

## 明るく前向きな首都・東京の景観を作る ～ 2025年 年頭のごあいさつ ～

公益社団法人 東京屋外広告協会 会長 大島 博



あけましておめでとうございます。2025年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。

さて、昨年は内外ともに不透明かつ混迷の度合いが深まった1年でした。世界ではロシアによるウクライナ侵略の長期化に加え、中東情勢の悪化など、地政学的リスクが拡大しました。また、経済面では米国経済が堅調さを維持する一方で、中国経済の停滞が懸念されています。加えて、主要国で選挙が相次ぎ、米国では4年ぶりにトランプ氏が次期大統領に就任する結果となり、保護主義や自国第一主義の台頭に対する懸念が再び高まっています。

国内に目を転じますと、1月の能登半島地震や9月の奥能登豪雨といった痛ましい災害に見舞われた年でした。また、秋の衆院選では与党が30年ぶりに過半数を大きく下回り、少数与党へ転じるなど政治的変動が生じる一方で、経済では、歴史的円安や物価高が続く中、設備投資は好調で日経平均株価も史上初の4万円台を記録しました。日本銀行はマイナス金利の解除に踏み切るなど、金融政策にも大きな転換点が訪れました。1年を通じ「賃上げ」は大きなテーマとなり、中小企業の賃上げ率も3%台半ばに達するなど、物価と賃金の好循環に向けた大きな一歩を踏み出しました。

足元の経営では、原材料高、人手不足、価格転嫁など重い課題が山積しておりますが、経済産業省の調査によると屋外広告業界は、売上高が引き続き拡大傾向にあります。「広告は社会を映す鏡」であり、一方で社会を動かしていく力があると思います。屋外広告は多くの誰もが毎日の生活の中で目にします。「東京」を彩る屋外広告の風景が明るく前向きな社会を作っていくことを期待しています。AIの活用やさらなるデジタル技術の進化による新たな広告手法の開拓など屋外広告は着実に成長を遂げる中、当協会としても積極的に事業を展開して参ります。本年も皆様の一層のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

2025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。

(東京商工会議所副会頭・株式会社千疋屋総本店社長)

東京屋外広告協会 会長挨拶	1 頁	令和6年度第2回東京都広告物審議会 詳細解説	8～9 頁
見えているようで、実は 深くは見えていない人の動き	2～3 頁	第14回東京屋外広告コンクール ● 受賞作品の表彰式・祝賀会のご案内	10 頁
OOH媒体の広告価値の基礎指標となる 業界共通指標の策定に向けた取り組み	4～5 頁	赤い羽根募金へのご協力	11 頁
理事会・各委員会報告 /東京都広告物審議会 報告	6～7 頁	日本のサインと空間デザイン 事務局だより	12 頁

彩りで社会の豊かさを作り出す



**株式会社フジサワ・コーポレーション**  
 ビジュアルコミュニケーション事業部

〒171-0051 東京都豊島区長崎 1-10-8  
 TEL 03-3973-1641 / FAX 03-3973-2517



最新実績やニュースを  
随時更新中!

## 見えているようで、実は深くは見ていない人の動き

LocationMind株式会社 取締役COO 薄葉 康生

はじめまして、LocationMindと申します。携帯電話の位置情報データをさまざまに分析・集計して「見えているようで、実は深くは見ていない人の動き」を可視化するサービスを提供しています。こうした分析・集計により、どんなことが見えてくるのか、この場をお借りしていくつかご紹介したいと思います。

まず、コロナ感染症のお話から。感染症はもちろん、人が密集しているほど広がりやすいわけですが、同時に人がどのくらい警戒感高く活動しているか、も感染症の拡大スピードに大きな影響があります。「感染症が怖かったら、こんな行動は減るだろう」という行動を定義して、人流データでその活動量をモニタリングすれば、人の警戒感の高さを指数化することができます。この指数は実は論文としても公開され、科学的根拠がある指数として、東京都や厚生労働省のアドバイザー会議などに週次で提供され、飲食店の営業停止などの政策判断に活用されました。



