

OMOTESANDO CROSSING PARK



株式会社メトロアドエージェンシー

2024/12

ABOUT

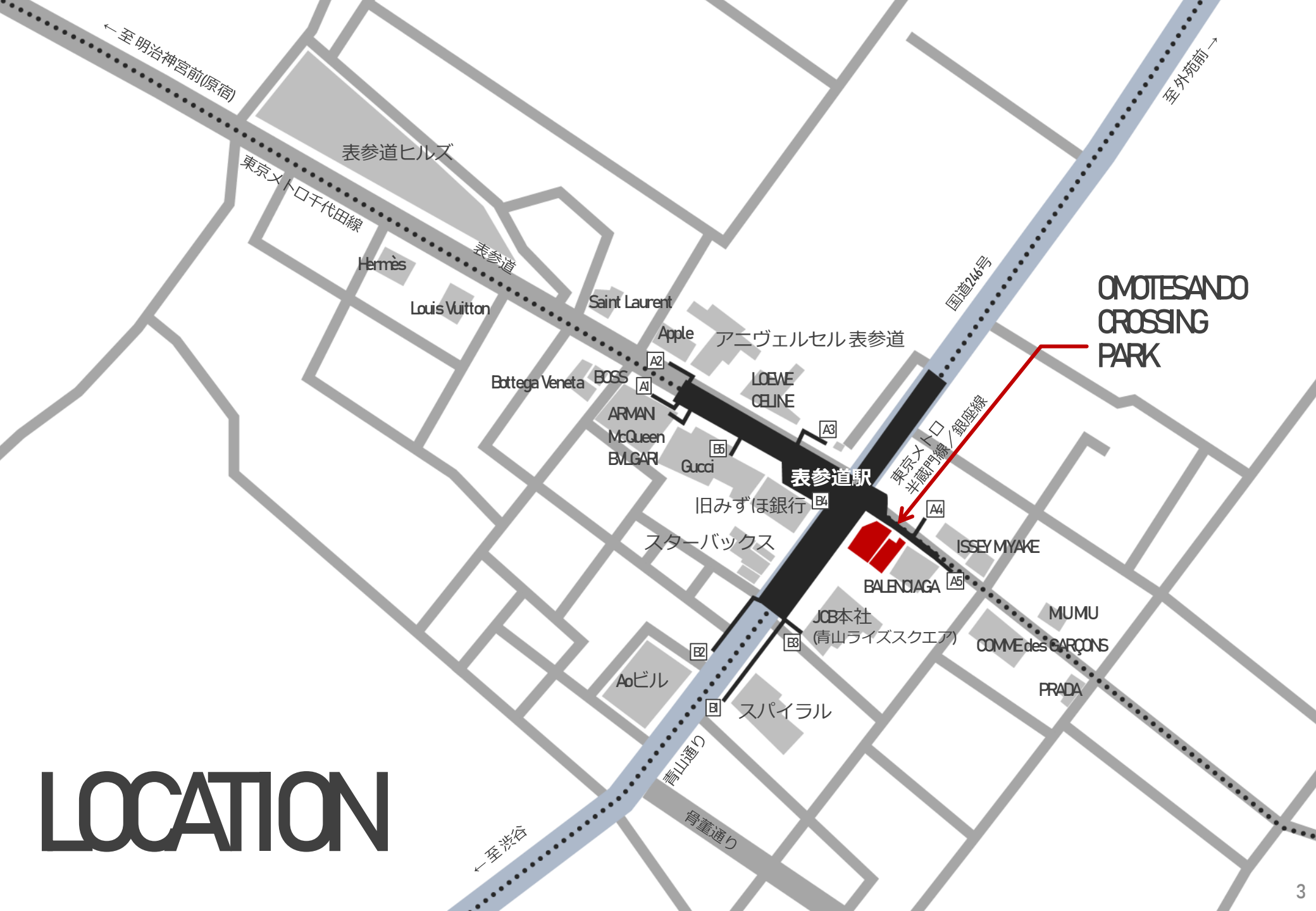
日本全国でも有数の交差点である『表参道交差点』の角地にある
プロモーションスペース。

