



日 ASEAN ユース・フォーラム Take Actions for Social Change 2023

アクションプラン報告書



事業概要

この事業は、日本ASEAN友好協力50周年を記念する事業で、ASEAN大学ネットワークに加盟するASEANの30大学と日本の10大学から選ばれた30名の学生が、『2050年に向けて、より良い世界を共に創る』という大きなビジョンの実現に向けて、「高齢化社会」、「多様性」、「環境・防災教育」の3つのテーマに分かれ、オンライン研修やASEANでのフィールドトリップ、訪日研修を通して、共に学び、課題解決のためのアクションプランを作成しました。参加学生は対話と協働の経験を通じて、視野を拡大し、習得した異なる文化環境への受容性と寛容性の向上、そして社会変革に向けたアクションへの意欲とスキルを活かして、今後活躍することが期待されています。

テーマ：“Envisioning a better world in 2050”

参加人数：30名（日本を含む10か国）

参加学生名簿

テーマ：高齢化社会

チーム1: Sky High at Heart

p.4-6

RescueBites - 廃棄物を笑顔に変える

山本 優一郎, 日本, 慶應義塾大学/Keio University Aung Zayar Naing, Myanmar, ヤンゴン大学/University of Yangon
Ubana Shane Dominique D., The Philippines, アテネオ・デ・マニラ大学/Ateneo De Manila University
Kenneth Cheok Jia Cheng, Singapore, シンガポール経営大学/Singapore Management University
Nguyen Thi Thu Huyen, Vietnam, ベトナム国家大学ハノイ校/Vietnam National University, Hanoi

チーム2: Senior Squad

p.7-10

高齢化：メンターシップを活用した世代間コミュニティ形成

Chea Peter, Cambodia, 王立ブノンベン大学/Royal University of Phnom Penh
Nabilla Putri Maharani, Indonesia, バンドン工科大学/Institut Teknologi Bandung 鳥羽 翔大, 日本, 千葉大学/Chiba University
Adam Ahmad Samdin, Singapore, シンガポール経営大学/Singapore Management University
Kanchanit Horuengwetkij, Thailand, チュラロンコーン大学/Chulalongkorn University

テーマ：多様性

チーム3: Halo-Halo

p.11-13

「食」を用いた対話による多様性の促進

Hoeung Kaknika, Cambodia, 王立法律経済大学/Royal University of Law and Economics
長澤バティ 明寿, 日本, 慶應義塾大学/Keio University
Thandar Yu Naing, Myanmar, 国立管理学位大学/ Department of Business and Economics, National Management Degree College
Rawkeen Waenalai, Thailand, マヒドン大学/Mahidol University

チーム4: Chao Mimosa

p.14-16

UNLEASH - 可能性を解き放ち、チャンスを探り起こそう

竹内 陽香, 日本, 京都大学/Kyoto University Ekasith Vanmany, Laos PDR, ラオス国立大学/National University of Laos
Raymart Adriano Dela Cruz, The Philippines, アテネオ・デ・マニラ大学/Ateneo De Manila University
Pham Hoang Khang, Vietnam, ベトナム国家大学ホーチミン市校/Vietnam National University, Ho Chi Minh City

テーマ：環境・防災教育

チーム5: Go Green Revolution

p.17-19

Zero Waste, Zero Worries

Salman Albir Rijal, Indonesia, ガジャマダ大学/ Universitas Gadjah Mada 門野 美佳, 日本, 千葉大学/Chiba University
Pattana Sombout, Laos PDR, ラオス国立大学/National University of Laos
Kavines Nair S/O Ananthan, Malaysia, マレーシア北大学/Universiti Utara Malaysia
Yu Yu Win, Myanmar, ヤンゴン大学/University of Yangon
Yanisa Laovilailert, Thailand, チュラロンコーン大学/ Chulalongkorn University

チーム6: Vertedu Ecowarrior

p.20-23

EcoChef - 一世帯ずつ、食品廃棄物を減らす

Soun Ratana Somany, Cambodia, 王立ブノンベン大学/Royal University of Phnom Penh
Andi Ameera Sayaka Cakravastia, Indonesia, バンドン工科大学/Institut Teknologi Bandung
矢田 大地, 日本, 京都大学/Kyoto University Phonethida Siththixay, Laos PDR, ラオス国立大学/National University of Laos
Emmalyn Tactaquin Tugan, The Philippines, フィリピン大学/University of the Philippines Diliman
Vu Truong Huy, Vietnam, ベトナム国家大学ホーチミン市校/Vietnam National University, Ho Chi Minh City

RescueBites - 廃棄物を笑顔に変える

I. はじめに

昨夏、私たちのチームはNong Hoiのコミュニティを訪れ、そこに住む素晴らしい高齢者たちに会う機会を得た。今回の訪問では、2つの注目すべき点があった。まず、高齢者の何人かは、家族からはあまり手助けをされずに、自立して生活しているが、そのため自分で食事を用意するのが難しいことに気づいた。さらに私たちは、コミュニティ内のさまざまな露店に心を奪われた。それぞれの店でいろいろな品物が売られていた。

しかしながら、Nong Hoiコミュニティで本当に印象に残ったのは、共同キッチンに高齢者たちが積極的に参加していることだった。この集団での経験を通じて高齢者たちは、喜びを感じ、強い共同体意識を抱くことになった。私たちはこのことに触発され、自分たちのプロジェクトのインスピレーションの源とすることにした。

それと同時に、プログラムを通して、アジアも世界の他の地域と同様、高齢化社会になりつつあることを学んだ。現在の人口の20%が60歳以上で、2050年にはこれが30%になることが予測されている。そして、高齢化社会における、(1) 貧困、(2) 社会的包摂、および(3) 食に対する不安という3つの主要な問題を特定した。

高齢化社会では、高齢者の貧困の増加が大きな問題となっている。米国国勢調査局の人口動態調査によると、全世界の貧困層にある高齢者の人数は、2008年の350万人から、600万人に増加している。

加えて、高齢化社会における社会的包摂も大きな問題である。例えばWHOによると、東京都では孤独死する高齢者が3倍(2003年の1,000人から3,000人)に増加し、新型コロナウイルス感染症以降も、10%の人が以前よりも孤独を感じている。特に高齢者は若い人と比べて、新型コロナウイルス後に活動を再開するのが困難であることから、社会的包摂は大きな問題となる。

3番目の食に対する不安については、「適切な食料を手に入れることができない、または手に入れられないこともある、世帯レベルでの経済的および社会的状態」(米国保健福祉省)と定義されている。高齢者に関しては、この問題に関する研究は少ない(Ganhão-Arranhado, 2021)が、現在入手できるデータでは、南アジアは食に対する不安が特に深刻な地域の一つとされている(The Economic Times, 2023)。私たちが例に挙げるミャンマーでは、食料を入手できない高齢の女性(72%)の比率が高齢の男性(54%)を上回っているため、男女格差に関連した食への不安があると考えられる(HelpAge, 2023)。一般的に、同国では高齢者全体の79%が食事の質に関してしやがらないと考えている(HelpAge, 2023)。この状況はミャンマー独自のものかもしれないが、他の国々がどのような形で食への不安を経験しているかということを観察することができる。

したがって、高齢化が進む中で、食がより身近にある社会が、2050年のあるべき姿だと考えている。これは、さらなる社会的包摂

と世代間交流の充実といった、高齢者のニーズにも関連している。

II. 私たちのソリューション

A. コミュニティキッチン

本報告書は、ミャンマーやその他のアジアの農村部における、60歳以上の高齢者への食料供給という喫緊の課題に対処するための包括的な解決策について概説している。「RescueBites(レスキューバイト)」と名付けられたこの取り組みは、高齢者の栄養ニーズに対処するだけでなく、支えとなる、魅力的な環境作りを優先したコミュニティキッチンの設立を中心としている。このアプローチは、貧困、社会的孤立、栄養不足といった、対象者の間に広がっている課題に対処することを目的としている。

主な対象者は、ミャンマーとアジアの農村部に住む、60歳以上の高齢者で、経済的な制約に直面し、社会的包摂が限定されている人々である。具体的には、月収が200米ドル未満の、一日3食の食事を自給できない高齢者を対象としているが、この基準値については柔軟に対応している。

コミュニティキッチンのコンセプトについては、特筆すべき要因がいくつかある。まず、地元の農家から食材を調達している点である。私たちの取り組みは、高齢者を支える、魅力的な環境作りを中心としている。コミュニティキッチンでは、高齢者のコミュニティと、同世代や若者のコミュニティのメンバーとが一緒に食事をするすることで、単に一緒に食事をするだけでなく、つながりを築き、帰属意識を育む。具体的には、コミュニティキッチンでは、高齢者や若者が屋台で注文したり、食卓でおしゃべりをしたり、食事を買って持ち帰ることができる。また、自分では持って帰ることができない人のために、食事の配達サービスも行い、高齢者がコミュニティから取り残されないようにしている。

RescueBitesは、高齢者をコミュニティの中での有意義な活動に参加させることで、力付けている。コミュニティキッチンの取り組みを通じて、高齢者の中の経験豊富な料理人がその技術を披露し、コミュニティ意識と共有する責任とを育む、活気ある料理ハブを作り出している。また高齢者たちは、伝統に関する豊富な知識と実地経験とを生かして、持続可能な農業においても重要な役割を果たしている。私たちは、高齢者が支援を受ける側としてだけでなく、地域づくりに積極的に参加する側としても、貴重な貢献をしているということを認識している。

B. BSFファームの資金提供

コミュニティキッチンへの支援のため、アメリカミズアブ(BSF)の養殖場と研究所を収益源とする社会的企業モデルを採用する予定である。BSFが選ばれた理由は、病気を媒介することなく、乾燥質量ペー

スで84.8%まで廃棄物を減らすことができるからである。またBSFの成虫は、摂氏25度から30度の温度で成長する。これはASEAN諸国に共通する特徴である。

BSF養殖場では、BSFの幼虫の脱皮した外骨格によって生ゴミがフラス肥料に変わり、この肥料を農村部の農家に売って利益を生み出す。生ゴミは、市内の屋台市場やスーパーマーケットから出る。また運転手が屋台市場からBSF養殖場まで生ゴミを届ける必要があり、高齢の従業員は農場で働くことができる。

BSF研究所では、BSFの蛹の外骨格や死んだ成虫から、キトサンやメラニンといった高収益のバイオマテリアルを抽出し、これらの製品の需要がある多国籍企業に販売している。キトサンには抗菌および抗炎症作用があることから、医薬品に使用されている。またメラニンは、電気を通し、骨を修復する働きがあり、有機エレクトロニクスやバイオメディカル産業で使われている。その他の高収益バイオマテリアルを抽出するために、研究所でさらなる研究を行うことも可能である。

III. プロジェクト予定

プロジェクトの予定に基づき、3つのフェーズに分けてプロジェクトを進める予定である。

- フェーズ1：BSF養殖場と研究所を開設することで、コミュニティキッチンに長期的な資金源を確保する。利益を最大化するため、BSF養殖場と研究所を都市の貧困地区に開設することで、輸送コストをかけ過ぎることなく、都市から貧困地区へ食品廃棄物を容易に輸送できるようにする。都市部は、貧困地区と比較して多くの食品廃棄物が発生する傾向がある。BSF養殖場と研究所は、コミュニティキッチンから1km離れた場所に開設する。
- フェーズ2：コミュニティキッチンを開設する。私たちのプロジェクトは、月収200米ドル未満の高齢者に食事を提供することを主な目的としていることから、この段階は高齢者にもたらす影響を最大化することになる。
- フェーズ3：昼食の回数を週3回から週5回に増やす。プロジェクトが長期的に運営できるように、当初は週3回の昼食提供という控えめな目標を設定し、これを週5回に増やす予定である。提供する食事の数は、BSF養殖場と研究所から生み出される資金の額とその安定度に応じて、さらなる見直しをする場合がある。

IV. 成功の指標

A. 過去の成功事例

私たちのプロジェクトの妥当性と可能性について再確認するために、シンガポールにおける過去の成功事例を掘り下げてみた。私たちににとって重要なヒントとなった社会的企業に、まずInsecta社を挙げたい。詳しく説明すると、Insecta社はシンガポールの先駆的な社会的企業であり、アメリカミズアブの幼虫の革新的な養殖によって、持続可能な農業のリーダーとして頭角を現している。この画期的なアプローチは、有機廃棄物を貴重な資源に変える、アメリカミズアブの驚くべき能力を活用したものである。これによりInsecta社は、廃棄物の削減に関連する重大な環境問題に取り組むだけでなく、タンパク質が豊富な昆虫食品や有機肥料などの高品質の製品を生み出している。食品や有機肥料の生産は、Insecta社の活動に革新的な要素を加えてい

る。これらの製品は、従来の農業投入物に対する、持続可能な代替品を提供するとともに、持続可能な農法を確立するという幅広い目標にも貢献している。

また、Dignity Kitchen Singapore社は、特に高齢者の食料不足に取り組むことに重点を置いた社会的企業として運営されている。同組織は毎日約70人から80人に対して無料の食事を提供しており、その受益者の大部分は高齢者である。Dignity Kitchen Singapore社の社会福祉に対するコミットメントは、無料食事を提供することによって示されており、コミュニティの福祉に貢献している。戦略的な面から、高齢者に重点を置いたこの組織は、尊厳のある包括的な社会を育むという広範な目標と意見が一致している。Insecta社とDignity Kitchen Singapore社はそれぞれ異なっているが、互いを補完し合う取り組みを通じて、持続可能性と社会的責任をシンガポールの社会的企業に統合する模範を示している。そして、環境問題と食料不安に同時に取り組むことで、これらの組織は、より持続可能で包括的な、環境に配慮した未来を創造することに大いに貢献している。

