

完了報告書

2. 事業の概要と成果								
(1) 上位目標の達成度	上位目標：北部州イースト・マンブルーシー郡において、2歳未満児の栄養と健康状態が改善する 事業開始からほぼ1年半をかけて、女性起業家(計137名)及び栄養啓発員(計419名)等、コミュニティで栄養啓発を担う人材の育成に注力してきた。所定の研修を終えた各栄養啓発員及び女性起業家によるコミュニティでの栄養啓発メッセージの普及活動は、2年次2017年5月～6月にかけて順次開始された。2年次終了時では活動レベル及び成果レベルの達成度は測れるが、上位目標である乳幼児の栄養状態の改善傾向を確認するには実際の啓発活動から半年余りの時間の経過では十分ではなく3年次の終了を待たねばならない。本事業では乳幼児の栄養改善に向け複数のアプローチを組み合わせ、相乗効果となり得る工夫をしている。これら多方面からの啓発活動を2年次から3年次に亘り継続してゆくことが乳幼児の栄養改善には不可欠となる。活動の蓄積の結果として成果レベルの達成があり、成果レベルの達成の結果として上位目標は達成しえる(「総括表」を参照)。2年次終了時点においては、(3)達成された成果において詳述する通り、活動レベルと成果レベルについては概ね順調に達成されており、上位目標の達成に向け事業が適切に進捗していることを示している。							
(2) 事業内容	(1) 2年次活動実績 本事業では、以下を事業の3本柱として、諸活動を展開している。 1) 乳幼児の保護者らを対象とした乳幼児の栄養啓発活動 2) 乳幼児の保護者らを対象とし乳幼児の食習慣の改善活動 3) 女性の経済的エンパワメント 上記3つの事業の柱のうち、2年次は以下の活動を実施してきた(*活動番号は3ヵ年複数年事業申請の記述に基づき、該当する項目番号を使用)。 1) 乳幼児の保護者らを対象とした乳幼児の栄養啓発活動 <u>活動①コミュニティ・ヘルス・ボランティア(CHV)の選定と栄養普及研修：</u> <u>活動②村内貯蓄貸付組合(VSLA: Village Savings and Loans Association)メンバーからの栄養教育係の選定と栄養普及研修：</u> <u>活動③男性啓発員の選定と栄養普及研修：</u> 【進捗状況】 2年次初めに、フィールドでの活動において連携している地元のパートナー団体(「PARED」)の担当スタッフが一部退職したため、後任者の採用と訓練までに時間を要した。このため、栄養啓発員の選定と研修の実施に1ヶ月程度の遅れが生じた。しかしながら致命的な遅れには至らず、コミュニティで栄養啓発活動を担う計419名(CHV: 146名男性91名女性55名/栄養教育係: 全女性138名/男性啓発員: 全男性135名)の栄養啓発員の選定を2017年4月までに終え、所定の研修についても6月までに終了した。 【活動実績】 以下の通りサブ・ディストリクト・キャピタル単位で5ヶ所にて所定の研修を実施した。 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">実施5地域</th><th style="text-align: center;">研修担当</th><th style="text-align: center;">研修対象と実施時期</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Gbintiri</td><td>CARE 及び PARED スタッフ全員</td><td>・ CHV- 5月22日～24日(3日間) ・ 男性啓発員-5月15日～16日(2日間)</td></tr> </tbody> </table>		実施5地域	研修担当	研修対象と実施時期	Gbintiri	CARE 及び PARED スタッフ全員	・ CHV- 5月22日～24日(3日間) ・ 男性啓発員-5月15日～16日(2日間)
実施5地域	研修担当	研修対象と実施時期						
Gbintiri	CARE 及び PARED スタッフ全員	・ CHV- 5月22日～24日(3日間) ・ 男性啓発員-5月15日～16日(2日間)						

		・栄養教育係-5月10日～12日(3日間)
Gambaga	CARE スタッフ (シルベスター) 及び PARED チーム A	・CHV- 6月14日～16日(3日間) ・男性啓発員-6月8日～9日(2日間) ・栄養教育係-5月31日～6月2日(3日間)
Sakogu	CARE スタッフ (オティス) 及び PARED チーム B	・CHV- 6月14日～16日(3日間) ・男性啓発員-6月8日～9日(2日間) ・栄養教育係-5月31日～6月2日(3日間)
Langbinsi	CARE スタッフ (シルベスター) 及び PARED チーム A	・CHV- 6月28日～30日(3日間) ・男性啓発員-6月22日～23日(2日間) ・栄養教育係-6月19日～21日(3日間)
Nalerigu	CARE スタッフ (オティス) 及び PARED チーム B	・CHV- 6月28日～30日(3日間) ・男性啓発員-6月22日～23日(2日間) ・栄養教育係-6月19日～21日(3日間)

活動④上記活動①～③の研修を受けた各栄養啓発員を対象とした毎月の振り返り会議（栄養再研修）：
（報告書の活動実績を参照）。

【進捗状況】

当初 2017 年 6 月開始の予定であったが、上述の栄養啓発員の選定・研修の遅れに伴い、再研修の実施についても 8 月からの開始となった。2 年次中間報告書でも報告した通り、実施回数を当初の 8 回から 7 回に減らす予定であったが、更に 1 回減じ 6 回となった。回数を減らすことで栄養啓発員の質の低下に繋がることのないように、1 回の再研修で学び直す栄養メッセージの項目数を増やす等の工夫をし、栄養啓発を担う人材の質を保ち、コミュニティの住民には必要な栄養メッセージを過不足なく伝播し浸透させてゆくべく対応した。

【活動実績】

8 月、9 月、11 月、12 月、1 月、2 月の計 6 回行われた。計画では 7 回であったが、9 月の実施が遅れたため、10 月と 11 月の各月で予定した再研修内容を合体させ 11 月に実施した。

実施回数	実施場所	実施時期
4 名 × (1 回の再研修 : 3 コミュニティ/1 日 × 5 日間) × 6 回	各 60 コミュニティ	①8 月 1 日～11 日 ②9 月 18 日～27 日 ③11 月 3 日～9 日 ④12 月 4 日～8 日 ⑤1 月 15 日～19 日 ⑥2 月 1 日～9 日

【再研修内容】

再研修では、各栄養啓発員が栄養啓発活動において啓発ツールとして活用している 12 種類の栄養メッセージを盛り込んだ 12 枚のカウンセリング・カードのうち、その月にコミュニティで重点メッセージとして発信する栄養メッセージが盛り込まれた 2～3 枚のカウンセリング・カードを取りあげ、当該栄養メッセージに関して啓発員の知識の定着を図った。

【課題解決の場】

再研修は、各栄養啓発員がコミュニティで活動を進める中で直面する課題や

疑問点を他の啓発員と共有しお互いの経験から解決の糸口を探り、また CARE のプロジェクト・ファシリテーターからの助言を得る場でもある。再研修の回を重ねることで、栄養メッセージの知識を深めるだけでなく、対コミュニティでのコミュニケーションの取り方や適切な教授法についても知見を得てゆくことができた。

