

## 第21回 国際 無買デー 日本でも14回目の開催

2012年11月24日(土)

“若者は消費意欲がなくなったのではなく、  
消費の事業仕分けを行い、  
賢く消費しているだけなのだ。”  
(ニッセイ基礎研究所)



写真: 京都の禅タクロース、2007 (cc) Paul Crouse  
Use Free with Attribution.

米国各地で勃発した「反格差デモ」は、アドバスターズ・メディア財団 (ADBUSTERS) が呼びかけをおこなっています (<http://www.adbusters.org/>)。同財団は、1980年代からさまざまなムーブメントを仕掛け、支援を行っていますが、その中でも特に歴史が古く、最も国際的な広がりを持ち、かつ、ユニークなパフォーマンスで知られているイベントが「Buy Nothing Day」です。

「Buy Nothing Day」は、1992年にカナダで始まったエコ・ムーブメントです。今年で20周年(21回目)を迎え、いまや、世界64カ国で150万人以上が参加する国際的なイベントに拡大しました。反格差デモのような声高な要求型の示威行為とは異なり、子どもから高齢者まで、思い思いの陽気なパフォーマンスと、「心とサイフにやさしい」メッセージに満ちています。日本には1999年に上陸し、「無買(むばい)デー」と呼ばれ、今年は11月24日(土)に開催されます。この日は「今日一日、本当に必要なモノ以外は買わずにすませよう」、という呼びかけが行われます。

では、なぜ、いま、「無買」が重要なメッセージなのでしょう？ 地球の人口は70億人を越えました。昨年の温室効果ガスの排出量は過去最大で、IPCC(気候変動に関する政府間パネル)が描く「最悪のシナリオ」を越えたと言われてしています。国連事務総長の潘基文(パン・ギムン)は次のようなコメントを出しています、「最近の国際金融崩壊は深刻な問題ではあるが、いずれ過ぎ去る一時的な嵐のようなものだ。だが、地球温暖化問題はそういうわけにはいかない」(<http://www.scoop.co.nz/stories/WO0810/S00175.htm>)。これらの問題が深刻度を増していることは論を待たないでしょう。

前出のアドバスターズ・メディア財団の代表であるカレ・ラーソン(Kalle Lasn)は、次のように述べています。「金融崩壊の影に隠れて、もっと不吉で深刻な問題が進行している。人類はこの地球を消費し尽くそうとしているのだ。電球を節電タイプに代えたり、クルマをハイブリッド・カーに乗り換えたりしても解決にはならない。消費自体を抜本的に減らさなければならない」。

つまり、現在の人類の「消費」のレベルでは、地球環境は永続不可能だということは明らかなのです。この認識に立脚し、「無買デー」は、「過剰消費」を抑制しようというムーブメントなのです。地球最大の問題の原因に焦点を当てつつ、人びとにライフスタイルの転換を呼びかけているのです。

深刻なテーマとは裏腹に、このムーブメントは、色彩豊かでウィットに富んだユニークなイベントでも有名です。過去には、ニューヨークで、「無買教会」の牧師が商店街でレジの除霊をして回りました。台北では「広告を見ザル、聞かザル、欲しいと言わザル」という3匹のサルのパフォーマンスがありました。オーストラリアのケアンズでは繁華街に「リビング・ルーム(生きている部屋)」が出現し、買い物客を呼び止めます。東京・渋谷でも、駅前の雑踏にソファを置いて「ちょっと買い物を楽しんでみないか」という呼びかけがありました。

今年も無買デーに向けて、日本各地でNPOや個人がいろいろな企画を準備しています。**毎年この時期の恒例**として、京都の繁華街では「禅タクロース」の瞑想パフォーマンスが行われます。大阪では「路端の無買」夜回りの会があります。東京では「ナマケモノ倶楽部」などのNGOが、「買い物をナマケる」よびかけを行っています。

無買デー・ジャパンのWEBサイト( <http://www.bndjapan.org/> )を1997年に立ち上げたガブリエレ・ハード (Gabriele Hadl、京都)は、次のように述べています。「今年の夏は日本中で15%の節電に成功しました。これが必要量だということを日本中が認識したと思います。ちょっと見直すだけで、わたしたちの生活は不必要な消費が多いことに気がつくと思います。無買デーは、近い将来に我々人類が必要とする生活スタイルのリハーサルに他ならないのです」。

個々のイベントは各団体や個人が自発的に企画しているものであり、日本のイベント全体を統括する組織等は存在しませんが、無買デーに関するお問い合わせや、各種イベントについての最新情報は、無買デー・ジャパンのウェブサイトとBBSでご覧になれます。無買デー、あるいは無買デー・ジャパン・ネットワークへの取材等については、下記の連絡先をご参照ください。

**Buy Nothing Day International:**

<http://www.adbusters.org/campaigns/bnd/>

**Buy Nothing Day Japan:** (無買デー・ジャパンのWEBサイト)

<http://www.bndjapan.org/>

**Buy Nothing Day Japan Networker:** (無買デー・ジャパン・ネットワーク)

Gabriele Hadl(ガブリエレ・ハード), [bndjapan@mac.com](mailto:bndjapan@mac.com)