

2020年7月2日

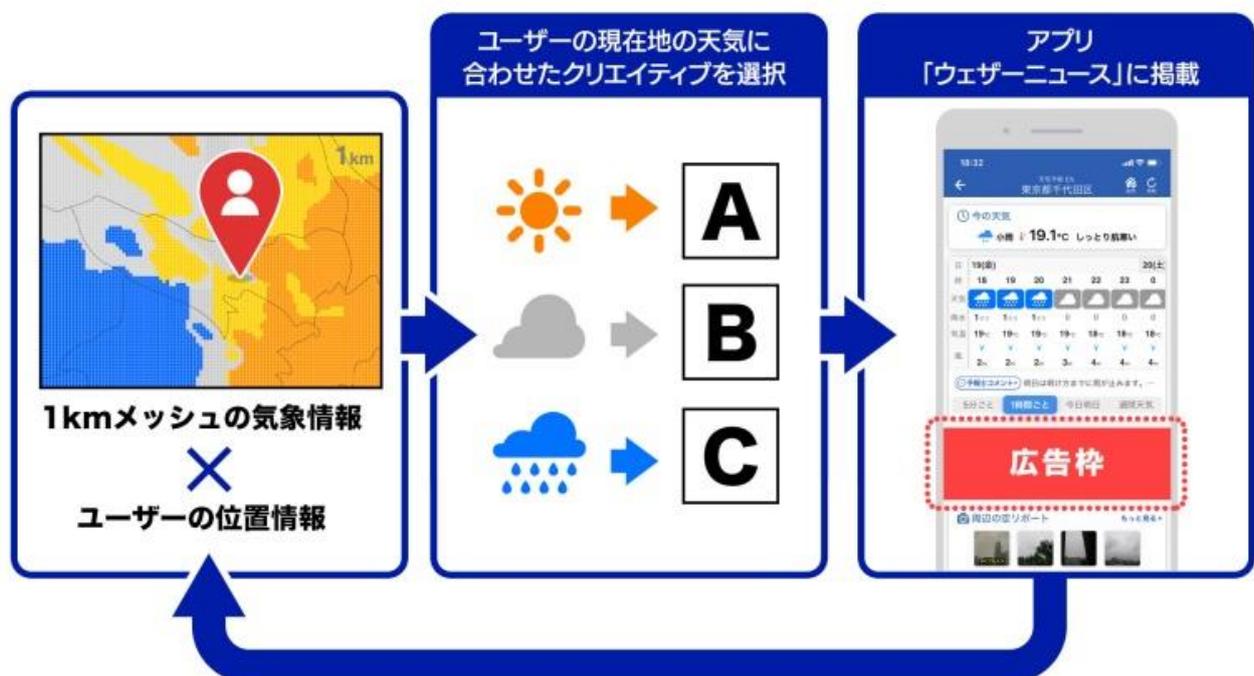
業界一の高解像度・高精度な気象データに連動した広告配信で、訴求効果を最大化
1km メッシュで広告を出し分け！アプリ「ウェザーニュース」で“天気連動広告”を開始
 ～累計 2,000 万 DL 突破！毎日確認する天気アプリでより効果的なプロモーションが可能に～

株式会社ウェザーニュース(本社:千葉市美浜区、代表取締役社長:草開千仁)は、7月2日、累計 2,000 万ダウンロードの天気アプリ「ウェザーニュース」で、1km メッシュの高解像度・高精度な気象データに連動して広告を配信できる「天気連動広告」の提供を開始しました。

「天気連動広告」は、ウェザーニュースが解析・予測する業界一の高解像度気象データと、アプリユーザーの位置情報とを掛け合わせ、ユーザーの現在地の気象状況に応じた広告を、「ウェザーニュース」内で自動配信できるサービスです。毎日の生活における必要情報として、定期的に気象情報を閲覧しにくるユーザーの心理によりタイムリーに働きかけることができるため、商品への興味関心や購買意欲の向上が期待できます。