【新たな試み】

VSLA メンバーを対象に栄養啓発を担う VSLA 内の栄養教育係を対象とした再研修の場に、同じく VSLA メンバーである 137 名の女性起業家も招待し、女性起業家にも栄養メッセージを学んでもらった。女性起業家は「ココプラス」を販売するだけでなく、購入者に栄養メッセージを伝授する役割も担っている。よって販売促進だけでなく女性起業家自身が栄養メッセージを正確に把握する必要性は高いと判断し再研修の場に参加してもらう措置をとった。

活動⑦保護者を対象とした CHV、栄養教育係、男性啓発員による乳幼児の栄養啓発メッセージに関する教育セッション：

上記①②③で選定と研修を終えた栄養啓発員による、各コミュニティでの教育セッションは 2017 年 5 月以降、順次開始された。2018 年 2 月 15 日までの実績は以下の通りである。

栄養啓発員のタイプ	活動内容																
コミュニティ・ヘルス・ボランティア (CHV) : 146 名	・ CHV による栄養教育セッションでは、定期コミュニティ会議の場を利用して、主に乳幼児の保護者らを対象に、12 枚のカウンセリング・カードを用いて乳幼児の栄養に関する啓発メッセージを伝授した。 ・ また、6 月に供与した中古自転車を活用することで行動範囲が広げられ、アウトリーチ (CHV による直接世帯訪問) も活発化した。供与した中古自転車の状態に関しては、CHV が一同に会する再研修の機会を利用し、CARE が定期的にチェックする体制を敷いた。 【活動実績】 ・ 146 名の CHV が 1 人あたり月平均約 2 回実施し¹、計 2,490 回実施した。 ・ セッション数と参加人数の累計 (詳細は別紙 2 を参照) *延べ参加者数： <table> <tr> <th>セッション数</th> <th>男性人数</th> <th>女性人数</th> <th>参加者計</th> </tr> <tr> <td>2,490</td> <td>19,993</td> <td>57,608</td> <td>77,601</td> </tr> </table> *重複参加者を除いた参加者数 (2 か月目以降は参加者の半数はリピーターとして捉える) <table> <tr> <th>セッション数</th> <th>男性人数</th> <th>女性人数</th> <th>参加者計</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計	2,490	19,993	57,608	77,601	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計				
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計														
2,490	19,993	57,608	77,601														
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計														

¹ 当初の計画では、各 CHV は多くの住民が集まる場である定期コミュニティ会議と保健局主催の乳幼児の体重測定日を主要な教育セッションの場として想定した。しかし 1 年次後半時点で、コミュニティ会議は議題の種類や量に応じて、どのコミュニティも月 1 回開催する場合もあれば、月 3 回開催する場合もあり、全く開催しない場合もあり、議題ベースでアドホックに開催されていることが判明した。よって少なくとも月 1 回は各 CHV が教育セッションを集中的に実施できるように、教育セッションの場を増やす努力をしてきた。2 年次終了時点の、CHV による主な教育セッションの場は、コミュニティ会議、体重測定日、アウトリーチ (戸口訪問)、マーケット訪問である。また、セッションを実施する場所によって、セッション内容を変えたり省いたりすることはなく、どの場で実施するセッションも同一の内容と質である。また、セッション数の数え方は、例えば、ある日にコミュニティ会議でセッションを実施した後に続けて戸口訪問によるセッションを行った場合や、ある日に体重測定日の場所でセッションを実施した後に続けて戸口訪問によるセッションを行った場合等、複数の場でのセッションであっても同日に行った場合は 1 回のセッションを実施したという数え方をしている。(詳細は、別紙 2「栄養教育セッション実績-CHV 実績」を参照。)

		2, 490	10, 357	29, 283	39, 640													
栄養教育係： 138 名	・新旧 138 の VSLA のメンバーの中から選定された 138 名の栄養教育係による栄養教育セッションでは、VSLA の定例会議の場を利用して、VSLA のメンバーを対象に、12 枚のカウンセリング・カードを用いて乳幼児の栄養に関する啓発メッセージと食習慣について話し合った。 【活動実績】 ・138 名の栄養教育係が属している VSLA にて月平均約 3 回実施し²、計、3, 723 回実施した。 ・セッション数と参加人数の累計（詳細は別紙 2 を参照） *延べ参加者数： <table><tr><th>セッション数</th><th>男性人数</th><th>女性人数</th><th>参加者計</th></tr><tr><td>3, 723</td><td>7, 002</td><td>49, 501</td><td>56, 503</td></tr></table> *重複参加者を除いた参加者数（栄養教育係の対象は VSLA メンバーの男女合計 3, 802 名のみ） <table><tr><th>セッション数</th><th>男性人数</th><th>女性人数</th><th>参加者計</th></tr><tr><td>3, 723</td><td>3, 674</td><td>26, 190</td><td>29, 864</td></tr></table>	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計	3, 723	7, 002	49, 501	56, 503	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計	3, 723	3, 674	26, 190	29, 864	
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計															
3, 723	7, 002	49, 501	56, 503															
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計															
3, 723	3, 674	26, 190	29, 864															
男性啓発員： 135 名	・本事業では子どもの栄養改善は、子どもの母親の責任とする風潮を払拭するため、男性の巻き込みが様々なレベルで行われている。その一つが男性啓発員による男性への啓発である。男性啓発員による栄養教育セッションでは、定期コミュニティ会議の場を利用して、主に父親を対象に対話の場を設け、家族の健康に関する課題や、父親の役割について対話方式で話し合った。 ・男性対象の啓発活動では、栄養に関するメッセージのみならず、男性の育児参加や慣習的に根付いている男女の役割分担に関するメッセージも盛り込んだ父親ポスターを用いており、ジェンダー平等を進める取り組みとなっている。 【活動実績】 ・135 名の男性啓発員が 1 人あたり月平均約 1. 7 回実施し³、計 1, 931 回実施した。 ・セッション数と参加人数の累計（詳細は別紙 2 を参照）																	

² 各栄養教育係は、所属する VSLA の毎週の定期会合の場を利用して月 1 回程度の教育セッションを VSLA メンバー対象に実施することを想定した。しかし、VSLA メンバーからの要望に応じて、月 1 回と限らず、ほぼ毎週行っている会合の後の時間を利用して平均して月 3 回程度のセッションを実施している。定期会合後に実施するセッションは、どのセッションでも同一の内容と質であり差はない（詳細は、別紙 2「栄養教育セッション実績・栄養教育係実績」を参照。）。

