



# MBF Lectures 18.1 Preview

## 「新定番と再定番」



*Dream or die*

# MBF Lectures 18.1



*Dream or die*



第1回 4月10日(火) 19:00-21:00

片平秀貴「定番と記憶：なぜブランドは不死鳥なのか？」

丸の内三菱ビル1F サクセス

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*



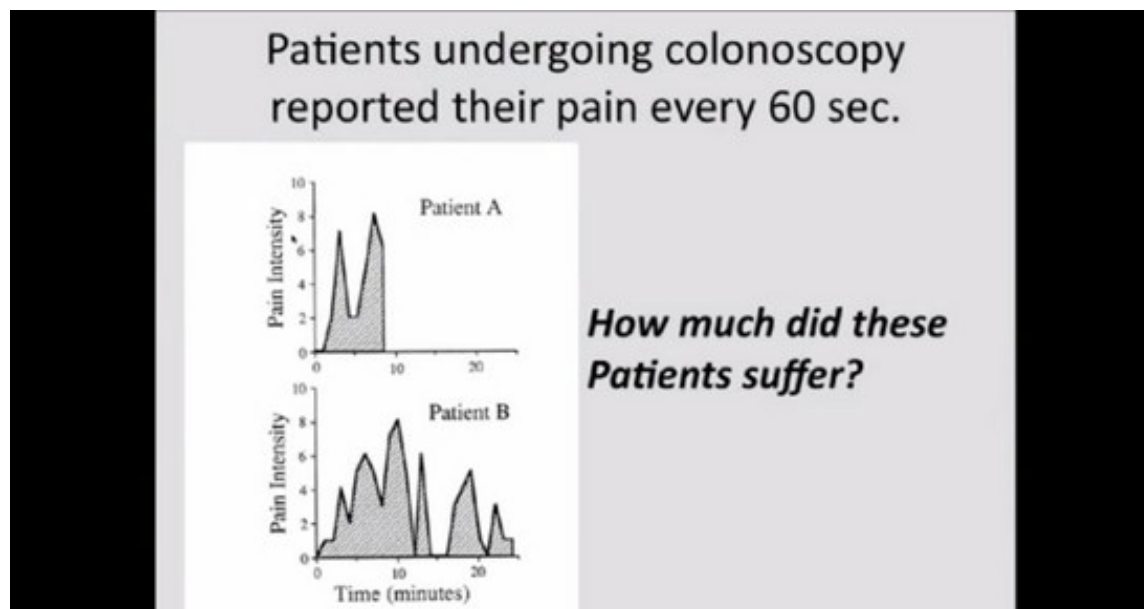
第1回 4月10日(火)

片平秀貴「定番と記憶：なぜブランドは不死鳥なのか？」

《記憶の一真実：新定番の誕生》

D. Kahnemanのノーベル賞受賞講演「経験と記憶の謎」から

[https://www.ted.com/talks/daniel\\_kahneman\\_the\\_riddle\\_of\\_experience\\_vs\\_memory?](https://www.ted.com/talks/daniel_kahneman_the_riddle_of_experience_vs_memory?)



「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*



第2回 4月27日(金) 19:00-21:00  
【特別講演】前田昭博「私の仕事、私の故郷」  
丸の内三菱ビル10F グランド



*Dream or die*



## 第2回 4月27日(金)

### 【特別講演】前田昭博「私の仕事、私の故郷」

M B Fとして初めて重要無形文化財保持者の先生をお迎えします。モノづくりの心を学ぶ集まりとしてはこの上なくうれしいことです。前田昭博先生は白磁の重要無形文化財保持者で、素敵な作品を多数発表されているだけでなく、若い工芸家を先生の窯のあるエリアに招致してそこで新たに「工芸の郷」をつくりたいという大変ビジョナリーな夢をお持ちでもいらっしゃいます。先生からお仕事の話をお聞きしていると鈴木大拙のつぎの言葉が思い出されます。

「いかなる偉大な仕事も、狂気にならずしては、すなわち、現代語で表現すれば、意識の普通の水準を破ってその下に横たわる隠れた力を開放するの  
なければ成就されたためしはない。」（『禅と日本文化』）

前田先生の仕事観、そしてそれが鳥取の郷土への愛とどう結びついているか、想像のつかない世界ですがお話をお聞きしてみたいです。

ご講演に先立って、4月11日～17日に日本橋三越本店で先生の個展があります。参加メンバーは先にそれを鑑賞した上でご講演に臨みたいですよ。

*Dream or die*

第3回 5月22日(火) 19:00-21:00



四家千佳史 コマツ 執行役員 スマートコンストラクション推進本部長  
「KOMTRAXからスマートコンストラクションへ：新しいダントツ」  
(仮題) 丸の内三菱ビル10Fグランド

