

### 3.1.3 現地調査実施要領

#### ■ 調査概要

##### (1) 調査目的

現地調査の主な目的は以下の通り。

- 受入機関と受益者によるボランティアと日本に関する理解度の把握
- ボランティアの意見と受入機関と受益者の意見のクロスチェック
- ボランティア活動や JICA の支援へのフィードバック

##### (2) 指標

#### 「目標 1：相手国の社会・経済発展への協力」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項	受入機関	受益者
1.	ボランティア派遣に対する相手国のニーズ		
1.1	援助ニーズとボランティアの有益性 (NGO、他の援助機関、他の日本の援助との比較も検討) * 援助受入窓口に対してもインタビュー調査を実施する。	○	
2.	ボランティア派遣による協力成果		
2.1	受入機関と合意したボランティアの目標の達成度 ボランティア派遣によるプラス、マイナスのインパクト ボランティア派遣による活動の継続性	○ ○ ○	○ ○

#### 「目標 2：相手国との親善と相互理解の深化」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項	受入機関	受益者
1.	相手国側の日本に関する理解の促進		
1.1	配属先と活動地域におけるボランティアと日本のプレゼンスの認知度	○	○

#### 「目標 3：ボランティア経験の社会への還元」に関する事項

- 該当事項なし

上記質問事項は全ての在外事務所で網羅すべき内容であるが、必要に応じて次のような調査項目も用意する。

- ボランティアの活動計画に対する受入機関と受益者の満足度
- 日本の他の支援や NGO との連携状況
- 派遣要請ニーズに対する JICA の対応度
- ボランティア派遣のタイミングの適正度
- 派遣期間の適正度
- ボランティア、機材、資金の有効活用度
- 相手国のボランティア事業の主旨や制度に対する理解度

##### (3) 調査方法

受入機関、受益者ともに質問票による調査を行う。受入機関への調査は、ボランティアの帰国 3 ヶ月前後に質問票を配布して回答を得る。質問票の回答者にばらつきが出ないように、原則的には受入機関の長に質問票に回答してもらうようにする。(受入機関の一部の意見ではなく、受入機関としての回答を求め

る)

受益者を対象とした質問票調査は母集団の特定と有効サンプルの確保が難しいため、全ボランティアを対象に画一的に実施することは現実的でない。各ボランティアに報告書の中で受益者の数を特定してもらい、在外事務所が分野、活動内容等を考慮して、調査を依頼するボランティアを数件選定して実施する。調査のタイミングは、派遣終了の3ヶ月前後を想定するが、インパクトと活動の継続性を見たい場合は、ボランティア帰国半年後以降に実施する。

受益者として以下のような関係者が想定される。

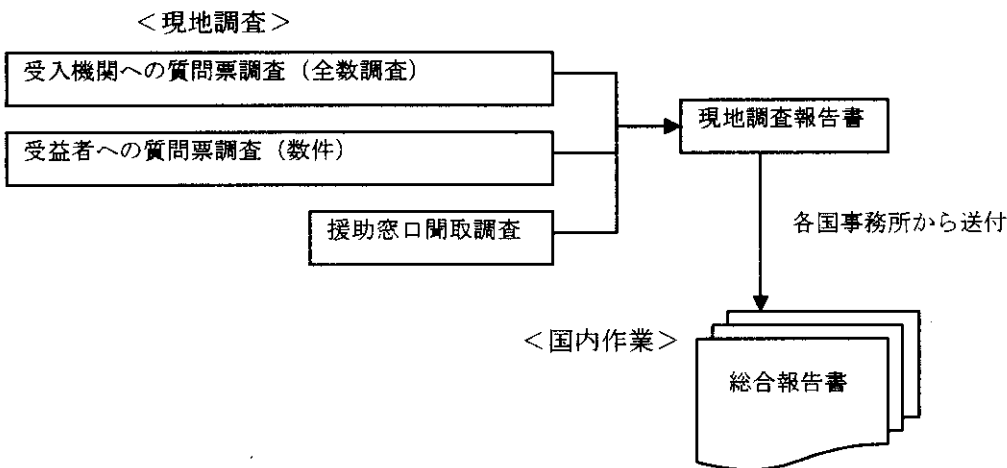
- 日本語、体育教師が直接教えている生徒
- 村落開発事業が支援している住民グループ
- 技術移転した受入機関のスタッフや技術の利用者、等。

受入機関と受益者への質問票調査に加えて、援助窓口へのインタビュー調査を実施する。

各調査方法の概要

調査内容	対象者	サンプル数	調査頻度
1. 受入機関への質問票調査	受入機関の長	1	派遣終了3ヶ月前後
2. 受益者グループへの質問票調査	ボランティア活動により直接便益を受けたグループ	受益者グループの数により決定。	派遣終了3ヶ月前後、(インパクトと自立発展性を見たい場合は帰国後)
3. 援助受入窓口へのインタビュー調査	援助窓口担当者	-	年次協議の機会に実施する。

## ■ 調査プロセス



## ■ 留意事項

### 1) 調査対象者の選定

ボランティア事業の多様性を考えると、「受益者」の定義が各ボランティアにより大きく異なることが予想される。ボランティアに調査対象を挙げてもらう際には、厳密な定義は示さず、ボランティア活動により便益を受けた人・グループと大体の人数をリスト化してもらう。そのリストに基づいて在外事務所(或いは現地コンサルタント等の外部委託先)が調査対象を選定する。

△△大学に派遣された日本語教師の例でリストを作成してもらうと以下のようなものになることが想定される。

受益者	便益の内容	人数
1. 日本語コースの受講生(大学生)	日本語指導	20名(2クラス)
2. 同僚講師	日本語向上、開発した教材の利用	3名
3. 大学当局	ネイティブ講師がいるという宣伝効果	大学の広報課

受益者への質問票調査の対象者は上記1の20名で、2と3については、受入機関関係者への質問票調査で対応する。

## 2) 調査のタイミング

調査をどのタイミングは、何を中心に知りたいかという評価者の関心により異なる。上記日本語教師の例で言うと、日本語コースの受講生がボランティアの活動からメリットを受けたか、かれらの日本理解がどの程度進んだかを中心に知りたい場合は、受講生が在籍している時期(ボランティア派遣期間中)に実施する必要がある。(卒業後にアンケートを送付しても回収率が低い)一方、インパクトと継続性を中心に見たい場合は、ボランティア帰国後に調査を実施しないと実際の効果は見られない。

## ■ 調査方法別の実施要領

### I. 実施機関・受益者への質問票調査

#### (1) 業務の流れ

##### 1) 現地調査分

実施ステップと時期	在外事務所	成果品等
1. 調査計画書の作成と調査 事前準備 (5日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示書の作成(実施方針、スケジュール、受入機関リスト、調査する受益者グループの選定)</li> <li>受入機関、受益者との調整</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>計画書</li> </ul>
2. 質問票調査の実施・集計  援助窓口へのインタビュー  (30日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>【実施機関向け】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>質問票送付、回収、未送付団体への再依頼</li> </ul> </li> <li><b>【受益者向け】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>対象ごとに質問票の項目と選択肢を検討する</li> <li>受益者グループ代表者への主旨説明、質問票記入日の決定</li> <li>質問票調査の実施</li> <li>必要に応じて他の関係者へのインタビューを補足調査として実施</li> </ul> </li> <li><b>【援助窓口】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>インタビュー項目の検討、インタビューの実施</li> </ul> </li> <li><b>【共通】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート結果の集計</li> <li>有効回答数の確定</li> <li>単純集計のチェック・出力作業/電子化</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>結果集計(ローデータ)</li> <li>集計表</li> <li>援助窓口インタビュー結果</li> </ul>
3. 調査結果の分析 (5日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集計結果のチェック</li> <li>調査結果の分析内容チェック</li> <li>調査結果の分析</li> </ul>	-
4. 結果のとりまとめ (10日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書の作成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地報告書</li> </ul>
合計 50 日間		

##### 2) 国内作業分

実施ステップと時期	事務局	成果品等
6. 総合報告書のとりまとめ (60日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>【実施機関】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>各事務所から送付されたデータの集計</li> <li>データ分析</li> </ul> </li> <li><b>【受益者】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>国別あるいは分野別に結果を比較分析</li> </ul> </li> <li><b>【援助窓口】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>国別に一覧表取りまとめ</li> </ul> </li> <li><b>【共通】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>総合報告書の作成</li> <li>視覚的データ資料の作成</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: right;">公表</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>総合報告書</li> </ul>

