ASAHI ADVERTISING AWARD
朝日広告賞
参加のおすすめ

多様化するメディアと連携しながら
新聞広告表現の可能性に挑戦し続けます

1952（昭和27）年に創設された朝日広告賞は、日本の社会が大きく変動し続けた過去74年の世相を映し出しながら、各時代のすぐれた新聞広告を顕彰し、広告文化の発展に寄与してきました。
紙面に掲載された広告を対象とする〈広告主参加〉の作品と、若きクリエーターや学生が腕を競う〈一般公募〉の応募作品は、各界を代表する審査委員たちの厳しくも愛情あふれる目で選び抜かれ、時に新たな価値観を提示し、時に普遍的な美を私たちに想起させてくれます。
今年度は〈デジタル連携の部〉が〈Mixed Media AD の部〉に変わります。新聞広告と連携した、デジタル、SNS、動画、イベント、リアルな体験など、多様なメディアやコミュニケーション手法を組み合わせ、新しい価値や体験を生み出す広告表現を顕彰してまいります。
朝日広告賞は、築かれた伝統の重さを大切にしながらも、広告表現の新たな可能性を切り開くべく、これからも、絶えず挑戦し続けます。
広告主の皆様におかれましては、顕彰の趣旨をご賢察のうえ、本年度もぜひご参加を賜りますよう心からお願い申し上げます。

朝日新聞社

News　「デジタル連携の部」は、「Mixed Media AD の部」へ

つながれば、広告はもっと動き出す。

Mixed Media AD 部門は、新聞広告と連携した、デジタル、SNS、動画、イベント、リアルな体験など、多様なメディアやコミュニケーション手法を組み合わせ、新しい価値や体験を生み出す広告表現を顕彰する部門です。大切にしたいのは、単に複数の媒体を活用することではありません。それぞれの接点が有機的につながり、人々の共感や発見を生み出し、理解や参加、行動へと導いているか。メディアの枠を越え、広告の可能性を広げた新しい体験を創造するアイデアを募集します。

第74回 デジタル連携の部 朝日広告賞
ソフトバンク
SoftBank ウインターカップ2025
全国大会出場決定記念号外

全国大会出場の号外は
朝日新聞デジタルにも公開。
SNSでも投稿した。

朝日広告賞〈広告主参加〉は「新聞広告の部」と「Mixed Media AD の部」

第75回 朝日広告賞〈広告主参加〉は、「新聞広告の部」では、2026年4月から2027年3月末まで、朝日新聞に掲載された広告の中から広告主によりエントリーされた紙面が審査対象です。

「Mixed Media AD の部」では、新聞広告に加え、デジタルやイベント、リアル体験など、多様なメディアやコミュニケーションとの連携も審査対象となります。

各賞は広告主に贈呈いたします。

エントリーの際には、〈一般公募〉への課題提供も併せてご検討ください。若い才能の発掘・育成のためにも、何卒ご協力をよろしくお願いいたします。

〈広告主参加〉の各部で朝日広告賞、準朝日広告賞入賞社へ贈られる賞杯。
「誇示する人」
（朝日広告賞の賞杯は金、準朝日広告賞の賞杯は銀）

「強い意志こそがパワフルな真の広告を生む。」との考えから、力を誇示する多くの人が現れることを願って、グラフィックデザイナー松永真氏がデザインした賞杯。

賞の構成

新聞広告の部

- ●朝日広告賞 …… 1点 / 賞杯、賞状、副賞100万円
- ●準朝日広告賞 …… 3点 / 各賞杯、賞状、副賞30万円
- ●部門賞（1部門につき各2点） …… 12点 / 各賞状、副賞10万円
  ※部門については11ページをご覧ください。
- ●小型広告賞 …… 1点 / 賞状、副賞10万円
- ●朝日新聞特別賞 …… 2点 / 各賞状、副賞20万円
- ●朝日新聞読者賞 …… 1点 / 賞状

