

ミスチル ばがぼんど



ーホワイトバンドその後ー

先月頃からインターネット上や新聞、週刊誌などでホワイトバンドへの批判が出始めた。夏休みの頃には街でホワイトバンドをしている人を多く見かけるようになり「よく見るけどそれって何?」「何か意味があるの?」などと声を掛けられることも多くなった。その頃には新聞もホワイトバンドキャンペーンを好意的に取り上げていた。今現在の批判は「途上国に募金が送られないと知っていたら買わなかった」という購入者の声と、サニーサイドアップという民間企業が流通、販売などを

一手に仕切っていることに集約されるようだ。諸外国ではNGO主導で収益の不透明感もないらしい。ちょっとおしゃれで、日本人には安価で、社会に役立っている意識も持てるし、だいたいCMを好きなミュージシャンがやってる!みたいなことで400万個も売れてしまった。テレビでもホワイトバンドをしているアナウンサーやスポーツ選手を多く見かけた。すさまじい宣伝効果で「貧困撲滅の意思表示」という趣旨より



りも流行もののイメージが先行し、買う側としても、最初に

「募金」だと勘違いし、あとから「やっぱ違った」「これって、詐欺じゃん」てふうな短絡的に考える下地を作ってしまった。CM出演者たちはノーギャラだったようだが、このような中間搾取的疑惑が起きると、善意が利用されてしまったのかとも思えてくる。「ほっとけない世界のまずしさ」を合言葉に善意から始まった運動にも裏があるんじゃないかと疑わなければならない社会というものも淋しいものだ。けれど貧困撲滅の意識を持つことそのものは大切なはず。ホワイトバンドが少しでも個人の意識を呼び起こすきっかけになったら、いつまで持続して心に繋ぎとめていくことができるのか、自分のものにしていくことができるのか、そういうことなんじゃないかと思う。



200万本までの内訳

- 14円が消費税
- 約28円がNGOの政治活動資金
- 約57円が広告費、事務局の運営費
- 約200円は、生産国中国の製造費、流通費

200万本を越える分の内訳

