

FIFA ワールドカップと NGO

長坂 寿久 *Nagasaka, Toshihisa*

拓殖大学国際開発学部 教授

(財)国際貿易投資研究所 客員研究員

サッカーというスポーツは、現代の世界で最もグローバル化とローカル性の両方を具現したスポーツであると思われる。欧州の有名リーグは実に多国籍な人々で成り立っており、最もウインブルドン化し（注 1）、そして巨大マネーに支配されたビジネスとなっていること、各国のナショナルチームの監督には多くの外国人が登用されているなどは、いずれもサッカーのグローバル化を象徴している。

他方、サポーターシステムは地域性が中心となっており、外国の選手が自地域のチームの勝利のために試合するなら、何のわだかまりもなく歓迎し、応援する。サッカーはまさに「グローバル」（グローバル＝ローカル）性を追求した、「現代という時代」的なスポーツになっている。

他方、「ワールドカップ」は、恐らく現代の世界で最もナショナリズムを高揚させるイベントともなっている。チームの若いヒーローが国旗の下で他国を代表する国家チームと戦う。サポーターである国民は国旗を振って応援し、国歌を合唱し、熱狂的なナショナリストと化す。この時以上にナショナリズムが高揚される瞬間もないだろうと思える程である。その点でワールドカップには危うさがある。今や戦争以外に国民がまとまる最大のイベントとなっている感さえある。しかし、こうした一時の熱狂的なナショナリズムの発露も、サッカーのフィールドならば、「戦争」というフィールドよりははるかにましである。そう思えば、深夜の寝不足にめげず観戦することになる。

現在の国連加盟国は 191 カ国だが、FIFA (国際サッカー連盟) の各国加盟協会は 205 と国連より多い。サッカーはボール一つでできる集団ゲームである。ミットやバットやラケットや、板やシューズなどの道具はとくに要らない。ルールも簡単、ゴールにボールを運べばいいのだ。ボールは紙や木の枝や蔦や、布やあるいは空き缶や泥でも代替できる。つまり、お金がなくてもできるスポーツである。貧しい地域の子どもたちでもちょっとした工夫でボールを作ればプレーできる。そのため、開発途上国での普及を促してきた。

オリンピックは特定の国の自治体が主催する形をとるが、ワールドカップは FIFA 主催である。ワールドカップの実施を通じて、放映権や情報通信ビジネス、チケット収入、ボールやシューズ、ユニフォームなどの生産関連ビジネス、交通・旅行ビジネス、清涼飲料水ビジネス、試合結果による選手の移籍ビジネスなど膨大な資金が動き、FIFA 自身が莫大なマネーの受け取り手となる。ワールドカップは累計 10 億人という巨大な観客動員と地球上で述べ 300 億人が観戦するといわれる。その点で、FIFA は世界の大衆に対して最も影響力をもった国際的組織の一つになっている。

本稿では、こうした国際的に社会的影響力をもった FIFA が、地球環境や国際的な社会問題の解決に対し積極的に取り組もうとしているかについて報告する。(1) 児童労働 (2)、ユニセフとの協働による子ども問題への取り組み、(3) 反人種差別主義への取り組み、(4) 連帯税への支援、(5) 環境への取り組みとしての「グリーンゴール」、(6) スポーツウェア企業の監視、の順で紹介する。

1. 児童労働問題への取り組み

2000 年ワールドカップ (以後 W 杯) を前にした 1998 年 1 月、NGO

から一つの国際キャンペーンが立ち上がり、世界へ波及していった。『ワールドカップ・キャンペーン 2002—世界から児童労働をキックアウト』(略称 WWC) である。

先進国や公式試合で使われる高級なサッカーボールはパキスタンやインドの子どもたちの手縫いによる「児童労働」によって生産されている(注2)。世界には教育機会も十分に受けられず、生活のために被搾取的労働に従事させられている子どもたち(5~14歳)が2億5000万人もいるという(UNDP)。その中で、パキスタンやインドでは約2万5000人以上の子どもたちがサッカーボールを手縫いで作っている。縫うことで生活を支えているのだが、学校に行ったり遊んだりできる時間はなく、「すべての自由を犠牲にして働いている」。

当時、国際試合に使われるサッカーボールの約80%はパキスタンで製造され、その中で手縫いのボールの70~80%はパキスタンやインドで生産されていた。その手縫い生産を子どもたちが担っていたのである。

呼びかけたのはインドのグローバルマーチ(設立1997年、事務局はインドのデリー)というNGOで、児童労働問題のNGOとして国際的にリーダー的存在であり、140カ国2000以上のNGO、労働組合、国際

団体とパートナーシップを組んでいる。

グローバルマーチは世界各地で署名を集め、FIFAの組織委員会へ嘆願書を提出したり、記者会見、プロの選手と子どもたちとの交流親善試合の開催、そして世界各地でグローバルマーチ(行進)を行なうなど、キャンペーンを展開した。

日本では、この運動の受け皿として児童労働を考えるNGOとしてACE(Action against Child Exploitation)が設立(1997年)され、日本でのグローバルマーチを1998年に大阪と東京で実施、日本サッカー協会、(財)2002年FIFAワールドカップ日本組織委員会、Jリーグ(日本プロサッカーリーグ)の3団体を訪れ陳情した。この運動にILOもその後「児童労働にレッドカード」キャンペーンを立ち上げてサポートした。

