

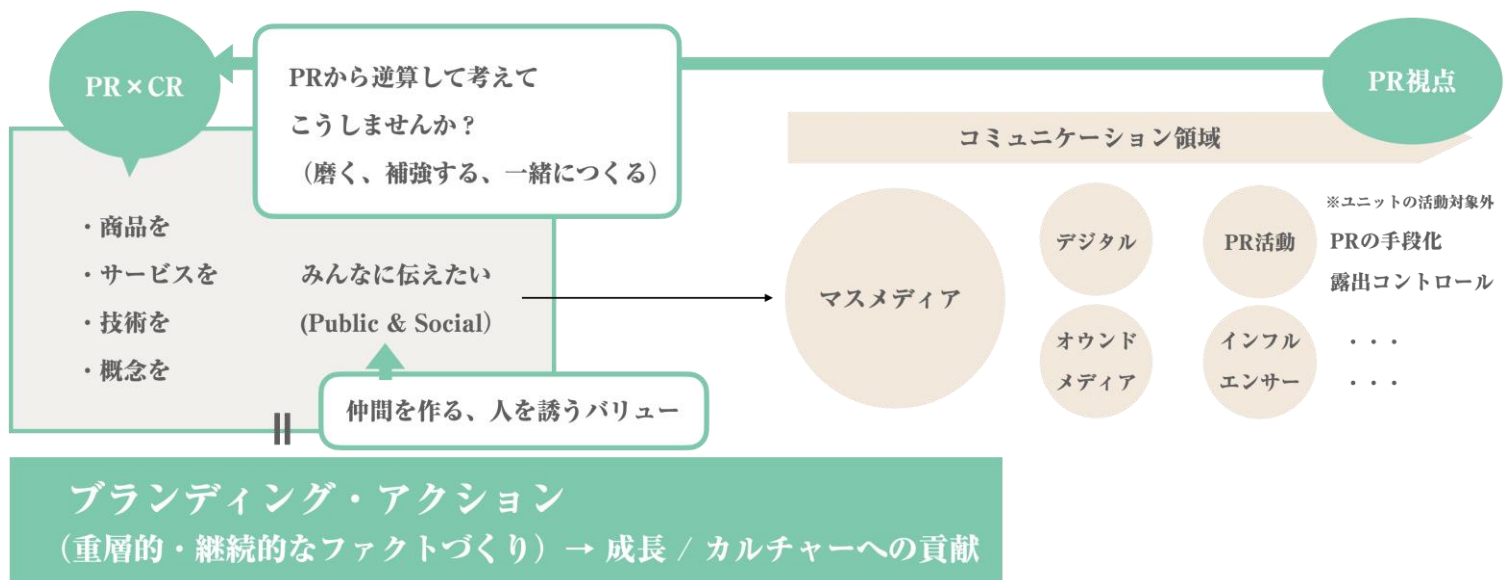
2025年1月20日

## 社会的視点・PR視点に立ったクリエイティブ開発で 企業の新たな価値創造に貢献する事業ユニット「PR×CR UNIT」始動 ーファクトをベースにしたストーリー開発「ブランディング・アクション」を提供ー

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）と株式会社電通PRコンサルティング（代表取締役社長執行役員：山口 恭正、以下「電通PRC」）は、社会的視点やPR視点に立ったクリエイティブ（CR）開発で企業の新たな価値創造に貢献する事業ユニット「PR×CR UNIT」を本日より始動します。同UNITは、PR視点を生かしたクリエイティブ開発に数多くの実績を持つクリエイティブディレクターやコピーライター、アートディレクター、PRプランナーなど約40人の多彩なメンバーで構成しています。

情報過多な現代において、ブランドのつくり方や情報の伝え方など、企業のコミュニケーションはより複雑化・高度化し、単にメッセージやパーパスを発信するだけでは人の心を動かすことが難しくなっています。特に企業の経営層やマーケティング部門においては、社会的視点やニーズ、ローンチ後のインパクトや話題、パブリックな反応・影響力などを事前にイメージし、具体的なサービスやアクション、アイデアなどをつくる「ファクト（事実）づくり」に注力する傾向が強まっています。

こうした状況を踏まえ、「PR×CR UNIT」は、社会的視点やメディア視点などを的確に捉えてインパクトを生み出す「PR」の技術と、人の心を動かすモノ・コトを実際につくり出す「クリエイティブ（CR）」の力の掛け合わせることで、企業のマーケティング活動における「ファクトづくり」と、さらに付加価値をつけていく「ファクト磨き」を支援します。



具体的には、製品やサービスの企画段階からPR視点を重視し、その概念や技術などに新たな価値や文脈を付加した「ファクト」をつくり出し、それをベースにしたストーリー開発を行います。「PR×CR UNIT」では、こうしたPR視点とクリエイティブ力の掛け合わせで生まれる「ファクト」を「ブランディング・アクション」と定義し、その開発・実行を支援するプロジェクトや、顧客企業とのワークショップなどを実施していきます。既に下記のような先行取り組み事例があります。

#### 【価値創造活動】

- ・コンビニ発のファッションという新たなカルチャーにおけるコトづくり支援／流通業
- ・中堅中小企業の潜在能力を世の中に示す、企業横断プロジェクト／BtoB企業
- ・PR視点から逆算したテーマ開発とキャンペーン化、およびその風物詩化／流通業
- ・サステナブルな次世代繊維の資源インフラ化・世の中ごと化へのチャレンジ／繊維業

#### 【社会課題発想】

- ・不眠の解消と睡眠の質向上を主眼においた価値訴求活動／薬品メーカー
- ・老舗ブランドによるルッキズムにさいなまれる若者世代に寄り添うブランディング活動／総合刃物メーカー
- ・ダイバーシティ関連の幅広い活動支援（商品開発、制度発信など）／流通業
- ・SDGs達成を目的とした教育コンテンツ開発／キッチン用品メーカー

#### 【リブランディング】

- ・ライフスタイルやトレンドの変化を捉えた、カテゴリー構築・行動提案／家庭用品メーカー
- ・「安全・安心」の企業メッセージを伝えることを主眼に置いたエンタメプロダクト共創／流通業

#### 【コーポレート】

- ・より魅力的な採用活動にするためのU24共創プロジェクト／総合電気企業
- ・自社データや実績を活用した、主婦やシニア層の雇用創出活動／外食業

当社は今後も、広告領域にとどまらず、より重層的に顧客企業やブランドの「あるべき行動づくり」を支援することによって、企業価値の向上や持続的成長、さまざまな企業活動やカルチャーづくりに貢献していきます。

以上

#### 【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部  
河南、内田

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 CXクリエイティブセンター

加藤

Email : [koho@dentsu.co.jp](mailto:koho@dentsu.co.jp)