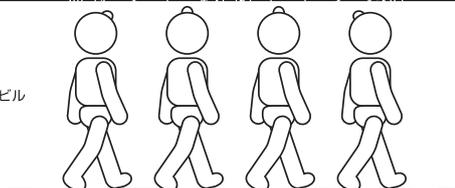
次にバスのダイヤ編成。運行エリアの人流を可視化すると、あるエリアでは他と違って、オフィスからの帰宅ピークが早いとか、同じエリアでも事業所によって帰宅する人のピークが微妙に異なる、などの状態が見えてきます。あるバス会社は、この違いを可視化した結果から、ある時間帯の運行本数と経路を微修正することで、バスの運行本数を変えずにバス利用者を30～50%も増やすことができました（※路線によります）。

最後は橋梁の話。日本には73万の橋梁があるそうです。敷設後50年を超える橋梁が年々増加し、メンテナンスに必要なコストは増加する中、維持管理に従事する土木技術者もメンテナンス予算も減少してい

進化するOOH。

メディア開発力のNKB。

〒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/>



INTERACTIVE COMMUNICATION  
**NKB INC.**

ます。そこで限られた予算をどの橋に使うべきか、GPS データを使って橋の利用者数や地元の人の利用比率、利用できなくなった場合の迂回路の長さなどを推計し、他の情報とも総合して優先順位の検討に役立てる、などの活用が進んでいます。

こうした位置情報データのユースケースは無数にあります。屋外広告の分野も例外ではありません。LocationMind では機械学習による位置情報分析により、移動中の交通手段をクルマ、鉄道、徒歩に分解しており、その精度は概ね 90% 以上あります。例えばある鉄道路線に乗っていた人が今はある場所を徒歩で移動している、ということから、〇〇駅を下車した、といった推定ができます。当社の「xPop for Station / Train」では、関東・関西・東海の 879 駅 152 路線の乗降客数、乗車人数を毎週推計しています。



人流データを少し身近に感じてもらえませんか？ 今まで国や地方自治体がまとめる交通の統計は多くがマニュアルで調査されたもので、調査年から数年を経過して集計結果が公開されたりと、リードタイムが長いものでした。今、この調査を人流データなどを使ってデジタル化する流れが始まっており、当社も各所でお手伝いを始めています。デジタルなら、ほぼリアルタイムで集計結果を確認できます。あと何年かしたら「昔は人の流れを人がカウンターで計測していた時代があったね」といわれるようになるかもしれません。



#### LocationMind 株式会社

LocationMind は空間情報工学の分野で第一線の研究を行ってきた東京大学柴崎亮介研究室発の技術ベンチャーであり、位置情報にまつわる高度技術セットを広く備えた技術者集団。位置情報にまつわる AI 事業と宇宙事業を展開。AI 事業では人・自動車・船舶・衛星画像などの様々な様式のグローバル位置情報ビッグデータを取り扱い、世界規模の高度な分析を提供。宇宙事業では、測位信号自体にセキュリティ対策を施す特許技術を有し、次世代の GNSS セキュリティサービスを提供。GPS データを活用した人流の分析サービス「LocationMind xPop」を提供。人流データを動画のように時系列で分析できるツール「Mobmap」を提供。位置情報を扱う全球測位衛星システム (GNSS) の安全性を守るための、「信号認証技術」を開発。

#### 薄葉 康生 氏 取締役 COO Division Head of People Flow

東京大学工学部卒業後、リクルート、IBM、GE コンシューマ・ファイナンスでデジタル・トランスフォーメーション、ベンチャー投資、M&A の戦略策定、実務を経験。グーグルのチャンネルセールスで日本の責任者を務めた後、LocationMind に参画。米ロチェスター大学 MBA。2021 年 3 月より LocationMind 取締役就任。

