

图书基本信息

书名：<<「太可惜了！」, 創意這樣想就對了>>

13位ISBN编号：9789866651939

10位ISBN编号：9866651932

出版时间：Nov 12, 2009

出版时间：貓頭鷹

作者：小山薰堂

页数：159

译者：歐凱寧

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<< 「太可惜了！」，創意這樣

內容概要

力抗金融海嘯，締造日幣62億元票房奇蹟，一舉奪下奧斯卡最佳外語片，「送行者」的幕後推手小山薰堂創意學！

「送行者：禮儀師的樂章」是一部透過死亡，闡述如何以新的角度面對「死」和認識「生」的影片；也是一部原本以為主題過於沉重，可能票房不彰的作品。

然而，透過編劇小山薰堂的生花巧筆，該片不僅一舉奪下奧斯卡最佳外語片的殊榮，更打敗金融海嘯帶來的全球不景氣，締造了驚人的票房佳績。

「送行者」是他撰寫的第一部電影劇本，第一部就能如此成功，作者歸功於自創的創意產生法：「太可惜主義」的小山薰堂創意。

作者簡介

小山薰堂 1964年出生於熊本縣。
日本大學藝術學院畢業。
以傳說中的深夜節目「卡諾薩的恥辱」嶄露頭角，之後不斷寫出包括「料理鐵人」、「電波少年」等知名電視節目。
目前工作有小說、專欄作家，編劇，電台主持人，企業顧問，品牌顧問等等。
2009年四月開始擔任東北工科藝術大學設計工學院企畫構想學系系主任。
第一次挑戰電影劇本 - - 「送行者：禮儀師的樂章」就獲得讀賣文學獎的戲曲劇本獎，以及日本學院獎最佳劇本獎。
電影「送行者」更得到了蒙特利爾世界電影節大獎與美國奧斯卡最佳外語片等國內外大獎的肯定。
著作豐富，有《意外的暗示》(幻冬舍新書)，翻譯畫本《我等你。》、《說你想吻我》(皆為千倉書房出版)，《碑》(小學館)，《改變明天的捷徑》。