Mixed Media AD の部

- ●朝日広告賞 …… 1点 / 賞杯、賞状、副賞100万円
- ●準朝日広告賞 …… 1点 / 賞杯、賞状、副賞30万円
- ●優秀賞 …… 2点 / 各賞状、副賞10万円
- ●朝日新聞読者賞 …… 1点 / 賞状

※朝日新聞特別賞は、朝日新聞社が推薦し、審査委員によって選ばれます。
※朝日新聞読者賞は、朝日広告賞サイト上で一般読者などに投票いただき、最多得票の広告に贈呈されます

〈広告主参加〉エントリーのお願い

「新聞広告の部」「Mixed Media AD の部」の両方にエントリーが可能です。

「新聞広告の部」について

■審査対象

2026年4月1日（水）から2027年3月31日（水）までの期間に朝日新聞に掲載された広告のうち、広告主からエントリーしていただいたもの。

■審査基準

「優れた広告活動」を基準に、紙面としての完成度・独創性に加え、マーケティング面でのアイデアや効果も評価のポイントとなります。

■対象紙面

朝日新聞のノンブルが入ったすべての紙面（本紙・be・別刷り特集・エリア広告特集）

※エリア広告特集は、原則として単独で10万部以上発行の紙面が対象です。

※小型広告賞は、題字下、天声人語 左（朝刊）、ユニット広告（記事中、突き出し）、変形広告（右上表札、左下表札、左下W表札、右縦W）などを中心にしたシリーズあるいは単独広告。

■エントリー方法

エントリーは朝日広告賞サイトから

2026年10月6日（火）からエントリーの受付をスタート。

朝日広告賞サイトから、専用のエントリーフォームに必要事項を入力してください。

エントリーと合わせ、下記の提出をお願いします（エントリーは無料です）。

〇朝日新聞本紙掲載の場合（地方版面を除く）

→ **掲載紙面PDF（ノンブル付）を朝日広告賞事務局宛にメール送付**

朝日広告賞事務局メール：all@asahi-aaa.info

〇朝日新聞本紙地方版掲載／エリア広告特集／広告号外の場合

→ **掲載紙面の現物（２部）を朝日広告賞事務局宛に郵送もしくは持参**

〒104-8011　東京都中央区築地5-3-2
朝日新聞社プランニング本部クリエイティブ部
朝日広告賞事務局

年間の**最終締め切りは2027年4月2日（金）**となりますので、エントリー漏れがないようにご注意ください。

シリーズ広告のエントリーはシリーズ終了後に

原則として、シリーズ最終回掲載後にエントリーをお願いします。

年度をまたいだシリーズの場合、必要であれば、参考として前年度もしくは次年度の掲載情報もエントリーください。

※エントリー済みの広告に、単独広告やシリーズ広告を追加してエントリーを変更することも可能です。詳しくは弊社担当者にお問い合わせください。

■エントリーは朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

「Mixed Media AD の部」について

■審査対象

2026年4月1日（水）から2027年3月31日（水）までの期間に朝日新聞に掲載された広告のうち、広告主からエントリーしていただいたもの。

※審査基準・対象紙面は「新聞広告の部」と同様です。

■エントリー方法

「新聞広告の部」と同様に掲載紙のエントリーと合わせ、下記のいずれかを提出してください。

① 企画設計（目的、ターゲット、コンセプトなど）

② 連動先（他紙、新聞以外の紙媒体、WEB、SNS、動画、IP（キャラクター）など、連動している他メディアの情報）

③ 掲載紙面と連携しているサイトのURL、または、掲載紙面と連携していた内容の分かる動画閲覧サイトのURL（2027年7月末までアクセス可能であること／提供可能なURLは３つまで）

④ ③が不可の場合、掲載紙面と連携していた内容を説明するコンセプトシート（A3横1枚のPDF・5MBまで・記入する説明文の最小フォントサイズは12ポイント以上）※入賞されたコンセプトシートは作品集・公式ホームページなどでそのまま発表します。

