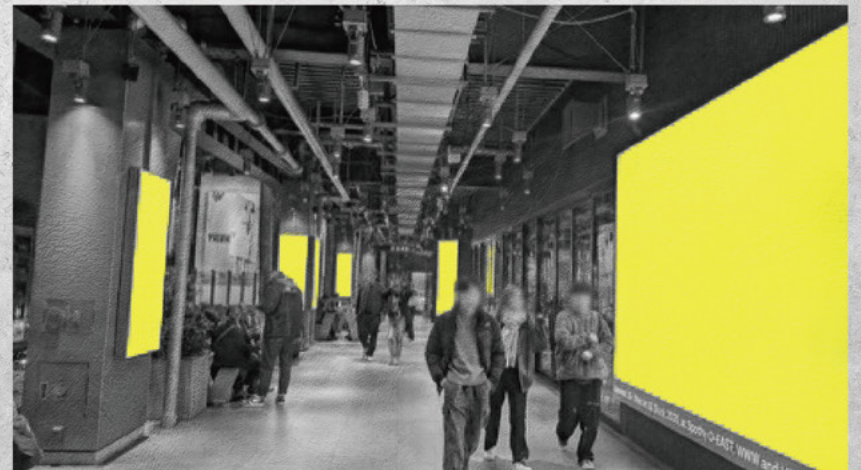
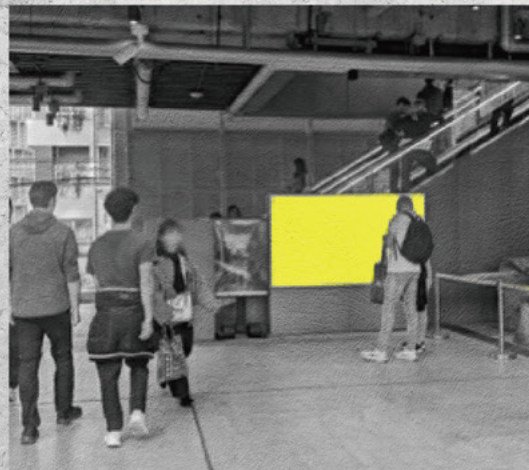


MIYASHITA PARK VISION JACK



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。



MIYASHITA PARK 概要

1-3階が商業施設。4階が公園。北側には直結型のホテル。
全長330mからなる多機能型の“低層複合施設”です。

渋谷区立宮下公園 SHIBUYAKURITSU MIYASHITA PARK

約1,000㎡の芝生ひろばと
渋谷カルチャーの融合

芝生ひろば(含むホテル前)



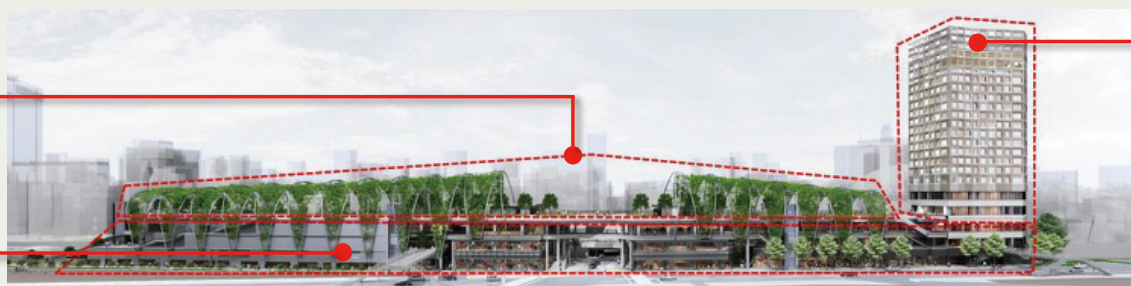
スケート場



多目的運動場

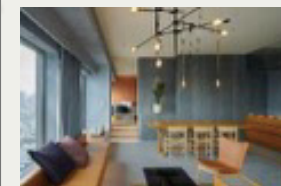


ボルダリングウォール



個性溢れるデザインの
次世代ライフスタイルホテル

ROOM



CAFE & LOUNGE



ART



TOP FLOOR



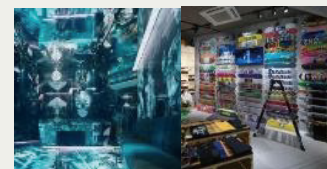
個性豊かな渋谷の
NEWストリート商業施設



FASHION



FOOD & DRINK



ART & MUSIC

MIYASHITA PARK サーキュレーション

MIYASHITA PARK 月間来場者数 (遊歩道歩行者含む)



