

MIYASHITA PARK が“体験型メディア”へと進化 新区画「Park in Park」が 10 月開業、59 面のサイネージを新設 ～施設ジャックで“文化創造” 第一弾は世界的ロックバンド Oasis とコラボ～

本リリースのポイント

- ・ MIYASHITA PARK を“体験型メディア”としてリニューアル。施設のメディア価値を高め、リアルな体験との相乗効果で顧客に付加価値を提供する「コマーシャル・サービス・プラットフォーム」として、ビジネスモデルを革新
- ・ 食とエンターテインメントが融合する新区画「Park in Park」を開業し、館内外 59 面のサイネージを新設。これらを連動させ、「最先端カルチャーの創造・発信の場」へと進化
- ・ 第一弾として世界的ロックバンド Oasis とコラボレーション。日本唯一の公式ポップアップショップに加え、フォトスポットや BGM およびサイネージジャックを通じ、視覚と聴覚に訴える特別な体験価値を提供

三井不動産株式会社(所在:東京都中央区、代表取締役社長:植田俊)は、東京都・渋谷区に位置する MIYASHITA PARK(以下、ミヤシタパーク)にて、“体験型メディア”への進化を目的としたリニューアルを実施します。これは、当社が推進する、多様なサービスを掛け合わせることで施設の価値を最大化する「コマーシャル・サービス・プラットフォーム」戦略の一環であり、新たなビジネスモデルの構築を目指すものです。

ミヤシタパークは、渋谷区との PPP 事業※1として、渋谷区立宮下公園・商業施設・ホテルが一体となった新しい形のミクスユース型施設で、商業施設部分の RAYARD MIYASHITA PARK は、高感度なファッションブランド・飲食・カルチャーなど幅広い店舗が揃う、渋谷エリアの多様な価値観やトレンドを発信する施設としての役割を担っています。

今回のリニューアルでは、2025 年 10 月 11 日(土)に食とエンターテインメントが融合した新区画「Park in Park」(以下、当区画)を開業するほか、施設内外に 59 面のデジタルサイネージを新設します。これらを有機的に連動させ、コマーシャル・サービス・プラットフォームとして幅広く価値提供することにより、施設全体で新たな文化を発信し、来街者や地域の方に新しい情報や体験価値を提供する施設へと生まれ変わります。

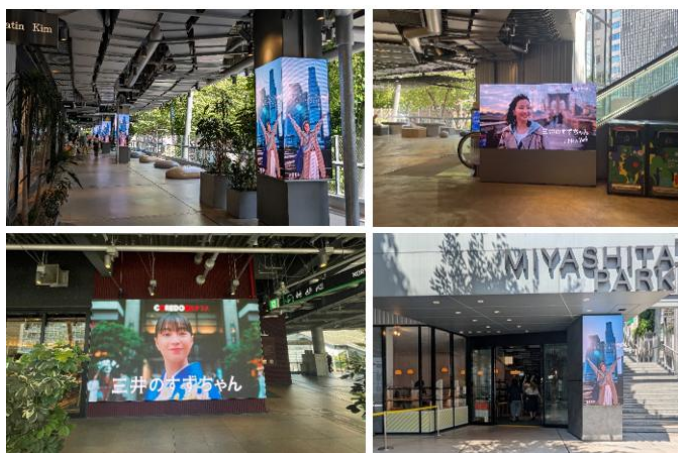
第一弾の取り組みとして、世界的ロックバンド Oasis の来日公演に合わせ、日本で唯一の「Oasis Live '25 Tokyo Fan Store」が当区画に出店。当区画でのポップアップショップに加え、各所でのフォトスポットやサイネージを活用した館内ジャックを実施。

従来の“トレンド発信地”の枠を超え、訪れるたびに新たな発見や熱狂が生まれる“文化創造の場”を目指します。

※1 PPP(パブリックプライベートパートナーシップ)事業:官民連携事業



「Park in Park」ギャラリーエリア イメージ



館内サイネージ

新たな区画「Park in Park」について

三井不動産は、「スポーツ・エンターテインメントを活かした街づくり」を通じて、リアル体験価値の最大化に取り組んでおり、ミヤシタパークでは、渋谷エリアの多様な価値観やトレンドの発信を行っております。

今般、南街区 1 階にオープンする当区画は、飲食エリアとギャラリーエリアで構成され、文化や人が自由に交差する唯一無二の“たまり場”として開業予定です。飲食エリアは、半地下酒場など、渋谷区を中心に飲食店を複数展開している今添笑店・今井氏が手がけます。ギャラリーエリアは、大型イベントから日常的なイベントまで柔軟に幅広いイベントが開催できる空間となっています。また、外装には、約 13m×3m の看板を設置し、イベントの発信やアート活用を予定しています。

