

## 経済成長を多様な処方箋で実現する年に

公益社団法人 東京屋外広告協会 会長 大久保 秀夫



あけましておめでとうございます。皆様におかれましてはつつがなく2023年の新春をお迎えになられたことと謹んでお慶び申し上げます。

さて、わが国を取り巻く経済社会環境は一段と厳しさを増しております。ロシアのウクライナ侵攻を背景とした国際的な原材料価格の上昇や円安の影響で、企業や国民の日常に負担が重くのしかかっています。

政府はこの事態に対し原油価格・物価高騰等総合緊急対策を取りまとめ実行中です。特にわが国は化石燃料の海外依存が高いため、これまで輸入物価が上昇すると所得が海外に流失する事態が続いてきましたが、それを克服するためにもエネルギーや食料品の危機に強い経済構造への転換が必要です。長い低迷の続くわが国経済を持続可能かつ成長路線に乗せるためにも、物価高騰対策や賃上げの取組の効果を期待したいと思います。

一方、円安を活かす視点では、インバウンドや国内観光、イベント需要などのコロナ禍で回復が遅れている分野の需要回復も有効ですし、円安で国内の企業立地環境もコスト面で大きく改善しており、国内回帰による投資を拡大することも選択肢に入ってきております。地域で稼ぐ力が増加する環境が戻ってくることは国内全体に明るい兆しをもたらすことになるでしょう。

さらに、新しい資本主義の実現には、大きな期待を持っておりますが、とりわけ科学技術・イノベーション、GX、DX、スタートアップへは長期計画的に大胆な投資が必要です。そのためにも、今年は経済成長の選択肢を見極めつつ有効な対策を早急に推進していくことが重要かと存じます。

このような状況の中で、広告業界は3年に及ぶコロナ禍の影響を根底では払拭できずしておりますが、経済産業省の直近の調査では、屋外広告は2カ月連続で売上上昇、交通広告も4カ月ぶりにプラスになるなど好転する兆しも見えております。また、リモートワークの定着による通勤者の減少といった社会変化の中にあっても、デジタルサイネージを活用した屋外広告などは、SNS上で大きな反響を得ることもありました。新しい時代を先取りする媒体としてこれからの動向に注目が集まることに大いに期待したいと思います。

2023年が皆様にとりまして、飛躍の年になりますよう心から祈念いたしまして年頭のご挨拶とさせていただきます。

(東京商工会議所特別顧問・株式会社フォーバル会長)

国土交通省 3D 都市モデル	新会員紹介	9 頁
「Project PLATEAU」	第 13 回東京屋外コンクール応募方法の振り返り	10 頁
2 ~ 3 頁	赤い羽根共同募金へのご協力について	11 頁
株式会社 LIVE BOARD の取組について	日本のサインと空間デザイン	12 頁
4 ~ 5 頁	事務局だより	12 頁
全国電柱広告連合会について		
6 ~ 7 頁		
令和4年度第2回理事会報告、各委員会報告		
8 ~ 9 頁		

