

プラン・ユースグループ

2025-2026年 活動報告書



PLAN YOUTH GROUP
for Plan International

2026年8月

目次

1. Introduction

- 1.1. プラン・ユースグループとは
- 1.2. プラン・ユースグループの 2025-2026

2. ユースグループ全体の活動

- 2.1. YAP ALLの開催
- 2.2. 豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」との意見交換会の実施
- 2.3. TICAD9記念イベントの開催
- 2.4. ワークショップ「Girl Goals ストーリー」への参加
- 2.5. 「グローバルフェスタJAPAN2025」へのブース出展
- 2.6. リトリートへの参加
- 2.7. 新規メンバーのリクルート

3. アドバイザリーの活動

- 3.1. 組織意思決定への参画
- 3.2. 議論の活性化に向けた組織基盤づくり
- 3.3. マーケティング・コミュニケーション部との連携
- 3.4. 国内支援事業グループとの連携
- 3.5. 事務局内での認知度調査

4. アドボカシーの活動

- 4.1. 痴漢に関する意識調査・啓発
- 4.2. SNS等による発信
- 4.3. その他の活動

1. Introduction

1.1. プラン・ユースグループとは

国際 NGO プラン・インターナショナル(以下、プラン)は、誰もが平等で公正な世界を実現するために、子どもや若者、さまざまなステークホルダーとともに世界80カ国以上で活動しています。プラン・インターナショナルでは、2013年頃から若者の意思決定への参画を世界的に推進するようになり、日本でも2014年にプラン・ユースグループ(以下、ユースグループ)が設置されました。

ユースグループは、アドバイザリーチームとアドボカシーチームの2つのチームで構成されています。アドバイザリーチームでは、プランの理事会や役員定例会への出席などを通じた組織意思決定への参画のほか、国内支援事業への助言、各部署との連携、海外ユースグループとの交流などを実施しています。アドボカシーチームは、プランのアドボカシーグループと協働し、若者のジェンダー観などに関する調査やその結果に基づく提言活動、イベント開催や SNS による啓発活動を実施しています。

1.2. プラン・ユースグループの2025-2026

※プラン・インターナショナルの年度は、毎年7月1日から翌年6月30日までです。本報告書における「2026年度」は、2025年7月1日から2026年6月30日までを指します。

	アドバイザリーチーム	アドボカシーチーム
2025年 5月	● 新メンバー加入 ● オリエンテーション開催	● 新メンバー加入 ● オリエンテーション開催
6月	● 25年度メンバー卒業式 ● 25年度活動報告会 ● 統括との個別面談実施 ● 新入局職員向けオリエンテーションの実施(以下、職員向けオリエンテーション) ● 事務局からの各部個別オリエンテーション受講	● 25年度メンバー卒業式 ● 25年度活動報告会
7月	● 役員定例会参加 ● オフィス訪問 ● 職員向けオリエンテーション ● アドボカシーチームに対し、SNSへの助言	● 役員定例会参加 ● 統括との個別面談実施
8月	● 豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」との意見交換会 ● TICAD9記念ユース交流イベント実施 ● Girl Goals ストーリー(UN Women(国連女性機関)日本事務所、プラン、ユニ・チャーム共催イベント)へ参加 ● 事務局長によるマンスリーアップデート	● 豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」との意見交換会 ● TICAD9記念ユース交流イベント実施 ● Girl Goals ストーリー(UN Women(国連女性機関)日本事務所、プラン、ユニ・チャーム共催イベント)へ参加

9月	● YAP ALL ● 理事会参加 ● 「グローバルフェスタJAPAN 2025」ブース出展	● YAP ALL ● 第6次男女共同参画計画の素案へのパブリックコメント提出 ● YOUTH PEAKプロジェクト参加、提言作成 ● 「グローバルフェスタJAPAN 2025」ブース出展 ● SRHRスタンディングアクション参加
10月	● マーケティング・コミュニケーション部と連携して「国際ガールズ・デー」登壇 ● グローバルフェスタ参加報告実施 ● 来年度グローバルフェスタ参加検討	● グローバルフェスタ参加報告実施 ● 来年度グローバルフェスタ参加検討
11月	● 統括との個別面談実施 ● 職員向けオリエンテーション ● 国内支援事業グループと連携しトレンドパンフ構想を提案 ● プラン試写会イベント参加	● 国際人権NGO ヒューマンライツ・ナウ女性の権利プロジェクトユースチームとのInstagramコラボ投稿
12月	● 半期活動振り返り ● YAP ALL ゲスト招待回用リスクアセスメントの作成 ● YAP ALL ● 役員定例会参加	● 豊島区すずらんスマイルプロジェクトとの協働企画検討 ● YAP ALL ● 26年度前期Instagram分析、分析結果共有、意見交換 ● 26年度振り返りアンケート実施
2026年 1月	● プランリトリート参加 ● 次年度の活動/予算計画について話し合い ● 職員向けオリエンテーション	● プランリトリート参加 ● 豊島区すずらんスマイルプロジェクトとの協働企画検討 ● 痴漢抑止に関する調査の報告書作成作業（内容の選定、デザインの作成） ● 26年度振り返りアンケート結果共有 ● 統括との個別面談実施
2月	● 新規メンバー募集検討開始 ● プログラム部連携開始 ● Girl's Lab 座談会 ● 事務局長によるマンスリーアップデート ● プログラム部連携 検討開始	● 痴漢抑止に関する調査の報告書作成作業（内容の選定、デザインの作成） ● 次年度の活動についての話し合い ● 新規メンバー募集に関するSNS企画開始
3月	● 役員定例会参加 ● YAP ALL ● 新規メンバー採用説明会 ● Climate Youth Japanとの会合	● ヒューマンライツ・ナウ女性の権利プロジェクトユースチームとのInstagramコラボ投稿 ● 役員定例会参加 ● YAP ALL ● 新規メンバー採用説明会 ● Climate Youth Japanとの会合
4月	● 新規メンバー選考 ● コミュニケーションツール移行検討 ● 中期経営計画 検討会 参画開始 ● マーケティング・コミュニケーション部連携 国際ICTガールズ・デーイベント登壇	● 新規メンバー選考 ● 豊島区すずらんスマイルプロジェクトとの協働企画の検討 ● オンラインイベント「新学期・新生活だからこそ考えたい『性的同意』—ユース団体リレートーク—」登壇