#### (2) 具体的実施要領

1) 現地調査分

各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
1. 調査計画書の作成/調査事前準備	1-1. 業務内容を検討する <ul style="list-style-type: none"> <li>実施機関と担当者のリストアップと送付先の確認</li> <li>調査対象の受益者グループの選定</li> <li>調査時期・期間</li> <li>費用</li> <li>データ入力方法</li> <li>報告書の仕様</li> </ul>	【実施機関】 <ul style="list-style-type: none"> <li>実施機関に対して事前に質問票調査の主旨を説明する。</li> </ul> 【受益者】 <ul style="list-style-type: none"> <li>ボランティア報告書に基づき、次の点に留意して調査対象を選定する。</li> <li>母集団のサイズ(大規模なものは避ける)、回答者確保の可能性(回答者が点在していたり、情報が掴めないリスクがあるか検討する)</li> </ul>
2. 質問票調査の実施・集計  援助窓口へのインタビュー	2-1. アンケートの内容は在外事務所で準備し、委託先に提供する。 2-2. プレテストの結果を確認する。  2-3. インタビュー項目の検討とインタビューの実施	【共通】 <ul style="list-style-type: none"> <li>アンケートの内容は翻訳する。</li> <li>アンケートの内容は統一フォーマットなので修正できないが、選択肢の意味が理解できるかプレテストで確認し、必要あれば選択肢の言い回しや補足説明を加えることは問題ない。また、在外事務所で独自に質問項目を追加することは可能。</li> </ul> 【受益者】 <ul style="list-style-type: none"> <li>目標としているサンプル数が確保されるかどうか適宜確認する。</li> <li>途上国での通信事情を考えるとサンプルの無作為抽出は困難。受益者グループが一同に会するような機会を利用して、質問票を配布する。</li> <li>予定した調査期間内で、予定サンプル数の確保が難しい場合は、調査対象を変更する。</li> <li>さらに深く状況を把握したり、事例集として取り上げたり場合は、インタビュー調査で補足する。</li> </ul> 【援助窓口】 <ul style="list-style-type: none"> <li>事前に質問する項目を送付し、訪問の目的を明確にする。</li> <li>実施機関への質問票結果の傾向を掴み、課題等について援助窓口への質問項目に追加する。</li> </ul>
3. 結果の分析	3-1. 単純集計の集計結果をチェックし、傾向を分析する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>単純集計で、全体の傾向をみる</li> <li>在外事務所ですらに深い分析を行うことも可能</li> </ul>
4. 結果のとりまとめと公開	4-1. 分析結果を元に、報告書を作成する。 4-2. 対外 PR 用に要約版或いは報告書の現地語版を作成する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>全ての集計を単純にプレゼンするのではなく、伝えたい内容を絞って、視覚的なプレゼンテーションを行う。</li> <li>グラフや表を効果的に活用する。</li> </ul>

2) 国内作業分

各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
5. 総合報告書の作成	5-1. 各事務所から送付されたデータのコンパイル 5-2. 基本属性によるクロス集計をチェックし、傾向を分析する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本属性で、属性ごとに顕著な違いや傾向があるかどうか分析する。</li> <li>詳細な統計分析が必要な場合は、検定や相関をチェックする。</li> </ul>

各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
	<p>5-3. 基本属性以外のクロス集計を検討する。必要に応じて、納品されたデータを元にクロス集計する。</p> <p>5-4. 設問間の相関を分析する必要があるかどうか検討する。</p> <p>5-5. 受益者への質問票調査については、分野ごとに事例として取りまとめる</p> <p>5-6. 分析結果を元に、報告書を作成する。</p> <p>5-7. 公表用に要約版を作成する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全ての事務所からのデータが集まらないと分析に入れないため、スケジュールの厳格な管理が必要となる。</li> </ul>

## ■ 受入機関向け調査票(案)

### 1. 回答者の属性に関する項目

- 所属団体
- 職位と業務内容
- ボランティアとの関係
- ボランティアと働いた期間
- 過去のボランティア受入経験の有無
- 過去の援助機関からの人材受入れ経験の有無

### 2. アンケート項目

注:四角で囲まれた表題は、各質問がどのような意図で質問されたのかを示すもので、アンケート用紙には記載しない。

ボランティア派遣はどの程度、受入機関のニーズに合致していたかを把握する

ボランティアの活動計画の内容を知っていますか？

- 3. よく知っている
- 2. 大体知っている
- 1. 活動計画がなかった
- 0. 知らない

(よく知っている、大体知っていると回答した方に)ボランティアの活動計画はあなたの組織のニーズに対応していましたか？

- 4. 非常にマッチしていた
- 3. ある程度マッチしていた
- 2. あまりマッチしていなかった
- 1. 全くマッチしていなかった

あまりマッチしていなかった、全くマッチしていなかったと回答した場合、その理由を教えてください。(一番大きな理由を一つ選んでください)

- 1. 受入機関の政策、外部環境が変化した
- 2. 活動計画が受入機関と十分な相談の上で作成されていなかった
- 3. 活動にどうしても不可欠なものがなかった
- 4. その他( )

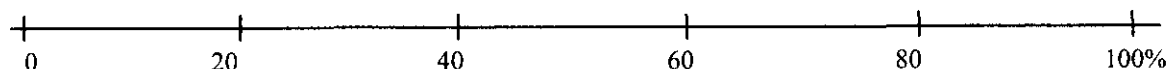
(他の協力を受入れた経験のある場合)他の人材派遣に比べて、ボランティア派遣は？

- 3. ボランティアの方が有効である
- 2. 他の人材の方が有用である
- 1. どちらとも言えない

(2と回答した方に)その理由は？  
選択肢を用意する。

ボランティアの目標達成度はどの程度だったか把握する

(活動計画をよく知っている、大体知っていると回答した方に)ボランティアの活動目標はどの程度達成されましたか?あてはまる箇所に○をつけてください。(6段階で)



(達成度が60%以上と回答した方に)達成度が高かった主な要因はなんですか?(複数回答可)

- 1. 受入体制が整っていた
- 2. スタッフ(カウンターパート)が意欲的だった
- 3. ボランティアに指導力・積極性が高かったこと
- 4. ボランティアの技術力が高かったこと
- 5. 活動の内容が受入機関のニーズと合っていた
- 6. 活動の内容が受入機関のニーズと合っていなかったが、調整してニーズの合う活動ができたから
- 7. 受入機関とボランティアとの意思疎通やコミュニケーションがうまくできた
- 8. ボランティアが現地の文化・習慣に馴染むことができたから
- 9. ボランティアとスタッフや関係者との人間関係が非常によかったから
- 10. JICA が支援してくれたから
- 11. その他 (具体的に )

(上記で達成の状況が60%未満の方に)達成度が低かった理由は何ですか。(複数回答可)

- 1. 受入機関の受入体制が整っていなかった
- 2. 同僚(カウンターパート)が意欲的でなかった
- 3. ボランティアが積極的でなかった
- 4. ボランティアの技術力が低かった
- 5. 活動内容が受入機関のニーズと合っていなかった
- 6. ボランティアと受入機関との意思疎通やコミュニケーションがうまくできなかったから
- 7. ボランティアが現地の文化・習慣に馴染むことができなかったから
- 8. スタッフとボランティアとの人間関係がよくなかったから
- 9. ボランティアが体調を崩してしまったから
- 10. JICA の支援があまり得られなかったから
- 11. カウンターパートや技術移転の対象者がいなかったから
- 12. 活動に不可欠なものがなかった、調達できなかったから
- 13. 派遣期間中に配属先や活動地域が変更になったから
- 14. その他 (具体的に )

どのようなインパクトがあったか尋ねる

ボランティアが派遣されたことでプラスとなった点はなんですか。(複数回答可)

- 1. 受入機関の方針、体制、システムの改善



- 2. 受入機関のサービス・活動内容や規模の拡大
- 3. 新規サービス・活動の開始
- 4. 受入機関の広報効果、認知度の向上
- 5. スタッフの技術・能力の向上
- 6. 日本人の仕事への姿勢や取り組み方のスタッフへの影響
- 7. 受入機関のインプットの改善(予算配分、人員配置、資機材など)
- 8. 受入機関がサービスを提供する相手への効果  
(具体的に: )
- 9. その他( )

ボランティアが派遣されたことでマイナスとなった点はなんですか。

**ボランティア活動の継続性の見込みを尋ねる**

ボランティアが従事した活動の今後の見込みはどうか？

- 3. ボランティアが行った活動は今後も継続されると思う
- 2. ボランティアが行った活動は継続が困難である
- 1. 現段階では判断できない

(2と回答した方に)継続が困難と考える理由は何ですか？

- 1. ボランティアの技術や能力が不可欠なため
- 2. そのための予算配分や人員配置のアテがないため
- 3. 受入機関の本来業務と異なるため
- 4. その他( )

**配属先でのボランティアと日本のプレゼンスの認知度が高まったか調査する**

ボランティア受入前に比べて、日本や日本人についての印象は？

受入前

- 6. 非常にポジティブ
- 5. ある程度ポジティブ
- 4. ある程度ネガティブ
- 3. 非常にネガティブ
- 2. 特に印象はなかった
- 1. 一概に言えない