■エントリーは朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

「朝日新聞読者賞」の参加について

朝日新聞読者賞は、審査会で入賞内定した作品を一定期間「朝日広告賞サイト」にアップし、一般読者などに投票いただき、最も多く票を集めた広告に贈られます。

※Mixed Media AD の部の入賞内定作品は、コンセプトシート、あるいは、アクセス可能であれば掲載紙面と連携しているサイトや動画閲覧サイトのURLも、朝日広告賞サイト上に投票の期間掲出されますので、あらかじめご了承ください。

〈広告主参加〉作品の取り扱いについて

- 入賞作品は、朝日新聞社が制作、発行または運営する媒体（『朝日新聞』『朝日広告賞入賞作品集』、朝日広告賞の案内パンフレットその他の発行物や、『朝日広告賞サイト』、プランニング本部ウェブサイト等のインターネットサービスを含みます）で掲載、入賞作品展等で展示をすることがあります。また、朝日広告賞の紹介、宣伝のために、他社の媒体で掲載、利用されることがあります。
- 入賞作品の掲載面を含む朝日新聞紙面は、朝日新聞社による縮刷版及び電子縮刷版などの電子メディア・サービスに使用することがあります。

〈一般公募〉課題提供に関して

■〈一般公募〉課題提供のお願い

〈広告主参加〉にエントリーする際、〈一般公募〉に課題のご提供もお願いしております。
課題ご提供のメリットとして、貴社課題の応募作品は非入賞分も含め、全てご覧になれます。
また、〈広告主参加〉のエントリーがなくても〈一般公募〉の課題提供は可能です。
コンテストの趣旨をご賢察のうえ、ご協力をお願いします。

■課題について

各社からご提供いただいた課題は、朝日新聞紙面と朝日広告賞サイトで順次発表します（10月に先行課題、11月と2027年1月に全課題一覧を掲載予定）。応募者が挑戦したくなるような魅力的な課題をお待ちしています。

※複数広告主による広告キャンペーンやタイアップ・連合広告の場合は別途ご相談ください。

※課題の内容が、賞の趣旨に照らして妥当でないと判断される場合、主催者側から内容の変更をお願いすることがあります。

※ご提供いただいた課題や課題の解説に変更などが必要な場合は、弊社担当者、または事務局までご相談ください。

■ご提供方法

下記の朝日広告賞サイトから、専用の課題提供フォームに必要事項を入力してください。
記入された内容が、紙面やサイトで課題を発表する際の原稿となります。

■課題提供は朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

■ 資料のご提供について

応募者が制作しやすいように、ロゴマークや商品写真など、素材データをできるだけご提供くださいますようお願いします。ご提供いただく素材・資料などはひとつのフォルダにまとめて圧縮ファイルにしてアップロードしてください。

<ご提供いただきたい素材・資料>

●ロゴ……アウトライン化したAIデータもしくはPDFデータ

●写真……JPEGなど汎用性のある画像データ

●その他、必要に応じてイラストや図版、テキストなどのデータ

※ただし、フォームよりアップロードできるデータの総容量は10MB以内です。総容量が10MBを超える場合は、弊社担当者または事務局までご相談ください。

※ご提供いただいたデータは、朝日広告賞サイトにアップします。データは、朝日広告賞応募に使用する目的に限り、応募者が自由にダウンロードできることとします。

■資料提供は朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

〈一般公募〉作品の取り扱いについて

応募作品（入賞作品を含み、以降も同様とします）の著作権は応募者（制作者を含み、以降も同様とします）またはその他正当な権利者に帰属し、朝日新聞社には移転されません。なお、応募の際にご提出いただいた作品パネルの現物およびデジタルデータ（以下、あわせて「作品パネル等」といいます）は応募者に返却されず、朝日新聞社の裁量で使用、廃棄等をさせていただきます。あらかじめご了承ください。応募者は、ご応募をもって以下の利用につき無償で許諾していただくことになります。