1,700,000人

#miyashitapark

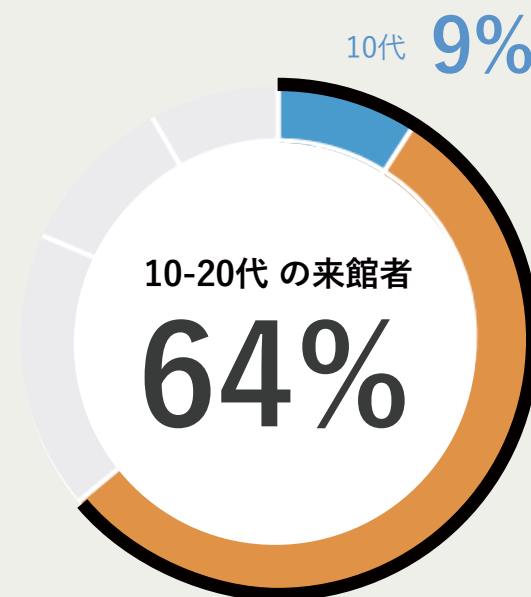


累計約**14万**件投稿

月平均約**2,000**件投稿

※2026/1現在、instagramより

「若者によるSNS発信の聖地」



来場者の多くが
10-20代の若年層

※出典 YOMIKOオリジナル調査 (2020)
「RAYARD MIYASHITA PARK開業時調査報告書」

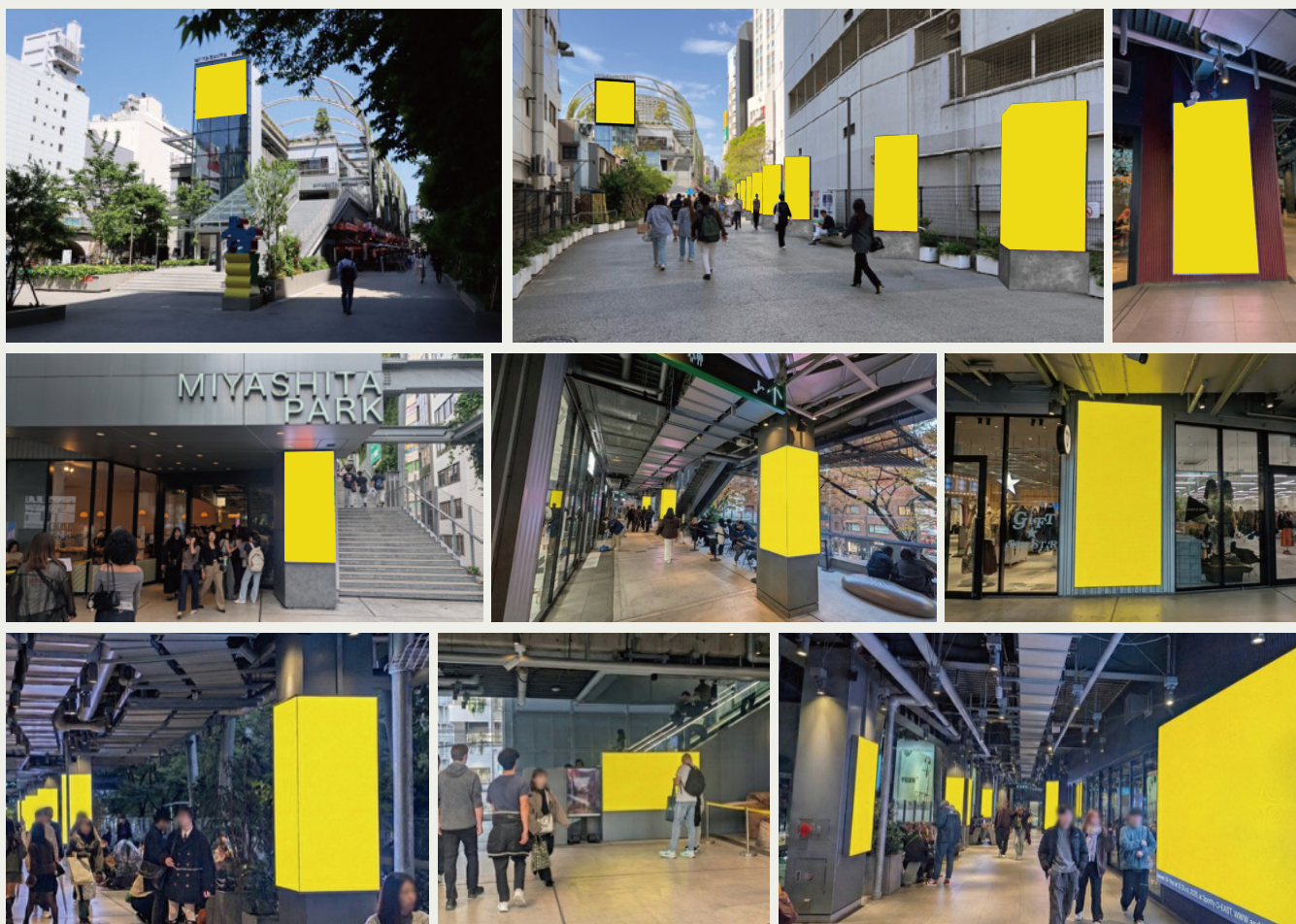
メディア 効果

TV **100**番組 ・ 他 **10,556** 媒体。広告効果 **85億2,483万円** を達成。

What's MIYASHITA PARK VISION JACK

MIYASHITA PARK全体を映像と音で包み込む、 圧倒的な没入型空間ジャックメディア

MIYASHITA PARK全域に58面のLEDビジョンを設置、館内の41面は全て音声出力に対応。58面シンクロ放映によって、空間全体を映像と音で包み込む圧倒的な演出が可能です。さらに1時間ロール内につき30分という異例の放映枠をご提供。圧倒的なリーチ力により、来館者の記憶に深く残る没入型の「エアージャック」を実現します。



