)
- 「農業用水改善事業」への 3 年次寄付を獲得。新たに、北部九州が支援に参画。
- コロナ禍での活動制限が長く続き、ほとんどの組織で会員数が減少し、会費収入も減少。
- 但し、下半期においては、チャリティ講演会やバザーなどの活動が再開し、活発化傾向に。

【目的】

- 支援組織所在地における広報とファンドレイジングの促進

【年度目標/計画】

- 「農業用水改善事業」への継続支援の獲得
- ウクライナ危機ほか新規緊急支援募金の迅速な呼びかけ
- あつめて国際協力や Walk in Her Shoes 等マーケティング施策への参加協力促進

【実施内容／実績】

- 「農業用水改善事業」の 3 年次寄付として、千葉を除く 8 組織から計 590 万円を獲得。また、北部九州とは、新規で年間 50 万円の覚書(2 年間)を締結した。
- 前年度に続き、ウクライナ募金に対して追加で 103 万、また新規で実施したトルコ・シリア募金では 153 万の寄付を獲得した。
- 東京や岡山などで、コロナ前と同等規模でのチャリティ講演会及びバザーが再開。その他の組織でも各種イベントが実施され、地域での広報機会の創出につながった。
- ケア・サポーターズクラブ佐賀を中心とする九州の 5 つの支援組織が主催するイベントとして、第 3 回「Walk in Her Shoes2023 in 九州」が開催され、過去最多となる 183 名の参加を得た。法人による協賛金も 63 万に及び、イベント収益は 118 万円に達した(昨年度比 205%)。

【課題】

- 岡山が 30 周年、東京が 25 周年を迎えた一方で、大分、鹿児島、北部九州を除く支援組織において会員数が大幅減少(全体で 56 名減)。会費も 64 万円の減収となった。会長を含む役員体制の再構築など組織の刷新に加えて、コロナ禍で休止状態にあった実活動の早期再開が求められる。
- 役員および会員の高齢化により、ケア・サポーターズクラブ千葉が、10 周年を前に 6 月末をもって解散。他支援組織においても、会員の若返りと後継者の育成が喫緊の課題。



● 広報・ブランディング

ハイライト

- 団体公式メールマガジンのhtml化を通じ、オンライン寄付の増加に貢献
- 年次報告書の解説動画や理事長・事務局長視察動画作成を通じ、動画によるPRを強化
- 周年イベントや国際女性デー・オンライン写真展の開催を通じ、ブランディング強化を実現

【目的】

- ブランディング強化と国内の認知度向上を通じて、ファンドレイジングに貢献する。

【年度目標/計画】

- イベント実施やソーシャルメディアによる発信強化を通じて、国内の認知度向上とブランディング強化
- メールマガジン配信システム改善によるオンライン寄付の拡大

【実施内容／実績】

- 2022年9月に財団創立35周年記念イベントを生配信で実施(最大ライブ視聴者数40人、当日視聴回数135回)。コロナ禍であってもライブ配信によってイベントを実施できたことは、組織としての経験値を高める上で、有益であった。
- 2022年8月に団体公式メールマガジンのhtml版による配信を開始。月2回の配信で、平均37.7%の開封率を維持した(一般的に開封率は20%あるとよいといわれている)。
- 2022年11月に紙媒体の年次報告書の発行にあわせ、動画版も配信(43レビュー)。加えて、同年10月の理事長・事務局長による東ティモール視察(60レビュー)および11月の事務局長によるレバノン視察(67レビュー)の動画を配信することにより、対面の報告会ではリーチできない層へのアプローチにつなげた。
- 2023年3月、国際女性デーにあわせ、女性フォトグラファーにフォーカスしたオンライン写真展を1か月にわたり開催。274件のページビュー数および4件のネットメディア掲載を獲得し、「女性のエンパワメント」に注力する団体としてのブランディングにつなげた。
- プレスリリース配信代行サービス「PR Times」の利用を開始(無償)。ネットメディアにおける露出の増加につなげた。



【課題】

- 団体キャッチコピーの公募を行うも、応募件数が少数に留まり、キャッチコピーのリニューアルには至らず。適切な公募時期や方法等を再検討する。
- ソーシャルメディアのフォロワー数の増加が頭打ちとなり、各メディアの利用者層の分析や発信内容の改善、積極的なキャンペーン展開などが求められる。

● 会員

- 9月会費請求、会員特別レポート同封（会員43名、新規1名）
- 会員入会年から数えて、周年の節目となる支援者11名に対して、サンクスカード送付
- 4月会費未納者13名へ督促、予算43万に対して実績48万（達成率111.6%）

● あつめて国際協力

- 寄付金および寄付相当額の合計は目標額の100万円をほぼ達成した。
- 連携を強化した買取業者一社からの寄付金額が、共同キャンペーン等により昨年度から大幅に増加した一方、他の2社からは少額にとどまった。

● CARE スマイル・ギフト・キャンペーン(LAFAEK 特定寄付)

- 9月8日の国際識字デーに合わせて、ホームページに特集ページを掲載。
- スマイルギフトサポーター3名に対して、次の対応を実施したが、予算16万円に対して60%の実績にとどまった。
 - 9月：2022年度の活動報告とともに寄付のお願い、ラファエック最新号現物を同封
 - 3月：半年間の活動報告と東ティモールのコーヒー送付