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  
**NKB INC.**

〒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/>

# OOH媒体の広告価値の基礎指標となる業界共通指標の策定に向けた取り組み

～日本版OOHメジャメント標準化検討準備委員会の活動について～

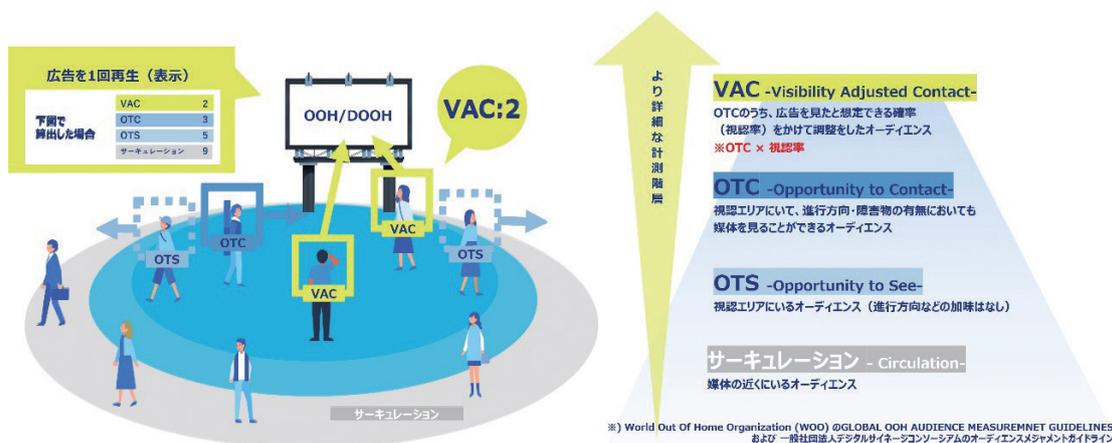
日本版OOHメジャメント標準化検討準備委員会  
株式会社ジェイアール東日本企画 宮本 守

日本におけるOOH広告市場の拡大を目的に、日本広告業協会OOH新共通指標プロジェクトの「共通指標策定」領域とOOH関連各団体をカバーする新規プロジェクトとして、広告会社6社、媒体事業社6社およびオブザーバー2社で構成する「日本版OOHメジャメント標準化検討準備委員会」が2023年4月に発足しました。

2020年1月15日に国内で初めて新型コロナウイルスの感染が確認されて以降、感染拡大に伴い生活者の外出が大きく制限されたことで、広告主よりOOH広告に対する不安の声が上がりました。

これらの声に対応するため、当委員会では「広告主」「広告会社」「媒体事業社」の三方が合意するOOH媒体の広告価値を把握する業界共通の基礎指標として、アナログ・デジタルに関わらず『任意の期間における「単独のOOH広告媒体」および「任意のOOH広告媒体の組合せ」による属性別の広告接触者のユニーク数と延べ数のデータ』を提供すべく、日本広告業協会や日本アドバイザーズ協会のご協力を仰ぎながら議論を進めております。また、継続的・安定的かつ公正なデータ提供を行うため、メジャメントの計測および提供主体として非営利型共益活動目的の一般社団法人の設立準備も進めております。

WOO (World Out Of Home Organization) が発行する「GLOBAL OOH AUDIENCE MEASUREMENT GUIDELINES」では、計測の指標レベルとして「VAC」を推奨しています。これは、OOH広告における生活者の接触態度が受動的であり、「人はポスターを見ていない」という主張へ反論するだけでなく、結果的に広告主が



## 東京地下鉄広告会

〈事務局〉〒115-0003 東京都港区東新橋2-14-1 NBFコモディオ汐留 9階  
株式会社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 03-5422-1780

OOH広告媒体を十分に理解することができることを理由としています。

OOHメジャメントで先行している英国、米国、豪州を始めとしてVACレベルがグローバルスタンダードになっていることから、日本においても目指すべき計測の指標レベルは「VAC」としました。

当委員会では「VACレベルの広告接触者数を推計するメジャメントデータの作成」、「OOH媒体情報を管理できるシステムの構築」および「メジャメントデータを提供するダッシュボードやAPIの開発」についてRFP (Request for Proposal) を作成し、2024年7月30日にリリースしました。今後、ご提案内容の評価や精度検証を含むPOC等を経て、パートナーとなるデータベンダーを最終決定する予定です。

2024年9月には、日本アドバイザーズ協会さまが主催する広告主企業向けのセミナーにおいて、当委員会の取組みについてご説明しました。

セミナー後にアンケートを実施したところ、ご参加者の9割超の方から「意義を感じる」とご回答を頂戴しました。「OOH広告媒体間の比較を同一指標で出来る事」「OOH広告以外のメディアを含む統合メディアプランニングへの活用の可能性」「社内稟議を上げる際の活用の可能性」等についてご期待頂いております。メジャメントデータの提供を行う事で、OOH広告媒体が広告キャンペーンの候補媒体として登場する機会が増える可能性を感じる結果となりました。

実際に海外（英国、米国および豪州）では、メジャメント提供開始以降、OOH広告市場規模が拡大しています。

OOH広告の利点は「視覚的なインパクトが高いこと」「幅広いリーチが獲得できること」「クロスメディアによる効果が期待できること」が挙げられます。一方で、課題としては「広告接触を定量的に示せないこと」「ターゲティングの限界」「データ主導型のマーケティングに対応しづらいこと」が挙げられます。メジャメントデータの活用は、これらの課題を解決すると共に、OOH広告を次のステージに押し上げることになると考えております。