圧倒的なスケールと没入感


 **58面の大型LEDビジョン
によるシンクロ放映**

視認性が高いロケーションを厳選

 **館内全域音声対応**（屋外エリアを除く）

映像と音による完全没入体験

柔軟でインパクトのある放送枠

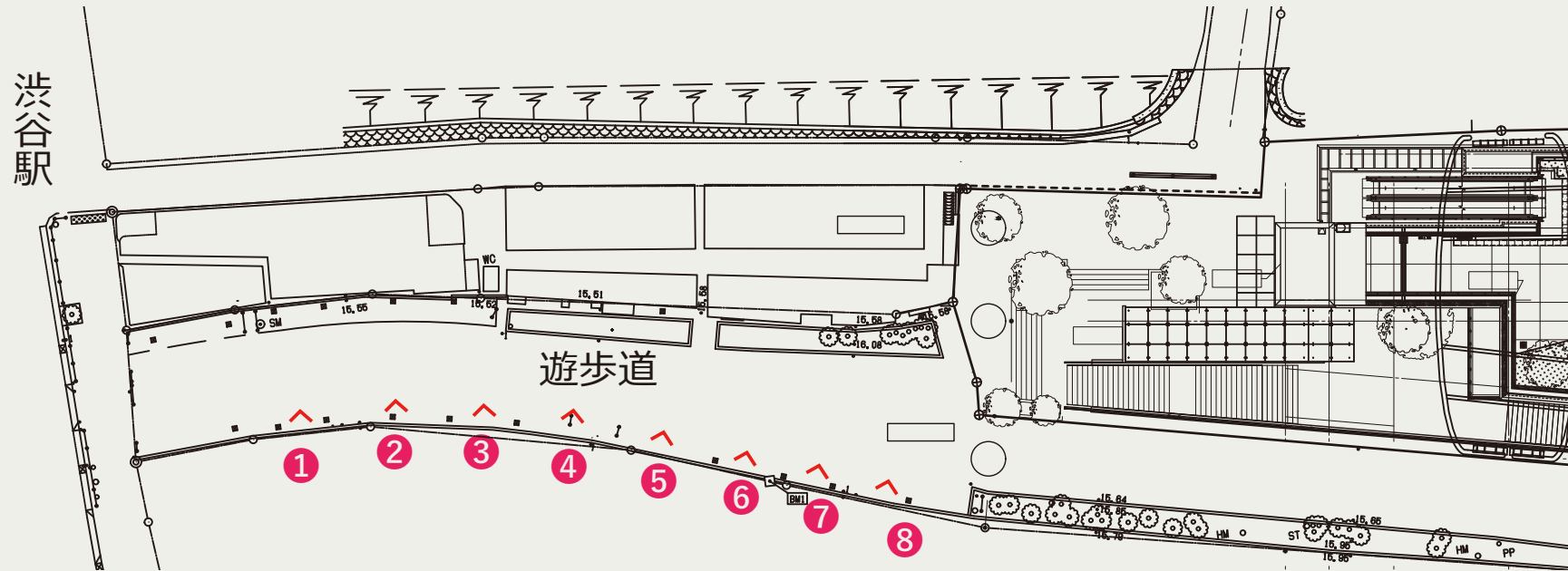
 **1時間ロールの内30分という
異例の広告枠**

長時間再生のリーチ力

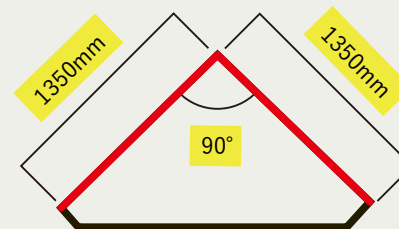
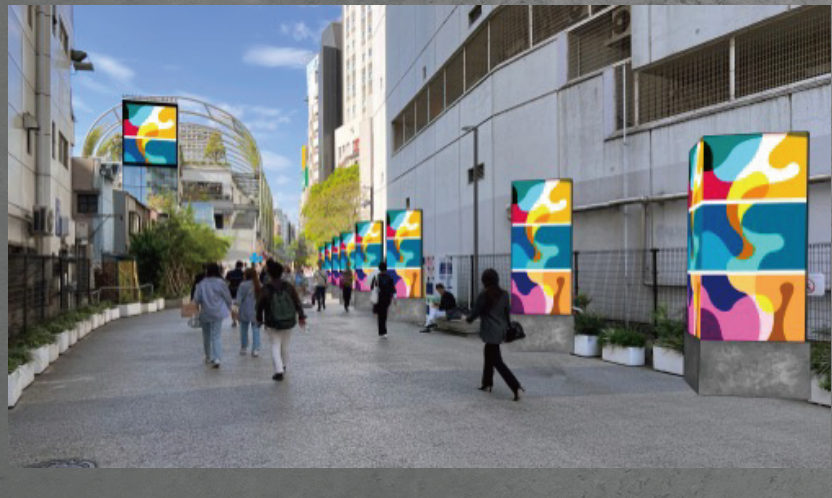
圧倒的な露出量で記憶に残る体験

