

バングラデシュ国
スキンケア製品を切り口とした
農村女性の生活改善事業準備調査
(BOPビジネス連携促進)
報告書

平成27年 5月
(2015年)

独立行政法人
国際協力機構 (JICA)

株式会社資生堂
株式会社かいはつマネジメント・コンサルティング

民連
JR
15-049

目次

略語集	i
事業地	ii
第1章 事業の概要	1
1-1. 事業の枠組み	1
1-2. 事業の背景	2
第2章 調査の概要	4
2-1. 調査の方針	4
2-2. 調査の枠組み	4
2-3. 調査内容	5
第3章 調査結果	9
3-1. 投資環境・ビジネス環境	9
3-1-1. 政治経済状況	9
3-1-2. 外国投資全般に関する各種政策や法制度	12
3-1-3. 当該事業に関する各種政策や法制度	13
3-1-4. 現地の商流・物流	17
3-1-5. 市場の現状	19
3-1-6. 対象顧客の状況	23
3-1-7. 社会文化的側面	27
3-2. パイロット事業の実施および評価	30
3-2-1. パイロット事業の枠組み	30
3-2-2. 当初計画からの変更点	33
3-2-3. パイロット事業の総括	33
3-2-4. パイロット事業の実施準備	34
3-2-5. 第1クールの活動	38
3-2-6. 第2クールの活動	42
3-2-7. 第3クールの活動	45

3-3. 事業計画.....	46
3-3-1. 事業サイト.....	46
3-3-2. ニーズ.....	47
3-3-3. 製品開発計画.....	47
3-3-4. 原材料・資機材調達計画.....	51
3-3-5. 生産、流通、販売計画.....	51
3-3-6. 要員計画、人材育成計画.....	51
3-3-7. 現地事業パートナー.....	51
3-3-8. 事業費積算.....	52
3-3-9. 財務分析.....	52
3-3-10. 資金調達計画.....	53
3-3-11. 事業実施スケジュール.....	53
3-3-12. 環境・社会配慮.....	53
3-4. JICA 事業との連携可能性の検討.....	54
3-5. 開発効果.....	56
3-5-1. 本事業が解決をめざす開発課題.....	56
3-5-2. 農村女性向け定量調査.....	56
3-5-3. AO 向け定量調査.....	67
3-5-4. エンパワーメント調査.....	74
第4章 事業展開の課題と展望.....	80
別添1：パイロット対象村の情報.....	82
別添2：パイロット地域の開発指標.....	90
別添3：パイロット地域で実施されている啓発活動に関する調査結果.....	91
別添4：第1クール啓発ワークショップの紙芝居.....	97
別添5：第1回 AO トレーニングのプログラム.....	98
別添6：アパラジタ向けトレーニングのプログラム.....	100
別添7：第2クール啓発ワークショップの紙芝居.....	101
別添8：第1クール啓発ワークショップにおけるAOのパフォーマンス検証結果(個人).....	102

別添 9 : 第 1 クール啓発ワークショップにおける AO のパフォーマンス検証結果(全体).....	103
別添 10 : 第 2 回 AO トレーニング.....	104
別添 11 : 第 3 クール啓発ワークショップの紙芝居.....	106
別添 12 : 第 3 回 AO トレーニングのプログラム.....	107
別添 13 : ベースライン調査質問票(農村女性向け).....	109
別添 14 : ベースライン質問票調査(農村女性向け)分析結果.....	113
別添 15 : ベースライン質問票調査(農村女性向け)集計結果.....	123
別添 16 : エンドライン調査質問票(農村女性向け).....	137
別添 17 : エンドライン質問票調査(農村女性向け)分析結果.....	141
別添 18 : エンドライン質問票調査(農村女性向け)集計結果.....	159
別添 19 : ベースライン調査質問票(AO 向け).....	166
別添 20 : ベースライン質問票調査(AO 向け)分析結果.....	170
別添 21 : ベースライン質問票調査(AO 向け)集計結果.....	175
別添 22 : エンドライン調査質問票(AO 向け).....	183
別添 23 : エンドライン質問票調査(AO 向け)分析結果.....	186
別添 24 : エンドライン質問票調査(AO 向け)集計結果.....	194

略語集

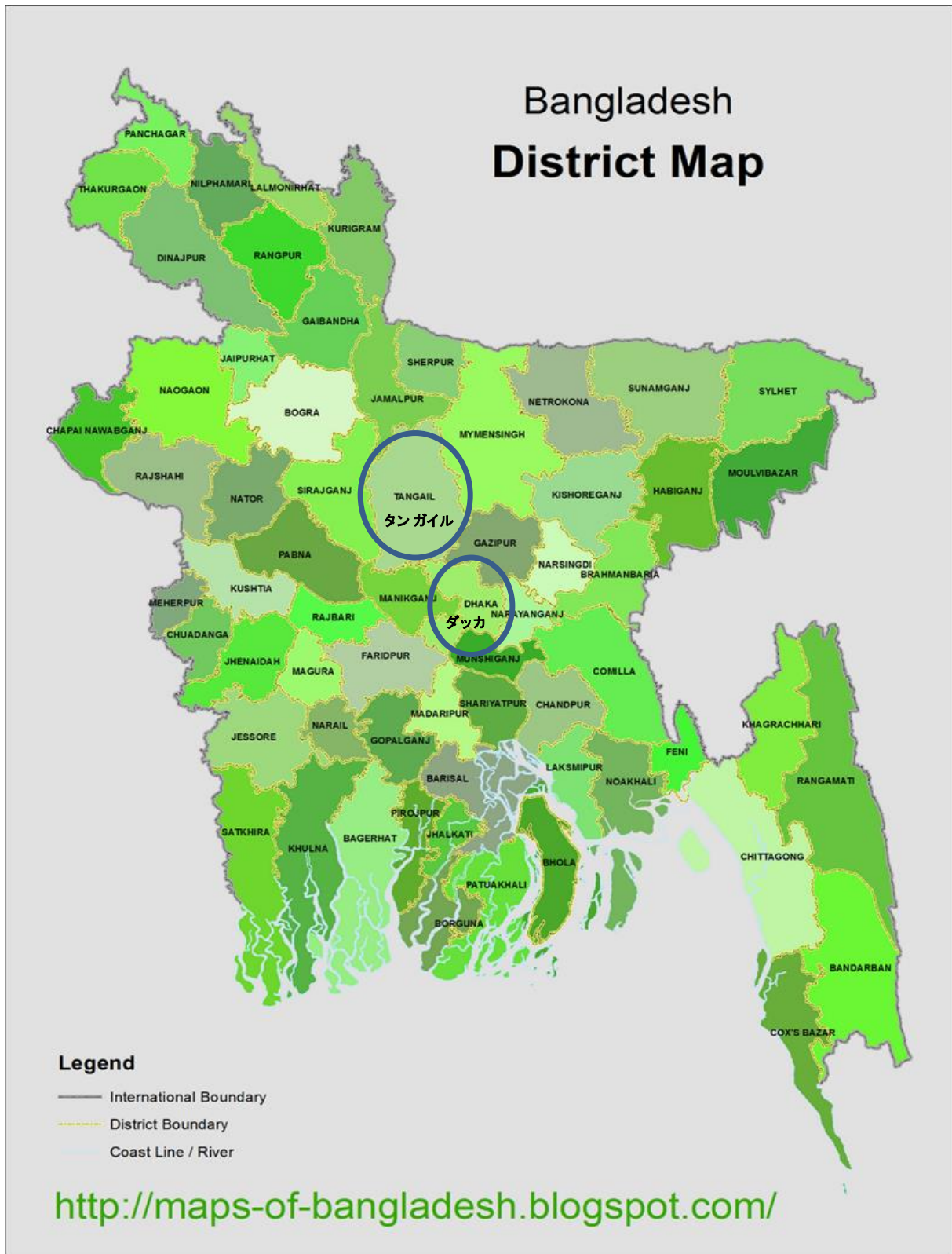
略語	英語	日本語
AO	Activation Officer	アクティベーション・オフィサー
APTA	Asia Pacific Trade Agreement	アジア太平洋貿易協定
BOI	Board of Investment	投資庁
BOP	Base of Pyramid	ベース・オブ・ピラミッド
BSTI	Bangladesh Standard and Testing Institution	バングラデシュ基準検査機関
C&F	Cost and Freight	コスト・アンド・フレイト
CIF	Cost, Insurance and Freight, named port of destination:	運賃・保険料込み・指定仕向港
CPT	Carriage Paid To	輸送費込
EPZ	Export Processing Zone	バングラデシュ輸出加工区
FOB	Free on board	フリー・オン・ボード
GDP	Gross Domestic Product	国内総生産
JI	Jamaat e Islami	ジャマティ・イスラミ党
JICA	Japan International Cooperation Agency	国際協力機構
JOCV	Japan Overseas Cooperation Volunteers	青年海外協力隊
JETRO	Japan External Trade Organization	日本貿易振興機構
L/C	Letter of credit	信用状
MDGs	Millenium Development Goals	国連ミレニアム開発目標
NGO	Non-Government Organization	非政府団体
OEM	Original Equipment Manufacturer	相手先ブランド製造
RSP	Rural Sales Program	農村販売プログラム
SAFTA	South Asia Free Trade Area	南アジア自由貿易エリア
UNDP	United Nations Development Program	国連開発計画

<為替レート(2015年2月)>

1ドル= 118.69円

1バングラデシュタカ(BDT)=1.529円

事業地



(出所) <http://maps-of-Bangladesh.blogspot.com/>

第1章 事業の概要

1-1. 事業の枠組み

(1) 事業実施予定地

(国) バングラデシュ

(地域) ダッカ管区タンガイル (Tangail) 県

(2) 事業の目的

資生堂のスキンケア製品を衛生・栄養等に関する意識啓発活動と合わせて販売・普及することで、農村女性の生活改善、生活の質向上、エンパワーメントに貢献する。

(3) 事業の対象顧客

タンガイル県農村部のベース・オブ・ピラミッド (Base of Pyramid: BOP) 上位層 (世帯月収 1.2 万タカ以上) の 10 代後半から 30 代の女性をターゲット顧客とする。

尚、ターゲット顧客は BOP 上位層に限定するが、意識啓発活動の対象には制限を設けず、BOP 下位層へのインパクトも狙う。

(4) 販売製品および販売価格

現地向けに開発したスキンケア 4 製品(洗顔料、ジェル 2 種(ドライ肌用、オイリー肌用)、日やけ止め)。

事前調査より、対象グループのスキンケア製品に対する 1 カ月当たり支払い可能金額は 500~800 タカ程度であることがわかったため、洗顔料、ジェル、日やけ止めの販売価格・容量をそれぞれ 200 タカ(80 グラム、1 ヶ月分)、150 タカ(40 グラム、2 ヶ月分)、200 タカ(40 グラム、2 ヶ月分)に設定。販売価格については、品質を落とさずにできる限り安い価格で商品開発できるよう継続的に検討を行なう。

(5) ビジネスモデル

本事業のビジネスモデル図を以下に示す。

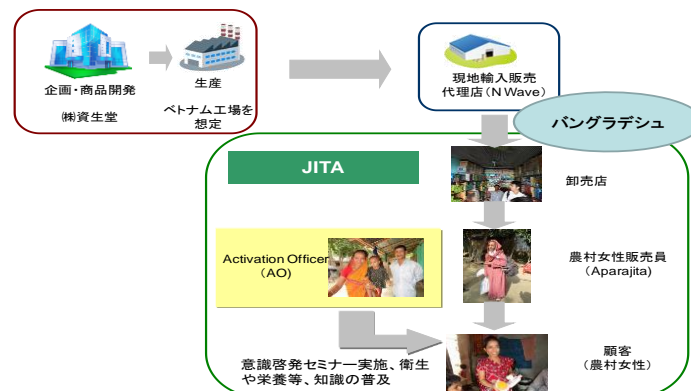


図 1-1 ビジネスモデル

(出所) 調査団

スキンケア製品の販売は、現地パートナーである JITA Bangladesh 社が有する農村女性販売員 (Aparajita: 以下、アパラジタ)による農村販売プログラム(Rural Sales Program: RSP)を通じて実施する。製品は当面ベトナムで生産し、現地の輸入代理店(N-Wave Co.(DB) Ltd.)を通じて輸入する。

製品の使用方法および使用環境、衛生や栄養の重要性など、スキンケア製品を切り口とした啓発活動を JITA のアクティベーション・オフィサー(Activation Officer:以下、AO)¹を通じて、販売と並行して実施する。啓発活動により、製品の正しい使用、継続利用を広げることでスキンケア製品の正しい知識・使用法を習得することに加えて、衛生・栄養面における生活の改善を目指す。その結果として、現地女性の肌の状態が改善し、自信が向上し対人関係が改善する、あるいは、自ら・家族の生活習慣の改善により自分や他者に対する影響の大きさを自己認識し、自己肯定の度合いを高めることによる女性のエンパワーメントにつなげることを最終目標とする。

当該地域の女性は化粧品への関心が高く、製品販売は多少の障害はありつつも、次第に軌道に乗ることが予想される。

1-2. 事業の背景

(1) 資生堂のグローバル戦略

資生堂の海外展開は 1957 年に台湾に現地法人、その後、米国、欧州に拠点を広げ、1981 年にはまだ改革開放政策開始直後で共産主義の色濃い中国でのビジネスを開始した。2015 年 3 月現在 89 の国と地域に進出済みであり、2014 年度の売上高に占める海外売上高の比率は 53%である。

これまで、「アジアブレイクスルー戦略」を掲げ、近い将来世界最大の市場となることが見込まれるアジアを最重点エリアと位置づけ、異文化適応力やグローバルビジネス理解力などを備えたグローバル人材を育成しながら、新興国市場対応強化を進めてきた。

(2) 社会性ビジネスプロジェクト

このような状況の中で、2011 年 4 月に資生堂の有志メンバーが発起人となって開始されたのが「社会性ビジネスプロジェクト」である²。同プロジェクトは、グローバル化や市場の変化に対応できる人材育成を目的として、社内公募で選ばれた 5 名と技術面の支援を行なう技術メンバー等からなる。

プロジェクトでは、①現地の開発課題の解決に貢献すること、②対象者のニーズに合致すること、③資生堂の強みが活かせること、を条件とした新ビジネスの開発に取り組み、数次にわたる現地調査、社内での検討を経て、2012 年 3 月に対象国をバングラデシュ、同 5 月にスキンケア製品を対象とすることが決定した。

(3) なぜバングラデシュなのか？

① 経営戦略上の重要性

¹ AO は、各地区のアパラジタの管理統括が主要業務であり、通常中学卒業程度の教育がある。これに対し、アパラジタは農村でも低所得層の出身であり、教育レベルが低いため、商品に関する PR や啓発活動を行なうことが難しい。このため、JITA は AO に啓発活動や商品 PR の機能を持たせるべく、プロジェクトベースで試行している。

² 社会性ビジネスプロジェクトは立ち上げ当初、東南アジア、南アジアを対象地域とし、タイ、インドネシア、インド、バングラデシュの 4 カ国が候補国に挙げられていたが、2011 年 4 月までにバングラデシュ、インドの 2 カ国に、2012 年 3 月にバングラデシュ 1 カ国に絞られた。

1億6,000万人の人口を抱えるバングラデシュは、世界第4位のイスラム国である。アジアにおけるイスラム教徒は、全世界のイスラム教徒の約45%を占めており、今後も資生堂がグローバルで成長する上で、イスラム教徒に受け入れられる化粧品開発は不可避の課題である。

資生堂では東南アジア圏でのハラル対応製品の導入をスタートしている。今回、バングラデシュの人々に向けた新たな製品開発を行なうにあたっては、南アジア圏のイスラム教徒向けスキンケア製品(ハラル対応製品)開発の新たな知見を得たいと考えている。

② 現地調査で実感した潜在性の高さ

同国は隣国インドと異なり、宗教、言語、民族が均質であり、水平展開が容易と考えられる。また同国の一人当たり国内総生産(Gross Domestic Product:GDP)904ドルは、インドの1,505ドル(ともに2014年)に比較すると低いのが、数次にわたる現地調査で得た農村部女性の購買意欲は、バングラデシュの方が圧倒的に高く、スキンケア製品に対する購買意欲も高かった。

③ 強力なパートナーの存在

バングラデシュの現地パートナーである JITA は、国際非政府団体(Non-Government Organization:NGO)である CARE Bangladesh の社会企業部門として、2011年11月に独立した。CARE Bangladesh は、BOP ビジネスが世界的に盛んなバングラデシュにおいても先進的な取り組みを進めている。その象徴が RSP と呼ばれる農村女性を組織した農村販売チャネルの存在であり、JITA は RSP を中心とした CARE の社会的ビジネスの試みを発展、進化させるために設立された。JITA は、2011年末現在2,600人のアパラジタを組織しており、2015年までに販売員を12,000人まで増やし、販売網を全国に拡大することを計画している。

ユニリーバ、ダノン、BATAなどがJITAの販売網を活用している。BOP ビジネスにおいて最もコストと時間がかかりリスクが大きいのは「信頼できる販売網の構築」であることから、JITAの信頼できる販売網を活用できるメリットは大きい。また CARE、JITA が有する BOP ビジネスの知見や豊富なネットワークも、ビジネスを軌道に乗せる上で非常に重要と考えられる。

(4) なぜスキンケア製品なのか

現地農村部でのホームステイや約1年間に渡っての現地調査活動の結果、多くの女性がスキンケア製品を使用しているという実態があった。そして、不良品や薬効成分が多量に含有されている既存製品の使用や誤った使用方法などにより、農村女性の肌状況が悪化したり、その結果皮膚疾患薬を大量に使用したりといったケースが散見された。そのような状況の中で、多くの現地女性からは「信頼できるものがほしい」「副作用の無い安全なものが欲しい」という声が多く聞かれた。

一方で、現地の衛生状況は劣悪で使用環境の改善がなければ、製品本来の効果を実感してもらうことが難しい状況である。化粧品業界において特にスキンケアに力を入れてきた資生堂として、バングラデシュの過酷な気候環境においても品質の安定した、良質で安価なスキンケア製品をお届けし、それをフックに、スキンケア製品を通じ是非とも農村部女性の生活改善に貢献していきたい、という結論に至った。

第2章 調査の概要

2-1. 調査の方針

- (1) 複数回にわたる現地での調査・製品テストによって、現地の社会的課題やニーズの把握、ターゲットとなる製品群に関する市場調査、基本的なビジネスモデルの検討はすでに終了している³。本調査では、これまでの活動結果をもとに設計された製品仕様およびビジネスモデルをパイロット事業を通じて検証し、包括的な事業計画に落とし込むことを目的とした。
- (2) 本ビジネスでは、「美しくなりたい」という女性の意識を利用することで農村女性の生活を改善することを目標とする。製品の使用方法のみならず、製品の効果を高める方法、美しい肌のために重要な衛生、栄養、健康に関する意識啓発活動を製品販売と共に実施することで、製品販売と女性の生活改善の両立を目指す。しかし、資生堂には製品の使用方法や関連情報に関する啓発活動の実績とノウハウがあるが、バングラデシュ特有の衛生や栄養の問題に関する啓発活動や意識啓発活動を製品販売、女性の生活改善に結びつける仕組みづくりは未知の分野である。そこで本調査のパイロット事業では啓発活動に重点を置き、現地政府、JICA、他の援助機関による開発援助の活動および戦後日本で実績のある生活改善アプローチを参考にしながら、バングラデシュ農村部で有効な、主に衛生・栄養・健康分野における開発課題の改善に資するような啓発活動の在り方を検討した。
- (3) パイロット事業で実施する啓発活動においては、対象となる農村女性の識字率を考慮したコンテンツ・ツールの設計およびレビュー方法の検討を行なった。啓発活動を実施する際は、農作業等、対象女性の1日のスケジュールおよび季節性を考慮して時間帯や場所などの設定を行なった。
- (4) JICA との連携可能性については、調査終了後、事業本格展開の際の青年海外協力隊(Japan Overseas Cooperation Volunteers:JOCV)派遣およびその他の可能性について検証した。
- (5) 啓発活動が利益創出に寄与する仕組みを検討した。通常、開発援助における意識啓発活動は純粋なコストとしてみなされるが、本事業では、対象層への製品購買促進につながるような啓発活動を検討することで事業の持続性を高める。そのためには、啓発活動が単なる知識の供与ではなく、顧客の継続購買、行動変化を促すものである必要がある。本調査では、啓発活動と売上、啓発活動と購買行動の関係を分析し、顧客と事業者双方の利益が最大化し、啓発活動の効果も持続するポイントを見極めるよう努めた。

2-2. 調査の枠組み

事業計画策定に向けた本調査の枠組みは以下の通り。

³ 消費者ニーズ調査(定性調査、定量調査)のほか、製品仕様にかかる調査として2012年1月に剤型嗜好性テスト(どのような質感(テクスチャー)を好むか)を、2012年4月に洗顔料、ジェル、日やけ止めの3品目の製品嗜好性テストを実施している。

表 2-1 調査の枠組み

調査の枠組み		
1. 調査時期	2013年4月～2015年5月*	
2. 調査地	バングラデシュ国ダッカ管区タンガイル県	
3. 調査体制	主担当	
	(株)資生堂	総括／事業計画策定、事業環境整備、製品設計、啓発・販売活動、製品仕様、生産購買
	JITA Bangladesh	社会開発／販売モデル
	(株)かいはつマネジメント・コンサルティング	開発効果評価／JICA 連携、意識啓発活動、人材育成計画
4. 調査項目 (詳細は次項を参照)	①投資環境・ビジネス環境 ②パイロット事業の実施および評価 ③事業計画 ④JICA 事業との連携可能性の検討 ⑤開発効果	

* 調査開始時の終了予定時期は2014年12月であったが、途中の現地政情不安等により工程に遅れが生じ、契約履行期間を変更した。

(出所) 調査団

2-3. 調査内容

上表の5項目について以下のとおり調査を行なった。

(1) 投資環境・ビジネス環境

事業実施の前提として、下表の項目について調査した。

表 2-2 投資・ビジネス環境調査項目

調査項目	調査内容
1. 政治経済状況	a.2013年末頃に見込まれる政権交代を踏まえた政治動向 b.景況感(国内企業動向と消費者動向)、貧困状況、雇用・労働状況、外国企業の進出状況 c.開発課題(特に衛生、ジェンダー関連)
2. 外国投資全般に関する各種政策や法制度	生産拠点等の設立に関わる内容 ・拠点設立にあたっての諸手続き、関連法規制、税務規制 ・優遇措置制度
3. 当該事業に関する各種政策や法制度	a. 関連産業政策・金融制度 消費財製造業に関連する各種政策・制度 b.輸出入関連

調査項目	調査内容
	<p>日本からの化粧品輸入に必要な諸手続き、関連法規制</p> <p>c.物流・販売関連 当該国内での製品流通・販売に必要な諸手続き、関連法規制</p> <p>d.薬事関連 化粧品に係る関連法規制</p> <p>e.商標関連 当面の生産拠点であるベトナムおよび当該国での商標登録に関する手続き、関連法規制</p>
4. 現地の商流・物流	<p>a.商流・物流パートナーの選定</p> <p>b.本調査対象エリアにおける現地倉庫の確保 衛生環境やセキュリティを整えるための設備整備とそれに係るコスト</p> <p>c.生産拠点設備の候補検討 品質保全やセキュリティを整えるための設備整備とそれに係るコスト、電気・通信・水等のインフラ環境</p>
5. 市場の現状	a.バングラデシュ(都市・農村部)におけるスキンケア市場調査
6. 対象購買層の概況	<p>a.パイロット村のプロファイル調査 本調査対象エリアであるタンガイル県の：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域特性(経済的特徴)、商圈(ヒト、モノ、カネの流れ) ・スキンケア製品の購買行動、所有製品および使用状況(購入決定者、購入者、購入頻度、季節影響等)。 ・女性の識字率等教育レベル、女性の有職率 <p>b.ターゲットとする 10 代後半～30 代農村女性の月毎の可処分所得における消費内訳</p> <p>c.スキンケア製品の購買行動、所有製品および使用状況(購入決定者、購入者、購入頻度、季節影響等)。</p> <p>d.女性の識字率等教育レベル、女性の有職率</p>
7. 社会文化的側面	<p>a.宗教的側面(主としてイスラム教)を考慮した製品設計</p> <p>b.農村女性へアプローチすることによる農村男性、家族全体への影響*</p>

(出所) 調査団

(2) パイロット事業の実施および評価

本調査では、意識啓発活動が製品の販売活動および対象層の行動変容に与える影響、およびその効果的なモデルについて精査するためのパイロット事業を実施した。パイロット事業は、スキンケア製品をターゲット顧客に販売する「A. 販売活動」と、販売活動の促進と対象層の生活改善を目的とした「B. 啓発活動」の2本柱となっている。「A. 販売活動」を通じて、販売モデルの検証および製品の改善点の検証を、「B. 啓発活動」を通じて、AOの採用を含む体制構築、啓発活動のコンテンツ・ツール作成、トレーニング手法の開発、活動全体の評価を行なった(パイロット事業の枠組み・詳細な実施内容については第3章「2. パイロット事業の実施および評価」を参照)。

(3) 事業計画

本調査を通じて以下の項目を検討した。

表 2-3 事業計画の構成案

調査項目	調査内容
事業サイト	<p>a.本調査対象村であるタンガイル県 16 村の：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口統計、位置、ヒト/モノ/カネ/情報の流れ(市場的観点) <p>b.タンガイル県のその他の村およびその他の事業展開候補地域の：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口統計、位置、ヒト/モノ/カネ/情報の流れ(市場的観点) ・開発課題、BOP 層の現状(開発的観点)
ニーズ	上述の(1)投資・ビジネス環境調査の「市場の現状」、「対象購買層の概況」に同じ
製品開発計画	<p>テストマーケティング実施時の利用者の意見を踏まえて製品改良を検討</p> <p>*製品ラインナップとしては、基本的に 5 年間(2013 年 10 月～2018 年 9 月)は 3 品種 4 製品にて実施する。</p>
原材料・資機材の調達計画	<p>原料調達候補(原料メーカー)の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一定の品質、機能性を備えた原料や資機材の提供が可能なメーカーの探索と製品の生産・販売計画に応じたコスト試算
生産、流通、販売計画	<p>生産拠点設立(工場/OEM 先)の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・品質・衛生環境・セキュリティを整えるための土地、設備整備と流通網の構築と製品の生産・販売計画に応じたコスト試算販売計画の検討 ・テストマーケティングでの実績を踏まえた村の経済的・社会的特徴を考慮した 1 村あたりの販売計画 ・季節、文化慣習(雨季、ラマダン、イード祭等)による売上への影響 ・経済成長の影響 ・競合他社の売上状況 ・テストマーケティング以降の展開拡大時に必要な因子検討
要員計画、人材育成計画	<ul style="list-style-type: none"> ・要員計画 販売計画に基づいて展開拡大するにあたっての AO 雇用数とその他販売に関わる人員の検討 ・人材育成計画 上記人材を効果的に育成するための計画(必要な能力/スキル/知識/態度の特定、能力開発の手法)
現地事業パートナー候補企業等	<p>テストマーケティング以降のパートナー企業、連携 NGO の検討*</p> <p>*基本的に既に調査を行ない、決定している企業と継続してパートナー契約を年毎に更新していく予定</p>
事業費積算	設備投資、労務、その他経費、間接経費等、初期投資資金と運転資金に関連する事業費を積算する。

調査項目	調査内容
財務分析	単年度分析 ・収支計画(損益計算書、貸借対照表)、事業キャッシュフロー 複数年度分析 ・収支計画、事業キャッシュフロー、収益性分析(資金回収計画)
資金調達計画	テストマーケティング終了後以降の損益計算書計画 ・年度毎、月次毎のキャッシュフローを検討 JICA 協力準備調査終了後の資金調達候補先の選定* *基本的には資生堂内(自己資金)にて調達する予定である。
許認可関係	上述の以下の項目 1) 外国投資全般に関する各種政策や法制度 2) 当該事業に関する各種政策や法制度
事業実施スケジュール	中期事業計画(2014年10月以降)の内容を再検討 ・テストマーケティング終了後の事業化に向けた本格展開のスタート時期、展開拡大の規模
環境・社会配慮	容器の廃棄による環境への影響 ・使用後の容器の扱い方、廃棄方法、再利用等のリサイクル ハラル製品 ・ハラル認証製品の顧客への影響

(出所) 調査団

(4) JICA 事業との連携可能性の検討

調査終了後の事業の本格展開時における JOCV の派遣をはじめとした効果的な連携策について検討した。

(5) 開発効果

本事業の開発効果は、潜在顧客である農村女性の衛生等の認識、行動が改善することと、事業で雇用する AO やアパラジタの意識や能力の変化である。対象となる BOP 層の状況を把握した上で、本事業における開発指標の設定を行ない、設定指標についてベースラインおよびエンドライン調査により効果を検証した。また、事業実施に向けた開発効果発現のシナリオ作成、およびシナリオに基づく指標の目標値の設定を行なった。

第3章 調査結果

以下、調査項目ごとに調査結果について報告する。

3-1. 投資環境・ビジネス環境

3-1-1. 政治経済状況

(1) 政治情勢

① 現状までの潮流

・1947年の印パ分離独立時は、宗教(イスラム)に基づき、一旦はパキスタンへの帰属(東パキスタン)を選択したが、ベンガル人としてのアイデンティティを訴えた独立戦争(第三次印パ戦争)を経て、1971年12月にパキスタンから独立した。

・独立後、長年に亘り軍事政権(1975-1990)が続いたが、1990年12月、エルシャド大統領(退役陸軍中將)が2大政党(バングラデシュ民族主義党、アワミ連盟)および国民の退陣要求に応じた結果、平和裡に民主化に移行。1991年の憲法改正で議院内閣制へと体制を変更した。以降、5年ごとに総選挙を実施(1991年、1996年、2001年、2008年、2014年)。

・従来は総選挙のたびに2大政党間で政権を交代していたが、2014年1月5日に実施された総選挙では、最大野党バングラデシュ民族主義党を始めとする殆どの野党が不参加の状況下、前政権のアワミ連盟が圧勝した。国連、欧米主要国、日本は国民に選択の機会が与えられなかったことに懸念を示し、アメリカを筆頭に再選挙の必要性を指摘している。野党側は投票日前後にストライキ(ハルタル)や交通封鎖プログラムといった抵抗活動を展開した。その後一旦落ち着きを取り戻したものの2014年10月頃より抵抗活動は再度活発化し、最新の状況では2015年1月時点にも同選挙を不服として、新たに無期限にて全国規模の道路、鉄道、水上交通の封鎖(オボロッド)や全国規模のハルタルを実施し、数か月間継続する可能性がある。

② その他

・アワミ政権公約の目玉である独立戦争戦犯裁判⁴についても、被告15名のうち、10名が政党「ジャマティ・イスラミ」(JI)の現役幹部のため、JIが強く抵抗しており、同党幹部の判決後および死刑執行後に抗議活動が実施されることが通例となっている。既に10名の被告に対する第一審判決がくだされた。残り5名の第一審判決、14名の最終審判決、死刑が確定した場合には、混乱・抗議が発生する可能性がある。

・ラナ・プラザビル崩壊(2013年4月)に伴い、繊維企業／工場に対して、労働者が低い賃金、長時間労働など待遇に対する抗議を行ってきた。それに対し、政府の賃金委員会は、2013年11月に縫製産業労働者の最低賃金を5,300タカ／月に引き上げる旨を決定している。しかしながら、

⁴ 1971年の独立戦争当時、パキスタン軍によるベンガル人の虐殺行為等に協力したとされるジャマティ・イスラミの主要幹部に対する裁判。

繊維企業／工場毎にその引き上げ額に幅があるため、未だ散発的にストライキが発生している状況であるが、2013年の事故発生直後と比較すると少しずつ落ち着きを取り戻している。

未だ政情安定とはいえない同国であるが、ハシナ現政権は、独立50周年にあたる2021年までに中所得国になることを目標とする「ビジョン2021」政策をかかげ、全国IT化を目指す「デジタル・バングラデシュ」、イスラム教を主たる宗教としつつあるゆる宗教に寛容な世俗主義などを標榜し、各種社会・経済開発に取り組んでいる。

(出典：外務省ホームページ(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/bangladesh/data.html#01>)、JICA バングラデシュ事務所)

(2) 経済情勢

本事業では、ベトナムで製品を生産し、バングラデシュに輸入するモデルを前提としているため、両国の経済情勢を注視し、状況に即した事業計画の策定が必要となる。以下に両国の経済主要指標を整理した。両国の実質GDP成長率は6%前後、物価上昇率は7%前後であり、事業における人件費やその他の事業コストが中長期的に上昇変動する可能性があることから、製品価格および効率的な事業運営について本調査で検討した。

なお、バングラデシュの最新会計年度(2013年7月～2014年6月)におけるGDP成長率について、バングラデシュ政府は7.2%と推測していたが、政治不安に起因する各種要因により6.1%となっている(当時の主要国際機関の予測では、世界銀行5.7%、IMF6.1%、アジア開発銀行5.8%と、バングラデシュ政府より低かった)。与野党の対立により頻発するストライキ等の政治不安、縫製工場ビル崩壊や火災事故をきっかけとする縫製労働環境見直しや最低賃金改定に対するストライキは、経済活動を阻害し歳入の減少や投資不振をもたらし、経済成長の減速を引き起こしている。

表3-1 ベトナム経済主要指標

主要産業	農林水産業、鉱業、軽工業	
名目GDP(ドルベース)	1,712億2,200万ドル [2013年]	
1人当たりGDP(名目)(ドル)	1,896ドル [IMF、2013年]	
実質GDP成長率(%)	5.4 [2013年]	
物価上昇率(%)	6.6 [2013年]	
主要貿易品目 (構成比%)	輸出	電話機・同部品(17.0)、縫製品(12.8)、履物(6.6)、コンピューター電子製品・同部品(6.4)、原油(5.6) [2014年]
	輸入	機械設備・同部品(14.9)、コンピューター電子製品・同部品(12.2)、織布・生地(6.6)、電話機・同部品(5.9)、石油製品(5.9) [2014年]
対日貿易品目	日本へ輸出	原油、縫製品、輸送機器および部品 [2014年]
	日本から輸入	鉄鋼、PC・電子機器・同部品、織布[2014年]
日本からの直接投資額(認可ベース、新規・拡張含む)	58億7,500万ドル [2013年]	
日本企業進出数(社)	1,337社 [2014年]	
主な進出企業	キヤノン、パナソニック、ホンダ、トヨタ、富士通、日本電	

	産、ブリヂストン、富士ゼロックス、マブチモーターなど
在留邦人数(人)	11,124 人 [2012 年]

(出所)JETRO ホームページ(URL: http://www.jetro.go.jp/world/asia/vn/basic_01/)

外務省ホームページ(URL : <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/vietnam/data.html#01>)

表 3-2 バングラデシュ経済主要指標

主要産業	衣料品・縫製品産業, 農業	
名目 GDP(ドルベース)	1,156 億ドル [2013 年]	
1 人当たり GDP(名目)(ドル)	960 ドル [2013 年度]	
実質 GDP 成長率(%)	6.18 [2013 年度]	
物価上昇率(%)	7.97 [2012 年度]	
主要貿易品目 (構成比 %)	輸出	既製品(ニットを除く)(40.8)、ニットウェア(38.8)、ホームテキスタイル(3.8)、ジュート製品(2.9) [2013 年度]
	輸入	綿・同製品(13.9)、鉱物性燃料・同製品(7.5)、機械・同製品(7.3)、鋼鉄製品(4.8)、食用油(4.2) [2013 年度]
対日貿易品目	日本へ輸出	既製服、ニット製品、皮革・同製品、冷凍エビ、ジュートおよび同製品等
	日本から輸入	自動車および部品類、船舶および同関連品、鉄鋼・同製品等
日本からの直接投資額(投資庁登録ベース)	輸出加工区(EPZ)外 : 3,490 万ドル(2011/12 年度) 輸出加工区(EPZ) 内 : 4,140 万ドル(2013/14 年度)	
日本企業進出数(社)	181 [2014 年 4 月時点]	
主な進出企業	東レ、ユニクロ、YKK、味の素、ロート製薬、雪国まいたけ、ワタミ、近鉄エクスプレス、大林組、NTT ドコモなど	
在留邦人数(人)	908 人 [2014 年]	

(出所)JETRO ホームページ(URL: http://www.jetro.go.jp/world/asia/bd/basic_01/)

外務省ホームページ(URL : <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/bangladesh/data.html#01>)

(3) 衛生・栄養に関する開発課題

衛生、疾病等深刻な開発課題が山積している印象が強いバングラデシュであるが、バングラデシュ政府、国際機関、ドナー、NGO などの活動により、衛生・栄養に関する課題は改善されてきている。特に、国連ミレニアム開発目標(MDGs)に掲げられている衛生・栄養に関する取り組みは、バングラデシュ政府、国際機関、ドナー、NGO が連携し取り組んでおり、一定の成果を達している。MDGs のなかで衛生・栄養にかかる目標および現在の達成度合いを表 3-3 に記した。

表 3-3 衛生・栄養に関わる国連ミレニアム開発目標とその改善

ゴール、ターゲット	指標	基準年 1990/1991	現状	目標 2015
ゴール7：環境の持続可能性確保				
ターゲット 7.C：2015年までに、安全な飲料水および衛生施設を継続的に利用できない人々の割合を半減する	Proportion of population using an improved drinking water source	78	86	100
	Proportion of population using an improved drinking water source	39	63.6	100
ゴール1：極度の貧困と飢餓の撲滅				
ターゲット 1.C：2015年までに飢餓に苦しむ人口の割合を1990年の水準の半数に減少させる	Prevalence of underweight children under-five years of age (6-59 months), (%)	66.0	36.4	33.0
	Proportion of population below minimum level of dietary energy consumption (2,122 kcal), (%)	48.0	40.0	24.0
	Proportion of population below minimum level of dietary energy consumption (1805 kcal), (%)	28.0	19.5	14.0
ゴール4：乳幼児死亡率の削減				
ターゲット 4.A:2015年までに5歳未満児の死亡率を1990年の水準の3分の1に削減する。	Under-five mortality rate (per 1,000 live births)	146	53	48
	Infant mortality rate (per 1,000 live births)	92	43	31
	Proportion of 1 year old children immunized against measles, %	54	87.5	100

(出所)国連開発計画(United Nation Development Program:UNDP)のホームページより⁵

3-1-2. 外国投資全般に関する各種政策や法制度

(1)外国投資に関わる規制・優遇策

①規制

外国投資向けの規制は緩やかであり、原則外資100%の出資が可能、外国投資に関する規制も明文化はされていない⁶。しかしながら、実際には投資庁の許認可を得る段階で投資案件が厳しく審査されているのが現状である。投資庁の審査では、現地で雇用を生むか、付加価値を創出できるかという点が重視される。特に製造拠点をバングラデシュ国内に持たずに販売活動をする場合は、許認可の取得が難しくなることが想定される。審査基準も公表されていないため、事前に投資庁に確認する必要がある。100%外資で進出した企業は、投資庁より将来バングラデシュに製造拠点を設けることを条件として登録可能となった事例があり、投資庁の審査基準である現地雇用、付加価値の創出ということが将来的にも可能であるような計画を考慮しておくことが必要になる。

バングラデシュ国内での販売のみを行なう場合には、地場企業と販売代理店契約を結び、自社はバングラデシュへの輸出のみとするか、あわせて駐在員事務所を設立することを検討する。

⁵ UNDP in Bangladesh <http://www.undp.org/content/bangladesh/en/home/mdgoverview/> (2013年10月15日閲覧)

⁶ 本項、JETRO ホームページ(<http://www.jetro.go.jp/world/asia/bd/biznews/52e87fbb33c20>)参照。

現在、日系企業による卸売・小売業での参入はなく、外資参入の事例もほとんどない。日系企業を含む外資企業の参入は、投資庁での登録が困難になっていることに加え、物件の取得、不動産価格の高騰、輸入品に課せられる高額な関税、地場企業との競合がハードルとなっている。

②優遇策

輸出志向産業、ハイテク産業、国産天然資源を活用する産業、国産原料に依存する産業などが奨励されている⁷。主な優遇措置は、指定業種を対象とした法人税減免⁸である。これに加えて、全業種、全地域に適用される優遇措置は以下の通り：

- (1) プラントおよび機械に対する加速償却の適用。
- (2) 機械および部品の新規導入もしくは既存工場の機械入替、規模拡大等に伴う輸入関税の免除適用。
- (3) 海外投資家は、二重課税防止条約に基づき、二重課税はされない。
- (4) 海外投資家は、ロイヤルティ、技術ノウハウ、技術支援料の海外送金が可能。
- (5) 投資資本、配当の本国への送金が可能。
- (6) 撤退時の資産の本国への送金が可能。
- (7) 海外資本による 100%全額出資が可能。
- (8) 外国(銀行)からの融資の金利にかかわる課税免除。
- (9) 投資家に対するマルチプル(複数回入国可能な)ビザの交付。
- (10) 本国に送金可能な配当の再投資は、新規の投資とみなす。
- (11) 50 万ドルの投資もしくは認可金融機関への 100 万ドルの預金(本国への送金不可)を条件とする市民権付与。
- (12) 75,000 ドルの投資(本国への送金不可)を条件とする永住権の付与。
- (13) 上場企業株式の売買に伴うキャピタルゲインに対する課税の免除適用。

その他、輸出指向産業向け、輸出加工区向けの優遇措置がある。

3-1-3. 当該事業に関する各種政策や法制度

2015 年度現在の化粧品輸入販売に係る輸出入、流通/販売、薬事、商標に関する必要な手続き、関連法規制について記述する。なお、バングラデシュの会計年度は 7 月～6 月のサイクルであり、新会計年度には関税、優遇措置、輸出入政策などが変更する可能性がある。前項で述べた優遇措置については、バングラデシュが振興に意欲的であるエネルギーや農業ビジネスなどの産業分野での免税措置の可能性が考えられる。当該事業に関しては、特に関税率およびバングラデシュ基準検査機関 (Bangladesh Standard and Testing Institution : BSTI) 認証に関する変更があるかどうか、確認が必要である。

(1) 化粧品輸入関連

①輸入品目・輸入手続き

バングラデシュへの輸入に関しては、麻薬、武器、危険物、中古車、中古車部品など輸入品目規制

⁷ この項、JETRO ホームページ(http://www.jetro.go.jp/world/asia/bd/invest_03/)

⁸ 2013 年 6 月までの指定業種に化粧品は含まれていない。

リスト記載の品目以外は輸入可能である。今回輸入するスキンケア商品(洗顔料、ジェル2種類、日やけ止め)は上記の規制リストには該当しない。

バングラデシュでは輸入業者登録制度があり、すべての商業輸入者は下記の手続きを経て輸入登録証明書を取得する必要がある⁹。

- 貿易許可証(Trade License)の取得：会社所在地の市役所等で取得。毎年更新。
- 商工会議所または貿易協会の会員登録：すべての輸入者および輸入業務を行なう予定の者は、政府許認可の商工会議所あるいは貿易協会の会員になることが義務付けられている。会員ステータス(正会員か暫定会員かあるいは初期会員かなど)は該当者が選択できる。
- 輸入登録証明書の取得：輸入者、および今後輸入業務を行なう予定の者は、商業省(輸入・輸管理理庁長官事務所)に輸入登録証明書の発行を申請し、上記商工会議所または貿易協会の会員ステータスに応じた輸入登録証明書を取得する。

なお、すべての輸入は、貿易取引条件がコスト・アンド・フレイト(Cost & Freight:C&F)¹⁰、輸送費込(Carriage Paid To:CPT)¹¹、フリー・オン・ボード(Free on board:FOB)¹²のいずれかに限定されており、運賃・保険料込み・指定仕向港(Cost, Insurance and Freight, named port of destination: CIF)の場合は商業省の事前許可が必要である。原産国の表示および原産国証明書の提出、輸入品の包装への輸入者の氏名・住所・納税番号の記載義務など種々の規定がある。

②輸入関税

輸入にかかる関税は毎年、1月、6月に見直しが行われ、本事業対象商品に関しては、関税が2008年より、年々上昇している現状である。2013年度以降、関税の見直しはないが、今後も上昇を続ける可能性もあること、現行のビジネスモデル(ベトナムで生産した製品をバングラデシュへ輸入)では大幅な損益改善が見込めないことから、将来的には現地でのOEM生産の可能性を見据えて調査を進める必要があると認識している。

表 3-4 対象商品輸入にかかる関税

名称	2008年-2010年	2011年-2012年	2013年-
洗顔料	86.4%	91.5%	93.0%
ジェル(オイリー肌用)	88.6%	107.5%	133.0%
ジェル(ドライ肌用)			
日やけ止め			

(出所) 調査団

⁹ JETRO ホームページ(<http://www.jetro.go.jp/world/asia/bd/qa/01/04A-030125>)

¹⁰ 運賃込み条件。売主は、積み地の港で本船に荷物を積み込むまでの費用および海上運賃を負担し、それ以降の保険料およびリスクは買主が負担する。

¹¹ 輸送費込み条件。売主は、指定された場所(積み地のコンテナ・ヤード等)で商品を運送人に渡すまでのリスクと海上運賃を負担し、それ以降のコストとリスクは買主が負担する。

¹² 本船甲板渡し条件。売主は、積み地の港で本船に荷物を積み込むまでの費用を負担し、それ以降の費用およびリスクは買主が負担する。

バングラデシュは以下の2つの自由貿易協定に参加しているが、いずれもほとんど機能していない。特に生活雑貨、嗜好品、化粧品等については、対象項目にはなっているが適用するまでの手続きが膨大であり、手続き期間・費用がかかることを考えると、特惠関税を活用するメリットは現時点ではない。日系同業種での活用実績もない。

表 3-5 バングラデシュが参加する自由貿易協定

貿易協定・締結	内容/状況
南アジア自由貿易エリア (South Asia Free Trade Area :SAFTA)	<ul style="list-style-type: none"> ● 2006年にインド、パキスタン、スリランカにて発足、現在の加盟国は8ヶ国(バングラデシュ、インド、パキスタン、スリランカ、ネパール、ブータン、モルディブ、アフガニスタン)。 ● 2016年までに関税を0~5%に削減し、2020年までに経済統合を深めて「南アジア経済連合」に移行することを目指している。 ● 加盟国は8カ国
アジア太平洋貿易協定 (Asia Pacific Trade Agreement: APTA)	<ul style="list-style-type: none"> ● 2002年に発足。食料品、繊維工業製品、電気機器、電子部品、非鉄金属を中心に関税優遇措置を進めている。 ● 加盟国は6カ国(中国、韓国、インド、スリランカ、バングラデシュ、ラオス)。

(出所)外務省等のHPをもとに調査団作成

③信用状(L/C)決済遅延の罰則規定

バングラデシュ銀行(中央銀行)は、信用状(L/C)決済遅延の新たな罰則規定を2014年3月12日に発表した。L/C決済遅延はバングラデシュのほとんどの国営・民間企業で恒常化しており、進出日系企業に絡む遅延は年間2,000件おきている。当プロジェクトでもL/C決済を使用したがる、幸いなことに遅延は起きなかった。今後も取引にL/C決済を使用する可能性が高いことから、この規定による改善に期待したい。

④外国企業の借入規制緩和

バングラデシュ銀行(中央銀行)は、外国企業によるタカ建て長期借入のルール緩和を2014年3月11日に発表した。これにより、バングラデシュ国内で3年以上操業する外資系製造会社ならびにサービス業は、国内金融市場からタカ建ての長期借入が可能となった。ただし、借入の用途は設備投資のみとなっており、投資庁(BOI)を通じた中央銀行の事前許可が必要である。

また3月12日には短期借入ルール緩和も発表している。これにより、外資系製造会社は中央銀行の事前許可なく返済期間1年を限度に、国外の親会社もしくは関連会社からのみ外貨建て無利子借入れをすることが可能である。

(2) 薬事・製品規格関連

①製品規格

バングラデシュ国内での販売に関しては、スキンパウダー、スキンクリーム、リップスティック等、BSTIの規格適合証明スキームの対象となるものを販売する場合には、商品毎に規格適合証(Certification Mark)を取る必要がある。一方、対象品目外の化粧品類を販売する場合はこの証明書を取

得する必要はない。

BSTI の認証までのスケジュールは以下のとおりである。

- i. 外見と中身の検査(1～2 週間)
- ii. 検査合格後に、BSTI 認証シール(輸入元等が作成)を 1 つずつの製品に貼る。
- iii. 倉庫に保管したシール貼付済みの商品を、検査員が再度検品。シールがしっかり貼れているかどうか等を確認後、合格となれば販売可能となる。(輸入後 1～2 ヶ月後)

BSTI 手続きにかかる現地情報によれば、飲料品の含有成分虚偽申請の発覚後に規制が強化され、上記以上に認証まで時間がかかる状況となっている。

また、日本貿易振興機構(Japan External Trade Organization:JETRO)現地事務所から BSTI の手続きは煩雑であるとの情報を得たため、成分と合わせて BSTI 担当者に事前に対象外であることをメールで確認の上、製品名を gel、sun protect とした。

② 成分規制

化粧品の内容物、すなわち配合原料について、禁止成分、制限成分の規定はない¹³。ただし、エチルアルコールを含む化粧水等の場合は注意が必要となる。バングラデシュではアルコールの輸入が原則として禁止されており、登録された医薬品メーカー以外はエチルアルコールの輸入ができない。現地のパートナーが医薬品の製造許可を取得している場合は問題ないが、そうでない場合には事前に商業省との協議が必要となる。その他、医薬品の原料となるものを化粧品原料として輸入することはできない。プロビタミン(ビタミン前駆体)やビタミン、さらには植物性の液汁、エキス、ペクチン質、寒天等の植物由来原料については、薬物管理局長から事前に輸入許可を取得しておく必要がある。

今次製品にはアルコールは含まれないので輸入許可は必要ない。

③ 表示

外箱および商品に以下の表示が義務付けられている。a.化粧品の名称、b.製造者の名前・住所、輸入者の名前・住所、c.内容量、d.内容物、e.製造番号、f.製造年月日、g.使用期限、h.最大の小売価格(小売の上限価格)、i. BSTI の認証マーク(必要な場合)が絶対表示事項となっている。ただし、リップスティック等の小さな化粧品については別途簡略表示が可能である¹⁴。

訴求表現についてはバングラデシュでの規制がなく、それを示す根拠データ等についても必要とされないため、JETRO の見解である「自主基準での対応を推奨する」に従う。

(3) 商標関連

当面は資生堂ベトナム工場で製品を生産し、バングラデシュに輸出販売する形態をとるため、ベトナム、バングラデシュ双方での商標申請が必要である。2012 年 1 月に両国においてブランド名称「Les DIVAS」の商標申請を完了している。

バングラデシュでは商標登録申請はできても商標が守られていない実態があり、機能していないとも言えるが、今後のことを見据えて念のため申請を行なっている。実際の登録については、ベトナムは

¹³ JETRO ホームページ(<http://www.jetro.go.jp/world/asia/bd/qa/01/04A-030125>)

¹⁴ 同上

現在も商標審査中、バングラデシュでは商標審査を通過し現在公告中のため、いずれも最終登録まではまだ時間がかかる予定である。

3-1-4. 現地の商流・物流

(1) 商流・物流

商流については、最終的に N-WAVE(輸入代理店)および JITA(農村での販売ルートを有する)をパートナーとして業務委託を行なった。資生堂ベトナム工場から資生堂本社が商品を買上げ、N-WAVE バングラデシュへ販売し、それを JITA へ販売、さらに JITA よりアパラジタへ販売する流れで実施した¹⁵。



図 3-1 商品の流れ

(出所) 調査団

物流においては、ダイレクトに資生堂ベトナム工場からバングラデシュのチッタゴン港まで船による輸送を行なった。商品の現地側での輸送(チッタゴン港からタンガイル倉庫)は、当初バングラデシュ日通に業務を委託することを検討していたが、最終的に N-WAVE と取引実績のある HR Global Logistics に依頼した。現地経験が豊富で臨機応変に対応できること、さらに日系企業の取扱実績が多いことが主な理由である(現地輸送企業比較については下記表 3-6 を参照)。

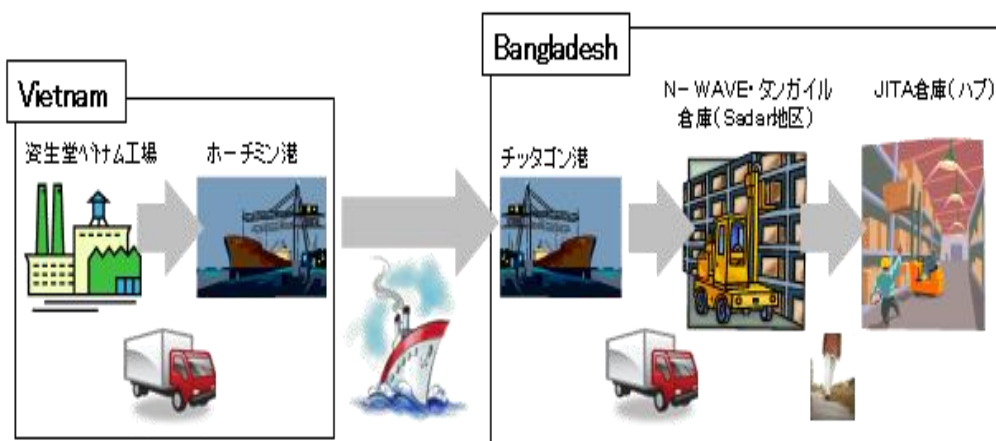


図 3-2 物流

(出所) 調査団

¹⁵ 今回のテストマーケティングでは、JITA および販売者に支払うマージンは合計 18%である。

表 3-6 バングラデシュ国内輸送企業比較表

企業名	バングラデシュ 日通	HR Global Logistics	SHEMON TRADE	PURBA & BROTHERS
設立年度	2010 年	1996 年	2007 年	2012 年
資本金	1,000,000 USD	43,000 USD	不明	不明
従業員数	32 名	18 名	6 名	5 名
輸送費(保険、税 関費用含む)	900 USD	1,250 USD	1,100 USD	1,000 USD
追加費用の有 無(税関の手続 き等)	なし	あり (0~100 USD)	あり (金額提示なし)	あり (金額提示なし)
主な取扱製品	工業機械・家電・ 食品	家電・食品	家電	工業機械、家電
日系製品取扱	なし	あり ・N-WAVE: IC カード ・永谷園: ふりかけ ・キューピー: マヨネーズ	なし	なし

(出所) 調査団

(2) 現地倉庫

輸入後の製品を保管する現地倉庫については、輸入代理店および販売元である N-WAVE 社の業務の一環であるため同社に選定を依頼していた。しかしながら、セキュリティおよび衛生環境等の観点で適するものが見つからなかったため、小売販売を担当するパートナー JITA 経由で選定を進め、最終的に JITA のタンガイルオフィスの 1 室を倉庫として選定した。湿気対策等のため床にはフロアマットを敷くなど対策をとっている。

表 3-7 バングラデシュ国内倉庫候補比較表

No	倉庫所在地	大きさ	月当り使用料	預託金	利用可能時期
1	JITA ハブ隣	長さ: 16ft 幅: 7ft 高さ: 10ft	1,000-1,200 タ カ	60,000- 70,000 タカ	7 ヶ月のみ利用可
2	JITA ハブ前	長さ: 24ft 幅: 8ft 高さ: 10ft	2,200 to 2,500 タカ	1,50,000- 2,00,000 タカ	年中利用可能
3	JITA タンガイル 事務所内	長さ: 9ft 10ic 幅: 9ft 11ic 高さ: 10ic	5,000 タカ	N/A	年中利用可能

(出所) 調査団

(3)現地生産拠点

高い輸入関税に対するコスト削減の手段として、バルクで輸入する場合 20-30% 関税率が軽減される可能性が高いため、バングラデシュ国内で中味の充填が可能な OEM 候補先を以前より調査しているが、現時点では条件を満たす拠点は全く見つかっていない。現地輸入代理店等の情報によれば、バングラデシュ国内には容器制作の OEM メーカーは存在するものの、中味の充填および包装を引き受ける OEM メーカーは現時点では存在しないとのことである。

例えば、バルクで輸入し現地で充填して販売しているユニリーバは、充填機械を自社で持ち込み自社製品だけを充填している状況であり、現地で生産するためにはそれなりの投資が必要な状況がわかっている。

2014 年 9 月、JETRO との協議の上、OEM 先の最新リストを作成してもらったものの、同様に中味の充填および包装を引き受ける OEM 先の候補選定までには及ばなかった。しかしながら、EPZ(Export Processing Zone : バングラデシュ輸出加工区)内のレンタル工場設立など、同国の製造環境が整うに従って今後 OEM 候補先が見つかる可能性はあるため、引き続き情報収集を行なっていく。

3-1-5. 市場の現状

2012 年にバングラデシュの調査会社に委託して実施した同国のスキンケア、ヘアケア製品、皮膚用医薬品の市場調査結果について説明する¹⁶。

スキンケア製品市場は、個人所得の増加や生活習慣の変化に伴い急拡大している。調査時時点では、市場の伸びは 2010 年以降年率 20% と予測されており、市場規模は 2010 年の 1.7 億ドルから 2016 年には 5 億ドルへと約 3 倍に拡大すると予想されている。これは医療品、ヘア製品市場よりも高い。

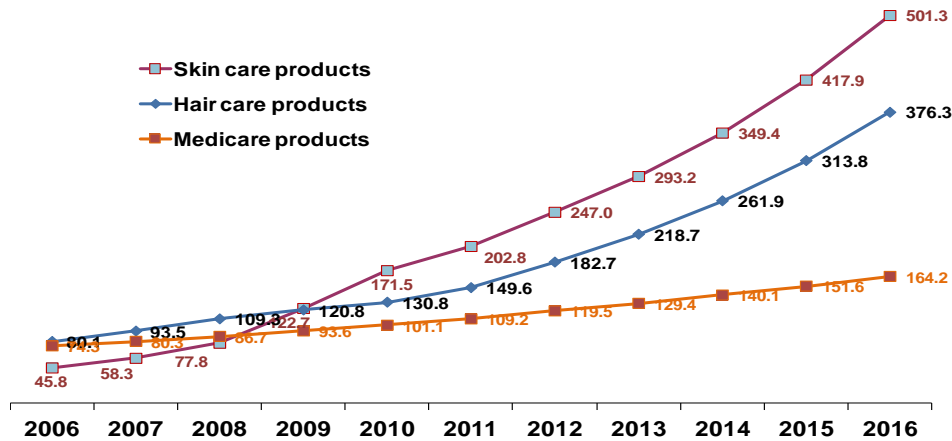


図 3-3 スキンケア、ヘアケア、皮膚関連医薬品市場規模の推移(百万ドル)

(出所) 現地マーケティング会社 I&I2011 年 5 月実施

製品別売上高では、下図に示すようにクリームは広く使用されているがサンスクリーンはほとんど

¹⁶ Insights & Ideas Ltd.に委託。市場規模や市場占有率については、公式データがないため、メーカーや卸売業者、小売店等からの聞き取り結果に基づく推計。このほか製品使用状況について、主要 6 都市の都市部、農村部において、消費者合計 500 名を対象に聞き取り調査を実施している。

普及していない。

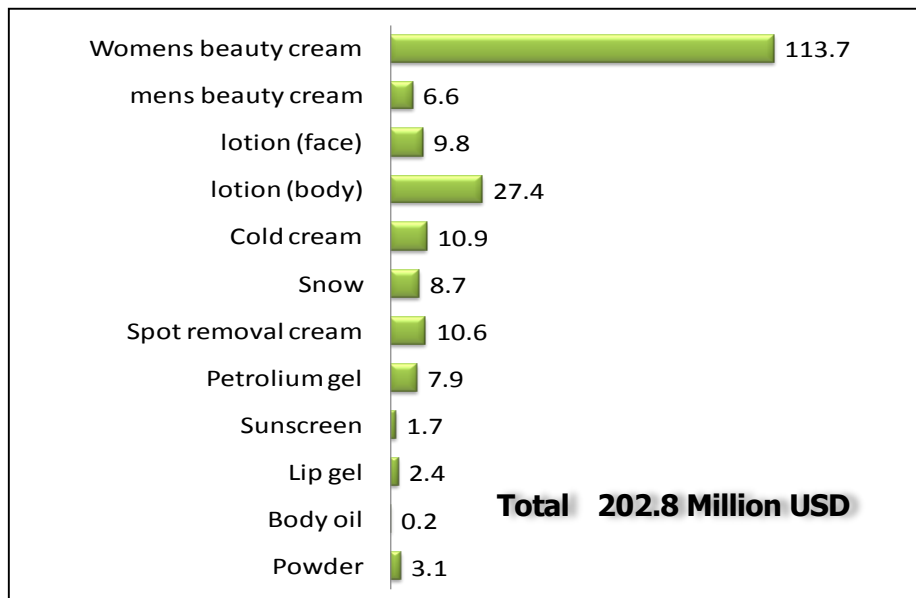


図 3-4 製品別売上高(百万ドル)

(出所) 現地マーケティング会社 I&I 2011 年 5 月実施

スキンケア市場のメーカー別占有率では、ユニリーバが圧倒的に強く市場の 45.0% を占めている。

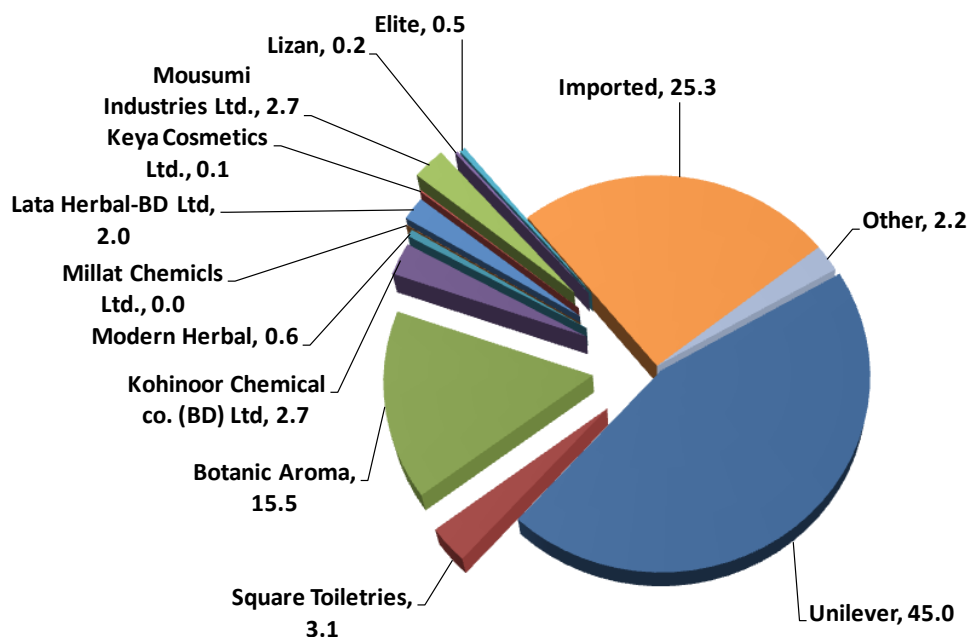


図 3-5 市場占有率(%)