5月	● YAP ルールブック作成 ● YAP ALL (オリエンテーション)	● YAP ルールブック作成 ● YAP ALL (オリエンテーション) ● 「第3回 ジェンダーサークル&アクティビストのオンライン交流会 ユニジェン！」参加
6月	● 26年度活動報告会	● 26年度活動報告会 ● 26年度後期Instagram分析、分析結果共有、意見交換

2. ユースグループ全体の活動

2.1. YAP ALLの開催

2026年度は、アドバイザーチームとアドボカシーチームの合同ミーティング（通称：YAP ALL）を、2025年9月・12月、2026年3月の計3回開催しました。本ミーティングは、普段交流の少ない2つのグループが相互理解を深めることを目的として実施したものです。YAP ALLを通じて、各グループの活動内容への理解を促進し、メンバーのモチベーション向上や、活動における連携・相乗効果の創出を目指しました。

9月の回では、同月末に参加した「グローバルフェスタJAPAN2025」（以下、グローバルフェスタ）に向けて、出展コンテンツの検討および展示物の準備を行いました。また、プランの職員による団体紹介のレクチャーも実施しました。12月の回では、ユースグループの元メンバー（）4名を招き、これまでの活動を通じて得た学びが、就職活動や社会人生活にどのように活かされているかについてお話しいただきました。3月の回では、ユースグループのアルムナイでもある現役のプラン理事をお招きし、本年度の活動の振り返り（ラップアップ）を行いました。また、3月末から開始する次年度メンバー募集について、アドボカシー・アドバイザー両チームそれぞれの選考スケジュールを共有し、次年度に向けた意欲を高めました。



12月13日開催 第2回YAP ALLの様子

2.2. 豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」との意見交換会の実施

豊島区の若者支援事業担当者へ、広報に関する助言の機会を持ちました。アドバイザリーチームでは昨年度に、国内支援事業グループの若者支援事業「わたカフェ」のSNSにアドバイスをを行いました。同チームが豊島区の若者支援事業「すずらんスマイルプロジェクト」担当者の方に共有したことをきっかけに、同プロジェクトに対し若者視点を取り入れた広報施策に関するアドバイスをを行う会議の場が、8月13日に設けられました。

アドバイザリーチーム内で国内支援事業を担当するメンバーを中心に当日までの準備及び、豊島区の担当者との意見交換会を実施しました。準備段階では、豊島区役所を訪問し、事前に先方が抱える課題のヒアリングを行い事業理解を深めました。そして、同区が運営するホームページやSNSに対し、アドボカシーチーム内のSNSチームと連携しながらユース視点を活かした改善提案を行いました。課題点に対する提案を発表し、質疑応答や意見交換を通じて、若者視点を共有することができました。

例えば、同プロジェクトのホームページで複数のキャラクターが使用されていることについて、プロジェクトとして伝えたいイメージが分散してしまう可能性を指摘しました。その上で、キャラクターの数や役割を整理し、見せ方に一貫性を持たせることを提案しました。豊島区の担当者からは、「実際に対象の年齢層にどのように印象が伝わるのかについて率直な意見をいただき、見せ方には注意が必要であると理解できた」との反応をいただきました。

今回の活動を振り返り、行政やアドボカシーチームとの連携において、計画段階から全体の流れを整理し、事前に役割分担を明確化できた点は成果でした。一方で、提案後の経過や反映状況について、フォローアップができなかった点は課題でした。今後は提案後、フィードバックの機会を設けることで、助言活動の質向上につなげていきたいです。

これまでアドバイザリーチームが主に取り組んできたプラン内部への助言活動にとどまらず、外部、特に行政に対してもユースの視点から影響を与える機会を得られたことは、大きな成果であると考えます。今後も、内部で培ってきた助言活動のノウハウを活かし、外部に対しても積極的に関与していきたいと考えています。



豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」担当者との意見交換会の様子

2.3. TICAD9記念イベントの開催

2025年8月20日から22日にかけて、日本政府が主導し、国連や世界銀行などと共同で開催するアフリカ開発に関する国際会議「TICAD 9(第9回アフリカ開発会議)」がパシフィコ横浜で開催されました。

プランでは、同会議に向けて、ナイジェリアから2名を日本に招きました。プラン・インターナショナル・ナイジェリアで教育・緊急時支援を担当するマーシー・チェチュット氏と、Education Cannot Wait(ECW)の多年度レジリエンスプログラム(MYRP)の支援を受け、教育の中断を経験しながらも学校に復帰した18歳の女子生徒、ファティマ氏です。

2名の来日を記念し、ユースグループは、8月21日に池袋オフィスでプラン職員やその家族を招待して、相互交流を目的としたイベントを開催しました。クイズで日本とナイジェリアの文化の違いについて理解を深める企画や、合同出版「ジェンダー・ディスカッションブック SDGsで学ぶ！ 性別格差がない未来」を用いて夫婦別姓が認められない日本の現状について身近な視点から考える企画を行いました。また、お二人と一緒に、日本文化体験として折り紙を折るなど、文化交流も行いました。イベントではお二人から、教育を受けることの重要性や、支援を経てどのように生活や人生が変わったのかについて直接お話を伺うことができ、改めて困難な状況にある子どもたちへの教育や支援の重要性を認識するきっかけとなりました。

