

# 化学物質による苦しみは「過敏」なのか

## 当事者を孤立させる社会

稚内北星学園大学前学長

齊藤 吉広 さいとう よしひろ

1960年生まれ。一橋大学大学院社会学修士。都留文科大学、都立短期大学などの非常勤講師を経て、2000年より稚内北星学園大学教員となり、2015年に学長就任、2021年3月退職。現在、稚内市立図書館郷土資料調査員。専門分野はメディアと社会。著書に『21世紀への透視図』（共著、青木書店）、『差異のデモクラシー』（共著、日本経済評論社）など。



「化学物質過敏症」の原因は「過敏」にあるのではなく「化学物質」の方にある。日用品の使用が有害物質への曝露<sup>ばくろ</sup>をもたらすという特性から、市民同士の対立として現れがちだが、製造企業が生み出す汚染物質による「公害」に他ならない。発症者は身体<sup>からだ</sup>の健康と安全を脅かされるだけでなく、周囲の無理解によって孤立し、学校や職場といった生活基盤を失ってしまうこともある。この事態に、製造企業に加えて行政やメディアはどのような役割を演じているだろうか。

1年前、当時勤務していた大学での最終講義の機会を与えられて私が選んだテーマは「公害としての『香害』——柔軟剤で脈は乱れ、ペットは倒れる」だった。研究者として取り組んできた「メディアと社会」の問題を、構造的に理解するための一つの題材として適切であると思ったし、そして何より、地元（北海道稚内市）の身近な人たちに香害の実態を知ってもらえれば、少しは自分自身の健康被害の軽減につながるのではないかという期待を抱いたのだ。

こぢんまりと開催するはずだったのだが、ネット上に情報が流れると「オンラインで受

講したい」との要望が全国から寄せられて驚かされ、そして後日YouTubeで公開した動画が50日間で約2万回の視聴を得て、また驚かされた。「公開ありがとうございます」「何度説明しても聞く耳を持たなかった家族が理解してくれました」などの声も少なからず寄せられ、この問題が公の場で語られる機会が極めて少ないこと、そしてそれ故にその苦しみを周囲になかなか理解してもらえない人が多いことを改めて思い知らされた。

この特集も含め、この1年のうちにテレビ、新聞、ネットなどのメディアが香害や化学物質過敏症を取り上げることはかつてよりも増

えていると感じる。しかしながら、行政による規制は進まず、製造企業は目先を変えてさらに手ごわい商品を出し、消費者の「清潔」や「香り」への強い志向に変化はない。責任は被害者の体質や気質などにあるのではなく、有害な化学物質が環境中に放出されていること、それを容認する社会意識に存するのだから、そうした状況を生み出している社会的な構造を明らかにすることで、解決への方途を考えたいと思う。

## 「いい香り」が「凶器」になる瞬間

20数年前、私はリフォームしたての空間で呼吸困難に陥ったことがあり、それ以来シックハウス症候群には気を付けるようになったが、日用品や食品などについてはごく普通の、つまりは化学物質まみれの生活を送っていた。

だが7年前、いつも使用している車内芳香剤を新しいものに取り換えた瞬間、息苦しくなり眩暈めまいが起きて、それが現在に至る症状の入り口となった。それまでの「いい香り」がある日突然「凶器」になったわけだが、正しく言えば「それが凶器であることにある日突然気付いた」ということである。以降、他の人の強い柔軟剤で咳き込んだり吐き気を覚えたりするようになり、できるだけ避けるようにしていた。そしてさらに自分が身にまとう衣服の弱い柔軟剤臭でも気分が悪くなるようになってきた。今度は逃げられない。

そうしたある日、うちの洗濯物がすごい臭いを発していた。家族に聞くと、残っている分の柔軟剤を全部入れてしまったという。具合が悪くなるから控えてほしいのだと訴えろと、「かっこつけてるの?」と返ってきた。後日、誰かが「意識高い系?」と翻訳してくれた

が、おそらくそういう意味だ。さらに、「前から使っているのになぜ」「あの臭いがダメなのにこっちの臭いは平気なのはなぜ」など、もっともな疑問が投げ掛けられた。

とにかく耐えがたいし、飼っているネコにも悪いらしいということで徐々に納得してもらうことができて、洗濯はマグネシウム剤に、合成洗剤やシャンプーは石けんに、入浴剤は重曹にと少しずつ化学物質を削減していくことができた。発症していなければ、使い続けていたに違いない。その意味では、「家族のカナリア」として、家庭生活からリスクを低減させる役割を果たすことができた。実際、強い臭いへの慣れを脱却して妻の嗅覚は正常を取り戻したようだし、ネコふたりも、今の方が心安らかに暮らせているはずである。