メジャメントデータの提供には、これから設立する一般社団法人の会員としてご登録頂き、会員のみなさまに少くない費用をご負担頂く想定ですが、OOH市場拡大の可能性を踏まえてチャンスと捉えて頂ければ幸いです。準備が整い次第、広告会社や媒体事業者のみなさまへご提案を行いたいと考えております。

「日本版OOHメジャメント標準化検討準備委員会」の参画企業一覧（12社）

<広告会社>

ADKマーケティング・ソリューションズ、NKB、オリコム、協立広告、電通、博報堂DYメディアパートナーズ

<媒体社>

エムシードゥコー、ジェイアール東日本企画、東急エージェンシー、パス・コミュニケーションズ、  
メトロアドエージェンシー、LIVE BOARD

(参考) オブザーバー

一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアム

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

## 理事会・各委員会報告

## 2024年度 第2回理事会 開催

10月30日、東京商工会議所にて東京屋外広告協会2024年度第2回理事会を開催しました。開会にあたり、大島会長から、結果が出たばかりの衆議院の選挙について「混迷を極める状況です。政治の安定なくして持続的な経済成長はあり得ませんので、連立与党がいかなるものであれ、新政権は安定した体制の下で中長期的な日本の再生の道筋を描いていただきたいと強く願っております。」とのご感想に続き、「いよいよ11月1日から第14回東京屋外コンクールの応募受付を開始いたします。多くの皆様にご協力をいただいております。ぜひ1件でも多くの皆様にご応募いただけることを願っています」等の挨拶がありました。



理事会には理事21名、監事3名が出席し、大島会長の議事進行により会議が進められました。先ず9月30日に開催された総務委員会において、理事会で諮る事項について検討を行った旨、稲川 総務委員長から報告がありました。その後議事に入り、議案の顧問の委嘱については、前9月号で新顧問として紹介した伊藤顧問の委嘱について諮られ満場一致で承認されました。

続いて報告にうつり、報告事項1として、高村 東京屋外広告コンクール実施委員長より7月3日開催の委員会にてコンクールの実施要項や審査委員、スケジュール等について協議決定した旨説明がありました。続いて、報告事項2、福山 車体利用広告デザイン審査委員長より審査の現況と、7月8日開催の委員会にて検討した6月以降急増している広告宣伝車の審査対応について報告がありました。報告3、神田橋 広報委員長からは、9月25日開催の正副委員長会議の検討内容についての報告とともに東京屋外広告コンクールについてあらためてPR協力の要請がありました。

他報告として、事務局より新委員の就任、広告電通賞選考委員の推薦、協会職員の退職、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。)

## 委員会報告

## ◆第2回 総務委員会

(委員長：稲川 一 常任理事・株式会社文宣 代表取締役社長)

9月30日にAP東京丸の内にて2024年度第2回総務委員会が開催され、出席者10名で本年度第2回理事会にて審議する内容について検討いたしました。

## ◆広報委員会正副委員長会議

(委員長：神田橋 治 常任理事・株式会社TOMOE 代表取締役社長)

9月25日に東京商工会議所で広報委員会正副委員長会議が開催され、出席委員4名により本年開催の第14回東京屋外広告コンクールの内容の確認とPRの方法について、特設サイトのバナー掲出やパンフレット配布等の協力先の拡

**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

大展開について検討いたしました。

#### ◆第2回 広報委員会 編集小委員会

(編集小委員長：中村 晃 理事・株式会社日交 代表取締役社長)

11月11日に2024年度第2回 編集小委員会がオリコム様の会議室で開催され、出席委員6名により TOAA REPORT 1月号(新年号)について内容とともに今後の編集方針等について検討しました。



#### ◆第2回 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・株式会社日広通信社 代表取締役社長)

12月16日に、2024年度 第2回車体利用広告デザイン審査委員会が東京商工会議所会議室にて開催されました。審査申請件数が急増している中、デザイン審査の案件から懸案事項について議論し共通の認識を深めました。また、東京都より都市整備局都市づくり政策部屋外広告物担当 長谷和美課長にもご出席いただき、広告宣伝車に関する改正条例規則施行後の状況についてお話を伺いました。