パキスタンやインドでのサッカーボールの児童労働の実態を最初に告発したのは、1995年、米国のCBC放送であった。それを受けてFIFAやILO、ユニセフ、それに地元の産業界も含め、その後いくつか取り組

みが行なわれてきた（注 2）。

現在では、FIFA は児童労働で作られたサッカーボールは公式球としては使用しないとしている。また、2002 年には、フェアトレード NGO によって、現地の生産者の自立を支援する形で取引する「フェアトレード」商品の一つとして、サッカーボールも「フェアトレード・ボール」として販売されるようになっていく。

2. ユニセフとの協働へ

こうした経過を経て、FIFA はとくに子どもの問題に本格的に取り組むことにし、1999 年にユニセフ（国連児童基金）と提携することになった。ユニセフとの協働を通じて、1999 年に「ピュア・ホープ、ピュア・フットボール」（純粋な希望、純粋なサッカー）というキャンペーンを立ち上げた。

このキャンペーンを通して、FIFA はいくつかの新しい動きを始めることになった。「子どもたちにふさわしい世界を築く主役こそ子どもたち」であるというメッセージを示すため、子どもたちに両国の選手をフィール

ドへエスコートする役割を与えた。選手がフィールドに登場する時、子どもと手を繋いで登場するのは、この子どもたちが単に有名選手と手を繋げるチャンスが与えられたラッキーな子どもたちということではなく、純粋な子どもたちによって選手はフィールドへ導かれるというシナリオである。選手は明日の世界を担う子どもたちのためにプレーし、子どものような純粋な気持ちでプレーをして欲しいというメッセージである。

その後、FIFA は売上の一部をユニセフに寄付し、多くのプロジェクトに関わってきた。子どもの権利を訴えるグッズの開発・販売などもユニセフと共に進んでいる。さらにユニセフと WHO（世界保健機構）と共にアフリカでのポリオ絶滅キャンペーン（Kick polio out of Africa）への取り組み、スポーツ用具が入ったキット 1200 組みのユネスコへの寄付等々。ユニセフ親善大使の何人かは現役または引退したサッカーのスター選手である。

1999 年のユニセフとの提携以降の最初の W 杯が 2002 年の日韓大会であった。2002 年大会では、「Say Yes,

for Children」(子どものための約束)をスローガンとしたキャンペーンが展開された。このキャンペーンでは、子どもにとって大切な 10 の原則を設定した。

- ①子どもを一人として差別しない。
- ②子どもを最優先し、子どもたちの権利が尊重されるようにする。
- ③すべての子どもをケアし、できるだけ良い人生のスタートをきれるようにする。
- ④HIV/エイズと闘う。
- ⑤子どもへの虐待や搾取をやめさせる。
- ⑥子どもの声に耳を傾ける。
- ⑦すべての子どもに教育を。
- ⑧子どもたちを紛争から守る。
- ⑨子どもたちのために地球を守る。
- ⑩貧困と闘う。

これらは MDGs (ミレニアム開発目標) への取り組みを踏まえたものである。2000 年のミレニアム・サミットで決議された 8 項目の目標への取り組みに、FIFA も協力することになったのである。

3. 人種差別問題への取り組み

2006 年の W 杯へ向けて、FIFA とユネスコは協働して以下のような暴力と差別への取り組みを開始した。

(1) 子どもたちと「紛争と平和」

ユニセフは次のように報告している。「ここ 10 年間だけでも、武力紛争によって直接的に命を失った子どもの数は 200 万人以上。その 3 倍以上の子どもたちが重傷を負ったり、体に障害を負っている。ふるさとの家を捨てなければならなかった子どもは 2000 万人と推定され、何十万人もの少年少女たちが、子ども兵士となることを強要されている。」

こうした子どもの現状に対し、2004 年、FIFA は正面から取り組むという意欲を示すため、ユネスコと共に、「Unite for Children, Unite for Peace」(子どものために、平和のために/平和と子どものために団結しよう)というキャンペーンを始めた。

「平和な虐待のない世界で生きる権利をすべての子どもに保障すること」を目的とするもので、「紛争や紛争直後、そして緊急事態において、

スポーツが子どもたちに希望と平常時の感覚を取り戻すのに役立つという考えのもと、心に傷を負った子どもたちは、苦痛や恐怖、喪失などの経験を、スポーツを通じて自分のなかで受け入れられるようになる」とユネスコのホームページは語りかけている。

2004 年、FIFA は、紛争国で平和構築を支援するための資金として 25 万米ドルをユニセフに寄付した。ソマリア、アフガニスタン、シエラレオネ、グルジア、スーダン、バルカン半島諸国、スリランカなど武力紛争や人種差別紛争に悩まされる国で、「子どもたちはサッカーをすることで紛争のストレスや不安に立ち向かうことができ」、「紛争直後の状況にある子どもたちにスポーツを通じて平常時の日常的な感覚を取り戻させるのに役立たせたり、自尊心や他者への信頼を取り戻させることによって平和の構築に努力してきた」、「ユニセフと FIFA は、サッカーのパワーを通じ、複数のコミュニティ間の交流、元子どもの兵士の社会復帰、遊びを通じて子どもたちがフラストレーションやストレスを解消で

