

OMOTESANDO CROSSING PARK



株式会社メトロアドエージェンシー

2026/01

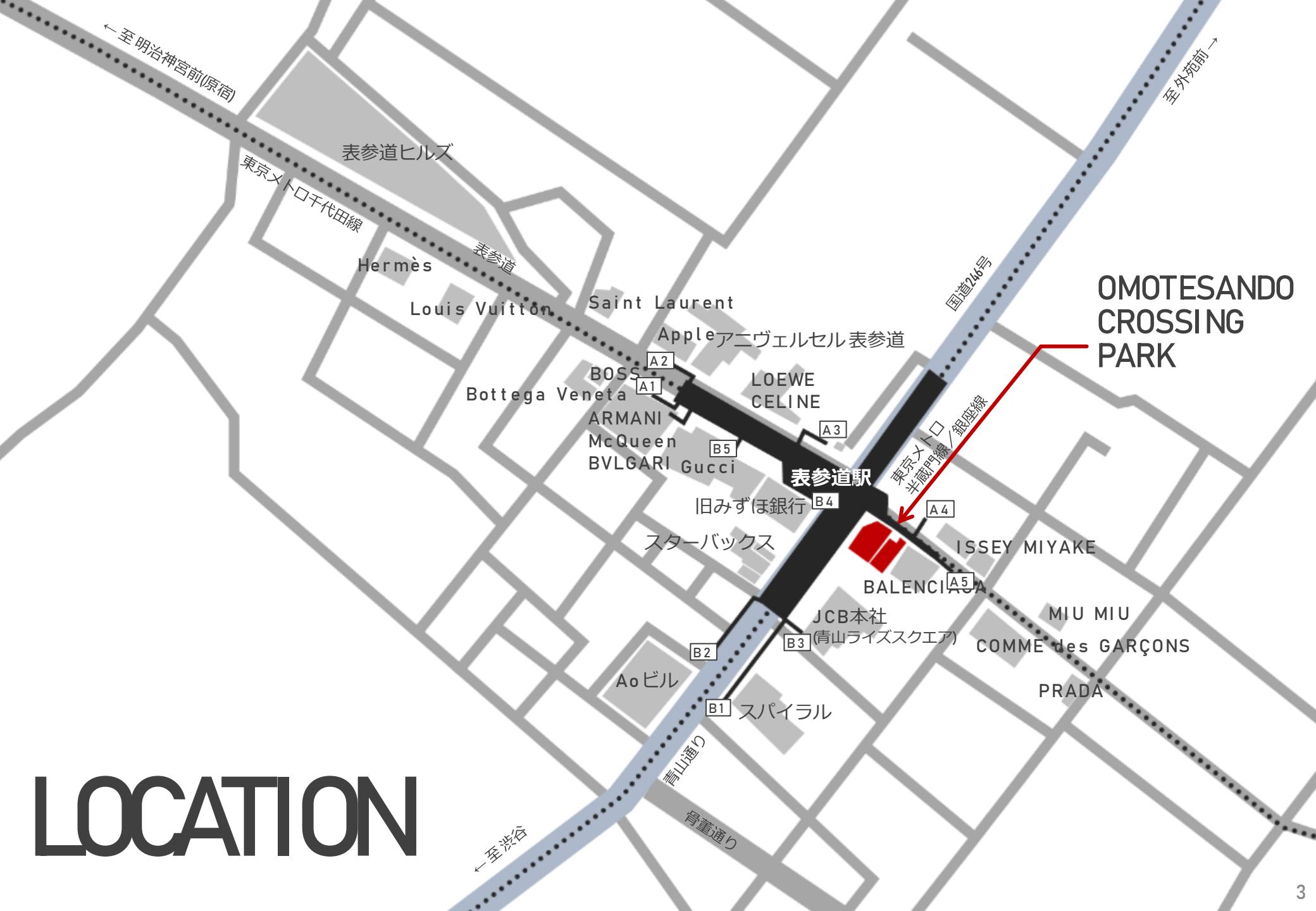
ABOUT

日本全国でも有数の交差点である『表参道交差点』の角地にある
プロモーションスペース。

開放感のある空間で
ファッショニ・アート・クルマなど多様な用途で利用できる
注目度の高いスペースです。

dasique

LOCATION



OMOTESANDO CROSSING PARK



イメージ

所在地	東京都港区南青山5丁目1-1
利用可能期間	2026年4月1日(水)～2027年3月31日(水)
スペース料金	お問い合わせください
スタート日	随時（希望期間を利用意向書に記載ください）
製作／施工	<p>施工計画をご提出ください。 ※弊社又は行政、近隣等から変更依頼があった場合、対応をお願いすることがございます。</p> <p>※仮囲いをした状態での引き渡しになります。仮囲いでお戻し下さい。 ※仮囲いの撤去、設営、保管及び広告を掲出する場合は、弊社にて承ります。 ※仮囲い広告は凹凸や歪みがでますが、予めご了承ください。 ※原状回復をしたうえでお引き渡しをお願いします。 ※植栽に関しては、主催者側で水やり等メンテナンスをお願いいたします。</p>
その他費用	<ul style="list-style-type: none"> ・仮囲い撤去、保管、設営費用 ・仮囲いシート製作、貼り剥がし費用 ・仮囲いにおける屋外広告物申請代行費用 ・水光熱費（実費精算） <p>※上記はメトロアドエージェンシーにて承ります。</p>
敷地面積	P A R K : 約600m ² （約18坪） S P A C E : 約530m ² （約160坪）
建物面積	約140m ² （約42坪）※控室、トイレ、収納等含む
既存設備	建物（トイレ、空調）控室（HICON口、シンク）電源設備、機械警備、倉庫
申込方法	利用意向書をご提出ください。※詳細はお問い合わせください。

