



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年の年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年の年間アクセスランキングを発表。（集計期間2018年12月11日集計。当社調べ）。2018年にもっとも読まれた記事は【[新生Gunosyのブランド論](#)】第1回『[天才たちがつくる技術を信じていた。#1](#)』でした。

BRAND THINKING 2018年 年間アクセスランキング 第1位

【[新生Gunosyのブランド論](#)】第1回

『[天才たちがつくる技術を信じていた。#1](#)』



Gunosyはキュレーションメディアの先駆けとして2013年にアプリをリリース。個人の趣味嗜好に合った記事を独自のアルゴリズムによって配信するというサービスに磨きをかけ、国内最大級のニュースアプリの地位を確立。「ニュースパス」や「LUCRA(ルクラ)」など他のメディアも次々と立ち上げ、累計3,354万ダウンロード（2018.5月末現在）となった。ブロックチェーン事業の加速を狙い、創業者の福島氏は取締役 ファウンダーとなり子会社である株式会社LayerXの代表取締役社長に就任。これまで福島氏と2人で共同代表として牽引してきた竹谷氏が単独で代表取締役CEOとなった。竹谷氏から見えていたGunosyの過去や現在地、そして今後の展開についてたっぷり話を聞いた。

（聞き手・文：BRAND THINKING編集部 撮影：落合陽城）

■対象の記事はこちらからご覧ください：<http://brandthinking.net/case/company-brand/4331>



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>



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>

【編集部より】

Gunosyの新CEO竹谷氏の記事が3つともランクイン。これまであまり表に出ることのなかった竹谷氏のこれまでのGunosyの捉え方、今後のビジョンに注目が集まりました。また、TBIの採用ブランディング事例が2記事ランクイン。ますます難易度が上がる採用難の時代を大きく象徴したランキングとなりました。

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



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。

<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