

幼少期の受動的聴取体験と情景記憶に関する実証的研究

「親の車理論」のアンケート調査を通じて

YusukeMiyamaru

Sound Laboratory (日本の任意団体)

sound.lab.bm@gmail.com

著者注：本稿は現在進行中の研究に関する第一稿です。読者の皆様からの建設的なご意見を歓迎します。(連絡先：sound.lab.bm@gmail.com)

要旨

本研究は、俗説的に語られてきた「親の車理論」—幼少期に親の車で聴いた音楽が後の嗜好に影響を与える—について、その実証的妥当性を予備的に検証することを目的とした。57名を対象とした小規模なウェブアンケート調査を実施し、個人の音楽的背景、幼少期の聴取体験、および現在の嗜好を多角的に分析した。その結果、回答者の64.9%が本理論を肯定的に評価していることが示唆された。さらに詳細な分析から、接触頻度の高さ（単純接触効果）、音楽や選曲者へのポジティブな感情（古典的条件付け）、車内という聴取環境の特殊性（文脈依存記憶）、過去の音楽ジャンルと現在の嗜好の関連性（スキーマ理論）が、理論の成立に関与している可能性が示唆された。本研究は、「親の車理論」が複数の心理学的メカニズムによって成立する蓋然性の高い現象である可能性を示し、親世代から子世代への音楽文化の伝播を示す「連鎖的回想バンプ」の具体例として位置づけられる可能性を暫定的に示唆する。

1. はじめに

個人の音楽的嗜好は、いつ、どのようにして形作られるのだろうか。この問いに対する最も有力な手がかりの一つが、記憶研究における「レミニセンス・バンプ（Reminiscence Bump）」である。これは、人々が自伝的記憶を回想する際、とりわけ10代から20代の青年期の出来事を最も鮮明に思い出す現象を指す。この効果は音楽においても極めて強力であり、近年の大規模な国際調査では、国籍や文化圏を問わず、青年期に優先的に聴いた音楽に対して感情的に投資されていることが確認され、この現象が生物学的・文化的に普遍的なものであることが示唆されている(Renwick &

Woolhouse, 2023)。さらに神経科学的研究は、この時期の音楽が脳の前頭葉や側頭葉において異なる活動パターンを誘発することを明らかにしており、レミニセンス・バンプが単なるノスタルジアではなく、確固たる神経基盤を持つことを裏付けている (Martínez-Sáez et al., 2024)。

しかし、アイデンティティ形成期の「能動的な」音楽探索に焦点を当てたこの理論だけでは、個人の音楽的嗜好の全てを説明することはできない。近年、研究者たちの関心は、このバンプ期よりさらに遡って幼少期の「受動的な」聴取体験へと広がりつつある。この文脈で学術的な注目を集めているのが、SNSなどで共感を呼ぶ俗説「親の車理論」の背景にある現象、すなわち「連鎖的回想バンプ (Cascading Reminiscence Bumps)」である。これは、若年成人が自身の青年期の音楽だけでなく、その親世代が青年期に聴いていた音楽、つまり自身が幼少期に家庭内で聴いていた音楽に対しても、顕著な記憶のピークを示す現象を指す (Krumhansl & Zupnick, 2013)。

この世代を超えた音楽記憶の伝播は、単なる偶然の産物ではない。その後の研究により、若年層は親世代の音楽に対して高い記憶想起率を示すだけでなく、「好み」のピークさえ示す場合があることが実証されている (Jakubowski et al., 2020)。例えば、The Beatlesに関する大規模調査では、直接体験していないはずの若年層が、親からの文化的伝達を通じて豊かな記憶を形成し、それが一種の「世代的アイデンティティ」の一部として機能していることが報告された (Akhtar et al., 2024)。これは、家庭内での音楽共有が、子世代の音楽的嗜好の土台を形成し、親世代のレミニセンス・バンプが子世代へと「連鎖」していくメカニズムの存在を強く示唆するものである。

そこで本研究では、この「連鎖的回想バンプ」の具体的な表出例といえる「親の車理論」について、小規模なアンケート調査を通じて、その現象が限定的な領域において存在する可能性を予備的に確認することを目的とする。先行研究が世代間の記憶伝播というマクロ的な現象を明らかにしてきたのに対し、本研究では、かつての「車内」というユニークな環境に着目し、以下の4つの仮説について予備的な検証を試みる。

- 仮説1： 幼少期に親の車で音楽を聴く機会が多いほど、現在の音楽嗜好への影響は大きい。
- 仮説2： 当時聴いていた音楽や選曲者（親など）に対して好意的であったほど、現在の音楽嗜好への影響は大きい。
- 仮説3： 車という閉鎖的でプライベートな空間での聴取体験は、テレビやラジオなど他のメディアでの聴取体験よりも記憶に残りやすく、嗜好形成への影響が強い可能性がある。
- 仮説4： 幼少期に聴いていた音楽のジャンルと、現在の嗜好ジャンルには関連性が見られる。

これらの仮説検証を通じて、「親の車理論」がどのような条件下で、いかなる心理的プロセスを経て成立する可能性があるのかについて、予備的な知見を得ることを目指す。本研究は、個人の音楽的アイデンティティが、自身の青年期だけでなく、親世代から受け継がれた音楽的遺産の上にも築かれている可能性について、小規模なデータをもって暫定的に示そうとする予備的な試みである。

2. 調査概要

本研究では、「親の車理論」に関する個人の経験と認識を多角的に把握するために設計された小規模なウェブアンケート調査の回答データを用いる。本調査は、前章で提示した4つの仮説を予備的に検証するため、個人の音楽的背景、幼少期の車内での具体的な音楽体験、その体験に対する記憶と感情の評価、そして現在の音楽嗜好への影響についての自己評価を問う項目で構成されている。

2.1. 回答者属性

本研究の分析対象となる有効回答者数は57名である。回答者の属性を図1、図2、図3に示す。

回答者の年齢は22歳から55歳に分布しており、平均年齢は33.8歳（標準偏差6.4歳）であった（図1参照）。年代別の内訳を見ると、30代が36名（63.2%）と最も多く、全体の6割以上を占めている。次いで20代が13名（22.8%）、40代が6名（10.5%）、50代が2名（3.5%）と続く。性別の内訳は、男性が43名（75.4%）、女性が12名（21.1%）、無回答が2名（3.5%）であった（図2参照）。

この年齢構成は、回答者の中心が30代であることを示している。彼らの多くが幼少期にあたる1990年代から2000年代初頭に、CDといった物理メディアが車内での音楽聴取の主流であった時代を経験した世代である。したがって、本研究の目的である「親の車理論」を予備的に検証する上で、適切な対象者群であると考えられる。