徹底した現場志向、ユーザー志向に最新のICT技術を掛け合わせて、建設会社、工事関係者に「コマツさんありがとう」という記憶を刻印する。KOMTRAXから続くコマツの壮大な夢をお話いただきます。

「コマツは2002年から販売する全ての製品に機械稼働管理システム「KOMTRAX」を標準装備してきました。全ての製品に通信機能をつけるというのは、今でいうIoTのはしりと言えるでしょう。元々弊社がもつDNAには、さまざまなものを「見える化」するということがあります。KOMTRAXは「販売した建機を見える化する」、スマートコンストラクションは「施工現場全体を見える化する」というコンセプトです。」

<https://wirelesswire.jp/2016/01/49626/>



*Dream or die*



## 第4回 6月（講師・期日調整中）

「ホンダ・スーパーカブ60年で1億台：世界で愛される秘密」（仮題）

2017年10月ホンダはスーパーカブ世界累積1億台を祝い、同時に、生産地を中国から熊本に移し、新モデルも発表するなど新しい動きが目立ちます。カブは日本が生んだ最高の世界ブランドです。カブ・ブランドの芯と今後の夢をじっくりお聞きしましょう。<https://motor-fan.jp/event/motorcycleshow2018/detail/10003570>



「オイルショックやリーマンショックなど、世界を揺るがす大きな出来事が起こっても、販売を止めようとしたことはありません。スーパーカブは、生活を支え、そして豊かにするという宿命が有りますから。

スーパーカブは、時代とともに、熟成を重ねて進化してきました。「HONDA」という会社のイメージをお聞きすると、スーパーカブと答えられる方が多くいらっしゃいます。57年間も愛され続けている乗り物は、あまり例が有りません。

これからも、多くの人たちに愛用されるように、良いところは継承し、技術は進化させていきたいと思えます。」

<https://www.70seeds.jp/cub-109/>

*Dream or die*





## 第5回 7月（期日調整中）

北野宏明 ソニー コンピューターサイエンス研究所社長

「A I、A I B Oとソニー魂」（仮題）

「真面目なる技術者の技能を、最高度に発揮せしむべき自由闊達にして愉快なる理想工場の建設」はソニーの設立趣意書の冒頭部分です。初代A I B Oの生みの親、北野氏から今後の「自由闊達にして愉快なる理想工場」をお聞きしたいです。



*Dream or die*



## 第6回 6～8月（日程調整中）

### 「グランドセイコーの夢」（仮題）

セイコーの一ブランドだった「グランドセイコー」は、2017年3月に独立したラグジュアリー・ブランドとして世界に発信することになりました。世界の富裕な時計ファンの頭にどのような記憶を刻もうとしているのか、じっくりお話をお伺いしたいです。



*Dream or die*



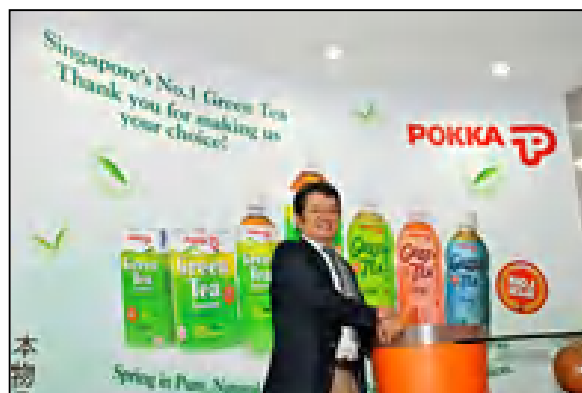
第6回 9月3日(月) 19:00-21:00

平田正浩 前ポッカ・インターナショナルCEO

「シンガポールでNo. 1ブランドをつくる」(仮題)

丸の内 三菱ビル1F サクセス

平田さんは、2015年に消費財激戦区のシンガポールで茶飲料でシェア50%、果汁飲料と缶コーヒーでもシェア1位を獲得しました。その結果、強豪コカコーラを向こうに回して業界トップの企業になりました。シンガポールの消費者の頭の中にどうやって「ポッカの記憶」を刻印したのか。新定番の見事なケースを学びましょう。



*Dream or die*



## 会場のご案内

三菱ビル コンファレンススクエアM+  
〒100-0005. 東京都千代田区丸の内2-5-2 三菱ビル  
サクセス：1 F  
グラウンド：10 F

<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox>



*Dream or die*



お問い合わせ

丸の内ブランドフォーラム事務局

〒100-0005 千代田区丸の内3-4-1、新国際ビル432号

tel: 03-5288-7400

fax: 03-5288-7401

メール: [secret@mbforum.jp](mailto:secret@mbforum.jp)

公式サイト: [www.mbforum.jp](http://www.mbforum.jp)

*Dream or die*