きるような安全な場所の提供など、子どもたちを保護する環境を整える支援を行った」と報告している。

（２）反差別主義への取り組み

2006 年 W 杯のスタジアムでは、各フィールドのセンターサークルは『A time to make friends』と『Say no to racism（人種差別、ノー）』と書かれた反人種差別キャンペーンのバナーで覆われていた。このロゴの掲示と共に、FIFA は反人種差別主義に対して以下の取り組みを行なった。



①人種差別反対のテレビスポットの制作と提供—スタジアムの巨大スクリーンでの人種差別ビデオのスポット上映の他に、W 杯を放映するすべてのテレビ放送局に 5 秒のミニスポット・ビデオを無料で提供した。

この広報ビデオは「チーム・ユニセフ」というプロジェクトで、暴力と差別の問題に取り組む姿勢を示す公共広告を作成し、世界中で放映した。

②準々決勝の全4試合ではキックオフ前に、主将はサッカーと社会から差別撤廃の宣言文を読み上げる。

③FIFA 反人種差別デー開始記者会見を開催し、サッカー界からの人種差別撤廃と支援を発表(6月28日)。

④「サッカーによる平和への団結」プロジェクトの実施—世界中からドイツにやってくるファンが、ドイツ人やドイツ在住の移民の若者たちと触れ合う機会を設け、人権尊重を啓蒙する。マイノリティの人々のサッカー試合観戦、クラブでのプレーや応援へ増進支援を行なった。

⑤LOC (ワールドカップ・ドイツ国内組織委員会) と KOS (ドイツ・サポーター・プロジェクト調整センター) との協調のもと、スチュワードとボランティアは人種偏見、極右、差別に関する研修・訓練を受ける。

⑥この反人種差別キャンペーンは FARE (欧州サッカー人種差別反対行動) と協働しており、同団体作成の「基本冊子」で、ネオナチと極右グ

ループがよく使う記号、シンボル、唱和を説明し具体的な行動についてのヒントを提供。また、FARE は反人種差別のファン向け雑誌を英語、ドイツ語で出版し選手の声明とサッカーにおける人種差別の情報を掲載。

2006年W杯での反人種差別主義キャンペーンの実施は、前述の子ども問題への対応としてよりも、ドイツのネオナチ対策や、サッカーがもつ人種差別的現象への対応によるものである。

ドイツ大会を控えて、ドイツのネオナチは民族差別を煽るデモを繰り返し(注3)、黒人のドイツ人選手が代表入りすることを批判したり、大統領がホロコースト(ユダヤ人大虐殺)を否定しているイランの代表チームを支援するなどの運動を展開してきていた。

また、これまでサッカーにおける人種差別現象は多くの問題を引き起こしてきた。2006年W杯で最優秀選手に選ばれたフランスのジタン選手の頭突き映像が時代を刻んだように、ピッチは様々な暴言のやり取りの場となっている。つい最近ではフ

ランスのエースストライカー、アンリ選手がスペイン代表の監督ルイス・アラゴネスに人種差別発言をされたと抗議した例（アラゴネス監督はこの発言によりスペインサッカー協会から罰金を課された）など、ピッチ上での人種差別主義による暴言によって数カ月の出場停止処分を受けた選手は多くいる。

なお、アンリ選手はこの事件後、自分のスポンサーである NIKE に、反人種差別主義のリストバンドをつくることを提案し、白と黒のゴムリングを絡み合わせたデザインのリストバンドを販売した（世界で 500 万個以上売られたという）。

4. 連帯税（航空券税）への支援

2006 年に FIFA が行なった世界的課題への支援として実に注目すべきものがあるので紹介しておきたい。UNITAID を全面的に支援するという FIFA の発表である。

UNITAID とは、2006 年 6 月 2 日に、国連エイズ総会のサイドイベント時に立ち上げられた連帯税（航空券税など）と IDPF（国際医薬品購入

ファシリティ=International Drug Purchase Facility）の国際キャンペーンである。9 月の国連総会で IDPF は最終的に内容が決定されていくが、今後国際的な注目を浴びるものとなるだろう。

2006 年 7 月 1 日、フランスは航空券税を導入した。この新税は NGO が追求している国際的な「連帯税」の一つで、MDGs を実現する新しい資金源として、ODA（政府開発援助）とは別の資金源の獲得を目指す運動である。

MDGs の実現には、先進国からの援助の倍増が必要である。しかし、各国は政治的理由によってかつて約束した総国民所得の 0.7% の援助目標を達成していない（現在は 3% 強程）。2015 年までに MDGs の目標を達成するには、現在の国家主権を前提とした所得再配分システムとしての ODA 以外に、新しい開発資金メカニズムの導入が必要となっている。世界の資金移動（為替取引）に対し課税するトービン税案は有名であるが、具体的に導入可能性のあるものとして、2005 年国連ワールドサミットでは、「革新的および追加的開発資

