

ตลาดชาสมุนไพรเติบโตต่อเนื่องในญี่ปุ่น

สตท. ณ เมืองฮิโรชิมา

ชาเป็นเครื่องดื่มที่มีมาแต่ดั้งเดิมในญี่ปุ่น โดยเป็นประเภทชาเขียว (Green Tea) และ โฮจิฉะ Hojicha¹ (Roasted green tea) ต่อมาในช่วงปลายสมัยเอโดะ ได้มีชาวฮอลแลนด์นำเข้าพืชสมุนไพรเช่น คาโมมายล์ (Chamomile) เข้าไปเผยแพร่ในญี่ปุ่น และในปี 1969 จึงได้เริ่มการนำเข้าชาสมุนไพรของบริษัทผู้ผลิตชาเก่าแก่ของเยอรมัน คือ บริษัท ปอมปาดัวร์ (Pompadour) จากนั้นมาชาสมุนไพรได้เริ่มหยั่งรากลึกในประเทศญี่ปุ่นโดยตลาดได้เกิดการขยายตัวซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ระลอกใหญ่ กล่าวคือ

1. **ระลอกแรกเป็นยุคของ "กระแสความนิยมเครื่องหอม หรือ พ็อตพური² (Potpourri Boom)"** ในช่วงทศวรรษที่ 1980 ซึ่งได้เริ่มมีการนำสมุนไพรมาใช้ในชีวิตประจำวัน กระแสนิยมดังกล่าวเกิดขึ้นจากความชื่นชมต่อวิถีชีวิตที่หรูหราแบบตะวันตก จึงมีการใช้ "พ็อตพური" เพื่อเติมดั่งกลิ่นหอมจากสมุนไพรแห้งและได้กลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิง จากวัฒนธรรมการชื่นชมกลิ่นหอมดังกล่าว ได้พัฒนาไปสู่การนำสมุนไพรแห้ง (เช่น ลาเวนเดอร์หรือคาโมมายล์) มาชงในน้ำร้อนเพื่อดื่ม ซึ่งกลายเป็นรสนิยมทันสมัยและเริ่มแพร่หลายเข้าไปในครัวเรือนทั่วไป
2. **การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค "สุขภาพและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก"** เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 2000 จนถึงปัจจุบัน โดยบทบาทของชาสมุนไพรได้เปลี่ยนจากการเป็นเพียงเครื่องดื่มที่ทันสมัย ไปสู่การเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ท่ามกลางสังคมที่เต็มไปด้วยความเครียดผู้คนต่างต้องการหาสิ่งที่จะช่วยผ่อนคลายความเครียด ประกอบกับกระแสความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและออร์แกนิกที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีสินค้าเช่น ชาสมุนไพรแบบผสม (Blended herbal teas) ที่นำเสนอคุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น "ช่วยให้ผิวพรรณงดงาม" "ช่วยให้นอนหลับสบาย" หรือ "ช่วยล้างสารพิษในร่างกาย" ฯลฯ
3. **การเติบโตอย่างก้าวกระโดดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2020** โดยได้เกิดกระแสที่เรียกว่า "Caffeine Management" หรือ การจัดการปริมาณคาเฟอีน กล่าวคือ การควบคุมปริมาณคาเฟอีนที่ได้รับในแต่ละช่วงเวลาของวัน เพื่อช่วยให้นอนหลับได้ดีขึ้นและส่งเสริมสุขภาพโดยรวม เนื่องจากชาสมุนไพรส่วนใหญ่ไม่มีคาเฟอีนโดยธรรมชาติ จึงกลายเป็นทางเลือกยอดนิยมสำหรับการดื่มเพื่อเติมความชุ่มชื้นให้แก่ร่างกายในชีวิตประจำวัน แทนการดื่มกาแฟหรือชาเขียว

ขนาดของตลาดชาสมุนไพรในญี่ปุ่นและแนวโน้ม

ในปี 2024 ตลาดชาสมุนไพรในญี่ปุ่นคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.34 พันล้านเยนหรือสหรัฐ คิดว่าจะขยาย ตัวเป็น 2.87 พันล้านเยนหรือสหรัฐ ในปี 2033 โดยมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ประมาณร้อยละ 8.76

ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนการขยายตัวดังกล่าว คือ ความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการที่สูงขึ้นสำหรับเครื่องดื่มจากธรรมชาติที่ปราศจากคาเฟอีน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมการผ่อนคลายและการนอนหลับที่ดีขึ้น

การพัฒนาของตลาดชาสมุนไพรในญี่ปุ่น

ตลาดชาสมุนไพรในญี่ปุ่นกำลังพัฒนาในหลากหลายมิติ ได้แก่

- (1) ความสนใจในอาหารออร์แกนิกและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในหมู่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น ผู้บริโภคที่มองหาทางเลือกด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ปราศจากยาฆ่าแมลง ปุ๋ยเคมี และสารปรุงแต่งสังเคราะห์ ชาสมุนไพรจึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

¹ Hojicha (Roast Green Tea) คือ ชาเขียวที่ผ่านการคั่ว โดย ใบชาหรือก้านชาที่ถูกคั่วด้วยความร้อนสูงเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลทองหรือสีน้ำตาลเข้ม มีกลิ่นหอมคั่วอันเป็นเอกลักษณ์ รสชาติละมุน กลมกล่อม ไม่ขมและไม่ฝาด มีคาเฟอีนและสารคาเทชินต่ำมากเนื่องจากผ่านความร้อนสูงในกระบวนการคั่ว