 **異なる尺の複数動画組み合わせが可能**

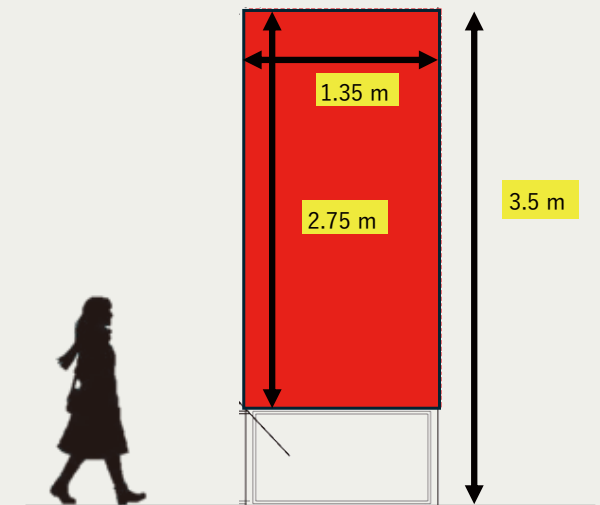
遊歩道



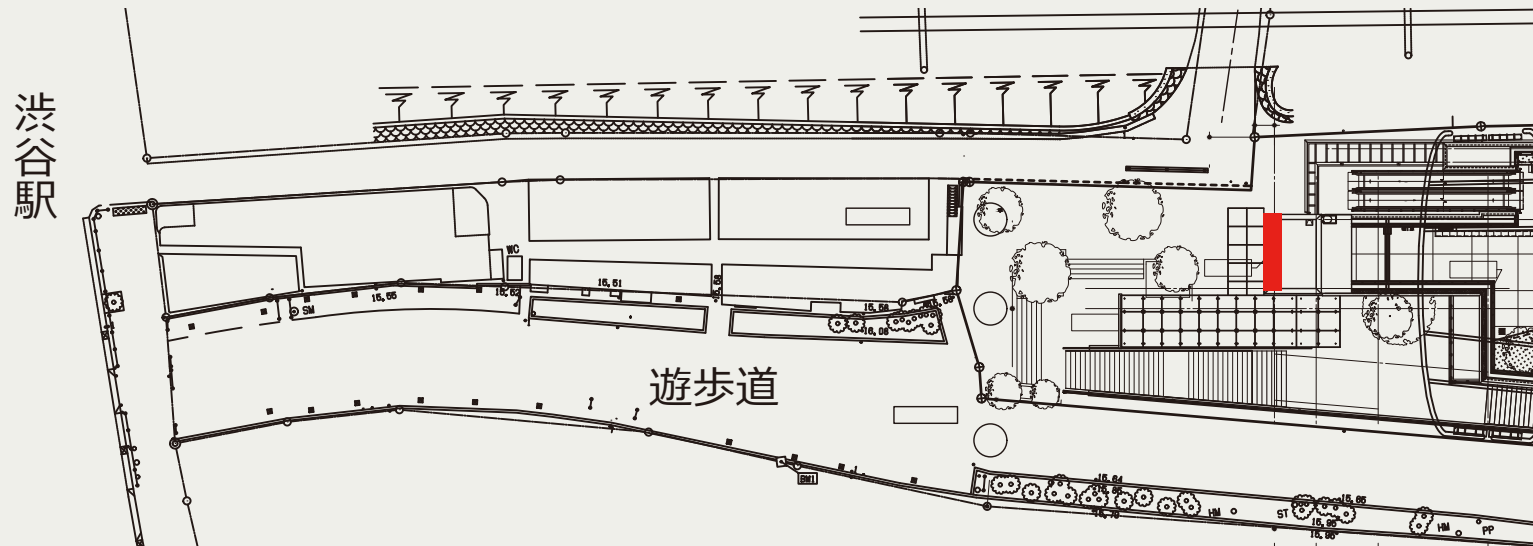
遊歩道 柱 L型 W 1,350×H 2,750 mm



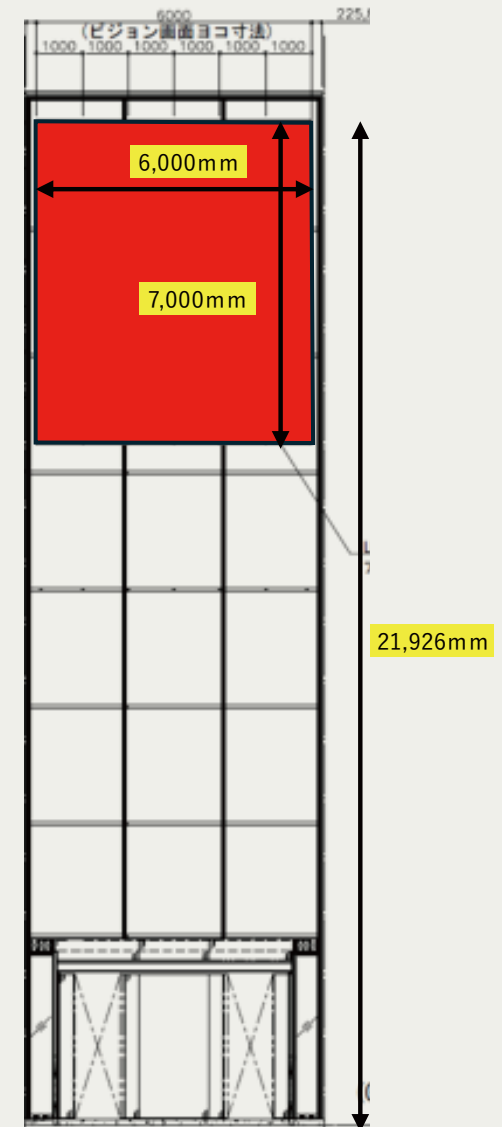
L型×8本(全16面)