● ポータルサイト

- クラウドファンディングと合わせ、緊急支援中心に各ポータルサイトの新着情報を都度更新
 - ウクライナ寄付: Yahoo 約121万円、Give one 約18万円
 - トルコ・シリア地震寄付: Yahoo 約50万円、Give one 約37万円

● 大口個人寄付／遺贈寄付等

- 100万円×1件(MGP会員が退会前にまとめて寄付)、50万円×1件(支援組織会員)
- 10～20万円×25件、計274万円(内、ウクライナ7件、トルコ・シリア地震4件)
- 遺贈寄付の実績なし。相続財産の寄付は2件、計30万円。

【公 1 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(第 3 期)												
対象地域	東ティモール全 13 県												
対象者	103,967 世帯 /1,617 校の生徒、教師												
事業規模	694 千円(総事業規模:7,670,608 ドル ・ニュージーランド政府資金等の他ドナー資金を含む)												
実施期間	2022 年 7 月～2027 年 6 月 (5 年間)												
主支援者	企業、個人												
事業目標	・子どもの教育状況の改善及び世帯全体の生活改善を図り自立的な地域社会を目指す。 ・ラファエック事業の社会起業化の実現に向け、収益を持続的に生み出すモデルへの転換を目指す。												
活動実績・成果と課題	2010 年からパイロット事業として開始した本事業は、第 2 期(2019 年 7 月～2022 年 6 月)を経て、第 3 期(2022 年 7 月～2027 年 6 月)が開始された。 1. 活動実績(2022 年 7 月～12 月 ・注:第 3 期から報告期間が 1 月～12 月に変更。よって 2023 年 1 月～6 月の実績は 2024 年で報告) 1) 学習雑誌の配布 2022 年 7 月～12 月の半年間で 2 回、計 1,617 校の学校に学習雑誌を配布した。 <table><tr><th>雑誌の種類</th><th>配布実績</th></tr><tr><td>成人用雑誌「コミュニティ・ラファエック」 ● 農村部の読み書きに不安のある成人向けに、健康維持、農業生産、育児、小規模融資等の情報を提供</td><td>各回平均、103,967 世帯が同雑誌を受け取る。</td></tr><tr><td>就学前及び小学 1 年生～2 年生用雑誌「ラファエック・キーク」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容</td><td>228,033 部を配布 ・平均、54,674 人の男児、51,060 人の女児が同雑誌を受け取る。</td></tr><tr><td>小学 3 年生～6 年生用雑誌「ラファエック・プリマ」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容</td><td>263,648 部を配布 ・平均、65,328 人の男児、60,421 人の女児が同雑誌を受け取る。</td></tr><tr><td>教師用教授法・指導法雑誌「ラファエック・バ・マノリン」 ● 教師の指導技術の向上をサポートする内容</td><td>24,224 部を配布 ・平均、4,519 人の男性教師、5,227 人の女性教師が同雑誌を受け取る。</td></tr></table> 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、13 のコミュニティで対話ワークショップを開催し、581 人(女性 292 人、男性 289 人)が参加した。 3) スポンサーシップの強化: ラファエック事業の持続的な収益創出への取り組みにおいては、半年間で Mercy Corps, Water for Women, Grameen Foundation, Grow Timor, FHK group 等と雑誌紙面			雑誌の種類	配布実績	成人用雑誌「コミュニティ・ラファエック」 ● 農村部の読み書きに不安のある成人向けに、健康維持、農業生産、育児、小規模融資等の情報を提供	各回平均、103,967 世帯が同雑誌を受け取る。	就学前及び小学 1 年生～2 年生用雑誌「ラファエック・キーク」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容	228,033 部を配布 ・平均、54,674 人の男児、51,060 人の女児が同雑誌を受け取る。	小学 3 年生～6 年生用雑誌「ラファエック・プリマ」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容	263,648 部を配布 ・平均、65,328 人の男児、60,421 人の女児が同雑誌を受け取る。	教師用教授法・指導法雑誌「ラファエック・バ・マノリン」 ● 教師の指導技術の向上をサポートする内容	24,224 部を配布 ・平均、4,519 人の男性教師、5,227 人の女性教師が同雑誌を受け取る。
雑誌の種類	配布実績												
成人用雑誌「コミュニティ・ラファエック」 ● 農村部の読み書きに不安のある成人向けに、健康維持、農業生産、育児、小規模融資等の情報を提供	各回平均、103,967 世帯が同雑誌を受け取る。												
就学前及び小学 1 年生～2 年生用雑誌「ラファエック・キーク」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容	228,033 部を配布 ・平均、54,674 人の男児、51,060 人の女児が同雑誌を受け取る。												
小学 3 年生～6 年生用雑誌「ラファエック・プリマ」 ● 物語や写真、ゲーム等を通して基本的な読み書き・計算、保健と衛生について学べる内容	263,648 部を配布 ・平均、65,328 人の男児、60,421 人の女児が同雑誌を受け取る。												
教師用教授法・指導法雑誌「ラファエック・バ・マノリン」 ● 教師の指導技術の向上をサポートする内容	24,224 部を配布 ・平均、4,519 人の男性教師、5,227 人の女性教師が同雑誌を受け取る。												