受入後

- 6. 非常にポジティブ
- 5. ある程度ポジティブ
- 4. ある程度ネガティブ
- 3. 非常にネガティブ
- 2. 特に印象はなかった
- 1. 一概に言えない

受入前と受入後に変化があった場合、その主な理由はなんですか？

--

ボランティアを通して、日本や日本人について知識・理解を深めたことはありますか？  
(複数回答可)

- 1. 仕事に対する姿勢や仕事の進め方
- 2. 当該分野の日本の技術や制度
- 3. 日本人の生活・行動様式
- 4. 日本の政治や経済
- 5. 日本の文化
- 6. 日本の地理や歴史
- 7. 日本語
- 8. その他 (                    )

上記質問項目に加え、必要に応じて以下のような質問事項を追加する。

他の支援や NGO との連携状況を調査する
-----------------------

ボランティアの派遣期間中、あなたの機関では JICA ボランティア以外の外部からの支援を受けていましたか？

- 1. 受けていた
- 0. 受けていない

(受けていたと回答した方に) その組織は何ですか？

- 1. 海外の政府機関 (                    )
- 2. 海外の民間団体 (                    )
- 3. 国内の政府機関 (                    )
- 4. 国内の民間団体 (                    )

(受けていたと回答した方に) ボランティアと他の支援との関係はどうでしたか？

- 3. 両者が連携した
- 2. 両者の活動が重複した
- 1. 両者の活動地域・内容等に関連性がなかった

派遣要請ニーズに対する JICA の対応度を見る
--------------------------

ボランティアの技術の種類は受入機関の必要としていた技術に一致していましたか？

- 4. 完全に一致していた
- 3. ほぼ一致していた
- 2. あまり一致していなかった
- 1. 一致していなかった

(1~2と回答した方へ) 一致しなかった内容を教えてください。

要請した技術の種類	
-----------	--

ボランティアの有していた技術の種類	
-------------------	--

ボランティアの技術水準は受入機関の必要としたレベルに一致していましたか？

- 4. 完全に一致していた
- 3. ほぼ一致していた
- 2. あまり一致していなかった ( 技術が高すぎた  低かった)
- 1. 一致していなかった ( 技術が高すぎた  低かった)

ボランティア派遣のタイミングと派遣期間の適切度を見る。分析では分野・職種別に傾向を見る。
--

ボランティアの要請から実際の派遣の期間は適当でしたか？

- 4. 非常にスピーディだった
- 3. ある程度適切だった
- 2. 少し遅かった
- 1. 非常に遅かった

ボランティアの派遣期間は適当でしたか？

- 1. 長い
- 2. 適当だった
- 3. 短い

投入の有効活用度を見る。分析では分野・職種別に傾向を見る。
-------------------------------

ボランティアの活動に必要な機材や資金調達の適性さは？

- 3. タイミングよく調達された
- 2. 調達が遅れ活動に支障があった
- 1. 調達されなかった
- 0. 特に機材・資金は必要でなかった

\*この設問は JICA が資機材や資金を投入したボランティアのみ対象とする。

ボランティア事業の仕組みや内容に対する理解度を見る。
----------------------------

\* 事前に JICA が受入機関に説明した事項を列挙する。

- 
- 
- 
-

## ■ 受益者向け調査票

### 1. 回答者の属性に関する項目

- 所属団体・グループ
- ボランティアとの関係
- サービスを受けた期間
- 受益内容

### 2. アンケート項目

\* 受益者へのアンケート項目は、分野と受益者グループの特性ごとに特徴があり、統一フォーマットでは対応できない。各在外事務所で受益者グループに応じた選択肢を用意する必要がある。以下のアンケート項目は、大学に派遣された日本語教師を想定した例。

(日本語教師の例)

ボランティアの活動に対する受益者の満足度とインパクトを見る。

ボランティアの活動は満足のものでしたか？

- 4. 非常に満足
- 3. ある程度満足
- 2. あまり満足でない
- 1. 非常に不満

(3~4 と回答した方に) 満足した理由はなんですか？ (複数回答)

- 1. 指導が熱心だった
- 2. カリキュラム、教材が充実した
- 3. ネイティブの教師による日本語でのコミュニケーション能力が向上した
- 4. 日本語習得への意欲が高まった
- 5. 日本に関する知識が深まった
- 6. 他の現地教員の日本語能力・指導力が高まった
- 7. 就職・就学上のメリットがあった
- 8. 学校の評判が上がった
- 9. その他 ( )

(1~2 と回答した方に) 満足が得られなかった主な要因はなんですか？ (複数回答)

- 1. 授業時間の不足
- 2. 指導力不足
- 3. カリキュラム、教材の不備
- 4. 勤務態度
- 5. 受講生との関係
- 6. その他 ( )

ボランティア派遣の継続性を見る

ボランティアの派遣の継続性は？

- 1. 今後も是非派遣して欲しい
- 2. できれば派遣して欲しい

- 3. 特に必要でない
- 4. ボランティアではなく学校が専任の日本人講師をリクルートして欲しい
- 5. その他 ( )

ボランティアと日本のプレゼンスの認知度を見る

ボランティア派遣前の日本や日本人についての印象は？

受入前

- 6. 非常にポジティブ
- 5. ある程度ポジティブ
- 4. ある程度ネガティブ
- 3. 非常にネガティブ
- 2. 特に印象はなかった
- 1. 一概に言えない

受入後

- 6. 非常にポジティブ
- 5. ある程度ポジティブ
- 4. ある程度ネガティブ
- 3. 非常にネガティブ
- 2. 特に印象はなかった
- 1. 一概に言えない

受入前と受入後に変化があった場合、その主な理由はなんですか？

ボランティアを通して、日本や日本人についての知識・理解を深めたことはなんですか？  
(複数回答可)

- 1. 仕事に対する姿勢や仕事の進め方
- 2. 日本の技術や制度
- 3. 日本人の生活・行動様式
- 4. 日本の政治や経済
- 5. 日本の文化
- 6. 日本の地理や歴史
- 7. 日本語
- 8. その他( )

---

## ■ 援助窓口へのインタビュー調査

---

### 1. 回答者の属性に関する項目

- 職位と業務内容
- ボランティア派遣との関連性

### 2. インタビュー項目

- ボランティア派遣についての援助窓口の満足度
- 当該国における重点課題・分野とボランティアニーズ
- 受入機関からの要請分野・職種の動向
- （援助窓口が把握している範囲で）受入機関から評価の高いボランティア活動の例
- 他ドナーのボランティア事業に関する情報収集

## 3.2 年度別ケーススタディ・事例調査実施要領

### ■ 調査概要

#### (1) 調査目的

現地調査の主な目的は、ボランティアによる先進的な経験や教訓となる事例を取り上げ、ボランティアの現場で活かすことである。

#### (2) 指標

##### 「目標1：相手国の社会・経済発展への協力」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項	現地調査	国内調査
2.	ボランティア派遣による協力成果		
—	日本の他の支援、NGO、他のボランティア団体等との連携による効果促進の事例	○	
—	受入機関や受益者から非常に高い評価を受けたボランティア活動の事例	○	
—	ボランティア活動による良好なインパクトの事例	○	
—	ボランティアの活動が高い継続性を持った事例	○	

##### 「目標2：相手国との親善と相互理解の深化」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項	現地調査	国内調査
1.	相手国側の日本に関する理解の促進		
1.1	配属先と活動地域でボランティアと日本のプレゼンスの認知度が高い事例	○	
2.	日本側の相手国に関する理解の促進		
2.2	ボランティアによる日本に向けた情報発信の事例	○	

##### 「目標3：ボランティア経験の社会への還元」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項	現地調査	国内調査
1.	ボランティア経験の社会還元		
1.1	帰国ボランティアによる先進的な社会還元活動の事例		○

#### (3) 調査方法

##### ■ 調査プロセス

事例集の作成にあたって配慮すべきことは、JICA が得たい教訓や経験は何かを明確にし、最もそうした目的に合致したよい事例を選定することである。そのために以下の方法を提案する。

1. 在外事務所が求める事例の内容をボランティアに広く公示し、候補事例を自薦他薦してもらう。
2. 候補事例の中から調査対象事例を選定し、在外事務所直轄あるいは現地コンサルタント等に外部委託する。事例の内容によっては、ケーススタディ調査経験のある団体に委託した方が効果的な場合は外部委託を検討する。(特に規模の大きなアンケート調査やフィールド調査が必要な場合)
3. 在外事務所です実施した調査結果に基づき、事務局で事例集を取りまとめる。

## ■ 調査手法

事例調査は、調査の目的と内容に適した調査方法を選択する必要がある。このため、受入機関への調査のように一律にアンケートだけで対応するといった形態は適さず、必要に応じて質問票調査、インタビュー調査、住民とのワークショップなど組み合わせる。事例調査では通常定量的な情報の収集よりは、ボランティアが取り組んだ具体的な活動内容、活動の成否に影響を与えた要因や背景など定性的な情報の収集に重点が置かれる。特にインパクト調査などでは、類似調査経験があり、分析能力の高い調査者が担当することが望ましい。