## 東京都広告物審議会 報告

#### ◆第1回 東京都広告物審議会、第2回 東京都広告物審議会

(東京屋外広告協会 代表：石原 能郎 常任理事・株式会社東広 代表取締役会長)

東京都は、7月10日に第1回審議会を開催し、当協会を代表して石原 常任理事が出席しました。主な内容は「(1) 東京高速道路(KK線)及びその沿道の屋外広告物規制について (2) 屋外広告物の点検強化の促進について (3) 広告宣伝車に係る規制の改正に関する報告について」の3点。都外ナンバーの広告宣伝車に関しては、佐々木審議会会長をはじめ各委員から一定の効果をあげているという評価がありました。石原常任理事からは「車体利用広告デザイン審査での修正、指摘事項が多く、協会の事務的負担が大きい」という状況も報告され、課題が多いことも明らかになりました。

また、12月17日には、第2回審議会が開催され 石原 常任理事が出席。第1回審議会から検討されてきた「(1) 東京高速道路(KK線)及びその沿道の屋外広告物規制について」と「(2) 屋外広告物の点検強化の促進について」の2事案に関しこれまでの調査審議を踏まえ、答申案が示されました。また、報告事項として「広告宣伝車交通量調査」として都外ナンバーの広告宣伝車への規制開始前後の広告宣伝車の走行状況を比較することにより、規制の実効性について検証した結果が示されました。まとめとして「・都の周知活動や関係行政機関等のご協力もあり、規則改正についての周知が進んでいる。・改正内容について広告宣伝車事業者と広告主の皆さまにもご理解いただき、ほとんどの広告宣伝車が改正後の規則に則り適正に走行している。・デザイン自主審査により、改正以前よりも色遣いや安全面等に配慮したデザインとなっている。」との見解が示され、今後について「・違反車を防止するため、広告宣伝車事業者や広告主への規制内容の周知啓発を引き続き行うとともに今後も都内における車体利用広告の状況について注視していく。・屋外広告物法や条例での対応が困難な問題について、他の法律や条例等によって規制される場合には、警視庁や各法令の所管等と連携して対応していく。」との課題も示されました。

※次ページに審議会内容の詳細がございます。

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/>

## 令和6年度第2回東京都広告物審議会 詳細解説

東京都 都市整備局 都市づくり政策部 緑地景観課 屋外広告物担当

### 1 屋外広告物の点検強化の促進について

去る令和6年も、台風や強風により全国各地で看板が落下して人身事故や物損事故が発生しており、屋外広告物の安全を確保することが大変重要になっています。

東京都では、令和4年12月に「TOKYO 強靱化プロジェクト」を策定し、その中で屋外広告物に関して「台風接近に伴う事前対策の促進」という施策を掲げ、「看板等の飛散防止に向けた点検強化を促進」することとしています。

この点検強化促進の内容の一つが、今回の「屋外広告物自己点検報告書の点検項目の具体化」です。

「屋外広告物自己点検報告書」とは、屋外広告物の変更許可や継続許可の申請時に提出することとなっている、申請前に実施した点検の結果を報告する様式（東京都屋外広告物条例施行規則（以下「規則」という。）別記第2号様式）であり、今般、本様式について、国（国土交通省）が作成した「屋外広告物安全点検報告書（案）」をベースに点検項目の具体化の検討等を行いました。

現在の都の改正案は右図（実際は裏面もあります。）のとおりですが、今後、内容の一部に変更が生じることもありますので、様式の確定は改正規則の公布までお待ちください。

今回の改正のポイントは、以下のとおりです。

- ①点検の実施時期が、変更・継続許可の申請前3ヶ月以内になります。
- ②点検項目が、6項目から18項目に具体化されます。
- ③点検結果評価区分が、2段階（異常の有・無）から3段階（良好、経過観察、要改善）になります。
- ④報告書に、全景写真及び点検対象の広告表示面を撮影した写真と、点検結果が「要改善」の場合は異常箇所の補修前後の写真の添付が必要になります。
- ⑤報告書の名称が「屋外広告物自己点検報告書」から「屋外広告物安全点検報告書」に変わります。

