



MIYASHITA PARK POLICY/宮下公園内広告

2022.03.01

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。

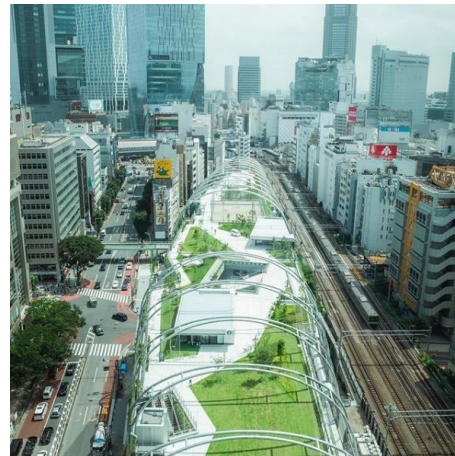
そんなMIYASHITA PARKにしかない、賑わいを創り出したいから。

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。



■渋谷区立宮下公園 アートウォール

宮下公園の特徴でもある芝生ひろば、その北側に位置するカーリフト外壁の広告盤面です。芝生ひろばでくつろぐ多くの方からの視認性の高い媒体となります。



**カーリフト
外壁**



サイズ	A/ 45㎡ (5,000×9000) B/22㎡ (4,000×5.500)	仕様	出力シート貼り
3ヵ月 (13週) 掲出料	1,500万円 (税別)		
6ヵ月 (26週) 掲出料	2,000万円 (税別)		
12ヵ月 (52週) 掲出料	2,500万円 (税別)		

- 制作・施工費は別途となります。制作・施工は、指定の施工会社となります。
- 意匠については要協議となります。
- 掲出期間は3か月を基本単位といたします。
- 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。
- 宮下公園パートナーズによるMIYASHITA PARK POLICYに基づく自主審査を行います。その後、第三者評価機関の審査を経て掲出となります。以上のフローの中で、不適切と認められたものは掲出することが出来ません。P.10以降の広告掲出規則ルールをご参照下さい。
- 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。
- 看板照明あり (ABともに)