あなたの未来を、カタチに。



## 株式会社フジサワ・コーポレーション

藤澤工業株式会社 株式会社ローヤルカラー 株式会社サワダ

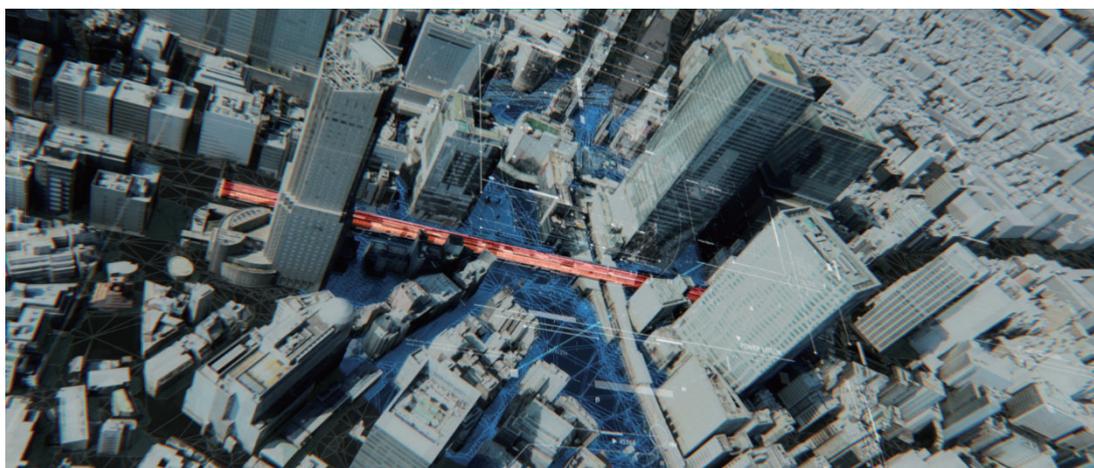
<http://www.fujisawa-corp.co.jp>

# 3D都市モデルの整備・活用・オープンデータ化プロジェクト 「Project PLATEAU」の取組の紹介

国土交通省都市局都市政策課

## 1. はじめに

国土交通省が2020年から主導するProject PLATEAU (<https://www.mlit.go.jp/plateau/>)では、スマートシティをはじめとするまちづくり分野でのDXを進めるため、3D都市モデルのデータ整備、ユースケース開発、3D都市モデルの整備・利活用ムーブメントの惹起とオープンデータ化に取り組んでいる。PLATEAUでは、これまで全国約60都市を対象に、約10,000km<sup>2</sup>という世界的にも前例のない規模で3D都市モデルを整備し、さらにこれを活用し、防災、まちづくり、モビリティ、地域活性化・観光等の多様な分野において、40以上の実証実験やフィージビリティスタディを展開してきました。今年度(2022年度)は、引き続き3D都市モデルを活用した先進的なユースケースの開発やデータ整備等の技術開発に取り組むとともに、新たに地方公共団体向けの支援制度を創設し、地域における3D都市モデルの整備・活用を後押ししています。本稿では、Project PLATEAUの取組について概括します。



## 2. 取組の概要

### ○ 3D都市モデルとは（データ特性）

PLATEAUでは、都市空間のデジタルツインあるいはまちづくりのDXを実現するための中核となる概念として、「3D都市モデル」を定義しています。3D都市モデルとは、単なる“都市空間の3Dモデル”ではありません。データフォーマットとしては地理空間情報の国際標準化団体であるOGC（Open Geospatial Consortium）が定めているCityGML 2.0というオープンフォーマットを採用しており、グローバルな流通性やソフトウェアのネイティブ対

人が通う。心が、かよい合う。

交通メディアのトータルプランニング

Advertising Agency

**SHUNKOSHA**

株式会社春光社

〒104-0031 東京都中央区京橋 3-7-5 TEL:03-3538-9320 (代) <http://www.shunkosha.co.jp/>

応を確保しています。また、PLATEAUの3D都市モデルのデータモデルは、都市を構成する建物や道路等のオブジェクトの幾何形状（ジオメトリモデル）に加え、「建物」「壁」「屋根」等の地物定義や、「用途」「構造」「築年」「災害リスク」等の活動的な意味（属性情報）を付加した形で構築される点に最大の特徴があります。このような“都市空間の意味”は「セマンティクス（Semantics）」と呼ばれており、3D都市モデルとは「ジオメトリとセマンティクスの統合モデル」と呼ぶことができます。

また、PLATEAUの3D都市モデルは建築物レベルから都市全域レベルまで異なるスケールのデータを同一のファイル上にパッケージ化することができることもユニークな点です。3D都市モデルはLOD（Level of Detail）と呼ばれる詳細度を区分する概念を持っており、CityGML2.0ではLOD1からLOD4までの4段階が定義されています。最も詳細度の低いLOD1はオブジェクトの図形に高さを与えた単純な立方体モデルである一方で、最も詳細度の高いLOD4はBIMモデルをベースに屋内情報を記述するモデルであり、建築物であれば部屋割りやドア、階段といった情報も保持可能となります。

この仕組みにより、3D都市モデルは同じ地物に関する詳細度の異なる様々な情報を統合的に管理・蓄積・利用することができ、例えば、投影縮尺に応じた適切な詳細度での可視化やユースケースに応じた最適なモデル（LOD）の適用といった、多様なアプリケーションで柔軟な利用が可能となります。



< CityGML の LOD 概念 >



< 建築物 LOD1 ~ LOD3 >

#### ○多様なユースケース

PLATEAUでは、2020年度以降、3D都市モデルを活用した、防災、まちづくり、モビリティ、地域活性化・観光などの多様な分野におけるユースケースを全国で開発してきました。3D都市モデル自体が我が国によって新しいデータであるため、これがどのような分野で役に立つのかも多くがフロンティアであるため、国土交通省自らが民間企業や大学と連携して様々な分野で3D都市モデルの有用性を検証するプロジェクトを立ち上げ、ベストプラクティスを生み出しその成果を公表することで、官民の3D都市モデルの活用拡大を促しています。