上記の詳細な内容については、東京都都市整備局の屋外広告物担当のHP「東京都広告物審議会」→「令和6年度第2回」に添付の資料からご覧いただくことができます。

令和7年3月に様式を改正する旨の規則を公布し、令和8年4月からこの新様式を使用開始する予定です。

今後、新様式の内容に関し、適宜お知らせ等を行う予定です。ご理解・ご協力の程よろしくお願いいたします。

(案)

第2号様式（第1条関係）  
(表) 屋外広告物安全点検報告書

東京都屋外広告物条例施行規則第1条第3項の規定により、下記のとおり報告します。 年 月 日

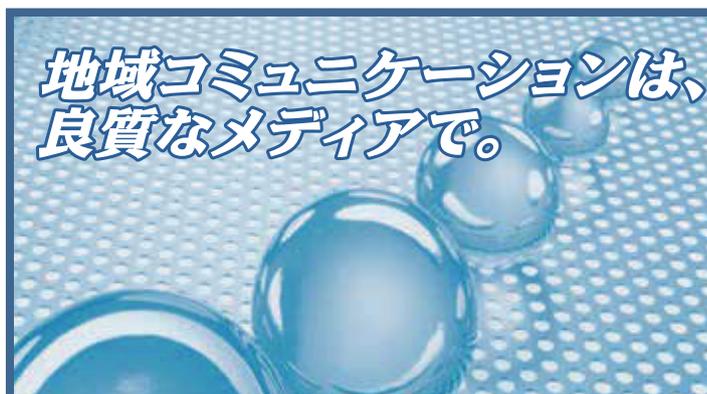
東京都知事 殿 報告者（申請者） 住所 氏名 ( ) 氏名 ( ) 氏名 ( )  
電話 ( ) ( ) ( )  
(法人にあつては、事務所の所在地、名称及び代表者の氏名)

下記の結果は、事实上に相違ありません。  
屋外広告物管理者 住所 氏名 ( ) 氏名 ( ) 氏名 ( )  
電話 ( ) ( ) ( )

記

点検箇所	点検項目	点検結果	点検時基準	異常の内容と改善の内容
		良好	経過観察	要改善
上部構造	1 上部構造全体の傾斜、ぐらつき			
	2 基礎のクラック（ひび割れ）、支柱と根巻きの隙間、支柱ぐらつき			
	3 鉄骨のさび発生、塗装の劣化			
支持部	1 鉄骨接合部（溶接部・プレート）の腐食、変形、欠損			
	2 鉄骨接合部（ボルト、ナット、ビス）のゆるみ、欠損			
	1 アンカーボルト・取付部プレートの腐食、変形			
支柱部	2 溶接部の劣化、コーキングの劣化等			
	3 取付対象部（柱・壁・スラブ）取付部周辺の異常			
	1 表示面板、切り文字等の腐食、破損、変形、ビス等の欠損			
表示部	2 腐敗、表示面板押さえの腐食、破損、おぼれ、変形、欠損			
	3 広告版底面の腐食、水抜き孔の詰まり			
	4 表示面の汚染、変色、はく離			
	1 照明装置の不点灯、不発光			
照明装置	2 照明装置の取付部の破損、変形、さび、漏水			
	3 周辺構部の劣化、破損			
	1 付属部材（装飾、風れ止め棒、鳥上げ、その他付属品）の腐食、破損			
その他	2 遊動部の腐食、損傷			
	3 その他添付した事項			

※記載方法に関する注意事項については、裏面を御参照ください。 (日本産業規格A列4番)



●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 コンワビル5階  
Tel.03(3546)1050(代) Fax.03(3546)1060

ホームページ <https://toko-ad.co.jp>

## 2 広告宣伝車に対する規制の改正に係る報告について

令和6年6月30日、規則の改正により、都外ナンバーの広告宣伝車に対する東京都屋外広告物条例等に基づく規制の適用が開始されました。

都では、この規制開始前後の広告宣伝車の走行状況について交通量委託調査を実施し、調査結果を比較して規制の実効性の検証を行いました。

### (1) 調査概要

令和5年度（規則改正前）：3箇所	令和6年度（規則改正後）：6箇所
令和6年2～3月 新宿、渋谷、秋葉原	令和6年7～8月 新宿、渋谷、上野、池袋、六本木、銀座

各箇所を連続する7日間、各日16～21時までの時間帯で調査しました。

主な調査項目は、車両ナンバー、通行時刻、広告の表示内容と表示方法、規制開始後の「東京都広告宣伝車許可票」の掲出の有無です。

### (2) 調査結果

走行台数は令和5年度・52台から令和6年度・35台と、約3割減少していました（図1）。車籍地は両年度ともほとんどの車両が都外ナンバーでした（図2）。

広告の表示方法は、令和5年度は全体の半数以上がLEDを使用していたのですが、令和6年度はLEDの使用は見られず、大部分が内照式でした（図3）。

「東京都広告宣伝車許可票」については、令和6年度の調査で観測された35台のうち32台（9割超）の車両で掲出していただいております、いずれも屋外広告物の許可を受けていました。掲出のなかった3台のうち、1台は許可を受けていましたが、残りの2台は許可を受けていませんでした（図4）。