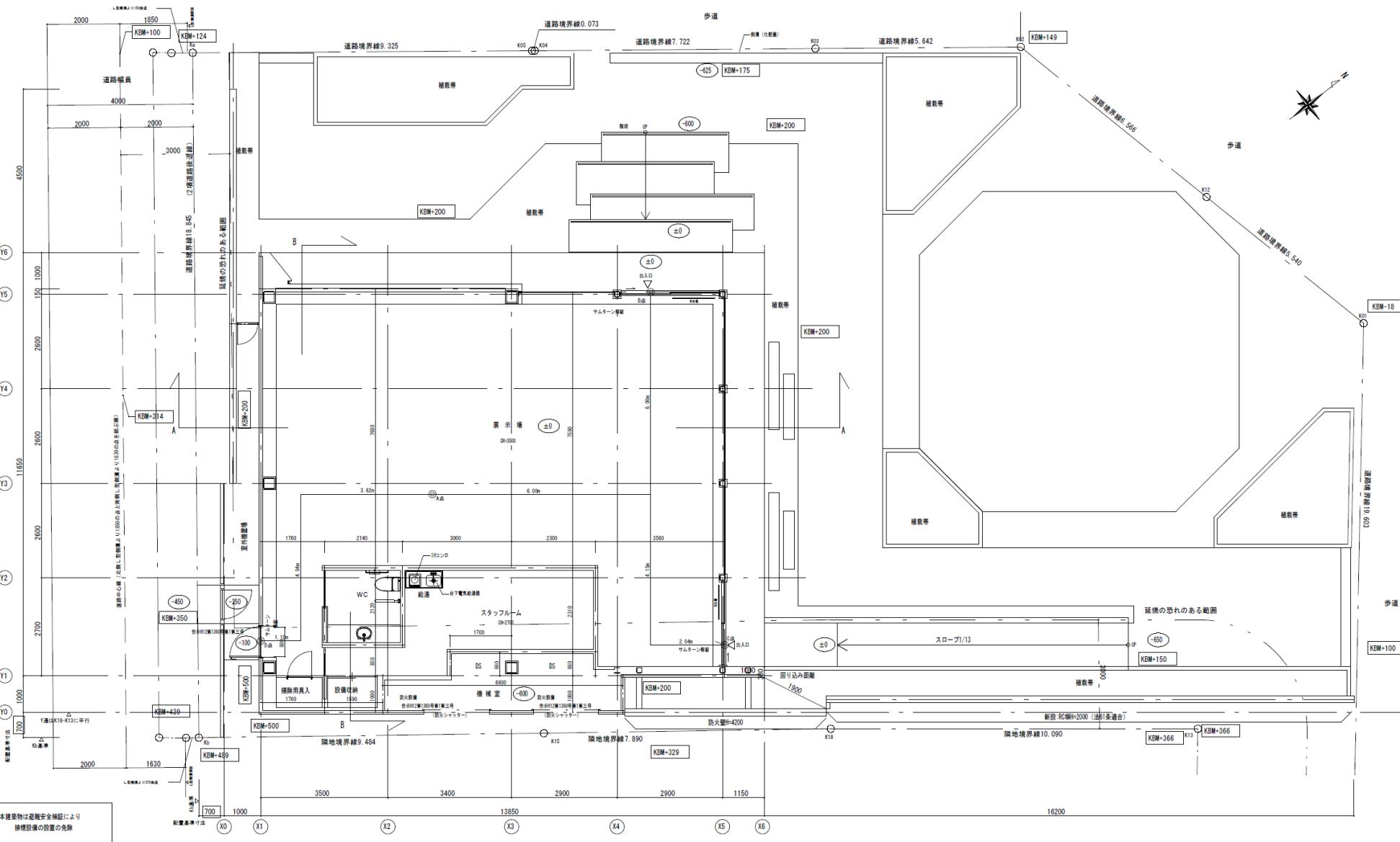


耐荷重（建物）	平均 約500kg／m ²
天井高（建物）	3,500mm（控室、WCは2,700mm）
電気	有
給排水	給水：有 排水：要相談
インターネット	無 ※主催者側でご用意ください
物販	可
飲食	可 ※保健所への申請は主催者側で お願いします