開放感のある空間で
ファッション・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。

FREUDE 

THE GARDEN

LOCATION



OMOTESANDO CROSSING PARK



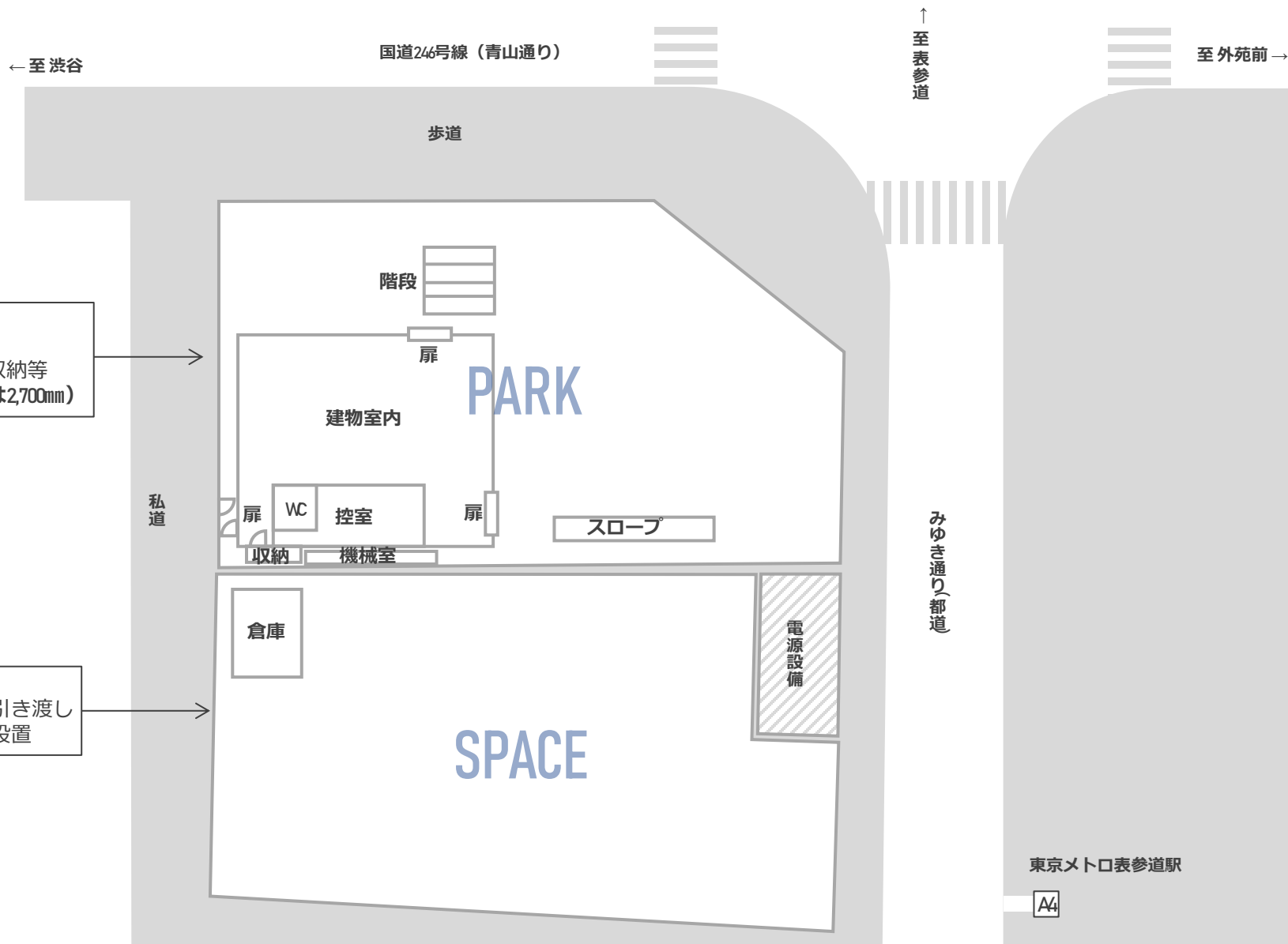
イメージ

所在地	東京都港区南青山5丁目1-1
利用可能期間	2025年4月1日(火)～2026年3月31日(火)
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	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。 ※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ありますが、予めご了承ください。 ※原状回復をしたうえで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。
その他費用	・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 ※上記はメトロアドエージェンシーにて承ります。
敷地面積	PARK: 約600㎡（約18坪） SPACE: 約530㎡（約160坪）
建物面積	約140㎡（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（IHコンロ、シンク）電源設備、機械警備、倉庫 エントリー制です。ご希望時期により締め切り日が異なる場合がございます。
申込方法	・4月～9月：当該期間ご希望の場合、一度ご相談ください。 ・10月～3月：2025年4月11日(金)17時エントリー締め切り、4月18日(金)決定予定 利用意向書をご提出ください。希望期間が重複した場合は調整させていただきます。（P14参照） 調整後に正式お申込みとなります。エントリー締切後、空き枠が出た場合は、再販します。※9月と10月をまたぐ場合は要相談。

