

## 2016 国際平和のための世界経済人会議実行委員会

### Session1：非人道兵器廃絶のためのキャンペーン【未定稿】

《登壇者（敬称略）》

・モデレーター

鬼丸 昌也（認定 NPO 法人 テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

・パネリスト

阿部 信泰（内閣府原子力委員会 委員）

土井 香苗（ヒューマン・ライツ・ウォッチ 日本代表）

目加田 説子（中央大学総合政策学部 教授）

アリソン・ピトラック（Control Arms 政策・アドボガシー専門員）

ジェリー・ホワイト（ノーベル平和賞受賞者・アショカ上級フェロー）

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

皆さんおはようございます。12時10分まで第1セッションということで、非人道兵器廃絶のためのキャンペーンと題して、こちらのパネリストの皆さんと対話を繰り返していきたいと思っております。

時間が非常に限られておりますので、パネラーの皆さんには、それぞれ発言を的確に、そして短く、そして心を込めてしていただければと思っております。この会議自体がいわゆるマーケティングを通じた、もしくはマーケティングによる平和構築を議論すると理解しているのですが、その中で、このセッションにおいては、いわゆる地雷、クラスター爆弾、キラーロボット、そして武器の取引を規制する武器貿易条約等、いわゆる個別の非人道兵器であったり、武器の取引全般における規制の強化であったり、いわゆる社会を巻き込みながら一定の成果をあげてきた、もしくはキラーロボットに関する、これから成果をあげるであろうキャンペーンをいかにして成果が上がるように努力してきたのか。どのようなことをして社会と向き合ってきたのかというところを具体的な事例として話し合うことができれば良いなと考えております。

時間もないので早速、議論に入らせていただきたいと思います。ジョリーさんから、ぜひ地雷廃絶国際キャンペーン等を含めた地雷の問題に対して、どのようにして社会にアプローチして社会を巻き込んで行って、あのようないわゆる地雷の全面禁止に向けて成果を収めることができたのか。ジェリーさんの視点から少しご紹介いただくとありがたいと思います。

○ジェリー・ホワイト（ノーベル平和賞受賞者・アショカ上級フェロー）

ありがとうございます。まず、こちらにご招待いただきありがとうございます。大変光栄に思います。正直申し上げて、この年になって初めて日本に参りました。しかし、たくさんの偉大なリーダーの方々、そして素晴らしいまちに招待いただいたことを大変光栄に思いますし、今回の広島県の取り組みについて、知事の取り組みにかかわれることを大変うれしく思っています。

地雷のキャンペーンの話を少ししたいと思います。皆様ご存知かもしれませんが、私自身が地雷を踏みました。20歳の時です。私は当時、勉強していたわけですが、そして海外で勉強するためにエルサレムへ行きました。そして聖地で勉強していたわけですが、地雷を踏みました。

その時は、地雷が何かも知りませんでした。考えたこともありませんでした。しかし後ほどわかったことですが、8000万もの地雷が80以上の国に埋まっているということを学びました。そして80%の犠牲者が一般市民だということです。

このように人道的な災害ということで、社会はそれに気づいたわけです。これに対して地雷を禁止するためのキャンペーンを作ろうということになったわけです。その後にはわかったことですが、国際的なこのキャンペーン、ICBLがノーベル賞を受賞しました。それにたくさんの国、多くの方々が参加した訳ですが、それが最終的に地雷の禁止へとつながったわけです。

我々のキャンペーンの時は、例えば核の場合もそうですし、地雷のない世界をつくるためのまず戦略とは何でしょうか。これは完全な計画ではなりません。マニュアルがあるわけでもありません。まず明確な焦点を絞ることが重要になるわけです。

コトラー先生がおっしゃったように、いろいろなオプションがすでにあるわけですね。平和を構築するということにということになりますと、すでにいろいろなオプションがあります。でもスローガンだけではうまくいきません。ツイートするだけでもダメです。平和のためのテクニックがありますし、また、そのアイデアや平和を祈ることも出来るかもしれません。

そして、核を二度と使わないように祈ることもできます。でも、それだけではもちろん重要ではないわけです。地雷のキャンペーンを振り返ると、たくさんの知見があります。私たちがそれを理解するという事。そしてリーダーシップを変革していくということ。戦略的なキャンペーンにおいては、リーダーの変革も大変重要になるわけです。

マーケティングの話を書く中で、私はそれを理解しますが、でも平和というのは目に見えるものではありません。すなわち何らかを超越したものが平和になります。それに対して、我々は何ができるのか。我々は知恵を元に、この広島はまさにその平和の象徴であるわけです。

広島というのは、まさに平和のオーセンティックな、その真実。ここに歴史があるわけです。それが、まさに広島のエッセンスであると考えます。そして2点目に、我々は勇気を持たなければいけません。皆さんは何を変えたいと思っているのかということ共有する勇気です。

例えば核のない世界を作りたいのか、核兵器のない世界を作りたいのか、地雷のキャンペーンもそうです。何らかの武器を制限する、禁止する。対人地雷、我々は、例えばクラスター弾についてもその後生まれたわけですが、例えばビジネススクールで教わるように、まずは何らかのことに焦点を絞る必要があります。

複数のことを一緒にすることはできません。したがってとにかくフォーカスを絞るということ、何らかに対して立ち上がって、例えば対人地雷であれば、それに向かって立ち上がる。そして地雷のないような世界を作る。そして人が恐れることなく歩き回れる。農業ができるような世界を作りたいと考えるわけです。

そして、その次の一時期です。もちろんソーシャルメディアのキャンペーンに関して、皆さんたくさん知見をお持ちだと思います。それから我々は、ダイアナ妃を巻き込んでキャンペーンを行いました。彼女は象徴だったわけです。こういった有名な方が地雷の問題に関心を持ってもらいました。

そうでないと、アメリカ人は地雷には関心を持たなかったでしょう。アメリカにおいて例えばサッカー場だとか、アメリカの庭には地雷はないからです。しかし、ダイアナ妃の有名さを使ったわけです。そしてまたサバイバーを使ったわけです。地雷の生存者を我々のキャンペーンに巻き込んだわけです。そして人を中心に置きました。

