



「ほっとけない 世界のまずしさ」の活動 ～日本社会で貧困問題を主流化するために～

「ほっとけない 世界のまずしさ」事務局 中島正明

OPPORTUNITIES / 実は追い風だったり！？

- ・ ミレニアム開発目標 (MDGs) - 従来の国際合意の枠を超えた政府の約束と大きな市民社会の役割
- ・ G8サミット/TICAD IV - ODA側/市民社会双方にとって、前進する絶好の機会
- ・ ODA実施体制改革 - これを機に何のためのODAか、ODAのビジョンをしっかりとまとめるチャンス
- ・ 潜在的支持者はいる！ - ホワイトバンド450万本、UNICEFの例、ユースやシニア世代の盛り上がり

THREATS and WEAKNESSES / 課題もある

- ・ ODAの不信感 (質、不明確なビジョン) / 説明責任と対話チャンネル/票にならない外交
- ・ 絶対的な情報不足/メディアの偏重/事なかれ主義
- ・ アドボカシーの未発達/市民団体のリソース・キャパ不足

ABOUT US / 「ほっとけない」について

- ・ 国際ネットワーク (GCAP) の一員で、様々なアクターが参加する市民社会プラットフォーム
- ・ ホワイトバンドキャンペーン - 465万人へのアウトリーチを実現 (経験から得た反省も多い)
- ・ 「行動する文化の創造」と「アドボカシー活動を確実な力にする環境整備」の活動2大方向性
- ・ 次は、2008年 G8サミットがターゲット

OUR GOALS / 「ほっとけない」が2008年に目指すこと

- ・ 目標：
 - 日本社会での貧困問題の主流化
 - 開かれた政策決定プロセス/アドボカシー活動の成功例創り
- ・ 達成指標：
 - G8サミットでMDGs/貧困問題が議題に載り、市民社会の意見を反映した貧困削減策
 - 政策対話ツールであるMDG8報告書を政府が市民社会と共同作成する。
- ・ 戦略：
 - 革新的かつ戦略的なパートナーシップの構築と活用
(NGO、研究機関、UN、著名人、政府省庁及び実施期間、労組、企業など) (順不同)
 - 参加しやすさ/カッコよさを確保した大規模キャンペーン (実質参加してもらってなんぼ)
 - 変化を確実に生み出すクリティカルマスの獲得
- ・ 具体的活動：
 - 市民の開発援助や国際協力に関する意識の現状を正確に把握するための社会意識調査
(憶測ではなく、ODAの理念/ビジョン、政治的英断、マーケティングのための正しい理解)
 - G8サミットや関連プロセスに合わせたパブリックキャンペーン
 - NGOをはじめとする市民社会組織や政府との協働によるMDG8レポート作成
 - 企業とのコラボレーション (アピールするフェアトレード、CSR/GSB)

以上