

# Spotify HITS

プログラム紹介と募集要項 (広告会社向け)

**Hitsについて**

# Hitsとは？

- Spotifyとともに素晴らしい成果をあげた広告キャンペーンを表彰する、Spotify Advertising主催の広告賞です。2023年にブラジルとメキシコで始まり、日本では今回が初の開催となります。
- 音声と動画のフォーマットやストリーミングデータによるターゲティングなど、Spotifyの広告の特性を活かしたクリエイティブなアプローチで、人々の心を動かし、ブランドのビジネスの成長に貢献したキャンペーンを表彰します。
- 審査はSpotify社内外のオーディオやクリエイティブに精通した審査員によって行われます。
- 入賞した広告キャンペーンは、優れたSpotifyの広告事例としてSpotifyの自社および外部メディアにて展開予定です。

# アワードカテゴリー

- **Future Sounds (ベストオーディオキャンペーン)**

Spotifyの音声広告を活用し、クリエイティビティに富んだ革新的な音声で、ブランドのゴール達成に貢献したキャンペーン

- **Sound & Story (ベストマルチフォーマットキャンペーン)**

音声 × 動画など、複数のSpotify広告フォーマットを組み合わせる素晴らしい成果を生んだキャンペーン

- **Spotify Mic Drop (グランプリ)**

すべてのキャンペーンの中で、Spotify広告を効果的に活用した戦略とクリエイティブにより、ブランドのゴール達成に最も大きく貢献したキャンペーン

# 受賞者ベネフィット

受賞された方へは以下の賞品を授与いたします。

- トロフィー
- Spotify Hits デジタルバッジ
- Spotify Hits オリジナルグッズ
- Spotify Supper Clubへのご招待

音声広告においては、日本はまだまだ新興市場です。Spotifyは本広告賞の受賞者を、Spotify広告のプロフェッショナルとして認定。トロフィーおよび署名や名刺などで使用可能な公式認定バッジを授与し、Spotify広告を活用するブランド、マーケター、クリエイターに向けてさまざまな形でご紹介させていただきます。受賞キャンペーンについても、Spotify Advertisingのオウンドメディアおよび外部メディアにて優れた広告の事例として展開いたします。授賞式は、広告主・パートナー向けの招待制イベント「Spotify Supper Club」内で実施予定です(今年のSpotify Supper Clubの様子は[こちら](#))。

\*賞品は変更の可能性があります。

\*Spotify Supper Clubへのご招待は代表者様のみとなる予定です。

# 審査基準

キャンペーンはそれぞれSpotify広告のベストプラクティスに基づき、クリエイティブ、戦略、数値的成果の3要素で評価されます。

## クリエイティブ

- キャンペーンのコセプトはイノベーターか？
- ブランドボイスを明確に伝えているか？ (ブランドのイメージに合ったサウンドのトナリ)
- コンテキストに配慮しているか？
- リスナーは明確なメッセージやテイクアウェイを読み取れるか？ (冗長な説明ではなくコンセプチュアルな表現・160文字以内のスク립ト)
- サウンドデザインは良質な広告体験を実現しているか？ (効果的なギミックによるアテンション獲得・引き込まれる音・状況が描けるサウンド・リスナー自身が広告の主役になっているように感じられるデザイン)

## 戦略

- 意図したオーディエンスに響いているか？ (ターゲティング・配信設計)
- 戦略的に使用メディアおよびフォーマットが選定されているか？

## 成果

- キャンペーンの結果は？ (聴取/視聴完了率・ブランドリフトなどの数値的成果)