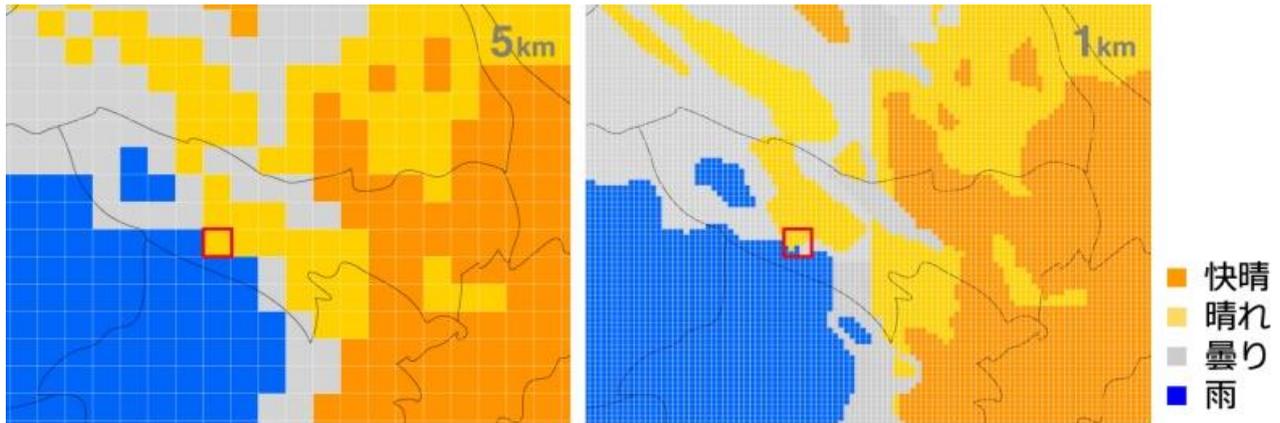
◆業界一の高解像度気象データに連動する「天気連動広告」開始

「天気連動広告」は、累計 2,000 万ダウンロードを突破したアプリ「ウェザーニュース」内で、1km メッシュの高解像度・高精度な気象データに連動した広告配信ができるサービスです。ウェザーニュースが解析・予測する業界一の高解像度な気象情報に、アプリユーザーの位置情報を照らし合わせ、ユーザーの現在地の気象状況に応じた最適な広告を掲載します。雨が予想されているエリアのユーザーへの雨の日限定のキャンペーン広告の掲載や、気温や体感に応じた冷たい飲み物と温かい飲み物の広告の出し分けなど、気象情報に基づくターゲティングが可能です。消費者の意思決定に大きく関与する「天気」に連動して広告を出し分けることで、より効果的にメッセージを伝えられます。



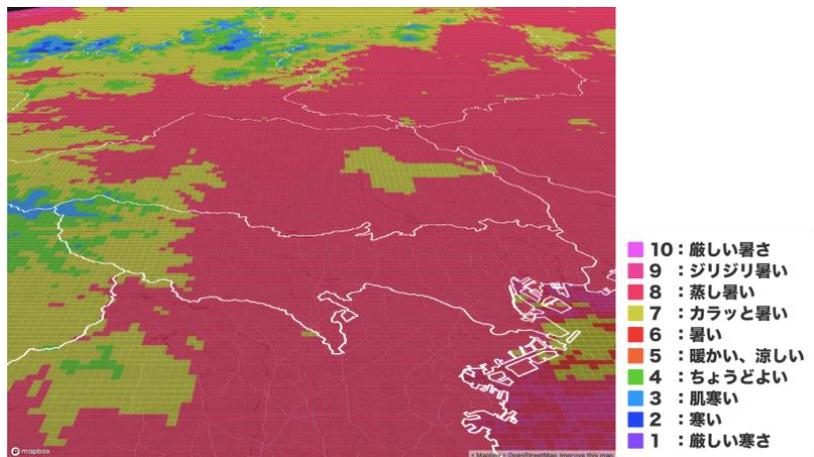
<特長①> 1km メッシュで広告を出し分け！高精度・高解像度な天気予報で訴求効果を向上

