



时间塔
Tower of Time

世界著名设计师丛书

ネンドノカンド - 脱力デザイン論

佐藤大的设计减法

[日] 佐藤大 著 / 盛洋 译



日本鬼才设计师的处女作！

看nendo如何在设计界独领风骚！

以诙谐幽默的语言讲述nendo设计背后的故事！

于日常生活中迸发的设计妙思，激发你的设计灵感！



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



时间塔

Time of Time

世界著名设计师丛书

ネンドノカンド - 脱力デザイン論

佐藤大的设计减法

[日] 佐藤大 著 / 盛洋 译



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目 (CIP) 数据

佐藤大的设计减法 / [日] 佐藤大 著; 盛洋 译. —武汉: 华中科技大学出版社, 2017.4
(时间塔·世界著名设计师丛书)

ISBN 978-7-5680-1003-0

I. ①佐… II. ①佐… ②盛… III. ①产品设计—研究—日本 IV. ①TB472

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第006470号

NENDO NO KANDO -DATSURYOKU DESIGN RON

by Oki SATO

©2012 nendo

All rights reserved.

Original Japanese edition published by SHOGAKUKAN.

Chinese translation rights in China (excluding Hong Kong, Macao and Taiwan)

arranged with SHOGAKUKAN through Shanghai Viz Communication Inc.

本书简体中文版由日本小学馆授权华中科技大学出版社在中华人民共和国境内 (但不含香港、澳门、台湾地区) 独家出版、发行。

湖北省版权局著作权合同登记 图字: 17-2016-480号

时间塔·世界著名设计师丛书

佐藤大的设计减法

ZUOTENGDA DE SHEJI JIANFA

[日] 佐藤大 著

盛洋 译

出版发行: 华中科技大学出版社 (中国·武汉)
武汉市东湖新技术开发区华工科技园

电话: (027) 81321913
邮编: 430223

责任编辑: 赵 萌
责任校对: 王丽丽

版式设计: 赵 娜
责任监印: 秦 英

印 刷: 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司
开 本: 787 mm × 996 mm 1/16
印 张: 10.5
字 数: 159千字
版 次: 2017年4月第1版 第1次印刷
印 数: 4000册
定 价: 68.00 元



投稿邮箱: heq@hustp.com

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

目 录

- 源于自由的 21 世纪设计 / 1
 - “筛选”创意的建议 / 4
- 持续设计之美 / 7
- 突破口是“站到椅子上来看” / 10
- 似颜绘大师的变形术 / 13
- 设计师友人募集中 / 16
- 工匠的恩惠 / 19
- 肠胃不好的设计师的悲剧 / 22
- 装错了按钮的设计 / 25
- 香蕉和设计的保鲜度 / 28
- 对牛弹琴，强人所难 / 31
- 喜欢甜点的设计师的减法策略 / 34
- 先想“包袱” / 37
- 巨人设计师的紧凑化作战 / 40
- 材料之美，浓缩之美 / 43
- 体感速度开关术 / 46
- nendo 的历史 / 49
- 近视眼设计师的复眼术 / 52
- 模棱两可的事物 / 55
- 好设计 ≠ 获奖 / 58
- 独立与孤立 / 61
- 甜甜的设计 / 64
- 印尼炒饭之夜 / 67
- 豆芽菜小孩的律动 / 70
- 禁断之刀 / 73
- 小小的不好吗 / 76

想在卫生间里发呆 / 79
上楼的时候 / 82
魔球！设定规则的设计法 / 85
就那样叫吧…… / 88
哆啦 A 梦？ EVA？ 高达？ / 91
适可而止的美学 / 94
帽子的技艺 / 97
nendo 的办公室 / 100
竹子冲击 / 103
不擅长方案陈述的理由 / 106
学校教不了的事 / 109
“兔子”设计师和“乌龟”设计师 / 112
粗犷的朋友 / 115
带动和被带动 / 118
Nozomi 小姐和 Toube 先生 / 121
失败，你好 / 124
nendo 式全球化 / 127
撞上好运 / 130
“不仅如此”的战略 / 133
恐怖的同类相残 / 136
品牌的“圣域” / 139
从全世界的卫生间说起 / 142
看，不看，忘掉 / 145
沟通方式的进化和退化 / 148
害怕“双冠王”的人 / 151
新博尔的奇迹 / 154
“一点点不可思议”的设计 / 157
后 记 / 160
译后记 / 162

