

日本におけるハーブ利用の経緯と今後の展望

——健康維持を目指した若者への普及の可能性を探る——

大木 麻由佳
指導教授 佐藤 輝

序章 本研究の背景と目的

日本では西洋ハーブの人氣が中高年を中心に徐々に高まっている。治療に用いるハーブをメディカルハーブと呼ぶが、この薬理効果はあらゆる補完療法の中で、現代医学の手法に最も容易に適合できると指摘されており（ペンゲリー、2008）、ハーブやこの香りの治療薬に応用する研究も数多く行われている（水野、2014；林、2015；）。薬学の面では多くのハーブを利用した研究を見つけることができる（伊藤、2016；栗本、2016）。

一方、日常生活の中でハーブがもたらす健康づくりや生活の質の向上効果（加藤、2006；上場ら、2007）に着目した日本での普及活動については、日本で最初のハーブの栽培から利用・業務までを扱う協会として1984年に設立されたジャパンハーブソサエティー（2017）、あるいはハーブ検定を2012年から実施する日本ハーブ振興協会（2017）があるが、40歳代以上の中高年を対象とした活動が多い傾向にある。美容や未病に対するハーブの役割は年齢を問わず重要であるが、若年層（主には15歳～34歳）を対象にした普及啓発やハーブ利用（蛭原、2015）に関する活動・研究事例はごく少ない。若年期におけるハーブの普及の可能性をさぐることは、体調管理の総合的な知識を身につけたり、将来の家庭の健康増進に役立てたりする上で新たな意義があると考えられる。

これらを明らかにする手段として、日本にハーブが初めて普及された経緯を明らかにする必要があると考えられた。そこで本研究では、生活を充実させる役割をもつハーブの利用に着目し、日本におけるハーブ利用の歴史を調べた。また、ハーブを主体とした商品の若年層における利用状況の把握をアンケート調査によって試み、若い世代に対するハーブの認知度を向上させる方法と可能性を探ることを目的にした。本論文では、ハーブとは植物の花、葉、茎を用いたものであり、スパイスは主に種子を料理の風味づけとして利用するものとして区別する。加えて西洋ハーブは、ミョウガやフキ、ウドなど日本原産の食用植物以外のものを指すこととする。

第一章 日本におけるハーブ利用の歴史

日本ではいつごろからハーブが認知され、どのように普及・浸透して行ったのかを朝日新聞記事検索を利用してまとめた。朝日新聞記事データベース 聞蔵Ⅱにおいて、「ハーブ」という言葉で検索をしたところ、朝日新聞縮小版1879～1999では約120件、朝日新聞1985～（ただし週刊朝日・AERAは除く）では775件を超える記事を見つけることができた。縮小版と1985年からの記事では一部重複している記事を含め、合わせると約900件のハーブに関する新聞記事が日本国内で発刊されていたことがわかった。また、それらの記事をさらにハーブの用途別に分類すると大きく分けて4つのテーマに絞ることができた。最も多かったテーマは園芸や料理に関する生活面でのハーブ利用だった。「ハーブ」という言葉を用いた最も古い新聞記事は、1926年のベルベット石鹸の広告だった。この広告から数十年間を経ても新聞にはハーブという言葉が出てこなくなったが、1985以降再び登場するようになり、ここでは「今が盛り」「香りブーム」といった文字を見出しに使用する記事が多く存在し、ハーブが多くの人に受け入れられるようになってきた事実が読み取れた。特に、料理に関するハーブについては、1985年12月

6日の記事が最も古く、その後はハーブに関するコラムが連載されるようになっただけでなく、自然との共生をテーマにした記事やハーブの衣食住における多様な用途を紹介する記事が登場した。図1のとおり、この年を境に1988年代にはハーブに関する記事が全テーマで年間30報以上掲載されており、日本におけるハーブ人気は1988年から始まったといえそう（最大は1997年の年間135報）。

続いて多かったテーマは、地域活性化のためのハーブ栽培およびハーブ園設立に関するものだった。ハーブ園に関しては、1987年10月1日の千葉県にオープンした薬草園に関する記事が最初だったが、とりわけ1989年からの神戸市の布引公園に関する記事が目立ち、公園開発の前から長く議論されてきたことが伺えた。しかし、同市が計画する六甲山の開発には市民や自然保護団体による強い反発があったものの、布引ハーブ園を含む公園整備は観光地として大きな成功を収めた。成功の主な理由は、当時、ハーブという今まで見たことのないものへの人々の興味だったと筆者は考える。布引ハーブ園はまさに1990年代を代表するハーブを題材とした地域活性化の成功例と言えるだろう。