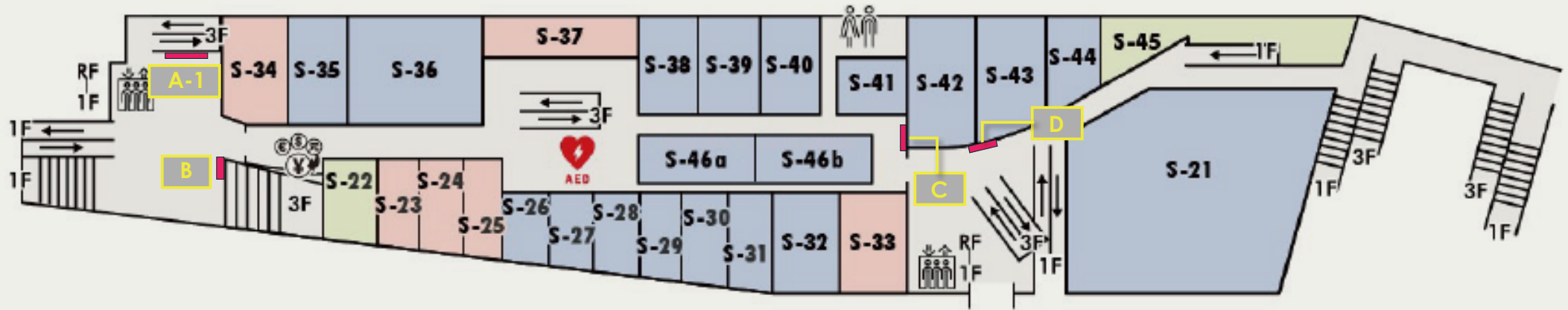
南側EV



南側EV W 6,000 × H 7,000 mm



South 2F



A-1

W 2,250 × H 1,250 mm



B

W 1,000 × H 2,250 mm



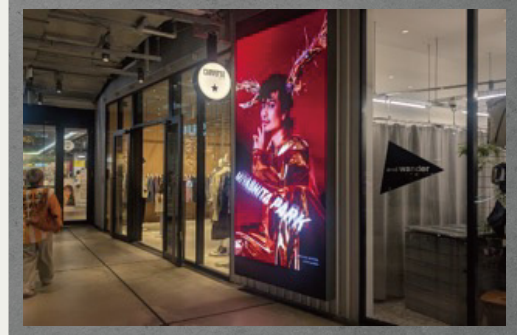
C

W 1,250 × H 2,750 mm

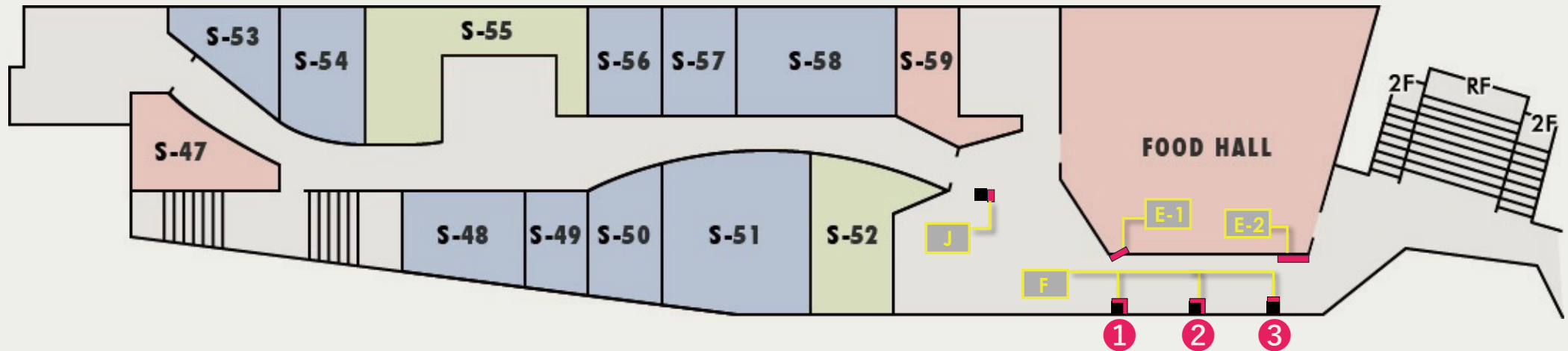


D

W 1,500 × H 3,250 mm



South 3F



J

W 750×H 1,750 mm



F

W 750×H 1,750 mm



1

2

3

E-1

W 1,500×H 3,250 mm

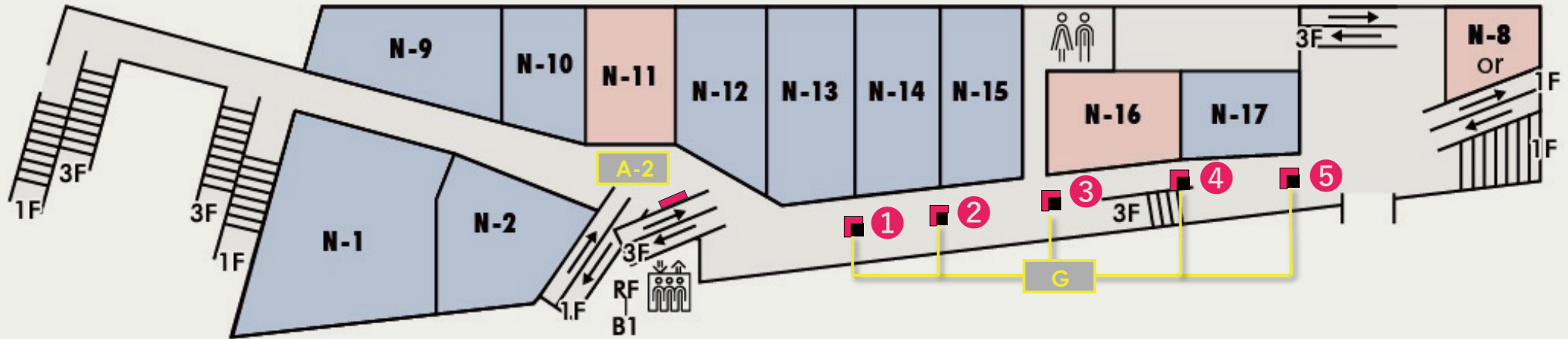


E-2

W 4,750×H 2,750 mm



North 2F



A-2

W 2,250 × H 1,250 mm

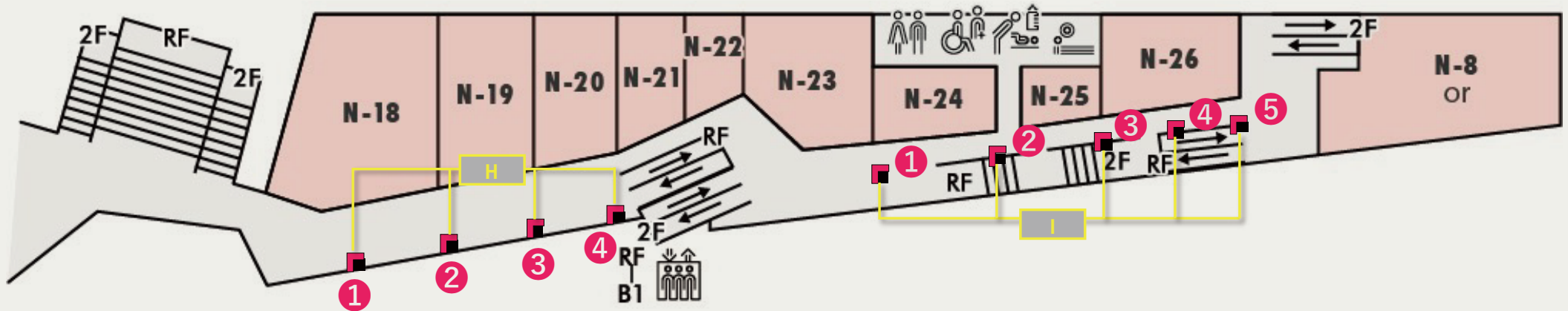


G

W 750 × H 1,750 mm



North 3F



放映料金

ビジョン数

全58面

販売プラン	エリア	画面数	放映時間	音声	放映期間	プラン内容
MIYASHITA PARK VISION JACK	MIYASHITA PARK INSIDE VISION	館内 全41面（全25ヶ所） 内訳 横型×3箇所 縦型×6箇所 L型×16箇所	ショップ 11時～21時 レストラン 11時～23時	全ヶ所あり	1週間 （水曜日スタート）	15分放映／1時間（1時間ロール） <u>7,000,000円（税別）</u>
	MIYASHITA PARK OUTSIDE VISION	屋外 全17面（全9ヶ所） 内訳 柱×8箇所 大型壁面×1箇所	9時～24時	なし		30分放映／1時間（1時間ロール） <u>13,000,000円（税別）</u>