B. 定量的指標と定性的指標

定量的指標

1. 出席率および参加率（参加者数）
2. 消費および配達された食事の数
3. 実施前後の指標
 - a. ボディマス指数（BMI）
 - b. 血糖値
 - c. 摂取カロリー
4. 食料安全保障（FIES（食料不安の経験尺度）を通じて測定）

注：FIESは、国連食糧農業機関（FAO）が提供する標準化されたツールである。同ツールへのリンクは、[ここから](#)。

定性的指標

1. 参加者の声（インタビュー、フォーカスグループでのディスカッションなど）
2. 毎日の栄養摂取量（とった食事の記録）と毎日の食習慣

V. カスタマーアウトリーチの経路

Facebook、Instagram、YouTube、TikTokなどのプラットフォームにおける私たちのソーシャルメディア戦略は、BSFの認知度を高め、顧客とつながるツールとして機能している。魅力的なコンテンツを通じて、製品の品質を紹介しながら、私たちのミッションと意見が一致するオンラインコミュニティを育成している。地元農家とのコミュニティワークショップや、生ごみ回収のための教育ワークショップなどの取り組みは、持続可能性とコミュニティ参画に対する私たちのコミットメントを明確に示すものである。また農場訪問イベントは、私たちの透明性が高く、信頼のおける農法とのより深いつながりを育み、没入型の体験を提供する。

VI. 資金調達の方法

資金調達に関しては、Indiegogoなどのクラウドファンディングプラットフォームを活用することで、私たちの組織や、コミュニティの福祉に貢献する取り組みへの支援を確保している。Easy Microfinance社や、Lolc Myanmar Microfinance社などのマイクロファイナンス会社との戦略的パートナーシップは、持続可能な開発のビジョンを共有する機関と意見が一致するとともに、私たちの財源を強化することにもなる。つまり私たちのアプローチは、農産物の販売促進だけでなく、コミュニティの発展と、環境の持続可能性とに積極的に貢献するために、デジタルアウトリーチ、コミュニティへの参加、教育、戦略的資金調達を統合しているのである。なお、同グループのIndiegogoへのリンクは、[ここから](#)。

VII. 結論

全体として、BSF養殖場が資金提供するコミュニティキッチンの実施を通じて、高齢者は間違いなくその恩恵を受けることができると確信している。私たちは、8月に会ったタイの高齢者のように、社会的排除を経験している高齢者の経験を正当に評価することを目的としている。これから2050年までの間に、高齢者にとってより良い世界が少しずつ実現していくことを願っている。

参考文献など

- 国連食糧農業機関. (2018). Food Insecurity Experience Scale (FIES) (食料不安の経験尺度). <https://www.fao.org/policy-support/tools-and-publications/resources-details/en/c/1236494/>, (参照2023-12-19)
- The Economic Times. (2023年6月20日). Food Insecurity, Undernourishment Increased in South Asia during Covid: Report (新型コロナウイルスのパンデミックの間に、南アジアで食料不安や栄養不足が増加: 報告書). economictimes.indiatimes.com/news/international/world-news/food-insecurity-undernourishment-increased-in-south-asia-during-covid-report/articleshow/101137265.cms?from=mdr, (参照2023-12-19)
- Ganhão-Arranhado, S. (2021年3月). Food Insecurity in Older Adults: Much More than Food - Understanding It before Taking Action (高齢者の食料不安: 食べ物よりもはるかに大切なもの - 行動を起こす前に理解しておくこと). *MOJ Gerontology & Geriatrics*, vol. 6, no. 1, pp. 32-36. <https://doi.org/10.15406/mojgg.2021.06.00264>, (参照2021-4-18)
- HelpAge. (2023年7月21日). Situational Overview of Older People's Needs in Myanmar - June 2023 (ミャンマーにおける高齢者ニーズの状況概観 - 2023年6月). ReliefWeb, reliefweb.int/report/myanmar/situational-overview-older-peoples-needs-myanmar-june-2023, (参照2023-12-19)
- 米国保健福祉省 (USDHHS). Food Insecurity (食料不安). *Healthy People 2030*. health.gov/healthypeople/priority-areas/social-determinants-health/literature-summaries/food-insecurity#cit1, (参照2023-12-19)
- 世界保健機関 (WHO). (2022). Ageing and health (高齢化と健康). <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>, (参照2023-12-1)
- アメリカ合衆国国勢調査局. (2023). Current Population Survey (CPS) (人口動態調査). <https://www.census.gov/programs-surveys/cps.html>, (参照2023-12-1)
- 東京都監察医務院. (2023). Current Status of the Aging Society (高齢化社会の現状). <https://www.cao.go.jp/>, (参照2023-12-1)
- INSECTTA. (n.d.). Insectta. <https://www.insectta.com/about-insectta>
- Project Dignity Singapore. (n.d.). Project Dignity, dignity kitchen, 69 Boon Keng Rd, Singapore 339772, Singapore. <https://www.projectdignity.sg/>

高齢化：メンターシップを活用した 世代間コミュニティ形成

I. はじめに

1. 高齢化の背景：ASEANと日本

Vipan Prachuabmoh (2014) によれば、2034年までに全てのASEAN諸国が高齢化社会に移行するという。日本の国立社会保障・人口問題研究所は、2023年に65歳以上の高齢者が人口の34.8%を占めると予測している。

2. ビジョン

私たちは、2050年までにアジアの社会が高齢者に対して、以下のものを提供できるようになっていることを期待している：

- 医療に対する十分な経済支援
- 孤独を防ぐための十分な社会的支援
- 高齢者に対する肯定的な認識と世代間の調和
- 積極的に、安全に、かつ前向きに生活しながら、社会に貢献する

これらの目標を達成するために、高齢者がどのように生活し、活動的であり続けるか、また高齢者以外の人々がどのように高齢者をサポートするかについて調整をする必要があると私たちは考える。

3. 障害

フィールドワーク、机上調査、および個人的な経験を通じて、既存の解決策や状況を踏まえると、これらのエンドポイントに対して3つの障害がある。

- 世代間のギャップが残っていることで共感を得ることができず、高齢者以外の人々の認識、理解、支援が限定されている。
- 既存のプログラムは、独自性と多様性のある専門的体験が欠けているという課題がある。そのため、参加に対する動機付けが乏しく、高齢者の参加意欲の低下を招いている。
- 高齢者以外の人々が、高齢者をどのように支援するかという点でも、取り組みに一貫性が見られない。これは、高齢者以外の人々が高齢者と交流することに対する動機が不足していることが大きな原因である。実際に介護をしている家族だけでなく、高齢者に対する態度や交流を社会全体に広く浸透させていく必要がある。

II. アクションプランの概要

こうした課題に取り組むために、メンターシップを通じたコミュニティ形成を提案したい。これは、大学生と高齢者との協働を想定しており、コミュニティ形成のための経験共有が可能となる。これにより、さまざまな年齢層からの賛同を得ることができる。

1. 目的

以下の4つの目的を掲げる：

- 高齢者に関わってもらうことで、活動的な高齢化を実現させ、孤独をあまり感じさせないようにする
- 思い出を振り返りながら経験を共有する場を提供することで、高齢者を力付ける
- 学生に対して、より良い決断を下すことができるように力付ける
- 高齢者に接し、有意義な関係を築くことで、高齢者に対する若者の意識を変える

2. メンターシップの力

フォーマルなメンターシップ以外にも、インフォーマルなメンターシップやリバースメンターシップなど、メンターシップにはいくつかの形態がある。私たちはメンターシップについて、「経験を分かち合い、話し合うことから学ぶことである」という大まかな定義を行っている。高齢者もそれ以外の年齢層も、お互いに分かち合おうという意味があれば、この活動に参加することができる。入り込みやすいという点で、この交流手段は理想的である。

3. 対象となるオーディエンス

モデルにおいて最初に対象とするオーディエンスは、まず共有する意欲を持った高齢者層、次に大学生である。大学生をオーディエンスとすることには、いくつかの利点がある。1つ目は、学生は社会人よりも高齢者と交流する時間があり、特に、高齢者のいる家族も忙しく働いている平日に交流することができる。2つ目は、大学や教育機関は、参加が見込まれる人々に対して情報を発信しやすく、受け入れ場所としての役割を果たしやすい。

4. 既存の解決策との差別化要因

このプログラムが、他の類似のプログラムと異なるところは2点ある。まず、参加者が新たな冒険を求めながら経験を共有できるように、何らかの形で、国境を越えた交流を行うことである。そして、ほとんどの

メンターシッププログラムは、短期的視点を共有可能な新卒者や若い社会人とペアを組むことを目的としており、それに対して高齢者は、あまり共有されていない長期的視点を共有することができる。

III. アクションプラン (実行)

メンターシッププログラムは、プレプログラム、フェーズ1、フェーズ2、ポストプログラムの4段階からなる。

1. プレプログラムの募集

この段階では、プログラムの目的と意見が一致するメンターとメンティーを採用することを目指す。

メンターの募集

- 多様なアウトリーチ：総合的な専門知識と経験とを身に付けていることが理想的である。ソーシャルメディアのチャンネルやコミュニティセンターを通じて、さまざまな情熱や背景を持つ高齢者を対象とする。
- ソーシャルメディアを通じたエンゲージメント：メンターシップの機会に関する情報は、Facebookなど、高齢者がよく利用しているソーシャルメディアを通じて発信する。投稿する場合は、メンターシップの価値、それぞれの高齢者によるユニークな貢献、築かれるつながりについて強調することに重点を置く。

メンティーの募集

- 対象オーディエンスである学生のチャンネル：既存の学校の電子メール、学生によるチャットグループ、関連するプラットフォームを活用することで、個人的にも、学業の面でも、成長することに対して熱意を持っている学生に働きかけることができる。
- 事前面接：事前面接は、メンティー候補者の参加への意気込みを測る上で不可欠である。この面接を通じて、プログラムの目的と意見が一致しており、また、積極的に参加したいという意欲を本当に持っているかどうかを確認する。

2. フェーズ1：定例グループセッションとサブセッション

フェーズ1では、定例グループセッションとサブセッションを行う。この段階は、意義深い人脈を育みつつ、貴重な知識を伝えるという、私たちの取り組みの基礎となるものである。

定例グループセッション：知恵の交換

- 目的：形だけのメンターシップではなく、経験の交流や教訓の習得に重点を置くことで、メンターとメンティーとの間での深い交流を促進する。
- 実行：2週間ごとに、メンターとメンティーはあらかじめ用意されたさまざまなトピックに取り組む。キャリアに対するアドバイスが重要な特徴であることに変わりはないが、日々の経験、人間関係におけるガイダンス、文化交流など、刺激を与えることで話し合いを進める。こうした定期的な集まりは、知恵と経験を交換する場として機能し、従来のメンターシップの枠組みにとらわれない絆を築く。

サブセッション：パブリックエンゲージメントのためのプラットフォーム

- 目的：範囲をさらに広げてコミュニティを関与させることにより、メンターとメンティーのペアを超えて、プログラムがもたらす影響を拡

大させる。

- 実行：実行する。プログラムのこの重要な側面は、メンターとメンティーのペアを超え、全ての人に対して開かれた包括的なセッションとなるよう意図している。これには、次の3つの理由がある：

- o プロモーションと参加：サブセッションを一般に公開することで、プログラムの認知度を向上させ、コミュニティのさまざまな層からのさらなる参加を目指す。
- o 知識と技術の普及：高齢者が持っているさまざまなニーズを認識した上で、多種多様なトピックを取り上げるワークショップを実施する。ワークショップは、伝統工芸やガーデニングなど内容や形式にとらわれることなく、関わる人に合った知識や技術を提供する。
- o 包括性：高齢者の中には、メンティーとの長期にわたる関わりに対する心構えができていない人もいられる。そこで公開セッションを行うことで、このような高齢者でも、1回だけ参加することが可能になる。

並行して実施されるこれらのセッションは、互いに補完し合う構成になっている。定例グループセッションは、メンターとメンティーとによる少人数グループ内での人間関係の絆を深めるものであるのに対して、サブセッションは、高齢化に関連したより広範にわたる社会的課題への取り組みに貢献するものである。そこでフェーズ1は、個人の成長と、社会にもたらす影響との両方を促進する波及効果を生み出すことを目的とする。

3. フェーズ2：文化交流の旅

フェーズ2は、文化交流の旅である。この取り組みは、国境を越え、高齢者と若者の双方がグローバルな視野を育めるようにすることを目的としている。この段階を支える基本理念は、年齢が障壁になるのは良くないということである。重要なのは、新しい環境を探索する揺るぎない情熱である。

目的

- 世界に触れる：高齢者と若者の海外旅行体験を促進する。
- 包括性：高齢者が持っている多様なニーズを認識し、健康上の理由で海外旅行ができない人のために地域の文化交流の旅を取り入れることにより、高齢者の多様なニーズに応える。

実施計画

- ホスト国の責任：1学年度につき1カ国を文化交流の旅のホスト国に指定し、参加者全員が充実した豊かな体験ができるようにする。
- 頻度：文化交流の旅を年1回実施し、メンターとメンティーの双方に変化をもたらすような経験を提供する。

アクティビティ案

- レクチャーセッション：ホスト国の高齢化社会問題について掘り下げる。
- コミュニティの訪問：文化交流と相互学習を促進するために、参加者をコミュニティに溶け込ませる。
- 絆を深めるセッション：メンターとメンティー、メンティー同士、メンター同士の結びつきを深めるための体系的な絆づくり活動を通じて、人間関係を育む。