	へのコンテンツの掲載等でスポンサー契約を結び計 128,000 ドルの収益となった。この中にはラファエック Facebook を通した 500 ドルの収益が含まれる。2020 年度から 2022 年 12 月までのスポンサーシップ拡大による収益は 1,800,000 ドルにのぼる。 4) オンラインサービスの拡充 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。 ● Facebook: 現時点でラファエック Facebook は東ティモールでは 5 番目にフォローされている Facebook ページであり、フォロワー数は 2022 年 12 月時点で 150,260 にのぼる(うち 42%は女性フォロワー)。Facebook による収益はまだ 500 ドルと少額ではあるが、フォロワー数の伸びから非常に有望なマーケットであることが示唆される。 ● ホームページ: ラファエックのホームページの充実にも力を入れ、半年間で 6,231 人が同ホームページへのアクセス件数は 6,231 件にのぼった。 ● YouTube チャンネル: 新たな試みとして YouTube チャンネルを開設し、現在、520 人が視聴し 183 人がチャンネル登録している。今後 12 ヶ月間で、Facebook と YouTube チャンネルを効果的な資金調達的手段として強化する。 2. 成果と課題 1) 成果:学習雑誌の効果 2022 年に実施した評価では、ラファエック学習雑誌を利用して勉強した生徒の方がそうでない生徒より、読解能力で優れ(5%高い)、また、ラファエック学習雑誌を読んだ世帯の方が、そうでない世帯より貯蓄をするようになる(13%高い)等、その効果が伺える結果となった。 2) 課題:納期の短縮化 現在までにラファエック学習雑誌は海外で印刷していることから、発注から印刷、ディリまでの輸送に 2 ヶ月間を要する。より短い納期を可能とするには、国内での印刷に切り替える必要性は高い。韓国国際協力団(KOICA)が東ティモール政府に供与した印刷機の活用について教育省と協議を続けている。しかしながら、印刷機の維持管理費用で追加コストがかかることから教育省の負担が大きく実現には至っていない。
--	--

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 (3 年次:2022 年 4 月～2023 年 7 月)		
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	1,448 千円(総事業規模 30,000 千円)		
実施期間	第 2 期:2020 年 4 月～2023 年 6 月(3 年 3 ヶ月間)		
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	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、その事業期間の3分の2がCOVID-19感染拡大による制約を受けての活動実施となった。対面での活動を制約なく実施できる状況は最終年次3年次以降となった。
1. 活動実績 対面形式での活動が制約なく実施できるようになった3年次では、多くの活動が3年次に集中した。このため、複数の活動を集約する等の工夫をしたが、3カ月間の事業期間延長を余儀なくされた。主な活動実績は以下の通り。	
課題領域	活動内容
生徒の能力向上	● 新規職業グループの形成と実践： 対象16校のうち15校で新規の職業グループが形成された。職業グループ活動の提案書の提出、審査、資金支援の決定までのプロセスを10月までに了し、11月から職業グループ活動が始動した。 ● 成果発表/マーケットフェア/相互訪問の開催： 上記、職業グループの活動成果のお披露目と販促を目的に、2月2日、8日、9日には、アユタヤ県、ラヨーン県、サムットプラカーン県の各県にて、成果発表の場が、そして5月26日には、ラヨーン県にてマーケットフェアも兼ねた成果発表の場が設けられた。5月26日の成果発表の場には、日産タイからの来賓をはじめ、本事業に様々な形でかかわってきた起業家や工科大学等の外部関係者も参加し、キャリア開発とリーダーシップについてのパネルディスカッションが行われた。また、エコカーによる環境負荷削減の日産タイの取り組みや、工科大学によるロボット開発に関する展示も行われた。参加した生徒にとり、STEMの実践例に触れる機会ともなった。 ● 研修カリキュラムの開発と印刷： 本事業での知見が持続的に活かされてゆくように、3年間での研修実績を踏まえカリキュラムを策定し印刷した。
ジェンダー平等の促進	● ジェンダー平等に関するセッション： ジェンダー平等と多様性について遊びながら学ぶ教材として開発されたカードゲームを対象16校に配布した。各学校では、生徒のジェンダー平等に関する気づきと理解を促すツールとして、カードゲームを活用した。
日産タイの積極的な巻き込み	● 日産体験型センター(Nissan Experience Center)視察 11月には、STEMの現場視察の一環としてサムットプラカーン県にある日産の体験センターを対象学校の2校が訪問し、環境負荷削減の日産の取り組みについて学んだ。
教師の能力向上	● メディアプロダクション研修： 1年次で実施した教師向けのリーダーシップ・STEM・ジェンダー教育に関する養成者訓練の追加研修として、11月15日、16日の2日間に亘り、メディアプロダクション研修を実施した。コロナ禍でオンラインによる取り組みやSNSを利用した販促が広がったことで、ビデオを利用したコンテンツ開発や編集技術の必要性が高まった。これら新たなニーズに教師が対応できるように同研修は企画され、研修最終日にはグループごとに職業体験や販