書籍目錄

序幕 「只做櫃檯的櫃檯小姐」實在太可惜了不管哪一間公司，櫃檯都是很重要的。如果有一家公司的櫃檯，可以有趣到讓每個客戶都想到你公司拜訪，那不是帥呆了嗎！

第一章 企畫是什麼？

企畫，是開發出任何人都想吃的咖哩？

企畫人才，是富含維生素的橘子？

要讓平凡無奇的東西發光，秘訣就在於能讓人投入大量感情至於如何從普通之中挖掘出「有趣」，就是創意企畫最需要思考的事。

第二章 切換負面開關我寫了送行者的腳本。

雖然影迷都說很感動、淚流不止，但其實，我只是想讓大家回憶起逐漸淡忘的東西而已。

生活中有太多迷人的快樂，但若讓負面情緒綁手綁腳的影響到你，那就太可惜了！

要是能夠轉換思考的面向，能在他人的人生中留下足跡，能直接感受他人的歡樂，那該有多好呢第三章

小山薰堂式創意誕生法三人行必有我師，試試能有效製造話題的「委員會方式」吧！

或是試著組合不同的東西看看，也許能迸出什麼全新的火花或價值喔！

當然，若能把一切事物都當成媒體，創意將會更寬廣第四章 降低幸福的門檻想不花錢又想達到最大宣傳效果，其實不是不可能的任務。

試試當個創意被虐狂、聯想被虐狂吧！

你一定可以找到讓每天都充滿幸福的訣竅的。

閉幕 我在日比谷線遇到的兩個人每個人的人生都會不斷碰到叉路。

但是大多數的人通常都不會發現自己正站在交叉路口。

我認為大家每天應該思考「這是不是交叉路口？

」、「那是不是交叉路口？

」，只要覺得自己確實站在路口上，就鼓起勇氣往前衝。

每個人的跟前都有機會種子。

你也一定看的到。

但是看到了卻不去撿，就真的是「太可惜了」。

章节摘录

第一章 企畫是什麼？

企畫，是開發出任何人都想吃的咖哩？

企畫人才，是富含維生素的橘子？

要讓平凡無奇的東西發光，秘訣就在於能讓人投入大量感情至於如何從普通之中挖掘出「有趣」，就是創意企畫最需要思考的事。

所有人都絕對想吃的神秘咖哩 目前我正在為山形縣的東北藝術工科大学，籌備預計於2009年4月開課的新學系「企畫構想學系」。

由於我長久以來都以思考「企畫」為工作，所以就成了這個系的負責人。

我在2008年6月進行的公開活動中，辦了個企畫構想學系的小工作室。

我們一群大學教職員在這個小工作室裡說明企畫構想學系要學些什麼，同時也進行示範教學。

當時的主題就是「品牌是什麼？」

說到品牌，想起來還真是個不可思議的東西。

聽到米澤牛肉就覺得很好吃，想到LV就覺得品質優良。

日本之前為了鰻魚和牛肉的產地標示不實而鬧的沸沸揚揚，以及船場吉兆餐廳回收剩菜再利用的問題，都是假造品牌所引發的案例。

所以，當時我和對企畫構想學系有興趣的年輕人們，一起探討「到底品牌是什麼東西呢？」

示範教學一開始，我和一起擔任企畫構想學系教授，同時也是Orange and Partners副董事長的輕部政治先生，就討論起品牌的問題。

輕部在這群未來的學生面前，詳細說明著「Perrier」「Evian」「六甲美味水」這三種礦泉水品牌的差別。

然後有人送來了一個裝滿二十人份咖哩的大鍋子，我說，這就是下一項教材，並對學生們說明：

「這是用普通咖哩調味包所煮出來的普通咖哩。

也放了馬鈴薯、肉塊、胡蘿蔔。

如果我現在問各位『有沒有人想吃這鍋咖哩？

』想必沒幾個人有興趣吧。

理由是因為大家對這鍋咖哩並沒有投入感情。

但是只要有了感情，任何人都會想吃這鍋咖哩。

現在，讓我來介紹煮這鍋咖哩的人吧。

這時出現了一位女性，然後由我來對她提問題。

「妳經常做這樣的咖哩吧。

」 「是的。

我已經做了好久了。

」 「請問家裡有誰喜歡吃妳的咖哩？

」 「我家老二非這個不吃，只要我一做，他就開心的不得了呢。

」 「……問題來了，請問這位女士是誰的母親呢？

」 我突然丟出一個謎題，然後在對話中製造提示。

「請問妳家老二目前在哪裡高就呢？

」 「他正在美國工作。

」 「是做什麼職業的呢？

」 「是在打職棒的。

」 「可以告訴我，妳兒子貴姓嗎？

」 「他姓鈴木。

」 這下不得了，乍看之下毫不起眼的女性，竟然是大聯盟選手鈴木一朗的母親啊。

於是我又問了一次： 「鈴木一朗選手經常在電視上說『這世界上我最喜歡吃的東西，就是老媽煮的咖哩。

<<「太可惜了！」，創意這樣

』現在那咖哩就在這裡，請問有誰想吃的？

」話才說完，大家便搶著舉手說要吃。

「那就大家一起吃吧。

」於是我把咖哩分給在場所有人。

想起來其實很不可思議，一聽到眼前是鈴木一朗的母親，本來沒人想碰的咖哩，突然就覺得「超想吃」了。

這是因為聽眾對咖哩的故事感同身受，有投入感情的緣故。

於是我就對他們說：「這種感情投入的過程，就是品牌化」，「即使動機是吃過之後可以跟人炫耀，也能夠刺激想吃的衝動。

」只有鈴木先生會買的咖哩」銷售計畫 接下來，我請大家想想，如果要把這個咖哩推出到市面上，應該怎麼推銷會比較好。

這就是思考企畫了。

首先我要大家想想這個咖哩該取什麼名字。

於是大家想了一堆像是「大聯盟培育咖哩」啦，「比弓子女士做得更好吃的咖哩」之類的。

弓子女士就是鈴木一朗的太太。

很可惜，鈴木一朗的名字已經申請了商標，所以無法使用。

那麼「鈴木家咖哩」如何呢？

這樣沒有法律上的問題，所以就決定用這個名稱了。

接下來我要大家思考的，就是推出之後要怎麼在社會上造成話題。

大家的意見相當踴躍，比方說「首先只限定在棒球場販賣，之後在推廣到其他商店如何？

」那時有個女孩子舉手發言說：「只有鈴木先生會買，這個標語如何？

」當下我就覺得：「啊，這個不錯喔。

」如果這個點子再加上一點現代化特色，順便製作購買資格證明卡，又會怎樣呢？

日本人都知道，需要持有taspo（成年識別IC卡）才能在日本的香煙自動販賣機買香菸。

這個政策目前正好引起討論，所以就模仿一下，做一種只發給姓鈴木的人的識別卡，大膽以自動販賣機來販賣。

taspo是為了防止未成年人吸煙而採用的手段，但是依然有缺點，比方說合法持有人將卡片借給未成年人，一樣可以購買。

但是鈴木一族把「鈴木卡」借給親朋好友，那是再好不過了。

簡直是「越借越開心」。

當鈴木把鈴木卡借給朋友，就可以製造話題，比方說「現在有一種咖哩，只有姓鈴木的人才能買喔」 「鈴木，好像是指那個鈴木一朗呢」 話題會漸漸膨脹，還有可能在報章雜誌上看到「這就是引發討論的鈴木卡」這樣的報導呢。