源于自由的 21 世纪设计

我所从事的工作是“设计”。我在日本东京下目黑一栋脏兮兮的大楼里有一间名为“nendo”的小型设计事务所，我本人也是一名“设计师”。说到设计师，有室内设计师、时装设计师、产品设计师等。不过我可没有“××设计师”这样的头衔，仅仅就是“设计师”而已。

上大学的时候，我学的是建筑设计。偶然受朋友邀请，在毕业旅行时去了米兰家具展，才发现那里的一切都超乎自己的想象。建筑师设计起了日常用品，平面设计师参与了车内空间的设计……与头衔什么的完全不相干。

我也曾花了6年的时间钻研某个特定领域的设计，但世界领域却在进行一场“异种格斗”。况且与日本不同，这里的设计是开放的。在米兰，整个城市都被卷入这场设计风潮之中，普通人也会拖家带口来观展，和明星设计师轻松地聊上几句。总之在这里，与设计相关的每一个人似乎都在闪闪发光。我当时就暗下决心：如果日本迎来了这样的一天，我也要自由自在地设计作品。受此启发，我和当时随行的朋友共同成立了 nendo。

但我很快意识到，自己连个办公场所都没有。我首先想到了附近的家庭式餐厅，于是常常到高田马场的 Jonathan 餐厅点上一份 350 日元的饮料，然后从早到晚只管在里头待着。不久之后，我在老家车库里搭了个木架子，开始在那儿工作。当然，下水道、煤气、通风调温设备之类的通通没有。冬天很冷的时候，我会把笔记本电脑放到膝盖上，把脚搁在电源适配器上取暖。夏天则几乎是蒸桑拿。到了晚上，壁虎、爬虫还会迎着显示屏的亮光聚集过来。每到收集厨余垃圾的早晨，空气里总会弥漫着一股腐烂的酸臭味。如今写着这些，还不免觉得很惊悚，但奇怪的是，那时候的自己竟毫不在意。

正如事务所的名字“nendo”（意为黏土，具有柔软、灵活、可塑性强等特点）一样，我们总是用自由灵活的方式在各种领域进行设计。不过其中也有一些略显不同的项目，这里且举一例。

这是个名为“妖怪不倒翁”的项目，以漫画《鬼太郎》里的人物为主，将 130 种妖



113/170

妖怪不倒翁

“筛选”创意的建议

常言道，穷人无闲暇。虽说我们不过是个只有9人的小微企业，却常常同时运作来自国内外约40家公司的80多个项目。“要想出那么多设计方案，一定很辛苦吧？”常有人这么问我。事实上并非如此。对我来说，创意不会突然从天而降，也不是坐在会议室里绞尽脑汁就能想出来的东西。它与平时那种刻意“伸长天线”式的搜索有所不同，非要做个比喻的话，最贴切的大概就是过滤器了。

整个人就像是一台过滤器。日常生活中，有各种各样能够贯穿全身的东西，像空气、水之类。但过滤器可以卡出其中微小的差异或不协调之处，并将它转变为设计素材。进一步说，这个异物越小越好。它可以非常新颖，非常有趣。总之，要绝无仅有。

一旦那些细微之物被融为一体，设计就成形了。所以在我看来，“清理过滤器=设计”。

有了定期的清理，就可以更轻松地筛选创意。而为了让自己像过滤器那样筛选出各种各样的东西，最有效的还是“尽力”参与。这样做是为了避免盲目中断一切“自然而然的事情”，要知道，有时候好的创意正来自其中。

“尽力”之后，抛开固有观念的大脑变成一片空白，此时过滤器就可以开始运作了。不过要注意，这种方法适用与否因人而异。

像拥有艺术气质或个性鲜明的人，就很可能不适用。但普通人就不同了。正因为有着一般感觉，所以能够注意到仅有的微小差异。

这么说似乎还是抽象了些，我们举个具体的例子吧！

我有时会在工作间隙喝一杯红茶。放入大把的砂糖，再用勺子搅拌，不知怎么就卡住了……（笑）大概是由于茶包、马克杯、砂糖、勺子之间的关联性吧……反正有什么被卡住了。此时仔细解开这些要素，就可以发现多种解决方案。