³ 当初の計画では、各男性啓発員は多くの住民が集まる場である定期コミュニティ会議とコミュニティ会議後に通常行われるコミュニティ会議に準ずる男性会議（男性のみの会合）を主要な教育セッションの場として想定した。しかし CHV の場合と同様に、コミュニティ会議及び男性会議は議題の種類や量に応じて、どのコミュニティも月 1 回開催する場合もあれば、月 3 回開催する場合もあり、全く開催しない場合もあり、議題ベースでアドホックに開催されていることが判明した。よって、少なくとも月 1 回は各男性啓発員が教育セッションを集中的に実施できるように、教育セッションの場を増やす努力をしてきた。2 年次終了時点の、男性啓発員による主な教育セッションの場は、コミュニティ会議、男性会議、モスクや教会での集まり、アウトリーチ（戸口訪問）である。また、セッションを実施する場所によって、セッション内容を変えたり省いたりすることはなく、どの場で実施するセッションも同一の内容と質である。また、セッション数の数え方は、例えば、ある日に男性会議でセッションを実施した後に続けて戸口訪問によるセッションを行った場合や、ある日にモスクの集まりの場所でセッションを実施した後に続けて戸口訪問によるセッションを行った場合等、複数の場でのセッションであっても同日に行った場合は 1 回のセッションを実施したという数え方をしている。（詳細は、別紙 2「栄養教育セッション実績・男性啓発員実績」を参照。）。

	*延べ参加者数：<table><tr><th>セッション数</th><th>男性人数</th><th>女性人数</th><th>参加者計</th></tr><tr><td>1,931</td><td>40,825</td><td>-</td><td>40,825</td></tr></table> *重複参加者を除いた参加者数(2ヶ月目以降は参加者の半数はリピーターとして捉える) <table><tr><th>セッション数</th><th>男性人数</th><th>女性人数</th><th>参加者計</th></tr><tr><td>1,931</td><td>21,138</td><td>-</td><td>21,138</td></tr></table>	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計	1,931	40,825	-	40,825	セッション数	男性人数	女性人数	参加者計	1,931	21,138	-	21,138
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計														
1,931	40,825	-	40,825														
セッション数	男性人数	女性人数	参加者計														
1,931	21,138	-	21,138														

活動⑨：コミュニティ・リーダー及び男性を対象とした乳幼児の栄養と健康に関する理解促進のためのコミュニティ全体会議

コミュニティの男性リーダーを対象とした本活動は、活動⑦の男性啓発員による主に父親を対象とした教育セッションと一緒に行われた。

2) 乳幼児の保護者らを対象とした乳幼児の食習慣の改善活動

活動①：栄養教育係を対象とした調理実演会のための TOT（訓練者養成）研修

【進捗状況】

各 60 コミュニティで調理実演(下記の活動②)を担う栄養教育係を対象に実演の前日、もしくは前々日に行うのが TOT（訓練者養成）研修であり、郡農業開発部女性農業課の専門職員が調理指導にあたった。

【活動実績】

実施時期	実施場所	参加者
第 1 回：17 年 8-9 月 (8 月 29 日～9 月 4 日)	5 ヶ所のサブディストリクト・キャピタル (Sakogu/ Gbintiri/ Nalerigu/ Gambaga/ Langbinsi)	栄養教育係 (計 138 名)
第 2 回：17 年 11 月 (11 月 17 日～24 日)		

【研修内容と他の栄養啓発活動との相乗効果】

第 1 回目と第 2 回目では扱う食材もメニューも異なる。食材とメニューは、TOT 研修が実施される月に各 60 コミュニティで重点栄養メッセージとして栄養啓発員によって普及されている栄養メッセージに沿うように考案された。具体的には、第 1 回目では、3 つの食品群からまんべんなく食材を選ぶこと、特に野菜や果物の重要性が強調され、栄養素を逃さないための調理時の注意点、たんぱく質摂取を増やすための大豆を用いたレシピ等が紹介された。第 2 回目では、その月の重点メッセージであった「幼児貧血を防ぐ」に沿って、鉄分の多い食材とメニューを用意し、特に鉄分を多く含む葉野菜の調理方法について伝えられた。このように、各栄養啓発員による栄養メッセージの普及活動と調理実演が相乗効果となり栄養メッセージのコミュニティでのより深い浸透を図る工夫がされている。

活動②：保護者らを対象とした適切な食事の摂取習慣に関する調理実演会：

【進捗状況】

上記活動①で栄養価の高い食事の調理法を学んだ栄養教育係が、各コミュニティに戻り、乳幼児の保護者らを対象に 2 年次では 2 回の調理実演を実施した。2 年次中間報告書でも報告した通り、多くのコミュニティ住民を動員して開催する調理実演については、農繁期を避け収穫後の時期に合わせ 2017 年 8 月～9 月と 12 月に再調整し、開催回数も当初予定の 4 回から 2 回に減らした。1 回あたりのコミュニティ内での動員数を増やす努力をし、開催回数が減ったことで効果が半減することないように配慮した。

【活動実績】

・調理実演参加者数累計（詳細は別紙3を参照）

*延べ参加者数：

実施時期	男性	女性	計
第1回：17年8-9月 (8月30日～9月19日)	1,796	4,782	6,578
第2回：17年12月 (12月11日～22日)	1,385	4,474	5,859
参加者合計	3,181	9,256	12,437

*重複参加者を除いた参加者数(2回目以降は参加者の2割を新規参加者として捉える)

実施時期	男性	女性	計
第1回(17年8-9月)	1,796	4,782	6,578
第2回(17年12月)	277	895	1,172
参加者合計	2,073	5,677	7,750

【調理実演の目的と波及的効果】

調理実演の目的は、各栄養啓発員による啓発活動によって定着した栄養知識を、実際の行動にも反映されるよう実地に乳幼児の保護者らに指導することと、コミュニティの住民が栄養と健康について認識を深め、地域全体で乳幼児の栄養改善に向けた機運を高め意識付けを醸成することにある。調理実演の前には大々的に住民の動員を行い地域住民の積極的な参加に成功した。下記の寸劇と並んで波及効果は高く、2017年11月に実施した定期モニタリングでは、調理実演に直接参加していない住民にも調理法が口コミで伝わっていたことも確認された。

【課題】

調理実演ではココプラスの効用も伝えられ、実際の摂取方法についても実演した。調理実演の終了後には、栄養メッセージの普及も兼ねて女性起業家による「ココプラス」の販促活動が行われ売れ行きは良かった。しかしながら、その後の継続的な購入と摂取には必ずしも結び付いていないことが11月の定期モニタリングでは確認されており、「ココプラス」の定期的な摂取の奨励については課題が残った。

活動④：演劇グループを対象としたリハーサル：

【進捗状況・活動実績】

栄養メッセージを寸劇の形で普及する活動はボランティアで組織された61の演劇グループによって各60コミュニティで実施された(下述活動⑤)。寸劇が披露される前にはリハーサルが行われるが、2年次では、2017年9月～10月と12月の2回、各60コミュニティで行われた。1年次で設立された演劇グループのメンバーの士気は高く、リハーサルにも非常に熱心に取り組んだ。

【リハーサル内容と他の栄養啓発活動との相乗効果】

リハーサル前の準備として、CAREのプロジェクト・ファシリテーター2名が栄養専門家である現地プロジェクト・マネージャーの助言のもと3つのストーリーを考案し、それぞれ15分～20分程度、計1時間弱の寸劇となる脚本を作った。完成した脚本は演劇グループメンバーによって読み込まれ、各グループで原則3回のリハーサルを経て下述する本番で演じられた。リハーサルでは脚本にないアドリブを入れて笑いを取るケースもあった。アドリブは

