



MIYASHITA PARK POLICY/南街区ファサード広告

2024.08.22
更新

MIYASHITA PARK POLICY

感性のセッションを共に

多様な人々が出会い、多彩な体験が楽しめる。

つねに、新しい刺激にあふれ、自然な安らぎに満たされる。

そんなMIYASHITA PARKにしかない、賑わいを創り出したいから。

そのために、さまざまな研ぎ澄まされた感性をセッションし、

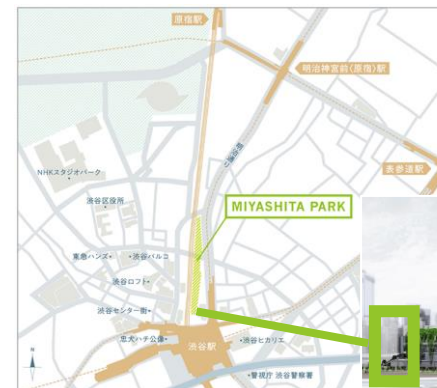
いつも瑞々しく、洗練されたひとときを奏でること。

これは、私たちMIYASHITA PARKと訪れる人々、

そして、PR・広告活動を行うパートナーのみなさんとの大切な約束です。



Access Map



渋谷駅の入口となる
南側玄関口に
位置する媒体です。



■南街区屋外エレベーターファサード/エスカレーター上部ファサード

MIYASHITA PARKの玄関口となる南側出入口の屋外媒体。
公園や施設への来訪者の多くが通り、インパクトのあるメニューです。

媒体費（グロス金額）

エレベーター：800万円
エスカレーター：400万円
セット：1,200万円

※14日間露出補償



■エレベーターファサード

サイズ	W6,300×H6,850 総面積43.155㎡	仕様	シート貼り
制作 関連費	320万円（税別） 色校1回を含む制作・施工・撤去費		

■エスカレーター上部ファサード

サイズ	W19,288×D4,168 総面積80㎡	仕様	ターポリン幕
制作 関連費	170万円（税別） 色校1回を含む制作・施工・撤去費		

※上記の制作関連費には、渋谷区への申請関連費、施工時・撤去時の立ち合い費を含んでおります。

- エレベーター・エスカレーターは原則セットでの販売となります。
- 制作・施工は、原則指定の施工会社となります。
- サイズ・意匠については要協議となります。
- 掲出期間は14日間を基本単位とし、初日を取り付け日、最終日の夜間を取外作業日として想定します。別途申込期間をご確認下さい。
- 掲出実施の際は、渋谷区への「屋外広告物申請」「都市計画変更届」の申請が必要となります。
- 悪天候などにより、途中撤去が必要な場合がございます。
- 申込以前の広告主確認及び、意匠審査での許可を経て、掲出となります。
- 壁面に設置されている金具の凹凸が、広告面に多少浮き出る可能性があります。
- 立体装飾の場合は別途渋谷区と協議となります。また、施工に要する時間がかかるため掲出期間はシート張りの際と異なる可能性があります。

■南街区エレベーターファサード

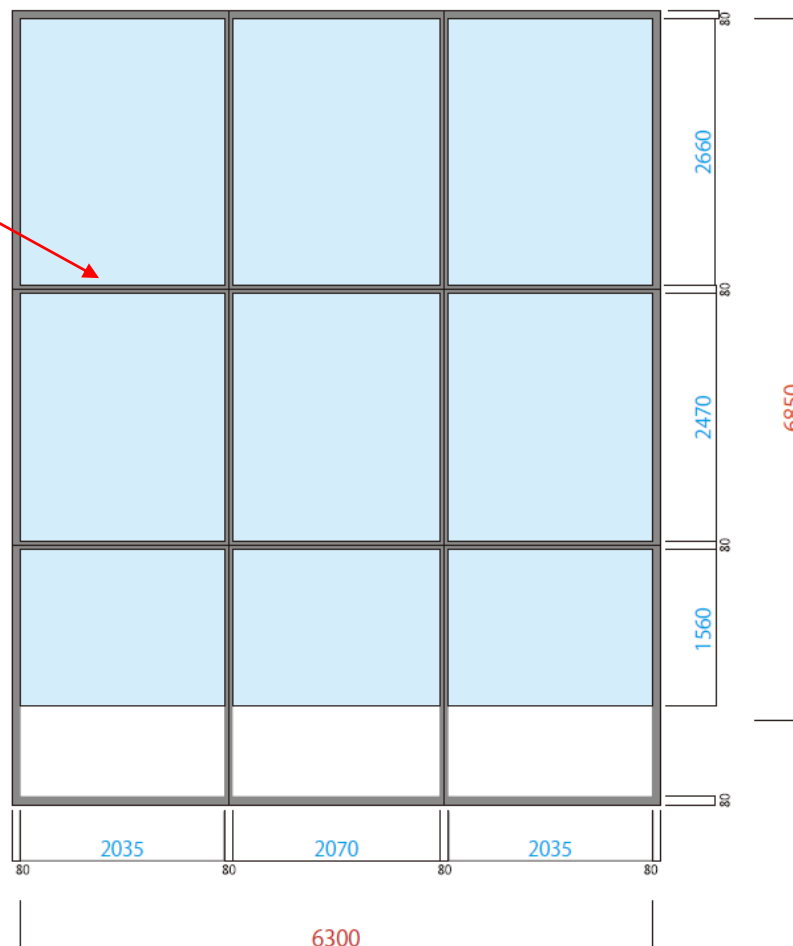
入稿フォーマット『Illustrator CC』

・入稿サイズ：W6,300×H6,850

※ガラスのサッシュ格子の部分にもシートを貼る
想定サイズとなります。
格子貼りが不要な場合は事前にお申しつけください。

■渋谷宮下パーク FACADE GRASS

施工ガラス面外寸：w6300×h6850mm



■南街区屋外エスカレーター上部ファサード

入稿フォーマット『Illustrator CC』

・入稿サイズ：W19,288×H4,168

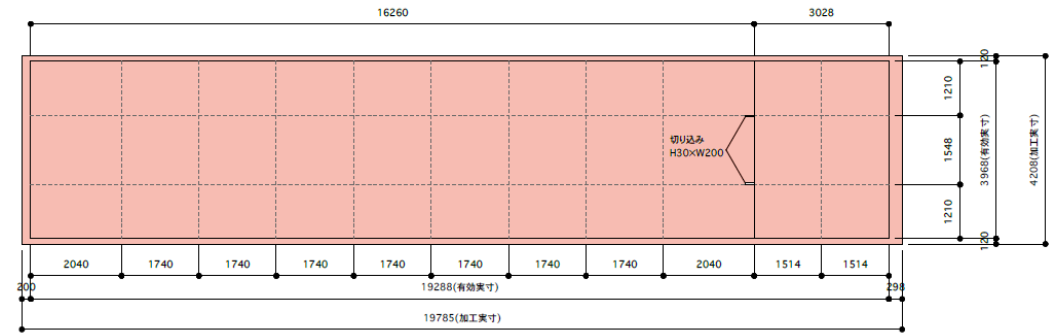
入稿サイズは加工寸法で、
有効寸法内にメイングラフィックがおさまる様に
四方を伸ばして下さい。

