



## 評価概要



# 若年層のジェンダー平等意識向上のための啓発事業

## 背景状況

世界経済フォーラムが公表する「グローバルジェンダーギャップレポート」によると、日本のジェンダーギャップ指数の順位は2016年の時点で144か国中111位、2019年は153か国中121位と低いままであり、日本のジェンダー格差は他国に比べて著しいことを示している。日本では、政府によるトップダウンのアプローチを超えて、日本社会のあらゆるレベルにおいて、ジェンダー平等を推進することが喫緊の課題である。

このような日本の状況に鑑み、若者の社会におけるジェンダー関係の変革の可能性に着目して、UN Women（国連女性機関）は、資生堂株式会社（以下、資生堂）の支援を受け、2017年4月に若者のジェンダー平等意識を啓発するアドボカシーと能力強化のプロジェクトを日本で立ち上げた。プロジェクトは、2020年3月に終了した。

## プロジェクトの概要

このプロジェクトは、日本のジェンダー関係を変革するために若年層に注目し、若者が自らの行動によりジェンダー平等社会を実現する「変化の主体」となることを目的とした。主な受益者は日本の高校生と大学生である。また、資生堂社員と一般市民も対象とした。主な活動は、以下の通り。

**高校生対象：**ジェンダー意識啓発ワークショップの参加とグループ研究成果をまとめたビデオ・プレゼンテーションの提出から構成されるジェンダー平等啓発プログラムが実施された。審査により選ばれたグルー

プは、国連大学で開催された「HeForSheすべての人が輝く社会を目指して～Generation Zからの提言～」で発表した。3年間で全国各地の70校、1349人の高校生が参加した。

**大学生対象：**2017年は3つの大学でワークショップを実施し、2019年は4つの大学で学生による提案型イベントが実施された。2019年のキャンパスイベントの参加者は大学生と一般の人々で参加者総数は約380名だった。

**資生堂社員対象：**資生堂ではHeForShe企業向けウェブサイトに作成され、資生堂社員による社内向けのHeForSheセミナーが毎年実施された。また2020年には、UN Women本部のHeForSheプログラム・マネージャーが来日し講演会を開催した。

**一般市民対象：**2019年にHeForShe日本語ウェブサイトの公開に伴い、「HeForSheプラスワン！」イベントが開催され、約200人が参加した。

## 評価の概要

評価は外部コンサルタントである一般財団法人国際開発機構（FASID）が実施した。評価項目は、国連評価グループ（UNEG）およびUN Womenの評価ガイドラインに則り、妥当性、有効性、効率性、持続性、およびジェンダー平等・人権の5項目とした。評価の着眼点やプロセスにおいては、ジェンダー平等と人権原則の統合に重きを置いた。

## 主な評価結果

### 妥当性: 高い

日本におけるジェンダー平等の意識向上は、若年層および資生堂のニーズに合致していた。また、プロジェクトの戦略は、UN Womenの戦略および国際的なジェンダー平等規範の枠組みとの整合性が高い。

### 有効性: やや高い

特に、高校の女子生徒の意識向上と能力強化には効果的であった。他方で高校の男子生徒および大学生の能力強化はやや限定されていた。HeForSheは、資生堂社員と一般市民に対して、ジェンダー平等の取り組みに男性を巻き込む機会を提供した。

### 効率性: 中程度である

2017年度は、UN Women側の適切な人員配置がなく事業管理体制は弱かったが、2018年の中間地点からはUN Womenが主体的役割を担い活動を行った。

### 持続性: やや高い

資生堂のジェンダー平等社会の実現に対するコミットメントは高く、今後の取り組みに本プロジェクトから得た知見の活用が期待できる。また参加した女子生徒は意欲が高く、このプロジェクトから得られた経験は将来活用されると考えられる。高校の教員は意識向上プログラムを継続したい意思はあるが、プロジェクト終了後は、ジェンダー専門家を招くことや、生徒の意欲向上の動機づけを提供する仕組みを欠くことになる。

### BOX 1

#### UN WomenによるHeForShe連帯運動

2014年に潘基文国連事務総長（当時）とエマ・ワトソンUN Women親善大使によりHeForShe連帯運動が発表された。HeForSheは、女性と女兒のみではジェンダーの不平等を終わらせることはできないと認識し、男性と男児がジェンダー平等を達成するためのパートナーになるためのプラットフォームを構築した。2016年にHeForSheは、ジェンダー認識を問わず、すべての人がより深く関与できるようにコンセプトを一新した。