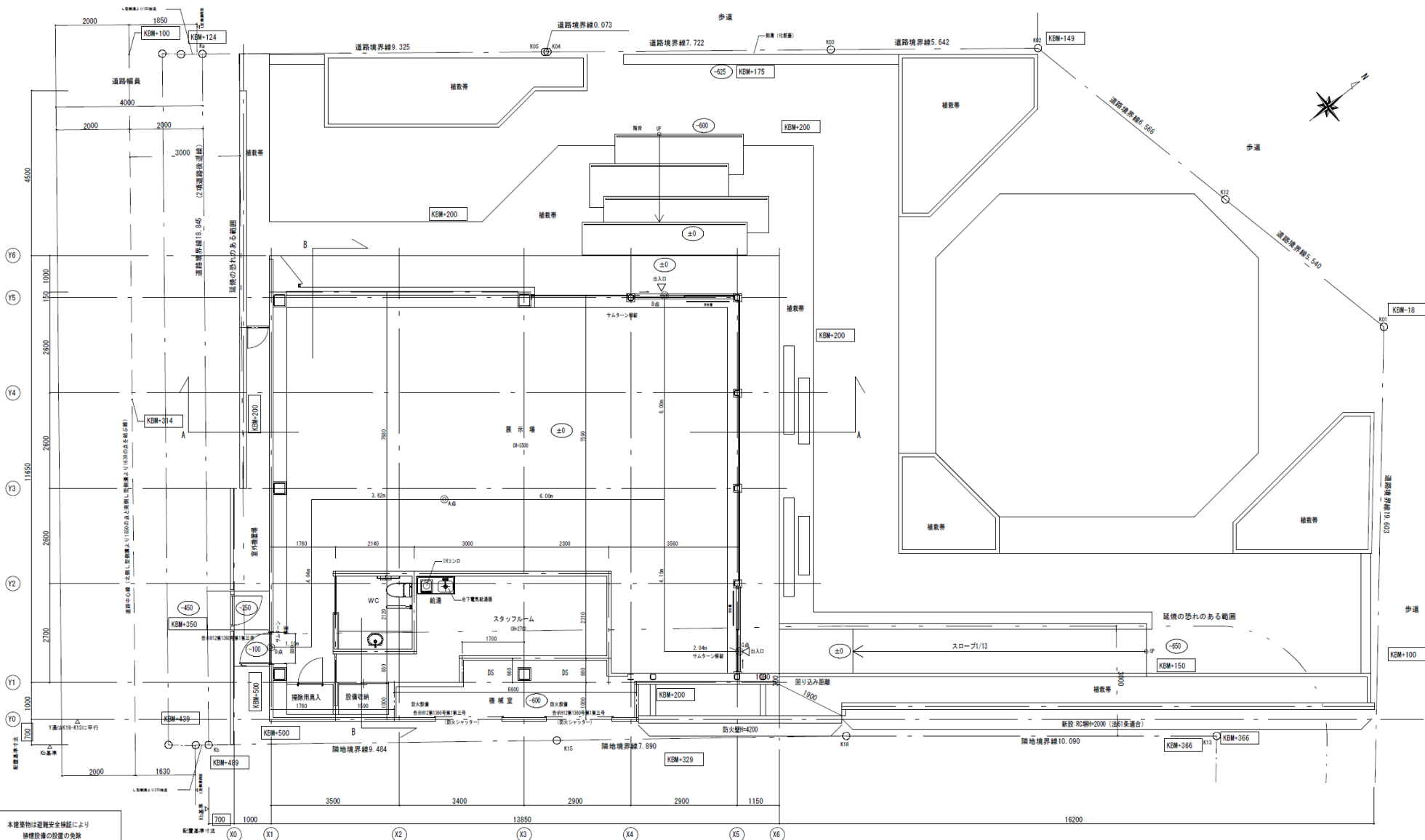


耐荷重（建物）	平均 約500kg/㎡
天井高（建物）	3,500mm（控室、VCLは2,700mm）
電気	有
給排水	給水：有 排水：要相談
インターネット	無 ※主催者側でご用意ください
物販	可
飲食	可 ※保健所への申請は主催者側でお願いします