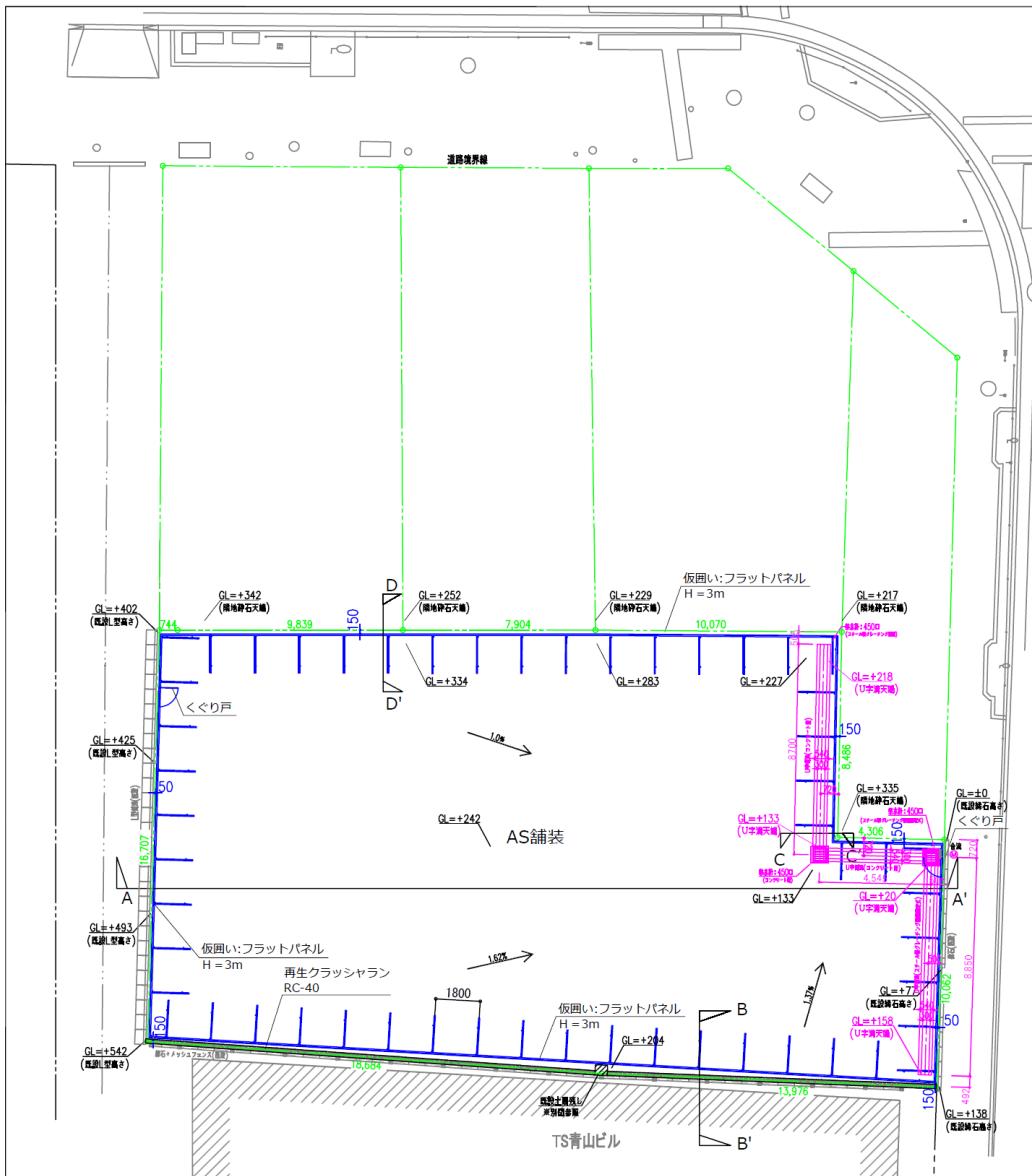
■ 簡易版



PARK



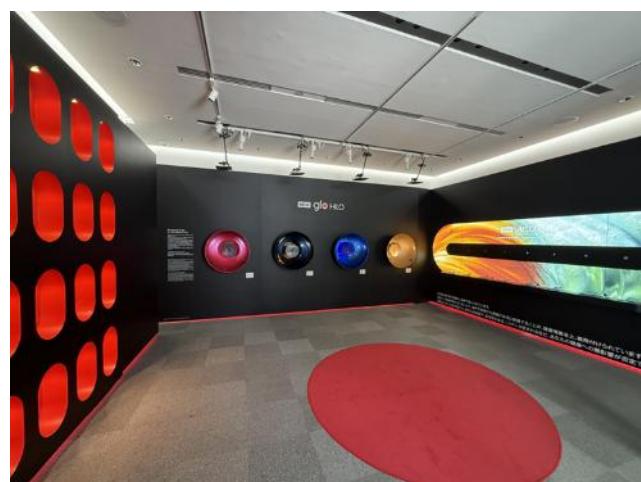
SPACE



dasiqe



glo™ HILO



Cartier





利用意向書のご提出

- ・ 詳細はお問い合わせください。
※ご提出の際は、申し込み前提でお願いいたします。

クライアント審査、内容審査

- ・ クライアント業種、企画内容、安全面、管理方法、エリアとの親和性など、総合的に審査をいたします。

本申込、契約

スペース利用申込書

- ・ 申込書を提出。本申込後のキャンセルは出来ません。
- ・ 調整の上、決定後は速やかに申し込み手続きを行っていただきます。

イベントマニュアル

- ・ 実施 1か月前までにイベントマニュアルを提出頂きます。弊社及び、東京メトロ、地元商店会にも共有いたします。
内容によって修正をお願いする場合がございます。

実施

- ・ イベントマニュアルにて承認を得た内容に基づいた実施をお願い致します。
- ・ 行政等からの指導や近隣住民からのクレームがあった場合は、イベントの中止や調整をして頂く可能性がございます。特に音や光によるクレームが懸念されますので、屋外でスピーカーや LED 映像を利用される場合はご相談ください。
- ・ 損害保険等は主催者側でご加入ください。
- ・ 仮囲い媒体以外における屋外広告物申請や保健所申請、道路使用許可等、行政や警察、消防に係る申請等は主催者で申請をお願いします。
(実施前までに必ず許可書の写しを提出ください、許可のない場合はイベントを中止して頂く可能性がございます)
- ・ リリース等を出す場合は、修正可能なタイミングで事前に提出ください。東京メトロ、弊社で確認致します。
- ・ 契約期間内に原状回復および清掃をお願い致します。
- ・ 電源設備内は貸出範囲外のため、ご利用いただけません。

各種条例を遵守いただくようお願いいたします。イベント企画の段階で、以下お読みいただき、各種ご対応ください。
※条例・・・環境確保条例（都民の健康と安全を確保する環境に関する条例に基づきます。

イベント運営内容
にかかる規制

イベント設営工事
にかかる規制

日常生活等の騒音の規制について（条例第136条）

- 音源の存する敷地と隣地との境界線における音量に関して、時間帯により上限が異なります。
詳細は以下URLをご確認ください。

https://www.kankyometratokyoalg.jp/noise/noise_vibration/rules/300200a20220907112602077

