

未来を選べる社会へ

未来を選べること。

それが、あたりまえの社会であってほしい。

たとえば、いつ・どこで・誰を好きになるか。

どんな働き方をしたいか、どんな家族や関係を築きたいか、

そして、どんなふうに生きていきたいか——。

こうした問いに向き合いながら、

自分の心や身体、大切な人との関係、

そして一人ひとりの権利について学び、語り合い、

お互いの違いや選択を尊重し合うこと。

私たちは、誰もが自分の人生を、

自分の手で選び取ることのできる社会をめざします。

<https://srhrforjapan.com/>



未来を選べること。

それが、あたりまえの

社会であるために。

SRHR for JAPAN

キャンペーン活動報告書

2024.12 - 2025.11

公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン

2026年1月



SRHR
for JAPAN

SRHR for JAPAN キャンペーン活動報告書 2024.12 - 2025.11

- 02 キャンペーン活動の概要
- 04 未来を選べる社会へ：SRHR for JAPANの描くビジョンとアプローチ
- 06 活動の柱とKPIに基づく成果ハイライト
- 08 より包括的な「生命(いのち)の安全教育」の推進
- 10 アドボカシー
- 12 広報・広告
- 14 企業連携
- 16 調査・研究
- 18 気づきと改善方針
- 19 パートナー一覧・収支報告
- 20 メディア掲載一覧

ブラン・インターナショナルとは

ブラン・インターナショナルは、
誰もが平等な世界の実現に向け、
世界80カ国以上で子どもたちや
女の子たちとともに活動する国際NGOです。

SRHR for JAPANキャンペーンは、
ブラン・インターナショナルによって運営されています。

キャンペーン活動の概要

キャンペーンのビジョンとアプローチと背景

SRHR for JAPANは、SRHR(性と生殖に関する健康と権利)を「誰もが自分の未来を選ぶための基盤」と捉えています。子どもが自分の心と体を理解し、守り、安心して語れる社会の実現をめざします。

政府が推進する「生命(いのち)の安全教育」を土台としつつ、人権尊重、心の安全、関係性、自己決定の力まで含めた「心と体を守る教育」として社会に根づかせるため、教育・政策・世論形成・企業連携・調査研究を同時並行で進めています。

初年度の位置づけ

初年度は、数値の最大化よりも「信頼・共通言語・実践モデルの土台づくり」を優先する基盤構築フェーズと位置づけました。ステークホルダー分析やシステム分析に基づき、教育現場、政策、企業、メディア/SNSが相互に影響し合う構造を捉え、複数領域を連動させています。

初年度の主な取り組みと成果(5つの柱)

1 教育・自治体連携

勉強会の実施

教員、専門家、自治体関係者等を対象に「生命(いのち)の安全教育」をテーマとした勉強会を実施しました(1回、約170名参加、満足度92%)。

授業モデルの検討

助産師や産婦人科医等の外部専門家が学校教育を支援する授業モデルの検討を進め、パイロット実施に向けた自治体・学校への声かけを開始しました。

2 政策・対話

超党派の議員ネットワークとの連携

公益財団法人アジア人口・開発協会(APDA)と連携し、同協会が事務局を務める超党派の国会議員連盟「国際人口問題議員懇談会(JPPF)」を基盤として、政策対話と意見交換の場づくりを行いました(勉強会、国際会議での発信、ウェビナー等)。

省庁・政党との対話

元参議院議員で内閣総理大臣補佐官を務めた矢田稚子氏を顧問に迎え、与野党を問わず政党・国会議員との意見交換を実施し、文部科学省等の関係省庁とも情報共有・対話を継続しました。各党の関心や制度上の論点を整理する中で、戦略書や提言内容の精緻化が進み、次年度以降の政策対話に向けた足がかりが形成されています。

3 世論形成・広報

記者会見・メディア掲載

2025年7月の発足記者会見を起点に、新聞11媒体、雑誌1媒体、WEBメディア219媒体での掲載を確認し、記事PV数は約120万件となりました。広告換算額としては2億円相当になります。

広告施策

2025年8月に「性的同意」をテーマとしたポスター掲出およびウェブ広告施策を実施。広告総インプレッション数は約1,700万、総クリック数は約24万、特設ページアクセス数および参加型施策への応募件数は計約1,800となりました。

4 企業・パートナー連携

企業アライアンス構想

2025年度は企業連携に向けた戦略書を策定し、人的資本経営やウェルビーイング等の関心領域から対話を開始しました。企業を「支援する側」にとどめず、変革の主体として位置づけていくことを重視しています。

5 調査・研究 (エビデンス基盤)

大規模調査の実施

全国調査「SRHR White Paper 2025」(2025年4月、15~64歳、対象10,000名)および高校生保護者調査(2025年9~10月、1,906名)を実施し、社会の認識と実態を可視化しました。

調査から得られた示唆：エビデンスに基づく課題整理

1. 認知と学習経験のギャップ

2025年に実施した調査では、SRHRの認知率は25%(理解率は9%)にとどまりました。性的同意については、認知率は85%と高い一方、学習経験は18%、実践できている自信がある人は3割未満にとどまっています。

2. 保護者の高い共感と不安

保護者調査では、「心と体を守る教育」の理念に対し、約99%の保護者が共感を示しました。一方で、「誰が教えるのか」「どこまで扱えるのか」といった不安が大きく、外部専門家の関与や具体的な実践モデルの提示が不可欠であることも明らかになりました。

3. 総括：学びの機会と実装モデルの不足

両調査が共通して示したのは、必要性への共感が高い一方で、具体的な「学びの機会」と「実装モデル」が不足しているという課題です。

次年度に向けて：実装と拡大への移行

初年度の基盤を土台に、自治体と連携したパイロット事業を本格化します。少数校での試行と第三者評価を通じて効果を検証し、将来的な展開や制度化につなげていく構想です。あわせて、調査や対話で得られた知見を基に、継続的に政策プロセスへ関与し、現場と政策をつなぐ橋渡し役として、着実に開かれたアドボカシーを継続していきます。