本プロジェクトを通じてHeForSheの日本語ウェブサイト等が作成され、HeForSheの国内普及が促進された。

「生徒はこちらが質問すると、どんどん調べてきて、生徒たちから教わるが多かった」

（教員インタビューより）

UN Women日本事務所は今後も継続してジェンダー平等の啓発を行っていくが、資源の都合上、活動規模は縮小される。

### ジェンダー平等と人権: やや高い

本プロジェクトは受益者の声を意識向上プログラムの設計に反映させた上で実施された。また介入ニーズの高い地方へと展開した。他方、男子生徒の参加は限定的だった。

## 結論

**結論1: 若年層をターゲットと定めて実施したジェンダー平等実現のための意識向上は、日本社会のジェンダー課題の解決にとって非常に重要な取り組みである**

日本におけるジェンダー平等と女性のエンパワーメントのニーズが高いこと、そして意識啓発プログラムが高校生のジェンダー平等への理解と意識向上に貢献したことがわかった。プロジェクトは、初期にアセスメントを実施し、受益者の意見を反映させたことが、受益者のニーズとの合致度を高めた。今後も日本における若年層の意識啓発を継続し、本プロジェクトによる効果の持続性を強化することが重要である。

**結論2: 高校生に個別に働きかけるのではなく、戦略的に学校および教員を巻き込んだ能力強化モデルを構築したことが効果的であった**

本プロジェクトで開発した能力強化モデルは「変化の主体」を育成するために効果的であった。特に女子生徒は、自身の課題解決能力やプレゼンテーション能力、チームワーク力が強化されたと感じている。終了時評価では、ワークショップ後の女子生徒による活発な活動の事例を複数確認できた。高校という学校教育の環境においてプログラムを実施したことで、教員の協力が得られ、生徒は集中してジェンダー課題の研究と企画に取り組むことができた点も重要である。

### 結論3: 資生堂のような民間企業と連携してジェンダー平等実現に取り組むことは、相乗効果が非常に高くなる

資生堂が講師としてワークショップに参加したこと、ドナーとして協力したことにより、日本の代表的企業の一つがジェンダー平等と女性のエンパワーメントの取り組みを積極的に行っていることを知らせる機会となった。資生堂は、従来は接点が薄かった若年層を対象としたことでより包括的にジェンダー平等に向けた取り組みを実現できた。資生堂のさらなる施策における本プロジェクトのグッド・プラクティス（成功事例）の活用が期待される。

### 結論4: UN Women日本事務所の特殊性に鑑みると、民間企業からの突発的な事業連携の提示に対し、ただちに体制を整えて事業を開始することは難しい

UN Women日本事務所は本来プロジェクトを実施するマנדートがないことから、適切な事業実施のための仕組みや人員を常時備えていなかった。他方で、本プロジェクトはUN Women日本事務所にとって初めての企業連携のプロジェクトであったことから、企業との連携に関するさまざまな学びを得る機会となった。

## 主な提言

UN Womenには、新しいネットワークの有効活用を提言する。本プロジェクトを通じて、多くの高校生、大学生や資生堂社員、一般市民がUN Womenとジェンダー平等への取り組みを知った。UN Womenには、プロジェクトで広がった新たなUN Womenの支援者とのネットワークを大切に、今後のイベントや活動の参加をよびかけるなどつながりを維持することを提言する。また事業マネジメントに関連することとして、UN Women日本事務所、地域事務所、本部の間で、日本事務所が実施できる企業連携事業スキームまたはほかの形態での企業との連携の選択肢に関する明確な共通理解を構築することを提言する。その上で、今後類似の機会の際には、本部と密に協議し、プロジェクトの進め方を検討することが望ましい。本プロジェクトでは、早い段階で若年層の女性と男性の意識を向上させることの重要性とその効果が確認された。

## BOX 2

### 高校生たちによるアクション

ワークショップに参加した高校生は、グループ研究でジェンダー課題について調査し、自ら取り組むジェンダー平等に向けたアクションを提案した。それらは、幼児期からジェンダーにとらわれない考え方を教育するための「ジェンダーかるた」やジェンダーに配慮した絵本の制作、途上国の女子生徒が学校に通いやすくなるために、手に入りやすい素材を利用した生理用品の開発など、バラエティに富んだ活動が提案された。複数の生徒たちは、実際に活動を継続している。このようなケースは、まさに本プロジェクトが想定していたジェンダー平等や女性のエンパワーメントの実現に向けた「変化の主体」が生まれた。

資生堂には、今後も日本企業としてリーダーシップをとって若い世代をインスパイアし、ジェンダー平等に向けた若者による斬新な取り組みを推進することを期待したい。

## 教訓

終了時評価を通じて、将来の類似プロジェクトに活用できる有益な複数の教訓が抽出された。これらの教訓は、若年層を対象としたジェンダー平等の意識啓発プロジェクトに適用できる。

### 教訓1: 高校生をターゲットに定め、高校の教員を重要なパートナーとする

新しい知識を吸収する力が強い高校生は、教員の熱意と丁寧な指導により革新的な活動が期待できる。

### 教訓2: 積極的な参加への動機づけを担保する仕組みをつくる

効果的な動機付けが、生徒の探求と挑戦に結び付き、能力強化の有効性が高まる。

### 教訓3: 相乗効果と持続性を担保するために、早い段階から複数の協力機関を特定し、協議や連携の仕組みを構築する

関係機関の協議や連携の仕組みを構築することで、関係機関のコミットメントが高まり、プロジェクトで達成した成果を制度システムに内部化するなどの出口戦略を具体的に定めることができる。