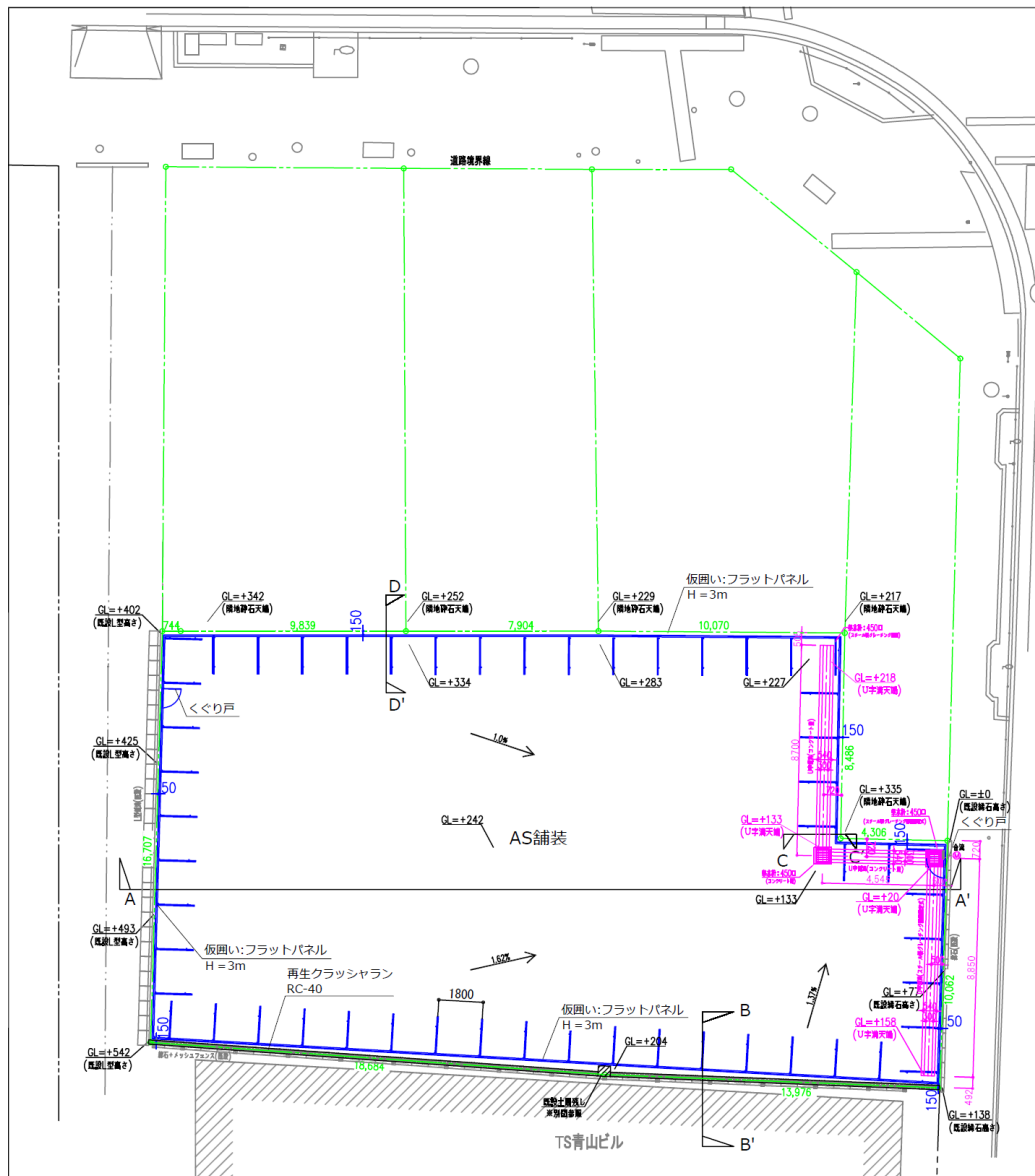
簡易版

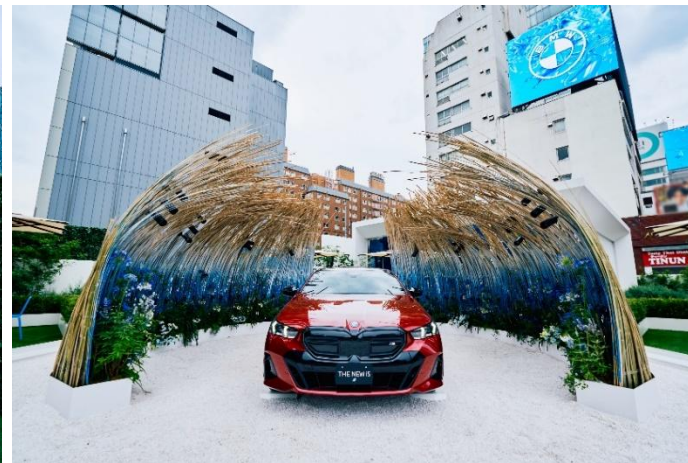


詳細版 1 (PARK)



詳細版 2 (SPACE)





