

難解なブランド理論を身近なニュースで分かりやすく解説 ブランド理論解説サイト『BRAND THINKING』 2017年5月の月間アクセスランキングを発表

ブランド構築の理論を応用してコンサルティングとクリエイティブを行う、むすび株式会社（本社：東京都目黒区、代表：深澤 了）が運営するBRAND THINKING（<http://brandthinking.net/>）は、2017年5月の月間アクセスランキングを発表（2017年5月集計。当社調べ）。5月にもっとも読まれた記事は、エステー株式会社 執行役 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター鹿毛康司氏へのインタビュー記事「ブランドは愛だ！第1回」でした。



BRAND THINKING

「BRAND THINKING」は、誤ったブランド理論を払拭し、企業経営に活かせる正しいブランド理論を世の中に広め、少しでも多くのビジネスパーソンにブランド理論を理解していただくために、話題のニュースや身近な出来事などを通して、難解なブランド理論を様々な方向から分かりやすく紹介します。また、外部の有識者による連載なども予定しています。

BRAND THINKING 2017年5月 月間アクセスランキング

【月間アクセスランキング 第1位】



【ブランドは愛だ！第1回】 ブランドを、理論とかフレームワークだけで語るな。

エステー株式会社 執行役 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター鹿毛康司に、ブランドとは何かについて伺ったインタビューの第1回。「ブランディングとは、愛情づくり」と語る同氏のブランド論についてお話を伺いました。

▼記事はこちら

<http://brandthinking.net/case/company-brand/1731>

【月間アクセスランキング 第2位】



【ブランドは愛だ！第3回】
人の心の奥底にある何かを見つければ、
いいクリエイティブはつくれない。

▼記事はこちら

<http://brandthinking.net/case/company-brand/1755>

【月間アクセスランキング 第3位】

【ブランドは愛だ！第2回】
みんなの気持ちの集大成が、
ブランドをつくっていく。

▼記事はこちら

<http://brandthinking.net/case/company-brand/1750>

【月間アクセスランキング 第4位】

【効果が出なければブランド構築じゃない。第1回】
ビジョンが決まったら、
すぐに走り出せる準備ができているか。

▼記事はこちら

<http://brandthinking.net/published/1672>

【月間アクセスランキング 第5位】

【効果が出なければブランド構築じゃない。第3回】
心の奥底に想いがあるブランドは、
きっとうまくいく。

▼記事はこちら

<http://brandthinking.net/published/1681>

BRAND THINKING (URL: <http://brandthinking.net/>)



The screenshot shows the homepage of the BRAND THINKING website. At the top, there is a navigation bar with links for 'ログアウト', 'Facebook', 'Twitter', and 'このサイトについて'. Below the navigation bar, there is a search bar and a '登録' (Registration) button. The main content area features several news articles with thumbnails and titles. One article is titled 'なぜ自分たちの強みは気づきにくいのか。『自分たちことはわからにくい』には理由があった。『解説:レベル爆発』で改めてできる自分のことを考え...続きを読む' (Why is it hard to notice our own strengths? There was a reason why "ourselves are hard to understand". In "Explanation: Level Explosion", let's think about...). Another article is titled 'なぜやっていることをする。だからブルーオーシャンを切り開ける。' (Why do we do what we do? That's why we open up a blue ocean). The sidebar on the right shows a profile picture of a man in a suit.

■主なコンテンツ

①ニュースを読み解く

「BRAND THINKING」編集部が話題のニュースなどを通しブランド理論を独自の視点でわかりやすく紹介。

②ケーススタディ

商品・サービス、企業、採用、地域の4つの分野のブランド理論事例を分かりやすく紹介。

③ブランディングとは

正しいブランドの理論や知識を分かりやすく解説。

④連載

ブランディング関連の有識者の記事、インタビューなど。

当社では、無料の採用ブランディングの勉強会や体験型地域活性化プロジェクト「まちいくプロジェクト」など、正しいブランド論を世の中に広める為の様々な企画を実施しております。今後も多くの経営者や、志の高いビジネスパーソンの皆様の事業のヒントとなり、企業経営にブランドの理論を応用するきっかけになれるような様々な企画を提案してまいります。



| | |
|---------|---|
| 2002.3 | 早稲田大学商学部卒業（広告理論研究 亀井昭宏 ゼミ） |
| 2002.4 | 山梨日日新聞社・山梨放送グループ入社 |
| | 広告代理店・株式会社アドブレーン社 制作局配属 |
| 2006.2 | CMプランナー／コピーライターとしてテレビ・ラジオCMの企画・演出を中心に |
| 2010.10 | 株式会社パラドックス・クリエイティブ（株式会社パラドックス）入社 |
| 2013.4 | 株式会社パラドックス・ブランディングの立ち上げに従事 |
| 2015.4 | 早稲田大学大学院 商学研究科 専門職学位課程ビジネス専攻 夜間主総合コース入学 |
| 2015.4 | 早稲田大学ビジネススクール 夜間主総合コース修了 |
| | むすび株式会社設立 代表取締役就任 |

むすび株式会社 代表取締役 深澤 了

ブランディング・ディレクター／クリエイティブ・ディレクター／コピーライター

経営管理修士（MBA）、日本広告学会正会員、日本ダイレクトマーケティング学会正会員

FCC賞（福岡コピーライターズクラブ賞）、日本BtoB広告賞 銀賞／銅賞、山梨広告賞 協会賞／優秀賞／優良賞

TCC年鑑掲載、他雑誌掲載、セミナー、講演多数。研究論文は「CONSISTENT BRANDING～強いブランドをつくるための一貫性」。

＜会社概要＞

| | |
|------|---|
| 社名 | むすび株式会社 |
| 代表者 | 代表取締役 深澤 了 |
| 所在地 | 〒153-0063 東京都目黒区目黒2-11-3 印刷工場2F_d |
| 資本金 | 450万円 |
| 設立日 | 2015年4月6日 |
| 事業内容 | 企業・商品／サービス・採用市場におけるブランドの開発・育成 |
| URL | http://www.musubi-inc.co.jp |

Musubi
brand theory & creative

【本プレスリリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

むすび株式会社

担当：横内

TEL：03-5437-0667 FAX：03-5437-0668

Email：info@musubi-inc.co.jp