ハブという訳ではないのですが、まずはその問題、そして人というものを中心に置きます。例えば部屋にいらっしゃる方、皆さんがそれぞれチェンジメーカーであり、ピースメーカーであり、ピースウィルだと思えます。これは、アショカがそのように呼んでいるのですが、今回はアショカの招待もありまして参加しております。

我々は今、英語で話をしておりますけれども、運動からネットワーク、NGO、クロスセク

ター、いろいろな言葉がそこには溢れています。それが戦略的なキャンペーンと言われてはいるわけですが、我々は、そういったもの、包括的なキャンペーンは戦略的なものではありません。

歴史的に、例えばコトラ先生からも話がありましたが、我々はまず整理をして、フィルターをかけて、どのレバーを使うのか。どのバッテリーを使うのか。どれを使えば、核のない世界を達成するために有効なのか。そしてリーダーシップの広島役割ということ、ぜひ考えてもらいたいと思います。それをぜひ議論したいと思っています。私は、皆さんのパートナーになりたいと思っています。ありがとうございました。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

ジェリーさん、ありがとうございます。ジェリーさんの発言の中で示唆的だったのは、いわゆる平和を作り出すために、もしくは課題を解決するためには戦略が必要だということだと思います。

大変厳しい言い方ですが、日本の平和運動には、もしかするとその点は欠けていたところかもしれません。我々自身も、もう一度それを振り返るいい機会になったのではないかと思います。

続いて、目加田さんにご発言をお願いしたいと思います。『地雷なき地球』という目加田さんの書いた本を僕は学生時代に読んで、すごく影響を受けたことを今思い出しました。ぜひ、ジェリーさんのご発言を受けて、地雷の廃絶運動から我々が学べることであったり、地雷の廃絶運動がどうして多くの政策決定者を巻き込むことができるようになったのか。その辺りをご発言いただければと思います。

○目加田 説子（中央大学総合政策学部 教授）

ありがとうございます。ジェリーさんやアリソンさんとも一緒にこの 20 年、地雷の活動に関わってきました、その後 2008 年にクラスター爆弾を禁止する条約も出来まして、その政策決定プロセスにも関わらせていただいたので、その経験から少し話をさせていただきたいと思います。

まず、この会議を今我々はここ広島の地で行っていることの意義を一旦振り返っておきたいと思うのですが、第 2 次大戦後、世界の平和運動の中核にあったのは、紛れもなく反核運動だったのですよね。

いわゆる平和運動というものは、この核を中心に核の脅威というものが非常に現実的だっ

た世界ですから、核をなくすというところが大きな平和運動の中心にあったと。ところが冷戦が終結してから核の脅威が軽減されたこともあります、それから冷戦期には十分に注目されてこなかったような他の様々な問題、対人地雷なども文字通りそうですし、小型武器や少年兵の問題といった問題が浮上ってきて、そういうところにもスポットライトが当たるようになったというのが大きな変化の1点目です。

それから冷戦後のも1つの大きな変化というのは、私もそうですし、ジェリーさん、アリソンさん、皆さんそうだと思いますが、やはりシビルソサイエティというNGO、NPOであるとか、政府や企業とはまた別の立場から、こういった人道的な問題や開発などに関わるような問題について提言するようなアクターが浮上してきたし、そしてそれらのアクターがやはり一定程度、影響力を及ぼすようになってきたという中で、対人地雷の活動がジェリーさんが先ほどおっしゃった通り1992年に、この国際的なキャンペーンが立ち上がって97年に禁止条約というものが成立したという経緯があります。

ICBLというインターナショナルキャンペーン、対人地雷を禁止する国際的なキャンペーンですが、いくつかの特徴があって、どうして、今では非常に成功したモデルと呼ばれているわけですが、何が特徴として挙げられるのかということ数を数点指摘してみたいと思います。

まず1点目、とても大事なことだと思うのですが、ICBLはこの問題を人道問題なのだというふうに全面に押し出したことですね。通常、それまでの世界であれば、対人地雷という兵器を禁止するということから、軍縮とされていたのだけれども、それをリフレーミング、再構築することによって問題設定を単に軍縮、1つの兵器を禁止するというだけでなく、対人地雷によってもたらされる様々な問題、例えばジェリーさんのように、文字通り被害にあわれる方であったり、あるいは被害という言葉を用いた時に、ご本人だけではなく例えばその地域全体も被害を受けているわけですし、その地域の例えばビジネスも被害を受けるわけですし、例えば敷設されている場所が学校や教会、寺院のようなところであれば、そこに暮らす人々、ありとあらゆる人たちに大きな影響を及ぼすという点から、これは人道問題なのだということを前面に打ち出したのです。

これがどういう効果を持ったかということ、本当に先ほどジェリーさんがおっしゃった通りアメリカでは地雷原があるわけではないので、アメリカの人たちが皆関心を持っていたかということ残念ながらそうではない。それは日本でも同じで、地雷の問題はあくまでもカンボジアやアフガニスタンなど、途上国の戦闘が激しい地域の問題だと捉えられてしまった。

ところが、これが人道問題だと位置づけられると、より多くの方々の関心を引き寄せるこ

とができるようになったのですね。例えば開発に取り組む方たちや、子どもの教育に熱心な方々、あるいは戦後復興に携わっている方たちなど、そういう方たちを大きく巻き込んでいく運動になったという意味において、やはり人道主義というものが前面に押し出されたことが非常に大きかった。

それから先ほどのマーケティングのところにも少し出てきましたが、やはりメディアの活用というものが ICBL は非常に巧みというか上手だったなという感じがします。その通り、地雷原に例えばメディアを案内して具体的にどういう問題があるのかというような映像で訴える機会を積極的に作ってきて、そして写真もそうですし、被害者の方たちが前面に出てくることによって、何が今現在進行形の形で起きているのかということ訴えるのに非常に役に立ったということがあります。

3 点目としては、専門家が積極的に関与していた。つまり、これは草の根運動ではなくて、そこに例えば生涯にわたって障害がもたらす深刻な被害を専門の外科医が開設したり、あるいは本当に対人地雷というものが戦闘で必要なのかを説明するような軍人戦略家であったり、様々な専門家がその議論の中に巻き込まれていったということも非常に大きな意味があったと思います。