## 当事者が抱える困難

### 「コップの大きさ」は人それぞれ

私のようにごくごく軽い症状を呈する者も含めてであろうが、ある研究では日本国内の香害被害者は約1000万人で、患者レベルの人は550万人程度であると推計している<sup>1)</sup>。そして2000年から2012年にかけて、化学物質に対する高感受性の人は5.9倍に増加という結果を示した研究もある<sup>2)</sup>。原因となる化学物質の環境への放出はとどまらず、新たな発症者が現れ、寛解することはあっても完治することはないのだから、被害者の規模が小さくなることはないだろう。それにしても、同じ製品・化学物質が、なぜある日突然牙をむき、新たな発症者を生み出していくのだろうか。

「人体が有害な化学物質に閾値いきちを超えて暴露すると、心身を守るために免疫系、脳神経系などのあらゆる防御反応が働くようになり、多様な症状が起こる」(環境脳神経科学情

報センターのホームページ)。この「閾値を超えて」というところについて、よく「コップの大きさモデル」が語られる。化学物質は水のように蓄積されていって、コップからあふれる状態までたまると何らかの症状が出る。コップの大きさ（許容量）は人によって違うから、同じような環境にいてもなる人とならない人がいること、また、あふれる前の人は症状が出ないだけで、リスクは高まっており、だから平気だった人が突然発症するということの説明になるわけだ。

ただし、コップから水があふれるときに、身体の中で一体何が起きているのか、個々の化学物質と個々の症状との間にどういうメカニズムが働いているのかについては別のレベルの解明が必要である。また“蓄積量”ではなくて“刺激の繰り返し”が問題なのだという主張もあるが、いずれにせよ、現実には起きている少々不思議な現象を説明し、誰もが発症の可能性を抱えているということについては、このようなモデルで理解することができる。

### 孤立と無気力、生活を奪われた人々

柔軟剤がトリガーとなる発症者が多いが、私のように芳香剤のこともあるし、除菌・消臭剤、制汗剤などがきっかけになる人もいる。そして、反応してしまう製品・化学物質がだんだんと広がっていく場合が多い。私の場合は最近、ハンドクリームがラインアップに加わった。症状としては頭痛と吐き気を呈する人の割合が高いが、他にも内耳、気道、循環器、免疫、運動器などにも発現があり得るし、重いケースでは意識を失う。

重要なのは、症状が重くなるに伴って社会生活や日常生活を送ることがますます困難になることである。なにしろ、ごく一般的な日用品が発症者を苦しめ、それが使用されてい

る空間にすることができなくなるのだから。ツイッターには香害に苦しむ当事者や家族の切実な声が投稿されている。

「娘と退学届けを提出にいきました／私達は、だれも恨まない／ただ、娘は柔軟剤臭がなかったら退学しないで卒業できた／この事実は伝えていきます」(まみママ・化学物質過敏症、2021年3月11日)

学校に通えない、職場に通えない、店を閉めざるを得ない、買い物に行けない、役所に行けない、電車・バスに乗れない。そしてときに、病院に行けない。実は、医療機関のスタッフ自身が香害の発生源になっているという訴えはとても多い。その苦悩は、例えば次の投稿にあるように深刻である。

「年末、救急診療で問診や誘導してくれた看護師さんがものすごい柔軟剤臭くって、もうほんと頭痛や吐き気と闘っているなか、それでもこの人に頼るしかないのかと絶望感が酷かったです。医療関係者は無臭で頼みます。本当に。生死に関わる人も来る場所。死ぬ前に嗅ぐのもこの香りかもなんて嫌すぎる。」(ミコラ@micolor\_TOKYO、2022年1月1日)

また自宅にいても隣の家から漂ってくる柔軟剤・合成洗剤臭や近くの農地の除草剤のせいで窓を開けられない、宅配便スタッフがまとっている臭いが侵入してくる。症状の重い人ほど、外出できず、人に会えず、従って存在を示すことができない。スーパーで買った食品に店員または客の化学物質が移り、食べることができないこともある。被害に理解を示してもらえなければ、家族にさえも化学物質の使用に配慮してもらえなかったり、疎まれたり、精神状態を疑われたりする。それまでの人間関係が破壊され、孤立と無力感に苦しむ人も少なくない。統計的な調査による