ハーブ園ほどではなかったが、ハーブによる染物に関しても多く掲載されていた。1985年12月3日の朝刊の見出しの中にハーブ染めに関する記事が初めて掲載された。この記事から、1985年以前からハーブ染めが存在していたことが判明した。1989年6月2日には群馬県桐生市でハーブ染め色標本の解説書ができたと報道されてからは、同市を中心に多く掲載され始めた。同市の公式ホームページによると、染色を40年続けてきた天然染色研究所の職人による染色教室が開催されており、伝統は受け継がれてきていることが伺えた。

4つ目のテーマは、健康維持のためのハーブ商品だった。ここでハーブ利用を促す対象者の年齢層に着目すると、「若者」との見出しをいくつか見つけることができた。そのハーブの利用方法は、薬としての利用であった。1985年2月6日の「西洋漢方」ハーブ大もて「らうんじ・若者」という記事が最も古かった。注目したい点は、当時は若年層にハーブが絶大な人気を誇っていたということである。そして1986年7月14日を境に若者とハーブに関する記事が多く掲載されるようになった。しかし現在、ハーブは若年層にあまり浸透しておらず、西洋医薬品の普及に伴って、ハーブを薬として利用する人が少なくなってきたことが理由と考えられた。

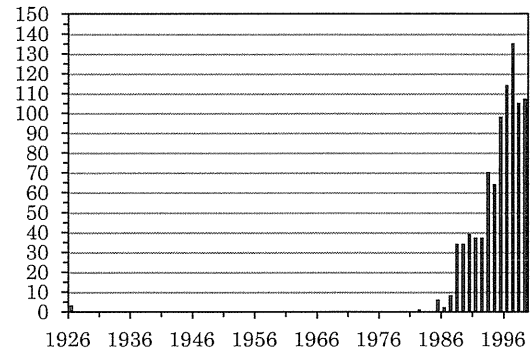


図1. 聞蔵ビジュアルⅡに掲載されている年別のハーブに関する記事(件数) (著者作成)

第二章 女子大学における女子大学生のハーブへの意識調査

本研究ではフェリス女学院大学の学生を対象にして、①自然派商品の使用状況（有効回答者76名）、および②肌トラブルとその対処法（有効回答者112名）の2種類のアンケート調査を実施することをつうじて、特に若い女性のハーブに対する認知度や効果への評価を測ることにした。まず①の調査で使用経験の多かった商品は、ハーブティー（65名）、のど飴（65名）、スーパーフード（44名）、入浴剤（43名）、自然派化粧品（43名）だった。自然派化粧品については26名が「効果的だった」と回答し、継続している者も特に多かった（20名）。次の②では、スキンケア商品を日頃から利用していた112名のうち、自然派が49名、非自然派が63名という回答となった。また自然派商品へのマイナスのイメージがほとんどなく、興味のある人が非常に多いことがわかった。ただし、自然派化粧品は年齢層の高い人が使うものであるという印象を持つ人が多く（8割）、20歳前後の若者が手にする、あるいは、目にする機会が少ないことが現在の低調な使用状況の要因であると考えられた。

第三章 現代における若者へのハーブの普及活動

上述のアンケートにおける化粧品の種類や商品名として複数の記載があったラッシュジャパンと、日本で始めてハーブの専門店として設立されたカリス成城の二つの企業に着目してどのような品ぞろえやマーケティング戦略なのかを具体的に比較することをつうじて、日本におけるハーブの年齢層別の位置づけと役割を考察した。ラッシュでは、原材料として化学薬品を使わず、熱帯林破壊につながるパーム油も使わない、という企業ブランドを高める方針を掲げ、売り上げの一部を環境保全や人権擁護の支援に充てていた。また化粧水やソープ、シャンプーなどの日用商品では、独特の形状、カラフルな天然色、自然な甘さや酸味を生かした芳香によって多くの若者の消費者を獲得していた。一方、カリス成城では、ハーブ単体の商品や比較的落ち着いたデザインかつ、シンプルな商品が多く存在していた。ラッシュが無料の工場見学ツアーを実施しているのに対し、カリス成城はセミナーや旅行など、実用的かつ高額な費用のかかるイベントを開催していた。すなわち、ラッシュは自然派商品に触れるいわば入門的な受け皿であるのに対して、カリス成城はハーブ専門ショップとして、より詳しくハーブを知りたい人のための体調管理の相談・実践の場であるのとらえることができた。ラッシュ等の商品をつうじて少しでも若い消費者が原材料と成分に興味を持つきっかけが増えれば、もっとハーブを生活に取り入れよう、あるいは、取り入れたいと希望する者が増えるのではないだろうか。

