

佐藤可士和的 超整理术

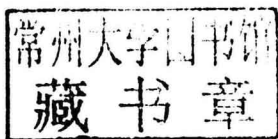
KASHIWA SATO'S Ultimate Method
for Reaching the Essentials.

佐藤可士和 著

常纯敏 译

佐藤可士和的 超整理术

KASHIWA SATO'S Ultimate Method
for Reaching the Essentials.



佐藤可士和 著

常纯敏 译

图书在版编目 (CIP) 数据

佐藤可士和的超整理术 / (日) 佐藤可士和著; 常纯敏译. -- 南京:
江苏凤凰美术出版社, 2017.9
ISBN 978-7-5580-2765-9

I. ①佐… II. ①佐… ②常… III. ①实用美术-设计-日本
IV. ①J534

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第187865号

SATO KASHIWA NO CHO SEIRIJUTSU by Kashiwa Sato

Copyright © Kashiwa Sato, 2007.

All rights reserved.

First published in Japan by Nikkei Publishing, Inc., Tokyo.

This Simplified Chinese edition is published by arrangement with
Nikkei Publishing, Inc., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo
through Future View Technology Ltd., Taipei.

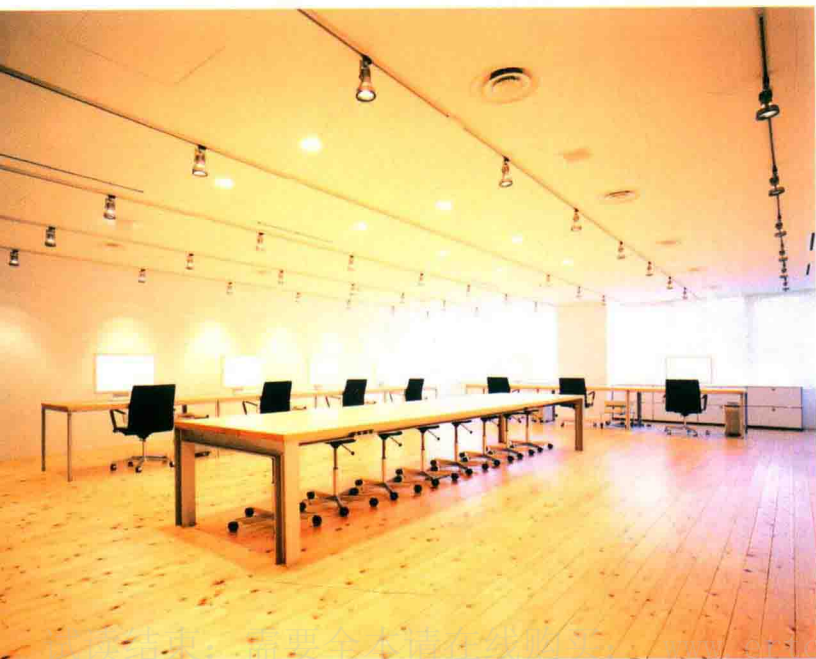
著作权合同登记号: 图字: 10-2009-075

责任编辑 高 森
装帧设计 朱 涛
 高 森
责任校对 刁海裕
责任印制 朱晓燕
审 读 周晓阳

书 名 佐藤可士和的超整理术
著 者 (日) 佐藤可士和
译 者 常纯敏
出版发行 江苏凤凰美术出版社(南京中央路165号 邮编210009)
出版社网址 <http://www.jsmscbs.com.cn>
制 版 北京图文天地制版印刷有限公司
印 刷 南京新世纪联盟印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/32
印 张 6.25
版 次 2017年9月第1版 2017年9月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5580-2765-9
定 价 48.00元

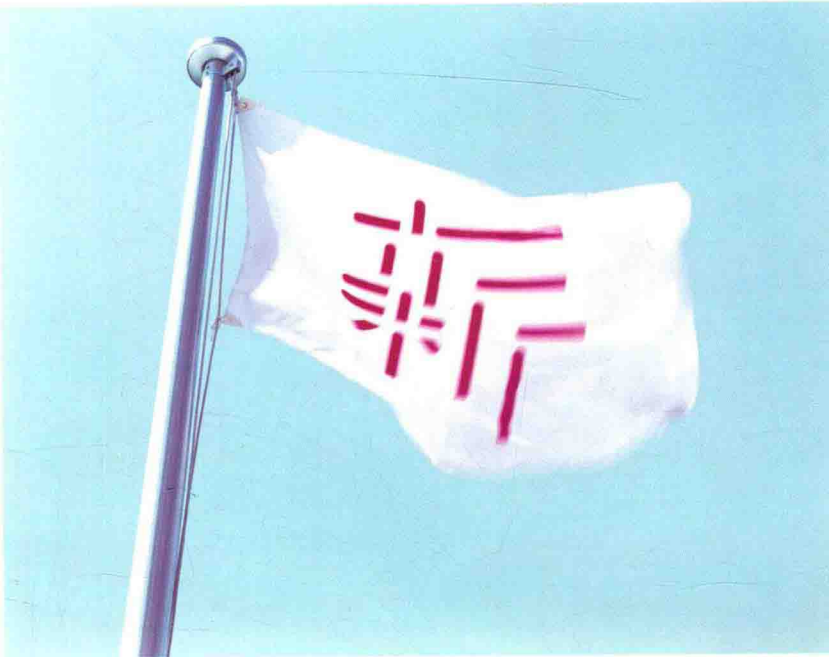
营销部电话 025-68155790 营销部地址 南京市中央路165号
江苏凤凰美术出版社图书凡印装错误可向承印厂调换