あとは国際機関ですよね。例えば子どものことについて携わっているユニセフなど、開発という側面では UNDP（国連開発計画）や難民の支援、帰還民を支援しているという意味では UNHCR（国連難民高等弁務官事務所）など、そういうところがやはり携わってきたということが大きかったと思います。

こういった特徴を全て、先ほど戦略という言葉も出ましたが、戦略的に訴えていくことによって、ICBL の活動というのは正当性を確保するに至ったと思いますし、世論に対する説得力を持つようになり、結果として、わずか 5 年の間で条約が成立したということだと理解しています。すみません。ちょっと長くなりました。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

ありがとうございます。目加田さんに ICBL での運動の特徴について綺麗に整理していただき非常に助かりました。

続いて、アリソンさんにお話を伺いたいのですが、先ほどは、地雷の話でした。いわゆる個別の非人道兵器の廃絶に関するキャンペーンの話で、今アリソンさんが取り組んでいらっしゃるコントロールアームズキャンペーンでいうと、単独の武器だけではなく武器の取引そのものに一定のルールもしくは規制をしようというキャンペーンだったと思うのです

ね。対社会に対してどのようなアプローチをしていくかというのは、この地雷廃絶運動と大きく共通点があると思います。その辺を含めてコントロールアームズキャンペーンがどのような活動を展開していて、どのように社会に関わっていたか。少しご紹介いただけるとありがたいです。

○アリソン・ピトラック (Control Arms 政策・アドボカシー専門員)

ありがとうございます。おはようございます。私も、こちらに来られて本当に光栄に思っております。そして軍縮と、このようなテーマを皆さんとお話することが特に経済界の方々、マーケティングのコミュニティーの方々と、このようにお互いの理解を一致させてお話しすることができて本当に嬉しく思っています。

私のほうで、我々のほうで ATT と呼んでいる武器貿易条約キャンペーンをどのようにしているかということをお話ししたいと思います。全廃や禁止条約ではないのです。こちらは武器を移転する、輸出するということについての規制条約となります。

そして条約の中には人権、そして人道的なアプローチ、人道法をこの中に入れるということが必要なのです。そして締約国が参加し、実際の武器を移転するために、その規制について十分に熟慮してそれを行うということ。そして戦争犯罪、ジェノサイダー、そしてジェンダー関係、テロの戦争、こういったところで使われていないかどうかをチェックするのです。そしてこういったことが潜在性として起こりうるわけですから。そして、それは ATT によって禁止していきましょうということです。

この武器貿易条約ですが、国連で 2013 年に採択し、1 年後の 2014 年にしたわけです。86 年、そしてさらに 50 カ国が締約国、そして批准国になることが期待されています。この ATT のキャンペーンとしては 2000 年ぐらいから始めました。そして、この期間、ACBL のことも知りましたし、CMC のことも知りました。そして学習しました。

我々は戦術を変えていこうと考えたのです。それで簡単に、具体的に少し我々がやったこととお話ししていいですか。全部をお話しすることはできないのですが、いろいろなりサーチもしましたし、二国間のアドボカシーもやりました。そして、これについては、あまり詳細は申しあげませんが。

それでは少しハイライトとして 2006 年、まだ ATT がどのようになるのか、武器貿易条約などいるのかということを行っているようなことです。そして、それによって人々のサポート、政府、そして国連のサポート、これは武器をコントロールするという事は、実際にミリオンフェース申請、請願ということをしようとしたのです。つまり 100 万人世界か

ら集めて、スマートフォンがなかった時代ですよ。そしてポラロイドの写真を撮っていた時代です。でも 100 万人を結集するということが 2006 年に可能だったわけです。

そしてアナン事務総長のもとで、これがキックオフになったわけです。国連で始まったのです。もちろん、たくさんの人々がこれについて注目してくれました。そして、さらに歩を進めまして 2012 年のことでしたが、最初の条約交渉に入りました。その時に思ったのです。この武器貿易、武器の管理、テクニカルですが、セクシーでもないし本当に理解されるのかしらと思いました。

しかし、そこで法律家がここに入ってきたわけです。バナナの貿易、フルーツの貿易、こちらの方が武器の貿易よりもちゃんとコントロールされているではないか。それはおかしいではないかと思ったのです。それで、なんで愚かなことをやっているのか。武器の貿易がなぜきちんと規制されていないのか、コントロールされていないのかということ。

ニューヨーク・タイムズ、いろいろなところで取り上げてくれるようになりました。メッセージが強くなって来たのです。そして、この分野において我々は制作や色々なジャンゴンを使うのですが、でも、もっと簡素化することが必要ではないかと思ったのです。もっと広い人々にアピールをしようと思いました。

2013 年、最終の交渉段階に入りました。ハッシュタグ、アームストリートですが、ニューヨークのツイッターのところに取り上げて、皆クリックしていただいて、セルフオンで、そして国連の中でクリッカーで交渉状態を知らせてくれました。

また 1 つのマーケティングの会社で、ボイスアクティベーターというキャンペーンをやったのです。そして昨年から、これを防衛産業や法律家、それから投資家を取り入れて、このようなキャンペーンを張りました。いろいろな相乗効果が出てきたと思います。非常にエキサイトしていますが、皆さんとこれから 2 日間、どこまでいけるか話し合っていきたいと思っています。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

アリソンさんが先ほどご紹介してくださったミリオンフェースキャンペーンは日本でも展開し、ちょうど私どもテラ・ルネッサンスもコントロールアームズキャンペーンの日本での加盟団体で、100 万人中およそ 1 万人を日本で集めることができました。でも、総人口からするととても少ない。

スマートフォンがない時代、でも学園祭でこの問題に興味を持った学生達や、遠い国のそ



のような武器の被害で苦しんでいるような人たちのことを思った主婦の人たちなど、広島でも福山市や三次などで取り組んでくださった方がたくさんいらっしゃいました。そういう人に動いてもらうためにも、大事なことをアリソンさんがおっしゃっていたと思います。それは、やはりメッセージを研ぎすますことなのだと思います。

忙しい日常の中で暮らしている人たちに、いかにかけ離れた問題を自分の問題として取り捕らえてもらうためには、メッセージを研ぎすまなさなければいけないのだと。そのことを先ほどのアリソンさんの発言から改めて学ぶことができたように思います。