「頭痛〇%、めまい〇%」というような数字からだけではうかがい知れない、生活を奪われた人々の具体的な困難に思いをはせてほしいと切に願う。

### 臭いがないければいいのか

ところで、「化学物質過敏症」という言い方をすると、「過敏」である主体の方がフォーカスされて、敏感過ぎるのは本人の責任であると捉えられ、原因は当人の特別な体質や気質にあると見なされてしまいかねない。実際、そのような無理解にさらされている被害者は多い。また「香害」というと、「香り」だけがフォーカスされて、香りを長持ちさせるマイクロカプセルなど、香料以外に使われる物質の存在が軽視されるという懸念を示す被害者も少なくない。実際、洗剤企業は「臭いがないければいいんでしょ」とばかりに「微香」「無香」を謳った化学物質製品を次々と市場に送り出している。

いずれにせよ、その製品が使用されなければ症状は現れないのであるから、原因物質はそこに含まれているのである。汚染経路という点で見れば「大気汚染公害」であるが、原因物質の特性からすれば「日用化学製品公害」というのがある程度正確な言い方になるだろうか。

マイクロカプセル、ナノテクノロジーなどと誇らし気に喧伝される技術を用いた製品は、使用されれば直ちに化学物質が環境中に滞留し、一部は生体内に取り込まれる。あまりに微小であるが故に肺胞に直接入り込むし、代謝されることなく母親から胎児に移行する“異物”である。つまり、中国からの飛来を待つまでもなくそれはすでにPM2.5なのであり、レジ袋が破碎されるのを待つまでもなくそれはすでにマイクロプラスチックなの

である。しかもその異物には毒性や催奇形性が強く疑われているのだ。これが大気汚染公害でなくて何であろう。

### 新しい公害としての「香害」

#### 本当の加害者が見えにくい

しかしこの公害は、それが日用品によってもたらされることによりある特殊性を帯びる。四大公害などの場合、〈加害者―被害者〉の関係は分かりやすかった。もちろん、隠蔽や妨害によってすぐに解明されたわけではないが、一般市民はあくまでも被害者であった。だが香害などの場合には、隣人やたまたまそばにいる市民が、加害者としてまず立ち現れる。従って「公害企業」たる大本の加害者の存在を意識しにくく、被害者にとって憎むべき相手、闘う相手は取りあえずその隣人・市民となってしまう。

一方、柔軟剤等の使用者は、使用が大々的に奨励されている製品をただ用いているだけであるから、批判されるのは自らの日常性を否定されるかのようであり、異常なのは発症者の方だと思ってしまう。危険な製品を市中に供給している製造企業に対しては、市民は総体として被害者であるというのが全体構造なのだが、発症者と未発症者の対立・分断という現象になってしまう。さらに未発症者は嗅覚疲労によってより強い刺激を求めて消費を増やす一方で、発症者は鋭敏さを増していくという感覚の乖離も対立を深める。

加えて厄介なのは、「長持ちする」「くっつく」機能を持ったことによる「移香」の問題である。本人が当該化学物質を使用していなくとも、“運び屋”の役割を果たしてしまうのだ。学校で柔軟剤の海に曝された子どもが自宅にそれを持ち帰ってしまい、それを除染するの



に果てしない手間がかかるといった嘆きはよく耳にする。

## 業界と行政の論理

水俣病の有機水銀、イタイイタイ病のカドミウム、四日市ぜんそくの亜硫酸ガスなど、四大公害では、原因となった化学物質は製品そのものに含有させようとしたものでなく、製造過程における副産物ないし排出物であった。ところが、香害など日用品による化学物質公害においては、合成香料にせよ合成界面活性剤にせよマイクロプラスチックにせよ、香りや洗浄・除菌や「長持ち」といった製品自体の機能を発揮させるために意図的に配合されているものである。

すると製造企業としては、有効成分がすなわち有害成分であることを認めてしまえば、製造自体を諦めざるを得なくなる。「安全だ」と表明し続けるしかない。2018年10月に放映された、テレビ朝日『テレメンタリー』「カナリアたちの叫び」に登場した日本香料工業会は「香料自体、大量に使われるわけではないので危険なものではない」と言いつつ、それが少数の者にとってはリスクがあることを認め、「ゼロリスクはあり得ない、コスト的に」と開き直る。