(出所) 現地マーケティング会社 I&I 2011 年 5 月実施

強固な農村販売網を有していることと効果的なプロモーションによる知名度の高さが、ユニリーバの強さの源泉となっていると考えられる。

洗顔料、クリームの使用状況を下図に示す。洗顔料で半数、クリームは7割近くの対象者が毎日使うと回答しており、日常的な使用が一般的になっていると考えられる。

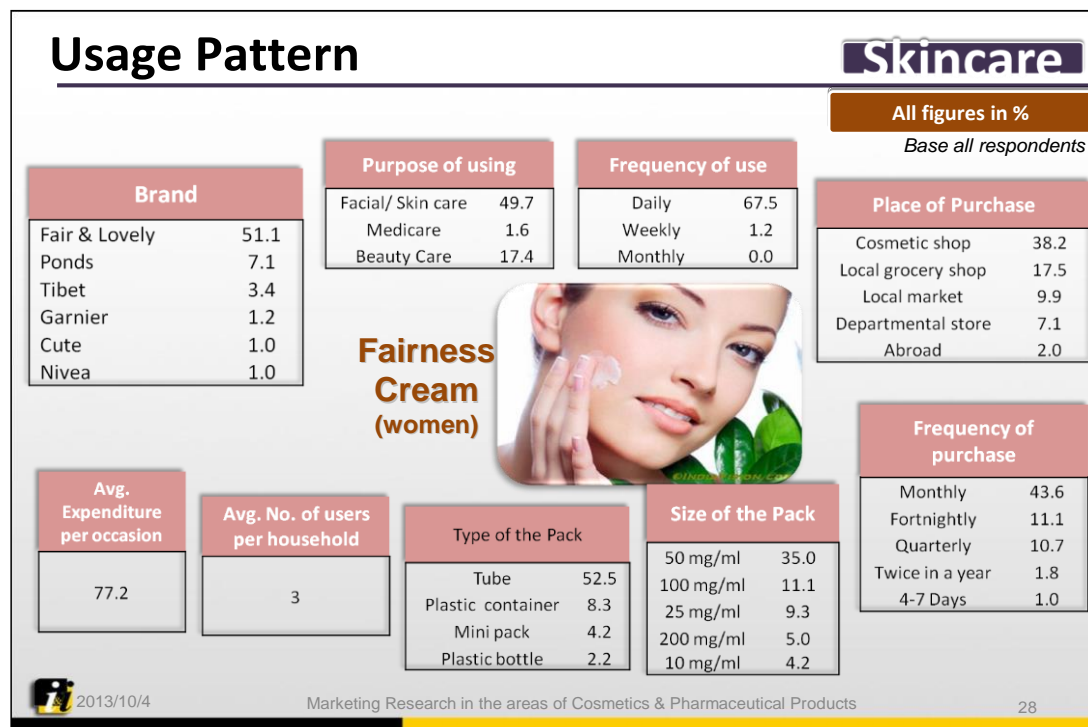
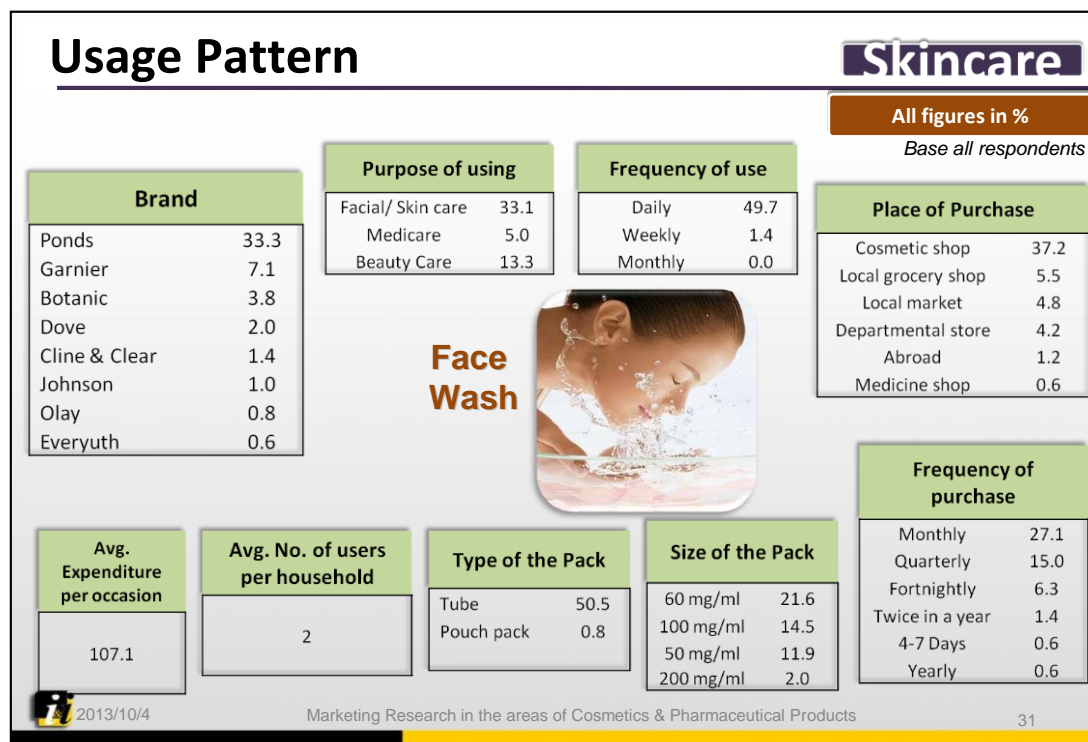


図 3-6 製品使用状況(洗顔料、クリーム)
(出所) 現地マーケティング会社 I&I 2011 年 5 月実施

いずれの製品も 50-60mg 入りのチューブ製品を毎月化粧品店で購入するパターンが一般的である。1 回当たりの購入金額は洗顔料が 107 タカ、クリームが 77 タカである。

月当たり世帯所得別に回答を比較すると以下ようになる。洗顔料においては、使用頻度や購入場所が所得により明らかに異なる。所得があがるにつれて使用頻度が増し、購入する製品も量が多いものの割合が増える。購入場所では、化粧品店の割合が増え地元の雑貨店の割合が減少する。これは低所得層の多くは農村住民であることとも関係していると考えられる。

表 3-8 所得別製品使用状況(洗顔料)

(単位：%)

	Tk. Below 5000	Tk. 5,000 - 19,999	Tk. 20000 - 49999	Tk. 50,000 and above
Brand				
Ponds	27.6	25.7	40.3	45.8
Garnier	2.8	6.3	8.3	15.3
Botanic	5.5	4.9	2.8	-
Dove	-	2.1	4.2	1.4
Clean & Clear	0.7	1.4	0.7	4.2
Johnson	-	1.4	0.7	2.8
Frequency of use				
Daily	34.5	44.4	58.3	73.6
Weekly	1.4	1.4	1.4	1.4
Monthly	0.7	-	-	-
Place of Purchase				
Cosmetic shop	20.7	36.1	46.5	54.2
Local grocery shop	6.2	7.6	3.5	4.2
Local market	4.8	2.8	6.3	5.6
Convenience shop	6.2	2.1	4.9	2.8
Others	0	0.7	0	5.6
Type of the Pack				
Tube	35.9	44.4	59.0	75.0
Mini pack	0.7	1.4	0.7	
Size of the Pack (mg/ml)				
60 mg/ml	22.1	17.4	20.8	30.6
100 mg/ml	4.1	13.2	19.4	27.8
50 mg/ml	9.0	12.5	13.2	13.9

(出所) 現地マーケティング会社 I&I 2011 年 5 月実施

クリームについては浸透度が高い事もあり、使用頻度や購入する製品のタイプに差はないが、高所得層が化粧品店で購入するケースが多いのに対し、低所得層は地元の雑貨店や市場で購入しているケースが多い。使用ブランドは、「Fair & Lovely」が圧倒的に多いものの、高所得層においては他のブランドの割合も増えている。

表 3-9 所得別製品使用状況(クリーム)

(単位：%)

	Tk. Below 5000	Tk. 5,000 - 19,999	Tk. 20000 - 49999	Tk. 50,000 and above
Brand				
Fair & Lovely	57.2	55.6	45.1	41.7
Ponds	3.4	5.6	11.8	8.3
Tibet	5.5	2.8	2.1	2.8
Garnier	0.7		0.7	5.6
Cute	-	2.1	0.7	1.4
Nevia	0.7	-	1.4	2.8
Frequency of use				
Daily	69.0	68.8	63.9	69.4
Weekly	-	2.8	1.4	-
Place of Purchase				
Cosmetic shop	24.8	41	45.8	44.4
Local grocery shop	26.2	17.4	11.1	13.9
Local Market	14.5	10.4	6.9	5.6
Convenience shop	9	9.7	4.2	4.2
Others	0	0.7	2.8	6.9
Type of the Pack				
Tube	55.9	53.5	49.3	50.0
Plastic Container	1.4	8.3	9.7	6.9
Mini pack	8.3	3.5	0.7	4.2
Size of the Pack (mg/ml)				
50 mg/ml	33.1	37.5	35.4	33.3
100 mg/ml	10.3	10.4	10.4	15.3
25 mg/ml	13.8	9.7	6.3	5.6

(出所) 現地マーケティング会社 I&I 2011年5月実施

3-1-6. 対象顧客の状況

(1)パイロットエリアの状況

パイロット事業はタンガイル県にある 16 村で実施した。パイロット対象村は、販売および啓発活動を担う JITA の活動実績のある村であること、アパラジタが活動していること、所得水準が高い人が比較的多く住んでいることを基準として選定した。

パイロットエリアの地図は、次頁の通りである。

① 社会経済状況

対象村に関する詳細情報は別添 1 の通りである。対象村の平均世帯所得は月 5,000-10,000 タカだが、人口の 1-2 割が海外に出稼ぎしており、彼らからの送金が貴重な収入源となっている。海外で高所得の職に就いている場合、送金額は低くても農業所得に加えて送金を受け取れる世帯は、相対的に購買力が高い。

ダッカに比較的近いという地理上の利点、出稼ぎ者が多く比較的所得水準も高いこと等から、対象地域の保健、衛生、栄養状況は、バングラデシュ平均よりもかなりよいことが確認された(別添 2 参照)。

対象地域の女性のほとんどは専業主婦だが、家畜の世話や生産物(卵、牛乳)の販売で得た収入を自分で使っている女性もいる。既婚でありながら高等教育を受けている女性もおり、このような女性は新しいものへの関心が高い。

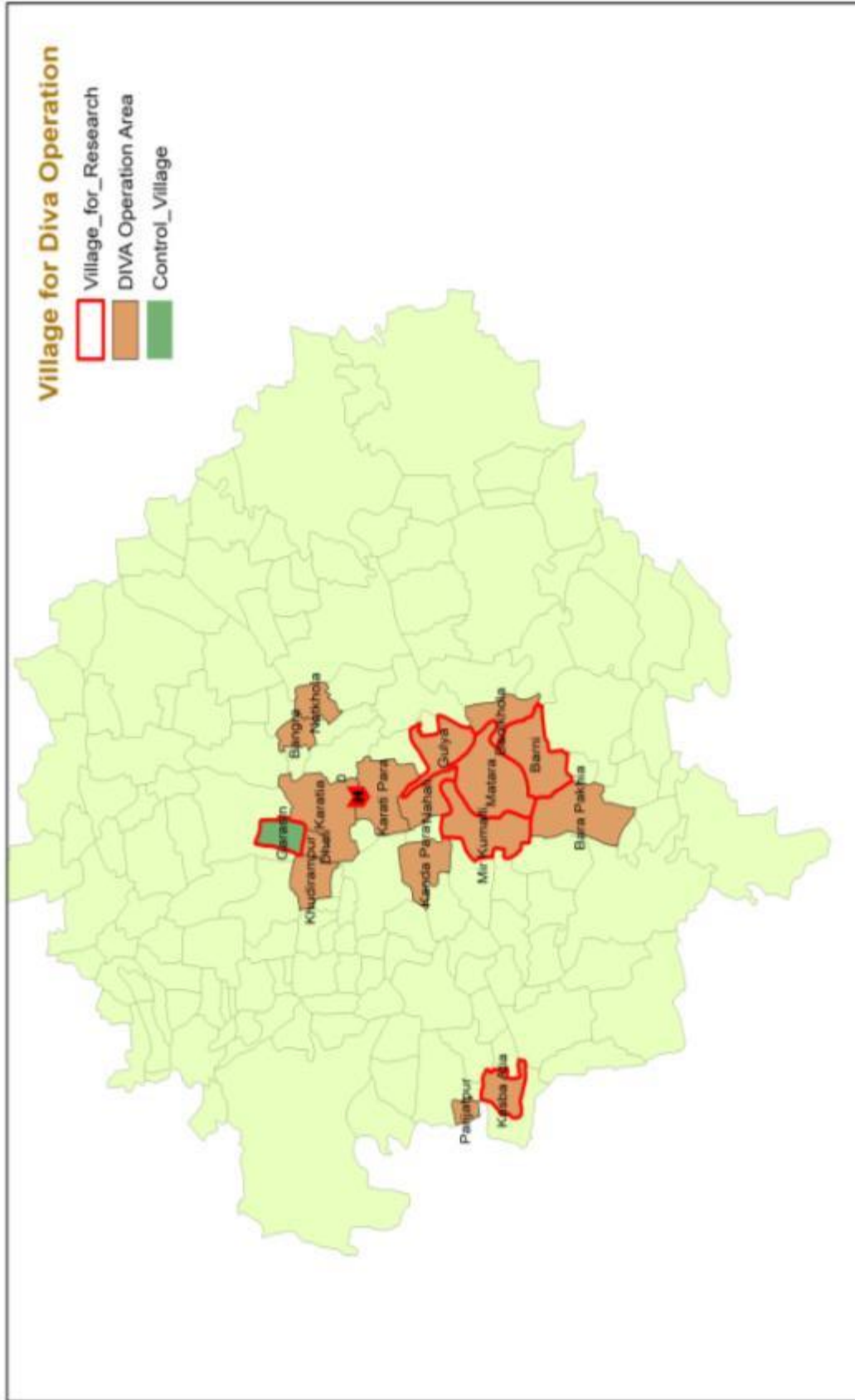


図 3-7 パイロットエリア

(出所) 調査団

② 対象地域の市場の状況

現地調査において、対象エリアから数村を選び、女性がスキンケア製品を購入する店の状況を調査した。調査した村には、地域の中心市場(Karatia Bazaar)への距離に応じて5-40の店舗がある。

Karatia 市場に近い村(Gulya など)では村人が直接市場に行ってしまうため、店は小さく品揃えも少ない。他方、遠い村(Barni)では村の店舗で買い物をする人が多いためか、店の規模も大きく品揃えも相対的に多い。幹線道路沿いにある Garasin 村では、独自に新たな市場が形成されつつあった。

しかしながら、インタビューした女性ほどの村においても、スキンケア製品を Karatia 市場もしくはアパラジタから購入すると回答していた。Karatia 市場には化粧品を販売している店が密集する一角があり、品揃え、販売量とも豊富である。購入者は男性、女性双方とのことであった。この結果は、後述する質問票調査の結果とも一致する。

(2) 対象顧客の状況

対象顧客の現状を把握するため、パイロットエリア 6 村の 18 才から 39 才の女性 300 人を対象に質問票調査を実施した。6 村のうち 5 村は、パイロット事業の対象であるパイロット村、残り 1 村は事業による開発効果を検証するための比較対象として選定したコントロール村である。本質問票調査は開発効果を測定するため、パイロット事業の実施前と実施後の 2 回実施し、回答の変化を分析した。調査にあたっては、測定された変化がパイロット事業によるものかどうかを判断するため、条件が似ているが事業を行わない 1 村をコントロール村として選定し、パイロット事業対象村と結果を比較した。質問票調査の詳細は「5.開発効果」を参照。ここでは、質問票調査の結果に基づき、対象顧客の衛生・栄養面の知識、生活習慣について説明する。

①調査対象者のプロフィール

調査対象の平均年齢は 25 歳、約 7 割が既婚。同一世帯人数は 5 名、子供は 1~2 名であり、本人・夫・(どちらかの)両親か片方の親・子供 1~2 人が典型的な家族像と推定される。

世帯収入平均は約 11,000 タカ¹⁷。収入の最大用途は食費。世帯収入に占める化粧品/スキンケア製品への支出割合は約 4.5%(平均 490 タカ)。

対象者の最終学歴は様々で、特定の学歴への集中は見られない。7 割以上は初等教育を修了している。ベンガル語の識字率は約 70%、英語の識字率は約 50%(部分的に読める人も含む)であった。

対象者の大部分は専業主婦である。働いている場合は、農作業が多い。毎月の収入は 2,000 タカ以下がほとんどであった。

②スキンケア製品購入使用状況

洗顔・保湿については日常の行動として定着しており、約 9 割が 1 日 2 回以上行なっている。他方、日やけ止めについてはほとんど使用されていない。これは前述の市場調査の結果とも一致する。

スキンケア製品購入の意思決定には 7 割以上が関与しているが、自分で製品を購入するのは 5 割に留まる。意思決定を夫と共同で行なう回答者・製品購入を夫が行なう回答者がともに約 2 割おり、夫の影響が大きいことがわかる。

¹⁷ 世帯収入額回答者の平均。所得額の範囲のみしか回答していない回答者もいるため、正確ではないことに留意。以下の分析でも同様。所得分布は、「5,001 タカ~10,000 タカ」が最も多いため、所得額平均は実際にはこれより低いと考えられる。

製品を購入する際には、テレビからの情報を参考に、街のマーケットやアパジャタを活用する人が多い。製品の使用方法を知る手段は、テレビ・製品ラベルが最も多い。製品購入の際の情報源・使用方法を知る手段としてアパジャタを活用する回答者は2割程度であった。

③保健、衛生、栄養に関する関心、知識と生活習慣

i) 衛生

水、手洗い、洗顔、洗濯、寝具の手入れなど、基本的な衛生習慣は浸透しており、村の間の差もそれほど見られなかった。

水については、フィルターを使う人が多く、予想以上にヒ素や鉄の影響¹⁸が大きいことを伺われた。

これら習慣を行なう理由について、「汚れや雑菌を取り除く」という認識が、「手洗い」では9割に達するが、「タオルの洗濯」「洗顔」では6-7割、「寝具の手入れ」では3-4割に低下する。政府やNGOのキャンペーンが「手洗い」にフォーカスしている結果と推測されるが、後者においては、実践してはいるものの、理由をよくわかっていないため、「きちんと実施できていない」したがって「効果が薄い」可能性はある。

したがって啓発活動において、「行動の意味」をきちんと説明した上で、「正しい方法」を教えることで正しい衛生習慣の普及を支援できると考えられる。この効果は、「意味」を理解している人が増えることで、ある程度測定することが可能である。

ii) 栄養

栄養に関しては、基本的知識は有しているが必ずしも実践されていないことが伺えた。調理の際の最大関心事は「味」(パイロット、コントロール村とも86%)であり、栄養への関心は5-6割。9割が栄養のバランスが重要であることを理解しており、「卵」「牛乳」「野菜(特定の葉物野菜を挙げる人多数)」を栄養のある食品として指摘していた。野菜不足による「鳥目」などについても知られている。

しかしながら実際に前日食べた野菜を質問すると、「葉物野菜」と回答した人は1-2割であった。また野菜調理上の留意点としては「加熱しすぎない」は比較的知られていた(6割程度)が、「量」や「種類」の認識は希薄(各1-2割)であった。

したがって栄養バランスを実現する上で、「野菜」の重要性を強調し、野菜摂取法として「量」や「種類」の確保の必要性を啓発することは有効と考えられる。ただし、その際知識はありつつ実践されていない葉物野菜について、入手可能性など摂取を妨げる要因がないかどうかを確認しておく必要がある。

塩分、油分、糖分等の摂取過剰の影響については、かなり誤った知識が浸透していると考えられる。「糖分」が肥満の原因となることはほとんど認識されていない。塩分については、恐らく「血圧」の概念を理解することが難しいためか、「貧血」になると考えている人が多かった。確かに体の構造がわからないと、栄養素の過剰摂取による健康被害について正しく理解することは難しいと思われるため、啓発活動においてはあまり欲張らず、基本事項に留める程度でよいと考えられる。

iii) その他

¹⁸ タンガイル県保健局のヒアリングによると、パイロット地域のヒ素汚染の可能性は3-5%程度。政府は5-6年前に県内の全ての管井戸の汚染状況を調査し、汚染が深刻な井戸は使用禁止にするなどの措置をとっている。ヒ素が見つかった場合は、政府が推奨するヒ素対策要のフィルター使用を指導しているとのこと。

睡眠、運動、紫外線、喫煙と健康との関係について、基本知識は浸透している。紫外線については、9割が浴びると日やけすることを知っているが、日やけ止めを塗る人はほぼ皆無であった。睡眠は21時、夕食も21時が最も多い。多くの人は食べた後、すぐ就寝している。タバコの健康被害については、「ガン」を9割、「喘息」を5割が知っている。

iv)情報源

情報源はTVが6割、家族4割(コントロール村は各5割、4割)。Mir Cumulliのみアパラジタを含む「販売員」が3割と突出している。Mir Cumulliは、タオルの雑菌の影響、栄養バランスの重要性、塩分過剰摂取の健康への影響、野菜と貧血の関係、肌と栄養との関係、紫外線による肌への影響、肌により睡眠時間などの回答率が突出して高い。恐らく資生堂や他団体のこれまでの啓発活動内容が記憶されていること、アパラジタによる普及の双方があると考えられる¹⁹。そうであれば、数回の啓発活動であっても、内容が印象的であれば十分に知識として定着することが証明されたといえ、今次啓発活動の効果も十分に期待できると考えられる。

他人への知識の提供については、「友人・知人に教える」が5-6割。Mir Cumulliが76%と突出して高い。

v)肌の状態

肌トラブルがある人は7割であった。多いのは、にきび、しみ、脂性肌。トラブルがあっても何もしない人が3割と最も多い。対処する場合は、どのトラブルに対しても「クリームを塗る」が多い。「洗顔」も浸透している。Mir Cumulliのみ、「水を飲む」「直射日光を避ける」「脂っこい食べ物を摂らない」など、クリーム以外の対処方法が挙げられている。

vi) エンパワーメント

顔の肌の状態に非常に満足している回答者、スキンケアに対して非常に自信がある回答者はともに約3割。半数程度の回答者は「やや満足」「そこそこ自信がある」と回答。一方で肌トラブルがある人が7割もいることから、啓発活動において適切なトラブル予防法・対処法を伝授することにより、「非常に満足/自信」の回答者を増やすことは可能と考えられる。

自分のヘルスケアに関する意思決定については、8割が自分が関与、子供のヘルスケアについては約6割が自分が関与。ただし双方とも「夫と共同」が4割前後を占めることから、啓発活動に夫を巻き込むことは効果的と思われる。意思決定内容に対してほぼ全員が一定程度の自信を示しているが、約半数は「やや自信がある」との回答であり、啓発活動における情報提供がさらなる自信向上につながる可能性がある。

約6割が外出に対して積極的、約4割は消極的。外出したい理由は「人に会える」「欲しいものが買える」「リフレッシュできる」など。新しい友人を作ることについては約8割が前向きであった。

ほぼ全員が将来実現したい目標を持ち、目標実現について一定の自信を持っている。

3-1-7. 社会文化的側面

¹⁹ 調査実施を担当したJITAからのヒアリングによれば、特定の美容情報の情報源は、8名がJITAスタッフ、5名が資生堂が実施したワークショップと回答している。

(1) 宗教的側面を考慮した製品設計

国民の約90%がイスラム教であることを考慮し、ハラル認証を取得²⁰したスキンケア4製品を設計、開発した。バングラデシュには、ハラル認証を受けたスキンケア製品は市場にほとんど存在していないが、現地でのハラル、ハラム(ハラルでないもの)の認識はあり、ハラル製品があればそちらを購入、使用したいという現地ヒアリング結果も聞かれたため、より多くの方に安心して使って頂けるよう上記設計を行なった。

また、申請プロセスは、申請→書類審査→審査官による現場査察→許可取得の順に行なった。

(2) 農村女性へアプローチすることによる農村男性、家族全体への影響

ワークショップ、販売についてはパートナーJITAのRSPを活用する。RSPが新しい村で活動する際には、村長、オピニオンリーダー等に事前に説明し、販売や啓発活動に対する許可を得ている。このプロジェクトでの啓発活動についても同様の手続きを取っている。

これまで資生堂が実施したワークショップについて、パイロット地域のオピニオンリーダーと意見交換をしたところ、以下のように概ね肯定的な意見であった。

- ▶ 女性のためのワークショップ(知識啓発)はとてもいい。女性にとって必要である。
- ▶ 美しくなる為、女性が化粧品を使うことは嬉しい。
- ▶ 女性たちは、自分に合った製品を知らないため、宣伝に惹かれて間違った製品でも使用している。市場に製品を置いて、利益を得ようとしているだけの会社はよくない。きちんと医療検査も行なうなど、いい品質のものもある。
- ▶ 情報提供するような啓発活動であれば、100%協力する。村に直接売りにくるのもいい。
- ▶ アパラジタからも私の妻は購入しており、RSPはいい仕組みだと思う。
- ▶ (ワークショップなどで)女性が化粧品を購入するのに、夫に許可を得る必要はない。

啓発活動開始後、農村男性にもヒアリングを行ない、ワークショップや製品販売などの活動に対する意見をうかがった。

● 意識啓発活動の意義

- ▶ 妻がAOとして働くことに反対したことはない。彼女ならできると思ったし、社会的な影響のある仕事だと思っていた。(ベテランAOの夫)
- ▶ 村落住民の意識啓発をすることで意義のある仕事だと思う。(パイロットの)村だけでなく、もっと多くの人に参加してもらい、ダイナミックに展開するべきだと思う。字の読めない人も含めて、こういうよい商品があることを知ってほしい。そして、その使い方を知ってほしい。(ベテランAOの夫)
- ▶ ワークショップは、女性が開いて女性が参加しているものなので、妻も参加してよい。男性と女性が混合で開催されるワークショップや、家事が残っている場合は、妻の参加には反対である。家事が多少残っていても、(本事業のように)場所が近ければ問題ない。(海外出稼ぎ労働者の男性)

²⁰ イスラム法で合法と認められたイスラム教徒が使用を許されている原料使用、製造過程等で作られていることを、ハラル認証期間で承認されること。

- ワークショップの内容について、妻が学んだことを話してくれる。スキンテストをもとに化粧品の使い方を習うことは、よいイニシアティブだと思う。(海外出稼ぎ労働者の男性)
- **女性の家庭外での経済活動参画について**
 - 妻が家庭の外で働くことに問題を感じたことはない。妻は出かける前に家事をすべて終わらせてから出かけるし、今は長男の嫁がいるので、残りの家事は嫁がする。(ベテラン AO の夫)
 - 妻が AO として働き始めてからの大きな変化は、経済的な支援をしてもらえるようになったこと。妻が働いていなければ自分だけの収入しかないので、大変助かっている。(ベテラン AO の夫)
 - 自分が助かったのだから、ほかの男性も妻が働くことをサポートするべきだと思う。(ベテラン AO の夫)
 - 長男の嫁が望むなら、彼女が AO として働いても反対はしない。大事なのは、本人がやりたいかどうかと、仕事を続けていく体力(スタミナ)があるかどうか。(ベテラン AO の夫)
 - 初めに娘から AO の仕事をしたいと言われたとき、自分だけでは娘にかかる(高等教育の)経費を全部出せないため、働いて稼ぎたいのなら、その仕事をしたらどうだと答えた。(「保守的」と言われる農民男性)
 - 娘が AO として働き始めたときは、高校は出たけれど、あまり頭がいいとは思っていなかった。その後の働きぶりを見て、ワークショップをしたり、作業時間を管理して夜に家庭教師の仕事をしたりして、以前より頭がよくなったと思う。こんなに人前で話ができるようになるのは、考えていなかった。(「保守的」と言われる農民男性)
 - これから教育を受けた後、いずれ結婚してくれるとうれしい。(「保守的」と言われる農民男性)
- **今後の展開について**
 - 可能なら、このすばらしい日本製品を、バングラデシュ全国でもっと拡大して宣伝すべき。国内にあるインド製品よりも、こちらをもっと宣伝してほしい。(ベテラン AO の夫)
- **男性側のニーズ、購買行動**
 - 妻が、一度だけ「Les DIVAS」の製品を購入したことがある。その後は、自分がシンガポールで購入した化粧品を使っている。バングラデシュでは、家族から出稼ぎ先の化粧品を買ってくるよう頼まれるのが一般的な話である。(海外出稼ぎ労働者の男性)
 - 化粧品を買う時に気にする条件は、質の良いものであること、どこの製品かということ、収入に応じた価格である。バングラデシュでは、ブランドであっても偽物が流通していることが多く、信用ができない。偽物を使用すると、かえって肌に悪い。(海外出稼ぎ労働者の男性)
 - 女性ほどは使わないが、自分も化粧品を使う。いちばんよく使うのが洗顔料。ほかにクリームやローションを使う。男性用の製品も紹介してほしい。(海外出稼ぎ労働者の男性)
 - 男性の話も聞いてくれることに、強い関心がある。「Les DIVAS」を使用しているが、パッケージが女性向けだし、男性用のものがあるとよいと思っている。(ベテラン AO の夫)

- ▶ 男性のためのワークショップが必要だとは思わない。女性に対して教育をすることで、それが男性にも伝わるし、女性の販売員や情報ソースとなる女性から製品を買うことができるから。(ベテラン AO の夫)
- ▶ 男性対象のワークショップも開いてくれるとよい。その理由は、男性の持つ社会ネットワークをも活用することができるから。例えば、村にはモスクの関係者や教育関係者、墓地を管理する人物などがいる。こうした人々は社会活動に関わる人たちで、他の村への影響力も持っている。こうした男性も販売や流通に協力できるはずだし、それによりもっとよいマーケットにつながると思う。(海外出稼ぎ労働者の男性)

3-2. パイロット事業の実施および評価

2014年1月から2015年1月まで、スキンケア製品の販売および啓発に関するパイロット事業を実施した。本項では、パイロット事業の枠組みと実績および得られた教訓について述べる。

3-2-1. パイロット事業の枠組み

(1) パイロット事業概要

パイロット事業の概要は以下の通り。

表 3-10 パイロット事業概要

項目		パイロット事業の内容
期間		2014年1月～2015年1月(13ヶ月間)
対象地域		タンガイル県の16村、人口48,000人
ターゲット層		BOP上位層に属する農村部10代後半～30代の女性
A. 販売活動	販売方法	①アパラジタが、担当している村を毎日訪問してスキンケア製品を販売する。「B. 啓発活動」のスケジュールとは関係なく、販売活動を行なう。 ②「B. 啓発活動」を実施するAOが、啓発ワークショップの中で、またアパラジタとの自宅訪問を通じて製品を販売する。
	販売従事者数	①アパラジタ：24名(2014年5月時点) ②AO：常時8名、延べ11名
	販売製品	洗顔料(200タカ)、ジェル(150タカ)(2種類)、日やけ止め(200タカ)の3品目4種類
	販売目標	洗顔料4,000個、ジェル2,000個×2種類、日やけ止め2,000個 合計10,000個
B. 啓発活動	啓発活動の方法	AO2名1組で担当する村を訪問し、1回30人程度を集めて啓発活動および製品販売を行なう。4ヶ月を1クールとし、3クール実施(各クールの対象者は同じ)。当初は1日2回を予定していたが、途中からうち1回をとりやめ、自宅訪問とした(詳細は後述)。 第1クール：2014年1月21日～5月20日 第2クール：2014年5月21日～9月20日 第3クール：2014年9月21日～2015年1月30日
	AO数	8名(2人1組で活動、計4組)

項目	パイロット事業の内容
	※パイロット期間中に3名が入れ替わり、延べ11名が参加。
啓発活動の 受講予定者 数	60人/日×22日/月=1,320人/月/組 1,320人/月×4ヶ月×4組=21,120人/16村 (上記は当初計画どおり1日2回実施の場合) 啓発活動の効果を波及させるため、啓発活動にはターゲット顧 客層以外にも広く参加者を募った。

(出所) 調査団

(2) パイロット事業の関係者

本パイロット事業に関わるバングラデシュ関係者とその所属、主な活動場所、役割は以下のとおりである。

表 3-11 バングラデシュ関係者

No	関係者	人数	所属	主な活動 場所	役割
1	Mr. Saif Al Rashid (調査団員)	—	JITA	ダッカ	パイロット事業のバングラデシ ュ側管理責任者
2	エリア・マネージャー	1	JITA	ダッカ・タガ イル	販売・啓発活動の監督
3	トレーナー	1	JITA	タガイル	AOに対する啓発活動の指導
4	フィールド・コーディネーター	2	JITA	農村部	啓発活動対象者の動員、AOの管 理、AOを通じたアパラジタの管 理、啓発活動時に収集する情報の 管理
5	AO	8	JITA	農村部	啓発活動の動員・実施、啓発活動 時の情報収集、アパラジタの管 理・同行を通じたスキンケア製品 の販売
6	アパラジタ	24	JITA	農村部	スキンケア製品の訪問販売、訪問 時の情報収集
7	BOP 上位層の10代後 半～30代農村女性	—	—	農村部	販売活動の主ターゲット、啓発活 動のターゲット
8	上記7以外の農村住民	—	—	農村部	販売活動の副ターゲット、啓発活 動のターゲット

(出所) 調査団

また、上記関係者および日本調査団との関係は次の図のとおりである。

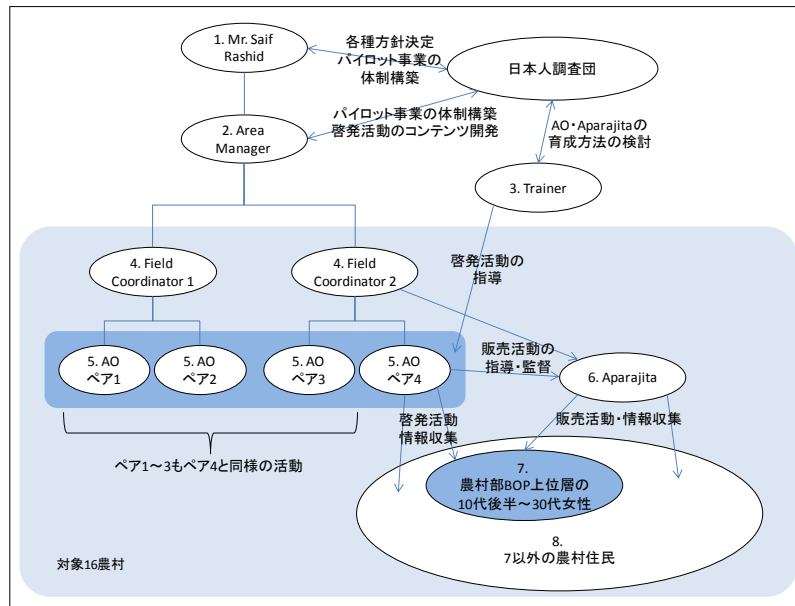


図 3-8 パイロット事業の関係者

(出所) 調査団

(3) パイロット事業における調査内容

販売・啓発のパイロット活動を通じて事業化に向けた以下の各項目について調査した。調査方法は、継続的なモニタリングおよび各クール間に実施したレビューでの関係者に対するアンケート・聞き取り調査である。

表 3-12 パイロット事業における調査内容

	調査項目	調査内容
販売活動	生産・流通・販売モデル	<ul style="list-style-type: none"> 生産数、生産における障害 流通状況、流通における障害 仕入・販売状況、仕入・販売における障害
	販売計画	<ul style="list-style-type: none"> 製品販売数量(総数) 競合製品の販売状況 季節、文化慣習等の外部要因の売上への影響
	製品改良の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 製品販売数量(総数・リピート数) 製品満足度 製品の使用効果
啓発活動	啓発活動改良の方向性	<ul style="list-style-type: none"> 啓発活動に対する顧客の評価 啓発内容の理解度・実行度・持続度 AOの受容度
	人材育成計画	<ul style="list-style-type: none"> AOの育成施策、育成状況、育成上の課題
両活動あわせて	財務分析	<ul style="list-style-type: none"> 売上および各活動のコスト 啓発活動と売上の関係

(出所) 調査団

3-2-2. 当初計画からの変更点

(1) パイロット事業の開始時期

当初、パイロット事業は2013年10月から開始する予定であった。しかし、現地の政情不安・治安状況の悪化により現地での活動が制限されたため、約3か月遅れの2014年1月から開始することとなった。

(2) 啓発活動の実施方法

当初の計画では、啓発活動は4か月×2クールの実施としていたが、4か月×3クールの実施に変更した。計画段階では、第1クールでは異なる2種類のコンテンツの啓発活動(①資生堂が保有するコンテンツ(=スキンケアに関する内容)のみ、②身の回りの衛生や栄養に関する意識啓発の内容を①に加えたコンテンツ)を並行して実施し、結果の違いを検証し、第2クールでは2種類を統合したコンテンツを実施することを想定していた。しかし、調査開始後の検討の結果、生活改善事業である以上、衛生や栄養に関するコンテンツは必須であることから、コンテンツの比較検証は行わず、最初から衛生・栄養にまつわる内容を盛り込んだ啓発活動を実施し、レビューを通じて活動内容を精査することに決定した。加えて、ベースライン調査および啓発活動に関する現地調査結果より、対象女性の肌の問題が主に3つ(にきび、しみ、しわ)であることが判明した。啓発活動による訴求を効果的にするためには、1回の活動では1つのテーマに絞った方が効果的と予想されることから、3クールでの実施となった。

(3) AOの販売活動に対する関与の強化

パイロット事業開始前の想定では、個別訪問による販売活動はアパラジタ、啓発ワークショップにおける販売活動はAOが行なうと区別していた。しかし、パイロット事業開始後、アパラジタによる個別訪問販売が思うような成果を挙げず、能力強化の必要性が生じたため、3月中旬以降、アパラジタの個別訪問に一部、AOが同行するように変更した。結果、アパラジタの販売スキルや顧客に対する製品の説明や製品使用に対する動機づけの質が多少向上し、販売成果が高まったアパラジタも見られた。

3-2-3. パイロット事業の総括

2014年1月21日から2015年1月31日まで、対象地のタンガイル県で販売活動と啓発活動を実施した。販売活動は、主にAOのワークショップや自宅訪問時の販売、アパラジタによる既存の訪問販売ルートでの販売を実施したが、結果として当初目標としていた売上数量を達成することができなかった。アパラジタの能力開発不足により当初見込んでいたアパラジタを通じた売上がほとんど得られなかったこと、効果的なプロモーション方法が試せなかったこと、そもそも目標の前提としていたワークショップでの販売が見込めなかったこと、ターゲットであるBOP上位層に十分にアプローチできなかったことなどが、当初計画に達しなかった理由と考えられる。

一方で、実際に製品を購入した女性たちからは、4品とも商品について好評価を得る結果となり、現地ニーズを徹底的に調査し商品の開発を行なった成果を得ることができた。

また、啓発活動を通して得た効果としては、ワークショップに参加した農村女性の生活習慣(衛生、健康、栄養)に関する知識習得や行動変化が見られたこと、ワークショップを実施した農村女性であるAOたちの生活習慣知識、人前で話す能力、所得向上などエンパワーメント向上が見られたことが挙げられる。この活動によって、確実に現地女性に変化をもたらし、開発効果を得ることができた(開発効果の詳細については「5. 開発効果」を参照)。

次項よりパイロット事業の詳細について、実施準備および各クールにそって説明する。

3-2-4. パイロット事業の実施準備

活動開始に際しては、製品開発、製造、製品流通の仕組みづくり、販売促進・啓発支援ツールの開発、啓発ワークショップのコンテンツ開発、アパラジタやAOに対するトレーニングの実施など、様々な準備を行なった。製品・流通に関する準備活動については「3-1. 投資環境・ビジネス環境」「3-3. 事業計画」の各調査結果を参照されたい。本項では、ツールの開発、ワークショップのコンテンツ開発、およびトレーニングの実施について述べる。

(1) 販売促進・啓発支援ツールの開発

顧客におけるブランド・製品認知度を高めるための、ブランド名と製品写真を掲載したポスターと、製品の魅力を訴求し啓発ワークショップを告知するためのテレビスクロールを作成した。その他、製品購入顧客用に製品の正しい使用方法・取扱方法を記載したリーフレットを、啓発ワークショップ参加者用に望ましい生活行動および正しいスキンケア方法を記載したリーフレットを作成した。その他、アパラジタ・AOが販売活動や啓発活動時に利用するバッグ、バッジ、バナー、うちわ、ステッカー、試用見本(テスター)などを作成した。

		
<p>ブランドロゴと製品写真を大きく載せたポスター</p>	<p>啓発ワークショップ参加者用リーフレット(表面)</p>	<p>啓発ワークショップ参加者用リーフレット(裏面)</p>
		
<p>アパラジタが製品を入れて持ち運ぶバッグ</p>	<p>AO が移動する際に使用するバッグ</p>	<p>試用見本(テスター)</p>

(2) 啓発ワークショップのコンテンツ開発

各クールの啓発活動では AO による啓発ワークショップを行なっている。ターゲットである BOP 上位の 10 代後半～30 代の女性を主対象とし、しかし限定はせず広く他の層の参加も募り、美しい肌を作る衛生・栄養分野の生活行動および正しいスキンケアの知識を提供する。各クールで、現地女性の三大肌トラブルであるにきび・しみ・しわをそれぞれ主テーマとし、それらを防ぐ生活行動の提案とすることで、対象女性の動機付けを図る。ワークショップのコンテンツの中で、正しいスキンケアに関するものは資生堂の既存のコンテンツを参考にした。衛生・栄養分野に関する内容については、「3-5. 開発効果」に後述するベースライン調査から改善が必要な生活行動の特定を行なうとともに、対象地域で実施されている主な衛生・栄養に関する啓発活動を参考にしながら開発した(タンガイル県で実施される啓発行動に関する調査結果は別添 3 参照)。

各調査の結果から、衛生・栄養に関連する啓発内容の方向性を下記の通り定めた。

<3 クール共通のコンテンツ>

➤ 衛生：「汚れや雑菌を取り除く」ことが衛生の基本であること、「汚れや雑菌の働き、人体への影響」を説明する。この目的のために、手洗い、洗顔、洗濯、寝具の天日干しをすることを説明する。

→ 洗顔、保湿、保護の 3 ステップにつなげる

<クール毎のテーマに沿ってコンテンツを開発>

- 栄養嗜好品：塩、砂糖、油、たばこの長期/過剰摂取の健康被害についても説明する。特に塩の過剰摂取が高血圧に、砂糖・油の過剰摂取が肥満、糖尿病につながることを理解してもらう。
- 栄養：バランスが取れた食事を推奨する。野菜や果物など、入手可能な食材を使った効果的な栄養素摂取法(食べ合わせなど)、適切な調理法について説明する。クッキングコンテストでの評価基準と連動した内容とする。

ワークショップでメッセージを伝達するツールとしては、非識字者の存在を考慮して視覚的な訴求効果の高い紙芝居を利用することとした。また、汚れや雑菌を取り除くためには石けん等を使うだけでは効果がなく泡立てが重要であることや、しみやしわの原因のひとつである紫外線の存在など、現地女性にとって新しい概念を直感的に理解してもらうため、口紅や、紫外線により色が変わるビーズを使った実験も取り入れることとした。ワークショップの時間は、参加者の集中力が続くよう最長 60 分とした。

上記のプロセスを経て、まず第 1 クールの啓発ワークショップの流れを以下のように決定した(第 1 クールの紙芝居については別添 4 を参照)。

表 3-13 第 1 クール啓発ワークショップの流れ

ステップ	内容	目的
イントロダクション (2 分間)	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワorkshopの流れ ・ AO の紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ・ AO に対する安心感と親しみを持ってもらう
意欲喚起	<ul style="list-style-type: none"> ・ 美しさとは？ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 女性がつ「美」への関心を引き出す

ステップ	内容	目的
(3 分間)	<ul style="list-style-type: none"> 理想の肌とは？ あなたの肌悩みは？ 	<ul style="list-style-type: none"> し、コンテンツへの期待を高める グループが特に高い関心を持っている肌悩みを聞き取り、ワークショップに反映させる
開発課題に資する啓発 (15 分間)	<ul style="list-style-type: none"> にきびを引き起こす 3 つの原因 にきびを防ぐ 3 つの方法(汚れや雑菌の除去、バランスの良い食事、正しいスキンケア) 汚れや雑菌除去に必要な泡に関する口紅実験 	<ul style="list-style-type: none"> にきびの原因を正しく知ってもらう AO の知識に信頼を寄せてもらう 衛生・栄養に関する知識を得てもらう
正しいスキンケアと商品紹介 (15 分間)	<ul style="list-style-type: none"> 正しいスキンケアの 3 ステップ 商品の紹介 希望参加者によるスキンケア体験 	<ul style="list-style-type: none"> スキンケアの正しい用法、使用量を知ってもらう 泡立ての簡単さ、気持ちよさをアピールする 製品の特徴(ハラル、日本製、現地向け開発、など)を知ってもらう
振り返り (5 分間)	<ul style="list-style-type: none"> クイズ 	<ul style="list-style-type: none"> ワークショップの内容を再確認し、理解度を高める 賞品つきクイズがあることを事前に伝えることで、最後までワークショップに参加してもらうインセンティブにする
パーソナライズ (10 分間)	<ul style="list-style-type: none"> 肌悩み診断 お悩み Q&A 	<ul style="list-style-type: none"> 問診表を用い、自分の肌がドライタイプかオイリータイプかを知ってもらう 自分にあった商品を選べることで満足感を感じてもらう 疑問を解消することでワークショップの内容の理解を深める AO、商品への信頼の醸成
販売 (10 分間)	<ul style="list-style-type: none"> 商品紹介 アパラジタの紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 販売 アパラジタを紹介し、今後地域を担当するアパラジタから商品を買えることを知ってもらう

(出所) 調査団

(3) トレーニングの実施

2013年10月に、AOに対する第1回トレーニングおよびアパラジタに対する販売トレーニングを実施した。

1) AO に対する第1回トレーニングの実施

資生堂の概要、製品に関する訴求内容、第1クールの啓発ワークショップの内容を理解するとともにワークショップの実践練習をするためのトレーニングを、AO に対して以下のとおり実施した。

表 3-14 AO のトレーニングの概要

1. 実施日時	2013年10月22日・24日
2. 実施場所	JITA タンガイル事務所近くの小学校の教室
3. 参加者	AO8名
4. トレーナー	JITA スタッフ、資生堂スタッフ(山岸、大場)、KMC スタッフ(佐藤)

(出所) 調査団

トレーニングでは、資生堂・製品・啓発ワークショップの概要の説明、JITA スタッフによる啓発ワークショップのデモンストレーション、紙芝居の読み合わせ、正しい手洗い・スキンケアのステップの実践、農村女性の前でのワークショップの実践練習とフィードバックなどを行なった(プログラムの詳細については別添5を参照)。

		
JITA スタッフによるワークショップのデモンストレーション	ワークショップで使う紙芝居の読み合わせ	農村女性を招き、実際のワークショップを経験

2) アパラジタに対する販売トレーニングの実施

AO へのトレーニングに続き、製品に関する訴求内容を理解し、効果的な販売方法を学ぶためのトレーニングをアパラジタに対して以下のとおり実施した。

表 3-15 アパラジタのトレーニングの概要

1. 実施日時	2013年10月25日 11時頃～16時
2. 実施場所	JITA タンガイル事務所近くの小学校の教室
3. 参加者	アパラジタ 18名
4. トレーナー	JITA スタッフ、資生堂スタッフ(山岸、大場)、KMC スタッフ(佐藤)

(出所) 調査団

トレーニングでは、資生堂スタッフによる資生堂および製品についての説明と正しい手洗い方法・スキンケアの3ステップの練習、JITA エリア・マネージャーによる効果的な販売方法についての説明、販売ロール・プレイなどを行なった(プログラムの詳細については別添資料 6 を参照)。

		
<p>正しい手洗いとスキンケアを初めて学ぶ</p>	<p>アパラジタ同士で製品販売のロール・プレイを実施</p>	<p>トレーニングに参加した18人のアパラジタ達</p>

3-2-5. 第1クールの活動

ここから、2014年1月21日から5月20日まで実施した第1クールの活動について、販売活動・啓発活動の実績、課題と対応策、得られた教訓と、第2クールに向けた準備内容について述べる。

(1) 販売活動の実施

① 販売実績

第1クールの4ヶ月間における販売の推移は下表のとおりである。販売には24人のアパラジタと8人のAOが関わった。アパラジタの自宅訪問販売、AOによる啓発ワークショップおよび自宅訪問販売は16村で実施した。

表 3-16 販売実績(2014年1月21日～5月20日)

	1クール実績計
洗顔料	433
ジェル(オイリー肌用)	132
ジェル(ドライ肌用)	161
日やけ止め	128
計	854

*パイロット事業期間(2014年1月21日～2015年1月31日)の約12カ月間の販売計画総数。

(出所) 調査団

4月中旬に実施した、製品購入者45名に対するインタビュー調査から描かれる主な購入者のプロフィールは次のとおりである。

BOP 上位層の既婚で小さい子どもを持つ20代の専業主婦であり、世帯月収は10,000TK以上、夫の海外への出稼ぎによって収入を得ている世帯も少なくない。毎月500TK程度を化粧品(スキンケア、

ヘアケア含む)に費やしている。

資生堂の製品についての情報は、ほとんどが啓発ワークショップやワークショップ以外で AO から得ており、たまにアパレジタから入手する人もいる。製品購入については、啓発ワークショップ以外で AO から購入する人が多く、その次にワークショップにて AO から購入、またはワークショップ以外でアパレジタから購入している。ワークショップでは、周りの目もあり購入しにくいという声が少なくなかった。

購入者の肌悩みとしては、しみ、にきび、にきび跡、オイリー肌であり、商品を開発する前に調査した内容と同じ結果であった。

② 販売活動から得た教訓、示唆、課題と対応策

アパレジタも AO も製品の特徴・品質を高く評価しており、販売意欲はおおむね良好であった。販売数は計画には達しなかったが、活動開始直後の試行錯誤段階であったことを考えると、必ずしも悲観的になる必要はなかったと考える。

一方、活動の振り返りにより、販売ルートに課題があることが判明した。まず、AO が行なう啓発ワークショップが、想定していた程度には販売機会として機能しないという点である。販売ターゲットである BOP 上位層は BOP 下位層と同じ場に参加することを嫌がり参加が少なく(平均して参加者の約 1 割)、また購入意欲のある参加者がいても周囲の目を気にして買い控えるということがわかった。もうひとつは、アパレジタの販売能力が想定レベルに達しておらず、4 種類ある製品の区別がつかない、製品の特徴・使用方法に関する効果的な説明ができないなどの理由から販売実績が上がらない、という点である。

従って、現在活動を休止しているが以前は高業績を挙げていたアパレジタに活動を開始するよう依頼したり、アパレジタの販売能力向上のための継続的なフォローを JITA・AO が行なったりなど、販売実績向上のための施策を実施した。

(2) 啓発活動の実施

① 啓発活動実績

第 1 クール中、994 回の啓発ワークショップを 16 村で実施し、延べ 14,538 人が参加した。

1 回の平均参加者数は 30 人の女性とその子供、男性数人であり、BOP 上位層 : BOP 中位層 : BOP 低位層の割合は 1 : 7 : 2 であった。約 80% の参加者は途中で帰ることなくワークショップの最後まで参加し、約 90% の参加者が興味深く真剣に話を聞いており、約半数がワークショップ中に何らかの発言を行っていた。参加者が特に興味を持っている内容は「栄養バランス」「泡立ての重要性を知る口紅を使った実験」「正しいスキンケアの 3 ステップ」「希望参加者によるスキンケア体験」であった。

また、第 1 クールの終わりに活動エリアにある学校の校庭にて、啓発活動及び「Les DIVAS」製品の認知度向上を主目的にクッキングイベントを 1 日実施した。内容は、以下のとおりである。

タイムスケジュール	クッキングコンテスト会場	イベント会場
午前	予選を勝ち抜いた 16 村それぞれの代表による料理の実施	—
午後	審査員による試食及び審査	音楽とダンスのイベント

夕方	—	啓発内容の紹介 審査発表及び表彰式
----	---	----------------------

このイベントには、村の村長など影響力のある男性他、普段活動している AO、アパレジタも参加し、その場での販売や普段の啓発活動の紹介なども行なった。また、当日イベントに集まった人は約 3,000 人となり、大盛況であった。こういったイベントでは女性が来る割合は多くないのが一般的だと聞いていたが、クッキングイベントという女性が興味を持つ内容だったこともあり、半数近くは女性という結果となった。

② 第 1 クールの活動から得られた教訓、示唆、課題と対応策

啓発ワークショップを実施する AO も参加した参加者もともに、啓発活動に対する評価は非常に高く、どちらにも行動変容とエンパワーメントの発露が明らかに見られた。AO は、ワークショップで人前に立ち、健康と美を生み出すための知識を広めることを継続的に行なうことで、自信を高め、将来への新しい夢を持ったり、自立を感じたりしている。また、販売計画のすり合わせなどのために JITA と AO が月 1 回実施している定例ミーティングでは、ワークショップや販売活動の改善案が AO から多数寄せられ、自らの力で改善を行なっている。

参加者については、ワークショップで得た知識を実行に移したり周囲の人に伝えたり、応用して自主的に生活環境を良くする努力をする姿が見られた。砂糖や塩の摂取量を控える、栄養を損なわないよう野菜は切る前に洗う、泡で洗顔するなど、学んだことを実践したり、汚れた調理ストーブは衛生的ではないと考え新しい調理ストーブを作ったりなどである。

このような明るい効果が得られた一方、今後より一層効果的な啓発活動を行なうためには、ワークショップでの知識の伝達をより強化する必要があることがわかった。参加者は上述のとおり大まかな内容は理解し実践に移しているものの、望ましい生活行動の理由や正しいプロセスについて必ずしも全員が正確に理解しているわけではないことが、参加者へのインタビューから明らかになった。この点については、第 2 クールに向けた第 2 回 AO トレーニングにおいて、メッセージの効果的な伝え方についてのスキル向上を図ることとした(詳細は次項参照)。

(3) 第 2 クールに向けた準備活動

上述の販売活動・第 1 クールの啓発活動と並行して、5 月下旬から開始の第 2 クールの啓発活動に向けた準備も併せて行なった。第 2 クールのワークショップのコンテンツ開発、AO の第 1 クール・ワークショップのパフォーマンスの検証と、その結果を踏まえた第 2 クールに向けたトレーニングである。

①第 2 クールのワークショップのコンテンツ開発

第 2 クールの主テーマは「しみ」である。大きな流れは第 1 クールと同様とし、第 1 クールで提供した内容の振り返りと、しみの原因およびしみを防ぐ衛生・栄養分野の生活行動、正しいスキンケアを伝えるコンテンツを開発した。しみに関するコンテンツでは特に、紫外線の害と対策に焦点を当て、紫外線に当たると色が変わる特殊なビーズを使った実験を取り入れた(第 2 クールの紙芝居は別添 7 を参照)。

②第1クールのAOのパフォーマンスの検証

AOのワークショップ実施のパフォーマンスを把握し、能力向上を図るため、2月下旬～3月中旬まで検証活動を行なった。検証は、「AOのパフォーマンス」と「ワークショップの構造」について、ビデオによる録画映像、AOに対するインタビュー、ワークショップ参加者に対するインタビューと内容理解度テストを通じて行なった。ビデオを活用したのは、人材育成計画担当の団員が現地に入れなためである。

以下に、検証方法をまとめる。

表 3-17 第1クールの検証方法(記号は各方法の貢献度合い)

		検証方法			
		観察		インタビュー	
		1. ビデオ録画	2. 直接観察	3. AO	4. WS参加者
1) AOのパフォーマンス	A. How (ワークショップの運営方法)	◎ (全AOのワークショップを録画)	△	◎ (録画映像を見て自己評価)	○ (23人に対して実施)
	B. What (ワークショップで提供される内容)	×	◎ (内容が適切に提供されているか、チェックリストで確認)	△ (録画映像を見て自己評価)	◎ (23人に対して内容理解度テストを実施)
2) WSの構造		◎ (各AOのワークショップでの参加者の様子)	△	○ (ワークショップの流れと内容を確認)	◎ (23人に対して実施)

(出所) 調査団

検証により、AO個人および全員に共通するワークショップ運営上の課題が明らかになった。全体として、声の大きさ・スピード・歯切れの良さと温かく信頼できる雰囲気づくりについては効果的であった。一方、知識だけでなく感情に訴える話し方、理解を高める事例や比喻の活用、参加者との効果的なやりとり、正しいスキンケア方法の実践、製品の効果的な見せ方・売り方については大きく改善の余地があることがわかった(各検証結果については別添8・9を参照)。また、ワークショップの運営と製品の販売に必死で、参加者と丁寧に接しない、製品を粗雑に扱うなど、製品・企業ブランドとそぐわない行動が散見された。

③第2クールに向けたAOへのトレーニング



上記検証結果を踏まえ、第2クールに向けたAOへのトレーニングを以下のとおり行なった。

表 3-18 第2クールに向けた AO トレーニングの概要

1. 実施日時	2014年4月13日・15日
2. 実施場所	JITA タンガイル事務所近く、Buro Guest House の会議室
3. 参加者	AO8名
4. トレーナー	JITA スタッフ、資生堂スタッフ(山岸、大場)、KMC スタッフ(佐藤)

(出所) 調査団

トレーニングでは、第2クールの啓発ワークショップのコンテンツの理解と効果的なプレゼンテーション・製品販売のスキル向上に加え、ブランドを体現する自らの在り様を再認識する時間も取り入れた(プログラムは別添10を参照)。

		
製品購入顧客を招き、AOのワークショップや製品がもたらした良い影響について聴いた	ワークショップ参加者との効果的なアイコンタクトを練習	製品にまつわる自分のストーリーをまとめる。それを感情豊かに伝える練習も行なった

3-2-6. 第2クールの活動

ここから、2014年5月21日から9月20日まで実施した第2クールの活動について、販売活動・啓発活動の実績、課題と対応策、得られた教訓と、第3クールに向けた準備内容について述べる。

(1) 販売活動の実施

① 販売実績

第2クールの4ヶ月における販売の推移は次表のとおりである。販売には24人のアパレジタと8人のAOが関わった。アパレジタの自宅訪問販売、AOによる啓発ワークショップ、自宅訪問販売は16村で実施した。

表 3-19 販売実績(2014年5月21日～9月20日)

	1クール実績計	2クール実績計
洗顔料	433	427
ジェル(オイリー肌用)	132	130
ジェル(ドライ肌用)	161	98
日やけ止め	128	86
合計	854	741

第1クール：1月20日～5月20日、第2クール：5月21日～9月20日

(出所) 調査団

第1クールで明らかになった課題に対する対応策を実施したにも関わらず、第2クールは第1クールの下回る結果となった。その要因として次のようことが考えられる。

- ・ 第2クールは雨期・モンスーンの時期であり、加えてラマダンの時期も重なったため、販売活動が通常よりも制限された。
- ・ 第1クールの終わりに実施したクッキングイベントで新たにアプローチして獲得した顧客に対して、継続的なフォローができなかった。
- ・ 第1クールの課題を踏まえて実施した販売ルートの再検討により AO の自宅訪問販売を増やしたことは売上に貢献する結果となったが、どの顧客に対しても同じアプローチ・話法になっているため大幅な売上増加にはつながらなかった。
- ・ AO の自宅訪問販売にアパラジタを同行させ、アパラジタの販売能力向上を狙った活動については、歩く距離が遠い、同行する間の既存顧客への販売機会の損失につながるなどの理由から、アパラジタが既存のルートを離れて AO に同行することを望まなかったため、結果的に機能しなかった。

② 販売活動から得た教訓、示唆、課題と対応策

第2クールの販売結果、その要因を確認し、実際に試してみて初めて分かることも多いことがわかった。今後の対応として、アパラジタの販売状況改善のため、AO によるアパラジタのフォロー活動についてアパラジタの既存の販売活動に支障がない形で AO がフォローできるよう再度見直した。具体的な実施事項については AO と協議の上、実施することとした。また、AO の販売アプローチについては、自宅訪問でほぼ全ての自宅を訪問しているにも関わらずその成果を上げることができていない原因として、ターゲット別による効果的なアプローチ(話法等)が実施できていないことがわかったため、第3クールに向けた第3回 AO トレーニングにおいて、まずは顧客別のアプローチ法およびその対策について議論することで、顧客別の効果的な話法についてのスキル向上を図ることとした。(詳細は後述)。

(2) 啓発活動の実施

① 第2クールの啓発活動実績

第2クール中、681回の啓発ワークショップを16村で実施し、延べ8,208人が参加した。雨期、ラマダン時期には通常規模のワークショップは実施せず、自宅訪問にて小規模なワークショップを実施した。また、第1クールの結果を受けて検討した BOP 上位層へのアプローチ対策として、通常規模のワークショップ回数を半分に減らし、その分自宅訪問にて小規模のワークショップを BOP 上位層の家中心に実施した。

通常のワークショップの1回の平均参加者数は30人の女性とその子供、男性数人であるが、自宅訪問での小規模なワークショップでは、1回の平均参加者数は5人であった。

② 第2クールの活動から得られた教訓、示唆、課題と対応策

AO が活動に慣れたこともあり、第1クールよりもスムーズに自信を持って啓発ワークショップを

実施することができていた。一方で、内容の効果的な伝え方については個人のレベル差もあり、改善の余地もあることから、第3クールに向けた第3回AOトレーニングにおいて、メッセージの効果的な伝え方についてのスキル向上を図ることとした(詳細は後述)。

AOによる参加者集めについては、内容は前回と異なるが2回目のワークショップであり、かつ雨期やラマダンといった時期的な要因も重なり、実施場所の設定や集客、体力的な面で苦労している様子が見受けられた。

(3) 第3クールに向けた準備活動

上述の販売活動・第2クールの啓発活動と並行して、9月下旬から開始の第3クールの啓発活動に向けた準備も合わせて行なった。第3クールのワークショップのコンテンツ開発と上述のAOに関する課題を踏まえた第3クールに向けたトレーニングである。

① 第3クールのワークショップのコンテンツ開発

第3クールの主テーマは「しわ」である。大きな流れは第1、2クールと同様とし、第2クールで提供した内容の振り返りと、しわの原因およびしわを防ぐ衛生・栄養分野の生活行動、正しいスキンケアを伝えるコンテンツを開発した。しわに関するコンテンツでは特に、水分量と保湿の役割に焦点を当て、しわが水分を取り入れて保湿することで防ぐことができることが視覚的にわかる、薄い紙と霧吹きを使用した簡単な実験を取り入れた(第3クールの紙芝居は別添資料11を参照)。

