

藥用植物的魅力

默默存在於自然界的藥草
是人類最完美的摯友
為人類解憂治病
從不期望任何回報
切勿將藥草視為搖錢樹
應視為上蒼所賜
最實惠的禮物



藥用植物用途廣泛，日本的藥用植物產區逐漸在增加，例如在北海道處處可見到薰衣草栽培，變成一種觀光資源。藥用植物特有的柔和性、時髦性與健康形象等各種優點，已成為世界上最有用的商品材料之一，今後勢必更受讚賞。但切勿將藥用植物視為唯一賺錢致富的商品，而應視為上帝賜予人類的健康與生活上不可或缺之禮物，並應留心培育藥用植物。如有培育過藥用植物經驗及受過藥用植物恩惠之人定必瞭解此意。

因藥用植物絕不辜負人類，更不欺騙人類。藥用植物僅默默的存在於自然界而從不期望任何回報，且經常協助治癒人類身體，給予人類舒適的心情，當人類覺醒到藥用植物是人類最完美的摯友時，就是藥用植物真正開創歷史的契機。

日本藥用植物協會 / 高橋雅史



日本第一的 薄荷鄉村 北海道・潼上町



本人住於人口4,500人的潼上町，每年5月中旬至6月初旬就有超過15萬人次的觀光客來訪，本鄉村完全依靠農業與林業而繁榮。1961年人口有14,000人，爾後由於青年人往外發展使本鄉人口數急速減少，成為一高齡化之鄉村。本鄉雖小，但薄荷生產量佔全日本第一位，尤其薄荷品質號稱世界第一（本鄉村之薄荷生產已有80年歷史），日本生產之薄荷大部份人都會連想到“北見”地區之薄荷，事實上是本鄉在支撐著所謂“北見”之薄荷。

本鄉之薄荷生產雖佔全日本第一位，但薄荷之混合與輸入問題，使現況與未來展望呈不樂觀狀態。目前本鄉生產的優良品質薄荷總產量之10%，供作與品質不良薄荷輸入品混合之用，使本鄉最主要作物薄荷陷入危險狀況。本鄉村已開始籌劃設法擴大薄荷之消費量，但單純之“薄荷”一直無可行方法打開消費量。直至1986年始提出“藥用植物之薄荷”為新口號打開銷路，結果目前銷路擴展至供不應求之狀態。

此後聘請專業人員企劃發展成目前薄荷企業化之生產，

1991年4月間成立一所芬香之家（fragrance house），以研究藥用植物製品擴大推廣為目的，店內標示“不但不能忘記薄荷而且要擴大薄荷用途”，置有古舊蒸溜釜，使人回憶古代薄荷製造過程之舊器具；第二目標是與擴大消費面有關連的公眾均可使用的花園之造園，其目的是針對公共的需要俾在農業上發展藥用植物。本鄉為提高“潼上”鄉村農業及薄荷之再興事業，今後將更進一步發展藥用植物。 ◆

室松農園 栽培 清潔藥草

所謂“室松”形式，其特徵之一係妥為利用其特有農地29公頃廣大面積推行，包括多年生草本的大面積藥用植物之輪作方式。因輪作制度使該大面積土壤栽培藥用植物時可採用無農藥栽培方式，此外又獲得國立道立公立試驗機關與種苗生產者等之指導協助選拔具有實用性之優良品種。本農園出品的乾燥藥用植物，主要來源以當地北海道生產者為主，品質比進口者優良。

本農園產品的藥用植物茶與草本（herbal）紅茶，風味

甚佳獲得各界好評，因本農園改進製造機械的自動化而自設工場並擁有茶袋製作機械，平均每月可生產75萬個茶袋，尤其茶袋之製作過程針對藥用植物之特性特採用的包裝，使茶袋有效使用期間超過2年以上，且乾燥原料之殺虫殺菌亦未使用任何瓦斯，而改以進步有效率的光學電子等方法進行殺虫殺菌，因此本園生產之全部產品均未發生虫蝕。此外目前正接受日本國內大小企業公司之委託加工。

本園目前之產品種類有藥

用植物茶、草本紅茶，藥用植物精油與麵團（paste）等食品與香袋，園藝用栽培器具等多達700個產品種類，此外雖尚未生產銷售但已開發出未加工藥用植物的無菌麵團及藥用植物壓出成分而製成粉末等技術，今後預定將這些新開發產品供應大型加工食品工廠。

