

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)』 2018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、2018年5月の月間アクセスランキングを発表（2018年5月集計。当社調べ）。5月にもっとも読まれた記事は、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。」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 2018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】

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。」

25歳以下の若手スタートアップに積極投資をするSkyland Ventures。なぜ不確実な生まれたばかりの企業に向けて投資を行うのか。それを明確に打ち出したスローガンが「The Seed Maker.」。スローガンやバリューを明確に言語化した背景や今後の行き先について、代表パートナーの木下氏（写真左）と、ブランディング・プロジェクトを主導したPARK代表取締役 コピーライターの田村氏（写真右）の対談。



記事はこちら：

<http://brandthinking.net/case/company-brand/2446>

【編集部より】

今月のランキングでは、1位のSkyland Venturesや2位のTBI JAPANの記事など、理念やコンセプトの「言語化」についての記事が上位にランクインしました。理念やコンセプトを言語化し、明確にすることは、その後の社内外への共有を考えても、ブランド構築に欠かせないプロセスと言えます。いわば、ブランド構築の基本とも言える部分にスポットを当てた記事に注目が集まりました。

【月間アクセスランキング 第2位】

TBI JAPANの採用ブランド論 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>

【月間アクセスランキング 第3位】

TBI JAPANの採用ブランド論 第2回
「人の人生に影響を与える。それも採用の仕事。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/recruit-brand/2084>

【月間アクセスランキング 第4位】

連載記事
「『らしくない』人を採用することは、誰のためになるのか。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/recruit-brand/3869>

【月間アクセスランキング 第5位】

連載記事
「マーケティングやブランディングは結局、営業の援護射撃である。」

記事はこちら：<http://brandthinking.net/published/3861>



■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・株式会社アドブレン社 制作局配属
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
2006.2 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スクラブ賞)、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 550万円
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