翌日にはお二人を浅草にお連れし、浅草寺やスカイツリーと一緒に観光しました。

お二人との交流や当イベントの企画を行い、これからはより頻繁に、実際にプランが活動している国のユースと関わる機会を持つことができると良いと思いました。言語や文化の違いはありますが、同年代のユースとの関わりを通じて、ユースとしての普段の活動の意義を感じることができるよい機会になると思います。今後は世界中のユースとの積極的な関わりを模索していきたいです。



浅草観光の様子



イベント当日の様子

2.4. 「Girl Goals ストーリー・セッション」への参加

2025年8月30日にUN Women日本事務所、プラン、ユニ・チャーム株式会社が共催して、東京ウィメンズプラザで開催されたワークショップ「Girl Goals ストーリー・セッション2025—声をつなげて、未来を変える—」の企画・運営に携わりました。

準備段階では、イベント告知文やポスター、SNS告知用のサムネイルを作成しました。また、UN Women、ユニセフ、プランの3団体がまとめた白書『[女の子のゴール: 思春期の女の子の権利をめぐる環境はどう変化したか](#)』をまとめたスライドを作成し、イベント当日に発表しました。当日は小グループでのディスカッションにおいてファシリテーションを担当し、必要に応じて英語話者の参加者のサポートを適宜行いました。

イベント終了後には、ディスカッションを経て作成された提言を一枚にまとめました。またユースグループのInstagramアカウントで活動報告を行いました。

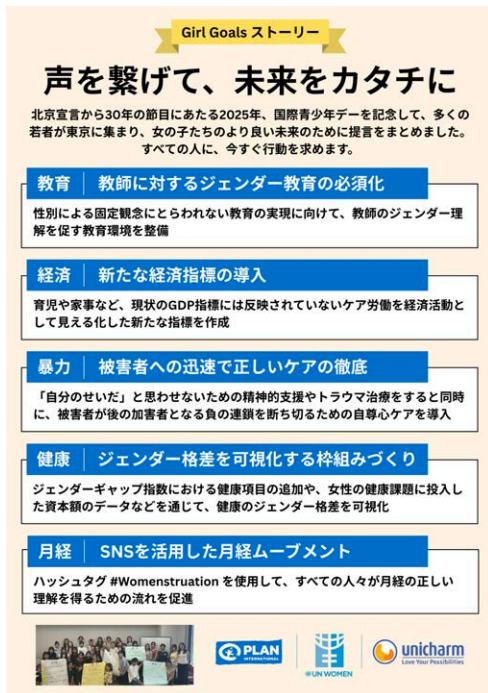


2025年8月9日にシェアされた投稿
作成者: YOUTH_PLANJAPAN

(SNS告知用サムネイル)



(イベント当日の様子)



(左: 提言をまとめたもの、中央・右: 活動報告のInstagram投稿)

2.5.「グローバルフェスタJAPAN」2025へのブース出展

「グローバルフェスタJAPAN」は、国内外のNGOや政府機関が一堂に会し、国際協力の取り組みを紹介する国内最大級のイベントです。2025年9月27日・28日に東京の新宿住友ビル三角広場にて開催されました。ユースグループのブースでは、「若者自身が国際NGOの現場で行動し、声を届け未来を提言する。そのリアルを来場者が知り、共感し、一歩踏み出すきっかけとなる場の創出」を目標に掲げ参加しました。

8月にはコンテンツおよび掲示物をマーケティング・コミュニケーション部と連携し制作しました。来場者参加型の要素を取り入れるべきとの助言を受け、支援サイトで展開されていたハッシュタグ企画「#世界の子どもたちが〇〇できる未来」を参考にした参加型コンテンツを実施しました。また、24年度にアドボカシーチームが制作した「もやもやパネル」の掲示や、職員のキャリアパスを紹介する資料の設置を行い、当日は来場者一人ひとりに対して団体およびユースグループの活動紹介を行いました。

最終的に、2日間で182名にブースに立ち寄っていただきました。学生を中心とした比較的若い層が多く、国際協力に関わる活動機会を求める相談も多く寄せられました。参加メンバーからは、「年齢や性別を問わず多くの方に来場いただけたことが印象的であった」「ジェンダー課題に関心を持つ若い男性が想定以上に多かったことが新たな気づきであった」「準備を通じて、自分たちの活動や事務局について改めて理解を深める機会となった」といった声が挙がりました。

なお、本イベントの参加報告は10月に事務局へ共有しました。今後も事務局と連携しながら、次年度以降も継続的な参加を検討していきます。



ユースグループのブースの様子

2.6. リトリートへの参加

2026年1月29日・30日の2日間で、湘南国際村(神奈川県横須賀市)にて、プラン全職員対象の全体研修「FY26リトリート」(以下、リトリート)が開催されました。プランの現在地を知り、今後の組織の在り方を考えることを目的に行われ、ユースグループからはアドボカシーチームから3名、アドバイザリーチームから3名が参加しました。

リトリートでは、各部から事業計画や成果・考察の共有が行われたほか、ワールドカフェ形式でプラン職員らと共にプランの課題整理と議論をする機会がありました。参加したユースは、ユースの視点からの意見を積極的に共有しました。プランの課題や今後の方針検討に、若い世代の視点を共有・反映できた点には、参加した大きな意義があったと考えます。特に、プラン職員からユースグループとの連携に前向きな声が挙げたことは印象的であり、ユースメンバーが今後、より多くの場面での協働の可能性を感じる機会となりました。