ウェザーニュースでは、全国約 13,000 地点にも及ぶ日本最大の気象観測網と、ユーザーから寄せられる天気・体感報告を活用し、1km メッシュで独自に天気を解析・予報しています。メッシュを細かくすることで、ゲリラ豪雨に代表されるような局地的な気象現象の表現ができるようになるため、より正確な天気予報が可能になります。例えば、5km メッシュの天気予報では「晴れ」のエリアでも、1km メッシュの天気予報では「晴れ」「曇り」「雨」のエリアが含まれていることがあります(下図参照)。ウェザーニュースの「天気連動広告」では、この細密な天気予報をもとに 1km メッシュで広告を出し分けます。ユーザーの居場所ピンポイントの天気に合わせた精度の高いターゲティングで、広告効果の向上が期待できます。



<特長②> 独自の体感データで消費者心理へ効果的に訴求

天気や気温などの気象要素に加え、ウェザーニュース独自の体感指数による広告の出し分けも可能です。「体感指数」では、気象データとユーザーからの体感報告の分析から、「暑い」「寒い」「ちょうどいい」など、消費者の体感を 10 ランクで算出します。全国のユーザーから寄せられた体感報告と気象データの分析結果を基にしているため、北海道と沖縄



での暑さや寒さの感じ方の違いなど、地域特性も反映しています。消費行動に直結する「体感」に応じた広告を配信することで、より効果的な訴求が期待できます。

<特長③> 累計 2,000 万 DL 突破！毎日確認する天気アプリで効果的に訴求

アプリ「ウェザーニュース」は 2020 年 1 月に累計 2,000 万ダウンロードを突破し、多くの方にご利用いただいている天気アプリです。ユーザー層は世代、属性ともに幅広く、毎日利用する方は全体の 25% 以上、1 回あたりの利用時間も長いことが特長です。アプリ「ウェザーニュース」の「天気連動広告」では、毎日の生活における必要情報として、定期的に気象情報を閲覧しにくるユーザー心理によりタイムリーに働きかけることができるため、商品への興味関心や購買意欲の向上が期待できます。