金源」の創出案として、英国が提案している IFF（国際金融ファシリティ）とフランスが提案した航空券税が注目を浴びた。

そしてフランスは、2006年7月1日に、フランスの空港を経由する航空券に対して一定税額を課す新制度を導入したのである。この税金はフランスの国庫に入るのではなく、MDGsの実現のための追加資金として提供される。とくに HIV/エイズへの対応を中心とする医薬品購入プロジェクト（IDPF）に充当される。

IDPF は、国際的な医薬品購入組織（ファシリティ）として、開発途上国において医薬品購入を推進するための投資基金を募ることを目的としている。このプロジェクトはフランス、ブラジル、ノルウェー、チリなどのイニシアチブで設立されたものだが、今では支援国は世界約 43 カ国にまで増え、WHO（世界保健機関）、ユニセフ、UNAIDS（国連共同エイズ計画）などの援助も得ている。

7月1日のフランスでの航空券税の導入は、今までの国家主権を中心とする徴税制度とは異なる、新しい徴税システムの導入を図る第1号の

実現である。数年後には、この「日付」は世界の多くの人々が知るような新しい意味をもつものになるだろうと思う。

現在、この国際連帯税の導入を求める NGO 宣言に対する署名国は 6 月時点で 43 カ国に拡大してきている（2月のパリ会議時に 38 カ国）。残念ながら日本政府はこの新税の導入を拒否している。

FIFA の支援は、「人々が大切な医療を受けられるように財政援助を行なっている UNITAID に対する一般の意識を高めることができる」ことを目的としている。今大会の全 64 試合でキックオフ前に両チームのキャプテンによって、UNITAID のロゴをつけたオフィシャルボールを交換させることになっているという。

FIFA 日本のホームページで、ジョゼフ・S・ブラッター FIFA 会長は次のように語っている。「FIFA ワールドカップには、一大イベントとしての力だけでなく、今回の人道的プロジェクトを支える特別なキャンペーン力や募金調達力があります。世界 6 大陸で 300 億人を越す人々が見守る中、HIV・エイズ、結核、マラリ

アという三大致死病を克服するために FIFA が UNITAID を支援できることを光榮に思います。

5. 環境問題への取り組み—「グリーンゴール」について

FIFA は、2006 年 W 杯では環境問題にも本格的に取り組む姿勢を示した。「温室効果ガス排出量ゼロの大会」（気候ニュートラル）にすることを目標にしたもので、このコンセプトを『グリーンゴール』と名付けた（注 4）。

ドイツ W 杯では、国内 12 のスタジアムで 64 試合が行なわれ、世界各地から 320 万人が観戦のため訪れる。そこで多大なエネルギーと水が消費され、多量のごみが発生し、移動手段として大量の温室効果ガスが排出される。大会によってもたらされるこれら負の環境発生をゼロ（ニュートラル）にしようとする取り組みである。

内容は、「ごみ」「エネルギー」「水」「交通」の 4 部門について数値目標を設定し、それを達成するための方法を提示している（注 5、6）。

（1）ごみ～～目標：スタジアム内外のごみを 20%削減する

①リユースカップの利用—1 カップは、例えば飲み物付きで 5 ユーロで、返却すると 1 ユーロがリファンドされる。〔なお、ビン、ペットボトルはスタジアム内へは持ち込み禁止となっている。水が入ると凶器になる恐れがあるためである。〕

②包装のミニマム化—ゴミ発生を抑制する。

③ゴミの分別—生ゴミ、紙、ガラス、容器包装の分別を徹底し、可能な限り資源化する。観客へのゴミの分別の呼びかけを強力に行なう。

（2）エネルギー～～目標：スタジアムにおけるエネルギー消費量を 20%削減する

W 杯で使用される 12 のスタジアムの年間電力使用量は、合計 200～300 万キロワット時となる。これは 500～700 世帯の 1 年分に相当する。

①省エネルギー型照明—最もエネルギーを消費する投光照明灯やビデオスコアボードには省エネルギー型の照明を利用する。〔ドイツ大会が決定したのは 2000 年だが、その後各地

のスタジアムの改修の際に省エネ照明もつけるようにしていった。]

②ガス調理器—調理場では電器調理器でなく、エネルギー消費量の少ないガス調理器を推奨する。[ガス調理器は電器調理器の半分のエネルギー消費。]

③熱の再利用—空調や冷房を使う際に生じる熱を再利用する。

④エネルギー管理システムの導入—より効率的なエネルギー利用を推進する。

⑤太陽光発電—スタジアムの屋根に太陽光発電を設置し、自然エネルギーの導入を行う。[観客席の天井に5000モジュール(200世帯の1年分の消費電力)を設置。設備費に400万ユーロ(約6億円)投資。売電をして回収]

(3)「水」～～目標：スタジアムにおける水消費量を20%削減する

W杯期間中、各スタジアムでは平均して年間1～2万立法メートルの水を消費し、W杯全体ではおよそ4万2000立法メートルの水が消費されると予想される。

①雨水利用—最も水使用量が多いのがピッチへの散水である。そこで、散水に雨水を利用するようスタジアムの屋根、ピッチ、歩道において集水する仕組みを採用。

②節水コック—2番目に使用量が多いのはトイレやシャワー。気づかない程度の水圧調整によって50%の節水ができる節水コックを取り付ける。

③無水便器—男性用トイレには特殊な材料と器具で水を流さなくても臭わない無水便器の設置を進める。

(4)「交通」～～目標：観客の50%に公共交通を利用してもらう

約1カ月間64試合の観戦に国内外から訪れる観客に加え、報道陣、ボランティア等、320万人が移動する。大会において排出される温室効果ガスの8割が交通部門からと予想されており、これらの人々に環境に負荷の少ない公共交通機関を利用するよう促す。