拡声機に対する規制について（条例第129条、第130条、規則第65条、第66条、第67条）

商業宣伝を目的とする拡声機使用の遵守事項

- 8:00～19:00に限ります。
- 使用時間は1回10分以内とし、1回につき15分以上の休止時間をおいてください。
- 音量は60dBまで。
- その他（以下URLよりご確認ください）

https://www.kankyometratokyoalg.jp/noise/noise_vibration/rules/speaker

指定建設作業に対する規制について（条例第123条、第125条）

- 7:00～19:00に限ります。
- 平日および土曜日の作業に限ります。（休祝日は禁止）
- 使用する道具により音量制限が異なります。その他、以下URLをご確認ください。

<https://www.city.minatotokyo.jp/documents/6112/beppyaubsitei.pdf>

《音の演出を検討されている場合》

まずははじめに、音を使う演出をご検討の際は、あらかじめ弊社に概要を共有いただくようお願いします。
内容によっては修正を依頼する可能性がございます。

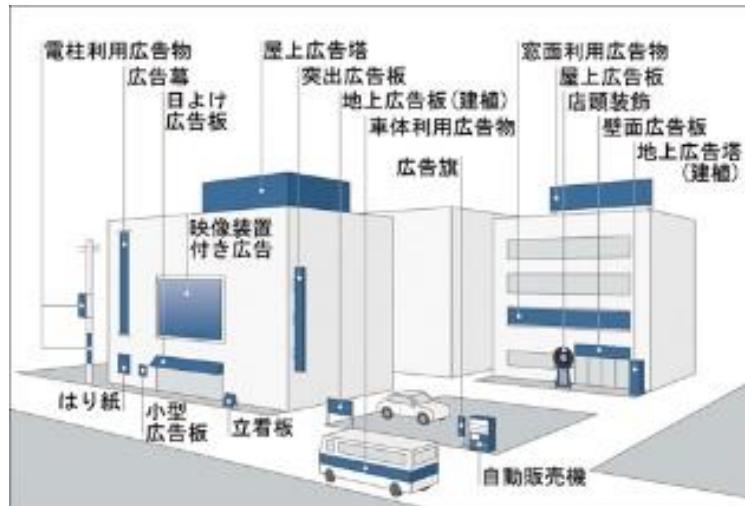
↓
近隣に対して音の演出を行なうイベントである旨の周知をお願いします。（目安：半径50m）
また、事前にリハーサル等を行っていただき、弊社及び行政にて音量等のチェックをさせていただきます。

東京都港区屋外広告物景観事前協議について

屋外広告物が景観形成において重要な構成要素であることから、東京都屋外広告物条例に基づく許可申請が必要な屋外広告物の表示または設置などをする場合は、港区景観条例に基づき必要書類を提出し、事前協議を行っていただきます。

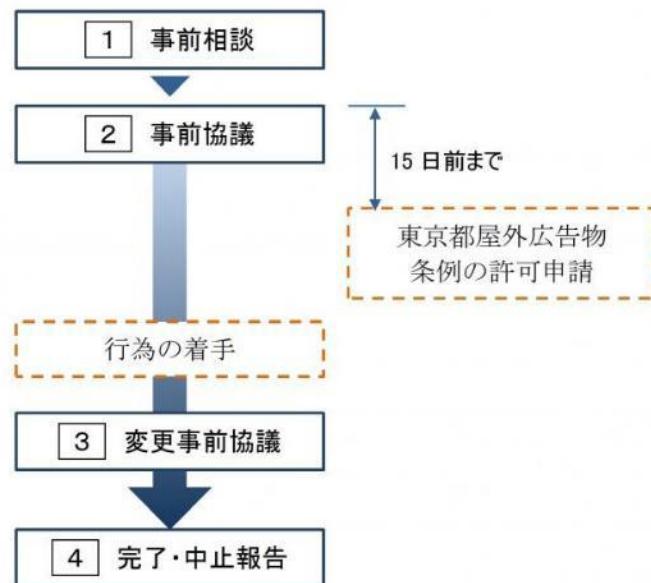
景観への配慮事項がございますので、必ずデザイン製作の前に港区屋外広告物景観形成ガイドラインを一読いただくようお願いいたします。

◆対象となる屋外広告物について



◆事前協議制度の概要

事前協議開始時期は、東京都屋外広告物条例に基づく許可申請の15日前までとなります。協議による変更を加味し、できる限り早い事前協議書の提出をお願いします。
手続の詳細については次頁を参照してください。