有効寸法:W19288×H3968mm

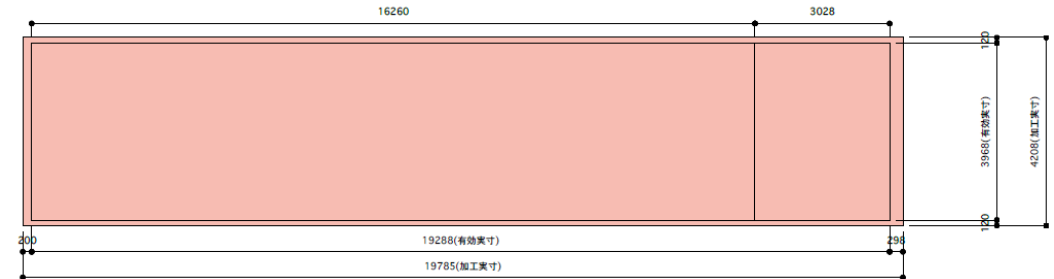
加工寸法:W19758×H4208mm

※天面と裏面の両面張りもしくは片面貼りが可能です。

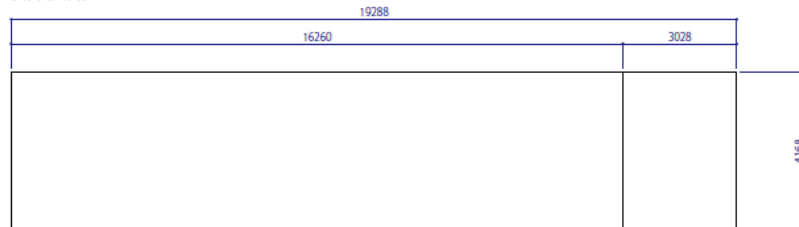
表面(天面)



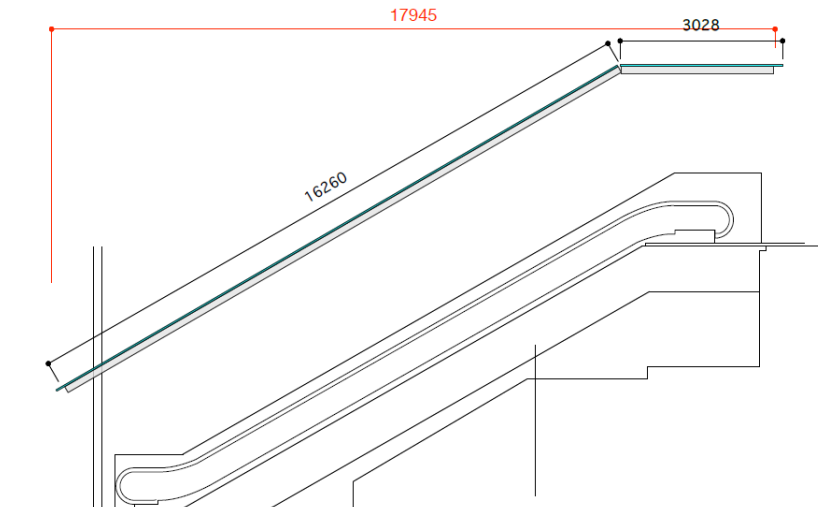
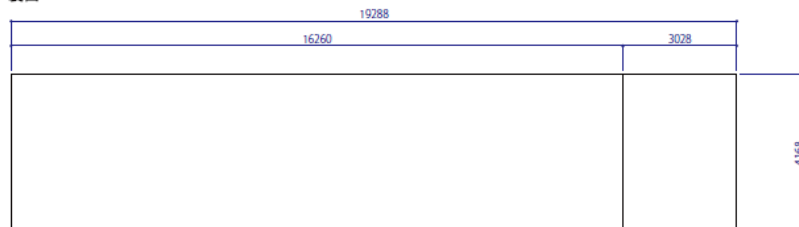
裏面



表面(天面)