SRHR for JAPANの描くビジョンとアプローチ

子どもが、自分を知り、守り、語れる社会をめざして

SRHR(性と生殖に関する健康と権利)は、性や医療に限らず、自分の心と体について知り、尊重され、困ったときに助けを求める力を育む考え方(概念)です。恋愛や人間関係、進学や就職など、日常の選択においても、「自分の未来を選ぶ力」と深く関わっています。

一方、日本社会では、心や体、関係性について安心して学び、語る機会が十分とは言えません。その結果、誤った情報や思い込みが広がり、性暴力やハラスメント、孤立といった問題が繰り返し表面化しています。今、求められているのは、特定の価値観を押し付けるのではなく、誰もが自分と他者の心と体を大切にできる共通の基盤を社会の中に育てていくことです。

このキャンペーンが目指す最終ゴール

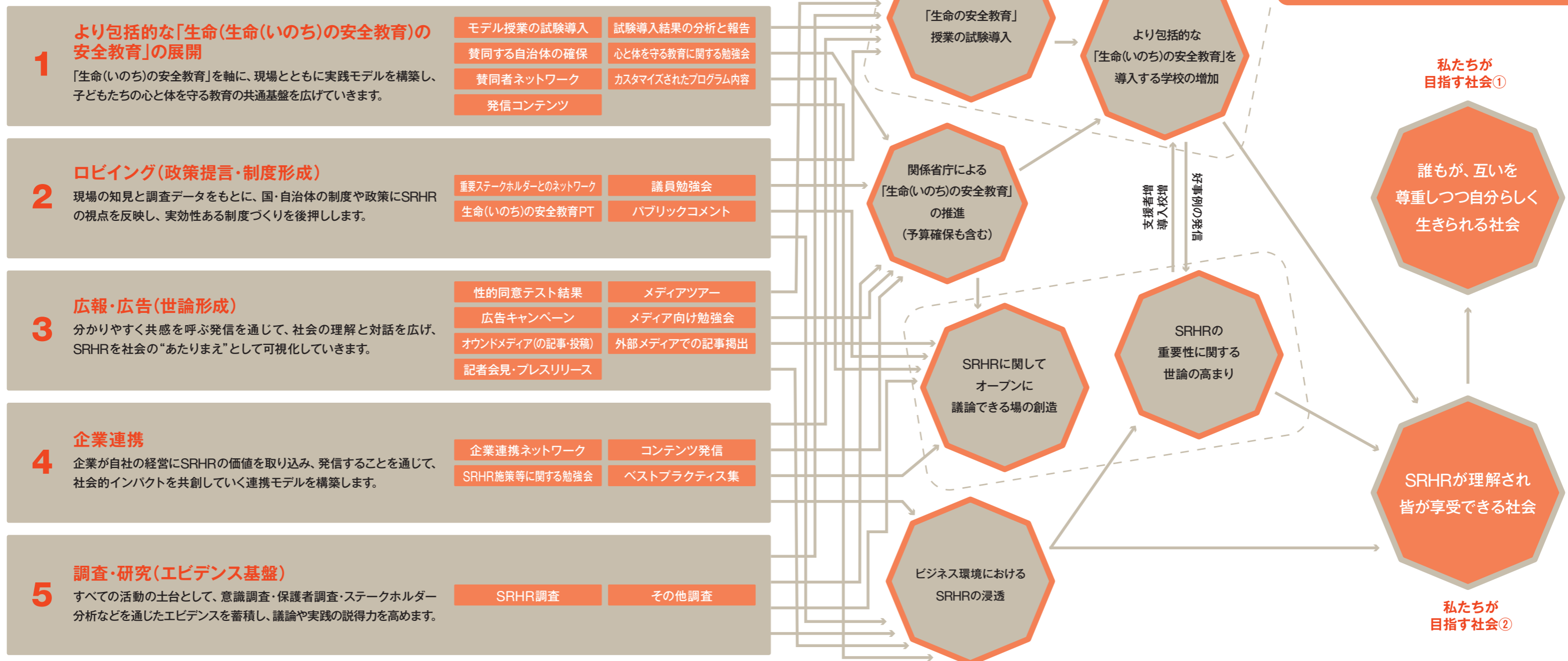
SRHR for JAPANが目指す最終ゴールは、すべての子どもが、自分の心と体について学び、守り、安心して語れる社会を実現することです。子ども自身の力を育てると同時に、保護者、教育現場、地域、企業、行政が共通の理解を持ち、支え合う社会の仕組みづくりをめざしています。

ロジックモデルの考え方

SRHR for JAPANでは、社会の変化は一つの取り組みだけで生まれるものではないと考えています。調査研究で得られたエビデンスを基盤に、教育・政策・世論形成・企業連携を同時に進め、その成果を相互に還元していく——この循環を通じて、SRHRを「誰もが自分の未来を選ぶための当たり前」の基盤として社会に根づかせていきます。

SRHR for JAPANの5つの柱 — エビデンスに基づき、社会全体を動かす構造

SRHR for JAPANでは、社会に深く根づく変化を生むために、「教育」「政策」「広報」「企業連携」の4つの実践的な柱に加え、それらすべてを支える「調査・研究」を基盤的な柱として明確に位置づけています。5つの柱は相互に連動し、エビデンスに基づく循環を生み出す構造となっています。



活動の柱とKPIに基づく成果ハイライト

本ページでは、SRHR for JAPANキャンペーン初年度の取り組みについて、主要KPIに基づく成果を数値で示しています。

※「短期(～2年)」KPIのうち、初年度で実測できたものに限定して整理しています。

① 教育・自治体連携(より包括的な、「生命(いのち)の安全教育」の実現)

KPI	目標(初年度)	実績	達成状況
全国勉強会・会合の参加者数	実施	1回実施、約170名 (ハイブリッド参加)	達成
勉強会満足度	80%以上獲得	参加者の満足度92%獲得	達成
導入検討に関する自治体からの相談・協議	—	複数自治体と相談を開始	進行中
基礎調査(意識調査・保護者調査)	1-2件	2件実施	達成

② 政策・対話(ロビイング/制度形成)

KPI	目標(初年度)	実績	達成状況
政策関係者・議員との対話・協議	実施	複数回実施	達成
勉強会・意見交換の実施	4回	国際会議1回 対面勉強会1回 オンライン勉強会1回	達成

