

平成 27 年 2 月 7 日(土)会議室内海(水道橋)にて意見交換会が開催された。参加者は 30 名(非会員 1 名)。主テーマは、最近社会問題となっている柔軟剤等香り付洗剤のにおい苦情に関することであった。柔軟剤の固有臭による苦情という新しいタイプのトラブルに対して、臭気判定士はどのような見識をもっていけばよいか、参考となる情報が得られた。講演者は、これらに関する苦情問題に日常的に取り組み・対処しておられる(独法)国民生活センター消費生活専門相談員の小坂潤子氏、また、この種のにおい分析に用いられたにおい識別装置(島津製作所製)の開発者である喜多純一氏でした。

○喜多氏講演概要:最新の希釈混合装置による官能評価方法が紹介され、柔軟剤 15 種類のにおい識別装置による解析内容について説明があった。講演内容は、嗅覚メカニズムから説明が始まった。嗅覚は認識分解能が悪いだけで再現性はあるアバウトな感覚だから人によって捉え方も変わりそれがかえって人らしくて良い。コーラの香はレモン+ライム+シナモンの香で構成されていることは市民セミナーの体験コーナーでも知られている。また、イチゴの香を飴などのイチゴフレーバーで認識している人はイチゴ本来の青臭さのにおいがあるとイチゴ臭として識別できない。よって、においを識別するときにはこれらのことを踏まえないと臭気構成成分を見逃すことがある。におい識別装置とGCやGC/MSとの違いとして、識別装置は 10 個のセンサーから出る信号を方向性や信号の強さを組合せににおいの質やそのベクトルの長さをにおいの強さとして表すことができるが、臭気のキー成分の分析や微量成分が支配的なものにはGC等の分析が必要になることである。

柔軟剤の分析は、神奈川県がヒューロベリアル社(旧:日本認証サービス)に委託して行ったもので、日本 6 種類、アメリカ 8 種類、ドイツ 1 種類の製品が対象であった。原液の官能による臭質や強度も評価しており、におい識別装置で分析したものは、これら 15 種類を標準の使い方でも希釈したものを対象としている。よって、実際の衣類の洗濯直後や乾燥した後のにおいではない。分析結果は、臭気指数相当値として公表されているが、16 程度から 27 程度の結果となっている。これらの結果を官能評価の臭気強度と相関があるか確認したが、3 種類程識別装置の値が高くと臭気強度が低いものがあった。

香料に対する化学物質過敏症の仮説 森カヲル様、春原吉美様の「なぜ日本人が強いにおいを好むようになったか?」から、海外旅行からの体験や高級洋菓子嗜好などで甘い香りを好む若い人が増加しており、20~30 歳代はかおりの強さをもとめ通常使用の 2 倍の香料を使うが、50 歳代以降は弱いにおいを求めているとの紹介もあった。質疑応答では希釈混合装置によるにおいの嗅ぎ方の具体的操作方法やにおい教育の必要性についてなど活発な議論があった。(臭気判定士会会長 祐川英基)

○小坂氏講演概要:消費者行政の仕組みと国民生活センター(以降、センターと記す)の役割が説明された。情報収集・分析・提供、苦情相談、商品テスト、啓発・研修、裁判紛争解決(ADR)が主な役割である。全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)によると、全国に存在する消費生活センターに寄せられた苦情相談の情報総数は 935,224 件(2013 年度)であった。危害情報は 13,700 件。ここ数年の危害情報上位 5 商品は化粧品、医療サービス、エステティックサービス、健康食品、外食、調理食品、常に最上位は化粧品、2013 年度に初めて調理食品が第 2 位にランクされた。柔軟仕上げ剤のにおいに関する危害情報が急増してきた。(2008 年度 3 件、12 年度 41 件、13 年度 115 件) PIO-NET では、消費者に次のような警告している。「においに敏感な場合は、商品を選択する際、表示等に記載された芳香の強さ等を参考にする」「自分にとって快適なおいでも、他人は不快に感じることもあるということを確認する」 業界・輸入事業者へは次のコメントをしている。「においが与える周囲への影響について

配慮を促す取り組みを行うよう要望する」。事故情報は消費者庁とセンターが連携し一元化したデータベースで閲覧、検索ができるようにしている。センターでは、「消費者トラブルメール箱」を設け、質問への回答・解説を行っている。洗濯物の柔軟仕上げ剤のにおいで体調不良になった例での回答と解説が紹介された。管理組合も含め住民の相互理解にも配慮した対応方法を回答し、医師への相談も指示している。また、苦情者の視野を広げる次のような助言を行っている。「同様の苦情が全国的に広まっている。ニーズが広まり、販売量も増えている。仕上げ剤を用いている人の中、洗濯物に見合った量を計量して用いている人が 2 割程度である。においへの順応があり、鈍感になる。人によって、快・不快の感じ方が異なる。」といった助言している。(このような相談を受けることが多い我々臭気判定士は、嗅覚の生理に関する事項に精通し、常識として説得力を身につけておきたい) センターでは、人の生命・身体等に重大な影響を及ぼす商品や品質・表示等に問題ある商品について、消費者被害の救済や未然防止・拡大防止のために、使用実態を考慮しつつ科学的に信頼性の高いテストを実施している。柔軟仕上げ剤では、苦情同型品をテストした。洗剤のみあるいは微香タイプの参考品を使用した場合に比し、洗濯物が乾く過程で強いにおいを感じ、放散されるVOCの総量も多かった。においが強いと不快と感じ、容認できなくなる傾向がみられ、体調の変化を感じる場合もあった。

日本石鹼洗剤工業会では、柔軟剤を用いるときのポイントとして、次のようなコメントを公示している。「周りの方に配慮した適正な使用」、「上手に使う柔軟剤、使いすぎではありませんか」「かおりに慣れてつい使いすぎてしまうことあり、着心地が悪くなることあり」「かおりの感じ方は人により異なる」「部屋干し臭対策で、使用量を使いすぎていることあり」「除菌効果や抗菌防臭効果のある洗剤や漂白剤を用いて、臭いの原因となる化合物を生成する細菌を除害・殺処分することが肝要」「柔軟剤使用量が多すぎると、吸水性が低下することあり、関係する界面活性剤が繊維にとどまり、撥水性が増すのである」「適量使用が問題解決のための一番の近道」。

センターでテストを行い対処したにおい関連の事例について、概要が説明された。テーマは「強いにおいがする婦人用レインブーツ」「洗濯してもにおいが取れなかった子供用パジャマ」「洗濯したら異臭がした紳士ズボン」「においのきつい断熱用カーテン」「洗ってもにおいの取れない箸」「造園で再利用された異臭を放つ枕木」、以上であった。

講演者である小坂氏の印象に残る一言、「においの相談への対応において、第一印象・直感はほぼ的を射ているので大切にする」(臭気判定士会 理事事務局 伊藤英武)

なお、当日使用したPPTはホームページの会員専用欄でご覧いただけます。