

2025 年 12 月 4 日

株式会社電通 PR コンサルティング

**PR 思考による設計力とメディアの編集知見を生かし
企業の発信を“社会に届く価値”へと変換
オウンド領域の制作スタジオ
「AMP BRAND HOUSE」始動**

株式会社電通 PR コンサルティング（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：山口恭正）が運営するビジネス Web メディア「[AMP（アンプ）](#)」は、企業や団体のコンテンツ発信を PR 視点とメディア視点の両面から支援する制作スタジオ「[AMP BRAND HOUSE（アンプ ブランドハウス）](#)」を 2025 年 12 月 4 日（木）より始動いたします。

本スタジオでは、オウンドメディア構築や LP 制作、ファクトブック、動画、イベント、ソーシャルメディア運用など、ブランディングに寄与するあらゆる発信を「PR で磨き、メディアで届ける」アプローチで支援。PR 会社としての設計実行力と、メディア運営によって培ってきた表現力を融合し、企業の“思い”を社会に届く“語られる価値”への変換を提供します。



■AMP BRAND HOUSE とは

PR で磨き、メディアで届ける。

そして伝えたい事実を、“語られる価値”を付与することで社会へ。

AMP BRAND HOUSE は、PESO モデル（Paid / Earned / Shared / Owned）における“Owned（オウンド）領域”を軸に、PR プランナーの設計実行力と、AMP 運営で培ってきた編集ノウハウ・制作力を掛け合わせて支援する制作スタジオです。PR 視点で社会的意義を捉え、メディア視点でユーザーに届く構造を設計することで、AI では設計しづらい“気づき”と“行動”を生む情報と戦略を生み出します。“語られる価値”とは、企業が伝えたい事実や想いを、社会やユーザーが共感をもって受け取り、自ら語りたくなる形へと再編集した価値を指します。単なる情報発信にとどまらず、「共感され、広がる物語」へと昇華させていくことを目指します。

[AMP BRAND HOUSE はこちら](#)

■ブランドハウス立ち上げの背景

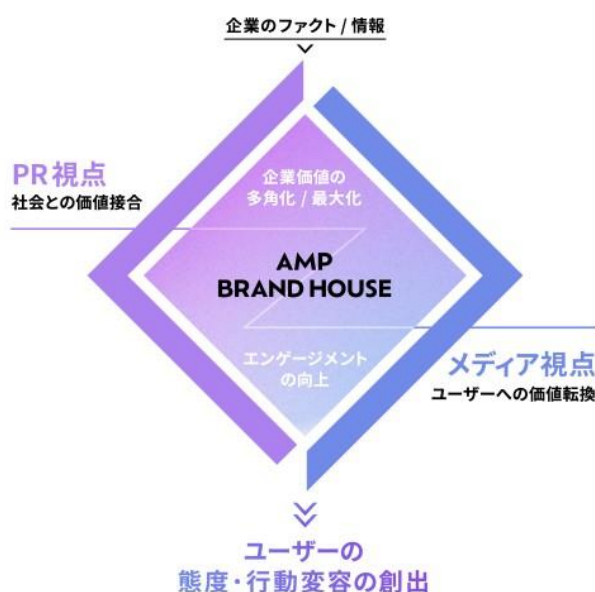
情報があふれる現代においては、企業の「事実」を届けるだけでは共感や行動を生むことが難しくなっています。そこで AMP は、PR 観点の設計実行力と、メディア運営で培った編集ノウハウやユーザー理解を生かし、企業の持つ事実を“共感と行動を生むストーリーへ

と昇華”させ、企業価値の最大化を図ることを目的にブランドハウスを立ち上げました。PRが得意とする“社会的意義や物語の構造設計”と、メディアが得意とする“ユーザーに届く体験設計”を掛け合わせることで、企業の発信を社会的共感へと変換し、企業価値の最大化につながるユーザーエンゲージメントの向上を目指します。

■強み（提供価値）

AMP BRAND HOUSE では、「PR 視点」と「メディア視点」、二つの視点からファクトや情報を編集することで、ユーザーニーズにマッチしたアウトプットを提供します。また、単なる制作にとどまらず、情報流通構造を踏まえた企画提案や配信設計、データに基づく改善提案までをワンストップで支援します。これにより、企業の発信が単発的な露出に終わらず、継続的に“共感・行動・信頼”を生む、循環型のブランドコミュニケーションを実現します。

さらに、編集者、PR プランナー、デザイナーなど、多様なバックグラウンドを持つメンバーが集結しており、多角的な視点から“語られる価値”を設計できるチーム構成も大きな強みです。



PR 視点：社会との価値接合

「何を言うべきか（＝事実・意義）」を定義し、社会課題やトレンドと結びつけながらブランドのストーリーを構築。メディア露出のみを目的とするだけでなく、“語られる価値”としての発信設計を行い、企業の思いを社会価値へと転換します。

メディア視点：ユーザーへの価値転換

「どう伝えるか（＝情報設計・トーン）」をメディア編集の観点でひもとき、読み手の共感・行動を促すコンテンツを設計。コンテンツの切り口、構成、デザイン、導線を統合的にディレクションし、企業の声を“伝わる・共有される体験”として社会に届けます。