③ 世論形成・広報

KPI	目標(初年度)	実績	達成状況
メディア・SNS等の情報到達数	記事PV数 100万件獲得 SNS(X, Instagram) フォロワー各1,000人	記事PV数 約120万件 Xフォロワー 171人 Instagramフォロワー 192人 (2025年12月22日現在)	未達
記者会見・関連報道	2回実施	記者会見実施 1回 記者向け勉強会実施 3回 プレスリリース 4回 関連報道 38媒体(紙・オンライン)	達成
メディア関係者との継続的關係構築	実施	メディアツアー参加者13名 (記者・ジャーナリスト10名、 専門家3名)	達成
広告・デジタル施策	実施	ポスター掲出:性的同意啓発(8月) ウェブ広告配信:特設サイト連動型 広告総インプレッション数:約1,700万 総クリック数:約24万 特設ページアクセス・参加型施策:約1,800件	達成

④ 企業連携

KPI	目標(初年度)	実績	達成状況
企業・関係者との対話・情報交換	実施	複数回実施	進行中
今後の連携に向けた検討	実施	企業連携に関する戦略書 および行程表作成	達成

⑤ 調査・研究(基盤)

KPI	目標(初年度)	実績	達成状況
初期分析・ロジックモデル策定	実施	完了	達成
今後の評価に向けた指標設計	実施	完了	達成
調査	実施	2回実施	達成

初期分析から見えたポイント(サマリー)

初期分析(ステークホルダー分析・システム分析)から、以下の重要な示唆が得られました。

課題は「知識不足」よりも「学ぶ機会の欠如」

多くの大人や保護者は、子どもの安全や尊厳を大切にしたいという意識を持っている一方で、自らが体系的に学ぶ機会を持たないまま、社会的な意思決定層になっており、これが課題の根底にあることが確認されました。

「生命(いのち)の安全教育」は社会的合意の起点になり得る

分析では、「包括的性教育」という言葉が対立を生みやすい一方で、「生命(いのち)の安全教育」「心と体を守る」という表現は、保護者・自治体・政策関係者に受け入れられやすいことが明らかになっています。

これは、本キャンペーンのアプローチの妥当性を裏づける結果です。

教育・政策・企業・メディアは相互に連動している

システム分析からは、教育現場だけでなく、政策・企業・メディア・SNSが相互に影響し合う構造が確認されました。

そのため、単一の施策ではなく、

- 教育現場での実践
- 政策対話
- 世論形成
- 企業との連携
- 調査・エビデンス構築

を同時並行で進める必要性が示されています。

初年度は「基盤構築フェーズ」として妥当

以上を踏まえると、初年度を「数値の最大化」ではなく、「信頼・共通言語・実践モデルの土台づくり」に位置づけた判断は、分析結果とも整合しています。

より包括的な「生命(いのち)の安全教育」の実現

子どもたちが自分の心と体を理解し、安心して学び、助けを求められる環境をつくるためには、教育現場との丁寧な対話と、実践を見据えた準備が欠かせません。本キャンペーンでは、「生命(いのち)の安全教育」を軸に、教員や専門家、自治体関係者とともに学び合う場を設け、拡大展開を急ぐのではなく、現場の声を起点に実装可能性を探る一年として取り組んできました。

なぜ「生命(いのち)の安全教育」なのか

教育現場との対話を通じて見えてきたのは、知識の詰め込みではなく、子どもが自分の心と体を理解し、他者との関係の中で“自分を守る力”を育むことが、今の教育において強く求められているという事実でした。

こうした中、2023年度から文部科学省が全国の小中高校に導入を開始した「生命(いのち)の安全教育」は、性暴力や虐待から子どもを守るために、「嫌なことはNOと言える力」「自他の尊重」などを育む教育プログラムとして、注目を集めています。

この取り組みは、性被害の防止や人権尊重を軸に、子どもの発達段階に応じて扱える共通の教育基盤として、多くの教育関係者からも一定の支持を得てきました。

しかし一方で、教材の内容や教員の理解度、実施体制には地域間でばらつきがあり、人権やジェンダー平等の理解、そして心の安全や関係性までを含めた“包括的な視点”がまだ十分に反映されていない現実もあります。

SRHR for JAPANでは、この政府による「生命の安全教育」の理念を土台としつつ、

- 人権尊重
- 心の安全
- 他者との関係性
- 自己決定の力

といった視点までを含んだ、進化版としての「心と体を守る教育」の必要性を強く認識しています。

私たちはこの教育モデルを現場と共に検証・実装し、持続可能な社会的価値として根づかせることを目指しています。

外部専門家による授業モデルの検討とパイロット準備

こうした議論を踏まえ、本キャンペーンでは、外部専門家が学校教育を支援する授業モデルの検討を進めています。助産師や産婦人科医など専門的知見を持つ講師が関わることで、教員の負担を軽減しつつ、子どもたちが安心して学べる環境づくりを目指しています。

現在は、自治体や学校への声かけを行いながら、パイロットキャンペーン実施に向けた準備段階に入っています。少数校での試行と第三者評価を通じて効果を検証し、将来的な展開や制度化につなげていく構想です。

現場の声から見えてきた学びと可能性

勉強会やその後の対話を通じて、「子どもが安心して話せる場が必要」「専門家が関わることで保護者の理解も得やすい」といった声が多く聞かれました。

教育現場との対話を重ねることで、実践につながる課題整理が進み、現実的で拡張性のあるモデルづくりへの手応えが生まれています。本キャンペーンは、引き続き現場と協働しながら、学びを実践へとつなげていきます。

9月12日
勉強会
現場から生まれた
「次の一歩」



「生命(いのち)の安全教育」を、 どう現場で実装していくかを考える一日

2025年9月12日、教員、保護者、自治体関係者、NPO、専門職など多様な立場の参加者が集まり、「生命(いのち)の安全教育」をテーマとした勉強会を、東京ミッドタウンで開催しました。

本勉強会では、講義に加え、少人数でのグループ対話を重視し、それぞれの現場で感じている課題や可能性を率直に共有しました。

主な気づき・成果

- 「必要性は理解しているが、どう始めればよいかわからない」という声が多く、具体的な授業モデルや外部専門家の関与が強く求められていることが明確になった
- 教員・保護者・支援者が同じ場で対話することで、立場の違いによる不安や誤解が整理され、共通の出発点が見えてきた
- 参加者からは、「地域で小さく試してみたい」「まずは学内・地域内で話題にする」といった、実行可能な“最初の一歩”が数多く示された