段階的アプローチ

- オンライン交流（初期段階）：プロジェクト開始当初の1年から5年の間は、Zoomなどのオンラインプラットフォームを文化交流に活用することで、幅広い参加を可能にするとともに、地理的制約を克服する。
- 対面交流（長期目標）：プロジェクトが成熟していくことに従い、バーチャルな交流から対面での交流へと移行し、より深いつながりと、豊かな文化体験とを育むことを目指す。

4. ポストプログラム：評価

メンターシッププログラムの集大成となるのが評価であり、これはプログラム全体の構成を改善し、向上させていくことを目的とした重要な要素となるものである。

実施計画

- 活動後の評価書式：これは、各プログラム活動の終了時に参加者が記入するものである。内容の妥当性、参加者の関与度、全体的な満足度など、プログラムの成功を目的として特定された、さまざまな特徴について網羅した書式とすることが望ましい。
- 匿名化されたフィードバック：こうすることで、オープンなコミュニケーションと率直な評価が促進される。
- 構造化した指標：活動ごとの効果を客観的に測定するために、定性的なフィードバックとともに、定量的な指標を含める。

5. 予定表

	第1学期							第2学期				
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
第1週												
第2週												
第3週												
第4週												

準備

休み

定例セッション

サブセッション

交流の旅

IV. 資金調達とパートナーシップ

1. 資金調達の目的

資金の用途は以下の通りである：

- 通常の運営：この中には、管理費、プログラムやイベント時のスペース賃貸料、メンターやパートナーに対する謝礼などが含まれる。
- 意識向上：メディアによるアウトリーチを利用して、より多くのオーディエンスを獲得して、私たちの取り組みを促進する。

さまざまな教育機関、NGO、企業とのコラボレーションやパートナーシップにより、資金や協賛品の調達を目指す。また、文化交流への参加者や一般公開されるサブセッションへの参加者に対して、参加費を徴収する予定である。

2. 協力者側のメリット

各団体には、このプログラムを後援することで次のようなメリットがある。

教育機関

- 学生と教職員の社会的責任を育むことができる
- 学生のキャリア開発および人材育成のための追加的な情報源となる

NGO

- 時間に余裕のあるボランティア（学生や高齢者）の供給源となる
- SDGsの目標3「すべての人に健康と福祉を」、目標11「住み続けられるまちづくりを」、目標17「パートナーシップで目標を達成しよう」と合致している

民間部門

- インターンシップと将来の新卒者の早期スカウト
- これにより、企業の活動に社会的責任が組み込まれ、社会的な認知度と信頼が高まる

V. 試験プロジェクト

1. 概要

試験プロジェクトを、2023年11月4日にオンラインで実施した。試験実施の目的は、プログラムの有効性についての初期評価を行い、長所と改善点についてのフィードバックを集めることであった。その際、コミュニケーションの取り方、ディスカッションの深さ、メンターシップの人間関係における全体的な関与に対して、細心の注意を払った。

次の2名のメンターを採用した。

- シンガポールのマリムさん。シンガポール航空を退職して、現在は主婦。
- タイのマリサさん。国連常駐コーディネーター。

また、さまざまな国から5人のメンティーを募集した。

2. 方法論

メンターたちは、それぞれのキャリア経験、成功の秘訣、人生において重要なことなど、さまざまな教訓を語った。また、キャリアに対する関心や、自分の国での日常生活についても触れ、公私における満足感に関して、さまざまな教訓を語った。

3. 結果

参加者からのフィードバックは概ね好意的で、特に、さまざまな視点からの意見を聞けたことが楽しかったと強調し、ディスカッションの内容をもっと多くの人に知ってもらいたいと述べている。また、セッション終了後も、定期的な最新情報を提供し、互いの接点を設けることを検討した方が良いという意見もあった。

また、さまざまな改善点も挙げられた。オンボーディングプロセスの改善から、メンターとメンティーとの間のコミュニケーションのためのチャンネルの強化まで、多岐にわたっている。

こうしたプログラムに加え、メンター向けの研修もあった方が良くと思われる。こうすることでまず、メンティーが一貫性のある質の高い経験を得られるように、メンターシップ経験を標準化することができる。また研修によって、メンターの指導スキルの向上や、メンティーのプログラムへの参加継続の動機付けにもなると思われる。

VI. 今後のプラン

1. 短期的な改善

既に高齢者を受け入れている既存のプラットフォームと提携することでリソースを節約できる。既に高齢者向けの活動を実施している地域密着型組織や民間組織は、ボランティアが、自分たちのセンターで追加プログラムを運営することに関心を持つ可能性が高い。

また、その他の教育レベルを設けることも、メンティーの対象となるオーディエンスに適していると思われる。会話の範囲やメンターシップの手段は異なるかもしれないが、それでも検討した方が良いと思われる。

そして、活動の種類を増やすことも可能である。各地域の支部は、その地域に適した独自の活動を有機的に生み出すことができるだろう。このような多様な活動は、より充実したものになる可能性が高く、支部同士で互いに学び合うためには、国境を越えた話し合いがさらに重要になるだろう。

2. 長期的な規模拡大

インタラクティブなウェブサイトやアプリケーションを含む、統合されたエコシステムがあれば、より具体的なプレゼンスが確立されるとともに、全ての参加者の目的地となるワンストップの交流の場が創出されるだろう。また単一のプラットフォームは、似たような関心を持った参加者をより効果的にマッチングさせ、質の高いペアリングの可能性を高めることになるとと思われる。

このプログラムのアウトリーチを現在実施中の大学だけでなく、他の大学にも拡大することで、高齢者メンターと若者メンティー、または他の地域のコミュニティセンターに関連するプログラムに重点を置いた、アジア全域にわたるネットワークが構築されるようになると思われる。このネットワークは、各地の支部が地域の行政当局によって監督され、その後で国からの監督を受けるという分散型構造を採用している、既存の国際機関に似たものになるとと思われる。

参考文献など

- Prachuabmoh, Vipan. (2014). Towards population aging in the ASEAN Community, *Asian Review*: Vol. 27: No. 1, Article 6. <https://digital.car.chula.ac.th/arv/vol27/iss1/6>

「食」を用いた対話による多様性の促進

I. はじめに

障がい者 (PWD)、LGBTQ、宗教や世代の違いは、社会にとって「問題」ではない。しかし、多様性への理解や受容が乏しい社会が、差別や人権侵害など、多くの社会問題を引き起こしていると思われる。私たちは、そのような社会的障壁を克服し、多様性を認め合うコミュニティを求めて、「食」を用いた対話を鍵とした普及啓発に重点を置くアクションプランを策定するべく協働した。私たちは、「食」がその「多様な味」によって多様性のイメージを表現し、そこで用いられている食材の背景といった多様性に関連する議論へと人々を導くことが出来得ると確信している。さらに、食事の時間における対話や交流は、参加者の多様性への意識を高め、コミュニティにおいて多様性を受け入れやすくする可能性があると考えます。

II. フィリピンへのフィールドトリップ

2023年8月29日、私たちはフィリピンに降り立ち、「多様性」というテーマについて学び、アクションプランを策定するための協働を開始した。フィリピンでの4日間の講義と、体験活動を通して、私たちは多様な身体能力、性別、宗教に触れ、違いを理解した。これら3つのマイノリティグループは、社会において一般的に弱い立場に置かれた人々であることが多い。私たちが最も長い時間を共に過ごした障がい者有する方々は、自らの体験談を通じて私たちにインスピレーションを与えてくれた。私たちは、視覚や聴覚の障がいや、肢体の不自由など、障がいの差異を当事者の視点で考えることを目的とした、講義やワークショップに参加した。中でも最も印象的であったのは、PADS (Philippine Accessible Disability Services Inc. フィリピン障がい者アクセスサービス) のメンバーと共にドラゴンボートに乗り時間を共にしたことである。それは多様性の協力と重要性を最もよく表し、そのインパクトを多くの人に知ってもらいたいと感じさせるものであった。2つ目のグループは、世間からの差別や不均衡な扱いに直面しているLGBTQの人々である。コミュニン (マニラ、マカティ市にあるカフェ) におけるLGBTQの当事者による講演は、フィリピンで起きている現実的な事例を通して、人権侵害について語られた。加えて、フィリピンの主要な宗教であるカトリックと、同国の少数派宗教の1つであるイスラム教に関連する文化の多様性の例を見学した。これら3つのグループの人々との交流から得たインスピレーションをもとに、私たちは「Diversitaste Bentoプロジェクト」と「障がい者のためのインクルーシブスペースの設置」という2つのアクションプランをまとめた。

III. 日本でのフィールドトリップ

2023年11月19日から26日までの日本における視察は、多様性についての新鮮なイメージを私たちとアクションプランにもたらした。この1週間で、私たちは多様性というテーマのみならず広く日本文化について知り、体験した。ここでは私たちのテーマとアクションプランに関連する活動について言及する。私たちは社会問題について学んだだけでなく、多様性への意識啓発活動を行うと共に障がい者を支援している活動や団体と出会った。例えば、広島大学は、質の高い同一教育の保障と評価の公平性を確保するために合理的な調整・配慮・支援を行うアクセシビリティセンターを設立している。また、パラアスリートのための補助器具を製造している株式会社Xiborgも、障がい者と密接に協力している組織の一例である。そして、NPO法人スローレーベルによるワークショップや、ダイアログ・ダイバーシティミュージアム「対話の森」も見逃すことはできない。これらは全て、日本で既に開始されている障がい者にとって効果的な活動の前例である。加えて私たちは、NPO法人ブエンカミノでの講義と夕食で学んだ世代間のギャップという多様性にも注目する必要があるだろう。フィリピンと日本の2カ国で多様性について学んだことで、2つのプロジェクトを行うモチベーションが大いに高まった。

IV. アクションプラン1: Diversitaste Bento (多様な味の弁当) プロジェクト

このプロジェクトは、「弁当」というユニークな日本の伝統的食文化を活用して、人々が「楽しみながら」社会的な会話や対話を行うことの出来る空間、機会、プラットフォームを創造するものである。「我々の世界には、常に多様性が存在しており、多様性は問題ではない」と私たちは強く確信している。しかし現在の世界においては、対話の欠如や偏見の流布により、多様性のポジティブな力が歪められてしまうことが多いと考える。また、多様性について語る場の多くは、それらのテーマに関心のある参加者 (多様性への意識を既に有している参加者) が多く集まる傾向にあるように思える。私たちは、日本とフィリピンでの経験を通して、ナラティブが人々の心を動かす重要な手法の一つであるということ学んだ。加えて、より多くの人々を巻き込み、多様性に関する対話に参加してもらうためには、様々な協力関係の構築、アクター間の橋渡し役、そして楽しさが重要であると認識した。

弁当は、政治的指導者から草の根レベルに至るまでナラティブを広める上で、非常に効果的な手段であると私たちは考える。なぜなら、このTASCプログラム期間中の参加者間での対話が示しているように、食の多様性は人々を引きつけ、人々の心を結びつけるからである。また弁当は、多様な食材の組み合わせで構成されていることから

ら、弁当を作る過程で様々な背景を持つ人々からのメッセージやナラティブを弁当に込めることが可能である。

このプロジェクトには2つのステップがある。まず一つ目に、日本ASEAN友好協力50周年を記念したオリジナル弁当を作ることである。TASCプログラムが日本ASEAN友好協力50周年を記念する事業であることに鑑み、オリジナル弁当をデザインする「Diversitaste Bentoプロジェクトチーム」を結成する。製作する弁当に関しては、次の点を重要視する。

- ASEAN各国と日本の伝統的な/独自の食材を利用する。また、ASEAN各国と日本の繋がりを示す食材を使用する。
- ASEAN各国と日本の歴史的な繋がりの未来へのメッセージを込める。
- 多様性に関する対話・会話を促す工夫を凝らす。

私たちは、このオリジナル弁当を国際交流基金日本語国際センター（浦和）やJICA地球ひろばの食堂、今年（2024年）ラオスで開催される日ASEAN首脳会議のランチセッションでの提供を目指している。そのため、外務省、国際交流基金、JICA、レストランや食品会社との協力が必要である。

2つ目のステップは、私たちがオリジナル弁当をデザインするプロセスをモデルとしたワークショップを創作し、「Diversitaste Bento ワークショップ」を開催することである。このワークショップを、公的機関や財団だけでなく、民間企業の協力を得て、様々な国で実施したい。これにより、多様な背景を持つ人々が気軽に参加出来る対話の場が構築されるだろう。また、弁当という一つの箱から生まれる無限の可能性を体験しながら、多様性の調和を体験し、共有することが出来るはずだ。

なお、このプロジェクトの延長として、特にPWDに焦点を当てた下記の第2のアクションプランの実施も目指したい。

V. アクションプラン2： 多様性インクルーシブスペースの設置

第2のアクションプランでは、「障がい者インクルーシブスペース」というコンセプトに基づいて、障がい者が持っている優れた能力を、専門家ではない者の視点から紹介することを主な目的としたスペースを設置することを目指す。これは、障がい者のサクセスストーリーや可能性についてより多くの一般の人々から注目・認識される必要があるのではないかという発想に起因する。このアクションプランでは、高校から公立図書館まで、さまざまな施設にこのようなスペースを設置し、人々が障がい者についてより深く知るためのリソースセンターとして機能させる。新しい施設ではなく既存の場所に専用のコーナーを設けることで、このアイデアを実現するために必要となるコストを最小限に抑え、アウトリーチを最大化することを意図している。これらのスペースは、人々が教材を通して障がい者についてより深く学ぶための専用の場所であるだけでなく、障がい者自身がセミナーや講演会などのイベントを開催し、自分たちのナラティブや思いを発信する、そして彼の意見を聞く場としても活用される。

このプランを実現する方法をより具体的に思い描いてもらうために、実現までのロードマップの概要を説明したい。まず、協力する考えのある様々な機関とネットワークを築くことを計画している。これには、それら機関と信頼関係を築き、既に繋がりのある機関を重視することが鍵である。そこにはメンバーが卒業した高校や現在在籍してい