用砂糖做勺子会不会很有趣？这是不是意味着勺子本身成了装糖的容器？可不可以把砂糖一并放在茶包里？在思维的发散中，我们设计出了一款名为“peel”的杯子。

倒热水的时候很容易把茶包的线带入杯中；茶泡好后取出的茶包无处可放；最好有一个挡住茶汤热气的盖子……为了解决问题、满足需求，我们考虑将部分杯壁向外伸出，而伸出的部分恰好可以用来系茶包线；杯盖也不会因杯中的勺子而晃动，反而还能在上面放置茶点、勺子或用完的茶包。而且这样一来，杯子还可以实现堆叠收纳。可以说，正是用心整合了一个个小创意，才有了最终的设计作品。

想来茶包也是一种过滤器：茶的魅力可以从其中一点一点渗出，饮茶之人也慢慢放松下来，心中泛起阵阵暖意。

更多信息：www.ceramic-japan.co.jp



累到不行还要适当解释设计
理念的设计师

2010.03



peel

持续设计之美

任何事情，即便前一天还与你无关，但从被委托的那一刻起，它便成了你的分内事。

如果委托方是拉面店的老板，那么你就得想办法做出一间人气美食铺；如果是业界老二，那么无论如何也要助它争得第一；如果是业界首屈一指的龙头企业，那么就尽量使它与后方队伍拉开差距……总之，必须将委托人的需求视为己任。

在一些长期而持续的项目中，就更应如此。你需要考虑方方面面的问题，甚至你失眠的频率也会因此而增加。像我的睡眠时间的减少，一大部分原因就是接到了除臭芳香剂的制造商 ST 公司的设计委托。（笑）

70 多岁的铃木社长看起来比我还精神，他力挽狂澜，将百年一遇的困境视为“百年一遇的机会”，面对价格竞争相当激烈的快消行业，提出“涨价必先优质”的理念，甚至打出了“设计革命”的口号。于是，在一直以来与设计无缘的快消行业，设计终于有了一席之地，而日常生活中的设计意识也由此得到了增强。

我最先拿到的设计委托是对一款自动除臭喷雾 shupatto 进行优化。这是一种使用电池、可以定期喷雾的产品。不过，我们设计的不只是产品。从包装设计到广告制作，甚至媒体发布会的会场布置，统统由 nendo 负责，而这也是我们事务所的特色之一。在原产品的基础之上，我们改进了每一个部分，精简了 25%，最终成功地把成本降了下来。

一般说到设计师，无论是设计住宅还是家电，总给人一种要价过高的印象，所以附送一些设计内容也实属无奈之举。

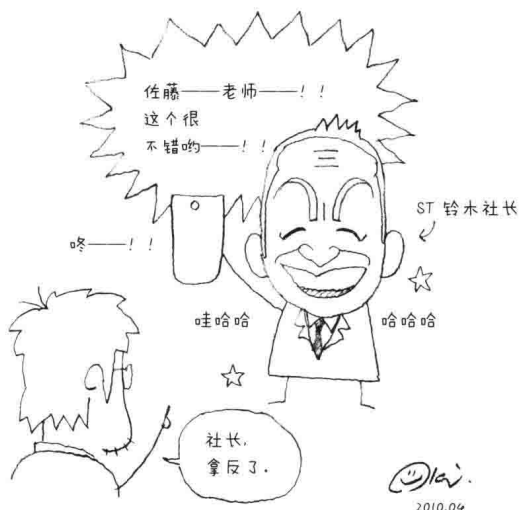
但若刨根问底，设计绝不是一件简单的事情。从设计理念到成品，对个人来说有着非凡的意义。为了消除让部分女性消费者避而远之的机械感，设计中甚至要考虑到表面质感和背面螺丝这些细节。我不确定这样做到底有几分效果，但经此设计后的销售形势确实一片大好。而借此契机，设计也被摆在了主要位置上，开始持续介入并主导其他品牌的运作。

而我们要做的，不仅是研究店铺、做集体访谈，而且是与公司设计师、产品开发与营销部门的员工一起，日日把“10年后的ST”挂在心头，为公司做长远的打算。当然，也要不时地参与一些产品的设计。

我们还会根据营销部门的反馈随时调整设计方案。不过即便没有人提出要求，我们也会给出一些新的方案。如果是单个项目的话，我们就很难做到这样。虽然我们会努力在短时间内做出一个方案——这就像棒球中的代打，一开始发球不够有力的话，就难以给人留下什么好印象——但要设计出中长期有效的方案，我们就得进行各种各样的尝试。这些方案往往从实际情况出发，有时也可能无须设计。总之，能做的事情太多，时间总是不够用。

虽然10年后的景象不得而知，但在今天，我们仍会一如既往地为人ST公司的发展出一份力。

更多信息：ST, www.st-c.co.jp





shupatto!