裏面



Option

MIYASHITA PARKの玄関口となる南側出入口の屋外媒体と合わせて実施することで、さらに一体感を持たせ、印象強く実施いただけるオプションメニューです。

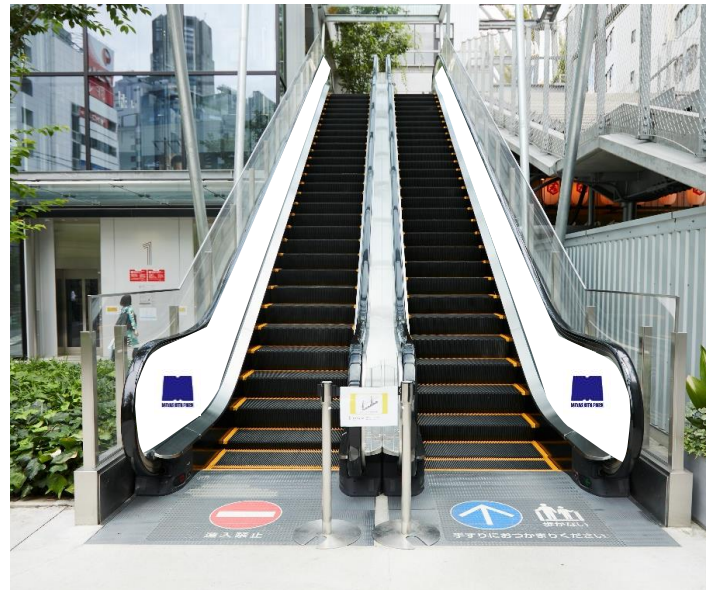
媒体費（グロス金額）
400万円

※14日間露出補償

■ エスカレーター 手すりガラス面

制作
関連費

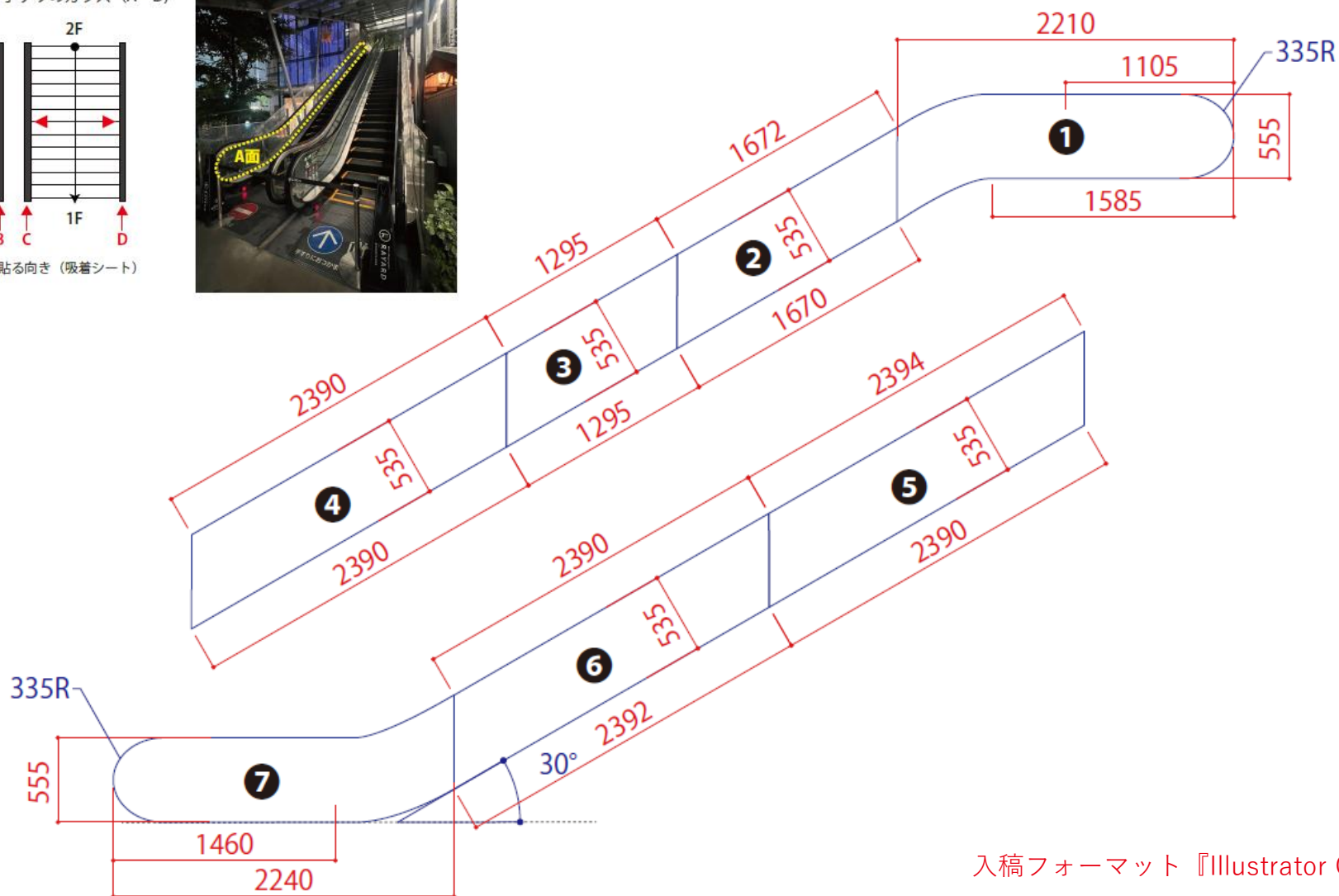
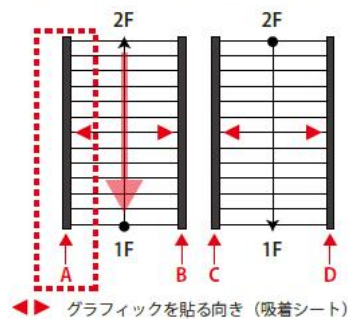
300万円（税別）



- オプションメニューのみの販売は行っておりません。
- サイズ/仕様/制作施工費は別途協議となります。
- 制作・施工は、原則指定の施工会社となります。
- 掲出期間は14日間を基本単位とし、初日を取り付け日、最終日の夜間を取外作業日として想定します。別途枠表をご確認下さい。
- 掲出実施については、渋谷区との要協議となります。
- 掲出実施の際は、渋谷区への「屋外広告物申請」「都市計画変更届」の申請が必要となります。
- 悪天候などにより、途中撤去が必要な場合がございます。
- 申込以前の広告主確認及び、意匠審査での許可を経て、掲出となります。

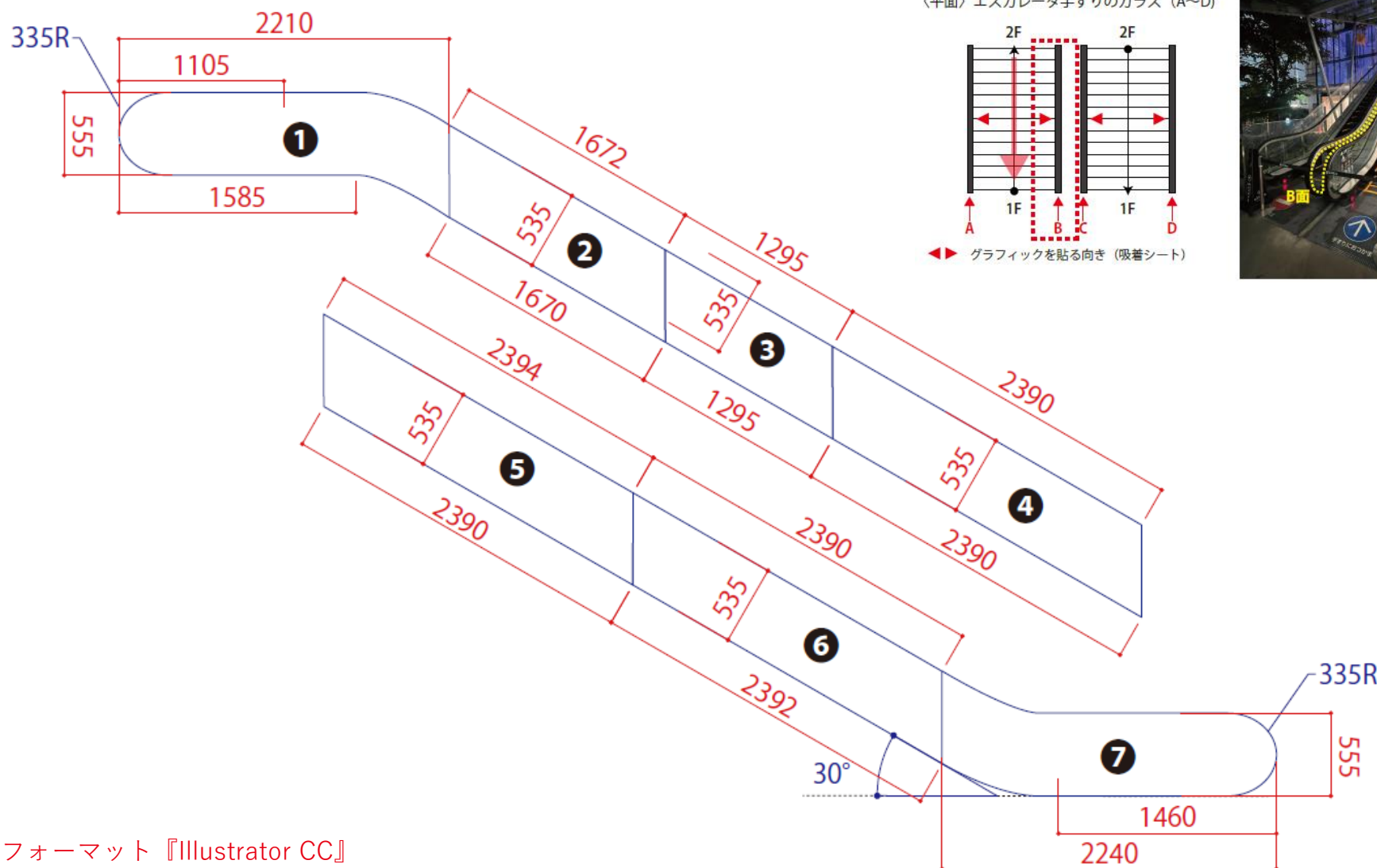
■手すりガラスA面 ・ 入稿サイズ：①～⑦のデータをご準備ください

〈平面〉 エスカレータ手すりのガラス (A～D)