② 第3クールに向けた第3回AOトレーニング

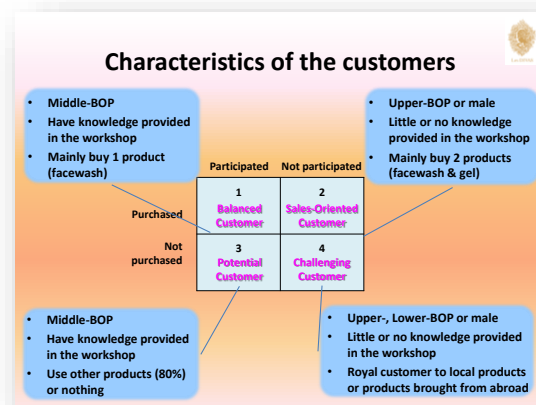
3回目となるAOトレーニングでは、関係者に対するニーズヒアリング等により設定した2つの目的を踏まえてプログラムを企画した。ひとつは従来同様、次クールで実施する啓発ワークショップのコンテンツを深く理解し、効果的に参加者に伝えるスキルを磨くことである。もうひとつは、対象顧客をいくつかに分類し、分類ごとに効果的な販売アプローチを検討することである。トレーニングの概要は以下のとおり(プログラムは別添資料12を参照)。

表 3-20 第3クールに向けたAOトレーニングの概要

1. 実施日時	2014年9月10日・11日
2. 実施場所	JITA タンガイル事務所近く、Buro Guest House のカフェテリア
3. 参加者	AO8名
4. トレーナー	JITA スタッフ、資生堂スタッフ(大場)、KMC スタッフ(佐藤)
5. 主なプログラム	過去の活動の振り返り・活動表彰 第3クールの啓発ワークショップで使う紙芝居の読み合わせ・質疑応答・プレゼンテーション実践 顧客マトリックスの説明と販売アプローチに関する議論

(出所) 調査団

新しい試みであった顧客分類(顧客マトリックス、右図参照)は、単純でわかりやすく分類に応じた販売アプローチが検討しやすい、と JITA スタッフや AO から高い評価を受けた。第 1 クールが開始してから既に半年以上が経過しており、AO からは様々なアプローチのアイデアが提案され、有意義なトレーニングの場となった。



3-2-7. 第3クールの活動

ここから、2014年9月21日から2015年1月30日まで実施した第3クールの活動について、販売活動・啓発活動の実績、課題と対応策、得られた教訓について述べる。

(1) 販売活動の実施

① 販売実績

パイロット事業最終クールの約4ヶ月における販売の推移は下表のとおりである。販売には24人のアパラジタ(APJ)と8人のAOが関わった。アパラジタの自宅訪問販売、AOによる啓発ワークショップ、自宅訪問販売は16村で実施した。

表 3-21 販売実績(2014年9月21日～2015年1月31日)

	第1クール実績計	第2クール実績計	第3クール実績計	合計
洗顔料	433	427	438	1,298
ジェル(オイリー肌用)	132	130	67	329
ジェル(ドライ肌用)	161	98	140	399
日やけ止め	128	86	17	231
合計	854	741	662	2,257

第3クール：9月21日～1月30日

(出所) 調査団

第3クール後半は、冬季で肌寒く乾燥する季節であったため、ジェル(ドライ肌用)を使用する人が増えているものの、日やけ止めについては紫外線を実感しにくい時期でもあったためほとんど売上がない状況となった。

また、第2クールでわかった課題への対応策として、AOによるアパラジタのフォロー活動(電話でのコミュニケーション、アパラジタの既存ルートにAOが同行、商品供給等)を実施したが、AOがアパラジタをフォローするモチベーションを持続できなかったこと、同じエリアにおいては顧客の取り合いになることなどから、あまり機能しなかった。また、AOの顧客別による効果的なアプローチ(話法等)については、第2クールよりは改善したものの、売上に結びつくレベルにまでは達しなかった。

② 販売活動から得た教訓、示唆、課題と対応策

第3クールの販売結果を踏まえて、JITAの全国に広がる農村販売ネットワークであるアパラジタを最大限に活かすためには、今後アパラジタの販売能力を向上させることが必須である。そのためには、アパラジタへの販売モチベーション向上策(インセンティブ等)、アパラジタの販売優先の仕組み(AOによるアパラジタへの斡旋活動)、AOのアパラジタへの販売フォローモチベーション向上策(インセンティブ、給与連携の仕組み等)を検討する必要がある。

(2) 啓発活動の実施

① 第3クールの啓発活動実績

第3クール中、662回の啓発ワークショップを16村で実施し、延べ4,801人が参加した。第2クールに引き続き、通常規模のワークショップ回数は半分に減らし、その分自宅訪問にて小規模なワークショップをBOP上位層の自宅中心に実施した。

通常規模のワークショップの1回の平均参加者数は30人の女性とその子供、男性数人であるが、自宅訪問での小規模なワークショップでは、1回の平均参加者数は5人で第2クールと変化はなかった。

② 第3クールの活動から得られた教訓、示唆、課題と対応策

第3クールが始まった当初は、新しいコンテンツに慣れていないこともあり内容理解、その伝え方に多少のとまどいは見られたが、ワークショップ実施の経験値を蓄積していること、第2クール後のAOトレーニング等の効果からか、スムーズなワークショップが実施できていた。

3-3. 事業計画

本項では、調査終了後の事業実施にかかる事業計画を検討する際に必要な情報について、本調査を通じて得た情報を述べる。

3-3-1. 事業サイト

来年度のパイロット事業は、すでに実施しているタンガイル県にある16村に加えて、Gazipur地区の10の縫製工場およびそこで働く女性たちが住む周辺居住地区で実施する。この地域は、縫製工場が多くそこで働く若い女性にアプローチできること、所得水準が高い人が比較的多く住んでいることを基準として選定した。パイロットエリアは右表の通りである。

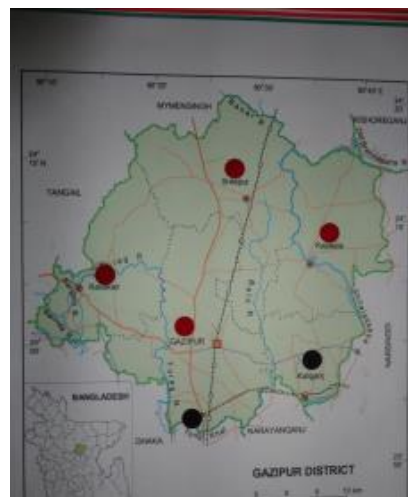


図 3-9 パイロットエリア (出所)調査団

(1) 新対象地域の社会経済状況

対象地域の平均世帯所得は月 20,000 タカであり、80%の人が工場で働いている。人口の大多数は BOP 上位層から BOP 中位層であり、購買力が高いと考える。(※注：赤字部分は現地に確認中)

ダッカに近いという地理上の利点、工場勤務者が多く比較的所得水準も高いこと、識字率も既存パ

イロットエリアのタンガイル農村と比較しても高いことが確認された。

(出所) JITA スタッフヒアリング、Bangladesh Bureau of Statistics 2011

(2) 新対象地域の市場の状況

現地調査において、対象エリアの中心にいる女性がスキンケア製品を購入する店の状況を調査した。村の中心にある店は、個人オーナーが経営する小さいショップ(図3-10)が多いが、幹線道路沿いには店構えがしっかりした店(図3-11)もあり、ディスプレイも整然としており、一部輸入製品も取り扱っている状況が見られた。



図3-10 個人経営のショップ



図3-11 幹線道路沿いの店

(出所)調査団

3-3-2. ニーズ

「3-1-5. 市場の現状」およびこれまでの農村調査からもわかるとおり、事業サイト 16 村における農村女性のスキンケア製品へのニーズは高い。今回現地向けに商品開発した「Les DIVAS」に関しては、販売実績、現地女性へのヒアリングから、とくに洗顔料への関心が高いことが伺えた。一方で、日焼け止めについてはバングラデシュ農村ではほとんど使用しておらず、その必要性を認知していない人も多い状況が見受けられたため、改めて必要性を認知させるためのコンテンツやその伝達方法の検証が必要である。

3-3-3. 製品開発計画

本調査期間中、現地向けに開発・製造した製品に関するレビュー調査を実施し、以下の調査結果を得た。

(1)調査概要

2014年4月中旬の4日間、プロジェクト対象村にて商品レビュー調査を実施した。商品購入者の女性(10代後半～30代)45名に質問票を用いたインタビュー形式で商品評価、購入・使用実態等のマーケティング調査を行なった他、使用状況等を確認するため、9名の女性の自宅訪問を実施した。



図 3-12 アンケート調査、個宅訪問の様子
(出所) 調査団

(2) レビュー結果(商品評価、購入実態、使用実態)

商品に対する総合評価として満足度を5段階評価で聞いたところ、5(とても満足している)と答えた人の割合は、洗顔料93%、オイリー肌用ジェル92%、ドライ肌用ジェル85%、日やけ止め82%と、いずれも高い満足度を得ていることがわかった。

既に複数回購入(リピート)している人の割合は、洗顔料32%、オイリー肌用ジェル38%、ドライ肌用ジェル25%、日やけ止め45%であった。今回初めて購入した人も多かったため、彼女たちに今後のリピート購入意欲を確認したところ、洗顔料63%、オイリー肌用ジェル58%、ドライ肌用ジェル65%、日やけ止め36%という結果となった。

現地の気候や嗜好性に合わせて開発した商品の中味に対する使用性調査を実施したが、いずれの製品においても、概ねこちらの意図した製品の中味特長に対して高評価を得る結果となった。

容器に対する評価についても、下表のとおり95%以上が「大変よい」「よい」という回答をしており高評価となった。

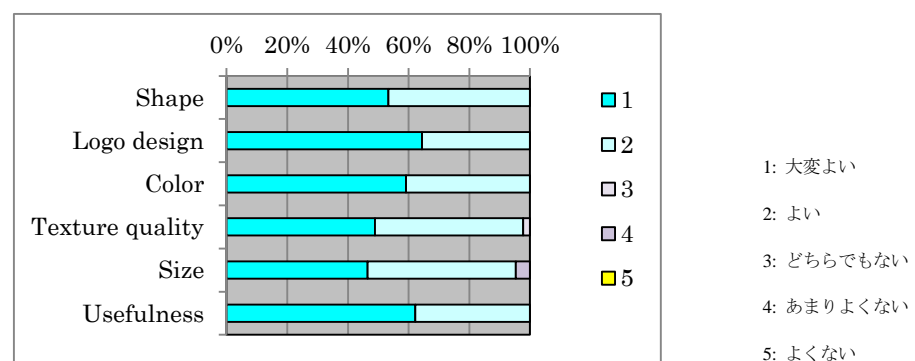


図 3-13 容器に対する評価
(出所) 調査団

また、容器の表示について、購入者、販売者ともに英語が読めなくても見分けられるように工夫した点に対する評価についても調査した。



(左から：オイリー肌用ジェル・ドライ肌用ジェルの反転マーク、日やけ止めの太陽マーク)

図 3-14 容器表示

(出所) 調査団

以下のとおり、ジェルのオイリー肌とドライ肌用の見分け方、日やけ止めのマークについて大多数の人がこの表示方法の必要性を評価している。また、正しい価格で購入したいという現地のニーズを踏まえて表記した価格についても、96%の人がとても必要だと回答している。

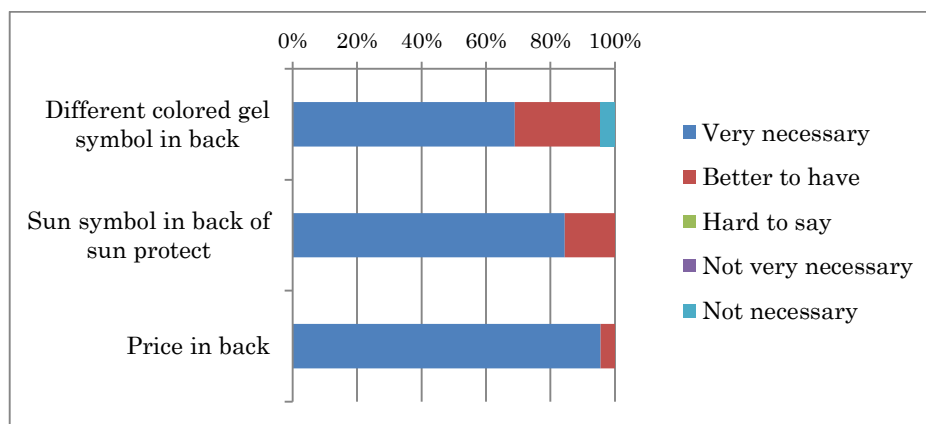


図 3-15 容器の表示に対する評価

(出所) 調査団

価格について評価は、次のとおりである。まず、価格に対する感想を聞いたところ、全ての製品において高いと評価する人が一番多い結果となったが、価格に対する価値があるかどうかを聞いたところ、価格に対する価値があるもしくは、それ以上と答える人が大半となった。

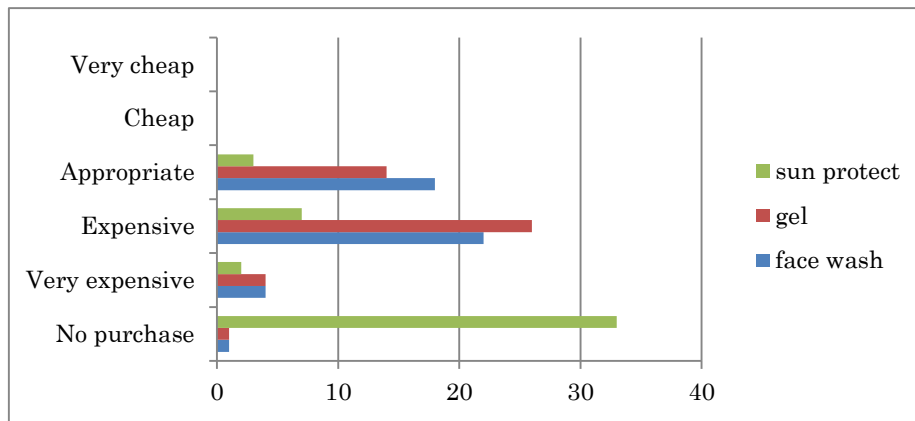


図 3-16 価格についての評価(数字は回答者数)

(出所) 調査団

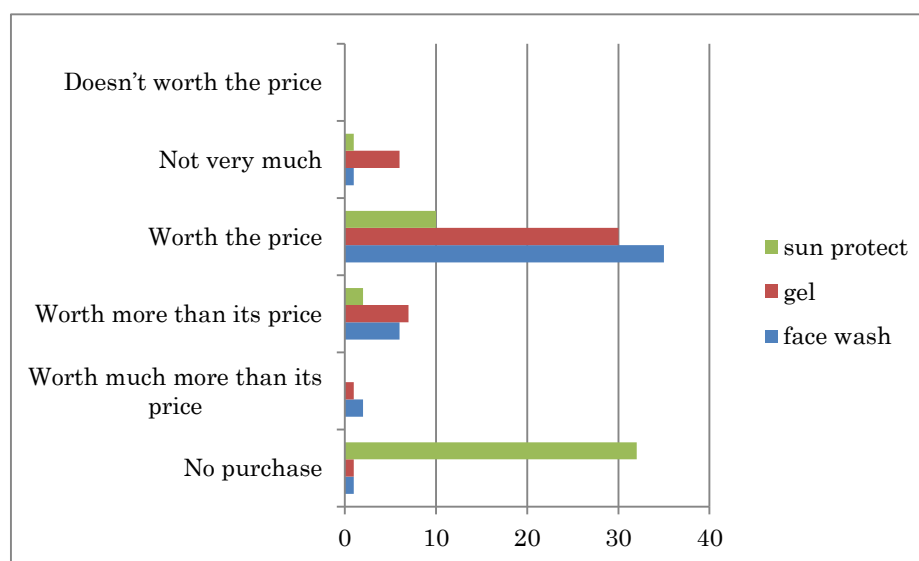


図 3-17 価格に対する価値についての評価(数字は回答者数)

(出所) 調査団

商品について価格が高いと答える一方で、価格以上の中味であると満足度も高くリピートにつながる様子が見受けられる。したがって、いかに購入の主ターゲットである BOP 上位層にリーチし、購入してもらえるかがポイントと考え、新たに活動を開始している。具体的には、BOP 上位層の自宅を個別に訪問し、販売を行なっている。また 1 品購入者の拡大のため、今後はセット販売も行なう予定である。

使用実態については、使用前に手を洗う、しっかり泡立てを行なってから洗顔する、タオルでやさしく顔を拭く、5 箇所ジェルをつけてから塗布するなど、ワークショップ等で伝えている正しい使い方を実施している人が多く見られた。

(3) 今後の改良案

今回の製品レビューにて、現地での使用環境、使用方法、商品に対する意見等を確認したが、改良が必要な点は見受けられなかった。よって、当面は現製品の販売を継続する。

3-3-4. 原材料・資機材調達計画

原材料調達については、現時点で候補となる取引先は見つかっていない。来年度以降、OEM 生産候補先と合わせて検討する予定である。

3-3-5. 生産、流通、販売計画

現地生産については、OEM 先の訪問、JETRO を通じた候補先のリストアップなどを実施したが、現時点で候補となる取引先は決まっていない。来年度以降、今後の販売計画と合わせて OEM 生産候補先を検討していく予定である。

流通については、現在の JITA 販売網も活用可能と考えるが、販売員の能力の問題など課題もあることから、他の販売網(小売店、他の NGO 等)との併用も検討していきたい。販売計画についてもそれに合わせて検討する。

3-3-6. 要員計画、人材育成計画

来年度の活動としては、別の流通網も利用し効率的な販売、啓発活動を検討することから、AO については全体で今年度と同数の 8 名(既存エリア 4 名、新規エリア 4 名)の雇用を計画している。新規 AO の採用が必要な場合には、JITA を通じて採用を実施する。

新規採用した AO に対する育成は、JITA が保有する一般的な育成システムに加え、本調査のパイロット事業において実施した一連の施策を踏襲・改良して活用し、人材育成の 3 要素と言われる「K(Knowledge=知識)」「S(Skill=スキル)」「A(Attitude=態度・意欲)」のバランス良い成長を促進する。その際、JITA の熟練スタッフに加えて既に活動している AO を適宜トレーナーとして活用することで、育成施策の実践性を高めるとともに、既に活動している AO への「三人による学習²¹⁾」効果を狙う。

3-3-7. 現地事業パートナー

現在のパートナーである、JITA(卸売店)、N-Wave(輸入代理店、物流)は基本的に継続予定だが、リスクヘッジも考慮し他のパートナーも検討する。例えば、農村販売網として現在卸売店の役割を果たしている JITA の代わりとしては他の NGO など農村販売網を持つ(もしくは今後可能性がある)パートナー候補先も検討する。現時点では、バングラデシュ北部を中心に活動する NGO の TMSS²²⁾もその候補の 1 つとして考えているが、以前面談した状況では JITA のような農村販売モデルは構築しておらず、自身のマイクロファイナンスの女性グループを中心に農村販売をパイロットで実施している状況のため、今後の状況を引き続き確認する予定である。

輸入代理店、物流の企業については、以前検討していた企業も含めて再度、現時点での活動実績を

²¹⁾ 「三人による学習」とは、自分が学んだ知識やスキルを第三者に伝達・指導することにより学習効果を高める学習方法のこと。出典は不明だが、人材開発分野では一般的に活用されている。

²²⁾ Thengamara Mohila Sabuj Sangha(TMSS) は、バングラデシュのボグラ県に 1964 年に設立された非政府組織。

確認し、必要に応じて検討を行なう。

3-3-8. 事業費積算

2013年4月の本調査開始時点から現時点(2015年3月末)までにかかった費用実績および、費用見込み(人件費除く)は以下のとおりである。

表 3-22 事業費実績

費用項目	2013年実績(万円)	2014年実績(万円)	合計実績(万円)
海外出張費	350	486	836
業務委託費(販促、 輸送費含む)	1,208	2,404	3,612
雑費	565	276	841
合計	2,123	3,166	5,289

(出所) 調査団

3-3-9. 財務分析

下表に、本パイロット事業の損益計算書を示す。

表 3-23 損益計算書*

(単位：万円)	実績	売上比	備考
売上	63	100%	現地販売で得られた売上
原価	15	24%	資生堂ベトナム工場からの出荷
関税	26	41%	輸入関税
輸入コスト	3	4%	輸送・通関・保管等
代理店等マージン	12	19%	代理店等のマージン
粗利	7	11%	
現地活動人件費	158	252%	現地業務委託会社、AO人件費
販促費等	136	218%	ツール、テスター等の販促費
その他管理費	46	73%	倉庫保管費など諸費用
営業利益	▲333	-	

*販売管理費については、販売活動に関わる直接費を限定して算出することとした。

(出所) 調査団

売上は2014年に実際に農村女性に販売された実績(個数×末端販売価格)から算出されたものであり、関税が全体売上の41%と大きな割合を占めるため、粗利率はわずか11%となっている。これに加え、販売に関わるAOやパートナーの人件費などの固定費や販促費などの販売管理費が重なり、2014年営業利益はマイナス333万円で終了した。

今後の課題としては、まずは啓発活動等による売上の成長に注力して販売数量を伸ばし、一方で現地生産や近隣国からの輸入などを含めた関税措置、販売管理費の抑制を進めることにより、長期的なスパンで黒字化を目指し、持続可能な事業構造を構築する必要がある。

3-3-10. 資金調達計画

現在のところ、外部より資金調達できる候補先は見つかっていない。引き続きその可能性を探るとともに、社内にて今後の活動へのコンセンサスを得ることで社内での予算確保に向けても進めていく予定である。

3-3-11. 事業実施スケジュール

今回のパイロット事業での結果を踏まえて、2015年4月より数ヶ月の準備期間を経て、次期パイロット事業(第4章参照)を実施する予定である。

3-3-12. 環境・社会配慮

容器の破棄による環境への影響を調べるため、まずはJITAスタッフ(プロジェクト実施エリア在住)にプロジェクト実施村におけるゴミ処理の状況についてヒアリングを行なった。

農村では、ゴミ収集の仕組みはなく、ゴミ(化粧品の容器含む)については、家や池の周り、また個々に住民が決めているゴミ捨て場(穴)などに捨てている状況とのことである。実際にプロジェクト実施村で活動している間にも、家の窓からゴミ(食べ残し、使用済み商品の容器など)を投げ捨てる様子が多く見られた。

次に、当該プロジェクトにて販売しているスキンケア商品使用後の容器の廃棄状況について、実際の購入者にヒアリングを行なった。結果については、以下のとおりである。

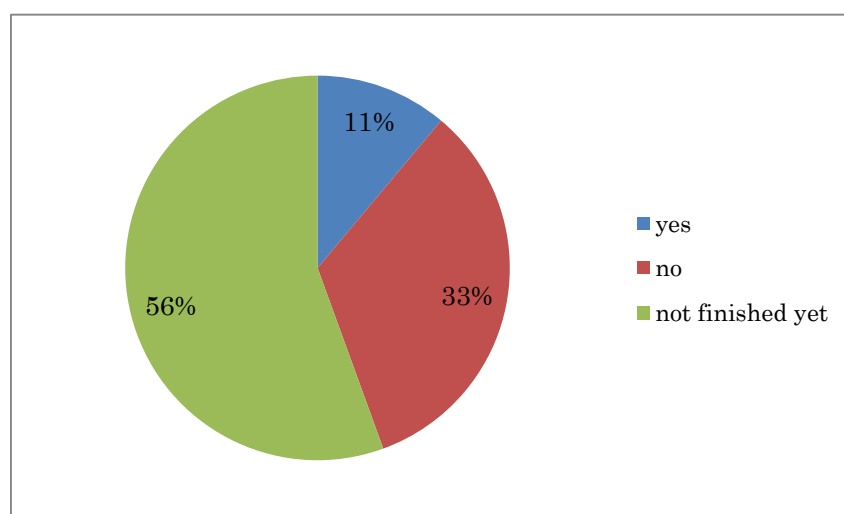


図 3-18 「Les DIVAS」商品廃棄実態
(出所) 調査団

今回の調査で使用後の容器を既に捨てたと回答した人は少なかったが、実際に捨てた人(上図の「Yes」回答者)は、家の周りに捨てたと回答している。一方、使用済みの人の75%の人が容器を捨てずに所持していたことも分かった(上図の「No」回答者)。容器が美しいので使用後もしばらく飾っておきたいとのことで、使用済みの容器を鏡台の上や棚の中に飾って並べていると回答していた。

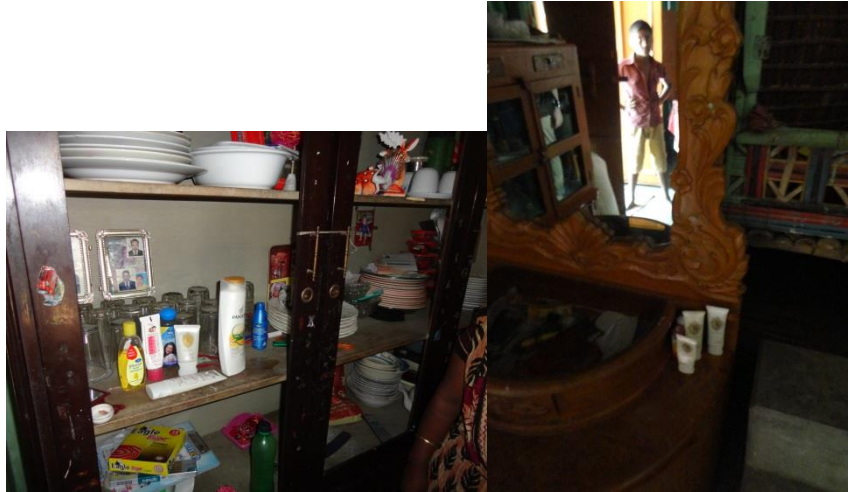


図 3-19 商品を飾る様子
(出所) 調査団

これは、パウチ商品では見られない光景であり、飾っておきたくなるある程度の大きさの容器、美しいデザインにすることで使用後すぐに捨てられることを防ぐことができると思われる。

3.4. JICA 事業との連携可能性の検討

本事業終了後の JICA との連携については、以下の2つの可能性があると考えられる。

(1) 教育テレビ設立支援プロジェクトとの連携による啓発コンテンツ普及と製品認知度向上

2015年3月から2年半の予定で実施される「教育テレビ設立支援プロジェクト」との連携の可能性はある。当該プロジェクトでは、教育・啓発番組を制作、放送しているバングラデシュ国営放送局の番組制作能力の向上を図ることを目的として、プロジェクトの中で番組コンテンツの企画、制作を行なうことが計画されている。この番組コンテンツに、本事業で開発した啓発活動の内容を活用してもらおう。魅力的な教育・啓発番組の開発は、当該プロジェクトの目的を達成する上でも重要である。啓発活動は、いかに視聴者の関心を集め、実践への動機づけを与えるかが鍵であるが、本事業の啓発活動は、「美しくなりたい」という女性の願いを切り口として、生活改善につながる啓発活動を行なうものであり、その成果は次章で述べるエンドライン調査の結果からも明らかである。このような新しいアプローチを取り入れることにより、啓発番組の効果を高めることに貢献できると考えられる。

表3-24 「教育テレビ設立支援プロジェクト」の概要

期間(予定)	2015年3月中旬～2017年9月下旬
プロジェクト目的	本事業は、バングラデシュ国営放送局をカウンターパートとし、質の高い教育・啓発番組(Human Depeloment TV:HDTV)放送に向けた体制・制作能力強化および活用方法調査を行なうことにより、公共放送として番組が継続的に放送されることを図り、バングラデシュ国の教育・啓発活動の改善に寄与するものである。
成果	1. HDTV番組制作の体制・制度が確立される 2. HDTV番組制作チームの能力が改善される 3. 教育・啓発活動にHDTVを効果的に利用する方法が導入される

(出所) JICA

番組コンテンツとしては、本事業での啓発活動の重点分野である衛生、栄養分野となるが、エンドライン調査でも明らかとなったように、参加者の知識定着や行動変化の度合いは、「肌に良い睡眠時間」「夕食時間と就寝時間の関係」「タバコと肌の関係」など、「美しさ」との関連度合いが高まるほど強くなる。このようなコンテンツを選ぶことにより、より効果的な番組を制作することが可能となる。

また全国ネットのテレビを通じて啓発コンテンツが放映されることにより、番組へのフィードバックを本事業での啓発コンテンツ改善につなげることが可能となる。また番組中で、「製品名を出してもらおう」「啓発ワークショップを取材してもらおう」等により、「Les DIVAS」の認知度が向上すれば、販売活動にも大きなインパクトをもたらすと期待される。

本件については、JICA バングラデシュ事務所とも予備的な協議を始めており、当該プロジェクト開始後に専門家チームと具体的な連携方法や内容について協議する予定である。

(2) 民間連携ボランティア派遣による開発系人材の育成

JICA の民間連携ボランティア制度を活用し、社員をバングラデシュの NGO など開発系の団体に派遣する。本事業は、資生堂にとって、新興国において顧客のニーズを丁寧に掘り起し、ニーズにあった製品を開発、販売した初めてのケースである。所得レベル、気候風土、文化や風習が日本とは全く異なる国が増えると考えられる今後の海外展開において、同業他社から抜きこむためには、迅速に顧客のニーズを把握し、ニーズに合致した製品を開発・販売する能力がますます問われることとなる。特に将来のボリュームゾーンである新興国の中間層以下は、所得レベルや生活レベルが先進国とは全く異なり、衛生や栄養面の社会課題に関する理解なくして、顧客を理解し、ニーズを把握することは難しい。また彼らを顧客としてビジネスを行なうためには、通常の商業ベースのビジネスパートナーのみならず、援助機関や NGO など非伝統的なステークホルダーとの関係構築が重要となる。新興国でのビジネス展開を拡大するにつれ、このような人材の必要性は高まると考えられる。

バングラデシュには、多様な分野で活動する能力の高い大規模 NGO が多くある。このような機関で、ターゲットとする顧客の社会課題やその解決策と実践方法を学ぶとともに、関係機関とのネットワークの構築を進めることは、このような人材の育成と将来のビジネス展開の基盤づくりにもつながる。派遣先機関にとっても、資生堂がもつ美容や健康に関する知識、女性の人材活用のノウハウは啓発活動コンテンツの改善や組織能力向上につながるものとして、魅力的と考えられる。

3-5. 開発効果

3-5-1. 本事業が解決をめざす開発課題

本事業がめざす開発効果は以下の3点である。

- (1) スキンケア製品販売、および啓発活動を通じた農村女性(啓発活動対象者)とその家族の保健、衛生、栄養分野における生活習慣の改善
- (2) スキンケア製品販売、および啓発活動を通じたAOの能力向上、所得向上
- (3) スキンケア製品販売、および啓発活動を通じた農村女性、AOの意識や行動の変容(エンパワーメント)

このうち、(1)、(2)については質問票に基づく定量調査、(3)については定量調査と独自の定性調査の2本立てで効果を測定する。以下で、詳細を説明する。

3-5-2. 農村女性向け定量調査

3-5-2-1. 概要

(1) ベースライン調査とエンドライン調査

前節で説明した開発効果のうち、(1)と(3)の一部を測定するため、質問票に基づく定量調査を実施した。開発効果を、事業開始時に実施するベースライン調査と終了時に実施するエンドライン調査の回答に見られる変化により測定した。

表 3-25 ベースライン調査とエンドライン調査

手順	時期	農村女性
ベースライン調査	2013年7月～11月	パイロット対象村5つとコントロール村1つを選び、ターゲット層(18-39才)の女性50人/村を対象に、質問票調査を実施。
エンドライン調査	2015年1月～2月	ベースライン調査と同じサンプルを対象に、質問票調査を実施。

(出所) 調査団

(2) 開発指標の設定手順

現地女性の正確な生活実態は、ベースライン調査結果が出ないと判明せず、啓発活動については販売へのインパクトや効果との関係を踏まえて見直される可能性もあるため、開発指標の設定については以下の手順を踏むこととした。

- ① 2013年8月にJITAとの協議を踏まえて、質問票を最終化すると共に、開発指標候補を決定する。
この内容を踏まえて、啓発活動のコンセプトを絞り込む。

- ② 2013年9月のベースライン調査の結果を踏まえて開発指標を選定し、目標値を設定する。啓発活動のコンテンツを検討する。

3-5-2-2. ベースライン調査

(1) 調査方法

① 調査対象村の選定

調査対象村については、パイロット地域の標準的な村であること、交通などの利便性、JITAの活動の浸透度などを勘案して選定した。選定した村は、以下の6村である。

表 3-26 ベースライン調査対象村

種別	村名
パイロット村	Mir Cumulli、 Barni、 Gulya、 Matora、 Atia
コントロール村	Garasin

(出所) 調査団

② サンプルの選定

各村から50名、合計300名のサンプルを選定した。サンプルの選定の条件は以下の通り。

- i) サンプルは、18才から39才の女性であること
- ii) 以下の条件を満たすこと:
 - 当該女性は、エンドライン調査を行なう2014年11月にも対象村にいる可能性が高い
 - 当該女性は、資生堂の意識啓発活動に参加する可能性が高い
 - 50名のうち、25名はBOP上位層(月当たり平均所得が12,000タカ以上)、残りを中位、もしくはBOP下位層(同12,000タカ未満)とする

③ 質問票の作成

農村女性向けの質問票の概要は以下の通り。質問票の詳細は、別添13を参照。質問票は、現地調査においてJITAとの協議、対象となるAOやアパラジタへのインタビュー、数回のテスト実施を踏まえて最終化した。

表 3-27 農村女性向け質問票の内容

開発効果	分類	内容
保健、衛生、栄養分野における生活習慣の改善	保健、栄養、衛生に関する関心、知識(含む家族などに教えているか)と生活習慣	水、手洗い、洗濯、栄養、睡眠、運動、紫外線、嗜好品
	健康状態	肌の状態、皮膚関連トラブルの有無
エンパワーメント	肌への満足度	肌への満足度、お手入れの自信

開発効果	分類	内容
	自己肯定の度合い	自分自身の管理、家族の世話などに対する自信の度合い
	対人関係	人と会う際の認識(嬉しいか)、外出をしたくなったか、自分に自信が持てるようになったかなど
	将来に対する意識	将来への希望、意欲など

(出所) 調査団

(2) 調査結果

農村女性向けベースライン調査は、2013年8月に実施した。データ集計結果と調査結果の分析内容は、別添14と15を参照。また結果については、3章「3-1-6 対象顧客の状況」でも説明している。主な結果を以下に要約する。

- 調査より、衛生に関する基本的な生活習慣(手洗い、洗濯、ふとん干し)は既に実践されていることが確認された。
- しかしながら、これらの習慣は、必ずしも理由を理解して実施されているわけでないことが判明した。「衛生的であること=いいこと」とは思っているが、どういう状況が「衛生的」であるかはわかっていない。特に目に見えない「細菌」については、その働きを含めて十分に理解されていない。
- また栄養については、知識も関心もまだまだ低いことがわかった。栄養素の機能については、「糖分の摂りすぎが糖尿病の原因となる」ことは、ほぼ100%理解されているが、塩や油、野菜についての理解度は低い。

(3) 開発指標の設定

ベースライン調査結果を踏まえ、以下のように農村女性向け評価指標を設定した。

①目標値の設定とコントロール村の取り扱い

- 今次調査ではパイロット村とコントロール村における厳密なインパクト調査を実施するためには、サンプル数が十分でないことから難しいと考えられるため、コントロール村のデータは介入以外の影響を確認するために用いることとする²³。
- すなわち各指標については、絶対値目標を設定するが、エンドライン調査結果を確認する際にパイロット村のデータについて目標に達しているかどうかに加えて、コントロール村の改善幅についても確認することとする。
- 目標値の設定については、既に啓発活動を受けている Mir Cumulli のベースライン結果を参考と

²³ 1グループのサンプル数が50の場合、介入効果が大きければ、コントロールグループとの間で、統計的に有意な比較差が観測できるとされている。現時点では介入効果の程度が推測できないため、コントロールグループのデータは、パイロット村で観測された変化が介入によるものであるかどうかを確認するために用いることとする。ただし、エンドライン調査結果については比較有意差があるかどうかを確認する。

する。貴社もしくは他団体による啓発活動の結果 Mir Cumulli 村の回答率が突出して高くなって
いると考えられる質問は以下の通りである。パイロット村平均との間で 20-35%(平均 27%)の差が
ある。したがって、質問の難易度により 20-35%の改善効果を見込む程度が合理的な目標値と考
えられる。

表 3-28 Mir Cumulli 村の回答率が高い質問とパイロット村平均との差

(単位：%)

質問	パイロット村平均	Mir Cumulli	差
タオルを洗う理由は、汚れと雑菌を取り除くため	60	84	24
塩分の過剰摂取は高血圧の原因となる	34	58	24
野菜不足は貧血の原因となる	44	68	24
肌によい睡眠時間帯は 22-2 時	5	40	35
紫外線は肌トラブルの原因となる	20	40	20
タバコは心臓病の原因となる	22	56	34

(出所) 調査団

②調査結果を踏まえた開発指標の設定

農村女性向けベースライン調査の結果、および①を踏まえて開発指標を選定し、目標値を検討した。
本事業がめざす開発効果、ベースライン調査前に設定した指標候補、ベースライン調査結果を踏まえ
て検討している指標と目標値は以下の通りである。

表 3-29 めざす開発効果と開発指標

本事業がめざす 開発効果	指標候補 (ベースライン調査前)	設定した開発指標 (ベースライン調査後)
①スキンケア製品販 売、および啓発活動 を通じた農村女性(啓 発活動対象者)とその 家族の保健、衛生、 栄養分野における生 活習慣の改善	<ul style="list-style-type: none"> 「汚れや雑菌を除 去する」ことを手 洗い、洗顔、タオ ル/寝具の洗濯、ふ とんの天日干しの 理由とする回答者 が増加する。 	<p>指標候補は有効と考えられる。目標値の提案は以下の通り：</p> <p><提案(目標値)></p> <ul style="list-style-type: none"> ●タオルを洗濯する理由：60%→90% <p>(参考：Mir Cumulli の回答率は 84%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●顔を洗う理由：64%→90% ●寝具洗濯の理由：26%→70%
	<ul style="list-style-type: none"> 塩(高血圧)、油(肥 満、動脈硬化)、砂 糖(糖尿病)、紫外線 (皮膚の老化促進)、 タバコ(肺がん、心 臓病、動脈硬化)の 長期的な健康への 	<p><u>動脈硬化などの病名を短時間の啓発活動で覚えるのは難しい</u>と考えられる。栄養素とより基本的な健康被害に絞った方がよいと考えられる。その場合、健康被害は肥満など「美容」と関係する方が受け入れられやすいと考えられる。</p> <p><提案></p> <ul style="list-style-type: none"> ●塩の影響として「高血圧」と回答する人が増える

本事業がめざす 開発効果	指標候補 (ベースライン調査前)	設定した開発指標 (ベースライン調査後)
	<p>影響について、正しく回答できる回答者が増える。</p> <p>➤ 栄養に関し、野菜を調理する際の適切な調理法、野菜の効用について、正しく回答できる人が増える。</p>	<p>目標値：34% → 60%</p> <ul style="list-style-type: none"> ●油分の影響として「肥満」と回答する人が増える 目標値：44% → 60% ●砂糖の影響として「肥満」と回答する人が増える 目標値：2% → 40% <p>調査結果を踏まえ、以下を指標とすることを提案する。行動変容を問う質問であるため、目標値は低めとする。</p> <p><提案></p> <ul style="list-style-type: none"> ●料理をする際、「栄養」を重視する人が増える 目標値：58% → 80% (参考：Mir Cumulli では72%) ●葉物野菜を食べる人が増える 目標値：12% → 30% ●野菜を「切った後に」洗う人が減る 目標値：40% → 20% ●野菜調理の際、「種類」に留意する人が増える 目標値：12% → 40%
<p>②スキンケア製品使用、および啓発活動を通じた農村女性(啓発活動対象者)の意識や行動の変容(エンパワメント)</p>	<p><農村女性></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 肌の状態への満足度が向上する。 ➤ スキンケアへの自信が強まる。 	<p>Mir Cumulli 村では、肌の状態・スキンケアへの自信について「非常に満足/自信」と回答する人が他村と比べて約10%多い。今までの啓発活動の内容は、肌・スキンケアと直接の関係はないと思われるが、それでも10%程度の差が現れるのであれば、直接肌およびスキンケアを扱う本啓発活動によれば「非常に満足/自信」の回答率を約20%向上させることは可能ではないか。</p> <p><提案></p> <ul style="list-style-type: none"> ●肌の状態について「非常に満足」と回答する人が増える 目標値：26% → 45% ●スキンケアに対して「非常に自信がある」と回答する人が増える 目標値：26% → 45%

(出所) 調査団

3-5-2-3. エンドライン調査

(1) 調査方法

① 調査対象村とサンプルの選定

調査対象村は、ベースライン調査から変更はない。

サンプルはベースライン調査と同じとすることを基本としたが、調査時にサンプルへのコンタクトが困難な場合には、以下の条件を満たす人を代替りのサンプルに選定した。

- i) 18 才から 39 才の女性であること
- ii) 当該村に居住していること
- iii) 資生堂の啓発活動に参加していること

実際には下表に示すように、300 サンプル中 295 サンプルが、ベースライン調査経験者であった。

表 3-30 エンドライン調査サンプル

村の名前	ベースライン 経験者	未経験者	サンプル合計
Mir Cumlli	47	3	50
Barni	49	1	50
Gulya	50	0	50
Matora	49	1	50
Atia	50	0	50
Garasin	50	0	50

(出所) 調査団

② 質問票の作成

農村女性向けの質問票は、基本的にはベースライン調査と同じだが、資生堂製品の購入度合や啓発活動の参加度合い等に関する以下のような質問を追加した。質問票の詳細は別添 16 参照。

表 3-31 農村女性向け質問票の内容

分類	質問
Les DIVAS 使用状況	Les DIVAS を使っていますか？
	どの製品を使っていますか？
	何回製品を購入しましたか？
	夫の態度は改善しましたか？
	子供の態度は改善しましたか？
啓発活動への参加状況	啓発活動に参加したことがありますか？
	どの回の啓発活動に参加しましたか？

(出所) 調査団

(2) 調査結果

調査結果の詳細分析とデータ集計結果は、別添 17 と 18 を参照。指標の達成状況と分野別の分析結果は以下の通りである。

①指標達成状況

全ての指標目標が達成された。ベースライン調査からの改善度合いも、一つの指標を除いて全てパイロット村の方が大きかった。このことから、啓発活動による生活習慣の改善、エンパワーメントの効果はあったといえる。

「肌トラブルがある人が減る」については、コントロール村の改善度合いがパイロット対象村を上回った。これは調査時期の影響が大きかったと考えられる。すなわちベースライン調査は、肌トラブルが最も顕著な夏に行なわれたため、肌トラブルがあると回答した人が多かったが、エンドライン調査は気温が下がる冬に行なわれたため、肌トラブルがあると回答した人が減少し、この度合いが啓発内容の実践(洗顔やタオルの洗濯)による改善を上回ったと考えられる。

啓発活動の効果が目標達成につながっていることを裏付けるものとして、Gulya 村と Atia 村の存在がある。これら二つ村は「Les DIVAS」の購入比率が9割前後と高く、ほぼ全員が3回の啓発活動に参加している。また情報源として、二つの村のサンプル全員が「AO/アパラジタ」と回答するなど、AO/アパラジタとの信頼関係も構築されている。当該二村では、「肌に良い睡眠時間帯」としてサンプル全員が「22-2時」と回答したり、双方とも夕食時間が早まったりしているなど、啓発活動なしでは考えられない行動変化が起こっている。また当該村では、正答率が低かった「油が糖尿病の要因となる」「砂糖が肥満の要因となる」など難易度の高い知識の習得率も高かった。啓発活動の参加率の高さに加え、担当した AO の啓発活動のやり方も効果的であったと考えられる²⁴。

²⁴ AO 向けエンドライン調査においても、当該二村を担当している AO の知識習得度は、他の AO よりも高かった。

表 3-32 指標達成状況

分類	指標	バイロット村 (5村)			コントロール村		
		ベースライン 250	目標	エンドライン 250	ベースライン 50	エンドライン 50	増減
サンプル数	タオルを洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	60.0%	80.0%	90.0%	72.0%	22.0%	-50.0%
	顔を洗うのは、汚れや菌を取り除くため	64.0%	85.0%	98.0%	70.0%	84.0%	14.0%
	寝具を洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	26.0%	45.0%	80.0%	14.0%	16.0%	2.0%
	塩の過剰摂取は高血圧の要因となる	34.0%	55.0%	98.0%	30.0%	28.0%	-2.0%
	油の過剰摂取は糖尿病の要因となる	2.0%	25.0%	42.0%	10.0%	6.0%	-4.0%
	油の過剰摂取は肥満の要因となる	44.0%	65.0%	84.0%	58.0%	80.0%	22.0%
	砂糖の過剰摂取は肥満の要因となる	2.0%	20.0%	68.0%	0.0%	20.0%	20.0%
	砂糖の過剰摂取は糖尿病の要因となる	80.0%	90.0%	96.0%	86.0%	50.0%	-36.0%
	料理をする際、「栄養」を重視する	58.0%	80.0%	94.0%	54.0%	14.0%	-40.0%
	昨年薬物野菜を食べた	12.0%	20.0%	76.0%	26.0%	50.0%	24.0%
生活習慣の改善	野菜は「切った後」に洗う*	40.0%	30.0%	6.0%	58.0%	86.0%	28.0%
	野菜を調理する際、種類を多くとることに留意する	12.0%	30.0%	30.0%	12.0%	22.0%	10.0%
	肌トラブルがある*	70.0%	60.0%	52.0%	70.0%	38.0%	-32.0%
	肌の状態に非常に満足	26.0%	35.0%	44.0%	22.0%	36.0%	14.0%
エンパワメント	スキンケアに非常に自信がある	26.0%	35.0%	56.0%	30.0%	30.0%	0.0%
	* 目標値を下回ると達成			目標達成			
				バイロット村、コントロール村により改善度合いが高いもの			

(出所) 調査団

当該二村は「肌の状態に満足している」「スキンケアに自信がある」人の割合が、他村よりも明らかに高く、「将来の目標」を持っている人が減少している村がある一方で、ほぼ全員が目標をもち目標を達成する自信も高いなど、エンパワーメントの効果も認められる。

当該二村においては、啓発活動->製品購入+生活改善->生活改善効果->啓発活動->製品購入の好循環が生まれていると考えられる。この中で啓発活動を担うAOが中核的な役割を果たしていると考えられるところ、好循環がいかんにして起こっているのか、その中でAOの役割は何かについて、別途検証することは、本事業の持続的な展開を検討する上でも重要と考えられる²⁵。

表 3-33 Gulya 村、Atia 村の調査結果

指標		5 村平均	Gulya	Atia
		サンプル 250	同 50	同 50
「Les DIVAS」購入経験あり		66.0%	92.0%	88.0%
ワークショップ参加経験		98.0%	100.0%	100.0%
生活習慣 の改善	タオルを洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	90.0%	82.0%	98.0%
	顔を洗うのは、汚れや菌を取り除くため	98.0%	98.0%	100.0%
	寝具を洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	80.0%	64.0%	96.0%
	塩の過剰摂取は高血圧の要因となる	98.0%	100.0%	100.0%
	油の過剰摂取は糖尿病の要因となる	42.0%	58.0%	92.0%
	油の過剰摂取は肥満の要因となる	84.0%	82.0%	96.0%
	砂糖の過剰摂取は肥満の要因となる	68.0%	68.0%	100.0%
	砂糖の過剰摂取は糖尿病の要因となる	96.0%	100.0%	94.0%
	料理をする際、「栄養」を重視する	94.0%	100.0%	94.0%
	昨夜葉物野菜を食べた	76.0%	80.0%	80.0%
	野菜は「切った後」に洗う*	6.0%	2.0%	0.0%
	野菜を調理する際、種類を多くとることに留意する	30.0%	50.0%	42.0%
	肌トラブルがある*	52.0%	48.0%	52.0%
エンパワ ーメント	肌の状態に非常に満足	44.0%	50.0%	52.0%
	スキンケアに非常に自信がある	56.0%	64.0%	66.0%

5 社平均よりもよい値

* 目標値を下回ると達成

(出所) 調査団

コントロール村の指標の多くは、ベースライン時より大幅に悪化した。例えば、ベースライン時のタオルを洗う頻度は「毎日」が 5 割、「週 2-3 回」が 4 割であったが、エンドライン調査では各約 1 割

²⁵ この観点で比較対象として Mir Cumli 村を調査することも有意義と考えられる。ベースライン調査では、Mir Cumli 村のみ衛生知識や生活習慣のレベルが他村と比べ突出して高かったが、エンドライン調査ではベースライン時ほど大きな違いはなかった。これは他村の知識や生活習慣のレベルが上がったことに加え、同村において啓発活動への関心が低下していることも関係があると思われる(同村の啓発活動参加率は、Barni ほどではないが、2 回目以降低下している)。これには「啓発活動」のおもしろさや AO との関係などの要素も関係していると思われる。Gulya 村の成功要因の確認に加え、「なぜ Mir Cumli が普通になったのか」を探ることは、成功要因を深く理解するためにも有効と考えられる。

に低下し、ベースライン時にゼロであった「週1回」が5割に上昇した。また枕を干す頻度も、ベースライン時には「週1回」と回答した人が約7割いたが、エンドライン調査では約4割に減少、代わって「月1回未満」と回答した人がベースライン調査の4%から24%に増加した。

この要因として、①調査対象としている知識や習慣の性質、②季節性の2つが考えられる。①については、調査対象である衛生や栄養の習慣や知識が、当該村において十分に定着したものではなかったということである。特にタオルの洗濯回数や枕干しの頻度が低下しているのは、気候が涼しいためその必要性を感じない人が多かったからと考えられる。洗濯をする理由をきちんと理解していないため、季節や周囲の状況により習慣が簡単に変わってしまったと考えられる。②スキントラブルの項で指摘した通り、ベースライン調査(8-9月)とエンドライン調査(1-2月)の実施時期が、気候的に大きく異なっていたことが①の傾向を増幅したと考えられる。しかしその分、啓発活動を行っていた3村で、適切な生活習慣が安定的に実行されていたことは、啓発活動の重要性を裏付けている。しかしながら、上記仮説が正しいかどうかは、今後も同様の調査を定期的実施する等により検証される必要がある。

指標以外のエンパワーメント効果は、あまり大きくなかった。パイロット村、コントロール村の双方で、外出をしたい人や友人を作りたい人は減少した²⁶。また、将来の目標を持っている人もパイロット村で98%から66%、コントロール村では96%から18%に減少している。これは調査が、バン格拉デシュ全国規模でのホルタルや交通封鎖など政情不安が長引いている時期に行なわれたことと無関係ではないと思われる。調査が実施された2015年1月中旬から2月中旬は、同1月初旬に起こった野党連合による抗議活動が長期化した時期にあたり、あらゆるレベルで外出や移動に制約が出ていたと考えられる。このことが回答に影響を与えた可能性が高い。

以上の通り、啓発活動による農村女性の知識や生活習慣改善に与えた効果は大きかったといえる。しかしながら、季節性の問題や政治状況の影響など、様々な要素が本調査結果に影響を与えたと考えられること、またベースライン、エンドラインで調査方法が厳密に統一されていなかったことが、回答に影響を与えている可能性も排除できないことから、啓発活動の効果の定着を確認するためには、今後も定期的な調査を継続するなど、何らかの検証作業の実施を検討する。

②分野別分析結果

調査結果の詳細分析とデータ集計結果は、別添17と18を参照。

1) プロファイル

- ・ サンプル250人のうち、247人(約98.8%)がベースライン調査経験者。
- ・ 250人のうち、「Les DIVAS」購入の経験があるのは167人(66.8%)。Gulyaは50人中46人、Atiaは同44人に購入経験があり、突出している。もっとも多いのが洗顔剤で149人(59.6%)、続いて保湿クリーム120人(48%)、日やけ止め30人(12%)、ジェル5人(2%)。Mir Cumli(12人)とMatora(14人)は日やけ止めの購入者が多い。
- ・ ワークショップに参加した経験がある人は、250人中243人(97.2%)。1回目(洗顔剤、にきび)が最も多く240人(96%)、2回目(日やけ止め、しみ)が224人(89.6%)、3回目(クリーム、しわ)が199人(79.6%)。GulyaとAitiaは、3回ともほぼ全員が参加している。Barniは、2回目以降参加率が下が

²⁶ 外出したい人の比率は、パイロット村で56%から24%、コントロール村で76%から22%に減少した。積極的に友人を作りたい人の比率も、パイロット村で50%から28%。コントロール村で70%から24%に各々減少している。

っている(各 66%、58%)。Mir Cumli と Matora は 3 回目の参加率が約 7 割に低下している。

- ・ 「Les DIVAS」を使ったことにより、約 5 割の人は「夫の態度が改善した」と感じており、その半分の人が「子供の態度が改善した」と感じている。

2) 衛生に関する知識と習慣

- ・ 手洗い、洗濯、寝具の手入れの理由について、パイロット村で「汚れ、雑菌を除去する」と回答する人が大幅に増えた。寝具の洗濯や枕干しについては、ベースライン時より頻度が増している。これらはいずれも啓発活動の成果と考えられる。
- ・ コントロール村においては、「汚れや雑菌を取り除く」との回答がタオルの洗濯で 72%から 22%。寝具の洗濯で 42%から 16%に減少したり、手洗いの後に服で手をふく人が 8%から 38%に増えたりと、全体的に衛生習慣がベースライン時よりも悪化している。寝具の洗濯や枕干しの頻度も低下しているが、これは調査時期が冬という季節的要因の影響も考えられる。

3) 栄養に関する知識と習慣

- ・ パイロット村では、調理の際に「栄養を重視」する人が 58%から 94%に増えたほか、栄養のバランスが重要であることを 98%が理解している。前日に葉物野菜を食べた人も 12%から 76%に増加している。野菜を切った後に洗う人は 6%に減少した。
- ・ 塩分、油分、糖分等の摂取過剰の影響については、「塩分→高血圧」「脂肪→肥満」「砂糖→糖尿病」という代表的な因果関係については、ほぼ全員が理解していた。これは大きな成果と言える。
- ・ 村別では「Les DIVAS」が多く、啓発活動の参加率が高い Gulya 村と Atia 村の正答率が高い(砂糖→肥満、油→糖尿病)が注目される。これらの村では、夕食を早く食べる人も増えており、啓発活動による知識の習得や生活習慣の改善度合いが大きい。
- ・ 他方、コントロール村は衛生の場合と同様、栄養に関する知識の正答率が低下していたり、野菜を切った後に洗う人が増えていたりなど、全体的に知識や生活習慣は後退している。

4) その他

- ・ 睡眠、紫外線、喫煙と健康との関係について、基本知識は浸透している。睡眠について 9 割以上が、22 時から 2 時が肌によい睡眠時間帯と知っている。紫外線と喫煙について、肌への影響を知っている人が増えた。
- ・ コントロール村は、睡眠の質が健康に影響することを知っている人が、94%から 4%に減少したり、肌によい睡眠時間帯を 96%の回答者が知らないなど、明らかにベースライン時より後退している。
- ・ 情報源は 9 割以上が「AO/アパラジタ」と回答。Gulya、Matora、Atia で全員が「AO/アパラジタ」を選んでおり、啓発活動が知識や生活習慣の改善につながっていることを裏付けている。
- ・ 肌トラブルがある人は 18%低下して 46%となり、トラブルの種類も減少した。しかしながら、コントロール村でも肌トラブルのある人は 32%減少して 38%になっており、減少幅はパイロット村より大きい。

5) 意識や行動

- ・ 顔の肌の状態に非常に満足している回答者、スキンケアに対して非常に自信がある回答者はベースライン時の約 3 割からそれぞれ 4 割、5 割に増加した。いずれも Gulya の割合がほかの村より

高い。

- ・ 自分および子供のヘルスケアに関する意思決定を「夫と行なう」人が増えている。その一方で「母/義母」「父/義父」の割合は大幅に減少した。意思決定について「大変自信がある」と回答する人が増加した。自信のある人が減少したパイロット村と対照的。
- ・ パイロット村、コントロール村双方で、外出したい人や友人を作りたい人は減少した。これは調査時期が冬であったこと、全国規模でのホルタルや交通封鎖など、政情不安のただ中で調査が実施されたという事情が影響していると考えられる。
- ・ パイロット村、コントロール村双方で、将来実現したい目標を持つ人の割合は減少した。特にコントロール村での落ち込みが大きい(96%から18%へ)。目標の内容も、ベースライン時にあった「よい妻」「よい母」など自由な回答は少なくなり、具体的な職業をあげる人がほとんどであった。これも政情不安や経済的な不調など社会的な情勢が影響している可能性が高いと考えられる。

3-5-3. AO 向け定量調査

3-5-3-1. 概要

(1) ベースライン調査とエンドライン調査

スキンケア製品販売、および啓発活動を通じた AO の能力向上、所得向上、意識や行動の変容を測定するため、質問票に基づく定量調査を実施した。定量調査は、事業開始時に実施するベースライン調査と終了時に実施するエンドライン調査の結果に基づき、回答に見られる変化により測定した。

表 3-34 ベースライン調査とエンドライン調査

手順	時期	AO
ベースライン調査	2013 年 10 月～11 月	パイロット村を担当する AO8 名を対象に、質問票調査を実施
エンドライン調査	2015 年 1 月	ベースライン調査に参加し、エンドライン調査時にも業務を継続していた AO6 名を対象に、質問票調査を実施

(出所) 調査団

(2) 開発指標の設定手順

現地女性の正確な生活実態は、ベースライン調査結果がでないとは判明せず、啓発活動については販売へのインパクトや効果との関係を踏まえて見直される可能性もあるため、開発指標の設定については以下の手順を踏むこととした。

- ① 2013 年 8 月に JITA との協議を踏まえて、質問票を最終化すると共に、開発指標候補を決定する。
- ② 2013 年 11 月のベースライン調査の結果を踏まえて開発指標を選定し、目標値を設定する。

3-5-3-2. ベースライン調査

(1) 質問票の作成

AO 向けの質問票の内容は以下の通り。質問票のオリジナルは、別添 19 を参照。質問票は、現地調査において JITA との協議、対象となる AO へのインタビューを踏まえて最終化した。

表 3-35 AO 向け質問票の内容

開発効果	分類	内容
雇用増加、所得向上	AO となった動機と満足度	AO となった動機と満足度
	AO としての収入	金額、収入が増えた場合の使途
	スキルレベル	人前で話す、啓発活動の内容に関する知識
保健、衛生、栄養分野における知識習得、生活習慣の改善	保健、栄養、衛生に関する関心、知識と生活習慣	水、手洗い、洗濯、栄養、睡眠、運動、紫外線、嗜好品
エンパワーメント	意識啓発	保健、栄養、衛生課題に関する関心、啓発内容を家族/友人に話すかどうかなど
	生活範囲	1人で行ける場所、交友関係
	対人関係	人前で話すことに自信が持てた、など
	決定権限	自分で決められる支出額、購入決定できる品目
	将来に対する意識	将来への希望、意欲など

(出所) 調査団

(2) 調査結果

AO 向け質問票については、新しい AO が雇用され、最初のトレーニングが終了した 11 月に実施したデータ集計結果と調査結果の分析内容は、別添 20 と 21 を参照。ここでは主な調査結果を要約する。

① プロファイル

調査対象者は 18 才から 48 才で、平均年齢は 32 歳。10 代 3 名、残りは 30 代 3 名と 40 代 2 名で、20 代はいない。10 代 3 名と 30 代 1 名が Mir Cumulli 村出身で、残りの出身地はすべて異なっている。8 人のうち、10 代の 3 名が未婚、残りは既婚であった。同じ家に住む人数は 3-7 人、平均 5 人、子供の数は 1~2 人。世帯収入は約 10,000~20,000 タカ。平均 14,250 タカであり、平均より裕福な家庭出身といえる。

② 所得と AO としてのスキル

AO になった理由として、全員が「所得を得るため」と回答。「スキルを得るため」(5 名)と「知識を得たい」(1 名)など、自分の能力を高める意図も大きい。48 才の AO が「自立のため」と回答しているのが興味深い。

AO であることの満足度は、18 才の 1 名のみ「まあまあ(It is OK)」と回答した以外は、全員「AO

であることを誇りに思う」と回答。満足度は高い。

本事業に関わる前の平均的な月収は、ゼロから最大 5,000 タカ。平均 2,188 タカ。10 代の 2 名は収入なし、残り 1 名(マイクロファイナンス集金人)は 1,500 タカ。30 代 1 名は 1,000 タカ(保険会社)。残りは 3,000 タカ 2 名(JITA AO)、4,000 タカ 1 名(NGO)、5,000 タカ 1 名(NGO)。所得の用途は、全員が「貯金」と回答、18 才の 1 名のみ「スキンケア、化粧品」と回答した。

人前で話した経験は、10 代の 3 名は「5 回以下」、30 代の 1 名が「5-10 回」と回答。残りの 4 名は 51 回以上と回答。10 代の 3 名とそれ以外の AO の差が大きい。

③ 衛生に関する知識と生活習慣

農村女性と知識や生活習慣について、大きな違いは見られない。年齢による差も大きくなかった。手洗いの理由として「健康を維持するため」(6 名)がもっとも多いなど、農村女性の約 9 割が、「汚れと菌を取り除くために手を洗う」と回答していたのと比べると、手洗いにおける「汚れと菌」に関する意識はやや低い。他方、寝具の洗濯や枕干しの理由として、「快適だから」が 6 名に続き、「悪臭を防ぐ」と「汚れや雑菌を取り除く」が各 5 名。「雑菌を取り除く」の回答率(63%)が、農村女性の 26% に比べて非常に高い。

④ 栄養に関する知識と生活習慣

農村女性と知識や生活習慣について、大きな違いは見られない。年齢による差も大きくなかった。料理をする際に重視する事項として、「味」(全員)に続いて「栄養」が 7 名(88%)おり、農村女性の 5-6 割より高かった。栄養素の働きについては、塩分の過剰摂取の影響として「糖尿病」など誤答が多く、正しい知識を有しているとは考えられない。糖分摂りすぎによる肥満リスクについても、ほとんど知られていない。

農村女性(12%)と比較すると、葉物野菜を食べた人の割合が多かった(5 割)。野菜不足の影響は、「貧血」が 5 名、「病気になる」が 4 名。肌トラブルは 3 名。便秘はゼロであった。その他として、栄養不足、にきび、しみとの回答があった。農村女性で見られた、「鳥目」の回答はなかった。野菜と健康の関係についての知識は十分でないと考えられる。

⑤ その他の知識と生活習慣

睡眠、運動、紫外線、喫煙と健康の関係について、ほぼ全員が正しい知識を有していた。紫外線を防ぐために 8 人中 6 人が日やけ止めを塗ると回答しており、各村 0-1 名の農村女性に比べると非常に高い使用率であった。

⑥ エンパワーメント

農村女性と比較するとエンパワーメントの度合いはすでに高いといえる。自分、および子供のヘルスケアに関する意思決定には全員が関わっている。またほぼ全員が意思決定に自信を持っている。また、全員が女性の前で話すこと、ワークショップの運営に非常自信があると回答している。

他方、行動範囲や購買における決定権、支出額に関しては、ばらつきがみられる。特に、社会人経験がない 10 代 3 名とその他で大きな違いがみられた。

行動範囲については、30 代と 40 代の合計 3 名がダッカまで行けると回答したのに対し、10 代 3 名は自分の村、ユニオンセンター、タンガイルまでしか行けないと回答している。意思決定についても、

