

Tokyo 15th Outdoor Advertising concourse



第15回 東京屋外広告コンクール 作品募集案内

主催：公益社団法人 東京屋外広告協会

後援：東京都 東京商工会議所

協賛：東京屋外広告美術協同組合 関東ネオン業協同組合 一般社団法人東京バス協会
関東交通広告協議会 東電柱広告組合 東日本鉄道東京広告会 東京地下鉄広告会 都営交通広告会

協力：広告関連団体 業界誌など

▼お申し込み

公式Webサイトの応募フォームよりご応募ください

公式WebサイトURL：www.toaa.or.jp

▼お問い合わせ

concour@toaa.or.jp

公益社団法人 東京屋外広告協会 〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-2-2丸の内二重橋ビル6階

第15回 東京屋外広告コンクール[応募要領]

「東京屋外広告コンクール」は、東京の美しい景観を創出する使命のもと、景観と調和のとれた優れたデザインの作品を表彰する東京都の取り組みとしてスタートいたしました。1998年から東京屋外広告協会が継承し、景観形成に重要な役割を担う事業として隔年で開催しており、おかげさまで今年度は15回目を迎えます。

応募方法は東京屋外広告協会の公式Webサイトから申し込みいただけます。

みなさまの素晴らしい作品をお待ちしております。ぜひ奮ってご応募くださいますようお願い申し上げます。

募 集 部 門

- 第1部門

建築物とその周辺に設置されたサイン・屋外広告
屋上、壁面、屋外ビジョン、突き出し看板（袖看板）、建植（野立て看板）、懸垂幕、アーチなど
- 第2部門

街並み（商店街や通り）を構成する屋外広告
バス停留所上屋利用広告（バスシェルター）、バナー広告、フラッグ広告、電柱・街路灯広告など
※街の特定のエリア・大型商業施設（施設周辺、施設共用部分、エントランス、吹き抜けアトリウム等）などにおけるプロモーション・イベントに伴う短期間設置を含む
- 第3部門

駅・空港構内の広告
駅・空港貼りポスター、デジタルサイネージ、大型ボード、シート広告など
※プロモーション・イベントに伴う短期間設置を含む
- 第4部門

車体利用広告
電車、バス、タクシー、広告宣伝車などのラッピング広告

応 募 者 の 資 格

広告主の自薦、媒体社・代理店・制作会社の推薦

対 象 期 間

作品は都内に2025年1月1日から2026年12月31日迄に設置されたもの

応 募 方 法

東京屋外広告協会公式Webサイトの応募フォームよりご応募ください

公式WebサイトURL: www.toaa.or.jp

- ※ 応募作品写真:①昼間、②作品と周囲の関係、③夜間（任意） データ（JPG・PNG形式3MB以内各1点）
- ※ 動画（任意）:60秒以内 データMPEG-4（1920px×1080px 16:9素材 50～100MB）
- ※ 1作品・1部門にのみ応募、部門の重複応募はできません
- ※ 応募費用は無料です

募 集 期 間

2026年11月1日（日）～2027年1月12日（火）

審 査 員

東京都、東京商工会議所、広告関連業界、有識者などで構成 8～10名

審 査 基 準

- 1.建築物及び周囲の景観と調和がとれているもの
 - 2.デザインが優れ、人々に親しみを感じさせるもの
 - 3.関係法令に適合しているもの
- ※同一商材、同一広告主、同一応募者の別作品を総合的に判断して賞の対象とさせていただく場合があります。

表 彰 内 容

- 1.東京都知事賞
 - 2.東京商工会議所会頭賞
 - 3.公益社団法人東京屋外広告協会会長賞
- 原則各賞に対して各部門から1作品。各作品の広告主、デザイナー、制作者を表彰
各賞にトロフィー・表彰状を授与
- ※審査は2027年2月上旬、入選発表は2月下旬（入選者にお知らせします）
※表彰式：2027年3月15日（月）、会場：東京商工会議所

そ の 他

- 東京都屋外広告物条例第8条の規定に該当する屋外広告物については、申込書に必要な応じて屋外広告許可番号をご記入ください。なお、入賞作品については許可書（写）を提出していただく場合がございます。
- 写真等の応募資料の著作権はその著作者に留保されますが、応募にあたり資料を刊行物、展示会等に発表する権利を主催者に付与していただきます。
- 応募フォームにご記入いただいた内容は本コンクールに関する連絡のみに使用し、他の目的には使用いたしません。

屋外広告憲章

屋外広告取扱い及び製作者は、社会倫理の基礎に立ち、近代的感覚と公正な常識とにより、関係諸法規を遵守するのほかに下記各項の具体的実践を図り、以って都市の美観と公共の福祉に寄与するものとする。

1. 屋外広告は、社会道義を昂揚し、大衆の感情良俗を助長するものであること。
2. 屋外広告は、真実を語り、且つ責任を負い、消費大衆の健全なる生活を営むに役立つものであること。
3. 屋外広告は、環境の美化に役立ち、大衆に好感を与えるものであること。

1962年1月1日制定