

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8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8月の月間アクセスランキングを発表（2017年8月集計。当社調べ）。8月にもっとも読まれた記事は、高知県にて「高知家プロモーション」立ち上げ、主導してきた、一般財団法人高知県地産外商公社の小笠原慶二氏へのインタビュー記事「一貫性が活性化を生み出す 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、話題のニュースや外部有識者による連載を通して、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。

BRAND THINKING 2017年8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】

高知県のブランド・コミュニケーション研究 【一貫性が活性化を生み出す 第1回】

「いいものは必ずある。それを伝える
発信力が自治体にはなかった。」

地域創生の言葉に乗って、多くの地域がプロモーションを競い合う中で、5年も同じコンセプトでコミュニケーションを続ける高知県。毎年コンセプトを変え、プロモーションの手法を変える自治体が多い中、一貫性を保っている稀有な事例と言える。「高知家プロモーション」を立ち上げ、主導してきた一般財団法人高知県地産外商公社の小笠原氏に、その背景や効果などを伺いました。



記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/area-brand/2495>

【編集部より】

今月のランキングでは、地域を活性化させる「地域ブランディング」の記事が2つランクイン。1位には、一般財団法人高知県地産外商公社 小笠原氏へのインタビューがランクイン。3位にも山梨県での日本酒復活プロジェクトを追った記事がランクインし、地域ブランディングへの興味・関心の高さが伺えました。

【月間アクセスランクイング 第2位】

Skyland Venturesのブランド論対談 第3回

「ブランディングが、スタートアップの発射角度を上げる。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/company-brand/2464>

【月間アクセスランクイング 第3位】

地域ブランディング - 無名の酒はなぜ売れたのか 第1回

「酒どころでも米どころでもない地域の無名の酒は、なぜ売れたか。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/area-brand/2583>

【月間アクセスランクイング 第4位】

Skyland Venturesのブランド論対談 第3回

「『絶望』が、スタートアップのエネルギーになる。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/company-brand/2458>

【月間アクセスランクイング 第5位】

「ブランディングとマーケティングの違い。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/what/385>

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', 'このサイトについて', 'ニュースを読み解く', 'ケーススタディ', 'ブランディングとは?', 'イベント・セミナー', '連載', and '編集部'. Below the navigation bar, there is a search bar and a link to '登録登出'. The main content area features several article cards. One card on the left is titled 'PICK UP!' and shows a photo of a man in a suit. Another card in the center 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りにくい』には理由があった。『解説:レベル爆発』で説明できる自分のことを考え...続きを読む」. On the right, there are cards for 'ケーススタディ' (with a photo of two people), 'ブランディングとは?' (with a photo of a person), and '連載' (with a photo of a person). At the bottom left, there is a sidebar with the text '消臭力は、遊べるブランドを目指してきた。' and a link to 'エステー エイゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター 鹿毛廣司「ブランドは愛だ! 第4回<最終回>」'.

■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つの分野のブランディング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
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