◆窓の内側からの表示と配慮

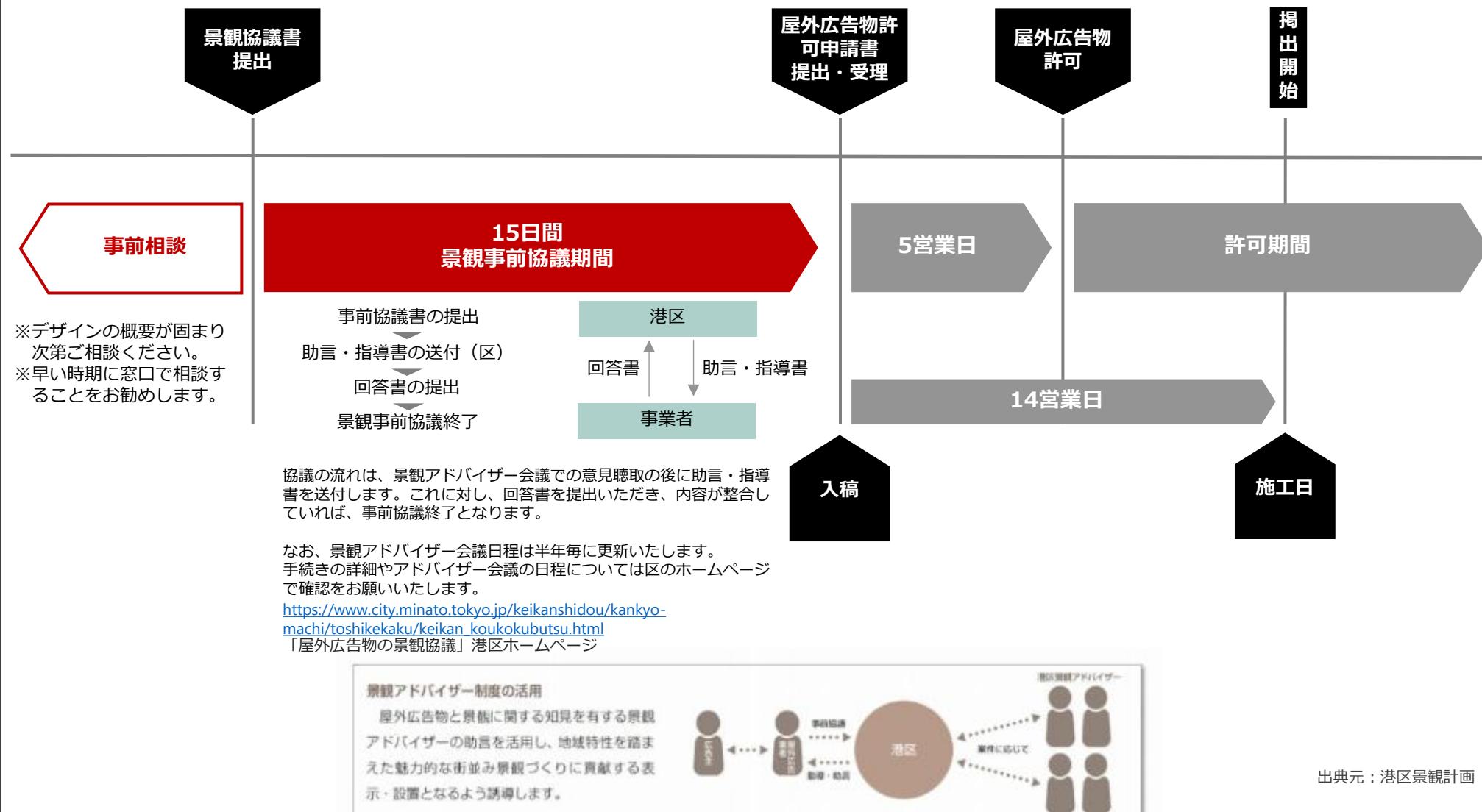
窓の内側から表示された広告物は、設置場所が室内にあることから、屋外広告物法による屋外広告物には当てはまりません。

しかし、景観に与える影響は屋外広告物と同じであることから、屋外広告物と同様に質の高い表示とすることが重要です。

窓の内側から広告物を表示する場合は、ガラスによる建築物の外観イメージを阻害しないよう配慮が必要です。

出典元：港区景観計画

掲出までの想定スケジュール



APPENDIX

表参道駅サーキュレーション



表参道駅

OMOTESANDO STATION

G 銀座線 C 千代田線 Z 半蔵門線



表参道駅の1日平均乗降人員数推計値



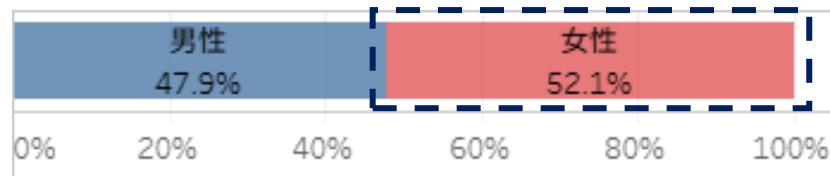
調査データ：

東京で働く人や生活者の趣味嗜好に関する情報を含むリアル行動データを可視化・分析し、顧客の実態に合わせたマーケティング施策のプランニングを実現できるプラットフォーム
(運営：株式会社メトロアドエージェンシー)

対象期間：2025年6月～8月

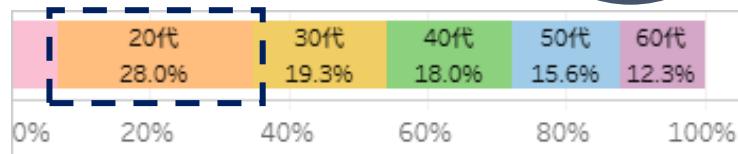
表参道駅利用者の性別・年代

性別



女性が52.1%
男性よりやや多い

年代

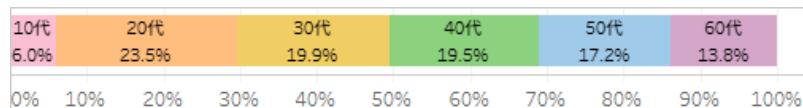
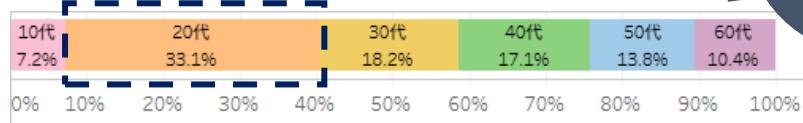