事例調査の役割は以下の通りと想定する。

事務局： 全体調査設計、事例集の取りまとめ、事例集の配布・普及  
在外事務所： 関連情報の提供、事例候補の選定、現地調査の実施

## ■ 前提条件等

- 事例調査は外部委託ではなく、在外事務所スタッフが実施することを想定しているため、担当スタッフが十分に調査に参加できる体制と時間が確保できるように留意する。
- 事例調査はボランティア、受入機関、受益者等の関係者の協力が十分に得られるか事前によく確認する。
- 限られたコストと人員で実施するため、できるだけ一つの事例調査で複数の調査項目と指標を網羅できるようにする。

## ■ 調査方法別の実施要領

### (1) 業務の流れ

実施ステップと時期	事務局	在外事務所	成果品等
1. 全体調査計画の作成 (5日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全体調査計画、実施スケジュールの作成</li> <li>• 在外事務所との調整</li> </ul> (5日)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全体調査計画書</li> </ul>
2. 調査計画書作成と調査事前準備、事例候補の選定 (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国内調査の計画(社会還元に関する事例調査)</li> <li>• 事例調査対象の公募と選定</li> <li>• 調査スケジュール作成、調査対象との調整、連絡</li> </ul> (5日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地計画書の作成</li> <li>• 事例調査対象の公募と選定</li> <li>• 調査スケジュール作成、調査対象との調整、連絡</li> </ul> (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 調査計画書</li> <li>• 候補リスト</li> </ul>
3. 現地調査の実施 (30日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 国内調査の実施</li> </ul> (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地調査の実施(30日)</li> </ul>	
4. 現地調査報告書の作成 (10日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 報告書の作成(5日)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現地調査報告書作成(10日)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 調査報告書</li> </ul>
5. 事例集の作成 (30日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各国から送付された事例集の取りまとめ</li> <li>• (必要に応じて)補足情報収集の依頼</li> </ul> (30日)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 事例集</li> </ul>
合計 85日間	55日間	50日間	



---

## ■ 事例調査の例

---

### 1. 日本の他の支援や NGO との連携による効果促進の事例

---

#### ■ 調査目的

- 日本の他の援助(専門家等)や他援助機関やボランティア団体と連携した事例の紹介
- 他の援助や団体と活動の重複があった場合の対応策の紹介(必要あれば)

#### ■ 調査例

- ボランティアと専門家が役割分担により成果をあげたケース
- JOCV と他のボランティア団体が協力して成果をあげたケース

#### ■ 期待される調査結果

- 連携による効果促進例の紹介
- 連携の方法とプロセスの紹介
- 連携における留意事項や課題
- 連携促進のために在外事務所が行った支援

### 2. 受入機関や受益者から非常に高い評価を受けたボランティア活動の事例

---

#### ■ 調査目的

- 受入機関や受益者のニーズに対応するためにボランティアが取り組んだ事例の紹介

#### ■ 調査例

- 現地ニーズを把握するためにボランティアが行った活動例
- 受入機関や受益者とのコミュニケーションを高めるためにボランティアが行った活動例
- 受入機関や受益者の意欲を高めるためにボランティアが行った活動例

#### ■ 期待される調査結果

- 受入機関や受益者の満足度を高めるための活動例

### 3. ボランティア活動による良好なインパクトの事例

---

#### ■ 調査目的

ボランティア派遣により発現した受入機関や受益者へのインパクトを紹介し、よいインパクトを生むためにどのような取り組みをするべきかを示唆する。

#### ■ 調査例

- ボランティアが作成した成果品(教材、マニュアルなど)が受入機関で導入・活用されているケース
- ボランティアが取り組んだ活動により周辺住民に社会経済的な便益が生まれたケース
- ボランティアの取り組みが実施機関以外でも導入され、普及したケース
- ボランティアが規範となり、受入機関スタッフにより影響を与えたケース、等。

#### ■ 期待される調査結果

- ボランティアが取り組んだ活動内容と具体的なインパクト
- インパクト発現のためにボランティアが行ったアクションの内容
- インパクト発現のために在外事務所が行った支援内容

### 4. ボランティアの活動が高い継続性を持った事例

---

#### ■ 調査目的

ボランティアが行った取り組みが帰国後も受入機関や受益者に継承・発展した事例を紹介する。(特に、継承・発展のためにボランティアが派遣中に取り組んだことに焦点をあてる)

#### ■ 調査例

以下のような事例を選定する。

- ボランティアが始めた活動が受入機関の日常業務として導入され効果をあげているケース
- ボランティアが作成した教材やマニュアルが採用され、活用されているケース
- ボランティアの支援した住民グループが自律的に活動を継続しているケース
- ボランティアが育成したスタッフにより、導入技術が定着したケース、等。

#### ■ 期待される調査結果

- ボランティア派遣中と帰国後の活動実績の比較
- 活動の継続や活動成果が活用ができた理由(受入機関のニーズや外部環境などの要因)
- 活動の継続のためにボランティアが取った具体的なアクション
- 活動の継続のために在外事務所が行った支援内容

### 5. 配属先と活動地域でボランティアと日本のプレゼンスの認知度が高い事例

---

#### ■ 調査目的

- ボランティアが実施した日本理解を促進するための先進的な取り組みを紹介する。
- ボランティアの受入先や活動地域とボランティアの入っていない団体や地域を比較して、ボランティア派遣による日本のプレゼンスの浸透度や日本に関する理解度の違いを把握する。

#### ■ 調査例

- 理数科教師が派遣された A 高校と、外部からの派遣のない B 高校を対象に、在校生に対してアンケート調査を行い、日本についての認知度の違いを把握する。

#### ■ 調査のポイント

- 比較対象となる B 高校はできるだけ A 高校と条件の同じ高校を選定する。(同一地域内の高校であること、高校の規模・レベルがある程度同じであることなど)
- A,B 高ともに同数のサンプルを確保する。

#### ■ 期待される調査結果

- A 高校における日本に関する認知度やイメージの変化(派遣前と派遣後の意識変化)
- A 高校と B 高校における日本に関する認知度やイメージの違い
- 教師が取り組んだ日本紹介等、相互理解のための活動の具体的内容
- 高校生が感じた日本人教師が派遣されたことのメリット(現地教師との違い)
- A 高校の同僚教師へのプラス・マイナスのインパクト(補足調査)

### 6. ボランティアによる日本に向けた情報発信の事例

---

#### ■ 調査目的

派遣中のボランティアの参考となる、日本向けの情報発信活動の紹介

#### ■ 調査例

- 派遣先の学校と日本の学校を結ぶ情報交換の取り組み例
- 現地の活動を紹介する国内向けメールマガジンや HP による情報発信例
- 日本からの視察受入の例、等。

#### ■ 期待される調査結果

- 他のボランティアに参考となる具体的な情報発信の事例紹介

### 7. 帰国ボランティアによる先進的な社会還元活動の事例

---

■ 調査目的

帰国ボランティアの参考となる、社会還元活動の紹介

■ 調査例

- 好評であった帰国報告会の紹介等

■ 期待される調査結果

- 社会還元活動の具体的な方法の紹介(準備の方法、工夫点など)

### 3.3 市民アンケート調査実施要領

#### ■ 調査概要

##### (1) 調査目的

市民アンケートの主な目的は以下の通り。

- 市民の「ボランティア事業」の認知度と理解度の把握
- 市民の相手国に関する理解の促進度の確認
- 「ボランティア事業」の将来の改善に向けた情報の収集
- 調査結果の公開

##### (2) 指標

「目標 1: 相手国の社会・経済発展への協力」に関する事項

- ・ 該当項目なし

「目標 2: 相手国との親善と相互理解の深化」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項
2.	日本側の相手国に関する理解の促進
2.2	ボランティアによる日本に向けた情報発信の内容、規模、効果

「目標 3: ボランティア経験の社会への還元」に関する事項

項目	指標関連の質問とその他の質問事項
1.	ボランティア経験の社会還元
1.1	ボランティアによる社会還元活動の実施状況と成果 (講座や報告会等の開催実績、参加者の満足度)

##### 「その他」の事項

- 一般市民のボランティア事業へ参加する上でのインセンティブ・阻害要因は何か、阻害要因を取り除くためにどんな支援が必要か
- 企業・自治体等が職員を積極的にボランティア事業に参加促進する上でのインセンティブ・阻害要因は何か、どんな支援が必要か
- 新たな制度や取り組み案に関する意見聴取

