

不发想，

无设计

売れるデザインの発想法

木全 贤 著 黄克炜 译

第一章 为什么不懂设计呢？

第二章 在了解设计的

第三章 设计是沟通的工具

第四章 如何酝酿出创意？

不发想， 无设计

売れるデザインの発想法

木全 贤 著 黄克炜 译

图书在版编目 (CIP) 数据

不发想, 无设计 / (日) 木全贤著; 黄克炜译. —南京: 江苏文艺出版社, 2011.7

ISBN 978-7-5399-4639-9

I. ①不… II. ①木…②黄… III. ①产品设计 IV. ①TB472-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第146824号

URERU DESIGN NO HASSOHO

Copyright © 2009 Ken Kimata

All rights reserved.

Original Japanese edition Published by Softbank Creative Corp.

Simplified Chinese translation rights © 2011 by Phoenix Literature Publishing, Ltd.

Simplified Chinese translation rights arranged with Softbank Creative Corp., Tokyo through Myster Agency, Beijing.

出品人 黄小初
责任编辑 陈冰育
书籍设计 瀚清堂
审 读 李义娜
责任校对 孙 慧
责任监印 卞宁坚 江伟明

书 名 不发想, 无设计
著 者 (日) 木全 贤
译 者 黄克炜
出版发行 凤凰出版传媒集团
凤凰出版传媒股份有限公司
江苏文艺出版社
集团地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009
集团网址 <http://www.ppm.cn>
出版社地址 南京市中央路165号, 邮编: 210009
出版社网址 <http://www.jswenyi.com>
<http://shop.paipai.com/1258863018>

经 销 湖南天舟科教文化股份有限公司
印 刷 北京图文天地制版印刷有限公司
开 本 889 × 1194毫米 1/32
印 张 5.5
版 次 2011年11月第1版 2011年11月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5399-4639-9
定 价 32.00 元

版权所有 侵权必究

营销 (湖南天舟): 0731-82918795

地址: 长沙市东二环二段194号天域新都商务楼5楼

营销 (江苏文艺): 025-68520896

地址: 南京市湖南路47号凤凰台饭店9楼

江苏文艺出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

前言

商品开发负责人的困惑

本书是一本商品开发方面“关于设计发想法”的书。笔者之所以使用“一本关于发想法的书”这样一种模糊的说法，是因为本书的结构与其他一般的发想法书籍有一些不同之处。

当然会满足您“想要掌握商品设计新的发想法”的需求，首先笔者要介绍一下这本书和其他书的不同之处。

笔者主要是给中小制造业担当设计顾问，每天和处于商品开发第一线的负责人接触，笔者深知他们的困惑。

他们非常在意与设计相关的工作，希望尽力提高自家公司的设计品质。另一方面，又苦于提不出设计的独特想法，虽然必须与设计者共事，但是又不能与他们取得很好的沟通。

话虽如此，这并非说明他们没有能力，现场的负责人总是认为“自己又不是设计方面的专业人员，所以不懂设计，也无法评价设计的好与坏”。再加上想不出好点子，所以感觉创意会议很难熬也很无聊。看得出来他们虽然有能力，但因为心中有各种障碍，已到了作茧自缚，

动弹不得的地步。

和那样状态的人在一起，即使是积极地进行商品设计的创意会议，利用 KJ 法和头脑风暴等的发想法，也很难酝酿出好的创意。因为他们对于参加创意会议本身，心里就有障碍。

要进行商品开发，首先必须要消除这种“不懂设计”的心理障碍。如果不跨越这个障碍，就无法掌握任何发想法，也无法顺利进行商品开发。

消除内心的障碍

如果在阅读这本书之后，能够消除内心的障碍（在设计方面的自卑感），就能掌握所有发想法，也会生出创意。

也就是说，这本书的作用是，通过搞清楚商品设计产生出来的思考过程，消除心中“对设计一无所知”的障碍，变得能够像参加工业设计会议一样的来享受创意会议。这就是称这本书为一本“关于发想法”的书，而不是一本发想法的书的原因。

当然，对于抱着“是否有全新设计发想法”疑问的

人们，也有一定的帮助。在本书的后半部分，介绍了最近流行的“思维图法（Mind Map）”这一发想法。

笔者得到了英国教育家托尼普桑认可，拥有“思维图法项目伙伴”的资格。在母校专门学校桑泽设计研究所，向学习设计的学生们传授“思维图法”的使用方法。学生们通过使用此种方法，切实感觉到“头脑变清晰了”“能够讲出宏大的目标”“看到思考的过程，快乐并明确的总结自己想法”的效果。笔者个人也认为与过去其他的设计法相比，“思维图法”更适合于中小制造商的商品开发。在本书的最后还介绍了使用“思维图法”进行创意会议的具体流程。