プラン職員と対面で交流し、ユースメンバーの考えの共有、ユースグループの活動・存在への理解促進に大きく繋がりました。普段のオンラインでの活動では把握しきれない組織としての課題や、現場で感じる違和感について理解を深めることができました。これまで関わりのあった一部のプラン職員に限らず、2日間、小グループでの対話を通じて多くの職員と密に意見交換ができた点は大きな成果でした。

プランの課題や今後の重視点、目指す方向やそれに対するプラン職員の考えを知り、アドバイザリーがプランの組織意思決定機関や事業に関わる意義や役割について改めて整理する機会となりました。組織全体の解像度が高まり、今後の関わり方についてより具体的なイメージを持つことができました。来年度のアドバイザリーとしての注力分野も、リトリートでの対話をきっかけに決めることができ、その点でも価値のある時間となりました。

本リトリートにおいてユースメンバーが議論の場で意見を発信する機会を得られたことを踏まえ、次年度の中期事業計画の検討においても、若い世代の視点を反映する機会を確保し、継続的にプランの組織運営へ意見を発信していきたいです。

2.7. 新規メンバーのリクルート

来年度のユースグループメンバー募集(以下、リクルート)に向けて、広報から選考、オリエンテーションまで一連のプロセスを実施しました。今回の募集にあたっては、アルムナイからのアイデアを受けながらユースグループのInstagramの活用を強化し、多様なメンバーの獲得を目指しました。Q&A形式で活動内容やメンバーや卒業生のリアルな声、応募に関する情報発信を計画的に行いました。また、来年度の活動計画を検討するとともに、求める人材像を整理し、募集要項とエントリーシートを作成しました。これらをオンライン説明会の情報とあわせて、プランのホームページに掲載しました。

3月26日には、オンラインで事前説明会および個別相談会を開催しました。説明会では、ユースグループの活動内容や年間スケジュール、各グループの役割について説明を行い、参加希望者との質疑応答を通じて理解促進を図りました。また、個別相談会では、応募を検討している参加者一人ひとりの関心や不安に寄り添いながら対応を行いました。

その後、提出された応募書類をもとにユースメンバーが書類選考・面接を実施し、来年度ユースメンバーとして共に活動するメンバーの選定を行いました。選考においては、応募者それぞれの関心分野や活動への意欲を丁寧に確認し、多様なバックグラウンドを持つメンバーの参加につながるよう努めました。

5月16日には、新規と既存のメンバーを対象としたオリエンテーションをハイブリッド形式で開催しました。当日は、ユースグループの活動方針や年間予定の共有に加え、メンバー間での交流の機会を設け、今後の活動に向けた関係構築を行いました。

今年度のリクルート活動では、SNSを活用した情報発信から説明会、選考、オリエンテーションまでを一貫して実施することで、応募者が活動内容を具体的に理解したうえで参加できる環境づくりを目指しました。一方で、活動内容への理解度や期待値に差が見られる場面もあったため、今後は説明会や広報において、活動の特徴や実際の取り組み内容をより具体的に伝えていく必要があると考えています。

3. アドバイザリーの活動

3.1. 組織意思決定への参画

グローバルで組織の意思決定への若者参画が重視される中、プランでは2014年にユースグループが設置されました。アドバイザリーチームで中核となる役割は、理事会や役員定例会への出席などを通じ、ユース世代の視点や感覚を事業推進・経営課題に反映させることです。今年度は、理事会に2回、役員定例会に3回参加し、予算、事業内容、組織づくり等の議題に対し、ユース目線で質問・意見を述べたほか、3月の役員定例会ではユースグループの年間活動報告を行いました。

これまでの参画において課題だった議題内容の理解やユースメンバーの意見整理を受け、今年度は理事会に参加するにあたり、特に事前準備に注力しました。ユースグループ担当幹部職員やユースグループ出身理事からの定例ミーティングで議題に関するインプットを受けました。そして、メンバー間でのディスカッションを通じ疑問点やユースグループとしての意見をまとめ、常にプランの最新の情報を理解し理事会での信頼性のある発言に繋げてきました。

次年度からも理事会・役員定例会への参加準備のためのプランの情報のアップデート、理事会・役員定例会後のフォローアップ(議題に関連した情報のキャッチアップ)を強化します。また、ユースの意見をより効果的な形で組織内意思決定に反映させる方法を模索していきます。

3.2. 議論の活性化に向けた組織基盤づくり

今年度のアドバイザリー活動では、活動初期においてメンバー間の遠慮から深い議論に発展せず、ミーティングが活動報告に終始する傾向が見られました。特に、活動の多くがオンライン形式であったため、活動の前後などに自然に会話や交流が生まれる機会が限られ、メンバー同士が互いを知り、関係を築くまでに時間を要しました。誰もが安心して発言できる環境、すなわち心理的安全性の高い組織を構築するためにはチームビルディングが不可欠であると認識し、定例ミーティング冒頭の時間に明確な目的を持ったワークを導入しました。具体的には、各自にとって話しやすい環境の条件の共有や、お互いの意見に対し一切「評価」を行わないブレインストーミング等を行いました。この取り組みにより、以前に比べて活発な意見交換ができる環境が整備されました。

この経験を通じて、組織のパフォーマンスを高める上での「心理的安全性」確保の重要性を再認識しました。これはアドバイザリーチームに留まらず、職員の多くが在宅勤務を活用する、プランという組織全体においても同様に重要であると考えます。そのため、職員と接する機会を活用し、アドバイザリー内での実践に基づく意見や気づきを共有し、職場における良好な関係性の構築などについて、ユース世代の視点を伝えました。