- ●応募作品およびその作品パネル等は、朝日新聞社が朝日広告賞の審査、運営等のために利用させていただきます。
- ●入賞候補作は、入賞が内定する前に「朝日広告賞」公式サイトに掲載し、朝日新聞読者賞の投票を実施します。その際、その作品の課題を提供した参加広告主（以下「課題広告主」といいます）の名称、作品名および作品画像を掲載しますが、応募者の名前は入りません。
- ●入賞作品およびその作品パネル等は、朝日新聞社が制作・発行する新聞、書籍、雑誌等の紙媒体（「朝日新聞」、「朝日広告賞入賞作品集」、朝日広告賞の案内パンフレットその他の発行物）や朝日新聞社が運営するインターネットサイト（「朝日新聞」のデジタル版、「朝日広告賞」公式サイト、「広告朝日」公式サイトなど。パソコン・スマートフォン・タブレット・電子書籍専用端末などデバイスを問いません）およびこれら媒体の記事等を収録するデータベースサービス、ならびに朝日新聞社が発信するSNS、公式ページ、メールマガジン等に掲載したり、入賞作品展等で展示したりすることがあります。また、朝日広告賞の紹介、宣伝のために、第三者の媒体で掲載されることがあります。
- ●応募作品およびその作品パネル等は、課題広告主にも開示・提供され、課題広告主が展示等をすることがあります。
- ●上記の朝日新聞社および課題広告主による利用にあたり、必要な範囲でトリミング・編集・加工等させていただく場合があります。応募者の名前は、利用するスペース等、状況によって、朝日新聞社または課題広告主の判断により掲載されない場合があります。
- ●朝日新聞社および課題広告主は、上記の利用を委託先に行わせる場合があります。

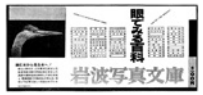
入賞作品について、応募者ご自身が個展への出品やウェブサイト・刊行物・SNSその他の媒体への掲載等をする場合、また、実際の広告として利用する場合は、事前に朝日新聞社までご相談ください。