当区画では、三井不動産グループが運営する、東京ドームなどで開催されるアーティストライブと連動した公式 POP-UP イベントと渋谷らしい文化の発信を両立します。これまでのミヤシタパークの“トレンドの発信地”としての役割に比べ、“最先端カルチャーの創出の場”としての機能もあわせ持ち、日常的な飲食と非日常的なエンタメ・スポーツ・アート等のイベントが有機的に連動し、ジャンルやバックグラウンドの枠を超えて熱狂的なエネルギーが生まれる場所を目指します。

■Park in Park 名称の由来

「Park in Park」という名称にはミヤシタパークの“屋上公園”から着想を得た想いが込められています。

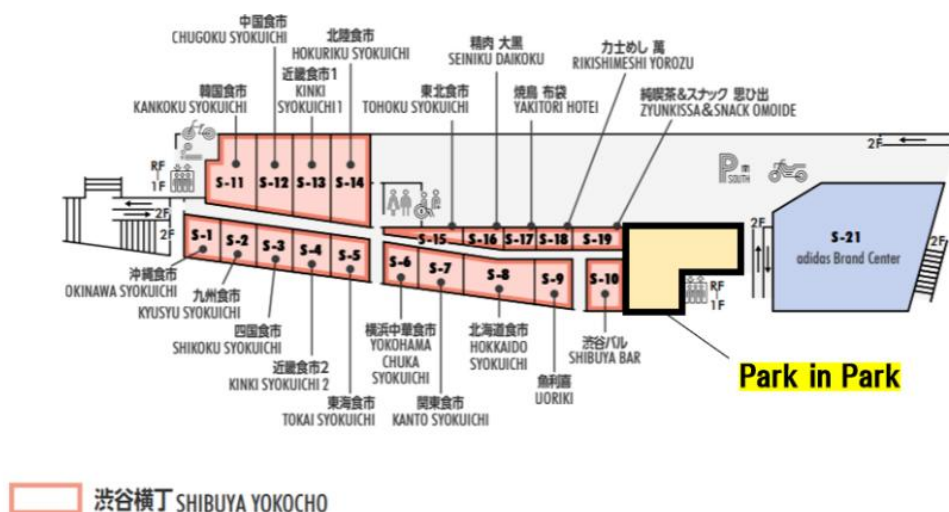
渋谷の中心で多様な人々が思い思いのスタイルで集い・語らうこの開放感や多様性は、まさに“人が自然と集まり、交差する場”です。また、かつてから今も続く渋谷らしさと、開業 5 年を迎えたミヤシタパークどちらも象徴する場所にしたいという想いを込めています。