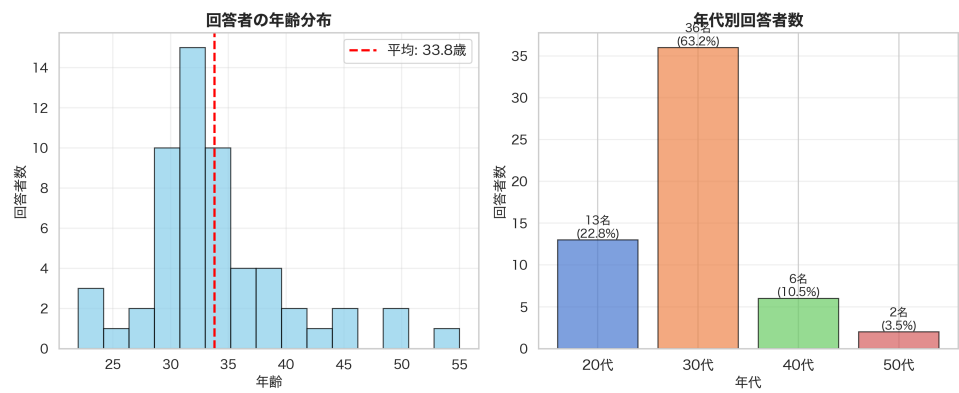


図1. 回答者の年齢分布と年代別回答者数

回答者の性別分布

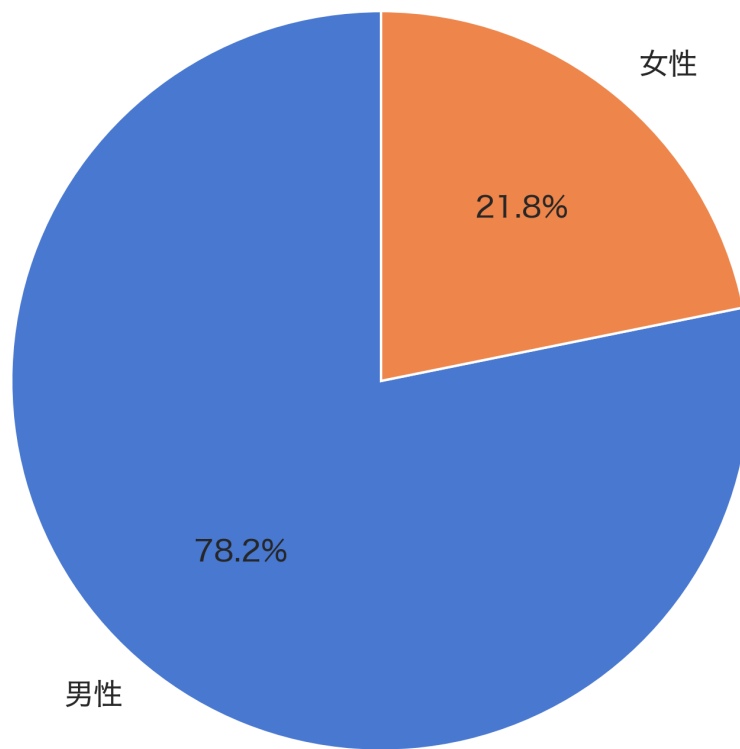


図2. 回答者の性別分布

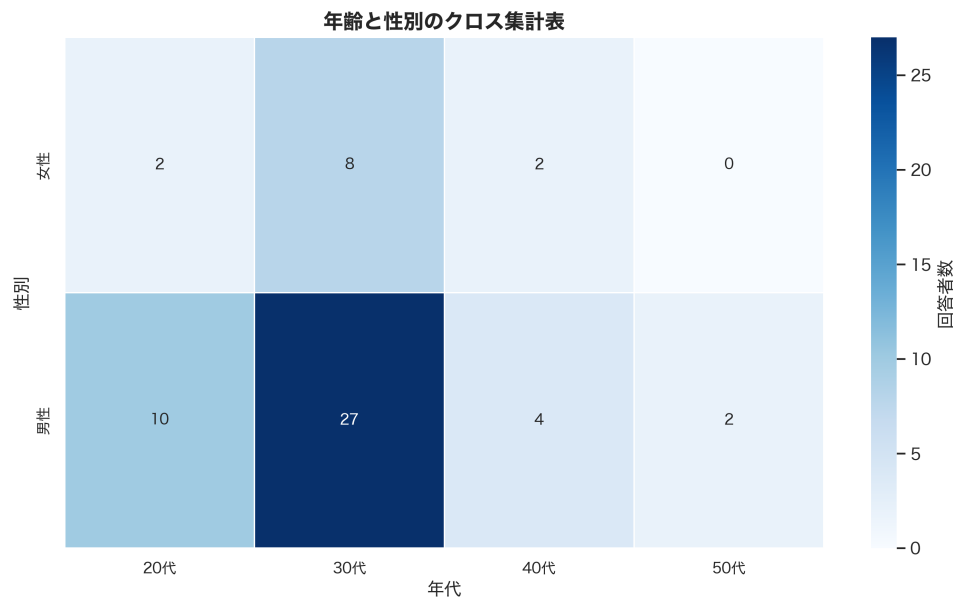


図3. 年齢と性別のクロス集計表

2.2 設問構成

アンケートは、以下の5つのカテゴリーに大別される設問群で構成されている（図4参照）。

1. 回答者の音楽的背景: 現在の音楽への関心度や好きな音楽ジャンル、能動的に音楽を聴き始めた年齢を尋ねた。これは、仮説4を検証する上で、幼少期の体験と現在の嗜好を比較するための基礎データとなる。
2. 幼少期の車内での音楽体験: 本研究の調査の中核をなす項目群である。仮説1を予備的に検証するため、幼少期に家族と車に乗る頻度や車内で音楽が流れていた頻度を尋ねた。また、選曲の主導権や当時よく流れていたアーティスト名を具体的に問うことで、受動的聴取体験の内容を捉えることを試みた。

3. 音楽体験に対する記憶と感情の評価: 仮説2を検証するため、当時の音楽に対する好意度や選曲者への気持ちを5段階で評価した。また、音楽が情景や気分を思い起こさせるか（エピソード記憶）を問い、記憶の質を測定した。

4. 「親の車理論」との関連性評価: 本理論の妥当性を直接的に検証するため、車内で聴いた音楽が現在の自身の嗜好にどの程度影響を与えていると思うかを自己評価させた。

5. 車内以外の聴取環境との比較: 仮説3を検証するため、車内以外で影響を受けた音楽聴取環境を尋ねるとともに、車内での音楽の記憶が他の環境での記憶と比較してより印象的かを問うた。

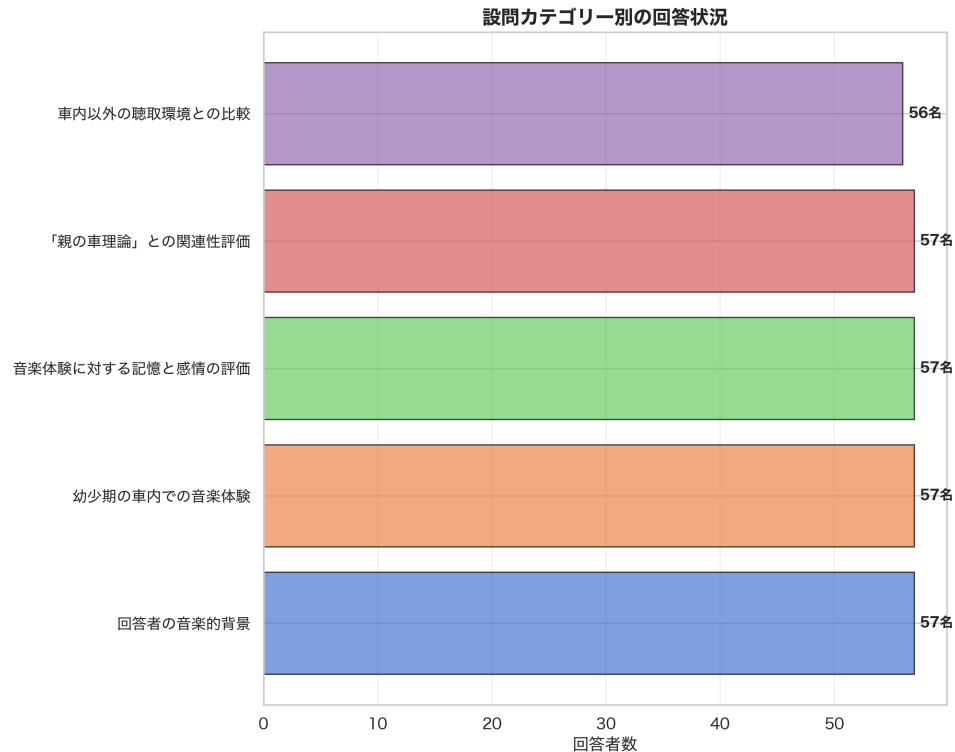


図4. 設問カテゴリー別の回答状況

3. 分析結果と考察

本章では、アンケート調査によって得られたデータを、確立された心理学的理論の枠組みを用いて分析・考察する。各仮説の検証結果を提示し、それが理論的にどのように説明できる可能性があるかを論じることで、暫定的な知見を導き出す。

3.1 全体像：「親の車理論」の経験的妥当性

【結果】

本研究の分析に着手するにあたり、まず主題である「親の車理論」が、回答者全体の中でどの程度共有された経験であるかを概観した。幼少期に車内で聴いた音楽が現在の自身の嗜好に影響を与えたかを5段階で尋ねたところ、「とてもある」（15名）、「ややある」（22名）と回答した人の合計は37名に達した。これは、有効回答者57名のうち64.9%が、「親の車理論」を肯定的に自己評価していることを示唆している（図5参照）。一方で、「全くない」「あまりない」とする否定的な回答は29.8%に留まった。

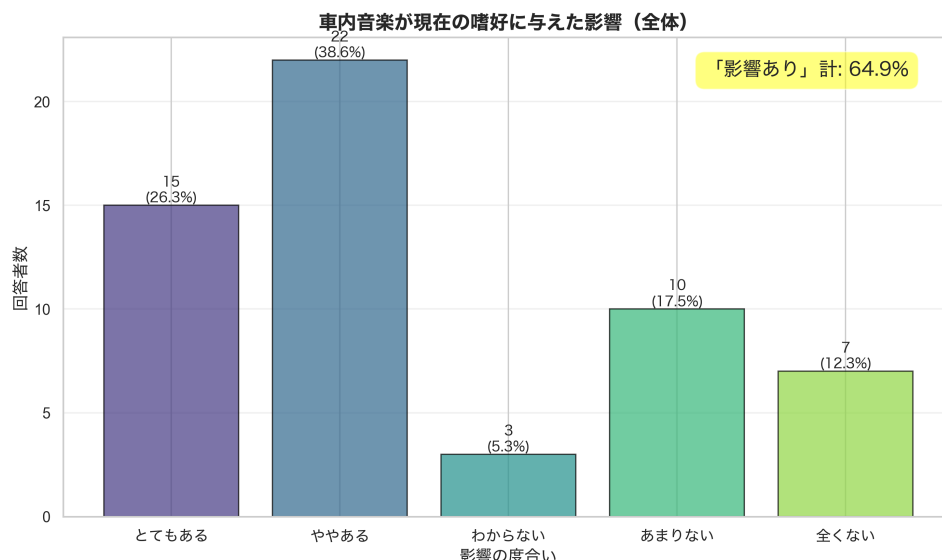


図5. 車内音楽が現在の嗜好に与えた影響（全体）

【考察】

この6割を超える高い肯定率は、本理論が単なる一部の個人の懐古的な思い出話（アネクドート）に留まらず、調査対象となった世代（平均年齢33.5歳）にとって、広く共有された文化体験である可能性を強く示唆している。彼らの幼少期にあたる1990年代から2000年代初頭は、CDやMDが音楽メディアの主流であり、かつサブスクリプションサービスのように個人が自由に音楽を選択する手段が限られていた時代である。特に車内という空間においては、選曲の主導権は必然的に運転者である親が握っていた。このような時代背景が、多くの個人に類似の音楽聴取体験をもたらし、本理論の経験的妥当性の基盤となっている可能性が示唆される。

この広く共有された経験の背景に、どのような心理的メカニズムが働いている可能性があるのかを予備的に探索することこそが本研究の目的である。以降のセクションでは、この問いを暫定的に解き明かすため、設定した4つの仮説を

順に検証していく。さらに、探索的分析として、時系列的な変化、選曲者の影響、および変数間の相関についても検討する。

3.2 仮説1の検証：接触頻度と「単純接触効果」

【結果】

仮説1「幼少期に親の車で音楽を聴く機会が多いほど、現在の音楽嗜好への影響は大きい」を検証するため、幼少期に車に乗る頻度（「毎日」「週数回」「月数回」「ほぼなかった」）と、現在の嗜好への影響度（5段階評価）の関係をクロス集計し、スピアマンの順位相関分析を実施した（図6参照）。