また経済産業省は、「規制にかかっているような化学物質が使われていれば、使用しないよう当然、規制する」と言明するのだが、「ということは、何を使っているかは経産省は分かっているんですね？でないと規制できないわけだから」との問いには「個々の商品について、どういう成分を使っているかは開示を求める義務とか権限がない」「どういう成分を使っているかは競争領域だ」とまるで漫才のようなやりとりで終始する。つまりは、企業秘密を盾にして、実質的には何も手を出

せない、出すつもりがないというのだ。

そして製造企業は、〈規制されていない＝安全〉という論理で作り続けることになるし、たとえ規制されても似たような代替物質の使用で切り抜けようとする。例えば焦げ付かないフライパンなどに使われている有機フッ素化合物の場合、PFOSが人体に有害だとして2009年に禁止されると代わりにPFOAを用い、それがさらに2019年に禁止されるとPFHxSに乗り換えたように。その間、消費者は知らないままその製品を買い続け、使い続けてきた。

## 予防原則による対応を

先の番組内で厚生労働省は「発症メカニズムが未解明」だから「科学的な研究の進捗を注視したい」、消費者庁は「科学的知見がないと何もできない」とする。しかし、科学的な因果関係の解明を待っているのでは、現に苦しんでいる被害者には何の手も差し伸べられないことになるし、さらなる被害者を生み出し続けることになる。行政が公害企業を擁護して解決・救済を遅らせるという意味では、四大公害と同じ構図がここにもあると言えるだろう。

19世紀、ヨーロッパでのコレラ・パンデミックの際、英国の医師、ジョン・スノウは、あるポンプ井戸の水が共通項であることに気付き、それが感染拡大の原因であると推測した。その井戸の使用をやめた結果、その地域におけるコレラの蔓延は沈静化することになる。しかし、発症メカニズムあるいは因果関係が明確になるには、30年後にコッホがコレラ菌を発見するまで待たなければならなかった。「統計的にはこれが原因だから、使うのをやめておこう」と、予防原則に従った結果うまくいったのだが、もしコレラ菌の発

見を待っていたら、30年対策が遅れていたことになる。

そしてそのような「遅れ」が、柔軟剤など日用化学製品による被害に関わってしまっていることなのである。原因物質が特定されていなくても、少なくとも製品単位における危険性は疫学的手法によって明らかにできるはずである。

## メディアと恐怖マーケティング

人々が柔軟剤の使用を「いいことだ」と思い込んでいるのは、もちろん広告の力による。そして、「大手だから安心」「人気タレントのCMもあるし、みんな使っているし」といった感覚は、多くの人に共有されているだろう。テレビCMの出稿額では花王、P&G、ライオンが上位を占めており、放送回数もこの順で多い。スポンサーとして多額の貢献をしていることはメディアによる<sup>そんたく</sup>付度をもたらしがちだし、あふれるような広告は私たちの意識を支配する。

それらの広告では商品を使用することによる<sup>すがすが</sup>清々しさや華やかさを訴えることが多いが、他方で、恐怖や不安の感情を刺激しておいて「これを買えば解決する」と誘導する恐怖マーケティングの手法も用いられる。「危ないぞ」「格好悪いぞ」「嫌われるぞ」「臭いって思われるぞ」、それでいいのかと。

キャスリン・アシェンバーグの『図説 不潔の歴史』(原書房)によると、アメリカでは元々入浴の習慣、体を水で洗うという習慣がなかった。それが今日的な「清潔」さを人々が求めるようになる過程でどのようなマーケティングが行われてきたかという点、「そのままでは嫌われるよ」だった。「どうやって『人に嫌われる』ことがないようにするかだ。

この恐ろしい言葉は、20世紀の石鹼やデオドラント剤の宣伝にずっと使われ続けることになる。「自分では気付かないまま人に嫌われているかもしれないということは、不安を駆り立て、この不安は来るべき世紀に何度も繰り返し広告業者に利用されることになる」