いちばん
多いのは
20代で28.0%

女性は
20代が1/3以上

女性

男性



性別

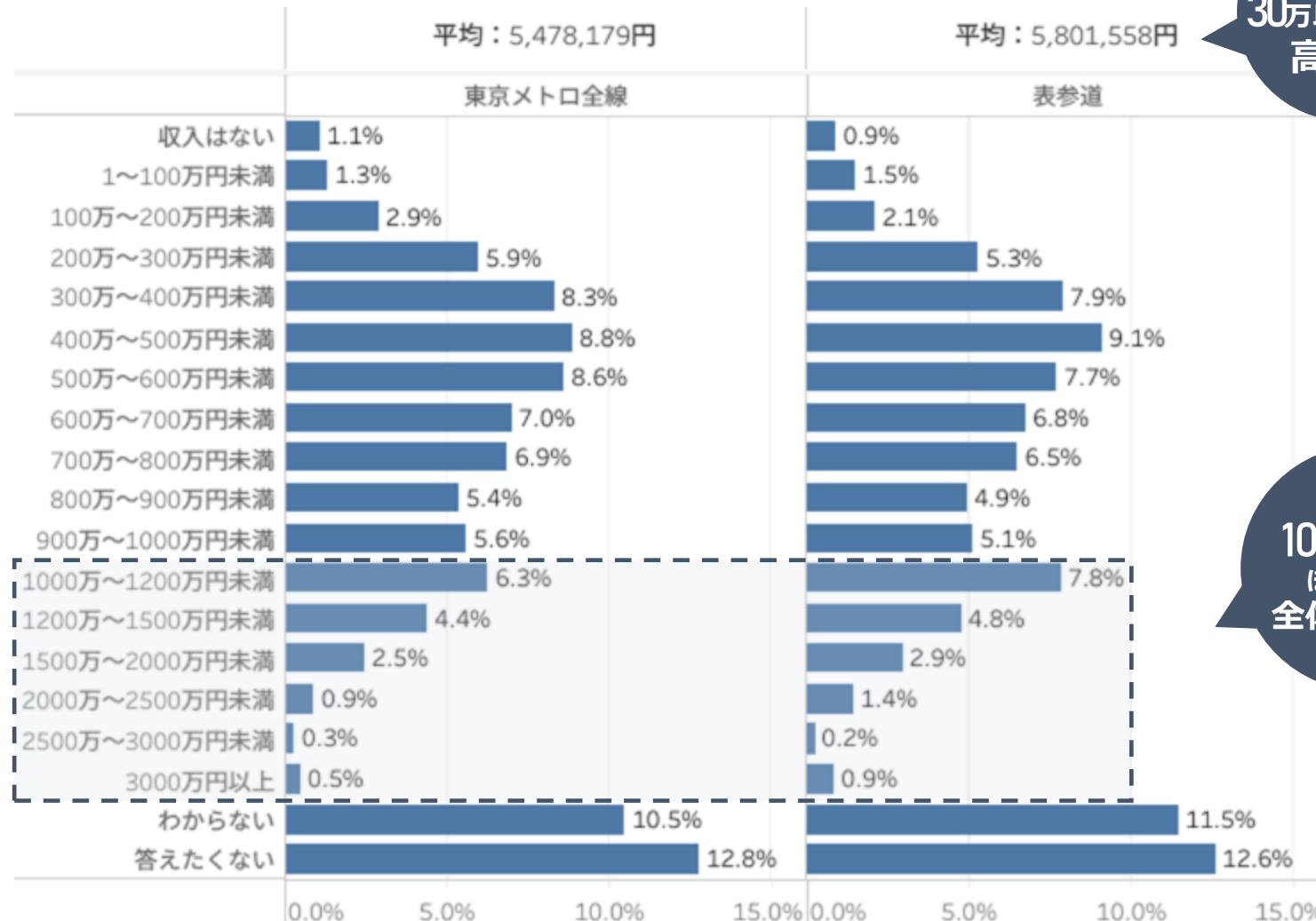
- █ 男性
- █ 女性

調査データ： 行動DNAアナライザー

東京で働く人や生活者の趣味嗜好に関する情報を含むリアル行動データを可視化・分析し、顧客の実態に合わせたマーケティング施策のプランニングを実現できるプラットフォーム
(運営：株式会社メトロアドエージェンシー)

対象期間：2025年6月～8月

表参道駅利用者の世帯年収



全体平均より
30万以上の差で
高収入

世帯年収
1000万以上の
ほとんどが
全体より多い

調査データ： 行動DNAアナライザー

東京で働く人や生活者の趣味嗜好に関する情報を含むリアル行動データを可視化・分析し、顧客の実態に合わせたマーケティング施策のプランニングを実現できるプラットフォーム
(運営：株式会社メトロアドエージェンシー)