次年度は、ユースグループの新旧メンバーが、経験や年齢に関わらず、率直な意見交換を行い、より深い議論ができる場づくりを目指します。特に新メンバーが加入する5月から6月は卒業メンバーとの入れ替え時期でもあり、基盤形成の重要期間と位置づけ、チームビルディングに十分な時間を割く方針です。早期に心理的安全性を確立し、その後の活動において継続的に質の高い議論を生み出せる組織基盤の構築に努めます。

3.3. マーケティング・コミュニケーション部との連携

昨年度から継続し、プランのマーケティング・コミュニケーション部主催イベントの運営サポートをはじめ、登壇や進行役などさまざまな活動を行いました。2025年10月11日の国際ガールズ・デーを記念して開催されたイベントでは、冒頭でアドバイザリーチームのメンバーが登壇しました。本イベントの「未来のチカラになる言葉」というテーマに沿って、実体験を織り交ぜながら国際ガールズ・デーに対する想いを話しました。メディアが入る緊張感のある場で話すことは貴重な機会であったと同時に、プラン職員から「同世代から同世代へ言葉を届けられたことで、参加者の共感を呼ぶことができた」などと好評の声を多数受け、プラン内でのユースグループのプレゼンスを高めることができました。

加えて、本イベントでは協賛企業へのインタビューも務めました。2026年3月8日の国際女性デーに際して開催された映画上映&トークイベントでは、トークセッションの進行役や会場運営を担い、円滑なイベント進行を支えました。同年4月の国際ICTガールズ・デーに開催されたオンラインイベントでは、特定非営利活動法人Waffleの森田久美子ディレクターと「生成AIとジェンダー」をテーマに対話型のセッションを行いました。

イベント運営のほか、マーケティング・コミュニケーション部が実施した「若者のSDGsに対する意識調査」に関する助言活動を行いました。調査実施前には質問項目が適切かどうかのチェックを、調査結果回収後にはデータの考察・分析を行いました。本件の助言活動を行う際には、調査対象と同世代であるユースとしての率直な感覚を伝えることを常に意識しました。ユースの当事者目線から具体的なフィードバックを重ねたことで、より若者の実態に即した精度の高い調査の実現に貢献しました。

次年度もイベント運営への参加を継続し、マーケティング・コミュニケーション部との関係性の構築を図り、より緊密な連携を目指します。



国際ガールズ・デーでの登壇



国際ICTガールズ・デーの様子

3.4. 国内支援事業グループとの連携

国内支援事業グループとの連携を図りながら、ユースの視点を活かした情報発信や事業への関与の可能性を検討しました。同グループが運営する豊島区の「わたカフェ」に加え、2025年8月には、東京都世田谷区に「ゆうカフェ※」が新たにオープンしました。こうして同グループの事業展開が広がるなか、各事業の状況を踏まえつつ、ユースメンバーとの具体的な連携のあり方を探ることとなりました。

こうした事業展開を踏まえ、まず「ユースの生の声を届ける」情報発信物の作成に取り組みました。Teams(同グループとの連絡ツール)を通じて意見交換を行い、その成果をオフィス内に掲示して職員へ共有することを試みました。この試行を通じ、アンケート参加者以外のユースから幅広く意見を集める方法や、双方の関心を踏まえたテーマを継続的に設定する方法について、さらに検討が必要であることが明らかになりました。

その後、国内支援事業グループの取り組みに、ユースグループとしてどのように貢献できるか、検討を続けました。2025年12月に開催された懇親会(Year End Party)での国内支援事業グループリーダーとの懇談を通じ、ゆうカフェと地域との横のつながりをさらに広げる必要性や、わたカフェ、ゆうカフェに続く第三の居場所をつくるため、各地の居場所支援の実態を調査する必要性などを把握しました。

この懇談を一つの契機として、国内支援事業グループとの意見交換を重ね、地域における居場所支援や職員向けのジェンダー教育・インクルージョンに関する取り組みなど、複数の連携可能性を探りました。その中で、各取り組みの実施可能性とともに、ユースグループが担う「ユースの視点から意見を発信する役割」との整合性を十分に考慮する必要があることを認識しました。今後は、ユースメンバーの関心や活動意義を踏まえながら、双方の強みを活かせる連携のあり方を引き続き模索します。

※世田谷区「悩みや困難を抱える若年女性への居場所事業補助金」(世田谷区地域保健福祉等推進基金活用)を活用し、プラン・インターナショナルが運営しています。

3.5. 事務局内での認知度調査

2025年10月、2026年5月の二度にわたり、プラン職員を対象に、アドバイザリーチームの認知度調査を実施しました。アドバイザリーチームとプランとの関わり方を模索するために、過去の連携を見返すとともにプランからアドバイザリーチームに求められていることを知り、今後の活動計画へ活かしていくことを目的として行いました。

2025年10月実施

- ・回答数: 48件(前回比+ 17件)
- ・課題:「同じ空間にいたことはあるが交流したことはない」との回答が増加
- ・成果:国内支援事業グループおよびマーケティング・コミュニケーション部との連携により、アドバイザリーチームについて、プラン事務局内での認知度が向上
- ・今後の対応:オフィスでの交流機会の創出、実現可能なプロジェクトを議論する場の設定、ユースグループの定義・ミッションの再確認を行う

2026年5月実施

- ・回答数:43件(前回比△5件)
- ・課題:メンバーの入れ替わり頻度の高さ
- ・成果:90%以上の職員がアドバイザリーチームが2026年1月に開催されたリトリートに参加、活動したことを認識しており、職員全体の活動理解の向上に貢献
- ・今後の対応:グループ内での知識・経験の蓄積を進めるとともに、プランとアドバイザリーチームの活動目的および役割を明確化し、共有する機会を設ける