當話題熱烈起來，就進一步宣布「鈴木家咖哩解禁，開放給所有姓氏！

」一定又會引發另一波討論。

當天的課程，就是從山形請來了鈴木一朗選手的母親，讓我們做這樣的討論。

送給東北藝術工科大学教授的牛肉偽裝事件 這個課程的故事還沒完。

機會難得，我把輕部副董事長的糗事拿出來說了一下，給他一點驚喜。

當輕部講完品牌論之後，我放了一段影片。

影片拍攝於上課的兩天前，內容是我們公司職員在事務所大樓樓頂辦烤肉會。

我在教室裡放映這段影片。

影片的詳細內容如下。

首先，公司職員在烤一種油花不少的牛肉來吃，牛肉名稱是仙台牛A-5。

就在這時候，貨運公司送來了木箱包裝的冷凍米澤牛肉。

不過事實上，這是公司員工把150公克500日圓的澳洲便宜牛肉，改裝到木箱裡的偽裝品。

說得更正確些，這還是快要過期，150公克400日圓的八折牛肉。

攝影機拍下員工把便宜牛排肉裝進木箱的「偽裝過程」，然後鏡頭一轉，員工把牛肉轉交給輕部說：

<<「太可惜了！」，創意這樣

「這是藝術工科大学副校長送給你的米澤牛肉。

」結果輕部開心地說：「哇啊！

太感動了！

謝謝！

」攝影機還接著拍下輕部把便宜牛肉烤來吃的畫面。

員工問他說：「這肉吃起來如何？

」輕部對員工這麼回答。

「各位可能覺得你們烤的油膩膩牛肉比較好吃，但是像我這種吃遍山珍海味的人，才知道這才是真正的牛肉口感。

你們的仙台牛是不錯，但也不過是一堆脂肪罷了。

這種紅肉的肉汁口感，米澤牛果然是一流的。

」課程尾聲，我放了這段影片。

「輕部教授剛剛的品牌論真是精闢，不過烤肉會上的米澤牛也很美味吧？

輕部教授？

」輕部到了此時才知道那些肉是假貨，而且剛剛才發表了品牌的高談闊論，現在只是個不懂肉味的普通人了。

「我好歹也是個教授，這樣把我的臉丟光，說的過去嗎？

」輕部當時可是嚴正抗議，不過四月開始的課程想必能讓他大大挽回名聲吧。

「品牌」能讓平凡無奇的東西發出光芒。當天的公開活動有地方報社和電視台來採訪，結果「大學課程用上了鈴木一郎選手愛吃的咖哩」成了新聞內容，甚至《dancyu》雜誌還把這件事情做成咖哩特集。

由於課程本身就具有話題性，對藝術工科大学也有宣傳效果。

我之所以想用咖哩當教材，是因為我想創造一個與之前大學完全不同的創意課程。

首先我與大學職員討論，決定以「品牌」為主題。

然後我覺得「品牌是很有趣的。

平凡的爛東西加上商標之後，自然就會散發光芒。

我能不能把這個現象做成某種範例呢？

」結果我就想到：「一鍋平凡的咖哩，只要說到鈴木一郎喜歡，就會散發光芒。

這也是品牌吧？

」咖哩可以說是日本人的國民食品，大家對咖哩都有一種親近感。

但是只要加上一點小故事，咖哩也能成為名牌。

然後，我想給學生一點驚喜。

如果能找到什麼令人意外的來賓，一定很有衝擊性。

大家都知道鈴木一郎有個媽，但是沒幾個人真的見過她本人，所以充滿意外性。

其實我本來的計畫中並不打算請媽媽本人出場，只想拿出一鍋咖哩就好。

帶一鍋咖哩，然後再到鈴木一郎的老家拜訪，拍攝媽媽做咖哩的過程給學生看。

結果當我提到這件事情，鈴木媽媽竟爽快地說：「我可以去一趟呀。

」於是才實現了這個企畫。

其實我本來想辦的是「橘子學系」。簡單來說，企畫構想學系的目的就是培育人才，讓他們具有擬定企畫、實現企畫的能力。

其實一開始，我心目中的學系名稱不是「企畫構想學系」而是「橘子學系」。

正如之前所說，我的新公司名稱是「Orange and Partners」。

橘子這種水果含有豐富的維生素，而且橘色也能讓人充滿精神。

我認為「企畫」也應該讓人開心，讓人充滿精神，所以才想把系名取為「橘子學系」。

可惜，大學方面不接受「橘子學系」這麼稱呼，所以我只好退一步改成「企畫學系」。

為什麼我會想到這個名字呢？

因為我想更加專注於「企畫」的本質。

<<「太可惜了！」，創意這樣

目前的大學有管理學院、經濟學院、法學院、文學院等各種學院，但是這些學院畢業的學生，只有少部分能將大學所學實際運用在社會工作上。

如果管理學院或經濟學院的學生出了社會，確實有開公司或是當經濟學家，或是法學院畢業能當上法學家，那麼確實是有學以致用的。

但是事實上，絕大多數的人出了社會工作之後，幾乎都不會用到大學所學的知識。

辛辛苦苦唸了四年，學到一堆出了社會完全用不到的學問，真是「太可惜了」。

哪種社會新鮮人的需求最高呢？

我想就是有能力擬定企畫的人。

不管哪間公司想要擬定企畫，都一定要先寫出企畫書。

任何業界都是一樣的。

但是目前卻沒有任何的企畫學院、企畫學系。

於是我提出企畫學系的名稱，結果大學方面對我說「這個名稱實在太不起眼了。」

我很堅持地回覆：「如果系名不是企畫學系，我就不幹了。」

結果大學方面便說：「好啦，別那麼生氣，那你再加個什麼名詞上去好了。」

於是我回答：「那我就想幾個選項，然後問我的電台節目聽眾，看他們覺得哪個比較好吧。」

我在FM橫濱電台的『Future Scape』節目中，提出了企畫學系、企畫構想學系、媒體學系、企畫創意學系等幾個選項，然後對聽眾說：「請問各位會想進入哪一個科系，或是想讓孩子進入哪一個科系呢？」

