



## 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9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9月の月間アクセスランキングTOP3を発表しました。（2018年9月集計。当社調べ）。9月にもっとも読まれた記事は、バーガー研究家・白根智彦のバーガー・ビジョン 第1回『黄色い社長は、商売上、とてもいい。#1』でした。

#### BRAND THINKING 2018年9月 月間アクセスランキング 第1位

#### バーガー研究家・白根智彦のバーガー・ビジョン 第1回 第1回『黄色い社長は、商売上、とてもいい。#1』



今や「ハンバーガー」のお店は日本全国にあり、誰でも手軽に食べられる。ハンバーガーを食べたことのない人はごく少数だろう。そんな中「正しいハンバーガー」の認知を広めるために「バーガー研究家」として活動している人物がいる。その名も「黄色い社長」こと白根智彦氏。株式会社イエローズの代表取締役として飲食店も経営している。白根氏に飲食店経営やバーガー研究家になった経緯や、今後の展望を聞いた。（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/service-brand/4131>



## 第2位

### 【土田酒造のブランド論】第1回

『常識破り。すべて生酏系の山麴酵母でつくる酒造り。#1』

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/service-brand/4233>

## 第3位

### 連載記事

『クラウドファンディングのメリットはブランディングにあり

#1-1川のhotori用瀬(鳥取)』

記事はこちら：<http://brandthinking.net/case/area-brand/4175>



#### 【編集部より】

特に1位2位の記事を見ると、他社と比べての差別化ではなく、自社（自分）特有の強みやらしさを土台に、そこを磨くことで独自性を有するというのがよくわかる記事でした。またクラウドファンディングの市場が大きくなり、大手企業のプロモーションの場になりつつある中で、3位の記事は「想い」を大切にすることで、これから発展する企業（店舗）たちを先取りできたと思っています。

## 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	<a href="http://www.musubi-inc.co.jp">http://www.musubi-inc.co.jp</a>

 **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