##### (3) 調査方法

できる限りコストをかけない方法として Web 調査は有効で、これをある程度の頻度で実施できれば、市民対象とした意識調査としては十分と考える。ただし、Web 調査は Web にアクセスできる市民だけを対象とするなどの偏りが生じるため、郵送による市民アンケートを実施して補完することも検討する。また、具体的な政策課題があり、その点に絞って調査したい場合は、特定の調査対象者層に対してアンケートを実施する必要がある。(例：企業・自治体によるボランティア事業への理解度調査、学校関係者に対する国際理解に関する意識調査など)

郵送方式による市民アンケートは、対象地域の選定が難しい。全国対象とするとサンプル数の確

保が困難。県単位で実施する場合、各県で 500 程度のサンプルを確保すると想定した場合、1 回の調査で 2～3 県が対象となる。同じ県で同様の調査を行えば、時系列での意識変化を追うことができるが、全く調査しない県が出てくる。一方、毎回対象県を変えると時系列変化を把握することはできない。毎回対象県を変えて実施する方が、公平性も確保でき、現実的な選択肢であると思われる。その際には、調査の目的を意識調査だけでなく、自治体やマスコミとタイアップして「ボランティア事業」の PR を兼ねるといった副次的な目的をもって取り組むことで、有意義な調査とできる。

市民アンケートの結果はできるだけ視覚的にプレゼンテーションし、積極的に公開する方法を検討する。この調査を完全な第三者評価として実施する場合は、集計とデータ処理だけでなく、制度改革につながる具体的な提言も依頼する。部分的に外部委託する場合は、調査本体、集計、データ処理は外部委託先が行い、具体的な提言は協同して取りまとめるなど役割分担を明確にする。

各調査方法の概要

調査方法	対象者	サンプル数	調査頻度
1. Web 調査	調査会社と契約した回答者+JICA の Web にアクセスした一般の利用者	1000～2000 程度	3 年に 1 回
2. (郵送方式による市民アンケート)	一般市民からランダムに回答者を選定し、郵送方式で実施	母集団によるが、1000～2000 程度	3 年に 1 回程度
3. その他のアンケート調査	JICA の政策上の重要度により選定 (例) ・自治体/企業向けアンケート ・大学、専門学校、高校向けアンケート ・特定分野に従事する層へのアンケート	対象者数により異なる	必要に応じて

## ■ 調査方法別の実施要領

### I. WEB 調査

#### (1) 業務の流れ

実施ステップと時期	事務局	外部委託先	成果品等
1. 調査委託先用の指示書作成 (2日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示書の作成</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示書</li> </ul>
2. 委託先の選定 (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>公示・選定</li> </ul>	-	-
3. アンケート内容の決定・Web サイトの構築 (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート内容の決定</li> <li>アンケートの広報</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webサイトの構築</li> <li>アンケートの施行(プリテスト)</li> <li>サンプリング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web上のアンケート</li> </ul>
4. アンケートの実施・集計 (30日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集計進捗のチェック (ウェブへアクセス可 の場合)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケートの実施</li> <li>目標サンプル数の確保</li> <li>アンケート結果の集計 (Web上で自動集計され る)</li> <li>有効回答数の確定</li> <li>単純集計/クロス集計の チェック・出力作業/電子 化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート結果 集計(ローデー タ)</li> <li>集計表</li> </ul>
5. アンケート結果の分析と報告 書作成 (22日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集計結果のチェック</li> <li>集計結果の分析</li> <li>報告書の作成</li> <li>報告書内容の視覚 的なプレゼンテー ション資料(要約)の 作成 → Web 公開 を想定</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書</li> <li>要約</li> </ul>
6. 報告書チェックと公開 (3日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書の内容 チェック</li> <li>公開用の資料作成</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>公開用資料</li> </ul>
合計 77日間			

#### (2) 具体的実施要領

各ステップの業務 内容	業務内容の詳細	留意事項
1. 調査委託先用の 指示書作成	1-1. 外部委託する内容を決定する < TOR に含める内容 > <ul style="list-style-type: none"> <li>対象地域</li> <li>サンプル数</li> <li>調査時期・期間</li> <li>費用</li> <li>(調査結果の分析)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>対象地域は全国としておけば、委託先 が保有している会員よりサンプルを調整 してくれる。</li> <li>サンプル数は、回答を得たい数値を示 す。</li> <li>調査期間は、上記の「業務の流れ」を考 慮すること。また報告書をあげたい時期</li> </ul>

各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
	<ul style="list-style-type: none"> <li>（報告書の作成-グラフ含）</li> </ul>	<p>から逆算することも可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査時期は、年末年始は避けたほうが無難。</li> <li>調査結果の分析、報告書の作成(グラフの作成含む)を外部委託するのか検討する必要がある。</li> <li>アンケートの内容についてアドバイスが欲しい場合は、業務指示書に含めておく。</li> </ul>
2. 委託先の選定	2-1. 公示 2-2. 外部委託先選定 2-3. 外部委託先との契約	<ul style="list-style-type: none"> <li>委託先によって保有している会員数やカバーしている地域が異なるので、会員の属性を必ずチェックする。</li> <li>コストは、委託先のブランド力や規模によって異なるため、見積の内容を精査・比較する必要がある。</li> </ul>
3. アンケート内容の決定・Webサイトの構築	3-1. アンケートの内容はこちらで準備し、委託先に提出する。 3-2. 委託先が構築した Web を確認する。 3-3. プリテストの結果を確認する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>回答者が時間をかけずに回答できるように選択式の設問を多くする。</li> <li>尺度を測る選択肢の場合(例えば、「大変満足」など)は、アンケートで共通した尺度を使うほうが、回答者も迷わなくてよい。また、4段階なら可能な限り一貫して4段階方式を活用するなど工夫する。</li> </ul>
4. アンケートの実施・集計	4-1. Web 上でサンプル数の集まりをチェックする。 4-2. 集計状況の進捗をチェックする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標としているサンプル数が確保されるかどうか適宜確認する。</li> <li>予定した調査期間内で、予定サンプル数の確保が難しい場合は、委託先に相談し、コンタクトする会員を追加してもらう。</li> <li>集計の途中でも傾向がみえるので、集計結果の検討をつけておく。</li> </ul>
5. アンケート結果の分析	5-1. 単純集計の集計結果をチェックし、傾向を分析する。 5-2. 基本属性によるクロス集計をチェックし、傾向を分析する。 5-3. 基本属性以外のクロス集計を検討する。必要に応じて、納品されたデータを元にクロス集計する。 5-4. 設問間の相関を分析する必要があるかどうか検討する。 5-5. 分析結果を元に、報告書を作成する。 5-6. Web 上で公開する要約版を作成する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>単純集計で、全体の傾向をみる</li> <li>基本属性で、属性ごとに顕著な違いや傾向があるかどうか分析する。</li> <li>詳細な統計分析が必要な場合は、検定や相関をチェック(別紙で概要説明を添付する予定)する。</li> <li>このような統計的な分析が困難な場合は、委託先に得たい結果のイメージを伝えて、統計的な分析を依頼することも可能。</li> </ul> <p>全ての集計を単純にプレゼンするのではなく、一般市民に伝えたい内容を絞って、視覚的なプレゼンテーションを行う。</p>
6. 報告書チェックと公開	6-1. 報告書の内容をチェックする 6-2. 公開用の資料を作成する	<ul style="list-style-type: none"> <li>グラフや表を効果的に活用する。</li> </ul>

## II. 郵送方式による市民アンケート

(1) 業務の流れ

実施ステップと時期	事務局	外部委託先	成果品等
1. 調査委託先用の指示書作成 (2日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示書の作成</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示書</li> </ul>
2. 委託先の選定 (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>公示・選定</li> </ul>	-	-
3. アンケート内容の決定 (10日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート内容の決定とプリテスト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サンプリング</li> <li>アンケート発送準備(印刷、封入作業、発送)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート</li> </ul>
4. アンケートの実施 (30日間)  (発送→回答→返送)	<ul style="list-style-type: none"> <li>回収状況のチェック</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケートの実施</li> <li>目標サンプル数の確保</li> <li>有効回答数の確定</li> </ul>	-
5. アンケートの集計 (12日)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集計状況のチェック</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート結果のデータ入力</li> <li>単純集計/クロス集計等の作業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート結果集計結果(ローデータ)</li> <li>集計表</li> </ul>
6. アンケート結果の分析と報告書作成 (22日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>集計結果のチェック</li> <li>集計結果の分析</li> <li>報告書の作成</li> <li>報告書内容の視覚的なプレゼンテーション資料(要約)の作成 →Web公開を想定</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書</li> <li>要約</li> </ul>
7. 報告書の内容チェックと公開用資料作成 (3日間)	<ul style="list-style-type: none"> <li>報告書の内容チェック</li> <li>公開用の資料作成</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>公開用資料</li> </ul>
合計 89日間			