個別のユースケースの詳細はウェブサイト (<https://www.mlit.go.jp/plateau/use-case/>) に掲載されているレポートや記事でまとめていますので、ぜひご覧いただけますと幸いです。



< 太陽光発電ポテンシャルシミュレーション >



< 避難ルート可視化ツールの開発 >

地域コミュニケーションは、  
良質なメディアで。

●電柱広告●交通広告●屋外広告●広告企画

株式会社  
**東 広**

---

本 社 〒104-0045 東京都中央区築地1-12-22 コンフビル5階  
Tel.03(3546)1050(代) Fax.03(3546)1060

ホームページ <http://www.toko-ad.co.jp>

## 株式会社 LIVE BOARD の取組について

### ～データを活用した新しいDOOHの世界を目指して～

株式会社 LIVE BOARD 代表取締役社長 櫻井 順

当社は2019年の会社創設以来、日本で初めてのインプレッション（広告視認者数）に基づくデジタルOOHのアドネットワークの構築を進めてまいりました。

会社の設立からまもなく丸4年が経過しようとしていますが、屋外のビルボード、交通車両や駅構内、商業施設など生活導線上のあらゆる接点で当社から配信できるネットワークを構築し、現在では大小織り交ぜて約19,000のスクリーンと月間インプレッション数8億以上まで数字を伸ばすことができました。これにより家の外にいる生活者に対して、どの場所、モーメントを捉えれば広告効果が最大するか、といった観点で広告主様に提案することが可能な基盤を構築しています。



我々のビジネスのベースとなるデータでは、NTTドコモのモバイル空間統計®を始めとした膨大なビッグデータを礎にし、インプレッションをはじめとしたデータを活用して、プランニングから効果検証まで一貫通貫で計測できる環境が構築されています。

これまでのOOHでは効果測定の手法などに統一的な指標がなく、広告主様からすれば積極的に使いづらいメディアであった点是否めませんが、欧米では先行して指標の統一化が進みつつあり、私共も日本では一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアム（DSC）が21年3月に公開したメジャメントガイドラインに則り計測するなど、広告主の方々がPDCAを回すために必要な指標の策定と業界の標準化を進めてきました。

グローバルでもWOO（World Out of Home Organization）が22年5月にグローバルガイドラインを改定し、10月にはその日本語訳版が公開されていますが、当社ではこれらのガイドラインの策定・日本語版の策定に協力しています。

このような取組みにより業界として指標の統一化が進むことのメリットは、広告主様がOOHをTVやデジタルと横並びで比較しやすくなるということが上げられます。現在広告費の多くの部分がTVやデジタルに投下されていますが、横並びで比較されるようになることで、広告主様にとって最適な媒体のポ-

あらゆるニーズに応えます。

# 都営交通広告会

お問い合わせは

〒104-0031 東京都中央区京橋3-7-5 京橋スクエア  
株式会社 春光社内

TEL 03-3538-9320(代) FAX 03-3538-9220

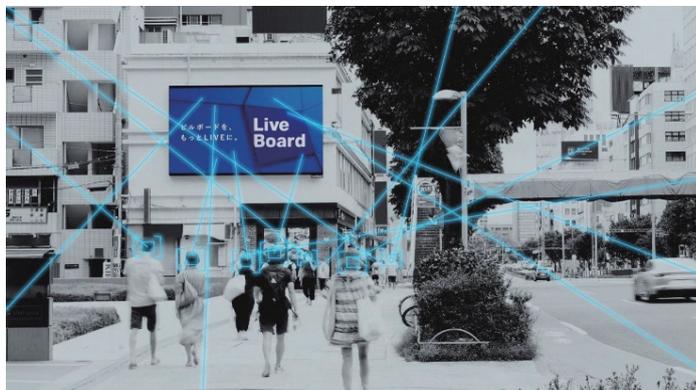
トフォリオを組む機運が高まることにつながります。

実際に我々のデータでは、OOHが生活者の「購入・利用意向」を高める「世の中ゴト効果」を生み、TVやデジタルでは届きにくいZ世代と言われるような10代～20代に届きやすい媒体であること。また、TVやデジタルと同時にOOHを使用することで、それらの効果をさらに押し上げる、補完的な効果をもたらすことが証明されています。

このようなOOHの効果が広告主様に広く認知されることで、広告費全体に占めるOOH予算を少なくともコロナ前の7.6%、またはDX化でそれ以上に成長し、近い将来10%まで高めていくことができると考えています。

