

「ソーシャルデザイン」

デザイン学科 福島治 Osamu Fukushima



募金が楽しくなる寄付箱のデザイン：これまでの募金箱は、やや寄付を強要してしまうものでした。デザインにより、寄付という行為の価値変容を行いたいと考えました。思わず寄付をしたくなる、楽しそうが寄付につながるデザインです。途上国の子どもへの支援を行なっている国際的な NGO ワールド・ビジョン・ジャパンから、クリスマスシーズン用の募金箱のデザインを依頼されて、2つの新しい募金箱のアイデアを提案しました。



1958年広島生まれ。浅葉克己デザイン室、ADKを経て、1999年福島デザイン設立。「unicef 祈りのツリー」「JAGDA やさしいハンカチ」「2020東京大会 PEACE ORIZURU」など、デザインにおける社会貢献の可能性を探求、実践する。世界ポスタートリエナーレトヤマ・グランプリ、カンヌ広告フィスティバル・金賞など国内外の30以上の賞を受賞。(株)フクフクプラス デザイン部代表、東京工芸大学教授。



アドベントカレンダー型募金箱：欧米ではクリスマスをカウントダウンして楽しむアドベントカレンダーが普及しています。カレンダーの表面には、クリスマスを待ち望む森の動物たちが描かれています。カレンダーの窓を開けると、裏側にその動物がもらったプレゼントが描かれています。毎日、窓を開けることが楽しみになるデザインです。窓はちょうどコインを入れられる大きさになっています。募金箱には「世界には満足にクリスマスをむかえられない子どもたちがいます。あなたの幸せを少しわけてあげてね!」とメッセージが書いてあります。毎日窓を開けることが楽しみになり、自然に募金につながるデザインです。楽しい!と感じるデザインが、行動変容を生み出すアイデアです。



コインアート募金箱：キャンペーンのスタート時には、コインを入れる幾つかの穴の空いた赤い壁があるだけです。10円玉、100円玉、500円玉を入れるためにそれぞれの穴が開いていて、コインが貯まるとだんだんと絵柄が現れてきます。クリスマスキャンペーンだったので、コインがいっぱいになると、ハートのマークが入ったサンタの靴下が現れるデザインにしました。会期中は、日本初のコインアート募金箱に複数のメディアが取材に訪れました。また、寄付をされた方が募金箱の前で記念写真を撮り、自分のSNSにアップされていました。その発信により、さらに多くの方が募金に訪れてくださいました。寄付を強要するのではなく、思わず寄付がしたくなるデザインです。