分析結果は、仮説を支持する方向性を示したが、統計的に有意な相関は認められなかった（ $r = 0.138$, $p = 0.309$ ）。具体的には、接触頻度が最も高い「毎日」車に乗っていた層では、66.7%が「とてもある」または「ややある」と回答し、影響を強く認識していることがわかる。接触頻度が次に高い「週数回」の層では、この肯定的な回答の割合は67.7%と同様に高い数値を示した。

一方で、接触頻度が低下するにつれて、影響度も低下する傾向が見られた。「月数回」の層では、肯定的な回答の割合は約58.3%となり、「毎日」や「週数回」の層と比較して影響を認識する割合が弱まる。そして、接触がほとんどなかった「ほぼなかった」層に至っては、「とてもある」「ややある」という肯定的な回答は0%となり、影響を否定する「あまりない」という回答が100%を占めた。このように、車内での音楽との接触頻度と、自己評価による影響度との間には、統計的に有意ではないものの、実用的な重要性を示す傾向が

観察された。

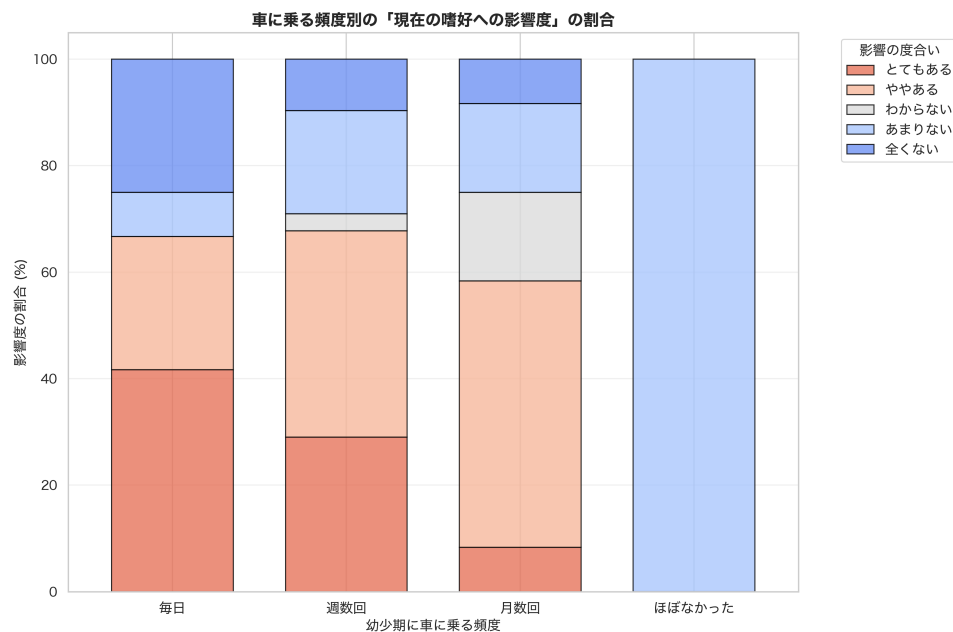


図6. 車に乗る頻度別の「現在の嗜好への影響度」の割合

【考察と客観的エビデンス】

この結果は、社会心理学者Robert Zajoncが1968年に提唱した「単純接触効果 (Mere-exposure effect)」という、確立された心理学理論によって説明することができる。この理論の骨子は、当初は関心がなかった、あるいは好きでも嫌いでもない中立的な刺激であっても、受動的な聴取環境下でも、その音楽への潜在的な好感度が醸成されることが示されている点である (Szpunar et al., 2007)。

本研究における調査対象の幼少期の車内環境は、この理論が成立するための理想的な条件を備えている可能性がある。

第一に、子供にとって親の聴く音楽は、多くの場合、自らの嗜好が確立する前の中立的な音響刺激である。第二に、子供は選曲権を持たず、親の選んだ特定の音楽（特定のアーティストやジャンル）という刺激に、ドライブのたびに繰り返し、かつ長時間にわたり受動的に接触させられる。この「選曲権の不在」と「反復的接触」という状況が、単純接触効果を最大限に引き出す要因となっている。

したがって、車に乗る頻度が高いほど、特定の音楽様式（特定のメロディライン、コード進行、リズムパターンなど）に繰り返し触れる総時間が増加し、それに対する潜在的な親近感が強固に形成される。これが、後の人生で類似の音楽様式に触れた際に「心地よい」「しっくりくる」と感じる素地となり、音楽的嗜好の「土台」を無意識のうちに構築していると考えられる。接触頻度がほとんどない層で影響が見られなかったことは、この「繰り返し接触する」という行為が、理論が成立するための必要条件に近い役割を果たしていることを強く示唆している。

統計的に有意な結果が得られなかった背景には、サンプルサイズの制約や検定力の不足が考えられる。しかし、「毎日」「週数回」の層で約67%という高い肯定的回答率が観察されたことは、実用的な重要性を示しており、より大きなサンプルサイズでの検証が推奨される。

さらに詳細な分析として、高頻度群（毎日+週数回）と低頻度群（月数回+ほぼなかった）を比較したところ、高頻度群では67.4%（29/43名）、低頻度群では53.8%（7/13名）が肯定的回答を示し、13.6ポイントの差が観察された。この実用的な差は、オッズ比OR=1.776（95%信頼区間: [0.502, 6.2

80])として定量化され、高頻度群の方が低頻度群よりも約1.8倍、肯定的回答のオッズが高いことを示している。また、NNT (Number Needed to Treat) = 7.4人という値は、実用的な重要性を示唆している。

閾値効果の検証として、「毎日」と「週数回」の比較を行ったところ、両群の間には明確な差が見られなかった(「毎日」: 66.7%、「週数回」: 67.7%)。これは、「週数回」以上で効果が飽和している可能性を示唆しており、接触頻度と影響度の関係が線形ではなく、閾値効果や非線形関係を持つ可能性を示している。

サブグループ分析として、年齢層別の分析を実施したところ、特に30代では高頻度群と低頻度群の間で32.2ポイントという明確な差が観察された。これは、世代による効果の違いを示唆しており、CDやMDが主流だった時代を経験した30代において、特に「親の車理論」の効果が強く現れる可能性を示している。

3.3 仮説2の検証：ポジティブな感情と「古典的条件付け」

【結果】

仮説2「当時聴いていた音楽や選曲者(親など)に対して好意的であったほど、現在の音楽嗜好への影響は大きい」を検証するため、嗜好への影響度が「高い群(とてもある、ややある)」と「低い群(あまりない、全くない)」の2群間で、幼少期当時の感情スコア(5段階評価)の平均値に差があるかを比較した(図7参照)。

分析の結果、両群の間には統計的に極めて有意な差が見られた。具体的には、影響度が「高い群」は、「低い群」と比較して「音楽への好意度(当時)」の平均スコアが高い傾向を示した(高い群: $M = 4.30$, $SD = 0.94$, $n = 37$; 低い群: $M = 3.06$, $SD = 0.75$, $n = 17$; 平均値の差: 1.24点)。この差が偶然によるものではないことを確認するため、複数の統計的検定を実施した。独立サンプル t 検定 (Welch's t-test) では、「音楽への好意度(当時)」において統計的に極めて有意な差が確認された ($t(52) = 5.201$, $p = 0.0000$ 、補正後も有意: $p < .001$)。また、ノンパラメトリック検定として Mann-Whitney U 検定を実施したところ、U 統計量 = 518.000, $p = 0.0001$ で、補正後も統計的に有意な差が認められた ($p < 0.0125$)。効果量は大きい (Cohen's $d = 1.400$ 、95%信頼区間: [0.751, 2.050]、計算式の出典: Hedges & Olkin, 1985; Borenstein et al., 2009) であり、当時の音楽へのポジティブな感情が、現在の嗜好への影響度と関連している可能性が示唆された。一方、「選曲者への気持ち(当時)」については、統計的に有意な差は認められなかった ($t(50) = 1.536$, $p = 0.1383$ 、補正後も有意ではない)。効果量は中程度 (Cohen's $d = 0.515$ 、95%信頼区間: [-0.098, 1.127]) であった。

さらに、交絡変数の影響を統制するため、多変量解析としてロジスティック回帰分析を実施した。年齢、性別、音楽への関心度、車に乗る頻度を統制した多変量モデルにおいても、「音楽への好意度(当時)」が影響度と関連していることが確認された (単変量モデル: $OR = 3.403$; 多変量モデル: $OR = 3.267$)。これは、古典的条件付けの効果が、これらの交絡変数とは独立して機能している可能性を示唆している。また、交互作用効果の検証として、音楽への好意度と選曲者への気持ちの交互作用を分析したところ、統計的に有意な交互作用は