る大学、以前から交流のある様々な組織などが含まれる。これらの機関の価値観に沿ったビジョンを掲げ、協力を依頼することは、各機関の利益にも繋がると考える。私たちは、この協働を通じて、5年以内に多様性インクルーシブスペースを設立することを構想している。この間、人々がスペースに対して関心を抱き、馴染んでもらうことが必要となる。私たちの目標は、人々が障がい者について安全に学び、障がい者と実りある交流ができる場所はどこかと聞かれたときに、私たちの障がい者インクルーシブスペースのことを真っ先に思い浮かべてもらえるようになることである。それが確かに認知されるようになったあかつきには、私たちの使命を伝え、障がい者自らに社会変革の原動力となってもらうことを、最終的な目標に掲げる。

VI. 期待される成果

弁当プロジェクトと多様性インクルーシブスペースの設置というアクションは、多様性と障がい者（PWD）に対する社会の認識や慣行に大きな影響を与えることは確かである。我々のアクションプランによって期待される成果は次のとおりである：

1. 活動対象地域におけるPWDに対する認識と理解の向上
2. 固定観念の打破
3. 文化への理解と感謝
4. コミュニティへの関与増大
5. アドボカシー（政策提言）としての影響

私たちは、ASEANと日本の多様な料理を組み合わせることで、食の多様性から人々がASEANと日本の文化的多様性を称賛し、感謝する機会を設けるとともに障がい者インクルーシブスペースを通じて包括性を推進することで、PWDの包括性を強調しながら、地球志民としての感覚を育むことを目指す。対象となるコミュニティにおいては、PWDが直面する課題への理解を深め、PWDコミュニティ内にある様々な能力や才能についての洞察を得ることで、全ての人のアイデンティティを育むとともに、差別を助長する偏見や固定観念を軽減することが期待される。PWDの才能や視点を発信して意識を向上させることで、相互に学び合い、共通の目標のために協力することを促すとともに、PWDに対して、持続可能な開発のための変革の担い手となる力を認識してもらおう。さらに、PWDコミュニティから積極的に参加し協力する人の数を増やすことになり、参画と包括性の成功によって、多様性を受け入れる雰囲気醸成や実践といった長期的な変化も促進され得るだろう。私たちのアクションプランは、対話を始め、理解を育み、最終的にはASEANと日本の間でより包摂性のある社会を創造することに貢献し、人々の生活に関わるあらゆる領域における包摂性とPWDのアクセシビリティを向上させる極めて重要なプラットフォームとなるものである。私たちの啓発プロジェクトは、人々が教育、雇用、医療、社会サービス、公共施設などを利用する際に、PWDが直面し得る障壁や課題について認識した上でそれに対処するのに役立つだろう。そしてその成果は、人々の意識の向上を超え、障がい者への包摂性を願望に留めず、実現するという未来に貢献するものである。

VII. アクションプランの評価方法

PWDに関する意識啓発活動がもたらす影響を評価することは難しいが、私たちの活動や戦略の効果・効率を再考する上で役立つ重要なプロセスであると考えている。各ワークショップの後、評価フォームを作成し、予測に対して何人の参加者が参加したかを確認および追跡する。

第1の方法は、インデプスインタビュー（深層面接）である。この方法では、参加者の個人的な経験や認識に関する詳細な洞察をはかることが出来る。参加者と1対1でインタビューを行い、その感情や態度、そして私たちの行動が参加者のPWDに対する理解にどのような影響を与えたかを調べる。

第2の方法は、フォーカスグループディスカッションである。この方法は、参加者の間で、態度、考察、経験の共有を促すものである。私たちは、参加者が多様な視点を表明し、幅広い自由な意見交換や会話を促すためにこの方法を用いる。

第3の方法は、弁当ワークショップのイベントや対話セッションの間に起こる参加者の行動の変化や相互作用について理解するための、参与的観察である。参加者の行動、言語または非言語による合図、全体的なダイナミクスについて記録し、プロジェクトの質的理解を得るために、調査員数名を配置する。

最後に、協働する組織、企業、ステークホルダーからの視点を収集する方法として、ステークホルダーと協働者からのフィードバックを活用する。協働者に対してインタビューを実施し、プロジェクトの効果、協働のダイナミクス、考えられる改善点などに対する認識を基に評価を行う。

このような質的評価方法により、ASEANと日本における、食を用いた対話を通じての多様性に関する意識向上プロジェクトの影響を包括的に理解することが出来る。また、これらの方法は、私たちのアクションプランの、包括性についての意識と理解の促進に関する有効性を全体的に評価することが出来るだろう。

VIII. 結論

前述のとおり、私たちはコミュニティにおいて多様性やPWD（障がい者）に対する理解や認識が依然として欠けているという理由から、アクションプランの最初のステップとして主に意識啓発に重点を置いている。弁当プロジェクトは、楽しく且つ社会的な会話を通じて、多様性を促進し、PWDについての認識を向上させるための、インパクトのあるアクションプランである。また、多様性インクルーシブスペースの設置において図書館や大学といった既存の施設内に展示スペースを設けることにより、長期的に、PWDのナラティブや成功体験を人々の日常生活の中に織り込んでいくことを目指す。アプローチ方法として、パートナーシップを構築することを重視することで、学校や図書館と協力して広範にわたるアウトリーチを実現し、新たなインフラを必要とせずにインクルーシブなコーナーを設けることができる。また、ワークショップ、講演者、コミュニティ形成活動を通じて、障がい者と一般の人々との双方を関与させるという私たちの手法は、PWDがコミュニティ内のリーダーとなるようにサポートすることを目指し、理解を深めるための包括的なアプローチを示すものである。加えて、私たちのプロジェクトは、既存メディアのみに頼るのではなく、インフォーマルな場を作ることに重点を置くことで、PWDのインクルージョンに

関する会話のきっかけとして機能していくはずだ。そして、展示やギャラリーという形で彼らの成功体験やナラティブを発信し、PWDを、より広範にわたる対話のために欠かすことのできない存在にしていく。ソーシャルビジネスとしてではなく、啓発キャンペーンとして認知度を高めるという目標は、私たちのアクションプランの方向性を明確に示している。私たちは2050年を見据えて、障がい者の包摂に関する対話を促すインフォーマルなスペースとして機能するリソースセンターを世界各地に設立し、PWDに関する認識の普及やユニバーサルデザインを大規模に実現するという世界的な優先事項ともその目的やビジョンを合致させている。私たちのアクションプランは、社会的包摂がごく自然なことであり、多様性が称賛される未来を形成することによって、理解に満ちた社会へと導くことを思い描いている。



UNLEASH -

可能性を解き放ち、チャンス掘り起こそう

障がいがあるということは多様性である。障がい者であることは、良いことでもなければ、悪いことでもない。問題は、障がい者(PWD)が活動しようとしているにもかかわらず、社会におけるアクセスが不十分である場合に生じる。障がいに対する否定的な態度を改めることが、PWDと非PWDがこの生活を共に楽しむための鍵となる。

I. フィールドトリップと 日本での視察から得られた洞察

多様性とは、人生のあらゆる側面に存在するという点で、興味深い概念である。私たちの最終プロジェクトが障がい者(PWD)を中心に展開しているが、LGBTQIA+コミュニティや宗教団体など、他のさまざまな多様性を持った人々を祝福することから、私たちは大きな喜びを感じることができた。

フィリピンへのフィールドトリップでは、多様性とは何かということを読み解くための貴重な機会が得られた。マニラのLGBTQIA+コミュニティが、ひたすらドラマや歌を創作することで自分たちの可能性を解き放つというユニークな話を聞かせてくれ、また98B Escoltaは、個々のアーティストが、作品に没頭できる成長の場をどのようにして創出しているかを教えてくれた。しかし視察が全て終わった後で重視したのは、やはり私たちのプロジェクトに多大なインスピレーションを与えてくれた障がい者だった。セブで行われた障がい者ワークショップでは、障がい者を慈善の対象として見るのではなく、社会が尊重すべき権利を持った主体として見るのが良いという意見で一致した。PADS(フィリピン障がい者アクセシブルサービス)の仲間たちとのドラゴンボートレースでは、ドラゴンボートの選手であるPWDの、素晴らしい才能を目の当たりにした。私たちはレースに挑んだけれども、あまりの技術の高さに、追いつくのがやっとという有様だった。フィリピンでのこれらの実地体験から、私たちは2つの重要な教訓を得ることができた。まず、参加型のアクティビティを通じて、みんなで集まり、その集団の力を活用することで、人は自分らしく輝くことができるということ。そして、PWDへの支援は、受益者との適切なつながりが欠けていることから生じる思い込みによって妨げられているということである。だからこそ、フィールドトリップから学んだことを生かしたいと考えた。

その後、私たちは約2カ月をかけてアクションプランを立案し、日本を訪れて、さらにそのプランを実現する方法を発見した。日本では、ゲスト講演者全員に共通点があることに気が付いた。それは、彼らの個人的なつながりがプロジェクトを成功に導いたということである。

株式会社Xiborgの遠藤謙氏は、ラオスやネパールに友人がいることから、義肢装具をラオスやネパールに紹介した。NPO法人スローレーベルの栗栖良依氏は、同僚の助けを借りて、パラリンピックのパフォーマンスを企画することができた。こうして私たちは、個人的な友情によって、私たちのプロジェクトが国際的なものになる可能性が高いことに気付いた。これが日本で最初に得た教訓である。また、発表されたプロジェクトが、以前は資金調達に苦労した、あるいは今も苦労しているということもわかった。NPO法人ブエンカミーノの予算は、地元からの補助金への依存度が高く、民間機関がスポンサーになっている場合もいくらか見られるが、NPO法人スローレーベルはウェブサイトを通じて資金援助を求めるのに苦労したと言う。そこで私たちは、資金調達について真剣に検討することで、自分たちの取り組みが国際的なプロジェクトになる可能性があることをより強く確信した。

II. PWDの概要と2050年へのビジョン

東南アジアには約6,200万人のPWDがいるのに対し(Mufida, 2023)、日本には、身体、精神または発達面での障がい者が約1,100万人いる(内閣府, 2023)。全体的に見ると、PWDは、コミュニケーション、教育、経済的機会、医療および関連サービスに関して、数多くの課題に直面している(国連アジア太平洋経済社会委員会, 2017)。また、差別によって、PWDが日常生活の多くの分野に効果的に参加することが著しく妨げられている場合もある。PWDの物質的な生活を向上させることの重要性は否定できないが、私たちのグループでは、PWDの精神的健康と社会的健康に対するケアに対する懸念も表明したい。フィールドトリップで得られた洞察と合わせて、私たちは、「**集団の力、双方向の創造性、つながりという価値観に基づき、PWDにとってよりインクルーシブな社会を作るためにはどうすれば良いか?**」と考えるのに至った。そして慎重に検討した結果、エンターテインメント活動がその答えになるという意見に全員が一致した。**ASEANイネープリング・マスタープラン2025：障がい者の権利の主流化(2018)**は、PWDの完全な社会参加には、社会的側面や文化的側面が含まれており、それは「基本的権利であり、共有された価値観の表現」(ASEAN, 2018, p.22)と見なすのが良いと強調している。また、文化的資源は、余暇活動を楽しむ「**平等かつ公平な機会**」(ASEAN, 2018, p.7)を提供する方向に向けることが望ましい。

現在、日本や東南アジア諸国では、障がい者の精神生活を支援するために、さまざまなエンターテインメント活動が行われている。

- 読書活動：点字図書館¹、視覚・聴覚障がい者のためのオーディオブック制作計画²、PWDがいる家族の読書促進コンクール³、図書館情報機関、PWDのための基本サービスを提供する特別支援教育センター。⁴
- スポーツ活動：パラクラブやパラゲームをサポートするパラリンピック協会⁵
- 芸術活動：アーティストを支援するPWDアーティスト機関⁶、PWDワークショップ⁷、ポッドキャスト⁸、アートコンペティションや展示会⁹、PWDのためのエンターテインメント活動を行うグループホーム¹⁰、職人の生計を支援する工芸品製作計画¹¹、就職フェア¹²など

障がい者の生活にエンターテインメント活動を導入することは、生活の質を向上させるのに役立つ。一般的に言えば、エンターテインメント活動は、PWDに対する社会の認知度を高め、PWDを双方向のグループ活動によって結びつけ、PWDの資産を利用して開発に積極的に貢献するとともに、PWDを財政的に支援することによってPWDの生活水準を向上させることにつながる。このようにして私たちは、PWDがエンターテインメント活動を通じて、楽しみながら社会に貢献し、一般の人々からの積極的な支持を得ることで、PWDのエンターテインメント活動への参加に対する一般の人々の認識を高めることができる、コミュニティのようなモデルを可視化する。またコミュニティは、こうしたエンターテインメント活動によって、持続的な生計を立てようとする人々を経済的に支援することができる。

現在、PWDのエンターテインメント活動を促進する運動は、各国の(政治的、経済的、社会的)発展特性が大きく異なることから、国によって格差が見られる。その中には、制度的慣行、組織能力の限界、PWDが抱く心理的障壁、運動の分散化などが関係していると考えられる。こうした課題によって、現在の世界と2050年のビジョンとの間にギャップが生じている。このような欠点に対処するため、私たちは地域のPWDを集め、また地域の関係者と協力することにより、PWDを主な受益者とするさまざまなエンターテインメント活動を主催したり、PWDがエンターテインメント活動を楽しむことができるように先頭に立って活動したりするための、地域のハブを作ることに尽力している。私たちの主な戦略は、市民社会の力を活用し、PWDと社会との間に架け橋を築くことで、PWDと非PWDとが一つ社会として共に楽しむことを正常の状態にするために、専門家と一般の人々の両方をプロジェクトに参加させることである。また既に実施されている活動を推進し、効果的かつ必要で、実現可能なことを前進させることの重要性にも留意する。