此外亦另有新構想將利用這些新技術開發提供化粧品或醫藥外用品等等之原料。將於近期內在公立試驗機關協助下確立每一項原料之檢查方法，藥用植物之栽培自本年度起交由本園關係企業的農業生產財團法人組織之另一公司推動，並將北海道當地生產原料之確保列為首要任務，依目前情況

預測，4年後將生產藥用植物乾燥原料300公噸，及未經乾燥而供為加工用原料者170公噸左右，因此自本年度起將徵求北海道當地之委託栽培農戶，據預測4年後將有3000戶委託農戶。惟在農家方面來說因栽培藥用植物所需勞力相當大，且不一定僅與一公司契約收購等各種困擾問題，致使農戶不一定以其全部面積栽培藥用植物為主要考慮，以本人預測每一農戶僅能栽培約10~15公畝面積之藥用植物。

今後日本國內必著重於未經加工而僅收成藥用植物為主之銷售市場，且正開始於全日本內國內生產。如此情況下，必引起藥用植物生產過剩現象，且品質與規格不能均齊必發生差異，招致消費者之不滿。日本生產藥用植物茶雖甚受健康食品愛好者的歡迎，但目前市面上銷售的進口品因其品質不甚優良不太為一般人接受，致銷售量經預測不可能增加。據日本市場反映，只要風味良好，品質穩定之商品，消費量必可擴展。

和諧藥園

Herb harmony garden

茨城縣水海道市大塚町

本農園雖有出售藥用植物苗木或切花，但營業主體以觀光為主，以經營藥用植物的觀光收益佔全部營業金額之8成。訪問本農園之客人一進園內就可先看到以美麗藥用植物花作成圓型的花籃式農園，亦可看到薄荷農園及皇家農園的庭園，又可發現出售藥用植物加工品與苗木、切花等商品的專賣店，此外並設有使用無農藥栽培方式生產藥用植物為主題的餐廳，該餐廳內有出售以藥用植物製成的細通心麵，1盤日幣850圓（相當於台幣170元），以藥用植物製成粥者1碗日幣880圓（台幣176元），另設有類似彎曲花狀命名為“花朵盛開道路”及在通道周圍配置具有水果香味的藥用植物，命名為“水果風味道路”。

本農園以觀光為主要經營目標，故農園內外周圍特注重外表的裝飾，此外，本農園壓克力溫室有裝設反射式的遮光窗簾，其溫室內的溫度與濕度委託專門人員負責管理，因在盛夏時較為高溫多濕，須特別注意苗木的劣變，通常苗木約有一成程度因劣變而被淘汰（苗木的總銷售數量是20萬株，其劣變而被淘汰者約2萬株）故尤應注意日常的管理作業，以免影響苗木之劣變。

藥用植物自古以來就隨著每一時代的文化變遷而被人利用作各種各樣的用途，造就為期甚長久的歷史，其用途不僅是利用她的香醇芳味，還能經營出浪漫的氣氛。總言之，藥用植物的名氣因形象良好而受各界愛用，對一般消費者有甚大的魅力（本園入場免費）

三島 藥用植物園 (靜岡縣)

6年前，有4名志同道合的青年與往常一樣聚集一起互相飲酒，話題自然的轉至農業方面，“有無穩定作物可栽培？”“栽培藥用植物如何？日本雖很少栽培藥用植物，但因具有強烈芳香，今後在日本栽培必有相當幅度的成長。”如此互相討論中提起從前就寄

予關心的藥用作物之名稱，雖無信心，均認為可試一試，並於那一年收集種子後開始試行試驗性栽培。初步結果發現尚有某些錯誤，並於翌年受當地農會推荐，租借4人共同投資的育苗園，並定名為“三島藥用作物農園”，在灌溉水方便的40公畝旱田上新建450坪水

管灌溉室後正式栽培，產品半數的銷售對象以花卉市場為主。另一半銷售至藥用植物專門店及種苗批發公司，有時由造園業者來大量訂購，如此終年出貨體制已稍具雛形，但苗木銷售量最大時期以2月下旬至6月間及9月至11月為主。