入稿フォーマット 『Illustrator CC』

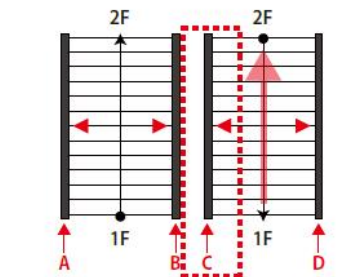
■手すりガラスB面 ・入稿サイズ：①～⑦のデータをご準備ください



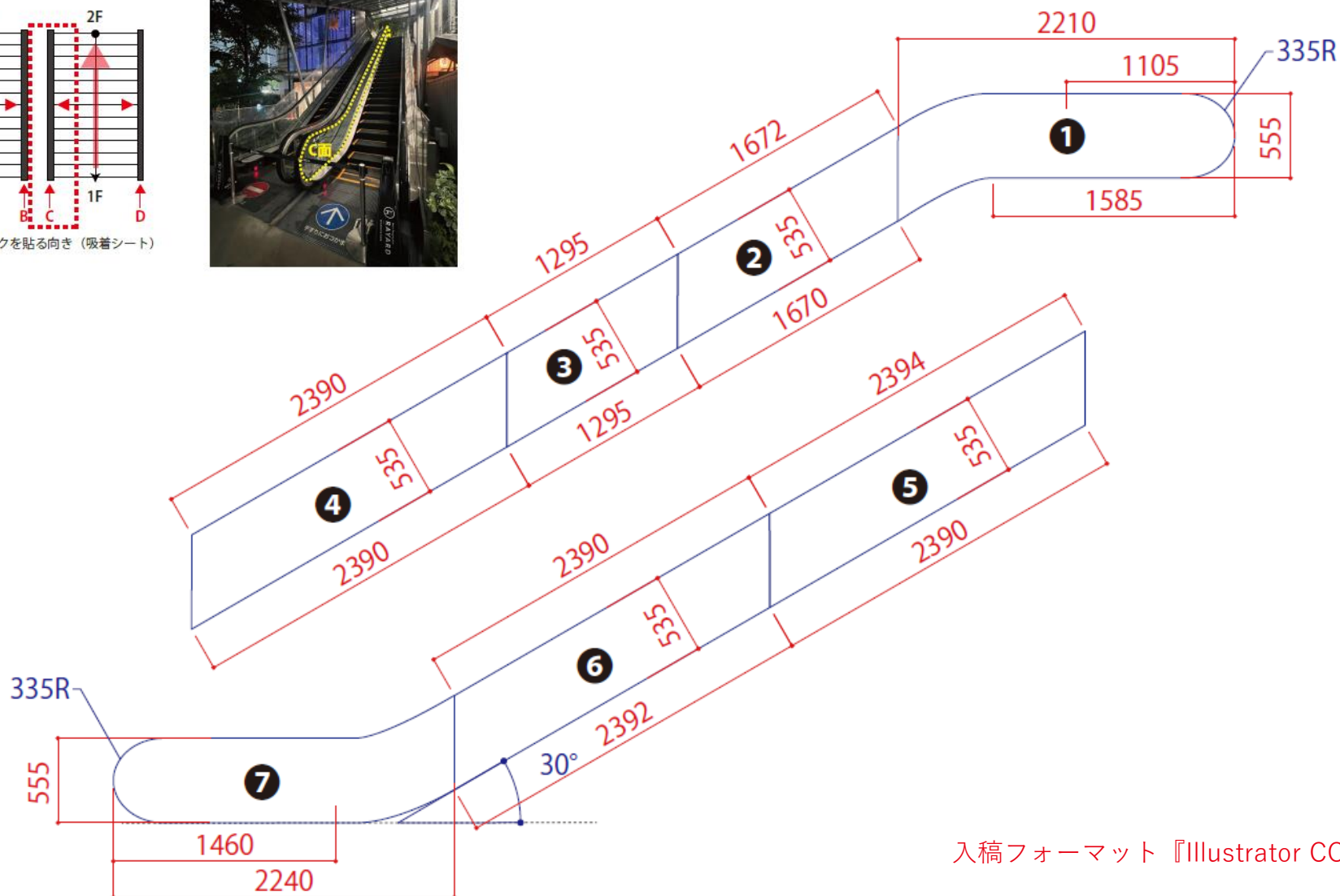
入稿フォーマット 『Illustrator CC』

■手すりガラスC面 ・ 入稿サイズ：①～⑦のデータをご準備ください

〈平面〉 エスカレータ手すりのガラス (A～D)