III. アクションプラン

プロジェクトは主に、次の3段階から構成されている。

第1段階：現地ハブの設立

自分たちの国(日本、ラオス、フィリピン、ベトナム)に現地ハブを設立するためには、まず地元のPWDと親しく話し合うことが必要である。ハブを実現するためには、PWDの支援と関与が必要となる。さらに、私たちのプロジェクトのビジョンやミッションだけでなく、PWDの現状についてあらゆる人が包括的に理解できるように、地方自治体や一般の人々と効率的に協力することが求められる。その他にも、私たちの目標が各コミュニティのニーズや文化的背景と一致するように、

現地の市民社会と協力しなければならない。このような協力関係は、私たちがコミュニティにおいて、円滑かつ効果的に活動を実施する上で必要となる重要な支援を提供してくれる。また、こうした人々が政府やその他の組織と緊密に協力することによって、私たちが現地ハブを運営するために必要な資源を動員する手助けをしてくれる。ハブをグローバルに発展させるには、もし十分な支援が得られるのであれば、学術機関や非政府組織や非政治団体と共同で試験的にプロジェクトを実施することが特に有望だろう。こうすることで、私たちのプロジェクトがもたらすプラスの効果を実証するとともに、コミュニティ内で信頼性を育み、良好な関係を築くことができる。日本の関係者と手を携え、対象地域で暮らす障がい者の生活を向上させるために、国境を越えたつながりを活用することで、日本とASEANの結びつきを強化するという私たちの献身を、このプロセスを通して明確に示したいと思う。

第2段階：現地での活動の組織

PWDのための現地ハブを設立することで、私たちが選んだ地域において理解を得るとともに、協力的なコミュニティを確立するという私たちのビジョンを通して、これらのハブが、PWDがさまざまな活動で喜びを得られるように、脅威を与えない空間として確実に機能することを約束したい。これらの活動は、PWDの芸術的表現、身体健康、起業家精神、包括性と仲間意識の精神に基づくコミュニティの絆を育むものである。各現地ハブで実施されるこれらの活動は、障がい者のエンパワーメントを目指すだけではなく、インクルーシブな社会を育むための意識向上と、より幅広いコミュニティの参加とを目的としている。

私たちが提案する注目すべき活動の一つは、PWDの芸術的才能を紹介するプラットフォームとして機能するアートギャラリーの設立である。この活動の計画と戦略を立てる上で重要な役割を果たす現地理事会(BOD)を設立する。このBODを設立する基準は、コミュニティ内の団体、ボランティア、ソーシャルワーカー、政府関係者など、地元の利害関係者で構成される委員会を結成することである。これらの利害関係者は、この取り組みに進んで参加してくれる、信頼できる先駆者である。このアートギャラリーに先立ち、定期的なアートワークショップが開催され、PWDが絵画や工芸品の制作、その他の芸術形態を通して創造性を発掘し、表現するという素晴らしい機会が提供される。ワークショップの監督には、非PWDアーティストを招き、協力的な環境作りをする。最終的には、集めた作品を展示し、障がい者アーティストもインスピレーターとして参加する。この現地での活動の成功の指標の中でも特に、地元のボランティアやプロのイベントプランナーが、プロジェクトの運営に携わることが望ましい。

同時に、障がい者がアダプティブスポーツやレクリエーションおよびリハビリテーションプログラムに参加するように促すキャンペーンを広く展開する。これは、専門的なトレーニングや後方支援を提供するスポーツセンター、専門家、PWDトレーナーとの提携を通じて実施される。この活動を確立するための第一歩としたい。地域のスポーツ大会は、PWDが公式選手として主役を務め、一般の人々が支援する形で開催される。私たちはこのアプローチが、身体的健康を増進させるだけでなく、障がい者の能力に関する既存の障壁や社会的な課題を打破するものになることを確信している。

別の取り組みとして、起業プログラムを通じての、起業に関心のあるPWDへの支援を挙げる。現地BODは、徹底的な市場調査に加え、PWD起業家のニーズを理解するためのインタビューを実施することに

より、意欲的な起業家に接触する責任を負う。その後、専門的なワークショップや相談会を開催し、起業家と投資家候補との間の橋渡しをする。これらの起業を促進するための雇用フェアの開催も検討し、PWD主導のビジネス推進に対する公的な関与を促す。

PWDのアドボカシーに役立つ次の取り組みとして、PWDミュージカルクラブを設立する。そのための第一歩として、地元の関係者やボランティアを関与させ、調整を進める必要がある。そこから、メンバー候補の決定や、非PWDに対する、フォローアップのミュージカルショーのマーケティングの進行について、支援が得られるだろう。

このような現地での取り組み全てにおいて、一般の人々の認識を高めることが特に重要である。さまざまな経路を通じて定期的にプロモーションを行うことで、コミュニティに対して十分な情報を提供し、積極的に取り組みに参加するように促す。主な目標は、障がい者が支援されるだけでなく、コミュニティにあるハブから始まるこれらの活動を通じて、そのユニークな能力と貢献が称えられるインクルーシブな社会を実現することにある。

第3段階：現地および国境を越えた活動の推進

現地ハブがある程度発展したら、これを国際的に結束させることを強く奨励していきたい。国際協力を推進するために、私たちはウェブサイトを開設する予定である。このサイトでは、各地の現地ハブが自分たちの活動について投稿することができ、他のハブはその投稿から学ぶことができる。このウェブサイトはソーシャルメディアともリンクしている。現地ハブのメンバーは、特定の地域にあるコミュニティが主催する、優れた活動の代表者と連絡を取ることができる。基本的にこのウェブサイトは、全ての現地ハブにとって、知識、成功体験、創造的なアイデアを集めたプラットフォームとしての役割を果たすことになるだろう。このように交流を継続することで、最終的には国際的なイベントを開催することができると思われる。第2段階で挙げた全ての活動は、バーチャルでも対面でも、国境を越えたイベントとして始めることが可能である。例えば、日本とASEANのPWDが自由に作品を発表し、コメントを通じて交流できるような、バーチャルなアートプラットフォームを作ることの重要性について認識している。また、TASC 2023で行なったような、若者が自国のPWDについて議論する国際的な青少年会議の開催に尽力する。

TASCの参加者にとって洞察に満ちたフィールドトリップ、双方向ワークショップ、示唆に富んだ講義など、多様性、特にPWDについて自由に議論し、そのニーズに応えるために今後何ができるかを考える、ダイナミックなプラットフォームに参加できたことは名誉なことである。PWDの尊厳を称えるだけでなく、PWDが自分の居場所から積極的に貢献できるような力を持ったとき、社会はインクルーシブでアクセシブルだと言うことができる。多様性は決して問題などではない。私たちは、さまざまなインクルーシブの取り組みを行う日本とASEANの協力を通じて、2050年までにPWDにとってより良い世界を創出する上で、重要な役割を果たすことができると確信している。

参考文献など

- Mufida, A. (2023年10月10日). ASEAN High Level Forum: Handling of Disabilities is Carried Out Comprehensively (ASEANハイレベルフォーラム：障がい者への対応を包括的に実施する). インドネシア社会省. <https://kemensos.go.id/en/asean-high-level-forum-handling-of-disabilities-is-carried-out-comprehensively>, (参照2023-12-20)
- 内閣府. (2023). 令和4年度障害者施策の概況(令和5年版障害者白書). <https://www8.cao.go.jp/shougai/english/annualreport/2023/pdf/index.pdf>, (参照2023-12-20)
- 国連アジア太平洋経済社会委員会. (2017). Disability in Asia and the Pacific: The Facts (アジア太平洋における障がいに関する情報). <https://www.unescap.org/>, (参照2023-12-20)
- ASEAN. (2018). ASEAN イネープリング・マスタープラン2025：障がい者の権利の主流化.

Notes

1. 文部科学省. (2020). 点字図書館の概要. <https://www.mhlw.go.jp/content/12201000/000789120.pdf>, (参照2024-3-28)
2. Kết quả thực hiện trong lĩnh vực văn hóa đối với công tác người khuyết tật. Vụ Gia Đình - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. <http://giadinh.bvhtdl.gov.vn/ket-qua-thuc-hien-trong-linh-vuc-van-hoa-doi-voi-cong-tac-nguoi-khuyet-tat/>, (参照2024-3-28)
3. Hồng Phượng. (2023年5月22日). Tạo điều kiện để người khuyết tật tham gia các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch. Tapchilaodong.vn. <https://tapchilaodong.vn/tao-dieu-kien-de-nguoi-khuyet-tat-tham-gia-cac-hoat-dong-van-hoa-the-thao-va-du-lich-1327296.html>, (参照2024-3-28)
4. Kết quả thực hiện trong lĩnh vực văn hóa đối với công tác người khuyết tật. Vụ Gia Đình - Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. <http://giadinh.bvhtdl.gov.vn/ket-qua-thuc-hien-trong-linh-vuc-van-hoa-doi-voi-cong-tac-nguoi-khuyet-tat/>, (参照2024-3-28)
5. Hồng Phượng. (2023年5月22日). Tạo điều kiện để người khuyết tật tham gia các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch. Tapchilaodong.vn. <https://tapchilaodong.vn/tao-dieu-kien-de-nguoi-khuyet-tat-tham-gia-cac-hoat-dong-van-hoa-the-thao-va-du-lich-1327296.html>, (参照2024-3-28)
6. 一般社団法人障がい者アート協会. アートの輪オンラインギャラリー. <https://artnowa.org/artist>
7. 東京都美術館・東京藝術大学. (2016). トライアル・とびろ☆「アート筆談☆で対話鑑賞～耳の聞こえない人⇄聞こえる人」. <https://tobira-project.info/blog/hitsudan0911.html>
8. VTV24. (2022年8月20日). Ôi nghe nè #37: Con tôi là trẻ tự kỷ, VTV24 [動画]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yAIZ4VHaPEQ>
9. Thùy Linh. (2021年3月31日). “Chạm” đến trẻ tự kỷ bằng nghệ thuật. Báo Nhân Dân Điện Tử. https://nhandan.vn/cham-den-tre-tu-ky-bang-nghe-thuat-post640415.html?fbclid=IwAR1jYfa2zMMfSat90ciiEzASu_EFAJJYyF5E56iok63x01cy7jxiGI41s, (参照2024-3-28)
10. 障害者スポーツ文化センターラポール上大岡. (2022). 障害者の文化・芸術活動に関するアンケート. <https://www.yrsrapport.or.jp/wp-content/uploads/2022/06/%E9%9A%9C%E5%AE%B3%E8%80%85%E3%81%AE%E6%96%87%E5%8C%96%E3%83%BB%E8%8A%B8%E8%A1%93%E6%B4%BB%E5%8B%95%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%AE%E3%82%A2%E3%83%B3%E3%82%B1%E3%83%BC%E3%83%88%E3%88%EF%BC%88R4.5%E6%9C%88%E7%99%BA%E8%A1%8C%EF%BC%89.pdf>, (参照2024-3-28)
11. CEDTyClea. (2021年7月25日). 社会的企業が障害者による製品を展示. ビジネスワールドオンライン. https://www.bworldonline.com/arts-and-leisure/2021/07/26/384569/social-enterprise-showcases-products-by-pwds/?fbclid=IwAR1fdxJYwMeCx4rNW4a_aQkUuW_pW3kdOLZfU4dkYHnPg6iS2FzvZRSZ22U, (参照2024-3-28)
12. (n.d.). ười tự kỷ Hà Nội lần đầu có hội chợ sản phẩm hướng nghiệp. VietNamNet News. <https://vietnamnet.vn/nguoi-tu-ky-ha-noi-lan-dau-co-hoi-cho-san-pham-huong-nghiep-688849.html?fbclid=IwAR0Zm1vMfEQVMIP9zrEbixQRRXdCoZkRorwkNlVfGGOWRl5A16iWn4vMQ>, (参照2024-3-28)

Zero Waste, Zero Worries

I. 背景：廃棄物問題に対する懸念

Go Green Revolutionは、ASEAN諸国や日本から集まった大学生で構成されるチームである。より良い世界を作るためには解決しなければならないが、日々深刻さを増す長期的な廃棄物問題という、同じ懸念を抱く者同士が集まった。チームのメンバーは、インドネシアのSalman Albir Rijal (Sal)、タイのYnisa Laovilailert (Fah)、日本のMika Kadono (Mika)、ラオスのPatthana Sombout (JJ)、マレーシアのKavines Nair (Kavin)、ミャンマーのYu Yu Win (Yu Win)である。

2005年から2009年にかけて実施された調査によると、バンコクで収集された廃棄物の42%から45%は、主に家庭から発生し、一般的にゴミ箱に捨てられ、埋め立て地に埋められて政府や民間企業によって処理されることが明らかになり、タイでは、特に都市部で食品廃棄物の管理が大きな課題となっている。

ラオス出身のJJは、使い捨てプラスチックの消費の増加や不適切な廃棄によるプラスチック汚染など、廃棄物処理の課題に取り組もうとしているが、不十分なインフラと国民の意識の低さによって問題が悪化している。廃棄物管理における、意識と教育はまだ発展途上であり、意識向上キャンペーンやコミュニティの関与、そして教育プログラムが緊急に必要である。ごみを不適切に捨てているラオスの人々の意識を高めるためにはメディアが役に立つ。廃棄物処理の習慣は個人やコミュニティにより異なっている。