本農園目前栽培約100種類



淡路花園

生產食用花卉

之藥用作物，其中較受一般人歡迎者有 pepper mint, spare mint, eau de cologne mint (法國薄荷)，與帶有蘋果香味的 apple mint 等薄荷類。其他具有檸檬香味的 lemon balm, lemon verbena, (香馬鞭草) lemon geranium, 藥用植物茶及供作洗浴劑香料用的 chamomile, lemon grass rosemary, lavender 等，此外供作烹飪用的 Thyme, sage chervil, dill, 及在肉類料理方面需用的 French tarragon, 與 Tomato 有相連性的 Sweet basil, 又可供作食用花 (edible flower) 而深受歡迎的 nasturtium, bolide, 比砂糖甜度高三百倍的無熱量的 stevia (甜菊) 等，由於發生消費者之美食熱潮與生活多樣化對於 gourmet boom 的名氣逐漸旺盛。

每一個9公分盆的苗其批發價格約為100日圓(台幣20元)，其生產量逐年增加，去年生產30萬盆，今年生產目標為35萬盆，以往銷售者大多為9公分花盆苗，但今年以12公分大盆苗者較受到市場的好評，目前各界期待各種不同的品種，今後適合於供作烹飪用品種及花朵較美麗的觀賞用花盆花的品種較有可能獲得好評。

本農園“三島藥用植物農園”的苗木生產方面號稱為全日本第一位，但今後尚期望能在日本全國出名，且本園產品於不久將來能成為觀光地帶“伊豆”的特產品，此乃本園唯一的願望。

因1989年舉辦EXP090(花的萬國博覽會)活動之關係，由大阪批發百貨店的生鮮蔬菜賣場要求本園自1989年4月起開始出貨供應edible flower(食用花)。此後，本園亦著手進行藥用植物之花卉栽培。萬國博覽會剛舉辦當時，政府訂定“淡路島休閒度假樂園”法規，因此本園計劃設置以edible flower為中心的觀光農園，並集合六個農家集團開創設立淡路花園與南淡路觀光農園。同年6月間接受農林省“食用花卉引進促進調查事業計劃”項下認為指定農場，此後得有機會與該計劃推行委員接觸而互相交換最新情報，尤其接受藥用植物研究家及專長於食用花的小松美枝子先生指導，在地理氣候土壤均優異環境之淡路島開始採用無農藥有機栽培方式，經營藥用植物與edible flower，並以“新鮮產品提早送達”為構想，將產品以快遞及新鮮包裝方式配送至各地區餐廳與飯店

、加工業者及一般消費者家庭手中，又與另一農園公司密切合作連繫建立銷售體系，最初亦直接銷售予各市場，但由於成本較高不合算，到後來停止直接銷售予各市場。

目前食用花的用途分為，所謂以手取食小菜上面的裝飾物與製成類似於沙拉的完全食品材料兩種方式的使用方法。本園出產的食用花均經嚴格管制品質，盡量使消費者能品嚐到口齒留香與濃郁口味的種類。例如我們時常可看到在西點或沙拉上面插有一朵康乃馨或一朵萬壽菊等之花。新鮮的萵苣或番茄如經適當的烹調即可使人們享受可口美味，與此相同道理，一般的食用花亦與沙拉同樣需經適當烹調，始能使人們享受到美味，實際上每一花朵均擁有各種各樣不同色彩與形狀。所謂“烹飪是一種藝術”，食用花的品質良否，不但可供作烹飪人員的表現材料，亦可使品嚐客人受到感動。

啜飲美麗花卉

藥用植物是年輕人的嗜好品

長期從事於藥用植物商品的日本綠茶中心公司，取得世界最大的德國藥用植物茶 Pon Padorl 公司在日本的獨家販賣代理權之外，還有美國最大藥用植物 John 公司與世界最大紅茶香味調味茶製茶商“國際製茶公司”在日之獨家販賣代理權。日本綠茶中心股份公司除進行藥用植物或茶有關連商品之進出口業務外，已著手進行商品的企劃、製造、販賣（包括批發與零售），可算是日本藥用植物最先進的企業，目前有意進行藥用植物有關商品的很多大型企業公司正著手與該股份公司洽辦連繫中。

藥用植物是嗜好品 不是健康食品

綠茶中心公司社長北島勇氏回顧 1969 年，初次將藥用植物茶輸入日本時，一般人均不明瞭藥用植物及藥用植物茶。因此公司提出重點口號“大家來啜飲美麗花朵”以加強宣傳，並強調色味與感性，塑造時髦的新形象，以青年層為主要訴求對象。當初名稱亦未使用藥用植物而改稱為“藥用植物茶”當作嗜好品銷售，經過一段時間始成功。當初銷售前曾發生 2 個大困擾問題，一是藥用植物銷售地點選擇在何處