# 審査員



**立石 ジョー**  
Spotify Japan  
上級執行役員 広告事業部統括



**ヴァネッサ・ゴー**  
Spotify  
クリエイティブストラテジスト アジア  
太平洋地域統括



**殿村 博**  
Spotify Japan  
プロデューサー



**川崎 愛**  
Spotify Japan  
ヘッドオブマーケティング



**嶋 浩一郎**  
株式会社 博報堂  
執行役員



**田中 寿**  
株式会社 電通 CXCC局  
CXクリエイティブ推進部  
クリエイティブディレクター

\*リチャード・フランケルが都合により審査不可となりました  
ため、ヴァネッサ・ゴーへ審査員が変更となりました。

# スケジュール

## 応募受付開始 2024年3月

2024年7月までに効果検証まで完了されたすべてのSpotify広告キャンペーンが対象です。[応募テンプレート](#)に必要情報を入力の上、[こちらの](#)ページの応募ボタンからご応募ください。

## 応募締め切り 2024年7月31日 (水)

応募いただいたキャンペーンは、それぞれSpotify広告のベストプラクティスに基づき、クリエイティブ、戦略、数値的成果の3要素で評価されます。

## 受賞キャンペーン発表 2024年9月頃

10月に開催予定の広告主・パートナー向け招待制イベント「Spotify Supper Club」内で授賞式を行います。

# 応募方法

# 応募方法

1. 応募前にこちらの応募キャンペーンの利用に関する規約文をemailで広告主に共有、必ず返信にて許諾を取得し、emailのコピーをPDFで保存してください。
2. 応募用テンプレートをコピーし、すべての必要情報を入力してください。
3. Spotify Hitsサイトの応募ボタンから、応募フォームに許諾取得時のemail、入力済み応募用テンプレート、各種クリエイティブ素材、その他キャンペーン関連資料をアップロードし、送信してください。

# 応募要件

2024年7月までに効果検証まで完了されたすべてのSpotify広告キャンペーンが対象です。アワードカテゴリー別の応募要件は下記の通りです。

## Future Sounds (ベストオーディオキャンペーン)

### 必須要件

- キャンペーンにおいて少なくとも1つの音声広告を出稿

### 任意

- 3Dオーディオを使用しているとなお良い
- 効果測定において高い数値的成果\*を上げている (KPIの例: 認知度、広告想起、メッセージの関連性、好意度、ROAS、購入意向、売上リフト、コンバージョン率、店舗への訪問の増加)

\*数値的成果は、広告フォーマット = 音声 で評価

## Sound & Story (ベストマルチフォーマットキャンペーン)

### 必須要件

- 広告フォーマットごとにカスタマイズした複数バリエーションの広告クリエイティブを使用
- 音声 + 少なくともその他1つの広告フォーマットを併用

### 任意

効果測定において高い数値的成果\*を上げている (KPIの例: 認知度、広告想起、メッセージの関連性、好意度、ROAS、購入意向、売上リフト、コンバージョン率、店舗への訪問の増加)

\*数値的成果は、2つ以上の広告フォーマットのミックスデータで評価

それぞれのカテゴリーに応募された全キャンペーンがSpotify Mic Drop (グランプリ) の審査対象となります。複数カテゴリーへの応募も可能です。内容によっては、応募外のカテゴリーにて受賞の可能性もございます。

# 注意事項

- 応募フォームはSpotifyの営業担当者または代理店担当者のみ提出可能です。広告主が応募を希望している場合は、必ず担当Salesまたは代理店のキャンペーン担当者がフォームを記入・応募してください。
- 広告主企業・団体名、広告代理店名、各担当者名は、ファイナリストの選出および受賞時にお渡しするトロフィーへの記載やWEBサイトでの受賞者発表に使用いたします。「株式会社」等を含む正式名称をご記載ください。
- クリエイティブの制作背景や目的はもちろん、Spotify以外のメディアを含むキャンペーン全体のメディア戦略とそこでのSpotifyの役割についても可能な範囲で詳細に記載してください。
- 数値的成果については、目標対比、可能であればベンチマーク対比もご記載ください。また、期間、対象者、データソース、調査会社・ツール名も記載をお願いします。

応募に関するご質問は、Hits事務局メールアドレス ([japan-spotify-hits@spotify.com](mailto:japan-spotify-hits@spotify.com))  
までお問い合わせください。たくさんのご応募お待ちしております！