本书第一章到第三章的主要内容，在于消除“对设计一无所知”、“无法评价设计好坏”的心理障碍，并整理介绍一些关于设计的基本思考方法。

有很多人因无法判断设计的好坏而苦恼，而另一方面，日本人关于产品的颜色和形状等方面的设计品味又是世界上最高水准。这从他们认为一些发展中国家生产的产品“不精致”、“很俗气”这一点也能看出来，实际上，日本人有很敏锐的审美眼光。

然而“漂亮的设计”并不等同于“畅销的设计”，现在日本的商品设计课题是在于“寻求内心的共鸣”。关于

这方面的内容，会在第三章，围绕“物语（故事）”这一易懂的词语进行说明。

在第四章，消除“创意会议难熬又无聊”的心理障碍，传达在商品开发过程中召开创意会议是最有趣作业环节的想法。在最后一章，将介绍使用“思维图法”进行创意会议的具体流程。

虽然这本书首先将读者范围设定在了中小制造商，但笔者认为对于那些苦恼于“不懂得如何判断设计好坏”的营销人员和经营者同样也有一定的帮助。另外，笔者认为通过阅读本书，在商品设计诞生的时候，了解到设计师在想些什么，了解设计师思考的过程，也会很有趣吧！

目录

前 言

商品开发负责人的困惑
消除内心的障碍

第一章 为什么不懂设计呢？ 013

设计是否“只有了解的人才懂”？ 014
没人实际体会到设计的好处！ 017
只要“简约”就是好吗？ 019
简约设计是临阵磨枪的审美意识 020
可以直观理解晚霞的“美” 022
谁都懂得过分装饰的美 024
非日常的美和日常的美 027
只要被教过谁都懂得“美” 029
懂得“俗气” 032
从色彩、形状到内心世界 033

第二章 在不了解设计的这个不幸时代里 能做的事情 037

设计师评价设计的方法 038
使用者观点和生产者观点 039
设计的前提 040

奇怪的设计	041
原材料和质感的奇怪之处	042
设计现场	044
装饰和设计	067
设计和设计性发想	049
江戸时代的设计性发想——悉皆制度	052
能引起共鸣的中小制造业的制造工作	055
坚持认真的传达	057
PI(产品识别)	060
商品购买=远距离恋爱	062
CI(企业识别)	064

第三章 设计是沟通的工具 069

设计是沟通的工具	070
心理印象	071
记忆心理印象和物语(故事)	073
X专案的故事	075
PI和CI的故事	077
故事的另一种力量	079
美丽的形状和漂亮的形状	080
美丽的(美しい/▽麗しい)	081

漂亮、干净（X绮丽/奇丽） 082
商品设计所追求的是“干净漂亮” 083
简约的设计才漂亮 084
CI和商品设计的指导手册 085
“制作者意图”的标准 089
潇洒的生活方式 091
何谓设计？ 093

第四章 如何酝酿出创意？ 097

何谓设计？ 098
为何想不出好创意？ 099
酝酿创意的第一步 100
“这是我擅长的”故事 101
“这是我唯一会做的”宣言 103
一定会想出好创意 105
动员全公司员工 107
最佳方案的完美结局 109
寻求最佳方案之旅 110
最初的岔路 111

第五章 创意会议的发想法 117

认真地参与 118

创意发想的基础是发散和集中 119

创意会议的心理准备 121

思维图法使创意会议变得有趣 123

何谓“思维图法(Mind Map)”？ 125

思维图法的规则 126

快乐创意会议的进行方法 128

30分钟创意会议的流程 129

1小时创意会议的流程 131

寻找强项之旅 134

结 语 理所当然的事 137

第一章

为什么不懂设计呢？

设计是否“只有了解的人才懂”？

笔者从事中小制造业的工业设计顾问工作，庆幸的是，至今已经出版了三本工业设计的著作。

一个工业设计的顾问为什么要出好几本书呢？那是因为笔者将中小制造业作为主要客户。

笔者曾经在或大或小的企业担任过设计师，在设计事务所任职的时候，也协助完成过大大小小各种各样企业的设计工作。也就是说，无论是大企业还是小企业、公司内部还是公司外部，笔者亲身经历过企业在设计方面的所有的事务。

在这个过程中，笔者体会到，大企业无论是在内部还是外部，都有富余的设计人员。而中小企业的周围明显缺少设计师。

因此笔者希望中小企业可以引进更多的设计，所以就以“为中小企业服务的工业设计顾问”的身份开始了独立活动。

笔者了解到中小企业缺乏设计师的原因。本来中小企业的经营者从未与设计师打过交道，一方面心中一直有“自己对设计一无所知”的坚固障碍，所以在进行企业经营和商品开发的时候没有考虑过要引进设计的事情。