

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7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7月の月間アクセスランキングを発表（2017年7月集計。当社調べ）。7月にもっとも読まれた記事は、株式会社グローバル・リンク・マネジメントで採用責任者を務める市村京子氏へのインタビュー記事「グローバル・リンク・マネージメントの採用ブランド論 第3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、外部の有識者による連載などを通じて、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。

BRAND THINKING 2017年7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】



グローバル・リンク・マネジメントの
採用ブランド論 第3回

これまでなら絶対出会えなかつた人を
採用することができた。

採用に苦戦する企業が多い投資不動産業界にあって、安定的な採用活動を続ける同社。採用責任者である市村京子氏にその秘訣を伺ったインタビューの第3回目。「人生は、投資だ。」という採用コンセプトのもと、価値観でマッチングを進めることの重要性についてお話をいただきました。

記事はこちら：

<http://brandthinking.net/case/recruit-brand/2347>

【月間アクセスランディング 第2位】

Skyland Venturesのブランド論対談 第1回

「『The Seed Maker.』このスローガンは、未来への覚悟だ。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/company-brand/2446>

【月間アクセスランディング 第3位】

グローバル・リンク・マネジメントの採用ブランド論 第1回

「コンセプトを徹底したときから、成功の連鎖がはじまった。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/recruit-brand/2335>

【月間アクセスランディング 第4位】

ブランドは社内のエンゲージメントから 第3回 〈最終回〉

「エントランスも、社長の発言も、コンセプトに紐付けろ。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/what/2262>

【月間アクセスランディング 第5位】

【BRANDING PERSON 第1回】

「非効率でもいい。ほんのわずかなチャンスにも
全力投球すると決めている。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/person/2382>

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

The screenshot shows the homepage of the BRAND THINKING website. At the top, there's a navigation bar with links for 'ログアウト' (Logout), social media icons, and a search bar. Below the header, there's a section for '新着記事' (New Articles) featuring a video thumbnail for 'PICK UP!' and several text-based news items with small images. The news items include topics like 'なぜ自分たちの強みは気づきにくいのか。' (Why is it hard to notice our own strengths?), '誰もやっていないことをする。だからブルーオーシャンを切り開ける。' (Doing something no one else is doing. That's how you open up a blue ocean.), and '心の底に想いがあるブランドは、きっとうまくいく。' (Brands that have thoughts at the bottom of their hearts will surely succeed.).

■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ティング事例を分かりやすく紹介。

③ブランドティングとは

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

ブランドティング関連の有識者の記事、インタビューなど。

当社では、無料の採用ブランドテ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
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・ブランドテ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
2015.4	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

ブランドティング・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