インドネシアでは、深刻な廃棄物処理問題に直面しているながらも、コミュニティ主導のリサイクルや堆肥化の取り組みを通じて、感動的な変化の一端を見ることができる。ジャカルタでの事例は、廃棄物の危機を緩和するための小規模な取り組みが、一つ一つのコミュニティに力を与えていることを物語っている。

マレーシアは、都市人口の急増によって発生する廃棄物を管理する上での課題を理解している。現代開発が環境にプレッシャーを与えており、より持続可能な廃棄物管理のための革新的な解決策を求めている。

日本では、超近代的な生活と伝統的な価値観とが並存しており、綿密な廃棄物管理システムと、リサイクルを促進する必要性とが共存している。廃棄物処理施設である広島市の中工場を訪問した際、119万人の住民から出される毎日1,000トンの廃棄物を処理するために、日本が廃棄物焼却に依存していることが紹介された。人々の努力にもかかわらず、日本は焼却処理の多さもあって、リサイクル率が低い状況にある。石坂産業株式会社の「ゼロ・ウェイスト・デザイン」では、廃棄物の包括的な分別と資源循環の重要性を強調し、2050年までに循環型社会への移行を促している。

ミャンマーのメンバーは、廃棄物管理の概念がまだ発展途上にある国についての説明を付け加えた。この国では、コミュニティの関与と意識の欠如が問題解決への大きな障害となっており、環境に対す

る責任への文化的な転換が必要であることを強調している。

この6人が揃ってGo Green Revolutionを支えている。6人の多様な経歴は、この地域が直面する環境問題の包括的な姿を描き出している。その知識と経験を結集することは、持続可能な慣行と、全ての人の人にとってよりクリーンな未来を育むことを目的とした、廃棄物管理に対する繊細なアプローチを形成する上で極めて重要である。

II. 「Zero Waste, Zero Worries」の紹介

これらの問題に基づき、私たちは「Zero Waste, Zero Worries」という、廃棄物ゼロキャンペーンのためのオールインワンプラットフォームを開発し、ASEANと日本における廃棄物削減のための教育を共有し、行動を奨励し、刺激を与えている。「Zero Waste, Zero Worries」(zerowaste.framer.ai)はウェブベースのプラットフォームであり、デスクトップ、タブレット、携帯電話からアクセスすることができる。

この取り組みでは、AIDAのフレームワークを採用している。AIDAのフレームワークは、廃棄物削減に向けた行動変容を促すように調整された、定番と言えるマーケティングモデルである。このフレームワークは、まず廃棄物問題に対する「意識」を高め、それによって一般の人々に情報を提供して、知識を増やしてもらうことから始まる。次の段階は「関心」を高めることで、教育的なコンテンツを通じて人々に廃棄物削減のアイデアを好きになってもらう。また、個人的な利点と環境面での利点を共有することで、廃棄物削減に参加する「意欲」を高める。最後は、楽しくてやりがいのあるキャンペーンを通じて、積極的に廃棄物削減に参加してもらうことで「行動」を促し、意識から行動へとつながる取り組みを完結させる。

III. 特徴：廃棄物問題に関する教育、行動および協働

Go Green Revolutionは廃棄物削減を推進する上で、自分たちのプラットフォームが多面的なアプローチを通じてユーザーに届くことが望ましいと考えている。「Zero Waste, Zero Worries」は、教育、行動および協働に関する3つの戦略を示している。この取り組みは、ソーシャルメディアによる幅広いリーチを活用し、Instagram、TikTok、Facebookなどのプラットフォームを活用して、広範にわたる、多種多様なオーディエンスの意識を向上させる。またこのキャンペーンは、積極的な環境スチュワードシップの啓発・奨励を目的として入念に投稿を作成し、情報を発信している。

この取り組みでは、ソーシャルメディアによる働きかけとともに、ウェブサイトを通じて豊富な知識を提供している。ここでは、関心のある

人は、さまざまな廃棄物問題について掘り下げた一連の教育的な記事にアクセスしたり、日常生活で廃棄物を最小限に抑える方法についての深い洞察と実践的なアドバイスを得たりすることができる。これらの記事は、廃棄物管理の複雑さと、より大きな解決策に貢献するための簡単なステップについて理解するための基盤となる。

教育的な情報は、インタラクティブな環境クイズによってさらに補強されている。これらのオンラインツールは魅力的であるだけでなく、廃棄物関連の課題に対する一般の人々の理解度を測るバロメーターとしての役割も果たしている。個人的に自分の知識を試したり、日々の選択が環境に与える影響について学んだりするための、楽しくてためになる方法を提供している。

行動面では、このプログラムでは「Week-Without-Waste」キャンペーンを紹介している。この取り組みは、個人が出すゴミを減らし、長期的な行動変容につながる習慣を身につけることを目的とした活動を通して、参加者を導いていく。さらにこのプラットフォームでは、ユニークで革新的な課題を出す、テーマ別キャンペーンが毎月更新され、コミュニティの関心を引きつけ、廃棄物を出さない生活のさまざまな側面をダイナミックに探求することを可能にしている。

協働も、「Zero Waste, Zero Worries」の取り組みの重要な特徴である。このプログラムは、Environmediaと呼ばれる、さまざまなメディアとの提携を通じて、今後のキャンペーンで必要とされる露出を確実にするとともに、過去のイベントの成功を祝う。こうした戦略的協働は、非政府組織（NGO）や企業との協力による、的を絞った、廃棄物ゼロキャンペーンの設立にも及んでいる。Collaboratorsとして知られるこの取り組みの一面は、各キャンペーンの効果を最大化するために、リソースと専門知識の融合を促進するものである。

さらに、この取り組みは、キャンペーンの資金源となるスポンサーシップを積極的に求め、企業の社会的責任（CSR）による寄付やスポンサーシップ制度を通じて、廃棄物ゼロ運動を支援する企業に働きかけている。このようなアプローチは、取り組みにおける活動に対する財政的な支援になるだけでなく、ビジネス界の中で責任感を共有する意識を醸成する。

IV. キャンペーンシステム

「Zero Waste, Zero Worries」の取り組みは、参加者が廃棄物削減に向けた意味のある旅に参加できるように工夫されている。この旅は4つの簡単なステップから構成されており、参加者全員が積極的に貢献し、シームレスな体験ができるようになっている。

- ステップ1：選ぶ - キャンペーンは選ぶことから始まる。参加者はソーシャルメディアのプラットフォームを通じて、さまざまなキャンペーンを紹介され、自分の心に最も響いたキャンペーンを選ぶことができる。こうすることで個々に合わせた参加が可能となり、参加者が支援する活動に純粋に興味を持っていることが保証される。
- ステップ2：登録する - キャンペーンを選んだら、次のステップでは、「Go Green Revolution」のウェブサイト登録を済ませ、正式に参加する。このステップは、参加者をシステムにログインさせ、参加者の活動とその影響を追跡できるようにするために重要である。
- ステップ3：提出する - このステップで、行動が具体的な結果に変わる。参加者はキャンペーン終了後、参加したことを証明する書類を提出する必要がある。この中には、削減できた廃棄物や採用した持続可能な活動について紹介することが含まれる。このステップ

は、参加者に責任を持たせるだけでなく、共有することで他の参加者に刺激を与えるという役割も果たす。

- ステップ4：引き換える - 最後のステップは、報酬システムで取り組みを完結させる。参加者は、キャンペーンを完了するごとにポイントを獲得する。このポイントは賞品と交換することができ、廃棄物削減という利他的な行為に満足感を与えることで、継続的な参加を促す。

V. 資金調達および経費

「Zero Waste, Zero Worries」の取り組みでは、環境キャンペーンを持続させるために、複数の資金源を活用する、戦略的なモデルを採用している。この資金調達方法には、プロモーション活動を通じての支援や、企業、非営利団体および一般からの寄付が含まれている。

メディアとのパートナーシップは、キャンペーンの財政戦略において、非常に重要な役割を果たす。メディア内にプロモーションページを設けることで、キャンペーンの認知度が高まり、それが金銭面での支援につながる。またメディアの広大なリーチは、プロモーションを交換する機会を提供してくれることから、幅広いオーディエンスにリーチしながら広告費を削減するのに役立つ。

企業は、社会的責任（CSR）の取り組みの一環として、資金を提供する。このようなパートナーシップは、資金を提供することの他に、協働という要素を含むことが多く、キャンペーンの共同開催や、リソースの共有によるコスト削減につながる。

NGOからの助成金は、キャンペーンの特定の分野に振り向けたり、全体的な運営を支えたりすることが可能な、対象を絞った資金提供となり、キャンペーンの活動を強化する。この助成金は、他の手段では十分に賄うことができない費用の負担に関して非常に重要である。

さらに、寄付を通じての市民からの貢献は民主的な支援の柱となり、草の根での支援の姿勢を示すものである。このような寄付は、個人からの少額のものから、コミュニティ主導のイベントを通じて集められた大規模な集団的資金まで、さまざまなものがある。

経費に関しては、このキャンペーンでは、コストをマーケティング費用と運営費用に分類する明確なコスト構造を持っている。マーケティング費用には、ソーシャルメディア広告、メディアプロモーションへの支払い、インフルエンサーへの報酬などが含まれ、これらは全てキャンペーンのリーチとインパクトを拡大するためのものである。一方運営費には、ウェブサーバーの維持、ボランティアへの報酬、キャンペーンや日常の活動を円滑に実施できるようにするための交通費や物流費などが含まれる。

VI. 影響の測定

「Zero Waste, Zero Worries」の取り組みに対して期待される影響を測定するために、対象となる市場と参加者の関与を定量化することができる目標へと分解する、構造化された手法を採用している。

このキャンペーンではまず、TAM（獲得可能な最大市場規模）をASEANと日本の高等教育機関の学生1,500万人と定義した。この幅広いオーディエンスから、SAM（サービス可能で利用可能な市場）を、既にソーシャルメディア上で環境問題に関わっている学生75万人に絞り込む。そして、最も焦点を絞ったグループであるSOM（サービス

可能で獲得可能な市場)は、ボランティア活動やデジタル行動主義に関心のある学生7万5,000人とした。

キャンペーンは、消費者の関与の段階に基づいて、具体的な参加目標を設定する。初年度の目標は、認知度を高めるために150万人のリーチを達成することである。そして、キャンペーンに触れた人の中から、75,000人がフォロワーとなり、15,000人が検討するレベルがより深いウェブ会員として登録することが期待されている。決定的な段階は、このうちの3,000人がキャンペーンに積極的に参加することである。

環境に与える具体的な影響は、参加者による廃棄物削減の見込みによって予測される。このキャンペーンは、参加者が各自で一日当たり0.91 kg、ASEANの一日平均から80%削減することで、初年度に1トン近くの廃棄物削減を見込んでいる。

参考文献など

- Enviromedia. (n.d.). Home. <https://www.enviromedia.com/>
- Henderson, D. (2017年4月19日). Love Laos? Keep it clean. *The Asia Foundation*, <https://asiafoundation.org/2017/04/19/love-laos-keep-clean/>
- 資源循環・廃棄物研究センター オンラインマガジン. (n.d.). なぜ日本のごみのリサイクル率はヨーロッパに比べて低いのか?. <https://www.cycle.nies.go.jp/magazine/kenkyu/202008.html>
- Ng, K.S., Yeoh, L., Iacovidou, E., Wan Ab Karim Ghani, W.A., & Yamaguchi, A. (2023). Towards sustainable municipal solid waste management in Malaysia [White paper]. *University of Oxford and Brunel University London*. <https://www.researchgate.net/publication/371220572>
- Pajai, W. (2022年6月17日). Plastic river; following the waste that's choking the Chao Phraya. *The Third Pole*. <https://www.thethirdpole.net/en/pollution/plastic-river-following-waste-choking-chao-phraya/>
- Priyanka, R. (n.d.). AIDA marketing communication model: Stimulating a purchase decision in the minds of the consumers through a linear progression of steps. *International Journal of Multidisciplinary Research in Social Management*, 1, pp.37–44.
- UN Environment International Environmental Technology Centre & IGES Centre Collaborating with UNEP on Environmental Technologies. (2017). Waste management in Myanmar [White paper]. <https://www.unep.org/ietc/resources/report/waste-management-myanmar-current-status-key-challenges-and-recomendations-national>
- Waluyo & Kharisma, D., B. (2023). Circular economy and food waste problems in Indonesia: Lessons from the policies of leading Countries. *Cogent Social Sciences*, 9 (1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2202938>
- Sharp, A. & Sang-Arun, J. (2012). A Guide for Sustainable Urban Organic Waste Management in Thailand: Combining Food, Energy, and Climate Co-Benefits. Institute for Global Environmental Strategies. https://www.iges.or.jp/en/publication_documents/pub/policyreport/en/3108/Attachment5_Guideline-UOWM-Thailand_Eng.pdf
- Bunditsakulchai, P.& Liu,C. (2021). Integrated Strategies for Household Food Waste Reduction in Bangkok. *Sustainability*2021,13,7651. <https://doi.org/10.3390/su13147651>, DOI:10.3390/su13147651>> https://www.researchgate.net/publication/353113634_Integrated_Strategies_for_Household_Food_Waste_Reduction_in_Bangkok