①コンビ・チケットの導入—大会の観戦チケットは、そのまま地域公共交通機関の一日乗車券として利用できる。

②多言語交通システム検索サービス
インターネットの多言語交通シ
ステム検索サービスの提供、公共交
通機関の分かりやすい案内表示の工
夫、パーク・アンド・ライド等によ
り、公共交通へ誘導を促進する。

③ドイツ鉄道との提携—会場への
無料バスの提供など。

【各スタジアムでの取り組み】

これらの取り組みは各スタジアム
の状況に応じて、各々の可能な範囲
で独自に取り組むことになっている。
各スタジアムでの主な取り組みは以
下のとおりであったようだ（注5 等
など）。

- ・ベルリン・・・公共交通機関の
70%利用
- ・ドルトムント・・・太陽光発電、
雨水散水
- ・フランクフルト・・・雨水利用
- ・ゲルゼンキルヒェン・・・太陽
光発電
- ・ハンブルク・・・環境マネジメ
ント（エコプロフィット）
- ・ハノーバー・・・エコ改修（ス
タジアム改修で資材を近隣から
調達、他スタジアムの座席をリ

ユース）、無水トイレ

- ・ケルン・・・省エネ型地下暖房、
熱の有効利用
- ・カイザースラウテルン・・・パ
ーク&ライド
- ・ライプチヒ・・・エコ都市化の
一環としての対策、雨水利用
- ・ミュンヘン・・・環境マネジメ
ント（EMAS）
- ・ニュルンベルク・・・環境マネ
ジメント（EMAS）、地下に雨水
貯水
- ・シュトゥットガルト・・・雨水
をトイレと散水に利用

【ゴールドスタンダード】 ～～排 出された温室効果ガスは途上国 への援助で相殺

今大会では、以上のような4分野
で対策をすべて実行しても、なお10
万トンの温室効果ガスが排出される
と予想される。グリーンゴールでは、
これを京都議定書のCDM（クリーン
開発メカニズム）のシステムを利用
し、開発途上国での再生可能エネル
ギーへの投資により相殺することに
した。

具体的な投資先については、「ゴー

ルドスタンダード」の基準をクリアした（認証を取得した）CDM プロジェクトから選択し、支援することにした。温室効果ガス削減のクレジットを京都議定書に規定された削減プロジェクト（CDM）から生まれる通常の削減クレジットというだけでなく、世界の環境 NGO40 団体が推奨する「ゴールドスタンダード・クレジット」を適用したところに特色がある（注7）。

「ゴールドスタンダード」とは、WWF（世界自然保護基金）のイニシアチブで開発されてきたクレジット認証制度で、京都議定書の CDM や JI プロジェクトの質の高さに関する認証基準で、通常の削減クレジットよりも確実に環境的利益を産み出すとされている。温室効果ガスを削減しながら、その地域に住む人々の生活を向上させるプロジェクトをクレジットとして認証するものである。

ゴールドスタンダードは、以下の3点のスクリーンによる審査を行なって認証している。

①プロジェクトが、再生可能エネルギーか、エネルギー効率改善プロジェクトのいずれかであること、

②追加性があること（そのプロジェクトが CDM がなかったら実施されたかどうか、またそのプロジェクトがなかった場合に比べて確実に温室効果ガスの削減がなされたか）、

③プロジェクトが地域コミュニティの持続可能な開発への貢献となっているかどうか。

FIFA は投資対象プロジェクトとして、以下に述べるように、次回ワールドカップ開催国となる南アフリカのバイオマス発電プロジェクトを2件、2004年12月のスマトラ沖地震の津波で被害を受けた南インドの沿岸地域（タミル・ナドゥ）のプロジェクトを1件選択した（グリーンゴール・チームへの参加団体であるエコ研究所が選択）。これら支援額は合計120万ユーロ（約1億7000万円）である。南アプロジェクトで7万トン Co2、インドプロジェクトで3万トン Co2、合計10万トン Co2 となっている。

1) 南アフリカ・レバタ (Lebata) ・
バイオマス発電プロジェクト
クルーガー国立公園 (Kruger) 内

にあるかんきつ果樹園の古い石炭ボイラーを、近くの製紙工場から廃棄されるおがくずで発電する新ボイラーに交換することによって、バイオマス発電を行い、かつ、今まで廃棄されていたおがくずから発生していたメタンガスを回避する。この両方の効果で、温室効果ガスを 1 万 9,000 トン、10 年間にわたって削減する（推定価格：10 ユーロ/t CO₂）。

2) 南アフリカ・ヨハネスブルグ郊外セボケング (Sebokeng)・汚水処理施設からのメタンガス発電プロジェクト

この小規模 CDM プロジェクトは、従来大気中に放出されていた、汚水処理施設から発生するメタンガスを回収し、そのメタンガスを使った発電を行うことで、温室効果ガスを 5,800 トン削減する（推定価格：10 ユーロ/t CO₂）。

