

## **Spotify、日本で「Spotify Ad Exchange」を提供開始**

リアルタイム入札と精緻なターゲティングで広告効果を最大化

世界で6億9,600万人以上のユーザーが利用するオーディオストリーミングサービス「Spotify」(会社名: Spotify AB / 本社: スウェーデン・ストックホルム)は、8月21日、Spotify のログインユーザーを対象としたリアルタイム入札型プログラマティック広告商品「Spotify Ad Exchange(SAX)」を日本で提供を開始します。

この新しいプログラマティック広告商品は、2025年4月2日に米国で開催された Spotify 初の広告体験イベント「Spotify Advance」で発表された、広告技術の中核となる新ソリューションです。日本の広告主は、The Trade Desk、Google Display & Video 360、Magnite を通じて、音声・動画・ディスプレイ広告を一元的に配信可能となります。



### <「Spotify Ad Exchange(SAX)」の特長>

- **簡便性:** 音声、動画、ディスプレイなど主要フォーマットでの広告枠に対し、好みのDSP経由でシームレスにアクセス可能。プログラマティック戦略への迅速な組み込みが可能です。
- **柔軟性:** オープンオークションとプライベートマーケットプレイス(PMP)での入札に対応し、近日中に在庫保証型のプログラマティックギランティード(PG)も開始予定。より高い柔軟性とリアルタイムでの最適化が可能になります。
- **ターゲティング精度:** 「UID 2.0」(The Trade Desk)、「PAIR」(DV360)、「RampID」(LiveRamp)といった業界最先端のソリューションを活用し、オムニチャネルキャンペーンでより精緻なターゲティングと効果測定を実現します。



公式ページURL: <https://ads.spotify.com/ja-JP/programmatic-advertising/spotify-ad-exchange/>

SAXはすでに米国、カナダ、欧州、オーストラリア、ニュージーランド、インド、シンガポール、ブラジル、メキシコなどで展開中で、日本での提供によりサービスエリアが拡大しました。

Spotify アジア太平洋地域 広告事業統括のエリサ・ケルサルは、次のように述べています。「日本の広告主は、より効率的でデータドリブンな方法で適切なオーディエンスにリーチすることを求めています。Spotify Ad Exchangeは、そのニーズに応えるよう設計されました。リアルタイムで音楽に関心の高いリスナーへのアプローチを可能にし、日本のブランドがより関連性が高く、測定可能で効果的なキャンペーンを展開できるよう、私たちは支援していきます。」

#### ■Spotifyについて

<https://www.spotify.com/>

Spotifyは2008年のサービス開始以来音楽の楽しみ方を一変させました。Spotifyでは1億曲以上の音楽や650万番組以上のポッドキャスト、35万以上のオーディオブックを、無料で発見・管理・共有することができます。有料のプレミアムプランにアップグレードいただければ、広告が入らず、より高音質に、インターネット環境がなくても、好きな曲順にお楽しみいただけます。Spotifyは、現在184の国と地域で、2億7,600万人の有料会員を含む6億9,600万人のユーザーが利用する、世界で最も人気のあるオーディオストリーミングサービスです。

Spotifyニュースルーム「For The Record」: <https://spotifynewsroom.jp/>