OOHのDX化は、クリエイティブ面の進化やデータを活用した更に高度な配信を可能にしました。昨年話題になった3Dのクリエイティブは今年も多くの場合で話題になりましたが、我々はネットワーク型に構築した媒体の特性を活かし、場所や時間・天候など様々なデータと連動した試みを行っています。

ユニバーサル・ピクチャーズ様の映画「ジュラシック・ワールド」のキャンペーンでは、ビルの壁面が突然開いてそこから恐竜が飛び出てくるような映像を配信しました。これは一見簡単なように見えますが、



ビルの壁とサイネージの色味を合わせるために、時間帯や天候などに合わせて明るさの異なる複数の素材を制作し、それを複数の場所で天気や時間帯に合わせて配信を制御する当社ならではの配信システムにより実現しています。

また、ORコードやSNSと連動したクリエイティブも今年多くの試みが見られました。当社で行ったマクドナルド様の「ランダムマック・キャンペーン」は、マクドナルド

の店舗の近隣にある当社の媒体に、それぞれの場所や天気・時間帯の情報と連動したメッセージとともに、ハンバーガーを模したQRコードを表示して店舗への誘導を意図した企画でしたが、事後の調査ではこの広告を見た約半数が来店意向が高まったと回答しています。

最後に、当社は広告を配信するプラットフォームであるとともに、街中にサイネージを設置する媒体社でもあります。屋外の媒体は社会の公器と考えCSRも重要な活動と位置づけ、ウクライナ問題ではUNHCRに直接呼びかけ避難民保護に関する動画を配信したり、民放・NHKなど108社が参加するSDGメディアコンパクトと国連による気候変化対策にも賛同し、我々の媒体を提供しています。このような活動を通じてOOHが生活者とともに寄り添い愛されるメディアになれば幸いです。

**KING  
PRINTING  
CO.,LTD.**

**The Visual Communication Company**

□ 東京支社 〒107-0052 東京都港区赤坂八丁目5番6号 IPIAS Aoyama 204 ☎03(5413)7758

地域とお客さまと共に 132 年、

## 進化を続ける電柱広告のデザインと地域貢献広告

全国電柱広告連合会・関東電柱広告連合会 事務局長 原田 明

「電柱広告らしさ」を構築した様々な取り組み

電柱広告は、電力・通信のインフラ設備である電柱を広告媒体として道路上に掲載が許可されている屋外広告の一つです。その媒体特性だからこそ明治23年の事業開始から132年間、安全管理、地域への貢献、景観調和を中心とした方策を取り組み続けてきました。安全面では広告本体強度、取付方法、巡視点検、広告の取替制度など、また地域への貢献では地域の中小企業の方々に優先的にご利用いただき、生活情報として町名番地表示、交通安全表示、避難場所誘導案内表示など生活の利便性と安全・安心を課題に取り組み、さらには景観調和では電柱広告標準色の設定や表示デザインの基準化を図り、電柱広告の「多様化における統一性」の考えに立って「電柱広告らしさ」の確立に努めてきました。

今回はその取り組みから「電柱広告デザインコンクール」と「地域密着の電柱広告」をご紹介します。

関西地域で「電柱広告デザインコンクール」を継続実施

電柱広告のデザインは片面0.5m<sup>2</sup>の縦長で限られたスペースに文字を中心とした広告となりますが、その表現デザインについては様々な工夫を凝らし、その街の景観に調和したデザインなどはこれまでも評価をいただいたデザイン例も数多くあります。その役割の一つとしての電柱広告のデザインコンクールは、新たな表現やデザイン力の向上に繋がりこれまでもいくつかの企業で実施されています。

その中で関西電力電柱広告業組合主催の「電柱広告デザインコンクール」は、電柱広告のデザイン向上と電柱広告が幅広い社会一般の方々に向けた知名度アップを目的に、「電柱広告の新