### (3) 調査結果のまとめと今後の課題

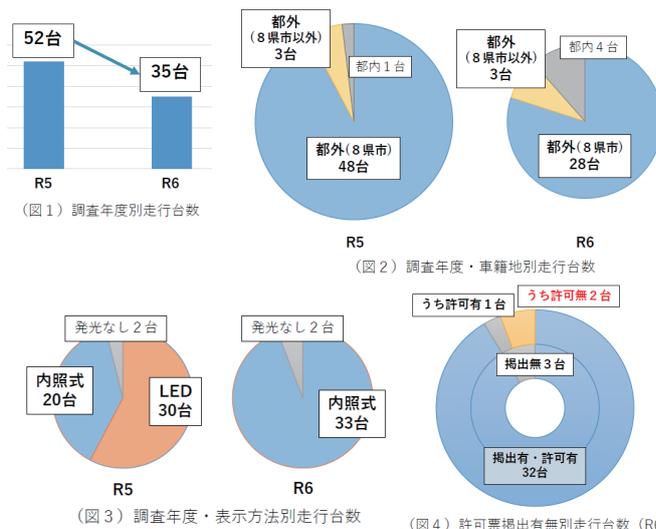
調査の結果、都の周知活動や関係行政機関、関係業界団体の皆さまの御協力により、改正内容について周知が進んでいることが分かりました。

また、広告宣伝車事業者と広告主の方にも改正内容をご理解いただき、ほとんどの車両が改正後の規則に則り適正に走行していました。

広告のデザインについては、デザイン自主審査により、改正以前よりも色遣いや安全面等に配慮したものとなっております。

一方、今後の課題として、令和6年度調査では無許可車が2台あったことから、引き続き規制内容の周知啓発を行うとともに、今後も都内における車体利用広告の状況を注視していきます。

東京屋外広告協会の「車体利用広告デザイン審査委員会」の皆さま、広告主の皆さま、広告宣伝車事業者の皆さまには、本施策へのご理解・ご協力をいただいておりますことを深く感謝申し上げますとともに、引き続き、適正な走行の確立に向けて、よろしくお願いたします。



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:03-3355-1919 URL:https://www.kyoritz-ad.co.jp



## 第14回 東京屋外広告コンクール

### 受賞作品の表彰式・祝賀会のご案内

「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年度からは、公益社団法人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14回目を迎えます。

昨年11月1日から作品募集を開始し新年1月10日の締切りまでに多くの作品がエントリーされました。これから厳正かつ公正な審査を行い各部門の入賞作品が決定いたします。

下記日程で、受賞作品の発表および表彰式、受賞者の皆様を称える祝賀会を開催いたします。ぜひ、多くの皆様のご来場をお待ちしております。 ※ご出席いただけます場合は、お申込みが必要です。

#### 第14回東京屋外広告コンクール 表彰式・祝賀会

日時：2025年3月17日(月) 15:00～17:00

会場：AP東京丸の内(千代田区丸の内1-1-3 日本生命丸の内ガーデンタワー 3F)

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

## 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多様化する社会福祉事業、能登半島地震など多発する自然災害支援にも役立てられています。

「つながりをたやさない」

地域共生社会推進のため、ご協力をお願いいたします。



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き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としてご検討ください。

#### 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・広報誌への赤い羽根マーク掲載
- 屋外イベントでの募金箱設置

#### お問い合わせは

社会福祉法人 東京都共同募金会 TEL 03-5292-3182

「東京の赤い羽根」で検索 <https://www.tokyo-akaihane.or.jp>

アドバイザーには  
経験豊富な  
専門スタッフを  
揃えています！



経験豊富な専門スタッフが  
中立な立場で  
アドバイスいたします。  
後継者がいない、将来を見据えて、  
あるいは相手先とどのように  
事業承継を進めればよいか、  
などのお悩みをお気軽にご相談ください。



