Press Release

2026年11月5日

報道関係者各位

スポティファイジャパン

Spotify、広告・音声表現を表彰する『Spotify Hits Japan 2026』を開催し、各部門の受賞作品を発表

～ グランプリには三菱地所の『フレー！フレー！就活生』が選出 ～



https://open.spotify.com/s/rqQ9t2x

世界で7億8,800万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、2026年11月5日（木）、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 2026」を開催し、各部門の受賞作品を発表しました。

3回目の開催となる今年は、日本上陸10周年を迎えたSpotifyが、これまでともに音声広告の可能性を切り拓いてきたブランド、広告会社、クリエイターの皆さまへの感謝を込めて、「Thank You for the Hits. Let's Make the Next.（10年分の感謝を、次のHitsへ）」をテーマに掲げました。4部門・20のファイナリスト作品の中から、リスナーの生活文脈に深く入り込み、心に響く音声体験を生み出した作品が選ばれています。

■ 受賞概要

2026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「Spotify 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。

Press Release

2026年11月5日

報道関係者各位

スポティファイジャパン

■ 各部門の受賞企業紹介

Spotify Mic Drop（グランプリ）部門

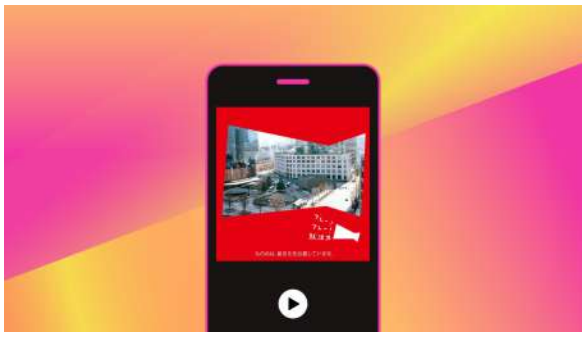
フレー！フレー！就活生

https://open.spotify.com/episode/1bsmobjCvRdQjIyhSXCCqP?si=00748fc2c81d466d

広告主：三菱地所株式会社

企画・制作：株式会社電通・株式会社電通クリエイティブピクチャーズ

面接前の不安を音楽で和らげる就活生に寄り添い、丸の内の街全体からエールを届ける三菱地所のキャンペーン。Spotifyの音声広告では、就活経験者や社員の実体験をもとに、数多くの就活生を見守ってきた街の視点で応援のメッセージを伝えました。街中の屋外広告やカフェの「就活生割」とも連動し、耳と目、街で過ごす時間を通じて応援を実感できる体験を設計。丸の内のあたたかさを伝え、就活生の一歩を後押ししました。





Ear Candy（ベスト・イマーシブ・オーディオ・キャンペーン）部門

ALLIE 凹凸補整フィルターUV 2026年夏訴求

https://open.spotify.com/episode/571oSjFEtMlcx2shtkhRZh?si=e401da34faa84eb2

広告主：株式会社カネボウ化粧品 / 花王株式会社

企画・制作：株式会社博報堂

日やけ止め「ALLIE 凹凸補整フィルターUV」の特長を、音の演出で直感的に伝える音声広告。「蛍の光」を一定の音程で歌い、肌の凹凸をフラットに補整する特長を表現。朝夕の生活場面に合わせた配信と、音楽の合間に思わず耳を傾ける意外性によって、商品への理解を深めるコミュニケーションを展開しました。





Press Release

2026年11月5日

報道関係者各位

スポティファイジャパン

Seized the Moment（ベスト・モーメント・キャンペーン）部門

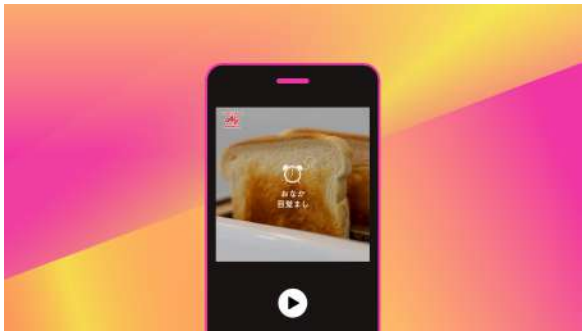
おなか目覚まし

https://open.spotify.com/episode/0VShvYCy7JWD7slksj7h6Z?si=d8d7ab87e0284c33

広告主：味の素株式会社

企画・制作：株式会社博報堂・株式会社ヒッツコーポレーション

若者の朝食抜き問題に対して、無機質な目覚まし音が朝の気持ちいい目覚めと空腹を邪魔しているのではと考え、朝食を食べたくなる音で起こすことにチャレンジ。卵焼きや味噌汁をつくる調理音を、目覚ましアラームにしました。Spotifyでは、アーティストページを活用し、アラームを楽曲のように試聴できる仕組みを構築。さらに音声広告では、調理音を告知しつつ目覚ましアラームの設定方法を届けていきました。配信は、起床時間の朝帯と目覚ましをセットする夜帯にすることで、朝食を食べたくなる気持ちを呼び起こしました。