続きまして土井さん、よろしくお願いします。今まで地雷や武器貿易条約というのは、現時点で起きている様々な課題に対して NGO や市民社会がキャンペーンを張ってきたという経緯を事例を交えてご紹介いただいたのですが、今、土井さんが所属されているヒューマン・ライツ・ウォッチを中心として、日本ではあまりまだ馴染みがないでしょうか。キラーロボット、いわゆる殺人兵器、ロボットによる兵器を規制しよう、もしくは禁止しようというキャンペーンを中心になって展開されていらっしゃいます。

そのキャンペーンについて少しご紹介開いていただきたいのと、もし今までのクラスター弾や地雷の廃絶運動から、何か今やっているキャンペーンで学んだことがあれば、少し加えてご説明いただけるとありがたいと思います。

○土井 香苗（ヒューマン・ライツ・ウォッチ 日本代表）

ありがとうございます。国際人権 NGO のヒューマン・ライツ・ウォッチの日本の代表をしております。土井と申します。今ご紹介いただいた通り、現在進行中のキャンペーンについてご紹介したいと思います。

このキャンペーンは、実は兵器の第 3 革命とも呼ばれている兵器についてのことなのです。第 1 革命と言われているのは鉄砲、ガンですね。第 2 革命と言われているのが、まさにこの広島に関係のある核ですね。核兵器。そして第 3 の革命になるだろうと言われているのが、実はこのキラーロボット。英語でいうと **Lethal Autonomous Weapons** というのですが、日本語でこれを訳すと、完全自立型の兵器ということになりますね。どんなものか、実はまだ写真がないのですが、こんな感じかなということで持ってきました。どうぞ。

これは実は 3 年前、このストップ・キラーロボットキャンペーンがロンドンでローンチされたのですが、その時に我々が使った写真ですね。このキラーロボットと愛称で呼んでいますが、完全自立型の殺傷兵器ですね。一体何なのかと言いますと、いわゆる人工知能ですね。AI。そして誰を殺すかというターゲットを自ら決める。まったく人間の手を借りず

に誰を殺すかをまず決める。そして、その殺すという行動も自らの判断で行う。この 2 つのポイントが完全に人間の手を離れて AI が行うというところが、キラーロボットの特徴と言えると思います。

これは当時 3 年前にキャンペーンを立ち上げた当時は、今存在しませんし、実戦投入されるのも 30 年ぐらい先ではないかと専門家は言っていました。しかしながらアメリカ、中国、ロシア、イスラエル、韓国などの国で開発が進んでいたのですが、実戦投入は先と言われていましたが、3 年経って、今ではもっと近い将来に実戦投入されるのではないかとされています。

このロボットが自ら考え、自ら殺すという兵器になるということですが、やはり当たり前のことなのですが、ロボットには共感力、エンパシーを感じる力がないのですね。人間は、やはり殺すかどうかという時に、ものすごく重要な感情になります。あるいは命の重要性、あるいは命が失われることがどんなに辛いことか。こういった感覚を持っていません。

それから誰が、この人は生きる、この人は死ぬという判断を人間ではなくロボットがやるということ、これは非常に大きな人間の尊厳そのものに対するものすごいチャレンジを示していると思います。

このキラーロボットの問題というのは非常に様々な議論があるべきもので、倫理問題がもちろんあります。それからヒューマン・ライツ。ウォッチからすると非常に重要な問題ですが法律上、おっしゃっていましたが国際人道法などの問題もあります。それから、これは軍事の専門家にとって重大な問題で、軍事問題、安全保障問題、それから広島と同じなのですが、拡散の問題も起こしうる非常に重大な影響を持ち得る兵器なのです。

これが今おっしゃったとおり、これまでの多くの成功した兵器の禁止や制限のキャンペーンは、兵器ができてから制限などの運動が起きていったのですが、このキラーロボットに関しては非常に特徴的なのは、先制的にまだない今のうちに全面禁止するというのを我々として仕掛けています。

それは、やはり一旦実戦投入まで行ってしまいますと、非常にたくさんの開発コストなどもかかってきますので、制限をしにくくなる、禁止しにくくなるということもあります。あるいは拡散の問題も出てきたり、あるいはまさに核もそうですが、近郊の問題なども出てきて非常に禁止しづらくなったりということもありますので、先制的に禁止することを目指しています。

ヒューマン・ライツ・ウォッチが今、このストップキラーロボットのキャンペーンのコーディネーターを務めています。今のところ世界中の 61 の NGO がメンバーになっていて、26 カ国からなっています。日本からも難民を助ける会さん、あるいはヒューマン・ライツ・ナウといった団体が入ってきてくれています。

その他にも先進国、様々な国々の NGO が入っていますが、その他もちろんありまして、アフガニスタンやパキスタン、南アフリカ、いろいろな国々から NGO が入ってきています。しかし、このキラーロボット。鬼丸さんは「聞いたことないよね」とおっしゃったのですが、実際、世の中の方は、ほとんどこの問題を話したことがなく、このキラーロボットキャンペーンを立ち上げる 1 年前にヒューマン・ライツ・ウォッチは、実はハーバード大学と一緒にリサーチペーパーを出したのですが、その時ぐらいに初めて議論が起きたような感じだったのですね。

ですから、次の年にこのキャンペーンを立ち上げたわけなのですが、これで世界的な議論を起こせるのかというと、その当時は本当に未知数でした。しかしながら、その次の年、2014 年。ちょうど今から 2 年前なのですが、国連に CCW という、あまりテクニカルなことを言っても仕方がないのですが、国連の中に CCW という兵器をコントロールする条約があるのですが、その中で、とにかく非公式に、このキラーロボットの話を始めましょうということをはじめたところ、2 年前の初めての年から 87 カ国、約 90 カ国近くが参加しました。日本も参加しました。

そういう意味では、全くゼロから始めて 1 年後に 90 近い国々が、ただのディベートではありますが、ディベートに参加してきたということは、非常に前例を見ない形で議論が今沸き起こっているのではないかと思います。

それが 2014 年、15 年、16 年、今年と 3 回続けて非公式的な会合をやっております、実は我々のキャンペーンは今大きな転換期を迎えていて、来年からこれを非公式ではなく公式のプロセスにしたいのですね。