EcoChef - 一世帯ずつ、食品廃棄物を減らす

I. エグゼクティブサマリー

日ASEANユース・フォーラム2023は、日本ASEAN友好協力50周年を記念して開催され、多様性、環境、高齢化といった地域の課題に取り組むために若いリーダーたちが結集した。インドネシアと日本へのフィールドトリップに続き、私たちのグループは、南アジアと東南アジアで深刻になっている食品廃棄問題に取り組むことを決めた。フォーラムでは、メンターからの指導を受けながら、食品廃棄が環境に与える影響を最小限に抑えるため、EcoChef (エコシェフ) というオリジナルアプリを用いたアクションプランを作成した。この画期的なアプリケーションは、AIに最適化されたレシピ、パーソナライズされた献立、報酬システム、ゲーミフィケーション、廃棄になり得るものの追跡を特徴とし、持続可能なライフスタイルに貢献するものである。ジャカルタの、ハイテクに精通した年齢層向けとして位置づけられたEcoChefアプリは、戦略的パートナーシップと合わせて、食品廃棄に関する世界的な危機に対する包括的な解決策を提示している。EcoChefのような革新的なアプローチを取り入れることで、私たちの未来を再構築し、より良い世帯、より良い2050年を一度に創り上げることを目指している。

II. はじめに

日ASEANユース・フォーラム2023は、日本ASEAN友好協力50周年を記念して設立されたもので、ASEAN諸国と日本からの、さまざまなバックグラウンドを持つ若手リーダーたちによる協働を促進することに重点を置いている。プログラムの期間は2023年7月から11月までで、オンラインと、直接の訪問との両方の活動を取り入れ、参加者はASEAN諸国と日本を訪問する。そして、講義や視察、社会変革に取り組む専門家や起業家とのディスカッションを通じて、参加者は多様性、環境・防災教育、高齢化社会といったテーマに取り組む。このフォーラムは、2050年までにより良い世界を実現するためのアクションプランの作成に至るまで、共働作業のプラットフォームとしての役割を果たしている。このフォーラムは、より包括的で、持続可能であり、相互に結びついた未来の構築に向けて、若いリーダーたちがコミットメントしていることを証明するものである。

III. 目的

日ASEANユース・フォーラム2023全体のテーマである「**2050年に向けて、より良い世界を共に創る**」は、参加者に対して、前向きな変革、持続可能性、包括性を特徴とする未来を構想し、積極的に貢献す

るように促すことを目的として選ばれた。この未来志向のテーマは、2050年のより良い世界を創造するために、地域や世界が直面する課題に取り組む有意義な対話と協力的な取り組みに、若者たちを引き込むことを目的としている。

IV. 現状分析

南アジアと東南アジアだけで、世界の食品廃棄物の25%を占めている。そして食品廃棄物は、廃棄物全体の半分以上を占めている。農林水産省の推計(2019年)によると、この数字には、日本の食品廃棄物寄与量である年間約2,759万トンはまだ含まれていない。

Global Waste Management Outlook (2024) によれば、食品廃棄物は、既に廃棄物全体の約半分を占めている。国連環境計画の食品廃棄指数報告2021によると、世界で発生する食品廃棄物の61%は家庭ごみに由来するという。食品廃棄物が世界の総廃棄物の大きな原因の1つであることは多くの情報源によって述べられていることから、私たちのグループは食品廃棄物の問題、特に家庭の食品廃棄物を解決するためのソリューションに焦点を当てた。家庭からの食品廃棄物問題の根本的な原因は次のとおりである。

- 食事の作り過ぎ**: 普段から必要以上に料理を作ってしまう。
- 農産物の買い過ぎ**: 小売店での珍しい商品の販売や、衝動買いやまとめ買いを促す広告によって、消費者は日々の献立に合わない商品を購入し、使い切る前に腐らせてしまうことが多い。スーパーマーケットやショッピングモールでの販売促進は、食品廃棄を増加させる可能性がある。また、得な買い物だと思えば、必要ではない食品をより多く買うかもしれない。
- 計画性の欠如**: 消費者は、献立表や買い物リストを持たずに、1週間に使う食材の種類や数を不正確に見積もることが多い。

V. アクションプラン

EcoChefによるアクションプランは、責任ある食品管理の実践について各家庭を教育することにより、食品廃棄物が環境に及ぼす影響を最小限に抑えることを目的としている。このプランには詳細なアプローチが含まれている。

1. プランの概要

- 目的: 家庭に対する教育を通じて、食品廃棄物が環境に及ぼす影響を最小限に抑える。
- 戦略: 家庭レベルでの食品廃棄物削減に特化したアプリケー

ションを開発する。

2. ギャップ分析

- 食品廃棄物管理に関して、現状を評価し、現状と、想定される将来とのギャップを特定する。

3. アクションプランの詳細

- AIに最適化されたレシピと食材のデータベース：
 - o EcoChefは、レシピと食材に関してAIに最適化されたデータベースを活用している。
 - o ユーザーが入手可能な食材に基づいてパーソナライズされた選択肢が示されるので、日々の献立の効率が向上する。
- パーソナライズされた選択と献立プランナー：
 - o このアプリは、ユーザーが入手できる食材に基づいて、パーソナライズされた献立プランナーと買い物リストを生成する。
 - o カスタマイズされた効率的な献立が可能になる。
- アプリ利用に対する報酬制度：
 - o EcoChefには、定期的なアプリ利用を奨励する報酬システムがある。
 - o ユーザーは持続可能なライフスタイルに対して貢献することでポイントを獲得し、継続的な利用を促される。
- 行動変容のためのゲーミフィケーション：
 - o このアプリはゲーミフィケーション戦略を取り入れており、ユーザーに対して、食材の最適化やリスクの高い品目の優先順位付けという課題を出す。
 - o ゲーム化されたアプローチは、食品廃棄物に対する意識を向上させる、ユーザーの行動を強化して、廃棄物の削減を促す。
- 廃棄物になり得る食品の追跡：
 - o ユーザーは、調理中に節約できそうな食品廃棄物を追跡することで、食品廃棄物削減への影響を具体的に測定することができる。
- 持続可能なライフスタイルへの貢献：
 - o EcoChefを使用して、節約した食品廃棄物に基づいて自分のEcoChefレベルを追跡することができる。
 - o この機能は、達成感を育みつつ、持続可能なライフスタイルに貢献する。
- カスタマイズと共創：
 - o ユーザーは、自分のメニューをカスタマイズするオプションがあり、アプリのデータベースの共創に貢献できる。
 - o この機能は、人間的な接触を加えることで、アプリのコンテンツ形成に対する、ユーザーの積極的な参加を促す。

EcoChefの全体的な目標は、作り過ぎ、買い過ぎ、計画性のなさといった家庭の食品廃棄物問題に取り組むことである。このアプリは、行動変容を誘発し、家庭レベルでの食品廃棄物の大幅な削減を実現するために、機能とゲーミフィケーションの要素を採用している。

VI. 実施ロードマップ

プロジェクトは5つのフェーズに分かれており、この全プロセスにおいて期待される成果を段階的に達成できるように、次のとおりに計画されている。

フェーズ1：準備

- 市場調査
顧客に対する最初のアプローチとして、私たちが参入しようとする市場についてよりよく理解するために、入念な市場調査は、特に次の重要な点において、私たちが直面する可能性のある機会と課題をよりよく評価するのに役立つと思われる：
 - o 大多数の人々が頻繁に利用している、適切なソーシャルメディア・プラットフォームを選ぶ
 - o これらのプラットフォームでのオンライン広告活動を通じて調査を実施する
 - o 現地調査：候補となる地域を選び、直接現地に行ってその住民に対して質問を投げかける
- サプライヤー側との調整
アプリケーションの運用を開始するために準備する必要がある資料をリストアップする。またこのステップは、次の4つの段階からなる：
 - o 第1段階：サプライヤーの可能性、能力、適切性に見合うデータを収集し、フィルタリングする
 - o 第2段階：さらなる情報交換のため、サプライヤー候補と連絡を取る
 - o 第3段階：市場調査を実施し、サプライヤーと交渉する
 - o 第4段階：取引を成立させる
- UIテストとアプリの修正
また、アプリケーションのユーザー体験は、私たちのプラットフォームに対する顧客からの長期的な支持を得て、それを維持できるかどうかを判断するのにも役立つだろう。したがって、魅力的でユーザーフレンドリーなプラットフォームは、UIテストが重要な役割を果たす、私たちの成功のために特に重要な要素の一つであると考えられる。そこで、数回のテストを実施した後最終的な修正を行い、プラットフォームが私たちの期待に応えられるようにする。

フェーズ2：適応

- ジャカルタにおける市場占有率
このステップでは、ジャカルタの市場シェアと比較しての事業比率を把握するために、市場シェアの分析が別途必要となる。こうすることで、ジャカルタ市内にいる潜在的な顧客を、年齢、嗜好、習慣などに基づいて特定する。
- 競合相手を特定する
さらに、潜在的な顧客の特定とともに、さまざまな調査を実施し、特にこの業界においては、競合相手を理解するための分析が必要である。

フェーズ3：実施およびマーケティングキャンペーン

1. リサーチ

対象者の願望、期待する情報、期待する成果および地域ごとに異なる知覚価値を特定するために、2つの方法の実施が考えられる：

a. インタビュー – 直接の対話

- その場で顧客アプローチ戦略の明確なプランを立てる：
- 対象地域の特定 → 参加の可否と意欲の把握 → 時間的コストの削減
- 特定の地域への人員配置 → インタビューを受ける人数の最大化
- 予想される一連の質問の作成 → 短く簡潔にしながらも、重要なニーズに直接触れるもの
- 謝礼品の用意と贈呈 → 今後のアプローチのための好意と親しみの表現

b. オンライン調査

- 特定地域で最も利用されているプラットフォームの徹底的な分析 → 年齢、アクセス頻度、日常的に触れているコンテンツの割合
- 予想される一連の質問の作成 → 短く簡潔にしながらも、重要なニーズに直接触れるもの
- プレゼントの用意と贈呈 → 今後のアプローチのための好意と親しみの表現（電子書籍や電子商品券などが考えられる）

2. 分析

a. 調査段階からデータを収集し、分類する

b. 次の質問に対する回答を得るために、重要なニーズを分析する：

- 現在の問題について、どんなことを知っているのか？
- これらの問題に対して、どのくらい関心があるのか？
- どのようにして変化を起こそうとしているのか？
- どのようなプラットフォームを期待しているのか？
- 参加を促すためには、どのような活動を選ぶのが良いのか？

3. 実施

社会参加とコミュニティベースの活動を通じて、アプリの公開前活動を3段階に分けて計画を立て、企画する：

フェーズ1：注意喚起

- 期間：2カ月
- 場所：ジャカルタ各地
- 準備：
 - 人員への委託
 - 家族の中の子どもを対象としたゲーミフィケーション活動の企画
 - 活動後に渡す謝礼品の用意
 - 自治体に対する謝礼品
- 実施：計画どおりに活動を実施
- 成果：
 - 現地の人たちに対して好意と親しみを示す。
 - 期待される態度や行動が身に付く。
 - 今後のキャンペーンが円滑に進行する。

フェーズ2：ハイライト

- 期間：1カ月
- 場所：第1段階と同じ
- 準備：
 - 人員への委託（第1段階から人員は変更しない → 現地の人々の愛着と記憶を最大限に活用する）

- 25歳から35歳の大人を対象としたゲーミフィケーション活動の企画
- 大人向けの謝礼品の用意（食材、公共料金など）
- 自治体に対する謝礼品
- 実施：計画どおりに活動を実施すると同時に、食品廃棄物削減の重要性を強調する（これらの活動の要旨に組み込まれている）。
- 成果：
 - 現地の人たちに対して好意と親しみを示す。
 - 期待される態度や行動が身に付く。
 - 食品廃棄物削減の重要性が強調される。
 - 最終段階が円滑に進行する。

フェーズ3：仕上げのヒット

- 期間：2週間（準備期間および対象地域ごとの拡散期間を含む）
- 場所：第1段階および第2段階と同じ
- 準備：
 - キャンペーン用人員への委託
 - プロモーション資料の作成（立て看板、バナー、事例紹介、実際のテスト用プラットフォーム、インフォメーションブースなど）
 - 最終段階に向けた活動の計画 → プロモーション情報の埋め込み（限定的）
 - 大人向けおよび子ども向けの謝礼品の用意
 - 自治体に対する謝礼品
- 実施：この段階でも、計画どおりに活動を実施し、それと同時に、食品廃棄物削減の重要性およびアプリ機能の有用性を強調する
- 成果：
 - 現地の人たちに対して好意と親しみを示す。
 - 期待される態度や行動が身に付く。
 - 食品廃棄物削減の重要性が強調される。
 - より大規模な、オンラインでのマーケティングキャンペーンやプロモーションを準備するためのデータを取得できる。
 - アプリのリリース準備に入ることができる。

フェーズ4：評価および改善

このパートでは、顧客からのフィードバックとサプライヤーからのフィードバックという2つの側面に分けて説明する。

- 顧客：入手可能な食材に応じて料理を作るという最終機能を終了すると、体験に関するフィードバックを求める小さなウィンドウがポップアップ表示される。このフィードバックは、アプリケーションを通じて収集され、私たちのプラットフォームにおけるユーザー体験に関して、より良い改善を行うために使用される。
- サプライヤー：四半期ごとまたは期間ごとの協働の後、サプライヤーからのフィードバックも収集し、協働の効果について再評価することで、お互いの需要に合わせたアプローチが可能になる。

フェーズ5：拡大

第1段階	第2段階	第3段階
ジャカルタ (インドネシア)	インドシナ地方 (カンボジア、ラオス、ミャンマー、タイ、ベトナム)	その他の ASEAN加盟国

VII. 評価方法

EcoChefアプリの評価方法は、その有効性、ユーザー体験、東南アジア諸国への展開の可能性について総合的に評価するための段階的アプローチを含む。計画には次の内容が含まれる：

第1段階：注意喚起 - ジャカルタの家庭や個人への関与：

- ジャカルタの対象者へのアプリ紹介。
- 当初のユーザー体験についての洞察およびユーザビリティ上の問題点や改善点の特定。

第2段階：ハイライト - 大人に焦点を当て、食品廃棄物の削減を強調する：

- 大人を対象とした、食品廃棄物削減の重要性の強調。
- 食品廃棄物の削減に関するアプリ機能の強調。
- 対象オーディエンスの意識向上と行動変容を促す取り組み。
- 食品廃棄物の削減と行動変容に対するアプリの影響の評価。