「Park in Park」飲食エリア イメージ



「Park in Park」外観 イメージ



当区画位置図

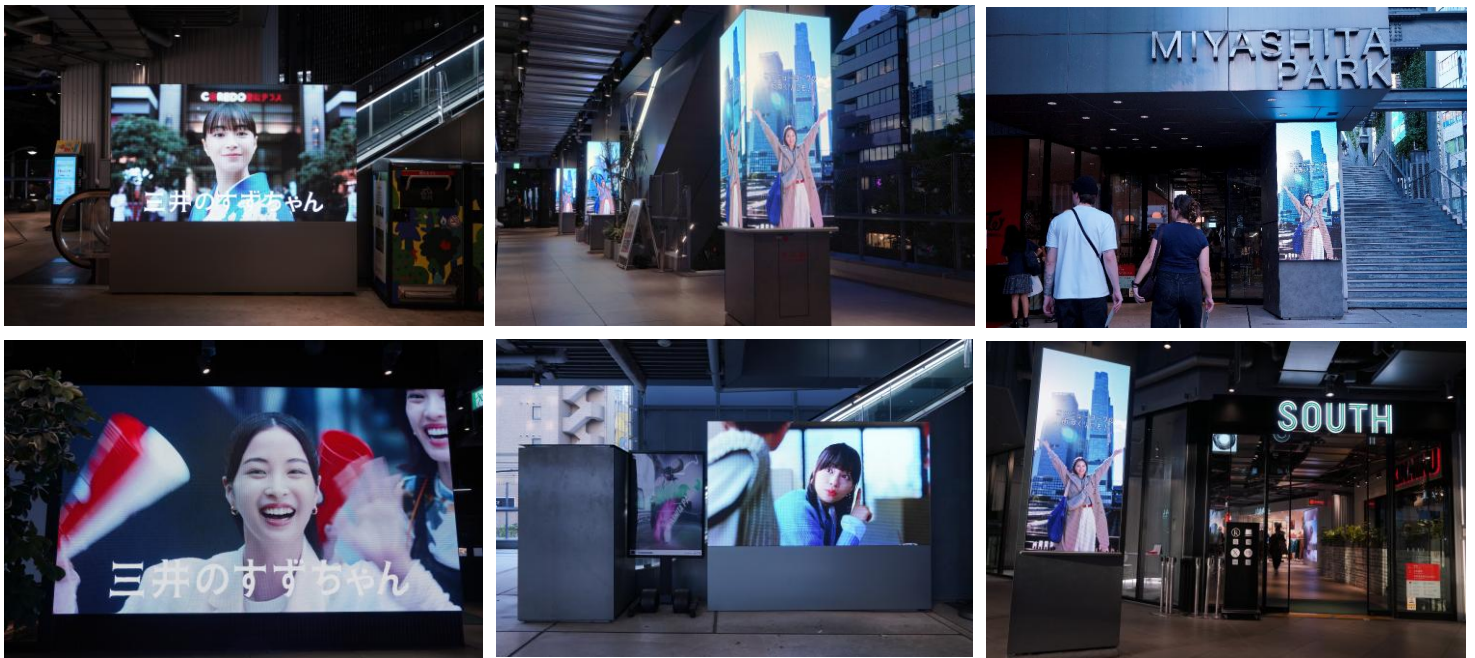
デジタルサイネージ新設について

ミヤシタパークでは、9月上旬に館内に新たに計42面のデジタルサイネージを設置いたします。また、2月上旬には渋谷駅側遊歩道に8連のサイネージを設置しEVファサードに6m×7mの巨大サイネージを設置予定です。

館内サイネージについて、アウトモールには連続性のあるコーナーサイネージを設置することにより、ダイナミックかつ一体感のある映像演出によって、まるで空間全体がジャックされたかのようなインパクトを生み出します。さらにフードホール前には約5m×3mの大型サイネージを新設し、来館者の目を引く、より印象的でダイナミックな空間を演出します。加えてスピーカーの設置により、映像と音響が連動した臨場感あふれる情報発信が可能となります。また、それぞれのサイネージを単独稼働・連動の両方に対応することで、連続性のある映像投影や全画面ジャックでの展開が可能です。

屋外サイネージについては、高さ3.5mの三角柱サイネージを遊歩道に8本設置予定です。またその先のEVのファサードに6m×7mのサイネージを設置いたします。開放的な屋外での連続性とインパクトのあるサイネージの連携によってシンボリックな空間を創造します。放映内容は、エンターテインメントやアート、広告、施設情報、地域情報、行政情報など多彩なコンテンツを予定しています。

新設のサイネージを活用することでコマース・サービス・プラットフォームとして幅広い価値を提供し収益源の多様化だけでなくクリエイターや地域の方々との関係性強化を通じて施設全体の価値を向上させます。



館内サイネージ

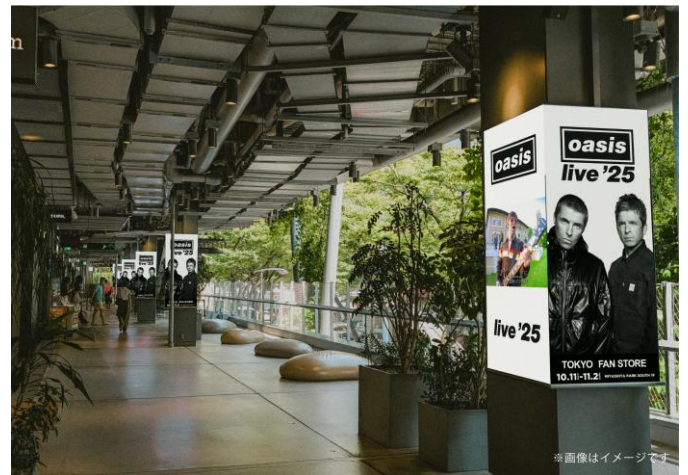


エレベーター・遊歩道サイネージ

メディア化第一弾 Oasis とのコラボレーション企画について

メディア化の第一弾では、2025 年 10 月 25 日(土)・26 日(日)に 16 年ぶりの来日公演として東京ドームで開催される世界的ロックバンド Oasis のライブと連動し、日本で唯一の「oasis live'25 Fan Store」を当区画にて展開。Oasis の名曲に浸れる音楽体験や、オフィシャルグッズの販売、飲食などを展開し、世界が注目する伝説のバンドとの一体感を渋谷・宮下の新しい“たまり場”でお楽しみいただけます。