？另一是藥用植物當作那一種類之商品來銷售？因藥用植物進口當時適為日本各界正大事宣傳健康食品時期，故經商議結果藥用植物選擇在健康食品販賣場銷售，作為一過渡時期之商品。北島氏說，藥用植物其實並非健康食品，但藥用植物可使人有舒適感，而這點正是具有活力的青年人所必需的。因此藥用植物銷售當初，就希望放置於嗜好品販賣場所銷售。



日本綠茶中心公司 北島社長

至於有意銷售藥用植物產品的產地，日本綠茶中心公司提出下列意見：首先應先確定銷售路線，因日本的栽培規模較小，故成本與產量無法與外國廣大栽培規模對抗。但日本國內生產的藥用植物如不考慮味道與成分單以外觀比較，日本生產的藥用植物較為美觀，因日本春夏秋冬四季的氣候變

與地方特產連結在一起

化較為溫和，頗適於栽培柔和的苦味、辛味、酸味的藥用植物，故雖為同一品種，在日本生產者，其品質較進口者為優。

此外應重視與當地特產品連結在一起，例如薰製虹鱒魚或火腿過程中可添加藥用植物香味等等利用方法，如此與當地特產品連結一起，則銷路必可擴大。尤其在銷售藥用植物商品時絕不能忘記“藥用植物是維持精神與肉體健康的素材”這一句名言，因此栽培藥用植物過程中如過分使用農藥或在溫室栽培，必發生無謂的困擾問題。

在日本料理（和食）中，原來就有日本式的藥用植物供作調味，例如山葵、紫蘇、生薑、胡椒等。北島氏擬將華麗精彩富有色彩的藥用植物溶入於日常生活中作為提高藥用植物銷售量之構想，例如將黃色醃漬蘿蔔配合甘菊，可樂配合薄荷等以不同顏色組合作為提高銷售量措施之一。“為使更衆多的人使用藥用植物起見，應擴大提供“飲食”“化粧”等方面易於使用的藥用植物素材，將成為今後最重要之課題”。由此可知，今後日本所需藥用植物的供應量將隨著時代潮流逐漸增多。◆

生活化的藥用植物

古埃及文明時代，藥用植物就供作建造金字塔工人的營養品之用，可消除疲勞、傷藥治療等，尤其埃及艷后 Cleopatra（克麗佩脫拉）當時亦常飲 hibiscus（木槿）茶，流傳至今。

藥用植物在歐洲社會是日常生活中深受歡迎的商品。藥用植物在歐洲不同國家，有其不同的嗜好領域，例如英國注重園藝趣味的 hobby（嗜好），法國較注重於供作食方面的嗜好，德國較注重於供作醫藥品等。站在“注重地球自然環境”觀點來說，藥用植物今後必更受各界重視。在歐美地區飲料消費量以咖啡為最大宗，紅茶次之，藥用植物排名第三。數年來由於日本的老人與年青人海外旅遊風潮盛行，大部分日本人在國外體驗到藥用植物之好處，因此引起日本藥用植物需要量逐漸增加。

自20年前由西德 Pon Padrol 股份公司初次推荐該公司產品藥用植物茶，引進日本後，最初10年期間在日本並未受各界重視，僅有極少部份愛好者品嚐使用。但至今已變成只要命名與藥用植物有關連，其商品必成長為流行暢銷商品，目前與藥用植物有關連的商品種類已超過1,000種以上，茲將其暢銷商品之一部份介紹如下：