電柱広告デザイナー・金賞

京都市立芸術大学 学生・最優秀賞

神戸芸術工科大学学生・最優秀賞

企画からデザイン・撮影・施工まで、あらゆる  
ビジュアルニーズに応える総合コマーシャルラボ。

デジタルの美しさを、人へ、街へ。

- 銀塩写真、インクジェット出力ともにデジタル対応
- 屋外広告やバス/地下鉄のラッピングなど幅広く対応

**IGG** 株式会社 ラボ・銀座  
東京都中央区日本橋箱崎町20-13  
TEL. 03-5614-4440 〒103-0015

たな魅力づくり」として、第38回目の令和4年度は10月18日～11月23日まで実施されました。3年前より新型コロナウイルスの影響を考慮し、それまでの屋内作品展示から実際の街の電柱に掲出した屋外開催とし、街行く多くの方々の目に触れるように企画された電柱広告デザインコンクールとなりました。令和2年の開催は「梅田・中崎町エリア」、令和3年は「浪速・新今宮エリア」そして今年度は「神戸・南京町&乙仲通エリア」で開催されました。毎回テーマを設定して電柱広告のデザイナー、京都市立芸術大学の学生からデザイン作品を応募して、今年度は地元の神戸芸術工科大学の学生にも募集をかけ、今回は新たな電柱アートデザインとしての表現領域を創り出す目的もあり「電柱アート de ひと まち つなぐデザインコンクール 2022 in 南京町&乙仲通」と開催タイトルも加えて実施されました。このデザインコンクールを実施計画するには、掲出する地域の商店街振興組合などのご理解とご協力なしでは実施できなく、さらに管轄自治体の許可も必要になり、日頃の電柱広告事業活動の中で培ってきた信頼関係が大きな成果となりました。また、街行く一般の方々に電柱広告に興味を持ってもらう細かな仕掛けがなされ、SNS活用の「気に入ったデザインに投票」や「電柱アートフォトコンテスト」なども好評を得た企画となりました。

### 地域の細かな要望にお応えする電柱広告

無電柱化が進む道路以外の生活道路では、電柱広告を暮らしの情報や災害時の安全情報表示などに役立てていただくよう、地域や自治体、関連機関などと連携して実施しています。避難場所案内表示や通学路表示などの他に、観光振興や文化・スポーツイベント支援など、その地域が抱えている問題やテーマなどの地域密着の電柱広告として貢献しています。

- ・「関ヶ原古戦場案内」協賛スポンサー付（岐阜県）
- ・「コロナ負けるな、医療従事者へ感謝」（鹿児島県）
- ・「ガーデンフェスタ北海道の開催周知」（北海道）
- ・「コロナに負けるな！応援メッセージ」（大阪府、他）
- ・「自転車速度抑制の標語」募集標語（愛媛県）
- ・「栃木国体競技施設への誘導案内」（栃木県）
- ・「スピード落として安全運転！」（岐阜県）など
- ・「新型コロナ・新北海道スタイル安全宣言」（北海道）
- ・「地層チバニアン解説表示」協賛スポンサー付（千葉県）など



・関ヶ原古戦場案内

・コロナの医療従事者へ感謝

### 「5月28日・電柱広告の日」認定登録で電柱広告の認知度向上を推進

5月28日（明治23年）、電柱広告事業が許可されたこの日を「電柱広告の日」として令和4年10月に公式認定を受けました。電柱広告の広告契約数が減少する中で、新たな事業活動の軸の一つとして全国約400社の電柱広告事業会社が一丸となって、地域に根差した様々な課題に取り組んでいきます。

屋外広告・放送広告・交通広告・デジタルサイネージ事業

# NAGATA

長田広告株式会社 東京支社 東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビル6F

Network営業部 TEL.03(3278)7321 FAX.03-3278-7322 媒体開発部 TEL.03(3278)7325 FAX.03(3278)7327

## 理事会・各委員会報告

## 令和4年度第2回理事会報告

10月20日、AP東京丸の内にて東京屋外広告協会令和4年度第2回理事会を開催しました。今回は対面とリモートの併用によるハイブリッド開催で、対面会場ではコロナ感染対策の徹底を行いました。

開会にあたり、大久保会長から「わが国は長く経済の低成長で苦しんでいます。輪をかけるようにエネルギー価格の高騰、物価高、円安が続き、企業や国民の負担が重くのしかかっています。政府は即効性のある課題解決策とともに、中長期の経済強化策を描き、国民に明るい未来の姿を明示して欲しいと思います。一方、本年度は「第13回東京屋外広告コンクール」を実施します。これから半年、作品の募集、審査、表彰のスケジュールですが、公益社団法人として社会に取組をアピールする絶好の機会ですので、役員の皆様の積極的なご協力をよろしくお願い致します」等の挨拶がありました。

理事会は理事19名、監事2名の出席を得て大久保会長の議事進行により会議が進められましたが、先ず10月11日に開催された総務委員会では、理事会に諮る事項についての検討結果を稲川総務委員長が報告しました。その後議事に入りましたが、新入会について諮ったところ全会一致で了承されました。

次に、各委員会から報告があり、最後に事務局より代表理事及び業務執行理事の業務執行状況報告がなされ、滝副会長の閉会挨拶で理事会は終了しました。各委員会の報告内容は以下のとおりです。



