

## 日本のオーガニック事情

高永愛美、渡沼希

「美白には酒粕を。」「寒いときには生姜を。」そうした言い伝えが徐々に薄れ、当たり前のように人工の化学製品に頼り、依存しつつある現代。女性の必需品である化粧品やヘアカラー、忙しいサラリーマンの嗜みであるヘアワックス。それらに人体が分解できない成分が大量使用されていることは事実である。こうした現状を0にすることは不可能に近いが、それに近づけていくのがオーガニックである。

日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会は、オーガニックを「農薬や化学肥料に頼らず、太陽・水・土地・そこに生物など自然の恵みを生かした農林水産業や加工方法」と定義している。しかし、日本においてその言葉の定義は極めて曖昧に受け取られている。オーガニックと聞くと、健康オタク・セレブリティ達がストイックに日常生活に取り入れているイメージを持ちがちである。そうしたイメージに対し、オーガニックコスメブランド・Miss Apricotの代表・松原香苗さんはこう語る。「オーガニックは、『これも、あれも駄目!』とストイックに考えるのではなく、自分の感性に寄り添ったものだと思うんです。」

Miss Apricotは、動物実験反対への想いをきっかけに1988年、オーガニックブランドとして設立された。そのシンボルとして、容器一つ一つに動物実験で主に犠牲となるうさぎのマークを見ることが出来る。環境・生体に優しいオーガニックを生活に取り入れるということは、化粧品などに使用される成分の実験台にされている、ウサギ等の命を救うことにも繋がる。

しかし、オーガニックを日本で普及していく中で、様々な障害があることを松原さんは指摘している。その一つが、日本の法律である。

「日本はドイツ等と比べて、薬事法による規正が厳しいんです。そうした規正はハーブ等の効用をオーガニックコスメ商品に記載できないのに加えて、安全性確認のため動物実験が行われるケースもあるんです。古くから伝わる自然由来の魅力を化粧品の中で伝えきれないのは、もどかしい」とのこと。例えば日本では、戦争で枯葉剤として使用された化学成分ディートを含まない商品へ、虫除けスプレーと商品記載することを禁止している。こうした危険な成分による人体・環境への弊害を低減するため、数々のオーガニックブランドがハーブを主成分とした販売している。しかし、商品に虫除け効果があることは謳ってはならず、Miss Apricotをはじめ様々なオーガニックブランドが日本の法律改正を望んでいる。

灘の酒で知られる兵庫県西宮市で自然酒、自然食品の小売店を営むユアサの店主・さんは、海外に比べオーガニックに対する法律が不整備である日本で、こうした商品を取り扱う際により大切なのは、生産者との信頼関係だという。「有機JAS法なども勿論重視します。でもやはり、生産者主催の公演会や蔵元に頻繁に足を運び、彼らの製品に対する思いと自分の安全性に対する考えに錯誤がないか、確かめてから消費者に提供する。それがオーガニックを日本に浸透させていく上で極めて大切なこと」と彼女は語る。自然酒や自然食品を取り扱うようになってから、以前よりも若い世代（20代、30代）の来店が増えた、という店主の言葉からは、これからの世代へのオーガニック普及の希望の光が見える。

近い未来、人体や環境、動物の命をいたわるオーガニックの普及は、環境・倫理問題において重要な橋がけとなるであろう。

### 編集後記

この記事は私にとって、物事の表面と本質を考えさせられるテーマでした。ファストフードは手短かに、安く食事を済ませられます。表面的には良く見えるけれど、本当に体が喜ぶものなのでしょうか。”有機”、”本質的” という意味をもつオーガニックは、こうした繕いを本質的に改革するスパイスのようなものだと思います。こうした、オーガニックというある種の運動が、日本に今後益々普及することを願っています。

高永愛美

今回の取材も、いつも通り面白く貴重な経験になりました。個人的にずっと気になっていたオーガニック酒店にインタビューに行ったりもしたのですが、普段は聞くことのないような話もしてくださったりして、本当に取材できてよかったです。記事作成にあたりご協力頂いた全ての方々、そしてこの記事は今読んでくださっている方には感謝の思いで一杯です。本当にありがとうございました。

渡沼希