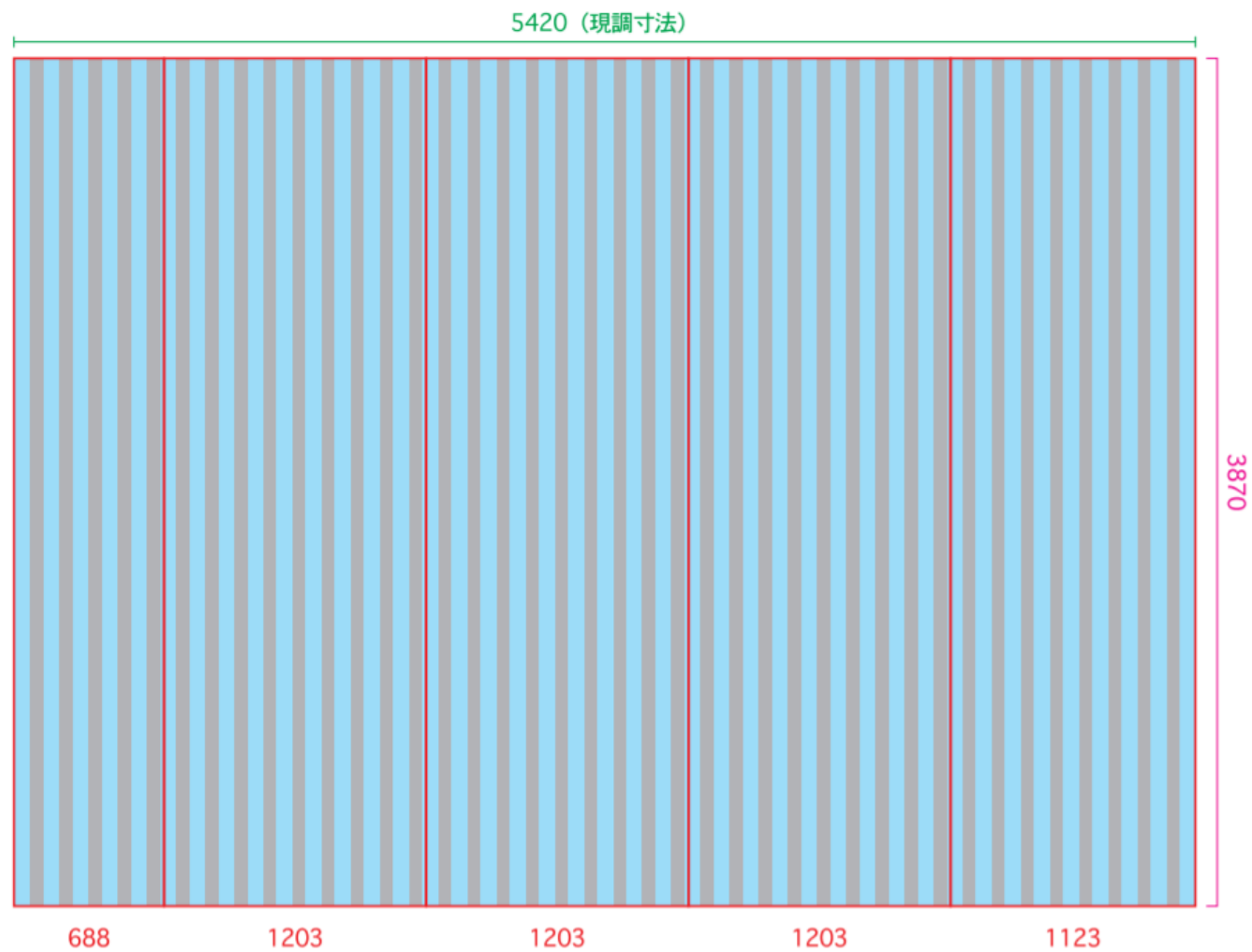
■ 渋谷区立宮下公園 アートウォール

A面



■ 渋谷区立宮下公園 アートウォール

B面



■渋谷区立宮下公園 美竹ブリッジ

RAYARD MIYASHITA PARK館内と、宮下公園を繋ぐ美竹ブリッジの内側壁面の広告媒体です。施設内への導線上にあり、トラフィックの多い媒体となっております。