「広告主参加の部」第1回からのグランプリ作品一覧

1952年度　第1回
銚子醤油

1953年度　第2回
高島屋（大）

1954年度　第3回
高島屋（東）



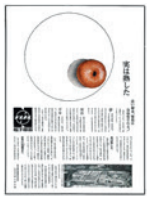
1955年度　第4回
岩波書店

1956年度　第5回
日本ビクター

1957年度　第6回
味の素

1958年度　第7回
丸見屋

1959年度　第8回
日本ビクター



1960年度　第9回
松下電器産業

1961年度　第10回
服部時計店

1962年度　第11回
平凡社

1963年度　第12回
松下電器産業

1964年度　第13回
東京芝浦電気

1965年度　第14回
資生堂

1966年度　第15回
朝日麦酒

1967年度　第16回
帝人

1968年度　第17回
東京芝浦電気・東芝商事

1969年度　第18回
高島屋（大）

1970年度　第19回
松下電器産業

1971年度　第20回
東急不動産

1972年度　第21回
資生堂

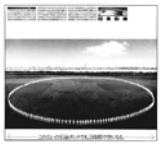
1973年度　第22回
サントリー

1974年度　第23回
サントリー

1975年度　第24回
サントリー

1976年度　第25回
日本電建

1977年度　第26回
松下電器産業

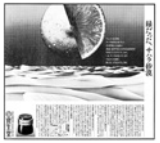


1978年度　第27回
日本石油

1979年度　第28回
資生堂

1980年度　第29回
サントリー

1981年度　第30回
サントリー



1982年度　第31回
資生堂

1983年度　第32回
資生堂

1984年度　第33回
資生堂

1985年度　第34回
資生堂

1986年度　第35回
ミノルタカメラ

1987年度　第36回
サントリー

1988年度　第37回
大沢商会

1989年度　第38回
松下電器産業

1990年度　第39回
松下電器産業

1991年度　第40回
松下電器産業

1992年度　第41回
モスフードサービス

1993年度　第42回
メルセデス・ベンツ日本

1994年度　第43回
メルセデス・ベンツ日本

1995年度　第44回
コマツ

1996年度　第45回
ボルボ・カーズ・ジャパン

1997年度　第46回
サントリー

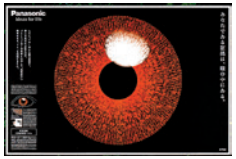
1998年度　第47回
モスフードサービス

1999年度　第48回
アップルコンピュータ

2000年度　第49回
ピクターエンタテインメント

2001年度　第50回
サントリー

2002年度　第51回
宝島社

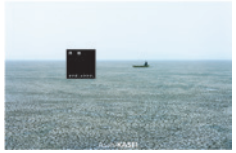


2003年度　第52回
松下電器産業

2004年度　第53回
ツーカーセルラー東京

2005年度　第54回
エヌ・ティ・ティレゾナント

2006年度　第55回
宝島社



2007年度　第56回
旭化成

2008年度　第57回
日本精工

2009年度　第58回
振り込め詐欺抑止プロジェクト
実行委員会

2010年度　第59回
東芝

2011年度　第60回
エルメスジャポン

2012年度　第61回
東京エレクトロン

2013年度　第62回
JVCケンウッド・ビクター
エンタテインメント

2014年度　第63回
Apple

2015年度　第64回
宝島社

2016年度　第65回
東京ガス

2017年度　第66回
CULEN

2018年度　第67回
ストライプインターナショナル

2019年度　第68回
パイロット

2020年度　第69回
西武園ゆうえんち

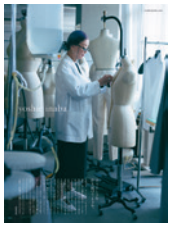
2021年度　第70回
サントリーホールディングス

2022年度　第71回
新聞広告の部
ルイ・ヴィトン ジャパン

2022年度　第71回
デジタル連携の部
テレビ朝日

2023年度　第72回
新聞広告の部
ユニクロ

2023年度　第72回
デジタル連携の部
味の素



2024年度　第73回
新聞広告の部
テーワイプランニングルーム

2024年度　第73回
デジタル連携の部
講談社

2025年度　第74回
新聞広告の部
大塚製薬

2025年度　第74回
デジタル連携の部
ソフトバンク

※広告主名は受賞時の表記　※シリーズ作品は1点のみ掲出

〈広告主参加〉部門一覧

■ A 部門
書籍、月刊誌、週刊誌、デジタル出版物

■ B 部門
百貨店、専門店、量販店、総合通販、パソコンショップ、映画、
興行、地上波、衛星波、音楽ソフト、ゲームソフト

■ C 部門
薬品、医療機器、衛生用品、化粧品、トイレタリー、
化粧品通販、美容サロン、食品、飲料、酒、たばこ、食品通販、
外食産業

■ D 部門
ファッション、時計、楽器、家庭用品、スポーツ用品

■ E 部門
電機、通信、IT サービス、ビジネスソフト、自動車、
車両販売、ガス、電力、石油、素材、建設機械、住宅設備機器、
不動産、住宅、建設、老人ホーム、銀行、証券、保険、
その他金融、商社

■ F 部門
鉄道、旅行、航空、物流、ホテル、式場、観光、レジャー、
大学、各種学校、通信教育、官公庁、団体、自治体、外国政府、
人材サービス

※エントリー後、事務局で部門を調整させていただく場合があります。ご不明な点は弊社担当者にご相談ください。

朝日広告賞全体の流れ

年間スケジュール

〈広告主参加〉エントリー・スケジュール

エントリー対象期間：2026年4月1日（水）～2027年3月31日（水）
シリーズ展開が予定されている作品は、原則として全シリーズの掲載終了後にエントリーしてください。

エントリー受付開始：2026年10月6日（火）

エントリー最終締め切り：2027年4月2日（金）

2026年 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 2027年 1月 2月 3月 4月

先行課題募集締切 ※以後も、随時課題は受け付けます

先行課題一覧発表

全課題一覧発表（第1回）

課題募集最終締切
※紙面での課題掲載は1回だけとなります

全課題一覧発表（第2回）

課題と課題資料の提供・発表
貴社の商品、サービス等をテーマに広告課題をご提供ください。課題の発表は先行課題一覧として10月中旬、全課題一覧として11月、1月の紙面、及び朝日広告賞サイトで行います。新たな才能による斬新な提案をご期待ください。