■提供ソリューション

①オウンドメディア制作：企業価値を“読まれる構造”へ転換するオウンド戦略

40,000 本を超える配信実績とデータ分析に基づき、“読まれる構造”と“企業らしさ”を両立したオウンドメディアを設計します。ユーザーの関心に寄り添いながら企業の「思想」や「温度感」を編集の力で可視化し、好感を生み出すブランドの“顔”をつくります。公開後も PR 視点とメディア視点に基づく継続的な編集・運用を実施し、ソーシャルメディア施策や広告と連携させることで、長期的なブランド価値の向上と行動変容を支援します。

②LP 制作：ユーザーが行動を起こしたくなる、戦略的 LP 制作

応募・購買・シェアなどの行動を促す UX を軸に、PR 視点でブランドの意義や社会的文脈を織り込み、メディア視点でコピー・ビジュアル・導線を最適化。LP を“単なる着地点”ではなく、記事・動画・ソーシャルメディアへ広がる発信の起点として設計し、メディア運営で培った知見により拡散と行動を同時に生み出します。

③コンテンツ制作：PR×編集力で心を動かすストーリー設計

目的に応じて「構成」「トーンと表現」「見せ方」を最適化し、メッセージを確実に届ける記事や取材コンテンツを制作。データに基づくクリッカブルかつ高品質な記事展開に加え、必要に応じて SEO や CV、PV 数向上の改善まで支援します。

④ファクトブック制作：メディアだから実現できる、ユーザーまで届く設計

企業のファクトに「PR 視点」を掛け合わせ、マルチコンテキストで“今ある価値の多角化”を実施することで、これまで気づけなかった新たな企業ブランディングを可能にします。さらにメディア運営の知見を生かし、メディアが取り上げたい切り口や文脈を設計。“ユーザーにいかに届くか”から逆算した、信頼性と話題性を両立するコンテンツ提供を実現します。

⑤動画制作：ユーザーの心を動かし、共感と拡散を生む映像設計

企業が言語化しづらい思いや情報を、ユーザーが理解しやすい構成・演出で映像化。PR 視点でストーリーの意義を設計し、メディア視点で最適な構成・フォーマットをデザイン。視聴後の行動を促す“体験としての動画”を提供します。

⑥イベント設計：開催で終わらない、イベントを起点とした情報流通構造を設計

イベントの企画立案から集客・運営までをワンストップでサポート。イベント企画の話題化設計に加え、届けたいステークホルダーの理解を促すコンテンツ戦略を考案。開催後もレポート記事や動画制作を通じて、その場で終わらないマルチユースな展開で企業のブランディングを支援します。

⑦ソーシャルメディアコンサルティング：社会トレンドをつかみ、UGC を加速する企画コンサル

PR 視点で社会的潮流やトレンドを捉え、メディア視点でユーザー心理に響く企画とクリエイティブを構築することで UGC を促進。ソーシャルメディアを単なる情報発信の場ではなく、行動変容を促す場として定義し、戦略立案から効果検証・改善・危機管理までをトータルプロデュースします。

■実績・対応業界

官公庁、金融・インフラ、メーカー、教育、エンタメ、IT、コンサル、人材サービスなど、多様な業界で AMP の編集力を活用したコンテンツ支援を展開。

※実事例等はお問い合わせください

■今後の展開

ブランドハウスでは、クライアント企業の社会的意義やパーパスを軸に、PR 視点とメディア視点での支援体制を強化。今後は、AMP 本体との連動や、キャンペーンによる発信の強化など、「企業×メディア×生活者」が共創する新たなブランド体験の提供を目指し、PR とメディアの力を融合した“語られるブランド発信”の新しい形を提案していきます。

■AMP について

AMP は、若年層のビジネスパーソンに向けて、ビジネスや社会の変化を自分ごととして捉えるための視点を届けるビジネス Web メディアです。テクノロジー・カルチャー・キャリア・サステナブルなど幅広い領域を横断し、読者が自分らしいビジネスライフを描くためのヒントを発信しています。社会で飽和する情報を「より良い未来を紡ぐ視点」で捉え直し、読者一人ひとりが自らのキャリアやビジネスに前向きな気づきを得られるようなコンテンツを届けています。AMP は、変化の中で次の一步を模索する人々に寄り添い、行動を後押しするメディアとして発信を続けていきます。

ビジネス Web メディア「AMP」：<https://ampmedia.jp/>

■株式会社電通 PR コンサルティング

電通グループ内の PR 領域における専門会社。1961 年の創立以来、国内外の企業、政府、自治体、団体の戦略パートナーとして、レピュテーション・マネジメントをサポートしています。データ分析を行い、そこから得られたインサイトに基づくコンテンツ開発と最適な情報流通デザインを通して、クライアントと共にソーシャルイノベーションへの貢献を目指しています。これまで日本国内で最も優れた PR 会社に贈られる「ジャパン・コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」や「北アジア PR コンサルタンシー・オブ・ザ・イヤー」を PRovoke Media (旧 Holmes Report) から授与されています。

<https://www.dentsuprc.co.jp/>