## 各委員会の報告

**総務委員会**（委員長：稲川一常任理事・文宣社長）は、10月11日に開催しました。株式会社ウォータータックインターナショナル様（鉄道広告媒体の企画・販売、広告プロモーション事業）から新入会の申込がありましたが、総務委員会として異論がなかったこと、その他の報告事項につきましても異論がなかったことの報告がありました。

**広告物振興委員会**（委員長：石原能郎常任理事・東広社長）は、11月7日に委員会企画のセミナーを開催する予定です。内容は、株式会社 LIVE BOARD 櫻井順代表取締役社長の「WOO（ワールドアウトオブホームオーガニゼーション）@カナダ・トロント会議報告&LIVEBOARDの取組」と題した講演です。当日はハイブリッド開催で合計52名の参加予定ですが、さらに多くの参加があり、当日は64名の参加となりました。

**事業委員会**（委員長：大塚尚司常任理事・オリコム社長）は、令和5年1月25日に予定の事業委員会企画のセミナーについて報告がありました。内容は、森記念財団が発表した「日本の都市特性評価2022」～国内主要138都市のランキング調査の報告書を纏められた市川宏雄明治大学名誉教授の講演であり、これから案内と参加の呼びかけをする旨、報告がありました。

**車体利用広告デザイン審査委員会**（委員長：福山達雄常任理事・日広通信社社長）は、7月26日に開催しました。内容は、最近のデザイン審査案件の中から懸案事項（オープントップバスの広告可能面積など）について議論し共通の認識を深めました。都外ナンバー広告宣伝車の屋協デザイン審査への啓発、拡声器の使用制限について議論し、TOAAレポートにも掲載



東京メトロ



## 東京地下鉄広告会

【事務局】  
〒105-0003  
東京都港区西新橋1-6-21  
NBF虎ノ門ビル4階  
株メトロアドエージェンシー  
媒体本部 媒体管理局 管理部内  
TEL 03-5501-7835  
FAX 03-3593-6150

# 東京の“ど真ん中”に情報発信

しました。今回のコンクールの部門再編では、専門家のいる本委員会で応募部門の再編について議論しました。

**東京屋外広告コンクール実施委員会**（委員長：高村徹副会長・昭和ネオン会長）は、7月4日開催しました。内容は、第13回となるコンクールの応募部門の再編と作品の応募を Web 上で行うことの2点が重要な変更点でありましたが、再編した4部門は①建築物②街並み③駅構内④車体利用広告となりました。作品応募期間は11月1日～令和5年1月13日（1月20日まで延長）まで。告知用のコンクールバナーの貼付けを役員に依頼するとともに、今回の審査委員を報告しました。また、審査委員会は令和5年2月10日（金）、表彰式・懇親会は3月13日（月）に実施する旨報告しました。

**広報委員会**（委員長：神田橋治常任理事・TOMOE 社長）は、10月26日に開催しました。第13回東京屋外広告コンクールの作品応募は、屋協 HP の「応募フォーム」に必要な事項を記入し応募する形に変わりましたので、事前の周知・PRが重要であることから、パンフレットの配布先拡大や団体や企業の HP にバナーを貼っていただくことを推奨しました。また、**TOAA レポート編集小委員会**（小委員長：中村晃理事・日交社長）は、7月13日に開催しました。9月号の内容検討では、第13回東京屋外広告コンクール開催特集記事を組むなどPRに努めました。