聴衆全体からの笑いを誘発し、聴衆の集中力を高める効果があることから、リハーサルで好評だったアドリブは本番でも活かされた。

また、調理実演と同様に、寸劇の脚本はその月に各 60 コミュニティで重点栄養メッセージとして栄養啓発員によって普及されている栄養メッセージを強調する構成内容とした。各栄養啓発員による栄養メッセージの普及活動との相乗効果で、栄養メッセージのコミュニティでのより深い浸透を図れる工夫がされている。具体的には、第 1 回目の寸劇の脚本では、幼児の成長過程と食事の与え方、第 2 回目では、「幼児貧血を防ぐ」と栄養補助食品「ココプラスの効用」が強調された。

【課題】

ガーナは英語が公用語ではあるが、農村部では英語はあまり理解されないため、英語の脚本を現地の部族語に翻訳してきたが、翻訳の過程で本来の意図が正確に伝わらないという課題が挙げた。直接訳せない栄養素の名称等も存在し、翻訳の際には適当な訳語を探し、誤訳しないよう細心の注意を払い、メッセージが正確に伝わる努力をした。

活動⑤保護者らを対象とした演劇グループによる寸劇：

【進捗状況】

上記リハーサルを経て、寸劇は各コミュニティで披露された。上述した調理実演と同様の理由で、開催回数も当初予定の 4 回から 2 回に減らしたが 1 回あたりのコミュニティ内での動員数を増やす努力をし、開催回数が減ったことで効果が半減することないように配慮した。

寸劇後には、栄養に関するクイズが出され、参加者の理解度をその場で把握し次の寸劇の脚本に反映するようにしている。また、クイズの正解者には衛生知識（例：調理の前には手を洗う等）の普及の一環として石鹸を提供した。また、調理実演と同様、寸劇ではココプラスの効用も伝えられていることから、寸劇の終了後には、女性起業家による「ココプラス」の販促活動がその場で行われた。

【活動実績】

・寸劇参加者数累計（詳細は別紙 4 を参照）

*延べ参加者数：

実施時期	男性	女性	計
第 1 回（17 年 10 月）	1, 999	4, 570	6, 569
第 2 回（18 年 1 月）	2, 380	5, 235	7, 615
参加者合計	4, 379	9, 805	14, 184

*重複参加者を除いた参加者数（2 回目以降は参加者の 2 割を新規参加者として捉える）

実施時期	男性	女性	計
第 1 回（17 年 10 月）	1, 999	4, 570	6, 569
第 2 回（18 年 1 月）	476	1, 047	1, 523
参加者合計	2, 475	5, 617	8, 092

【寸劇の目的】

調理実演同様に、視覚に訴える分かりやすい寸劇を通して、コミュニティの住民が栄養と健康について認識を深め、地域全体で乳幼児の栄養改善に向けた機運を高め意識付けを醸成することも目指しており、寸劇の前には大々的に住民の動員を行い地域住民の積極的な参加に成功した。

活動⑨：「ココプラス」の需要創出：

【「ココプラスの日」に先立つ事前活動】

2017 年 8 月に開始された月 2 回の「ココプラスの日」（女性起業家による一斉訪問販売キャンペーン）に先立ち、7 月には、「ココプラス」の栄養効果や食事の中での取り入れ方等について、CARE のプロジェクト・ファシリテーターが主導して事前にコミュニティでの知識の普及を行った。この事前のコミュニティでの普及活動により、実際に女性起業家が世帯を回って販促活動をする時には、既にコミュニティでは「ココプラス」についての知識がある程度普及しており、より販売がしやすくなるという効用がある。

【「ココプラスの日」の活動実績】

137 名の各女性起業家による月 2 回の一斉訪問販売を当初予定していたが、2017 年 8 月以降 2 年次終了時点の 2018 年 2 月 15 日までに、上述の調理実演や寸劇等、多くの人が集まる機会を利用したココプラスの需要創出活動も加え、延べ約 1,900 回のココプラスの一斉訪問販売キャンペーンが行われた。女性起業家による販売キャンペーンには必ず栄養メッセージの普及が伴うことから、栄養啓発員による各コミュニティでの普及活動に併走する形となり、効果がより強化されることが思料される。

3) 女性の経済的エンパワメント

VSLA の設立、VSLA の運営研修、「ココプラス」の販売促進を担う女性起業家の育成等の諸活動は全て 1 年次までに終了した。しかしながら、2 年次以降 3 年次を通して、栄養啓発の重要な担い手である栄養教育係や女性起業家は VSLA メンバーであり、また VSLA が彼女達の活動の基盤ともなっていることから、2 年次では、1 年次で設立運営の支援をした 138 の VSLA への定期的なフォローアップを行った。具体的には、毎週開かれる VSLA の定例会合の場や、VSLA メンバーによる株（シェア）の購入が一定期間継続した後に行われる配当を含んだ積立金の返還（シェアアウト）の場に、CARE のプロジェクト・ファシリテーターと現地パートナー団体（PARED）のメンバーが立ち会い、会合や精算が VSLA のガイドラインに沿って進められているのかについて確認し、気づきを VSLA メンバーに都度フィードバックすることで、VSLA の運営を側面的に支援した。

- 「ココプラス」の販売促進を担う女性起業家の経済的エンパワメント（販売実績の詳細については、別紙 5 を参照）：

【収入創出】

2 年次における実質 8 か月間のココプラス総販売実績は 89,807 袋であり月平均で 11,226 袋を販売し、女性起業家 137 人の平均は月当たり 82 袋の販売となった。小売価格は 40 ペソワ（ペソワは 100 分の 1 セディ）であり、1 袋売り上げるごとに 5 ペソワ（約 1.3 円）の利益があるので、女性起業家は 1 人当たり月平均で 4.1 セディ（約 102 円）の利益を得た。収入増を実感できるのは少なくとも 3.8～5 セディ（約 95～125 円）であることから⁴、多くの女性起業家にとり確実な収入創出源になったこと

⁴ 先行事業で形成した VSLA メンバーからの聞き取りでは、日本円で 100 円前後の追加収入があれば、収入増が実感できるという声が多く寄せられた。また、本事業では、すでに小商いをしている女性から女性起業家を選定し「ココプラス」の販促活動を担ってもらっている。小商い全体の 1 ヶ月当たりの売上高は、扱っている品目数やコミュニティの人口、また季節等の要因で、個々の女性起業家で開きはあるが、1 日 5 GHS、1 ヶ月 100GHS～150GHS 程度の売上が平均的と言える。「ココプラス」以外の他の品目からも売上を得ている女性が、追加で 4 セディを得ることで「収入増」を実感できることが示唆される。

が伺える。

【販売実績の推移の分析】

当事業の先行事業では収穫のピークに当たる 10 月に最も売り上げが伸び（現金に余裕があるためと考えられる）、その後 5 月の農繁期開始までの乾期には収入が無くなるため激減する傾向がみられた。本事業の 2 年次では 10 月に 13,508 袋を売り上げ、11 月、12 月、1 月と販売実績が横ばいとはなったが、極端に激減することはなく、また、2 月では単月売り上げ過去最高となった。2 月はコミュニティの人々にとり現金の余裕のない乾期でもあることを考慮すると、希望の持てる数字と言える。今後、4 月まで続く乾期中に売り上げが極端に落ちないように、ココプラスの定期摂取を促し季節による増減をさらに減らすことが重要となる。

