

「グローバル・キャンペーン2005」

その4 ~アジアのキャンペーン~

2005年に焦点をあわせ、貧困に終止符を打つことを求めるキャンペーンは、ヨーロッパ、アフリカ、南米、北米、アジアなど世界各地に広がり、G-CAP(グローバル・コール・トゥ・アクション・アゲンスト・パヴァティ)という世界キャンペーンの名でゆるやかなネットワークを作っています。同時に、地域ごとの連携・協力を強めようという動きも活発になっています。3月末にナイロビでアフリカ地域会合が開かれたのに続き、4月初旬にはバンコクでアジア地域会合が開かれました。

ヨーロッパ、アフリカ、南米に比べて、アジア地域のキャンペーンは、一部南アジアを除いて、やや控えめな感じがしますが、4月5、6日の2日間の地域会合には、アジア15カ国と中東・東欧・独立国家共同体(CIS)の市民社会の代表が50名以上集まり、その存在感をアピールしました。アジアは、文化や宗教などの多様性に加えて、貧困人口が一番多く抱える一方で、経済大国が有数存在する地域です。その幅の広



キャンペーンの象徴であるホワイト・バンドに巻かれる会議参加者

さゆえに貧困問題解消への取り組みも国によって異なります。さりながら、キャンペーンを成功させるために最も重要な課題はどの国もほぼ一様でした。それは、いかに貧困問題に多くの国民の意識を喚起し、関心を高め、その解消に向けた政策への働きかけにつなげるかということです。

G-CAPは、世界各地で共同行動をとる「ホワイト・バンド・デー」をG8サミットが開かれる直前の7月1日と、国連総会が開催される9月10日ごろに定

めていますが、それぞれの国で多くの国民の関心をひきつけるための企画が練られています。

NGOが一定の力を備えているバングラデシュでは、2004年11月に、市民社会の幅広い参加を得て、ピープルズ・フォーラム・オン・MDGs(ミレニアム開発目標)が立ち上がりました。このキャンペーンは、国際開発目標であるMDGsに加えて、バングラデシュ独自の現状やニーズに合わせた自国の開発目標も打ち立てています。7月1日には、G8国の大使館に「(MDGs達成の)約束を守ってくださいね」というメッセージを添えた白い花束を届け、9月には、多くの人たちに貧困削減を求めるメッセージを白い布に書いてもらい、それで役所のまわりをぐるりと巻くアクションなどを企画しています。

市民社会活動が比較的新しいベトナムでは、市民社会組織と国際NGOが祖国戦線という大衆組織とともに、多くの国民に貧困削減のメッセージを届けようとしています。7月1日には、援助の効果的な使用や、公正な貿易、貧困を終わらせるためのコミットメントなどについて話し合うトークショーとその後のハノイ市内の行進を予定してい



CSOネットワーク
(www.csonj.org)

国際協力や開発援助の諸活動にシビル・ソサエティを巻き込み、参加を促すことで、一人ひとりの尊厳が保障される社会の実現に寄与する。おもな活動に、CSO(市民社会組織)や国際協力に関する調査・研究、情報発信、異なるステークホルダーの連携促進、貧困削減を目指すグローバルなキャンペーンへの参加など。

CSOネットワーク
共同事業責任者

黒田かをり

Eメール info@csonj.org
URL www.csonj.org

ます。香港では、NGOや労働組合、移民労働者グループなどを中心に、貿易に焦点をあてたキャンペーンが2004年末に開始しました。

一般の人を広く動員するキャンペーンは、アジアではまだそれほど馴染みのあるものではありません。有効なキャンペーン戦略にたけている人材の確保も簡単にはいきません。また、制度的、法律的な制約から、政府との協力関係なしにキャンペーンを進められない国もあれば、文化・伝統的に共同行動がむずかしい国もあります。「白」が死を意味する中国では、ホワイト・バンドの代替案を考案中だそうです。

キャンペーンの盛り上がりを見せるアフリカでは、すでに南アフリカ共和国からG8サミットの開催地のスコットランドに向けてバスを走らせる大陸規模のツアーが始まっていますが、アジアでは、南アジア地域を除いては、地域全体のイベントは難しいようです。しかし、15カ国以上の市民社会組織が集まり、お互いの違いやキャンペーンの温度差を越えて、自由に意見交換をし、アイデアを出し合ったことは意義深いことです。会合の終盤では、アジア・ファシリテーション・グループが結成され、今後、地域の協力や連携をさらに進めることも同意されました。

さて、今回は、いよいよ、日本のキャンペーンの登場です。