3) インド・タミール・ナドゥー (Tamil Nadu) 家族クリーンエネルギーパック

2004 年 12 月に津波の被害にあった 1,000 家庭に、牛を一頭ずつと、

その牛の排泄物から発生するメタンガスを使って発電するユニットを、各家庭に配布することによって、料理などのエネルギーに使ってもらう。また太陽光ランプも配布。この効果で、毎年 3 万トンを削減する（推定価格：11 ユーロ/t CO₂）。

このような「気候ニュートラル」の実現を目指した国際イベントは初めてといえる。また、FIFA は、「グリーンゴール」は FIFA2006 終了後も、ドイツ国内各地で継続的に取り組みが行われる、と述べている。

【グリーンゴール・チーム】

この『グリーンゴール』コンセプトは、以下の 11 団体・機関（グリーンゴール・チーム）によって取り組まれてきた。W 杯開催に当たって、W 杯に関わる機関・企業を集めたものである。

コンセプトは、チームの中のエコ研究所に依頼して作成したもので、同研究所の案を承認した形となっている。「ゴールドスタンダード」プロジェクトの選定もエコ研究所が行なっている。問題は環境 NGO が直

接的に参加していないことである。

①政府環境省（自然保護・核安全局）（BMU）—国家環境政策の担当局。

②コカコーラ社—「グリーンゲーム」（注8）で達成してきたノンフロン冷蔵庫（グリーンフリーズ）の配置とともに、冷蔵庫の消費電力の削減にも取り組んでいる（2010年には2000年比40～50%削減を目指している）。リユースカップによるごみの削減にも取り組む。

③ドイツ連邦環境基金（DBU）—環境保護、環境技術向上などに取り組む欧州で最も大きな財団の一つ。とくに中小企業の環境対策を支援している。

④ドイツ鉄道（Deutsche Bahn AG）—鉄道はもっとも環境にやさしい旅行手段であり、大量の観客をスタジアムに運ぶには鉄道の役割が重要となる。

⑤ドイツ・テレコム（Deutsche Telekom AG）—ドイツ通信会社として「グリーンゴール」に取り組む。

⑥EnBW 電力—ドイツ3位の電力会社。大会中はスタジアム、メディア、交流サイトなどで約1,300万キ

ロワット時の電力が消費される。

⑦FIFA—国際サッカー連盟。1904年にパリで欧州7協会をベースに設立。現在は205の会員協会を擁する世界最大のスポーツ団体。本部チューリッヒ。

⑧ドイツ組織委員会（OC）—2006年W杯を実施する組織委員会。フランス・ベッケンバウワーが総裁。

⑨エコ研究所—Oko-Instituteは欧州の代表的な環境問題の研究、コンサル団体。1977年設立。クライアントには政府、公的機関、企業、EUなど。NGOなど環境団体とも協働している。年間売上額は700万ユーロ程。

⑩プラスチック・ヨーロッパ—欧州のプラスチックメーカーの団体。

⑪UNEP（国連環境計画）—国連の環境専門機関。1972年設立。本部はナイロビ。

【グリーンゴールへのコメント】

「グリーンゴール」へ至る歴史は、NGO的視点で見ると、1993年にシドニーが2000年のオリンピックに決定した時にさかのぼる、もう13年以上前からの経過がある。シドニ

ー2000 オリンピックは通称『グリーンゲーム』（注 8）と呼ばれている。

シドニー誘致委員会は、誘致計画の作成に当たり、最大の課題である環境問題について、最初から NGO たちを委員に入れた環境委員会を設立し、オリンピックに関わり参加するすべての人々が守るべき「環境ガイドライン」を設定し実施した。重要なのは、最初から委員に NGO の人々を入れたことである。国際イベントの開催に当たっての環境問題への対処に、最初から NGO の人々を入れて計画案を作成するという新しい合意形成システムがこの時試みられ、成功したのである。

このグリーンゲーム方式を、1999 年に国際オリンピック委員会は以後の誘致条件にすることを決定した。

「グリーンゲーム」を誘致条件とする最初のオリンピックの選考が 2008 年の北京オリンピックである。つまり、北京の誘致委員会は中国の NGO たちを集めて「環境ガイドライン」を検討・設定、申請し、見事に誘致に成功したのである。中国には環境 NGO はすでに沢山存在する。こうして北京オリンピックは『緑色

五輪』が愛称となっている。

シドニー・オリンピックのグリーンゲームで中心的役割を果たしたのはグリーンピース・オーストラリアであった。以後、国際イベントに対して NGO は様々な新しいアプローチを仕掛け、キャンペーンを貼り、環境や人権への取り組みを求めてきた。2006 年の「グリーンゴール」もその一つの歴史的経過なのである。

その視点でみると、「グリーンゴール」にはいくつかの問題が浮かびあがる。一つは、グリーンゴール・チームの中に NGO が入っていないという点である。エコ研究所は環境専門シンクタンクであるが、これらチームメンバーとなった機関や企業のコンサルタント的役割をもつ団体である。その点で、「グリーンゴール」は最初から NGO が参加するという、21 世紀型の新しい合意形成システム（「政府＝NGO＝企業」の 3 者が対等なパートナーシップで話し合い合意を得つつ運営していく経済社会システム）が採用されなかったことは大いなる遺憾である。