Christian Louboutin



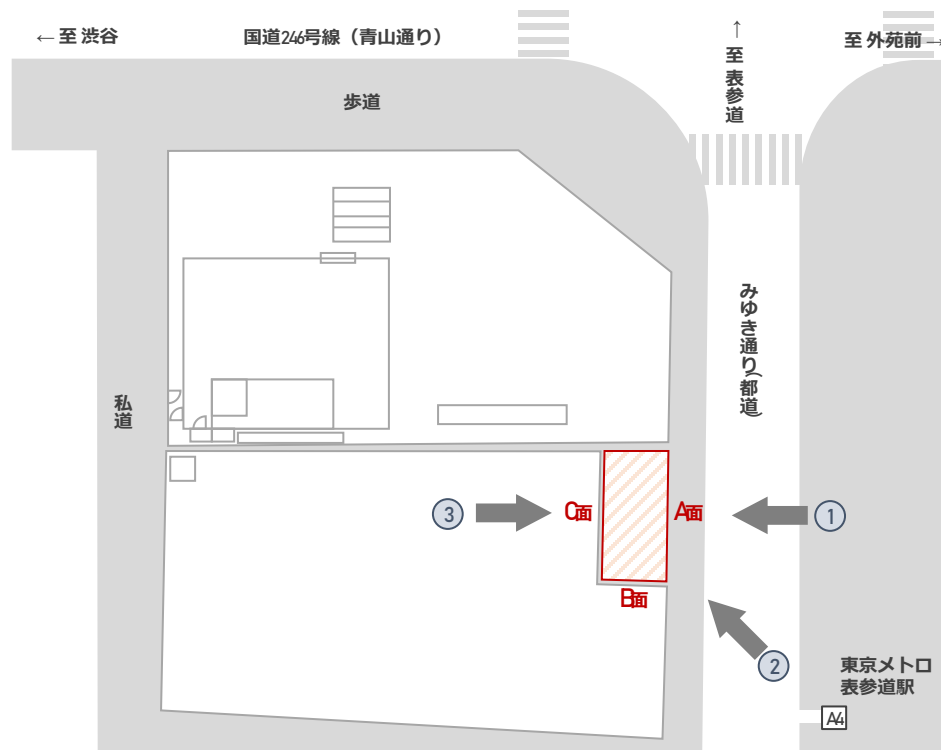
Cartier





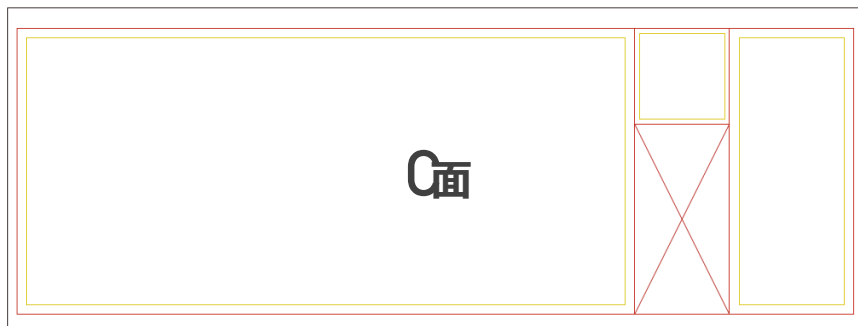
■ 仮囲い媒体

交通量も多く、表参道駅出口や交差点からの視認性の高い場所にある大型メディアです。



※媒体料金はかかりませんが、製作施工費は別途費用が必要となります。
 ※仮囲いのため、凹凸や歪みなどが出ますのでご了承ください。
 ※外枠があるデザインは歪みが目立つため控えてください。

■ 仮囲い媒体（仕様・製作費）



	A面	B面	C面
サイズ	ビジュアル表示サイズ(赤)	H3,000×W4,220	H3,000×W4,350
	セーフティサイズ(黄)	H2,800×W4,020	H2,900×W4,250
	製作サイズ(黒)	H3,400×W4,420	H3,400×W4,550
料金	掲出面により異なります。 詳細はお問い合わせください。		
備考	※製作及び施工、港区景観協議、屋外広告物申請は弊社にて承ります。 ※屋外広告物申請費、代行費は別途となります。 ※端まで絵柄・文字等がある場合、黄色ライン内に配置してください ※赤色は見寸、黄色はセーフティライン、黒色は塗り足しラインです		



必要書類のご提出

利用意向書

- ・ エントリー制です。各エントリー締め切り日までに利用意向書を提出してください。
 - ・ 4月～9月：当該期間ご希望の場合、一度ご相談ください。
 - ・ 10月～3月：2025年4月11日(金)17:00エントリー締め切り、4月18日(金)決定（予定）
- ※エントリー／利用意向書ご提出の際は、申し込み前提でお願いいたします。
- ※ご利用期間が9月と10月にまたがる場合は、事前にご相談ください。

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。

調整

- ・ 希望期間が重複した場合は、実施期間、メトロ媒体及び周辺媒体のメトロアドエージェンシーへのあわせてのご発注等、総合的に判断させていただきます。
- ・ 期間変更の調整などをお願いする場合がございますがご了承ください。

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。

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。

◆対象となる屋外広告物について

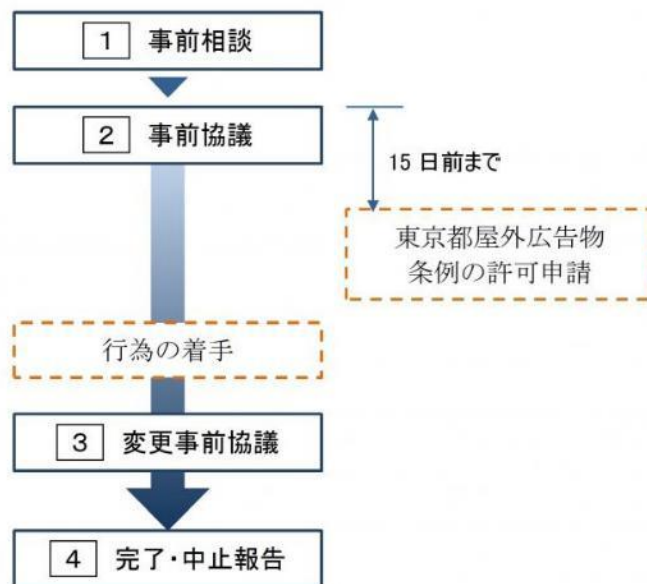


◆窓の内側からの表示と配慮

窓面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。窓面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。

◆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が、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。



掲出までの想定スケジュール

景観協議書
提出屋外広告物許
可申請書
提出・受理屋外広告物
許可掲出
開始

事前相談

15日間
景観事前協議期間

5営業日

許可期間

※デザインの概要が固まり
次第ご相談ください。
※早い時期に窓口で相談す
ることをお勧めします。

事前協議書の提出

助言・指導書の送付（区）

回答書の提出

景観事前協議終了

港区

回答書

助言・指導書

事業者

協議の流れは、景観アドバイザー会議での意見聴取の後に助言・指導書を送付します。これに対し、回答書を提出いただき、内容が整合していれば、事前協議終了となります。

※景観アドバイザー会議は、**原則毎週水曜日**に開催します。
※事前協議書の提出は会議開催日**3営業日前のAMまで**に提出してください。
※協議内容によっては時間がかかる場合もあります。
※アドバイザーの助言に応じて複数回行われることがあります。