我々からすれば全面禁止条約のプロセスを始める年を来年からしたい。しかしながら当然これには、やる気のない国々や、もしかしたら本音では全面禁止したくないような国もあるわけですね。そこで今大きな駆け引きがあります。今、世界の中では最もやる気のない、あるいはこのプロセスをもしかして止めるのではないかと我々が不安に思っている国が、実はロシアですね。

ロシアが実は今年 12 月に今、行っている CCW での非公式会合を公式にするかどうかの決

定が12月にされるのですが、ロシアがこれに反対をすれば、それがぼしゃってしまうということがあります。それに向けて我々として、まさに世論を高めたり、ロシアに対する様々な働きを働きかけを行ったりしています。

ただ先制的な禁止は今までなかったものではなく、実は今言っている CCW (Convention on Conventional Weapons) という条約なのですが、この条約の中には5つの議定書がありまして、そのうちの1つが、永久的に目を失明させるレーザー兵器の禁止の議定書になっています。

この永久に失明させるレーザー兵器というのは、実は、実戦投入される前に先制的に禁止されたのです。しかも議論を始めてから非常にスピーディーに、おそらく2、3年の間にこの議定書ができたという経緯があります。

ですから我々、キャンペーンストップキラーロボットからしますと、我々の目標は6つ目の議定書、この CCW の下に6つ目の議定書を作って、それで完全自立の兵器に関しては全面的に禁止しましょうという議定書を作るというのが、今のところの目標になります。

それで、このキラーロボットキャンペーンと、これまで存在していたキャンペーンとの関係なのですが、実はほとんど流れが同じですね。対人地雷禁止のキャンペーンの人たち、ジョディ・ウィリアムさんがノーベル平和賞も取りましたけれども、彼女などを中心にして、ヒューマン・ライツ・ウォッチも実は同じノーベル平和賞がオフィスにあるのですが、一緒にいただいたのですが、そこと同じチームがクラスター爆弾の禁止のキャンペーンでも中心メンバーになり、そのメンバーが今同じように、このキラーロボットのキャンペーンの中心になっているということがあります。

そういった意味で本当に、このクラスター爆弾や対人地雷の禁止のキャンペーンの成功体験、そこでまさにストラテジーがワークしたのですが、その成功の経験によりながら、このキャンペーンを行っていると言っても過言ではないと思います。

○鬼丸 昌也 (認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事)

ありがとうございます。まさにキラーロボットという問題は、これから起こる大変な課題だと思っています。簡単にいうと、キラーロボットが人を殺したら誰が裁くのさという話ですよね。裁く法律もない。

○土井 香苗 (ヒューマン・ライツ・ウォッチ 日本代表)

ありがとうございます。法律問題は、ちょっと30秒だけ。このキラーロボットというのが

世に出回ると大変なことになるのですが、1 つは裁く法律がないということになりますね。今、先ほどコトラー教授がおっしゃっていたのですが、あまり有効に動けていないと言っていました。ICC といって国際刑事裁判所という枠組みがあって、戦争の中で例えばジェノサイドやひどい行為を行った人に関しては裁かれる仕組みが国際的にもありますし、国内的レベルでもいろいろな戦犯の人たちが裁かれるような仕組みがありますが、ロボットは裁かれることを全く嫌だと思いませんので、法律の規制が今まで 100 年かけて作ってきたことがすべて無になってしまうということがあります。

あるいは、独裁者などは自国民を弾圧するのですが、そういった兵士たちは、自国民を殺すことを多くの場合は良心との葛藤があって、なかなか殺せないのですね。これがロボットであればおそらく問題なく殺していくのだろうということも含めて、このキラードットが戦争、紛争を拡大していくであろうという側面が非常に大きくあります。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

ありがとうございます。お待たせしました。阿部さん、今までお話ししていただいた方々は実際に、特定の非人道兵器だったり、例えばアリソンさんのように武器貿易全般に関して一定の規制を加えるための武器貿易条約規制のためのキャンペーンを担って来ました。つまりキャンペーンを担ってきた側です。

ここからご発言いただきたい阿部さんは、日本人でたしか 5 人目、6 人目の事務次長をされ、軍縮等にも大きな力を注いでいただきましたし、今日皆さんにお配りいただいている国際平和拠点広島構想の推進委員としても広島県の平和政策に大きく寄与していただいている方です。

実際に国連で働かれて、もしくは外交の現場で地雷の問題や非人道兵器の廃絶のキャンペーンが行われている最中で、それぞれのキャンペーンが多くの市民や当事者を巻き込みながらエネルギーに活動してきたわけなのですが、そのような動きを見ていて、実際に国連の現場で働いていらした阿部さん自身はどのように感じられたのか。その可能性なども含めて、少しお話しいただけるとありがたいです。

○阿部 信泰（内閣府原子力委員会 委員）

ありがとうございます。私が国連の事務次長で軍縮を担当しましたが、その前に実は、この地雷の問題、禁止条約の問題に非常に深く関わっていたのですね。

私が外務省にいた時にちょうどこの条約が出来上がりまして、最初、日本政府は条約に反対だったのです。ちょうどその時に小淵恵三さんが外務大臣でいらして、私は大臣に「こ

の条約に日本はアメリカと同じに反対なのです」ということを申し上げに行こうと思っていたら、ちょうど順番が回ってくる前に私はシンガポールで会議があって出かけることになりました。帰ってきてからお話し申し上げようと思って帰ってきて成田に着いてラジオをつけたら、ニュースで今朝、小渕外務大臣がこの条約は署名すべきだと言ったというニュースが流れて、これは大変だと。私がそうではないということを使う前に署名しようとおっしゃったのですね。

それから実は物事が動き始めて日本は署名に向かうわけですが、これは今振り返ってみますと、小渕恵三さんは自由民主党の保守系の政治家には珍しく、普段から NGO の方などいろいろな方に接触しておられたのです。その中に難民を助ける会があったのです。難民を助ける会というのは、名前が示すようにカンボジアなどの難民を助けるのが活動なのです。

ところが、それが実際にボランティアを募ってカンボジアへ行くと、多くの人が足がなかったり手がなかったり、いろいろなことがある。なぜかと聞いたら全部、地雷で被害にあっているのです。それで帰ってきて、これはそもそも地雷をなくさなければいけないということを使って、小渕恵三さんは常々そういう話を聞いていたのです。

