

实践

デザイン
シン

匠心设计

イ
キング



跟日本企业学设计经营

【日】日经设计 编著 袁光 译

深入分析日本产品备受消费者青睐的原因

揭秘日本知名企业的设计经营之道

助力企业突破传统经营思维的局限性，拓展市场新出路

DESIGN THINKING

匠心设计 2

跟日本企业学设计经营

〔日〕日经设计 编著 袁光 译

实践

デザイン
シンキング

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

匠心设计. 2, 跟日本企业学设计经营 / 日经设计编著; 袁光译. —北京: 中国人民大学出版社, 2019.1

ISBN 978-7-300-26547-6

I. ①匠… II. ①日… ②袁… III. ①企业管理 IV. ①TB21 ②F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 289870 号

匠心设计 2: 跟日本企业学设计经营

[日] 日经设计 编著

袁 光 译

Jiangxin Sheji 2: Gen Riben Qiye Xue Sheji Jingying

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010—62511242 (总编室)

010—62511770 (质管部)

010—82501766 (邮购部)

010—62514148 (门市部)

010—62515195 (发行公司)

010—62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京瑞禾彩色印刷有限公司

规 格 148mm×210mm 32 开本

版 次 2019 年 1 月第 1 版

印 张 7.75 插页 1

印 次 2019 年 1 月第 1 次印刷

字 数 187 000

定 价 69.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

前言

设计思维是日立、雅虎、索尼、雅马哈、国誉、普利司通等日本大型企业十分推崇的一种思考方法。

从设计师与经营者处理问题的思考方法中提炼出来的设计思维，为人们开发新产品与新服务提供了新思路，引领了一场改进工作方法的大革命。此前，除日本以外的很多国家的企事业单位都引入了这种思考方法。如今，日本制造业、流通业、服务业等领域的企业也用这种方法取得了成功。2015年也被称为“设计思维元年”。设计思维不仅得到了企业经营者和业务主管们的认可，还为设计师们开辟了大有作为的广阔天地。

如今，设计师的职责已经发生了巨大的变化。富士通、日本电气股份有限公司（NEC）等企业把设计师安排在了生产一线，要求他们用设计思维为公司出谋划策、贡献力量。这样一来，设计师就可以通过与基层同事的交流了解客户需求以及设计时的注意事项。这种工作方式不但有益于产品开发，而且能让设计师与各部门员工齐心协力地推动“共创业务”的开展。设计师也成了企业的领头羊。他们不仅要把握会议进程，还要调动与会者情绪，确保任务的顺利完成。

本书是《日经设计》编辑部从2014年5月刊特辑《实战设计思维》和

2014年11月刊特辑《设计思维革命》^①中精选的有关设计思维的经典案例集合。同时，为了让读者了解到设计思维的最新动态，又在此书中增加了一些近期案例。

书中不仅总结了设计思维指导实践的要点，还记录了设计师们在座谈会上的发言，指出了设计师们在新时代的职责与使命。本书不仅可以为筹划新工作、开发新产品、寻找新市场的一线工作者提供参考，还能为设计师们献计献策，为他们的工作助一臂之力。一般读者也可以通过阅读此书，加深对设计思维的认识与理解。

日经设计编辑部

^① 书的内容以取材时间（2014年5月-12月）为准。

目 录

01 设计思维对企业经营的重要性 / 001

设计思维为何广受推崇

实地考察，深入了解用户需求

组织研习会，碰撞出更多提案

02 精心构思每一个项目 / 035

如何把理想变成现实

让设计思维在三个月一期的项目中生根发芽

Life Space UX 产品带给人们全新的视觉体验

全球首例一次性 360° 全角照相机

用轮胎技术研发高尔夫球鞋

以普通人的视角研发新供水系统，加快人才培养

03 坚持以消费者的视角看问题 / 069

消费者日常行为中的潜在商机

让设计思维在公司内部薪火相传

自拍法与新文件管理软件

从美容院到服装店：分析顾客行为，研发智能试衣镜

新厕纸手提袋的研发

04 坚持现场主义 / 101

验证设想，确定方案

由原型设计派生出来的体验型美食店

有使用者参与的研习会与便民沙发椅

利用 AR 技术读取数据

方便残障人士、老年人、外国人使用的自动提款机

05 创造新世界 / 125

用设计思维振兴地方经济

日立制作所引领潮流的“展望未来”设计法

授之以鱼不如授之以渔

“Found in Translation”：展现日本的别样风情

形成全局观，寻找新答案

06 步调一致才能取得胜利 / 153

照猫画虎是不会成功的

不要让设计思维变成昙花一现，要让它在企业里生根发芽

机不可失！珍惜灵感降临的瞬间

创新的三要素：工作、实验、爱

07 让设计师成为企业的主力军 / 175

开创设计师挂帅的新时代

广受关注的研修项目：“羽田 chronogate”

孩子和森友项目：获得解决孩子吃药难的好办法

TAKT PROJECT 公司和静冈县用独创方法改良授产设施

设计思维在 IT 行业中的应用：解决顾客没有意识到的问题

08 新时代的设计师 / 205

座谈会：天将降大任于斯人也

访谈：新时代的设计方向

后 记 / 225

译者后记 / 229

01

キング
イン。

设计思维对企业经营的重要性

デザイン
キング

设计思维为何广受推崇

索尼、雅虎、日立等企业都运用设计思维研发出了新的产品和服务。顾名思义，设计思维就是有创造性的思考。从设计师与经营者处理问题的思考方法中提炼出来的设计思维，为人们研发新产品与新服务提供了新思路，引领了一场改进工作方法的大革命。它的出现给人们带来了无限希望。

波士顿、埃森哲等大型咨询公司也对设计思维表现出了浓厚的兴趣。为了让公司里的顾问学习这种思考方法，埃森哲还定期召开有外界人士参与的研讨会。

在设计思维的推广过程中，设计公司也起到了推动作用。美国的 IDEO 公司和日本的 CIA 咨询公司、PLUG 咨询公司都在用它开拓日本的市场。与此同时，建筑、设计行业的企划部门也纷纷在网站上发表它们对设计的见解，力求用设计思维为世人提供新的服务与体验。

既有思考方法的局限性

设计思维早已有之。早在十多年前，IDEO 公司就已经提出了这个概念。可直到 2013 年，各企业才开始关注它，并用它指导新产品的研发与实践。到了 2014 年，越来越多的企业通过运用设计思维取得了喜人的成绩。

设计思维之所以广受推崇是因为人们认识到了既有思考方法的局限性。目前，各企业基本上都是在推测市场动向的基础上，结合自身的技术力量，为消费者提供服务的。以现实数据为依据确实能让人们推测出市场的短期变化，可这种推测只是因循守旧的机械反应而已。

设计思维是从众多设计师的智慧中萃取出来的新思考法。“它不是老套路的延续，而是能够解决问题的新战术。”设计思维研究所所长柏野尊德说道。

以技术和市场动向为根据，注重推理的思考方法被称为“逻辑思维”。关注生活、以人为本的思考方法才是广受推崇的设计思维。

● 设计思维的定义

