

「グローバル・キャンペーン2005」

その6 ~ホワイトバンド・デー、そして...~

日本でのホワイトバンドの発売、ホワイトバンド・デー、ライブ8、G8サミットと、貧困根絶キャンペーンが脚光を浴びるイベントが、7月上旬に集中しました。そして、次なるターゲットである9月の国連総会へ向けて、キャンペーンが広がりを見せています。

6月下旬の意見広告などでの告知を皮切りに、いよいよ日本のキャンペーン、「ほっとけない世界のまずしさ」への一般への参加呼びかけがはじまりました。ライブ8ジャパンまでの最初の1週間での問い合わせ件数は300件にのぼり、中田英寿、中村勘三郎、藤原紀香、桜井和寿(ミスター・チルドレン)、村上龍らのセレブリティを活用し、ホワイトバンドというシンプルなツールを使ったNGOのキャンペーンが脚光を浴びています。

7月2日に幕張メッセで行われたライブ8には1万人が集結。ドリームズ・カム・トゥルーやRIZEらの国内アーティストに、ビョークなど海外からの参加も得て開催され、「ほっとけない」のメッセージが聴衆と共有されました。

また、7月1日~2日の世界各地でのホワイトバンド・デーの様子や、海外のライブ8の様子は、報道各社が大きく伝えたとおりです。イギリスのエジンバラには約20万人が集まり、G8首脳に対して「貧困を世界の最優先課題へ」と迫りました。これらを契機に、日本



日本でも行われたライブ8に参加し、ホワイトバンドを着ける高校生

での「ほっとけない」への関心は急速に高まり、NGO主体のキャンペーンとしてはまれに見る盛り上がりを見せています。

しかし、「ほっとけない」キャンペーンやそれが一翼を担っているグローバルな貧困根絶キャンペーン、G-CAP (Global Call to Action Against Poverty) は、これで終わりではなく、活動の最初の山を越えただに過ぎません。次なるターゲットは9月の国連総会です。「ミレニアム プラス5」と呼ばれる今年の総会では、2000年のミレニアム・サミットで採択されたミレニアム開発目標の中間レビューが行われます。これを念頭に、G-CAP では、9月10日を第2回のホワイトバンド・デーと定め、ここでもさまざまなイベントなどを企画しています。

国連総会の直前の8月下旬から9月上旬にかけて、アジア、アフリカ、南アメリカの各地域では、ピープル・サミットの開催が計画されています。途上国と先進国のダイアログの場ももたれたとはいえ、G8サミットは会議の性格上、基本的に先進諸国の政治家の意見や市民社会の声を貧困に関して表明するものでした。キャンペーン側から見ても、それは「北」の市民が自国やG8諸国の政府首脳にメッセージを届ける場であって、それ以上ではありません。

アジア、アフリカ、南アメリカのピープル・サミットは、より当事者に近い立場の市民社会の構成員が、貧困の



CSOネットワーク
共同事業責任者

今田 克司

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。

✉ Eメール info@csonj.org
🌐 URL www.csonj.org

構造的問題や闘いの渦中にある人びとの権利について、声をあげていくことになります。いわば、本番はこれからなのです。

そういったなかで、日本のキャンペーンにおいても、ホワイトバンドのことが知られた今、貧困に興味をもった人に理解を深めてもらい、運動により深く参加してもらうことが必要になっています。9月のホワイトバンド・デーにおいても、より「ほっとけない」に賛同するNGO中心の動きをつくるべく、話し合いを重ねています。いよいよ日本のNGOの真価が問われるわけです。

長い目で見た「ほっとけない」の日本の市民社会のなかでの評価は、これからのNGO側の動きにかかっているとんでも過言ではありません。セレブリティがホワイトバンドをつけていることから興味をもった日本の人びとに、いかに貧困をわかりやすく、しかも貧困を作り出す世界の構造を解き明かすように語りかけることができるかがNGOにつきつけられている課題です。果たして、NGOが市民に支えられることによって強化されていくという時代の要請に沿った流れを、このキャンペーンは加速させることができるのでしょうか。少なくとも2005年終わりまで続くこのキャンペーンにおいて、私たち関係者が、将来を見据えた動きをつくっていきたくて考えています。

* ご愛読ありがとうございました。