

Spotify、広告・音声表現を表彰する『Spotify Hits Japan 2025』を開催し、各部門の受賞作品を発表

グランプリにはヤマハの#LoveYourMistake「Knock Turn」が選出

世界で7億1300万人以上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 Stockholm, Sweden)は、2025年11月10日、音の力で人とブランドをつなぐ革新的な広告・クリエイティブを称えるアワード「Spotify Hits Japan 2025」を開催し、各部門の受賞作品を発表しました。

「Spotify Hits」は、Spotifyのストリーミング体験と広告ソリューションを掛け合わせ、ユーザーの感情や行動を動かす“音のクリエイティブ”を広く発信・表彰することを目的に創設されました。日本では2回目の開催となる本年度は、実績あるキャンペーンを対象とする部門に加え、若手クリエイターによるアイデアを競う公募部門の両軸で展開されました。

受賞概要

2025年の「Spotify Hits」では、ブランド課題に対して革新的な方法で音声を活用し、ユーザーとの新たな接点を生み出したキャンペーンが多数選出されました。グランプリ「Mic Drop」部門を含む、全5部門で音の持つ可能性を最大限に生かしたクリエイティブが表彰されました。

各部門の受賞企業紹介

- **Spotify Mic Drop(グランプリ)部門**

#LoveYourMistake「Knock Turn」

<https://www.youtube.com/watch?v=DhUS0yzV3v0>

広告主: ヤマハ

広告会社: 電通東日本

制作会社: ピラミッドフィルム / Massive Music

楽器練習中の“ミス”を前向きに捉え、「ミスを愛そう」というメッセージを音で届けたキャンペーン。クラシックを好むリスナーに向け、ショパン《ノクターン Op.9-2》をベースに42人の演奏データから「ミスあるある」を解析・着想し、新たな楽曲を制作。日本・イギリス・インドの演奏者が参加し、音声広告の新たな表現領域を切り拓きました。



● **Ear Candy**(ベスト・イマーシブ・オーディオ・キャンペーン)部門

サウンドコマーシャル「円陣」&「円陣(部活)」

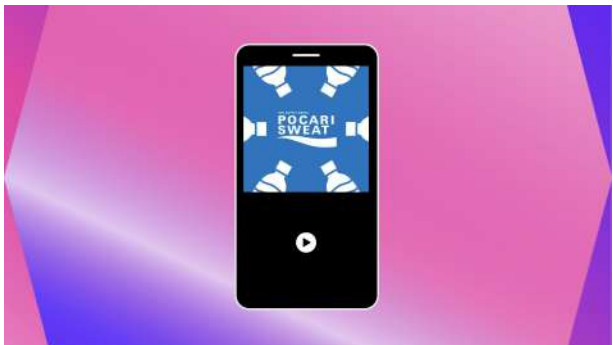
*権利の都合上、音声は掲載不可

広告主: 大塚製薬(ポカリスエット)

広告会社: 電通 / 電通デジタル

制作会社: ビッグフェイス / ステップ / 音響ハウス

バイノーラル録音を駆使し、リスナーが「円陣」の中にいるような没入体験を創出。音だけで感情を動かす新たなアプローチで、ポカリスエットブランドの好意度向上を実現しました。



● **Seized the Moment**(ベスト・モーメント・キャンペーン)部門

家路言

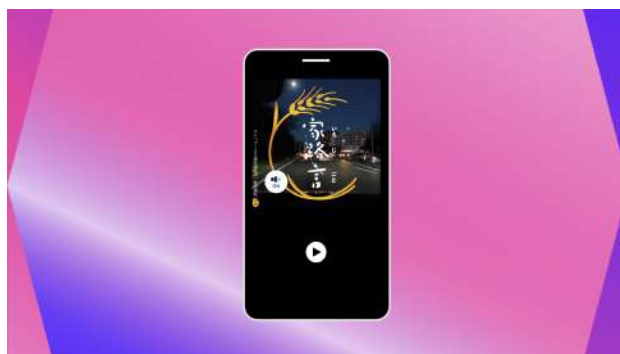
<https://www.youtube.com/watch?v=zPwBkl8GQY4>

広告主: サントリー(金麦)

広告会社: 電通

制作会社: AOI Pro.

“帰宅時間”というモーメントを捉え、金麦ブランドの「癒し」イメージを音で表現。ゆったりした「蛍の光」のアレンジと声の演出により、仕事のON/OFFを切り替える感情の瞬間を描きました。



● **For the Fans**(ベスト・オーディエンス・ストラテジー・キャンペーン)部門

い・ろ・は・す 2025年コミュニケーション「きっとあしたも、いい感じ」

<https://www.youtube.com/watch?v=Lzp29MQwJ-s>

広告主: 日本コカ・コーラ(い・ろ・は・す)

広告会社: 電通 / 電通デジタル

制作会社: VML & Ogilvy Japan / WPP OpenX / プラチナム / アクセンチュア

藤井風氏の楽曲「真っ白」と共に展開し、心地よいライフスタイルを提案。Spotifyを通じた音声・動画・プレイリストのマルチフォーマットでの音楽的世界観の共有で、ファンダムとブランドが共鳴する体験を創出しました。



● **Future Hitmakers**(ベスト・イノベティブ・アイディア)部門

味の素賞:「猫舌クノール ～聴き終わると、ちょうどいい温度になるプレイリスト～」

ワンメディア / 小宮寛平



KDDI賞:「一生もののプレイリスト」
電通デジタル / 高屋敷日奈子 / 大川懂子 / 植木隆斗



Family Mart賞:「フード・ロス市警からのミッション “ファミマの値引き商品を救出せよ”」
博報堂 / 西村亮平 / 清水将也



いずれもSpotifyの音声広告フォーマットを活用し、若者世代に響く創造的なアイデアが評価されました。

審査体制

本年度の「Spotify Hits」では、広告業界および音声・メディア領域の第一線で活躍するプロフェッショナルが審査員として参加し、厳正な審査を実施しました。

総合審査員として、MICHI inc. 代表取締役／Brand Creatorの北原規稚子氏、株式会社電通 クリエイティブディレクター／CMプランナーの佐藤雄介氏、株式会社博報堂 執行役員の嶋浩一郎氏、ラッパ／クリエイティブディレクターのTaiTan氏、Spotify Japan広告事業 クリエイティブ戦略統括の橋本昇平氏、Jukebox Dreams 代表取締役CEOの和佐高志氏が審査を担当しました。

また、「Future Hitmakers」部門の企業代表審査員として、株式会社ファミリーマート エグゼクティブ・ディレクター CMO ／ マーケティング事業本部長 CCRO 兼 デジタル事業本部長の足立光氏、KDDI 株式会社 ブランド・コミュニケーション本部 本部長の馬場剛史氏、味の素株式会社 食品事業本部 マーケティングデザインセンター副センター長 コミュニケーションデザイン部長の向井育子氏が参加しました。

審査は一次審査、最終プレゼンテーション審査を経て行われ、創造性・オーディオ体験の深さ・ブランド課題との整合性・データ活用の先進性などを総合的に評価しました。

今後に向けて

Spotifyは、今後も音が持つ可能性と広告のクリエイティビティを融合させ、ブランドとユーザーのより深い関係構築を支援していきます。

■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700万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180以上の国と地域で、2億8,100万人の有料会員を含む7億1,300万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/>