本人に加え女性親族と合同で行なっている。

購入可能な品目は、8品目のうち、平均4品目だが、10代3名は、1名は「日用品」「衣服」「化粧品」「文房具」を購入できるが、1名は「化粧品」と「文房具」のみ、1名は「文房具」のみしか自分で購入できないと回答した。

自分1人で支出できる金額は、ゼロから2,500タカだが、10代の1名は自分でお金を使うことができない。その他の10代2名も、200-500タカ程度の支出しかできないとの回答であった。

(3) 開発指標の設定

ベースライン調査結果を踏まえ、以下のようにAO向け評価指標を設定した。

① 基本方針

- 啓発、販売活動を通じた能力や所得の向上は、対象となる活動の直接の成果と考えられるため、目標値を設定して評価する。→ 評価指標
- 本調査はAO全員を対象としており、8人と少数であることから、目標値は人数で設定する。
- 啓発や販売活動を通じた意識や行動の変容については、対象となる活動の間接的な成果であり、目標値を設定して達成度を評価することは適切ではないと考えられる。効果が見込める指標を設定し、その結果のモニタリングを実施することに留める。また成果を提示する際には、本事業における介入と行動変容の因果関係について、定性調査等に基づき補足することが望ましい。→ モニタリング指標

② 調査結果を踏まえた開発指標の設定

AO向けベースライン調査の結果、および①を踏まえて開発指標を選定し、目標値を検討した。本事業がめざす開発効果、ベースライン調査前に設定した指標候補、ベースライン調査結果を踏まえて検討している指標と目標値は以下の通りである。

表 3-36 めざす開発効果と開発指標

本事業がめざす 開発効果	指標候補 (ベースライン調査前)	設定した開発指標
スキンケア製品販売、および啓発活動を通じた農村女性(AO)の能力向上、所得向上	<スキルの向上> 人前で話す経験が増える(質問4)	今次啓発活動は、ペアで480回のワークショップを実施することとなっている。 <提案(評価指標)> ●全員が「51回以上」と回答
	<啓発活動の知識> 農村女性の場合と同じく、以下の通りとする。 <衛生> 「汚れや雑菌を除去する」ことを手洗い、洗顔、タオル/寝具	農村女性向けに設定した指標のうち、啓発活動実施による効果が明確に測れるものとして、下記を評価指標として提案する。 <衛生> ●タオルを洗濯する理由：4名→8名 ●手を洗う理由：5名→8名 ●寝具洗濯の理由：5名→8名

本事業がめざす 開発効果	指標候補 (ベースライン調査前)	設定した開発指標
	<p>の洗濯、ふとんの天日干しの理由とする回答者が増加する。</p> <p><栄養知識> 塩(高血圧)、油(肥満、動脈硬化)、砂糖(糖尿病)、紫外線(皮膚の老化促進)、タバコ(肺がん、心臓病、動脈硬化)の長期的な健康への影響について、正しく回答できる回答者が増える。</p> <p><食習慣> ➤ 栄養に関し、野菜を調理する際の適切な調理法、野菜の効用について、正しく回答できる人が増える。</p>	<p><栄養知識> ●塩の影響として「高血圧」と回答する人が増える 目標値：7名 →8名 ●砂糖の影響として「肥満」と回答する人が増える 目標値：1名 → 8名 ●油の影響として「糖尿病」と回答する人が増える 目標値：0名 → 8名</p> <p><食習慣> ●葉物野菜を食べる人が増える 目標値：4名 → 7名 ●野菜調理の際、「種類」に留意する人が増える 目標値：3名 → 8名</p>
	<p><所得> AO としての所得が増える(質問3)</p>	<p><提案> 目標値：5,000 タカ以上</p>
<p>スキンケア製品販売、および啓発活動を通じた<u>農村女性(AO)の意識や行動の変容</u></p>	<p>➤ 保健や衛生、栄養に関する情報をより幅広い人に教える人が増える(質問45)</p> <p>➤ 自分や子供の保健や衛生、栄養に関する意志決定を「自分」(自分と夫を含む)で行なう人が増える(質問47、49)</p> <p>➤ 上記の決定に関する自信が強まる(質問48、50)</p>	<p><他者への影響> ・啓発活動の内容については、全員が「家族」、8人中7人が「友人、知り合い」に教えると回答。これを増やすことは難しいと考えられる。 ・行動範囲に関する回答は、ダッカから村の中までばらつきがあり、モニタリング指標となり得る。</p> <p>●モニタリング指標 1人でタンガイルまでいける人が増える(ベースライン：6名)</p> <p><意思決定への関与> 意思決定については、自分、および子供とも、全員が「自分」もしくは「夫と共同」</p>

本事業がめざす 開発効果	指標候補 (ベースライン調査前)	設定した開発指標
		<p>で実施している。また全員が自信を持っており、指標には不適切。支出については、10代の3名にかなり制約があり、<u>支出における権限の拡大は指標となり得る。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ●モニタリング指標 <ul style="list-style-type: none"> ・ 自分1人で購入できる品目が増える(ベースライン：4) ・ 自分1人で支出できる額が増える(ベースライン：938タカ) <p><人前で話すことへの自信> 女性の前で話すこと、ワークショップの運営については全員が「非常に自信がある」と回答。「男性の前」については4名のみ「非常に自信がある」と回答</p> <ul style="list-style-type: none"> ●モニタリング指標 <ul style="list-style-type: none"> ・ 男性の前で話すことに「非常に自信がある」人が増える(ベースライン：4名)

(出所) 調査団

3-5-3-3. エンドライン調査

(1) 調査方法

① サンプルの選定

ベースライン調査対象となった8名のAOのうち、2名がその後退職し、新たなAOが雇用されている。エンドライン調査は退職した2名を含む10名のAO全員に対して実施したが、なるべく正確な効果を測定する観点から、比較はベースライン調査とエンドライン調査双方に参加した6名についてのみ実施した。

② 質問票の作成

AO向けの質問票は、基本的にはベースライン調査と同じとした。質問票の詳細は、別添22を参照。

(2) 調査結果

調査結果の詳細分析とデータ集計結果は、別添23と24を参照。指標の達成状況とその考察は以下の通りである。

表 3-37 指標の達成状況

分類	指標	ベースライン	目標	エンドライン
サンプル		6	6	6
スキル	人前で話をする回数(51回以上)	3	6	6
啓発活動の知識	手を洗うのは、汚れや菌を取り除くため	4	6	6
	タオルを洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	2	6	4
	寝具を洗濯するのは、汚れや菌を取り除くため	3	6	5
	塩の過剰摂取は高血圧の要因となる	6	6	6
	油の過剰摂取は糖尿病の要因となる	0	6	2
	砂糖の過剰摂取は肥満の要因となる	1	6	4
	昨夜葉物野菜を食べた	2	6	4
	野菜を調理する際、種類を多くとることに留意する	2	6	0
所得	所得が5,000タカを超えた	0	6	6
エンパワメント	一人でタンガイルまで行ける	4	6	6
	男性の前で話をするにとっても自信がある	3	ベースライン以上	3
	一人で購入できる品目数	3.7	ベースライン以上	3.5
	一人で支出できる金額(タカ)	917	ベースライン以上	6,750

(出所) 調査団

目標達成

ベースラインより低い

啓発活動の知識のうち、「汚れや菌」の指標、「葉物野菜を食べた人の割合」は、ベースライン時より明らかに上がっており、目標に達していない指標もあるが、啓発の効果があったといえる。

「油が糖尿病の原因となる」や「砂糖が肥満の原因となる」「野菜の種類に留意する」は、習得が難しい知識だったと考えられる。啓発活動のコンテンツには入っているが、最重要ポイントというよりは、二次的なポイントであったため、十分に知識が定着していなかったと考えられる。「塩が高血圧の原因」「砂糖が糖尿病の原因」「油が肥満の原因」という最重要ポイントについては、ほぼ全員が正しく回答していることも、このことを裏付けている。AOへの追加ヒアリングでは、「啓発活動時には覚えていたが、調査時にすぐに思い出せなかった」との指摘があった。啓発活動時には、啓発マテリアルに情報が記載されているため忘れなかったが、エンドライン調査時には、質問の際に選択肢を示さなかったため、本当に記憶している回答でないと答えられないという違いがあった。いずれにせよ、知識の定着は十分ではなく、今後の啓発活動においては知識定着のさらなる仕組みがあるとよいと考えられる²⁷。

²⁷ AOからも数か月毎の再教育や啓発マテリアルの改善などの提案があった。このほか、啓発活動を実践する事例集の作成などが考えられる。

他方、「切る前に野菜を洗う」²⁸、「肌にいい睡眠時間は22時から2時」²⁹、たばこによる肌への影響³⁰等について回答する人が増え、夕食時間と就寝時間の間隔が広がっている³¹など、明らかに啓発活動の成果と思われるポジティブな変化も多くある。

エンパワーメントのうち、「男性の前で話をすることにとっても自信がある」については、あまり変化がなかった。指標ではないが「女性の前で話をすることにとっても自信がある」人は、6名から4名に減少している。これはワークショップ未経験時点で回答したベースライン時に比べ、何度もワークショップを経験したことで逆に人前で話す難しさを実感しているためとも考えられる。ベースライン時の「とても自信がある」からエンドラインでは「やや自信がある」にトーンダウンしたのは、10-20代の若手2名(Ruma, Ayesha)で、彼らはベースライン時にはほとんど人前で話した経験がなかった。実際に人前で話してみても、現実的な回答になったと考えられる³²。

所得、および一人で支出できる金額は大幅に増加している。支出できる金額が多くなったことについて、AOの追加ヒアリングでは「以前より、夫や子供が自分を信用してくれるようになったため」と指摘している。一人で購入できる品目数についてはあまり変化がなかった。しかしベースライン時には文房具しか購入できなかった若手AOが、今では衣類や日用品も買えるようになっている。いずれも、外で働き独自の収入を得るようになったことで、支出額や支出品目に関する権限が増大したためと考えられる。

3-5-4. エンパワーメント調査

3-5-4-1. エンパワーメント指標測定の基本枠組み

3-5-1で述べたとおり、農村女性およびAOに関するエンパワーメント指標測定には、以下の2つの方法を用いることとした。

- ① ベースライン、エンドライン調査に基づく定量データの収集
- ② 補完的調査（インデプス・インタビュー）による定性データの収集（全2回）

①については特定指標（農村女性が表3-27および表3-29、AOが表3-35および表3-36）を用いて目標値を設定するとともに、ベースラインとエンドライン調査の間の変化を計測した。②については、目標値として用いるのではなく、定量調査では測れない（予期しない）女性の意識・行動変容を実験的に測定し、①を補完することを目的とした。②のエンパワーメント調査（定性調査）実施にあたり、横浜国立大学藤掛教授に研究者の立場から継続的に関わっていただき、インデプス・インタビューによる定性データの取得とともに、調査全体の設計、結果の分析等について助言をいただいた。

3-5-4-2. エンパワーメント調査の実施概要

① 実施時期

²⁸ ベースライン時は、切った後に洗う人も1名いた。

²⁹ ベースライン時の5名から6名に増加。

³⁰ ベースライン時は「くま」と回答した人1名のみ、エンドライン時は「しわ」5名、「しみ」1名、「くま」1名と大幅増加。

³¹ ベースライン時は20時台に夕食を食べていた若手3名が、全員19時台に夕食をとるようになった。

³² エンパワーメント定性調査では、参加者からの要望への対応など、ワークショップ運営の難しさを指摘する声があるのである。

- 第1回（ベースライン）： 2014年3月30日～4月8日
- 第2回（エンドライン）： 2014年12月9日～12月17日

② 調査手法

前述の藤掛教授によるエンパワーメント評価モデル（通称「藤掛モデル」³³）を用い、女性のエンパワーメントの発現を、成果Ⅰ類（プロジェクトの期待する成果）、成果Ⅱ類（Ⅰ類から派生するが、プロジェクトの副産物となる期待していなかった成果）、成果Ⅲ類（成果Ⅰ・Ⅱ類を基礎に起こる、女性の担う社会的役割の変化や不可能を可能にした能力向上など）の3類型に分類する。エンパワーメントの発現を測る指標には、下の表3-38に示す指標群を採用し、それぞれの指標について成果Ⅰ～Ⅲ類がどのように現れているかを、対象女性からの自由な「語り」を引き出すことで確認していく。その結果、聞き取り対象女性の語りから観察される指標ごとのポジティブな変化を一つずつ点数化し、女性個人別および指標別に、その変化をレーダー・チャートの形で可視化する。

表3-38 定性調査に用いるエンパワーメント指標

1	参加した
2	発言した
3	意識が変化した
4	行動した
5	連帯した
6	創造した
7	新しい目標を持った
8	交渉した
9	満足した
10	自信を持った
11	運営・資金管理を行なった(AOのみ)
12	意思決定を行なった
13	時間管理を行なった

(出所)藤掛 (2008) を基に調査団作成

インデプス・インタビューの実施には、日本側から藤掛教授が評価方法や調査手法に関する指導に入り、半構造型の質問票案をあらかじめ作成した後、プレ調査を実施した。その後、調査団員と現地スタッフで現地の文脈に合わせて調査票の微修正を行なった。なお、インタビューの聞き手を、第1回（ベースライン）では現地パートナーである JITA の男性スタッフ2名が担当したが³⁴、第2回（エ

³³ Fujikake, Yoko (2010) 'Methodologies for Evaluating Women's Empowerment in Poverty Alleviation Programmes: Illustrations from Paraguay and Honduras', Chant, Sylvia (ed.) "International Handbook on Gender and Poverty". Edward Elgar, London: 1291-1304. および藤掛洋子 (2008) 「農村女性のエンパワーメントとジェンダー構造の変容—パラグアイ生活改善プロジェクトの評価事例より—」、国際ジェンダー学会誌 6巻 : 101-132.

³⁴ 本来であれば女性のスタッフが農村でインタビューや参与観察をすることが重要であるが、男性の対応となったため、傾聴を得意とするスタッフを第1回調査では選出した。(藤掛洋子、国際開発学会発表「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」、2014年秋)

ンドライン) では (JITA 側の人事異動のため) 担当スタッフ 1 名に加え、3 名 (うち 2 名が女性) の調査アシスタントがあたった。

本調査では、聞き手の質問時における態度や環境などが大きく影響する。このため、調査開始時に JITA スタッフへの調査手法の説明³⁵と調査の成果品 (ポイントの入力シート) の見本を示した。その上で、聞き手とともに啓発ワークショップの目指す目標や AO の役割などを確認しながら、相互理解の上で調査を進めた。

その後、インタビュアーが対象村落を訪問、または (安全管理上の移動制限のため) 調査団宿泊先まで調査協力者の女性を招いてインタビューを実施した。女性の「語り」は質問票にできるだけそのまま書き込み、各エンパワーメント指標の成果 I 類、II 類、III 類に当てはまる「語り」を分類し、点数化した³⁶。

③ 対象者

本エンパワーメント調査 (定性調査) では、AO と農村女性の変容を別々に見ることとする。AO については活動に従事する 8 名全員を対象とし、農村女性については (ベースライン時において)、A) 商品を 3 点セットで購入した人、B) 商品を 1 点だけ購入した人、C) 啓発ワークショップに参加したが商品をまだ購入していない人、D) ワークショップに参加せず、かつ商品を購入してもいない人に分け、それぞれ 2 名ずつインタビューすることとした。第 1 回調査と同じ人物に対して、第 2 回調査でもインタビューを行ない、エンパワーメントの度合いを測る。

④ 対象村落

農村女性については、村同士の比較を行うため、比較的外部からの影響に寛容と思われる Gulya 村と、逆に外部者に対して閉鎖的・保守的な態度の観察される Korati Para 村の 2 村を選定した。この結果、エンパワーメント定性調査の対象女性は、以下のようになる。

表 3-39 エンパワーメント定性調査の対象女性

AO	農村女性
8 名全員	Gulya : A)~D) の 4 カテゴリーそれぞれ 2 名ずつ Korati Para : A)~D) の 4 カテゴリーそれぞれ 2 名ずつ
合計 : 8 名	合計 : 16 名

(出所) 調査団

3-5-4-3. エンパワーメント調査結果の概要

第 1 回 (ベースライン時) と第 2 回 (エンドライン時) における、聞き取り対象女性のエンパワー

³⁵ 概念枠組みであるエンパワーメント成果 3 類型とともに、それに関連する実際のジェンダー・ニーズ (女性の現在置かれた状況から派生する実生活を維持、改善するためのニーズで、男女の間の役割の違いや力関係を変革するものではない) と戦略的ジェンダー・ニーズ (女性の置かれた抑圧的な状態に挑戦するもので、男女の役割の違いや既得権益、力関係の変革を迫る) の違いを現地スタッフに説明した。加えて、特に家庭内暴力 (DV) やリプロダクティブ・ライツなどに関するジェンダー・センシティブティや配慮をインタビュアーに求めた。(出所同上)

³⁶ 状況が許す範囲で、録音・映像による記録も残した。毎日の調査終了後、コンサルタント、現地スタッフ、アシスタント、藤掛教授がともに「語り」の分類にあたった。(藤掛洋子、国際開発学会発表「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」、2014 年秋)

メントの発露を、農村女性とAOに分けて、以下に記す。

① 農村女性

農村女性の個別のエンパワーメントの結果を、図3-20のレーダー・チャートに示す。コードA～Dは、上記(2)の「③対象者」および表3-39に示した4種類の農村女性カテゴリーであり、青線がベースライン時、赤線がエンドライン時となっている（ベースライン調査と同じ人物に対して、エンドライン調査でもインタビューを行なったが、C1に関しては身内に不幸があったことから調査継続が不可能となり、エンドラインの点数が0になっている）。

特にベースライン時において、Dのカテゴリーである啓発ワークショップに参加したことがない女性では、ワークショップと因果関係のあるエンパワーメントが認められないと判断できる。一方、ワークショップに参加したことがあるA～Cを比較しても、ベースライン時は、購入商品数とエンパワーメントの発現はあまり相関がない。3点購入したA4の女性の得点が極端に低いのは、家族の勧めや意思決定で商品購入をしているものの、ワークショップに参加していないからであり、Cカテゴリーの中には価格が高いと感じているため未購入であるが、ワークショップに参加し、そこで学んだことを実践している女性もいる。「いずれ商品を購入したい」と考えている女性も見られた³⁷。

農村女性の語り全体を指標ごとにまとめたのが、図3-21である。指標別では、3の「意識が変化した」、4の「行動した」については、ベースライン(青線)の時点でも高くなっている。カテゴリーDに該当する女性のエンパワーメント発現が見られない³⁸ため、本プロジェクトに関わり、ワークショップに参加した農村女性たちには(学んだことを実践しよう、実践したことを他者に伝えようという)意識や行動に変化が観察されていたと言えよう³⁹。

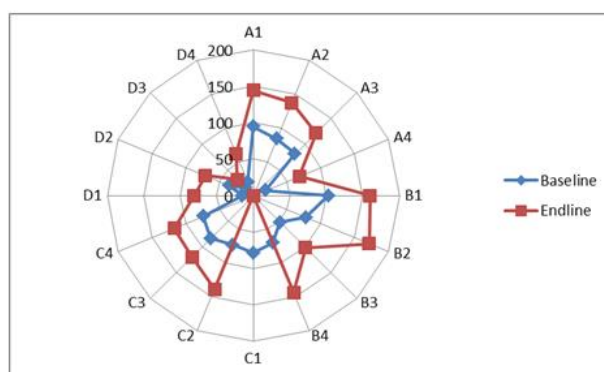


図3-20 農村女性の個別のエンパワーメント結果 (出所) 藤掛 (2015)

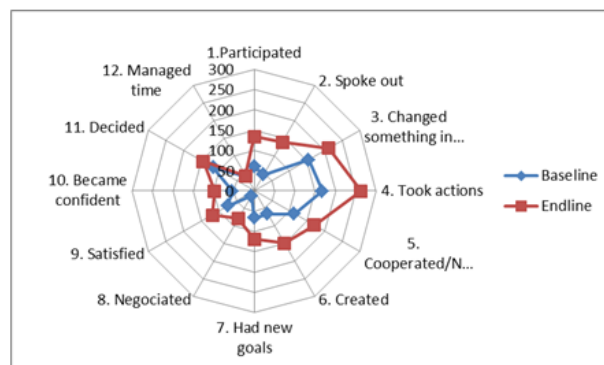


図3-21 農村女性の指標別エンパワーメント結果 (出所) 藤掛 (2015)

ベースライン調査時における農村女性には、「泡洗顔の実践」など、プロジェクトが期待する成果

³⁷ 藤掛洋子 (2014)、「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」(国際開発学会発表、2014 年秋)

³⁸ カテゴリーDに関しては全員が10代であることから、年齢や経験についても考慮する必要があるものの、A～Cにも20代前半がいることから、一概に若いため経験不足とは結論付けられない。(藤掛洋子、国際開発学会発表「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」、2014 年秋)

³⁹ 藤掛洋子 (2015)、「BOP ビジネスと農村女性のエンパワーメント：バングラディッシュ農村女性を対象としたエンパワーメント評価の事例より」(『国際ジェンダー学会』第12号、査読中)

である I 類に該当するポジティブ・インパクトが多く確認された。また、指標 11 の「意思決定した」が高く出ている傾向にあったが、他の指標は高くなかった。これは、従来夫が家庭内外の意思決定を担うという社会的背景に対し、「共同で意思決定をする」という形に変わったということから、女性個人による決定事項以外に、ポイントとしてカウントしたからである。しかし、ベースラインでは、プロジェクトの副産物である成果 II 類について、「台所の改善を提案」した女性（1 名）はいるものの、それ以外に大きな変化は認められなかった。さらに成果 III 類である社会的役割の変化や不可能を可能にした能力向上に向けた行動変容のある人は、ベースライン調査からは十分に見出すことができなかった⁴⁰。

第 2 回調査（エンドライン、図 3-2 の赤線）では、「泡洗顔の実践」のみならず、ワークショップへの参加を通じ、知らない人の前でも話すことができるようになったり（指標 2「発言した」）、新たな目標を持ったり（指標 7）、台所の改善のためにガスを引いたり（指標 6「創造した」）といった、より多様な変化を見ることができた。また、「共同での意思決定」を越えて、夫に避妊のための交渉をしたり、家族を説得し子どもの教育のために貯蓄をしたり、地域のリーダーに交渉したりするなど、交渉や意思決定にも成果 III 類のレベルでの変化についての「語り」が確認された⁴¹。

② AO

図 3-22 のチャートの青線が、個別の AO による指標全体のベースライン調査の結果である。ポイントの高い AO-02、AO-03、AO-06、AO-07 は、30～40 代の経験のある女性たちであり、ポイントが低いのは 10 代の若い女性たちであった。特に、最も点数の低い AO-01 は、AO としての経験が最も浅く、離婚訴訟中の DV 被害者でもあった⁴²。

図 3-22 では、赤線（エンドライン）に見られるとおり、総じてエンパワーメントのポイントが増加している。語りの中で最もエンパワーメントが可視化されたのは、AO-07 である。彼女は、

AO であることに誇りを持ち、男性のサポートはもはやいらないとエンドライン調査時に語った。自分自身でプロジェクトをマネジメントしたり、知識を共有したりすることから生活の質も向上しており、大変満足しているという⁴³。また、ベースラインとエンドラインの聞き取りを通じて、社会経験のある AO が、経験の少ない、あるいは若い世代の AO の指導者的立場となり、知識や経験を共有し、

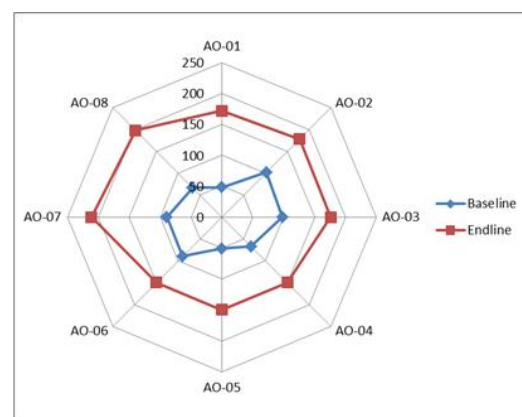


図 3-22 AO の個別エンパワーメント結果
（出所）藤掛（2015）

⁴⁰ 藤掛洋子（2014）、「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」（国際開発学会発表、2014 年秋）

⁴¹ 藤掛洋子（2015）、「BOP ビジネスと農村女性のエンパワーメント：バングラディッシュ農村女性を対象としたエンパワーメント評価の事例より」（『国際ジェンダー学会』第 12 号、査読中）

⁴² 藤掛洋子（2014）、「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」（国際開発学会発表、2014 年秋）

⁴³ 藤掛洋子（2015）、「BOP ビジネスと農村女性のエンパワーメント：バングラディッシュ農村女性を対象としたエンパワーメント評価の事例より」（『国際ジェンダー学会』第 12 号、査読中）

リーダーシップを発揮していた。本プロジェクトが、女性たちの教育訓練の「場」ならびに知識伝達の「装置」として機能していると考えられる⁴⁴。

AO-04 は、当初父より AO 活動に参加することを反対されたとされる。人前で話すことはもともと苦手であり、恐れもあった。その後、AO トレーニングやクッキングコンテストなどの実施を通し、AO-04 は徐々に変化していった。記憶力が大変よく、商品の説明や家族構成などを覚え、世帯への巡回訪問を通して、農村の人々に信頼されるようになっていった。これらの活動を通じ AO-04 は自信も獲得していった。エンパワーメントが最も可視化されたのは AO-07 であるが、プロジェクト実施により、AO-04 などを含む AO 全体の変化が（チャートの赤線の形からも）確認できた⁴⁵。

図 3-23 が、エンパワーメント指標別に見た AO のエンパワーメントの度合いであり、同じく青線がベースライン調査時である。個別には違いがあるものの、3 の「意識が変化した」、5 のネットワーク（「連帯した」）、9 の「満足した」、11 の「運営・資金管理を行なった」などは高い傾向にある。プロジェクトが開始されて間もないが、すでに意識変容がみられることから、AO にはポジティブなインパクトが発現しつつあったと言えよう⁴⁶。

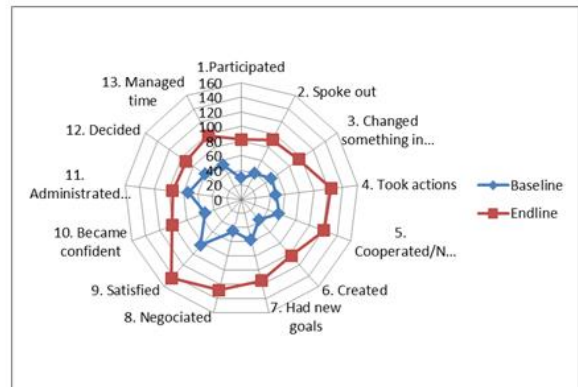


図 3-23 AO の指標別エンパワーメント結果
（出所）藤掛（2015）

指標 9「満足した」は、ベースライン時にも 84 点と高い傾向にあったが、エンドラインにおいても 144 点と一番高いことから、このプロジェクトは AO に高く評価されていると推察できる。また、指標 8「交渉した」は、ベースラインではわずか 45 点であったが、エンドラインでは 128 点となり、夫や義母や義父などの家族、地域の人々にあらゆる交渉をしていることが確認された。AO-08 は、プロジェクトを通じ自信をつけ、地域のリーダーに交渉するなど、これまでに経験のないことを実行に移している。AO-03 は化粧品の売上でトップになり、より販売ができるようにアニメーションを用いるなど新しいアイデアを提案している⁴⁷。

エンパワーメント調査（定性調査）により、タンガイル県農村部で展開する本プロジェクトは、女性の生活改善や美の追求のみならず、AO という職業を通じ農村女性が仕事を獲得する、農村女性の社会的地位が向上するなど、ジェンダーに配慮した活動を展開することによりエンパワーメントに一定程度貢献する可能性があることが示唆された⁴⁸。

⁴⁴ 藤掛洋子（2014）、「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」（国際開発学会発表、2014 年秋）

⁴⁵ 藤掛洋子（2015）、「BOP ビジネスと農村女性のエンパワーメント：バングラディッシュ農村女性を対象としたエンパワーメント評価の事例より」（『国際ジェンダー学会』第 12 号、査読中）

⁴⁶ 藤掛洋子（2014）、「BOP ビジネスのエンパワーメント評価：バングラディッシュ農村女性の事例より」（国際開発学会発表、2014 年秋）

⁴⁷ 藤掛洋子（2015）、「BOP ビジネスと農村女性のエンパワーメント：バングラディッシュ農村女性を対象としたエンパワーメント評価の事例より」（『国際ジェンダー学会』第 12 号、査読中）

⁴⁸ 同上。

第4章 事業展開の課題と展望

今回のパイロット事業を通して見えた課題は以下のとおりである。

- ① RSP での販売が機能していない
 - ・ RSP での主な顧客が本事業のターゲットと異なること
 - ・ RSP での主な販売者であるアパラジタの新規商品販売能力の不足
- ② 関税の高さにより利益率が低い

それを踏まえて、2015年度のパイロット事業の展開としては、まずは①の課題を中心に、以下のとおり活動を検討している。

①既存 16 村での活動

主に 2014 年度にカバーできなかったターゲットとして学生へ向けた啓発活動を進める。また、今回 RSP が機能していない課題があること、長期的に AO を雇用し続けることは事業性にも大きく関わってくることから、まずは起業家であるアパラジタのみである程度販売できるようにするため、AO はアパラジタへの教育や販売への斡旋活動に集中して取り組み、RSP が機能する販売の仕組みを整えていく。併せて、販売のメインターゲットである BOP 上位層への接点拡大と商品の認知度向上のため、リテールストアでのパイロット販売を実施する。

② ③縫製工場での活動

バングラデシュでは縫製工場は多数存在し、工場内では多くの女性が働いている。2015 年度は縫製工場の作業員女性も農村女性と同様に啓発する対象として捉え、現在の紙芝居コンテンツを用いて縫製工場の作業員女性に対する啓発活動を実施する。また販売については、周辺にあるリテールストアにて実施する。縫製工場の作業員は独身女性も多く、可処分所得も比較的多いと考えられることから、啓発活動による販売実績の向上も見込んでいる。

その後の本格展開については、2015 年度の活動結果を踏まえて検討予定である。

別添資料

別添1：パイロット対象村の情報

Name of Village	Name of Upazila	The number of households	The number of Population	Gender composition		Age Composition					
				Male	Female	0-14	15-24	25-34	35-44	45-64	65+
Karotia	Tangail Sadar	1,000	4,500	45%	55%	15	20	23	30	10	2
Matara	Basail	650	7,000	47%	53%	15	10	20	12	25	18
Gulya	Basail	395	3,500	52%	48%	12	10	22	40	11	5
Garasin	Tangail Sadar	700	4,000	48%	52%	16	12	20	36	13	3
Kandapara	Basail	500	2,000	50%	50%	20	13	23	28	10	6
Mir Cumulli	Delduar	1,200	5,000	52%	48%	28	20	20	19	10	3
Karati Para	Basail	2,000	10,000	48%	52%	30	25	15	13	12	5
Dheli	Tangail Sadar	420	2,800	49%	51%	26	22	19	15	12	6
Bara Pakhia	Delduar	900	4,800	52%	48%	15	15	18	30	17	5
Bangra	Basail	365	1,650	51%	49%	15	18	15	28	20	4
Barni	Delduar	100	500	51%	49%	15%	20%	25%	17%	16%	7%
Nahali	Bashail	400	1,600	48%	52%	25	10	20	25	15	5
Nathkhola	Basail	359	1700	48%	52%	8%	18%	27%	25%	15%	7%
Khudirampur	Tangail sadar	280	1500	54%	46%	13%	30%	29%	16%	9%	3%
Baiokhola	Basail	400	2200	48%	52%	15%	28%	33%	15%	7%	2%
Atia	Delduar	1,600	6,000	48%	52%	16	20	25	30	6	3
Parigatpur	Delduar	114	600	51%	49%	25	12	31	17	10	5

Name of Village	Name of Upazila	Religion		Main income sources in the village	Major industries except agriculture in the village(if any)
		Muslim	Hindus		
Karotia	Tangail Sadar	80%	20%	Business	No
Matara	Basail	70%	30%	Agriculture	No
Gulya	Basail	100%		Agriculture	No
Garasin	Tangail Sadar	100%		Agriculture	No
Kandapara	Basail	100%		Service	No
Mir Cumulli	Delduar	97%	3%	Agriculture	No
Karati Para	Basail	75%	25%	Foreign Income	No
Dheli	Tangail Sadar	86%	14%	Tat Labor	No
Bara Pakhia	Delduar	99%	1%	Agriculture	No
Bangra	Basail	95%	5%	Day Labor	No
Barni	Delduar	100%		Agriculture	N/A
Nahali	Bashail	100%		Agriculture	No
Nathkhola	Basail	100%		Agriculture	N/a
Khudirampur	Tangail sadar	98%	2%	Agriculture	N/A
Baiokhola	Basail	100%		Agriculture	N/A
Atia	Delduar	100%		Agriculture	NO
Parigatpur	Delduar	100%		Agriculture	NO

Name of Village	Name of Upazila	Percentage of women who earn independent income and their occupation			
		%	Occupation		
Karotia	Tangail Sadar	15	Suta Kata	Sewing Katha	Making Chador
Matara	Basail	5	Teacher	Graments	Banker
Gulya	Basail	3	Gov-Worker	Non-Gov worker	Teacher
Garasin	Tangail Sadar	10	Tati	Labour	Other
Kandapara	Basail	7	Teacher	Doctor	Non-Gov Worker
Mir Cumulli	Delduar	7	Domestic Work	Teacher	Other
Karati Para	Basail	5	Teaching	Gov-Worker	Non-Gov Worker
Dheli	Tangail Sadar	7	Tat Worker	Ngo worker	Teacher
Bara Pakhia	Delduar	2	Katha Selai	Domestic Work	Other
Bangra	Basail	15	Parttime work	Katha Selai	Non-Gov Worker
Barni	Delduar	8%	Kutir Silpo	Gov job	Other job
Nahali	Bashail	2	Teacher	Gov-Worker	other
Nathkhola	Basail	2%	Teacher	Kutir shilpo	other job
Khudirampur	Tangail sadar	2%	Ind worker	Kutir shilpo	
Baiokhola	Basail	3%	Teacher	Banker	Gov work
Atia	Delduar	1	Teacher	Ngo worker	
Parigatpur	Delduar	2	Shopkeeping	others	

Name of Village	Name of Upazila	Distribution of the household income in the village (%)					
		— tk.2,000/ month	tk.2,000— tk.5,000/ month	tk.5,000— Tk.10,000/ Month	Tk.10,000— Tk.15,000/ Month	tk.15,000— Tk.20,000/ Month	Tk.20,000— Month
Karotia	Tangail Sadar	5	40	30	15	6	4
Matara	Basail	2	18	45	20	10	5
Gulya	Basail	2	16	35	21	14	12
Garasin	Tangail Sadar	2	10	40	28	15	5
Kandapara	Basail	1	4	25	30	25	15
Mir Cumulli	Delduar	2	13	30	25	20	10
Karati Para	Basail	1	14	30	20	15	18
Dheli	Tangail Sadar	2	20	50	15	10	5
Bara Pakhia	Delduar	2	18	30	25	20	5
Bangra	Basail	8	27	30	20	13	2
Barni	Delduar	2	12	38	28	14	6
Nahali	Bashail	1	15	33	20	25	6
Nathkhola	Basail	0	22	45	18	10	5
Khudirampur	Tangail sadar	2	13	47	22	11	5
Baiokhola	Basail	5	10	40	27	10	8
Atia	Delduar	5	20	40	30	2	3
Parigatpur	Delduar	5	40	9	36	4	5

Name of Village	Name of Upazila	Government/Semi-government primary school in the village			Major Water Sources	
		Yes	No	If YES,how many secondary schools does the village have?	Drinking water	Washing/Bathing
Karotia	Tangail Sadar	Yes 2		Yes 1	Tubewell	Tubewell
Matara	Basail	Yes 1		NO	Tubewell	Tubewell
Gulya	Basail	Yes 1		NO	Tubewell	Tubewell
Garasin	Tangail Sadar		NO	No	Tubewell	Tubewell
Kandapara	Basail	Yes 1		No	Tubewell	Tubewell
Mir Cumulli	Delduar	Yes 1		No	Tubewell	Tubewell
Karati Para	Basail	Yes 1		No	Tubewell	Pond/ River
Dheli	Tangail Sadar	Yes 1		No	Tubewell	Tubewell
Bara Pakhia	Delduar	Yes 2		NO	Tubewell	Tubewell
Bangra	Basail		No	No	Tubewell	Tubewell
Barni	Delduar	Yes-1		Yes-1	Tubewell	Tubewell
Nahali	Bashail	Yes 1		Yes 1	Tubewell	Tubewell
Nathkhola	Basail	Yes-1		N/A	Tubewell	Tubewell
Khudirampur	Tangail sadar		No	No	Tubewell	Tubewell
Baiokhola	Basail		No	No	Tubewell	Tubewell
Atia	Delduar	Yes-1		No	Tubewell	Tubewell
Parigatpur	Delduar		NO	No	Tubewell	Tubewell

Name of Village	Name of Upazila	Does any NGO excluding microfinance institutions work in the village		
		Yes	No	If YES, please fill the name of 3-5 major NGOs and their activities
Karotia	Tangail Sadar	Yes		Brack, SSS, ASHA
Matara	Basail	Yes		ASHA, Brack, Grameenbank
Gulya	Basail	Yes		Brack, Asha, SSS, Seba
Garasin	Tangail Sadar	Yes		Brack, SSS, Gramenbank, BURO
Kandapara	Basail	Yes		Grameenbank, BURO, SEBA
Mir Cumulli	Delduar	Yes		Brack, Grameenbank, SSS, BURO
Karati Para	Basail	Yes		Brack, SSS, Gramenbank, BURO
Dheli	Tangail Sadar	Yes		Grameenbank, SSS, Brack, SEBA
Bara Pakhia	Delduar	Yes		Brack, SSS, SEBA, BURO, Grameenbank
Bangra	Basail	Yes		Brack, Grameenbank, SSS, BURO
Barni	Delduar	Yes		Buro Bangladesh, SSS, brac, Grameen bank
Nahali	Bashail	Yes		Grameenbank, ASHA, BURO
Nathkhola	Basail	Yes		ASA, Grameen Bank, SSS, Buro Bangladesh
Khudirampur	Tangail sadar	Yes		Brac, Grameen Bank, ASA, Buro Bangladesh
Baiokhola	Basail	Yes		Barc, Grameen Bank, Buro Bangladesh
Atia	Delduar	Yes		BRAC, SSS, Grameen Bank, Buro, SETU, ASHA
Parigatpur	Delduar	yes		Grameenbank, Setu, BRDB, BRAC,

Name of Village	Name of Upazila	Distance and road condition from the center of the village to bazaar				Distance and road condition from the center of the village to the nearest medium-size city				
		km	Hours	Road Condition Fine/Not Good	Major transporttionm eans	km	Hours	Road Condi tion	Major transporttionm eans	
Karotia	Tangail Sadar	1.5	10 Mins	Fine		CNG	10	15 Mins	Fine	CNG
Matara	Basail	1.5	10 Mins		Not Good	On Foot	3	10 Mins	Fine	Tempo
Gulya	Basail	2.5	15 Mins	Fine		Auto	11	20 Mins	Fine	CNG
Garasin	Tangail Sadar	1.5	12 Mins	Fine		Tempo	6	18 Mins	Fine	CNG
Kandapara	Basail	2.5	20 Mins		Not Good	Van	10	30 Mis	Fine	CNG
Mir Cumulli	Delduar	3	30 Mins		Not Good	Van	10	37 Min	Fine	CNG
Karati Para	Basail	1	4 Mins	Fine		Auto	10	11 Mins	Fine	CNG
Dheli	Tangail Sadar	1.5	2 Mins	Fine		CNG	10	9 Mins	Fine	CNG
Bara Pakhia	Delduar	1.5	15 Mis		Not Good	On foot	12	30Min	Fine	CNG
Bangra	Basail	2	5 Min	Fine		Tempo	10	15 Mins	Fine	CNG
Barni	Delduar	7	35mins	Fine		Tempo	15	40mins	Fine	Bus
Nahali	Bashail	2	15 Mins		Not Good	Auto	9	23 Mins	Fine	CNG
Nathkhola	Basail	3	12mins	Fine		Tempo	11	20mins	Fine	CNG
Khudirampur	Tangail sadar	1	12mins	Fine		Rickshaw	7	13mins	Fine	CNG
Baiokhola	Basail	0.5	10mins	Fine		Van	15	30mins	Fine	CNG
Atia	Delduar	8	30 Mins	Fine		CNG	12	40 MINS	Fine	CNG
Parigatpur	Delduar	8.5	35 MINS	Fine		CNG	12.5	45 MINS	Fine	CNG

Name of Village	Name of Upazila	Any characteristics of the villeges(e.g. flood prone are, any local specialty, tourist place,etc)	No. of Aparajitras in the village	Percentage of households aparajitas cover in the villege	Distance and rod condition from the RSP hub center in Sadar			
					km	Hours	Road Condition Fine/ Not Good	Major transportati on means
Karotia	Tangail Sadar	Jamidar Bari	3	50%	0.5	10 Mins	Not good	CNG
Matara	Basail	No	4	75%	0.5	10 Mins	Not good	On Foot
Gulya	Basail	No	2	60%	2.5	15 Mins	Fine	Auto
Garasin	Tangail Sadar	No	No		1.5	10 Mins	Fine	Tempo
Kandapara	Basail	No	1	50%	2.5	20 Mins	Not good	Van
Mir Cumulli	Delduar	No	3	80%	3	30 Mins	Not good	Van
Karati Para	Basail	NO	1	30%	1	4 Mins	Fine	Auto
Dheli	Tangail Sadar	NO	1	30%	0.5	2 Mins	Fine	CNG
Bara Pakhia	Delduar	NO	1		1	10 Mins	Not good	On Foot
Bangra	Basail	NO	1	60%	2	5 Mins	Fine	Tempo
Barni	Delduar	N/A	1	50%	7	35 Mins	Fine	Tempo
Nahali	Bashail	NO	1	40%	2	15 Mins	Not good	Auto
Nathkhola	Basail	n/a	1	60%	3	10 Mins	Fine	Tempo
Khudirampur	Tangail sadar	No	1	37%	2	5 Mins	Fine	Rikshaw
Baiokhola	Basail	No	1		0.5	10 Mins	Fine	Van
Atia	Delduar	Ataia Mazar	1	40%	8	30 Mins	Fine	CNG
Parigatpur	Delduar	No	1	50%	8.5	35 MINS	Fine	CNG

別添2：パイロット地域の開発指標

Category	Indicators	Banglades	Upazila		
		National Average*	Tangail Sagar	Delduar	Basail
Disease prevention coverage and quality	1. Access to an improved water source	80	98	97	99
	2. Access to improved sanitation facilities	53	85		100
	3. Child immunization rate (measles)	89	97	100	95
	4. Children with acute respiratory infection taken to health provider (%of children under 5)	37	11		10
	5. Children with diarrhea who received oral rehydration and continuous feeding (%of children under 5)	68	15		25
	6. Tuberculosis – treatment success rate	91	99	94	100
	7. Tuberculosis – case detection rate	44	1	55	50
Reproductive health	1. Total fertility rate	2.3	0.25		1.5
	2. Adolescent fertility rate (per 1,000 women ages 15-19)	68	30	47	43
	3. Unmet need for contraception (% of married women ages 15-49)	17	9	10	12
	4. Contraceptive prevalence rate	53	47	72	75.06
	5. Pregnant women receiving prenatal care	51	75	53	60
	6. Births attended by skilled health staff	24	20	32	50
	7. Maternal mortality ratio (per 100,1000 births)	348	70	102	98
	8. Lifetime risk of maternal death (1women in)	110	92	70	98
Nutrition	1. Prevalence of undernourishment	27	14	17	15
	2. Prevalence of child malnutrition (underweight)	41.3	32.75	33	30
	3. Prevalence of overweight children	1.1	0.22	0.3	0.5
	4. Low-birthweight babies	22	11	17	12
	5. Exclusive breast-feeding	43	95	94	96
	6. Consumption of iodized salt	84	95	99	100
	7. Vitamin A supplementation	91	40	50	97
	8. Prevalence of anemia (children under 5)	58	23	17	15
	9. Prevalence of anemia (pregnant women)	39	15	22	25
Health risk factors and future challenges	1. Prevalence of smoking (women)	1	0	0	0
	2. Incidence of tuberculosis (per 100,000)	225	134	152	150
	3. Prevalence of diabetes (%of population 20-79)	6.6	30	20	10
Mortality	1. Life expectance at birth	67	99	97	95
	2. Infant mortality rate (per 1,000)	41	2	3	8
	3. Under-five mortality rate (per 1,000)	52	3	9	15
	4. Child mortality rate (female, per 1,000)	20	95	98	110
	5. Adult mortality rate (female, per 1,000)	172	45	35	20
	6. Female Survival to age 65 (%)	71	60	59	62

*Source: World Development Indicator 2011 (World Bank)

 Highest data in all areas

 Lowest data in all areas

別添3：パイロット地域で実施されている啓発活動に関する調査結果

① 衛生分野

衛生分野における主な啓発活動は、安全な水(飲料水)へのアクセス向上、衛生的なトイレの普及、手洗いの促進に大別することができる。

a. 公衆衛生工学局(Department of Public Health Engineering)

安全な水(飲料水)へのアクセス向上、衛生的なトイレの普及、手洗いの促進に取り組んでいる。安全な水(飲料水)へのアクセス向上のため、コミュニティへ井戸の普及をすすめており、Tangail Sadar 郡で 60 カ所、タンガイル県全体で 568 カ所に井戸が設置されている。手洗いに関しては、学校を通じた啓発活動が実施されているほか、3月22日の国連「世界水の日(World Water Day)」にラリーの実施など関連するイベントの開催を実施している。

b. BRAC : BRAC WASH Project

BRACは1972年に設立されたバングラデシュ最大級のNGOでマイクロファイナンスを含む様々な社会開発事業を実施している。BRAC WASH Projectは、2006年5月から15郡を対象に始まった衛生分野のプロジェクトで、2007年に150郡、2012年までに52県248郡に活動地域を拡大している。他の

NGOも類似の水プロジェクトを実施しており、どの地域を担当するかは政府機関である国家衛生ステアリング委員会によって決められているという。タンガイル県12郡のうち7郡で活動している。主な啓発活動は、安全な水(飲料水)へのアクセス向上、衛生的なトイレの普及、手洗いの促進である。Field Organizerが、プロジェクトの対象となる地域を平均200-250世帯で1グループになるようまとめ、11人の代表を選定させ水委員会を形成させる。水委員会を中心に、地域の情報を収集すると同時に、衛生に関連する情報を発信している。



図別 3-1 BRAC によるワークショップの様子

水委員会のほか、啓発活動の要員としてプログラムアシスタントが各ユニオンに2名配置されている。プログラムアシスタントは1日50世帯を巡回し、10世帯を訪問したところで30-40分間程度のワークショップを開催し、その地域で課題になっている衛生上の課題について啓発活動を実施している。啓発ツールとして紙芝居などの媒体が用意されている。



図別 3-2 BRAC WASH Project で用いられている啓発ツール

c. BASA : Wash Project

BASA は 1991 年に設立されたバングラデシュの中堅 NGO で、マイクロファイナンス、衛生・保健分野などの社会開発プロジェクトを実施している。タンガイル県では、Shakhipur Municipality(人口は 25,200 人、約 6,000 世帯)を対象に水プロジェクトを実施している。安全な水へのアクセス、衛生的なトイレの導入などをすすめているが、特に低所得者層を中心に支援している。3125 人の貧困層に対し、1,530 個の井戸、1595 個のトイレを提供した。

各地域に住民グループを形成させ情報伝達・収集の仕組みを作っている。対象地域には 75 個の住民グループが形成されており、男女各 2 名のコミュニティ・オーガナイザーによって各グループの活動をモニタリングし、住民からのフィードバックを受け付けている。BRAC の水プロジェクトと異なり、各家庭を訪問する啓発活動は実施していない。

② 栄養

政府を中心に、ビタミン A、ヨウ素の摂取を促進する活動が実施されてきたが、現時点では、栄養分野における主な啓発活動は、母子保健の中で取り上げられていることが多い。政府機関では、保健家族福祉省家族計画局が家族計画に関する啓発活動を、保健家族福祉省保健サービス局が家族計画を除く保健に関する全般的な内容に関する啓発活動を実施している。

a.保健家族福祉省保健サービス局

保健家族福祉省保健サービス局、家族計画局には、それぞれ家庭を巡回する要員を配置しており、それぞれヘルス・アシスタント、家族福祉アシスタントと呼ばれている。Tangail Sadar 郡 Koratia Union では、保健サービス局の巡回員(ヘルス・アシスタント)が 4 人、家族計画局の巡回員(家族福祉アシスタント)が 7 人配置されている。

ヘルス・アシスタントは、各家庭を巡回し、ワクチン接種の呼び掛け、貧血対策のためのサプリメントやビタミン A の配布など、保健情報を各家庭に伝達している。現在は、9 種類の病気に対するワクチン接種を 0-1 歳児、妊婦、15-49 歳女性にそれぞれ普及させている。ヘルス・アシスタントを管理するヘルス・インスペクターが配置されているが、ヘルス・アシスタント、ヘルス・インスペクターとも、啓発ツールを用いた啓発活動、ワークショップの開催などは実施していない。

近年、ガン、糖尿病、心臓病といった非伝染病(生活習慣病)が増加してきていることから、非伝染病に関する初めての統計調査が実施されたが、それに対する対策はまだとられていないという。

b.保健家族福祉省家族計画局

家族計画に必要な情報提供、妊婦や乳児のケアなどが主な活動となっている。家族計画のために、家族福祉アシスタントが各家庭を巡回し、避妊具やピルの提供、避妊手術の推奨している。

ポリオデー、ビタミン A デー、世界人口デー(World Population Day)といった日にセミナーを開催したり、ラリーを実施したりしているが、日常的に啓発ツールを用いた啓発活動、ワークショップの開催などは実施していない。

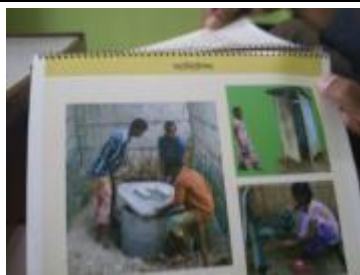
c. BRAC : Health Nutrition and Population Program

1994 年から続いている BRAC のプログラムで、全国展開している。タンガイルでは全ての郡を対象

としているが、各郡全ての村を対象としているわけではなくタンガイルの人口の35%が対象となっている。

中核となる活動は Essential Health Care で、i)健康・栄養教育、ii)安全な水とトイレ、iii)家族計画、iv)予防接種、v)基礎的な治療(Basic Cure)、vi)妊婦関係ケア、vii)結核、viii)肺炎、ix)安全な出産、x)マラリア、xi)下痢の11分野をカバーしている。栄養に関しては、主に母子保健に関係する視点から啓発活動が行なわれている。

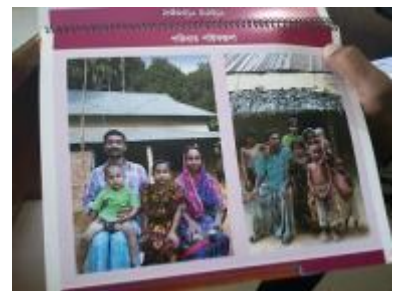
フィールドレベルには、コミュニティ・ヘルス・ボランティア(SS : Shasthya Shebika)が200-250世帯に1名配置されている。ボランティアなのでBRACから給与は支払われないが、1日10-12世帯を訪問し健康に関する情報を提供するほか、BRAC製の生理用ナプキン、老眼鏡など生活に必要な商品も販売している。コミュニティ・ヘルス・ボランティアをモニタリングし啓発活動を実施する担当としてコミュニティ・ヘルスワーカー(SK : Shasthya Kormi)が配置されており、コミュニティ・ヘルスワーカーは担当地域を巡回し、1日3回程度グループミーティングを実施している。グループミーティングでは、衛生、水、女性の健康、栄養、HIV/AIDs、マラリア、結核などがテーマとしてディスカッションされおり、ディスカッションで用いられる啓発ツールとして紙芝居などの媒体が用意されている。



衛生的なトイレ



ヒ素の害について



ファミリープランニング



母子保健の栄養について



全般的な栄養に関する説明



紙芝居になっている



		HIV/AIDs
--	--	----------

図 3-11 BRAC で用いられている啓発ツール

上記の通り、政府機関、NGO が、衛生・栄養に関する啓発活動を様々な形で実施している。衛生・栄養に関する啓発活動の多くは、MDGs に掲げられている安全な水・衛生的なトイレへのアクセス(ゴール 7)、乳幼児死亡率の削減(ゴール 4)、妊産婦の健康改善(ゴール 5)に焦点が置かれている。

啓発活動の実施体制に関しては、多くの場合で、啓発活動を実施する担当者と、各家庭を巡回する担当者がそれぞれ設けられ、草の根レベルで情報が伝達する仕組み作りがされていることがわかる。今回の販売・啓発活動においても、AO が啓発活動を担当し、アパラジタが各家庭を巡回する体制になっている。上記で紹介されたプロジェクトおよび今回販売のパートナーとなる JITA の実施体制を下表に整理した。

表別 3-1 衛生・栄養に関する啓発活動とその実施体制

実施機関 プログラム	保健家族福祉局		BRAC		BASA	JITA (対応する 体制)
	保健サービス局	家族計画局	BRAC WASH Project	Health Nutrition and Population Program	BASA Wash Project	
主な対象	全員	18-49 歳までの夫婦、妊婦、子供			貧困層(月収 4000-5000 タカレベル)	
主な活動	ワクチン接種の呼び掛け、村人と医療機関とのつながり強化	家族計画に関する啓発活動	安全な水の供給、衛生的なトイレの普及など	衛生・栄養に関する 11 分野	安全な水の供給、衛生的なトイレの提供など(主に Hard 面)	
対象地域	全国	全国	52 県 248 郡	50 郡	Tangail 県 Shakhipur Municipality (Pourashava)	
ドナー	バングラデシュ政府	バングラデシュ政府	(n.a.)	(n.a.)	WaterAid (UK)	
本部	Director	Director	(n.a.)	Programme Coordinator	(n.a.)	
管 区 (Division) レベル	Division Director	Division Director	Resional Manager、Senior	(n.a.)	(n.a.)	