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

C1000『ごきげんも～っと 続くらしー！』on Spotify

https://open.spotify.com/episode/58aLKgCRqkn3rcbXNirL0F?si=a10babe1ff0946af

広告主：ハウスウェルネスフーズ株式会社

企画・制作：株式会社電通・株式会社電通クリエイティブピクチャーズ

若年層が日常の中でC1000を手に取るきっかけをつくる音声広告。無理なく自分を整えたいという気持ちに着目し、「ごきげんも～っと続くらしー！」のメッセージを展開しました。M!LK・塩崎太智さんの明るい声と軽快な関西弁を生かし、曲の合間にふらっと現れる友人のように語りかける演出を採用。親しみやすい歌とテンポのよい表現を通じて、一人ひとりの音楽を聴く時間に寄り添い、ブランドを身近に感じられる接点をつくりました。





Press Release

2026年11月5日

報道関係者各位

スポティファイジャパン

Future Hitmakers（ベスト・イノベーティブ・アイディア）部門

Future Hitmakers（最優秀賞）：気分そのまま、検索ワードに

株式会社電通デジタル / 藤田康平 畠山龍 関川龍宝

「音楽は聴きたいけれど、曲を選ぶことに疲れたくない」という若年層の心理に着目した音声広告企画。取調室を舞台に「正直に言え！」というおなじみの台詞をフックとして、今の気分をそのまま検索すれば、自分に合ったプレイリストに出会えることをユーモラスに伝えます。通勤中や帰り道、眠れない夜など、日常の気分をSpotifyを開くきっかけへと転換。音楽を選ぶ負担を軽くし、日々の利用を促すことを目指しました。

https://open.spotify.com/episode/7xDW9TXop9pvEY6P9pRYll?si=893d581eea80471e





Runner Up（優秀賞）：セミ恋

株式会社Hakuhodo DY ONE / 米谷真桜 小綿麻耶 大槻果穂 吉川直人

セミを主人公に、7日間の恋を描く「耳で聴く恋愛リアリティショー」という音声広告企画。夏になじみのある鳴き声と、音声ならではの想像力を生かし、リスナーに新たなときめきを届けます。全3～4話を順番に届ける配信を想定し、各話を続きが気になる場面で終えることで、次の広告への期待を喚起。ポッドキャストでのアーカイブ展開も構想し、物語の続きを楽しみにSpotifyを再び開きたくなる体験を提案しました。

https://open.spotify.com/episode/3K4MAOKcv2yjAtoZ3zKEr3?si=acb199f35a7d4b3e





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。受賞作品の詳細は、以下のサイトでもご覧いただけます。

https://ads.spotify.com/ja-JP/inspiration/spotify-hits-2026/

Press Release

2026年11月5日

報道関係者各位

スポティファイジャパン

■ 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。

今年の審査員は、歌人／文筆家の上坂あゆ美氏、株式会社アサヒビール マーケティング本部 コミュニケーションデザイン部 担当副部長 栗岩洋平氏、株式会社電通 zero 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、スポティファイジャパン株式会社 広告事業 クリエイティブ戦略統括の橋本昇平、ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社 マーケティングディレクター 西谷 麻耶氏が担当しました。

また、「Future Hitmakers」部門のSpotify審査員として、スポティファイジャパン株式会社 ヘッドオブマーケティングの川崎愛が参加しました。

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。

■ 代表コメント

エリサ・ケルサル（Elisa Kelsall）／ Spotify JAPAC 広告事業部統括

「Spotifyが日本でサービスを開始してから、10年。その歩みのそばにはいつも、音声の可能性を信じ、新しい表現に挑んでくださったブランド、広告会社、クリエイターの皆さまがいました。朝の目覚めから眠りにつく前まで、人々の暮らしに寄り添い、心を動かしてきた数々のHitsは、皆さまとともに生み出してきたものです。心より感謝申し上げます。

今年応募いただいた作品の数々にも、リスナーの大切な瞬間を捉え、想像力を掻き立てる、Spotify広告ならではのパワーが息づいています。次の10年も、皆さまとともに、まだ誰も聴いたことのないHitsを生み出していけることを楽しみにしています。」

■ 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、3億人以上の有料会員を含む7億8,800万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/