・合計30分まで、30秒以上15秒単位の動画素材を複数組み合わせで放映可能です。

・58面同時シンクロ放映につき、スクリーン毎に異なる尺の動画を一齐に放映する事はできません。

・隣接するスクリーンからの干渉を防ぐ為、シンクロ放映の際は共通の音声データをご使用ください。

・15分放映は同期間に広告枠が2枠ございます。その際の競合他社排除は行ないません。

< 合計30分 組合せ例 >

・ 30秒素材 × 60本 = 合計30分 （TOTAL 5,040本/1週間）

・ 90秒素材 × 20本 = 合計30分 （TOTAL 1,680本/1週間）

・ 30秒素材 × 30本 + 60秒素材 × 15本 = 合計30分
（30秒素材：TOTAL 2,520本/1週間）（60秒素材：TOTAL 1,260本/1週間）

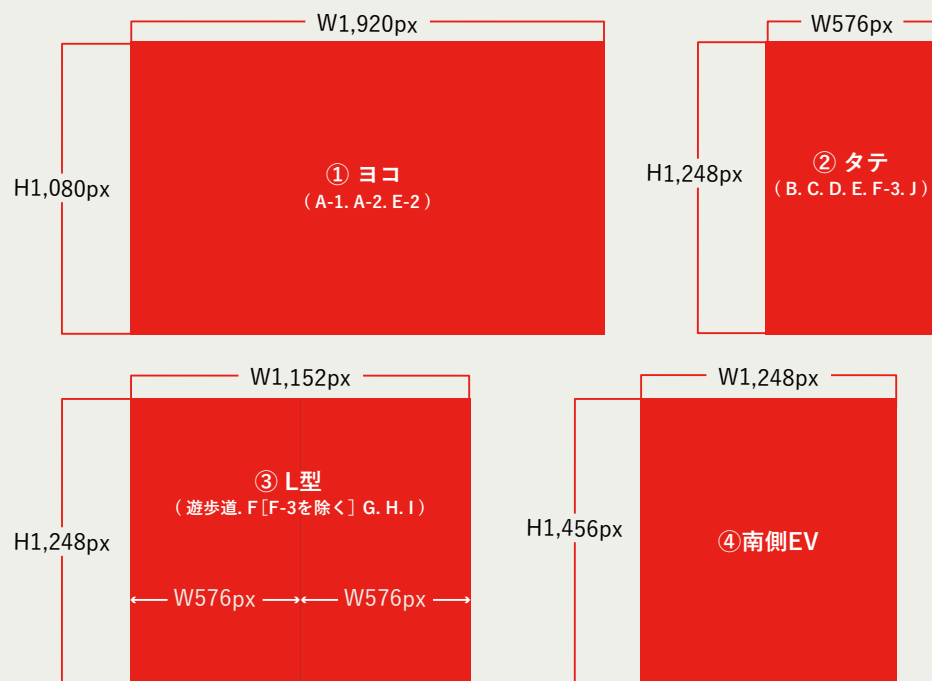
- ・放映素材数、各素材の放映尺の決定：放映日の10営業日前まで
- ・データ入稿期限：放映開始希望日の7営業日前まで。
- ・最低放映保障回数は、放映予定本数の90%の稼働本数となります。
- ・クライアント審査、内容意匠審査有
- ・同案件または同一素材を連続して放映する場合があります。
- ・地震、台風等の自然災害、停電、システムメンテナンスなど、やむを得ない事由により放映が中断した場合の補償はいたしかねます。
- ・申込書受領後のキャンセル不可となります。

入稿規程

入稿データ形式

■フレームサイズ

- ① ヨコ W1,920pixel × H1,080pixel
- ② タテ W576pixel × H1,248pixel
- ③ L型 W1,152pixel × H1,248pixel
- ④ 南側EV W1,248pixel × H1,456pixel



動画入稿データ形式詳細



■ファイルフォーマット
MP4, MOV (推奨コーデック: H.264)



■映像ビットレート
最大 25Mbps (CBR)



■フレームレート
30 fps or 29.97 fps (プログレッシブ)