4. アドボカシーの活動

4.1. 痴漢に関する意識調査・啓発

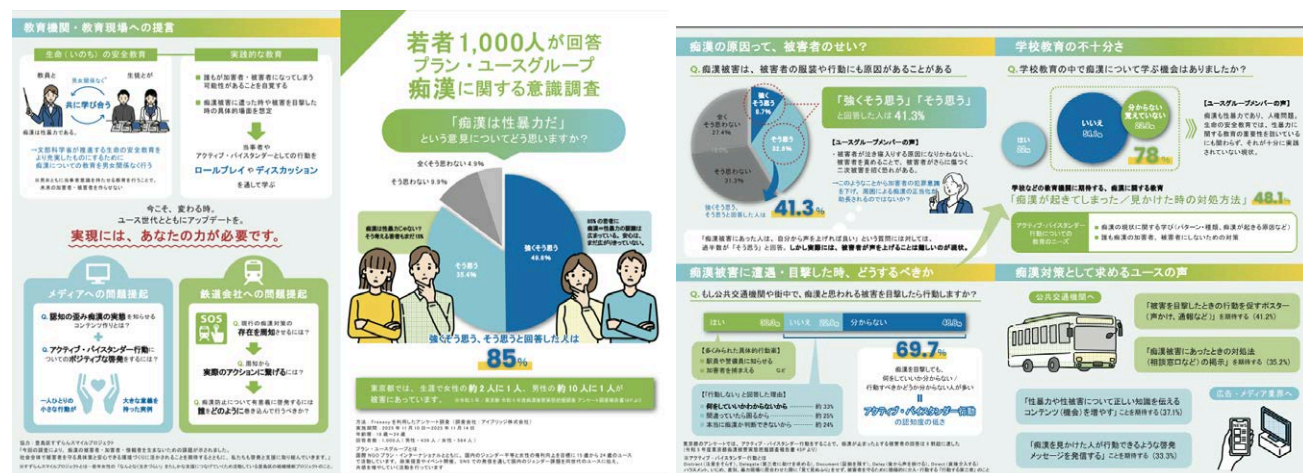
数ある性暴力の中でも、痴漢は私たちの日常において最も身近に起こりうる犯罪です。アドボカシーチームは、この身近な問題を解決することこそが、性暴力のない社会を実現するための大きな一歩になると考えています。その手がかりを探るべく、人々の意識や教育の実態に関する調査を実施いたしました。

2025年7月に、精神保健福祉士・社会福祉士である外部講師に、痴漢の実態について調査の為にレクチャーしていただきました。ユースメンバー内での熟議を重ねた結果、痴漢への第三者の介入（アクティブ・バイスタンダー行動）に対する若者の意識に焦点を当て、設問を組み立てました。そして本調査をもとに、現状の課題を明らかにし、生命（いのち）の安全教育の推進に向けた提言をまとめた報告書を作成しました。

18歳～24歳の男女1000人を対象に、痴漢に対する認識や目撃時の行動、学校の性教育に求めることなど、計13項目について、Freeasyを利用してアンケート調査を実施しました。その結果、約8割が「痴漢は性暴力である」と認識している一方、約4割が「被害者の服装や行動にも原因がある」と回答しました。また、痴漢の目撃時に「行動しない」「わからない」と答えた人が計7割にのぼり、その理由の多くは「何をしたらいいかわからない」というものでした。

東京都の調査では、周囲の介入により9割の加害者が行為をやめるという結果が出ていますが、実際には介入方法がわからず行動に移せない現状が明らかになりました。なお、学校教育に対しては、痴漢を見かけた、被害に遭った際の対処法を学びたいという声が多く寄せられました。以上のことから、適切な介入方法への理解が進んでいない現状と、痴漢というユース世代にとって身近な性暴力に対して、学校教育における対処法指導の必要性が明らかになりました。これらを踏まえ、各省庁や、鉄道会社、メディアを巻き込んだ意見交換のためのパンフレットを作成しました（以下参照）。

本調査を通じて、痴漢が性暴力であるという認識を広げることに加え、被害を目撃した際に周囲の人がどのように行動できるかを学ぶ機会の重要性が明らかになりました。今後は、文部科学省が推進する「生命（いのち）の安全教育」のさらなる充実に向け、痴漢を身近な性暴力として扱い、性別を問わず当事者意識を育む教育の必要性を提言していきます。また、学校や学生団体と連携し、具体的な場面を想定したロールプレイやディスカッションを取り入れたアクティブ・バイスタンダーのワークショップ開催も視野に入れています。一人ひとりの小さな行動が、性暴力のない社会をつくる力になることを発信していきたいです。



4.2. SNS等による発信

SNS(主にInstagramとnote)の運営向上と世論喚起を目的とし、以下の活動を行いました。なお、ユースグループのInstagramのフォロワー数は、25年度末の1500人から2150人へと増加しました。増加スピードは例年の2倍以上となります。

1. Instagramを通じた発信(フィード投稿)

月別トピック(ピンク色の枠)、イベントの告知や活動報告(青色)、時事トピック(黄色)、国際デー(水色)、ジェンダーに基づく暴力と闘う16日間(オレンジ色)の5種類の投稿を作成しました。

月別トピックは、性にまつわる投稿や年度ごとのテーマ(今年度は痴漢防止の啓発)に沿った投稿で、投稿ペースは月に2回程度です。投稿のトピックの選定にあたっては、上記の方向性を踏まえ、メンバーの興味・関心に沿ったものを意識しました。また、国際デーや国際的なキャンペーンに合わせて月ごとのトピックを振り分けることで、投稿に一貫性を持たせました。