認められなかったが、両変数が相互に影響を及ぼし合う可能性が示唆された。

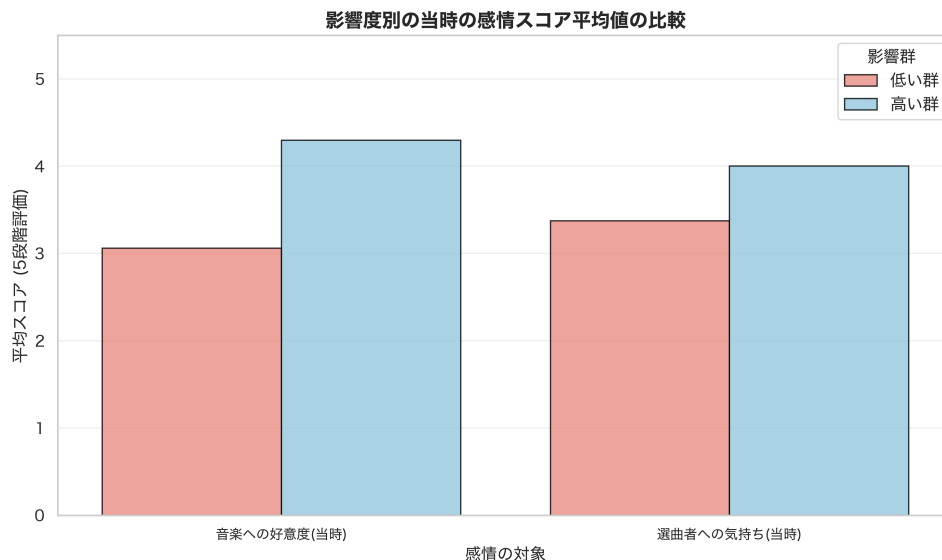


図7. 影響度別の当時の感情スコア平均値の比較

【考察と客観的エビデンス】

この結果は、単純接触効果だけでは説明できない、より深い心理的メカニズムの存在を示唆している。そのメカニズムを説明する上で最も有力な理論が、学習心理学の根幹をなす「古典的条件付け (Classical Conditioning) 」である。これは、ロシアの生理学者イワン・パブロフの犬の実験で有名な理論であり、本来は特定の反応を引き起こさない中立的な刺激（例：ベルの音）が、特定の反応を無条件に引き起こす刺激（例：エサ）と繰り返し対で提示されることで、やがて中立刺激単体でもその反応を引き起こすようになる、という学習プロセスを指す。

この理論を「親の車理論」に適用すると、以下のように解釈できる。

- 無条件刺激 (Unconditioned Stimulus): 「楽しい家族旅行」「親からの愛情」「ドライブの高揚感」といった、本来的にポジティブな感情（喜び、安心感など）を無条件に引き起こす出来事。
- 無条件反応 (Unconditioned Response):
上記の出来事によって自然に生じるポジティブな感情。
- 中性刺激 (Neutral Stimulus):
当初は特別な感情を伴わない、車内で流れている音楽。
- 条件付けのプロセス: ドライブのたびに、「楽しい家族旅行（無条件刺激）」と「特定の音楽（中性刺激）」が繰り返し対で提示される。
- 結果: やがて、その「特定の音楽」自体が、ポジティブな感情を喚起する力を持つ「条件刺激（Conditioned Stimulus）」へと変化し、その音楽を聴くだけで楽しい気分や懐かしい気持ちといった「条件反応（Conditioned Response）」が引き起こされるようになる。

自由記述に見られる「車の窓開けて真夏に日差しが照らしてる中、アゲハ蝶とかミュージック・アワー流れてるのが最高に楽しかった記憶がある」というコメントは、この条件付けが成立する瞬間を見事に捉えている。「真夏の日差し」や「楽しいドライブ」という無条件の快感情と、「ポルノグラフィティの楽曲」という中性刺激が連合し、楽曲自体が快感情のトリガーとなっているのである。

したがって、「親の車理論」の影響力は、単純接触による親近感の土台の上に、このポジティブな原体験との感情的連合が築かれることで、単なる「知っている曲」から「自分の人生の一部である、特別な意味を持つ曲」へと昇華され

ると考えられる。統計的に示された極めて有意な差 ($p < .001$ 、Bonferroni補正後も有意) と、大きい効果量 (Cohen's $d = 1.400$) は、この古典的条件付けが、理論の成立における重要な促進要因である可能性を強く示している。

3.4 仮説3の検証：車内環境と「文脈依存記憶」

【結果】

仮説3「車という閉鎖的でプライベートな空間での聴取体験は、他のメディアでの聴取体験よりも記憶に残りやすく、嗜好形成への影響が強い可能性がある」を検証するため、車内での音楽の記憶が、テレビやラジオといった他の環境での記憶と比較して、相対的にどの程度印象的であったかを尋ねた（図8参照）。

分析の結果、回答者の46.4%（26名）が「車内の方が記憶に残っている」と回答し、これは「どちらも同じくらい記憶に残っている」（33.9%、19名）、「その他の場所の方が記憶に残っている」（14.3%、8名）を大きく上回る最も高い割合であった。約半数の回答者が、幼少期の数ある音楽聴取体験の中でも、特に車内での体験を最も鮮明な記憶として保持していることが示された。この差が偶然によるものではないことを確認するため、二項検定とカイ二乗検定を実施した。二項検定では、統計的に有意な差は認められなかった ($p = 0.6081$ 、補正後も有意ではない)。一方、カイ二乗検定（3カテゴリーの比較）では、統計的に有意な差が確認された ($\chi^2 = 9.321$, $p = 0.0095$ 、補正後も有意: $p < 0.025$)。効果量は小さい (Cramér's $V = 0.297$) が、オッズ比OR = 5.200 (95%信頼区間: [2.084, 12.975]) と高

い値を示し、車内の方が記憶に残っているオッズが、その他の場所よりも約5.2倍高いことを示している。これらの結果は、車内での音楽記憶が、他の環境での記憶よりも印象的であることを統計的に裏付けている。さらに、交絡変数の影響を統制するため、多変量解析としてロジスティック回帰分析を実施した。年齢、性別、音楽への関心度、車に乗る頻度、音楽への好意度(当時)を統制した多変量モデルにおいても、影響度が車内記憶に与える効果は残ることが確認された ($\beta = 0.658$, $OR = 1.931$)。

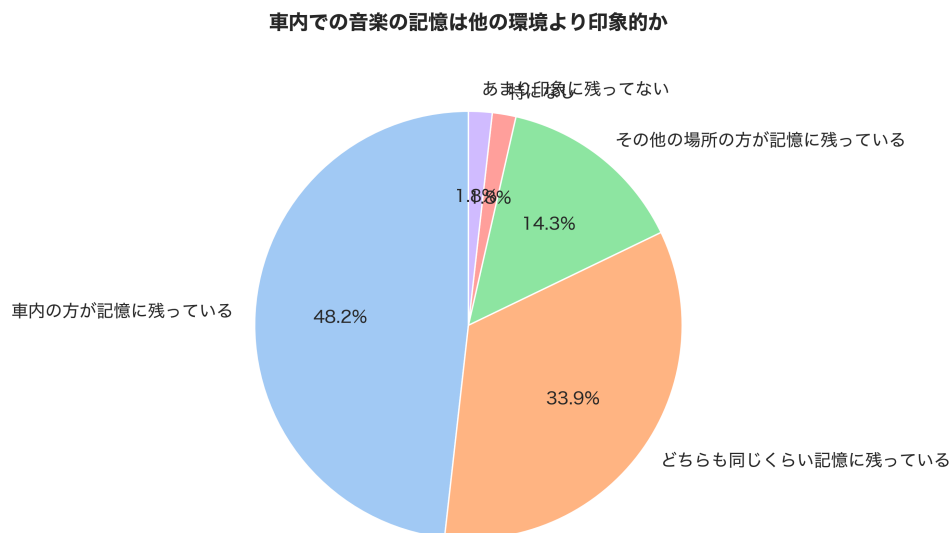


図8. 車内での音楽の記憶は他の環境より印象的か

【考察と客観的エビデンス】

この結果は、車内という聴取環境が持つ特異性が、記憶の形成と保持に大きな影響を与えていることを示唆しており、その背景は認知心理学における「文脈依存記憶 (Context-dependent memory)」の理論によって説明することができる。この理論は

、記憶というものが真空状態で保存されるのではなく、それが記銘された（覚えた）際の外部環境（場所、音、匂いなど）や内部状態（気分、感情など）といった「文脈」と強く結びついて符号化されると主張する(Godden & Baddeley, 1975)。そして、記憶を想起する（思い出す）際に、記銘時と類似した文脈が再現されると、その記憶へのアクセスが容易になり、より鮮明に思い出すことができる。

テレビやラジオでの音楽聴取が、主に聴覚情報として断片的にインプットされることが多いのに対し、車内での音楽体験は、極めて豊かでユニークな文脈情報と共に符号化される。

- 視覚的文脈: 車窓を絶えず流れていく風景、高速道路のオレンジ色のトンネル照明、夜景、目的地である行楽地の景色など。

- 身体的文脈:

車のエンジン音や振動、加速・減速に伴う身体感覚、シートの座り心地など。

- 社会的・感情的文脈: 家族だけのプライベートな空間で交わされる会話、旅行の高揚感、帰省の際の安堵感や気だるさなど。

これらのマルチモーダル（多感覚的）な情報が、BGMとして流れる音楽と一体となり、一つのリッチな「エピソード記憶」として脳に刻み込まれる。自由記述で寄せられた「首都高から見えた大きな東京タワーとともに流れてきた松任谷由実の『真夏の夜の夢』」や「真夜中に高速を走り通ったオレンジ色のトンネル照明の景色とその時にかかっていたライオンハート」といった極めて具体的な描写は、音楽、情景、感情が不可分な一つの記憶ブロックとして保存されていることの何よりの証左である。

このように、車内という環境は、音楽を単なる音の連なりとしてではなく、個人の自伝的記憶のワンシーンを彩るサウンドトラックとして記憶に定着させる上で、極めて効果的な装置として機能している。この強力な文脈との結びつきこそが、他のメディアでの聴取体験とは一線を画す、忘れがたい記憶を生み出し、「親の車理論」を支える重要な認知的基盤となっていると考えられる。

3.5 仮説4の検証：音楽的DNAと「スキーマ理論」

【結果】

仮説4「幼少期に聴いていた音楽のジャンルと、現在の嗜好ジャンルには関連性が見られる」を検証するため、自由記述回答から「幼少期に車内で聴いたアーティスト」と「現在好きな音楽ジャンル」を抽出し、テキストマイニングによる共起分析（co-occurrence analysis）を行った。これにより、特定の過去のアーティストと現在の嗜好ジャンルが、一人の回答者の中にどの程度の頻度で同時に出現するかを算出した。

