

<ガチの社会貢献 若者「格好いい」> (100427 産経)

「いまどきの若者が「社会貢献」に目覚めている。「茶髪にピアス。でもガチ (まじめ) でチャリティーやってます」という学生サークルも登場。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」

「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、命の重さには変わりはない。カンボジアでは首都プノンペンですら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 GRAPHIS」が企画した学生向けイベントのひとつ。▽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」

「こうした学生主体のチャリティーイベントは従来もあつたが単発的で、就職活動の実績作りという“下心”もあつたという」

「「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・・・「社会貢献の仕事を目指す若者向けセミナーを開催している団体「SVnet」の・・・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」

<「プチデコ」で個性を演出> (100428 読売)

「長引く不況で「モノが売れない」という。しかし、消費者はただ買い控えているのではなく、工夫を重ね、身の丈に合った買い物を楽しんでいる。商品やサービスの選択眼も厳しい。そんな「自分サイズ」の消費とは」

「「シャツやジーンズに、お客さんたちが少しだけ飾りを縫い付けたり張ったりする。『プチデコ』と呼んでいます」・・・ラインストーンのほか、スパンコール付きリボンやワッペンなど、数百円から 1000 円程度の商品がよく売れるという。▽特にアイロンだけで手軽に付けられる「ラインストーン」のシートはヒット商品。昨年、ユザワヤの全国 21 店で計 13 万枚以上売れた。今年は前年の 3 倍のペースで売れている」・・・「手頃な価格の衣料は歓迎だけど、大量生産された商品が多く、周囲と同じ装いになりがち。プチデコは個性を演出するためのささやかな工夫なのです」

「「ちょっと手を加えるだけで、全く印象の違う服になり、愛着もわく。自分らしい表現ができると『やったね』という気分になっちゃう」

「・・・革や布製品用のスプレー塗料を若い世代が次々去买っていく。靴を自分の好みの色に変えたり、バッグの色を変えたりして楽しむのが目的だという」

「「どんなに安く買った服でも自分で手を加えれば小さなエピソードが生まれ、友達に語ることができる。それは、個性を大事に考える今の若い世代にとって、ブランド品で全身飾るよりカッコイイことなのです」