例えば、11月の月別トピックでは「国際男性デー」に合わせて男性のジェンダー課題をテーマに設定し、「有害な男らしさ」や「男性がジェンダー課題を考える必要性」を取り上げました。他にも、6月の月別トピックはプライド月間に合わせて性の多様性をテーマに設定し、「性の多様性を考える言葉の紹介」や「カミングアウトされたときに心がけたいこと」を扱いました。投稿作成にあたっては、「マンスプレイニング」や「ミソジニー」、「マイクロアグレッション」などの専門的な用語を、ジェンダー課題や人権問題にあまり関心のない層にわかりやすく伝える工夫なども行いました。

イベントの告知や活動報告は、ユースグループの日々の活動を伝える投稿で、投稿ペースは不定期です。例えば、2025年9月27日、28日に行われた「グローバルフェスタJAPAN2025」にユースグループが出展した際や、2026年4月22日に行われた国際ICTガールズデー記念イベントにユースメンバーが登壇した際に投稿を行いました。

時事トピックは、話題になっているニュースや季節に関連する話題を取り上げた投稿で、投稿ペースは月に2回程度です。例えば、参議院選挙の際には「政治と女性の課題」について、緊急避妊薬がOTC化(これまで病院で医師の処方箋が必要だった薬を、2026年2月から薬局やドラッグストアで直接購入できるようになった仕組みのこと。)された際には「性の権利」について取り上げるなど、その時々々の社会情勢に合わせた投稿作成を行いました。他にも、夏頃には「脱毛」について、年末年始には「性別役割分業」や「レイプドラッグ」について扱い、季節や行事に合わせた投稿を積極的に取り上げることでユーザーの関心を集めました。

国際デーは、国連や政府などが定めた記念日およびキャンペーンなどを紹介する投稿です。投稿ペースは月1-3回程度で、月によって変動します。今年度は、「国際生理の日」や「女性性器切除根絶のための国際デー」など、性にまつわる国際デーを積極的に紹介しました。

ジェンダーに基づく暴力撤廃に向けた16日間のキャンペーン(11/25-12/10)は、ジェンダーに基づく暴力の撤廃を啓発する投稿で、2日に1回のペースで投稿を作成しました。また、1月1日には能登半島地震を風化させないことを目的に「男性基準になりやすい防災バッグ」の投稿を作成し、共通テスト付近には受験生を狙った痴漢が多発することから「痴漢から身を守る方法」に関する投稿を取り上げました。

今年度は、ユースグループ独自の「ルッキズムを考えるキャンペーン(5/7-5/24)」を実施しました。ルッキズムの基礎知識に加えて、ユースメンバーが経験したルッキズムにまつわるエピソードを投稿しました。具体的には、恋愛と就職活動の観点からルッキズムの問題点を取り上げ、ユースメンバーが日頃から感じているもやもやを発信しました。来年度以降もユースメンバーの声を積極的に発信していきたいと思います。

また、今年度から、月別トピックや国際デーに合わせて毎月異なるピン留め投稿を選定しました。そのうち1枚はユースグループの活動紹介の投稿を固定し、ユースグループの活動内容の周知に努めました。

- 特に「いいね数」が多かったフィード投稿(2026年6月29日現在)



- 特に「フォロー数」が多かったフィード投稿(2026年6月29日現在)



- 特に「シェア数」が多かったフィード投稿(2026年6月29日現在)



- 特に「閲覧数」が多かったフィード投稿(2026年6月29日現在)



2. Instagramを通じた発信(ストーリーズ)

ストーリーズでは、主に毎週のミーティング内容、時事ニュース、ピン留め投稿の3点を定期的に発信しました。

毎週のミーティング内容は、アドボカシーチームとアドバイザリーチームがそれぞれ毎週行っているミーティング内容を発信するものです。両チームが普段どのような活動を行っているのかを知ってもらうことを目的としています。ストーリーズでは、ミーティング内で撮影した写真と内容を掲載し、ユースグループに親しみやすさを持ってもらえるよう意識しました。

時事ニュースは、ジェンダーに関する時事ニュースと、それに対するユースメンバーのコメントを発信するものです。アドボカシーチームでは、毎週のミーティングで時事ニュースを取り上げ、メンバー同士でディスカッションを行う時間を設けています。ユースメンバーの声を積極的に発信することで、社会課題への関心を高め、理解と共感を広げることを目指しました。ストーリーズでは、1枚目に話題にした記事から抜粋した文章と記事のリンクを貼り、2-3枚目にはメンバーの意見を掲載しました。

ピン留め投稿(1. Instagramを通じた発信を参照)は、プロフィールに固定している投稿と、投稿を取り上げた理由をフォロワーに周知するための投稿です。過去の投稿を再度ストーリーズにシェアすることで、エンゲージメント率およびインプレッション数を高めることを目的としています。



3. noteを通じた発信

今年度から、ユースメンバーの考えや思いを発信することを目的に、noteの執筆を始めました。月に1-2回程度の投稿を継続し、定期的な発信に努めました。発信内容は主に3種類あり、①ジェンダー課題に関するコラム(ピンク色の枠)、②時事ニュース(青色の枠)、③メンバーおすすめの映画・ドラマの紹介や過去に行ったジェンダーもやもや企画展示の紹介(黄色の枠)に分かれています。

①ジェンダー課題に関するコラムでは、執筆メンバーそれぞれの関心に基づき、芸術、歴史、災害、医療など様々なテーマをジェンダーと掛け合わせ、日々の生活の中で感じていることを思うままに執筆しました。②時事ニュースでは、ユースグループの定例ミーティング内で話し合っている時事ニュースの中から特に盛り上がったものを取り扱い、第1回は「女性服のポケット小さすぎ問題」を取り扱いました。③メンバーおすすめの映画・ドラマ紹介では、ジェンダー関連の映画3作・ドラマ1作をメンバーからのコメントと併せて紹介しました。