請投個票吧。

當時反應相當熱烈。

結果，「企畫學系」竟然完全沒人要，「企畫構想學系」反而遙遙領先。

聽眾認為「企畫學系聽起來太簡單了」，或是「企畫構想學系好像值得期待」，於是我只好承認自己的慘敗，決定採用企畫構想學系的名稱。

我希望培育出的人才能成為他人的維生素 於是企畫構想學系的籌備活動開始了。

這個學系的思考原點，還是要培養一種人才，在進行某項工作的時候可以自行規畫自己該做的事情。

以往我訂定了許多企畫，而企畫這項工作真的是太有趣了。

我一直都認為，去思考人們會為了什麼而興奮，又該怎麼討好人群，是非常愉快的工作。

更進一步來說，思考如何使人開心，不只對工作有幫助，對於人格培養應該也是有幫助的。

思考如何使別人開心，換句話說就是「體貼」。

企畫的本質就是體貼他人，關懷他人。

我就是想培育出這種讓人開心的人才，像是眾人的維生素一樣。

藝術工科大学的企畫構想學系，就應該培養出讓大家覺得「有這個人在一定很開心」的人才。

然後學系的最終目標，就是每年送出的幾十個畢業生之中，都有人能夠讓身邊的人感到開心，並讓這種人越來越多，遍及全世界。

人生需要優質的奢侈 大多數人在大學四年之中所遇到的前輩或長輩，對於決定未來人生方向的影響很大。

所以「大學時代碰到哪些人」自然非常重要。

早已訂下明確目標，心中不斷吶喊「我一定要當上」而勇往直前的人不在此限。

但一般剛進大學的新生，幾乎都還沒決定畢業之後的出路。

大概只是「這個好像不錯，但是那個也很棒」或是「不知要做什麼好，總之先做有趣的事情吧」罷了。

這種夢想和目標都還很模糊的學生，如果在大學裡面碰到無法想像的貴人，就會往那個方向前進。

這是一定會有的事情。

我希望所有學生都能在這四年裡面碰上這種命運的轉戾點。

當然我不會強迫學生「一定要走這條路」。

最終目標還是要學生以自由意志來選擇。

不過我可以盡量提供學生各種機會，幫助他們發現更多的可能。

<<「太可惜了！」，創意這樣

所以我想把我認識的人脈，還有走在我前面的先進，盡量介紹給我的學生。

我想成為學生們看見大世界的一扇窗。

只要學生們能夠覺得「啊，我想往那裡去」或是「這個方向好像很有趣」還是「我要走這條路」，那也就夠了。

在企畫構想學系中所學到的東西，並不一定要當上企畫職位才能使用。

從企畫構想學系畢業之後卻去當廚師，也並無不可。

「我老家的雜貨店業績不好，但是只要我回去鄉下幫忙，就能看到老爸快樂的表情，好像不錯」這也很棒。

「從這裡畢業之後，我想去報考別的大學唸個法律」也沒什麼不對。

我覺得能夠看見這種模糊的人生遠景就是好事。

我畢業於日本大學藝術學院，現在回憶起大學生活，雖然老實說已經想不起當初到底學了些什麼，但是我確實曾經碰過很好的機會。

正確來說應該不是碰到了機會，而是自己創造了機會。

但是也正因為我上了那間大學，才能創造那樣的機會。

可以說，大學四年就是用來思考出路用的。

大部分的人應該都是在高中畢業之前努力準備考試，還不知道未來方向就上了大學吧。

大學是人生的下一步，必須培養出自己的思考模式，如果把大學當成高中的延伸，單純吸收知識，那這四年就「太可惜了」。

我希望我的學生在企畫構想學系的這四年，能夠成為相當於人體「關節」的部分。

關節位於骨頭與骨頭之間；大學也應該是銜接人生的時間。

所以我想為學生創造出四年份的「優質奢侈」。

目前日本大學非常重視學生的就業率。

所以在就業輔導、就業諮詢方面投入了大量資源。

而且還會明確規畫路線，例如「想要進這家公司，就先把這門課學好吧」「你就好好唸書，然後進這間企業吧」。

或許就是因為這樣，日本大學生的四年越來越不浪費時間了。

可是在這之前，我覺得這並不是大學的任務，留下一些空白，讓學生能自己找到「前進的方向」，才更為重要。

期盼學生成為IT業界大師 看我這樣說，有很多人會覺得「雖然我已經不是年輕人了，但是我也想去唸一下企畫構想學系。

」其實連我自己也一樣，如果能夠再上一次大學，我也想念這個系。

對學生們來說，企畫構想學系的四年一定會非常刺激。

四月開學典禮上我對學生們說了「恭喜」，這絕對不是形式上的恭喜，而是發自內心的恭喜。