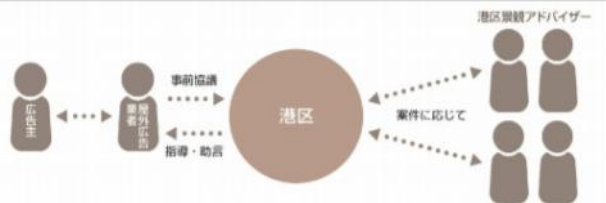
入稿

施工日

14営業日

景観アドバイザー制度の活用

屋外広告物と景観に関する知見を有する景観アドバイザーの助言を活用し、地域特性を踏まえた魅力的な街並み景観づくりに貢献する表示・設置となるよう誘導します。



出典元：港区景観計画

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

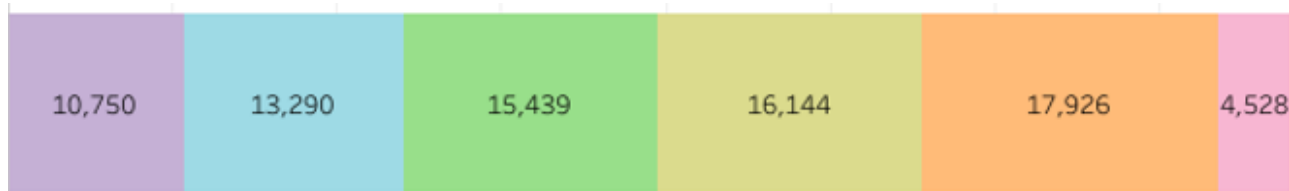


ビルボード
ジョイントウォール
『Eye Level』 / 『MAX』

表参道駅の1日平均乗降人員数推計値



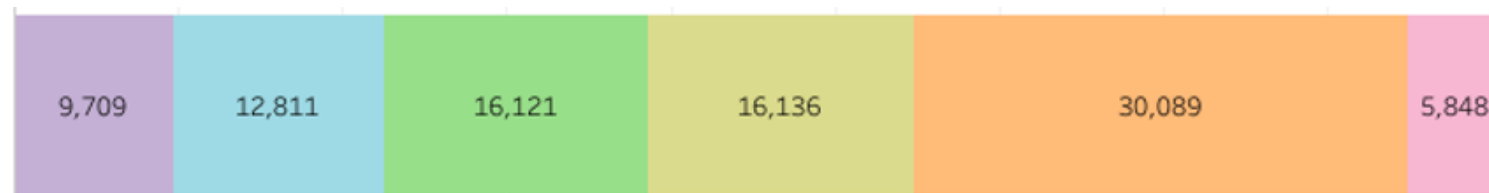
男性



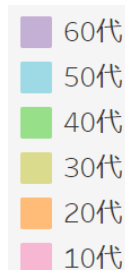
78,076



女性



90,715



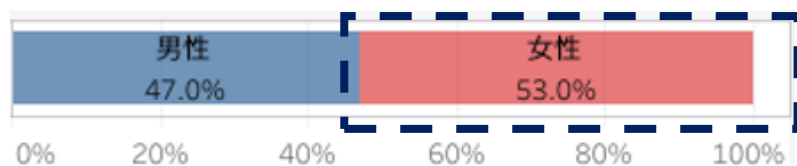
調査データ： 行動DNAアナライザー

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：2024年6月～8月

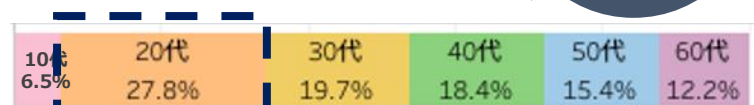
表参道駅利用者の性別・年代

性別



女性が53.0%
男性よりやや多い

年代

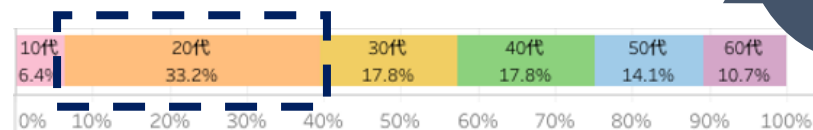


いちばん
多いのは
20代で27.8%

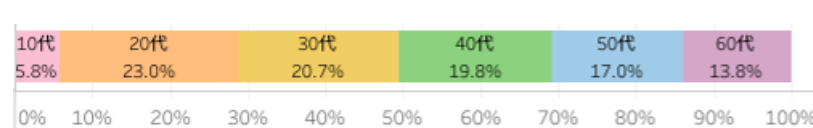
女性は
20代が1/3以上



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)