おわりに 若者へのハーブ普及の可能性

化学薬品と比較してハーブの薬効が見えづらいと指摘されたり、多忙な生活に追われ、ゆったりと余暇を楽しむ時間のない若者が増えたりなどの理由により、人々の注目はハーブから徐々に離れていってしまったが、自然派商品を手に取る若者が多いことが第二章のアンケートの結果からもわかり、若者はハーブそのものにはあまり興味がないが、身近な化粧品やバス用品によって若者の間でハーブが知らず知らずのうちに浸透してきていることがわかった。第三章でまとめたようにラッシュジャパンの取り組みを始めとして、「ハーブ&ライフ検定」や「メディカルハーブ検定」など、若者向けにハーブやアロマなどの自然派商品を普及させようという事業が2000年代から多く見られるようになってきた。漢方の薬効が証明され、西洋医学にも限界を感じる医者が徐々に増えてきたことから、2000年代に入り、漢方を扱う病院が少しずつ増加してきた。漢方外来を設立する大学病院が増え、一般の内科クリニックでも漢方を積極的に処方する場合も拡大しつつある（漢方薬処方実態調査、2011）。

本研究の一章で述べたように、ハーブには昔から様々な用途があることがあらためてわかった。また、それらが元々は女性の「ちょっとした趣味」であったことが明らかとなった。園芸を始め、スキンケアや芳香剤としてハーブを日常生活に適用することは、普通の生活よりも質を向上させることに役立つ。サプリメントを販売する一部の企業では、2013年からウェブサイトで、ハーブを使ったリラックス方法を特に若い女性へ向けて紹介している。また、ハーブを初めとする園芸にはリラックス効果だけでなく、健常者には抗うつ効果が見られることがわかっている（英賀ら、2014）。現在、特に花粉症によって苦しむ日本人が多い中、若年層でも積極的にハーブを飲用することによって症状の劇的な軽減が図られることも期待できる。

本研究を通して、ハーブを若者へ普及させることは決して不可能ではないことがわかった。特に化粧品では、安全性が見直され、自然由来の成分によって製造された化粧品を求めるようになっていた経緯がある（平松2012）。またラッシュのように若者をターゲットとした店舗の増加により、聞きなれないハーブの名前だけでなく身をもって効果を実感することができるようになった。若い頃から自然派に触れていれば、40歳代になり、精神的にも時間的にも生活に余裕が生まれたときにハーブの有効性をあらためて認識し、次は趣味としてのハーブ利用でカリス成城などのハーブ専門店によって生活の質をさ

らに向上させることができるようになるだろう。ハーブを扱うだけでなく、カリススクールのようにハーブを通じて人と人とのコミュニケーション、あるいは人と植物とのコミュニケーションの場に日常的に参加することもできる。あくまでもハーブは趣味の域を超えるものではないのかもしれないが、その知識さえあれば、贅沢をしなくても、健康的で豊かな時間を過ごすことも十分に可能だ。今後、日本でハーブの需要がさらに高まるかどうかは予想できないが、少しずつ若者が美容や入浴時に取り入れることによって生活に充実感が付与され、より健康的で明るい人生を歩む「スパイス」になることを願ってやまない。