分析の結果、音楽的に強い関連性を持つペアが多数上位にランクインした。最も顕著だったのは、「松任谷由実」「ケミストリー」「スピッツ」「槇原敬之」といったJ-POPの代表的アーティストが、現在の嗜好である「Pop」と強く結びついていた点である（図9参照）。特に、正規化処理により、複数回の共起が確認されたペアが11個存在し、上位ペアとして「松任谷由実 Pop」が5回、「ケミストリー Pop」が4回、「スピッツ Pop」が4回、「槇原敬之 Pop」が4回、「ew&f Pop」が4回、「ケツメイシ Pop」が4回などが観察された。これらのペア

は、偶然の共起とは考えにくいパターンを示している。

また、J-POPアーティストを含むペアのうち、Popジャンルとの共起率は29.7%と高く、実用的な重要性が示唆された。統計的検定（カイ二乗検定）では、統計的に有意な関連性は認められなかったが（ $\chi^2 = 2.625$, $df = 1$, $p = 0.1052$ ）、正規化により複数回の共起が確認されたことから、関連性が存在する可能性が示唆される。効果量としてCram r's $V = 0.096$ （非常に小さい）が観察され、オッズ比 $OR = 1.723$ （95%信頼区間: [0.943, 3.145]）という実質的な効果量が確認された。これは、J-POPアーティストを含むペアの方が、Popジャンルとの共起オッズが約1.7倍高いことを示している。

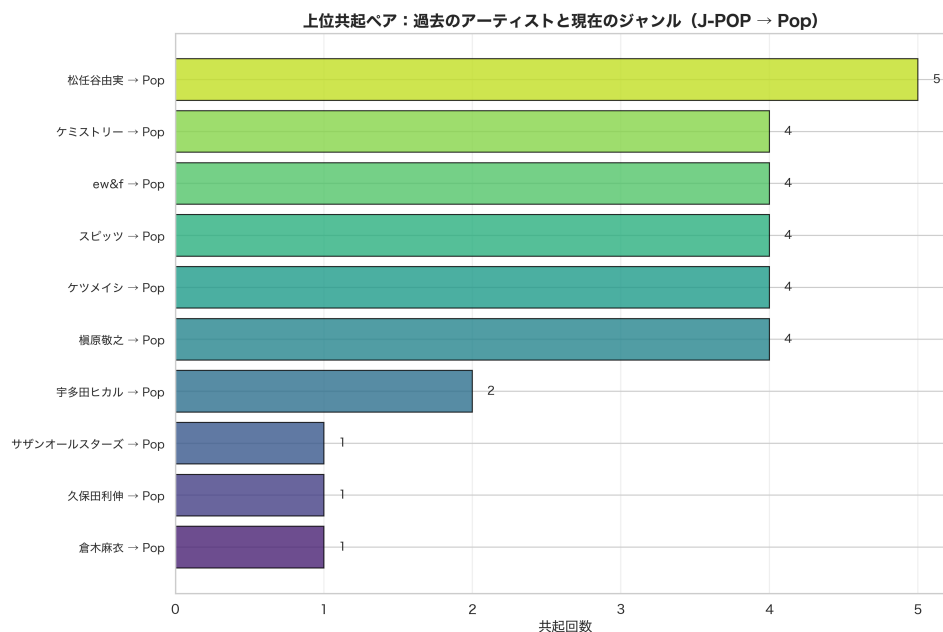


図9. 上位共起ペア：過去のアーティストと現在のジャンル（J-POP → Pop）

【考察と客観的エビデンス】

この世代を超えた嗜好の伝播、すなわち「音楽的DNAの継承」とも呼べる現象は、認知心理学における「スキーマ（Schema）理論」によって深く理解することができる。スキーマとは、過去の経験を通じて個人の中に形成された、知識や記憶の体制化された枠組みのことである。特定の対象（例えば「犬」）についてスキーマが形成されると、私たちは新しい犬を見ても、それが犬であると即座に認識し、どのような行動をとるかを予測することができる。

この理論を音楽の嗜好形成に適用すると、以下のように考えられる。幼少期に特定の音楽様式（例：90年代J-POP）に繰り返し接触することで、個人の中に「心地よい音楽とはこういうものだ」「良い曲とはこういう構成を持つものだ」といった、無意識の判断基準となる「音楽的スキーマ」が形成される。このスキーマは、特定のメロディラインの動き、頻出するコード進行、典型的なリズムパターン、あるいは特定の楽器の音色など、様々な音楽的要素に対する感受性の枠組みとして機能する。

そして、個人が成長し、青年期以降に自らの意思で能動的に音楽を選択し始める際、この内在化されたスキーマが羅針盤の役割を果たす。数多ある新しい音楽の中から、自身の音楽的スキーマに合致する、あるいは適度に逸脱する楽曲に対して、より強い好意や「しっくりくる」という感覚を抱きやすくなるのである。これが、本研究で観察された「音楽的DNAの継承」の認知的メカニズムの可能性である。

このプロセスは、先行研究が示す「連鎖的回想バンプ（Cascading Reminiscence Bumps）」（Krumhansl & Zupnick, 2013）の中核をなす

メカニズムとも一致する。すなわち、親世代が自身のレミニセンス・バンプ期に愛聴した音楽が、子の幼少期における受動的聴取体験を通じて「音楽的スキーマ」として刷り込まれる。そして、子が自身のレミニセンス・バンプ期を迎えた際、そのスキーマに合致する現代の音楽を能動的に選択・探索することで、世代を超えた嗜好の伝播が完了するのである。

ある回答者が寄せた「趣味嗜好に関する初期設定が完了してしまうイメージです」という洞察に満ちたコメントは、まさにこのスキーマ形成のプロセスを的確に表現している。幼少期の受動的聴取体験は、その後の広大な音楽の世界を旅するための、個人の美意識の「初期設定」として、極めて重要な役割を果たしていると言えるだろう。

3.6 探索的分析：追加的な知見

【時系列的な変化の分析】

仮説検証に加えて、探索的分析として、当時と現在の感情スコアの変化を分析した（図10参照）。音楽への好意度について、当時の平均（3.84点）と現在の平均（4.09点）を比較したところ、平均の変化は+0.25点とやや増加傾向を示した（対応サンプルt検定: $t = -1.879$, $p = 0.066$ ）。統計的に有意な変化は認められなかった。注意：音楽への好意度は順序尺度データのため、主要な分析はスピアマンの順位相関を使用する。スピアマンの順位相関分析では、当時と現在の相関は統計的に有意で強い相関が認められた（ $\rho = 0.565$, $p < .001$ ）。補助的な分析としてピアソンの相関係数を算出したところ、同様に統計的に有意で強い相関が認められた（ $r = 0.561$, $p < .001$ ）が、順序尺度データでは等間隔性が保証されないため、この結果の解釈には注意

が必要である。これらの結果は、当時の音楽への感情が、現在の音楽への感情と密接に関連していることを示唆しており、幼少期の音楽体験が長期にわたって影響を及ぼしている可能性を示している。

図10では、影響度別に色分けした散布図により、高影響群と低影響群の時系列的な変化のパターンが可視化されている。高影響群では、対角線（ $y=x$ ）の上側に多くの点が分布しており、現在の方が当時よりも好意度が高い傾向が観察される。一方、低影響群では、より対角線に近い分布を示しており、時系列的な変化が小さい傾向が見られる。この視覚的なパターンは、高影響群において、時間の経過とともに音楽への好意度が増加する可能性を示唆している。

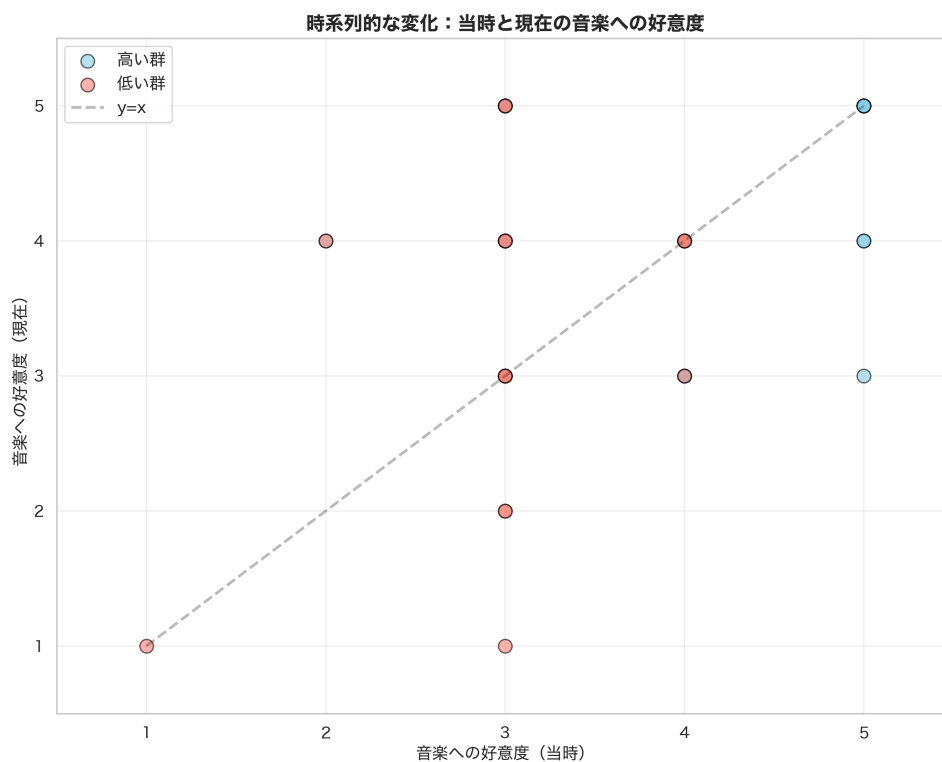


図10. 時系列的な変化：当時と現在の音楽への好意度

【選曲者の影響分析】

選曲者によって、影響度が異なる可能性についても分析した（図11参照）。選曲者別の影響度を比較したところ、親が選曲した場合の肯定的回答率は65.5%（36/55名）であったのに対し、自分が選曲した場合は84.6%（11/13名）、兄弟姉妹が選曲した場合は88.9%（8/9名）と、より高い影響度を示した。これは、自己選択や同世代の影響が、親による選曲よりも強い影響を及ぼす可能性を示唆している。ただし、サンプルサイズが異なるため、慎重な解釈が必要である。