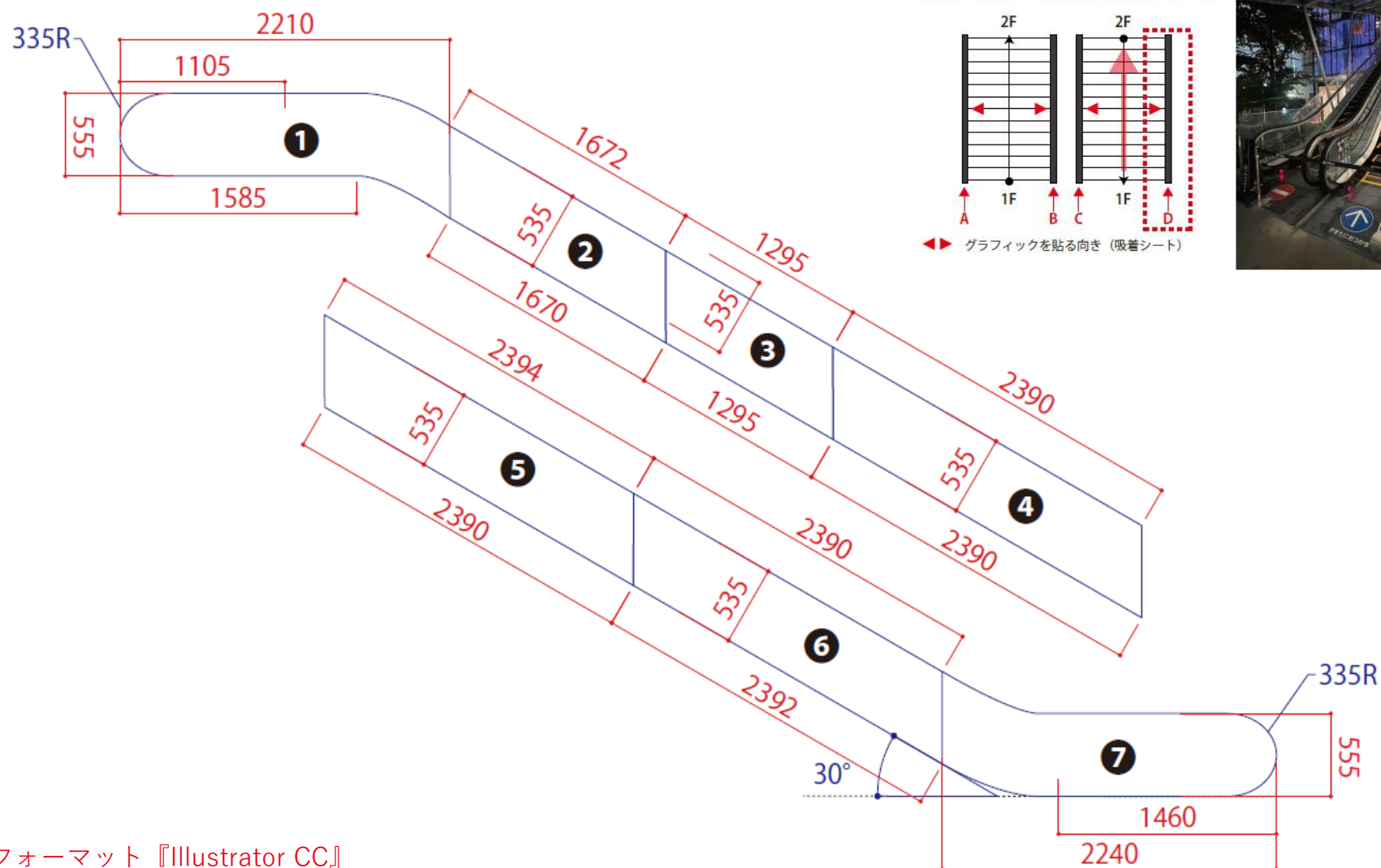


◀▶ グラフィックを貼る向き (吸着シート)



