

創意

考えないヒント—アイデアはこうして生まれる

不是用^レ的!

小山薰堂◎著

歐凱寧◎譯

奧斯卡最佳外語片「送行者」編劇

小山薰堂創意學

第2彈

——徹底改造你的創意體質

茂呂美耶

日本文化觀察人氣作家

陳志鴻

前「全民最大黨」鬼才製作人

馬克

超人氣職場圖文部落格「I'm mark」格主

聯合推薦

uedada

知名部落格「23區24小時——東京碎片」格主

專文推薦

日本Amazon ★★★★★推薦

創意不是用ㄍ一ㄣ的

KANGAENAI HINT — IDEA WA KOUSHITE UMARERU by Kundo Koyama

Copyright © Kundo Koyama 2006.

All rights reserved.

Original Japanese edition published by Gentosha Inc.

This Traditional Chinese language edition published by arrangement with
Gentosha Inc., Tokyo in care of Tuttle-Mori Agency, Inc., Tokyo
through Future View Technology Ltd., Taipei.

作者——小山薫堂
譯者——歐凱寧
企畫選書——陳穎青
責任編輯——陳妍姝
協力編輯——莊雪珠
校對——魏秋綢
美術編輯——歐陽碧智
封面設計——張曉君
行銷業務——楊芷芸 林欣儀 鍾欣怡
主編——陳穎青
總編輯——謝宜英
社長——陳穎青
出版者——貓頭鷹出版
發行人——涂玉雲
發行——英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司

國家圖書館出版品預行編目資料

創意不是用ㄍ一ㄣ的 / 小山薫堂著；歐凱寧譯。
-- 初版。-- 臺北市：貓頭鷹出版：家庭傳媒城邦
分公司發行，2010.1
面：公分
譯自：考えないヒントアイデアはこうして
生まれる

ISBN 978-986-262-006-9 (平裝)

1. 企業管理 2. 創意

494

98025244

城邦讀書花園

www.cite.com.tw

104 台北市民生東路二段 141 號 11 樓

劃撥帳號：19863813；戶名：書虫股份有限公司

城邦讀書花園：www.cite.com.tw

購書服務信箱：service@readingclub.com.tw

購書服務專線：02-25007718 ~ 1

(週一至週五上午 09:30 ~ 12:00；下午 13:30 ~ 17:00)

24 小時傳真專線：02-25001990；25001991

香港發行所——城邦（香港）出版集團／電話：852-25086231／傳真：852-25789337

馬新發行所——城邦（馬新）出版集團／電話：603-90563833／傳真：603-90562833

印製廠——五洲彩色製版印刷股份有限公司

初版——2010 年 1 月

定價——新台幣 250 元／港幣 83 元

ISBN 978-986-262-006-9

有著作權・侵害必究

讀者意見信箱 owl@cph.com.tw

貓頭鷹知識網 www.owls.tw

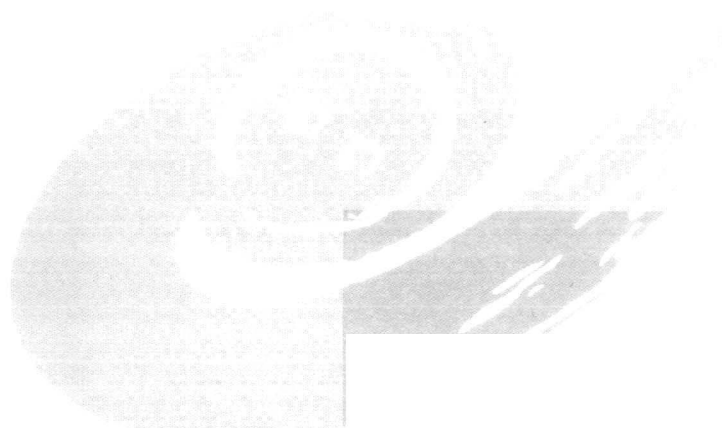
歡迎上網訂購；大量團購請洽專線 (02)2500-7696 轉 2729

考えないヒント—
アイデアはこうして生まれる

創意 不是用「」的

小山薫堂創意學第二彈——徹底改造你的創意體質

小山薫堂◎著 歐凱寧◎譯



推薦序

放棄這本書，就是放棄「創意思體質」的第一步

很多重要的事，都可用一句話來描述，只是這句話未必能傳達出完整的內容。

比方「生命最珍貴」這句話，任誰都看得懂且誰也不會反駁。但這句話所包含的真正意涵，或許只有自己曾經面臨過死亡或身邊很親近的人不幸往生了才能真正明白。反過來，他們的這些經驗也很難讓沒有經驗的人體會。