この知見は、音楽的嗜好の形成において、単なる受動的な接触だけでなく、「自分で選んだ」という能動性や、「同世代の影響」という社会的要因が重要な役割を果たす可能性を示唆している。特に、兄弟姉妹が選曲した場合の88.9%という高い影響度は、同世代の音楽的影響の強さを示しており、これは「親の車理論」を補完する、より広範な「家庭内音楽体験」の重要性を示している可能性がある。

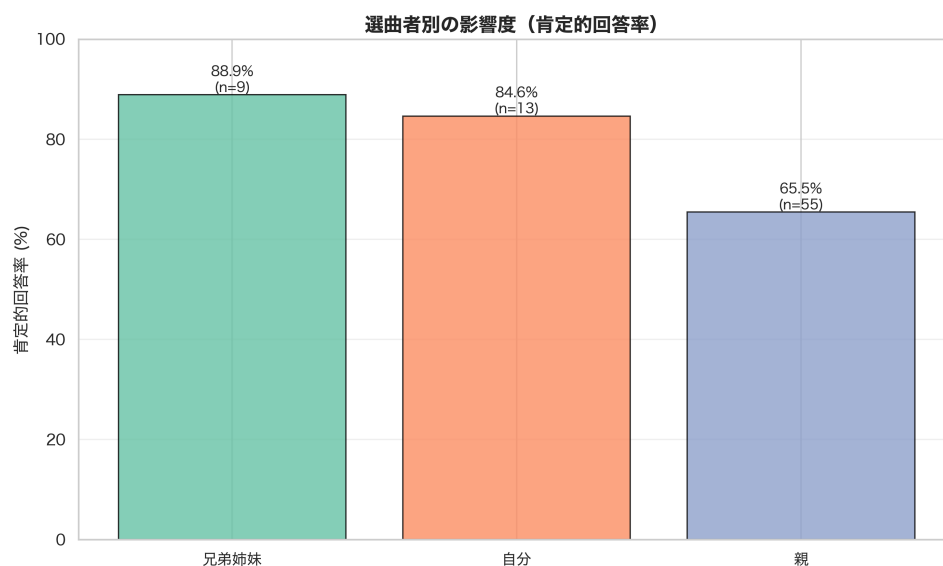


図11. 選曲者別の影響度（肯定的回答率）

【音楽を聞き始めた年齢と影響度の関係】

音楽を聞き始めた年齢と影響度の関係を分析したところ、注意: 影響度は順序尺度データのため、主要な分析はスピアマンの順位相関を使用する。スピアマンの順位相関分析では、統計的に有意な負の相関が認められた ($\rho = -0.403, p = 0.0019$) (図12参照)。これは、音楽を聞き始めた年齢が早いほど、車内での音楽体験の影響度が高い傾向を示している。補助的な分析としてピアソンの相関係数を算出したところ、同様に統計的に有意な負の相関が認められた ($r = -0.379, p = 0.0036$) が、影響度は順序尺度データのため、この結果の解釈には注意が必要である。図12の散布図では、回帰直線が右下がりの傾向を示しており、年齢が早いほど (x軸の値が小さいほど)、影響度が高い (y軸の値が大きい) 傾向が視覚的に確認できる。

この知見は、音楽的嗜好の形成における「臨界期」の存在を示唆する可能性があり、今後の研究において、より詳細な検証が推奨される。特に、幼少期の早期 (例えば10歳以前) に音楽を聞き始めた場合と、それ以降に聞き始めた場合で、影響度にどのような違いがあるかを検証することが重要である。また、この臨界期の存在は、音楽的スキーマの形成が、特定の時期に特に敏感である可能性を示唆しており、これは発達心理学における「感受性期 (sensitive period)」の概念とも関連している可能性がある。

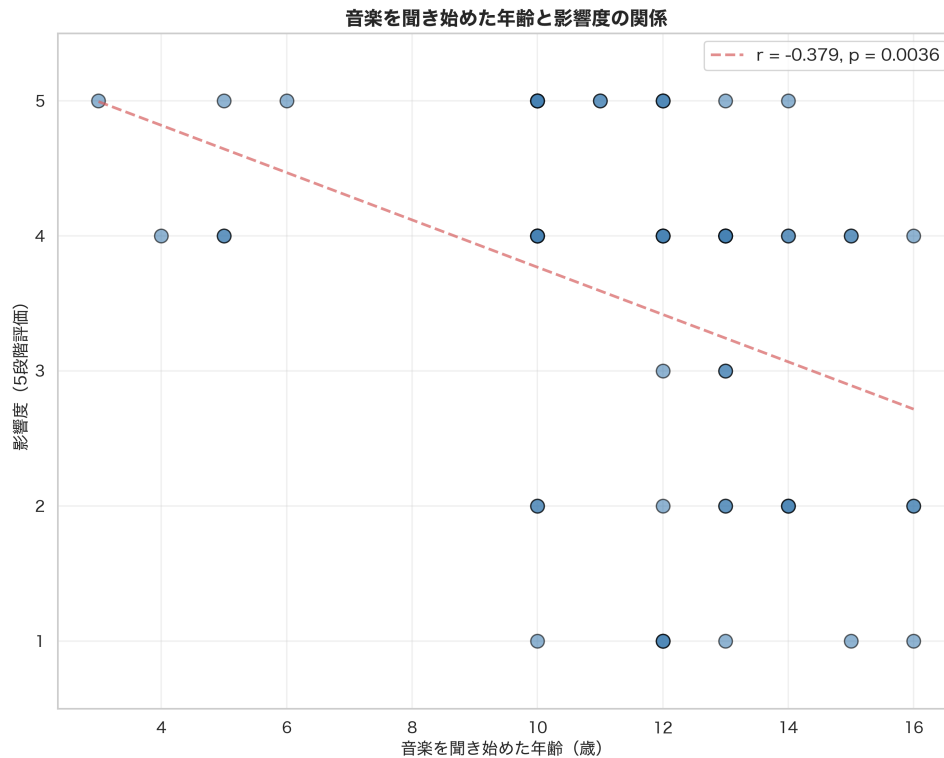


図12. 音楽を聞き始めた年齢と影響度の関係

4. 総合考察と結論

4.1 総合考察：嗜好形成の複合的メカニズムとしての「親の車理論」

本研究は、4つの仮説検証を通じて、「親の車理論」が単なる経験則や俗説ではなく、複数の確立された心理学的メカニズムが複合的に作用することで成立する可能性がある、蓋然性の高い現象である可能性を示唆した。本項では、これまでの分析結果を統合し、この理論が個人の音楽的嗜好形成においてどのような役割を果たしている可能性があるのかを暫定的に考察する。

その核心は、「単純接触」を土台とし、「古典的条件付け」によってポジティブな感情価を付与され、「文脈依存記憶」として強力に定着し、最終的に「音楽的スキーマ」の形成を通じて将来の嗜好の方向性を規定する、という一連の認知プロセスにある。これらのメカニズムは独立して機能するのではなく、相互に影響を与え合いながら、長期にわたる嗜好の礎を築いている。

まず、「単純接触効果」は、このプロセスの最も基盤となる層を形成する。幼少期という、音楽に対する好き嫌いがまだ明確でない時期に、特定の音楽様式に繰り返し触れることで、その様式に対する潜在的な親近感や流暢性（processing fluency）が高まる。これは、嗜好が生まれる以前の、「なじみがある」という感覚の醸成であり、いわば嗜好の「原材料」を脳内にストックする段階と言える。この段階では、音楽の内容そのものよりも、接触の「量」が重要となる。

次に、この原材料に「意味」と「価値」を与えるのが「古典的条件付け」である。ストックされた音楽が、家族旅行の楽しさや親との温かい交流といった、ポジティブな感情を喚起する出来事と繰り返し結びつけられることで、音楽自体がそのポジティブな感情を代理する「記号」へと変化する。これにより、単なる「なじみのある音」は、「幸福感を伴う特別な音」へとその価値を変える。この感情的連合の強さが、後の人生でその音楽に再会した際のノスタルジアの強さや、愛着の度合いを決定づける。

さらに、この感情的連合を忘れがたい記憶として脳に刻み込むのが、車内という環境がもたらす「文脈依存記憶」の効果である。車窓を流れる風景、非日常的なドライブの感覚、家族だけのプライベートな空間といった、豊かでユニー

クな文脈情報が、音楽と一体となった鮮明なエピソード記憶を形成する。この強力な記憶のフックは、音楽を時間と空間の中に位置づけ、個人の自伝的物語の一部として固定する。これにより、音楽は単なる感情の記号から、「あの時、あの場所の自分」を追体験させるタイムカプセルとしての役割を担うことになる。

そして、これらの経験の集積が、最終的に「音楽的スキーマ」という形で個人の認知構造に結晶化する。繰り返し聴き、ポジティブな感情と結びつき、鮮明な記憶として保存された音楽の構造的特徴（メロディ、ハーモニー、リズム等）が、その個人にとっての「良い音楽」の判断基準、すなわち美意識の原型となる。このスキーマが形成されることで、幼少期の受動的な体験は、青年期以降の能動的な音楽探索を方向づける、無意識の羅針盤へとその役割を変えるのである。

