
気象予報士と連携！寒い日に合わせて放送 インフォーマーシャル企画 「"おいしさUP"お天気連動CM企画」 第一弾、アサヒ飲料 WONDAで明日からスタート！

TOKYO FMでは、株式会社ハレックスと提携し、ラジオCMスポット及びインフォーマーシャル放送時に、事前に設定した気象状況にある場合のみ放送するスポット企画「"おいしさUP"お天気連動CM企画」を明日からスタートさせます。本企画はハレックス社の社員天気予報士が作成したオリジナルの天気予報を基に、放送日、放送時間を設定。CMを聴く時点でリスナーのニーズを最も強く喚起すると想定されるタイミングに、商材を訴求することで、効果的にラジオCMスポット及びインフォーマーシャルを放送することを狙っています。

◆気象予報士と連携！商材に最適な気候の日に流すインフォーマーシャル！

TOKYO FMでは、情報をベースに日常生活から企業活動までの幅広いソリューションを提供する株式会社ハレックスと提携し、スポット及びインフォーマーシャル放送時に事前に設定した気象状況にあったCM素材をフレキシブルに変更しオンエアするスポット企画「"おいしさUP"お天気連動CM企画」をスタートさせます。本企画は株式会社ハレックスの社員天気予報士が作成したオリジナルの天気予報を基に、放送日、放送時間を設定。CMを聴く時点でリスナーのニーズを最も強く喚起すると想定されるタイミングに商材を訴求することで、効果的にスポット及びインフォーマーシャルを放送することを狙っています。

第一弾として、アサヒ飲料株式会社の「ホットが売れるある一定の気温を下回った日に放送するWONDAのインフォーマーシャル」を12月9日（金）からオンエアします。訴求商品はWONDAシリーズの「モーニングショット」「金の微糖」「極」の3つ。平日の朝には「モーニングショット」、月曜日と火曜日の午後には「金の微糖」、水曜日、木曜日には「極」の60秒のインフォーマーシャルを放送いたします。ハレックスの社員天気予報士とともに、事前に気温の低い日を予報し、当日の気象予報を基に、CM素材をフレキシブルに変更しオンエアします。その日の気象状況を基に、聴く人の状況に寄り添った訴求を実現し商品ニーズを強く喚起いたします。

【株式会社ハレックスについて】

NTTグループ唯一の気象情報会社としてICTを前面に押し出し、同業他社と差異化を図った特徴ある事業展開を行う。その最大の武器が、自社開発のリアルタイム・ビッグデータ処理と分散型クラウドコンピューティング処理を用いたシステムが生み出すハレックス社独自の1kmメッシュごと1日48回更新する鮮度が高い気象情報提供の仕組み『HalexDream!』。この『HalexDream!』はさまざまな業務システムに組み込んで利用することが可能。この特徴を利用して、一般的な天気予報のみならず業務にもっとも影響する雨の降り方（雨の降る量や雨の降る時間）や土砂災害リスク等の自動監視機能を実現し、これまで鉄道会社様の運行管理システムや地方自治体の防災システム等で活かされている。また、最近では農業、建設、観光や広告分野へ気象情報の利活用をすすめるほか、AIに過去の気象情報を取り込んで分析、結果を踏まえて予測データを販売促進に活かす活用事例も増えてきている。

■「"おいしさUP"お天気連動CM企画」概要

◇内容：TOKYO FMが、株式会社ハレックスと共同で立ち上げたスポット企画。スポット及びインフォーマーシャル7放送時に、事前に設定した気象状況にあった場合のみ放送するラジオCMスポットのこと。温かい飲み物や食べ物を食べたい時、夏日超えが予想され、脱水症状を防ぐために水分補給を促したり…このラジオスポット企画により、様々な場面で商材にとって最適なタイミングでラジオCMスポットを流すことが可能となります。