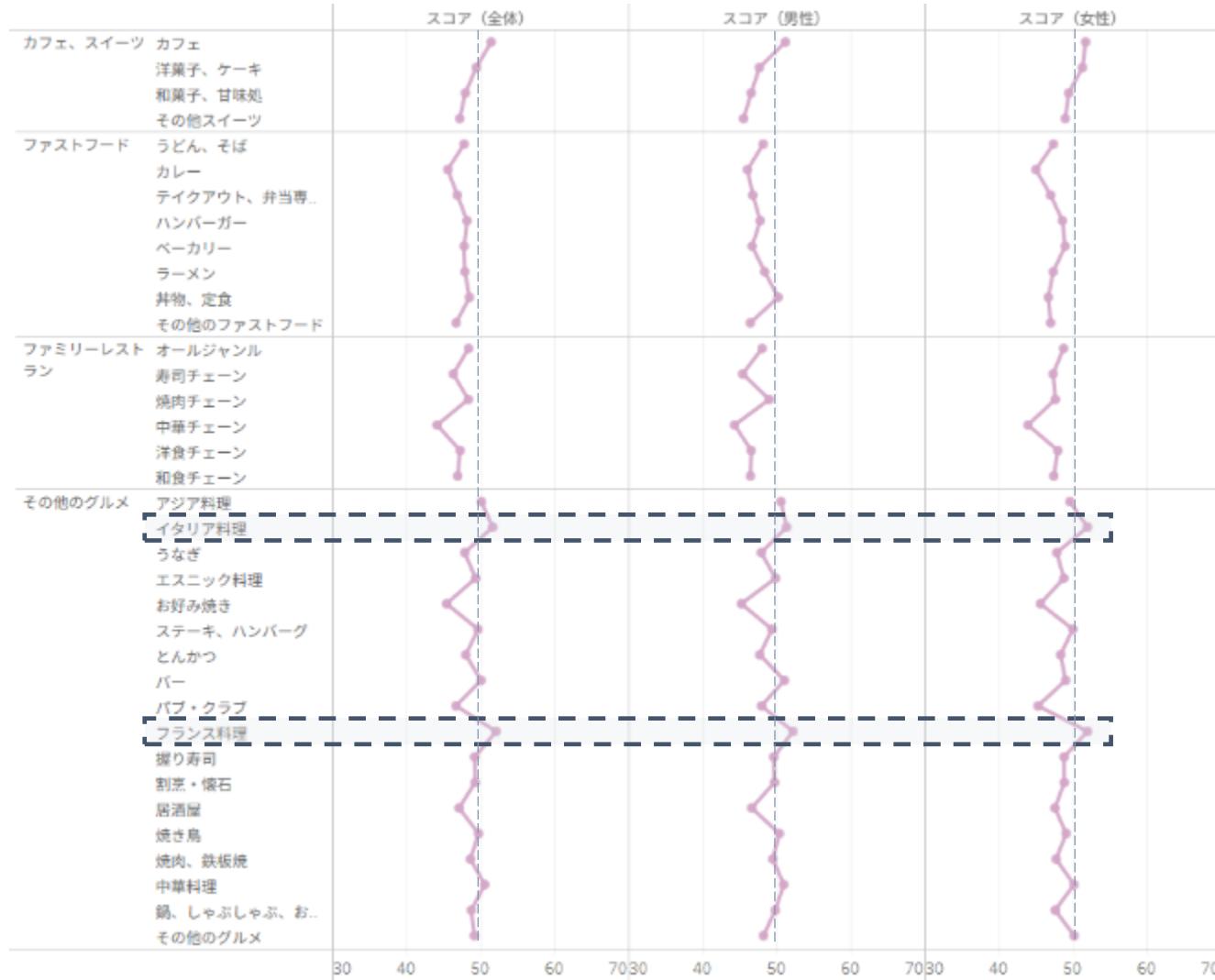
対象期間：2025年6月～8月

表参道駅利用者が行く場所（店舗）



グルメ・外食

男性・女性ともにファストフードやファミリーレストランよりも
フランス料理、イタリア料理を好む高級志向な外食傾向が伺える。

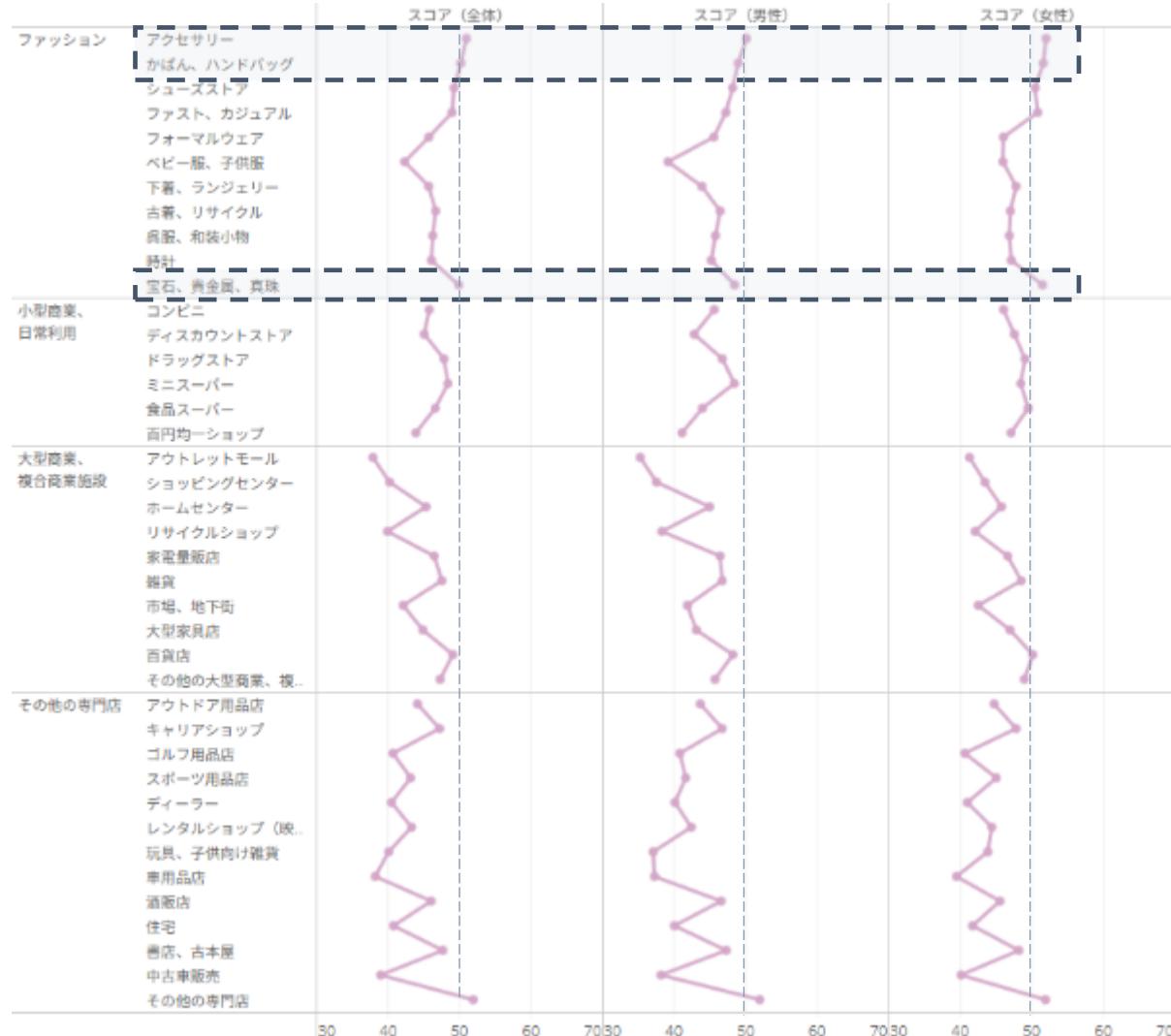


表参道駅利用者が行く場所（店舗）



ショッピング

ファッションはアクセサリーやかばん、宝石などの数値が高く、比較的富裕層が多いと考えられる。
その他の大型商業、複合商業施設・百貨店への来訪傾向も強い。