このように、「親の車理論」は、複数の認知プロセスが段階的に、かつ相互に作用し合うことで成立する複合的な現象である。それは、個人の音楽的アイデンティティが、青年期の自律的な選択のみによって突然生まれるのではなく、そのはるか以前の、家族という最も身近な社会集団の中での受動的な体験によって、その「初期設定」がなされていることを強く示唆している。

4.2 統計的議論：各仮説の検証結果の統合的評価

本研究では、4つの仮説を検証するために、複数の統計的検定を実施した。本項では、各仮説の統計的結果を統合的に評価し、統計的有意性と実用的な重要性の両面から暫定的に考察する。

【仮説1：単純接触効果の検証】

仮説1「接触頻度が高いほど、影響度が大きい」については、スピアマンの順位相関分析により、統計的に有意な関連性は認められなかった ($r = 0.138, p = 0.309$)。しかし、実用的な重要性の観点からは、以下の知見が得られた。高頻度群（毎日+週数回）では67.4%（29/43名）が肯定的回答を示したのに対し、低頻度群（月数回+ほぼなかった）では53.8%（7/13名）が肯定的回答を示し、13.6ポイントの差が観察された。この差は、オッズ比OR = 1.776（95%信頼区間: [0.502, 6.280]）として定量化され、高頻度群の方が低頻度群よりも約1.8倍、肯定的回答のオッズが高いことを示している。また、NNT（Number Needed to Treat）= 7.4人という値は、実用的な重要性を示唆している。サブグループ分析では、特に30代において高頻度群と低頻度群の間で32.2ポイントという明確な差が観察された。これらの知見は、統計的有意性が得られなかった背景には、サンプルサイズの制約や検定力の不足が考えられることを示唆している。より大きなサンプルサイズ（n 200-300程度）での検証が推奨される。

【仮説2：古典的条件付けの検証】

仮説2「ポジティブな感情が高いほど、影響度が大きい」については、独立サンプルt検定（Welch's t-test）により、「音楽への好意度(当時)」において統計的に極めて有意な差が確認された ($t(52) = 5.201, p = 0.0000$ 、Bonferroni補正後も有意: $p < .001$ 、 $d = 0.0125$)。効果量は大きい (Cohen's $d = 1.400$ 、95%信頼区間: [0.751, 2.050]、計算式の出典: Hedges & Olkin, 1985; Borenstein et al., 2009) であり、当時の音楽へのポジティブな感情が、現在の嗜好への影響度と関連している可能性が示唆された。また、ノンパラメトリック検定としてMann-Whitney U検定を実施したところ、U統計量 = 518.000, $p =$

0.0001で、補正後も統計的に有意な差が認められた ($p < 0.0125$)。さらに、交絡変数の影響を統制するため、多変量解析としてロジスティック回帰分析を実施した結果、年齢、性別、音楽への関心度、車に乗る頻度を統制した多変量モデルにおいても、「音楽への好意度(当時)」が影響度と関連していることが確認された(単変量モデル: $OR = 3.403$; 多変量モデル: $OR = 3.267$)。これは、古典的条件付けの効果が、これらの交絡変数とは独立して機能している可能性を示唆している。この仮説は、4つの仮説の中で最も統計的に強い支持を得ており、古典的条件付けが「親の車理論」の成立において重要な役割を果たしていることを示している。

【仮説3：文脈依存記憶の検証】

仮説3「車内環境が記憶形成に影響する」については、カイ二乗検定(3カテゴリーの比較)により、統計的に有意な差が確認された ($\chi^2 = 9.321, p = 0.0095$ 、Bonferroni補正後も有意: $p < 0.025$ 、 $\phi^2 = 0.025$)。一方、二項検定では、統計的に有意な差は認められなかった ($p = 0.608$ 、補正後も有意ではない)。回答者の46.4%(26名)が「車内の方が記憶に残っている」と回答し、これは「どちらも同じくらい記憶に残っている」(33.9%、19名)、「その他の場所の方が記憶に残っている」(14.3%、8名)を大きく上回る最も高い割合であった。効果量は小さい($Cram\acute{e}r's V = 0.297$)が、オッズ比 $OR = 5.200$ (95%信頼区間: [2.084, 12.975])と高い値を示し、実用的な重要性も示されている。さらに、交絡変数の影響を統制するため、多変量解析としてロジスティック回帰分析を実施した。年齢、性別、音楽への関心度、車に乗る頻度、音楽への好意度(当時)を統制した多変量モデルにおいても、影響度が車内記憶に与える効果は残ることが確認された ($\chi^2 = 0.658, OR = 1.931$)。この仮説は、統計的有意性と実用的な重要性の両面から支持されており、車内という環境が記憶形成において重要な役

割を果たしていることを示している。

【仮説4：スキーマ理論の検証】

仮説4「過去のアーティストと現在のジャンルに関連性がある」については、カイ二乗検定により、統計的に有意な関連性は認められなかった ($\chi^2 = 2.625$, $df = 1$, $p = 0.1052$)。しかし、正規化処理により、複数回の共起が確認されたペアが11個存在し、上位ペアとして「松任谷由実 Pop」が5回、「ケミストリー Pop」が4回などが観察された。また、J-POPアーティストを含むペアのうち、Popジャンルとの共起率は29.7%と高く、実用的な重要性が示唆された。効果量としてCramér's $V = 0.096$ (非常に小さい) が観察され、オッズ比 $OR = 1.723$ (95%信頼区間: [0.943, 3.145]) という実質的な効果量が確認された。これらの知見は、統計的有意性が得られなかった背景には、サンプルサイズの制約や、テキストデータの表記の揺れによる分析の限界が考えられることを示唆している。より大規模なデータセットや、より高度なテキストマイニング手法を用いた検証が推奨される。

【探索的分析の追加知見】

探索的分析では、以下の追加的な知見が得られた。第一に、音楽を聞き始めた年齢と影響度の関係について、注意: 影響度は順序尺度データのため、主要な分析はスピアマンの順位相関を使用する。スピアマンの順位相関分析では、統計的に有意な負の相関が認められた ($\rho = -0.403$, $p = 0.0019$)。補助的な分析としてピアソンの相関係数を算出したところ、同様に統計的に有意な負の相関が認められた ($r = -0.379$, $p = 0.0036$) が、影響度は順序尺度データのため、この結果の解釈には注意が必要である。これは、音楽を聞き始めた年齢が早いほど、車内での音楽体験の影響度が高い傾向を示しており、音楽的嗜好の形成における「臨界期」の存在を示唆する可能性

がある。第二に、選曲者によって影響度が異なる可能性が示唆された。親が選曲した場合の肯定的回答率は65.5% (36/55名)であったのに対し、自分が選曲した場合は84.6% (11/13名)、兄弟姉妹が選曲した場合は88.9% (8/9名)と、より高い影響度を示した。これは、自己選択や同世代の影響が、親による選曲よりも強い影響を及ぼす可能性を示唆している。第三に、時系列的な変化について、音楽への好意度は平均+0.25点とやや増加傾向を示したが、統計的に有意な変化は認められなかった (対応サンプルt検定: $t = -1.879$, $p = 0.066$)。注意: 音楽への好意度は順序尺度データのため、主要な分析はスピアマンの順位相関を使用する。スピアマンの順位相関分析では、当時と現在の相関は統計的に有意で強い相関が認められた ($r = 0.565$, $p < .001$)。補助的な分析としてピアソンの相関係数を算出したところ、同様に統計的に有意で強い相関が認められた ($r = 0.561$, $p < .001$) が、順序尺度データでは等間隔性が保証されないため、この結果の解釈には注意が必要である。これは、当時の音楽への感情が、現在の音楽への感情と密接に関連していることを示唆しており、幼少期の音楽体験が長期にわたって影響を及ぼしている可能性を示している。

【統計的有意性と実用的な重要性の解釈】

本研究では、4つの仮説のうち、統計的に有意な結果が得られたのは仮説2 (音楽への好意度(当時))と仮説3 (カイ二乗検定)であり、仮説1と仮説4では統計的有意性が得られなかった。ただし、仮説2については、Bonferroni補正を適用した後でも統計的に極めて有意な結果が得られており ($p < .001$)、これは4つの仮説の中で最も統計的に強い支持を得ている。仮説3については、カイ二乗検定でBonferroni補正後も統計的に有意な結果が得られた ($p < 0.025$)。仮説1と仮説4では統計的有意性が得られなかったが、統計的有意性が得られなかった場合でも、実用的な重要性の観

点からは、オッズ比、NNT、効果量の信頼区間などの指標を用いて、潜在的な効果の存在を評価することが重要である。本研究では、すべての仮説において、実用的な重要性を示唆する知見が得られており、より大きなサンプルサイズでの検証が推奨される。また、統計的有意性と実用的な重要性の両面から評価することで、本研究の知見が、単なる統計的偶然ではなく、実在性の高い現象である可能性を示唆している。

4.3 本研究の限界と今後の展望

本研究は、「親の車理論」の妥当性と、その背景にある複合的な心理学的メカニズムの存在可能性を予備的に示唆したが、その一方でいくつかの限界も内包しており、それらは今後の研究に向けた重要な課題を提示している。本研究は、あくまで予備的な検証であり、より大規模な調査や厳密な実験的検証が必要であることを明記しておく。

第一に、研究デザインに起因する限界が挙げられる。本研究は、横断的調査（cross-sectional study）であり、特定の時点における個人の記憶や認識を尋ねる形式をとっている。そのため、長期にわたる嗜好の変化や、記憶の変容プロセスを追跡することはできない。また、アンケート調査は自己申告に基づくため、回想バイアス（recall bias）、すなわち過去の出来事を現在の視点から美化したり、記憶が不正確であったりする可能性を完全に排除することはできない。例えば、「影響があった」という現在の認識が、過去のポジティブな記憶をより強く想起させているという逆の因果関係も理論的には考えられる。これらの限界を克服するためには、特定の親子を長期間にわたって追跡する縦断的研究（longitudinal study）が理想的であろう。