一開始就提了有點嚴肅的例子（笑），我要說的是，這本書裡頭說的事情也可歸納成一句頗為簡單的句子，例如：「創意可從日常生活中產出。」可是要完全了解這是怎麼一回事，用比較極端的說法，那就是「非得體會小山先生所有的經驗和心情才行」。幸好這本書有個特點，就是內容描述「很親切」，所以也可讓讀者在某些程度上有所體會。

我們可以把這本書看成是一本「祕笈」：每個章節的標題也很有祕笈的風格，像是「創意種子就在這裡」、「磨練偶然能量」和「如何打造創意思體質」之類的，但內文中並沒有整理並列舉出「這裡就有創意種子」、「創意應該這樣磨練」、「這樣打造就可以」的回答。反之，你看到的都是小山先生隨機說出的昔日回憶、喜歡的東西、知己、一些工作趣聞等等，

感覺很像陪他去酒館，邊喝酒邊聽他話家常一般。我猜可能有些讀者翻開這本書時，期待此書會像「爲了實現○○（某某的意思）的幾個習慣」一樣列出一些具體建議，而說不定當他們看到這裡時就會覺得有點掃興，甚至不由得嘟囔道：「什麼嘛，這本書真沒用！」

如果你是這麼想的，我的建議是：你最好暫且壓住這個念頭，因為這個念頭正是讓你離開小山先生所說的「創意體質」的第一步。

爲了好好活用這本書，我想第一個步驟就應該是享受他的話。畢竟他是一個以日本電視節目企畫爲中心，然後在廣泛領域裡都很有成就的人，他經歷的故事必然不會無趣，而且你還可從中模擬、體驗他的一些做法，包括思路、習慣、愛好和交際等。

當然你也可以把這本書看成是一個成功者的自吹自擂，每看一次就說：「呃，是有點意思。」如此敷衍了事。然而，倘若你是認真地抱持著想要養成「創意體質」而來細讀本書的話，這些「自誇語」都會變成一本優質的案例研究，你也能從中得到不少實用的關鍵字句。像我自己每看一次就會發現兩三個，像是……不！還是不說了，因爲透過這本書可以學會的東西，每個人都不一樣（笑）。

此外，這本書還有一個親切的特點，那就是清楚的「目次」。

一看目次就可得知內文有五章，共八十四個條目，每個條目都是他的一個經驗談。你或

許兩個鐘頭就能看完這本書了，我想如果你和他兩個人去酒館邊喝邊談度過這兩個鐘頭，大概也不可能聽到這麼多采多姿的話題。此外，目次上的每個條目都明示著頁碼，每當你想起書中印象深刻的地方，就能立刻讓你再回味一遍。

所以每當你看完一遍後，不妨想想哪個地方最稱你的心：最好笑、最爽快、最讓你佩服……什麼都行，然後立刻再重溫一遍（多看幾遍更好）。也許其中就隱藏著一些關鍵，一些教你如何養成「創意體質」的實踐方法。

我剛才寫了「實踐」一詞，對！這就是為了活用這本書最後且最重要的程序。當然我不是說你得重現這本書的情節，而是希望你能在每天例行的生活裡，不論是想法或行動，都能引進你從此書中得到的一些啟發。