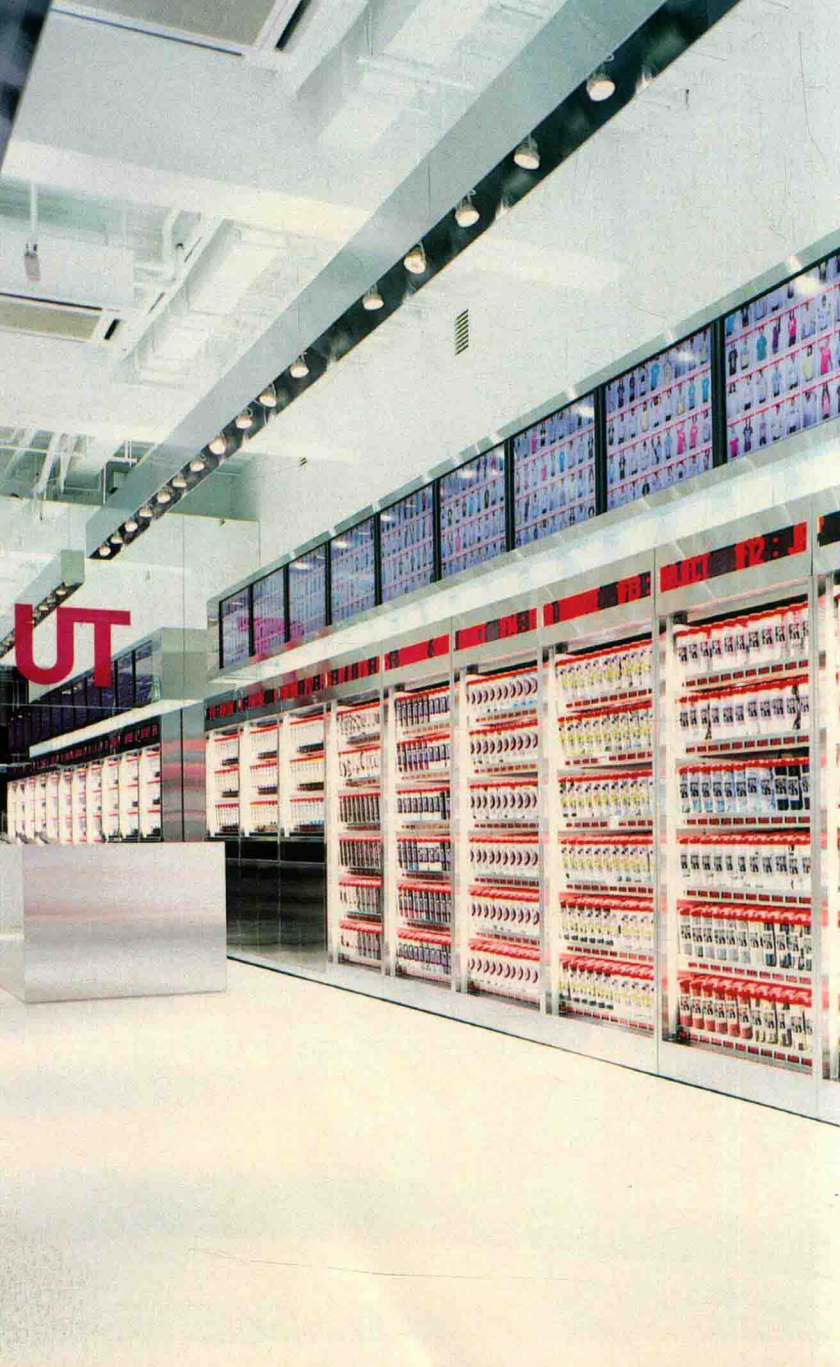




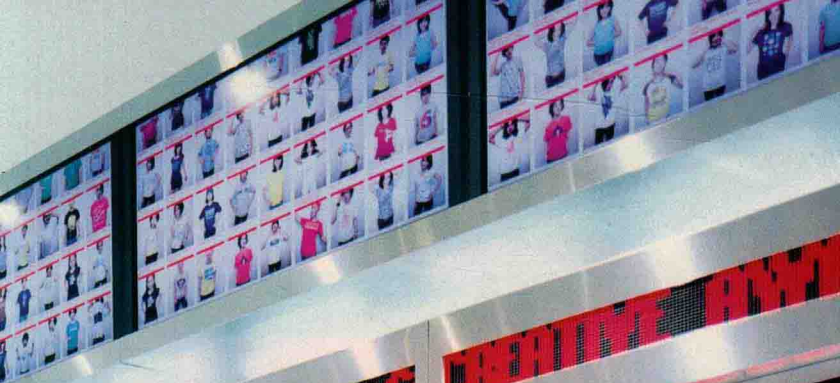


新





UT



...ation 10:0

...IVE ...