	促のビデオを作成し発表する等、より実践的な研修となった。 ● メディアプロダクションマニュアルの開発： 教師向けの研修マニュアルについては当初想定した対面式研修を前提とした内容から上記研修で網羅した内容に変更し、メディアプロダクションマニュアルとして策定し印刷した。 2. 成果と課題 1) 成果: オンライン研修の標準化 コロナ禍での試行錯誤を経て、主要な研修については、オンライン実施の手順が整備され、研修カリキュラムも対面式を想定した内容からオンラインも想定した内容にする等、コロナ禍での事業の最適化が進んだ。 研修カリキュラムに加え、教師向けのメディアプロダクションマニュアルも完成し、事業終了後も、これら成果物を有効利用することで活動の継続性が期待される。 2) 課題: 活動の集約化による体験不足 1 年次～2 年次後半にかけての度重なる学校閉鎖で、対象学校での職業グループの形成は最終年次の 3 年次となった。職業グループの形成を前提に計画された体験型活動（成果発表、マーケットフェア、相互訪問等）の実施も 3 年次に集中し、活動の集約化を余儀なくされた。このため、生徒の起業体験の時間は大幅に縮小し、体験の蓄積の面で課題が残った。 3. 事業終了時評価結果 1) 生徒の能力向上: 生徒の能力向上に関しては職業グループ活動に参加した生徒とそうでない生徒との比較と、ベースライン調査時の結果と比較して、以下の側面で、能力や意識が向上していることが確認できた。 ・就業に必要な知識や技術を身に着ける、 ・ソーシャルスキルを身に着ける(チームで課題に取り組む、リーダーシップを取る、職業グループのメンバー間でコミュニケーションと取る)、 ・少なくとも 1 つ以上の職業技術を身に着ける、 ・STEM の知識を生活や将来のビジネスに応用できるようになる、 ・将来、ビジネスを起業することに自信をつける、 ・ジェンダー平等や様々な活動への女子生徒の参加に関して理解を深める。 2) 教師の能力向上: 生徒による職業グループ活動を指導し、生徒へのコーチングの役割を担う教師の能力向上についても、リーダーシップ、キャリア開発、STEM の応用やジェンダー平等について知識と理解を深めていることが確認できたが、学校ごとに差があり、ベースライン調査時から顕著な変化が認められない学校もあった。 3) 提言 職業活動を各学校で継続してゆくための措置として以下を提言する。 ・職業活動への興味と熱意のある教師を担当に選任する等、選定の基準を見直す必要がある。 ・職業グループ活動を始動するためには初期投資用の予算を各学校で確保する必要がある。 ・職業活動を通常のカリキュラムの中に組み込む必要がある。 ・職業グループ活動を継続するには、生徒の父兄や学校の周辺コミュニティのサポートが鍵となる。父兄やコミュニティが職業活動による製品を購入し続け、製品の改善に
--	---