実施機関	保健家族福祉局		BRAC		BASA	JITA (対応する体制)
プログラム	保健サービス局	家族計画局	BRAC WASH Project	Health Nutrition and Population Program	BASA Wash Project	
			Resional Manager			
県 (District) レベル	District Deputy Director	District Deputy Director of Family Planning	District Manger	District Manager	(n.a.)	Area Manager
郡 (Upazila) レベル	Upazila Health Family Planning Officer(UHFOP)	Upazila Family Planning Officer、(Assistant Upazila Family Planning Officer)	Upazila Manager(1名)、Program Organizer(2名)	Upazila Manager	Project Coordinator	Teritory Manager
村レベルの活動 (モニタリング)	Health Inspector、Assistant Halth Inspector：ヘルス・アシスタントの管理、モニタリング	家族計画検査員 r：ユニオンに1名配置。FWA のスケジュール管理などを担当	Field Organizer：ユニオンに1人配置。水委員会、学校の形成、学校、イマーム、ユニオン委員会、自治体への啓発活動	Programme Organizer：Promotor、コミュニティ・ヘルス・ボランティアをモニタリング、コミュニティミーティングの実施等		

実施機関 プログラム	保健家族福祉局		BRAC		BASA	JITA (対応する 体制)
	保健サービス 局	家族計画局	BRAC WASH Project	Health Nutrition and Population Program	BASA Wash Project	
(啓発活 動)			プログラム・アシスタント:1日50世帯を巡回し、3-4カ月で全世帯(2500-3000世帯)を巡回する。10世帯訪問したところで30-40分間程度のワークショップを実施する。ワークショップは1日に5回程度。	SK:SS10人に1人程度配置される(2,500-3,000世帯/人)コミュニティ・ヘルス・ボランティアをモニタリング、出生登録確認、1時間程度のワークショップを1日3回程度実施。	コミュニティ・オーガナイザー:男女2名ずつ4名配置し、75グループのモニタリング、住民からのフィードバックの受付、データ収集など。各家庭の訪問は適宜実施する程度。	AO
フィールドにおける活動/巡回訪問	ヘルス・アシスタント:各家庭を巡回し、ワクチン接種の呼び掛けなど。村でのワークショップは開催しない。	家族福祉アシスタント:各家庭を巡回し家族計画に関する情報を提供。村でのワークショップは開催しない。	水委員会:対象地域を200-250世帯でグループ化させ、その中で11人の代表を選出させる。	コミュニティ・ヘルス・ボランティア(SS):が200-250世帯に1人配置され、各家庭を訪問(無給、インセンティブあり)。	Community Based Organization:各地域に住民グループを形成させ、区レベル、Municipalityレベルにそれぞれ組織を形成させる。	アパラジタ

別添4：第1クール啓発ワークショップの紙芝居

 <p>Les DIVAS</p>	<p>Our Message</p> 	<p>What is your skin concern?</p> 	<p>What causes acne?</p> 										
1. 表紙	2. 美＝健康	3. 肌の悩み	4. にきびの原因										
<p>What's important for an acne-less skin?</p> 	<p>1 To maintain your face and body clean</p> 		<p>How to wash your hands</p> 										
5. にきびの予防	6. 顔と体の清潔	7. ばい菌の存在	8. 正しい手洗い										
<p>2 To have a healthy lifestyle</p> 	<p>Balanced Food</p> 	<p>When you cook....</p> 	<p>3 To do proper skincare</p> 										
9. 健全な生活	10. 食のバランス	11. 過剰摂取の危険	12. 正しいスキンケア										
<p>Step1 Face wash</p> 	<p>Step2 Gel or cream</p> 	<p>Step3 Sun protect</p> 	<p>About Les DIVAS</p> <ul style="list-style-type: none"> From Japan 100% Halal Cosmetics Designed for Bangladesh women You can select the suitable type of gel for you 										
13. 洗顔	14. 保湿	15. 日やけ止め	16. 製品の特徴										
<p>Let's try!</p> 	<p>Quiz 1</p> <p>Q What causes acne?</p> 	<p>Quiz 2</p> <p>Q What is an ideal food balance to prevent having acnes?</p>  <p>Q What are the items you should be careful not to overuse for cooking?</p> 	<p>Quiz 3</p> <p>Q What is the basic 3 steps of skincare?</p>  <p>Q What do you do with the face wash before you apply it on your face?</p> 										
17. スキンケア体験	18. 理解度確認クイズ	19. 理解度確認クイズ	20. 理解度確認クイズ										
<p>Les DIVAS</p> 	<p>What is your skin type?</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Dry Skin</th> <th>Oily Skin</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> You feel dryness after washing face</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Your face looks greasy</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> You feel rough when you touch your face</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> You feel sticky when you touch your face</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> You have wrinkles around your eyes and mouth</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> You see pores on your cheek</td> </tr> <tr> <td><input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a rich texture</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a fresh texture</td> </tr> </tbody> </table>	Dry Skin	Oily Skin	<input checked="" type="checkbox"/> You feel dryness after washing face	<input checked="" type="checkbox"/> Your face looks greasy	<input checked="" type="checkbox"/> You feel rough when you touch your face	<input checked="" type="checkbox"/> You feel sticky when you touch your face	<input checked="" type="checkbox"/> You have wrinkles around your eyes and mouth	<input checked="" type="checkbox"/> You see pores on your cheek	<input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a rich texture	<input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a fresh texture		
Dry Skin	Oily Skin												
<input checked="" type="checkbox"/> You feel dryness after washing face	<input checked="" type="checkbox"/> Your face looks greasy												
<input checked="" type="checkbox"/> You feel rough when you touch your face	<input checked="" type="checkbox"/> You feel sticky when you touch your face												
<input checked="" type="checkbox"/> You have wrinkles around your eyes and mouth	<input checked="" type="checkbox"/> You see pores on your cheek												
<input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a rich texture	<input checked="" type="checkbox"/> You prefer the cream with a fresh texture												
21. 製品の価格	22. 肌のタイプ												

別添5：第1回 AO トレーニングのプログラム

<1日目：2013年10月22日>

Time	Theme	Contents (person in charge)
10:45 – 11:05	Opening	<ul style="list-style-type: none"> Opening (Ms. Amena) Peer introduction (Ms. Amena) Ice-breaking (Mr. Arafat)
11:05 – 12:00	Introduction	<ul style="list-style-type: none"> Overview of the training Overview of Shiseido and Les Divas (Ms. Ooba, Mr. Arafat)
12:00 – 12:15	Tea break	
12:15 – 12:45	Overview of awareness campaign	<ul style="list-style-type: none"> Overview of awareness campaign (Ms. Nawa)
12:45 – 13:50	Demonstration	<ul style="list-style-type: none"> Demonstration of awareness campaign (Mr. Naihan)
13:50 – 14:30	Lunch break	
14:30 – 15:45	Reading practice	<ul style="list-style-type: none"> Small group practice of reading flipchart (4AOs in 1 group)
15:45 – 16:15*	Wrap up	<ul style="list-style-type: none"> Demonstration of the way to hold Les Divas Announcement of assignments (use Les Divas, practice of making foam, reading full scripts of flipchart, and practice of demonstration)

<2日目：2013年10月24日>

Time	Theme	Contents (person in charge)
9:00 – 10:20	Preparation for demonstration practice	<ul style="list-style-type: none"> Practice of making foam and lipstick experiment (Ms. GITA) Clarification of the contents of flipchart (Mr. Arafat, Mr. Naihan)
10:20 – 11:40	Demonstration (first group)	<ul style="list-style-type: none"> Demonstration with village women by Ruma and Salma
11:40 – 12:00	Tea break	
12:00 – 13:10	Demonstration (second group)	<ul style="list-style-type: none"> Demonstration with village women by Monowara, Ayesha, and Shahida
13:10 – 14:00	Lunch break	
14:00 – 14:30	Feedback session	<ul style="list-style-type: none"> Group feedback for Ruma, Salma, Monowara, Ayesha and Shahida (Mr. Arafat, Ms. Nawa)
14:30 – 16:00	Demonstration (third group)	<ul style="list-style-type: none"> Demonstration with village women by Parvin and Ela

16:00 – 16:15	Tea break	
16:15 – 16:45	Wrap up	<ul style="list-style-type: none"> • Feedback for Parvin and Ela (Mr. Arafat, Ms. Nawa) • Closing comments (Ms. Yamagishi, Ms. Ooba)

別添 6 : アパ Rajita 向け トレーニング の プログラム

Time	Theme	Contents (person in charge)
10:45 – 10:55	Opening	• Opening comments, self introduction (Ms. Amena)
10:55 – 12:15	Introduction	• Overview of Shiseido and Les Divas (Mr. Arafat, Ms. Amena)
12:15 – 12:30	Tea break	
12:30 – 13:45	3 steps of skincare	• Practical session of hand washing and 3 steps of proper skincare in 2 groups (Ms. Gita, Ms. Monowara)
13:45 – 14:30	Lunch break	
14:30 – 14:45	Quiz	• Quizzes for checking understanding of proper skincare and Les Divas (Mr. Arafat)
14:45 – 15:00	Sales technique	• Lecture on effective sales of Les Divas (Ms. Amena)
15:00 – 15:40	Sales role-playing	• Role-playing in 3 groups (Ms. Amena, Ms. Monowara, Mr. Hafizur)
15:40 – 15:55	Sales demonstration	• Demonstration by the best Aparajita
15:55 – 16:00	Wrap up	• Closing comments

別添 7 : 第 2 クール啓発ワークショップの紙芝居

	<p>আমাদের তথ্য</p> 	<p>ব্রহ্মমুক্ত ত্বকের জন্য কোন বিষয়গুলো গুরুত্বপূর্ণ?</p> 	<p>কেন মুখে দাগ হয়?</p> 
1. 表紙	2. 美=健康	3. 第 1 タームの復習	4. しみの原因
<p>১ দামমুক্ত উজ্জ্বল ত্বকের জন্য কি খেতে হবে</p> 	<p>কিভাবে খেতে হয়?</p> 	<p>তামাক ত্বকের ভিটামিন-সি নষ্ট করে দেয়</p> 	<p>২ সূর্যের অতি বেতনী রশ্মি ত্বকে রক্ষা পেতে</p> 
5. 食のバランスが大事	6. 野菜は一食両手一杯、調理は適切に	7. 煙草はビタミンCを破壊	8. 紫外線の影響
<p>আপনার ত্বকে সূর্যের অতি বেতনী রশ্মি থেকে রক্ষা করুন</p> 	<p>৩ ত্বকের সঠিক যত্নে করণীয়...</p> 	<p>ধাপ ১ ফেন্স ওয়াশ</p> 	<p>ধাপ ২ জেল বা জিম ধাপ ৩ সান প্রোটেক্ট</p> 
9. 紫外線から肌を守る	10. 正しいスキンケア	11. 泡による洗顔	12. 保湿と日やけ止め
<p>কিভাবে সান প্রোটেক্ট ব্যবহার করবেন</p> 	<p>দিভা সম্পর্কে</p> 	<p>কৃষ্ণ ১</p> 	
13. 日やけ止めの正しい使い方	14. 製品の紹介	15. クイズ	

別添 8：第 1 クール啓発ワークショップにおける AO のパフォーマンス検証結果(個人)

< Review on awareness workshop of 1st term >

Performance evaluation of AO

Evaluation period: February 25 to March 2, 2014

Name	Ruma	Sahna	Monowara	Ayasha	Shahida	Parvith	Ella	Tanvi	
Overall performance	O	O	O	O	A	O	A	A	
Strengths	- Soft and fresh atmosphere - Presentation once she succeeds to get her face	- Effective interaction with participants - Passionate and convincing way of speaking	- Good advertisement of products during WS - Inclusive way of speaking	- Well organized - Diligent, giving a sense of trust	- Soft and safe atmosphere	- Effective interaction with participants - Explanation with own words	- Perfect memory of script - Sharp and strong voice	- Correctness, smooth speaking - Fresh and warm atmosphere	
Points to improve	- Getting her own pace from beginning - Effective interaction with participants	- Strategic interaction with participants - Smooth operation without losing tempo and concentration	- More interaction with confident, not just keep talking	- Under standing of contents - More appealing manner of presentation	- Physical and mental distance to participants - Interaction with participants - Show more passion	- Need much more in impact of presentation (correct but boring)			
1. Volume of voice	Excellent	Excellent	Good enough	Appropriate but could be louder	Appropriate but could be louder	Good enough	Good enough	Appropriate but could be louder	
2. Tone of voice	Good, energetic	Good, energetic	Good, attractive	Good, energetic	Too flat, should be more emotional and appealing	Good to keep participants' attention	Strong enough yet could be better with more emotion	Too flat, participants tend to lose interest	
3. Speed of speaking	Good tempo	Good tempo	Comfortable and easy to listen	Good tempo	Appropriate	Good tempo	Good tempo	Good tempo	
4. Clarity of speaking	Excellent	Excellent	Good enough	Excellent	Appropriate but could be clearer with full understanding of contents	Good enough	Clear enough	Good enough	
5. Way of holding flipchart	Appropriate yet could better use of flip chart	Excellent with pointing pictures effectively	Excellent with pointing pictures effectively	Excellent with pointing pictures effectively	Tried to show it down. Need to point pictures more.	Excellent with pointing pictures effectively	Appropriate but could be better with pointing relevant pictures	Good with pointing pictures effectively	
6. Eye contact	Excellent	Excellent	Generally appropriate yet tend to look at one direction	Excellent	Good enough	Generally appropriate yet could be better with memorizing script perfectly	Daily looking at front row. Need to keep eye contact to all participants.	Generally appropriate yet could be longer and stronger to catch participants' attention	
7. Body language	Good use of hand movement and pointing flip chart	Good use of hand movement and pointing flip chart	Good enough	Good enough	Generally good	Good use of hand movement and pointing flip chart	Should be more to catch more participants' attention	Good enough	
8. Interaction with audience	Could be more by asking questions and letting participants repeat what she says	Excellent with involving participants and let them repeat key words	Generally good, yet need to be strategic, not just talk long with participants that may lose their concentration	Could be more by asking questions and letting participants repeat what she says	Should be more to get participants' attention	Excellent with involving participants and let them repeat key words	Need more interaction to get audience's attention	Should be more interactive to get participants' attention	
9. Understanding of contents	Good enough	Good enough	Able to explain by her own words	Good	Should have full understanding	Able to explain by her own words	Generally good but could be better with examples	Generally good but could be deeper with examples	
10. Memorization of script	Could memorize more to have more focus on participants	Could memorize more. Reading script and explaining by own words takes time.	Need to memorize more. Reading script does not explain by own words takes time.	Almost perfectly memorized	Need to memorize. Reading script does not appeal to participants.	Almost perfectly memorized	Good memorization	Good memorization	
11. Missing script	No. 6, 9, 23, 24, 25, 28, 34, 42, 45, 46, 49, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69	No. 14, 22, 34, 44, 58, 63, 66, 68, 69	No. 14, 22, 34, 44, 58, 63, 66, 68, 69	No. 7, 20, 21, 29, 42, 46, 63, 64, 67, 68, 69	No. 3, 6, 10, 14, 15, 16, 20, 21, 22, 25, 34, 42, 46, 49, 58, 59, 61, 63, 64, 66, 67, 68, 69	No. 3, 6, 21, 50, 56, 57, 58, 61, 63, 64, 66, 68	No. 21, 42, 58, 60, 63, 64, 66, 68	No. 21, 42, 58, 60, 63, 64, 66, 68	
11. Standing position	Close enough to participants	Close enough to participants	Close enough to participants	Too distant from participants	Not too distant but better to be closer	Close enough to participants	Too distant from participants	Not too distant but could be closer	
12. Time management	Look too much time on volunteer session. Try to give more time on other contents. Highlight key points	Excellent within supposed time frame	Generally good yet need to follow timeframe of each content to keep tempo	Excellent within supposed time frame	WS is too short due to insufficient explanation and missing contents	Excellent within supposed time frame	Excellent within supposed time frame	Need to also use given time (1 hour) with more examples and stories that draw participants' interest	
13. Lack of experiment	Not following designated order, unsuccessful in making team, little impact	Very good with moderate tempo	Not able to make enough team	Well organized and smooth	Smooth yet need more impact. Making enough team?	Very good with showing participants process well and enough team	Good but could be better with more interaction	Correct and smooth but have little impact	
14. Volunteer involvement	Effective in showing adequate process to volunteers. Yet making team is not successful and two volunteers in turn is too much time-consuming	Not able to make use of the session. More interaction with participants at once. More time could be better to interact with them more	Not able to make use of the session. More interaction with participants at once. More time could be better to interact with them more	Well organized. Excellent with letting volunteers being seen by participants and talk how she felt when using products.	Good to let volunteer being seen by participants. Need to make the volunteer's voice heard after using products.	Three volunteer in turn takes too much time. More interaction with participants. More question asked to volunteers after they used products.	Good but could be better with more interaction and less time	Good to keep participants' attention by showing products. Yet could use the session more effectively.	
15. Products advertisement	Generally good but could be more	Better to show the products on P. 16	Effective by showing products and letting participants try them on	Effective by showing products and letting participants try them on	Effective by showing products and letting participants try them on, yet could have more impact	Effective by showing products but could let participants try them on	Better to show the products on P. 16	Effective by showing products and letting participants try them on. Yet was not good to show products to the ground.	
Time	15:00	06:30	07:45	10:00	08:00	13:20	13:55	06:40	

別添 9 : 第 1 クール啓発ワークショップにおける AO のパフォーマンス検証結果(全体)

< Review on awareness workshop of 1st term >		
Overall evaluation		
March 20, 2014		
1) AO's performance		
Effective	1. Way of speech	Volume, speed, and clarity of talking is generally good.
	2. Creating space	Being able to create comfortable and trustworthy atmosphere that embodies Les Divas brand.
Need to improve	1. Emotional talking	Some AOs make "correct" speech but their talk is boring due to lack of emotion in their talk.
	2. Examples and stories	Better to prepare convincing examples and stories relevant to the key contents so that participants remember them well.
	3. Interaction with audience	Could be more strategic by asking questions to participants, letting them repeat key words, etc.
	4. Proper skincare	Some AOs are not able to make enough foam and do not put gel / sun protect on five spots on face.
	5. Way to hold products	Most AOs do not care much about how the products are supposed to be held by hand. One AO even threw them to the ground during WS.
	6. Effective use of volunteer session	Most AOs need to be more effective to handle the volunteer session as it is the best advertizing opportunity of the products. Showing the practice to participants with proper explanation and asking good questions after the volunteers use the products are key.
	7. Effective support of partners	Some AOs do not support their partners effectively; talking too much with participants (not volunteers) during the volunteer session, speaking over her partner at times, etc.
2) WS design and structure		
Effective	1. Overall structure	Duration, place, and sequence of WS seem to be good.
	2. Work in pair	Seems effective as AOs can help each other during WS.
Need to improve	1. Exposure of products	More opportunities for participants to be exposed to the products should be given.
	2. End part of WS	Need to think how to move smoothly from the quiz session to the sales time.
	3. Duration of WS	Could be a little shorter by focusing on highlights and smoother operation of the practical sessions.
	4. WS tools	- The flip chart and stand-up banner can be lighter. - Gift for participants and better prize may be considered.
	5. Other	Door-to-door visit to potential customers is being considered.

別添 10 : 第 2 回 AO トレーニング

Time	Theme	Content	Main speaker / facilitator
Day 1 (April 13, Sunday)			
9:15 – 9:45	1. Introduction	i Ice breaking	JITA
		ii Explanation of training purposes, expected outcomes, and schedule	JITA
		iii Opening comments from staff	Shiseido
		iv Award ceremony	JITA
9:45 – 11:50	2. Vision and philosophy of Les Divas	i Explanation of a vision and philosophy of Les Divas	Shiseido
		ii Voice of customers	JITA
		iii Discussion <ul style="list-style-type: none"> • Values for WS participants and customers • Values from WS, participants, and customers • Recommended behaviors as AOs to embody Les Divas 	Shiseido KMC
11:50 – 12:00	Tea break		
12:00 – 13:40	3. Effective presentation	Lecture and practice of effective presentation <ul style="list-style-type: none"> • Eye contact • Interaction • Metaphor and story-telling 	KMC
13:40 – 14:15	Lunch		
14:15 – 16:00	4. Understanding of 2nd-term WS and its effective delivery	i Script reading and highlights, Q&A, example/metaphor/story for each page of the flipchart	Shiseido KMC
		ii Practice of UV-ray experiment	
16:00 – 16:15	5. Wrap up	i Announcement of assignments	JITA
		ii Writing difficulties in sales	
Day 2 (April 15, Tuesday)			
9:25 – 9:35	Opening	Stories from the empowerment survey	JITA
9:35 – 11:15	4. (Cont.) Understanding of 2nd-term WS	i Script reading and highlights, Q&A, example/metaphor/story for each page of the flip chart	Shiseido KMC

	and its effective	ii Practice of UV-ray experiment	
11:15 – 11:30	delivery	Foam making competition	JITA
11:30 – 11:45	Tea break		
11:45 – 12:20	Sales strategy (1)	Response to AOs regarding the sales problems	JITA Shiseido
12:20 – 13:45	Sales strategy (2)	Making a special sales story based on AOs' own experience <ul style="list-style-type: none"> • Structure of special story • Practice of making special story • Inspiring delivery • Practice of inspiring delivery (competition in 2 groups)	KMC Shiseido
13:45 – 14:20	Lunch		
14:20 – 14:45	Ice breaking	Team building exercise	KMC
14:45 – 15:05	Effective partner	Discussion on behaviors as an effective partner	JITA
15:05 – 15:30	Wrap up	i Overall Q&A ii My Commitment All AOs will make their commitments for 2nd term based on learning in the training. iii Closing comments from staff	All

別添 11：第3クール啓発ワークショップの紙芝居

			
<p>1. 表紙</p>	<p>2. 美＝健康</p>	<p>3. 第2タームの復習</p>	<p>4. 人を老けて見せるのは「しわ」</p>
			
<p>5. 加齢とともに体の水分は失われる</p>	<p>6. しわを防ぐために重要なこと</p>	<p>7. しわを防ぐための食事</p>	<p>8. 食事の適切な時間帯</p>
			
<p>9. ジェルによる保湿の重要性</p>	<p>10. 正しいスキンケア</p>	<p>11. 泡による洗顔で保湿の効果アップ</p>	<p>12. ジェルで保湿</p>
	<p>Q What causes wrinkles? Q In the balanced food, what are the important items to take for wrinkleless skin? Q How many hours prior to your sleep should you take your supper? Q What is Step 2?</p>		
<p>13. 日やけ止めでしわ防止</p>	<p>14. クイズ</p>	<p>15. 製品の紹介</p>	

別添 12 : 第 3 回 AO トレーニングのプログラム

Time	Theme	Content	Main speaker
Day 1 (September 10, Wednesday)			
9:00 – 9:30	1. Introduction	v Ice breaking (30 min.) Team-building game using news paper	JITA
9:30 – 9:40		vi Orientation of the training (10 min.) Training purposes, expected outcomes, and schedule were explained.	KMC
9:40 – 10:05		vii Opening comments (25 min.) AOs shared their expectations to the training.	AOs
10:05 – 10:30		viii Review of the last five months (25 min.) AOs shared 3 things happened since the last training: hardest challenge, happiest moment, and biggest growth.	AOs
10:30 – 10:45		ix Appreciation (15 min.) AOs received gifts for their efforts. Monowara was acknowledged as the best AO.	JITA Shiseido
10:45 – 11:00	2. 3rd-term workshop contents and their effective delivery	iv Review of origin (15 min.) Purposes and values of the workshop, desirable behaviors as an AO, and Do's and Don'ts as an effective partner (discussed in the last training) were shared again.	KMC
11:00 – 11:30		v Demonstration (30 min.) Naihan made a demonstration of the third-term workshop to let the AOs understand its general flow.	JITA
11:30 – 12:00	Tea break (30 min.)		
12:00 – 13:40	(Cont.)	vi Understanding and improvement of the contents (100 min.) The followings were done for each page of the flipchart: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Script reading, explanation, Q&A ▪ Story / metaphor / example making ▪ Way of interaction with audience 	JITA
13:40 – 14:25	Lunch break (45 min.)		

Time	Theme	Content	Main speaker
14:25 – 15:00	(Cont.)	vii Practice of wrinkle experience (35 min.)	(Cont.)
15:00 – 15:15	3. Wrap up	Assignment for Day 2	KMC
Day 2 (September 11, Thursday)			
9:15 – 11:30	4. Effective presentation and involvement of audience	i Presentation practice (135 min.) Each pair of AOs presented the assigned pages of the flipchart and received feedback from JITA staff.	All
11:30 – 11:50	Tea break (20 min.)		
11:50 – 12:15	(Cont.)	(Cont.) (25 min.)	(Cont.)
12:15 – 13:30	5. Approaches to different customers	i Explanation and discussion (75 min.) The sales customer matrix and the characteristics of and approaches to the different categories of customers were discussed.	JITA
13:30 – 14:10	Lunch break (40 min.)		
14:10 – 15:00	(Cont.)	(Cont.)	(Cont.)
15:00 – 15:55	6. Support to Aparajitas / sample products and gifts	iv Discussion (55 min.) (ア) Ideas on how to support Aparajitas for their sales were brought up. (イ) Request for the sample products and gifts was collected.	JITA Shiseido
15:55 – 16:10	7. Wrap-up	i Commitment All AOs will make their commitments for the 3rd term based on learning in the training. ii Closing comments from staff	JITA

別添13：ベースライン調査質問票（農村女性向け）

No	Category	Question	Option	Answer
	Profile	1. Profile		
		1) Name		
		2) Age		
		3) Residential address		
		4) Phone number		
		5) Current marital status	1 Married 2 Not Married	
		6) Household structure	Total number of people living in the same house Number of your own children	
	Market environment	1 Skincare products, their usage, and buying behavior		
1		1) Face wash	a. Which product do you use for face wash? (If you use more than two brands, indicate one you use most frequently)	1 Ponds 2 Garnier 3 Botanic 4 Dove 5 Clean & Clear 6 Johnson 7 Soap 8 Other _____ (specify) 9 Do not use anything (then, skip the question b)
2			b. How frequently do you use the product?	1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day and more 4 Less than once a day
3		2) Skin cream / gel	a. Which product do you use for skin cream/gel? (If you use more than two brands, indicate one you use most frequently)	1 Ponds 2 Fair & Lovely 3 Garnier 4 Meil 5 Johnson 6 Vaseline 7 Dove 8 Tibet 9 Other _____ (specify) 10 Do not use anything (then, skip the question b)
4			b. How frequently do you use the product?	1 Once a day 2 Twice a day 3 More than thrice a day 4 Less than once a day
5		3) Sunscreen	a. Which product do you use for sunscreen? (If you use more than two brands, indicate one you use most frequently)	1 Ponds 2 Garnier 3 Lakme 4 Other _____ (specify) 5 Do not use anything (then, skip the question b)
6			b. How frequently do you use the product?	1 Once a day or more 2 A couple of times a week 3 A couple of times a month 4 Less than once a month
7		4) For all products	a. Who usually make decision about buying the products you use?	1 Yourself 2 Your husband 3 You and your husband jointly 4 Father/ father in law 5 Other _____ (specify)
8			b. Who usually goes to buy the products you use?	1 Yourself 2 Your husband 3 You and your husband jointly 4 Father/ father in law 5 Other _____ (specify)
9			c. Where do you (or your husband or somebody else you mentioned in the previous question) usually buy the products you use?	1 Village kiosk 2 Moving shop (Aparajita) 3 Town market (Korotia/Tangail) 4 Other _____ (specify)
10			d. What kind of information do you use the most when you select products to buy?	1 Word of mouth (Family) 2 Word of mouth (Friend) 3 TV 4 Radio 5 Sign board 6 Shop seller (including Aparajita) 7 Other _____ (specify)
11			e. What do you usually do when you want to know how to use the products?	1 Read label of the products 2 Ask family 3 Ask friend 4 Watch TV 5 Listen to radio 6 Ask shop seller (including Aparajita) 7 Ask health worker 8 Other _____ (specify) 9 Do not do anything
		2. Education and work status		
12		1) Educational background	What is the highest level of school you have attended?	1 No education 2 Primary uncompleted 3 Completed primary (grade 5) 4 Secondary uncompleted 5 Completed secondary (Grade 10) 6 College or above (over Grade 11)
13		2) Literacy - Bengali	Please read this sentence in Bengali to me (show card to respondent) (If respondents cannot read whole sentence, ask the following) Can you read any part of the sentence?	1 Cannot read at all 2 Able to read only parts of sentence 3 Able to read whole sentence 4 Blind / visually impaired
14		3) Literacy - English	Please read this sentence in English to me (show card to respondent) (If respondents cannot read whole sentence, ask the following) Can you read any part of the sentence?	1 Cannot read at all 2 Able to read only parts of sentence 3 Able to read whole sentence 4 Blind / visually impaired
15		4) Working status	Do you currently work with any income?	1 Yes, at NGO 2 Yes, at garment factory 3 Yes, at school or public institution 4 Yes, as a farmer by selling products like vegetable, milk and eggs 5 Yes, at other place _____ (specify) 6 No. I am a student. 7 No, though I am not a student.
16		5) Individual income	(For respondents who answered 1 to 5 in the previous question) How much income do you earn monthly from your work?	1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 7,500Tk 4 7,501Tk to 10,000Tk 5 Above 10,001Tk
	Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and	3. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition		
17		1) Water (appropriate water treatment)	a. Do you do anything to water before drinking it?	1 Yes 2 No

No	Category	Question	Option	Answer
18	nutrition	(For the respondents who answered "Yes" on question a.) b. What do you usually do to water before drinking it?	1 Boil 2 Add bleach/chlorine 3 Strain through a cloth 4 Use water filter (ceramic/sand/composite, etc.) 5 Solar disinfection 6 Let it stand and settle 7 Other _____ (Specify)	
19		(For all respondents) c. What will happen if you drink water without any treatment, or you think nothing will happen?	1 Cause diarrhea / upset stomach 2 Bring bad influence to health 3. Arsenic / iron problem 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen	
20	2) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water 2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water 3 Water only 4 Other _____	
21		b. Why do you wash your hands?	(Multiple answers) 1 Can keep your hands clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent diarrhea 3 Can prevent skin problem on hands 4 Can keep good health 5 Other _____ (specify) 6 Nothing good will happen 7 Do not know	
22		c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally) 2 Wipe hands with a towel 3 Wipe hands with your wearing 4 Other _____ (specify)	
23		(For respondent who answered 2 on question c) d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Less than once a week	
24		(For all respondents) e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation 2 Germs in the towel affect your health 3 Other _____ (specify) 4 Nothing will happen	
25	3) Face washing	a. How frequently do you wash your face?	1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day or more 4 Less than once a day	
26		b. Why do you wash your face?	(Multiple answers) 1 Can keep my face clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent acne 3 Can prevent bad face color 4 Can prevent my face gets oily 5. Can make my face beautiful 6 Other _____ (specify) 7 Do not know	
27	4) Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes 2 No	
28		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)	
29		c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes 2 No	
30		(For respondents who answered "Yes" on question c) d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)	
31		e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun at proper frequency?	(Multiple answers) 1 Feel comfortable when I sleep 2 It is hygienic/can remove dirt and germs 3 Can prevent tick infection 4 Can prevent acne 5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow 6 Other _____ (specify) 7 Do not know	
32	5) Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes 2 No	
33		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What are you usually concerned when you cook?	(Multiple answers) 1 Number of dishes 2 Nutrition 3 Taste 4 How the meal look 5 Volume 6 Other _____ (specify)	
34		(For all respondents) c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc. 2 Have good volume 3 Fresh meal 4 Other _____ (specify) 5 Do not know	
35		(For all respondents) d. At what time do you usually take dinner? (Write down in 24 hour time)	Dinner _____ o'clock	
36		e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
37		f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
38	g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know		

No	Category	Question	Option	Answer
39		h. What kind of vegetable did you eat yesterday?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip) 2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower) 3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot) 4 Potatoes 5 Legumes (peas and beans) 6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd) 7 Tomatoes 8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts) 9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	
40		i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting 2 After cutting 3 Do not wash 4 Other (specify)	
41		j. What are you concerned when you cook vegetable?	(Multiple answer) 1 Do not heat too much 2 Take enough volume 3 Take enough variety 4 Cook leafy vegetable daily 5 Choose fresh one 6 Other (specify)	
42		k. What happen if you do not take enough vegetable?	(Multiple answer) 1 Cause skin problem 2 Anemia 3 Constipation 4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar) 5 Other (specify)	
43	6) Sleeping	a. At what time do you go to bed and get up? (Write down in 24 hour time)	Get up at _____ o'clock Go to bed at _____ o'clock	
44		b. How many hours do you usually sleep a day?	1 Shorter than 3 hours 2 3 to 4 hours 3 5 to 6 hours 4 more than 7 hours	
45		c. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much 2 I have moderate sleep in general 3 I do not have enough sleep	
46		d. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes _____ (specify how) 2 No	
47		e. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes 2 No	
48		(For respondents who answered "Yes" on question e) f. What is the specific period of time at night?	_____ (specify)	
49	7) Exercise	a. Do you know appropriate exercise is necessary to stay healthy?	1 Yes 2 No	
50	8) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine? ('stay outside' includes being at a place without shade inside residential)	1 Yes 2 No	
51		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What do you do?	1 Try to stay under shade 2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else 3 Put sunscreen on skin 4 Stay at home 5 Other _____ (specify)	
52		c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker 2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.) 3 Gets tired 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen	
53	9) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
54		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
55		c. What do you think is the influence of smoking?	(Multiple answer) 1 Cause diseases related to blood vessel 2 Cause heart-related diseases 3 Cause cancer 4 Cause spots on skin 5 Cause Asthma 6 Cause wrinkles on skin 7 Cause shadows under your eyes 8 Make your teeth dirty 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
56	10) Information source	From who/what do you usually get information related to health, sanitation, and/or nutrition?	1 Family 2 Friend 3 TV 4 Radio 5 School 6 Shop seller 7 Other _____ (specify) 8 Do not get information	
57	11) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	(Multiple answers) 1 With husband 2 With children 3 With your family 4 With your husband's family 5 With your friend and/or acquaintances 6 With other _____ (Specify) 7 Do not have conversations	
2. Skin condition				
58	1) Skin trouble	a. Do you have any trouble on your skin?	1 Yes 2 No	
59		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What is your skin trouble?	(Multiple answers) 1 Acne 2 Eczema 3 Birthmark 4 Skin color 5 Inflammation 6 Itchiness 7 Dry and rough 8 Cracking of skin 9 Spots 10 Wrinkles 11 Shadows under eyes 12 Oily skin 13 Other _____ (specify)	
60		(For respondents who answered "Yes" on question a) c. Do you know how to deal with your skin troubles?	1 Yes 2 No	
61		(For respondents who answered "Yes" on question c) d. How do you deal with your skin troubles?	Skin trouble: _____ How to deal with: _____ (Maximum three answers)	

No	Category	Question	Option	Answer
62		(For all respondents) e. What do you usually do when you have skin troubles?	1 Consult with family 2 Consult with friend 3 Consult with health worker 4 Watch TV for information 5 Listen to radio for information 6 Consult with shop seller 7 Take countermeasure by myself 8 Other _____ (specify) 9 Do not do anything	
	Empowerment	1. Satisfaction over skin conditions		
63	1) Satisfaction with own skin condition	How much are you satisfied with the skin condition of your face?	1 Very much satisfied 2 Somewhat satisfied 3 Not so satisfied 4 Not satisfied at all	
64	2) Confidence in skin care	How much are you confident in your skin care?	1 Very much confident 2 Somewhat confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
		2. Household decision making		
65	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Someone else _____ (specify)	
66	2) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for herself	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident 2 Somewhat confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
67	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Children 7 Someone else _____ (specify) 8 Do not have children	
68	4) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for her children	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident 2 Somewhat confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
69	7) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Someone else _____ (specify)	
		3. Social relationship		
70	1) Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to 2 If needed 3 Want to stay at home as much as possible 4 Other _____ (specify)	
71	2) Reason for going out	(For respondent who answered "1 Very much willing to" in the previous question) Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people 2 Because I can buy what I want 3 Because it freshens me up 4 Because I can enjoy nice view 5 Other _____ (specify)	
72	3) Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to 2 Somewhat willing to 3 Not so willing to 4 Not willing to at all	
		4. Awareness toward own future		
73	1) Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes _____ (specify) 2 No	
74	2) Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes 2 Probably yes 3 Not confident 4 Do not think so	
	Income and consumption	5. Income and consumption		
75	1) Household income	a. How much is your monthly household income? (choose 1 range)	_____ Tk (specify) 1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 10,000Tk 4 1,001Tk to 15,000Tk 5 15,001Tk to 20,000Tk 6 Above 20,000Tk	
76	2) Breakdown of household consumption	What are the major consumption items of your family? Choose biggest three items.	1 Food (include sugar, salt, oil, and dairy products) 2 Clothing 3 School/learning materials 4 Medical care 5 Public payment (rent, tax, water, etc.) 6 Daily products (soap, fuel, etc.) 7 Cosmetic (skin care, make up product) 8 Cigarette 9 Other _____ (specify)	
77		How much do you spend for cosmetics and skin care per month?	_____ Tk (specify)	

別添 14 : ベースライン質問票調査(農村女性向け)分析結果

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
プロフィール・所得と消費	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の平均年齢は25歳で、約7割が既婚。 Barni、Gulya は約8割が既婚。 同じ家に住む人数は5人、子供の数は1~2人。 世帯収入は約11,000タカ。<u>Mir Cumulli 村が突出して低い(約6,300タカ)。</u> 世帯収入の最大用途は「食費」。次いで、「学費」「衣服」「医療費」が続く(村により順位の差はあり)。 <u>化粧品/スキンケア製品の毎月の支出額は平均490タカ。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の平均年齢は24歳で、約6割が既婚。 同じ家に住む人数・子供の数はパイロット村と同じ。 世帯収入は約15,000タカで<u>パイロット村より高い。</u> 世帯収入の用途、化粧品/スキンケア製品の毎月の支出額については、パイロット村と大きな差はない。
市場環境		
スキンケア製品、使用法、購買習慣	<ul style="list-style-type: none"> 洗顔時に使う製品は石鹸(52%)、「Ponds」(26%)で約8割を占める。Atia では石鹸が多く(70%)、「Ponds」が少ない(14%)。Gulya では逆に石鹸が少なく(34%)、「Ponds」が多い(38%)。洗顔製品の<u>使用頻度は「1日2回」が66%、「1日3回以上」が24%。</u> 保湿剤は「Fair & Lovely」が圧倒的(78%)。Mir Cumulli 村では「Fair & Lovely」使用者が少なく(62%)、「何も使用しない」との回答が他村と比較して多い。使用頻度は「1日2回」が60%、「1日3回以上」が26%と、<u>洗顔製品の使用頻度と類似している。</u> 日やけ止めについては、94%が何も使用していない。Mir Cumulli 村のみ20%の回答者が製品を使用。使用頻度は1日1回以上が最多。 製品購入の意思決定は、「自分自身」が52%、「夫と共同」が22%で、<u>7割以上が自分が関与している。</u>Atia 村では「自分自身」が少なく(32%)、「夫」(32%)・「その他(母親9名・姉3名)」(24%)が多い。 製品購入者は、「自分自身」が48%、次いで「夫」が22%で、<u>購入の意思決定と比べて自</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 洗顔時に使う製品は石鹸が<u>やや多い(68%)。</u>使用頻度はパイロット村と同様。 保湿剤・日やけ止めにおいては、使う製品、製品の使用頻度ともパイロット村と同様。 製品購入の意思決定者・製品購入者にパイロット村との大きな差はない。 製品購入場所は、「街のマーケット」「村のキオスク」がほとんどを占め、「訪問販売(アパラジタ)」はほとんどなし(2名)。 製品購入時の情報源は、「店員(アパラジタ)」の少なさを除いてパイロット村と同様の傾向。 製品の使用方法を知る手段は、「テレビを観る」(46%)、「友人に聞く」(34%)・「製

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>分自身の関与が低くなる。Atia 村では「夫」が 38%、「自分自身」が 34%、と順序が逆転する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 製品購入場所は「街のマーケット」が 72%、「訪問販売(アパラジタ)」が 40%。村によりばらつきがあり、Atia 村では「村のキオスク」が最多(52%)、<u>Mir Cumulli 村では「訪問販売(アパラジタ)」が最多(60%)</u>。 ・ 製品購入時の情報源は、「テレビ」が圧倒的(76%)、次いで「口伝て(友人)」(22%)、「口伝て(家族)」・「店員(アパラジタ)」(20%)。<u>Mir Cumulli 村では「店員(アパラジタ)」が 34%</u>とやや高い。 ・ 製品の使用方法を知る手段は、「テレビを観る」「製品のラベルを読む」が各 4 割前後、「友人に聞く」が 28%、「店員(アパラジタ)に聞く」が 20%。Barni 村では「製品のラベルを読む」が少ないが(20%)、<u>識字率との相関は見られない</u>。Barni 村・Gulya 村では店員(アパラジタ)の活用がやや多く(各 30%・32%)、Matora 村では極端に少ない(2%)。 ・ <u>Matora 村では訪問販売(アパラジタ)の活動が比較的活発でない</u>と予想される(製品購入場所・製品購入時の情報源・使用方法を知る手段において「アパラジタ」と回答する割合が低い)。 	<p>品のラベルを読む」(30%)。パイロット村との大きな違いは「店員(アパラジタ)に聞く」の少なさのみ。</p>
教育レベルと有職率	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最終学歴は「Secondary 未修了」(28%)、「Primary 修了」(20%)、「Secondary 修了」(18%)と続くが、<u>特定の学歴への集中化傾向は見られない</u>。村によっても割合が異なり、<u>Mir Cumulli 村では半数弱が教育水準が低い(無教育・Primary 未修了)</u>一方、Secondary 修了・それ以上も 3 割弱を占める。Gulya 村および Matora 村は比較的学歴が高い。 ・ ベンガル語の完全な識字者は全ての村で 5~6 割。一部読める人は 2 割前後。最終学歴が比較的高い Gulya 村・Matora 村ではベンガル語 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最終学歴は、パイロット村平均と大きな違いは見られない。 ・ ベンガル語の識字率・英語の識字率ともにパイロット村と大きな違いはない。 ・ 労働状況は、非学生かつ無職が約 5 割、学生が約 3 割。 ・ 職業従事者の毎月の収入は 2,001~5,000 タカで、<u>パイロット村より高い</u>。

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>を全く読めない人の割合が低い。</p> <ul style="list-style-type: none"> 英語の識字率は、<u>完全な識字者・全く読めない人がともに約4割と二極化している</u>。Matora村のみ英語の非識字者が突出して少なく(20%)、完全な識字者がやや多い(48%)。 <u>労働状況については各村のばらつきが大きい</u>。Mir Cumulli村では1名を除き全てが仕事をしているか学生である。その他の村では2割～6割弱が非学生かつ仕事をしていない。就業先は、Barni村・Gulya村では農業従事者が多い(各28%・22%)。就業先として誤って「主婦」回答している人が多い。職業従事者の毎月の収入は<u>2,000タカ以下が多勢</u>。Mir Cumulli村のみ2,001～5,000タカが最多、5,001タカ以上収入がある人も2割強いる。 	
健康、衛生、栄養に関する関心、知識と生活習慣		
水	<ul style="list-style-type: none"> <u>水を飲む前に何らかの処理をする人は約7割</u>。村により、35%から90%まで大きなばらつきがある。 処理方法の大部分は「<u>フィルター</u>」で、理由として「<u>下痢になる</u>」と共に「<u>鉄分、ヒ素</u>」の問題を挙げる回答者が多い。恐らくヒ素対策用のフィルターを使用していると考えられる。 「煮沸する」人は各村0-3名で、ほとんどいない。 水を処理しない場合の問題については、下痢、コレラの他に皮膚への影響(にきび、吹き出物など)が広く認識されている。 水処理に関する啓発は相当程度浸透していると考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 約半数がフィルターを使用している。 水に関する認識に、パイロット村との大きな乖離はない。
手洗い	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ全員が石鹸を使って手洗いをしている。 約9割が、「<u>汚れと菌を取り除くために手を洗う</u>」と回答。約4割が「<u>下痢を防ぐため</u>」と回答。 ほぼ全員が手洗いの後、「<u>タオルで手を拭く</u>」と回答。何もしない、服で拭くも各村数人い 	<ul style="list-style-type: none"> 手洗い習慣、手洗いの理由、手洗い後の動作にパイロット村との違いはない(割合もほぼ同じ)。 タオルの洗濯頻度は、「毎日」が5割でパイロット村より

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 手を拭くタオルの洗濯は、「毎日」と「週 2-3 回」が各 4 割。週に 1 回が 2 割。村により 3 つの選択肢の比率は変わるが、ほぼ全員が 1 週間に 1 回以上タオルを洗濯している。 洗濯する理由は「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が 6 割、続いて「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が 44%。前者については村により、48%(Gulya)から 84%(Mir Cumulli)と大きなばらつきがある。 	<p>高い。</p> <ul style="list-style-type: none"> タオル洗濯の理由として、「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が 72%でパイロット村より高い。
洗顔	<ul style="list-style-type: none"> 洗顔回数は 1 日 3 回が 84%、1 日 2 回と合わせて、ほぼ 100%。 洗顔の理由は「<u>汚れや雑菌を除く</u>」が 64%、「顔を美しくする」が 42%、「<u>てかりを防ぐ</u>」30%、「<u>にきびを防ぐ</u>」20%。村によるばらつきはあるが、<u>安定的に 6 割程度の人が「汚れや雑菌を除く」と回答している。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 洗顔回数は 3 回が 86%、残りが 2 回。 洗顔の理由は、パイロット村とほぼ同じ。7 割が「<u>汚れや雑菌を除く</u>」と回答
寝具の洗濯	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ全員(98%)が「寝具を洗濯する」と回答。 頻度は、「<u>週 1 回</u>」が 52%、「<u>週 2-3 回</u>」が 22%。「月に 1 回以下」が 14%。どの村も 70-80%の人が「週 1 回」「週 2-3 回」と回答しているが、Atia のみ同 62%でやや低く、月に 1 回以下が 24%と高い。 ほぼ全員(96%)が「<u>枕を干す</u>」と回答。 頻度は「<u>週 1 回</u>」が 58%、「<u>週 2-3 回</u>」が 18%。「月に 1 回以下」が 14%。寝具の洗濯とほぼ同じ。村毎の違いはさほど見られない。 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「<u>快適だから</u>」が 82%、「<u>悪臭を防ぐ</u>」が 72%、「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」は 26%。村別では Barni で「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」が高く (52%)、Mir Cumulli(14%)と Atia(16%)で低い。Barni では「<u>その他</u>」の回答者にも「<u>雑菌を取り除く</u>」が 5 名おり、この点に関し何らかの啓発活動が行なわれていた可能性がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 全員が「寝具を洗濯する」と回答。 頻度は、「<u>週 1 回</u>」が 64%、「<u>週 2-3 回</u>」が 14%、「<u>毎日</u>」が 10%。「月に 1 回以下」が 8%。パイロット村と大きな遜色はない。 全員が「<u>枕を干す</u>」と回答。 頻度は、「<u>週 1 回</u>」が 68%、「<u>週 2-3 回</u>」が 10%。「月に 1-2 回」が 14%。パイロット村と大きな遜色はない。 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「<u>快適だから</u>」が 78%、「<u>悪臭を防ぐ</u>」が 52%、「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」は 42%。パイロット村に比べ、「<u>悪臭を防ぐ</u>」が低く。「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」が高い。

分野		調査結果	
		パイロット対象村	コントロール村
栄養	食事	<ul style="list-style-type: none"> 自分で料理をする人が94%、しない人が4%。 料理をする際に重視するのは、「味」が86%、続いて「栄養」58%。<u>Mir Cumulli(72%)は栄養への関心が高い。</u> 「栄養のある食事」の意味は、9割が「<u>栄養のバランスがとれていること</u>」と回答。<u>Mir Cumulliは98%が「バランス」と回答。</u>「その他」では、「<u>栄養のある食事</u>」の具体的な食材として、「<u>卵</u>」「<u>牛乳</u>」「<u>野菜</u>」はどの村でも指摘されており、<u>基本的な栄養教育が普及していることを伺わせる。</u>Matora以外の村では、多くの回答者が<u>Basella Leaf(つるむらさき?)</u>と<u>Red Spinach(空心菜?)</u>を<u>栄養のある食材と指摘している。</u>地場野菜として入手しやすいものと考えられる。 夕食を食べる時間は平均21時、いずれも19時から22時の間に食べている。最も遅い場合は24時。 	<ul style="list-style-type: none"> 自分で料理をする人が96%、しない人が2%。 料理をする際に重視するのは、「味」が86%、続いて「栄養」54%。<u>パイロット村とほぼ同じ。</u> 「<u>栄養のある食事</u>」の意味は、<u>92%が「栄養のバランスがとれていること」と回答。</u>具体的な食材では、牛乳と卵を指摘した人が大部分で、「<u>野菜</u>」と回答した人は1人しかいなかった。 夕食を食べる時間は平均21時、19時から22時の間に食べている。
	栄養素の過剰摂取	<ul style="list-style-type: none"> 塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が34%、「<u>肥満</u>」26%、その他として、貧血、汗、ガン、甲状腺腫などが指摘されている。「<u>血圧上昇</u>」を指摘したのは、<u>Mir Cumulliで高い(58%)が、「肥満」も高い(48%)。</u>塩分の健康への影響については、<u>正しい知識が普及していないと考えられる。</u> 油の過剰摂取の影響については、「<u>胸焼け(Acidity)</u>」が76%、「<u>肥満</u>」44%、「<u>血圧上昇</u>」10%であった。前2者については村間のばらつきは少ないが、「<u>血圧上昇</u>」については<u>Mir Cumulliのみ26%と高い。</u>その他の影響については、<u>Barniで「油性肌になる」「にきび」など肌トラブルの指摘が多かった。</u>その他、胃痛や消化不良、下痢など消化系のトラブルの指摘があった。 <u>糖分の過剰摂取の影響については、92%が「糖尿病」と回答。</u>村によるばらつきも86%から96%と小さい。「<u>肥満</u>」の回答は各村0-4人で、 	<ul style="list-style-type: none"> 塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が30%、「<u>肥満</u>」と指摘した人は8%だった。その他として、悪臭、油性肌、貧血を指摘した人が多い。「<u>血が水になる(blood turns into water)</u>」、結果として<u>貧血になると考える人が多いようである。</u> 油の過剰摂取の影響については、「<u>胸焼け(Acidity)</u>」が54%、「<u>肥満</u>」58%、「<u>糖尿病</u>」10%であった。 糖分の過剰摂取の影響については、86%が「<u>糖尿病</u>」と回答。「<u>肥満</u>」の回答は0人。「<u>胸焼け</u>」が4人。

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	ほとんどいなかった。「胸焼け」が1-7人いた。	
野菜	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、ネギ属(たまねぎなど)が92%、いも類64%、その他(唐辛子、コーン、キノコ類など)58%、ウリ科(きゅうり、カボチャなど)52%。<u>葉物野菜は12%</u>だった。 野菜を洗うタイミングは、「切る前」76%、「切った後」40%。「切った後」が少ないのは Mir Cumulli(22%)。 野菜調理上の留意点は、「熱しすぎない」が64%、「十分な量を摂る」18%、「十分な種類を摂る」12%。Mir Cumulli(84%)と Gulya(76%)で「熱しすぎない」の回答者が多かった。「量」は Barni(34%)、「種類」は Gulya(22%)で多かった。 野菜不足の影響は、「病気になる」72%、「貧血」44%。前者は村によるばらつきが少ないが、<u>後者は Mir Cumulli が68%で突出している</u>。肌トラブル、便秘は約10%。その他として、虚弱、ビタミン不足、鳥目、抜け毛などが指摘されている。「鳥目」など野菜不足が視力に与える影響は、<u>比較的知られている様子</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、ネギ属(たまねぎなど)が90%、いも類60%、その他(唐辛子、コーン、キノコ類など)62%、ウリ科(きゅうり、カボチャなど)42%。パイロット村と傾向は同じ。<u>葉物野菜を食べた人は26%</u>でパイロット村より高い。 野菜を洗うタイミングは、「切る前」88%、「切った後」58%。双方ともパイロット村より高い。切る前、後とも洗う人が多いと考えられる。 野菜調理上の留意点は、「熱しすぎない」が52%、「十分な量を摂る」22%、「新鮮な野菜を使う」14%、「十分な種類を摂る」12%。 野菜調理上の留意点は、「熱しすぎない」が64%、「十分な量を摂る」18%、「十分な種類を摂る」12%。 野菜不足の影響は、「貧血」50%、「病気になる」54%、肌トラブル20%。その他の影響として、「脳、目の問題」と回答した人が2名。
睡眠	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均6時、<u>就寝時間は同21時</u>。平均睡眠時間は8時間。平均値に村によるばらつきはほとんどない。「食事」との関連では<u>21時に夕食を摂って、すぐに就寝していること</u>になる。 睡眠に関する認識は、88%が「適切」と考えている。 94%の回答者が、睡眠の質が健康に影響するこ 	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均6時、<u>就寝時間は同22時</u>。平均睡眠時間は8時間。 睡眠に関する認識は、86%が「適切」と考えている。 94%の回答者が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。ここまでは、パイロ

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>と知っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答したのは、3割。具体的な時間については、<u>最も多かったのは「22時から2時」</u>。<u>Mir Cumulli</u>では20名、<u>Gulya</u>では6名が回答した。その他の村は1-3名で差がある。 	<p>ット村とほぼ同じ傾向。</p> <ul style="list-style-type: none"> 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答したのは、34%。具体的な時間については全てばらばら。<u>「22時から2時」と回答した人は皆無</u>。
運動	<ul style="list-style-type: none"> 94%が「適切な運動が健康によいことを知っている」と回答。 	<ul style="list-style-type: none"> 96%が「適切な運動が健康によいことを知っている」と回答。
紫外線	<ul style="list-style-type: none"> 日光を避けるために対策を講じる人は86%。<u>「布や傘などで肌を覆う」が92%</u>。<u>日やけ止めを塗る人は、各村0-1名</u>。 対策を講じなかった場合、「日焼けする」と回答した人が88%、<u>「しわやしみなどの肌トラブル」は20%</u>。後者については、<u>Mir Cumulli</u>で<u>40%と突出して高い</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> 日光を避けるために対策を講じる人は96%。<u>全員が「布や傘などで肌を覆う」と回答</u>。<u>日やけ止めを塗る人はゼロ</u>。 対策を講じなかった場合、「日焼けする」と回答した人が94%。肌トラブルは12%。
喫煙	<ul style="list-style-type: none"> タバコを全く吸わない人が8割、毎日吸う人は6%。<u>Mir Cumulliは無回答(26名)が多い</u>。 夫が毎日タバコを吸う人は24%(9名)、全く吸わない人は62%(23名)。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が86%、「喘息になる」が52%、「心臓病になる」が22%。<u>「心臓病」については Mir Cumulli の回答率(56%)が突出して高い</u>。その他では、「肺病」「結核」の指摘が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> タバコを全く吸わない人が78%、毎日吸う人は4%、時々が8%。 夫が毎日タバコを吸う人は31%(9名)、吸わない人が55%(16名)。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が92%、「喘息になる」が50%、「心臓病になる」が16%。
情報源	<ul style="list-style-type: none"> 保健、衛生の情報源は、「TV」が62%、「家族」44%、「学校」「友人」が各2割。<u>Mir Cumulli</u>では、<u>アパラジタを含む「販売員」が3割と突出している</u>。その他では、本、BRAC、先生、医師など。 	<ul style="list-style-type: none"> 保健、衛生の情報源は、「TV」が52%、「家族」46%、「友人」42%。
他人への影響	<ul style="list-style-type: none"> 「友人、知人に教える」が54%、「家族に教える」が38%、続いて「子供」32%。「友人、知人に教える」と回答したのは<u>Mir Cumulli</u>が<u>突出して高い76%</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> 「友人、知人に教える」が64%、「家族に教える」が34%、続いて「子供」14%。

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
肌の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 肌トラブルがある人は 7 割。Gulya は 8 割、Mir Cumulli は 4 割。 ・ トラブルの種類は、「にきび」(32%)、「しみ」(22%)、「脂性肌」(22%)。「にきび」は Barni で多い(42%)、「しみ」は Gulya で多く(34%)、Mir Cumulli(6%)、Atia(12%)で少ない。「脂性肌」は Atia で多い(32%)。Barni は全体的にトラブルを指摘する人が多い。 ・ トラブルの対処法を知っている人は 4 割。対処方法を知らない人は、Atia(56%)に多く、Mir Cumulli(22%)に少ない。 ・ 主なトラブルの対処方法は以下の通り： <ul style="list-style-type: none"> ➢ にきび：水を飲む、洗顔料で顔を洗う、クリームを塗る、ニームを塗るなど ➢ 脂性肌：家族と相談、何もしない、石鹸を使う、何度も洗顔する ➢ しみ：クリームを使う、何度も洗顔 ➢ 湿疹：クリームを塗る、隣人に相談 <u>Mir Cumulli では「水を飲む」「日向に行かない」(にきび)、「サラダ」(にきび、脂性肌)「脂っこい食べ物を食べない」(にきび、脂性肌、しみ)など、生活習慣の改善による対処法が指摘されている点が注目される。</u> ・ トラブルがあるときには「何もしない」人が最多(28%)。<u>何もしない人が多いのは、Gulya(36%)、Barni と Atia が各 32%。</u>相談する場合は「家族」と「友人」が各 22%、続いて「ヘルスワーカー」(16%)、「自分で何とかする」(12%)。Mir Cumulli は「ヘルスワーカーに聞く」「ラジオを聞く」が各 2 割、Gulya も同様の傾向。<u>Mir Cumulli には「医者に行く」人も 8%いた。</u>「自分で対処」が多いのは Barni(22%)。Mir Cumulli、Barni、Gulya にはアパラジタを含む販売員に相談する人が各 6%。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 肌トラブルがある人は 7 割。 ・ トラブルの種類は、「脂性肌」(28%)、「しみ」(26%)、「にきび」(22%)、かゆみやかさつき、しわを指摘する人も 6-10%いる。トラブルの種類は多め。 ・ トラブルの対処法を知っている人は 3 割。 ・ 対処方法は以下の通り： <ul style="list-style-type: none"> ➢ にきび：クリームを塗る、水を飲む ➢ 脂性肌：クリームを塗る、洗顔料を使う、水を飲む ➢ しみ：クリームを使う、水を飲む ・ トラブルがあったときに相談するのは、「友人」(28%)、「家族」(24%)、「自分で対処」(12%)。何もしない人も 28% いる。
エンパワーメント		
肌の状態への満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>顔の肌の状態については、約 8 割が一定程度満足している</u>(「やや満足」52%、「非常に満 	<ul style="list-style-type: none"> ・ パイロット村との大きな違いは見られない。

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>足」26%)。Mir Cumulli 村では「非常に満足」の割合がやや高い(38%)。Matora 村では「あまり満足ではない」との回答がやや多い(28%、14名)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>スキンケアに対しては、約9割がある程度の自信を持っている</u>(「非常に自信がある」26%、「そこそこ自信がある」62%)。Mir Cumulli 村では「非常に自信がある」の割合がやや高い(38%)。Atia 村では「非常に自信がある」との回答がやや低い(12%)。 	
意志決定への関与の度合い	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>自分のヘルスケアに関する意思決定は、「自分自身」(48%)、「夫と共同」(32%)と、自分が関与する人が8割</u>。Mir Cumulli 村のみ、「夫と共同」(44%)、「母/義母」(26%)、「自分自身」(20%)の順となっている。また、<u>意思決定の内容についてはほぼ全員が一定程度の自信を持っている</u>(「非常に自信がある」50%、「やや自信がある」48%) ・ <u>子供のヘルスケアに関する意思決定は、「夫と共同」(38%)、「自分自身」(24%)、「母/義母」(10%)、「夫(8%)」と、自分の関与が約6割になる</u>。Mir Cumulli 村のみ「自分自身」がやや少なく(16%)、「母/義母」がやや多い(18%)。<u>意思決定の内容についてはほぼ全員が一定程度の自信を持っている</u>(「非常に自信がある」51%、「やや自信がある」46%)。 ・ 世帯における主要な買い物の意思決定は、「夫と共同」が42%、「父・義父」「母/義母」がともに30%。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自分のヘルスケアに関する意思決定者・意思決定内容に対する自信について、パイロット村との大きな乖離はない。 ・ 子供のヘルスケアに関する意思決定者について、パイロット村との大きな乖離はない。意思決定内容に対する自信については、65%が「非常に自信がある」、35%が「やや自信がある」と、「<u>非常に自信がある</u>」割合がパイロット村と比較して高い。 ・ 世帯における主要な買い物の意思決定は、パイロット村と異なり「<u>父/義父</u>」が最多(42%)、次いで「夫と共同」(38%)。
対人関係	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外出意欲については56%が積極的、32%が「必要があれば」。積極的な人の割合が最も多いのは Mir Cumulli 村(68%)。 ・ 外出したい理由は「人に会える」(40%)、「欲しいものが買える」(36%)、「リフレッシュできる」(36%)。村により順序は異なる。Mir Cumulli 村は「人に会える」が高く(60%)、Barni 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外出に積極的な人が76%と、<u>意欲が高い人の割合が多い</u>。 ・ 外出したい理由は「欲しいものが買える」(54%)、「リフレッシュできる」(50%)、「人に会える」(26%)。

分野	調査結果	
	パイロット対象村	コントロール村
	<p>村・Gulya 村は「欲しいものが買える」が高い(50%)。</p> <ul style="list-style-type: none"> 新しい友人を作りたいかについては、約 8 割が作りたいと回答(「非常に作りたい」50%、「やや作りたい」32%)。「全く作りたくない」のは 12%。「非常に作りたい」との回答が最も多いのは Mir Cumulli 村(62%)。 	<ul style="list-style-type: none"> <u>新しい友人を作る意欲もパイロット村に比べて高い</u>(「非常に作りたい」が70%)。
将来への意識	<ul style="list-style-type: none"> <u>ほぼ全員が将来実現したい目標を持っている</u>。内容は、子供の教育、仕事に就く、新しい家を建てる、など。 目標の実現に関して、<u>全員が一定の自信を持っている</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> パイロット村との大きな乖離はない。

別添15：質問票調査（農村女性向け）集計結果

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group		
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F		
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin		
Profile	1. Profile											
Age	Average	Average	23	23	27	27	26	24	25	24		
		Minimum	20	12	14	18	13	15	14	13		
		Maximum	26	35	36	35	38	35	36	35		
	Current marital status	1 Married	4	36	40	41	35	35	37	29		
		2 Not Married	0	14	10	9	14	15	12	18		
	Household structure	Total number of people living in the same	Average	5	5	5	5	5	6	5	5	
			Minimum	3	3	2	2	1	2	2	2	
			Maximum	6	9	10	10	10	12	10	9	
		Number of your own children	Average	1	1	1	2	2	1	2	2	
			Minimum	0	0	0	0	0	1	0	1	
			Maximum	1	3	4	4	4	3	4	4	
	Market environment	1.Skinicare products, their usage, and buying behavior										
1) Face wash	a. Which product do you use for face wash?	1 Ponds	2	13	13	19	12	7	13	8		
		2 Garnier	1	2	1	2	0	3	2	1		
		3 Botanic	0	2	1	0	0	3	1	1		
		4 Dove	0	1	4	5	0	1	2	1		
		5 Clean & Clear	0	1	1	1	5	0	2	4		
		6 Johnson	0	2	0	0	1	0	1	0		
		7 Soap	1	24	28	17	25	35	26	34		
		8. Other	0	3	4	10	7	3	5	2		
		Specify										
		9. Do not use anything	0	3	0	0	2	0	1	0		
	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day	1	0	5	3	3	8	4	4		
		2 Twice a day	1	36	24	28	40	36	33	28		
		3 More than thrice a day	2	10	20	18	5	6	12	18		
		4 Less than once a day	0	0	0	0	0	0	0	0		
	2) Skin cream / gel	a. Which product do you use for skin cream/gel?	1 Ponds	1	5	4	10	8	3	6	9	
			2 Fair & Lovely	2	31	42	40	38	43	39	35	
			3 Garnier	0	0	0	0	0	0	0	0	
			4 Meril	0	1	0	0	1	1	1	0	
			5 Johnson	0	0	0	0	0	0	0	0	
			6 Vaseline	0	1	0	0	0	0	0	0	
			7 Dove	0	0	0	0	0	1	0	0	
			8 Tibet	0	0	0	0	2	2	1	1	
			9 Other	0	0	3	0	1	2	1	5	
			Specify		Himalayan, Advance multi vitamin, Fair and lovely	Ever youth, Moharani(her bal), gold, OLY	Ever green, Himaliya, lux, datol, UV	Oly, F&L, Dove, Himaleian	Emmy, herbal		Gold Cream, Emi Cream, Amy Cream, Cute	
10 Do not use anything		1	11	4	0	1	0	3	1			
b. How frequently do you use the product?		1 Once a day	0	0	4	3	1	3	2	3		
		2 Twice a day	1	27	23	33	31	38	30	25		
		3 More than thrice a day	2	9	19	14	14	9	13	21		
	4 Less than once a day	0	0	0	0	0	0	0	0			
3) Sunscreen	a. Which product do you use for sunscreen?	1. Ponds	0	1	0	0	3	0	1	0		
		2. Garnier	0	2	0	0	0	0	0	0		
		3. Lakme	0	1	0	0	0	0	0	0		
		4. Other	0	6	1	1	0	0	2	1		
		Specify		Vitara, Chik, Nandani cream	Lakme	Fair & Lovely				Botnobet		
		5 Do not use anything	4	40	49	49	47	50	47	49		
		b. How frequently do you use the product?	1 Once a day or more	0	7	1	0	2	0	2	1	
			2 A couple of times a week	0	2	0	1	1	0	1	0	
	3 A couple of times a month		0	1	0	0	0	0	0	0		
	4 Less than once a month		0	0	0	0	0	0	0	0		
	4) For all products		a. Who usually make decision about buying the products you use?	1 Yourself	2	26	27	32	27	16	26	24
				2 Your husband	0	4	11	5	6	16	8	8
		3 You and your husband jointly		1	11	11	12	12	7	11	10	
		4 Father / father in law		1	1	2	2	1	4	2	7	
5 Other		0		7	5	5	8	12	7	9		
Specify				Mother, Mother in law, Sister in law,	Mother, daughter	Mother, sons, Mother in law	Elder sister, Mother	Mother, Sister		mother, sister, daughter, elder sister		
b. Who usually goes to buy the products you use?	1 Yourself	1	25	26	30	21	17	24	23			
	2 Your husband	0	7	12	7	11	19	11	13			
	3 You and your husband jointly	1	10	9	10	9	4	8	9			
	4 Father / father in law	2	4	3	5	2	6	4	7			

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin
Village name										
		5 Other	0	5	10	7	7	9	8	7
		Specify								
	c. Where do you (or your husband or somebody else you mentioned in the previous question) usually buy the products you use?	1 Village kiosk	0	6	20	9	20	26	16	17
		2 Moving shop (aparajita)	2	30	14	22	12	22	20	2
		3 Town market (Korotia/Tangail)	3	38	47	44	37	16	36	44
		4 Other	0	2	2	4	8	10	5	1
		Specify								
	d. What kind of information do you use the most when you select products to buy?	1 Word of mouth (Family)	1	9	18	12	5	4	10	12
		2 Word of mouth (Friend)	1	19	14	13	7	2	11	16
		3 TV	2	37	37	32	42	42	38	32
		4 Radio	0	6	2	2	1	1	2	2
		5 Sign board	0	1	1	2	1	2	1	4
		6 Shop seller (aparajita)	2	17	6	14	4	8	10	2
		7 Other	2	4	4	4	4	2	4	7
		Specify	Newspaper (2)							
	e. What do you usually do when you want to know how to use the products?	1 Read label of the products	2	22	10	21	22	21	19	15
		2 Ask family	0	5	16	7	7	2	7	13
		3 Ask friend	2	22	16	8	14	8	14	17
		4 Watch TV	1	19	19	17	28	23	21	23
		5 Listen to radio	0	6	0	1	2	0	2	1
		6 Ask shop seller (aparajita)	1	10	15	16	1	7	10	3
		7 Ask health worker	0	1	1	0	0	0	0	0
		8 Other	0	2	7	6	6	4	5	4
		Specify		Neighbour	workshop of JITA, From company Activation, Relatives	advertisement, JITA, shopkeeper	Consult with elder sister, Mother, Father, TV, Doctor			from shopkeeper, daughter
	9 Do not do anything	0	0	0	0	0	0	0	0	
3. Education and work status										
1) Educational background	What is the highest level of school you have attended?	1 No education	0	9	8	7	3	12	8	9
		2 Primary uncompleted	0	14	8	1	2	3	6	5
		3 Completed primary (grade 5)	0	4	12	9	12	11	10	10
		4 Secondary uncompleted	0	11	10	16	16	18	14	17
		5 Completed secondary (Grade 10)	3	11	10	9	11	2	9	4
		6 College or equivalent educational level	1	2	2	9	6	4	5	4
2) Literacy - Bengali	Please read this sentence in Bengali to me	1 Cannot read at all	0	10	14	6	5	14	10	10
		2 Able to read only parts of sentence	0	10	8	13	11	10	10	11
		3 Able to read whole sentence	4	26	24	30	29	24	27	26
		4 Blind / visually impaired	0	0	4	1	1	1	1	2
3) Literacy - English	Please read this sentence in English to me	1 Cannot read at all	0	17	23	24	10	26	20	20
		2 Able to read only parts of sentence	4	4	8	7	13	11	9	14
		3 Able to read whole sentence	0	21	15	19	24	11	18	13
		4 Blind / visually impaired	0	0	4	0	1	1	1	2
4) Working status	Do you currently work with any income?	1 Yes, at NGO	0	1	0	1	0	2	1	0
		2 Yes, at garment factory	0	0	0	0	0	0	0	3
		3 Yes, at school or public institution	0	0	0	0	0	0	0	0
		4 Yes, as a farmer by selling products like vegetable, eggs and milk	0	7	14	11	9	7	10	2
		5 Yes, at other place	0	24	5	3	22	12	13	6
		Specify		Housewife (19), Work in textile mills, Sewing, student	sewing, tuition, housewife (3)	Tuition, farming, housewife	student, housewife (2)	Nurse, livestock, tuitions, sewing, housewife (8)		Handicraft, housewife (5)
		6 No. I am a student.	1	15	11	9	10	16	12	15
7 No, though I am not a student.	3	1	21	27	10	14	15	24		
5) Individual income	How much income do you earn monthly from your work?	1 Below 2,000Tk	0	8	13	8	10	9	10	0
		2 2,001Tk to 5,000Tk	0	10	3	1	1	1	3	6
		3 5,001Tk to 7,500Tk	0	8	1	3	2	1	3	0
		4 7,501Tk to 10,000Tk	0	1	0	0	1	0	0	0
		5 Above 10,001Tk	0	4	1	1	3	0	2	0
Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition	1. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition									