(2) 具体的実施要領

各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
1. 調査委託先用の指示書作成	1-1. 外部委託する内容を決定する <ul style="list-style-type: none"> <li>対象地域</li> <li>サンプル数</li> <li>調査時期・期間</li> <li>費用</li> <li>(調査結果の分析)</li> <li>(報告書の作成-グラフ含)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調査したい対象地域を選択しておく。</li> <li>郵送式の場合、得たいサンプル数以上(予想される回収率にもよるが、通常3倍以上)の調査対象数を抽出する必要がある。</li> <li>サンプリングするためのリストは外部委託先が保有しているものを活用する。</li> <li>調査期間は、上記の「業務の流れ」を考慮すること。また報告書をあげたい時期から逆算することも可能。</li> </ul>



各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
		<ul style="list-style-type: none"> <li>調査時期は、年末年始は避けたほうが無難。</li> <li>調査結果の分析、報告書の作成(グラフの作成含む)を外部委託するのか検討する必要がある。</li> <li>アンケートの内容についてアドバイスが欲しい場合は、業務指示書に含めておく。</li> </ul>
2. 委託先の選定	(JICA へのヒアリングが必要) 2-1. 公示 2-2 外注先選定 2-3. 外注先との契約	<ul style="list-style-type: none"> <li>委託先がどのようなリストを保有しているのか確認しておく。</li> <li>コストは、委託先のブランド力や規模によって異なるため、見積の内容を精査・比較する必要がある。</li> </ul>
3. アンケート内容の決定	3-1. アンケートの内容はこちらで準備する。 3-2. プリテストを実施する。その結果に応じて修正する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>回答者が時間をかけずに回答できるように選択式の設問を多くする。</li> <li>尺度を図る選択肢の場合(例えば、「大変満足」など)は、アンケートで共通した尺度を使うほうが、回答者も迷わなくてよい。また、4段階なら可能な限り一貫して4段階方式を活用するなど工夫する。</li> <li>プリテストは、回答しにくい設問がないかどうか、回答者が迷わないかどうかなどをチェックするために実施する。この結果に応じてアンケートを修正する。</li> </ul>
4. アンケートの実施	4-1. 委託先と連絡を取り、アンケートの回収状況をチェックする。	<ul style="list-style-type: none"> <li>目標としているサンプル数が確保されるかどうか適宜確認する。</li> <li>予定した調査期間内で、予定サンプル数の確保が難しい場合は、委託先に相談し、アンケートを追加発送するかどうか検討する。</li> </ul>
5. アンケートの集計	5-1. 集計状況をチェックする	<ul style="list-style-type: none"> <li>各データ(変数)の度数、平均、分散などの基礎統計量を算出するよう依頼する。</li> </ul>
6. アンケート結果の分析と報告書作成	6-1. 単純集計の集計結果をチェックし、傾向を分析する。 6-2. 基本属性によるクロス集計をチェックし、傾向を分析する。 6-3. 基本属性以外のクロス集計を検討する。必要に応じて、納品されたデータを元にクロス集計する。 6-4. 設問間の相関を分析する必要があるかどうか検討する。 6-5. 分析結果を元に、報告書を作成する。 6-6. Web 上で公開する要約版を作成する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>単純集計で、全体の傾向をみる。データの特徴を把握するために、基礎統計量を分析する。</li> <li>基本属性で、属性ごとに顕著な違いや傾向があるかどうか分析する。詳細な統計分析が必要な場合は、検定や相関をチェック(別紙で概要説明を添付する予定)する。</li> <li>上記のような統計的な分析が難しい場合は、委託先に得たい結果のイメージを伝えて、統計的な分析を依頼することも可能。</li> <li>全ての集計を単純にプレゼンするのではなく、一般市民に伝えたい内容を絞って、視覚的なプレゼンテーションを行う。</li> </ul>

	各ステップの業務内容	業務内容の詳細	留意事項
7.	アンケート結果のとりまとめと公開	7-1. 報告書の内容をチェックする 7-2. 公開用の資料を作成する	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グラフや表を効果的に活用する。</li> </ul>

## ■ Web 調査・郵送式による市民アンケートの調査票(案)

Web 調査・市民アンケートともに質問内容に大きな違いはないため、現段階では両者を含む質問項目を提示する。

### 1. 回答者の属性に関する項目

- 性別
- 年齢
- 地域
- 職業
- 国際協力・交流に関与した経験の有無（ODA、NGO、自治体/民間の団体等）

### 2. アンケート項目

注：四角で囲まれた表題は、各質問がどのような意図で質問されたのかを示すもので、アンケート用紙には記載しない。

ボランティア事業はどの程度国民に認知され、評価されているかをみる。

国際協力機構(JICA:ジャイカ)をご存知ですか？

- 4. よく知っている
- 3. おおまかに事業の内容程度は知っている
- 2. 名前程度は知っている
- 1. 知らない

国際協力機構は、発展途上国に対する援助を実施しています。その中に、ボランティアを派遣する「ボランティア派遣事業(正式な名称は決定後記載)」がありますが、ご存知ですか？

- 4. 非常によく知っている
- 3. 国際協力機構が実施していたことは知らないが、ボランティア事業のことはよく知っている
- 2. 国際協力機構が実施していたことは知らないが、ボランティア事業の名前は知っている
- 1. ボランティア事業のことは知らない

ボランティア事業について、ご存知の場合、どのようにして知りましたか？

- 1. テレビのコマーシャル
- 2. テレビのニュース
- 3. ポスター
- 4. 電車の吊広告
- 5. ラジオのコマーシャル
- 6. 自治体を通じて
- 7. 新聞
- 8. JICA のホームページ
- 9. インターネット(JICA 以外のサイト)
- 10. その他(具体的に )

ボランティア事業に関する意見を聞く。

ボランティア事業は、必要だと思いますか？

- 4. とても必要
- 3. ある程度必要
- 2. あまり必要ではない
- 1. 必要ではない
- 0. わからない

「2. あまり必要でない」「1. 必要ではない」と回答した方、その理由をお聞かせください。

国際協力機構が実施しているボランティア事業は、途上国の役に立っていると思いますか。

- 4. とても役に立っていると思う
- 3. ある程度役に立っていると思う
- 2. あまり役に立っていないと思う
- 1. 役に立っていないと思う
- 0. わからない

「2. あまり役に立っていないと思う」「1. 役に立っていないと思う」と回答した方、その理由をお聞かせください。

国際協力機構が実施している発展途上国への援助について、どのようにお考えですか？

- 4. とても必要
- 3. ある程度必要
- 2. あまり必要性を感じない
- 1. 必要性を感じない
- 0. わからない

「2. あまり必要性を感じない」「1. 必要性を感じない」と回答した方、その理由をお聞かせください。

市民の相手国に関する理解が促進されたどうかを聞く

派遣中のボランティアは様々な形で現地の様子を日本に伝えています。これまでに、派遣中のボランティ

アから発信された活動報告などをご存知のものにチェック(√)をつけてください。(複数回答可)

- 1. 雑誌の記事を読んだことがある
- 2. 新聞の記事を読んだことがある
- 3. テレビで報道されていたのを見たことがある
- 4. インターネットで見たことがある
- 5. 自治体で紹介していた
- 6. その他(具体的に )
- 7. 知らない

上記で1~6のいずれかを選択された方、その活動報告によって、ボランティアが派遣されている国々やボランティア活動に興味を持ちましたか。

- 4. とても興味を持った
- 3. 興味を持った
- 2. あまり興味を持たなかった
- 1. 興味を持たなかった

帰国ボランティアの社会還元活動は認知されているかと、その効果について聞く。

ボランティアは日本に帰国した後も、様々な活動をしています。今までに、国際協力機構によって派遣されたボランティアの話など聞いたことがありますか？当てはまるものにチェック(√)をつけてください。(複数回答可)

- 1. 帰国したボランティアの講演会やセミナーに行ったことがある
- 2. テレビでボランティアに関する記事を読んだことがある
- 3. インターネットでボランティアに関する記事を見たことがある
- 4. 雑誌でボランティアに関する記事を読んだことがある
- 5. その他(具体的に )
- 6. 上記のような活動は知らない

上記で「1. 帰国したボランティアの講演会やセミナーに行ったことがある」と回答された方、その講演会やセミナーはいかがでしたか。(複数回答可)

- 1. ボランティアに参加したいと感じた
- 2. ボランティアに参加したいとは思わないまでも、その活動に興味を持った
- 3. 日本が様々な国に貢献しているのは喜ばしいことだと感じた
- 4. その他(具体的に )

上記のような活動は、帰国したボランティアが体験談を話したりする交流の場ですが、近所でこのような会が催された場合、参加したいと思いますか？

- 4. ぜひ参加したい
- 3. 参加したい
- 2. あまり参加したいとは思わない
- 1. 参加したくない

国際協力機構が実施しているボランティア事業について、知りたいと思いますか？

- 4. もっと知りたい
- 3. できれば知りたい
- 2. あまり関心はない
- 1. 関心はない

以下は必要に応じて質問する。

ボランティア事業のイメージについて聞く(ボランティアのイメージを確認し、悪いイメージが確認されればそれを改善するような広報・PR 戦略を立てるのに役立つ。)