	向けたフィードバックをすることで、生徒を励まし、製品の市場価値を高めてゆく必要がある。
--	---

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(291 人:女性 147 人、男性 144 人)と 12 集落内住民 4,217 人(世帯数 910)												
事業規模	52,245 千円(総事業規模:約 160,950 千円)												
実施期間	2020 年 3 月 31 日～2024 年 2 月 13 日(うち、3 月 31 日～10 月 31 日の約 7 ヶ月間と 2021 年 1 月 1 日～2 月 13 日の約 1.5 ヶ月間は中断期間)												
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	コロナ禍で開始となった本事業は、1 年次では 2 回の事業期間延長を余儀なくされたが、2 年次は大幅な進捗の遅れもなく、2023 年 2 月 13 日に了し、2023 年 2 月 14 日から最終年次となる 3 年次が開始された。 1. 2 年次の活動実績 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である。 2 年次(2022 年 2 月～2023 年 2 月)の実績は以下の通りとなる。 <table><tr><th>達成事項</th><th>活動内容</th></tr><tr><td>野菜の通年栽培を可能とする環境を整備した</td><td>7 集落にて、計 164 人(うち女性 76 人)から成る 7 つの農民グループの共同農地に水が供給できるように農業用水設備を造成し、計 787.5 m²の野菜苗床に点滴灌漑を設置した。</td></tr><tr><td>農業用水設備を維持するための体制を整備した</td><td>農業用水設備が長期的に維持管理されてゆくように、7 農民グループが主体となった維持管理委員会(各グループ 6 人の計 42 人)を設立し、各維持管理委員会で規定を策定した。</td></tr><tr><td>設備と農地が適切に維持管理されるように農民グループメンバーの能力を強化した</td><td>取水と土壌管理研修、設備の保守修繕研修、修繕費の集金管理研修等を実施し、設備の設置後も、農民グループメンバーを中心に設備と農地が適切に維持管理されるようにメンバーの能力を強化した。</td></tr><tr><td>メンバー間での意見集約と合意形成について実地で学ぶ機会を得た</td><td>上記の能力強化研修と併せて、維持管理委員会の定例会合を 1 年次開始組の 5 グループでは 6 回実施し、2 年次開始組の 7 グループでは 3 回実施した。定例会合では、設備に関する様々な課題について協議する場を設け、メンバー間での意見集約と合意形成について学んだ。更に、同定例会合では、設備の維持に関するセッション</td></tr></table>			達成事項	活動内容	野菜の通年栽培を可能とする環境を整備した	7 集落にて、計 164 人(うち女性 76 人)から成る 7 つの農民グループの共同農地に水が供給できるように農業用水設備を造成し、計 787.5 m ² の野菜苗床に点滴灌漑を設置した。	農業用水設備を維持するための体制を整備した	農業用水設備が長期的に維持管理されてゆくように、7 農民グループが主体となった維持管理委員会(各グループ 6 人の計 42 人)を設立し、各維持管理委員会で規定を策定した。	設備と農地が適切に維持管理されるように農民グループメンバーの能力を強化した	取水と土壌管理研修、設備の保守修繕研修、修繕費の集金管理研修等を実施し、設備の設置後も、農民グループメンバーを中心に設備と農地が適切に維持管理されるようにメンバーの能力を強化した。	メンバー間での意見集約と合意形成について実地で学ぶ機会を得た	上記の能力強化研修と併せて、維持管理委員会の定例会合を 1 年次開始組の 5 グループでは 6 回実施し、2 年次開始組の 7 グループでは 3 回実施した。定例会合では、設備に関する様々な課題について協議する場を設け、メンバー間での意見集約と合意形成について学んだ。更に、同定例会合では、設備の維持に関するセッション
達成事項	活動内容												
野菜の通年栽培を可能とする環境を整備した	7 集落にて、計 164 人(うち女性 76 人)から成る 7 つの農民グループの共同農地に水が供給できるように農業用水設備を造成し、計 787.5 m ² の野菜苗床に点滴灌漑を設置した。												
農業用水設備を維持するための体制を整備した	農業用水設備が長期的に維持管理されてゆくように、7 農民グループが主体となった維持管理委員会(各グループ 6 人の計 42 人)を設立し、各維持管理委員会で規定を策定した。												
設備と農地が適切に維持管理されるように農民グループメンバーの能力を強化した	取水と土壌管理研修、設備の保守修繕研修、修繕費の集金管理研修等を実施し、設備の設置後も、農民グループメンバーを中心に設備と農地が適切に維持管理されるようにメンバーの能力を強化した。												
メンバー間での意見集約と合意形成について実地で学ぶ機会を得た	上記の能力強化研修と併せて、維持管理委員会の定例会合を 1 年次開始組の 5 グループでは 6 回実施し、2 年次開始組の 7 グループでは 3 回実施した。定例会合では、設備に関する様々な課題について協議する場を設け、メンバー間での意見集約と合意形成について学んだ。更に、同定例会合では、設備の維持に関するセッション												

		ン以外に農村地域の生活向上に繋がる情報発信やジェンダー平等やジェンダーに基づく暴力予防のための啓発にも取り組み、地域住民にも広く参加を募った。2 年次ではグループメンバー以外に延べ 569 人の地域住民が参加し 1 年次と比較して大きく伸びた。
ジェンダー平等にむけた意識変革を促進した		2 年次から支援を開始した 7 集落 7 グループを対象に、能力強化研修と併せて、パブリックスピーキング・リーダーシップ研修とジェンダー分析ワークショップを実施した。 ● パブリックスピーキング・リーダーシップ研修： 各 7 集落、2 日間に亘る同研修では、1 日目に、リーダーとリーダーシップの違い、リーダーシップのタイプ、グループやコミュニティをリードするのに適したリーダーシップ等をトピックに講義を行い、講義後、なぜリーダーになる女性が少ないのかについてグループで話し合った。2 日目には、パブリックスピーキングとコミュニケーション、言語的・非言語的コミュニケーションの役割等について講義を行い、講義後、なぜ人前で話す女性が少ないのかについてグループで話し合った。最後に、人前で話す技術について講義した後、男女ともに人前で話す練習を行った。 ● ジェンダー分析ワークショップ： 性別(生物学的な性別)とジェンダー(社会的な男女の役割や期待)の違いについて学んだ後、24 時間活動時計(男女の 1 日の時間の使い方)、ジェンダー・ボックス(ジェンダー規範)やパイルソーティング(男女の役割と意思決定)等の分析ツールを用いて、女性に負担がかたよっている現状等についてグループで話し合った。同ワークショップでは、伝統的に女性の仕事と考えられている家事や育児だけではなく、畑仕事や家畜の世話などは男女ともに担っているため、結果的に女性の方が男性よりも多くの役割を担っていることが可視化された。一方で女性の役割の多さにもかかわらず、家庭や地域での意思決定については男性のみが担っている現状も明らかになった。この現状を踏まえ、メンバー間の平等な役割分担や男女ともに意見を尊重するといった事項が規定に反映されることになった。