入稿フォーマット 『Illustrator CC』

■手すりガラスD面 ・入稿サイズ：①～⑦のデータをご準備ください



入稿フォーマット 『Illustrator CC』

Option

MIYASHITA PARKの玄関口となる南側出入口の屋外媒体と合わせて実施することで、さらに一体感を持たせ、印象強く実施いただけるオプションメニューです。

媒体費（グロス金額）

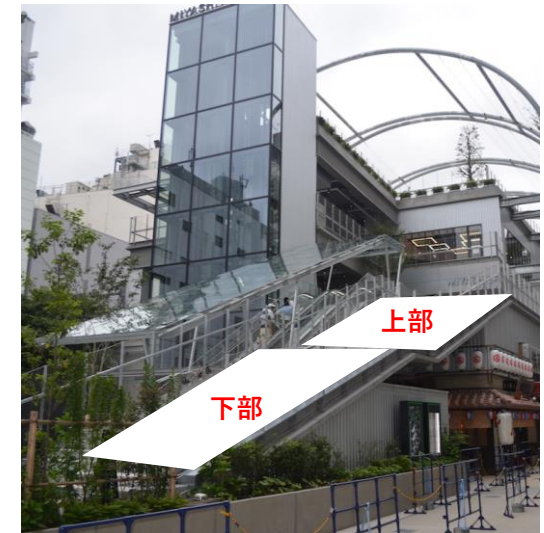
600万円

※14日間露出補償

■階段蹴込 上部/下部

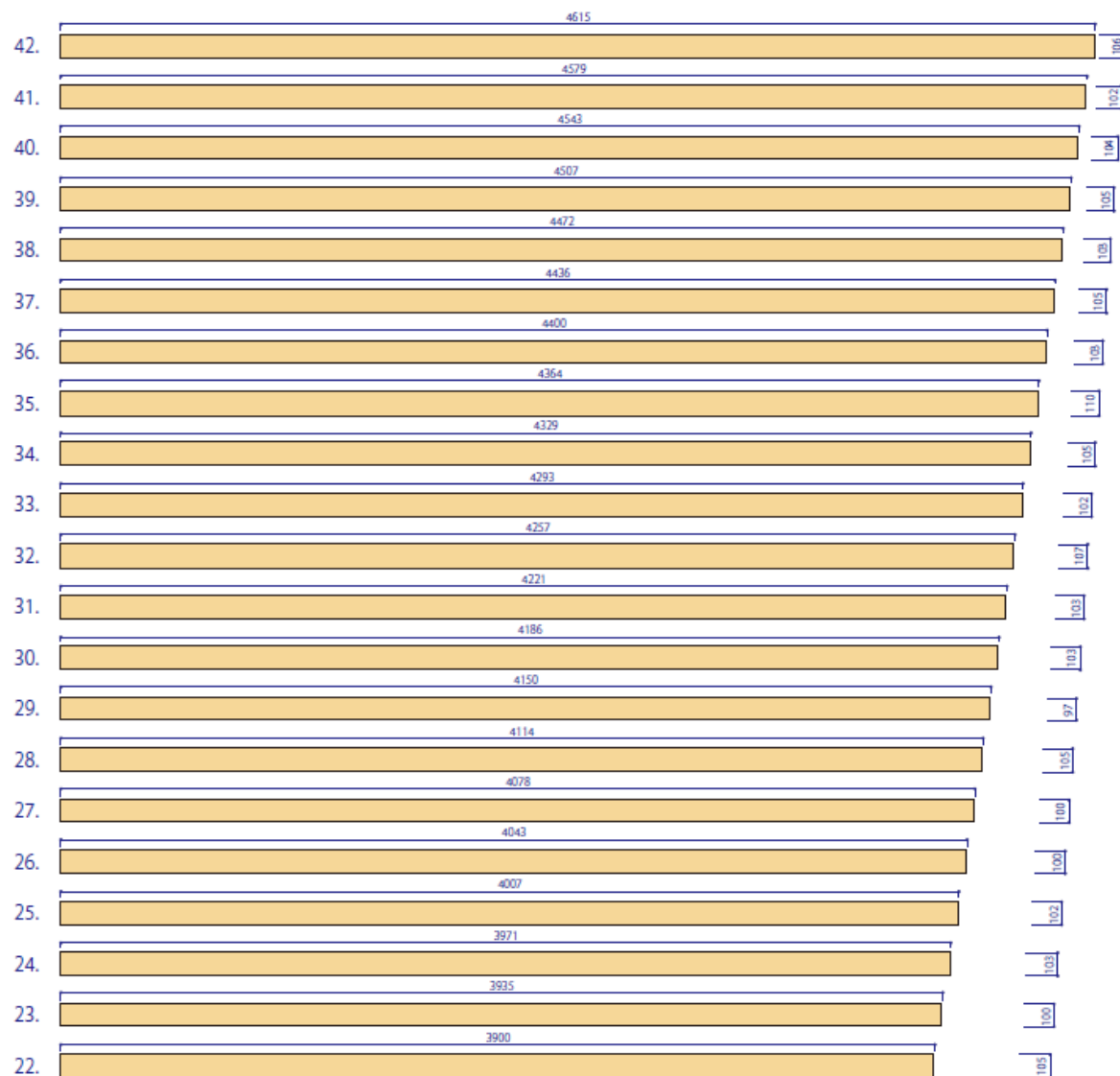
制作
関連費

180万円（税別）

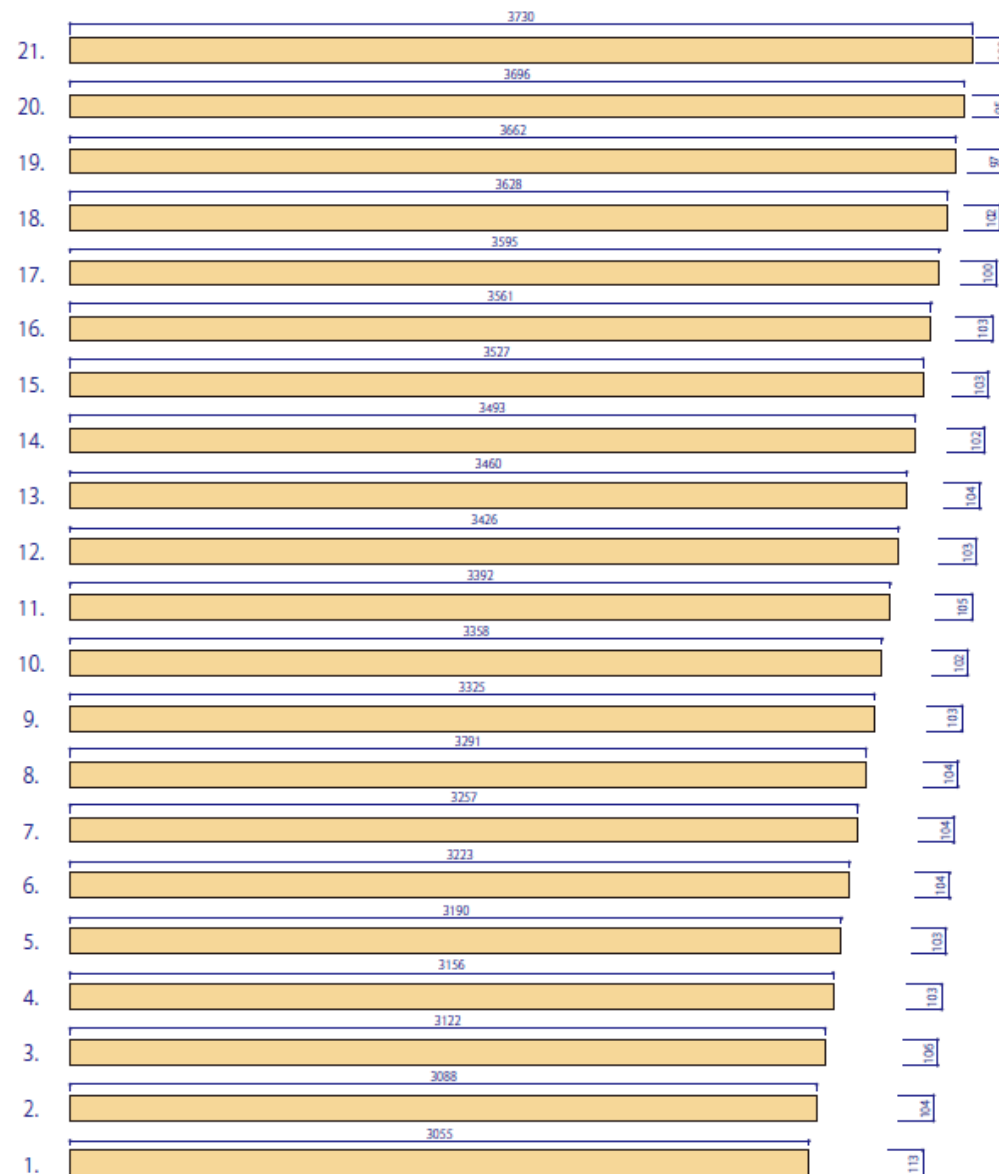


- オプションメニューのみの販売は行っておりません。
- サイズ/仕様/制作施工費は別途協議となります。
- 制作・施工は、原則指定の施工会社となります。
- 掲出期間は14日間を基本単位とし、初日を取り付け日、最終日の夜間を取外作業日として想定します。別途枠表をご確認下さい。
- 掲出実施については、渋谷区との要協議となります。
- 掲出実施の際は、渋谷区への「屋外広告物申請」「都市計画変更届」の申請が必要となります。
- 悪天候などにより、途中撤去が必要な場合がございます。
- 申込以前の広告主確認及び、意匠審査での許可を経て、掲出となります。

■階段蹴込 上部（全21ステップ） ・ 入稿サイズ：下記図面通り



■階段蹴込 下部（全21ステップ） ・ 入稿サイズ：下記図面通り



南街区ファサード広告の実施には、MIYASHITA PARKの賑わい創出を
考慮したいずれかの条件を満たしていただくことが必要となります。

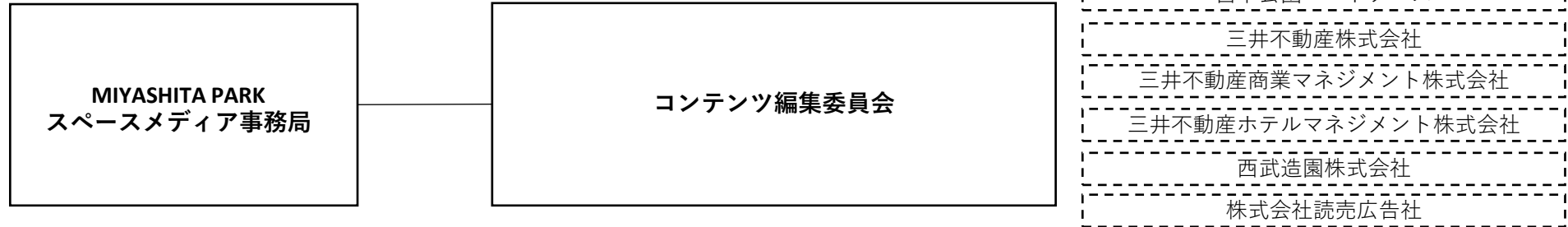
条件 1 区立宮下公園の賑わい創出	①	②			
	公園へのCSR協賛	自主事業イベント協賛			
OR	+	+			
	なし	なし			
条件 2 RAYARD MIYASHITA PARK Sequence MIYASHITA PARK の賑わい創出			③	④	⑤
			館内 レギュラー媒体 の実施	ホテル ラウンジでの イベント実施	RAYARD MIYASHITA PARK 出店者様
上記いずれかの条件を満たす場合	+	+	+	+	+
	南街区 ファサード広告	南街区 ファサード広告	南街区 ファサード広告	南街区 ファサード広告	南街区 ファサード広告