ボランティア事業について、どのようなイメージを持っていますか？(項目は検討する)

	とてもそう思う	そう思う	あまりそう思わない	そう思わない
1. 人の役に立つ	4	3	2	1
2. まじめ	4	3	2	1
3. 献身的	4	3	2	1
4. 信頼できる	4	3	2	1
5. ロマンがある	4	3	2	1
6. 優秀な人材が多い	4	3	2	1
7. 誇り高い	4	3	2	1
8. 専門的	4	3	2	1
9. 今の時代に合っている	4	3	2	1
10. カッコいい	4	3	2	1
11. 身近である	4	3	2	1

ボランティア事業の募集 PR の認知度を確かめる

国際協力機構では、定期的にボランティアを募集していますが、それをご存知ですか。

1. 知っている  
 0. 知らない

「1. 知っている」と回答した方、どのようにして知りましたか。(複数回答可)

1. テレビ番組で紹介していた  
 2. テレビのコマーシャル  
 3. ラジオのコマーシャル  
 4. 新聞記事  
 5. 新聞広告  
 6. 雑誌記事  
 7. 雑誌広告  
 8. 車内・駅のポスター  
 9. 企業・自治体・組合の広報誌  
 10. 学校・行政機関・企業・団体などの掲示板  
 11. インターネット、ホームページ  
 12. 友人・知人の話し  
 13. 各地のイベント  
 14. その他(具体的に )

ボランティアへの参加への意欲、関心などを聞く。

これまでボランティアに参加されたことはありますか。(国際協力に限らず)

4. 国内で参加したことがある  
 3. 海外で参加したことがある  
 2. 国内・国外で参加したことがある  
 1. 参加したことはない

これまでにボランティアに参加したことのある方、そのきっかけや動機について教えてください。

全員にお聞きします。今後、国際協力機構が実施するボランティア派遣に参加してみたいと思いますか？

- 4. ぜひ参加したい
- 3. 機会があれば参加したい
- 2. あまり参加したくない
- 1. 参加したくない

「2. あまり参加したくない」「1. 参加したくない」と回答した方、その理由について当てはまるものにチェック(√)をつけてください。(複数回答可)

- 1. 日常生活で忙しいから(生活に余裕がない)
- 2. 仕事があって参加できないから
- 3. 派遣期間が長い
- 4. 収入面が問題
- 5. 提供できる技術や資格がない
- 6. 派遣先の国では生活が不便そう
- 7. 途上国には行きたくない
- 8. 自分の健康に自身がない
- 9. ボランティアには興味がない
- 10. 今の生活を変えたくない
- 11. その他(具体的に: \_\_\_\_\_ )

以上、ご協力ありがとうございました。







添付資料

---



添付資料1. ボランティア事業の評価調査報告書レビュー

■ 過去に実施された評価調査の調査手法概要

調査名	調査対象	調査方法	サンプル数	調査方式 (直営・委託)	調査期間	特徴	課題
外務省委託「青年海外協力隊事業」評価調査	派遣中隊員(768件)と帰国隊員(733件)・1501件	質問票調査	派遣中隊員 606件(回収率78.9%) 帰国隊員 238件(回収率32.5%)	外部委託 (コンサルタント会社)	記載なし	<b>調査手法:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>派遣中と帰国隊員を中心とした質問票調査と、8 案件のケーススタディーを元に評価調査が実施されている。収集情報をクロスチェックするという設計ではなく、ケーススタディーで案件の成果、効率性、インパクト、自立発展性を検証している。</li> </ul> <b>調査対象者の抽出:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>質問票調査の対象は、派遣中と帰国隊員の両方とし、隊員の意見が派遣の年代によって偏らないように配慮されている。回答合計数の 844 件をみると、統計的には協力隊員を代表できる数値である。</li> </ul> <b>収集情報の種類とクロスチェック:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>関係者へのインタビュー調査結果を質問票調査の結果の裏づけや、相手国側の意見として活用して収集情報を補強している。</li> <li>定量的なデータと定性的なデータを組み合わせた調査になっている。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査対象が協力隊になんらかの形で関わっている人が中心となっているので、地域社会や国民の視点による「日本社会への還元」は範囲に含まれていないと考えられる。</li> </ul>	<b>回答者数の偏り:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>帰国隊員の回収率が派遣中隊員の率より非常に低くなっている。より精度の高いデータ収集を求めるなら同じレベルの回収件数を得る必要がある。</li> </ul>
	案件(8 案件)	資料レビュー インタビュー調査	8 件				
	民間企業、開発 コンサルタント	質問票調査	-				
	相手国関係機 関、帰国隊員、 OB/OG 組織	インタビュー 調査	-				
自治体・協力隊 連携アンケート	全国 3,247 市町村	質問票調査 (郵送)	3,247	分析、まとめ は外部委託 (株ヒューマ ンリサーチ)、その他 は青年海外 協力協会が 直営実施。	8ヶ月  (内訳) 準備 約 3 ヶ 月間 実施 約 2 ヶ 月間 分析まとめ 約 3 ヶ月間	<b>調査手法:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>質問票調査の補足調査としてインタビュー調査を活用した点では、有効な調査手法が採用されている。</li> </ul> <b>サンプル数:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査規模が大きく(全数調査)、日本の自治体を代表した調査結果になっている。</li> </ul>	<b>調査手法:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>質問票調査とインタビュー調査の結果が重複しているケースがあり、必ずしも質問票調査の結果に基づいてより深い情報を収集しているとは限らない。</li> </ul>
	上記回答の中の 1,049 市町村	訪問インタ ビュー調査	1,028				
タイ山岳民族地 域自立のための 開発プログラ	プロジェクト	調査報告書 プロジェクト関 連資料	-	直営式	準備:10 日 間 現地調査 10	<b>調査手法:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>チーム派遣案件なので、基本的に技術プロジェクトの終了時</li> </ul>	特になし

調査名	調査対象	調査方法	サンプル数	調査方式 (直営・委託)	調査期間	特徴	課題
ム	協力隊員・カウンターパート、村民	インタビュー調査	-隊員 4 名、カウンターパート 5 名、村民 (4 村)		日間 分析まとめ・ 5 日間	評価と同様の調査手法が取られている。 <b>調査対象:</b> • インタビュー調査が中心だが、受益者へのインタビューが実施され、受益者側からの視点が盛り込まれている。	
中所得国における協力隊事業	帰国*隊員 335 件 (うちマレーシア 127)  (*過去 5 年間に帰国した隊員)	質問票調査	102 件(回収率 30.4%)  (うちマレーシアは 45 件、回収率 35.4%)	直営式 (役務提供 コンサルタントと有識者の参加あり)	調査全体で 約 3 ヶ月	<b>調査手法:</b> • 質問票調査とインタビュー調査を組みあわせ、かつ複数の情報源から情報を収集して(隊員と配属先)内容をクロスチェックしているため、調査結果の信憑性を高めていると考えられる。  <b>分析:</b> • 質問票の結果をクロス集計し、職種別の目標達成度や、配属先のニーズと目標達成度の相関を分析して深い分析を試みている。  <補足> 報告書では、評価方法の考察もされており、「配属先からの隊員評価に関しては、アンケート調査の結果のほうが、インタビュー調査の結果よりも厳しい評価結果になる傾向がみられた。アンケートには時間がかけられる上に、直接、面とむかって否定的なことを言わないアジア人の気質が影響していると考えられる。したがって、相手の本音を把握するためにはインタビュー調査だけでなく、アンケート調査も重要」と述べられている。	<b>分析:</b> • 残念な点はサンプル数が少ないため、クロス集計のカテゴリごとの回答数が小さくなり、明確な特徴を特定が困難になっていることである。  <補足> 調査対象の母集団を今回調査対象の 4 カ国に派遣された全隊員とするか、4 カ国に過去 5 年派遣された帰国隊員とするかで、統計的に有効なサンプル数は変わってくるが、いずれにせよ 102 件の回収率は、統計的な観点からやや少ない回答数だといえる(180 件程度は必要だった)。
	隊員配属先 102 件	質問票調査	58 (回収率 56.9%)				
	協力隊調整員 他ドナー 合計 8 件	質問票調査	合計 8 件				
	協力隊事務職員 協力隊技術顧問	インタビュー調査	職員数:不明 顧問数:6 件				
	マレーシア側関係者 50~60 件程度 (援助受入窓口 機関、中央省庁、 隊員配属先など)	インタビュー調査	23 機関				
	派遣中の隊員 45 件 隊員報告書	インタビュー調査 資料レビュー	29 件 138 件				
マーシャル諸島 隊員および配属先双方にかかる評価	配属先上司 派遣中隊員	質問票調査	調査時に派遣中の隊員すべて  (内訳) 配属先上司 15 件 派遣中隊員 15 件	直営式 (事務所現地職員が実施)	約 8 ヶ月	<b>調査手法:</b> • 質問票調査のみで、定量的に結果が示されている。 • 現状を把握するという目的だったと仮定すると、効率的な調査方法だったと考えられる。 <b>分析:</b> • 結果の整理方法は単純集計のみである。	<b>調査手法:</b> • 理由を聞くような質問がないため、回答の背景・要因の分析が困難である。 <b>分析:</b> • クロス集計が行われていないので、属性や相関関係などは分析できない。 • 上司と隊員の意見を合わせた総合的な分析がない点が残念である。(サンプル数が 15 件なので傾向が出ない可能性もある)
市民アンケート調査 (2001.3.2)	対象(地域含): 全国(内訳は不明) 対象件数: 3000 件	質問票調査 (郵送)	2010 件	外部委託 (電通) すべての部分を委託	3.5 ヶ月	<b>調査手法:</b> • 質問票調査を活用して、多くの回答者からの反応を定量的に示している。 <b>調査対象:</b>	<b>分析:</b> • 単純集計のみの結果で基礎結果は出ているが、属性による意識の違いなどの深いデータ分析は実施されていない。