また、ミヤシタパークに新設されるデジタルサイネージを駆使し、館内各所に Oasis のビジュアルを掲出することで、「ミヤシタパークジャック」と呼ぶにふさわしい演出を実現します。サイネージは映像だけでなく音楽再生も可能で、視覚と聴覚の両面での体験価値を提供します。



Oasis イベント展開イメージ

添付資料① 「Park in Park」概要

区画名称	Park in Park
営業時間	11:00～23:00 ※営業時間が変更になる場合がありますので、最新情報はウェブサイトをご確認ください。
飲食プロデュース	合同会社今添笑店
区画プロデュース	株式会社 AMBIE 株式会社ノット
デザイン・基本設計	株式会社鈴木工藝社
実施設計・監理	株式会社スペース
企画提案・デザイン監修	株式会社日建設計
施工	株式会社竹中工務店 株式会社スペース

添付資料② MIYASHITA PARK 概要

街区・施設名称	MIYASHITA PARK 公園 渋谷区立宮下公園 商業施設 RAYARD MIYASHITA PARK ホテル sequence MIYASHITA PARK
所在(住居表示)	東京都渋谷区神宮前六丁目 20 番 10 号他
交通アクセス	JR 山手線、埼京線、湘南新宿ライン、東京メトロ 半蔵門線、銀座線、副都心線、東急東横線、田園都市線、京王井の頭線「渋谷」駅より徒歩約 3 分
営業時間	●渋谷区立宮下公園 公園:8:00～23:00 スポーツ施設:9:00～22:00(受付は 21:30 まで) ●RAYARD MIYASHITA PARK ショップ:11:00～21:00 ※一部、営業時間の異なる店舗がございます。 レストラン・フードホール:11:00～23:00 ※一部、営業時間の異なる店舗がございます。 ●sequence MIYASHITA PARK VALLEY PARK STAND:8:00～22:00 (LO 21:00) Twelve on the Park :7:00～23:00 (LO 22:00)
施設ウェブサイト	https://www.miyashita-park.tokyo/

【位置図】



添付資料③ 三井不動産のエンターテインメントの取り組み

三井不動産は、これまでエンターテインメントの要素を盛り込んださまざまな街づくりを手掛けてまいりました。2021年1月に東京ドームがグループ会社になったことを皮切りに、2024年4月に策定した長期経営方針「& INNOVATION 2030」でも、事業戦略に掲げる新たなアセットクラスへの展開に向け、エンターテインメントを通じた感動体験の創出を目指しています。

本格的なスポーツ・エンターテインメントイベントが実施可能な屋内型スタジアムコートを有する商業施設「三井ショッピングパーク ららぽーと堺」「三井ショッピングパーク ららぽーと安城」や、さらには収容人数 1 万人規模の大型多目的アリーナ施設「LaLa arena TOKYO-BAY」(株式会社 MIXI との共同事業)などの『場』を整えることで、その取り組みを加速しています。

整備した『場』を通じて、お客さまと多面的な接点を持ち、リアル体験価値を生み出す『コンテンツ』展開ができることが当社の強みです。その強みを活かし、本事業のような従来の枠を超えた新たなエンターテインメントの創造に挑み、今後も「エンターテインメントの力」を活かした街づくりを推進してまいります。



東京ドームシティ
(東京都文京区)



LaLa arena TOKYO-BAY
(千葉県船橋市)



三井ショッピングパーク ららぽーと堺
(大阪府堺市)



三井ショッピングパーク ららぽーと安城
(愛知県安城市)

添付資料④ 三井不動産グループのサステナビリティについて

三井不動産グループは、「共生・共存・共創により新たな価値を創出する、そのための挑戦を続ける」という「&マーク」の理念に基づき、「社会的価値の創出」と「経済的価値の創出」を車の両輪ととらえ、社会的価値を創出することが経済的価値の創出につながり、その経済的価値によって更に大きな社会的価値の創出を実現したいと考えています。

2024 年 4 月の新グループ経営理念策定時、「GROUP MATERIALITY(重点的に取り組む課題)」として、「1. 産業競争力への貢献」、「2. 環境との共生」、「3. 健やか・活力」、「4. 安全・安心」、「5. ダイバーシティ&インクルージョン」、「6. コンプライアンス・ガバナンス」の6つを特定しました。これらのマテリアリティに本業を通じて取組み、サステナビリティに貢献していきます。

【参考】 ・「グループ長期経営方針」 <https://www.mitsuifudosan.co.jp/corporate/innovation2030/>
・「グループマテリアリティ」 https://www.mitsuifudosan.co.jp/esg_csr/approach/materiality/