總之，這本書作為一本消遣用書，確實寫得很不錯；而另一方面，如果你想獲得「創意體質」的話，也可以學到很多東西。然而真正的課程，卻是得看完後才會開始。

所以，親愛的各位讀者，你們現在準備好要開始改善你的「創意體質」了嗎？

uedada

日本廣告人，《日本創意文案》作者

blog.sina.com.tw/uedada/

推薦序

放棄這本書，就是放棄「創意體質」的第一步 uedada 3

作者的話 10

第一章 想了卻想不到 11

「有沒有什麼好玩的事情？」 12

創意就像呼吸 13

光是努力不會產生靈感 14

「恣意妄為」的訓練 16

一切偶然都會往「必然」前進 17

改變我一生的兩個人 19

自己選的路就是王道 21

第二章 創意是化學反應 41

為什麼我會當上飯店顧問 22

不需要門房 25

請竺智象先生寫的名片 27

改變名片可以改變什麼？ 28

大家都參與的營運會議 30

不花錢打廣告 33

有參與的人都開心 34

「百年咖哩飯」誕生祕辛 36

用背包客的觀點重新檢討日常生活 38

不能光做一件事 42

每天起床都要充滿期待 43

有個地方可以只做你想做的工作	45
拖稿也沒關係	46
不是「做不下去」，而是「再撐一下就搞定」	47
遇到困境而去拜狐仙	49
把「創意種子」放在口袋裡	51
我這樣栽培部落格種子	53
我的事務所充滿驚喜	55
先試著討身邊的人開心	57
在忙碌中玩樂才開心	59
身邊眾人的反應是最佳營養素	60
創意原點是生日禮物	61
老爸的教育就是讓我連送三千萬	62

第三章 創意種子就在這裡 65

把腦中的「理所當然」重新開機	66
「小風險」的回甘	67
最後關鍵在於「有不有趣」	68
一百項計畫，不如一句話	69
對名匠手工錶一見鍾情	72
音樂盒裡有我追求的一切	75
每用一次就感動一次的筷子	76
一面牆要粉刷七次的男人	78
尊敬能夠一直做同一件事情的人	79
開始新工作的三個條件	81
「收視率百分之八」的幸福	82
全日本最享受工作的計程車司機	85

當上「ZOHRO」酒吧老闆 87

「偶然的串聯」讓我開了家小酒館 90

有趣的人也會物以類聚 92

電視是欲望泉源 93

塞滿了就沒有靈感 94

慢活不適合我 95

第四章 磨練偶然能量 97

不為失敗後悔，不要一臉頹廢 98

堅持方向的人才能站到最後 100

感覺勝過市調 101

「記住的能力」不如「忘記的能力」 102

變成「媒體」的六本木 103

第五章 如何打造創意體質 119

新公司的名字是「橘子」 105

東京鐵塔「樓的」咖哩研究室 106

「場所」變成了「媒體」 108

「招牌」真的很重要 109

一生中最棒的小費 110

去看，去說，去「相信」 112

偶然能量可以加快決策速度 115

全都是為了未來而儲蓄 115

白掏腰包幫自己打廣告 117

如何打造創意體質 119

上澡堂是為了找回自己的軸心 120

從反覆運作的單純事物中找到感動 121

凌晨兩點的一流拔薩	123
大澤餐館的超辣咖哩	127
給睡著的神經突觸澆水	129
書房愈小愈好	131
趁大家睡覺時努力	133
神仙也傻眼	135
二十六歲就買保時捷	136
花錢去買夢想吧！	138
京都觀光和甜酒金平糖	139
金平糖上了化妝品公司廣告	141
創意的捉放法	142
讓大家對你提供點子	144
不必什麼都自己想	145

後記	158
內文照片 花井智子／小山薰堂	

你看見終點了嗎？	147
經常更換優先順序	148
只遞名片一點用也沒有	150
什麼禮物可以讓對方印象深刻	152
一年一次的人生腳印	153
所有事情的標準都是「要是我就這麼做」	154
走到哪裡都有對手	155

作者的話

我每天早上都會量三次體重。一早起床連臉也沒洗，就先去量體重。上完廁所後量第二次體重；然後泡個澡，流個汗之後，再量第三次體重。這樣一來，體重就會感覺愈來愈輕。雖然只少了幾百公克，但是對正在減肥的人來說，卻是很大的愉悅。

我也用郵購買了不少減肥相關商品，買減肥商品可以給我「好好減肥」的動機。但是沒有一項商品能讓我減肥成功，最後還是要靠自己的力量才能瘦下來。

從這點來看，其實本書的功能也一樣。如果讀者認為買了這本書，就能找到什麼超有用的好點子，那就大錯特錯了！不過，我認為這本書確實能改變你的日常生活，為你激發出一點創意。