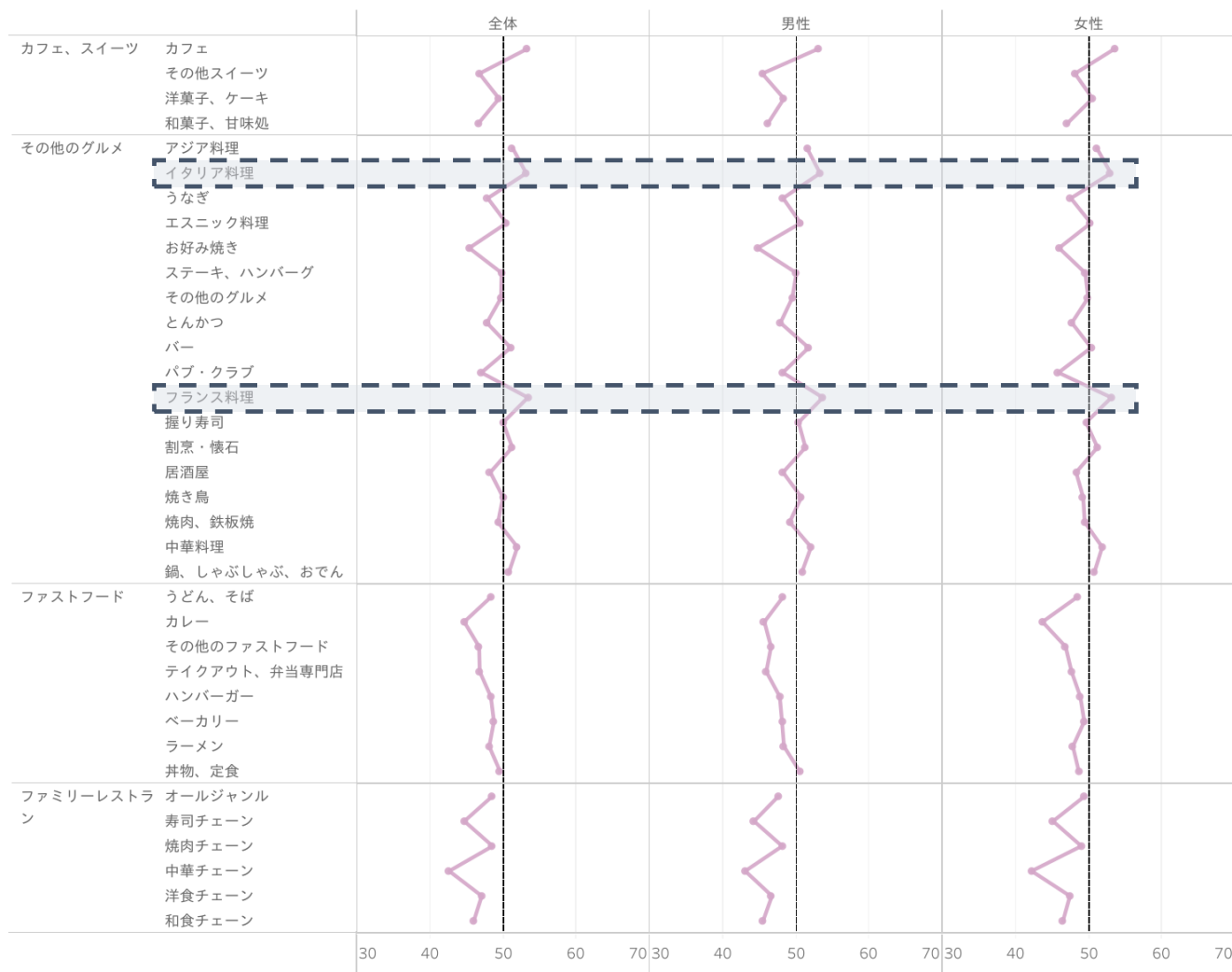
対象期間：2024年6月～8月

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。

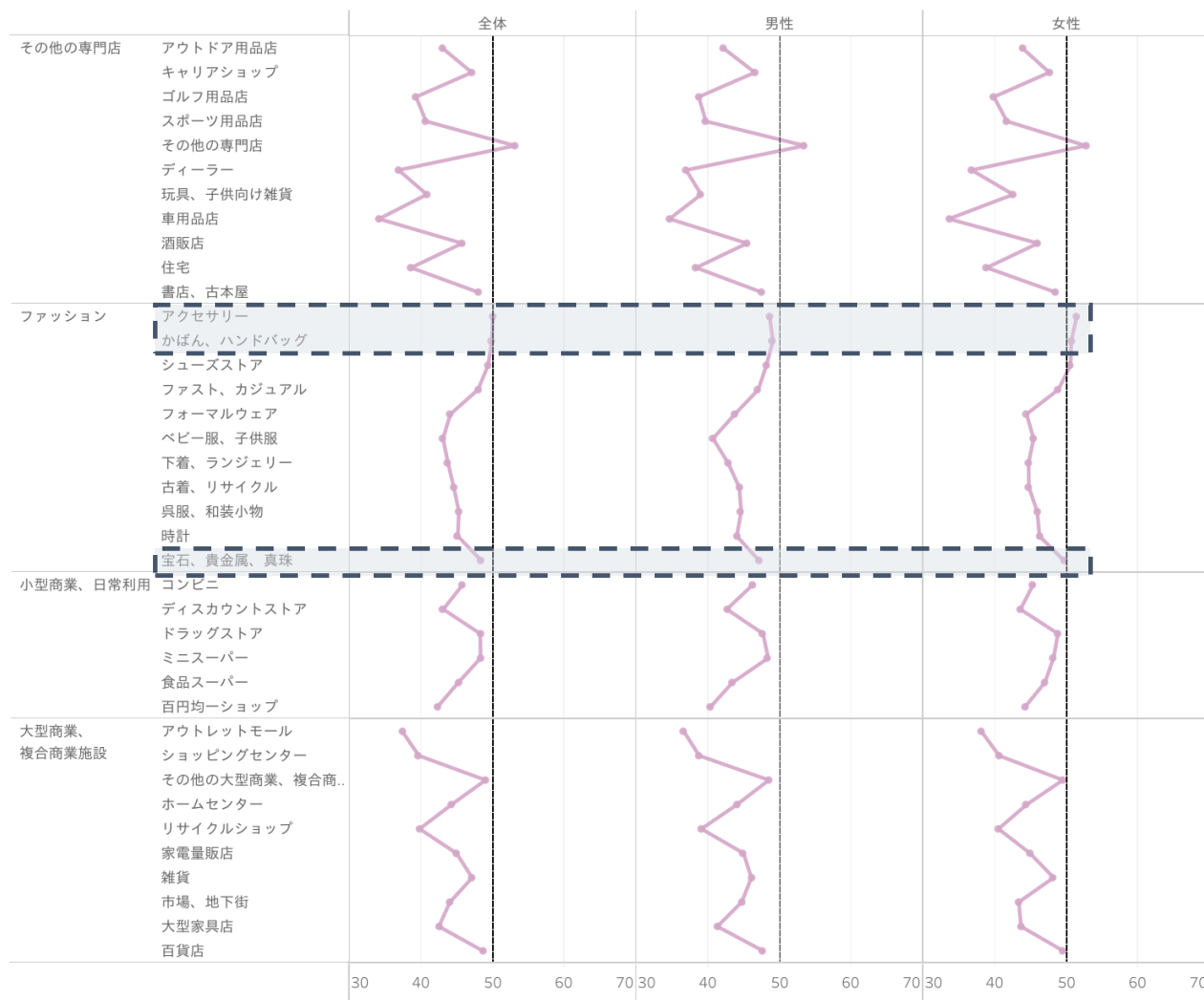


表参道駅利用者が行く場所（店舗）