第 2 に、確かに「グリーンゴール」は「気候ニュートラル＝ゼロ」を目標

とし、それを名目的に達成した初めての国際イベントであった。その点で高く評価できる。しかし、NGO をチームに入れていないため、「グリーンゴール」の目標設定は低いといわざるを得ない。無理せずに、「実現できる目標」という主催者側の意向が中心となり、未来へのビジョンとプロセスがそこには存在していないのである。

「グリーンゴール」で設定された目標は、いずれもこれまでに NGO たちによって努力され、取り組み、達成されてきた実績のあるものばかりである。そのためか、むしろ取り組まなかった項目が目を引きことになる。

13 年前に計画され、6 年前に実施されたシドニー・オリンピックでは、スタジアムの屋根には太陽光発電のパネルが敷きつめられ、スタジアムの電力についてはほぼ全量再生可能電力で賄われた（注9）。しかし、今回は太陽光パネルをつけたスタジアムはいくつかに留まっており、シドニーでのように 100%ではなく、20%削減に止まった。雨水の回収もシドニーで実施された。会場への水の供給は、散水やお手洗い用の雨水を浄化した供給パイプと、飲料水やお風

呂などの上水パイプの 2 本の水供給システムを造り上げた。

リユースカップへの取り組みも今や日本でも取り組まれている。入場チケットの中に公共交通機関の無料乗車料金を含める案は、すでにシドニー・オリンピックで NGO から提案され、実施されてきた。

シドニーで採用され、ドイツで採用されなかったものとしては、塩ビの使用削減（シドニーでは、スタジアムの座席、電話・電気・給水パイプ、板などから塩ビを追放するための努力が払われた。塩ビは生産から使用、廃棄の全プロセスでダイオキシンを排出するため）、木材の使用を再生可能木材にする（FSC の認証木材の使用）、等々。

2006 年 W 杯の環境対応は、初めての取り組みという点で高く評価できるものの、目標値が低い、つまり「気候ニュートラル」（ゼロ）は結構だが、それよりも削減（マイナス）を目標とすべきである。さらに数値目標設定の前提条件の中に、「外国からの観客の飛行機移動による排出が、国内排出の 2~3 倍に当たるにもかかわらず全く考慮されていない」、「37

億ユーロの経費をかけて 370 キロの道路新設やアウトバーン延長を行ない、自動車利用が促進されたことも問題。一方近距離交通への投資はわずか 8 億 200 万ユーロ」だったと指摘（グリーンピース）されている（注 10）。

6. スポーツウェア企業の監視

ドイツ W 杯への NGO の動きとして、ここで一つ追加しておきたいことがある。アテネ・オリンピック時に、NGO（OXFAM、CCC、自由労連）は世界の主要スポーツウェア・シューズメーカーを対象にアジアでの生産工場の現場調査を行ない、いくつかの工場においてとくに女性の強制労働が行なわれていると告発した。調査結果の提示がオリンピック間近であったため、十分な時間がなく、キャンペーンとしては不発に終わった感があった。

そこで、OXFAM は、そのフォローアップとして、ワールドカップに合わせて再度調査を行ない、『Offside!: labour rights and sportswear production in Asia』を公表した。いく

つかの企業では労働環境の改善がみられたが、労働組合の結成の自由など労働者の人権侵害の防止への努力に真剣に取り組むべき企業もあると報告した。

日本の企業では、ミズノとアシックスが対象となり、ミズノに対しては、「より積極的なダイアログの開催や、独立した労働組合や労働人権団体との協力関係の構築を通して、サプライチェーン内での人権に関する認識の向上を進めることを強く求めている」とし、アシックスに対しては、同社が「FLA（自由労連）に加盟したことによって、今後の努力に期待し、見守っていきたい」としている。

【まとめにかえて】

FIFA は、2002 年から 2006 年 W 杯の間に、このように様々な環境的・社会的な課題について取組みを行なってきた。これらのことが、日本にほとんど報じられていない現実をどう理解したらいいのだろうか。

日本も W 杯へのプロセスを通して大きな盛り上がりを見せた。FIFA のこうした取り組みに呼応し、日本でも世界の課題への関心がもっと広

がることを期待したい。

今回の FIFA の取り組みが、残念ながら十分認知されなかったのには、FIFA 側と日本側の両方に問題がある。一つは FIFA 側がどれだけ本気で取り組んでいるかという点である。企業による多くの CSR（企業の社会的責任）への取り組みと同様、収益が最優先で、その範囲内で W 杯の成功という目的のための手段として行なっているに過ぎないのではない。ビジネスとしての W 杯を成功させるには、ネオナチ対策として反人種差別主義のキャンペーンを行なことは、フリーガンたちの大騒ぎを抑制するためにある程度の効果が期待できよう。

FIFA の広報ぶりについても種々の疑問を聞いた。日本において「FIFA の反人種差別のテレビスポットを見たことがない」という人も多い。また、ドイツへ観戦に出かけた人々も、こうした人種差別撤廃アピールや「グリーンゴール」の広報がほとんど行なわれていなかったようだという人が多い。「グリーンゴール」については、バスの横腹に広告しているのを見たが、めったに見な