ですから、私が経験から思うのは、やはりこうした軍縮の問題、兵器の問題も、最後はやはりそういった人と人とのコンタクト。実際に、その場に行ってどんな思いをしていたか。どんなに苦しい思いをしているかという人の話を直接聞くことが非常にインパクトが大きいのです。

その人たちが帰ってきて、また近所の人にお話しする、友達にお話する、たまたまそこに外務大臣が来ていれば、その方にお話しする。それがやはり日本を動かしたのです。もちろん、その間に ICBL のキャンペーンも来ましたが、イギリスの動きもありました。そういうこともありますが、一番大きいのは、そういった話を直接聞いて、それはひどいと。それはやめるべきだと。これが非常に大きかったと私は思います。

そういう意味で、やはりマーケティングというのは今の時代、やはりメディアを使ってたくさんの人に働きかけてマーケティングをすることも大事ですが、やはり最後は人から直接聞いて、自分の親しい人からこういうものはやめたほうがいいと言われると、人が動くのです。そういうものが私はマーケティングという観点からも大事だと思います。

と申し上げましたけれども、先ほどコトラー教授のマーケティングの話は聞きましたが、最後はやはりマーケティングをするためには、顧客に買いたいという気持ちを起こさな

いといけないですね。どうやって、そのようにモチベーションを起すか。あるいは多くの人々を動員するかが非常に大事で、そのためには、やはり地雷で被害にあった人、あるいはクラスター爆弾で被害にあった人たちのものすごく残酷な様子。もう体がちぎれてしまっていると。写真が今の世の中、画像が各家庭にテレビで流れるということが非常に大きいので、その結果が非常に大きいと思いますね。そういう意味ではメディアの動き、それから、そこに流れるとくにグラフィックなものの影響は非常に大きいので、そこが非常に大きいと思いますね。

ただ、同時にそれが機能するためには、社会の中でそういう情報が自由に開かれた社会で流ないといけないですね。残念ながら世界を眺めますと、いまだにそういう自由が認められていない国がありますね。

あるいは、そういったキャンペーンをもしやって、政府の意に反してキャンペーンをしたら、次の日、地に死体が転がっているということになるかもしれない。そういう国もあるのです。そういう依然として大きなブラックホールがあるので、そこにどうやって働きかけるかが非常に大きなマーケティングの課題だと思います。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

ありがとうございます。先ほどコトラー教授のお話を聞いている中で、**Marketing is love** と多分おっしゃっていたと思います。つまり人々にメッセージを届ける時にとても大事なものは、その人の感情をいかに動かすかというよりは、動いてもらうために我々が何をすべきなのかというところがとても重要なのだと私はそう思います。

その時にたとえば ICBL にしても JCBL にしても、たとえばコントロールアームズキャンペーンにしても、最も人の心を動かしたのは結局、当事者の声なのだと思います。その課題によって苦しみを抱えたり、その課題によって未来を奪われかけた人たちの声をきちんと届けること。その時に大事なものは、我々のような NPO や NGO の役割はそこにあるのだと思っています。

それをただダイレクトに届けるだけではなく相手に受け入れやすいように、相手が理解しやすいように言葉を選び、画像を選び、動画を作り、働きかけていく。そういうプロセスが、平和運動を強化していくためには重要なのだと今、阿部さんの発言を聞いて、私自身もそのように感じました。

残り時間が少し少なくなってきたのですが、今ここで話し合っているのは広島です。広島というのは、まさに 8 月 6 日の惨禍から市民の皆さん、県民の皆さんが総力を挙げて、こ

の県とまちを復興されて来られました。そして先ほど目加田先生もおっしゃってくださったように、反核非核の運動においては広島、長崎というのは非常にシンボリックな存在です。

ただ現実を考えると、非常に厳しい言い方ではありますが、核廃絶や核不拡散に対する動きは非常に脆弱である。もしくは一種、後退した側面もあるかもしれない。その中において、この非人道廃絶キャンペーンや ATT のキャンペーンが核廃絶や核不拡散に、どういう知的な貢献ができるか。たとえば、そのノウハウを生かして、より反核非核、核不拡散の動きを強くすることができるかというところを少しだけ議論させていただきたいと思っています。

その点においてジェリーさん、この地雷廃絶運動や非人道兵器の各種の廃絶キャンペーンのプロセスで我々が学んだことを、いかに核不拡散や核廃絶の運動に生かすことができるかというアイデアや考えがあれば、少し披露していただけますか。

○ジェリー・ホワイト（ノーベル平和賞受賞者・アショカ上級フェロー）

コンピューターのシュミレーションツールを使って、今ではそれができるわけですね。どれだけ影響があるのかは、コンピューターシュミレーションを使うことができます。私の若い時にはできませんでした。したがって広島は、実際のコールトゥアクションというところで、ネットワークを共にするために、どういった戦略があるのか。そのアイデア、スローガンはある程度理解しております。そして語り部としての活動もあります。でも、それだけでは十分でない。

私は、オバマ大統領の政権においてクリントン国務長官の下で仕事をしたのですが、問題に関しては多くの方が関与しているわけです。政府にはいろいろな官僚機構があり、そしてデータもたくさんあります。ほとんど肥満と言っていいぐらいのデータ、情報があるわけです。そして政府の中でのこういったネゴシエーションは難しく、政府の中で、こういった戦略を実行していくのは難しかったわけです。官僚主義であって戦略ではなかったわけです。

でも私が少し驚いたのは、政府の中で大きな変革を起こすために何が出来るのかを考えたときに、私自身がそういう立場にあって、それは大変難しいということがわかりました。それからゲーム理論、そういったところが使えました。

たとえば 6 人の方、コンピューターシュミレーションをやってもらって政治学などの方々を呼んできて、そして高い正確度をもって何が起こるのかをシュミレーションしてもらおう。



そして、例えば 300 位の症例の中でコンテストをしてもらおう。たとえば 2012 年から 3 年で当時、私が当時の国務大臣の仕事をしたときですが、16 人の諜報機関が将来の予測を立てる時のコンテストにおいて、1 位と 3 位と 7 位だったわけです。このようにテクノロジーの影響は大変大きいもので、政策にも影響を与えます。そして、どのようなキャンペーンであったとしても、テクノロジーがその成功に大きく影響を与える時代になっています。