突破口是“站到椅子上来看”

由于父亲工作的原因，我在加拿大出生，10岁之前都过着无忧无虑的日子。我是四兄弟中的老二，位次不错，有哥哥在前头为我遮风挡雨；而我只需站在他的背后，悠然自在长大。

大概在我2岁的时候，我和哥哥对“岩浆”这个词的发音“maguma”喜欢得不得了，不分日夜地重复着“maguma”，还会突然发笑。在旁人看来，我们就是一对让人摸不着头脑的兄弟。在没有哥哥保护的时候，我常会一个人跑去附近的树林里，默默剥着白桦树的树皮。至于为什么会做那样的事，我现在也想不明白。大概是太闲了吧，一定是的。总之，最后那个林子里的白桦树，通通变成了普通的黑色树木，我还记得自己那时对此颇有成就感。

如今，那个深爱着“maguma”和白桦树的少年已经30多岁了，最近还设计了一间位于表参道的亲子咖啡馆。通常在市中心，带着婴儿的母亲很难找到一间无须担心周围环境的咖啡馆。正是这种经历，促使店主开始了这一项目。

对于没有孩子的我来说，虽说也听过一些关于亲子话题的谈话，但毕竟从未去过亲子咖啡馆之类的地方，因此从研究设计方案的一开始就感到些许不安。除了要面对“哺乳室”“育婴室”“游戏房”等一个个陌生的房间名字外，怎样确保婴儿车能够从走道中穿过、如何在母亲哺乳时帮助另一个宝宝打发时间、母亲给婴儿换尿布时父亲可以站哪儿等，杂七杂八的问题堆积成了山。

所谓百闻不如一见，我决定去一些与婴儿相关的场所参观学习一番。

当我透过玻璃窗向内看的时候，里面的女性也看到了我，但从她们的眼神中我看得出她们仿佛把我当成了“意图不轨者”。为了消除这种不信任感，我试着笑了一下；但这一笑看起来却更像是邪笑，完全与预想的效果背道而驰。我感觉再这样下去就要被举报了，就立马飞一般地逃离了现场。那一刻，我的身份定位又从“意图不轨者”自动上升到了“变态”。

设计工作仍在有序推进，面对越来越多的细致要求，我开始晕头转向，一片茫然，

完全就像在玩打鼹鼠的游戏。

这时候的突破口，就是站到椅子上来看。这并不是站在很高的位置俯瞰，而是从桌子上方更仔细地观察对象。

这就好比在画素描的时候，偶尔会眯起眼把握整体的轮廓，之后再抓重点和细节。如此这般重新审视最初的亲子概念，困难虽然依旧存在，但有趣之处也浮现了出来。

体型相差极大的一大一小两个人在使用同一个场所时，会产生物理上的差别。

换言之，在进餐时，儿童和大人的座椅是不一样的，食物会有所区别，看到某样东西时的感受也会完全不同。

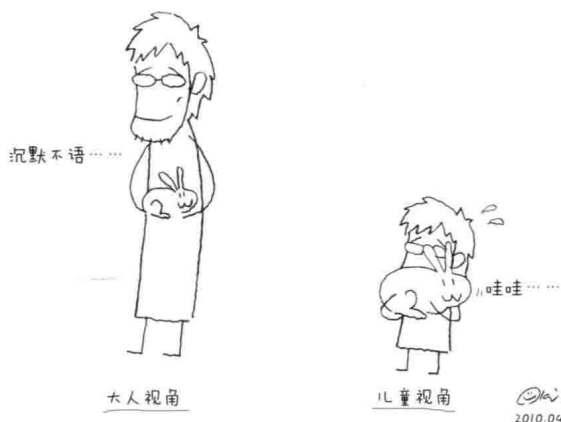
即便是同一张桌子，大人看到的是桌面上方，所以会特别在意那里的东西；儿童却常常只能看到桌子底下的空间。儿童觉得四条桌腿如同建筑立柱，桌子便是一间小屋；而在大人看来，儿童专用的家具就是一件件小玩具。

