

## 薔薇マークキャンペーンを刷新します（代表・松尾匡）

### 1. 薔薇マークキャンペーンの成果

薔薇マークキャンペーンは、2019年7月の参議院選挙を主目標に、安倍政権に選挙で勝てるような政策、つまり人々の生活を良くするための経済政策＝反緊縮経済政策を、野党に最優先の課題として掲げていただくために、2019年2月に発足しました。松尾匡を代表として、経済学者や文化人など22人(現在25人)が呼びかけ人となり、市民スタッフによってキャンペーンを運営してきた結果、まだ小さいとはいえ、以下のように情勢が変わる推進力となったと考えております。

- ・日本において「反緊縮」の大衆レベルの運動を、左派・リベラル側が最も早く掲げた。
- ・「反緊縮」が今の情勢を語るトレンドのひとつに押し上げられた。
- ・野党候補の中に、消費税の引き下げや廃止を掲げる候補が現れ、参議院選挙の大きな争点になった。
- ・野党が、財政規律論を論拠にした安倍政権批判ではなく、くらしに訴える経済政策を優先的に打ち出すようになった。(日本共産党、国民民主党など)。
- ・反緊縮の経済政策を掲げる政党(れいわ新選組)が生まれ、政党要件を獲得した。
- ・一人区での野党の健闘により、安倍政権側に改憲議席を与えなかった。

### 2. 次のステージに向けた課題（参議院選挙後の新しい情勢）

上述の成果は、薔薇マークキャンペーンに賛同、協力いただいたすべての方々のお力によるものであり、感謝にたえません。立候補者を「認定する」という薔薇マークキャンペーンは、いったんの役割を果たしたと言えます。私たちは、はじまった流れを急速に強めるため次のステージに移りたいと考えます。

具体的には、以下の新しい情勢への対応が求められます。

#### (1) 消費税増税をはじめとする、現政権の緊縮政策

安倍政権は、超高齢化でふくらむ社会保障について、財政規律を守るためとして、新たな会議(全世代型社会保障検討会議)を立ち上げ、「痛みを伴う改革」に本格的に踏み切ろうとしています。年金受給年齢の引き上げ、医療費や介護保険の利用者負担増等々が報道されています。

このような中で、賃金も伸びず、雇用も小売業販売額も減退し、この夏「駆け込み需要」も見られないまま、景気後退期に入らな中で、とうとう10月に消費税率が引き上げられようとしています。

こうした深刻な事態に対して、被害を受けるすべての人々、すべての現場の社会運動が一つにまとまって対抗していくことが必要です。

#### (2) 自民党を右から批判しながら「反緊縮」的ポーズをとる勢力が台頭する可能性

この春の統一地方選挙では「大阪維新の会」が強さを見せつけました。またこの夏の参議院選挙では「NHKから国民を守る党」が議席を獲得し、政党要件を満たしました。彼らは安倍首相の改憲に協力を表明しながら、経済が崩れる中での総選挙で、「反緊縮」的ポーズで台頭することを画策しています。

しかし、彼らの自己責任論や偏狭なナショナリズムは変わりません。今、私たち左派・リベラル・プログレッシブ(進歩主義者・革新派)に求められているのは、暮らしに苦しさや不安をかかえる99%の人々の望みに本当に応えることができる経済政策を徹底して打ち出すことです。人びとのあいだに意図的に作り出された分断を超えて団結し、本当の反緊縮運動を担うことができるのは私たちの側だということを示す必要があります。

#### (3) 日本における最初の反緊縮政党である「れいわ新選組」(以下「れいわ新」)が登場

れいわ新が、マスメディアでの露出が一切ない中、街頭やインターネットを通じて、暮らしに苦しさや不

安を抱える人びとの熱烈な支持を集め、二人の当選者と山本太郎さんの99万票の得票をもたらしました。この反緊縮を求めるうねりと同党の内外を問わず連携し、それを社会のすみずみにまでしっかりと根付かせるような草の根の取り組みが、これからは必要だと考えられます。

#### **(4) 国際連帯に関して、アメリカなどのプログレッシブ派との新しい動き**

反緊縮の国際連帯も次のステージに移っています。MMTの権威であるステファニー・ケルトン教授の7月来日を機に、国際的な反緊縮プログレッシブ運動の中で、薔薇マークキャンペーンが日本におけるカウンターパートとして広く認知されると同時に、それにふさわしく、歴史修正主義を明確に批判する姿勢を示すことが課題になっています。歴史修正主義を流布する勢力は、民族ヘイトや偏狭なナショナリズムを煽って、国内外の「下側」の人びとの団結を妨げています。今後は、こうした歴史修正主義者と対抗する内外の運動と広く結びつき、サンダース派やコービン労働党などとともに国際的な反緊縮プログレッシブ運動の一角を占める運動を、私たちの手で日本に作る必要があります。

### **3. 今後、当キャンペーンが取り組む「反緊縮プログレッシブ運動」**

これからは、私たちの考える反緊縮政策を草の根の人々に伝え、その中で起こっている現状をみんなで共有して、さらに政策を練り上げていくための組織的活動が必要な段階になりました。そのために、労働組合や生協、介護などの事業、医療関係者の団体、中小事業者の支援事業、障害者の自立支援事業等々の社会運動の中で、政府の緊縮政策と切り合っている人たちにご協力いただき、そうした人たちの間の協議・連携に支えられた運動を目指したいと思っています。こうした協議・連携のネットワークが、反緊縮を志す諸政党や政治家たちとの連携を橋渡しし、れい新を含む反緊縮の新しい塊を形成する機能をも担うことができると思います。

そのため、当面、以下のような運動のパッケージを「反緊縮プログレッシブ運動」と規定し、その一角を担っているひとびとに協力を呼びかけます。

- ・ 消費税の引き下げや廃止を求める運動。法人税や所得税の累進課税とその強化など「公平な税制度」を求める運動。
- ・ 財政規律キャンペーンに対抗して、ひとびとに必要な分野（社会保障や教育・医療・子育て支援や防災、気候変動防止・再生可能エネルギーへの転換等）への積極的財政出動を求める運動。
- ・ クビ切りや就職難に反対し、まっとうな賃金や労働条件のもとでの完全雇用を実現する運動。この目的に反するような財政・金融・社会政策に反対する運動。
- ・ 労働組合の活性化・賃上げ闘争、最賃引き上げ運動、労働時間短縮闘争、非正規労働者の労働運動、労働者協同組合運動。民族ヘイトや歴史修正主義等の偏狭なナショナリズムと対抗し、外国人労働者の処遇を改善するための運動。
- ・ 生協や農林水産業者・中小事業者の団体、医療・介護・教育・保育業界、反貧困やコミュニティづくりや環境保護、障害者や被災者の運動等々の自主団体での反緊縮的な公的取組を求める運動。
- ・ 公務員バッシングに対抗する運動。民営化反対運動。
- ・ 国際的な反緊縮運動との連帯。

そして、現薔薇マークキャンペーンの呼びかけ人や薔薇マークを受けていただいた元候補者の人たち、継続プロジェクトの代表に加えて、これら諸運動関係者からなる決定機関を構成し、そのもとに、現行キャンペーンから継続するプロジェクトごとに、スタッフのチームを置いて、消費税反対運動や情報発信や講座事業、宣伝コンテンツ事業、国際連帯などを進めていきます。