2007.02.11 SUN AM07:03

2007.02.11 SUN AM07:03

2007.02.11 SUN AM07:03

2007.02.11 SUN AM07:03

快刀武士	9
前言	11
第一章 解决问题的“超级”整理术	23
好工作少不了整理术	24
艺术指导=医生	29
关键在于整理对方的思绪	31
不掌握本质，就无法创造好的结果	33
整理术能够扭转工作和生活	37
第二章 一切从整理开始	41
你是否尚未认清问题本质就急于处理	42
随时对这个复杂的社会保持危机感	
表面应付无法解决问题	
按部就班学好整理术	48
依照“掌握状况→导入观点→设定课题”的顺序进行	

问诊时不可轻忽微妙差异	
导入观点，穷究问题本质	
找到课题，问题就已解决一半	
将课题视为想要征服的山，找出正确路径	
从空间到思考，目标是三阶段整理	61

第三章 第一阶段：空间整理术 ——设定优先排序—— 65

空间整理的目的，在于创造舒适的工作环境	66
彻底整理，规避风险	
通过身体力行，感受整理成效	
从随身公文包的整理开始	71
公文包里的东西真的都是必需品吗	
促进轻量化的手机进化	
“空手”带来出乎意料的解放感	
“舍弃”的勇气将雕琢价值观	77
舍弃是与“不安”的战斗	
若要舍弃，必须设定优先排序	

舍弃也是与“暂且”的战斗	
创造最佳的办公桌环境	83
一旦决定物品的固定位置，就变得容易掌握	
举棋不定时，请比较功能类似的物品	
文件或数据只保留最终版本	
柜子的多余空间可充当临时避难所	
名片的整理分类方法	
虚拟空间也是简单至上	91
档案的命名最为重要	
计算机内也要规划自由空间	
利用“框架”提升办公环境的舒适度	97
援用虚拟空间的办公室空间整理术	
一旦决定“外框”，就能掌握整体印象	
亲身学习辨别重要事物	102

第四章 第二阶段：信息整理术	
——导入个人观点	105
对信息提出观点，穷究问题本质	106

导入观点的最终目标是导出远景	110
在对方心中建构形象	
找出理想的“远景”	
一旦确定观点，就能看见远景	
如何寻找个人观点	115
探索本质的重点是退一步观察	
抛开自以为是，视野更加开阔	
转换观点终于导出：明治学院大学的远景	119
改变想法，缺点也能变优点	
以识别标志表现远景精髓	
宛如解读暗号般组成：国立新美术馆标志	125
混乱不清的状况难以找出强力观点	
以“全新”的观点将一切转为优势	
在表现阶段仔细琢磨远景	
一旦迷惑，就试着想象具体场景	
随时保持寻找远景的积极态度	136

第五章	第三阶段：思考整理术	
	——将思绪信息化——	139
	将思绪信息化，提升沟通精确度	140
	了解自己难如登天	
	一切要从将思绪置换成语言开始	
	提出假说，确认对方想法	
	弗洛伊德的心理疗法——“无意识的意识化”	
	自我无意识的意识化：DoCoMo 手机	147
	产品完成后，摸索概念的语言化	
	向自己提出假说，进而发现概念	
	找出与自己的接点：地方产业的品牌推广	155
	没有真实感，就无法产生问题意识	
	唯有视如己出，才能产生真实感	
	琢磨擦亮本质：UNIQLO 的“应有面貌”	162
	问诊间发现 UNIQLO 的本质	
	标志设计加入日本品牌的气概	
	深入无意识：FAST RETAILING 的企业识别	169
	如何导出脑海里的远景	

提出假说，探索客户的思绪	
以大红标志表现“革新”观点	
设计全新的 T 恤选购法 :UT	175
从 T 恤的媒体性所产生的商业模式	
世界第一 T 恤品牌的系统设计	
利用保特瓶将问题点扭转为附加值	
思绪整理的成果：全新医院形象	182
探究现今医疗环境的问题本质	
概念是“复健休闲中心”	

第六章 整理术开启新灵感之门 189

最重要的关键是找出观点	190
只要保持目的，技巧就能活起来	193
答案一定就在眼前！	196
后记	200