當時我心中想的一定是：「哇，你們能進這個系真是太棒了」「真的恭喜各位，我都羨慕你們了。」我個人也希望哪天能大方講出這些話來。

汽車業務員的工作，就是用心讓客戶覺得「買了這輛車真好」。

我也想說：「到了我們這個系很不錯吧。」

所以開學典禮的時候我才會說『恭喜各位』。

現在你們能體會這個意思了嗎？

」為了這個目標，我正在思考如何在四年內創造有意義的浪費，同時刪除無意義的浪費。

這是我第一次當老師，而對我來說，這份工作也相當愉快。

因為企業構想學系的學生，也可能反過來改變我的人生。

從我麾下展翅飛翔的年輕人，說不定會搖身一變成為IT業界大師，公司股票上市，然後對我說「小山兄，來我這裡當顧問吧。」

」我的學生也可能成為一個好農民，種出非常好吃的蔬菜送給我當禮物，讓我一吃就上癮，還想到「我要開一家蔬菜餐廳」呢。

從現在開始，我會不斷期待未來能碰到怎樣的學生。

<<「太可惜了！」，創意這樣

「德岡先生的漢堡」反驚喜事件 話說回來，前面提過的輕部牛肉偽裝事件其實只是冰山一角。

在我們公司裡面，對別人惡作劇可以說比工作更加投入。

而且沒事喜歡整人的我，之前過生日被人家整，還可以「反整回去」呢。

以前我在接受某家男性雜誌專訪的時候，曾經說過這樣一段話。

「我喜歡到各家店吃他們的秘密漢堡特餐。

如果我常去的嵐山吉兆裡面的德岡邦夫先生能幫我做一道漢堡餐，那一定會非常好吃吧。

」不過德岡先生是日本料理廚師，基本上是不會做漢堡的。

後來我的員工就說了：「那麼趁你生日的時候，我們來幫你實現這個夢想吧。

」於是他們特地到德岡先生當時正在出差的洞爺溫莎飯店，請他做一道漢堡餐，並用攝影機拍下部份過程。

影片上可以看到德岡邦夫先生使用一公斤好幾萬日圓的京都牛肉，正在製作漢堡肉排，然後把做好的肉排交給我的員工，影片就結束了。

「這就是那塊肉排。

」員工們拿出熟透的肉排對我這麼說。

我吃了一口，發現影片裡面本來有將肉入味，但是這肉排卻沒什麼味道。

而且德岡先生明明是用菜刀來切肉，但是這肉排感覺就像機器打的絞肉。

我說：「這不加點醬油不行吧。

」員工們聽了，很不甘心地說：「可惜，沒騙到。

」原來我吃的漢堡肉排，是我事務所裡面某位女性職員做的。

後來員工們拿出了德岡先生做的肉排，那真是無比的美味啊。

於是他們就這樣被我給「反驚喜」了。

能讓人投入多少感情，便決定其價值 一聽到米澤牛就覺得「一定很好吃」，這是米澤牛的品牌能量。

前面也提過，品牌就是對事先烙印的價值觀投入感情。

如果是鈴木一郎選手的母親做了咖哩，日本人都會「想要吃吃看」。

我們可以說，創造品牌的本質，就是要讓人感到這種同理心。

比方說我們會覺得媽媽的味道最好，我想主要還是因為這菜是「媽媽做的」。

同樣一道菜，由陌生人來做或是由情人來做，味道絕對不一樣。

我舉個有點不太禮貌的例子，比方說你去了某個朋友的家裡，朋友的太太做菜招待，卻不是很好吃。

這時丈夫甜蜜蜜地說：「唉呀，我老婆可是很會做菜的呢！

」這是因為飯菜裡面充滿愛情、信任，還有一同走過的日日夜夜，也就是老婆的品牌。

家人自然會感覺好吃。

「人」也是一樣。

比方說幻冬舍的董事長見城徹先生，是出版界的知名總編；但是不認識的人看到他，可能會覺得「哇，這死老頭是誰啊？

」不過一旦知道他過去的豐功偉業，馬上就會覺得「這個人真了不起」，看他的態度就完全不一樣了。

我曾經在洛杉磯的某間餐廳裡面，跟美國電視劇的知名演員坐在附近。

我身邊的美國人都興奮不已，但是我並不認識那位演員，所以只是覺得「不過就是個吃飯的大叔，有那麼好看嗎？

」這就是有無了解當事人價值的差異了。

反過來說，當美國人到日本旅遊，跟御蒙特（みのもんた，日本節目主持人）擦身而過的話，也不會有任何感覺吧。

人對其他人的看法，完全取決於他對這個人了解的程度有多少。

以前羅馬皇帝會建造自己的銅像，或許就是因為他們知道品牌的威力。

<< 「太可惜了！」，創意這樣

那時候沒有電視也沒有印刷品，在人來人往的廣場上鑄造一座銅像，一定能達到宣傳媒體的效果。如果建立起一座奧古斯都（羅馬皇帝）銅像，那麼旁邊的奴隸們就會知道奧古斯都的模樣。當本人來到現場的時候，奴隸們就馬上知道皇帝來了，尊敬與恐懼油然而生。像日本的水戶黃門沒有銅像只有印信，就沒有這種效果了。