過去に行ったジェンダーもやもや企画展示の紹介では、ユースグループで2023年から2024年にかけて御茶の水美術専門学校の学生とともに制作し、関東の大学や各地の男女共同参画センター等で展示を行った「ジェンダーもやもや、燃やそう！4コマ漫画」について紹介しました。ユースメンバーだけでなく、約160人のユースから寄せられた、ジェンダーに基づく日常の疑問や違和感をもとに制作された4コマ漫画について、実際のエピソードとともに掲載しています。

PLAN YOUTH GROUP
for Plan International

ジェンダーと芸術

女性は裸にならなければ美術館に入れない！？

PLAN YOUTH GROUP
for Plan International

ジェンダーを語ろう

女性服のポケット小さすぎ問題

PLAN YOUTH GROUP
for Plan International



メンバーおすすめの 映画・ドラマ紹介

PLAN YOUTH GROUP
for Plan International

ジェンダーもやもや、燃やそう！ 4コマ漫画作品集



4. 発信強化に向けた取り組み

今年度の目標であるフォロワー2000人達成や、投稿のエンゲージメント率およびインプレッション数の上昇に向けた発信強化のために、主に3つの取り組みを行いました。

1つ目は、Instagramの分析です。年2回(半年に1回ずつ)Instagramの分析を行いました。具体的には、投稿のいいね数や閲覧数などの複数の指標をもとに、ユースグループのInstagramがどの程度ユーザーにアプローチできているのか多角的に分析しました。また、下半期の分析では、いいねを押された投稿のページ番号や男女の閲覧比率など、今後の投稿作成に直接参考となる指標についても調べました。今年の最も閲覧数が高かった投稿の傾向としては、国際生理の日や共通テスト時の痴漢について扱ったものでした。

2つ目は、Instagramのフォロワーに向けたアンケートです。今年度の年間計画書の作成に向けたトピック選定を目的として、Instagramのフォロワー向けのアンケートを実施しました。質問項目は、年齢・所属・性別の基本的な項目、ユースグループのInstagramをフォローしようと思った理由、Instagramを通じて触

りたい情報、ユースグループのInstagramで期待することの4つです。本アンケートはフォロワーの関心を知る重要な機会となりました。

3つ目は、アドバイザーチームからの助言活動です。ユースグループのInstagramでの発信の課題点の洗い出しと今年度の年間計画書の作成に向けたトピック選定を目的として、アドバイザーチームにユースグループのInstagramへの助言を依頼しました。具体的な評価項目は、ジェンダーについて関心を持った投稿、初心者理解の理解可能度、取り上げてほしいトピック、目を引いた表紙やデザイン、読もうと思えるページ数の5つです。助言活動を通じて、投稿の文字数や文字のサイズの調整、参考文献の記載方法の変更、いいねや保存などのアクションを促すページの追加など、投稿の魅せ方について研究し、改善につなげました。

5. 他団体との協働

今年度は、2団体と協働および交流を行いました。

国際人権NGOヒューマンライツ・ナウ 女性の権利プロジェクトユースチームとは、計3回のコラボ投稿を作成し、ユースチームが主催するイベントに参加しました。コラボ投稿に関しては、ジェンダーに基づく暴力撤廃に向けた16日間のキャンペーンにて「SNSとデジタル性暴力」と「刑法改正から学ぶ性暴力と同意」の投稿を作成し、国際女性デーでは「デジタル性暴力の同意に関する3ヶ国比較」を扱いました。また、4月には「新学期・新生活だからこそ考えたい『性的同意』—ユース団体リレートーク—」が開催され、ユースメンバー2名（SNSチーム1名、調査・提言チーム1名）が参加しました。リレートークでは、複数のユース団体の代表者が「性的同意」のテーマをもとに4つの項目（若者の視点から見た性的同意の課題、新生活・新しい人間関係の中で大切にしたいこと、団体の活動の中で感じている問題意識、若者同士で広げていきたいアクション）をお話しました。

筑波大学ジェンダーサークル「SODA.」とは、イベントを通じて交流を深めました。具体的には、5月に開催された「第3回 ジェンダーサークル&アクティビストのオンライン交流会 ユニジェン！」に、SNSチームのユースメンバー2名が参加しました。ユースグループの活動をアピールしたほか、参加した約10団体のメンバーとグループディスカッションで交流し、団体の活動やジェンダー課題について意見を交わしました。



ヒューマンライツ・ナウ 女性の権利プロジェクトユースチームとのコラボ投稿

6. その他

豊島区「すずらんスマイルプロジェクト」に対し、Instagram運営に関する助言を実施しました。Instagramアカウントの現状分析を行い、アカウントの見せ方や投稿内容、情報発信の手法について提案を行いました。具体的には、団体の活動内容や運営者が分かる投稿の充実、リール動画やハイライト機能の活用、イベント情報をまとめたカレンダー投稿の作成、ハッシュタグの改善などを提案しました。また、イベント参加を促進するため、当日の写真・動画の撮影方法や参加者の声の発信方法にも触れました。

4.3. その他の活動

第6次男女共同参画計画の素案へのパブリックコメント提出

内閣府の男女共同参画局による[第6次男女共同参画計画の素案](#)に対し、ユースグループとしてパブリックコメントを提出しました。第6分野(ジェンダーに基づくあらゆる暴力を容認しない社会基盤の形成と被害者支援の充実)、第11分野(教育・メディア等を通じた男女双方の意識改革、理解の促進)、Ⅲ.(男女共同参画社会の実現に向けた推進体制の整備・強化)の3項目に対してコメントをしました。昨年度のアドボカシー活動テーマであった「性的同意」と、24年度に行った「ユースを対象にした容姿に対する意識調査」の観点から、ユースグループの活動成果に基づいて執筆しました。