◆天気の影響を受けやすい商品・サービスのプロモーションに効果的！

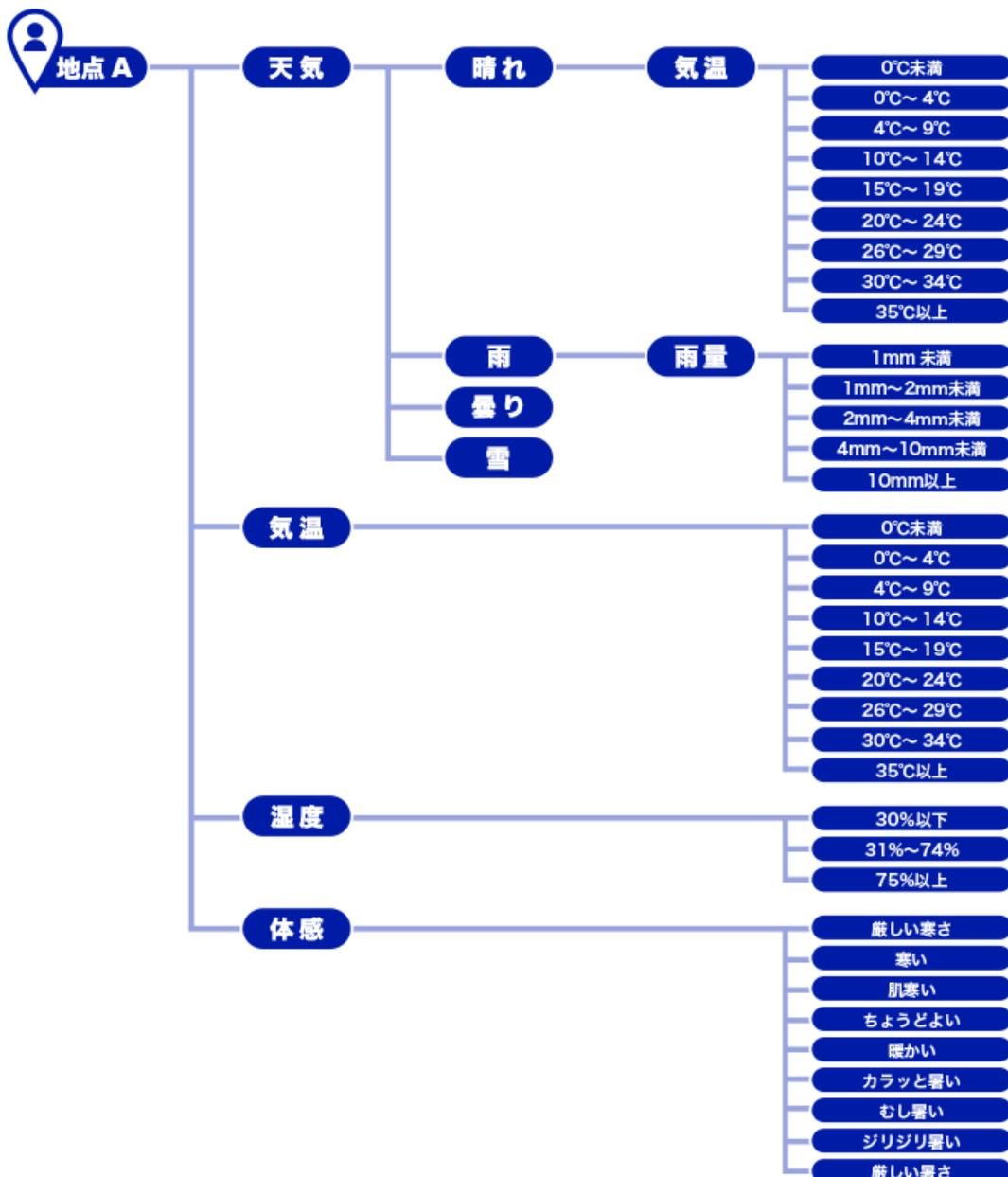
＜活用例①＞天気に合わせた商品を訴求

飲料や食品など、天気によって売れ筋が変わる商品のプロモーションでは、気象条件にマッチした商品のクリエイティブを出すのが効果的です。例えば、暑さ、寒さによって冷たい飲み物と温かい飲み物のバナーを出し分けたり、気温や湿度などの条件に合った化粧品のバナーを出し分けたりすることが可能です。

＜活用例②＞天気に合わせたメッセージで訴求

同じ商品のプロモーションでも、気象条件にマッチしたメッセージで訴求することで、広告効果の向上が期待できます。例えば、同じスポーツドリンクのプロモーションでも、熱中症の危険度に応じて、危険度の高い時には「熱中症対策」のメッセージを、危険度があまり高くない時には「運動後の水分補給」などとメッセージを変えられます。また、雨の日限定のキャンペーン等にも活用できます。

◇気象要素選択例



◆データと気象要素との相関分析を無料で実施

ウェザーニュースでは、WxTech™ サービスサイトにて、お手持ちのデータと気象データとの相関の簡易分析を無料でお試しいただけます（※分析は PC からご利用いただけます）。

簡易分析では、入力いただいたデータと相関のある気象要素と相関係数を表示します。どのような気象条件のときにサイトの PV 数や広告の CTR が上昇するのか、どの気象要素で広告を出し分けたいのか判断する参考情報としてご活用いただけます（※さらに詳細な分析はお問い合わせフォームよりご相談いただけます）。

▼無料分析はこちらから (WxTech™ サービスサイト)

<https://wxtech.weathernews.com/analysistrial.html>



◆お問い合わせ

メールまたは WxTech™ サービス専用サイトにてお問い合わせください。

wxtech@wni.com

<https://wxtech.weathernews.com/advertisements.html>