

---

---

ラジオを聴いて“涼”を感じよう！  
TOKYO FM 夏の音楽キャンペーン「Cooool Music」第2弾  
2010年8月2日(月)～1ヶ月間、“涼しく感じる音楽”を放送  
SHIBUYA TSUTAYA・TSUTAYA TOKYO ROPPONGI とも連動

---

---

TOKYO FM は、8月2日(月)からの1ヶ月間、“涼しく感じる音楽”を平日ワイド番組「LOVE CONNECTION」「シナプス」で集中的に選曲することで、聴覚でリスナーにイメージネーティブな“涼”空間を提供するための音楽キャンペーン「Cooool Music」(=クール・ミュージック)を展開いたします。同キャンペーンは京都府立大学の松原斎樹教授(環境心理行動学)の賛同を得て実施しているもので、昨年度はリスナーの95%が涼しさを実感したとの調査結果を得ました。ラジオならではの、心地より音楽を聴くことによる快適さの向上と、“アースコンシャス”ライフの提案をしていきます。

地球温暖化や都市のヒートアイランド現象など、夏の都市は年々高温になりつつある背景を受け、TOKYO FM では2009年夏から、ラジオを聴いてリスナーに“涼しさ”を感じてもらう音楽の効果で涼空間を提供することを狙いとした、「Cooool Music」キャンペーンを展開しています。

さらに同キャンペーンには、暖色・寒色や環境音と温熱環境の複合的な影響の研究を行っている京都府立大学 松原斎樹教授(環境心理行動学)の協力を得て、「暑くて不快なときに、その不快さを和らげてくれる心地よい音楽」を取り入れることで、冷房の設定温度を上げるなど、TOKYO FM のステーションメッセージ『アースコンシャス～地球を愛し、感じるころ～』のライフスタイルを提唱していきます。



#### ■ Cooool Music キャンペーン実施概要

- ◇ 名称: TOKYO FM 夏の音楽キャンペーン「Cooool Music」
- ◇ 期間: 2010年8月2日(月)～8月31日(火)  
平日ワイド番組「LOVE CONNECTION」「シナプス」内でオンエア
- ◇ 選考方法: TOKYO FM 制作プロデューサー、ディレクターを中心とする選考委員が「クールさを感じる」という洋楽・邦楽を取り混ぜた候補選曲を選び、社内で試聴アンケートを実施。また、京都府立大学松原教授の研究室でも同様の方法で試聴実験を実施した楽曲を中心に選曲。

#### ■ SHIBUYA TSUTAYA・TSUTAYA TOKYO ROPPONGI との連動

なお、本年度は趣旨に共感した SHIBUYA TSUTAYA(東京都 渋谷区宇田川町 21-6)、TSUTAYA TOKYO ROPPONGI(東京都 港区六本木 6-11-1)とも連動し、「Cooool Music」レンタルコーナーを両店舗に期間中展開いたします。

- ◇ 展開期間: SHIBUYA TSUTAYA 3F サウンドレンタルフロア  
8月2日～8月末日(予定)
- TSUTAYA TOKYO ROPPONGI 2F サウンドレンタルコーナー  
8月4日～8月末日(予定)

## ■ Coool Music 選曲例

RIP SLYME 「楽園ベイバー」  
スピッツ 「ロビンソン」  
井上陽水 「少年時代」

ビージーズ 「How Deep Is Your Love」  
ミニー・リパートン 「Lovin' You」  
ノラ・ジョーンズ 「Don't Know Why」

(※上記曲は、試聴アンケートでの涼しさを感じる評価の高かった楽曲の一例です。)

(※また、Coool Music と称する楽曲には体感温度を下げるといった科学的根拠は証明されておらず、アンケートを基に涼しさを感じる事ができる楽曲の選曲提案です。)

### 京都府立大学 生命環境科学研究科 松原齋樹(まつばら・なおき)教授のコメント

2年目を迎えるCoool Music企画に期待する！

京都府立大学 松原齋樹

僕たちの研究室では、住まいの寒色系の色彩を見たり、風鈴の音を聞いたりすることによって、暑さの不快感が低減されることを実証している。この効果は、やや暑い程度の際には有効だが、非常に暑い環境では小さくなる。視覚要因や聴覚要因が温熱感覚を変化させるというよりも、温熱感覚、視覚、聴覚…などを総合した快適さが変化することだと考えている。

音楽をどのように感じるかは、脳の高次の活動によるため、Coolと感じる曲には個人差があるだろう。しかし、少なくとも、その人が心地よいと感じる曲を聴くことで、聴覚への注意配分が増大して、多少の暑さが気にならなくなることは十分にありえる。わかりやすく説明するためには、「暑くて不快なときに、その不快さを和らげてくれる音楽」→「暑くて不快なときに、涼しく感じる音楽」→「Coool Music」という表現を用いてもよいと思う。

一方、この企画が『暑さをしのぐために音楽を聴く』という意識を広めるきっかけとなることも期待している。その延長線上には、暑さをしのぐために、冷房よりもまず、薄着をする、すだれやみどりのカーテンなどで日除けをする、打ち水をする、という変化が、さらには、広く環境配慮のために、マイカーに乗ることを控える、家庭ゴミを減らす、節電をする、という行動の変化が期待できる。

昨年度の調査結果では、このような効果がかかなり見られたこと中間報告させてもらったが、今年度は、さらにこの調査も進めたい、と考えている。

ところで、Coool Musicは、やや暑いときにお勧めではあるが、極端な暑さによる熱中症には効果はとぼしいので、冷房も適度に使用すべしである(まずは日よけだが)。

ともあれ、2年目を迎えるTOKYO FM のCoool Music企画に期待したい。

オフィシャルサイト <http://www.tfm.co.jp/coool/> (PC・携帯共通)

※8月2日に2010年度情報に更新予定