2. 3 年次上半期(2023 年 2 月 14 日～6 月)の活動実績

活動	内容
栽培面積拡大部分への点滴灌漑設備の設置	2 年次開始の 7 農民グループのうち 6 農民グループの共有農地にて、栽培面積を 1 グループあたり 112.5 m ² 拡大し、拡大部分に点滴灌漑設備を設置。拡大した農地での野菜栽培が開始された。
振り返り研修設	12 農民グループを対象に、1, 2 年次で実施した様々な能力強化研修(取水と土壌管理研修、設備の保守修繕研修、修繕費の集金管理研修)で身に着けた知識と技術を定着させてゆくために、振り返り研修を実施した。
設備維持管理委員会の定例会合	12 農民グループで 2 回の定例会合を実施。1 回目会合では、資金管理の透明性について話し合い、その後、地域住民も参加して、ジェンダーに基づく暴力防止のための啓発と野菜の生産計画をトピックに話し合った。
フォローアップ計	2 年次に農業用水設備を造成した 7 集落のうち 5 集落で、事業終了

	画策定の住民参加型ワークショップ	後も集落が実践する農業用水設備の維持と防災のためのアクションプランを策定した。
3. 成果と課題 1) 成果: 持続性への貢献 ● 収穫した野菜の販売: 栽培した野菜を自発的に販売し収入に繋げる農民グループも現れており、いくつかのグループでは、収穫した野菜を地元の市場、学校給食、地元住民などに販売して収入を得て、将来の設備維持管理や活動の継続のためにグループで貯蓄した。2 年次では、野菜の販売収入を増やすためにカリフラワーやブロッコリーなど、販売単価の高い野菜が共有農地で栽培が可能か試みた結果、成果のあったグループもあった。今後、収益性の高い作物の栽培や販売に取り組むことができれば、農民グループメンバーの収入向上に繋がり、農民のモチベーションを高めることが期待される。 ● 環境に配慮した技術: 環境にも配慮して、有機農業の技術指導に力を入れた。化学肥料や農薬を使用していた農民たちであったが、研修で有機肥料や有機農薬の作り方、コンポストや腐葉土を利用しながら土を改良していく方法、施肥や有機農薬の使い方などを学んだ。有機農業は、環境への負荷が少なく、土壌の質を改善することができるため、長期的に見て収量が低下することがなく、持続可能な農業生産を実現することができる。さらに、現金収入の少ない農民にとっての直接的な利点としては、化学肥料や農薬を購入する必要がなくなるため、より持続可能である。 2) 課題: ● 農民グループ内の問題 資金管理についての説明責任の欠如、不公平感に起因するメンバー間の不和などが確認され、そのために農民グループ活動に消極的になる、また、野菜栽培から期待していたような利益が得られないと、より多くの現金収入を得られる活動や地域の伝統行事への参加を優先させるなど、グループによっては活動に積極的に参加しないメンバーの存在が課題となっている。一方で、積極的に参加するメンバーが多く、メンバー同士協力的であるグループでは、野菜の販売からメンバーが直接収入を得ている、もしくは、十分に自家消費ができていることから、収量をいかに上げてゆけるかが参加の鍵であることがうかがえた。よって、販売や自家消費できる量や質の野菜を収穫できるように事業スタッフによる個別のフォローアップ指導を強化し、野菜栽培技術の向上とその定着を図る。併せて、グループ内での不公平感や不信感を払拭するため、メンバーの再編、リーダーシップの強化、アカウンタビリティの向上を図り、そして、積極的に参加したメンバーが野菜栽培を通して得られる利益を実感できるように、利益分配の仕組み作りに取り組む。		

区分	緊急④	国	全世界
事業名	ウクライナ危機緊急支援事業		
対象地域	ウクライナ、モルドバ、ルーマニア		
対象者	● 2022 年 2 月～2023 年 2 月 1 年間の支援者数 ・ウクライナ国内避難民: 716,741 人 ・ルーマニアに逃れた避難民: 約 80,000 人		