這樣看來，事先能灌輸多少價值，就決定這樣東西往後的價值。我們對於將要公諸於世的東西，到底能夠灌輸多少價值，又能讓人投入多少感情呢？思考這種方法的行為，就叫做「企畫」。

有趣藏身在「普通」之中 我有個電視節目，叫做「新設計天堂」。這個節目的內容是「從我們平常所見的普通事物之中，尋找有沒有可以變成設計的東西。」比方說垃圾桶、衛生紙、醬油匙、啤酒瓶、紅茶茶包、紙尿布、剪刀、紅包袋、有橡皮擦的鉛筆、通心粉、洗衣機...這些東西為什麼會有這種形狀？

能不能做更好的設計？
這個節目就是要找來專業設計師，請他們重新設計這些東西。

找出可以重新設計的東西，是非常愉快的事情。
垃圾桶、衛生紙這些日常用品，在大家眼中看來都差不多，只會注意數量，所以任何人找到材料的機會都是均等的。
但是開始討論之後，有人會不斷想到「把這樣東西重新設計如何？」

「那樣做如何？」
「有人卻是腦袋一片空白。」
有人看到斑馬線毫無感覺，有人看到斑馬線則興奮地說：「啊，這個斑馬線好有趣喔！」
「走在日本神社前的走道上，看著一座鳥居，你可以毫不在乎，也可以開心地思考著：」「對了，鳥居到底是什麼？」
回去搜尋一下好了」「為什麼鳥居會是這種形狀？」

「有沒有專門設計鳥居的設計師呢？」
「鳥居是用水泥灌出來的嗎？」
到底是怎麼做的？」
所謂企畫，也可以說是從「普通」之中找到趣味的行為。
練習被平凡的東西吸引，並對萬物抱持疑問，我想就是企畫構想學系的課程之一。

「如何使用空間的一小時」也是企畫 在公開活動的前後，我造訪了幾間位於山形縣的高中。在第一間造訪的高中，我談到一項目前依然持續推動的計畫。
我說完之後，才覺得內容可能太過深入，所以稍微偏離了學生的興趣範圍。
當我再反省的時候，有個啦啦隊的女孩子問了我一個問題。

「下次我要在學長姐面前舉辦發表會，而且想要讓他們大吃一驚，這也算是企畫吧？」
「沒錯，就是這樣。」
「那到底該怎麼做比較好呢？」
我就說了我的建議。

「最重要的部分，當然是要由妳自己來思考啦。
首先妳要知道怎麼做，學長姐才會開心；或是怎麼做，才能讓他們明白自己的練習成果。然後照這個方向去提出計畫就對了。」

「她能夠把身邊的事情當成「企畫」，讓我相當開心。
只要有人發現「原來這就是企畫」，那我的演說就沒有白費了。
說到企畫，一般人可能覺得一定跟工作有關，或是什麼非常嚴重謹慎的行為。
但是老實說，「這禮拜天難得放假，大家來做點什麼吧」也是企畫的一種。
「今天收工比往常早一小時，平常我應該會搭電車回家，今天試著搭公車轉車吧。
途中順便做點什麼事情。」

當然也是一項企畫。
日常生活中充滿思考企畫、執行企畫的機會。

<< 「太可惜了！」，創意這樣

我認為有沒有發現這些機會，將大大改變人生的趣味程度。
好不容易提早回家，卻只是看看電視，翻翻漫畫，那就「太可惜了」。
光是用這一小時擬定某個有趣的企畫，人生就會快樂許多。

