産経新聞 2010年4月27日付

ガチの社会貢献 若者「格好いい」

ボランティアやチャリティーといえば、地味で禁欲的…というイメージは今や昔。「社会貢献って格好いい」という価値観の変化があるようだ。（千葉倫之）

「茶髪にピアス。ギャップが魅力」途上国支援の輪

昨年夏、グラフィスがカンボジアに建設した診療所の近くにある小学校で子供らと交流するメンバー　（グラフィス提供）

▼熱気あふれる

昨年12月、東京・渋谷のクラブ。金髪や茶髪の若者たちが、大音量の音楽に酔いしれていた。ファッションショーなども催され、熱気にあふれる会場で、〝ギャル男〟風の若者がマイクを握った。

「生まれた国が違うだけで、命の重さに変わりはない。カンボジアでは首都プノンペンでさえ救急車の運営費が足りていません」

都内の大学生サークル「学生医療支援NGO（非政府組織）GRAPHIS（グラフィス）」が企画した学生向けイベントのひとコマだ。

入場料収益約110万円は、現地のNGOを通じてカンボジアの救急医療支援に充てる。同様のイベント収益で現地に小学校や診療所、道路を造った実績もある。メンバーの多くがカンボジアを訪れた経験があり、週1回のミーティングは「出席必須」という。

「見た目は『ギャル』や『ギャル男』でも、やっていることはまじめ。そのギャップが最大の魅力です」と、3代目代表の法政大3年、川崎洋さん(20)は話す。

同様にイベント開催を通じて途上国支援に取り組む学生サークルが、関西や中部など各地で

▼「新しい感覚」

「何かアツいことがしたかった。部員募集のビラで学校を建てたと知り、『格好いい』と思ったのが入部動機」と川崎さん。メンバーの明治学院大3年、権彩乃さん(20)は「イベント収益でチャリティーという方法が気に入った。興味のない人にも、楽しみながら関心を持ってもらえる」という。

学生イベントサークルの動向に詳しい慶応大SFC研究所上席所員、荒井悠介さんによると、こうした学生主体のチャリティーイベントは従来もあったが単発的で、就職活動の実績作りという〝下心〟もあったという。荒井さんは「堕落せず、理念を保っていけるかが重要」とエールを送る。

「格好いい、楽しい」という動機について、「明らかに新しい感覚」と指摘するのは、社会貢献活動の動向に詳しい「ソーシャルプランニング」社長、竹井善昭さん。「献身的で地味というイメージだった社会貢献の世界に、普通以上にファッションや流行に興味を持つ若者たちがどっと入ってきた。本格的なブームの前兆を感じる」と話す。

▼仕事選びも変化

社会貢献活動を仕事に選ぶ若者も増えている。就職情報サイト「マイナビ」を運営する毎日コミュニケーションズが来春卒業見込みの大学生らを対象に行った意識調査によると、「人のためになる仕事をしたい」との回答が前年比2・8㌽増の15・7％、「社会に貢献したい」が同1・1㌽増の6・2％になった。

また、国際協力機構（JICA）が運営する求人サイトでは、平成15年からの7年で、登録者数が約2倍、登録団体数は約14倍に増加した。

社会貢献の仕事を志す若者向けセミナーを開催している団体「SVnet」の高島弘行代表は「社会貢献にライトなかかわり方をする中間層が、確実に広がっている。動機も『自己犠牲』的な考えから『自分のため』に変化してきた」と説明している。