

ー企業の理念浸透に劇的なイノベーションをー
**日本ブランド経営学会 BRAND CONFERENCE 研究発表会2019にて
ブランド論とアドラー心理学をかけあわせた独自理論
「ブランド・プラクティス™」を研究発表**

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）は、ブランド論とアドラー心理学をかけあわせた独自理論「ブランド・プラクティス™」を2019年10月26日（土）に開催される「日本ブランド経営学会 BRAND CONFERENCE 研究発表会2019」にて発表いたします。

【日本ブランド経営学会 BRAND CONFERENCE 研究発表会2019】 <http://bit.ly/2qy3qRL>

この度、「ブランド・プラクティス™」という自社独自の理論を書いた論文がマーケティング学会の査読を通過し、採択され、「日本ブランド経営学会 BRAND CONFERENCE 研究発表会2019」にて発表することになりました。

論文の題名は「**企業理念の浸透を促進するブランド実践の概念とメカニズムーアドラー心理学の応用がもたらすインナーブランディングの実践的仕組みー**」となります。「ブランド・プラクティス™」はブランド論とアドラー心理学を融合させた、理念浸透にイノベーションを起こしうる理論です。

■ **日本ブランド経営学会 BRAND CONFERENCE 研究発表会2019**

日時：2019年10月26日（土） 9:30開場 10:00～18:00

場所：株式会社シー・エス・イー

東京都渋谷区渋谷3-3-1 A-PLACE渋谷金王

お申込み：<https://jbms20190627.peatix.com/>



※「ブランド・プラクティス™」の発表は下記内容となります。

10:40-11:10 研究発表①

企業理念の浸透を促進するブランド実践の概念とメカニズム

ーアドラー心理学の応用がもたらすインナーブランディングの実践的仕組みー

発表者：むすび株式会社 代表取締役 深澤了

むすび株式会社 ブランド構築研究開発室 室長 嶋尾 かの子



■ **「ブランド・プラクティス™」要約**

理念浸透の重要性はほとんどの企業が認識しているにも関わらず、実際に浸透していると答える企業は6%と非常に少ない。ブランドをつくるのが組織内の人間であるとすれば、インナーブランディングが必要不可欠であり、ブランドにとって最も重要な一貫性を保つには、そこで働く人が自社の理念や価値観に共感し、自らも自己実現や、やり甲斐が得られることで、個々人の主体性が花開き、インナーブランディングは促進されていく。アドラー心理学を応用した「ブランド・プラクティス」理論に基づき、企業への定量および定性調査から、「何の担保もなしに相手を信じ、任せきる」、「相手の気持ちを受け入れる」、「相手の気持ちになって考え、表現する」、「従業員を巻き込み、仕組み化する」という要素がインナーブランディングを促進する起点になるということが示唆された。

■ **日本ブランド経営学会とは**

当学会は、「ブランドをマネジメントするのではなく、ブランドでマネジメントする人を増やす」をビジョンとして、2019年4月より、上條憲二（愛知東邦大学教授）、チカイケ秀夫（パーソナルベンチャーキャピタル、代表）、深澤了（むすび株式会社、代表取締役）、山口達也（ヨハク代表）の4名が発起人となり始めました。今後も世界中で愛されるブランドを増やすことを目的に、ブランド経営に関する勉強会を定期的に開催していく予定です。



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

2002.3

早稲田大学商学部卒業（広告理論研究 亀井昭宏

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

2015.3

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

早稲田大学商学部卒業後、山梨日日新聞社・山梨放送グループに入社。広告代理店にてCMプランナー／コピーライターとして活躍した後、株式会社パラドックスへ入社。株式会社リクルート（現・株式会社リクルートホールディングス）と協業し、企業のブランド構築および採用活動への知見を深める。

2015年、ブランディングを企業経営のインフラにしたいとの思いから、むすび株式会社を設立。「採用ブランディング」という新たな手法を提唱。2015年には、企業のブランド力を可視化させる業界初のサービス「BRAND MOTHER RECRUTING」を開発。ブランディングの概念を地方創生にも活用し、同年クラウドファンディングなどを活用した町おこし体験プロジェクト「まちいく」（<http://www.machi-iku.com/>）を各地でスタートさせ、地域内外の方々を幅広く巻き込み、商品作りだけで終わらない持続可能なモデルを確立。

2016年にはブランディングに関するWEBメディア『BRAND THINKING』（<http://brandthinking.net/>）をオープン。FCC賞（福岡コピーライターズクラブ賞）、日本B to B広告賞 金賞／銀賞／銅賞、山梨広告賞 協会賞／優秀賞／優良賞を受賞。

むすび株式会社

ブランド構築研究開発室 室長

ブランディング・ディレクター／芸術文化学博士／国家資格キャリアコンサルタント

アドラー心理学講師

大阪府大東市出身。大阪芸術大学大学院博士課程修了。芸術文化学博士。思春期真っ只中の小6男子、小5女子の2児の母。子育て中に会ったアドラー心理学の学びを深め、全国で講演、講座を開催。これまで1000人以上に自身の経験を踏まえ、子育てや女性のキャリアについてアドラー心理学の観点から伝える。現在はアドラー心理学をブランド論に応用し、ブランド・ビジョンを効率的に社内浸透させる新概念「ブランド・プラクティス™（ブランド実践）」理論を構築中。戸板女子短期大学講師。アドラー心理学講師。日本個人心理学会、日本マーケティング学会、日本ブランド経営学会会員。



<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	636万円
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