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。

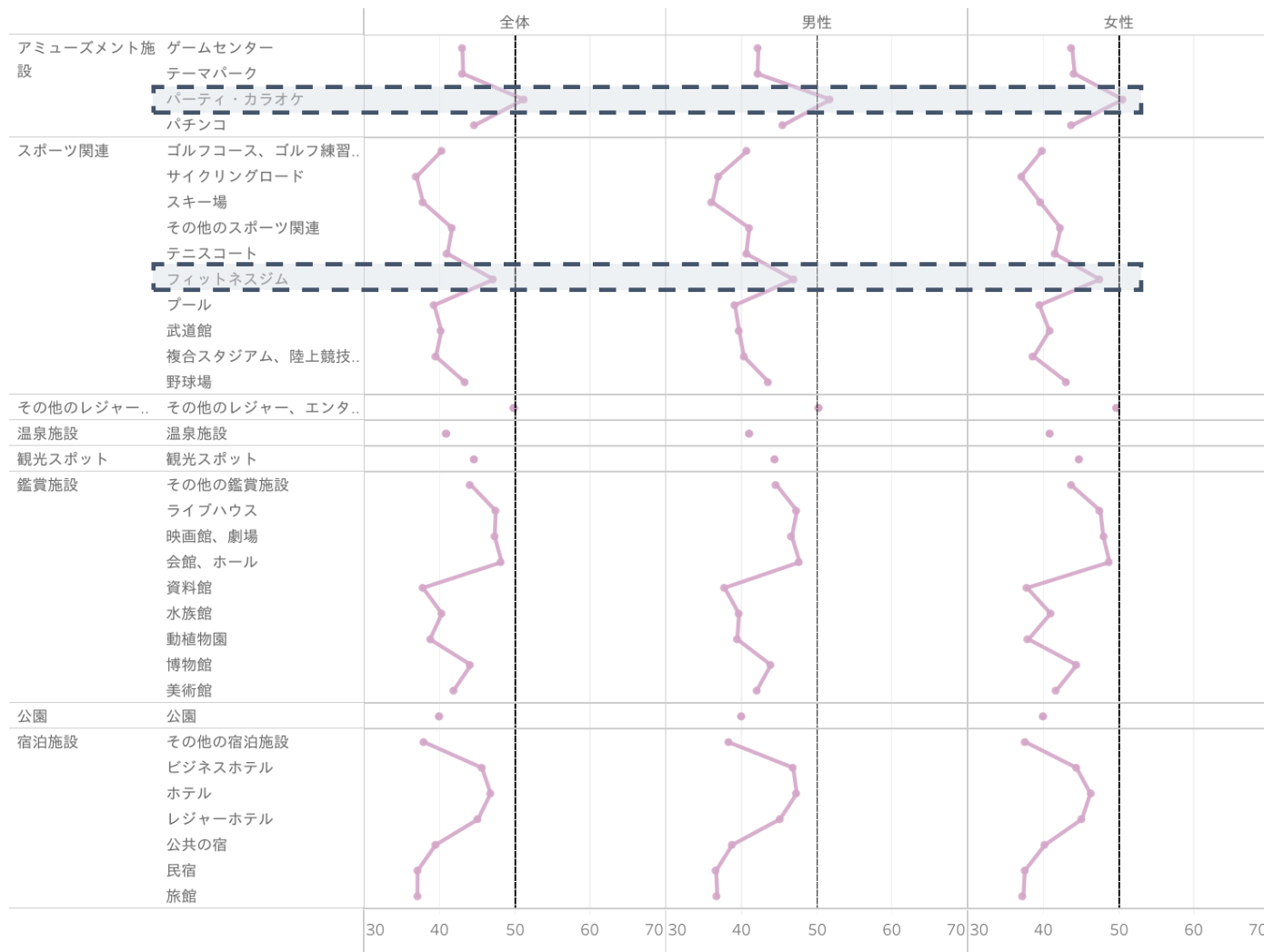


表参道駅利用者が行く場所（店舗）



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。

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