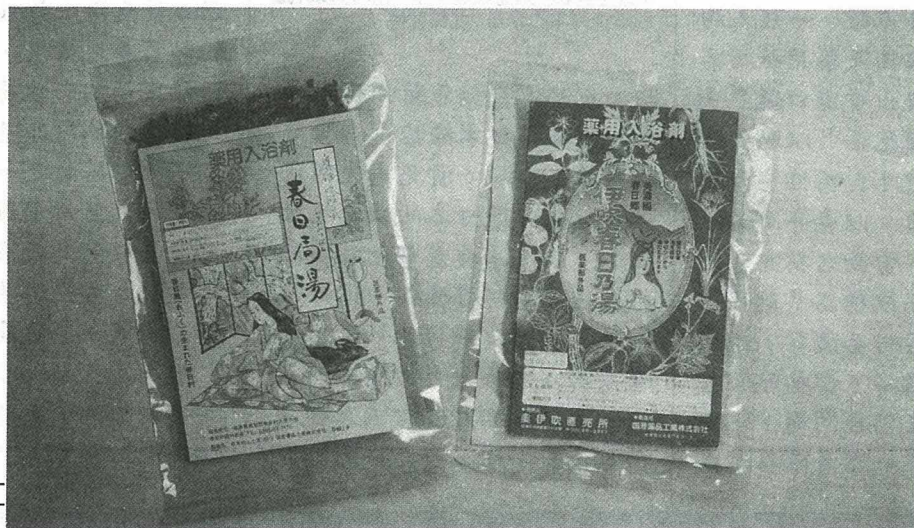
飲料與食品

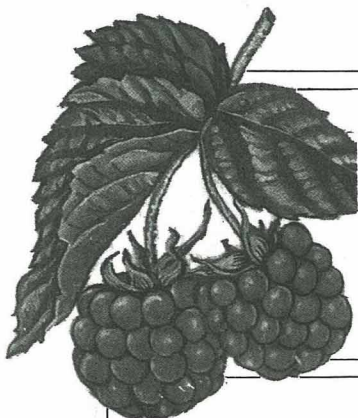
藥用植物茶或藥用植物商品中，其銷售量與銷售種類最多成為暢銷商品者約有30多種。目前市面上由德國老店與英國系統紅茶製造廠商引進的藥用植物產品佔最多。最近由油、醋、酒、蜂蜜、餅業、製造飲料罐頭商業大型業者逐次引進其產品，使藥用植物產品市場趨向擴大。至於中小企業者

，如有適當的構想亦能容易開發藥用植物具有魅力的市場。例如食用花，如有良好的構想亦能另於開發市場且正開始形成新的流行暢銷商品群。食品與飲料類藥用植物市場銷售規模據估計約為300億日圓，且4~5年後預計將達1000億日圓。

沐浴精與化粧品

目前已有純粹以藥用植物製成的產品及利用藥用植物抽出液，混合其他材料而製成的產品兩大類，此兩大類產品頗受嚮往自然形態人士的消費者歡迎，洗浴劑與化粧品業界之大型企業者早就從事於此兩大類產品之開發，尤其美國系統之大企業者亦透過商業化電視，經常擴大宣傳，以加速藥用植物消費暢銷，其功不可沒。經營藥用植物的老店亦以提倡自然形態為重點而滲入市場擴





展各方面擔負的角色，今後期待再提高以自然形態為主的優良產品逐漸展顯，其市場規模經推測，將達到 200 億日圓。

家庭日用品

洗滌劑或芬香劑園藝用品，寵物玩賞用品等銷售範圍巨大的雜貨業界亦有藥用植物的踪跡，此外抽出藥用植物精液所需之器具類及使用藥用植物為素材的裝飾品與廚房用品亦甚多，目前在市面上，因尚未達成熟階段致尚未推出熱門商品，但目前社會上期待以手工製成商品之呼聲甚高。故今後或許有可能由個人方式滲入市場，又每地區的每一村落，舉辦該村落特殊產品一品目的活動也有可能。將來其市場規模經預測約可達到 50 億日圓。

染色劑與香料

因藥用植物本身具有特殊的顏色與芳香，故從古代迄今，人類均深信藥用植物亦具有驅散病魔與除退惡靈的力量，例如僧衣的染色或寺院的薰香多使用藥用植物，尤其最近以科學方式研究藥用植物之芳香對人體的影響並確立芳香療法的領域。又供作染色植物用途甚為出名的紅花(Safflower)或鬱金(turmeric)，因其具有自然的色調、配色(nuance)，甚獲人們的好評，常供作香水、菸葉各種食品、化粧品等天然著色香料為目的，而大量生產。其市場規模經預測為 40~50 億日圓。

藥用健康產品

藥用植物供作製藥原料之歷史很悠久。有史以前人類就憑經驗常供作治療百病與保持健康之用。但至目前因受藥物管理法之限制凡未獲准登記為醫藥品者禁止宣傳廣告該藥品之效能效果，係防止部份心術不正者詐稱“對予癌病或久病不癒之疾病均有效果的秘方”為藉口詐騙消費者為目的。大部份學者認為供為醫藥用之藥用植物，如妥善使用較無副作用，如與使用科學方法合成的新藥比較，反而較安全，因此在醫師開出的處方中或成藥中配有藥用植物之實例不勝枚舉。茲列舉市面銷售上較為出名的藥用健康產品如下，但其市場的規模目前尚無法推測。

〈下期續完〉