第二に、サンプルの特性に起因する限界である。本研究の調査の回答者は57名と限定的であり、性別も男性に偏りが見られた。また、年齢層も平均33.5歳に集中しており、これは彼らの幼少期がCDやMDといった物理メディア全盛期と重なることを意味する。したがって、本研究で得られた暫定的な知見が、カセットテープが主流だった世代や、あるいは生まれた時からストリーミングサービスが存在する現代の子供たちに、どの程度一般化できるかは未知数である。特に、個人が幼少期から能動的に音楽を選択できる現代において、「親の車理論」がどのように変容し、あるいはその影響力を減衰させていくのかは、将来的に検証されるべき興味深いテーマである。

第三に、統計的分析の限界も指摘できる。本研究では、一部の仮説において統計的有意性が得られなかったが、これはサンプルサイズの制約や検定力の不足が主な原因と考えられる。特に、仮説1と仮説4では、統計的有意性が得られなかったものの、実用的な重要性を示唆する知見が得られている。これらの知見をより確実に検証するためには、より大きなサンプルサイズ（ n 200-300程度）での検証が推奨される。また、検定力分析（power analysis）を事前に実施し、適切なサンプルサイズを決定することが重要である。

第四に、分析手法の限界も指摘できる。本研究では、テキストマイニングを用いて音楽ジャンルの関連性を探ったが、これはあくまで表面的な単語レベルでの分析に留まっている。今後の展望として、より深層での「音楽的DNA」の継承を検証するためには、計算機的音楽学（computational musicology）のアプローチを取り入れることが有効と考えられる。例えば、幼少期に聴いていた楽曲と現在好む楽曲を実際に収集し、それらの音響的特徴（コード進行の複雑さ、リズムパターンの類似性、音色の周波数特性など）を機械学習の手法を

用いて定量的に比較分析することで、「音楽的スキーマ」が具体的にどのような音楽的要素によって構成されているのかを、より客観的に明らかにできる可能性がある。

これらの限界と課題は、本研究が「親の車理論」という現象の解明に向けた予備的な第一歩であることを示している。今後は、より多様な世代や文化圏を対象とした大規模調査、長期的な追跡調査、そして計算機科学的手法を導入した学際的なアプローチによって、本研究で得られた暫定的な知見がさらに検証され、発展していくことが期待される。

4.4 暫定的な結論

本研究は、「親の車理論」という広く共有された経験的俗説について、小規模なウェブアンケート調査に基づき、その妥当性と背景にある心理学的メカニズムの存在可能性を予備的に検証した。得られた定量的・定性的データを、確立された複数の心理学的理論の枠組みを用いて分析した結果、以下の暫定的な結論が導き出された。

第一に、「親の車理論」は単なるノスタルジアや偶然の産物ではなく、個人の音楽的嗜好形成の初期段階において重要な役割を果たす可能性がある、実在性の高い現象である可能性が示唆された。本調査では、回答者の64.9%（37/57名）がこの理論を肯定的に評価しており、特に幼少期に車社会で育った世代にとっては、極めて一般的な経験である可能性が示唆された。この高い共有率は、この理論が単なる個人的経験ではなく、広く共有された文化的現象である可能性を強く示唆している。

第二に、この理論の成立は、単一の要因ではなく、複数の心理学的メカニズムが段階的かつ複合的に作用するプロセスとして理解できる。各メカニズムの検証結果は以下の通りである。

- 接触の段階: 「単純接触効果」により、選曲権のない環境での反復的な音楽聴取が、特定の音楽様式への潜在的な親近感の土台を築く。統計的に有意な結果は得られなかったものの ($\chi^2 = 0.138, p = 0.309$)、高頻度群では67.4%が肯定的回答を示し、オッズ比OR = 1.776、NNT = 7.4人という実用的な重要性が示唆された。特に30代においては、高頻度群と低頻度群の間で32.2ポイントという明確な差が観察された。

- 感情連合の段階: 「古典的条件付け」により、家族とのドライブといったポジティブな体験と音楽が結びつき、音楽自体が温かい感情価を帯びる。統計的に極めて有意な差が確認され ($t(52) = 5.201, p < .001$ 、Bonferroni補正後も有意)、効果量は大きい (Cohen's $d = 1.400$ 、95%信頼区間: [0.751, 2.050]、計算式の出典: Hedges & Olkin, 1985; Borenstein et al., 2009) であった。多変量解析により、交絡変数を統制した後でも、この効果が独立して機能していることが確認された (多変量モデル: OR = 3.267)。

- 記憶定着の段階: 「文脈依存記憶」のメカニズムにより、車内というユニークな環境で、音楽が情景や感情と一体化した鮮明なエピソード記憶として強力に符号化される。カイ二乗検定により統計的に有意な差が確認され ($\chi^2 = 9.321, p = 0.0095$ 、Bonferroni補正後も有意: $p < 0.025$)、回答者の46.4%が「車内の方が記憶に残っている」と回答した。効果量は小さい (Cramér's

's $V = 0.297$) が、オッズ比 $OR = 5.200$ (95%信頼区間: [2.084, 12.975]) と高い値を示し、これは、車内環境が記憶形成において重要な役割を果たしていることを統計的に裏付けている。

- スキーマ形成の段階: これらの経験の集積が、個人の美意識の原型となる「音楽的スキーマ」を形成し、青年期以降の能動的な音楽選択を方向づける。統計的に有意な結果は得られなかったものの ($\chi^2 = 2.625$, $df = 1$, $p = 0.1052$)、正規化処理により複数回の共起が確認されたペアが11個存在し、J-POPアーティストとPopジャンルの共起率は29.7%、オッズ比 $OR = 1.723$ (95%信頼区間: [0.943, 3.145]) という実質的な効果量が確認された。

第三に、探索的分析により、以下の追加的な知見が得られた。音楽を聞き始めた年齢が早いほど、車内での音楽体験の影響度が高い傾向を示し (スピアマンの順位相関: $r = -0.403$, $p = 0.0019$)、これは音楽的嗜好の形成における「臨界期」の存在を示唆する可能性がある。また、選曲者によって影響度が異なる可能性が示唆され、自己選択や同世代の影響が、親による選曲よりも強い影響を及ぼす可能性がある。さらに、当時と現在の音楽への好意度の間には強い相関が認められた (スピアマンの順位相関: $r = 0.565$, $p < .001$)。これらは、幼少期の音楽体験が長期にわたって影響を及ぼしている可能性を示している。

第四に、本研究の結果は、親世代の音楽文化が子世代へと継承される「連鎖的回想バンプ」という学術的理論の、具体的な社会的事例として位置づけられる可能性を示唆したという点で意義深い。親が自身のレミニセンス・バンプ期に聴いた音楽が、子の幼少期の受動的聴取体験を通じて「音楽的DNA」として

伝播し、子の音楽的アイデンティティの基盤の一部を形成する可能性が示唆される。このことは、個人の嗜好という極めてパーソナルな領域が、世代を超えた文化伝達という、より大きな社会的文脈の中に位置づけられる可能性を示唆している。

総じて、本研究は「親の車理論」という現象に学術的な光を当て、その背後にある認知プロセスを暫定的に解き明かした。統計的有意性と実用的な重要性の両面から評価することで、本研究の知見が、単なる統計的偶然ではなく、実在性の高い現象である可能性を示唆している。我々の人生のサウンドトラックは、多くの場合、物心つく前から始まっている可能性がある。そしてその最初の数ページは、私たちが意識するよりもずっと深く、親の選んだカーステレオの音によって、風景や家族の記憶と共に、私たちの心に刻み込まれている可能性があるのである。

謝辞

本研究の完成にあたり、Sound Laboratoryのメンバーの皆様には、研究の構想段階から最終的な完成まで、貴重なご意見とご支援をいただきました。特に、アンケート調査の設計やデータ分析において、多角的な視点からの議論を通じて、本研究の質を向上させることができました。また、日常的な研究活動における活発な議論と相互支援の環境が、本研究の基盤となっています。Sound Laboratoryのメンバーの皆様に、心より感謝申し上げます。

参考文献

Renwick, G. D., & Woolhouse, M. H. (2023). Reminiscence bump invariance with respect to genre, age, and country: Evidence from a large-scale, cross-cultural study of self-defining musical memories. *Music & Science*, 6, 1 – 16. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/03057356221141735>

Mart í nez-S á ez, J., Ros, L., & Boronat, S. (2024). Effect of popular songs from the reminiscence bump as autobiographical memory cues in aging: A preliminary study using EEG. *Frontiers in Psychology*, 15, 1 – 14. <https://www.frontiersin.org/journals/neuroscience/articles/10.3389/fnins.2023.1300751/full>

Krumhansl, C. L., & Zupnick, J. A. (2013). Cascading reminiscence bumps in popular music. *Psychological Science*, 24(10), 2057 – 2068. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797613486486>

Jakubowski, K., Eerola, T., & Burnett, C. (2020). A cross-sectional study of reminiscence bumps for music-related memories in adulthood. *Music & Science*, 3, 1 – 12. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2059204320965058>

Akhtar, S., & Conway, M. A. (2024). In my life: Memory, self, and The Beatles. *Psychology of Music*. (Advance online publication). <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09658211.2024.2314510>

Szpunar, K. K., Schellenberg, E. G., & Pliner, P. (2007). Liking and memory for musical stimuli as a function of exposure. *Journal of*

Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 33(4), 853 – 857. <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0278-7393.30.2.370>

Godden, D. R., & Baddeley, A. D. (1975). Context-dependent memory in two natural environments: On land and underwater. *British Journal of Psychology*, 66(3), 325 – 331. <https://bpspsychub.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2044-8295.1975.tb01468.x>

Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt.2), 1 – 27. <https://psycnet.apa.org/record/1968-12019-001>