【課題】

販売実績については、女性起業家によって大きなばらつきがある点が課題として挙げた。例えば 2018 年 2 月の販売実績で見ると、590 袋を売り上げ 30 セディ（約 750 円）の収入増となった女性起業家もいれば、月に 30 袋も販売できず収入も 1.5 セディ（約 38 円）未満の女性起業家もいた（コミュニティごとの売り上げから推計）。売上の少ない女性起業家に共通することとして、月 2 回の「ココプラスの日」（一斉訪問販売キャンペーン）さえも行わず、自宅にお客が来るのを待つというパターンが確認された。売上高は戸口訪問回数に比例して増加することが確認できていることから、売上の少ない女性起業家へは戸口訪問回数を増やしてゆくよう指導を開始した。(2) 事業内容の活動④の活動実績において上述した通り、栄養啓発員を対象とした毎月の振り返り会議(再研修)には、女性起業家も招待し栄養メッセージを学んでもらう措置を取っている。この毎月の振り返り会議の場を利用して、月 2 回の「ココプラスの日」以外にも積極的に戸口を回る指導を 3 年次でも継続してゆく。

●その他の女性メンバーの経済的エンパワメントへの寄与：

2 年次では 2017 年 11 月にシェアアウトが行われ、その実績は以下の通りである。

・シェアアウトした VSLA の数：96

総貯蓄額：416,989 ガーナ・セディ (a)

発生利息：59,419 ガーナ・セディ (b)

総精算額：476,408 ガーナ・セディ

利回り：(b) ÷ (a) = 14.3%

本事業で設立支援した 138 の VSLA においては、137 名の女性起業家が事業の直接裨益者であるが、女性起業家以外の他の女性 VSLA メンバー（約 3,700 名のメンバーのうち 80%以上は女性メンバー）にも、裨益が及んでいる。農村の女性は現金を自身の意思で自由に使える機会は少なく、夫に頼んで現金を得て食材を購入し、子どもの学費等に充てる場合が多い。女性たちが VSLA 活動で得た現金の用途はまちまちであるが、一般的に、男性メンバーより女性メンバーの方がお金の使い方に慎重で、家族のために使う率が高いことが報告されている。具体的には、近隣のマーケットで商品を仕入れ、村内で小売りにしたり、子どものために使うという女性メンバーが多い。自由になる現金を得た女性メンバーの喜びは大きく、本事業の裨益対象者である女性起業家以外の女性メンバーも経済的エンパワメントへの第一歩を踏み出す機会が VSLA を通して得られ、本事業の波及効果と言える。

	4) その他：事業スタッフ及びパートナー団体との振り返り会議 【活動実績】 事業の質の担保と実施に携わるスタッフの能力強化の一環として、定期的に活動を振り返る場を設けた。具体的には、タマレ事務所かフィールドにおいて、四半期ごとに活動の進捗状況や課題について話し合い、次の四半期に向けたアクションプランを確認した。4月、7月、10月、1月の四半期振り返り会議に追加して、6月、9月、2月にも臨時の振り返り会議を行い、2年次では計7回の振り返り会議を実施した。 (2) その他の活動：広報活動 本事業の広報活動を以下の通り行った。 ➤ ガーナ日本人駐在員の声を当財団のホームページやフェイスブックに定期的に掲載。 ➤ 当財団のニュースレターを通じた本事業に関する報告。 なお、本事業が日本政府からの助成を受けて実施されていることへの地元関係者への周知については、2年次では以下の事項を行った。 ➤ CARE、「ココプラス」及び ODA のロゴを印刷したエプロンを女性起業家全員に支給し、女性起業家はこのエプロンを着用し「ココプラス」の販売促進活動を行うことで、地域住民に対して本事業が日本政府の資金を活動資金としていることの周知を図った。 ➤ コミュニティ・ヘルス・ボランティアに供与した中古自転車に ODA ステッカーを貼付し、中古自転車を活用したアウトリーチ活動では地域住民に対して本事業が日本政府の資金を活動資金としていることの周知を図った。
(3) 達成された成果	(1) 2年次で達成された成果 成果と2年次に当てはまる指標の完了報告時点での達成状況は以下の通りである。 1) 乳幼児の保護者らを対象とした乳幼児の栄養啓発活動 成果 1：コミュニティ・ヘルス・ボランティア (CHV)、村内貯蓄貸付組合 (VSLA) 内の栄養教育係及び男性啓発員らによる栄養啓発メッセージの普及によって、乳幼児の保護者らが乳幼児の栄養と健康に関する知識を身に付けるようになる。 【全体所感】 活動指標については、下述する通り、目標値を大きく上回った。 更に、2017年11月には、各栄養啓発員が発信してきた栄養メッセージがコミュニティ住民にどの程度正しく理解されているかを把握するため、小規模なサンプル抽出によるモニタリングを実施した。具体的には、対象の5つのサブディストリクトからそれぞれ1つ、5コミュニティを選び合計30人に理解度等についてインタビューした。正解率は質問によって30%から100%と幅はあるものの、平均正解率は74%と結果は概ね良好であり、「知識」の定着については、2年次終了時点でもある一定の成果は確認できた。しかしながら、質問によっては30%の正解率にすぎず課題は残された。質問内容の複雑さやインタビューの仕方によって相手に意図が的確に伝わらなかったケースが11月のモニタリングの振り返りで確認されており、よって、質問内容の見直しと相手からの的確な回答を得るためのインタビュー方法の改善を図ってゆく。また、栄養啓発員による個々の保護者や関係者に対する啓発活動は、栄養メッセージを1回だけ伝授して終了ではなく事業終了時まで複数回に亘り伝授してゆく。回数を重ねることで更に理解度が深まり知識の定着に繋がること