2027年4月
本審査会
2027年4月に本審査会を実施します。〈広告主参加〉〈一般公募〉それぞれ審査委員が厳正に審査を行い、朝日広告賞ほか、各賞を決定します。

前回の審査風景

2027年4月～5月
朝日新聞読者賞 WEB投票
入賞内定作品などを朝日広告賞サイトに掲載し、読者投票を行います。

2027年7月
入賞作品紙面発表 贈呈式
入賞作品は7月中旬（予定）に朝日新聞紙面や朝日広告賞サイトで発表されるほか、入賞作品集で紹介します。
また入賞社には浜離宮朝日ホール（東京都中央区築地）で行われる贈呈式にて賞杯・賞状・副賞（賞金）が贈られます。
※賞杯は朝日広告賞、準朝日広告賞のみ
※朝日新聞読者賞は賞状のみ

前回の贈呈式から

〈一般公募〉課題募集と発表について

エントリーフォーム

〈広告主参加〉にエントリーする

下記の朝日広告賞サイトにアクセスし、以下の専用エントリーフォームに必要事項を入力してください。

［ご注意点］

●シリーズ広告について

複数の広告を一連のものとしてエントリーされる場合、必ず「シリーズ」をお選びください。

●問い合わせにお答えいただける方の記入を

事務局からお問い合わせする場合がありますので、エントリーの内容等についてお答えできる方のご記入をお願いします。入力されたE-mailアドレスに、エントリー受付確認用のメールが自動送信されます。

●「朝日新聞読者賞」への参加について

「朝日新聞読者賞」に参加・不参加の選択項目があります。ウェブサイト上に掲載が可能であればぜひご参加ください。

■ エントリーは朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

課題提供フォーム

〈一般公募〉に課題提供する

下記の朝日広告賞サイトにアクセスし、以下の専用課題提供フォームに必要事項を入力してください。
※〈広告主参加〉にエントリーいただく場合はできるだけ課題提供をお願いしております。課題提供のみのご協力も受け付けています。

［ご注意点］

●課題情報

朝日広告賞〈一般公募〉に提供する課題の詳細をご記入ください。課題は30字以内、課題の解説は55字以内でお願いします。
※文字数が収まらない場合は、事務局までご相談ください。

●提供素材

素材のご提供はアップロードをお願いしています。詳しくは7・8ページをご参照ください。

●ご連絡先

担当広告会社、もしくは広告主のご担当者情報をご記入ください。ご提供いただく課題について確認のご連絡などをする場合がありますので、
課題の内容等にお答えできる方のご入力をお願いします。

■ エントリーは朝日広告賞サイトから https://www.asahi-aaa.com

朝日広告賞審査委員（予定）

慶應義塾大学教授
石戸 奈々子
■

クリエイティブディレクター
尾形 真理子
■

アートディレクター
葛西 薫
■■

アートディレクター
川口 清勝
■■■

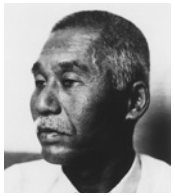
コピーライター
国井 美果
■■

コピーライター
児島 令子
■

アートディレクター
小杉 幸一
■■

グラフィックデザイナー
佐藤 卓
■

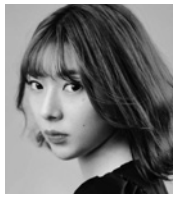
デザイナー
篠原 ともえ
■



アートディレクター
副田 高行
■■

写真家
瀧本 幹也
■

事業構想大学院大学学長
田中 里沙
■



クリエイティブディレクター
辻 愛沙子
■■

CMディレクター
中島 信也
■

クリエイティブディレクター
箭内 道彦
■■

クリエーティブテックディレクター
米澤 香子
■

朝日新聞東京本社
文化部長
二階堂 祐介
■

朝日新聞社 執行役員
アカウント戦略担当
神田 啓史
■■■

■〈一般公募〉新聞広告の部 担当　■〈広告主参加〉新聞広告の部 担当　■〈一般公募〉〈広告主参加〉Mixed Media AD の部 担当

2026.9（順不同、敬称略）