例えばある洗口剤の広告では、「なぜ私には彼氏ができないのかしら?」「その理由は口が臭いからです」というキャンペーンが展開された。口臭に「ハリトシス」という言葉を与えて、それ故に失敗した人生を歩んでしまったというストーリーを繰り返し描くことで、商品への需要を創造したのだった。同様に、柔軟剤の使用がまだ普及していなかった20年前、それを使わずに何か不都合を感じることはなかったはずであるが、必需品であるかのように意識は変容させられたのだ。

また、「危険性が立証されるまでは安全だ」という製造者の論理は、実はそのまま消費者の感覚でもある。「危険なものを買っているわけがない」というわけだ。だが、カネミ油症からカネボウ化粧品の美白化粧品による白斑被害、悠香の「茶のしずく石鹼」の小麦アレルギー、そして先に挙げた有機フッ素化合物など、販売後に危険性が判明する商品は珍しくない。やはり、事件化するまで、危険性が明らかになるまで、そして自らが発症するまでは安全なこととしておきたいというのが大方だろう。

一方で、企業は消費者の「安全」「自然」へのイメージ的な志向に対しても狙いを定め、例えば蛍光剤と着色料が入っていないだけのものを「無添加」としたり、わずかでも自然由来のものが入っていれば「天然」とか「ボタニカル」と謳うなどしたりして購買を誘うのである。

## 社会のカナリアとして

2015年に制作された『STINK!』というアメリカのドキュメンタリー映画が、昨年末からYouTubeで公開されている。「臭っ！」という題名のこの作品は、子どものために購入した衣類に添加された強烈な香料の正体を探ろうとするとところから始まる。多くの研究者たちからの化学物質の危険性に関する警告を織り込みながら、マイケル・ムーアばりに化学物質を製造・使用する業界関係者への突撃インタビューを行っていく。作者の主張はひたすら「成分を公開せよ」だ。

企業秘密とそれを擁護する政府、そして規制が弱いためにヨーロッパや中国では使用を許されない化学物質配合製品がアメリカに流入しているという事実——日本の写し絵のようなその実態に驚くとともに、他方で、「情報公開」が持つ力について紹介した事例が興味深かった。すなわち、カリフォルニア州では州法により「がんや奇形をもたらすリスクを知らながらその物質に暴露させること」を禁止した結果、企業の選択は①成分を変更する、②商品を撤去する、③ラベルに表示する、のいずれかしかなくなったという。その結果、コカ・コーラとペプシコはカリフォルニア向けの清涼飲料水は、色素から特定の成分を取り除いた。成分を表示して売れなくなることの恐れたのだ。

日本の場合、表示義務を課して「個人の選択」に委ねることで企業が成分を変更するだけの効果があるかどうかは不明だが、企業が必死に公開を免れようとしているということは、成分の公開にそれだけ意味があるということになる。そして最終的には、有害化学

物質の製造・流通への実質的な規制が必要にならざるを得ないだろうが、そこに至るまでにまずこの日用化学製品公害による被害の広がりや深刻さを世間に知らしめなければならない。何しろ、直接の加害者として立ち現れるのはこの公害への認識を持たないまま、悪意なく、ただ普通の商品を消費・使用している世間一般の人たちなのだから。

私が立ち上げに協力した「カナリア・ネットワーク全国」は、全国に満遍なくいるが故に見えにくい被害者を“かたまり”として可視化すること、また孤立しがちな被害者同士のつながりをつくることを目的に結成された。こうした動きはまた、社会全体にとっての警鐘でもあるはずである。発症していない人は、「まだ」発症に至っていないだけであって、この汚染された環境そのものは平等に与えられているのだから、この社会に生きる者全員がすでに被害者であるといえる。すでに発症している者の状況を理解するということは、自分がいま置かれている状況を理解することになる。私たちが社会のカナリアとして悲鳴を上げていることに対して、医療者のみなさんにもぜひ理解を深めていただけるようお願いしている。

### 参考文献

- 1) 岡田幹治「日本の『香害被害者』は推定約1000万人、“先進国”米国を追う」(「DIAMOND online」2018年9月20日 <https://diamond.jp/articles/-/180123>)
- 2) 内山巖雄・東賢一「化学物質に高感受性を示す人の分布の経年変化の評価」(厚生労働科学研究費補助金 健康安全確保総合研究 健康安全・危機管理対策総合研究事業「シックハウス症候群の発症予防・症状軽減のための室内環境の実態調査と改善対策に関する研究」2012年3月 <https://mhlw-grants.niph.go.jp/project/20648>)