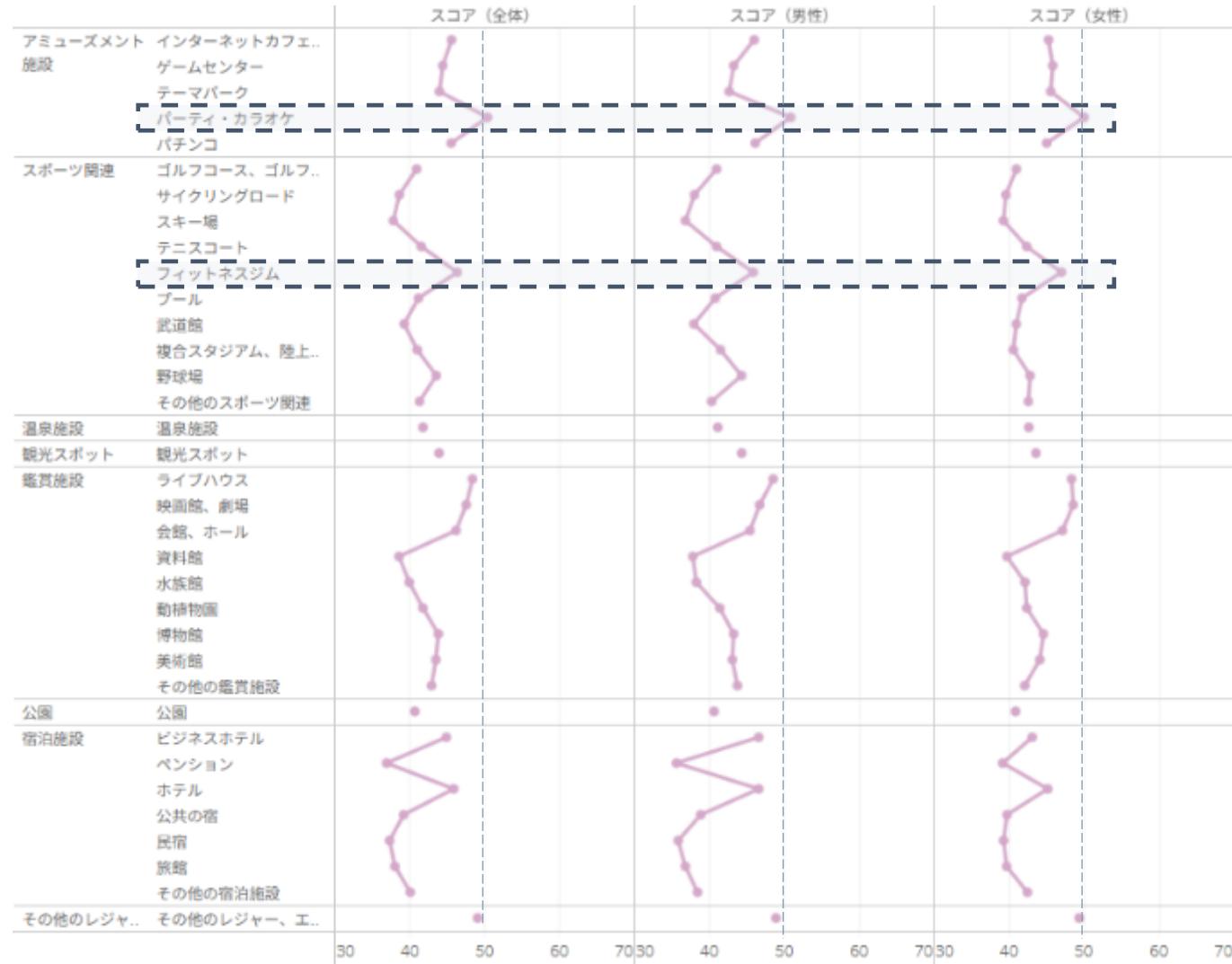


■ 表参道駅利用者が行く場所（店舗）



レジャー・エンタメ

アミューズメント施設においては、パーティ・カラオケへの来訪傾向が最も強い。
スポーツ関連ではフィットネスジムへの来訪傾向が強く、健康意識が高いことが伺われる。



本スペースに関するお問い合わせ

弊社お問い合わせフォームより、お問い合わせください。
(担当部署：営業本部 統合メディア局 統合メディア部)

<https://www.metro-ad.co.jp/inquiry/>