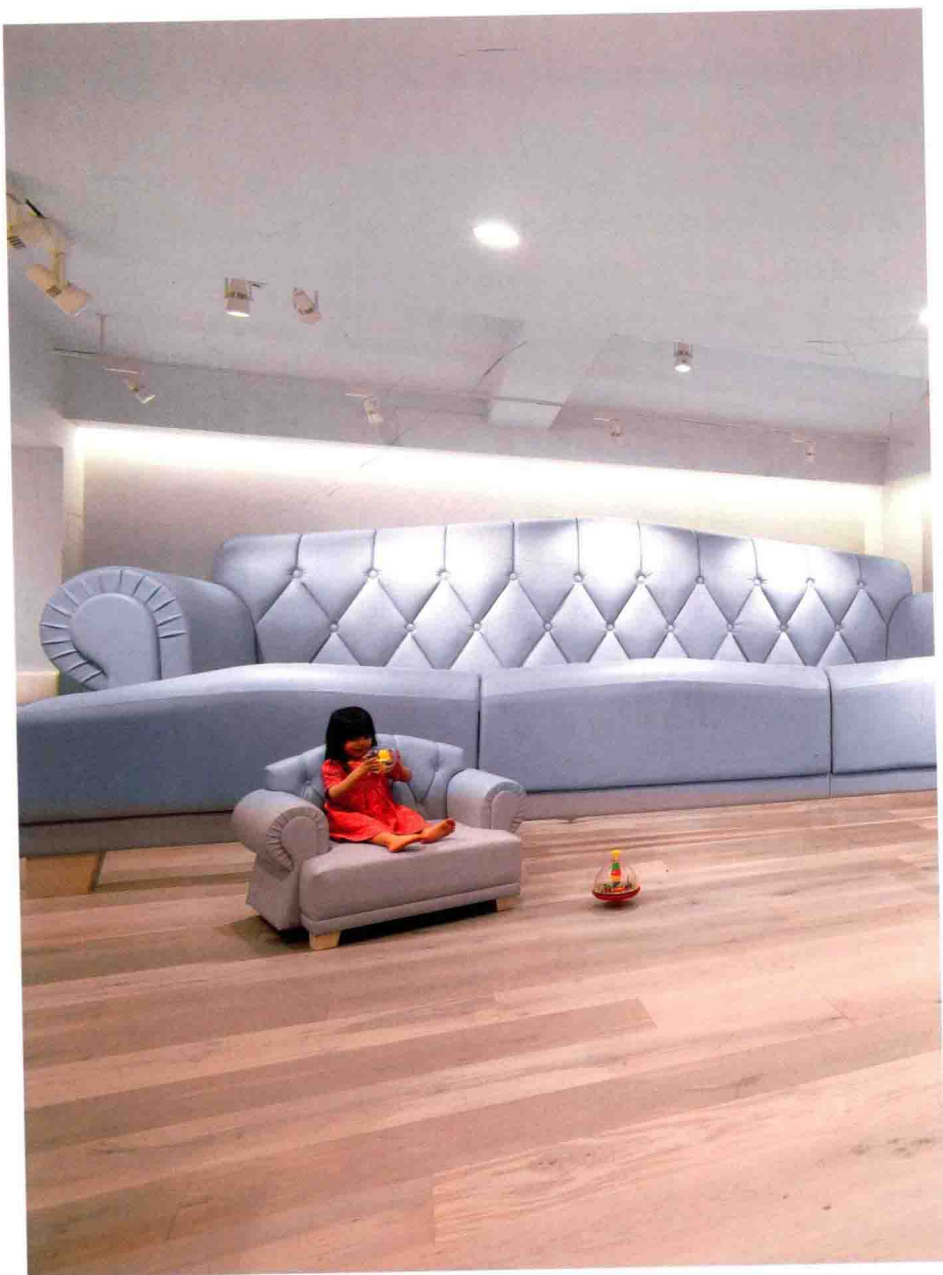
于是我们以此为突破口，把室内空间的主题定为“儿童视角”和“大人视角”，即一个同时拥有极大物件和极小物件的场所。举个例子，哺乳用的沙发，往大了做，便成了儿童的游戏房，往小了设计，就可以用作尿布更换台。

大窗对小窗，大灯泡对小灯泡，就连地板材料，仔细一看也有大小之分。在母亲看不到的桌子或架子的内侧，还藏着动物题材的亲子画。

就这样，一个充满亲子元素的亲子咖啡馆诞生了。

更多信息：tokyo baby cafe, www.tokyobabycafe.com





tokyo baby cafe