	・モルドバに逃れた避難民:約 3,500 人						
事業規模	24,965 千円(総事業規模:6,031,533 米)						
実施期間	2022 年 6 月～2024 年 5 月 31 日(2 年間)						
主支援者	個人、企業、支援組織						
事業目標・	ウクライナ避難民の命と尊厳の確保						
活動実績・ 成果と課題	2022 年 2 月 24 日に始まったロシアのウクライナ軍事進攻による未曾有の人道危機は収束の兆しが見えず、両軍ともに 10 万人超とも推計される死傷者に加え、ウクライナの民間人の犠牲者は 8,000 人以上にのぼる。軍事進攻以降の 1 年間で、800 万人が国境を越えて周辺国に逃れ、500 万人以上が国内避難民となる甚大な人道危機となっている。 軍事進攻以降、CARE は主に欧州のメンバー国が主導する形で 35 の現地のパートナー団体と連携しウクライナ国内及びその周辺国(ポーランド、ルーマニア、スロバキア、モルドバ)で支援活動を行ってきた。2022 年 9 月にはウクライナ西部のリヴィウに CARE ウクライナ事務所を開設し、東部のヴィニツィアに出張所、ポーランドのジェシュフに越境拠点をおき、2023 年 2 月までに避難民約 98 万 9,700 人に支援を届けた。当財団では、ウクライナ国内及びモルドバとルーマニアでのオペレーションを支援した。 1. 活動実績 <table border="1"> <thead> <tr> <th>国</th><th>活動内容</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ウクライナ</td><td> ● 避難民個人、世帯への食糧、水、衛生用品、生活用品、医薬品の提供、現金支給。 ● 心のケア(女性や女子へのセーフスペースの提供やカウンセリングサービスを含む)。 ● 避難センターへの家具や台所製品等の提供。 ● 病院やクリニックへの医薬品、医療機器の提供。 ● 草の根で支援活動を実施する現地の女性団体へのロジスティック、技術、資金支援。 上記の活動はそれぞれの分野における専門性と経験値を有する様々なパートナー団体と共同、またはパートナー団体を通して展開した。 </td></tr> <tr> <td>ルーマニア・モルドバ</td><td> CARE フランスが管轄するルーマニアとモルドバのオペレーションでは、現地事務所を設けず、ローカル NGO のネットワークに呼びかけ、全ての活動をローカル団体が主導し実施してきた。特に社会的保護、児童保護やジェンダーに基づく暴力を専門とする様々なローカル団体と連携し、子どもの保護に焦点を当てた活動を展開した。 【ルーマニア】 ● ウクライナ避難民への、セーフスペース、飲料水、生活用品等の提供。 ● トランジットを待つ間の宿泊の提供。 ● 緊急的な心のケア。 ● 入国する全てのウクライナの子どもたちの登録。子どもの権利を確保し保護するための必要な措置の実施。 【モルドバ】 ● 食糧と生活用品が入手できるクーポンの提供。 ● 医療サービスや保護サービスの提供。 ● 心のケアへのアクセス支援。 </td></tr> </tbody> </table>	国	活動内容	ウクライナ	● 避難民個人、世帯への食糧、水、衛生用品、生活用品、医薬品の提供、現金支給。 ● 心のケア(女性や女子へのセーフスペースの提供やカウンセリングサービスを含む)。 ● 避難センターへの家具や台所製品等の提供。 ● 病院やクリニックへの医薬品、医療機器の提供。 ● 草の根で支援活動を実施する現地の女性団体へのロジスティック、技術、資金支援。 上記の活動はそれぞれの分野における専門性と経験値を有する様々なパートナー団体と共同、またはパートナー団体を通して展開した。	ルーマニア・モルドバ	CARE フランスが管轄するルーマニアとモルドバのオペレーションでは、現地事務所を設けず、ローカル NGO のネットワークに呼びかけ、全ての活動をローカル団体が主導し実施してきた。特に社会的保護、児童保護やジェンダーに基づく暴力を専門とする様々なローカル団体と連携し、子どもの保護に焦点を当てた活動を展開した。 【ルーマニア】 ● ウクライナ避難民への、セーフスペース、飲料水、生活用品等の提供。 ● トランジットを待つ間の宿泊の提供。 ● 緊急的な心のケア。 ● 入国する全てのウクライナの子どもたちの登録。子どもの権利を確保し保護するための必要な措置の実施。 【モルドバ】 ● 食糧と生活用品が入手できるクーポンの提供。 ● 医療サービスや保護サービスの提供。 ● 心のケアへのアクセス支援。
国	活動内容						
ウクライナ	● 避難民個人、世帯への食糧、水、衛生用品、生活用品、医薬品の提供、現金支給。 ● 心のケア(女性や女子へのセーフスペースの提供やカウンセリングサービスを含む)。 ● 避難センターへの家具や台所製品等の提供。 ● 病院やクリニックへの医薬品、医療機器の提供。 ● 草の根で支援活動を実施する現地の女性団体へのロジスティック、技術、資金支援。 上記の活動はそれぞれの分野における専門性と経験値を有する様々なパートナー団体と共同、またはパートナー団体を通して展開した。						
ルーマニア・モルドバ	CARE フランスが管轄するルーマニアとモルドバのオペレーションでは、現地事務所を設けず、ローカル NGO のネットワークに呼びかけ、全ての活動をローカル団体が主導し実施してきた。特に社会的保護、児童保護やジェンダーに基づく暴力を専門とする様々なローカル団体と連携し、子どもの保護に焦点を当てた活動を展開した。 【ルーマニア】 ● ウクライナ避難民への、セーフスペース、飲料水、生活用品等の提供。 ● トランジットを待つ間の宿泊の提供。 ● 緊急的な心のケア。 ● 入国する全てのウクライナの子どもたちの登録。子どもの権利を確保し保護するための必要な措置の実施。 【モルドバ】 ● 食糧と生活用品が入手できるクーポンの提供。 ● 医療サービスや保護サービスの提供。 ● 心のケアへのアクセス支援。						