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group	
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin	
knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition	1) Water	a. Do you do anything to water before drinking it?	1 Yes	41	39	17	31	45	35	23	
			2 No	9	11	33	18	5	15	27	
		b. What do you usually do to water before drinking it?	1 Boil	3	0	1	2	1	1	0	
			2 Add bleach/chlorine	0	0	0	0	0	0	0	
			3 Strain through a cloth	0	0	1	0	0	0	0	
			4 Use water filter	1	36	38	15	30	44	33	22
			5 Solar disinfection	0	0	0	0	0	0	0	0
			6 Let it stand and settle	0	0	0	0	0	0	0	0
			7 Other	0	0	0	0	3	0	1	1
		Specify								using tap water	
		c. Do you think something bad may happen when you drink water without any treatment, or you think nothing will happen?	1 Cause diarrhea / upset stomach	3	36	22	41	32	29	32	32
			2 Bring bad influence to health	0	5	5	4	5	2	4	4
			3 Arsenic/ iron problem	4	39	36	23	26	33	31	33
			4 Other	0	5	11	15	13	10	11	4
	Specify			Typhoid, Cholera, Skin Disease	skin disease, alegy, skin disease+kole ra, due to iron,color change of clothes, skin& teeth damage, jondis,typhoe d, diarrhea	bad smell, acne, diarrhea,feve r, alegy, cholera, problems in skin, dust, remove bad smell	Diarrhea, Skin damage, rashes on hand, Cholera	Cohelera, Liver problem, jaundis, skin diseases, malaría, diarrhea		Cholera, virus related disease	
	5 Nothing will happen	0	2	0	1	0	0	1	2		
	2) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and	4	50	50	49	49	50	50	49
			2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water	0	0	0	0	0	0	0	0
			3 Water only	0	0	1	0	0	0	0	0
			4 Other	0	0	0	1	3	0	1	1
			Specify				datol				Hand wash
		b. Why do you wash your hands ?	1 Can keep your hands clean/ can remove dirt	4	46	45	42	47	47	45	44
			2 Can prevent diarrhea	2	29	20	22	19	18	22	26
			3 Can prevent skin problem on hands	1	11	5	0	3	1	4	3
			4 Can keep good health	2	7	20	16	10	4	11	8
			5 Other	0	0	2	1	2	2	1	0
			Specify			remove bad smell, feel fresh		can prevent diarrhea, skin damage	feel fresh, to remove dust from hand,legs		
6 Nothing good will happen			0	0	0	0	0	0	0	0	
7 Do not know		0	0	0	0	0	0	0	0		
c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally)	0	1	2	1	1	0	1	0		
	2 Wipe hands with a towel	4	49	47	49	47	49	48	50		
	3 Wipe hands with your wearing	0	1	18	1	3	2	5	4		
	4 Other	0	1	0	0	0	1	0	0		
Specify						use tissue					
d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	2 Once for two to three days	1	28	22	15	25	12	20	20		
	3 Once a week	0	7	12	9	13	17	12	8		
	4 Less than once a week	0	0	1	0	0	0	0	0		
	Specify										
e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands	2	25	16	20	25	24	22	16		
	2 Germs in the towel affect your health	3	42	30	24	27	28	30	36		
	3 Other	0	6	10	13	11	5	9	3		
	Specify		Smells bad, Diarrhea, Catch cold, Fever	Smells bad, Diseases, Diarrhea, bad smell, alegy, acne+bad smell, Jaundice, Cholera			diarrhea, alegy, smells bad, Acne		bad smell, bacteria		
	4 Nothing will happen	0	0	1	1	1	0	1	0		
3) Face washing	a. How frequently do you wash your face?	1 Once a day	0	2	0	0	1	0	0		

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin
	washing	you wash your face?								
		2 Twice a day	0	12	3	3	7	11	7	6
		3 Thrice a day or more	4	35	47	47	40	39	42	43
		4 Less than once a day	0	0	0	0	1	0	0	0
		b. Why do you wash your face ?								
		1 Can keep my face clean/ can remove dirt	4	29	38	29	33	33	32	35
		2 Can prevent acne	1	8	12	8	15	7	10	6
		3 Can prevent bad face color	3	4	3	4	4	1	3	2
		4 Can prevent my face gets oily	1	18	15	22	9	13	15	16
		5 Can make my face beautiful	3	31	19	18	16	22	21	15
		6 Other	0	0	11	9	13	0	7	1
		Specify			Feel fresh, Skin feel irritated, don't get oily, good health, good skin, remove acne, To get rid of dark circle, keep free from rash, keep face clean	skin fresh, keep face good, good health, fresh face, remove dryness, acne				keep skin good
		7 Do not know	0	0	0	1	0	0	0	0
4)	Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?								
		1 Yes	4	49	49	48	49	48	49	47
		2 No	0	1	1	2	1	2	1	0
		b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?								
		1 Daily	1	1	1	1	0	0	1	5
		2 Once for two to three days	0	15	5	14	5	17	11	7
		3 Once a week	3	25	31	23	37	14	26	32
		4 Once for two to four weeks	0	4	5	1	3	4	3	1
		5 Less than once a month	0	4	7	9	4	12	7	4
		c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the								
		1 Yes	4	50	48	47	49	47	48	49
		2 No	0	0	2	1	1	2	1	0
		d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?								
		1 Daily	0	0	0	3	0	0	1	0
		2 Once for two to three days	0	14	4	12	6	9	9	5
		3 Once a week	3	26	33	24	37	26	29	34
		4 Once for two to four weeks	1	2	3	1	1	4	2	7
		5 Less than once a month	0	6	8	10	5	8	7	2
		e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun?								
		1 Feel comfortable when I sleep	2	45	32	42	44	42	41	39
		2 It is hygienic/ can remove dirt and germs	1	7	26	13	12	8	13	21
		3 Can prevent tick infection	0	0	1	1	0	0	0	1
		4 Can prevent acne	0	1	1	1	1	0	1	0
		5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow	2	45	25	32	38	41	36	26
		6 Other	0	1	8	4	4	4	4	1
		Specify		Clean	Remove germs, not available, keep skin well+remove germs, for comfort at sleep, feel comfort with pillow	comfortable+hygienic, remove dirtyness, allergy, remove germs				comfortable
		7 Do not know	0	0	0	0	0	1	0	0
5)	Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?								
		1 Yes	3	47	49	49	45	46	47	48
		2 No	1	2	1	1	4	3	2	1
		b. What are you usually concerned when you cook?								
		1 Number of dishes	1	0	2	2	2	0	1	1
		2 Nutrition	1	36	23	32	25	28	29	27
		3 Taste	4	43	40	46	42	42	43	43
		4 How the meal look	0	2	5	0	0	3	2	1
		5 Volume	0	0	0	0	0	0	0	0
		6 Other	0	0	2	0	6	3	2	0
		Specify			cook according to season					
		c. What do you mean by "nutritious meal"?								
		1 Have good balance with meat, vegetable, and	4	49	45	45	43	41	45	46
		2 Have good volume	0	0	0	0	1	0	0	0
		3 Fresh meal	1	1	0	0	0	0	0	1
		4 Other	0	37	36	42	36	32	37	27

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin
		Specify		Egg, Milk, Red Spinach, Fruits, Basella Leaf	Basella Leaf + Red Spinach, cucumber,ca rott, daal, milk, egg, fruits, Vegetables, pumpkin, banana	egg,milk,orange,cucumber,pumpkin,beans,tomato,white gourd,basella leaf, fruits, spinach, tomato, potato	Green Vegetables, Egg, Milk & Meat, Spinach	Basella Leaf + Red Spinach, cucumber,ca rott, daal, milk, egg, fruits, Vegetables, pumpkin, banana		Egg, milk, vegetable
		5 Do not know	0	0	0	0	0	1	0	0
	d. At what time do you usually take dinner?	Average	22	21	21	21	20	20	21	21
		Minimum	21	19	19	20	19	20	19	19
		Maximum	22	24	22	22	22	22	22	22
	e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	1 Get tired	0	7	1	0	1	1	2	0
		2 Get fat / obesity	0	24	5	13	14	9	13	4
		3 Skin trouble	0	5	2	1	2	1	2	1
		4 Increase blood pressure	1	29	9	14	15	19	17	15
		5 Diabetes	1	1	5	2	0	4	2	0
		6 Heart-related diseases	1	1	0	1	1	0	1	0
		7 Diseases related to blood vessel	0	4	0	1	0	0	1	1
		8 Acidity	0	0	6	6	0	1	3	9
		9 Other	0	3	28	19	29	25	21	16
		Specify		Anemia, Stomach Upset, Sweating	Blood deficiency, Sweat, caancer, malnutrition, problems of eyes, increasing blood pressure, Density of blood reduces, Goitre, Body get swollen with water	Blood pressure, Goitre, Density of blood reduces, Excess Sweat, liver problem, blood defeciency	Bladness, increase water to the body, Bad health	Blood deficiency, Sweat, caancer, malnutrition, problems of eyes, increasing blood pressure, Density of blood reduces, Goitre, Body get swollen with water		Bad smell , Oily skin, density of blood decreases
		10 Do not know	2	8	9	13	9	9	10	13
	f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	1 Get tired	0	7	1	0	1	1	2	0
		2 Get fat / obesity	0	22	21	20	26	21	22	29
		3 Skin trouble	1	1	3	2	2	0	2	2
		4 Increase blood pressure	0	13	4	5	1	2	5	1
		5 Diabetes	0	0	4	0	3	0	1	5
		6 Heart-related diseases	1	0	3	0	1	0	1	3
		7 Diseases related to blood vessel	0	0	0	0	1	0	0	1
		8 Acidity	3	38	34	39	39	39	38	27
		9 Other	0	3	12	5	2	3	5	0
		Specify		Chest pain, Stomach upset, Reduces skin brightness	Acne, oily skin, cancer, dirrahia, problems in stomach, get fat, skin get oily, stroke, acne.skil get oily, Density of blood reduces	bloodd pressue, Digestion problem, health problem, cancer				
		10 Do not know	0	0	2	0	1	1	1	3
	g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	1 Get tired	0	1	0	1	1	0	1	1
		2 Get fat / obesity	0	4	1	0	0	0	1	0
		3 Skin trouble	0	2	0	1	0	0	1	0
		4 Increase blood pressure	0	2	1	2	1	1	1	1
		5 Diabetes	4	45	46	48	43	47	46	43
		6 Heart-related diseases	0	0	0	0	0	2	0	1
		7 Diseases related to blood vessel	0	1	0	0	0	0	0	2
		8 Acidity	0	1	3	2	7	2	3	4
		9 Other	0	1	2	1	1	0	1	1
		Specify		Weakness of the body	cancer, problem in digest	worm infection				
		10 Do not know	0	2	1	1	3	0	1	3
	h. What kind of vegetable did you eat last night?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot,	0	3	8	9	3	14	7	13
		2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower)	0	9	10	6	1	6	6	13

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin
Village name										
		3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot)	0	46	45	48	46	46	46	45
		4 Potatoes	0	41	29	32	29	30	32	30
		5 Legumes (peas and beans)	0	2	0	2	5	1	2	2
		6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd)	0	26	25	31	23	24	26	21
		7 Tomatoes	0	1	0	1	1	1	1	3
		8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts)	0	2	1	2	2	0	1	2
		9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	0	29	32	32	22	32	29	31
	i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting	3	41	35	41	34	40	38	44
		2 After cutting	2	11	21	27	16	26	20	29
		3 Do not wash	0	0	1	0	0	0	0	0
		4 Other	0	0	1	0	7	10	4	1
		Specify			depend on vegetables			depend on vegetables		
	j. What are you concerned when you cook vegetable?	1 Do not heat too much	3	42	28	38	27	27	32	26
		2 Take enough volume	0	7	17	5	10	7	9	11
		3 Take enough variety	1	3	3	11	6	6	6	6
		4 Cook leafy vegetable daily	0	3	3	0	1	2	2	3
		5 Choose fresh one	0	4	0	1	0	1	1	7
		6 Other	0	1	6	1	13	16	7	10
		Specify			cook on moderate heat		do not cook	cook in normal heat		Cook in normal temperature, cooking with high heat
	k. What happen if you do not take enough vegetable?	1 Cause skin problem	1	4	7	6	3	3	5	10
		2 Anemia	0	34	16	17	22	20	22	27
		3 Constipation	0	9	6	5	3	5	6	5
		4 Get sick (high blood pressure, high blood)	0	36	33	38	37	37	36	25
		5 Other	1	10	27	18	19	15	18	11
		Specify	Hair fall	Reduce energy of the body, Lack of Vitamin, Night blindness, Visual impairment	Night blind, Malnutrition, diarrhea, food poisoning, blood deficiency, problem in eyes, pain in stomach, acne, loss of appetite, be weak, lack of iodine	malnutrition, hairfall, blindness, acidity, blood pressure, anemia, night blind	Lack of Nutrition, lack of vitamin, weakness of body, skin damage, night blindness	Blindness		Lack of Vitamin, Weak Eye sight, problem related to brain, malnutrition
6)	6) Sleeping	a. At what time do you get up and go to bed?		Average 6.25	5.6	6	6	5	6	6
		Get up at		Earliest 5	4	4	4	1	5	4
				Latest 7	21	8	8	7	7	10
		Go to bed at		Average 22	21.56	21	22	21	22	22
				Earliest 22	6	1	21	10	21	12
				Latest 22	24	23	24	23	23	24
		Sleeping hours		Average 8	8	8	7	9	8	8
				Shortest 7	3	6	5	4	6	5
				Longest 9	39	10	10	19	10	18
		b. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?		1 I sleep too much	1	6	2	6	0	5
				2 I have moderate sleep in general	3	46	44	42	47	44
				3 I do not have enough sleep	0	1	4	2	2	1
		c. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?		1 Yes	4	45	47	48	50	47
		Specify how	Keep good health, healthy, prevent headache	Body and mind becomes fresh, Health & skin became good, sleeping 5 hours is good, Reduce tiredness, Health is became good, sleeping 8 hours, Good for health, Increase energy, Health+Mind become well	good health, good skin, keep head cool	keep fresh, remove blood pressure problems, remove weakness, sound mind, good health, good skin, keep head cool	Feel fresh			good health

Category	Question	Options	Treatment Group							Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin
Village name										
	d. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	2 No	0	2	3	1	0	2	2	1
		1 Yes	0	27	14	15	11	7	15	17
		2 No	4	21	35	35	38	41	34	33
		e. What is the specific period of time at night? Specify		22-02(20)	22-02(3) 22-24(2) 22-23 23-24 24-01 1-2 23-3 22-4	22-02(6) 21-6 21-4 22-24 23-24 23-3	22-2(1)	22-14(3) 21-22 20-5 22-24		11-12 10-11(3) 22-6 21-22 22-24
7) Exercise	a. Do you know appropriate exercise is necessary to stay healthy?	1 Yes	3	48	47	47	47	47	47	48
		2 No	1	2	1	3	1	0	1	2
6) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine? b. What do you do?	1 Yes	4	40	48	49	35	45	43	48
		2 No	0	2	2	1	2	1	2	0
		1 Try to stay under shade	0	1	0	1	0	0	0	0
		2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else	3	44	45	48	47	48	46	50
		3 Put sunscreen on skin	1	1	1	0	1	0	1	0
		4 Stay at home	0	0	2	0	0	0	0	0
		5 Other	0	1	0	0	0	0	0	0
		Specify		Use cream						
	c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker	3	43	39	47	46	44	44	47
		2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.)	2	20	9	6	9	8	10	6
		3 Gets tired	0	2	2	4	4	7	4	12
		4 Other	0	5	16	12	18	11	12	10
		Specify		Sweat skin, Acne + spot, Acne	Becomes oily, skin disease, skin burns, skin become dark, wrinkleless, sweat, black spot on face, dark circle under eye, skin become dry, acne, etc.	fever, blood pressure	skin gets dark, spots on skin	Face gets dark, Acne, Health Problem, sweat, spot, skin becomes reddish		skin gets dark, Headache, Sweat, Acne, Oily skin, Skin gets reddish
	5 Nothing will happen	0	0	7	1	0	0	2	0	
9) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday)	0	3	3	2	1	4	3	2
		2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0	0	0	0	0	0	0
		3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0	1	2	3	0	5	2	4
		4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0	0	0	0	0	0	1
		5 No at all	4	20	45	45	48	41	40	39
	(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday)	0	6	18	10	3	8	9	9
		2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0	0	0	0	0	0	0
		3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0	1	1	3	4	2	2	4
		4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0	0	0	0	1	0	0
		5 No at all	4	15	19	28	30	23	23	16
	c. What do you think is the influence of smoking?	1 Cause diseases related to blood vessel	0	2	2	1	2	0	1	0
		2 Cause heart-related diseases	0	28	6	9	9	4	11	8
		3 Cause cancer	4	48	36	47	43	41	43	46
		4 Cause spots on skin	0	2	1	3	4	3	3	1
		5 Cause asthma	2	26	29	23	23	30	26	25
		6 Cause wrinkles on skin	0	0	0	0	0	0	0	1
		7 Cause shadows under your eyes	0	2	2	1	0	0	1	1
		8 Make your teeth dirty	0	1	2	1	2	2	2	4
		9 Other	0	1	27	16	16	11	14	3

Category	Question	Options	Treatment Group								Control group	
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F		
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin		
		Specify			Affect kidney, tuberculosis, cough, acidity, liver problem, lips become black, cause to death, damage lungs	Tuberculosis, acidity, lungs disease, stroke, cough, lips become black, heart disease	tuberculosis	Liver diseases, cause to death, tuberculosis, health become bad, jaundis, acidity, neighbour		Stroke, black lips, irritation		
		10 Do not know	0	0	0	1	0	0	0	0		
10)	Information source	From who/what do you usually get information related to health, sanitation, and/or nutrition?	1 Family	2	15	30	24	23	19	22	23	
			2 Friend	2	9	11	15	6	5	9	21	
			3 TV	3	36	32	29	27	31	31	26	
			4 Radio	0	10	0	2	6	4	4	1	
			5 School	0	9	14	8	12	9	10	10	
			6 Shop seller	0	15	2	6	4	4	6	3	
			7 Other	1	6	7	5	15	10	9	6	
			Specify		Reading book, Neighbour, Health care center	Relatives, BRAC, doctor, mother in law, neighbours	Aparajita, teacher, book, daughter in law, neighbour, relatives	Health worker, Brac, Book, Teacher, Husband, Neighbour	Reading books, teacher+college, surjer hashi clinic, doctor, from health worker, husband		neighbour, family planning worker, from doctor, books	
			8 Do not get information	0	0	0	0	1	0	0	0	
			11)	Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	1 With husband	2	4	9	4	8	4
2 With children	1	12				16	14	16	23	16	7	
3 With your family	4	22				18	23	18	13	19	17	
4 With your husband's family	3	8				13	11	8	4	9	10	
5 With your friend and/or acquaintances	2	38				19	24	28	26	27	32	
6 With other	0	6				10	7	11	7	8	9	
Specify						Relatives		Neighbour	With siblings, neighbour, with youngers		Neighbour, sister	
7 Do not have conversations	0	0				1	1	2	1	1	1	
2. Skin condition												
1)	Skin trouble	a. Do you have any trouble on your skin?	1 Yes	3	22	37	41	38	38	35	35	
			2 No	1	25	13	9	9	11	13	15	
		b. What is your skin trouble? (Multiple answers)	1 Acne	1	15	21	17	15	10	16	11	
			2 Eczema	0	1	0	0	0	2	1	0	
			3 Birthmark	0	2	2	0	0	1	1	3	
			4 Skin color	1	0	0	0	0	0	0	1	
			5 Inflammation	0	1	3	1	0	0	1	0	
			6 Itchiness	0	0	1	2	0	0	1	3	
			7 Dry and rough	0	0	3	1	1	3	2	3	
			8 Cracking of skin	0	0	2	0	0	0	0	0	
			9 Spots	1	3	14	17	14	6	11	13	
			10 Wrinkles	0	2	3	0	2	0	1	0	
			11 Shadows under eyes	0	1	3	9	5	2	4	5	
			12 Oily skin	2	9	13	10	8	16	11	14	
			13 Other	0	1	5	2	13	8	6	2	
		Specify		Skin Burns		Dark skin, Spots	Spots, Acne	Dark skin, Spots		Spot		
		c. Do you know how to deal with your skin troubles?	1 Yes	2	23	17	24	22	16	20	15	
			2 No	1	11	22	19	19	28	20	22	
		d. How do you deal with your skin troubles?	See separate sheet 'Summary 2-1) d									
		e. What do you usually do when you have skin troubles?	1 Consult with family	1	4	13	11	11	15	11	12	
			2 Consult with friend	2	9	14	10	17	7	11	14	
			3 Consult with health worker	0	10	4	11	7	7	8	5	
			4 Watch TV for information	1	5	4	0	3	2	3	2	
			5 Listen to radio for information	0	10	2	7	2	4	5	1	
			6 Consult with shop seller	0	3	3	3	0	1	2	4	
			7 Take countermeasure by myself	3	0	11	5	6	6	6	6	
			8 Other	1	7	7	6	14	5	8	7	
Specify	See homeopathy doctor		Neighbour, Go to doctor, Use cream, Consult with a doctor, Take doctor's advice	consult with doctor, using cream, Ask Aparajita, mother, consult with husband, neighbours	consult with neighbour, parLOUR, books, husband, drink water more, self	Use cosmetic, ponds, consult with others	Consult with Neighbour, Consult with Sister, Consult with Husband, Consult with neighbour		Discussing with doctor, discussing with sisters, Use of vaselline, discussion with husband			

Category	Question	Options	Treatment Group							Average	Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Village F		
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia	Garasin		
Village name		9 Do not do anything	0	13	16	18	7	16	14	14	
Empowerment	1. Satisfaction over skin conditions										
	1) Satisfaction with own skin condition	How much are you satisfied with the skin condition of your face?	1 Very much satisfied	1	19	9	14	10	11	13	11
			2 Somehow satisfied	3	24	26	22	21	35	26	29
			3 Not so satisfied	0	4	10	10	14	3	8	7
			4 Not satisfied at all	0	3	6	4	4	1	4	2
	2) Confidence in skin care	How much are you confident in your skin care?	1 Very much confident	1	19	13	15	14	6	13	15
			2 Somehow confident	3	30	26	30	28	42	31	33
			3 Not so confident	0	1	7	4	3	0	3	1
			4 Not confident at all	0	0	4	0	2	1	1	0
	2. Household decision making										
	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine, you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent	1	10	30	34	16	32	24	31
			2 Husband	1	4	7	3	5	3	4	2
			3 Respondent and husband jointly	1	22	15	13	16	14	16	16
			4 Mother / mother-in-law	1	13	5	4	11	11	9	9
			5 Father / father-in-law	1	7	0	3	7	3	4	5
			6 Someone else	0	1	0	0	4	2	1	0
			Specify		Mother, Mother in law		Son, Elder brother, daughter, brother	Elder brother			
	2) Confidence in her decisions for herself	Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident	2	19	30	24	16	15	21	27
			2 Somehow confident	0	31	16	12	18	25	20	17
			3 Not so confident	0	0	2	1	3	0	1	0
			4 Not confident at all	0	0	0	0	1	0	0	0
	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent	1	8	15	18	7	11	12	11
			2 Husband	0	0	8	5	3	2	4	1
			3 Respondent and husband jointly	1	21	15	15	21	22	19	14
			4 Mother / mother-in-law	0	9	0	5	3	6	5	4
		5 Father / father-in-law	0	5	1	3	1	4	3	2	
		6 Children	0	0	1	0	1	4		2	
		7 Someone else	0	2	0	0	1	10	3	1	
		Specify									
		8 Do not have children	0	1	1	0	3	0	1	2	
4) Confidence in her decisions for her children	Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident	1	18	24	20	17	18	19	17	
		2 Somehow confident	1	23	11	15	20	16	17	9	
		3 Not so confident	0	1	0	2	1	0	1	0	
		4 Not confident at all	0	0	0	0	1	0	0	0	
5) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent	0	3	8	5	5	5	5	8	
		2 Husband	3	6	8	13	4	8	8	6	
		3 Respondent and husband jointly	0	19	23	22	19	22	21	19	
		4 Mother / mother-in-law	0	15	12	12	13	22	15	15	
		5 Father / father-in-law	1	12	12	16	15	19	15	21	
		6 Someone else	0	5	2	4	7	7	5	2	
		Specify		Elder sister, son, Elder brother, grandmother				Sister, Son, brother in law		Uncle	
3. Social Relationship											
1) Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to	2	34	25	29	23	30	28	38	
		2 If needed	0	9	17	17	19	19	16	9	
		3 Want to stay at home as much as possible	2	0	3	1	3	0	1	4	
		4 Other	0	3	5	1	5	1	3	0	
		Specify		don't want	don't want	don't want					
2) Reason for going out	Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people	2	30	10	22	22	18	20	13	
		2 Because I can buy what I want	1	5	25	25	18	16	18	27	
		3 Because it freshens me up	1	18	15	17	20	19	18	25	
		4 Because I can enjoy nice view	0	10	0	4	12	13	8	2	
		5 Other	0	0	1	2	1	6	2	3	
		Specify			shopping	shopping		shopping		due to necessity, for knowing , for purchasing	
3) Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to	1	31	17	21	28	27	25	35	
		2 Somehow willing to	0	7	21	22	14	17	16	13	
		3 Not so willing to	2	1	4	1	1	0	1	0	

Category	Question	Options	Treatment Group								Control group	
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F		
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin		
Village name												
		4 Not willing to at all	1	5	8	5	7	5	6	2		
	4.Awareness toward own future											
	1) Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes	4	50	49	47	49	48	49	48	
			Specify	Taking care of her child (3), go for higher education	Make the child's higher educated, Make the Daughter higher educated & get a job, Computer engineer, Higher educated and to be a serviceholder , Higher educated and to be a serviceholder , To build a new house, Make the child's higher educated, Make the child Higher educated and to be good person, Make	Make a nice house, educate the son, To educate child & make him a govt official, to be a primary teacher, to make a doctor, be happy house wife, after completing study, get govt sevice, to make a good house, to be a lawyer, efficiency in lifestyle, build a house, to be professor, to have two educated child's	To be teacher, Haj, job, be a nurse, to be lawyer, to educate child, to make child a pious person, to make children a doctor , teacher, to be a good cheff, to be a banker, to get govt job, highly educate younger sister	A big house, Wants to be a doctor, wants to be a teacher, I wish my daughter will be a doctor	Doing good for my children, A big house, Wants to be a doctor, wants to be a teacher, I wish my daughter will be a doctor, I want to be a Engineer, Wish my son will got a Gov. Job, to educate child+ efficient lifestyle, to make child lawyear, to send son abroad, to earn more money, to be a ideal house wife		Want to be good wife, Want to be a teacher, want to be engineer, Want to be serviceholder , Want to be a good mother, want to be a good sister, want to be a police officer, earn more money, want to make own house	
			2 No	0	0	1	1	1	0	1	2	
	2) Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes	3	15	24	23	18	10	18	23	
			2 Probably yes	1	31	25	23	31	38	30	25	
			3 Not confident	0	0	0	0	0	0	0	0	
			4 Do not think so	0	0	0	0	0	0	0	0	
Income and consumption	Income and consumption											
	1) Household income	a. How much is your monthly household income?	Average	11,333	6,316	11,580	13,745	11,100	12,923	11,133	15,150	
			Specify	Minimum	6000	2,000	2,000	0	3,000	5,000	2,400	9,000
				Maximum	15000	20,000	20,000	100,000	35,000	20,000	39,000	25,000
			1 Below 2,000Tk	0	3	0	2	0	0	1	0	
			2 2,001Tk to 5,000Tk	0	11	3	3	6	1	5	8	
			3 5,001Tk to 10,000Tk	1	16	15	7	11	16	13	4	
			4 10,001Tk to 15,000Tk	3	5	10	8	7	18	10	19	
			5 15,001Tk to 20,000Tk	0	5	16	14	1	7	9	8	
			6 Above 20,000Tk	0	5	6	11	14	7	9	10	
	2) Breakdown of household consumption	Biggest spending item	1 Food (include sugar, salt, oil, and diary	2	30	26	38	32	41	33	35	
			2 Clothing	0	2	1	0	3	1	1	2	
			3 School/learning materials	2	17	16	8	14	2	11	12	
			4 Medical care	0	1	8	3	1	5	4	1	
			5 Public payment (rent, tax, water, etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	
			6 Daily products (soap, fuel, etc.)	0	0	0	0	0	0	0	0	
			7 Skin care (cream, gel, Vaseline, moisturizer,	0	0	0	0	0	0	0	0	
			8 Makeup (beauty products other than skin	0	0	0	0	0	0	0	0	
			9 Cigarette	0	0	0	0	0	0	0	0	
			10 Other	0	0	0	1	0	0	0	0	
			Specify				cosmetics					
		Second biggest spending item	1 Food (include sugar, salt, oil, and diary	2	14	17	11	11	5	12	9	
			2 Clothing	1	14	9	11	10	14	12	9	
			3 School/learning materials	1	11	16	13	16	19	15	18	
			4 Medical care	0	10	8	15	12	10	11	10	
			5 Public payment (rent, tax, water, etc.)	0	0	0	0	0	1	0	1	
			6 Daily products (soap, fuel, etc.)	0	0	0	0	1	0	0	2	
			7 Skin care (cream, gel, Vaseline, moisturizer,	0	0	0	0	0	0	0	0	
			8 Makeup (beauty products other than skin	0	1	0	0	0	0	0	0	
			9 Cigarette	0	0	0	0	0	0	0	0	
			10 Other	0	0	0	0	0	0	0	1	
			Specify								cosmetics	
		Third biggest spending item	1 Food (include sugar, salt, oil, and diary	0	5	5	2	4	2	4	5	

Category	Question	Options	Treatment Group								Control group
			Sample	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	
				Mir Cumulli	Barni	Gulya	Matora	Atia		Garasin	
Village name											
		2 Clothing	2	21	14	14	27	15	18	29	
		3 School/learning materials	1	12	7	10	5	10	9	8	
		4 Medical care	1	12	14	15	14	20	15	4	
		5 Public payment (rent, tax, water, etc.)	0	0	2	1	0	1	1	2	
		6 Daily products (soap, fuel, etc.)	0	0	3	4	0	1	2	1	
		7 Skin care (cream, gel, Vaseline, moisturizer, etc.)	0	0	3	0	0	0	1	0	
		8 Makeup (beauty products other than skin)	0	0	3	0	0	0	1	0	
		9 Cigarette	0	0	0	0	0	0	0	0	
		10 Other	0	0	0	4	0	0	1	1	
		Specify				cosmetics				cosmetics	
3)	Spending on cosmetics/skincare (specify)	Average	1,500	614	387	497	587	366	490	500	
		Minimum	0	200	200	150	180	100	166	200	
		Maximum	5000	7,000	1,000	1,200	1,000	1,000	2,240	1,000	

質問 2 1)d 肌トラブルとその対応策に関する回答

(1) パイロット対象村

No	Skin trouble	Measure taken	Village
1	Acne	After washing my face I use Spot cream	Atia
2	Acne	Drink more water	Mir Cumulli
3	Acne	Drink more water	Mir Cumulli
4	Acne	Drink more water	Gulya
5	Acne	Drink more water	Gulya
6	Acne	Garnier Neem Face wash	Mir Cumulli
7	Acne	Nandani cream	Mir Cumulli
8	Acne	Use cream	Barni
9	Acne	Use cream	Barni
10	Acne	Use cream	Gulya
11	Acne	Use Himaliyan face wash	Gulya
12	Acne	Use Jelly Cream	Mir Cumulli
13	Acne	Use Neem (Azadirachta indica) Petal	Gulya
14	Acne	Use spot cream	Gulya
15	Acne	Use spot cream	Gulya
16	Acne	Using cream	Mir Cumulli
17	Acne	Wash face & do not go under sun	Mir Cumulli
18	Acne	Wash face frequently	Mir Cumulli
19	Acne	Wash face frequently & use spot cream	Gulya
20	Acne, Oily	Consalt with doctor & use sun screen,medicine	Mir Cumulli
21	Acne, Oily	Consult Doctor	Barni
22	Acne, Oily	Drink water and salad, wash face by water	Mir Cumulli
23	Acne, Oily	Use cosmetics	Gulya
24	Acne, Oily	Use face wash	Gulya
25	Acne, Oily	Wash faces with face wash & use cream	Mir Cumulli
26	Acne, Oily, Spot	Don't eat oily food	Mir Cumulli
27	Acne, Oily, Spot	Use cosmetic	Barni
28	Acne, Oily, Spot	Use cream	Mir Cumulli
29	Acne, Oily, Spot	Use face wash	Barni
30	Acne, Skin disorder (pain)	Use cream	Barni
31	Acne, Spot	Use cream	Gulya
32	Acne, Spot	Use cream	Gulya
33	Acne, Spot	Use cream	Gulya
34	Acne, Spot	Use good quality cream & face wash	Gulya
35	Acne,Dry skin	Use face wash	Barni

No	Skin trouble	Measure taken	Village
36	Acne+Wrinkles	Drink more water	Mir Cumulli
37	Birth mark	Use face wash	Mir Cumulli
38	Burn Spot	Do nothing	Atia
39	Dark circle	Wash face frequently	Gulya
40	Dry skin	Use face wash	Gulya
41	Eczema	Use cream	Mir Cumulli
42	Eczema	Using Spot cream	Atia
43	Eczema	Consult with Neighbour	Atia
44	Face	Use cream	Mir Cumulli
45	Oily	Regularly wash face	Gulya
46	Oily Skin	Consult with my Family	Atia
47	Oily Skin	Do nothing	Atia
48	Oily Skin	Do nothing	Atia
49	Oily skin	Use soap	Barni
50	Oily skin	Use soap	Gulya
51	Oily Skin	Wash face frequently	Atia
52	Oily Skin	Consult with my Family, Friends & Husband	Atia
53	Red spot on skin	Consult Doctor	Barni
54	Shadows Under eyes	Consult with Friends	Atia
55	Skin burns	Do not know	Mir Cumulli
56	Spot	Drink more water	Gulya
57	Spot	Use Betnobet cream	Gulya
58	Spot	Use cream	Barni
59	Spot	Use cream	Barni
60	Spot	Use cream	Barni
61	Spot	Use cream	Mir Cumulli
62	Spot	Use spot cream	Barni
63	Spot	Wash face frequently	Atia
64	Spot	Wash face frequently	Barni
65	Spot	Wash face frequently	Gulya
66	Spot	Wash face frequently & use spot cream	Gulya
67	Spot	Wash face frequently & use spot cream	Gulya
68	Spot	Wash face frequently & use spot cream	Gulya
69	Spot (Pimples)	Don't know	Matora
70	Spot (Pimples)	Put fairness cream & face wash	Matora

(2)コントロール村

Skin trouble	Measure taken	Village
Acne	Use cream	Grasin
Acne, oily skin	Use cream	Grasin
Acne, oily skin, spot	Drink more water	Grasin
Acne, oily skin, spot	Use cream	Grasin
Acne, spot, dark circle	Use cream	Grasin
Dark skin color	Use lotion	Grasin
Itchiness	Use Grug	Grasin
Oily skin	Use bar	Grasin
Oily skin	Use face wash	Grasin
Oily skin, spot	Use cream	Grasin
Oily skin, spot	Use cream	Grasin
Spot	Spot removal cream	Grasin
Spot	Use cream	Grasin
Spot	Use cream	Grasin
Spot	Use cream	Grasin

別添16 : エンドライン調査質問票 (農村女性向け)

Date: _____ start at: _____ end at: _____
Name of Surveyor: _____

No	Category	Question	Option	Answer
	Profile	1. Profile		
	1)	Name		
	2)	Age		
	3)	Residential address		
	4)	Phone number		
	5)	Current marital status	1 Married 2 Not Married	
	6)	Age of marriage (For the respondents who answered "1" on question 5). At what age did you marry?		
	7)	Household structure Total number of people living in the same house Number of your own children		
	8)	Baseline survey Were you interviewed in August/September 2013?	1. Yes (Sample No in baseline list: _____) 2. No	
	9)	Household income (For the respondents who answered "2" on question 8). a. How much is your monthly household income? (choose 1 range)	_____ Tk (specify) 1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 10,000Tk 4 1,001Tk to 15,000Tk 5 15,001Tk to 20,000Tk 6 Above 20,000Tk	
	10)	Educational background (For the respondents who answered "2" on question 8). What is the highest level of school you have attended?	1 No education 2 Primary uncompleted 3 Completed primary (grade 5) 4 Secondary uncompleted 5 Completed secondary (Grade 10) 6 College or above (over Grade 11)	
	11)	Literacy - Bengali (For the respondents who answered "2" on question 8). Please read this sentence in Bengali to me ('Shiseido is a Japanese cosmetic company' in Bengali) (If respondents cannot read whole sentence, ask the following) Can you read any part of the sentence?	1 Cannot read at all 2 Able to read only parts of sentence 3 Able to read whole sentence 4 Blind / visually impaired	
	12)	Literacy - English (For the respondents who answered "2" on question 8). Please read this sentence in English to me ('Shiseido is a Japanese cosmetic company') (If respondents cannot read whole sentence, ask the following) Can you read any part of the sentence?	1 Cannot read at all 2 Able to read only parts of sentence 3 Able to read whole sentence 4 Blind / visually impaired	
	13)	Working status (For the respondents who answered "2" on question 8). Do you currently work with any income?	1 Yes, at NGO 2 Yes, at garment factory 3 Yes, at school or public institution 4 Yes, as a farmer by selling products like vegetable, milk and eggs 5 Yes, at other place _____ (specify) 6 No. I am a student. 7 No, though I am not a student	
	14)	Individual income (For the respondents who answered "2" on question 8). How much income do you earn monthly from your work?	1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 7,500Tk 4 7,501Tk to 10,000Tk 5 Above 10,001Tk	
	Market environment	1 Skincare products, their usage, and buying behavior		
1	1)	Face wash	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day and more 4 Less than once a day 5 I do not use it.
2	2)	Skin cream / gel	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day 2 Twice a day 3 More than thrice a day 4 Less than once a day 5 I do not use it.
3	3)	Sunscreen	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day or more 2 A couple of times a week 3 A couple of times a month 4 Less than once a month 5 I do not use it.
4	4)	For all products	a. Who usually make decision about buying the products you use?	1 Yourself 2 Your husband 3 You and your husband jointly 4 Father/ father in law 5 Other _____ (specify)
		3. Relation with Shiseido		
5	1)	Use of DIVAS	a. Are you using DIVAS products? Show product samples	1 Yes 2 No
6			b. Which DIVAS product do you use? (multiple answers) Show product samples	1. Face wash 2. Gel 3. Cream 4. Sun Protect
7			c. How many times did you buy DIVAS face wash? (For the respondents who answered "1" on question b.)	_____ times
8			d. How many times did you buy DIVAS Gel? (For the respondents who answered "1" on question b.)	_____ times
9			e. How many times did you buy DIVAS Cream? (For the respondents who answered "1" on question b.)	_____ times
10			f. How many times did you buy DIVAS Sun Protect? (For the respondents who answered "1" on question b.)	_____ times
11			g. Is there any improvement of your husband's attitude? (For the respondents who answered "Yes" on question a.)	1 Yes 2 No
12			h. Is there any improvement of your children's attitude? (For the respondents who answered "Yes" on question a.)	1 Yes 2 No
13	2)	Participation to workshop	a. Have you participated in Shiseido workshops? Show workshop flyers	1 Yes 2 No

No	Category	Question	Option	Answer
14		<i>New Question</i> (For the respondents who answered "Yes" on question a.) b. Which workshop did you participate? (multiple answers) <i>Show workshop flyers</i>	1. First term (Face wash, acne) 2. Second term (Sun protect, spot) 3. Third term (Gel/cream, wrinkle)	
	Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition	3. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition		
15		1) Hand washing a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water 2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water 3 Water only 4 Other _____	
16		b. Why do you wash your hands?	(Multiple answers) 1 Can keep your hands clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent diarrhea 3 Can prevent skin problem on hands 4 Can keep good health 5 Other _____ (specify) 6 Nothing good will happen 7 Do not know	
17		c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally) 2 Wipe hands with a towel 3 Wipe hands with your wearing 4 Other _____ (specify)	
18		(For respondent who answered 2 on question c) d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Less than once a week	
19		(For all respondents) e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation 2 Gems in the towel affect your health 3 Other _____ (specify) 4 Nothing will happen	
20		2) Face washing a. How frequently do you wash your face?	1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day or more 4 Less than once a day	
21		b. Why do you wash your face?	(Multiple answers) 1 Can keep my face clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent acne 3 Can prevent bad face color 4 Can prevent my face gets oily 5. Can make my face beautiful 6 Other _____ (specify) 7 Do not know	
22		3) Washing of bed clothing a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes 2 No	
23		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month	
24		c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes 2 No	
25		(For respondents who answered "Yes" on question c) d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)	
26		e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun at proper frequency?	(Multiple answers) 1 Feel comfortable when I sleep 2 It is hygienic/can remove dirt and germs 3 Can prevent tick infection 4 Can prevent acne 5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow 6 Other _____ (specify) 7 Do not know	
27		4) Diet a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes 2 No	
28		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What are you usually concerned when you cook?	(Multiple answers) 1 Number of dishes 2 Nutrition 3 Taste 4 How the meal look 5 Volume 6 Other _____ (specify)	
29		(For all respondents) c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc. 2 Have good volume 3 Fresh meal 4 Other _____ (specify) 5 Do not know	
30		(For all respondents) d. At what time do you usually take dinner? (Write down in 24 hour time)	Dinner _____ o'clock (24 hours)	
31		e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
32		f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	

No	Category	Question	Option	Answer
33		g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify)	
34		h. What kind of vegetable did you eat yesterday?	(Multiple answer) 1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip) 2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower) 3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot) 4 Potatoes 5 Legumes (peas and beans) 6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd) 7 Tomatoes 8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts) 9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	
35		i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting 2 After cutting 3 Do not wash 4 Other _____ (specify)	
36		j. What are you concerned when you cook vegetable?	(Multiple answer) 1 Do not heat too much 2 Take enough volume 3 Take enough variety 4 Cook leafy vegetable daily 5 Choose fresh one 6 Other _____ (specify)	
37		k. What happen if you do not take enough vegetable?	(Multiple answer) 1 Cause skin problem 2 Anemia 3 Constipation 4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar) 5 Other _____ (specify)	
38	5) Sleeping	a. At what time do you go to bed and get up? (Write down in 24 hour time)	Get up at _____ o'clock (24 hours) Go to bed at _____ o'clock (24 hours)	
39		b. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much 2 I have moderate sleep in general 3 I do not have enough sleep	
40		c. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes _____ (specify how) 2 No	
41		d. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes 2 No	
42		(For respondents who answered "Yes" on question d) e. What is the specific period of time at night?	_____ (specify)	
43	6) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine? ("stay outside" includes being at a place without shade inside residential compound)	1 Yes 2 No	
44		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What do you do?	1 Try to stay under shade 2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else 3 Put sunscreen on skin 4 Stay at home 5 Other _____ (specify)	
45		c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker 2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.) 3 Gets tired 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen	
46	7) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
47		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
48		c. What do you think is the influence of smoking?	(Multiple answer) 1 Cause diseases related to blood vessel 2 Cause heart-related diseases 3 Cause cancer 4 Cause spots on skin 5 Cause Asthma 6 Cause wrinkles on skin 7 Cause shadows under your eyes 8 Make your teeth dirty 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
49	8) Information source	From who/what do you usually get information related to health, sanitation, and/or nutrition?	1 Family 2 Friend 3 TV 4 Radio 5 School 6 Shop seller 7 AO/ aparajita 8 Other _____ (specify)	
50	9) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	(Multiple answers) 1 With husband 2 With children 3 With your family 4 With your husband's family 5 With your friend and/or acquaintances 6 With other _____ (Specify) 7 Do not have conversations	
2. Skin condition				
51	1) Skin trouble	a. Do you have any trouble on your skin?	1 Yes 2 No	

No	Category	Question	Option	Answer
52		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What is your skin trouble?	(multiple answers) 1 Acne 2 Eczema 3 Birthmark 4 Skin color 5 Inflammation 6 Itchiness 7 Dry and rough 8 Cracking of skin 9 Spots 10 Wrinkles 11 Shadows under eyes 12 Oily skin 13 Other _____ (specify)	
	Empowerment	1. Satisfaction over skin conditions		
53	1) Satisfaction with own skin condition	How much are you satisfied with the skin condition of your face?	1 Very much satisfied 2 Somehow satisfied 3 Not so satisfied 4 Not satisfied at all	
54	2) Confidence in skin care	How much are you confident in your skin care?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
		2. Household decision making		
55	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Someone else _____ (specify)	
56	2) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for herself	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
57	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Children 7 Someone else _____ (specify) 8 Do not have children	
58	4) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for her children	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
59	5) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Someone else _____ (specify)	
		3. Social relationship		
60	1) Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to 2 if needed 3 Want to stay at home as much as possible 4 Other _____ (specify)	
61	2) Reason for going out	(For respondent who answered "1 Very much willing to" in the previous question) Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people 2 Because I can buy what I want 3 Because it freshens me up 4 Because I can enjoy nice view 5 Other _____ (specify)	
62	3) Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to 2 Somehow willing to 3 Not so willing to 4 Not willing to at all	
63	4) Participation to MF	Are you participating in MF activities? (Multiple answers)	1 Meeting 2. Borrowing 3. Saving 4. No	
64	5)	How long are you doing MF activities?	1. Less than a year 2. One year to two years 3. More than two years	
		4. Awareness toward own future		
65	1) Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes _____ (specify) 2 No	
66	2) Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes 2 Probably yes 3 Not confident 4 Do not think so	
	Income and consumption	5. Income and consumption		
67	1)	How much do you spend for cosmetics and skin care per month?	_____ Tk (specify)	

別添 17：エンドライン調査（農村女性向け）分析結果

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
プロファイル・所得と消費	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の平均年齢は <u>25</u> 歳で、約 7 割が既婚。Barni、Gulya は約 8 割が既婚。 同じ家に住む人数は 5 人、子供の数は 1～2 人。 世帯収入は約 <u>11,000</u> タカ。 <u>Cumli</u> 村が突出して低い（約 <u>6,300</u> タカ）。 化粧品/スキンケア製品の <u>毎月の支出額は平均 490</u> タカ。 	<ul style="list-style-type: none"> ベースライン調査経験者は、各村 <u>44-50</u> 人、平均 <u>48</u> 人。大部分がベースライン調査経験者。平均年齢は <u>1</u> 歳上がって <u>26</u> 歳。既婚者の割合は <u>7</u> 割から <u>8</u> 割に上昇した。 家族構成、および子供の数に変化はない。 結婚した年齢は、<u>12</u> 歳から <u>25</u> 歳、平均 <u>18</u> 歳。 化粧品/スキンケア製品の <u>毎月の支出額は平均 436</u> タカ。最低額（各村 <u>100-300</u> タカ）に大きな変化はないが、ベースライン時に <u>Cumli、Barni</u> で <u>5,000</u> タカ、<u>7,000</u> タカ使うと回答した人の支出額が大幅に減っ 	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象の平均年齢は <u>24</u> 歳で、約 <u>6</u> 割が既婚。 同じ家に住む人数・子供の数はパイロット村と同じ。 世帯収入は約 <u>15,000</u> タカでパイロット村より高い。 世帯収入の用途、化粧品/スキンケア製品の <u>毎月の支出額</u>については、パイロット村と大きな差はない。 	<ul style="list-style-type: none"> 全員がベースライン調査経験者。 ベースライン時より既婚者が <u>2</u> 名増加。 家族構成、子供の数に変更なし。 結婚した年齢は <u>15</u> 歳から <u>18</u> 歳、平均 <u>17</u> 歳。 化粧品/スキンケア製品の <u>毎月の支出額は 500</u> タカから <u>412</u> タカに減少。最低額も <u>200</u> タカから <u>100</u> タカに減少。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
貴社との関係	<p>ベースライン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ DIVAS を使っている人は 66%。Gulya 村 (92%)、Atia 村 (88%) が突出して高い。Barmi 村は 28%とやや低い。 ・ 購入した製品は洗顔剤が最も多く 60%、Gulya は 92%、続いて保湿クリーム 48%。ジェルは各村 1-2 人。日焼け止めは、Cumli 村が 24%、Matora が 28%で高い。 ・ 購入回数はこの製品も平均 2 回 ・ <u>ワークショップに参加した経験がある人は、1 回目が 94%、2 回目が 82%、3 回目が 76%。Gulya 村は、3 回ともほぼ全員が参加している。Barmi は、2 回目以降参加率が下がっている (各 66%、58%)。</u> ・ <u>DIVAS 製品を使ったことにより、約 5 割の人は「夫の態度が改善した」と感じており、その半分の人が「子供の態度が改善した」と感じている。Gulya (78%) と Atia (68%) で「夫の態度が改善した」と感じる人が多い。</u> 	<p>エンドライン</p> <p>ている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 対象外 	<p>ベースライン</p>	<p>エンドライン</p>
スキンケア製品、使用法、購買習慣	<p>ベースライン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>洗顔製品の使用頻度は「1 日 2 回」が 66%、「1 日 3 回以上」が 24%。</u> ・ <u>保湿剤は Fair & Lovely が圧倒的 (78%)。Cumli 村</u> 	<p>エンドライン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>ベースライン時に比べ、洗顔剤を使わない人が増えている (4%から 34%)。使用回数は、Gulya で 3 回使用の人が約 5 割いるが、他は</u> 	<p>ベースライン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>洗顔時に使う製品は石鹸がやや多い (68%)。使用頻度はパイロット村と同様。</u> ・ <u>保湿剤・日焼け止めの使用</u> 	<p>エンドライン</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>洗顔剤を使わない人が 7 割に増加している。</u> ・ <u>保湿剤については、使用頻度が減っている。ベースライン時は「1 日 3 回以上」</u>

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>では Fair & Lovely 使用者が少なく (62%)、「何も使わない」との回答が他村と比較して多い。使用頻度は「1日2回」が60%、「1日3回以上」が26%と、<u>洗顔製品の使用頻度と類似している。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 日焼け止めについては、94%が何も使用していない。Cumli 村のみ <u>20%の回答者が製品を使用</u>。使用頻度は1日1回以上が最多。 製品購入の意思決定は、「自分自身」が52%、「夫と共同」が22%で、<u>7割以上が自分が関与</u>している。Atia 村では「自分自身」が少なく (32%)、「夫」(32%)・「その他 (母親9名・姉3名)」(24%)が多 	<p>2回が多い。季節要因があることも考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 保湿剤を使っていない人は減っている。使う回数には6割が1日2回だが、Gulya と Atia では3回も4回もある。 日焼け止めの使用度は、Cumli と Matora 以外では低い。Cumli では26%の人が使用。週1回使う人が34%で最も多い。使用頻度は季節も影響していると考えられる。 製品購入の意思決定に大きな変化はない。Cumli では約7割が自分で意思決定している。Gulya は、夫と共同が4割と多い。 	<p>頻度はパイロット村と同様。</p> <ul style="list-style-type: none"> 製品購入の意思決定者・製品購入者にパイロット村との大きな差はない。 	<p>が4割いたが2割に減少。代わって「1日2回」が5割から8割に増加した。</p> <ul style="list-style-type: none"> 日焼け止めを使っている人はベースライン時と変わらず1名。使用頻度は1日1回以上から週-3回に減少した。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
健康、衛生、栄養に関する関心、知識と生活習慣				
手洗い	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ全員が石鹸を使って手洗いをしている。 約9割が、「<u>汚れと菌を取り除くために手を洗う</u>」と回答。約4割が「<u>下痢を防ぐため</u>」と回答。 ほぼ全員が手洗いの後、「タオルで手を拭く」と回答。何もしない、服で拭くも各村数人いる。 手を拭くタオルの洗濯は、「毎日」と「週2-3回」が各4割。週に1回が2割。村により3つの選択肢の比率は変わるが、ほぼ全員が1週間に1回以上タオルを洗濯している。 洗濯する理由は「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ全員が石鹸を使って手洗い。 手洗いの理由で「<u>汚れと菌を取り除くため</u>」との回答が98%に上昇。 手洗いで使うタオルの洗濯は、「毎日」が36%から18%に減っている。季節要因があると考えられる。 洗濯する理由は「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が90%、「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が82%にそれぞれ上昇。村による違いはあまり見られない。 	<ul style="list-style-type: none"> 手洗い習慣、手洗いの理由、手洗い後の動作にパイロット村との違いはない（割合もほぼ同じ）。 タオルの洗濯頻度は、「毎日」が5割でパイロット村より高い。 タオル洗濯の理由として、「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が72%でパイロット村より高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 手洗いにおいて、石鹸を使う人が7割に減少。水だけの方が3割。 手洗いの理由で「<u>汚れと菌を取り除くため</u>」との回答が9割から7割に減少。 手洗いの後、タオルで手をふく人が10割から5割に減少、「<u>服でふく</u>」と回答した人が36%に上昇。 タオル洗濯の理由として「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が35人に上昇。「<u>雑菌が健康に悪影響</u>」は10人に減少。 全体的に衛生に関する知識や習慣が、ベースライン時に比べ悪化している。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
寝具の洗濯	<p>える」が6割、続いて「タオルの汚れで手が汚れる」が44%。前者については村により、48% (Gulya) から84% (Cumli) と大きなばらつきがある。</p> <ul style="list-style-type: none"> • ほぼ全員 (98%) が「寝具を洗濯する」と回答。 • 頻度は、「週1回」が52%、「週2-3回」が22%。「月に1回以下」が14%。どの村も70-80%の人が「週1回」「週2-3回」と回答しているが、Atiaのみ同62%でやや低く、月に1回以下が24%と高い。 • ほぼ全員 (96%) が「枕を干す」と回答。 • 頻度は「週1回」が58%、「週2-3回」が18%。「月に1回以下」が14%。寝具 	<ul style="list-style-type: none"> • 全員が「寝具を洗う」と回答。 • 頻度は「週1回」が64%に増加。 • ほぼ全員が「枕を干す」と回答 • 頻度は約8割が週1回と回答。 • 寝具の選択や枕干しの理由は、94%が「快適だから」、「悪臭を防ぐ」が82%、「汚れや雑菌を取り除く」が80%に上昇。後者については、Matora、Atiaの回答率が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> • 全員が「寝具を洗濯する」と回答。 • 頻度は、「週1回」が64%、「週2-3回」が14%、「毎日」が10%。「月に1回以下」が8%。パイロット村と大きな遜色はない。 • 全員が「枕を干す」と回答。 • 頻度は、「週1回」が68%、「週2-3回」が10%。「月に1-2回」が14%。パイロット村と大きな遜色はない。 • 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「快適」が7割。「汚れや雑菌を取り除く」は7人。ベースライン時より低 	<ul style="list-style-type: none"> • 47名が「寝具を洗濯する」と回答。 • 頻度は5割が週1回、月1-2回以下が3割いる。ベースライン時より頻度は減っている。 • 枕を干すと回答したのは8割。頻度は週1回と月1-2回以下が各4割、ベースライン時より頻度が低下。季節要因か。 • 寝具の選択や枕干しの理由は、「快適」が7割。「汚れや雑菌を取り除く」は7人。ベースライン時より低

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
栄養	<p>の洗濯とほぼ同じ。村毎の違いはさほど見られない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「快適だから」が82%、「悪臭を防ぐ」が72%、「汚れや雑菌を取り除く」は26%。 	<p>自分で料理をする人が94%、しない人が4%。</p> <ul style="list-style-type: none"> 料理をする際に重視するのは、「味」が86%、続いて「栄養」58%。Cumli(72%)は栄養への関心が高い。 「栄養のある食事」の意味は、9割が「栄養のバランスがとれていること」と回答。Cumliは98%が「バランス」と回答。「その他」では、「栄養のある食事」の具体的な食材として、「卵」「牛乳」「野菜」はど 	<p>78%、「悪臭を防ぐ」が52%、「汚れや雑菌を取り除く」は42%。パイロット村に比べ、「悪臭を防ぐ」が低く、「汚れや雑菌を取り除く」が高い。</p>	<p>自分で料理をしない人が10人に増加。</p> <ul style="list-style-type: none"> 料理をする際に重視するのは「品数」が4割、「味」と「見た目」が2割、栄養は7人。 「栄養のある食事」の意味は、「新鮮」が6割、「量」が4割。「バランスがとれていること」は2人。 夕食を食べる時間は平均21時、20時から22時の間に食べている。
食事	<ul style="list-style-type: none"> 自分で料理する人の割合は変更なし。 料理する際に「栄養」を重視する人が94%に大幅増加。「味」は7割。「量」が6割に増加。 「栄養のある食事」の意味は、ほぼ全員が「栄養のバランスがとれていること」と回答。「量がある」(56%)、「新鮮」(72%)を選ぶ人も増えた。 夕食を食べる時間は平均21時、いずれも19時から 	<ul style="list-style-type: none"> 自分で料理をする人が96%、しない人が2%。 料理をする際に重視するのは、「味」が86%、続いて「栄養」54%。パイロット村とほぼ同じ。 「栄養のある食事」の意味は、92%が「栄養のバランスがとれていること」と回答。具体的な食材では、牛乳と卵を指摘した人が大部分で、「野菜」と回答した人は1人しかいなかった。 	<p>自分で料理をする人が96%、しない人が2%。</p> <ul style="list-style-type: none"> 料理をする際に重視するのは、「味」が86%、続いて「栄養」54%。パイロット村とほぼ同じ。 「栄養のある食事」の意味は、92%が「栄養のバランスがとれていること」と回答。具体的な食材では、牛乳と卵を指摘した人が大部分で、「野菜」と回答した人は1人しかいなかった。 	<p>自分で料理をしない人が10人に増加。</p> <ul style="list-style-type: none"> 料理をする際に重視するのは「品数」が4割、「味」と「見た目」が2割、栄養は7人。 「栄養のある食事」の意味は、「新鮮」が6割、「量」が4割。「バランスがとれていること」は2人。 夕食を食べる時間は平均21時、20時から22時の間に食べている。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>の村でも指摘されており、<u>基本的な栄養教育が普及していることを伺わせる。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 夕食を食べる時間は平均21時、いずれも19時から22時の間に食べている。最も遅い場合は24時。 	<p>22時の間に食べている。<u>Gulya と Atia のみ平均 20 時とベースライン時 (21 時) から 1 時間早くなっている。</u>啓発活動の効果をうかがわせる。</p>	<p>夕食を食べる時間は平均21時、19時から22時の間に食べている。</p>	
栄養素の過剰摂取	<p>塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が34%、「<u>肥満</u>」26%、その他として、<u>貧血、汗、ガン、甲状腺腫などが指摘されている。</u>「<u>血圧上昇</u>」を指摘したのは、<u>Cumli で高い (58%)。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 油の過剰摂取の影響については、「<u>胸焼け (Acidity)</u>」が76%、「<u>肥満</u>」44%、「<u>血圧上昇</u>」10%であった。 <u>糖分の過剰摂取の影響については、92%が「糖尿病」</u> 	<p>塩分の過剰摂取の影響については、<u>ほぼ全員が「血圧上昇」と回答。</u>糖尿病、心臓病が4割いる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 油の過剰摂取の影響については、<u>84%が肥満と回答。</u>血圧上昇が約8割、肌荒れが7割。「<u>糖尿病</u>」も4割に上昇。 砂糖の過剰摂取の影響は、<u>ほぼ全員が「糖尿病」と回答。</u>続いて「<u>肥満</u>」68%、<u>血圧上昇</u>54%。 	<p>塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が30%、「<u>肥満</u>」と指摘した人は8%だった。その他として、<u>悪臭、油性肌、貧血を指摘した人が多い。</u>「<u>血が水になる (blood turns into water)</u>」、<u>結果として貧血になると考える人が多い</u>ようである。</p> <ul style="list-style-type: none"> 油の過剰摂取の影響については、「<u>胸焼け (Acidity)</u>」が54%、「<u>肥満</u>」58%、「<u>糖尿病</u>」10%であった。 	<p>塩分の過剰摂取の影響について、4割が「<u>肥満</u>」、約3割が「<u>血圧上昇</u>」「<u>肥満</u>」と回答。</p> <ul style="list-style-type: none"> 脂肪の過剰摂取の影響について、8割が「<u>肥満</u>」、12人が「<u>疲労</u>」、3人が「<u>糖尿病</u>」と回答。 砂糖の過剰摂取の影響について、5割が糖尿病、2割が肥満、肌荒れと回答。前者は、ベースライン時より半減した。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	と回答。村によるばらつきも86%から96%と小さい。「肥満」の回答は各村0-4人で、ほとんどいなかっただ。「胸焼け」が1-7人いた。		<ul style="list-style-type: none"> 糖分の過剰摂取の影響については、86%が「糖尿病」と回答。「肥満」の回答は0人。「胸焼け」が4人。 	
野菜	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、ネギ属(たまねぎなど)が92%、いも類64%、その他(唐辛子、コーン、キノコ類など)58%、ウリ科(きゅうり、カボチャなど)52%。葉物野菜は12%だった。 野菜を洗うタイミングは、「切る前」76%、「切った後」40%。「切った後」が少ないのはCumli(22%)。 野菜調理上の留意点は、「熱しすぎない」が64%、「十分な量を摂る」18%、「十分な種類を摂る」 	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、イモが78%、葉物野菜が76%、豆類58%、トマト48%、根菜32%。葉物野菜の増加が大きい。 野菜を洗うタイミングは、「切る前」が94%、「切ったあと」は6%に減少。 野菜調理上の留意点は、「熱しすぎない」が96%、「葉物野菜を毎日使う」が56%、「量をとる」が54%、「種類をとる」は30%だった。 野菜不足の影響は、「貧血」 	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、ネギ属(たまねぎなど)が90%、いも類60%、その他(唐辛子、コーン、キノコ類など)62%、ウリ科(きゅうり、カボチャなど)42%。パイロット村と傾向は同じ。葉物野菜を食べた人は26%でパイロット村より高い。 野菜を洗うタイミングは、「切る前」88%、「切った後」58%。双方ともパイロット村より高い。切る前、後とも洗う人が多いと考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜は、イモが7割、葉物野菜が5割、ネギ類が9人。葉物野菜が大きく伸びた。 野菜を洗うタイミングは「切った後」が6割から8割に上昇。 野菜調理上の留意点は、「十分な量を取る」が5割、「種類をとる」「葉物野菜を毎日使う」が2割。「熱しすぎない」が5割から4人に大幅減少。 野菜不足の影響は「肌トラブル」4割、貧血3割、弁

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>12%。Cumuli (84%)とGulya (76%)で「熱すぎない」の回答者が多かった。「量」はBami (34%)、「種類」はGulya (22%)で多かった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 野菜不足の影響は、「病気になる」72%、「貧血」44%。前者は村によるばらつきが少ないが、後者はCumuliが68%で突出している。肌トラブル、便秘は約10%。その他として、虚弱、ビタミン不足、とり目、抜け毛などが指摘されている。「とり目」など野菜不足が視力に与える影響は、比較的知られている様子。 	<p>が84%、「病気になる」が8割、「便秘」が7%。<u>貧血と便秘が大きく増加</u>。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 野菜調理上の留意点は、「熱すぎない」が52%、「十分な量を摂る」22%、「新鮮な野菜を使う」14%、「十分な種類を摂る」12%。 野菜調理上の留意点は、「熱すぎない」が64%、「十分な量を摂る」18%、「十分な種類を摂る」12%。 野菜不足の影響は、「貧血」50%、「病気になる」54%、肌トラブル20%。その他の影響として、「脳、目の問題」と回答した人が2名。 	<p>プ2割。「貧血」が減少し、「肌トラブル」が増加した。</p>
睡眠	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均6時、就寝時間は同21時。平均睡眠時間は8時間。平均値に村 	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均6時、就寝時間は同22時。平均睡眠時間は8時間。<u>ベースライ</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均6時、<u>就寝</u>時間は同22時。平均睡眠時間は8時間。 	<ul style="list-style-type: none"> 起床、就寝、睡眠時間に変化なし。 睡眠に関する認識は9割が