第3段階：究極のヒット - キャンペーンを実施し、アプリを宣伝し、オンラインマーケティングのためのデータを収集する：

- EcoChefアプリを宣伝する包括的なキャンペーンの実施。
- オンラインマーケティングを目的とするデータ収集。
- ソーシャルメディアキャンペーン、インフルエンサーとのコラボレーション、ターゲット広告など、さまざまなマーケティング戦略の採用。
- アプリの露出とユーザー関与の最大化。

組み合わせた評価プロセスは、アプリの機能性、ユーザー体験、食品廃棄物削減への影響、拡大の可能性を徹底的に評価することを目的としている。得られた洞察は、修正、提携、課題への対処のためのロードマップの策定に役立てられる。強固なマーケティングと意識啓発キャンペーンにより、アプリの採用と各ターゲット国の関連するステークホルダーの参加とを促進する。最終的にこの評価プロセスは、東南アジアにおける食品廃棄物の削減と持続可能性の促進という、より広範な目的に貢献することになる。

VIII. 結論

食品廃棄物がもたらす危機は、これまで以上に取り組みが必要な、世界的な問題になりつつある。この問題の根本原因に対処するため、私たちのチームは革新的なアプリケーションEcoChefを通じて包括的な解決策を提案する。ジャカルタの、テクノロジーに精通した25歳から35歳の年齢層をターゲットに設計されたこのアプリのユニークな機能には、日々の献立、AIで最適化されたレシピデータベース、そして、アプリを効果的に使用することで節約できそうな食品廃棄物の予測によってユーザーのインパクトを強調する報酬システムが含まれる。このアプリケーションを持続可能なものにするため、スーパーマーケット、飲食品企業、NGO、学術機関、政府機関、多種多様な収入源との間に重要なパートナーシップを結ぶ。私たちの未来を再形成するためにASEANと日本が協力し、一つ一つの世帯における食品廃棄物の処理方法を変えることで、より良い2050年を創り出そう。

参考文献など

- Forbes, H., Quested, T., & O'Connor, C. (2021). 食品廃棄物指数報告2021. 国連環境計画(UNEP), Nairobi.
- 国連環境計画(UNEP). (2024). Global Waste Management Outlook 2024: Beyond an age of waste – Turning rubbish into a resource. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/44939>
- 農林水産省. (2023年10月). 減らそう食品ロス：食品ロスって何が問題なの?. https://www.maff.go.jp/j/pr/aff/2310/spe1_01.html

プログラムスケジュール

オンライン事前プログラム

7月22日(土) オリエンテーション

30日(日) 事前研修(一般社団法人グローバル教育推進プロジェクト(以下、GiFT)辰野 まどか 代表理事による講演および参加者マインドセット構築のためのグループワーク)

ASEANフィールドトリップ

高齢化社会グループ

渡航先国/日程: タイ/8月27日(日)～9月1日(金)

バンコクでの視察先:

- Young Happy
- Malibarn Eco-Florist & Herbarium
- チュロンコン大学, Vipan Prachuabmoh (学長, College of Population Studies)
- Boonmerit Media Co., Ltd., Prasan Ingkanunt (社長兼創設者), Supasiri Chaninwong (副社長兼共同創設者)
- バンコク芸術文化センター

チェンマイでの視察先:

- Foundation for Older persons' Development (FOPDEV) and Buddy Home Care, Sawang Kaewkantha (創設者兼代表), Janevit Wisojongkram (副代表)
- HelpAge International Asia Pacific Regional Office, Eduardo Klien (アジア太平洋地域代表)

多様性グループ

渡航先国/日程: フィリピン/8月29日(火)～9月3日(日)

マニラでの視察先:

- Commune: Gio Potes (フィリピン大学, ジェンダーオフィス), Glenn Alejon (フィリピン大学, ババラン)
- キアゴ教会
- マニラ・ゴールデン・モスク
- ビノンド中華街
- 98B Escolta
- Ilustrado in Intramuros

セブでの視察先:

- CDU義肢装具センター: セブ医科大学, Arnold Balais (元パラリンピック金メダリスト)
- PADS (フィリピン障がい者アクセスサービス) ドラゴンボートチーム
- フィリピン国立博物館-セブ

環境・防災教育グループ

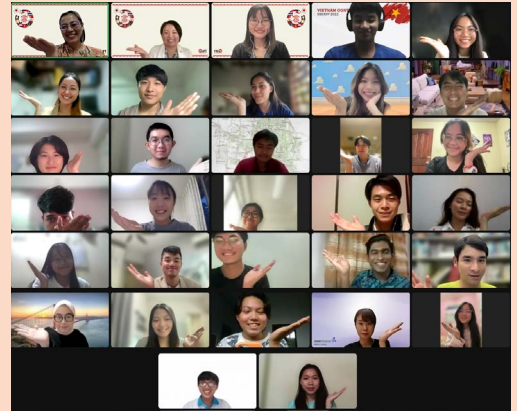
渡航先国/日程: インドネシア/9月3日(日)～9月8日(金)

ジャカルタでの視察先:

- XS-Project
- Kota Tanpa Sampah by LabTanya
- Neighborhood Community of Penggilingan 16

ジョグジャカルタでの視察先:

- バカラン村(メラピ山)
- Bokomi 192 Kampung Badran
- ガジャマダ大学, Ikaputra (講師, Architecture and Planning Department), Dyah Titisari Widyastuti (講師, Architecture and Planning Department)
- ガジャマダ大学, 学生の皆さん (Architecture and Planning Department)



オンライン事前研修



タイでのフィールドトリップ



フィリピンでのフィールドトリップ



インドネシアでのフィールドトリップ

発表準備

10月15日(日) オンライン中間研修 (GiFTによるフィールドトリップ振り返りのグループワークおよびアクションプラン中間発表)

訪日研修と発表会

11月19日(日)～11月26日(日)

広島での視察先

- **3グループ共通**
田万里家
広島平和記念公園および広島平和記念資料館
NPO法人Peace Culture Village
宮島(厳島神社)
- **高齢化社会グループ**
広島大学大学院人間社会科学部経済学プログラム 角谷 快彦 教授
NPO法人狩留家 黒川 章男 理事長
- **多様性グループ**
広島大学D&I推進機構アクセシビリティセンター 山本 幹雄 センター長
NPO法人ブエンカミーノ 吉川 望 代表
- **環境・防災教育グループ**
NPO法人SKY協働センター 大迫 雅俊 代表
広島市中工場

東京での視察先

- **高齢化社会グループ**
株式会社シルバーウッド 下河原 忠道 代表取締役
東京大学大学院工学系研究科建築学専攻 大月 敏雄 教授
めじろ台地区まちづくり協議会 中村 修 代表
- **多様性グループ**
株式会社Xiborg 遠藤 謙 代表取締役
NPO法人スローレーベル
Dialogue Diversity Museum 対話の森
- **環境・防災教育グループ**
一般社団法人Green Innovation
石坂産業株式会社
NPO法人プラスアーツ

11月24日(金) アクションプラン最終発表会

- 会場: ホテルニューオータニ東京 (13:00-17:00)
- 祝辞: 外務省南部アジア部 中村 亮 部長
- コメンテーター:
相澤 伸広 (九州大学大学院比較社会文化研究院 准教授)
インタラクムナード・パタラポン (政策研究大学院大学 教授)
中山 万帆 (笹川平和財団 平和構築支援グループ グループ長兼主任研究員)

11月25日(土) 事後対面研修 (GiFTによるプログラム振り返りおよび未来に続くネットワーク形成のためグループワーク)

(敬称略)



訪日研修(宮島)



アクションプラン最終発表会



事後対面研修

アドバイザー、メンター紹介

アドバイザー

相澤 伸広 (Nobuhiro Aizawa)

九州大学大学院比較社会文化研究院 准教授

専門はインドネシア政治、タイ政治、都市化と政治、東南アジア華僑。現在は、デジタル化をめぐる国際政治と、東南アジアにおける新興エリート・ネットワークに関する研究に取り組む。京都大学アジアアフリカ地域研究研究科で博士号取得。インドネシア・戦略国際問題研究所 (CSIS) で客員研究フェロー、政策研究大学院大学研究助手、立命館大学非常勤講師、米コーネル大学客員研究員、タイ・チュラロンコン大学客員研究員、米国ウィルソンセンタージャパンフェローなどを歴任し、2007年から現職。ジョージメーソン大学 Movement Engaged リサーチハブ研究員兼任。著書に『華人と国家—インドネシアのチナ問題』（書籍工房早山）。雑誌などにも多く論文を掲載している。日本ASEAN友好協力50周年有識者会議委員。

メンター

チャークリット・ブROWNヨット (Charkhris Phomyoth)

<タイ・高齢化社会グループ>

Young Happy／最高経営責任者

Young Happyの先進的なCEOであるチャークリット・ブROWNヨット氏は、革新的なデジタル・ソリューションを駆使し高齢者の活躍の場を広げる展望を持つタイ出身の社会投資家である。健康寿命と寿命との隔たりをなくし、人々が精力的に年を重ねるための大きな変革を社会にもたすために、研修の提供をはじめ、ソーシャルエンゲージメントの実施やアプリの活用など、革新的なイニシアティブをとっている。

ジョン・ポール・エカルマ・マウネス (John Paul Ecarma Maunes)

<フィリピン・多様性グループ>

フィリピン障がい者アクセスサービス／創設者、最高経営責任者

有資格看護師として勤務する傍ら、ボランティアとして非政府組織から自身のキャリアをスタートさせた。フィリピン障がい者アクセスサービス (PADS=Philippine Accessible Disability Services Inc.) を設立し最高経営責任者になると同時に、さまざまな障害を持つメンバーから構成される PADS Dragon Boat Team も立ち上げ、2023年に国際ドラゴンボート連盟主催の第13回世界大会のパラ・ドラゴンボート部門でフィリピン初の優勝を成し遂げた。数々の受賞歴を有しており、アショカ・フェローシップ (2014年度) や国際交流基金主催事業「ダイバーシティをはぐくむEYESプロジェクト」(2018年度) のフェローでもある。

エヴァ・バクティアル (Eva Bachtiar)

<インドネシア・環境・防災教育グループ>

Garda Pangan／共同創設者、最高経営責任者・StarSide Edukasi／創設者・Alang-Alang Zero Water Store／創設者・Loss and Waste and Disaster Education／コンサルタント

社会投資家であり、HANDs!プロジェクト (国際交流基金主催) におけるインドネシアからのフェローでもある。フードロスやごみ問題の解決策をワンストップで提供する社会経済企業である Garda Pangan の共同創設者兼CEOであり、余剰食糧を恵まれない地域コミュニティに提供したり、食料廃棄物を飼料として再利用する活動などにも寄与している。また、ゲーミフィケーションを通じて防災教育を行う StarSide Edukasi ならびにスラバヤに店舗を構える Alang-Alang Zero Waste Store の創設者でもある。彼女自身もまたフードロス並びに防災教育のコンサルタントであり実践者でもある。

参加学生の声

ニックネーム あなたにとって、このプログラムとは？

Zayar	人生を変える学びの旅であり、これからも続く友情
Huy	共通の理解と関係を持つことの重要性
Daichi	繋がりや視野、そして未来を広げるもの
Mia	社会課題に対する持続可能な解決策を打ち出す、世界の若者を力づけるもの
Haruka	才能にあふれ、心優しいチームメイトと過ごす、人生を変える経験
Ek	より良い未来を創る若者のためのプロジェクト
Peter	学び、挑戦し、楽しむ場所
Eric	世界に対する見方が未来永劫変わる、一生に一度の出会い
Nika	より良い社会のためにアクションを起こすメンバーが集まる、大きな家族
Ken	現代社会の課題に触れ、大切な友情を育む、お金で買うことのできない貴重な経験
Keen	生活をより良く変えるための後押しをしてくれる、人生を変えた経験
Shane	アジアの素晴らしい人々との学びと思い出
Emma	社会をより良くすることに熱意を持った若者たちの旅路をつなぐハブ
Thandar	多様性と、大切な仲間、そして育まれた友情
Shota	人生の中で交差し、私と世界を繋げたもの
Mika	自身の視野とネットワークを広げ、人生を一変させる経験
JJ	専門家や友人と過ごし、素晴らしい活動を通じた、新しい旅
Fah	喜び、経験、インパクト、友情
Akitosh	アジアから世界を形作るポテンシャルを秘めた永久の友情
Ameera	日本とASEANから集まった新しい家族との協働と、社会をより良くするための学びの旅
Bibil	二十代前半の大切な思い出のひとつ
Yu Win	新しい学びの旅
Kavin	2050年の持続可能な世界を目指す日本とASEANの素晴らしい働き
Eink	協働を通じ、前向きでより良い社会を目指す若者を後押しするもの
Gwen	より良い世界のため、自らが与える影響力を信じ、励みとなるもの
Sal	世界から集まるかけがえのない友情を育みながら得た、深い見識と新しい知見
Adam	リアルな世界を見ること
Many	やる気で繋がり、意欲的なアイデアを共有する場所
Ray	世界に対する理解と繋がり、学びから自身を豊かにするもの
Ichi	繋がることの大切さを教えてくれる、これからも続いていくもの



編著・発行／独立行政法人国際交流基金

〒160-0004 東京都新宿区四谷1-6-4

TEL 03-5369-6075

制作（実施報告書）／株式会社 大伸社

制作（プログラムロゴ）／株式会社島内泰弘デザイン室

©2024 The Japan Foundation