如果是我的話，只要原本預定的工作取消，多出一個小時來，我就會做一些原本絕對不可能做的事情。

「剛好多了一個小時，就來處理一下之前就該做的那件事情吧」與其這麼做，還不如把這一小時當成天上掉下來的禮物，來做些平常絕對不會做的事情。

比方說爬上某座高樓的頂樓往下看，找到一個有趣的地方，然後就跑去那裡，其實是很愉快的。

或者是常常走過卻從來沒進去的公園。

這時就可以走進公園，坐坐看盪鞦韆。

然後就會知道「原來這個鞦韆坐起來這麼舒服啊。」

來到一個從沒來過的地方，一定會激出某些火花。

即使只有一瞬間，也是改變平淡生活的調味料。

就算這麼做的結果讓你大失所望，甚至碰上倒楣事，都沒有關係。

即使是令人失望的事情，也總有一天會派上用場的。

用「求婚活動.com」計畫來找到另一半！

我們公司裡面有一位三十一歲的男性職員，姓荻尾。

荻尾這個人很不討喜，也交不到女朋友。

我老是對他說：「你這個人就是沒愛心。」

雖然你企畫力不錯，但是缺乏愛心。

你可以想出一流企畫案，但是裡面卻沒有愛心和體貼，所以感覺不到一點溫度。

荻尾去年沒放暑假，努力工作，但是看了我寫的『意外的暗示』之後，他就說「我還是放個暑假好了。」

我問他放假想去哪，他回答：「我要來一趟神仙也傻眼的旅行。」

《意外的暗示》就有提到「神仙也傻眼」這個句子。

只要試著違背上天的安排，原本平凡無奇的生活就會發出驚人的光芒。

所以偶爾讓神仙傻眼一下，是個獲得創意的好方法。

比方說每天都搭車上班。

神仙早知道「你就是該搭上那班八點三分發車的特快車」，而你就是要故意跳上反方向的另一班車。

荻尾為了讓神仙傻眼，而決定去一趟沖繩，做些自己從來不會做的事情。

「我想我從來不會，也不想這麼做，但是我決定要到沖繩的公車站，跟等公車的老婆婆聊天。」

於是我就對他說：「那我跟你說，你就決定要在這一個星期的暑假裡面找到另一半吧。」

然後用結婚的心理準備，跟她交下去！

荻尾老實地答應了，所以我又更進一步：「好！」

為了加強你的決心，就先把婚宴場地訂起來吧！

比方說九月五日Orange and Partners的創辦紀念日，所以決定當天在日光金谷飯店舉行婚禮，並且訂了場地。

這樣先不管結果如何，一定都會努力找對象的。

後來，他把結婚之前的過程寫成網誌，或是拍成影片放在YouTube上。

之前有部熱門電影叫做『麥胖報告』，這是一部紀錄片，內容在說明連續吃麥當勞漢堡一個月會發生什麼事情。

是很有趣的電影。

我想荻尾這次搏命演出的結婚之路，也一定很有趣。

目前求婚活動這個名詞在日本相當熱門。

找工作的活動叫做求職活動，而目前這個時代，男女要結婚不能說結就結，必須進行找婚姻的活動。

這就是「求婚活動」。

如果我在網路上創造一個求婚活動輔助網站「求婚活動.com」，應該可以跟房地產公司、生活家

<<「太可惜了！」，創意這樣

電廠商、結婚相關資訊產業等各種產業搭上線。

讓荻尾在求婚活動.com上面報告他找到伴侶的過程，最後再用電視轉播婚禮經過，一定很有趣。賓客也從網路上徵求，這樣不是很有趣嗎？

雖然我擬定了非常完整的計畫，但是荻尾本人大力反對，所以這個網站沒能成功。不過為了荻尾的成長，總有一天我會實現這個企畫的。

「請對你的十個朋友各下一個標語」對了，我在企畫構想學系的推薦甄試（根據考生自我推薦，文件審查，面試來選拔的入學方式）中，出過兩個有點怪異的問題。內容如下。

【課題1】「請在一張A4大小的白紙（沒有任何格線）上，寫下自己十個朋友的名字，然後思考符合每個人特徵或個性的標語，寫成一份小報告（簡單明瞭地說明你的十個朋友是些怎樣的人）

* 表現方式不拘，可使用文字、照片、插圖等」【課題2】「請在一張A3大小的白紙（沒有任何格線）上，從課題1中的十個人裡面選出你個人認為關係最好的一個，然後想像這個人在2021年會作什麼工作，以及那時你會作什麼工作，還有那時兩個人的友誼狀況如何。