	が期待できる。 サンプル数が少ないことから、3 年次では、少なくとも 2 回は同様のモニタリングを実施し、また 3 年次終了時点ではエンドライン調査を行うことでより厳密に成果について検証する。								
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="497 318 963 353">成果 1 を測る指標【2 年次以降】</th><th data-bbox="976 318 1449 353">達成状況</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="497 353 963 913"> ①訓練を受けた CHV によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される（総実施回数：146 区域 × 10 回＝1,460 回）。 （注記：60 コミュニティを 146 に分け、146 名の CHV が 60 コミュニティ全域をカバー。） </td><td data-bbox="976 353 1449 913"> ・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 2,490 回。 ・ 計 1,460 回（146 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各 CHV による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。 </td></tr> <tr> <td data-bbox="497 913 963 1429"> ②訓練を受けた栄養教育係によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、新規及び既存の 150 の VSLA⁵において 2 年次は 1,500 回（10 回 × 150 VSLA）は開催される。 </td><td data-bbox="976 913 1449 1429"> ・ 138 の VSLA での総開催数は 3,723 回。 ・ 目標値の 1,500 回を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各栄養教育係による VSLA 定期会合の場を利用した月 1 回の集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。 </td></tr> <tr> <td data-bbox="497 1429 963 1930"> ③訓練を受けた男性啓発員による父親ポスターを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される。（総実施回数：1,350 区域 × 10 回＝1,350 回）。 （注記：60 コミュニティを 135 に分け、135 名の男性啓発員が 60 コミュニティ全域をカバー。） </td><td data-bbox="976 1429 1449 1930"> ・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 1,931 回。 ・ 計 1,350 回（135 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各男性啓発員による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回か </td></tr> </tbody> </table>	成果 1 を測る指標【2 年次以降】	達成状況	①訓練を受けた CHV によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される（総実施回数：146 区域 × 10 回＝1,460 回）。 （注記：60 コミュニティを 146 に分け、146 名の CHV が 60 コミュニティ全域をカバー。）	・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 2,490 回。 ・ 計 1,460 回（146 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各 CHV による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。	②訓練を受けた栄養教育係によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、新規及び既存の 150 の VSLA⁵において 2 年次は 1,500 回（10 回 × 150 VSLA）は開催される。	・ 138 の VSLA での総開催数は 3,723 回。 ・ 目標値の 1,500 回を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各栄養教育係による VSLA 定期会合の場を利用した月 1 回の集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。	③訓練を受けた男性啓発員による父親ポスターを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される。（総実施回数：1,350 区域 × 10 回＝1,350 回）。 （注記：60 コミュニティを 135 に分け、135 名の男性啓発員が 60 コミュニティ全域をカバー。）	・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 1,931 回。 ・ 計 1,350 回（135 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各男性啓発員による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回か
成果 1 を測る指標【2 年次以降】	達成状況								
①訓練を受けた CHV によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される（総実施回数：146 区域 × 10 回＝1,460 回）。 （注記：60 コミュニティを 146 に分け、146 名の CHV が 60 コミュニティ全域をカバー。）	・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 2,490 回。 ・ 計 1,460 回（146 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各 CHV による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。								
②訓練を受けた栄養教育係によるカウンセリング・カードを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、新規及び既存の 150 の VSLA⁵において 2 年次は 1,500 回（10 回 × 150 VSLA）は開催される。	・ 138 の VSLA での総開催数は 3,723 回。 ・ 目標値の 1,500 回を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各栄養教育係による VSLA 定期会合の場を利用した月 1 回の集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回から 8 回に下方修正した。								
③訓練を受けた男性啓発員による父親ポスターを使用した乳幼児の栄養に関するセッションが、2 年次は各 60 のコミュニティで 10 回は開催される。（総実施回数：1,350 区域 × 10 回＝1,350 回）。 （注記：60 コミュニティを 135 に分け、135 名の男性啓発員が 60 コミュニティ全域をカバー。）	・ 60 コミュニティ全域での教育セッション総開催数は 1,931 回。 ・ 計 1,350 回（135 区域 × 10 回）の開催を目標値としていることから、目標値を大きく上回った。 *注記： 中間報告時に、10 回から 8 回に活動回数の方修正を行った。各男性啓発員による月 1 回のコミュニティでの集中的な教育セッションを当初想定したが、研修の終了が遅れたことで、2017 年 5 月末以降からのセッション開始となり、10 回か								

⁵ 1 年次申請当時、新規、既存を含め 150 の VSLA を設立運営支援することを計画したが、1 年次後半に実際に設立運営支援の対象とした VSLA は 138 である（詳細は 1 年次完了報告書を参照）。2 年次申請書は VSLA の設立運営支援がまだ開始されていない 1 年次中間報告時に作成提出していることから、指標は 150 のままとされている。

		ら 8 回に下方修正した。
	④CHV、栄養教育係、男性啓発員らが普及する栄養啓発メッセージを受け取った保護者らの 50%は、乳幼児の栄養について理解を深めるようになる。	・ 11 月のモニタリングでの栄養知識に関する質問への正答率の平均は 74%であった。栄養メッセージが理解され定着しているかの判断にあたり正解率 7 割を目安とした。よって、回答者全員が理解を深めていると判断でき、目標値の 50%を上回った。
2) 乳幼児の保護者らを対象とした乳幼児の食習慣の改善活動 成果 2: 乳幼児の保護者らが食事の摂取方法について学び、適切な食習慣を実践できるようになる。 【全体所感】 活動指標については、下述する通り、調理実演や寸劇では開催回数を減らしたことで参加率等の指標で目標値を下回った。3 年次では参加率を下方修正したことから最終的な達成は見込んでいる。 また、2017 年 11 月に実施したモニタリングでは、成果 1 での「知識」に関する質問に正確な回答をした者に、続いて成果 2 での「具体的な行動」を問うと、適切な回答が返ってくる割合が高かったことが示された。成果 1 における「知識」の浸透だけでなく成果 2 の「行動」についても、2 年次終了時点である程度の成果が伴ってきている感触を得た。 しかしながら、以下の通り課題も残された。 ● 調理実演参加者： 調理実演参加者の 100%が実演された調理方法を試したことがあると回答したが、その頻度についてまで踏み込んだ質問をしていないことから、3 年次では頻度に関する質問も含めることで、適切な調理方法がどの程度、浸透しているかについても考察してゆく。 ● 「ココプラス」の定期的な摂取： 「ココプラス」の定期的な摂取割合については 35%と目標値の 50%を下回り課題を残した。コミュニティの人々には、「ココプラス」の需要創出活動の機会に好奇心から 1 回はまとまった量を購入してみる者は多く、また「ココプラス」に即効性を求める等の誤解もあるように見受けられる。定期的に摂取しない限り栄養効果は継続しない点を栄養メッセージと併せて地道に啓発するとともに、「ココプラス」購入の家計における優先順位を上げることに、人々の理解が進むことが肝要である。女性起業家による戸口訪問回数を増やし、個々の保護者に繰り返しアプローチすることで、好奇心からの 1 回だけの購入層を定期購入層にしてゆく取り組みを 3 年次でも継続してゆく。 また、11 月のモニタリングでは、最初に「今までに「ココプラス」を購入したことがある者」という質問によって購入歴のある者のみを抽出し、購入歴のある者に対して「直近の 1 週間で「ココプラス」を実際に週 4 回以上購入/摂取した者」という質問を続けた。つまり、質問を受けた者が一定程度習慣的に購入/摂取していることを前提に、直近 1 週間でのココプラスの購入/摂取の割合を算出した。ココプラスの継続摂取による栄養状態の改善は、個人差はあるが、週 4 回以上継続的に摂取していると 1 ヶ月程度で改善傾向が確認できると報告されている。8 月以降に「ココプラス」の販促活動が開始されてから本モニタリングを実施した 11 月までは、3 ヶ月程度の時間的		