\\ 従業員承継 //      第三者承継 (M&A)

## 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 事前予約制

Tel 03-3283-7555 平日 9:30~17:00

<https://www.jigyoo-hikitsugi.jp/>

**相談無料  
秘密厳守**

国の事業なので安心して  
ご相談いただけます。

専門家が**秘密厳守**で  
ご相談を承ります。



ご相談はすべて**無料**。  
お気軽にご相談下さい。

東京都  
事業承継・引継ぎ支援センター

千代田区丸の内3-2-2 丸の内二重橋ビル6F  
東京都事業承継・引継ぎ支援センターは、「産業競争力強化法」に基づき、東京商工会議所が  
経済産業省関東経済産業局から委託を受けて実施している事業です。

挑みつづける。変わらぬ意志で。  
**東京商工会議所**

## 日本のサインと空間デザイン

「イノゲート大阪」開業に合わせて荒木飛呂彦氏ステンドグラス作品を公開  
～ 直径1m 98cmの円形ステンドグラス「THE FOUNTAIN BOY」～

西日本旅客鉄道(株)が推進する大阪駅西側エリアにアート作品を展示するプロジェクト「WARP (WEST ART PROJECT)」が、「イノゲート大阪」の開業に合わせて、7月31日から公開。JR大阪駅西口改札直結の新駅ビル(イノゲート大阪)1階には、大人気漫画『ジョジョの奇妙な冒険』シリーズの作者である漫画家・荒木飛呂彦氏のステンドグラス作品「THE FOUNTAIN BOY」を設置。同作品は、かつて大阪駅のシンボルであった「噴水小僧」をテーマに、噴水には欠かせない“水”に着想を得てその循環をデザインに取り入れています。

このステンドグラスは、(株)エヌケービーが運営するクレーレ熱海ゆがわら工房が手掛けた559作品目のパブリックアートとなります。



「THE FOUNTAIN BOY」© 荒木飛呂彦/集英社

出典 月刊 Signs & Displays 2024年9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

広報委員会・正副委員長会議

2024年9月25日(水) 14:00～15:00 東京商工会議所

第2回 総務委員会 2024年9月30日(月) 13:30～14:30 AP東京丸の内

第2回 理事会 2024年10月30日(水) 13:30～14:30 東京商工会議所

第2回 広報委員会 編集小委員会

2024年11月11日(月) 15:30～16:30 オリコム会議室

第2回 車体利用広告デザイン審査委員会

2024年12月16日(月) 14:30～16:00 東京商工会議所

2025年「広告界合同年賀会」

2025年1月8日(水) 15:30～17:00 帝国ホテル

#### ◆会議・行事等予定

第3回 総務委員会

2025年2月18日(火) 14:00～15:00 東京商工会議所

第14回 東京屋外広告コンクール審査委員会

2025年2月20日(木) 13:30～16:00 東京商工会議所

第3回 車体利用広告デザイン審査委員会 2025年3月開催予定

第3回 理事会

2025年3月17日(月) 14:00～15:00 AP東京丸の内

第14回 東京屋外広告コンクール表彰式・祝賀会

2025年3月17日(月) 15:00～17:00 AP東京丸の内

第3回 広報委員会 編集小委員会 2025年3月開催予定

第14回 東京屋外広告コンクール入賞作品展示

2025年4月7日(月)～4月11日(金) 東京商工会議所

2025年度 第97回定期総会・懇親会

2025年6月16日(月) 15:00～17:10 東京商工会議所

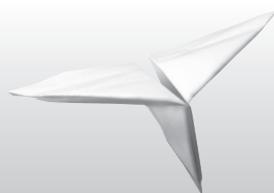
2024年度 公益社団法人 東京屋外広告協会の職員をご紹介します。

事務局長 <sup>かみじょう</sup> 上條 <sup>くみ</sup> 久美 ・ 職員 <sup>すずき</sup> 鈴木 <sup>ちえ</sup> 知江 ・ 職員 <sup>くわはら</sup> 桑原 <sup>まみ</sup> 麻未

どうぞよろしくお願いいたします。

<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**

〒101-0064 東京都千代田区神田猿樂町2-7-6 TK猿樂町ビル2階 TEL.03-6772-2700(代) FAX.03-6772-2707

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