勉強会の最後には、参加者一人ひとりが「自分の立場でできるアクション」を言語化し、今後につながる具体的な行動案として共有しました。これらの声は、今後の授業モデル検討や自治体との協議において、重要な示唆となっています。

着実な対話と関係構築を通じた政策領域での前進

SRHR for JAPANでは、「生命(いのち)の安全教育」をめぐる現場の課題や社会的ニーズを、政策の議論につなげることを目的に、超党派の国会議員との対話と継続的な関係構築を重視してきました。初年度は、制度変更を急ぐ段階ではなく、政策決定関係者が共通の課題認識を持つための基盤づくりに注力しました。

APDAを通じた超党派の政策対話と議員ネットワーク



本キャンペーンでは、公益財団法人アジア人口・開発協会(APDA)と連携し、同協会が事務局を務める超党派の国会議員連盟「国際人口問題議員懇談会」(JPPF)を基盤として、政策対話と意見交換の場づくりを行いました。

JPPFは、人口・開発分野における歴史ある超党派の議員組織で、1974年に設立されました。本年度は、会長を務める上川陽子衆院議員(元法務大臣)のもと、「生命(いのち)の安全教育」をテーマとするプロジェクトチーム(座長:阿部俊子衆院議員/元文科大臣)を中心に取り組みを展開しました。

2025年4月の勉強会を皮切りに、10月の国際会議や11月のウェビナーを通じて、教育現場の実情や調査結果、国際的な議論を共有し、与野党を問わず継続的な議論の場を形成しました。

省庁との関係構築と政策対話

文部科学省をはじめとする関係省庁と継続的な情報共有および意見交換を行いました。政務官を含む省庁関係者への説明や挨拶の機会を通じて、学校現場や自治体での活用を見据え、現場の実情や制度運用上の課題を具体的に共有しながら、今後の施策検討に資する実務的な対話を重ねてきました。

これにより、今後の施策検討において、本キャンペーンの知見や現場の声が参照され得る関係性が構築されつつあります。

矢田稚子氏を顧問に迎えた戦略的ロビイングの展開



内閣総理大臣補佐官を務めた矢田稚子元参院議員をSRHR for JAPANの顧問に迎え、政策アドボカシーの体制を強化しました。2025年夏以降は、矢田氏とともに、与野党の幹部や国会議員を訪問し、現場の課題や調査結果を共有しながら意見交換を実施しました。各党の関心や制度上の論点を整理する中で、今後取りまとめる予定の提言内容の精緻化を進め、次年度以降の政策対話に向けた足がかりを形成しました。

写真左より: 矢田稚子氏、長島美紀(プラン・インターナショナル)、福田おかる文部科学大臣政務官、平田泉(プラン・インターナショナル)、中園和貴(文部科学省総合教育政策局男女共同参画共生社会学習・安全課 課長)

パブリックコメントへの参加

本キャンペーンは、2025年末現在、政府が策定を進めている「第6次男女共同参画基本計画(素案)」に対してパブリックコメントを提出しました。この計画は、2025年からの5年間における国のジェンダー平等政策の方向性を示すものであり、教育、健康、就労、意思決定参画といった幅広い分野を対象としています。

提出したコメントでは、子どもと若者の権利の観点から「生命(いのち)の安全教育」やSRHRの保障が基本計画の中で明確に扱われることの重要性を訴えました。具体的には、現場の課題や調査結果を踏まえつつ、教育施策の一貫性や実施体制の強化の必要性を指摘し、素案における該当領域の検討がさらなる改善につながることを期待する意見を提出しました。

このパブリックコメントは、単に意見を届けるプロセスにとどまらず、政府の基本方針策定の初期段階から現場の声を政策形成に反映させる機会として位置づけています。今後も調査や対話で得られた知見を基に、継続的な関与を行っていきます。パブリックコメントは、短期的な制度変更を直接もたらすものではありませんが、政策形成の公式プロセスの中に現場の声を位置づけられる重要な手段です。本キャンペーンでは、今後も調査や対話で得られた知見を積み重ね、継続的に政策プロセスへ関与していく方針です。

得られた成果と手応え

これらの取り組みを通じて、「生命(いのち)の安全教育」が、特定の価値観に基づくものではなく、子どもの安全と人権を守るための共通の政策課題として、政策関係者の間でも受け止められ始めています。また、調査データや自治体事例を根拠として示すことで、抽象的な是非論にとどまらず、実施を見据えた現実的な議論が可能になるという手応えも得られました。今後も、現場と政策をつなぐ橋渡し役として、着実に開かれたアドボカシーを継続していきます。

社会との接点を広げ、対話を生み出す発信

本キャンペーンでは、「生命(いのち)の安全教育」を社会の中で語れるテーマとして広げるため、SNS発信に加え、記者会見やメディアツアーを通じた広報活動を行ってきました。初年度は、関心を喚起することにとどまらず、背景や文脈を丁寧に伝えることで、本テーマへの理解を深め、対話につながる報道や発信を促すことを重視しました。

キャンペーン施策とSNSでの広がり

SNSでは、ハッシュタグ「#SRHRforJAPAN」を軸とした情報発信に加え、社会的関心が高まる時期と連動し、「性的同意チェック」を用いたデジタル広告施策を実施しました。X(旧 Twitter)では、チェック形式のコンテンツへの導線となる投稿を通じて、性的同意をめぐる問いを提示し、閲覧にとどまらない参加型の発信を行いました。

その結果、リーチ数の拡大に加え、チェック結果をきっかけに自身の理解や行動を振り返る趣旨の反応や、性的同意をめぐる考え方に対する意見が寄せられるなど、本テーマについて個人が考えるきっかけを提供したものと考えられます。

記者会見・メディア掲載による可視化



2025年7月には、「SRHR for JAPAN」キャンペーンの立ち上げにあたり記者会見を開催し、キャンペーンの趣旨や背景、調査データをメディア関係者に向けて説明しました。教育・子ども分野の専門メディアを含む取材につながり、社会課題としての位置づけを明確に伝える機会となりました。