調査名	調査対象	調査方法	サンプル数	調査方式 (直営・委託)	調査期間	特徴	課題
						<ul style="list-style-type: none"> <li>どのような層へどのような抽出方法を活用して質問票を配布したのか情報が不明のため分析できないが、回収率は67%と非常に高い。</li> </ul> 分析: <ul style="list-style-type: none"> <li>単純集計のみを活用している。</li> </ul>	
平成15年度ボランティア秋募集一般生活者WEB調査集計 15年12月	対象(地域含)、全国 対象件数(1048件)	質問票調査 (ウェブ)	1,048件	外部委託 (電通) すべての部分を委託	10ヶ月	調査手法: <ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブを活用して、全国を代表するように配慮したサンプリングされている</li> </ul> 調査対象: <ul style="list-style-type: none"> <li>回答者の属性にばらつきがなく、回答者数も統計的に十分な数を得られている</li> </ul> 分析: <ul style="list-style-type: none"> <li>基本的に属性でクロス集計されている。</li> </ul>	特になし(具体的な報告書がないため、特定できない)  <補足> <ul style="list-style-type: none"> <li>定型のクロス集計(性別、地域、年齢、職業、ボランティアの経験)のみなので、調査期間が短い、さらに詳細な分析を行う場合は調査期間が延びることになる。</li> </ul>
日本型国際協力の有効性と課題  第III章国内社会への波及効果	1. 個別専門家派遣経験者 2. 帰国隊員 3. 技プロ専門家 4. 専門家所属元組織 5. 帰国隊員現在所属組織 6. 個別専門家経験者家族 7. 協力隊隊員家族 8. 自治体 9. 一般市民 など	質問票調査	1. 165件(41.3%) 2. 163件(40.8%) 3. 74件(49.3%) 4. 66件(16.5%) 5. 49件(12.3%) 6. 140件(35.0%) 7. 131件(32.8%) 8. 111件(57.8%) 9. 1266件(63.3%)	外部委託 (コンサルタント会社へ委託)	調査期間として約5ヶ月  (分析期間は含まれていない模様)	調査対象: <ul style="list-style-type: none"> <li>個別専門家、帰国隊員は帰国後2年と5年経過のグループから無作為抽出し、意見の偏りがないように配慮されている。</li> <li>自治体、一般市民は、広島県、福岡県を対象とした。一般市民は、同県の一般モニターとJICA中国、九州センターの周辺住民から無作為に抽出されている。無作為に抽出することによって、意見に偏りがないよう配慮が行われている。</li> </ul>	特になし  <補足> <ul style="list-style-type: none"> <li>報告書では、JICA中国、九州センター付近の住民は、一般と比較すると国際協力に対して高い意識を持っているという結果が出ている。国民への意識調査をする場合は、対象者のサンプル抽出方法に十分配慮し、意見が偏らないように留意する必要がある。</li> </ul>
協力隊チーム派遣に関する評価分析調査	帰国隊員(チーム・個別) 派遣中隊員 訓練所、帰国隊員支援室、JICA事務所、大使館 配属先機関(フィールドC/P) 受益者(一般住民・裨益対象)	質問票 インタビュー調査 インタビュー調査 (質問票)インタビュー調査 質問票 インタビュー調査 FGD	チ 49件(41%) 個 101件(34%) - - - 質問票 タイ 40件(約1ヶ月)、セネガル64件 FGD・タイ 20名 程度男女別(4村合計)、フィリピン 20~30名(2ヶ所)	直営式 (役務提供コンサルタントの参加あり)	約3ヶ月	調査対象: <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な対象者から情報を得ることによって意見に偏りがないよう配慮されている。</li> <li>調査対象に受益者を含め、フォーカス・グループ・インタビューを実施して評価結果に受益者の視点を反映している。</li> </ul> 調査手法: <ul style="list-style-type: none"> <li>チーム派遣の評価なので、基本的に技術プロジェクトの終了時評価の手法を踏襲している。したがって収集されたデータは定性的なものが中心である。</li> </ul>	<補足> <ul style="list-style-type: none"> <li>帰国隊員に対する質問票の回収率は30~40%で他の調査と同様の回答率を示している。</li> <li>質問票調査も実施されているが、これは帰国隊員が中心で(受益者も一部対象となっているが)、基本的には定性的なデータを中心に分析されている。</li> </ul>

調査名	調査対象	調査方法	サンプル数	調査方式 (直営・委託)	調査期間	特徴	課題
			セネガル 10ヶ 所				

添付資料 2: 一般的な調査手法

調査手法	内容	コスト	時間	代表性	定量	定性	備考	
質問票調査 (サンプル調査)	郵送	調査したい対象から一定のサンプル数を抽出して、質問票を送付する。この場合、日本国内では郵送方式が一般的	中～高 (サンプル数による)	中～長 (サンプル数にもよるが、質問票準備、発送、回収、入力、分析までの一連の作業は時間がかかる)	△～○	○	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>偏りのない結果を得るためには統計的に有意なサンプル数を得る必要がある。またサンプルの抽出方法にも留意が必要。</li> <li>定量的なデータ収集には適しているが、一般的に時間がかかる。</li> <li>カテゴリー別に分類して、その特長を分析したい場合は活用しやすい</li> </ul>
	街頭調査	街中で歩行者を対象に、その場で質問票に回答してもらう	中～高 (人件費がかかる)	中 (質問票の回収に当てられるマンパワーに左右される)	△	○	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般的な意見を収集しやすい</li> <li>サンプルを収集する場所を注意深く選定する必要がある</li> <li>質問票を簡潔(短く)に答えやすくしておく必要がある</li> <li>人件費がかかる</li> </ul>
	ウェブ (インターネット)	ウェブ上に質問票を作成し、サイトを訪れた人に回答してもらう方式	要調査	短～中	△～○	○	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブ上でのアンケート調査を実施する企業があるため、外注できる</li> <li>即時集計してもらえるので、調査時間がかからない</li> <li>回答者の属性を予測することが困難</li> <li>回答者数を予測することが困難</li> </ul>
	電話	電話をかけて質問をする形式 日本国内向けでは、テレマーケティングを実施している会社や	中～高	中	△～○	○	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>定量的、定性的なデータを収集できる</li> <li>1件あたりの時間をかけない</li> </ul>

調査手法	内容		コスト	時間	代表性	定量	定性	備考
		リサーチ会社に外注できる						め、質問を絞りこみ簡潔にする必要がある
個別インタビュー		予め調査したい項目を用意しておき、対面式でインタビューを行う形式	中 (件数によってマンパワーが異なる)	中	×	-	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>収集したい情報について、深くつっこんだ意見を収集することができる</li> <li>定量的な調査結果を元により深い情報・要因を探る場合有効</li> </ul>
グループディスカッション	一般	一定の人数を収集し、セミ・ストラクチャー(トピックを予め決めておいて、それについて議論する)形式で話し合う形式	低～中	短～中	×	-	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>集団の意見を短時間で収集できる</li> <li>ディスカッションの流れはファシリテーターの力量に左右される</li> </ul>
	フォーカス	属性(男女、村長・一般市民、年齢など)やその他のカテゴリーによってグループ化し、グループごとにセミ・ストラクチャーで話し合う形式	低～中	短～中	×	-	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>同上</li> </ul>
報告書や関連資料のレビュー		資料をレビューする	低	短	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>短時間で調査項目の予備情報や、既に実施された調査結果を参考にすることができる</li> </ul>