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>によるばらつきはほとんどない。「食事」との関連では<u>21時に夕食を摂って、すぐに就寝していること</u>になる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 睡眠に関する認識は、88%が「適切」と考えている。 94%の回答者が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っている 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答したのは、3割。具体的な時間については、<u>最も多かったのは「22時から2時」</u>。Cumli では 20名、Gulya では 6名が回答した。その他の村は1-3名。 	<p>ン時より就寝時間が遅くなっている。季節性によるものもあると考えられる。</p> <p>9割が「睡眠は適切」、「睡眠の質が健康に影響することを知っている」と回答。ベースラインから大きな変化はない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 94%が「肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っている」と回答。ベースライン時より大幅に増加。 9割以上、Gulya, Matora Atia では全員が、22時から2時と回答。 	<p>睡眠に関する認識は、86%が「適切」と考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> 94%の回答者が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。ここまでは、パイロット村とほぼ同じ傾向。 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っている 回答したのは、34%。具体的な時間については全てばらばら。「22時から2時」と回答した人は皆無。 	<p>「適切」と回答。</p> <ul style="list-style-type: none"> 睡眠の質が健康に影響することを知っている 回答したのは2名。ベースライン時より、大幅な減少。 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っている 回答したのは4人のみ。ベースライン時より大幅な減少。 時間帯は10:30-11:00。
紫外線	<p>日光を避けるために対策を講じる人は86%。「布や傘などで肌を覆う」が</p>	<p>日光を避けるために対策を講じる人の割合（88%）、対策内容（布や傘で覆うが</p>	<p>日光を避けるために対策を講じる人は96%。全員が「布や傘などで肌を覆う」</p>	<p>日光を避けるために対策を講じる人は、36%に減少した。</p>

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
喫煙	<p>92%。日焼け止めを塗る人は、各村0-1名。</p> <ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合、「日焼けする」と回答した人が88%、「しわやシミなどの肌トラブル」は20%。後者については、Cumliで40%と突出して高い。 	<p>88%) にほとんど変化なし。</p> <ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合の「ダメージとして「肌トラブル」が8割に急増。Matora、Atiaは全員、Cumliは94%と非常に高い。 	<p>と回答。日焼け止めを塗る人はゼロ。</p> <ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合、「日焼けする」と回答した人が94%。肌トラブルは12%。 	<ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合のダメージは、「日焼け」が4割に減少。肌トラブルは2割。疲労が3割。
	<ul style="list-style-type: none"> タバコを全く吸わない人が8割、毎日吸う人は6%。Cumliは無回答の人(26名)が多い。 夫が毎日タバコを吸う人は24% (9名)、全く吸わない人は62% (23名)。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が86%、「喘息になる」が52%、「心臓病になる」が22%。「心臓病」についてはCumliの回答率(56%) 	<ul style="list-style-type: none"> 本人、夫ともタバコを吸う人の数はやや減少した。 タバコの健康への影響は、ほぼ全員が「ガン」と回答。心臓病が5割、くま6割、しみ4割、しわ4割と肌への影響について回答する人が大幅に増加。 	<ul style="list-style-type: none"> タバコを全く吸わない人が78%、毎日吸う人は4%、時々が8%。 夫が毎日タバコを吸う人は31% (9名)、吸わない人が55% (16名)。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が92%、「喘息になる」が50%、「心臓病になる」が16%。 	<ul style="list-style-type: none"> タバコを吸う人の数は7人から3人に減少。夫がタバコを吸う人の数も13人から4人に減少。 タバコの健康への影響は、ガンが92%から36%、喘息が50%から28%に減少。他方シミ20%、しわ14%など肌への影響は増加。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
情報源	<p>が高い。その他では、「肺病」<u>「結核」</u>の指摘が多い。</p> <ul style="list-style-type: none"> 保健、衛生の情報源は、「TV」が62%、「家族」44%、「学校」「友人」が各2割。Cumli では、<u>アパラジタを</u>含む「<u>販売員</u>」が3割と突出している。その他では、本、BRAC、先生、医師など。 	<ul style="list-style-type: none"> ベースライン時にはなかった「<u>AO/アパラジタ</u>」と回答した人が96%。Gulya、Matora、Atia は全員が「<u>AO/アパラジタ</u>」と回答。その他、家族54%、TVが42%。Cumli (14%)とMatora (6%)はテレビと回答した人が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 保健、衛生の情報源は、「TV」が52%、「家族」46%、「友人」42%。 	<ul style="list-style-type: none"> 「TV」が54%、「家族」32%、友人が28%。
他人への影響	<ul style="list-style-type: none"> 「友人、知人に教える」が54%、「家族に教える」が38%、続いて「子供」32%。「友人、知人に教える」と回答したのはCumliが突出して高い76%。 	<ul style="list-style-type: none"> 「家族に教える」人が80%に大幅に増加、「夫」「友人」が34-40%。Cumli は夫、友人と回答した人が少ない。Matora は「夫の家族」が4割と多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 「友人、知人に教える」が64%、「家族に教える」が34%、続いて「子供」14%。 	<ul style="list-style-type: none"> 「家族に教える」が56%に増加。「友人、知人に教える」「子供に教える」は0に減少。
肌の状況	<ul style="list-style-type: none"> 肌トラブルがある人は7割。Gulya は8割、Cumli は4割。 トラブルの種類は、「にきび」 	<ul style="list-style-type: none"> 肌トラブルがある人は7割に低下。 トラブルの種類は、ニキビが26%、シミが10%、脂性 	<ul style="list-style-type: none"> 肌トラブルがある人は7割。 トラブルの種類は、「脂性肌」(28%)、「しみ」(26%)、 	<ul style="list-style-type: none"> 肌トラブルがある人は4割に減少。パイロット村より減少度合いは大きい。 トラブルの種類は、シミ(1

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>び」(32%)、「しみ」(22%)、「脂性肌」(22%)。「にきび」は Barni で多い(42%)、「しみ」は Gulya で多く(34%)、Cumli (6%)、Atia (12%) で少ない。「脂性肌」は Atia で多い(32%)。Barni は全体的にトラブを指摘する人が多い。</p>	<p>肌はゼロに低下。にきびは Matora (64%) と Cumli (30%) で多い。</p>	<p>「にきび」(22%)、かゆみやかさつき、しわを指摘する人も 6-10% いる。トラブの種類は多め。</p>	<p>人)、脂性肌 (0 人) が大幅に減少。</p>
意識や行動	<p>顔の肌の状態については、約 8 割が一定程度満足している(「やや満足」52%、「非常に満足」26%)。Cumli 村では「非常に満足」の割合がやや高い(38%)。Matora 村では「あまり満足ではない」との回答がやや多い(28%、14名)。</p> <p>・ スキンケアに対しては、約</p>	<p>肌の状態について「非常に満足している」人は約 4 割に増加した。Gulya、Matora、Atia は「非常に満足している」人(5割)、Barni が「あまり満足していない」人(4割)の割合が高い。</p> <p>・ スキンケアに「非常に自信を持っている」人は 5 割に増加した。Gulya (68%)</p>	<p>パイロット村との大きな違いは見られない。</p>	<p>肌の状態に「非常に満足している人」は 22% から 36% に増加した。</p> <p>・ スキンケアに「非常に自信のある人」の割合に変化はない(ベースライン、エンドラインとも 3割)が、「やや自信がある」人の割合が減少(6割から 5割)し、「あまり自信がない」人の割合が増加している(2%</p>

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
意志決定への関与の度合い	<p>9割がある程度の自信を持っている（「非常に自信がある」26%、「そこそこ自信がある」62%）。Cumli村では「非常に自信がある」の割合がやや高い（38%）。Atia村では「非常に自信がある」との回答がやや低い（12%）。</p>	<p>とAtia（66%）は「非常に自信がある」人の割合が高い。</p>	<p>自分のヘルスケアに関する意思決定者・意思決定内容に対する自信について、パイロット村との大きな乖離はない。</p> <p>子供のヘルスケアに関する意思決定者について、パイロット村との大きな乖離はない。意思決定内容に対する自信については、65%が「非常に自信がある」、35%が「やや自信が</p>	<p>自分のヘルスケアに関する意思決定について、「<u>母親</u>」「<u>父/義父</u>」が<u>ほぼゼロに減少</u>。</p> <p>意思決定の自信は「非常にある」人の割合が減少（54%から34%）し、「ややある」人の割合が増加（34%から52%）。</p> <p>子供のヘルスケアに関する意思決定は、「<u>本人</u>」と「<u>夫と共同</u>」が50%から</p>

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
	<p>50%、「やや自信がある」48%)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>子供のヘルスケアに関する意思決定は、「夫と共同」(38%)、「自分自身」(24%)、「母／義母」(10%)、「夫(8%)」と、自分の関与が約6割になる。Cumli村のみ「自分自身」がやや少なく(16%)、「母／義母」がやや多い(18%)。意思決定の内容についてはほぼ全員が一定程度の自信を持っている(「非常に自信がある」51%、「やや自信がある」46%)。</u> ・ 世帯における主要な買い物物の意思決定は、「夫と共同」が42%、「父・義父」「母／義母」が共に30%。 	<p>意思決定を「夫と共同」で行う人が増加(38%から50%)。GulyaとAtiaは、自分で意思決定する人の割合が低く(6%、10%)、夫と共同で行う人の割合が高い(72%、64%)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 意思決定に「非常に自信がある」人の割合が大幅に増加(38%から56%)。 ・ 世帯における主要な買い物物の意思決定を、夫(16%から20%)、夫と共同(42%から48%)で行う人が増加。他方「母／義母」「父／義父」は共に3割から6-10%へ減少。 	<p>ある」と、「非常に自信がある」割合がパイロット村と比較して高い。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 世帯における主要な買い物物の意思決定は、パイロット村と異なり「父／義父」が最多(42%)、次いで「夫と共同」(38%)。 	<p>68%に増加。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 意思決定の自信は「非常にある」が微減(34%から30%)し、「ややある」が増加した(18%から36%)。 ・ 世帯における主要な買い物物の意思決定は、「母／義母」(30%から6%)、「父／義父」(42%から22%)が大幅に減少した以外は、あまり変化がない。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
対人関係	<ul style="list-style-type: none"> 外出意欲については 56% が積極的、32%が「必要があれば」。積極的な人の割合が最も多いのは Cumli 村 (68%)。 外出したい理由は「人に会える」(40%)、「欲しいものが買える」(36%)、「リフレッシュできる」(36%)。村により順序は異なる。Cumli 村は「人に会える」が高く (60%)、Bami 村・Gulya 村は「欲しいものが買える」が高い (50%)。 新しい友人を作りたいかについては、約 8 割が作りたいと回答 (「非常に作りたい」 50%、「やや作りたい」 32%)。「全く作りたいくない」のは 12%。「非常に 	<ul style="list-style-type: none"> 「とても外出したい」人の割合は、56%から 24%に減少。Cumli 村も 16%に減少。代わって「必要があれば」が 60%に増加。 外出したい理由は「ほしいものが買える」が 34%で最も多く、「人に会える」(40%から 16%)、「リフレッシュできる」(36%から 10%) が減少。 友人を作りたい人は、8 割から 6 割に減少。「あまり作りたくない」が 2%から 30%に急増。 MFに参加しているのは約 6 割。貯蓄が 48%、借り入れが 24%。Cumli (58%)、Matora (58%)、Atia (50%) 村は貯蓄が多い。Atia (36%)、Bami 	<ul style="list-style-type: none"> 外出に積極的な人が 76%と、意欲が高い人の割合が多い。 外出したい理由は「欲しいものが買える」(54%)、「リフレッシュできる」(50%)、「人に会える」(26%)。 新しい友人を作る意欲もパイロット村に比べて高い (「非常に作りたい」が 70%)。 	<ul style="list-style-type: none"> 「とても外出したい」人の割合が 76%から 22%に減少。「必要があれば」が約 7 割に増加。 外出したい理由は「ほしいものが買える」(54%から 16%)、「リフレッシュできる」(50%から 12%) が減少。 友人を積極的に作りたい人は、70%から 24%に減少、変わって「やや作りたい」が 26%から 38%、「あまり作りたくない」が 22%、「全く思わない」が 4%から 14%に増加。 MFに参加している人は 42%。全員が貯蓄に参加。参加歴は 1-2 年が半数。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
将来への意識	<p>作りたい」との回答が最も多いのは Cumli 村(62%)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ほぼ全員が<u>将来実現したい目標を持っている</u>。内容は、子供の教育、仕事に就く、新しい家を建てる、など。 目標の実現に関して、<u>全員が一定の自信を持っている</u>。 	<p>(34%) は借り入れが多い。ミーティングに参加している人はいない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加している人の 36% が 2 年以上参加している。参加経験が長いのは Bami 村、Cumli 村は参加経験 1 年未満の人が 3 割いる。 	<ul style="list-style-type: none"> パイロット村との大きな乖離はない。 	<ul style="list-style-type: none"> 将来実現したい目標を持っている人は、96% から 18% に激減。目標はつきたい職業 (医者、銀行家、看護婦など) が中心。 目標を持っている人のうち、実現に強い自信を持っている人は 25%。やや自信がある人は 75%。

分野	パイロット対象村		コントロール村	
	ベースライン	エンドライン	ベースライン	エンドライン
		ら 40% に微増。		

別添資料18：エンドライン調査結果集計表 農村女性向け

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average		Control group			
			Mir Cumli	Barni	Gulya	Matora	Atia	Endline	Baseline	Village F Garasin	Baseline		
Profile	1. Profile												
	Age	Average	25	28	27	27	26	26	25	24	24		
		Minimum	12	14	17	14	16	15	14	12	13		
		Maximum	35	50	36	39	36	39	36	36	35		
	Current marital status	1 Married	38	43	43	38	39	40	37	31	29		
		2 Not Married	12	7	7	12	11	10	12	19	18		
	Age of Marriage	Average	17	18	18	17	18	18	NA	17	NA		
		Minimum	12	13	14	13	16	14	NA	15	NA		
		Maximum	20	25	22	20	21	22	NA	18	NA		
	Household structure	Total number of people living in the same house	Average	5	5	5	5	6	5	5	5		
			Minimum	3	2	2	3	2	2	2	2		
			Maximum	9	12	10	10	12	11	10	9	9	
		Number of your own children	Average	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
			Minimum	1	1	0	0	0	0	0	1	1	
			Maximum	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
	Baseline survey	Were you interviewed in August 2013?	Yes	44	48	50	50	50	48	NA	50	NA	
			No	2	1	0	0	0	0	1	NA	0	NA
	Respondents	Household income	a. How much is your monthly household income?	1 Below 2,000Tk	0	0	0	0	0	0	1	0	0
				2 2,001Tk to 5,000Tk	2	1	0	0	0	1	5	0	8
				3 5,001Tk to 10,000Tk	1	0	0	0	0	0	13	0	4
				4 10,001Tk to 15,000Tk	0	0	0	0	0	0	10	0	19
				5 15,001Tk to 20,000Tk	0	0	0	0	0	0	9	0	8
				6 Above 20,000Tk	0	0	0	0	0	0	9	0	10
		Educational background	What is the highest level of school you have attended?	1 No education	1	1	0	0	0	0	8	0	9
				2 Primary uncompleted	1	0	0	0	0	0	6	0	5
				3 Completed primary (grade 5)	0	0	0	0	0	0	10	0	10
				4 Secondary uncompleted	0	0	0	0	0	0	14	0	17
				5 Completed secondary (Grade 10)	1	0	0	0	0	0	9	0	4
6 College or equivalent educational level				0	0	0	0	0	0	5	0	4	
Literacy - Bengali		Please read this sentence in Bengali to me	1 Cannot read at all	1	1	0	0	0	0	10	0	10	
			2 Able to read only parts of sentence	0	0	0	0	0	0	10	0	11	
			3 Able to read whole sentence	1	0	0	0	0	0	27	0	26	
			4 Blind / visually impaired	0	0	0	0	0	0	1	0	2	
Literacy - English		Please read this sentence in English to me	1 Cannot read at all	1	1	0	0	0	0	20	0	20	
			2 Able to read only parts of sentence	1	0	0	0	0	0	9	0	14	
			3 Able to read whole sentence	0	0	0	0	0	0	18	0	13	
			4 Blind / visually impaired	0	0	0	0	0	0	1	0	2	
Working status		Do you currently work with any income?	1 Yes, at NGO	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
			2 Yes, at garment factory	0	0	0	0	0	0	0	0	3	
			3 Yes, at school or public institution	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			4 Yes, as a farmer by selling products like vegetable, eggs and milk	0	0	0	0	0	0	10	0	2	
			5 Yes, at other place	0	0	0	0	0	0	13	0	6	
			Specify									Handicraft	
			6 No, I am a student.	0	0	0	0	0	0	12	0	15	
			7 No, though I am not a student.	3	1	0	0	0	1	15	1	24	
Individual income	How much income do you earn monthly from your work?	1 Below 2,000Tk	0	1	0	0	0	0	10	0	0		
		2 2,001Tk to 5,000Tk	0	0	0	0	0	0	3	0	6		
		3 5,001Tk to 7,500Tk	0	0	0	0	0	0	3	0	0		
		4 7,501Tk to 10,000Tk	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		5 Above 10,001Tk	0	0	0	0	0	0	2	0	0		
Market environment	1. Skincare products, their usage, and buying behavior												
	1) Face wash	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day	0	1	0	1	0	0	4	0	4	
			2 Twice a day	27	19	16	25	6	19	33	13	28	
			3 More than thrice a day	11	7	24	11	16	14	12	2	18	
			4 Less than once a day	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			5 Not using	12	23	10	13	28	17	2	35	0	
	2) Skin cream / gel	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day	0	1	0	0	0	0	2	0	3	
			2 Twice a day	38	34	23	27	26	30	30	39	25	
			3 More than thrice a day	9	14	22	19	24	18	13	9	21	
			4 Less than once a day	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			5 Not using	3	1	5	4	0	3	4	2	1	
	3) Sunscreen	b. How frequently do you use the product?	1 Once a day or more	1	1	0	0	0	0	2	0	1	
			2 A couple of times a week	7	1	2	8	1	4	1	1	0	
			3 A couple of times a month	5	1	1	9	8	5	0	0	0	
			4 Less than once a month	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			5 Not using	37	47	47	33	41	41	47	49	49	

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	Baseline		
4) For all products	a. Who usually make decision about buying the products you use?	1 Yourself	35	27	24	31	21	28	26	31	24	
		2 Your husband	3	6	2	1	4	3	8	2	8	
		3 You and your husband jointly	7	3	19	16	25	14	11	10	10	
		4 Father / father in law	1	0	0	1	0	0	2	3	7	
		5 Other	3	2	1	1	0	1	7	4	9	
		Specify	Mother	Mother	Brother-in-law	Mother				Mother (2)	mother, sister, daughter, elder sister	
2. Relation with Shiseido												
1) Use of DIVAS	a. Are you using DIVAS products?	1. Yes	33	14	46	30	44	33	NA	0	NA	
		2. No	16	34	4	20	6	16	NA	50	NA	
	b. Which product do you use? (multiple)	1. Face wash	31	12	41	27	38	30	NA	NA	NA	
		2. Gel	2	1	1	1	0	1	NA	NA	NA	
		3. Cream	25	6	34	22	33	24	NA	NA	NA	
		4. Sun Protect	12	0	2	14	2	6	NA	NA	NA	
	c. How many times did you buy DIVAS Face Wash?	Average	3	2	2	2	2	2	NA	NA	NA	
		Minimum	1	1	1	1	1	1	NA	NA	NA	
		Maximum	10	3	4	4	4	5	NA	NA	NA	
	d. How many times did you buy DIVAS Gel?	Average	3	2	2	2	0	2	NA	NA	NA	
		Minimum	1	2	2	2	0	1	NA	NA	NA	
		Maximum	7	2	2	2	0	3	NA	NA	NA	
	e. How many times did you buy DIVAS Cream?	Average	2	2	2	2	2	2	NA	NA	NA	
		Minimum	1	1	1	1	1	1	NA	NA	NA	
		Maximum	4	2	4	3	4	3	NA	NA	NA	
	f. How many times did you buy DIVAS Sun Protect?	Average	2	3	2	1	3	2	NA	NA	NA	
		Minimum	1	2	2	1	3	2	NA	NA	NA	
		Maximum	3	3	2	2	3	3	NA	NA	NA	
g. Improvement of husband's attitude	1. Yes	25	7	39	18	34	25	NA	NA	NA		
	2. No	0	0	1	2	0	1	NA	NA	NA		
h. Improvement of children's attitude	1. Yes	22	4	10	12	13	12	NA	NA	NA		
	2. No	1	2	17	2	12	7	NA	NA	NA		
2) Participation to workshop	a. Participation to workshops	1. Yes	48	45	50	50	50	49	NA	NA	NA	
		2. No	2	4	0	0	0	1	NA	NA	NA	
	b. Which workshop did you participate	1. First term (Face wash, Acne)	45	45	50	50	50	48	NA	NA	NA	
		2. Second term (Sun protect, Spot)	42	33	49	50	50	45	NA	NA	NA	
3. Third term (Gel/ cream, Wrinkle)		35	29	49	36	50	40	NA	NA	NA		
1. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition												
Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition	1) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and	50	50	50	50	50	50	35	49	
			2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water	4	0	1	0	0	1	0	0	0
			3 Water only	0	0	0	0	0	0	0	15	0
			4 Other	0	0	0	0	0	0	1	0	1
			Specify									Hand wash
		b. Why do you wash your hands ?	1 Can keep your hands clean/ can remove dirt and germs	50	47	48	50	50	49	45	35	44
			2 Can prevent diarrhea	32	31	42	29	46	36	22	8	26
			3 Can prevent skin problem on hands	19	15	15	16	26	18	4	0	3
			4 Can keep good health	27	27	38	36	49	35	11	5	8
			5 Other	0	0	0	0	0	0	1	0	0
			Specify									
			6 Nothing good will happen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		7 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	2	0	
		c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally)	0	0	0	0	0	0	1	4	0
			2 Wipe hands with a towel	44	48	50	50	50	48	48	27	50
			3 Wipe hands with your wearing	6	2	0	0	0	2	5	19	4
			4 Other	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		Specify										
d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday	0	4	5	12	23	9	18	4	25		
	2 Once for two to three days	8	20	21	9	27	17	20	4	20		
	3 Once a week	8	20	21	9	27	17	12	24	8		
	4 Less than once a week	0	1	0	0	0	0	0	2	0		
e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation	44	36	34	50	44	42	22	36	16		
	2 Germs in the towel affect your health	44	42	41	49	49	45	30	11	36		
	3 Other	1	0	0	0	0	0	9	1	3		

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	Baseline		
2) Face washing	think nothing will happen? <Target> The percentage of women who choose option 2 increases to	Specify								bad smell, bacteria		
		4 Nothing will happen	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
	a. How frequently do you wash your face?	1 Once a day	2	0	1	0	0	0	1	1	3	0
		2 Twice a day	26	7	2	19	6	12	7	33	6	6
		3 Thrice a day or more	21	43	47	31	44	37	42	13	43	43
		4 Less than once a day	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	b. Why do you wash your face? <Target> The percentage of women who choose option 1 increases to 85% (42-43).	1 Can keep my face clean/ can remove dirt and gems	50	46	49	50	50	49	32	42	35	35
		2 Can prevent acne	40	21	27	48	40	35	10	6	6	6
		3 Can prevent bad face color	20	23	39	31	45	32	3	1	2	2
		4 Can prevent my face gets oily	27	20	36	36	26	29	15	4	16	16
5 Can make my face beautiful		2	1	14	0	24	8	21	0	15	15	
6 Other		0	0	0	0	0	0	7	1	1	1	
Specify										keep skin good		
7 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
3) Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes	50	50	50	50	50	50	49	48	47	
		2 No	0	0	0	0	0	0	1	2	0	
	b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily	0	1	0	0	1	0	1	3	5	
		2 Once for two to three days	8	4	19	9	27	13	11	4	7	
		3 Once a week	36	39	31	31	22	32	26	27	32	
		4 Once for two to four weeks	5	4	0	10	0	4	3	6	1	
		5 Less than once a month	1	1	0	0	0	0	7	10	4	
	c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes	50	50	49	50	50	50	48	42	49	
		2 No	0	0	0	0	0	0	1	4	0	
	d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily	0	0	0	0	1	0	1	3	0	
		2 Once for two to three days	5	5	2	6	4	4	9	2	5	
		3 Once a week	41	39	48	34	45	41	29	21	34	
		4 Once for two to four weeks	2	3	0	10	0	3	2	8	7	
		5 Less than once a month	2	2	0	0	0	1	7	12	2	
	e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun? <Target> The percentage of women who choose option 2 increases to 45% (22-23).	1 Feel comfortable when I sleep	50	43	47	49	48	47	41	37	39	
		2 It is hygienic/ can remove dirt and gems	39	27	34	50	48	40	13	8	21	
		3 Can prevent tick infection	28	24	39	34	38	33	0	4	1	
		4 Can prevent acne	10	1	14	44	15	17	1	1	0	
		5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow	32	45	43	39	45	41	36	5	26	
		6 Other	0	1	0	0	0	0	4	1	1	
Specify			Become soft							comfortable		
7 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
4) Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes	48	44	50	50	44	47	47	39	48	
		2 No	2	5	0	0	6	3	2	11	1	
	b. What are you usually concerned when you cook? <Target> The percentage of women who choose option 2 increases to 80% (40).	1 Number of dishes	1	1	14	13	7	7	1	20	1	
		2 Nutrition	46	44	50	50	47	47	29	7	27	
		3 Taste	21	38	50	27	45	36	43	10	43	
		4 How the meal look	6	10	7	9	12	9	2	9	1	
		5 Volume	26	7	38	46	36	31	0	5	0	
		6 Other	0	0	0	0	0	0	2	0	0	
	c. What do you mean by "nutritious meal"?	Specify										
		1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc.	49	47	50	50	49	49	45	3	46	
		2 Have good volume	12	12	35	33	50	28	0	22	0	
		3 Fresh meal	35	22	37	48	38	36	0	32	1	
		4 Other	3	1	0	0	0	1	37	0	27	
	Specify		Milk, Egg							Egg, milk, vegetable		
	5 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	d. At what time do you usually take dinner?	Dinner	Average	21	21	20	21	20	21	21	11	21
			Minimum	20	19	19	20	19	19	19	1	19
Maximum			23	22	22	22	23	22	22	22	22	
e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt? <Target> The percentage of women who choose option 4 increases to	1 Get tired	8	5	8	9	19	10	2	12	0		
	2 Get fat / obesity	5	8	43	17	36	22	13	19	4		
	3 Skin trouble	16	10	26	11	21	17	2	9	1		
	4 Increase blood pressure	49	48	50	49	50	49	17	14	15		
	5 Diabetes	1	15	27	10	35	18	2	1	0		

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	Baseline		
	option 1 increases to 55% (27-28).	6 Heart-related diseases	11	8	35	5	34	19	1	1	0	
		7 Diseases related to blood vessel	10	3	0	10	0	5	1	0	1	
		8 Acidity	0	0	0	0	0	0	0	3	0	9
		9 Other	0	0	0	0	0	0	0	21	0	16
		Specify										Bad smell , Oily skin, density of blood decreases
		10 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	10	0	13
		f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	1 Get tired	8	5	8	9	19	10	2	12	0
			2 Get fat / obesity	49	37	42	34	48	42	22	40	29
			3 Skin trouble	40	20	29	50	47	37	2	5	2
			4 Increase blood pressure	30	35	49	34	50	40	5	9	1
	5 Diabetes		4	13	29	13	46	21	1	3	5	
	6 Heart-related diseases		24	16	38	50	35	33	1	0	3	
	7 Diseases related to blood vessel		4	1	3	32	31	14	0	0	1	
	8 Acidity		16	9	1	26	27	16	38	0	27	
	9 Other		0	0	0	0	0	0	5	0	0	
	Specify											
	g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	1 Get tired	1	1	8	10	17	7	1	6	1	
		2 Get fat / obesity	26	19	38	38	50	34	1	10	0	
		3 Skin trouble	6	9	22	22	16	15	1	11	0	
		4 Increase blood pressure	20	22	31	28	35	27	1	6	1	
		5 Diabetes	48	49	50	48	47	48	46	25	43	
		6 Heart-related diseases	9	6	30	13	34	18	0	1	1	
		7 Diseases related to blood vessel	11	4	1	3	1	4	0	0	2	
		8 Acidity	2	2	1	0	0	1	3	0	4	
		9 Other	0	0	0	0	0	0	1	0	1	
		Specify										
	h. What kind of vegetable did you eat last night?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip)	3	5	33	6	34	16	7	5	13	
		2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower)	36	27	40	46	40	38	6	25	13	
		3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot)	2	1	5	27	15	10	46	9	45	
		4 Potatoes	45	38	33	50	27	39	32	37	30	
		5 Legumes (peas and beans)	11	34	45	18	37	29	2	6	2	
		6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd)	6	3	19	30	34	18	26	4	21	
		7 Tomatoes	9	16	35	32	27	24	1	4	3	
		8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts)	5	2	17	11	32	13	1	2	2	
		9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	6	1	21	1	23	10	29	3	31	
		Specify										
	i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting	37	47	49	50	50	47	38	7	44	
		2 After cutting	13	3	1	0	0	3	20	43	29	
		3 Do not wash	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		4 Other	0	1	0	0	0	0	4	0	1	
		Specify		something is cutting later								
		10 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
	j. What are you concerned when you cook vegetable?	1 Do not heat too much	48	41	50	49	50	48	32	4	26	
		2 Take enough volume	19	9	30	43	35	27	9	25	11	
		3 Take enough variety	7	3	25	21	21	15	6	11	6	
		4 Cook leafy vegetable daily	31	12	29	42	27	28	2	10	3	
		5 Choose fresh one	20	10	23	23	38	23	1	5	7	
		6 Other	0	0	0	0	1	0	7	0	10	
	Specify										Cook in normal temperature, cooking with high heat	
	k. What happen if you do not take enough vegetable?	1 Cause skin problem	2	8	20	12	29	14	5	22	10	
		2 Anemia	45	43	48	33	43	42	22	16	27	
		3 Constipation	36	15	34	38	50	35	6	11	5	
		4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar)	32	27	47	45	50	40	36	7	25	
		5 Other	0	1	0	0	0	0	18	0	11	
		Specify		Night blindness								Lack of Vitamin, Weak Eye sight, problem related to brain,

Category	Question	Options	Options					Average	Average	Village F	Disease		
			Village A	Village B	Village C	Village D	Village E						
5)	Sleeping	a. At what time do you get up and go to bed?	Get up at	Average	5.59	6	6	6	5	6	6	3	6
				Earliest	3	4	5	5	4	4	0	4	
				Latest	21	7	7	7	6	10	10	7	8
			Go to bed at	Average	21.34	22	22	22	22	22	21	11	22
				Earliest	5	20	22	20	20	17	12	1	20
				Latest	23	23	23	22	23	23	23	22	24
			Sleeping hours	Average	8	8	8	8	7	8	8	8	8
				Shortest	5	0	7	0	6	4	5	7	6
				Longest	40	10	9	10	9	16	18	10	11
		b. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much	3	4	2	3	12	5	4	12	6	
			2 I have moderate sleep in general	45	45	48	47	37	44	44	34	43	
			3 I do not have enough sleep	0	1	0	0	0	0	2	4	1	
		c. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes	37	49	50	33	50	44	47	2	47	
			Specify how	Headache (8), feeling illness (3)	Feels good(21), Good for health(18), doesn't healthy(1), Feels weakness(1), comfortable sleep(1), headache(3)	Feeling bad(5), feeling weak (2), Keeps healthy(37), Headache(6)	Feeling bad(1), Keeps healthy(19), Headache(3), Feeling good (3)	Good health (25), Be healthy (21), Keep healthy (2), Feel bad (2)	good health	Harmful for health	good health		
			2 No	11	1	0	17	0	6	2	48	1	
		d. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes	44	42	50	50	50	47	15	4	17	
			2 No	0	8	0	0	0	2	34	42	33	
		e. What is the specific period of time at night?	Specify	22-2(45), 0-2(3), 22-24(1), 21-22(1)	22-2(43), 22-3(1), 21(1), 20(1)	22-2(50)		22-2 (50)	22-2 (50)		1030-11:00(1)	11-12 10-11(3) 22-6 21-22 22-24	
6)	Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine?	1 Yes	41	44	50	39	45	44	43	18	48	
			2 No	7	5	0	11	0	5	2	25	0	
		b. What do you do?	1 Try to stay under shade	0	3	1	0	18	4	0	0	0	
			2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else	42	43	49	39	48	44	46	26	50	
			3 Put sunscreen on skin	2	0	0	8	0	2	1	0	0	
			4 Stay at home	0	0	0	0	0	0	0	6	0	
			5 Other	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
			Specify										
		c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker	50	45	45	49	50	48	44	22	47	
			2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.)	47	19	35	50	50	40	10	10	6	
3 Gets tired	0		20	34	26	32	22	4	16	12			
4 Other	0		2	0	0	0	0	12	1	10			
Specify			oily skin, Irritations and burns							skin gets dark, Headache, Sweat, Acne, Oily skin, Skin gets reddish			
5 Nothing will happen	6	0	0	0	0	1	2	12	0				
7)	Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday)	2	7	0	0	0	2	3	1	2	
			2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	2	2	0	0	0	1	2	0	4	
			4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0	0	6	0	1	0	2	1	
			5 No at all	43	41	50	44	50	46	40	40	39	
		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday)	10	17	4	9	3	9	9	4	9	
			2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
			3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0	1	1	0	1	1	2	0	4	
			4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0	3	0	0	1	0	0	0	
			5 No at all	22	26	34	28	27	27	23	31	16	
		c. What do you think is the influence of smoking?	1 Cause diseases related to blood vessel	1	9	7	31	39	17	1	9	0	
			2 Cause heart-related diseases	19	14	34	26	38	26	11	6	8	
			3 Cause cancer	49	48	50	50	48	49	43	18	46	
4 Cause spots on skin	30		6	9	35	18	20	3	10	1			
5 Cause asthma	28		35	37	32	45	35	26	14	25			
6 Cause wrinkles on skin	14		8	12	32	27	19	0	7	1			
7 Cause shadows under your eyes	25		15	43	25	39	29	1	1	1			
8 Make your teeth dirty	7		6	18	12	25	14	2	1	4			
9 Other	0	0	0	0	0	0	14	1	3				

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	Baseline	
		Specify								Stroke, black lips, irritation	
		10 Do not know	0	0	0	0	0	0	0	0	
8)	Information source	From who/what do you usually get information related to health, sanitation, and/or nutrition?									
		1 Family	37	11	33	1	28	22	22	16	23
		2 Friend	12	2	11	3	19	9	9	14	21
		3 TV	7	19	37	3	44	22	31	27	26
		4 Radio	0	0	0	3	2	1	4	2	1
		5 School	0	4	1	29	2	7	10	0	10
		6 Shop seller	0	0	0	34	1	7	6	0	3
		7 AO/ aparajita	48	44	50	50	50	48	NA	1	NA
		8 Other	1	0	0	0	0	0	9	1	6
		Specify								neighbor, family planning worker, from doctor, books	
		8 Do not get information	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9)	Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?									
		1 With husband	4	19	33	0	29	17	6	6	5
		2 With children	0	10	7	0	12	6	16	0	7
		3 With your family	41	37	47	32	45	40	19	30	17
		4 With your husband's family	4	3	3	20	6	7	9	12	10
		5 With your friend and/or acquaintances	9	19	27	1	42	20	27	1	32
		6 With other	2	2	20	0	0	5	8	2	9
		Specify		with relatives	With relatives (13), With neighbors (5)					Neighbor, sister	
		7 Do not have conversations	0	0	0	0	0	0	1	0	1
2. Skin condition											
1)	Skin trouble	a. Do you have any trouble on your skin? <Target> The percentage of women who choose option 1 decreases to 60% (30).									
		1 Yes	20	26	24	35	26	26	35	19	35
		2 No	30	24	26	15	24	24	13	31	15
		b. What is your skin trouble? (Multiple answers)									
		1 Acne	15	7	6	32	4	13	16	9	11
		2 Eczema	4	0	0	2	0	1	1	8	0
		3 Birthmark	0	1	0	2	0	1	1	1	3
		4 Skin color	0	3	2	0	3	2	0	0	1
		5 Inflammation	1	1	0	0	2	1	1	0	0
		6 Itchiness	1	1	1	0	3	1	1	0	3
		7 Dry and rough	0	4	5	0	2	2	2	0	3
		8 Cracking of skin	0	1	0	0	0	0	0	0	0
		9 Spots	1	3	8	1	10	5	11	1	13
		10 Wrinkles	3	3	1	0	3	2	1	1	0
		11 Shadows under eyes	1	2	5	0	4	2	4	0	5
		12 Oily skin	0	0	0	0	1	0	11	0	14
		13 Other	0	5	4	0	5	3	6	0	2
		Specify		dark spot on skin	Dark spot on skin (4)		Mesta (4)			Spot	
Empowerment											
1. Satisfaction over skin conditions											
1)	Satisfaction with own skin condition	How much are you satisfied with the skin condition of your face? <Target> The percentage of women who choose option 1 increases to 25% (47.4%).									
		1 Very much satisfied	17	18	25	26	26	22	13	18	11
		2 Somehow satisfied	29	10	10	22	7	16	26	24	29
		3 Not so satisfied	3	21	15	2	16	11	8	6	7
		4 Not satisfied at all	0	1	0	0	0	0	4	2	2
2)	Confidence in skin care	How much are you confident in your skin care? <Target> The percentage of women who choose option 1 increases to 25% (47.4%).									
		1 Very much confident	17	28	34	26	33	28	13	15	15
		2 Somehow confident	25	18	13	21	8	17	31	23	33
		3 Not so confident	1	4	3	3	7	4	3	7	1
		4 Not confident at all	0	0	0	0	1	0	1	2	0
2. Household decision making											
1)	Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?									
		1 Respondent	25	20	12	24	14	19	24	26	31
		2 Husband	2	6	1	2	0	2	4	0	2
		3 Respondent and husband jointly	15	20	32	18	32	23	16	16	16
		4 Mother / mother-in-law	4	5	6	6	4	5	9	3	9
		5 Father / father-in-law	2	3	1	1	2	2	4	1	5
		6 Someone else	3	0	0	0	0	1	1	3	0
		Specify								Sister	
2)	Confidence in her decisions for herself	Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?									
		1 Very much confident	20	27	44	21	46	32	21	17	27
		2 Somehow confident	22	13	3	24	1	13	20	26	17
		3 Not so confident	0	3	0	0	2	1	1	3	0
		4 Not confident at all	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3)	Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?									
		1 Respondent	19	19	3	15	5	12	12	15	11
		2 Husband	1	2	0	0	0	1	4	2	1
		3 Respondent and husband jointly	18	18	36	19	32	25	19	19	14
		4 Mother / mother-in-law	0	1	1	1	3	1	5	0	4
		5 Father / father-in-law	0	0	0	1	5	1	3	3	2
		6 Children	0	0	0	0	0	0	1	0	2

Category	Question	Options	Village A	Village B	Village C	Village D	Village E	Average	Village F	Baseline		
		7 Someone else	0	0	0	0	0	0	3	0		
		Specify										
		8 Do not have children	7	5	0	0	0	2	1	0		
4)	Confidence in her decisions for her children	Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident	18	32	36	12	42	28	19	15	17
			2 Somehow confident	16	3	2	22	0	9	17	18	9
			3 Not so confident	0	2	0	0	3	1	1	5	0
			4 Not confident at all	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5)	Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent	8	12	2	1	4	5	5	6	8
			2 Husband	15	14	1	17	4	10	8	8	6
			3 Respondent and husband jointly	16	14	40	19	30	24	21	16	19
			4 Mother / mother-in-law	2	7	2	5	3	4	15	4	15
			5 Father / father-in-law	6	6	6	7	3	6	15	12	21
			6 Someone else	4	1	0	2	0	1	5	6	2
		Specify	Brother (2)	Grandfather		Brother (2)				Brother	Uncle	
3. Social Relationship												
1)	Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to	8	15	13	9	16	12	28	11	38
			2 If needed	37	33	30	38	14	30	16	34	9
			3 Want to stay at home as much as possible	6	2	7	3	17	7	1	2	4
			4 Other	0	0	0	0	0	0	3	1	0
		Specify										
2)	Reason for going out	Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people	17	11	3	9	1	8	20	13	13
			2 Because I can buy what I want	15	28	16	9	16	17	18	8	27
			3 Because it freshens me up	6	7	1	8	4	5	18	6	25
			4 Because I can enjoy nice view	6	1	1	8	1	3	8	6	2
			5 Other	0	0	0	0	0	0	2	1	3
		Specify			For fun with the children, for knowing , for purchasing							due to necessity, for knowing , for purchasing
3)	Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to	10	16	12	12	18	14	25	12	35
			2 Somehow willing to	16	11	12	30	8	15	16	19	13
			3 Not so willing to	13	14	21	7	21	15	1	11	0
			4 Not willing to at all	10	9	5	0	0	5	6	7	2
4)	Participation to MF	Are you participating in MF activities? (Multiple answers)	1 Meeting	0	0	0	0	0	0	NA		NA
			2 Borrowing	7	17	10	8	18	12	NA		NA
			3 Saving	29	13	22	29	25	24	NA		NA
			4 No	19	23	25	19	12	20	NA		NA
5)		How long are you doing MF activities?	1 Less than a year	9	4	2	3	1	4	NA		NA
			2 One year to two years	6	0	3	14	3	5	NA		NA
			3 More than two years	14	23	20	13	20	18	NA		NA
4. Awareness toward own future												
1)	Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes	15	41	47	13	48	33	49	9	48
		Specify	Want to be a teacher (4), Service holder (4), To educate child (3), To be a lawyer (2), doctor, banker	Want to be teacher, Want to be Doctor, Want to be engineer, Want to be owner of the house, Want to be send her child abroad, Want to be service holder.	Want to be a teacher, want to be engineer, Want to be service holder, Send son to abroad, want to be doctor, want to make own house, want to become banker.	Make own house (5), Buy a place to live(1), Buy own car (2), Doctor(2), Teacher (1), Job (1)	Build own house (15), Doctor (10), Service holder (6), Migration of son(5), Nurse (3), Government job (3), Education of child, Become established, Child caring, Educated, Employment of son, Mother			Service holder(2), Doctor(2), Nurse, Banker, Teacher	Want to be good wife, Want to be a teacher, want to be engineer, Want to be service holder, Want to be a good mother, want to be a good sister, want to be a police officer, earn more money, want to make own house	
			2 No	34	9	3	37	0	17	1	41	2
2)	Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes	12	23	24	4	39	20	18	2	23
			2 Probably yes	3	18	23	8	6	12	30	6	25
			3 Not confident	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			4 Do not think so	0	1	0	0	0	0	0	0	0
5. Spending												
1)		Spending on cosmetics/skincare (specify)	Average	480	299	528	496	378	436	490	412	500
			Minimum	200	100	300	200	200	200	166	100	200
			Maximum	2,000	700	1,000	1,000	1,000	1,140	2,240	1,000	1,000

別添19：ベースライン調査質問票（AO向け）

No	Category	Questions	Options	Answer	
	Profile	1. Profile			
		1) Name			
		2) Age			
		3) Current marital status	1 Married 2 Not Married		
		4) Working duration as AO			
		5) Household income			
	6) Household structure	Total number of people living in the same house			
		Number of your own children			
Income and skill as AO					
1. Reason and satisfaction to be an AO					
1	1) Reasons to have become AO	What was the main reason to have become AO?	(Multiple answers) 1 Get income 2 Wanted to acquire skill 3 Wanted to do something exciting/worth doing outside home 4 Wanted to contribute to the society 5 Somebody recommended 6 Other _____ (specify)		
2	2) Satisfaction with working as AO	How much are you satisfied with working as an AO?	1 I am proud of being an AO. 2 It is OK to work as an AO. 3 I am not satisfied with working as an AO. 4 Other _____ (specify)		
2. Income from AO work					
3	1) Current income from AO work	How much money do you earn monthly on average from the work as AO last month?	_____ Tk (Specify) 1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 7,500Tk 4 7,501Tk to 10,000Tk 5 Above 10,000Tk		
4	2) Use of increased income	What would you do if your monthly income from AO work would increase by 1,000Tk?	(Multiple answers) 1 Saving 2 Education 3 Medical treatment 4 Pay a debt 5 Buy food/daily-use products 6 Buy skincare or cosmetic products 7 Buy clothes 8 Buy livestock 9 Other _____ (specify)		
3. Skill as AO					
5	1) Experience of talking in front of people	How many times have you experienced talking officially in front of more than 15 people? (officially means talking with certain purposes, agendas and flow)	1 Less than 5 times 2 6 to 10 times 3 11 to 20 times 4 20 to 50 times 5 More than 51 times		
Knowledge and practice of contents of awareness activity					
6	1) Water (appropriate water treatment)	a. Do you do anything to water before drinking it?	1 Yes 2 No		
7		(For the respondents who answered "Yes" on question a.) b. What do you usually do to water before drinking it?	1 Boil 2 Add bleach/chlorine 3 Strain through a cloth 4 Use water filter (ceramic/sand/composite, etc.) 5 Solar disinfection 6 Let it stand and settle 7 Other _____ (Specify)		
8		(For all respondents) c. What will happen if you drink water without any treatment, or you think nothing will happen?	1 Cause diarrhea / upset stomach 2 Bring bad influence to health 3. Arsenic / iron problem 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen		
9		2) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water 2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water 3 Water only 4 Other _____	
10			b. Why do you wash your hands?	(Multiple answers) 1 Can keep your hands clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent diarrhea 3 Can prevent skin problem on hands 4 Can keep good health 5 Other _____ (specify) 6 Nothing good will happen 7 Do not know	
11			c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally) 2 Wipe hands with a towel 3 Wipe hands with your wearing 4 Other _____ (specify)	
12			(For respondent who answered 2 on question c) d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Less than once a week	
13			(For all respondents) e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation 2 Germs in the towel affect your health 3 Other _____ (specify) 4 Nothing will happen	
14	3) Face washing	a. How frequently do you wash your face?	1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day or more 4 Less than once a day		
15		b. Why do you wash your face?	(Multiple answers) 1 Can keep my face clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent acne 3 Can prevent bad face color 4 Can prevent my face gets oily 5. Can make my face beautiful 6 Other _____ (specify) 7 Do not know		
16	4) Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes 2 No		

No	Category	Questions	Options	Answer
17		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)	
18		c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes 2 No	
19		(For respondents who answered "Yes" on question c) d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)	
20		e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun at proper frequency?	(Multiple answers) 1 Feel comfortable when I sleep 2 It is hygienic/can remove dirt and germs 3 Can prevent tick infection 4 Can prevent acne 5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow 6 Other _____ (specify) 7 Do not know	
21	5) Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes 2 No	
22		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What are you usually concerned when you cook?	(Multiple answers) 1 Number of dishes 2 Nutrition 3 Taste 4 How the meal look 5 Volume 6 Other _____ (specify)	
23		(For all respondents) c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc. 2 Have good volume 3 Fresh meal 4 Other _____ (specify) 5 Do not know	
24		(For all respondents) d. At what time do you usually take dinner? (Write down in 24 hour time)	Dinner _____ o'clock	
25		e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
26		f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
27		g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
28		h. What kind of vegetable did you eat yesterday?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip) 2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower) 3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot) 4 Potatoes 5 Legumes (peas and beans) 6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd) 7 Tomatoes 8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts) 9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	
29		i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting 2 After cutting 3 Do not wash 4 Other _____ (specify)	
30		j. What are you concerned when you cook vegetable?	(Multiple answer) 1 Do not heat too much 2 Take enough volume 3 Take enough variety 4 Cook leafy vegetable daily 5 Choose fresh one 6 Other _____ (specify)	
31		k. What happen if you do not take enough vegetable?	(Multiple answer) 1 Cause skin problem 2 Anemia 3 Constipation 4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar) 5 Other _____ (specify)	
32	6) Sleeping	a. At what time do you go to bed and get up? (Write down in 24 hour time)	Get up at _____ o'clock Go to bed at _____ o'clock	
33		b. How many hours do you usually sleep a day?	1 Shorter than 3 hours 2 3 to 4 hours 3 5 to 6 hours 4 more than 7 hours	
34		c. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much 2 I have moderate sleep in general 3 I do not have enough sleep	
35		d. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes _____ (specify how) 2 No	

No	Category	Questions	Options	Answer
36		e. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes 2 No	
37		(For respondents who answered "Yes" on question e) f. What is the specific period of time at night?	_____ (specify)	
38	7) Exercise	a. Do you know appropriate exercise is necessary to stay healthy?	1 Yes 2 No	
39	8) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine? ("stay outside" includes being at a place without shade inside residential compound)	1 Yes 2 No	
40		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What do you do?	1 Try to stay under shade 2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else 3 Put sunscreen on skin 4 Stay at home 5 Other _____ (specify)	
41		c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker 2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.) 3 Gets tired 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen	
42	9) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
43		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
44		c. What do you think is the influence of smoking?	(Multiple answer) 1 Cause diseases related to blood vessel 2 Cause heart-related diseases 3 Cause cancer 4 Cause spots on skin 5 Cause Asthma 6 Cause wrinkles on skin 7 Cause shadows under your eyes 8 Make your teeth dirty 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
Empowerment				
1. Level of empowerment from AO work)				
45	1) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	(Multiple answers) 1 With husband 2 With children 3 With your family (parents, siblings, relatives) 4 With your husband's family (husband's parents, siblings, relatives) 5 With your friend and/or acquaintances 6 With other _____ (Specify) 7 Do not have conversations	
2. Living area				
46	1) Area she can move alone	How far can you go alone?	1 Inside your own village 2 To neighboring villages 3 To the union center 4 To the upazila center 5 To Tangail 6 To Dhaka	
3. Household decision making				
47	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Someone else _____ (specify)	
48	2) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for herself	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
49	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Children 7 Someone else _____ (specify) 8 Do not have children	
50	4) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for her children	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
51	Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-low 5 Father / father-in-low 6 Someone else _____ (specify)	
52	5)	What can you buy without consulting with other people?	(Multiple answers) 1 Food 2 Clothes 3 Medical products/service 4 Daily products (soap, fuel, etc.) 5 Skincare products (cream, gel, Vaseline, moisturizer, sunscreen) 6 Cosmetic products (beauty products other than skincare products) 7 Cigarette 8 Household appliances (utensils, pan, cleaning tools) 9 Furniture 10 Other _____ (specify)	
53	6) Amount of money she can decide to spend	By how much money can you make your own decision to spend without consulting with others?	_____ Tk (specify) 1 Below 500Tk 2 501Tk to 1,000Tk 3 Above 1,001Tk 4 Cannot decide at all (need always consultation with others)	
4. Confidence in doing something in front of people				

No	Category	Questions	Options	Answer
54	1) Confidence in talking in front of female people	How much are you confident in talking in front of a lot of female people?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
55	2) Confidence in talking in front of male people	How much are you confident in talking in front of a lot of male people?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
55	3) Confidence in managing a workshop	How much are you confident in managing an awareness workshop?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
5. Social relationship				
56	1) Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to 2 If needed 3 Want to stay at home as much as possible 4 Other _____ (specify)	
57	2) Reason for going out	(For respondent who answered "1 Very much willing to" in the previous question) Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people 2 Because I can buy what I want 3 Because it freshens me up 4 Because I can enjoy nice view 5 Other _____ (specify)	
58	3) Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to 2 Somehow willing to 3 Not so willing to 4 Not willing to at all	
6. Awareness toward own future				
59	1) Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes _____ (specify) 2 No	
60	2) Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes 2 Probably yes 3 Not confident 4 Do not think so	

別添 20 : ベースライン質問票調査(AO 向け)分析結果

分野	調査結果
プロフィール	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象者は 18 才から 48 才で、平均年齢は 32 歳。10 代 3 名、残りは 30 代 3 名と 40 代 2 名で、20 代はいない。<u>10 代 3 名と 30 代 1 名が Mir Cumulli 村出身</u>で、残りの出身地はばらばら。8 人のうち、<u>10 代の 3 名が未婚、残りは既婚</u>。 同じ家に住む人数は 3-7 人、平均 5 人、子供の数は 1~2 人。 世帯収入は約 10,000~20,000 タカ。平均 14,250 タカ。
所得と AO としてのスキル	<ul style="list-style-type: none"> AO になった理由として、<u>全員が「所得を得るため」と回答</u>。「スキルを得るため」(5 名)と「知識を得たい」(1 名)など、自分の能力を高める意図も大きい。48 才の AO が「自立のため」と回答しているのが興味深い。 AO の満足度は、18 才の 1 名のみ「まあまあ(It is OK)」と回答した以外は、<u>全員「AO であることを誇りに思う」と回答</u>。満足度は高い。 本事業に関わる前の平均的な月収は、ゼロから最大 5,000 タカ。平均 2,188 タカ。10 代の 2 名は収入なし、残り 1 名(マイクロファイナンス集金人)は 1,500 タカ。30 代 1 名は 1,000 タカ(保険会社)。残りは 3,000 タカ 2 名(JITA AO)、4,000 タカ 1 名(NGO)、5,000 タカ 1 名(NGO)。所得の用途は、<u>全員が「貯金」と回答</u>、18 才の 1 名のみ「スキンケア、化粧品」と回答。 人前で話した経験は、10 代の 3 名は「5 回以下」、30 代の 1 名が「5-10 回」と回答。残りの 4 名は 51 回以上と回答。
水	<ul style="list-style-type: none"> <u>1 名を除いて、全員が水をフィルターでろ過して飲んでいる</u>。理由として「下痢になる」(5 名)と共に「<u>鉄分、ヒ素</u>」の問題(6 名)を挙げている。恐らくヒ素対策用のフィルターを使用していると考えられる。
手洗い	<ul style="list-style-type: none"> 全員が石鹸を使って手洗いをしている。 手洗いの理由は「<u>健康を維持するため</u>」(6 名)がもっとも多く、続いて「手を清潔に保つ/雑菌を取り除く」(5 名)、「<u>下痢を防ぐため</u>」(4 名)が続く。農村女性の約 9 割が、「<u>汚れと菌を取り除くために手を洗う</u>」と回答していたのと比べると、「<u>汚れと菌</u>」に関する意識はやや低め。 全員が手洗いの後、「<u>タオルで手を拭く</u>」と回答。 <u>手を拭くタオルの洗濯は、「毎日」が 4 名と「週 2-3 回」が 3 名、「週 1 回」が 1 名</u>。年齢によるばらつきはない。 洗濯する理由は「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」と「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が 4 名ずつ。
洗顔	<ul style="list-style-type: none"> 全員が 1 日 3 回洗顔している。洗顔の理由は、<u>全員が「汚れや雑菌を除く」と回答</u>。「顔を美しくする」も 6 名、「<u>にきびを防ぐ</u>」3 名、「<u>てかりを防ぐ</u>」1 名。
寝具の洗濯	<ul style="list-style-type: none"> 全員が「<u>寝具を洗濯する</u>」と回答。

分野		調査結果
		<ul style="list-style-type: none"> ・ 頻度は、「週1回」が6名、「週2-3回」と「2-4週間に1回」が各1名。 ・ 全員が「枕を干す」と回答。 ・ 頻度は「週1回」が6名、10代の2名が「2-3週間に1回」と回答。が18%。「月に1回以下」が14%。寝具の洗濯とほぼ同じ。 ・ 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「快適だから」が6名、「悪臭を防ぐ」と「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」が各5名。「雑菌を取り除く」の回答率(63%)が、農村女性の26%に比べて非常に高い。10代に「悪臭を防ぐ」の回答が多かった(2名)ことを除けば、年齢による違いは見られない。
栄養	食事	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全員が、自分で料理をすると回答。 ・ 料理をする際に重視するのは、「味」が全員、続いて「栄養」7名。 ・ 「栄養のある食事」の意味について、<u>全員が「栄養のバランスがとれていること」と回答</u>。「新鮮な食事」と回答した人も4名いた。その他では、「栄養のある食事」の具体的な食材として、「卵」「牛乳」「果物」が指摘された。 ・ 夕食を食べる時間は平均20時、いずれも20時から22時の間に食べている。
	栄養素の過剰摂取	<ul style="list-style-type: none"> ・ 塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が7名、「<u>血管関連の疾病</u>」「<u>胸焼け</u>」が各2名。肥満、糖尿病、心臓病も各1名。農村女性(26%)に比べて、「<u>血圧上昇</u>」の回答率は高いが、糖尿病など誤答も多く、塩分の健康への影響について<u>正しい知識を有しているとは考えられない</u>。 ・ 油の過剰摂取の影響については、<u>全員が「肥満」と回答</u>。しかし「心臓病」(5名)、「<u>血圧上昇</u>」と「<u>胸焼け</u>」(各4名)、「<u>肌トラブル</u>」(3名)との回答も多かった。 ・ <u>糖分の過剰摂取の影響については、全員が「糖尿病」と回答</u>。「肥満」、「<u>血圧上昇</u>」「<u>心臓病</u>」も各1名。<u>糖分摂りすぎによる肥満リスクについては、ほとんど知られていない</u>。
	野菜	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前夜食べた野菜として、全員がネギ属(たまねぎなど)と回答。ウリ科(きゅうり、カボチャなど)が5名、葉物野菜と芋類がともに4名であった。<u>農村女性(12%)と比べると、葉物野菜を食べている人の割合が高い</u>。 ・ 野菜を洗うタイミングは、<u>全員が「切る前」と回答</u>。10代の1名のみ、「切った後」にも洗っている。 ・ 野菜調理上の留意点は、「<u>熱しすぎない</u>」が7名、「<u>十分な種類を摂る</u>」と「<u>新鮮なものを選ぶ</u>」が各3名。「毎日、葉物野菜を食べる」が2名。<u>農村女性に比べて、「新鮮なものを選ぶ」(農村女性では2%)「毎日、葉物野菜を食べる」(同4%)と回答した人が多い</u>。他方、農村女性の22%が「<u>十分な量を摂る</u>」と回答したのに対し、<u>同様の回答はゼロ</u>であった。 ・ 野菜不足の影響は、「<u>貧血</u>」が5名、「<u>病気になる</u>」が4名。肌トラブルは3名。便秘はゼロであった。その他として、栄養不足、にきび、しみ

分野	調査結果
	との回答があった。農村女性で見られた、「鳥目」の回答はなかった。野菜と健康の関係についての知識は十分でないと考えられる。
睡眠	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均 5 時、就寝時間は同 22 時。 睡眠に関する認識は、「適切」5 名、睡眠時間 6 時間の 2 名と 7 時間の 1 名が「少ない」と回答。 全員が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。脳(7 名)、肌(5 名)に影響すると考えている。 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答したのは、5 名。具体的な時間については、全員が「22 時から 2 時」と回答した。
運動	<ul style="list-style-type: none"> 全員が「適切な運動が健康によいことを知っている」と回答。
紫外線	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、日光を避けるために対策を講じると回答。「布や傘などで肌を覆う」が 7 名。日焼け止めを塗る人は 6 名、各村 0-1 名の農村女性に比べると非常に高い回答率。 対策を講じなかった場合、全員が「日焼けする」と回答、「しわやしみなどの肌トラブル」が 5 名、「疲れる」が 3 名。にきびやしみができると回答した人も、各 2 名いた。
喫煙	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、タバコを全く吸わないと回答。 既婚者全員が、夫が毎日タバコを吸うと回答。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が 7 名、「喘息になる」と「心臓病になる」が各 5 名。農村女性に比べて、後者の回答率が高い。22%。
意識と行動	
他者への影響	<ul style="list-style-type: none"> 健康、衛生、栄養に関するよい情報を他人に教えるかという問いに対し、全員が「家族に教える」と回答。「友人や知り合いに教える」人も 7 人。「夫」「夫の家族」と回答した人は各 1 名。 1 人で移動できる範囲について、「自分の村の中」「ユニオンセンター」と回答したのは、各 10 代の 1 名。「タンガイルまで」は、10 代、30 代、40 代 1 名ずつ。「ダッカまで」は、30 代 2 名、40 代 1 名。予想より行動範囲は広い。
意志決定への関与の度合い	<ul style="list-style-type: none"> 自分のヘルスケアに関する意思決定は、「自分自身」(6 名)、「夫と共同」(2 名)で全員が自分が関与すると回答。「自分自身」と回答した 10 代 3 名が「母」、同 1 名が「義理の姉妹」にもチェック、未成年 3 名については、母親、もしくは義理の姉妹など女性家族メンバーに相談して、意思決定をしていると考えられる。 また、意思決定の内容については 7 名が「非常に自信がある」、1 名が「やや自信がある」と回答。 子供のヘルスケアに関する意思決定は、既婚者 5 名のうち 3 名が「自分自身」、2 名が「夫と共同」と回答。意思決定の内容についてはほぼ全

分野	調査結果
	<p>員が自信を持っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 世帯における主要な買い物の意思決定は、既婚者 5 名のうち 3 名が「夫と共同」、「自分」「夫」が各 1 名であった。「夫と共同」「夫」と回答した対象者各 1 名は「息子」とも回答しており、意思決定への回答者の関与は相対的に低いと考えられる。10 代の未婚者 3 名については、「母」「父」「兄と義姉」が各 1 名。「父」と回答した 10 代は、「叔母」とも回答。内容により、相談する相手が異なると考えられる。 ・ 相談なしに購入できるものは、「化粧品」7 名、「衣服」6 名、「日用品」5 名、「食品」4 名、「家具」「文房具」各 3 名。 ・ 8 品目中購入可能な品目は、平均 4 品目。「自分」に購入決定権があると回答した人は、購入できる製品の種類が多い。他方 10 代 3 名は、1 名は「日用品」「衣服」「化粧品」「文房具」を購入できるが、1 名は「化粧品」と「文房具」のみ、1 名は「文房具」のみしか自分で購入できない。 ・ 自分 1 人で支出できる金額は、ゼロから 2,500 タカ。10 代の 1 名は自分でお金を使うことができない。その他の 10 代は、200-500 タカ程度を支出可能。「自分」に購入決定権があると回答した 30 代 1 名は、1,500 タカまで支出可能と回答。「夫と共同」で意思決定すると回答した 30 代 1 名は 2,500 タカまで支出可能。その他は、700-800 タカ程度の支出が可能。
人前で話すことに対する自信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「多くの女性の前で話すことに自信があるか」との問いには、全員が「非常に自信がある」と回答。 ・ 「多くの男性の前で話すことに自信があるか」との問いには、30 代 2 名、10 代、40 代各 1 名合計 4 名が「非常にある」と回答する一方、残り 4 名が「ややある」と回答。 ・ 「ワークショップの運営に自信が持てるか」との質問には、全員が「非常に自信がある」と回答。
対人関係	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外出意欲については 6 名が積極的、「必要があれば」「やや」が各 1 名(10 代、40 代)。 ・ 外出したい理由は「リフレッシュできる」が 7 名、「よい風景を楽しむ」が 6 名で、「人に会える」(3 名)より多い。10 代と 40 代の各 1 名が、「新しい知識やアイデアを得るため」と回答。 ・ 新しい友人を作りたいかについては、「非常に作りたい」3 名、「やや作りたい」4 名。10 代の 1 名のみ「それほどでもない」と回答。10 代 3 名は「やや作りたい」2 名、「それほどでもない」1 名で、他の年代よりやや消極的である。
将来への意識	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全員が将来実現したい目標を持っている。内容は、未婚の 10 代 3 名が「政府職員(Government service holder)」(1 名)、残り 2 名は「著名な企業