そして核兵器廃絶においても、このキャンペーンは長い歴史があるわけです。実際、リサーチのツールもあると思いますし、シミュレーションすることによって、どのようなシミュレーションの結果をもとに、こういったコンテンツが最も人に響くのかということをお話したいと思います。

それから日本の役割、広島への役割というもの、これはまさに触媒だと思っています。リーダーとしての触媒の役割を期待しています。コンピューターが人の役割を置き換えるということではありません。エンパシーをなくす訳ではありません。とにかく、このようにシミュレーションすることによって市民、組織も政府もそして企業も、より良い意思決定ができるということです。このようなプランニングやリサーチのテクノロジーをぜひ使っていただきたいと思っています。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

アリソンさんの立場からも ATT 等で取り組んできた体験や知見をどうしたら反核、非核もしくは核不拡散、核軍縮の動きに生かすことができるか。少しアイデアがあれば、コメントいただけるとありがたいです。

○アリソン・ピトラック（Control Arms 政策・アドボカシー専門員）

核廃絶のキャンペーンは今、大きく変革を迎えていると思います。これまでは、あまり大きな動きはなかったと思います。例えば核不拡散条約に関してもそうですし、核兵器保有国が核兵器を廃絶しない。そして彼らの約束を果たさないというフラストレーションがありました。でも、この何年か、これは 2、3 年の間ですが、リサーチや活動が活発化していると思います。

例えば今年、国連総会においても議論がなされました。そして加盟国が新たな交渉を開始すべきだと。そして核廃絶の条約に関する交渉を開始すると言われました。もちろん核保有国からは、それに対して反対の声が上がりました。でも動きが見られます。

我々が成功したのは、フレームを置き換えたわけですね。特に環境への影響、そして人道的な側面に枠組みを変えたわけです。それをもとに我々はメッセージをしたわけです。こ

れまでは冷戦の話や、そういった古い観念をもとにキャンペーンを張ったかもしれませんが、でも我々のキャンペーンの中で ICAN (International Campaign to Abolish Nuclear Weapons) というものがあります。このようなキャンペーンでも大きなエネルギーの高まりが見られると思います。

○鬼丸 昌也 (認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事)

ありがとうございます。まさに核不拡散や核廃絶運動においても、これらの非人道兵器廃絶キャンペーン等の経験は生きてくるし、生かすべきだと僕らは考えますし、思います。例えば、先ほどジェリーさんがおっしゃってくださったように、まさに的確なメッセージを届けるために、どうシュミレーションしていくのか。様々なデータベースから構築して行って、テクノロジーを使いながら検討していくことも、とても大事だと思います。

例えば核兵器禁止条約、まさに今ちょうど国連総会の軍縮委員会で議論がなされていますが、そういうビジョンを提示する中で、我が国や我が国市民がどういう立ち位置、役割を担っていくのか。経済観を含めて。核を持つこと、それも私たちにとって大事なことはないかと考えたりします。なぜかという、キャンペーンは一握りの人のものではありません。キャンペーンとは市民のものです。キャンペーンとは、すべての人のものです。人間の尊厳を大切にすべての人のものなのです。だから、すべての人が動かなければいけないし、全ての人にメッセージを届けなければいけないと、私は改めてこの議論を聞いて、私個人として感じました。

時間に限りがあって全ての人に発言していただくことはできないのですが、目加田先生、今日はビジネスセクターの方もたくさん来られています。この平和のキャンペーン、非人道兵器の廃絶に向けたキャンペーンだけでなく、平和を作っていく上においては、ビジネスセクターの人の役割がとても大きいと思っています。

例えば地雷やクラスター弾の問題についても、ビジネスセクターの方々がプラスにもマイナスにも左右している問題がたくさんあるんですね。いかに日本の経済界の皆さんが平和、特に具体的に軍縮の問題に関して、例えばどういう取り組みをしていただきたいのか。もしくは何らか期待するところがあれば、最後に一言述べていただくと、この議論に 1 つ何か良い示唆を得ることができるのではないかと思います。

○目加田 説子 (中央大学総合政策学部 教授)

ありがとうございます。とても難しい課題で一言ではまとめられないと思うのですが、今日の議論をお聞きしながら、ちょっと思ったことがあるのですが、もちろんターゲットされた個々のキャンペーンというのは、具体的に物事を前進させていく上ですごく大事です

よね。

核兵器についても、核兵器禁止条約というものを制定するために活動、今ニューヨークでも議論が行われているということで、それ自体とても意義深いし大事なことなのですが、マーケティングというからには、やはり我々1人1人もコンシューマーとして、あるいは有権者として責任を負っているという意識がどこかにないと、これは遠いニューヨークの出来事だ、あるいは一部の国々、とりわけ核であれば保有されている国は限定されていますので、それらの国の問題だと考えてしまうと、どんどん距離ができてしまうと思います。

それをいかに埋めていけるかが1つマーケティングの役割ではないかと思うのですが、1つ、皆さんにお伺いしたいと思うのが、今日ここにおいでの方で、多分なんらかの金融機関と一切取引を持っていない、私のお金は全部タンスにしまってあります、あるいは銀行に変えてありますという方はいらっしゃいますか。

おそらく給与は金融機関に振り込まれるでしょうし、当然クレジットカードの引き落としや何らかの形で金融機関と取引があると思うのですね。その自分自身が取引のある金融機関が、どういうふうにして皆さんから預かっている預金を運用しているか。どこに投資をしているか。どこに融資しているかということ、ご存知の方、おいでになりますか。

多分あまりいらっしゃらないと思うのですね。なぜこんなことを伺ったかという、クラスター爆弾禁止は、もちろん条約が出来たということは意義深いのだけれども、やはりそれだけでは十分ではないのですね。

製造を続ける企業があり、そして使用し続ける国がある。今であればこの瞬間、つい最近でもそうですが、例えばシリアやロシアが使用しているということですし、アメリカから輸入された兵器、クラスター爆弾、サウジアラビアが南イエメンで使用しているということもあります。