この記者会見を起点に、新聞11媒体、雑誌1媒体、WEBメディア219媒体でのSRHRや調査結果に関する記事の掲載が確認されました。結果として、広告換算額に基づく参考値では約2億円規模となり、本キャンペーンの趣旨や背景が、幅広い媒体を通じて紹介される機会となりました。報道の特徴としては、一過性の話題ではなく、課題の背景に踏み込んだ内容が多かったことが挙げられます。

写真左より:今井紀明氏(認定NPO法人D×P理事長)、池田裕美枝氏(産婦人科専門医、一般社団法人SRHRJapan代表理事)、長島美紀(プラン・インターナショナル)、宋美玄氏(丸の内の森レディースクリニック院長 産婦人科医)

メディアツアーによる理解促進と関係構築



あわせて、メディア関係者を対象としたスタディツアー(メディアツアー)を実施しました。現場の声や課題を直接伝えることで、単なる情報提供にとどまらず、「なぜ今このテーマが重要なのか」を立体的に理解してもらうことを目的としました。

ツアーを通じて、教育や子どもの安全をめぐる課題について、より踏み込んだ取材や継続的な関心が生まれ、以降の報道や情報発信につながりました。こうした取り組みは、メディア関係者との信頼関係を築き、文脈を踏まえた発信を可能にする基盤となっています。

広告施策による認知拡大と行動喚起



2025年8月には、「性的同意」をテーマとしたポスター掲出、およびウェブ広告施策を、実施しました。ポスターは多くの人が日常的に目にする公共空間に掲出し、あわせてオンライン上ではデジタル広告を展開することで、幅広い層に問いを届ける設計としました。

各広告には特設ウェブページへアクセスできるQRコードを設け、「性的同意チェック」へと誘導しました。これにより、言葉や概念として知ることにとどまらず、自身の理解を確認し、具体的に考える行動につなげる導線を意図しています。

次につながる学び

広報や広告の施策を通じて、関心の高い層に情報が届くだけでなく、意見の違いを含めた反応が可視化され、その結果として社会的な対話の入口になることが確認されました。次年度以降は、記者会見やメディアツアー、デジタル発信を組み合わせながら、より多様な層との建設的な対話を促す広報へと発展させていきます。

人的資本経営とSRHRをつなぐ次のフェーズへ

SRHR for JAPANは、教育・政策分野に加え、企業が担う役割にも着目しています。
従業員の健康や尊厳、安心して働ける環境づくりは、
人的資本経営やウェルビーイングの中心であり、SRHRの視点と深く関わるためです。
初年度は、企業連携を本格化させる前の段階として、課題整理と戦略設計に注力しました。

企業アライアンス構想と連携のステップ

2025年度は、企業連携に向けた戦略書を策定し、次の3つのステップで連携を進めていく方針を立てました。

第1段階：理解を深める	人的資本経営・女性の健康・ウェルビーイングなど、関心分野から対話を始め、SRHRの意義や企業経営との関連性を共に学ぶ
第2段階：共に考える	セミナーや好事例の共有を通じ、SRHRの取り組みが自社にどのような価値をもたらすかを検討し、実践可能性を探る
第3段階：共に発信する	スポット的な協賛ではなく、企業間で学び合いながら、SRHRの価値を社会に伝え、共創的な発信とインパクト創出に取り組む

企業を「支援する側」と位置付けることにとどめず、「変革の主体」としていくことを重視していることが特徴です。

今後の展開(次年度以降)

2026年度以降は、以下の取り組みを段階的に進めていきます。

- 企業向け勉強会・セミナーの開催
- 関心を示した企業との中長期的な連携構築
- 教育・政策分野と連動した協働モデルの検討

将来的には、企業や自治体、教育の現場が連携することによって、政府が導入した「生命(いのち)の安全教育」をさらに発展させた「心と体を守る教育」を社会全体で支える仕組みへとつなげていくことを目指します。企業が持つ影響力と発信力は、社会の価値観の変化を後押しし、包括的な教育の土壌を育てる上でも重要です。

企業連携はまだ始まったばかりです。だからこそ私たちは、拙速な成果追求よりも、信頼と共通理解に基づく連携の土台造りを大切にしています。企業がSRHRの価値を理解し、発信していくこと——それ自体が、本キャンペーンの掲げる「誰もが自分の未来を選べる社会」への大きな一歩になると信じています。

2026年～2027年(インプット)

SRHRの理解促進とインセンティブの向上

SRHRの理解促進とインセンティブの向上

特に企業の関心の高いビジネス領域で人的資本経営に資する実践的なセミナーを開催。

以下コンテンツ例：

- ・女性の健康
- ・従業員のウェルビーイング
- ・リプロダクティブヘルス
- ・ビジネスと人権、等

上記に関する先行事例の共有

心と体を守る教育と経営課題の関係性を理解するためのセミナー

- ・SRHR、心と体を守る教育とは何かを学ぶセミナーの開催
- ・企業課題との関係性を理解するためのセミナーの開催
- ・システム思考やコレクティブインパクトを学ぶセミナーの開催、等

2027年～2028年(アウトプット)

ゴール達成のための社会的インパクト創造活動

大企業・都市部企業

プライベートセクターとして業界、地域、社会に対してどのような介入が可能か、どのような活動が効果的かをワークショップ等で議論し実行

活動の例：

- ・関連省庁への政策提言
- ・業界団体への働きかけ
- ・生命の安全教育の実施校への視察

※具体的な活動は参加企業との議論によって検討

地方経済団体・企業

「生命(いのち)の安全教育」を展開している自治体の経済団体等へのセミナーの開催。テーマは「SRHRと地域課題」、「ジェンダー平等と地域の持続可能性」など。

・企業版ふるさと納税の仕組みを活用し、「生命(いのち)の安全教育」を継続的に展開するための資金調達の仕組みを構築するなど。

※具体的な活動は参加企業との議論によって検討

エビデンスに基づき、社会と政策を動かすために

キャンペーンでは、社会的な課題提起や政策・教育への働きかけを行ううえで、感覚や経験だけに頼らず、客観的なデータと現場の声に基づく議論を重視しています。2025年は、全国規模の意識調査や、一般社団法人全国高等学校PTA連合会と連携した保護者調査を実施し、日本社会における「心と体」「権利」「安全」をめぐる認識と実態を可視化しました。

