

BPA が心配ですか？ 神の介入を祈りなさい



[Steven Hentges, Ph.D](#)

2018 年 2 月 6 日 (火) [SAFETY](#)

BPA フリーのラベルを貼った製品を見つけるのは難しくありません。たとえば、Amazon.com で「BPA-free」という単語を検索すると、100,000 を超える結果が得られます。BPA を全く含んでいない製品のメーカーでさえも、検索結果の最初に現れます。例えば Amazon.com の検索結果の最初のページには BPA フリーのガラス製の食品保管容器がたくさん出てきます。BPA に関する情報や、なぜ BPA を避けるべきかについてさらに情報を提供するメーカーもあります。

BPA 関連製品情報が至るところにあることを考えると、神の考えが与える影響力を調べた[最近の研究](#)をはじめ、人がどのように情報に反応するかということに研究者等が興味を抱くことは驚くべきことではありません。このケーススタディでは、BPA フリーと表示されたもの、BPA の潜在的な健康影響に関する情報を含むもの、そして BPA に関する具体的な情報のない広告等、再利用可能なウォーターボトルに書かれた様々な広告をボランティアグループに示しました。

ボランティアグループは、広告を見たり、広告への応答を調査したアンケートに回答したりする前に、さまざまな方法で最初に神を思い浮かべました。例えば、研究の第 1 段階では、他の研究パラメータは全て同じ状態で、参加者のうち 1 つのグループはチャペルで会合し、もう 1 つのグループは教室で会合しました。また別の段階では、最初に宗教建築や政府の建物に関する雑誌の記事を読んだグループもありました。

参加者が神をどのように思い浮かべ、また BPA に関するどの情報を受け取ったかをコントロールすることによって、参加者の広告への反応に神の考えがどう影響したかを評価することができました。全体として、この研究は、神の考えが重大な影響を与えていることを実証しました。研究者等によれば、「神の影響」の 1 つの理由は、BPA に潜在的な健康影響の恐れがある場合、人々は潜在的に否定的な出来事や感情に対処するのに役立つ無制限の支援を神と関連付けるということです。

では、なぜ研究者等はこの研究を行ったのでしょうか？ 最初の手がかりは、調査を発表した雑誌の名称(**Journal of Marketing Research**)にあります。BPAフリーの広告は、「フィア・アピール: fear appeal」の例として使用されており、著者等はこれを「個人的に重要な脅威を描写することによって恐怖を引き出し、それを抑止するための実行可能で効果的な提案を概説する説得的なメッセージ」と定義しています。

もう一つの手がかりは、論文の最後のセクションのタイトル、すなわち**マーケティングの含意と今後の研究**です。「マーケティング担当者は、神が消費者に目立っているかもしれない状況でフィア・アピールを利用する際に注意を払う必要がある。」というのが重要な結論です。この場合、BPAフリーのウォーターボトルをフィア・アピールによって販売しようとするれば、消費者が神のことを思っている場合には、製品を購入する可能性が低いことを、この研究は示しているのです、いかなる宗教的影響をも避けるのが名案です。

しかし、もしあなたが消費者なら、特にフィア・アピールによって操作されたくない人の場合はどうでしょうか？ アピールに対し少なくともある程度の免疫になるかもしれない解決策の一つは、神について考えることで、まさにマーケティング担当者があなたにして欲しくないことです。

もう一つの解決策は、科学に耳を傾けることです。近年、米国食品医薬品局(FDA)、国家毒性プログラム(NTP)、および米疾病対策センター(CDC)の科学者達は、BPAの安全性に関する包括的で徹底的な研究を行いました。

[これらの研究](#)から我々がわかることは、以下の通りです。

- 1) (再使用可能なウォーターボトルを含む)BPAに対する消費者暴露は非常に低い
- 2) BPAは摂取後、体内から素早く排泄され、
- 3) 典型的な消費者暴露レベルでは健康影響のリスクはありません。

科学に基づいて、[世界中の政府機関](#)はBPAが安全に使用できると結論づけました。結局BPAフリー製品を購入する必要はないのです。

しかしさらにまだあります。近い将来、FDAの科学者達は、BPAに関してこれまで実施した中で最大の研究結果を発表する予定です。結果はまだ入手できませんが、[今も研究内容を読む](#)ことが可能で、後で結果に戻る事ができますが、結果はマーケティング担当者がフィア・アピールで皆さんに見せたがらないでしょう。

訳注:フィア・アピール・テクニク(Fear Appeal Techniques)は、恐怖を与え、その恐怖を回避する方法を提案する手法のこと。恐怖を煽ることで、相手の承諾や納得を得ることの可能性が高まるという前提に成り立っています。