ですから、こういう製造している兵器というものをやはり国際法で禁止されている以上、取り締まっていかなければいけないのではないかと。製造することすら止めなければいけないのではないかとということで、では、こういう製造している企業に融資をしたり、あるいはそういう企業の株主になっている金融機関、機関投資家を含めた倫理的な問題は問われないのだろうかという SRI といわれるような運動をしてくまして、これは非常に成功を収めていて、欧州は今ではクラスター爆弾を製造している企業に投資したり融資したりということを国内法で禁止している国もたくさんありますし、金融機関が自らの取り決めとして禁止しているということで、一番のいみ嫌われる分野になっているのですね。

今クラスター爆弾と申し上げたのですが、その中には対人地雷も含まれます。さらに金融機関にとっては、核兵器の非人道性に注目して、核兵器の関連産業からも資金を引き上げることを決めている金融機関もあります。

このように自分たちのお金が実際にどこへ投資されているのか、融資されているのかということに、もう少し我々は 1 人の預金者として意識を持っていくと金融機関の行動もある程度、今例えば日本でもいちおうクラスター爆弾には投資をしてはいけないという銀行の協定があるのですが、実際にそれがどこまで進められているのか、情報開示を開示するのか、責任説明責任を果たすのかということも問われていますよね。

これからの世界は、今日はもちろん軍縮ということでお話を進めてきた訳ですが、やはり持続性、サステナビリティというのが何よりもキーワードだと思うのですね。核兵器が先ほどアリソンさんがおっしゃったように、環境問題であるように、どうやって私たちはこれから 21 世紀、22 世紀、未来に向けて、この地球をサステナブルなものにしていけるのかという視点に立つと、色々な問題がつながって見えるし、さらに我々個人個人にとっても非常に差し迫った課題であると。遠い世界の出来事ではないということが、よりわかるようになるのかなと。それこそがマーケティングの力なのではないかと思しますので、具体的に何を期待しているということではないのですが、遠くの世界と我々の今置かれている状況をつなげられるような回路をいろいろ一緒に考えていただければと思います。

○鬼丸 昌也（認定 NPO 法人テラ・ルネッサンス 創設者・理事）

ありがとうございます。まさに今日加田さんが発言していただいたことが、私たちと遠い国で起きている悲しい出来事をつなぐ 1 つの架け橋になるのだと思います。いわゆる我々もそうですが、我々はビジネスと無縁に生きてはいけません。ビジネスをするからこそ飯も食べられるし家族を養うことができるし、日々生活することができる。そのビジネスが一体、この世界においてどのような価値を提供するかということ、つまり平和において根本から考えていかなければいけないのだと思います。

私どもの支援をしてくださっている企業の 1 つに、長野県伊那市にイナ食品工業という会社があります。これは日本では非常に永続的な経営をすることでとても有名です。その代表の方から私がいつも教わるのは、企業には 3 つの目的があるのだと。1 つは社会性を追求することだと。だって、社会の自然を借りて物を製造したり販売したりしている。

もう 1 つが教育性だと。それはどういうことかということ、労働、人をお預かりして働いていただいているのだから、人の成長こそが大切だと。それを目指すのだと。そして最後の 3

つ目が、社会性と協力性を追求するために持続性、だからそこで売上や利益が必要なのだよということを、いつも私どもは教えていただいています。それがビジネスなのだと。

その時に、企業は持続性が担保されていなければいけないのだと思うのですね。その持続というのは、売上や利益を確保するだけでなく、この世界が平和であるということです。平和でなければビジネスは成り立たない。そうしたときに平和の具体的な課題である 1 つの軍縮という問題に対して、ビジネスセクターも含めてビジネスに従事する我々自身が考えて行動していくことが、今これからのグローバル社会において求められているのではないかと考えています。

最後に、個人的なことをお話しさせていただくと、私どもテラ・ルネッサンスは今、アフリカの 3 つの国で、子ども兵の社会復帰の取り組みをさせていただいています。彼らと出会うと、いつも私は感じます。ここに、例えば不法に取引された武器がなければ、その子たちは学校へ行くことができたでしょうし、例えば今シリアで様々な爆撃物を落とされて苦しんでいる子たちのことを聞くと、その子たちはきちんとコントロールされた武器であったり、ちゃんとクラスター弾や地雷がすべての国からなくなっていれば、その子たちは何らかの被害を受けることはなかったと、そう想像するわけです。

日本で平和や特に軍縮の課題を語るときに、いつも言われます。もっと現実を見た方がいいと。でも思うのです。現実とは、一体何なのでしょう。もう一度申し上げます。我々にとって、現実とは一体何なのか。そこから考えなければいけないのだと思います。

我々にとって現実とは一体何かというと、そのシリアの空の下の子どもたちだし、コンゴのジャングルで戦っている子ども兵士たちであり、地雷の被害で苦しんでいる人たちなのです。その人たちの声に耳をすませて、それらの苦しみを取り除いたり、その苦しみが生み出されないように世界に働きかけていったり、それがまさにキャンペーンだと思うのです。

そのキャンペーンに必要なのが、僕はマーケティングだと思うのです。なぜかというと私自身はこう考えます。マーケティングとは空気を作ることだと。その人が、そのように動くための空気感や雰囲気をしっかり作っていく。そのために働きかけを戦略を持ってやっていくことなのだと思うのです。まさに今、それが僕は必要とされていると思います。

この会議のテーマがいわゆるマーケティングを通じた平和構築だと。平和運動にこそマーケティングが求められるのだということを改めてこの会議全体を通じて皆さんと確認させていただきたいですし、何よりこの会議の最初のセッションに、具体的な兵器の問題であ

ったり、平和の課題に関して取り組む人たちの事例、話をこうやって一度共有した上で、この後の様々な平和の問題におけるマーケティングであったり、非営利分野におけるマーケティングの課題を議論できるということが大事なポイントだったのではないかと思っています。そんな貴重な体験や知見を惜しみなく披露して下さったパネリストの皆さんに、どうぞ最後、皆さん、大きな拍手をいただければと思います。

○司会

皆様、ありがとうございました。それでは、ここでセッション 1 の登壇者の方々、記念撮影をしたいと思いますので、どうぞ前のほうへお進みください。

(了)