全国調査 SRHR White Paper 2025 日本におけるSRHR認識と尊重の現状を1万人規模で可視化

調査概要

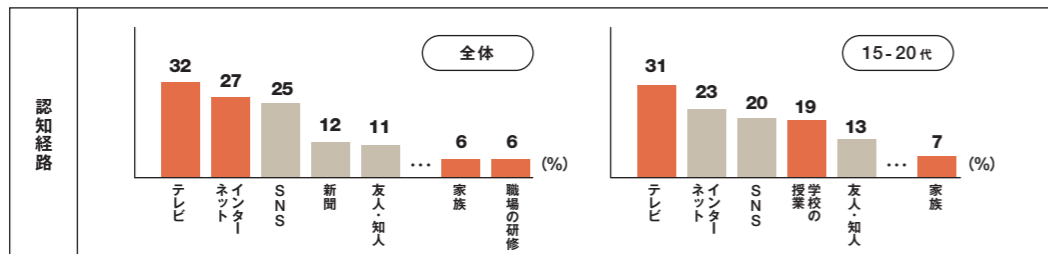
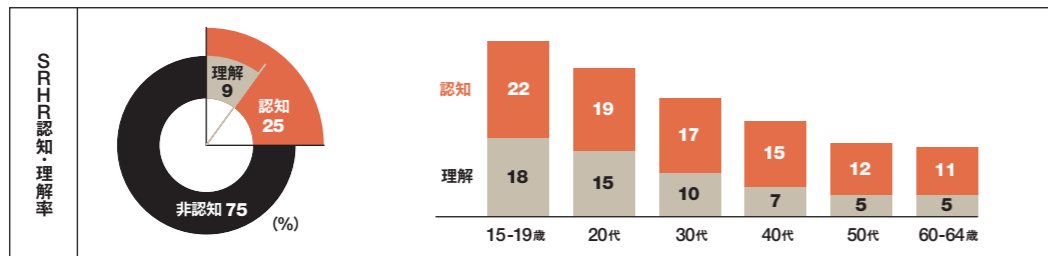
- 調査名：SRHR White Paper 2025
- 実施時期：2025年4月
- 調査方法：インターネット調査
- 対象：15～64歳の男女（若年層を重点的に回収）
- 有効回答数：10,000名

本調査は、SRHRが日本社会でどの程度認識され、実生活の中でどのように尊重されていると感じられているのかを把握することを目的に実施しました。

主な結果と示唆

- SRHRの認知率は25%、理解率は9%にとどまり、特に中高年層で認知・理解が進んでいない状況
- 「性的な行為の決定権」「恋愛・結婚の自由」「医療へのアクセス」などの項目で、「大切だと思う気持ち」と「尊重されている実感」の間に大きなギャップが存在
- 「ジェンダーに基づく暴力や強制がないこと」は、全年代で最も尊重されていない項目であり、若年層ほど問題意識が高い傾向
- 性的同意は認知率85%と高い一方、学習経験は18%、実践できている自信がある人は3割未満

これらの結果は、言葉としての理解や理念の共有だけではなく、具体的に学び、実践につなげる機会が社会全体で不足していることを示しています。



保護者調査 「心と体を守る教育」に対する期待と不安 (高校生保護者 1,906名)

調査概要

- 実施時期：2025年9～10月
- 有効回答数：1,906名
- 対象：全国の高校生保護者
- 協力：全国高等学校PTA連合会

本調査は、学校で行われる「心と体を守る教育」に対して、保護者がどのような期待や不安を抱いているのかを把握することを目的に実施しました。

主な結果と示唆

- 「心と体を守る教育」の理念に対し、約99%の保護者が共感を示しました
- 一方で、「どのような内容を、誰が、どのように教えるのか分からない」という不安も多く、情報公開や説明の不足が懸念点として浮かび上がりました
- 「専門家による授業」「教員と外部専門家の連携」を支持する声が多く、外部専門家の関与への期待が非常に高いことが確認されました
- また、「小学校低学年から段階的に学ぶ」「体系的に積み上げてほしい」といった、発達段階に応じた教育へのニーズが明確に示されています

この調査結果は、保護者が、「心と体を守る教育」そのものに反対しているのではなく、学校で「安心して任せられる仕組み」を求めていることを示しています。

■設問：あなたは、学校の性教育にどのような役割を期待しますか？ (単一選択、n=1,906)

選択肢	回答数	%
自分を大切に、他者を尊重する姿勢を育てる教育をしてほしい	944名	49.5%
性的な知識だけでなく、心の発達や人間関係についても教えてほしい	509名	26.7%
基本的な知識(身体の変化・感染症など)の提供があれば十分	256名	13.4%
性教育の内容や目的についてもっと知ってから判断したい	129名	6.8%
特に考えたことがない/わからない	62名	3.3%
家庭の価値観を重視して、学校での性教育は最小限にしてほしい	6名	0.3%

■設問：性や心、関係性についての教育は、どの学年段階でどのように教えられるのがよいと思いますか？ (複数選択可、n=1,906)

選択肢	回答数	%
「性」の知識だけでなく、心や人間関係のことも段階的に学んでほしい	1,042名	54.7%
年齢や発達段階に応じて内容を区切り、体系的に教えてほしい	796名	41.8%
小学校低学年から、年齢に応じて少しずつ教えてほしい	769名	40.3%
小学校高学年から始めればよいと思う	414名	21.7%
中学生になってからでよいと思う	171名	9.0%
一律に教えるのではなく、学校や家庭の判断に任せるべき	23名	1.2%
よくわからない	47名	2.5%
「その他(自由記述)」	24名	1.3%