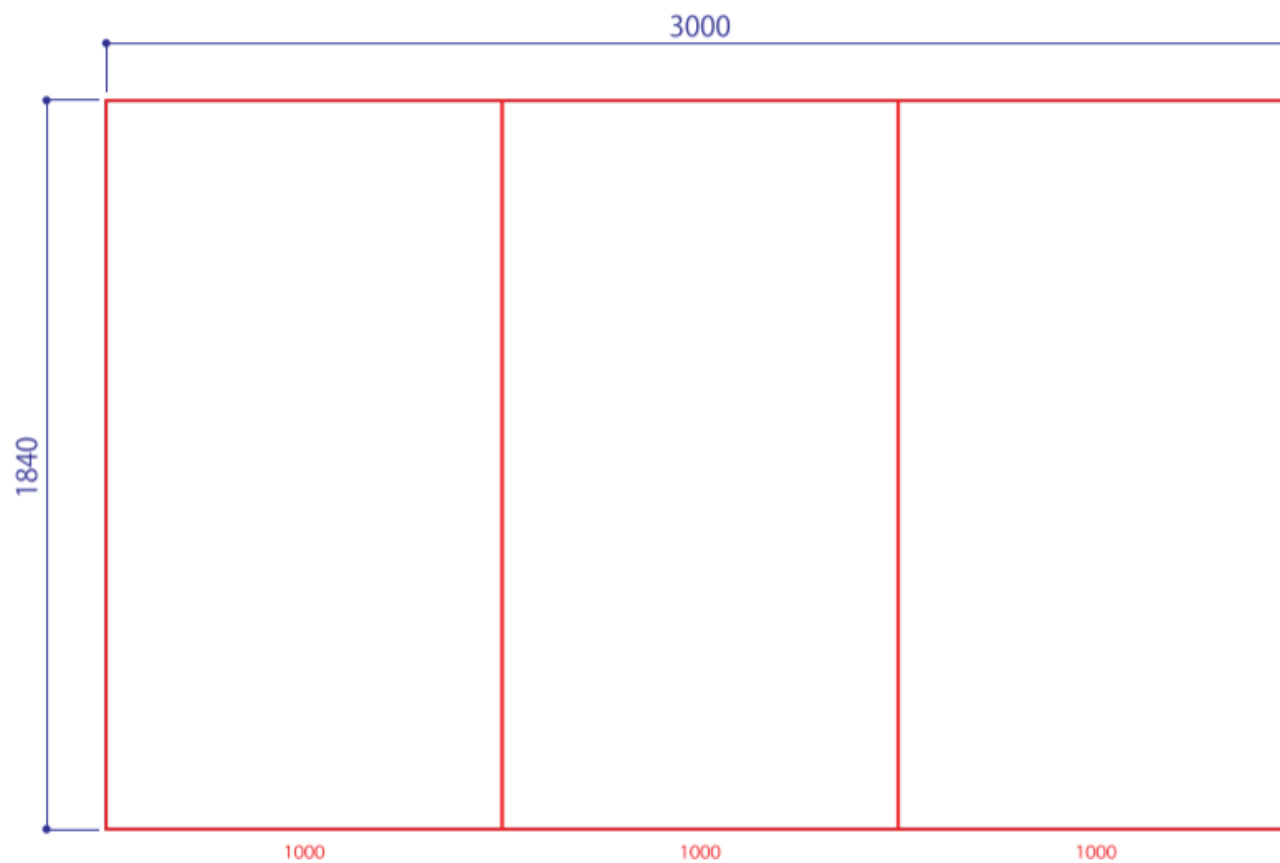


サイズ	5.22㎡ (H1.8m × W2.9m × 1面)	仕様	ターポリン
3ヵ月 (13週) 掲出料	1,000万円 (税別)		
6ヵ月 (26週) 掲出料	1,500万円 (税別)		
12ヵ月 (52週) 掲出料	2,000万円 (税別)		

- 制作・施工費は別途となります。制作・施工は、原則指定の施工会社となります。
- 意匠については要協議となります。
- 掲出期間は3か月を基本単位といたします。
- 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。
- 宮下公園パートナーズによるMIYASHITA PARK POLICYに基づく自主審査を行います。その後、第三者評価機関の審査を経て掲出となります。以上のフローの中で、不適切と認められたものは掲出することが出来ません。P.10以降の広告掲出規則ルールをご参照下さい。
- 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。
- 看板照明なし（道路上の為設置不可）

