

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(ブランドシンキング)』

2017年10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10月の月間アクセスランキングを発表（2017年10月集計。当社調べ）。10月にもっとも読まれた記事は、「ブランディングとは？」というコンテンツの中の「採用広報を通常の広報と一緒にすると痛い目に会う。」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10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】

ブランディングとは？

「採用広報を通常の広報と一緒にすると痛い目に会う。」

ひと言に「広告」や「広報」といっても、企業・商品の広告と採用広報では考え方を変える必要があります。採用は、人の人生を背負うもの。ただのインパクトを狙ったやり方をしていては効果は出にくいでしょう。本記事では、理念や価値観を重視する採用コミュニケーションの重要性をもとに、採用広報との向き合い方について解説しています。

記事はこちら：<http://brandthinking.net/what/2969>



【編集部より】

今月のランキングでは、採用ブランディングの記事が3つランクインしました。「採用ブランディング」という言葉も少しずつ浸透し始め、採用担当者の皆さんにも興味を持たれ始めていることが伺えました。採用に関する記事も充実してきましたので、採用担当者の皆さんに参考にしていただければと思います。

【月間アクセスランディング 第2位】

駒沢大学経営学部教授 青木茂樹 理論と実践のブランド論 第1回
「何もないことが、サイクリストには、天国に思える。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/area-brand/2902>

【月間アクセスランディング 第3位】

TBI JAPANのブランド論 第1回
「コンセプトひとつで、採用は劇的に変わる。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/recruit-brand/2079>

【月間アクセスランディング 第4位】

編集部ブログ
「採用ブランディングの出発点はインナーブランディング。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/blog/2962>

【月間アクセスランディング 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's 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 is a search bar. The main content area features a '新着記事' section with a photo of a man in a suit and a headline: '消臭力は、遊べるブランドを目指してきた。' There are also several other news items with small thumbnail images and dates like '2017.05.29 ケーススタディ' and '2017.05.26 関連ブログ'.

■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 に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 |
| 2010.10 | 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 |
| 2013.4 | 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