下記の体制・審査フローにて「MIYASHITA PARK POLICY」を軸に、
実施可否掲出企業の審査を行います。

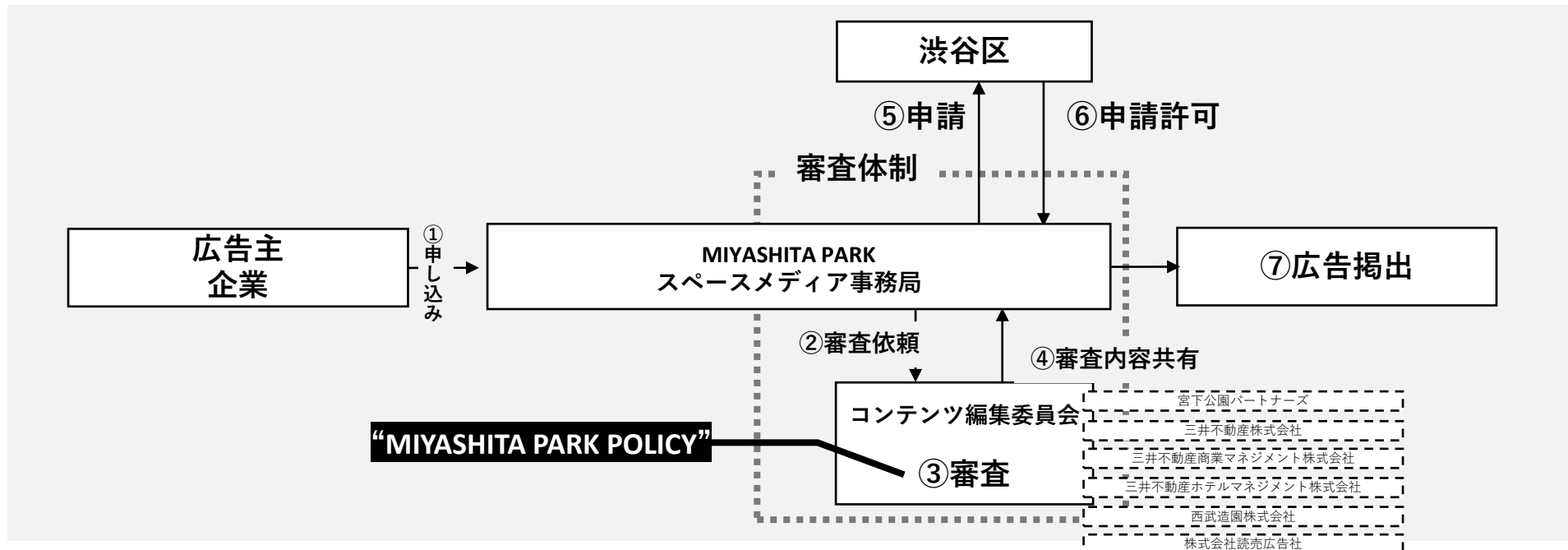
■体制図

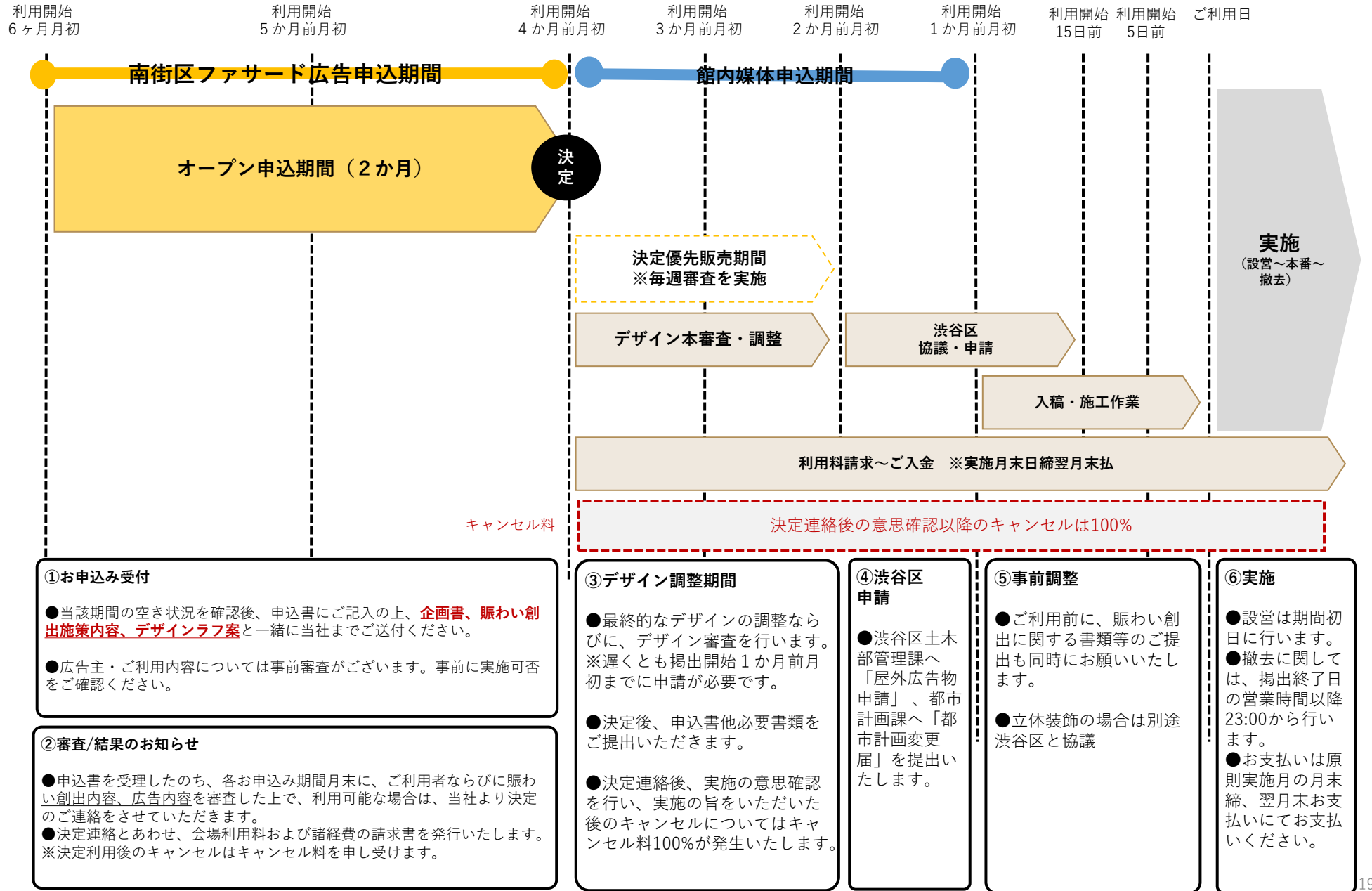
受付窓口・管理

審査 <審査事項> 広告主/デザイン/販わい創出



■審査フロー





自主審査の基準（MIYASHITA PARK南街区ファサード広告物ルール）

MIYASHITA PARKにおいて掲出する広告物等の適正な管理を行うため、MIYASHITA PARKスペースメディア事務局及び第三者機関コンテンツ編集委員会（宮下公園パートナーズ、三井不動産株式会社、三井不動産商業マネジメント株式会社、三井不動産ホテルマネジメント株式会社、西武造園株式会社、株式会社読売広告社）からなる審査委員会による確認・意見・指示を行う審査体制のもと、審査にあたる。その審査の基準を以下の通り定めます。

前提となる基準

○掲出する広告物は、次の要件を満たすものでなければなりません。

- ・南街区ファサード広告物は、公園・商業施設・ホテルを問わず、MIYASHITA PARKに賑わいをもたらす施策と連動する内容であること。
- ・従って、連動する施設の各規約を同時に満たさなければならない。
- ・その上で、MIYASHITA PARK POLICYのコンセプトである「感性のセッションを共に」を考慮したデザインであること。

○掲出する広告物の規格

- ・広告物の掲出面積や表示位置は、東京都屋外広告物条例及び別添施行規則で定める規格を参考にすること。
- ・その他、本事務局が必要と認めた要件。
- ・法令などの新設、改廃、その他の事情により利用者の了承を得ることなく、本基準の規定を予告なく変更することがあります。