【主要参考文献表 全101報のうち以下には32報を示す】

- 英賀真理子・宋チョロン・池井晴美・李旻宣・小松実紗子・李宙宮、・朴範鎮・宮崎良文 (2014) 「園芸作業が人の心理・生理反応に及ぼす影響」『日本生理人類学会誌』19巻、2号、pp. 41-53.
- 蛭原友里 (2015) 『きれいになるハーブ』小学館
- 平松隆円 (2012) 「化粧品をめぐる企業と消費者の関わり—その歴史的考察—」『繊維製品消費科学』53巻、12号、pp. 1032-1037
- 伊藤美千穂 (2016) 「においは薬になりますか」『化学と教育』64、pp. 616-619.
- 上馬場和夫・仲井培雄・許鳳浩・王紅平・大野智・林浩孝・新井隆成・鈴木信孝 (2007) 「ハーブティーのQOL増進効果—睡眠の質に関するパイロットスタディー」『日本補完代替医療学会誌』第4巻、第3号、pp. 119-126.
- 加藤源太郎 (2006) 「ロハスにおける自然観と科学観」『紀要』(プール学院大学) 第46号、pp. 145-157.
- 木村正典 (2015) 「ハーブの普及・振興のために：歴史と現状、必要な情報、全国ハーブサミットの役割 (特集地域特産作物—(ハーブ))」『特産種苗』21号、pp. 68-72.
- 栗本慎一郎 (2016) 「ハーブで肥満改善：肥満改善に関わるローズマリーの機能性成分」『ファルマシア』52巻2号
- マンガノミラ著、Creative Translation訳 (2013) 『Danger! Cosmetics To Go』LUSH
- 水野瑞夫著 (2014) 『くらしの薬草と漢方薬—ハーブ・民間薬・生薬—』新日本法規出版
- 水島かな江 (2008) 「近代における園芸領域への団らんの浸透—女学雑誌と園芸書の分析から—」『日本家政学会誌』59巻、2号、pp. 69-79.
- ペンゲリー／アンドリュウ著、飯島慶子訳 (2008) 『ハーバリストのための薬用ハーブの化学』フレグランスジャーナル社
- 四戸友也 (2013) 「多メディア化への歴史とマスコミュニケーション：情報リテラシーへのアプローチ」『仁愛大学研究紀要』人間学部篇11、pp. 23-31.
- 高橋広行 (2012) 「リテール・ブランドにもとづく魅力的な売場づくり—LUSH (ラッシュ) のバリュー・ドライバーに関する実証分析—」No. 20、流通科学大学
- 高尾萌慧子 (2015) 「日本人女性の中での化粧品の位置づけ—所得弾力性と価格弾力性の数値を用いた分析—」『早稲田社会科学総合研究 別冊「2014年度学生論文集」』pp. 179-192.
- Takata, T, M. Kuramoto, M. Imamura, S. Kishida, T. Yasui (2014) 「Gender Differences in Attitudes regarding Complementary and Alternative Medicine among Health Care Profession Students in Japan」『日本補完代替医療学会誌』11巻2号、pp. 81-88.
- 丹部智美 (2009) 「癒し系バス化粧品の流行と消費者の動向分析」上智大学
- 矢澤一良 (2008) 「欧米における補完代替医療・ヘルスフード関連機関の視察」『日本補完代替医療学会誌』第5巻、第1号、pp. 65-75.
- 朝日新聞記事データベース聞蔵Ⅱビジュアル (最終閲覧日2017年12月13日)

<https://database.asahi.com/index.shtml>
Forest Partnership platform 事例とデータベース 株式会社ラッシュジャパン(最終閲覧日2017年12月30日)
http://www.env.go.jp/nature/shinrin/fpp/database/company_case/post11.html
ハーブショップカリス成城 (最終閲覧日2018年1月3日)
<http://www.charis-herb.com/>
ジャパンハーブソサエティーの活動紹介 (最終閲覧日2018年1月6日)
<http://www.npo-jhs.jp/>
桐生WALKER (最終閲覧日2017年12月23日)
<http://www.kiryu-walker.net/contents/tennen.html>
北里大学東洋医学総合研究所 漢方外来 (最終閲覧日2018年1月3日)
<http://www.khp.kitasato-u.ac.jp/kanjya/KanpouG.html>
神戸布引ハーブ園 (最終閲覧日2017年12月28日)
<http://www.kobeherb.com/>
LUSH ラッシュの真髄！ラッシュキッチンツアー (最終閲覧日2017年12月30日)
https://jn.lush.com/lushkitchentour_2015
NEWSポストセブン「漢方ブーム 医師の89%が漢方薬処方し人気薬局は1か月待ち」(最終閲覧日2017年12月26日)
http://www.news-postseven.com/archives/20120404_98567.html
日本ハーブ振興協会の検定制度 (最終閲覧日2018年1月6日)
<http://www.npo-nha.jp/approval/>
日本ハーブ療法研究会 日本ハーブ療法研究会設立に当たって (最終閲覧日2018年1月7日)
<http://jsphyto.org/summary.html>
日本メディカルハーブ協会 メディカルハーブについて (最終閲覧日2018年1月3日)
<http://www.medicalherb.or.jp/aboutHerb.html>
日本プライマリ・ケア連合学会 (最終閲覧日2018年1月3日)
<http://www.primary-care.or.jp/index.html>
OECDによる分析と提言 医療の質レビュー：日本 評価と提言 (日本語版及び英語版) (最終閲覧日2017年11月15日)
http://www.oecd.org/els/health-systems/ReviewofHealthCareQualityJAPAN_ExecutiveSummary.pdf