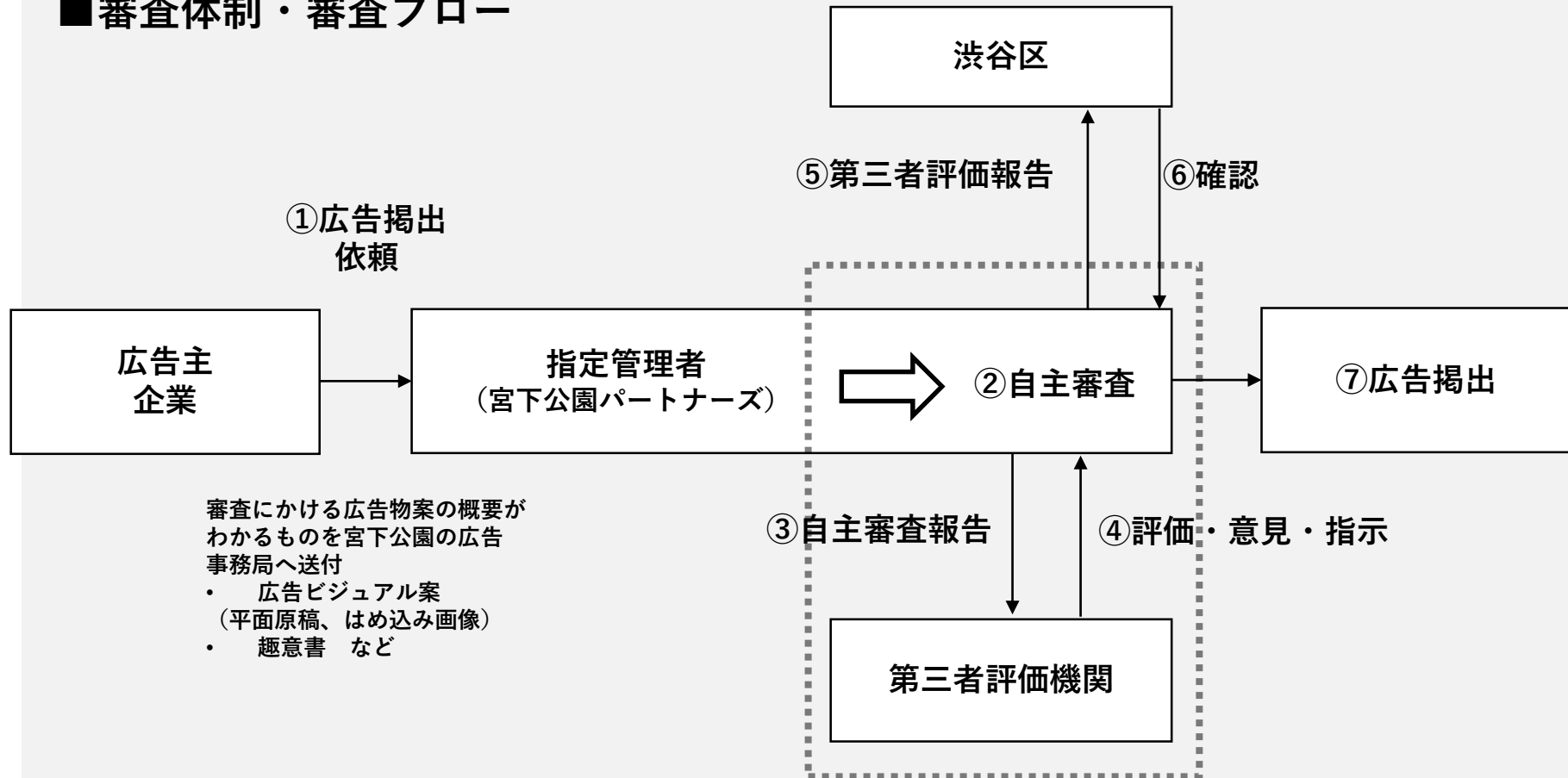
■ 渋谷区立宮下公園 美竹ブリッジ

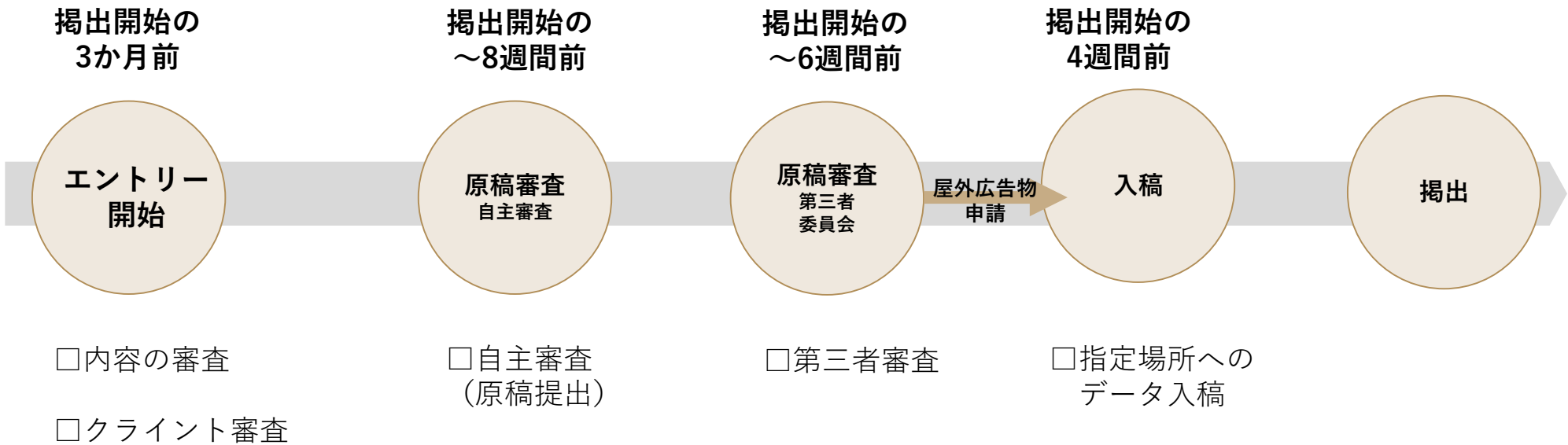
・ W3000×H1800



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

■ 審査体制・審査フロー





※上記スケジュールに合わない場合は、掲出が遅れる場合がございます。

■渋谷区立宮下公園広告掲載基準■令和3年10月

(趣旨)