※この設問には1,906名が回答し、延べ3,284件の選択肢が選ばれた。

調査から得られた示唆と今後の活用

全国調査と保護者調査の双方から、

- 必要性への共感が高い
- 具体的な学びの機会や実装モデルが不足している という共通の課題が明らかになりました。

SRHR for JAPANでは、これらの調査結果をもとに、

- 教育現場でのパイロット事業設計
- 政策対話におけるエビデンス提示
- 社会に向けた分かりやすい発信

を進め、現場・政策・社会をつなぐ根拠として活用していきます。

得られた気づきと、次年度に向けた改善方針

本キャンペーンは、政策・教育・広報・調査を横断する初年度の取り組みを通じて、一定の手応えとともに、今後強化すべき課題が明確になりました。

見えてきた手応え

「生命(いのち)の安全教育」という枠組みは、包括的性教育に対する誤解や抵抗感を和らげ、政策関係者、教育関係者、保護者の間で共通言語として機能することが確認されました。

議員勉強会や教育現場との対話では、「特定の価値観の押し付けではなく、子どもの安全と人権を守る基盤である」という理解が徐々に共有され、建設的な議論につながる場面が増えています。

教育関係者からは、「これまで触れづらいつ感じていたテーマを、安心して議論できた」「保護者にどう説明すればよいかの視点が整理された」といった声も聞かれ、対話の場そのものが次の行動につながる契機となっていることがうかがえました。

また、全国調査や保護者調査を通じて、性教育そのものへの否定ではなく、「内容が見えないこと」「説明が不足していること」への不安が、社会的な壁であることが可視化されました。データと現場の声を併せて提示することで、感覚論ではない対話が可能になるという手応えも得られました。

明らかになった課題

一方で、いくつかの構造的な課題も浮き彫りになりました。

教育現場では、必要性への理解は進んでいるものの、「誰が、何を、どのように教えるのか」という実装レベルの判断が学校や自治体に委ねられており、外部専門家の活用や授業設計に関する支援体制が不足しています。

また、保護者と学校の間には温度差が存在し、保護者側は「知りたい」「説明を受けたい」と考えている一方で、そのニーズが十分に共有されていない現状も確認されました。

広報面では、関心喚起には一定の成果があったものの、誤解を生まないための言葉選びや伝え方の工夫、ならびに対象者ごとに内容や伝え方を調整する重要性が、改めて認識されました。

次年度に向けた改善・強化の方向性

これまでの取り組みを通じて、教育現場や政策関係者、保護者の間で本キャンペーンの理念や必要性への共感広がりがつつある一方、「誰が、どのように実施するのか」「現場で本当に対応できるのか」といった実装段階への不安が大きな課題であることが明らかになりました。次年度は、その溝を具体的に埋めていく段階へと進みます。

- 政策分野では、議論の射程を明確にし、「生命(いのち)の安全教育の位置づけ」と「外部専門家による性教育の制度化」という焦点に絞ったロビイング活動を進めます
- 教育分野では、自治体と連携したパイロット事業を通じて、実践可能な授業モデルと支援体制を具体化し、再現性のある形で提示します
- 広報分野では、保護者・教育関係者・若者といった対象ごとに、誤解を生まないメッセージ設計を行い、「安心して学べる教育」であることを丁寧に可視化します
- パートナーシップにおいては、行政・教育現場・企業・専門家をつなぐ中間支援的役割を強化し、単発ではない持続的な連携基盤の構築を目指します

本キャンペーンは、初年度で得られた学びを次の実践につなげる段階へと移行します。現場と政策、社会を結ぶ「橋渡し役」として、アドボカシー活動を着実に展開していきます。

キャンペーンを支えてくださったみなさまへ

本キャンペーンは、多様な専門性と立場をもつ個人・団体の協働により推進されました。ここに、企画・実装・発信・政策対話を支えてくださった皆さまへの感謝を込めて、主要な関係者・パートナーをご紹介します(2025年12月現在)。

ステアリングコミッティ

- 只松 観智子 株式会社 Think Impacts 代表取締役
- 棚田 雄一 公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン 専務理事
- 恒川 ひとみ 公益財団法人アジア人口・開発協会 (APDA) 事務局長
- 松中 権 LGBTQ+ アクティビスト
- 松野 文香 公益財団法人笹川平和財団 経営企画部 / 特任部長
- 矢田 稚子 前内閣総理大臣補佐官 / 矢田わか子政策研究所
- 若林 直子 ソーシャルビーアール・パートナーズ株式会社 代表取締役

キャンペーン運営・実務チーム

(公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン)

- 長島 美紀 キャンペーンマネージャー
- 平田 泉 広告・広報リーダー
- 景山 さくら 広告・広報アシスタント

事業協力・連携パートナー

- 京都大学 SMBC スタジオ
- 公益財団法人 アジア人口・開発協会 (APDA)
- 国際人口問題議員懇談会 (JPFP)
- 株式会社TBWA HAKUHODO (ホームページ、SNS運用、2025年広告)
- プライムインターナショナル株式会社 (2025年9月12日イベント運営)

キャンペーン協力団体・専門家

国際機関・国際協力

- 国連人口基金 駐日事務所 (UNFPA Tokyo Representation Office)
SRHRを推進する国連機関として、日本における啓発・政策対話を実施

国内パートナー団体

- 公益財団法人アジア人口・開発協会 (APDA)
超党派国会議員連盟事務局として、政策対話を通じ、SRHR・若者・女性のエンパワーメントを推進
- 一般社団法人 Spring
性被害当事者の声を社会・政策決定の場に届ける当事者を中心とした団体
- 一般社団法人 SRHR Japan
SRHRに関する調査・研究・啓発活動を行う専門団体
- #なんでないのプロジェクト
SRHRを切り口に、情報発信と政策提言を行う市民プロジェクト
- 公益財団法人ジョイセフ (JOICFP)
とりわけ社会的・経済的に脆弱な立場に置かれた人々(女性、若者、障害者、性的マイノリティ、被災者、難民など)のSRHRの実現に取り組む日本生まれの国際協力NGO

専門家・アドバイザー

- 宋 美玄 産婦人科専門医 / crumii 編集長 - 医療とメディアの両面からSRHRを発信
- 池田 裕美枝 産婦人科専門医 / SRHR Japan 代表理事 - 国内SRHR推進の第一人者
- 櫻井 彩乃 一般社団法人GENCOURAGE 代表理事 - 若者世代の学びと実践を行政・教育・企業と接続