	経過に過ぎず、本モニタリングでは、1ヶ月以上の継続的な「ココプラス」の摂取に関する質問を含めることは時期尚早と判断した。3年次では、具体的な継続摂取期間に関する質問を含め、継続摂取についてより正確に把握してゆく。
成果2を測る指標【2年次以降】	
①調理実演が栄養教育係によって2年次は各60コミュニティで4回開催される。	達成状況 ・住民を多数動員することを想定している調理実演は、農繁期を避けた開催が理に適っているとの見解に達しコミュニティ側とも合意し農繁期の時期を外し調整した結果、4回の予定から2回の開催となった。 *注記： 中間報告時に、4回から2回に活動回数の方修正を行った。
②60コミュニティの対象人口約78,078人のうち30%(約24,000人)⁶が調理実演に参加する。	・2回の調理実演の延べ参加者数は12,437人⁷であり、参加率は約16%と目標値の30%を下回った。 ・これは、開催回数を4回から2回に減らしたことで参加率全体では減となった。
③寸劇がコミュニティ演劇グループによって2年次は各コミュニティで4回は開催される。	・住民を多数動員することを想定している寸劇は、農繁期を避けた開催が理に適っているとの見解に達しコミュニティ側とも合意し農繁期の時期を外し調整した結果、4回の予定から2回の開催となった。 *注記： 中間報告時に、4回から2回に活動回数の方修正を行った。
④コミュニティの対象人口約78,078人のうち30%(約24,000人)⁸が寸劇に参加(観覧)する。	・2回の寸劇の延べ参加者数は14,184人⁹であり、参加率は18%と目標値の30%を下回った。これは、開催回数を4回から2回に減らしたことで参加率全体では減となった。
⑤調理実演や演劇に参加した保護者らの50%は家庭内で栄養価を高められる調理方法を実践するようになる。	・11月のモニタリングでの質問では、調理実演参加者の100%が実演された調理方法を試したことがあると回答した。うち、その方法を詳細に尋ね、実際に栄養価の高い調理方法を正しく取り入れていることが確認できた回答者は59%となり、目標

⁶ 60コミュニティの人口78,078人のうち生殖年齢にあたる人口は25,690人(女性13,120人、男性12,570人)(2年次申請時)。この男女の生殖年齢人口をベースに人口の30%(約24,000人)を指標とした。

⁷ 2年次申請時では、参加者の延べ人数が人口の30%(約24,000人)に達することを目標値とした(2年次申請書類別紙3の参加者欄を参照)。

⁸ 60コミュニティの人口78,078人のうち生殖年齢にあたる人口は25,690人(女性13,120人、男性12,570人)(2年次申請時)。この男女の生殖年齢人口をベースに人口の30%(約24,000人)を指標とした。

⁹ 2年次申請時では、参加者の延べ人数が人口の30%(約24,000人)に達することを目標値とした(2年次申請書類別紙3の参加者欄を参照)。

		値の 50%を上回った。
⑥各 60 のコミュニティで月 2 回の需要創出イベントが実施される。		・女性起業家が戸口を回って一斉販売するココプラスの日は予定通り月 2 回、実行された。
⑦2 年次の終わりまでに毎月 19,200 個の「ココプラス」が売られる。		・2 年次の総販売実績は 89,807 個で月平均 11,226 個の売上となり目標値の 19,200 個を下回った。 ・コミュニティで現金に余裕のある季節と余裕の無い季節で売上の増減があり平均値を下げていることから、販促活動と栄養啓発活動で更に増減幅を減らしていく取り組みが求められる。
⑧2 歳未満児総人口約 6,240 人のうち約 50%が週 4 回定期的に「ココプラス」を摂取する。		・11 月のモニタリングでの質問では、直近の 1 週間で 4 回以上「ココプラス」を購入したと回答した 2 歳未満児を持つ親は 35%で、目標値の 50%を下回った。

3) 女性の経済的エンパワメント

成果 3: 女性が家族の福祉の向上のために収入創出活動に参加するようになる。

【全体所感】

女性起業家 137 名の売上には個人差が大きいですが、平均した場合、ココプラスの売り上げ実績はでておりそれに伴う収入の向上は確認できた。また、本事業が栄養啓発事業であることから、追加収入をより多くの食材を購入し栄養価を少しでも高める食事を作ることに充てる、または、子どもの教育(例: 文房具の購入等)に充てるというケースが対象者から寄せられる声からも確認でき、家族の生活向上に一役かっていることが伺える。

成果 3 を測る指標【2 年次以降】	達成状況
①年に 60%の組合員が村内貯蓄貸付組合 (VSLA) から借入する。	・VSLA 全体では 69%以上が借入からの利息収入でシェアアウトが出来た。 ・個々の組合員の借入率については、調査を 3 年次で実施する。
②50%の VSLA 内女性起業家 (VBEs) が栄養補助サプリメント「ココプラス」の販売を通して収入を向上させる (月間売上高の平均 GHS25~30/利益の平均 GHS3.8~5.0)。	・各 60 コミュニティで女性起業家は月平均 4.1 セディ (約 102 円) の利益を得た。コミュニティの規模によって女性起業家の数は 7 人から 1 人までと幅があるが、平均すると 2 名の女性起業家がコミュニティには配置されている。 ・但し、女性起業家によって個人差もあり、また季節性の変動もあることから、これら差を縮小してゆくことが課題として残された。