	2. 今後の課題:復興に向けた取り組み ● 中長期的な心のケア ウクライナ人全体の 71%が無力感を覚えるといった調査結果があり、今後数年間で約 1,500 万人に心のケアが必要になると報告されている。戦火が収束しても、長期に亘り心のケアを講じてゆく必要がある。 ● 現地パートナー団体の能力強化 中長期でのコミットメントが求められる復興支援では、現地パートナー団体のキャパシティが復興の成果を左右する。パートナー団体を対象に緊急人道対応やジェンダーに基づく暴力や保護に関するトレーニング等を実施してきたが、今後も様々な機会を通してパートナー団体の能力を強化することが喫緊の課題である。 ● 生活の基盤整備 ルーマニアのウクライナ避難民対象に行われた調査では、避難民が最も懸念していることとして、生業の確保、保健医療へのアクセス、受け入れ地域への溶け込みの3つを挙げている。受け入れ国での生活が長期化するに伴い、これらの懸念にも中長期的な視点で取り組む必要がある。また、ウクライナ避難民を受け入れている周辺国は決して経済的に豊かな国ではなく、とりわけ、モルドバのようにもともと国内所得が低い国では、避難民受け入れによる社会的・経済的な影響は小さくない。経済的に脆弱な受け入れ地域の住民への配慮も今後、必要となる。
--	---

区分	緊急⑤	国	全世界		
事業名	トルコ・シリア地震被災緊急支援事業				
対象地域	シリア北西部:アレッポ県、イドリブ県 トルコ:ガズィアンティップ県、ハタイ県				
対象者	シリア北西部被災者約 90,000 人 トルコ被災者約 100,000 人				
事業規模	893 千円(総事業規模:28,319,054 米ドル<トルコ 15,304,500 ドル/シリア 13,014,554 ドル>)				
実施期間	2023 年 2 月～2023 年 6 月(初動期:4 ヶ月)				
主支援者	個人、企業、支援組織				
事業目標・	被災地域の人命を救うための支援を提供する				
活動実績・ 成果と課題	2023 年 2 月 6 日にトルコ南部で発生した地震は、2011 年から 12 年以上に亘る内戦で疲弊したシリアの人々に追い打ちをかける形となった。シリア北西部では、地震発生前に、すでに 410 万人もの人々が人道支援を必要としていた。特に、トルコとシリアの国境の両側にある地域には、多くの避難民が暮らしており、およそ 200 万人もの人々が簡易的テント等で生活をしていた。すでに過酷な状況にあったところに、地震で更なる困難を抱えることになった。 CARE は地震発生以前からシリア北西部で人道支援活動を展開しており、地震発生後も、この地域で長年活動している CARE トルコが中心となり、現地のパートナー団体と連携して活動を実施した。6 月までにシリア北西部で 678,736 人、トルコで 64,835 人に支援を届けた。 1. 活動実績 <table><thead><tr><th>国</th><th>実績</th></tr></thead></table>			国	実績
国	実績				

	トルコ	● 食糧支援： ・調理用具や煮炊き用の燃料を入手することが難しい避難民向けに、調理済のすぐに食べられる食品の配布。 ・調理可能な環境にいる避難民向けに、豆、米、オリーブオイル、トマトソース、ブルグア、塩、砂糖、小麦等の食品バスケットの配布。 ・食料品購入用のバウチャーの配布。 ● 保護支援： ・政府や非営利団体が提供する様々な社会サービスに関する情報の提供。 ・ホットラインの設置と相談サービスの提供。 ・ジェンダーに基づく暴力や子どもの保護に関する照会サービスの提供。 ● シェルターと生活用品支援： ・シェルターやテント、ヒーター、台所セット、毛布等の提供。 ● 安全な水と衛生支援： ・安全な水、衛生キット、ディグニティキット¹の提供。 ・仮設トイレやシャワー等のせ衛生設備の設置。
	シリア北西部	● 食糧支援： ・食糧を含め生活必需品を購入するための現金支給。 ・調理済のすぐに食べられる食品の配布(例：ひよこ豆、ツナ缶、高エネルギービスケット、塩漬け野菜の缶詰等)。 ● 保健医療と保護： ・既存の医療施設への医療機器、医薬品、消耗品の提供。 ・プライマリヘルスケアに関する相談サービス。 ・ディグニティキットの配布。 ・交流スペースやセーフスペースの提供。 ・受けらる保健医療サービスに関する情報の提供。 ・ジェンダーに基づく暴力や子どもの保護に関する照会サービスの提供。 ● シェルターと生活用品支援： ・シェルターやテント、ヒーター、台所セット、毛布等の提供。 ・がれきの撤去。 ・生活用品の配布(例：マットレス、毛布、防寒着、台所用品等)。 ● 安全な水と衛生支援： ・安全な水の提供。 ・仮設トイレや洗面設備の設置。 ・既存のトイレや洗面設備の改修。 ・衛生キットの配布とコレラ等の感染予防のための衛生啓発活動。
2. 今後の課題：命を繋ぐ緊急支援から生活再建に向けた復興支援 地震発生から半年が経過し、命を繋ぐための当面のニーズを満たす緊急的支援から		

¹ ディグニティキット：自然災害や紛争で避難を余儀なくされた人たちに、避難所で配られる日用品のセットで、苦境にあっても人間としての尊厳を保つために必要なものが入っている(例：生理用ナプキンや下着、櫛や頭を覆うスカーフ等)

	生活再建へと支援の重点を移す時期にきている。小規模ビジネスの起ち上げや再開、拡大等により、被災者、特に女性の生活再建を支援することは、生活の様々な局面で男性と比して脆弱な立場にある同地の女性のエンパワメントにも繋がる。具体的には、女性起業家を対象としたリーダーシップ研修や、助成金の提供等の活動が挙げられる。
--	---