収支報告

本事業は、助成元であるシャネル財団の支援のもと、適切な内部管理体制および監督プロセスに基づき実施されました。1期目は97万米ドル7,200.84(1億5,044万70円)の入金があり、繰越金は2期目に執行いたします。

単位:円

より包括的ないのちの安全教育	5,361,259
ロビイング	17,659,619
企業連携	8,695,018
広報広告	78,608,065
調査	5,488,140
管理費	14,376,986
総計	130,189,087

メディア掲載情報

- 2025.07.30 埼玉新聞「性と生殖の権利、理解9% 若者ほど浸透、NGO調査」
- 2025.07.30 教育新聞「次期学習指導要領でSRHRの学習充実をNGOがキャンペーン」
- 2025.07.30 千葉日報「性と生殖の権利、理解9% 若者ほど浸透、NGO調査」
- 2025.07.30 岐阜新聞デジタル「性と生殖の権利、理解9% 若者ほど浸透、NGO調査」
- 2025.07.30 四国新聞社「性と生殖の権利、理解9%／若者ほど浸透、NGO調査」
- 2025.07.30 ハフポスト日本版「性的同意ちゃんと取れてる？クイズで確認。性教育キャンペーンや国内最大規模の意識調査も。『SRHR for JAPAN』がスタート」
- 2025.07.31 福井新聞D刊「性と生殖の権利 国内理解は9%『学びたい』10代68% NGO調査」
- 2025.07.31 東京新聞「『私の体は私のもの』性と生殖の自己決定権、日本でも実現を幅広い性教育訴え、国際NGOがキャンペーン」
- 2025.08.04 読売新聞 大手小町「『性的同意』とっていますか？「性と生殖に関する健康と権利」キャンペーン始まる」
- 2025.08.05 FNN プライムオンライン「なぜ韓国の20代男性は保守化するのか？「女性優遇」「逆差別」男性からの反発で深刻化するジェンダー対立…兵役による就職優遇撤廃も一因」
- 2025.08.04 読売新聞 大手小町「『性的同意』とっていますか？「性と生殖に関する健康と権利」キャンペーン始まる」
- 2025.08.08 DIAMOND online「男性用小便器は人権侵害か？男性の“性と権利”が軽視される根深い理由」
- 2025.08.06 日経クロスマン「『女性優遇』と男性反発 政治利用で分断深まる韓国、日本は？浜田敬子」
- 2025.08.07 ガジェット通信「SRHRを知っていますか？SRHR for JAPANが発足キャンペーンを開始」
- 2025.08.08 DIAMOND online「男性用小便器は人権侵害か？男性の“性と権利”が軽視される根深い理由」
- 2025.08.12 NEWS YOU-USE「ブラン・インターナショナル主催『命と心をまなぶ』勉強会開催のお知らせと参加呼びかけ」
- 2025.08.12 サードニュース「命と心を守るための教育勉強会を東京で開催！」
- 2025.08.14 ランドリーボックス「SRHR1万人調査 認知率25% 『仕方なく耐えた』『自分の意向が無視される』男女ギャップも」
- 2025.08.17 アサジョ「意外と知らない『性』の問題……『性的同意チェック』を実践してみよう！」
- 2025.08.18 山陰中央新法デジタル「性と生殖の権利、理解9% 若い年代でやや高い傾向」
- 2025.08.20 GQ「深まる性別による分断、乗り越える鍵は「男性への性教育」か——連載：松岡宗嗣の時事ニュース」
- 2025.08.21 日本経済新聞「性と生殖の権利、身近に 多様な情報発信、じわり浸透 都内のNGO→ネットで性的同意学ぶ/サンリオ→『SRHR 休暇』を導入」
- 2025.08.22 地域保健 WEB
「勉強会『命と心をまなぶ、学校から社会へ：生命(いのち)の安全教育の最前線と未来』(2025/9/12)」
- 2025.08.26 ハフポスト日本版「アイドル練習生への性教育、若者の『駆け込み寺』にも。日本にはない、包括的性教育を学べる韓国の体験型センターを取材した」
- 2025.08.28 SPUR「誰もが自分らしく生きるために必要な権利、【SRHR】について知ろう」
- 2025.08.29 PR EDGE「渋谷の街を“試験会場”に性的同意を学ぶ『SRHR for JAPAN』キャンペーン」
- 2025.08.29 bizSPA「芸能人だけじゃない！知らないうちに“加害者”にならないための『性的同意チェック』10項目とは？」
- 2025.09.09 FRaU「リアルな性器の模型があり、コンドームを『避妊具』とは呼ばない。韓国の『10代向け性教育施設』のすごさ」
- 2025.09.09 FRaU「『俺はコンドームつけるの慣れてるから』産婦人科医が中学生男子の言葉に喜んだ理由」
- 2025.09.15 ママスタ「SRHRって知ってる？子どもだけでなく大人の恋愛や結婚、人生に大きく関わる重要な概念を知ろう」
- 2025.09.18 教育新聞「『生きる』教育の模擬授業を体験SRHRの勉強会」
- 2025.09.26 読売新聞 大手小町「『ミニスカートをはく』『男だからデート代払え』はDV？中2授業からSRHRを考える」
- 2025.10.11 朝日新聞「『人権と性の教育、強化を』アジア太平洋の議員や専門家らが会議」
- 2025.10.29 PR EDGE「性的同意って、知っていますか？——SRHR for JAPAN、性をめぐる問いかけをOOHで展開【前編】」
- 2025.10.29 PR EDGE「『伝えづらさ』に寄り添う啓発CP——SRHR for JAPANが描く“新しいスタンダード”【後編】」
- 2025.11.12 朝日新聞 with Planet「性教育の変化とバックラッシュ：韓国でSRHRの現場を見る【前編】」
- 2025.11.14 朝日新聞 with Planet「子どもたちのための性教育とは：韓国でSRHRの現場を見る【前編】」
- 2025.11.14 FRaU「ラーメンが食べたいのにパフェを頼まれたら…伝説の1日『女性の休日』の男女格差もSRHRも根っこはみんなこれに尽きると思った【PR】」
- 2025.11.20 @DIME「日本ではまだ認知率の低い「SRHR」とは何か？自分の意識を可視化できる性的同意チェックをやってみよう」