分野	調査結果
	<p>(Highly designated service holder)」(2名)に勤めることを目標としているのに対し、<u>既婚者5名は1名</u>が「お金を稼ぎたい」と回答した以外は、「息子を医者にしたい」「息子に教育を受けさせたい」など、<u>息子に関する目標</u>であった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 目標の実現に関して、「自信がない」と回答した30代1名を除いて<u>全員が一定の自信</u>を持っている。

別添資料21 ベースライン調査結果集計表 AO向け

Category	Question		Options		AO		
	Village name						
Profile	1. Profile						
	Age			Average		32	
				Minimum		18	
				Maximum		48	
	Current marital status			1 Married		5	
				2 Not Married		3	
	Household income			Average		14,250	
				Minimum		10,000	
				Maximum		20,000	
	Household structure	Total number of people living in the same house			Average		5
					Minimum		3
					Maximum		7
Number of your own children				Average		2	
				Minimum		1	
				Maximum		2	
Income and skill as AO	1. Reason and satisfaction to be an AO						
	1) Reasons to have become AO	What was the main reason to have become AO?	1 Get income			8	
			2 Wanted to acquire skill			5	
			3 Wanted to do something exciting/worth doing outside home			0	
			4 Wanted to contribute to the society			2	
			5 Somebody recommended			0	
			6 Other			3	
			Specify		To Know About Unknown Things, Need money for son's secured future, For independence		
	2) Satisfaction with working as AO	How much are you satisfied with working as an AO?	1 I am proud of being an AO.			7	
			2 It is OK to work as an AO.			1	
			3 I am not satisfied with working as an AO.			0	
			4 Other			0	
			Specify				
	2. Income from AO work						
	1) Current income from AO work	How much money do you earn monthly on average from the work as AO last month?	Specify	Average		5,000	
				Minimum		5,000	
				Maximum		5,000	
			1 Below 2,000Tk			0	
2 2,001Tk to 5,000Tk				8			
3 5,001Tk to 7,500Tk				0			
4 7,501Tk to 10,000Tk				0			
5 Above 10,000Tk				0			
2) Use of increased income			What would you do if your monthly income from AO work would increase by 1,000Tk?	1 Saving			8
				2 Education			0
	3 Medical treatment				0		
	4 Pay a debt				0		
	5 Buy food/daily use products				0		
	6 Buy skincare or cosmetic products				1		
	7 Buy clothes				0		
	8 Buy livestock				0		
	9 Other				0		

Category	Question	Options	AO										
		Specify											
3. Skill as AO													
	1) Experience of talking in front of people	How many times have you experienced talking officially in front of more than 15 people?	<table border="1"> <tr><td>1 Less than 5 times</td><td>3</td></tr> <tr><td>2 6 to 10 times</td><td>1</td></tr> <tr><td>3 11 to 20 times</td><td>0</td></tr> <tr><td>4 20 to 50 times</td><td>0</td></tr> <tr><td>5 More than 51 times</td><td>4</td></tr> </table>	1 Less than 5 times	3	2 6 to 10 times	1	3 11 to 20 times	0	4 20 to 50 times	0	5 More than 51 times	4
1 Less than 5 times	3												
2 6 to 10 times	1												
3 11 to 20 times	0												
4 20 to 50 times	0												
5 More than 51 times	4												
Knowledge and practice of contents regarding awareness activity													
1. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition													
	1) Water	a. Do you do anything to water before drinking it?	<table border="1"> <tr><td>1 Yes</td><td>7</td></tr> <tr><td>2 No</td><td>1</td></tr> </table>	1 Yes	7	2 No	1						
		1 Yes	7										
		2 No	1										
		b. What do you usually do to water before drinking it?	1 Boil	0									
			2 Add bleach/chlorine	0									
			3 Strain through a cloth	0									
			4 Use water filter	7									
			5 Solar disinfection	0									
			6 Let it stand and settle	0									
			7 Other	0									
	Specify												
	c. Do you think something bad may happen when you drink water without any treatment, or you think nothing will happen?	1 Cause diarrhea / upset stomach	5										
		2 Bring bad influence to health	0										
		3 Arsenic/ iron problem	6										
		4 Other	0										
		Specify											
	5 Nothing will happen	0											
	2) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water	8									
			2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water	0									
			3 Water only	0									
4 Other			0										
Specify													
b. Why do you wash your hands ?		1 Can keep your hands clean/ can remove dirt and germs	5										
		2 Can prevent diarrhea	4										
		3 Can prevent skin problem on hands	0										
		4 Can keep good health	6										
		5 Other	0										
		Specify											
		6 Nothing good will happen	0										
7 Do not know		0											
c. What do you usually do after you wash your hands?		1 Do nothing (dry up naturally)	0										
		2 Wipe hands with a towel	8										
	3 Wipe hands with your wearing	0											
	4 Other	0											
	Specify												
d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday	4											
	2 Once for two to three days	3											
	3 Once a week	1											
	4 Less than once a week	0											

Category	Question	Options	AO
	e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands sanitation 2 Germs in the towel affect your health 3 Other Specify 4 Nothing will happen	4 4 0 0
3)	Face washing	a. How frequently do you wash your face? b. Why do you wash your face?	
		1 Once a day 2 Twice a day 3 Thrice a day or more 4 Less than once a day	0 0 8 0
		1 Can keep my face clean/ can remove dirt and germs 2 Can prevent acne 3 Can prevent bad face color 4 Can prevent my face gets oily 5 Can make my face beautiful 6 Other Specify 7 Do not know	8 3 0 1 6 0 0
4)	Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing? b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing? c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun? d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun? e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun?	
		1 Yes 2 No	8 0
		1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month	0 1 6 1 0
		1 Yes 2 No	8 0
		1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month	0 0 6 2 0
		1 Feel comfortable when I sleep 2 It is hygienic/ can remove dirt and germs 3 Can prevent tick infection 4 Can prevent acne 5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow 6 Other Specify 7 Do not know	6 5 0 0 5 0 0
5)	Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family? b. What are you usually concerned when you cook?	
		1 Yes 2 No	8 0
		1 Number of dishes 2 Nutrition 3 Taste 4 How the meal look 5 Volume 6 Other Specify	0 7 8 1 2 0 0

Category	Question	Options	AO	
	c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc.	8	
		2 Have good volume	0	
		3 Fresh meal	4	
		4 Other	4	
		Specify	Milk(2), Egg(2), Fruit	
		5 Do not know	0	
	d. At what time do you usually take dinner?	Dinner	Average	20
			Minimum	20
			Maximum	22
	e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	1 Get tired	0	
		2 Get fat / obesity	1	
		3 Skin trouble	0	
		4 Increase blood pressure	7	
		5 Diabetes	1	
		6 Heart-related diseases	1	
		7 Diseases related to blood vessel	2	
		8 Acidity	2	
		9 Other	0	
		Specify		
		10 Do not know	0	
	f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	1 Get tired	0	
		2 Get fat / obesity	8	
		3 Skin trouble	3	
		4 Increase blood pressure	4	
		5 Diabetes	0	
		6 Heart-related diseases	5	
7 Diseases related to blood vessel		1		
8 Acidity		4		
9 Other		0		
Specify				
10 Do not know		0		
g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	1 Get tired	0		
	2 Get fat / obesity	1		
	3 Skin trouble	0		
	4 Increase blood pressure	1		
	5 Diabetes	8		
	6 Heart-related diseases	1		
	7 Diseases related to blood vessel	0		
	8 Acidity	1		
	9 Other	0		
	Specify			
	10 Do not know	0		
h. What kind of vegetable did you eat last night?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip)	1		
	2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower)	4		
	3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot)	8		
	4 Potatoes	4		
	5 Legumes (peas and beans)	1		
	6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd)	5		

Category	Question	Options	AO
		7 Tomatoes	0
		8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts)	0
		9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	1
	i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting	8
		2 After cutting	1
		3 Do not wash	0
		4 Other	0
		Specify	
	j. What are you concerned when you cook vegetable?	1 Do not heat too much	7
		2 Take enough volume	0
		3 Take enough variety	3
		4 Cook leafy vegetable daily	2
		5 Choose fresh one	3
		6 Other	0
		Specify	
	k. What happen if you do not take enough vegetable?	1 Cause skin problem	3
		2 Anemia	5
		3 Constipation	0
		4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar)	4
		5 Other	3
		Specify	Acne, Spot , Malnutrition(2)
6)	Sleeping	a. At what time do you get up and go to bed?	
		Average	5
		Get up at	
		Earliest	4
		Latest	6
		Go to bed at	
		Average	21.9125
		Earliest	21
		Latest	23
		Sleeping hours	
		Average	7
		Shortest	6
		Longest	8.7
	b. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much	0
		2 I have moderate sleep in general	5
		3 I do not have enough sleep	3
	c. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes	8
		Specify how	It's healthy for brain (7), skin (5), mind (1), and health (7). It keeps us healthy & refresh our mind. It helps one to calm down
		2 No	0
	d. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes	5
		2 No	3
	e. What is the specific period of time at night?	Specify	22:00 - 2:00 (5)
7)	Exercise	a. Do you know appropriate exercise is necessary to stay healthy?	
		1 Yes	8
		2 No	0
8)	Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine?	
		1 Yes	8
		2 No	0
	b. What do you do?	1 Try to stay under shade	0
		2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else	7
		3 Put sunscreen on skin	6
		4 Stay at home	0
		5 Other	0

Category	Question	Options	AO
		Specify	
	c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker	8
		2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.)	5
		3 Gets tired	2
		4 Other	3
		Specify	Skin becomes dirty which leads to acne, Acne, Spot (2)
		5 Nothing will happen	0
9)	Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	
		1 Yes, daily (smoke everyday)	0
		2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0
		3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0
		4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0
		5 No at all	8
	(For married respondents)	b. Does your husband smoke?	
		1 Yes, daily (smoke everyday)	5
		2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0
		3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0
		4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0
		5 No at all	0
	c. What do you think is the influence of smoking?	1 Cause diseases related to blood vessel	1
		2 Cause heart-related diseases	5
		3 Cause cancer	7
		4 Cause spots on skin	0
		5 Cause asthma	5
		6 Cause wrinkles on skin	0
		7 Cause shadows under your eyes	1
		8 Make your teeth dirty	0
		9 Other	0
		Specify	
		10 Do not know	0
Awareness and behavior	1. Influence to others		
	1) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	
		1 With husband	1
		2 With children	0
		3 With your family	8
		4 With your husband's family	1
		5 With your friend and/or acquaintances	7
		6 With other	0
		Specify	
		7 Do not have conversation	0
	2. Size of living area		
	1) Area she can move alone	How far can you go alone?	
		1 Inside your own village	1
		2 To neighboring villages	0
		3 To the union center	1
		4. To the upazila center	0
		5 To Tangail	3
		6 To Dhaka	3
	3. Household decision making		
	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your	
		1 Respondent	6
		2 Husband	0
		3 Respondent and husband jointly	2

Category	Question	Options	AO	
	husband jointly, or someone else?	4 Mother / mother-in-low	3	
		5 Father / father-in-low	0	
		6 Someone else	1	
		Specify	Sister in law	
	2) Confidence in her decisions for herself	Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident	7
			2 Somehow confident	1
			3 Not so confident	0
			4 Not confident at all	0
	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent	3
			2 Husband	0
			3 Respondent and husband jointly	2
			4 Mother / mother-in-low	0
			5 Father / father-in-low	0
			6 Children	0
			7 Someone else	0
			Specify	Unmarried (3)
			8 Do not have children	0
	4) Confidence in her decisions for her children	Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident	4
			2 Somehow confident	0
		3 Not so confident	0	
		4 Not confident at all	0	
5) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent	1	
		2 Husband	1	
		3 Respondent and husband jointly	3	
		4 Mother / mother-in-low	1	
		5 Father / father-in-low	1	
		6 Someone else	4	
		Specify	Brother, Sister in law, Son (2), Aunty	
	What can you buy without consulting with other people?	1 Food	4	
		2 Clothes	6	
		3 Medical products/service	2	
		4 Daily products	5	
		5 Skincare products	2	
		6 Cosmetic products	7	
		7 Cigarette	0	
		8 Household appliances	3	
		9 Furniture	0	
		10 Other	3	
		Specify	Small stationeries (3)	
		Number of items can be purchased without consulting othersy	Average	4
			Minimum	1
Maximum	7			
6) Amount of money she can decide to spend	By how much money can you make your own decision to spend without consulting with others?	Specify	Average 938	
			Minimum 0	
			Maximum 2,500	
	1 Below 500Tk	2		
	2 501Tk to 1,000Tk	2		

Category	Question		Options	AO
			3 Above 1,000Tk	3
			4 Cannot decide at all	1
4. Confidence in talking in front of people				
1)	Confidence in talking in front of female people	How much are you confident in talking in front of a lot of female people?	1 Very much confident	8
			2 Somehow confident	0
			3 Not so confident	0
			4 Not confident at all	0
2)	Confidence in talking in front of male people	How much are you confident in talking in front of a lot of male people?	1 Very much confident	4
			2 Somehow confident	4
			3 Not so confident	0
			4 Not confident at all	0
3)	Confidence in managing a workshop	How much are you confident in managing an awareness workshop?	1 Very much confident	8
			2 Somehow confident	0
			3 Not so confident	0
			4 Not confident at all	0
5. Social Relationship				
1)	Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to	6
			2 If needed	1
			3 Want to stay at home as much as possible	0
			4 Other	1
			Specify	Moderately willing
2)	Reason for going out	Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people	3
			2 Because I can buy what I want	1
			3 Because it freshens me up	7
			4 Because I can enjoy nice view	6
			5 Other	2
			Specify	Get to know about new things, To get new ideas and want to know new things
3)	Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to	3
			2 Somehow willing to	4
			3 Not so willing to	1
			4 Not willing to at all	0
6. Awareness toward own future				
1)	Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes	8
			Specify	Want to be Government Service Holder, a Highly Designated Service Holder (2), make my son a doctor (2), earn more money, want my son to be highly educated. Want to establish my son
			2 No	0
2)	Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes	4
			2 Probably yes	3
			3 Not confident	1
			4 Do not think so	0

別添資料22：エンドライン調査質問票（AO向け）

Name of AO _____

Date: _____ start at: _____ end at: _____

Name of Interviewer: _____

No	Category	Questions	Options	Answer		
	Profile	1. Profile				
		1) Name				
		2) Age				
		3) Current marital status		1 Married 2 Not Married		
		4) Age of marriage <i>New Question</i>	(For the respondents who answered "1" on question 5). At what age did you marry?			
		5) Working duration as AO (in months)		_____ months		
		6) Baseline survey <i>New Question</i>	Were you interviewed in November 2013?	1. Yes 2. No		
		7) Household income				
		8) Household structure	Total number of people living in the same house Number of your own children			
9) Reasons to have become AO	What was the main reason to have become AO?	(Multiple answers) 1 Get income 2 Wanted to acquire skill 3 Wanted to do something exciting/worth doing outside home 4 Wanted to contribute to the society 5 Somebody recommended 6 Other _____ (specify)				
1	Income and skill as AO	1. Reason and satisfaction to be an AO				
		1) Satisfaction with working as AO	How much are you satisfied with working as an AO?	1 I am proud of being an AO. 2 It is OK to work as an AO. 3 I am not satisfied with working as an AO. 4 Other _____ (specify)		
		2. Income from AO work				
		1) Current income from AO work	How much money do you earn monthly on average from the work as AO last month?	_____ Tk (Specify) 1 Below 2,000Tk 2 2,001Tk to 5,000Tk 3 5,001Tk to 7,500Tk 4 7,501Tk to 10,000Tk 5 Above 10,000Tk		
2	3	2) Use of income <i>New Question</i>	What would you use your income from AO work?	(Multiple answers) 1 Saving 2 Education 3 Medical treatment 4 Pay a debt 5 Buy food/daily-use products 6 Buy skincare or cosmetic products 7 Buy clothes 8 Buy livestock 9 Other _____ (specify)		
		3. Skill as AO				
4		1) Experience of talking in front of people	How many times have you experienced talking officially in front of more than 15 people? (officially means talking with certain purposes, agendas and flow)	1 Less than 5 times 2 6 to 10 times 3 11 to 20 times 4 20 to 50 times 5 More than 51 times		
		1. Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition				
5	Knowledge and practice of contents of awareness activity	1) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water 2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water 3 Water only 4 Other _____		
			b. Why do you wash your hands?	(Multiple answers) 1 Can keep your hands clean/can remove dirt and germs 2 Can prevent diarrhea 3 Can prevent skin problem on hands 4 Can keep good health 5 Other _____ (specify) 6 Nothing good will happen 7 Do not know		
			c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally) 2 Wipe hands with a towel 3 Wipe hands with your wearing 4 Other _____ (specify)		
			(For respondent who answered 2 on question c) d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Less than once a week		
			(For all respondents) e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen?	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation 2 Germs in the towel affect your health 3 Other _____ (specify) 4 Nothing will happen		
			2) Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes 2 No	
			(For respondents who answered "Yes" on question a) b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)		
			c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes 2 No		
			(For respondents who answered "Yes" on question c) d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily 2 Once for two to three days 3 Once a week 4 Once for two to four weeks 5 Less than once a month _____ (specify)		
			e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun at proper frequency?	(Multiple answers) 1 Feel comfortable when I sleep 2 It is hygienic/can remove dirt and germs 3 Can prevent tick infection 4 Can prevent acne 5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow 6 Other _____ (specify) 7 Do not know		
			3) Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes 2 No	
			(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What are you usually concerned when you cook?	(Multiple answers) 1 Number of dishes 2 Nutrition 3 Taste 4 How the meal look 5 Volume 6 Other _____ (specify)		

No	Category	Questions	Options	Answer
17		(For all respondents) c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc. 2 Have good volume 3 Fresh meal 4 Other _____ (specify) 5 Do not know	
18		(For all respondents) d. At what time do you usually take dinner? (Write down in 24 hour time)	Dinner _____ o'clock (24 hours)	
19		e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
20		f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
21		g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	(Multiple answer) 1 Get tired 2 Get fat / obesity 3 Skin trouble 4 Increase blood pressure 5 Diabetes 6 Heart-related diseases 7 Diseases related to blood vessel (hardened arteries) 8 Acidity 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
22		h. What kind of vegetable did you eat yesterday?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip) 2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower) 3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot) 4 Potatoes 5 Legumes (peas and beans) 6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd) 7 Tomatoes 8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts) 9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	
23		i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting 2 After cutting 3 Do not wash 4 Other _____ (specify)	
24		j. What are you concerned when you cook vegetable?	(Multiple answer) 1 Do not heat too much 2 Take enough volume 3 Take enough variety 4 Cook leafy vegetable daily 5 Choose fresh one 6 Other _____ (specify)	
25		k. What happen if you do not take enough vegetable?	(Multiple answer) 1 Cause skin problem 2 Anemia 3 Constipation 4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar) 5 Other _____ (specify)	
26	4) Sleeping	a. At what time do you go to bed and get up? (Write down in 24 hour time)	Get up at _____ o'clock (24 hours) Go to bed at _____ o'clock (24 hours)	
27		b. How many hours do you usually sleep a day?	1 Shorter than 3 hours 2 3 to 4 hours 3 5 to 6 hours 4 More than 7 hours	
28		c. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?	1 I sleep too much 2 I have moderate sleep in general 3 I do not have enough sleep	
29		d. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?	1 Yes _____ (specify how) 2 No	
30		e. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?	1 Yes 2 No	
31		(For respondents who answered "Yes" on question e) f. What is the specific period of time at night?	_____ (specify)	
32	5) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine? ("stay outside" includes being at a place without shade inside residential compound)	1 Yes 2 No	
33		(For respondents who answered "Yes" on question a) b. What do you do?	1 Try to stay under shade 2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else 3 Put sunscreen on skin 4 Stay at home 5 Other _____ (specify)	
34		c. What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will happen?	1 Sunburn / skin gets darker 2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.) 3 Gets tired 4 Other _____ (specify) 5 Nothing will happen	
35	6) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
36		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday) 2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week) 3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week) 4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month) 5 No at all	
37		c. What do you think is the influence of smoking?	(Multiple answer) 1 Cause diseases related to blood vessel 2 Cause heart-related diseases 3 Cause cancer 4 Cause spots on skin 5 Cause Asthma 6 Cause wrinkles on skin 7 Cause shadows under your eyes 8 Make your teeth dirty 9 Other _____ (specify) 10 Do not know	
	Empowermen	1. Level of empowerment from AO work)		

No	Category	Questions	Options	Answer
38	1) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	(Multiple answers) 1 With husband 2 With children 3 With your family (parents, siblings, relatives) 4 With your husband's family (husband's parents, siblings, relatives) 5 With your friend and/or acquaintances 6 With other _____ (Specify) 7 Do not have conversations	
2. Living area				
39	1) Area she can move alone	How far can you go alone?	1 Inside your own village 2 To neighboring villages 3 To the union center 4 To the upazila center 5 To Tangail 6 To Dhaka	
3. Household decision making				
40	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Someone else _____ (specify)	
41	2) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for herself	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
42	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Children 7 Someone else _____ (specify) 8 Do not have children	
43	4) Confidence in her decisions about health, sanitation, and nutrition for her children	(For respondents who answered "1 Respondent" or "3 Respondent and husband jointly" on the previous question) Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
44	5) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent 2 Husband 3 Respondent and husband jointly 4 Mother / mother-in-law 5 Father / father-in-law 6 Someone else _____ (specify)	
45		What can you buy without consulting with other people?	(Multiple answers) 1 Food 2 Clothes 3 Medical products/service 4 Daily products (soap, fuel, etc.) 5 Skincare products (cream, gel, Vaseline, moisturizer, sunscreen) 6 Cosmetic products (beauty products other than skincare products) 7 Cigarette 8 Household appliances (utensils, pan, cleaning tools) 9 Furniture 10 Other _____ (specify)	
46	6) Amount of money she can decide to spend	By how much money can you make your own decision to spend without consulting with others?	1 Below 500Tk 2 501Tk to 1,000Tk 3 Above 1,001Tk 4 Cannot decide at all (need always consultation with others)	
4. Confidence in talking in front of people				
47	1) Confidence in talking in front of female people	How much are you confident in talking in front of a lot of female people?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
48	2) Confidence in talking in front of male people	How much are you confident in talking in front of a lot of male people?	1 Very much confident 2 Somehow confident 3 Not so confident 4 Not confident at all	
5. Social relationship				
49	1) Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to 2 If needed 3 Want to stay at home as much as possible 4 Other _____ (specify)	
50	2) Reason for going out	(For respondent who answered "1 Very much willing to" in the previous question) Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people 2 Because I can buy what I want 3 Because it refreshes me up 4 Because I can enjoy nice view 5 Other _____ (specify)	
51	3) Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to 2 Somehow willing to 3 Not so willing to 4 Not willing to at all	
6. Awareness toward own future				
52	1) Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes _____ (specify) 2 No	
53	2) Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes 2 Probably yes 3 Not confident 4 Do not think so	

別添 23 エンドライン調査（AO 向け）分析結果

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
プロフィール	<ul style="list-style-type: none"> 調査対象者は 18 才から 48 才で、平均年齢は 30 歳。10 代 3 名、残りは 30 代 2 名と 40 代 2 名で、20 代はいない。<u>10 代 3 名と 30 代 1 名が Mir Kumli 村出身で、残りの出身地はばらばら。6 人のうち、10 代の 3 名が未婚、残りは既婚。</u> 同じ家に住む人数は 4-6 人、平均 5 人、子供の数は 1~2 人。 世帯収入は約 10,000~20,000 タカ。平均 14,000 タカ。 	<ul style="list-style-type: none"> AO として働いている期間は全員 11 か月。
所得と AO としてのスキル	<ul style="list-style-type: none"> AO になった理由として、<u>全員が「所得を得るため」と回答。「スキルを得るため」(4 名)と「知識を得たい」(1 名)など、自分の能力を高める意図も大きい。48 才の AO が「自立のため」と回答しているのが興味深い。</u> AO の満足度は、18 才の 1 名のみ「まあまあ (It is OK)」と回答した以外は、<u>全員「AO であることを誇りに思う」と回答。満足度は高い。</u> 所得の用途は、<u>全員が「貯金」と回答、18 才の 1 名のみ「スキンケア、化粧品」と回答。</u> 人前で話した経験は、10 代の 3 名は「5 回以下」、<u>残りの 3 名は 51 回以上と回答。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> AO の満足度は、1 名 (Ayesha) が「まあまあ」と答えた以外は<u>全員「AO であることを誇りに思う」と回答。</u> 所得は全員が 5001 タカ以上と回答。 用途は、「食料・日用品」と「教育」が各 5 名、「貯金」と「衣料」が各 3 名。ベースラインに比べ、貯金が半減した。<u>用途が多様化している。</u> 人前で話した経験は、「51 回以上」が 6 名。
手洗い	<ul style="list-style-type: none"> 全員が石鹸を使って手洗いをしている。 <u>手洗いの理由は「健康を維持するため」(5 名)がもっとも多く、続いて「手を清潔に保つ/雑菌を取り除く」(4 名)、「下痢を防ぐため」(3 名)が続く。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 全員が石鹸を使って手洗いをしている。 手洗いの理由は、<u>全員が「手を清潔に保つ/雑菌を取り除く」と回答。</u>ベースライン時より増加した。全員が手洗いの後、「タオルで手を拭く」と

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
	<p>農村女性の約9割が、「<u>汚れと菌を取り除くために手を洗う</u>」と回答していたのと比べると、「<u>汚れと菌</u>」に関する意識はやや低め。</p> <ul style="list-style-type: none"> 全員が手洗いの後、「<u>タオルで手を拭く</u>」と回答。 手を拭くタオルの洗濯は、「<u>毎日</u>」が3名と「<u>週2-3回</u>」が3名、「<u>週1回</u>」が1名。年齢によるばらつきはない。 洗濯する理由は「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が4名、「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が2名。 	<p>回答。</p> <ul style="list-style-type: none"> 手を拭くタオルの洗濯は、「<u>毎日</u>」が4名と「<u>週2-3回</u>」が1名、「<u>週1回</u>」が1名。<u>ベースライン時より頻度が増加した。</u> 洗濯する理由は「<u>タオルの汚れで手が汚れる</u>」が5名、「<u>タオルの雑菌が健康に悪影響を与える</u>」が4名。ベースライン時より後者が増加した。
寝具の洗濯	<ul style="list-style-type: none"> 全員が「<u>寝具を洗濯する</u>」と回答。 頻度は、「<u>週1回</u>」が4名、「<u>週2-3回</u>」と「<u>2-4週間に1回</u>」が各1名。 全員が「<u>枕を干す</u>」と回答。 頻度は「<u>週1回</u>」が4名、10代の2名が「<u>2-3週間に1回</u>」と回答。 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「<u>快適だから</u>」と「<u>悪臭を防ぐ</u>」が各4名、「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」が3名。「<u>雑菌を取り除く</u>」の回答率(50%)が、農村女性の26%に比べて非常に高い。10代に「<u>悪臭を防ぐ</u>」の回答が多かった(2名)ことを除けば、年齢による違いは見られない。 	<ul style="list-style-type: none"> 全員が「<u>寝具を洗濯する</u>」と回答。 頻度は、「<u>週1回</u>」が5名、「<u>週2-3回</u>」が1名。 全員が「<u>枕を干す</u>」と回答。 頻度は「<u>週1回</u>」が4名、「<u>週2-3回</u>」が2名。<u>ベースライン時より頻度が増加した。</u> 寝具の洗濯や枕干しの理由は、「<u>快適だから</u>」が6名、「<u>汚れや雑菌を取り除く</u>」と「<u>悪臭を防ぐ</u>」が各5名。「<u>ダニを防ぐ</u>」4名。
栄養	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、自分で料理をすると回答。 料理をする際に重視するのは、「<u>味</u>」が全員、続いて「<u>栄養</u>」5名。 「<u>栄養のある食事</u>」の意味について、全員が「<u>栄養のバランスがとれていること</u>」と回答。「<u>新鮮な食事</u>」と回答した人も3名いた。その他では、「<u>栄養のある食事</u>」の具体的な食材として、「<u>卵</u>」「<u>牛乳</u>」「<u>果物</u>」が指摘 	<ul style="list-style-type: none"> 1名(Ela)を除いて全員が、自分で料理をすると回答。 料理をする際に重視するのは、料理をする全員が「<u>栄養</u>」と回答、「<u>味</u>」は1名に減少。「<u>量</u>」4名、「<u>見た目</u>」1名。「<u>栄養</u>」への意識が上昇した。 「<u>栄養のある食事</u>」の意味について、全員が「<u>栄養のバランスがとれていること</u>」と回答。「<u>量</u>」5名、「<u>新鮮な</u>

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
	<p>された。</p> <ul style="list-style-type: none"> 夕食を食べる時間は平均 20 時、いずれも 20 時から 21 時の間に食べている。 	<p>食事」は 4 名。</p> <ul style="list-style-type: none"> 夕食を食べる時間は平均 20 時、いずれも 19 時から 21 時半の間に食べている。20 代 2 名と 30 代 1 名が 19 時台と回答。<u>ベースライン時より、早まっている。</u>
栄養素の過剰摂取	<ul style="list-style-type: none"> 塩分の過剰摂取の影響については、「<u>血圧上昇</u>」が 6 名、「<u>胸焼け</u>」が 2 名。血管関連の疾病、糖尿病、心臓病も各 1 名。農村女性 (26%) に比べて、「<u>血圧上昇</u>」の回答率は高いが、<u>糖尿病など誤答も多く、塩分の健康への影響について正しい知識を有しているとは考えられない。</u> 油の過剰摂取の影響については、<u>全員が「肥満」と回答。</u>しかし「<u>心臓病</u>」(4 名)、「<u>血圧上昇</u>」(3 名)、「<u>胸焼け</u>」と「<u>肌トラブル</u>」(各 2 名)との回答も多かった。 糖分の過剰摂取の影響については、<u>全員が「糖尿病」と回答。</u>「<u>肥満</u>」、「<u>血圧上昇</u>」「<u>心臓病</u>」も各 1 名。<u>糖分摂りすぎによる肥満リスクについては、ほとんど知られていない。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 塩分の過剰摂取の影響については、<u>全員が「血圧上昇」と回答。</u>「<u>肌荒れ</u>」「<u>動脈疾患</u>」各 3 名、「<u>心疾患</u>」2 名、「<u>疲労</u>」「<u>糖尿病</u>」「<u>貧血</u>」各 1 名。 油の過剰摂取の影響については、<u>全員が「肥満」と回答。</u>しかし「<u>胸焼け</u>」「<u>心疾患</u>」が各 5 名、「<u>肌トラブル</u>」(4 名)、「<u>血圧上昇</u>」3 名、「<u>糖尿病</u>」2 名。 糖分の過剰摂取の影響については、<u>全員が「糖尿病」と回答。</u>「<u>肥満</u>」は 4 名、「<u>動脈疾患</u>」3 名、「<u>肌荒れ</u>」「<u>血圧上昇</u>」が各 2 名。
野菜	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜として、全員がネギ属 (たまねぎなど) と回答。ウリ科 (きゅうり、カボチャなど) が 5 名、イモ類 3 名、葉物野菜が 2 名であった。<u>農村女性(12%)と比べると、葉物野菜を食べている人の割合が高い。</u> 野菜を洗うタイミングは、<u>全員が「切る前」と回答。</u>10 代の 1 名のみ、「<u>切った後</u>」にも洗っている。 野菜調理上の留意点は、「<u>熱しすぎな</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 前夜食べた野菜として、イモ 5 名、葉物野菜 4 名、続いてマメ科 (3 名)、トマト (2 名)、根菜、ネギ属、サラダ用作物 (レタスなど) が各 1 名。<u>葉物野菜を食べている人の割合が増加した。</u> 野菜を洗うタイミングは、<u>全員が「切る前」と回答。</u>「<u>切った後</u>」に洗う人はいない。 野菜調理上の留意点は、<u>全員が「熱しすぎない」と回答。</u>「<u>新鮮なものを</u>

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
	<p>い」が5名、「十分な種類を摂る」、「新鮮なものを選ぶ」、「毎日、葉物野菜を食べる」が各2名。<u>農村女性に比べて、「新鮮なものを選ぶ」(農村女性では2%)「毎日、葉物野菜を食べる」(同4%)と回答した人が多い。</u>他方、農村女性の22%が「十分な量を摂る」と回答したのに対し、同様の回答はゼロであった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 野菜不足の影響は、「貧血」が4名、「病気になる」が3名。肌トラブルは2名。便秘はゼロであった。その他として、栄養不足、にきび、しみとの回答があった。農村女性で見られた、「とり目」の回答はなかった。野菜と健康の関係についての知識は十分でないと考えられる。 	<p>選ぶ」が5名、「十分な量をとる」4名、「毎日、葉物野菜を食べる」が2名。<u>種類に留意する人はいなかった。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 野菜不足の影響は、「病気になる」が5名、「便秘」5名、「貧血」が4名。肌トラブルは2名。
睡眠	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均5時、就寝時間は同22時。 睡眠に関する認識は、「適切」4名、睡眠時間6時間の1名と7時間の1名が「少ない」と回答。 <u>全員が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。</u>脳(5名)、肌(3名)に影響すると考えている。 肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答したのは、5名。具体的な時間については、<u>全員が「22時から2時」と回答した。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 起床時間は平均4時25分、就寝時間は同22時25分ごろ。ベースラインより起床は早く、就寝は遅くなっている。 睡眠に関する認識は、「適切」5名、睡眠時間8時間の1名が「寝すぎ」と回答。 <u>全員が、睡眠の質が健康に影響することを知っている。</u>頭痛(2名)、だるさ(weakness)(3名)の要因となると考えている。 全員が肌の健康に影響する睡眠時間帯を知っていると回答。具体的な時間については、<u>全員が「22時から2時」と回答した。</u>
紫外線	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、日光を避けるために対策を講じると回答。「布や傘などで肌を覆う」が6名。<u>日焼け止めを塗る人は4</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、日光を避けるために対策を講じると回答。「日焼け止めを塗る」人が4名、続いて「布や傘などで肌

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
	<p>名、各村 <u>0-1 名の農村女性に比べると非常に高い回答率。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合、全員が「日焼けする」と回答、<u>「しわやシミなどの肌トラブル」が4名、「疲れる」が2名。</u>にきびやしみができると回答した人も、各1名いた。 	<p>を覆う」が3名。</p> <ul style="list-style-type: none"> 対策を講じなかった場合、全員が「日焼けする」と回答、<u>「しわやシミなどの肌トラブル」が5名。</u>
喫煙	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、タバコを全く吸わないと回答。 既婚者全員が、夫が毎日タバコを吸うと回答。 タバコの健康への影響について、「ガンになる」が5名、「喘息になる」と「心臓病になる」が各4名。農村女性に比べて、後者の回答率が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 全員が、タバコを全く吸わないと回答。 既婚者3名のうち、2名が「夫が毎日タバコを吸う」と回答。1名は「全く吸わない」。 タバコの健康への影響について、全員が「ガンになる」と「心臓病になる」と回答。このほか、「しわができる」が5名、「喘息になる」が3名、「シミができる」、「クマができる」各1名。<u>「しわ」「シミ」「クマ」など肌に関する回答が大幅に増加(ベースライン時はほぼゼロ)。</u>
意識と行動		
他者への影響	<ul style="list-style-type: none"> 健康、衛生、栄養に関するよい情報を他人に教えるかという問いに対し、<u>全員が「家族に教える」、「友人や知り合いに教える」と回答。</u>「夫」「夫の家族」と回答した人は各1名。 1人で移動できる範囲について、<u>「自分の村の中」「ユニオンセンター」と回答したのは、各10代の1名。「タンガイルまで」は、10代、30代1名づつ。「ダッカまで」は、30代1名、40代1名。</u>予想より行動範囲は広い。 	<ul style="list-style-type: none"> 健康、衛生、栄養に関するよい情報を他人に教えるかという問いに対し、「友人や知り合いに教える」人が5人、「友人や知り合いに教える」人が4人。子供のいる3名全員が「子供」と回答。「夫」「夫の家族」が各1名。ベースライン時に比べ「子供」に教える人が増えた。 1人で移動できる範囲について、<u>「タンガイルまで」が2名、「ダッカまで」が4名。</u>行動範囲は大幅に拡大している。
意志決定への	<ul style="list-style-type: none"> <u>自分のヘルスケアに関する意思決定は、「自分自身」(5名)、「夫と共</u> 	<ul style="list-style-type: none"> <u>自分のヘルスケアに関する意思決定は、「自分自身」(5名)、「母/義母」</u>

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
関与の 度合い	<p>同」(1名)で<u>全員が自分が関与する</u>と回答。「自分自身」と回答した10代3名が「母」、同1名が「義理の姉妹」にもチェック、未成年3名については、<u>母親、もしくは義理の姉妹など女性家族メンバーに相談して、意思決定をしている</u>と考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> また、意思決定の内容については5名が「非常に自信がある」、1名が「やや自信がある」と回答。 子供のヘルスケアに関する意思決定は、既婚者3名のうち1名が「自分自身」、2名が「夫と共同」と回答。<u>意思決定の内容については全員が自信を持っている。</u> 世帯における主要な買い物の意思決定は、既婚者3名は、「夫と共同」、「自分」「夫」が各1名であった。「夫と共同」「夫」と回答した対象者各1名は「息子」とも回答しており、<u>意思決定への回答者の関与は相対的に低い</u>と考えられる。<u>10代の未婚者3名については、「母」「父」「兄と義姉」が各1名。「父」と回答した10代は、「叔母」とも回答。</u>内容により、相談する相手が異なると考えられる。 相談なしに購入できるものは、「化粧品」5名、「衣服」4名、「日用品」、「食品」、「文房具」が各3名。 8品目中購入可能な品目は、平均4品目。「自分」に購入決定権がある<u>と回答した人は、購入できる製品の種類が多い。</u>他方10代3名は、1名 	<p>「叔母」が各1名。10代の1名(Ela)は、「自分」ではなく、「母/義母」「叔母」が意思決定をすると回答。</p> <ul style="list-style-type: none"> また、意思決定の内容については3名が「非常に自信がある」、「やや自信がある」「あまり自信がない」が各1名。 子供のヘルスケアに関する意思決定は、<u>既婚者3名全員が「自分自身」と回答。</u>ベースラインより、増加した。<u>意思決定の内容について全員が自信を持っている。</u> 世帯における主要な買い物の意思決定は、既婚者3名は、「夫と共同」、「自分」「夫」が各1名であった。ベースライン時と同じ。 未婚者3名のうち、2名は「姉」「義姉」となっており、「自分」に決定権はない。1名は「自分」に加え「母」「叔母」の意見を聞いている。 相談なしに購入できるものは、「衣服」5名、「化粧品」4名、「日用品」、「家庭用器具」3名、「スキンケア製品」2名。 8品目中購入可能な品目は、平均3.0品目。ベースライン時に「文房具」しか買えなかった10代1名は、「衣服」「日用品」「スキンケア製品」「家庭用器具」の4品目を買えると回答。「化粧品」と「文房具」のみと回答した10代1名は、これに加えて「衣服」も買えると回答。 自分1人で支出できる金額は、<u>6,750タカ。</u>ベースラインの917タカから大幅に増加。<u>全員が2,000タカ以上</u>

分野	ベースライン結果	エンドライン結果																																								
	<p>は「日用品」「衣服」「化粧品」「文房具」を購入できるが、<u>1名は「化粧品」と「文房具」のみ、1名は「文房具」のみしか自分で購入できない。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 自分1人で支出できる金額は、ゼロから2,500タカ。<u>10代の1名は自分でお金を使うことができない。</u>その他の10代は、<u>200-500タカ程度を支出可能。</u>「自分」に購入決定権があると回答した30代1名は、1500タカまで支出可能と回答。「夫と共同」で意思決定すると回答した30代1名は2500タカまで支出可能。 	<p><u>支出可能。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ベースラインとエンドラインを比較すると、全員ベースラインより大幅に支出額を増やしているが、40代女性2名（Shahida, Monowara）の支出額の伸びが極めて大きい。 <table border="1" data-bbox="916 698 1394 1339"> <thead> <tr> <th>AO</th> <th>Base line</th> <th>Ebd line</th> <th>Change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ruma</td> <td>250</td> <td>2,000</td> <td>1,750</td> </tr> <tr> <td>Ela</td> <td>0</td> <td>7,500</td> <td>7,500</td> </tr> <tr> <td>Ayesa</td> <td>500</td> <td>2,000</td> <td>1,500</td> </tr> <tr> <td>Parvin</td> <td>1,500</td> <td>4,000</td> <td>2,500</td> </tr> <tr> <td>Sahida</td> <td>2,500</td> <td>15,000</td> <td>12,500</td> </tr> <tr> <td>Monoara</td> <td>750</td> <td>10,000</td> <td>9,250</td> </tr> <tr> <td>Average</td> <td>917</td> <td>6,750</td> <td>5,833</td> </tr> <tr> <td>Minimum</td> <td>0</td> <td>2,000</td> <td>2,000</td> </tr> <tr> <td>Maximum</td> <td>2,500</td> <td>15,000</td> <td>12,500</td> </tr> </tbody> </table>	AO	Base line	Ebd line	Change	Ruma	250	2,000	1,750	Ela	0	7,500	7,500	Ayesa	500	2,000	1,500	Parvin	1,500	4,000	2,500	Sahida	2,500	15,000	12,500	Monoara	750	10,000	9,250	Average	917	6,750	5,833	Minimum	0	2,000	2,000	Maximum	2,500	15,000	12,500
AO	Base line	Ebd line	Change																																							
Ruma	250	2,000	1,750																																							
Ela	0	7,500	7,500																																							
Ayesa	500	2,000	1,500																																							
Parvin	1,500	4,000	2,500																																							
Sahida	2,500	15,000	12,500																																							
Monoara	750	10,000	9,250																																							
Average	917	6,750	5,833																																							
Minimum	0	2,000	2,000																																							
Maximum	2,500	15,000	12,500																																							
<p>人前で話すことに対する自信</p>	<ul style="list-style-type: none"> 「<u>多くの女性の前で話すことに自信があるか</u>」との問いには、<u>全員が「非常に自信がある」と回答。</u> 「<u>多くの男性の前で話すことに自信があるか</u>」との問いには、30代1名、10代、40代各1名合計3名が「<u>非常にある</u>」と回答する一方、残り3名が「<u>ややある</u>」と回答。 「<u>ワークショップの運営に自信が持てるか</u>」との質問には、<u>全員が「非常に自信がある」と回答。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 「<u>多くの女性の前で話すことに自信があるか</u>」との問いには、<u>4名が「非常に自信がある」と回答。</u>若い2名が(ベースライン時には「非常に自信がある」と回答していたにも関わらず)「<u>やや自信がある</u>」と回答。 「<u>多くの男性の前で話すことに自信があるか</u>」との問いには、既婚者3名全員が「<u>非常にある</u>」と回答する一方、未婚の3名のうち、2名が「<u>ややある</u>」、1名が「<u>あまりない</u>」と回答。若手2名（Ruma, Ayesha） 																																								

分野	ベースライン結果	エンドライン結果
対人関係	<ul style="list-style-type: none"> ・ 外出意欲については <u>5名が積極的</u>、「やや」が1名(10代)。 ・ 外出したい理由は「<u>リフレッシュできる</u>」、「<u>よい風景を楽しめる</u>」が各<u>5名</u>で、「人に会える」(2名)より多い。10代と40代の各1名が、「新しい知識やアイデアを得るため」と回答。 ・ 新しい友人を作りたいかについては、「非常に作りたい」2名、「やや作りたい」3名。10代の1名のみ「それほどでもない」と回答。10代3名は「やや作りたい」2名、「それほどでもない」1名で、他の年代よりやや消極的である。 	<p>の回答はベースライン時より後退している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 外出意欲については <u>2名が積極的</u>、「必要があれば」が3名(Ela, Ayesha, Parvin)、「できるだけ家にいたい」が1名(Ruma)。ベースライン時より後退。仕事で外出するため、追加的な外出の意欲がないことも考えられる。また現在進行中の政情不安が影響していることも考えられる。 ・ 外出したい理由は「<u>人に会える</u>」(4名)、「<u>リフレッシュできる</u>」1名、「<u>よい風景を楽しめる</u>」が3名。 ・ 新しい友人を作りたいかについては、既婚者3名全員が「非常に作りたい」と回答。未婚者3名は、「やや作りたい」(2名)と「それほどでもない」(Ruma)と回答。外出意欲が低い人が、友人を作る意欲も低い。年代が低い方が、消極的な傾向。
将来への意識	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>全員が将来実現したい目標を持っている</u>。内容は、未婚の10代3名が「政府職員(Government service holder)」(1名)、残り2名は「著名な企業(Highly designated service holder)」(2名)に勤めることを目標としているのに対し、既婚者3名は、「<u>息子を医者にしたい</u>」「<u>息子に教育を受けさせたい</u>」など、<u>息子に関する目標</u>であった。 ・ 目標の実現に関して、<u>全員が一定の自信を持っている</u>。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ <u>全員が将来実現したい目標を持っている</u>。内容は、既婚者3名のうち2名が、「<u>子供をしっかり育てたい</u>」、「<u>息子を医者にしたい</u>」と子供に夢を託している。残り1名の目標は、「<u>生活の質の向上</u>」であった。未婚者3名は、「よい仕事」、「政府職員」「看護婦/弁護士」各1名と仕事に関する目標であった。 ・ 目標の実現に関して、「<u>おそらく実現できる</u>」と回答した1名(Ayesha)を除いて<u>全員が「絶対実現する」と回答</u>。

別添資料24：エンドライン調査結果集計表（AO向け）

Category	Question	Options	Baseline survey	Endline survey		
Profile	1. Profile					
	Age	Average		32	30	
		Minimum		18	18	
		Maximum		48	48	
	Current marital status	1 Married		3	3	
		2 Not Married		6	3	
	Age of marriage	Average	NA		20	
		Minimum	NA		13	
		Maximum	NA		23	
	Working duration as AO	Average	NA		11	
		Minimum	NA		11	
		Maximum	NA		11	
	Baseline survey	1 Yes	NA		6	
		2 No	NA		0	
	Household income	Average		14,000	NA	
		Minimum		10,000	NA	
		Maximum		20,000	NA	
	Household structure	Total number of people living in the same house	Average	5	NA	
			Minimum	4	NA	
			Maximum	6	NA	
		Number of your own children	Average	2	NA	
			Minimum	1	NA	
			Maximum	2	NA	
	Reasons to have become AO	1 Get income		6	NA	
		2 Wanted to acquire skill		4	NA	
		3 Wanted to do something exciting/worth doing outside home		0	NA	
		4 Wanted to contribute to the society		2	NA	
5 Somebody recommended			0	NA		
6 Other			2	NA		
Specify			To Know About Unknown Things, For independence			
Income and skill as AO	1. Reason and satisfaction to be an AO					
	1) Satisfaction with working as AO	How much are you satisfied with working as an AO?	1 I am proud of being an AO.	5	5	
			2 It is OK to work as an AO.	1	1	
			3 I am not satisfied with working as an AO.	0	0	
			4 Other	0	0	
			Specify			
	2. Income from AO work					
	1) Current income from AO work	How much money do you earn monthly on average from the work as AO last month? <Target> Income from AO work increases to more than 5,000 TK. -> Achieved	Specify	Average	5,000	7,500
				Minimum	5,000	7,500
				Maximum	5,000	7,500
				1 Below 2,000Tk	0	0
				2 2,001Tk to 5,000Tk	6	0
				3 5,001Tk to 7,500Tk	0	6
				4 7,501Tk to 10,000Tk	0	0

Category	Question		Options	Baseline survey	Endline survey	
	2) Use of income	What would you use your income from AO work? (multiple answers)	5 Above 10,000Tk	0	0	
			1 Saving	6	3	
			2 Education	0	5	
			3 Medical treatment	0	0	
			4 Pay a debt	0	0	
			5 Buy food/daily use products	0	5	
			6 Buy skincare or cosmetic products	1	0	
			7 Buy clothes	0	3	
			8 Buy livestock	0	0	
			9 Other	0	0	
	Specify					
	3. Skill as AO					
	1) Experience of talking in front of people	How many times have you experienced talking officially in front of more than 15 people? <Target> All Aos choose option 5 (more than 51 times). -> Achieved	1 Less than 5 times	3	0	
2 6 to 10 times			0	0		
3 11 to 20 times			0	0		
4 20 to 50 times			0	0		
5 More than 51 times			3	6		
Knowledge and practice of contents regarding awareness activity	1.Concern, knowledge, and living habit in the areas of health, sanitation and nutrition					
	1) Hand washing	a. What do you usually use when you wash your hands?	1 Soap (bar, liquid, powder or paste) and water	6	6	
			2 Cleansing agents other than soap (ash, mud, or sand) and water	0	0	
			3 Water only	0	0	
			4 Other	0	0	
			Specify			
		b. Why do you wash your hands ? <Target> All Aos choose option 1. -> Achieved	1 Can keep your hands clean/ can remove dirt and germs	4	6	
			2 Can prevent diarrhea	3	3	
			3 Can prevent skin problem on hands	0	3	
			4 Can keep good health	5	5	
			5 Other	0	0	
			Specify			
			6 Nothing good will happen	0	0	
c. What do you usually do after you wash your hands?	1 Do nothing (dry up naturally)	0	0			
	2 Wipe hands with a towel	6	6			
	3 Wipe hands with your wearing	0	0			
	4 Other	0	0			
	Specify					
d. How frequently do you or your family wash or change the towel with which you wipe your hands after washing hands?	1 Everyday	3	4			
	2 Once for two to three days	2	1			
	3 Once a week	1	1			
	4 Less than once a week	0	0			
e. Do you think something bad will happen when you do not wash or change the towel with which you wipe your hands at proper timing, or you think nothing will happen? <Target> All Aos choose option 2. -> Not achieved	1 The towel gets dirty and affect your hands' sanitation	4	5			
	2 Germs in the towel affect your health	2	4			
	3 Other	0	0			
	Specify					

Category	Question		Options	Baseline survey	Endline survey	
			4 Nothing will happen	0	0	
	2) Washing of bed clothing	a. Do you or your family members regularly wash your and your family's bed clothing?	1 Yes	6	6	
			2 No	0	0	
		b. How frequently do you or your family members wash your and your family's bed clothing?	1 Daily	0	0	
			2 Once for two to three days	1	1	
			3 Once a week	4	5	
			4 Once for two to four weeks	1	0	
			5 Less than once a month	0	0	
		c. Do you or your family members regularly hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Yes	6	6	
			2 No	0	0	
		d. How frequently do you or your family members hang out your and your family's pillow in the sun?	1 Daily	0	0	
			2 Once for two to three days	0	2	
			3 Once a week	4	4	
			4 Once for two to four weeks	2	0	
			5 Less than once a month	0	0	
		e. Why do you wash your bed clothing or hang out your pillow in the sun? <Target> All Aos choose option 2. -> Not achieved	1 Feel comfortable when I sleep	4	6	
			2 It is hygienic/ can remove dirt and germs	3	5	
	3 Can prevent tick infection		0	4		
	4 Can prevent acne		0	1		
	5 Can prevent bad smell of bed clothing/pillow		4	5		
	6 Other		0	0		
	Specify					
	7 Do not know		0	0		
	3) Diet	a. Do you usually cook for yourself and/or your family?	1 Yes	6	5	
			2 No	0	1	
		b. What are you usually concerned when you cook?	1 Number of dishes	0	0	
			2 Nutrition	5	5	
			3 Taste	6	1	
			4 How the meal look	1	1	
			5 Volume	1	4	
			6 Other	0	0	
			Specify			
		c. What do you mean by "nutritious meal"?	1 Have good balance with meat, vegetable, and staple food, etc.	6	6	
			2 Have good volume	0	5	
			3 Fresh meal	3	4	
			4 Other	4	0	
			Specify	Milk(2), Egg(2), Fruit		
		5 Do not know	0	0		
		d. At what time do you usually take dinner?	Dinner	Average	20	20
				Minimum	20	19
	Maximum			21	21.5	
	e. What do you think is the bad effect to your health if you take too much salt? <Target> All Aos choose option 4. -> Achieved	1 Get tired	0	1		
		2 Get fat / obesity	0	0		
		3 Skin trouble	0	3		
		4 Increase blood pressure	6	6		

Category	Question	Options	Baseline survey	Endline survey
		5 Diabetes	1	1
		6 Heart-related diseases	1	2
		7 Diseases related to blood vessel	1	3
		8 Acidity	2	0
		9 Other	0	1
		Specify		Asthma, Anemia
		10 Do not know	0	0
	f. What do you think is the bad effect to your health if you take too much oil?	1 Get tired	0	1
		2 Get fat / obesity	6	6
		3 Skin trouble	2	4
		4 Increase blood pressure	3	3
		5 Diabetes	0	2
		6 Heart-related diseases	4	5
		7 Diseases related to blood vessel	0	0
		8 Acidity	2	5
		9 Other	0	0
		Specify		
		10 Do not know	0	0
	g. What do you think is the bad effect to your health if you take too much sugar?	1 Get tired	0	0
		2 Get fat / obesity	1	4
		3 Skin trouble	0	2
		4 Increase blood pressure	1	2
		5 Diabetes	6	6
		6 Heart-related diseases	1	0
		7 Diseases related to blood vessel	0	3
		8 Acidity	1	0
		9 Other	0	0
		Specify		
		10 Do not know	0	0
	h. What kind of vegetable did you eat last night?	1 Root vegetables (carrot, parsnip, beetroot, turnip)	1	1
		2 Leafy green vegetables (cabbage, broccoli, Brussels sprout, kale, spinach, cauliflower)	2	4
		3 Alliums (onion, leek, garlic, shallot)	6	1
		4 Potatoes	3	5
		5 Legumes (peas and beans)	0	3
		6 Pumpkin family (cucumber, courgette, marrow, squash, pumpkin, gourd)	5	0
		7 Tomatoes	0	2
		8 Salad crops (lettuce, radish, rocket, celery, cress, bean sprouts)	0	1
		9 Other vegetables (pepper, sweet potato, corn, artichoke, asparagus, mushroom)	0	0
	i. When do you wash vegetable?	1 Before cutting	6	6
		2 After cutting	1	0
		3 Do not wash	0	0
		4 Other	0	0
		Specify		
	j. What are you concerned when you cook vegetable?	1 Do not heat too much	5	6
		2 Take enough volume	0	4

Category	Question	Options	Baseline survey	Endline survey	
	All AOs choose option 3. -> Not achieved	3 Take enough variety	2	0	
		4 Cook leafy vegetable daily	2	2	
		5 Choose fresh one	2	5	
		6 Other	0	0	
		Specify			
		k What happen if you do not take enough vegetable?	1 Cause skin problem	2	2
	2 Anemia		4	4	
	3 Constipation		0	5	
	4 Get sick (high blood pressure, high blood sugar)		3	6	
	5 Other		2	0	
	Specify		Acne, Spot , Malnutrition		
	4) Sleeping	a. At what time do you get up and go to bed?	Get up at	Average	5
Earliest				4	3
Latest				6	6
Go to bed at			Average	22	22.4
			Earliest	21	22
			Latest	22	23
Sleeping hours			Average	7	6
			Shortest	6	5
			Longest	9	8
b. What do you feel about your sleep? Too much, moderate, or not enough?		1 I sleep too much	0	1	
		2 I have moderate sleep in general	4	5	
		3 I do not have enough sleep	2	0	
c. Do you know length and quality of sleeping is related to your health?		1 Yes	6	6	
		Specify how	It's healthy for brain (5),skin (3), mind (1), and health (3), It keeps us healthy & refresh our mind, It helps one to calm down	Headache (6), weakness (5)	
		2 No	0	0	
d. Do you know there is a specific period of time at night when you are recommended to sleep for healthy skin?		1 Yes	5	6	
		2 No	1	0	
e. What is the specific period of time at night?		Specify	22:00 - 2:00 (5)	22:00-2:00(6)	
5) Ultraviolet rays	a. Do you usually take care of your skin when you stay outside under sunshine?	1 Yes	6	6	
		2 No	0	0	
	b. What do you do?	1 Try to stay under shade	0	0	
		2 Hide skins with clothes, umbrella, or something else	6	3	
		3 Put sunscreen on skin	4	4	
		4 Stay at home	0	0	
		5 Other	0	0	
		Specify		Dehydration	
	c.What will happen if you do not take care of your skin at all under strong sunshine for a long time or nothing will	1 Sunburn / skin gets darker	6	6	
		2 Skin trouble other than sunburn (spots, dryness, wrinkle, etc.)	4	5	

Category	Question		Options	Baseline survey	Endline survey
		happen?	3 Gets tired	2	0
			4 Other	2	0
			Specify	Skin becomes dirty which leads to acne	
			5 Nothing will happen	0	0
	6) Smoking habits	a. Do you smoke (including chewing tobacco)?	1 Yes, daily (smoke everyday)	0	0
			2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0
			3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0	0
			4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0
			5 No at all	6	6
		(For married respondents) b. Does your husband smoke?	1 Yes, daily (smoke everyday)	3	2
			2 Yes, frequently (smoke 4 to 6 days a week)	0	0
			3 Yes, sometimes (smoke 1 to 3 days a week)	0	0
			4 Yes, occasionally (smoke less than 3 days a month)	0	0
			5 No at all	0	1
		c. What do you think is the influence of smoking?	1 Cause diseases related to blood vessel	0	0
			2 Cause heart-related diseases	4	6
			3 Cause cancer	5	6
			4 Cause spots on skin	0	1
	5 Cause asthma		4	4	
	6 Cause wrinkles on skin		0	5	
7 Cause shadows under your eyes	1		1		
8 Make your teeth dirty	0		0		
9 Other	0		0		
Specify					
10 Do not know	0	0			
Empowerment	1. Level of enlightenment				
	1) Influence to others	Do you teach others good information and/or practices related to health, sanitation and/or nutrition issues?	1 With husband	1	1
			2 With children	0	3
			3 With your family	6	4
			4 With your husband's family	1	1
			5 With your friend and/or acquaintances	6	5
			6 With other	0	2
			Specify		
			7 Do not have conversation	0	0
2. Size of living area					
	1) Area she can move alone	How far can you go alone? <Target> AOs who choose option 5 or 6 increase. More than 6 AOs can go to Tangail alone. -> Achieved	1 Inside your own village	1	0
			2 To neighboring villages	0	0
			3 To the union center	1	0
			4. To the upazila center	0	0
			5 To Tangail	2	2
			6 To Dhaka	2	4
3. Household decision making					
	1) Decision making about health, sanitation, and nutrition for herself	Who usually makes decisions about health care for yourself such as what you eat, how long you sleep or how you take care of sunshine: you, your husband, you and your husband jointly, or someone else?	1 Respondent	5	5
			2 Husband	0	0
			3 Respondent and husband jointly	1	0
			4 Mother / mother-in-law	3	1
			5 Father / father-in-law	0	0

Category	Question		Options	Baseline survey	Endline survey	
			6 Someone else	1	1	
			Specify	Sister in law	Aunt	
	2) Confidence in her decisions for herself	Are you confident in your (joint) decision about health care for yourself?	1 Very much confident	5	3	
			2 Somehow confident	1	1	
			3 Not so confident	0	1	
			4 Not confident at all	0	0	
	3) Decision making about health, sanitation, and nutrition for her children	Who usually makes decisions about your children's health care such as what they eat, how long they sleep or how to take care of sunshine for them?	1 Respondent	1	3	
			2 Husband	0	0	
			3 Respondent and husband jointly	2	0	
			4 Mother / mother-in-law	0	0	
			5 Father / father-in-law	0	0	
			6 Children	0	0	
			7 Someone else	0	0	
			Specify	Unmarried (3)		
			8 Do not have children	0	0	
	4) Confidence in her decisions for her children	Are you confident in your (joint) decision about health care for your children?	1 Very much confident	3	3	
			2 Somehow confident	0	0	
			3 Not so confident	0	0	
			4 Not confident at all	0	0	
	5) Major household purchases	Who usually makes decisions about making major household purchases?	1 Respondent	1	2	
			2 Husband	1	1	
			3 Respondent and husband jointly	1	1	
			4 Mother / mother-in-law	1	1	
			5 Father / father-in-law	1	0	
			6 Someone else	4	3	
			Specify	Brother, Sister in law, Son (2), Aunty	Sister in law, sister, aunt	
		What can you buy without consulting with other people?	1 Food	3	1	
			2 Clothes	4	5	
			3 Medical products/service	1	0	
			4 Daily products	3	3	
			5 Skincare products	1	2	
			6 Cosmetic products	5	4	
			7 Cigarette	0	0	
			8 Household appliances	2	3	
			9 Furniture	0	0	
			10 Other	3	3	
			Specify	Small stationeries (3)		
			No of items can be purchased	Average	3.7	3.5
				Minimum	1	3
				Maximum	7	5
	6) Amount of money she can decide to spend	By how much money can you make your own decision to spend without consulting with others?	Specify	Average	917	6,750
				Minimum	0	2,000
				Maximum	2,500	15,000
		<Target> The amount of money AO can decide to spend increase to more than 938Tk. -> May be achieved	1 Below 500Tk	2	2	
			2 501Tk to 1,000Tk	1	0	

Category	Question		Options	Baseline survey	Endline survey
			3 Above 1,000Tk	2	4
			4 Cannot decide at all	1	0
4. Confidence in talking in front of people					
1)	Confidence in talking in front of female people	How much are you confident in talking in front of a lot of female people?	1 Very much confident	6	4
			2 Somehow confident	0	2
			3 Not so confident	0	0
			4 Not confident at all	0	0
2)	Confidence in talking in front of male people	How much are you confident in talking in front of a lot of male people? <Target> The number of AOs who choose option 1 increases. -> Achieved	1 Very much confident	3	3
			2 Somehow confident	3	2
			3 Not so confident	0	1
			4 Not confident at all	0	0
5. Social Relationship					
1)	Willingness to go out	Are you willing to go out?	1 Very much willing to	5	2
			2 If needed	0	3
			3 Want to stay at home as much as possible	0	1
			4 Other	1	0
			Specify	Moderately willing	
2)	Reason for going out	Why are you willing to go out?	1 Because I can meet people	2	4
			2 Because I can buy what I want	0	0
			3 Because it freshens me up	5	1
			4 Because I can enjoy nice view	5	3
			5 Other	2	0
			Specify	Get to know about new things, To get new ideas and want to know new things	
3)	Willingness to make new friends	Are you willing to make new friends?	1 Very much willing to	2	3
			2 Somehow willing to	3	2
			3 Not so willing to	1	1
			4 Not willing to at all	0	0
6. Awareness toward own future					
1)	Future image	Do you have goals you want to achieve in future?	1 Yes	6	6
			Specify	Want to be Government Service Holder, a Highly Designated Service Holder (2), make my son a doctor, want my son to be highly educated, Want to establish my son	Good job (2), to make a child established (2), self-dependent (2), government job, nurse/advocate, to make son a doctor, better quality of life
			2 No	0	0
2)	Self-efficacy	Do you think you can achieve the goals in future?	1 Absolutely yes	3	5
			2 Probably yes	3	1
			3 Not confident	0	0
			4 Do not think so	0	0