

若者が好む音楽、高齢者も好きになる？ ～「単純接触効果」の世代間検証～

音楽ゲームを用いた、若者・高齢者間の好感度変容プロセスとメロディ近似性の影響



背景と仮説

現状のギャップ



若者 → 日常的にネット音楽を反復聴取
= 「単純接触効果」で好感度上昇



高齢者 → 接触機会が全くない
= 若者の曲を聴く習慣がない

検証する2つの仮説

1

仮説1 (世代) : 高齢者も繰り返し聴けば、若者の音楽を好きになるのか？

2

仮説2 (近似性) : 全く同じ曲でなくても、メロディが似ていれば効果は現れるか？

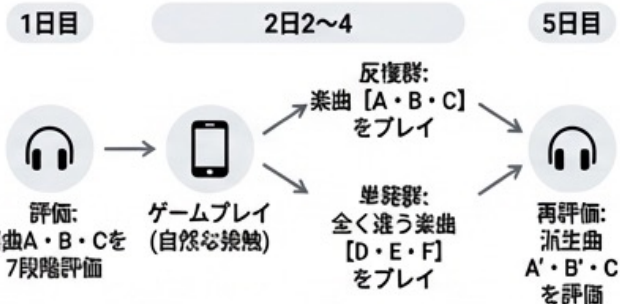
実験デザイン

対象者データ

高齢者 6名
(平均75.5歳)

若者 20名
(平均21.6歳)

手法: 音楽ゲーム「Malody」
を使用し、30秒に編集したサビ
部分をプレイ。



※注: A'=同作曲家, B'=アレンジ原曲, C'=完全同一曲



検証結果と結論

最大の発見

✓ Insight 1: 高齢者も若者と同等に好感度が上昇

反復群において、両世代間で好感度上昇量に有意差なし (5%水準)。つまり、高齢者にも単純接触効果は明確に働く。

✓ Insight 2: 「似ている曲」でも効果は発揮される

完全一致(C)だけでなく、作曲者が同じ曲(A')やアレンジ元(B')でも好感度の上昇を確認 (有意差なし)。

結論: 高齢者であっても、若者が好む音楽に繰り返し触れる環境 (ゲームなど) があれば、その音楽を好きになる。さらに、その好意は『類似したメロディ』にも波及する。