每個人心中，都有最棒的創意。

話雖如此，卻也不是說只要思考就一定會蹦出好點子。有些東西不管怎麼努力，想不出來就是想不出來。因為重點並不在於思考的技巧，而是要改變自己的思考「體質」。

所以在此，我不是要介紹思考的技巧，而是要介紹「會思考的體質」。這將是本書的主旨。

第二章

想了卻想不到

創意不是用腦袋想，而是用身體做。我把容易產生創意的身體叫做「創意體質」。要想出一堆好點子，就只能把身體打造成創意體質了。我想，這才是最優先應做的努力。



「有沒有什麼好玩的事情？」

有時候一回神，我就會喃喃自語。「有沒有什麼好玩的事情？」「有沒有呢？有沒有好玩的事情可以做呢？」這就是我的口頭禪。

只要有趣，什麼都行。跟朋友出去玩，自己找事情做，開車兜風，當然連工作也算，只要有趣都好。

「有沒有能賺錢的事情？」這種想法就不好了。

想要跟生意扯上邊，或是想要為自己增加利益，這些想法就不能找出好創意。

所以才要想「有沒有什麼好玩的事情？」

如果腦袋想著：「這跟工作扯不上關係」，那麼馬上就會懶得繼續思考了。但是只要想成是找尋樂子，想多久可都不會累。

我本人除了睡覺時間之外，不管什麼時候都在想著有趣的事情。不過，我並不會刻意爲之，應該說是有在想，但也沒在想吧！

就像大家呼吸的時候，也不會想「現在該吸氣了」或「現在該吐氣了」，或者是「我現

在正在呼吸呢」！

我的思考動作就像呼吸一樣從不停息。有些事情可以思考，真的讓我很開心。

創意就像呼吸

洗澡時，我也一樣會想個不停。

通常我會想一些虛擬廣告。雖然沒有接到廣告業主的委託，我還是會亂想（笑）。

最近我想到一個 Nike 的廣告。

一個快遞員穿著 Nike 的運動服，在紐約大街上騎著腳踏車。然後在紅燈前緊急煞車。

這時他轉頭一看，旁邊有個跟他年紀差不多的人開著一輛賓士敞篷跑車一類的好車，旁邊還坐了個年輕辣妹，兩個人身上穿的是閃亮亮的名牌服裝。

跑車車主看了快遞員一眼，滿臉不屑，讓快遞員覺得：「這傢伙真討人厭。」

綠燈亮起，Nike 小弟無視擁擠的車陣，像風一樣消失無蹤，真是爽快。但好景不常，等車流順暢之後，賓士車主又從後面輕鬆趕上，還順便衝著他挑釁，讓 Nike 小弟很悶。

這時畫面要對調了。NIKE小弟到海邊玩，又碰到那個車主。既然是海邊，當然得打赤膊。想當然耳，NIKE小弟是渾身肌肉的陽光猛男，而賓士男則是一身肥肉，不堪入目。就在這時候畫面打出NIKE泳裝商標，還有「WINNER: BODY」之類的標語……這就是我想到的廣告。

應該不會有人認為想這種沒賺頭的事情，是一種浪費吧？畢竟思考是很愉快的，而且隨時隨地都能享受這種愉快。對我來說，想點子真的就像呼吸一樣。

光是努力不會產生靈感

當然，思考也難免有碰壁的時候。

如果手上有一大堆快到期的作業，其中一個碰壁了，那麼其他的作業也不會順利。只要有一個點子遇到瓶頸，所有思緒全都變成此路不通，就此堵住。

我沒辦法切換腦袋，拋下手邊工作去做別的事。所以只要一個工作延宕，其他工作就會像撞球一樣全部推遲。

不過點子碰壁這件事情，並不會給我太大壓力。因為我不會覺得「我已經完蛋了」或「我沒有天賦」。

這時候我也不會勉強去擠出什麼創意，而是在心中默念：「快點掉下來，快點掉下來。」或許我是想：「反正遲早都要找個法子，何不快點找到呢？」其實好點子已經在某個地方等著，只是還沒掉到自己身上而已。

所以我會催促點子快點掉下來，然後對催稿的人說：「還沒想到呢，請等一下。」設法先拖一下稿，但結果老是被念：「請不要說得那麼輕鬆！」

話雖如此，創意也不是光靠努力就能得來的東西。修改點子跟想點子，是兩件事。

把靈感修改成作品或商品的時候，只要努力就能愈做愈好。但是一開始需要的靈感，卻可能黏在椅子上，任憑你想個十小時也無濟於事。

如果說有什麼法子可以靠努力想出好點子，那就是在日常生活中努力撿拾創意種子，或是打造一個充滿創意種子的環境。

創意不是用腦袋想，而是用身體做。我很容易產生創意的身體叫做「創意體質」。要想出一堆好點子，就只能把身體打造成創意體質了。我想，這才是最優先應做的努力。