

報道関係者各位

2026年2月26日
株式会社 読売広告社

YOMIKO、場づくり・まちづくり領域に特化した 社内クリエイティブブティック「KUMUX（クム）」が本格始動

株式会社読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：菊地英之、以下 YOMIKO）は、場づくり・まちづくり領域に特化した、社内クリエイティブブティック「KUMUX（クム）」を本格始動いたします。



公式サイト：<https://www.yomiko.co.jp/business/creative/kumux/>

■背景

近年、各地で大規模な再開発が進むなか、まちや施設の開業後の活性化や継続的な賑わいづくりが課題となっています。こうした状況を踏まえ、開発段階から運営・体験・コミュニティを含めた“ソフトの設計”がまちの価値形成においてますます重要になっています。さらに、行政・企業・生活者・観光客・アカデミアなど、まちづくりに関与するステークホルダーが増え、それぞれが異なる目的や期待、価値観を持つなかで、それらを共通のビジョンへと束ねていく文脈の統合や合意形成はより一層複雑になっています。

YOMIKO はこれまで、「柏の葉スマートシティ」のプロモーション・エリアマネジメント業務や、「渋谷区立宮下公園」「都立明治公園」の賑わい創出・スペース管理など、都市開発・公共空間領域のプロジェクトに参画し、多様なステークホルダーの文脈を束ねる知見を蓄積してきました。

KUMUX は YOMIKO のその知見を基盤に、「**文脈を汲み、チームを組む**」をコンセプトに掲げ、開発初期から体験・コミュニケーション領域までを一貫して支援します。

■KUMUX の特徴

1. 場づくり・まちづくり領域に特化したクリエイティブ×戦略の専門チーム

場づくり・まちづくりの全体戦略・開業コンセプトやロゴ開発、体験イベント設計など、専門性を備えた4名チ

ームで構成されています。都市開発・公共空間案件で培ってきた知見を基盤に、**まちづくりの“ソフト”にあたる、コンセプト構築・体験づくり・コミュニケーション設計までを一気通貫でデザインできる点**が特徴です。開発初期の構想段階から開業後の価値形成までをつなぐことで、まち・場が長期的に育つための基盤をつくります。

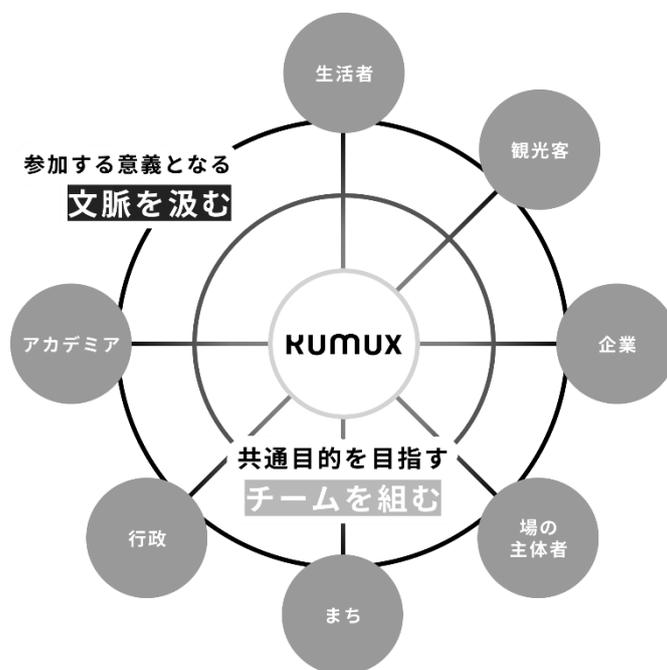
2. 多様なステークホルダーの共通目的をつくる“文脈統合力”

まちづくり・場づくりは、生活者・企業・行政・観光客・アカデミアなど、多様なステークホルダーが関わり、その課題は複層的です。これらの各自の課題発見からコンセプト構築、体験・コミュニケーション設計までのクリエイティブ発想でプロセスデザインをおこない、**オリジナリティのある“場”や“まち”を共同体として育てていくための文脈統合を担います。**

3. 長期視点での体験・コミュニケーション設計までデザインする“持続的な実装力”