禁止事項

○掲出する広告物はその広告物の色彩、意匠その他のデザインが、次の各号のいずれかに該当するものは、これに掲載しない。

- ・来園・来館者の誤解を招くような広告物。
- ・各広告面に過半に高彩度の色を使用しないこと。

注意事項

○デザイン審査

- ・MIYASHITA PARKの正面玄関であることを考慮しつつ、全体との調和を保つよう配慮すること。
 - 1) 極度に調和を乱すような色彩や装飾でないこと。
 - 2) 一部の人々に不快感を与える恐れのある意匠とならないこと。
- ・文字等を手段とする表現は適切な範囲に留め、デザインが主体となるよう大きさに留意すること
- ・本広告物は、MIYASHITA PARK入り口に位置するため、来園・来館者の滞留を招くような、難解な内容は避けること。
- ・その他、来園・来館者の安全を阻害するおそれのないものであること。

次に掲げる業種・商品・サービスは掲出を許可しない

- ・ 風俗営業（風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第2条第1項各号に規定する風俗業その他これに準ずる業種）
- ・ 風俗営業類似の業種
- ・ 消費者金融業
- ・ たばこ
- ・ ギャンブルにかかるもの（公営競技及び宝くじを除く）
- ・ 反社会的勢力（暴力団、暴力関係企業もしくはこれらに準ずるものまたはその構成員）
- ・ 政治宣伝（特定の政党、政派の政治宣伝が目的とみなされるもの、立候補予定者の事前宣伝とみられるものは承認しない。）
- ・ マルチ商法
- ・ 出会い系サイト・マッチングアプリ
- ・ 宗教宗派及びそれに関わる出版・印刷物
- ・ 興信所、探偵事務所等
- ・ 占い、運勢判断に関するもの
- ・ 規制対象になっていない業種においても、社会問題を起こしている業種や事業者
- ・ その他上記に類するとみなすもの
- ・ （コンテンツ編集委員会）が不適切と認めたもの

次に掲げる業種・商品・サービスは、次に掲げる内容規制に沿うもののみ掲出を許可する

- ・ 病院・医院

内容規制

●平成20年11月4日付 厚生労働省医政局総務課による「医療広告ガイドライン」を遵守する。

- ・ 美容・エステティックサロン

内容規制

●社団法人日本エステティック協会、または社団法人日本エステティック業協会の会員企業、もしくは相当の組織及び実績があると（コンテンツ編集委員会）が認めた企業。

●事前デザインチェック（表現によっては掲出を認めない場合がある）。

●医療行為と誤解を与える表現や、医学的な効果を得られるかのような表現は不可。

- ・ 弁護士・司法書士・行政書士に関する広告

内容規制

●事前デザインチェック

（チェックの際は日本弁護士連合会の定める広告に関する規定・運用指針に基づく。表現によっては掲出を認めない場合がある）。

- ・ 酒類

内容規制

●「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」「お酒は20歳になってから」等、未成年飲酒防止のコピーを付加すること。

- ・ 出版

内容規制

- 原則として市販されている書籍・雑誌の広告を対象とする。
- 出版広告の形式をとりながら選挙の事前運動等の売名行為が主な目的の表現内容は不可とする。

- ・ 映画

内容規制

- 映倫（映画倫理委員会）によるR18指定映画の告知は不可。
- R15、PG 指定映画については、審査の上承認する（作品の内容・表現によって許可しない場合がある）。

- ・ ゲームソフト

内容規制

- CERO（コンピュータエンターテインメントレーティング機構）による年齢区分マークZ 指定のゲームソフトの告知は不可。
- 年齢区分B、C、D 指定のものについては審査の上承認する（ゲームの内容・表現によって許可しない場合がある）。

- ・ 医薬品

内容規制

- 医薬品等適正広告基準等に則った表示を行うこと
- 「治る」「やせる」「軽くなる」等の効果効能を確約するような表示をしないこと。

- ・ コンタクトレンズ

内容規制

- 「コンタクトレンズは医療器具です。眼科医の処方により、正しくご使用ください」の主旨の表示が必要。

- ・ 不動産業

内容規制

- 公正競争規約による表示規制。

（責任、目的の明確性）

- ・ 責任の所在が不明確なもの
- ・ 内容、目的が不明確なもの

（法令違反）

- ・ 関係諸法規に違反、またはその恐れがあるもの

（虚偽、誇大、誤認、比較広告、差別・プライバシー侵害、名誉毀損）

- ・ 虚偽、誇大、または不正確で誤認を与える恐れのあるもの
- ・ 自己の優位性を強調するために、ほかを引き合いに出す広告で不適当な表現のもの
- ・ 人種、民族、身分・地位、地域、職業、性別、病気・障害などについて差別するものや、プライバシーの侵害、セクシュアルハラスメントなど、人権を侵害する恐れのあるもの
- ・ 他者の名誉を棄損、あるいは中傷・誹謗する恐れのあるもの
- ・ 病気や体質、老い等について過度にネガティブな表現

（反社会的勢力関連）

- ・ 反社会的、非道徳的な内容で社会秩序を乱す恐れのあるもの
- ・ 反社会的勢力の活動を助長し、または反社会的勢力の運営に資する恐れのあるもの

（政治・宗教、詐欺、非科学的・迷信）

- ・ 政治活動、宗教活動、及び個人的宣伝等に係るもの
- ・ 詐欺的なもの、またはいわゆる不良商法と見なされるもの
- ・ 非科学的、または迷信に類するもので、来街者を惑わせたり、不安を与える恐れのあるもの

（知財、著作権）

- ・ 他者の名義、写真、談話および商標、シンボルマーク、著作物、特許権などを無断で使用したもの

（射幸心、水着・裸体、暴力・犯罪・わいせつ、賭博）

- ・ 投機、射幸心などを著しくあおる恐れのあるもの
- ・ 水着姿、裸体姿等で広告内容に無関係で必然性がないもの。ただし広告内容に関連するなど、表示する必要性があるものは都度検討する
- ・ 暴力、犯罪を肯定し、助長するような表現
- ・ 暴力又はわいせつ性を連想、想起させるもの
- ・ 醜悪、残虐、猟奇的等で不快感を与えるもの
- ・ 違法賭博、ギャンブル（公営競技及び宝くじを除く）等を肯定するもの
- ・ 青少年の健全な育成を妨げる恐れのあるもの

（微妙な表現）

- ・ 裁判中、係争中または将来係争に発展する可能性があり、争点そのものに関連すると当社が判断するもの。ただし、客観的な事実の表現にとどまり相手を中傷・誹謗していない、過激な表現や不確実な主張をしていない、公共性があるなどと当社が認めたものに限り実施できます
- ・ 意見広告などで国内世論が大きく分かれているもの

（ロケーションオーナーへの被害抑制）

- ・ MIYASHITA PARKもしくはその関係者の信用棄損、業務妨害などの恐れのあるもの
- ・ MIYASHITA PARKもしくはその関係者の社会的評価、当施設の品位を低下させるとされるもの
- ・ 事実と反して、MIYASHITA PARKもしくはその関係者が広告主を支持、またはその商品、サービスなどを推奨あるいは保証しているかのような表現のもの
- ・ 広告の実施によって、MIYASHITA PARKもしくはその関係者が不利益を被る恐れがあるもの

（その他）

- ・ その他、公共の場にふさわしくないと判断するもの、（コンテンツ編集委員会）が不適当と認めたもの
- ・ MIYASHITA PARKの利用権の全部または一部を第三者へ譲渡・転貸すること
- ・ 屋外広告物条例を満たさないもの