



第1回 4月10日(火)

片平秀貴

「定番と記憶：なぜブランドは不死鳥なのか」

SHARP



RECRUIT



ブランドは記憶。じっとしていても湧き上がる憧れと欲求。必要が生じたときに真っ先に頭に上る存在感。これらはみな記憶のなせる技です。個人にとっての「定番」はこのように脳内に心地よい記憶が鮮明に刻印されていること。この刻印がいかに異様な作業で大変なことか、一旦刻印された記憶がいかに粘っこいかを、記憶に関する諸研究といくつかの実証データから議論します。

今期のテーマの「新定番と再定番」については以下のように考えます。

「新定番」は人の頭の中に新たに（そのブランドの）記憶が刻まれること、  
「再定番」は古いブランドの記憶が新たな体験により覚醒・更新されること  
新定番は成り難く、再定番ははるかに易し、です。

*Dream or die*

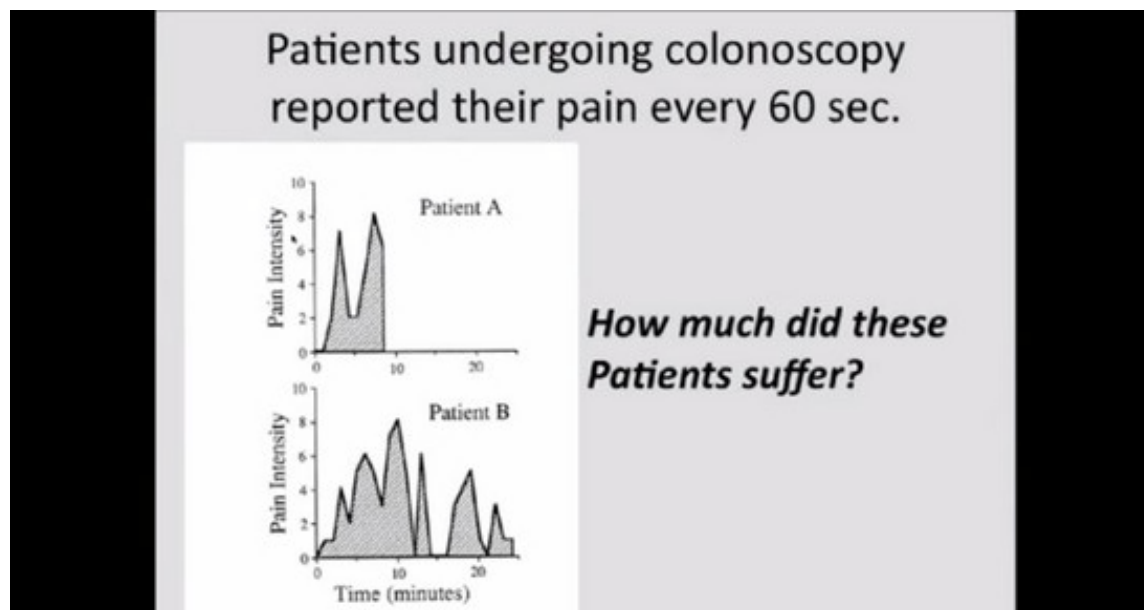


第1回 4月10日(火)

片平秀貴「定番と記憶」

《記憶の一真実：新定番の誕生》

D. Kahnemanのノーベル賞受賞演説「経験と記憶の謎」から



「大腸内視鏡検査は痛い、という記憶（認識）は、検査中の痛さの総量や平均では決まらない」

*Dream or die*