* 表現方式不拘，可使用文字、照片、插圖等」這算是有點古怪的入學考題，大學方面也有點不知所措，還問我「你想要用這些問題問出什麼東西呢？

」其實我出這些問題的目的，就是要知道考生們對自己的未來有什麼看法。

同時，我也認為能夠預測自己認識的人們未來將會如何發展，這樣的遠見也是一種才能。

有些朋友現在可能交情不深，但是幾十年後卻意外成為你的貴人。

未來不是靠自己一個人創造的。

我讓考生預測自己在與人交往的過程中，能夠成長到什麼程度，希望能夠看出考生的腦筋靈活度和個性。

不過這其實只是事後諸葛，我當初只是有種直覺，認為能夠想到長遠未來的人一定很有趣而已。

而且最重要的是，回答這些問題可以看出考生的個性。

有人可能會把所有朋友都講的很難聽，也可能有人把缺點拿來當標語。

還可能有人把所有朋友都捧上了天。

而且一個人的朋友多寡，也能透露出這個人隱藏的趣味性。

我公開發表了這個問題，從九月開始接受報名，看了回答結果之後，再於面試中對各個學生提出不同的問題。

附帶一提，第二次甄試的課題是：「如果你是企畫構想學系的系主任，你想上些什麼課？

」我對所有通過推薦甄試的人都提出了一個課題，要他們在四月底之前完成。

因為都已經考上大學了，開學之前如果沒有好好去玩，那就「太可惜了」。

課題是一份報告，題目是「請思考各位身邊的『太可惜』。

並思考要怎樣讓它們變得不可惜。

」因為發掘「太可惜」，是培養創造力的絕佳訓練。

我有個「自己去找想教的學生」的創意 推薦甄試的目的，就是讓考生與大學在同等地位上交談，來探究考生的適應性。

從考生說的話來作出回應，並依據該結果挑選面試考生，這種交流是很重要的。

這種挑選方式跟學業成績毫無關聯。

我想知道的是人格魅力。

我不喜歡頭腦好、分數高的人，反而想要招收一個充滿個人魅力的學生。

我所認為的「個人魅力」，或許就是讓我覺得「想跟這個人一起上四年的課」吧。

這就好像在找員工的感覺。

如果讓我覺得「這傢伙雖然現在不太行，但是只要操一下應該很有搞頭」那我就會錄取他；如果我覺得「這個人雖然優秀，但是感覺就不是很想教他四年」那還是別錄取他會比較好。

簡單來說，就是看我個人好惡罷了。

只見過一次面的人，不可能深入了解，所以確實很難看透對方的本性。

<<「太可惜了！」，創意這樣

如果一開始就來了一堆有魅力的人，感覺挺無聊的，而且本來沒什麼魅力的人，我也希望他們能在企畫構想學系裡面獲得新的魅力。

推薦甄試的好處，就是以「個人魅力」這種奇怪的度量衡作為挑選基準，舉辦考試的一方可以單純用「我想要這個人」的想法來隨意挑選學生。

一般的大學入學考試只用分數決定，不會有笨的人考上、聰明人沒考上的情況。

挑選個性相符的學生，這種創意或許是學術界的異端。

但是教育世界如果比照商業世界，抱持「成績無所謂，我只挑我想教的人」應該也挺不錯的吧？

分數確實很重要，但是我認為比分數更重要的，就是這個人跟我一起過了四年之後，能夠成長到什麼地步。

畢竟我們是要收學費的，一定要提供與學費等值的東西作為回報。

至少要让學生在心中某個角落覺得「上了這間大學真是太好了」。

我想在這個前提下，學生與老師之間的是否合得來，將會大大左右四年之後的滿意度。

我對藝術工科大学提出的方案，很多是前所未有的新創意，而大學方面基本上都能欣然接受，讓我由衷感謝。

把教職員宿舍改成大學直營的客棧 目前我對大學還有這樣一個提案。

在大學校園裡面，有個讓教職員住宿用的住宿設施，叫做教職員會館，我的提案就是把這個會館改成一間客棧（有住宿設施的餐廳）。

藝術工科大学環繞在山形縣的青山綠水之中，校舍後方就是青山，而且校舍輪廓跟後山稜線還有幾分相似。

而且校舍前方還有汲水而成的人工池，是相當漂亮的建築物。

地方大學都有個強項，那就是土地大到不行。

目前停車場還相當寬廣，還能停很多車。

且現在這個建築裡面的浴室竟然有觀景溫泉等級的設備，水質也非常好。

校園位於高地上，山形市景一覽無遺。

所以我才想把這間教職員會館變成客棧。

提案就由我們企畫構想學系來作。

設計由大學裡的建築暨環境設計學系動手。

平面設計學系負責旅館標誌、菜單、還有客棧中的所有設計。

影像學系就負責拍攝宣傳影片和飯店節目。

建築暨環境設計學系的系主任，是日本知名建築師集團「橘子組」的代表竹內昌義先生；影像學系的系主任是電影導演，根岸吉太郎先生；平面設計學系的系主任是藝術家，中山大介先生（就是女星鶴田真由小姐的丈夫）。

大家都是目前活躍於第一線上的高手，只要每個學系互相合作，一定能作出很有趣的成果，對學生來說也是最棒的實習課程。

不只是企畫構想學系，整個大學的學生都能身體力行，從活教材中學習到什麼是為人服務，什麼是招待他人，怎樣討人歡心，怎麼讓「大學中的客棧」揚名天下。

客棧的重點是餐廳，這我也有打算了。

山形縣庄內市有家知名餐廳「Al che-cciano」，主廚是令人著迷的奧田政行先生。

我問過他「我有個這樣的計畫，你可以來我這裡開店嗎？」

他很爽快地答應了。

所以一樓會是「Al che-cciano」，上面的旅館部份，則由我擔任顧問的日光金谷飯店來營運。

這樣一來，肯定會是山形縣內最棒的客棧了。

這樣不只可以達到大學的宣傳效果，在招待各種名人和講師的時候，也可以跟他們說：「為了請您來講課，我們特別預約了這間客棧的房間。」

那麼再忙的人也應該有辦法來一趟吧。

目前我正在山形推動著這個令人興奮的計畫。

<<「太可惜了！」，創意這樣

媒体关注与评论

「換作你，會怎麼推薦這本書呢？」拒答本題者，我只能說，真是太可惜了。

陳文玲（政大創意實驗室主持人） 機會只留給隨時準備好的人，不要再說「太可惜了！」

曾孟卓（蘋果日報總經理） 請將深深的後悔與痛苦的失敗當成寶貴的護身符，收藏在心中，這對往後的人生一定會非常有幫助。

許安琪（世新公共關係暨廣告學系副教授） 如果你沒有讀到這本書就太可惜了！

如果大家的負面開關沒有被這本書關閉就太可惜了！

徐莉玲

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>