■音声仕様
推奨コーデック: MPEG-4 AAC, リニアPCM
ビットレート: 128kbps
サンプリングレート: 48kHz

静止画入稿データ形式詳細



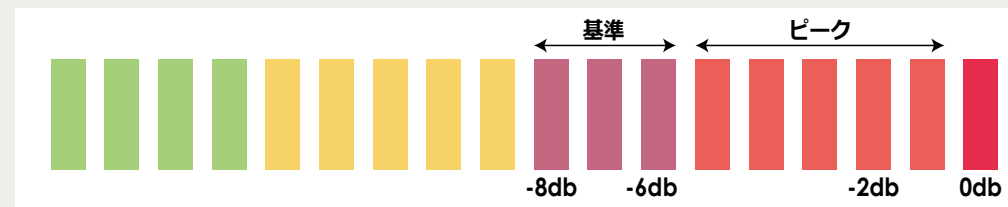
■ファイルフォーマット
jpeg



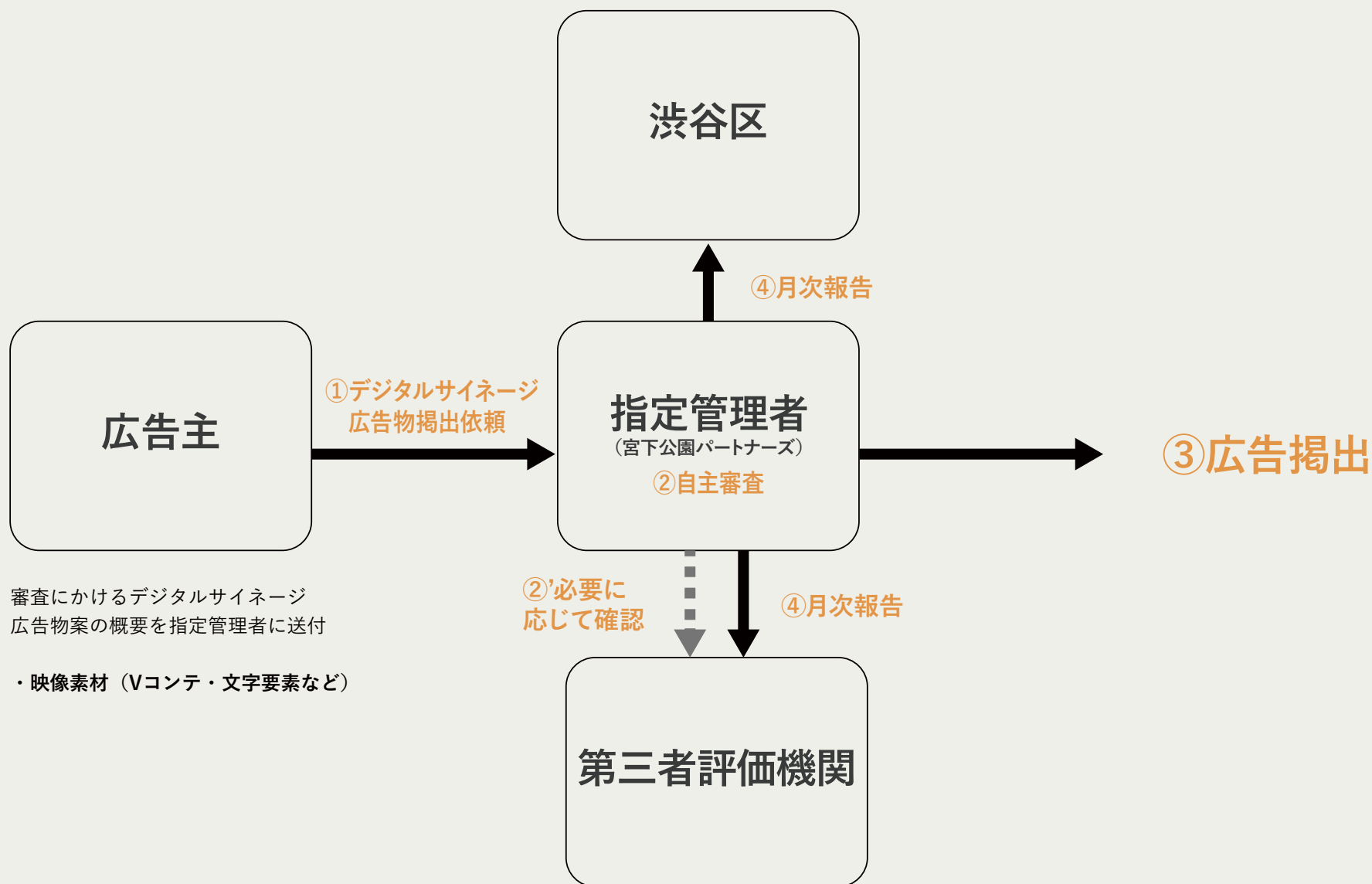
■解像度・カラーモード
解像度: 72dpi/カラーモード: RGB

入稿動画の音声レベル

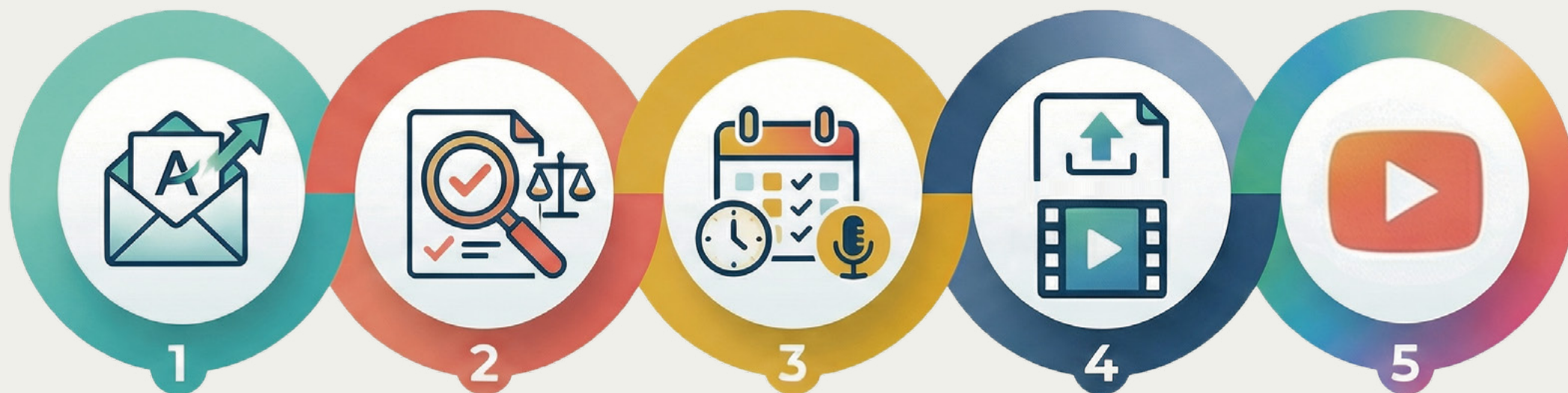
■音声レベル -6db~-8dbを基準とし、ピーク時は-2db前後を推奨
(音声は館内サイネージのみ)



審査スキーム



申し込みから放映までのスケジュール



STEP 1 お問い合わせ

放映開始の**4ヶ月前**から
申込を受付けます。
広告主・商材に関して、
事前審査がございます。

STEP 2 申込・映像審査

申込書受理後、映像審査
がございます。
Vコンテや文字要素を提出
いただきます。
申込書受領後のキャンセル
はできません。

STEP 3 素材情報の確認

放映開始**10営業日前**までに
素材情報指示書（素材数・
素材尺・割付表）をご提出
ください。

STEP 4 素材入稿

放映開始**7営業日前**まで
に完成した放映素材を
入稿ください。

STEP 5 放映

素材遅延や不備があった
場合は放映が遅れたり、
放送が中止になる場合が
あります。原則返金は
いたしません。

渋谷区立宮下公園デジタルサイネージ広告掲載基準



趣旨・基本原則



趣旨：渋谷区立宮下公園広告は、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



基本事項：広告は消費者に対して情報の提供であり、適切かつ節度を持って提供しなければならない。また、公共の空間にふさわしい品位を保持しなければならない



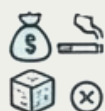
自主審査：指定管理者及び広告業務に精通する有識者による自主審査を行う。また、事情の変化によって基準は予告なく変更することがある



期間：基本掲出期間は最長1年間とする。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



規制対象業種



風俗営業等（風営法第2条第1項各号規定）または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）



酒類

（ただし、下記条件を満たせば掲載を許可する）

「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、未成年飲酒防止の但し書きを付加すること



その他

規制対象外でも社会問題を起こしている業種・事業者、法律に定めのない医療類似行為、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もの



広告掲載基準（禁止事項）

一般的基準