渋谷区立宮下公園広告は、公共性が高い公園に掲出され、公園利用目的で訪れる利用者の目に触れるものとなるため、美観風致を損ねず、公園を利用する者の妨げにならないように基準を定め、広告掲載の可否については、この基準に基づき判断を行うものとする。

自主審査の基準（宮下公園広告物ルール）

宮下公園において掲出する広告物等の適正な管理を行うため、指定管理者及び広告業務に精通する有識者による自主審査と、自主審査内容に対して景観等に関する有識者からなる第三者評価機関による確認・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る。なお、法令などの新設、改廃、そのほかの事情の変化によって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る。

期間

○基本掲出期間は、最短3ヶ月から最長1年間とする。

- ・3ヶ月よりも短い期間の掲出に関しては、内容により協議し審査を行うものとする。
- ・1年を超えて掲出する場合は、継続にあたって再度申請・審査を行うものとする。

1 規制業種

次に掲げる業種、又は事業者の広告は掲載できない

- ・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
- ・酒類
- ・ギャンブルにかかるもの（公営競技及び宝くじを除く）
- ・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
- ・法律に定めのない医療類似行為を行うもの
- ・興信所、探偵事務所等
- ・占い、運勢判断に関するもの
- ・宮下公園パートナーズが不適切と判断した場合

2 広告掲載基準

下記に定める内容の広告は掲載することができません。

2-1 一般的基準

- 法令等に違反するもの又はその恐れがあるもの
- 公序良俗に反するもの又はその恐れがあるもの（2-1-1に具体的に示す）
- 消費者保護に反するもの又はその恐れがあるもの（2-1-2に具体的に示す）
- 人権侵害、差別、及び名誉毀損の恐れがあるもの
- 他を誹謗中傷又は排斥するもの
- 風俗営業等の規制、業務の適正化等に関する法律（昭和23年法令第122号）に規定する風俗営業および性風俗関連特殊営業等に係るもの
- 法律で禁止されている商品、無許可商品及び粗悪品等の不適切な商品又はサービスを提供するもの
- 非科学的又は迷信など、利用者を惑わせたり、不安を与える恐れがあるもの
- 政治活動、宗教活動、及び個人的宣伝等に係るもの
- 意見広告などで国内世論が大きく分かれているもの

2-1-1 公序良俗（青少年保護、育成の観点）

- 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
- 不快感を与える恐れのあるデザインでないこと
- 身体等の一部を強調するようなデザインでないこと
- 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

2-1-2 消費者保護

- 誇大な表現及び根拠のない表示や誤認を招くような表示
- 射幸心を著しく煽る表現
- 虚偽の内容を表示するもの
- 法令等で認められていない業種、商法、商品
- 国家資格等に基づかないものが行う療法、施術等
- 責任の所在が明確でないもの
- 広告の内容が明確でないもの
- 国、地方公共団体、その他公共機関が広告主又はその商品、サービス等を推奨、保証、指定等をしているかのような表現内容を含むもの

3 公園の景観に配慮したデザインガイド

(来園者への配慮)

- 公園本来の利用・活動の妨げとならない、景観を損なわない内容であること
- 来園者の安全を阻害するおそれのないものであること
- 来園者の誤解を招くような内容ではないこと

(公園景観および色彩に関する規定)

- 都市景観との調和を損なわないようトータルデザインを実現するものとする
- 周囲の景観と違和感のないような色彩やデザインであること
- 景観を損ねるような色彩やデザインでないこと
- 公園が提供する安らぎと潤いを損なわないように、広告面積の1/3以上について、明度は緑と馴染む中明度、彩度は緑が映える低彩度とすること

(渋谷らしさに配慮したデザイン)

- 文化創造都市渋谷にふさわしい、文化振興やスポーツ支援、多様性の振興などに資する内容であること
- 渋谷にくる多世代の人々の話題となるデザインで、宮下公園の賑わい創出に寄与するもの
- 先進的で情報発信をするデザインであること

(広告物に占める文字の制限)

- 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
- 広告面積に占める企業ロゴ、テキストが占める割合は2割までとする
- 判読に時間のかかる多数の文字等で来園者の流動を阻害しないこと

(記載以外については指定管理者判断になる旨)

- その他、宮下公園パートナーズが必要と認めた要件を満たすものであること
- 宮下公園パートナーズが不適切と判断した場合については、掲載を認めない