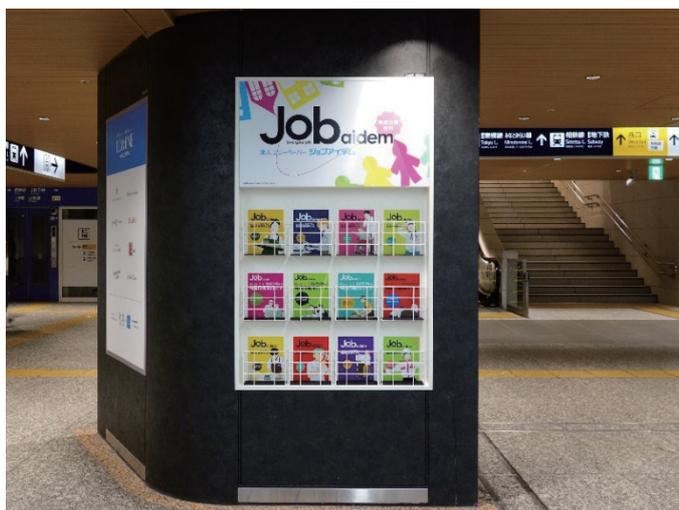
## 新会員紹介

### フリーペーパーラック広告を中心に、交通広告を通じて情報を発信する

株式会社ウォータックインターナショナル

株式会社ウォータックインターナショナルは、JR 東日本の広告メディアを扱う指定広告代理店です。日々数十万以上の人々が集まる、駅、電車、駅前の各種施設は、エリアを特定した情報発信が可能で、駅や電車での「交通広告」は、クロスメディア時代に重要なポジションを占めています。弊社は、「交通広告を中心とした情報発信」をメインコンセプトに、駅をはじめ様々な生活導線をコミュニケーション機会と捉え、生活者を的確にターゲティングすることで、効果的な情報の発信と伝達、顧客獲得を実現します。

中でも「フリーペーパーラック」広告をメインに扱っており、「紙メディア」の特性を生かした広告展開により、Web 広告への誘導等、クロスメディアの媒体の一部としてプロモーション効果の最大化を見込める施策の提案を行っております。フリーペーパーラック



広告では、従来の求人、店舗紹介等の情報誌の他、一般企業の Web 誘導を目的とした案内、また地方自治体の観光ガイドや移住関連情報等、様々な業種、情報のパンフレットを扱っています。また、地域支援、発展の一端として JR 高田馬場駅に地元で長らく活躍する企業の広告看板を設置しています。高田馬場エリアにフォーカスした地域限定・密着型の企画として、事業を通じて地域社会の活性化につなげようという趣旨に多くの企業・法人様からご賛同いただいております。

今後も最適な広告展開提案、また更なる地域貢献に寄与できるよう、努力して参る所存です。何卒ご指導、ご鞭撻の程、宜しくお願い申し上げます。

Energy of Communication

# 広告もeCO時代へ。

あらゆる面から広告という情報力をプロデュースし、お客さまのニーズに合った広告戦略をご提案してまいります。

**KYORITZ**  
ADVERTISING AGENCY  
協立広告株式会社

〒160-0007 東京都新宿区荒木町13-8 協立ビル Tel:03-3355-1911 Fax:03-3355-4170 URL:http://www.kyoritz-ad.co.jp

## 第13回東京屋外広告コンクールの応募方法の振返り

第13回東京屋外広告コンクールの作品募集にあたり、ご応募いただき誠にありがとうございました。今後、2月10日の審査委員会、3月13日の表彰式と進みますが、改めて今回のWeb上での作品募集について振り返ります。

①屋協HPトップページのコンクールバナーをクリックします



↓ クリック

②応募に関する詳細が分かる作品募集案内に飛びます

第13回東京屋外広告コンクール作品募集案内

↓ スクロール

- ・ 応募期間：令和4年11月1日～令和5年1月13日（1月20日まで延長）
- ・ 対象期間：令和3年1月1日～令和4年12月31日
- ・ 部門（第1部門～第4部門）：建物とその周辺、街並み、駅構内、車体利用
- ・ 表彰内容：東京都知事賞、東京商工会議所会頭賞、東京屋外広告協会会長賞
- ・ 審査基準：景観と調和、デザインが優れ親しみを感じる、関係法令に適合
- ・ 応募資格：広告主の自薦、媒体社・代理店・制作会社の推薦

↓ スクロール

③スクロールすると下の方に「応募フォーム」の項目が現れます

「応募フォーム」からご応募ください

↓ クリック

応募フォームは、応募作品情報（7項目）、画像のアップロード（4項目）、応募作品情報（35項目）記入すると完了し送信できます

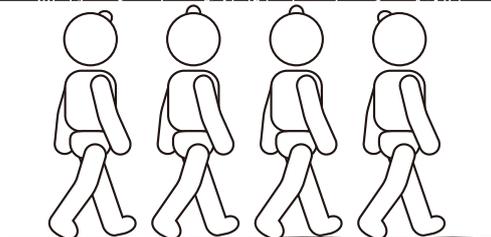
↓ クリック（送信）

東京屋外広告協会

※今回初めてWeb上での作品応募でしたが、課題や問題などお気づきの点がございましたらご連絡ください。

[concour@toaa.or.jp](mailto:concour@toaa.or.jp)

進化するOOH。  
メディア開発力のNKB。



つい見てしまう。なぜか気になってしまう。  
そんな広告を作りませんか？  
生活者の行動を捉えるプランニング力と、  
最新技術を取り入れたメディア開発力で、  
御社のプロモーションを強力にサポートいたします。