公共空間活用や体験企画だけでなく、運営方針・場の使われ方など、**開業後の価値形成に直結するソフト面の設計**まで踏み込んで伴走します。

「どう使われ、どう育っていくか」という観点から、場や施設の運営・人の行動・地域の未来像までを一体で描き、**持続的な賑わいが生まれる仕組みを構築**します。



■提供サービス

1. まちに色をつける（ブランディング）

まちの歴史や人々の想いなど、多様な文脈を丁寧に読み解き、将来像から逆算したブランド設計をおこないます。空間・体験・コミュニケーションを横断し、未来を見据えた価値形成まで一体的なブランディングを行います。

提供例：エリアビジョン策定、ネーミング・VI開発、体験・メディアの編集方針設計 ほか。

2. まちへ愛着をうむ（活性化企画・施策）

「このまちにもっと人が集まり、価値を発揮するには？」から逆算し、場の使い方とコミュニケーション設計をおこないます。単発の体験企画に終わらず、継続的な賑わいを育む長期的な視点を重視します。

提供例：公共空間活用／季節・テーマ体験企画／KPI設計と運用レビュー／シビックプライド醸成につながる体験設計 ほか。

3. まちのハブをつくる（開発・建築）

まちの未来に必要な機能を定義し、建物・施設・店舗など「人が集い、活動する拠点（ハブ）」を企画。ソフトとハードを一体で考え、開業後の運営や価値形成までクリエイティブ発想で実装します。

提供例：施設コンセプト／テナント MD 方針／ホテル・商業・公共施設の企画／PoC・試験導入／開業後の運営方針策定 ほか。

■今後の展望

KUMUX では、都市部の案件に加え、地方における地域資源の活用・再活用など、地域の課題解決にも積極的に取り組んでまいります。YOMIKO は、場づくり・まちづくりを起点に、パートナーとして事業成長に貢献してまいります。

■メンバー



石田 大樹 context creative director

コピーライティングを武器に、戦略からコンセプト開発、クリエイティブ・アクティベーションのディレクションまで領域を横断し業務に従事。ブランディング視点の発想で、マーコムから商品開発、場の価値の創造まで、クリエイティブ領域を日々拡張しながら様々なクライアントのビジネス課題にコミット。ココロもカラダもともに動くアイデア、持続的な価値をつくるアイデアの実装に挑戦しつづける。



富田 峻平 context strategist

幅広い商材の戦略立案に携わった経験を礎に、現在はまちづくりを主戦場としている。手法にとらわれることなく、全体設計からストラテジックプランニング、アクティベーションに至るまで一貫した思想でプロジェクトを推進。生活者の感覚に寄り添い、気づけば大きな目的の一端を担っている。そんな自然な参加のかたちをつくること。そして、あらゆるステークホルダーが関わる意味と価値を見出し、誰もが「関わってよかった」と心から思える状態を生み出したい。



菊川 晴子 context planner

初配属よりクリエイティブ職。映像プランニングを軸に、化粧品、調味料、日用商材、不動産等のコミュニケーションを企画する。近年は大規模周年プロジェクトや Park-PFI 事業にも参画。色々な感触の「おもしろい」を日々観察しながら、広告プランナーとして、いち生活者として、誰かにとって見たい画・見たい景色とは何かを模索する。



難波江 侑矢 context activation planner

信条は、「ブランドが最も印象的に映る、まだ誰も見たことがない”心踊る体験”をつくる」こと。業種商材問わず、アクティベーション視点を持ち込み、アテンションを超えたアクションを生み出すことを得意とする。人々の心を動かすことを大切に、広告に触れた人がちょっと楽しい気持ちになったり、ちょっと幸せになったりする、日常のタイムラインを彩る企画を心がけている。

【本ブティックに関するお問い合わせ】

石田・富田・菊川・難波江 メール：kumux@yomiko.co.jp

【取材に関するお問い合わせ】

広報部 中澤・阿久津 メール：koho_mail@yomiko.co.jp

株式会社読売広告社 所在地：東京都港区赤坂 5-2-20 赤坂パークビル <https://www.yomiko.co.jp>