法令等違反、公序良俗違反、消費者保護に反するもの、人権侵害、差別、名誉毀損、他を誹謗中傷または排斥するもの、風俗営業関連、法律禁止商品、無許可商品や粗悪品等、公正競争規約に抵触するもの、医療法、薬事法、不当景品類及び不当表示防止法に違反するもの、非科学的など利用者を惑わしたり不安を与える恐れがあるもの、政治活動、宗教活動、個人的宣伝、意見広告などで国内世論が大きく分かれているもの

公序良俗（青少年保護、育成の観点）



水着、裸体等（広告内容に無関係で必然性がないもの）、暴力や犯罪を肯定し助長するような表現、わいせつ性を連想させるもの、不快感を与える恐れのあるデザイン、身体等の一部を強調するようなデザイン

消費者保護



誇大表現及び根拠のない表示や誤認を招く表示（実績はNo.1、一番安い、最大のスケール等）、故意に誤認を誘う表現（超特価、今が最後のチャンス等）、効能効果の約束（儲かる。効く。良くなる等。）、根拠のない表示（安全、確実、絶対、厳選、100%等）射幸心を著しく煽る表現、責任の所在が明確でないもの、広告内容が不明確

利用者および景観に配慮したデザインガイド（通行者への配慮）

一般デザインガイドライン

- ・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
- ・通行者の安全を阻害するおそれのないものであること
- ・通行者の誤解を招くような内容ではないこと

■景観に関する規定

- ・都市景観との調和を損なわないトータルデザインを実現するものとする
- ・直接的な販売促進をメインとしたものではないこと。
特に価格表示や割引などの数値を異常に大きく表記しないこと

■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、文化復興やスポーツ支援、多様性の復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

■指定管理者判断

- ・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
不適切と判断した場合には掲載を認めない

文字・動画デザインの制限

■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
- ・過度の量の文字情報や細かすぎる文字を使用しないこと、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

■動画掲出に関する表示基準等

- ・心身へ悪影響を及ぼす映像の禁止事項
サブリミナル効果等、映像酔いを誘発する可能性のあるもの
色彩、意匠その他のデザイン等が周囲の歩行者の誤認や幻惑等を招くような広告物
- ・通行の安全を阻害する映像の禁止事項
周囲の歩行者の距離感や平衡感覚を惑わす恐れのあるもの
映像又は光の点滅が過度に繰り返されるもの
コントラスト（明度差）の強い画面の反転表示が、全編を通じて継続しているもの
- ・その他、誤認や幻惑等を招くような表現

2026年 2月 新設予定サイネージ

EV・遊歩道



2026年 2月 新設予定サイネージ

EV



写真はイメージです