かったという。ボランティアの人々に聞いたが、とくに知っている様子ではなかったともいう。

FIFA はどれだけ本気で人種差別撤廃をアピールし、グリーンゴールに取り組もうとしたのかは確かに疑問である。「グリーンゴール」のチームに NGO を加えてないこともそれを示しているといえるかもしれない。シドニーの「グリーンゲーム」方式のように最初から NGO を入れて計画を立てるといふシステムを採用しなかったのには、やはり実現可能な範囲で、スムーズに進めたいという FIFA の意図があったからであろうと思う。

他方、日本側の要因も深刻である。何故、日本のメディアではこうした FIFA の取り組みをしっかりと報道しないのか。スポーツを通して、日本の観戦者と世界の諸課題とがつながっているのだという姿勢の報道はほとんど行なわれなかった。

スポーツは政治に利用される歴史を歩んできた。現代も同様にそのリスクはある。とくに W 杯の国家対抗試合は、現代のナショナリズム再生

装置となっている。2006W 杯で FIFA が取り組んだ人種差別問題は、日本の私たちにとっても無関係ではない。アジア予選で北朝鮮（朝鮮民主主義人民共和国）との試合が第三国での無観客試合となった。何故そうなったのか、そして、日本のサポーターにとって、北朝鮮は現代の閉鎖された独裁国家で拉致問題の国というだけでなく、かつて太平洋戦争の時には、日本も同様の拉致をやった国としての認識、日本が植民地支配をした国としての、その時代を含む歴史とナショナリズムをめぐる問題をどのくらい自覚されたらうか。

こうしたことを含む FIFA の取り組みとその課題への報道が、日本ではほとんどみられなかったことは、日本のメディアの実態を示しているばかりでなく、世界との関わりの中で語ることを気持ちよしとしない私たち日本人の現代の感性があるともいえる。スポーツに理屈はいらない、楽しめばいいという風潮である。スポーツ（大衆文化を含め）における政治性・社会性が日本のメディアには形成されていないばかりか、意図的に忌避されてきた。2006 年 W 杯で

も同様の現象が起こったのである。

注 1： テニスの英国ウィンブルドン大会は国籍条件を付けず世界中からのプレーヤーの参加を図ったことにより、世界最高のテニスイベントとなった。つまり、すべての人々にオープンにしたことによって（グローバルイゼーションに対処）成功したケースをこう呼ぶことがある。

注 2： 『ボールの向こうに見えるもの～グローバルマーチ ワールドカップキャンペーン 2002』ACE、2002 年に詳しく紹介されている。

注 3： ネオナチの動きなどについては、2006 年 6 月 10 日付の読売新聞で報道された。

注 4： 『気候ニュートラル』については、日本では 5 月 13 日付の日経新聞、5 月 15 日付の毎日新聞などで報道された。

注 5： 『気候ニュートラル』のコンセプト説明は国際環境 NGO 「FoE」の資料から引用・整理した。
(http://www.foejapan.org/lifestyle/D_utsch/event/greengoal.html)

注 6： FIFA Green Goal 公式サイト（ドイ

ツ語・英語)

<http://greengoal.fifaworldcup.yahoo.net/d/home/>を主に参照した。

注7: 「ゴールドスタンダード」については WWF のホームページから参照。

<http://www.wwf.or.jp/news/press/2006/p06051601a.htm>

その他にゴールドスタンダード関係サイトとして以下。

①WWF ゴールドスタンダード概要 (日本語)

<http://www.wwf.or.jp/activity/climate/kyoto/goldstnd.htm>

②FIFA プレスリリース (英語)

<http://greeNGOal.FIFAWorldcup.yahoo.net/en/news/details.php?id=88&flash=1>

③エコ研究所 ニュースレター (英語)

http://www.oeko-institut.de/newsaktuell_engl.htm

ell_engl.htm

④ゴールドスタンダード事務局
プレスリリース (英語)

http://www.CDMgoldstandard.org/uploads/file/FIFA_WC_to_use_GS-PressR.pdf

注8: 「グリーンゲーム」については、本誌『季刊 国際貿易と投資』2002年秋号/No.49「北京オリンピックとNGO」長坂寿久参照。

注9: 長坂寿久『グローバリゼーションとNGO・NPO』DTP 出版、2004年、P.87「グリーンゲームとNGO」。

注10: グリーンピースのコメントについては、『tageszeitung』2006年5月12日付、『緑なのは芝生だけ?!、サッカーワールドカップの環境収支』の記事による。本記事は FoE ジャパンから入手。記して感謝します。

[参考] 長坂寿久が執筆した本誌掲載の NGO 関係論文 (2004 年以降のものに限る)

- ・「欧州のフェアトレード市場と日本」 64号 2006年5月
- ・「欧米主要国の NPO 評価システムの比較」 58号 2004年11月
- ・「NPO の評価システムについて—オランダの NGO 評価システムと募金制度」 57号 2004年9月
- ・「地方自治体の開発協力と NGO—オランダにおける事例研究から」 56号 2004年5月
- ・「ODA (政府開発援助) と NGO—第3の ODA ルートの意義」 55号 2004年2月