INTERACTIVE COMMUNICATION  
**NKBINC.**

〒100-0006 東京都千代田区有楽町1-1-3 東京宝塚ビル  
TEL.03-3504-2100(代)  
<http://www.nkb.co.jp/>

## 赤い羽根共同募金 へのご協力について

みなさまからのご寄付金は  
地域福祉事業の財源として役立てら  
れます。  
新型コロナウイルス禍で生じる新た  
な福祉課題対策事業への支援に努め、  
「つながりをたやさない社会づくり」  
を推進しております。



### 下記によるご協力もお受けしています

#### 物品 寄付

型落ち品、荷崩れ品などの在庫品等による  
物品の寄付を受け付けています。  
全額損金としてお取り扱いができます。

取り扱い事例

テレビ・冷蔵庫

洗濯機

PC本体・関係機器

エアコン(設置費用含む)

自動車

生活家具

衣類(新品)

化粧品

#### 赤い羽根 とのコラボ 協力

記念日、イベント企画、商品などに『赤い  
羽根』マークなどをご活用いただくコラボ  
協力をお願いしています。CSR・SDGs活  
動への取り組みのひとつにご検討ください。

コラボ事例

設立記念日での羽根配布

寄付金付き商品

ホームページ・広報紙への  
赤い羽根マーク掲載

屋外イベントでの  
募金箱設置

東京都共同募金会 事務局まで連絡・相談をお願いいたします。

TEL 03-5292-3182

お問い合わせは

「東京の赤い羽根」で検索

<https://www.tokyo-akaihane.or.jp>

## 後継者不在の事業承継でお悩みの方

東京都事業承継・引継ぎ支援センターへご相談ください

相談無料  
秘密厳守

第三者  
承継  
(M&A)

従業員  
承継



国の委託事業です

お気軽にお問い合わせを(事前予約制)  
<https://www.jigyō-hikitsugi.jp/>

電話番号 平日 AM9:00~PM5:00

03-3283-7555

# 日本のサインと空間デザイン

～ JR新横浜駅に「パタパタ順位表」登場～

2022年10月6日から1カ月間幅5m、高さ2.3mの巨大なOOHが登場しました。

J1リーグで優勝を狙う横浜F・マリノスを応援するものですが、懐かしい「パタパタ」と呼ばれる反転フラップ式発車案内装置を模して制作された「パタパタ順位表」です。

アナログへのこだわりは、大型ビジョンなどのデジタル化が進むOOH広告の中で、ユニークで話題性のあるものを作りたいという背景があり、横浜市営地下鉄ブルーラインの新横浜駅構内に掲出されましたが、試合後には手描き職人がコピーを書き換えるなどのライブペインティングを行い、SNSで大きな話題を呼びました。



出典 月刊 Signs & Displays 2022年11月号 (マスコミ文化協会発行) より

## 事務局だより

### ◆会議・行事等報告

- 第2回総務委員会 AP東京丸の内  
令和4年10月11日(火) 13時30分～14時30分
- 第2回理事会 AP東京丸の内  
令和4年10月20日(木) 13時30分～14時30分
- 広報委員会 AP東京丸の内  
令和4年10月26日(水) 13時30分～14時30分
- 広告物振興委員会 (LIVE BOARD 櫻社長講演会) AP東京丸の内  
令和4年11月7日(月) 13時30分～14時30分
- 「TOAAレポート1月号」編集小委員会 オリコム会議室  
令和4年11月30日(水) 14時～15時
- 第2回車体利用広告デザイン審査委員会 AP東京丸の内  
令和4年12月19日(月) 13時30分～15時

### ◆会議・行事等予定

- 事業委員会 (「日本の都市特性評価 2022」講演会)  
ハイブリッド  
令和5年1月25日(火) 14時～15時
- 第13回東京屋外広告コンクール審査委員会  
東京商工会議所ルーム A  
令和5年2月10日(金) 13時30分～17時
- 第3回理事会 学士会館  
令和5年3月13日(月) 14時～14時40分
- 第13回東京屋外広告コンクール表彰式・懇親会  
学士会館  
令和5年3月13日(月) 14時45分～17時

<http://www.ad-nikko.co.jp>

伝えることが仕事です。



総合広告代理店  
**株式会社日広通信社**

〒102-0083 東京都千代田区麹町4-3-3 新麹町ビル2階 TEL.03-3263-3521(代) FAX.03-3263-3509

サイン・ディスプレイ/POP制作

電柱・交通広告/マスメディア

デザイン・印刷物・販促プランの提案

展示会トータルプロデュース

出展ブース企画・運営