(2) 「持続可能な開発目標 (SDGs)」に対する成果

2 年次の申請書提出時において、SDGs に対する目標設定を定め下記の目標及

	びターゲットの実現に寄与することを記載した。 成果 1 及び成果 2 においては、 目標 2. 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。 2.2 5 歳未満の子どもの発育阻害や消耗性疾患について国際的に合意されたターゲットを 2025 年までに達成するなど、2030 年までにあらゆる形態の栄養不良を解消し、若年女子、妊婦・授乳婦及び高齢者の栄養ニーズへの対処を行う。 成果 3 においては、 目標 1. あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。 1.4 2030 年までに、貧困層及び脆弱層をはじめ、すべての男性及び女性が、基礎的サービスへのアクセス、土地及びその他の形態の財産に対する所有権と管理権限、相続財産、天然資源、適切な新技術、マイクロファイナンスを含む金融サービスに加え、経済的資源についても平等な権利を持つことができるように確保する。 目標5. ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。 5.1 あらゆる場所におけるすべての女性及び女児に対するあらゆる形態の差別を撤廃する。 5.5 政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。 <table border="1" data-bbox="491 987 1445 1832"> <thead> <tr> <th data-bbox="491 987 836 1032">当該目標</th><th data-bbox="836 987 1445 1032">当該目標に寄与する成果</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="491 1032 836 1234">目標 2/ターゲット 2.2</td><td data-bbox="836 1032 1445 1234">11 月のモニタリング結果からは、栄養啓発員による栄養メッセージの普及活動の結果、明らかにコミュニティでの栄養知識の浸透が進んでいることが確認できた。よって、ターゲット 2.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。</td></tr> <tr> <td data-bbox="491 1234 836 1469">目標 1/ターゲット 1.4</td><td data-bbox="836 1234 1445 1469">女性起業家による「ココプラス」の売り上げ実績は出ており、また VSLA 内の他の女性メンバーも貸付によって、主に家族の福祉の向上のために自身の自由意思で現金を使っているケースが確認できた。よって、ターゲット 1.4 に寄与する成果が発現していることが伺える。</td></tr> <tr> <td data-bbox="491 1469 836 1832">目標 5/ターゲット 5.1 及び 5.2</td><td data-bbox="836 1469 1445 1832">男性啓発員による主に父親を対象とした栄養啓発活動では、男女間の差別解消に向けた啓発も併せて行われており、結果、夫が妻の意見を尊重し、また育児に関与する姿勢を見せる等の傾向が確認された。これらは間接的に女性の経済的地位の向上に役立っていると考えられ、よって、ターゲット 5.1 及び 5.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。</td></tr> </tbody> </table>	当該目標	当該目標に寄与する成果	目標 2/ターゲット 2.2	11 月のモニタリング結果からは、栄養啓発員による栄養メッセージの普及活動の結果、明らかにコミュニティでの栄養知識の浸透が進んでいることが確認できた。よって、ターゲット 2.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。	目標 1/ターゲット 1.4	女性起業家による「ココプラス」の売り上げ実績は出ており、また VSLA 内の他の女性メンバーも貸付によって、主に家族の福祉の向上のために自身の自由意思で現金を使っているケースが確認できた。よって、ターゲット 1.4 に寄与する成果が発現していることが伺える。	目標 5/ターゲット 5.1 及び 5.2	男性啓発員による主に父親を対象とした栄養啓発活動では、男女間の差別解消に向けた啓発も併せて行われており、結果、夫が妻の意見を尊重し、また育児に関与する姿勢を見せる等の傾向が確認された。これらは間接的に女性の経済的地位の向上に役立っていると考えられ、よって、ターゲット 5.1 及び 5.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。
当該目標	当該目標に寄与する成果								
目標 2/ターゲット 2.2	11 月のモニタリング結果からは、栄養啓発員による栄養メッセージの普及活動の結果、明らかにコミュニティでの栄養知識の浸透が進んでいることが確認できた。よって、ターゲット 2.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。								
目標 1/ターゲット 1.4	女性起業家による「ココプラス」の売り上げ実績は出ており、また VSLA 内の他の女性メンバーも貸付によって、主に家族の福祉の向上のために自身の自由意思で現金を使っているケースが確認できた。よって、ターゲット 1.4 に寄与する成果が発現していることが伺える。								
目標 5/ターゲット 5.1 及び 5.2	男性啓発員による主に父親を対象とした栄養啓発活動では、男女間の差別解消に向けた啓発も併せて行われており、結果、夫が妻の意見を尊重し、また育児に関与する姿勢を見せる等の傾向が確認された。これらは間接的に女性の経済的地位の向上に役立っていると考えられ、よって、ターゲット 5.1 及び 5.2 に寄与する成果が発現していることが伺える。								
(4) 持続発展性	(1) 乳幼児の栄養改善に向けたコミュニティ全体の参加意識の醸成 本事業では、事業開始時から、子どもの栄養改善は地域全体で解決すべき課題であるという意識をコミュニティ全体で共有することに尽力してきた。コミュニティ内のキーパーソンを含めた人々への理解促進には時間をかけ、事業への参加意識を醸成してきた。また、2 年次までに育成した栄養啓発員と女性起業家についても同様のアプローチで臨み、研修への参加や啓発活動を担うにあ								

たり、謝金等の金銭的な動機付けに頼ることなく、コミュニティ内で果たす自分達の役割の重要性によって参加意識を醸成してきた。これら意識付けは事業効果の持続性に大きな強みとなる。

(2) コミュニティでの栄養啓発員や女性起業家による継続的な働きかけ

乳幼児の栄養状態を良好に維持してゆくには、乳幼児の栄養と健康に関する適切な知識が事業終了後も受益者の間で保持できるように、継続的な受益者層への働きかけの仕組みを事業期間中にコミュニティ内に構築してゆくことが鍵となる。具体的には、コミュニティ会議と村落貯蓄貸付組合 (VSLA) の 2 つの仕組みを事業終了後も栄養啓発活動に利用することが挙げられる。

●コミュニティ会議：

2 年次までに、栄養啓発員による啓発活動は、受益者層への個別アプローチ以外では主に各コミュニティで開催される定期コミュニティ会議の場を利用して実施してきた。コミュニティ会議では多くの住民の参加が期待できることからより多くの人々に栄養啓発メッセージを伝播することが可能な点と、会議には、コミュニティ・リーダーや他の地方政府スタッフも同席していることから、コミュニティのキーパーソンへの栄養についての理解の促進が図れるという点で有効な場となってきた。コミュニティ会議はコミュニティが存続する限り開催される強固な既存のシステムであり、栄養啓発員自身も同会議へは住民の一人として参加が促されていることから、コミュニティ及び栄養啓発員双方にとり負担なく栄養メッセージを発信し続ける場となり得る。

●村落貯蓄貸付組合 (VSLA)：

VSLA メンバーである女性起業家は VSLA から少額の融資を得てココプラスを買い付け、それぞれの女性起業家が属するコミュニティにおいて買い付けた「ココプラス」を栄養啓発メッセージの伝授と併せて販売してきた。「ココプラス」の販促を通じた栄養啓発の継続は、当面、女性起業家が属する VSLA の継続的な運営が要となる。しかしながら、VSLA の設立と運営能力の強化には非常な忍耐を伴うため、VSLA の中には NGO による介入の終了とともに活動が不活発となるケースもある。よって、本事業では VSLA の設立を 1 年次で終えたが、2 年次中も各 VSLA の運営状況をフォローし女性起業家への助言を行ってきた。具体的には各 VSLA の定期会合や配当金の配当時には、CARE のプロジェクト・ファシリテーターと現地パートナー団体 PARED のスタッフが立ち会い、VSLA の運営ガイドラインに則り会合や配当が行われているか、また、議長や書記、会計担当等の役割をそれぞれの VSLA メンバーが果たしているか等について監督してきた。2 年次終了時点で、本事業で設立した VSLA は全て自主的に運営されていることが確認できている。事業終了後も各 VSLA が存続し女性起業家による「ココプラス」の販促活動の下支えとなるように、3 年次でも継続して運営状況のフォローを行う。

(3) 事業終了後の定期モニタリングへのガーナ保健局 (GHS) の参画

本事業のカウンターパートはガーナ保健局であり、また、保健局とボランティア契約をしているコミュニティ・ヘルス・ボランティア (CHV) を本事業では 3 者の栄養啓発員の 1 者として投入している。CHV は本事業での栄養啓発活動以外に、保健局が定期的に開催している幼児の予防接種や健康チェック等に住民を動員させる役割を担っており、保健局と CHV との間では、本事業終了後も保健局から委託された活動での接点が継続する。このような公的な存在としての CHV と保健局との関係性を事業終了後の啓発活動の継続性に活かすべく、2 年次では、保健局との間で事業終了後のモニタリングに関する覚書を交わした。

保健局による啓発活動のモニタリングを事業終了後 1 年間は継続し、モニタ

	リングレポートが CARE に共有されることが約束された。 モニタリング方法等、詳細については 3 年次中に保健局と詰めることを予定している。
--	--