² พ็อตพური (Potpourri) คือ เครื่องหอมที่ทำจากดอกไม้แห้ง ใบไม้ เปลือกไม้ หรือสมุนไพร ผสมกับเครื่องเทศและน้ำมันหอมระเหย แล้วนำมาบรรจุในโถหรือใส่ถุงผ้าเพื่อกระจายกลิ่นหอม

ชาสมุนไพรระดับพรีเมียมที่ผลิตจากสมุนไพรออร์แกนิกหรือส่วนผสมจากธรรมชาติล้วน กำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ

(2) จากกระแสความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มสูงขึ้น แบรินด์ต่างๆ จำนวนมากขึ้นจึงหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน เช่น วัสดุรีไซเคิลและถุงชาที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าแบรนด์และความสามารถในการแข่งขันในตลาดเท่านั้น แต่ยังสร้างโอกาสการเติบโตใหม่ๆ ในตลาดชาสมุนไพรของญี่ปุ่น

(3) เดิมผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรมักเน้นไปที่สารสกัดจากสมุนไพรแห้งเป็นส่วนใหญ่และการชงก็ต้องนำไปต้มในกาน้ำ แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตได้พยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรที่เตรียมง่ายและบริโภคได้สะดวกทั้งสำหรับดื่มในที่ทำงาน หรือระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาแบบซอง แบบผง หรือชาบรรจุขวด รวมไปถึงชาสมุนไพรแบบสกัดเย็น (Cold-brew)³ และความหลากหลายเหล่านี้ได้ช่วยตอบโจทย์วิถีชีวิตของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป และช่วยขยายฐานผู้บริโภคให้กว้างขึ้นอีกด้วย

(4) ความหลากหลายของชาสมุนไพร นอกจากชาสมุนไพรซึ่งเป็นที่รู้จักและบริโภคกันแพร่หลายในญี่ปุ่น เช่น ชาคาโมมายล์และชาเปปเปอร์มินต์ (Peppermint) ยังมีชาตะไคร้ ชาขมิ้น ชากุหลาบป่า (rose hips) ชาชิงชาลาเวนเดอร์ ชารอยบอส (Rooibos Tea)⁴ และยังได้เริ่มมีการแนะนำและจำหน่ายชาสมุนไพรใหม่ๆ เช่น ชาดอกอัญชัน ชามะตูม ชาจากรากของมาร์ชเมลโลว์ (Marshmallow root) ชาที่ผสมสมุนไพรหลายอย่างเข้าด้วยกัน (Blended herb tea) ฯลฯ

ข้อกำหนดพื้นฐานในการติดฉลากผลิตภัณฑ์

ชาสมุนไพรจัดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปสำหรับผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งต้องมีข้อมูลต่อไปนี้ระบุบนฉลากผลิตภัณฑ์

- ชื่อผลิตภัณฑ์: เช่น ชาสมุนไพร, ชาสมุนไพรผสม ฯลฯ
- ส่วนประกอบ: รายการสมุนไพรหรือพืชที่ใช้ โดยเรียงลำดับตามน้ำหนักจากมากไปหาน้อย (ส่วนผสมเพิ่มเติมอื่นๆ ควรระบุแยกต่างหาก)
- ประเทศต้นทางของวัตถุดิบ: ประเทศที่เป็นแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบที่มีน้ำหนักมากที่สุด
- ปริมาณสุทธิ: น้ำหนัก (หน่วยเป็นกรัม) หรือจำนวนของ (เช่น 20 กรัม หรือ 1 กรัม x 20 ซอง)
- วันที่ควรบริโภคก่อน (Best-Before Date): วันที่ผลิตภัณฑ์ยังคงรักษาคุณภาพไว้ได้ หากเก็บรักษาตามคำแนะนำที่ระบุไว้
- คำแนะนำในการเก็บรักษา: แนวทางในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เช่น หลีกเลี่ยงแสงแดดโดยตรง อุณหภูมิสูง และความชื้นสูง
- ผู้จำหน่าย (หรือผู้ผลิต): ชื่อ (หรือชื่อบริษัท) และที่อยู่

ทั้งนี้ มีข้อควรระวังสำหรับการติดฉลาก ได้แก่

- (1) ข้อมูลโภชนาการ โดยหลักการ ผลิตภัณฑ์ประเภทชาได้รับการยกเว้นไม่ต้องแสดงข้อมูลโภชนาการ (เช่น ปริมาณพลังงานที่ได้รับจากการบริโภค ปริมาณโปรตีน ฯลฯ) อย่างไรก็ตาม หากมีการระบุถึงสารอาหารบางชนิด หรือมีการกล่าวอ้าง เช่น "แคลอรีต่ำ" หรือ "ปราศจากน้ำตาล" ในกรณีเหล่านี้จะต้องแสดงข้อมูลโภชนาการด้วย
- (2) ข้อห้ามในการกล่าวอ้างสรรพคุณทางยาหรือการรักษาโรค ภายใต้กฎหมายว่าด้วยเภสัชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์ (Pharmaceuticals and Medical Devices Act) และกฎหมายการแสดงฉลากอาหาร (Food

³ ชาสมุนไพรสกัดเย็น หรือ Cold brew tea เป็นชาที่ผลิตให้สามารถสกัดได้ด้วยอุณหภูมิที่ต่ำอย่างช้าๆ โดยน้ำเย็นหรือน้ำที่อุณหภูมิห้องแทนน้ำร้อน ซึ่งทำให้มีรสชาติกลมกล่อม เนื่องจากคาเทชินและคาเฟอีนในชาละลายออกมาได้ยาก

⁴ ชารอยบอส หรือ ชาแดง ผลิตโดยการหมักกิ่งและใบของต้นรอยบอสซึ่งเป็นพืชพื้นถิ่นในประเทศแอฟริกาใต้ จนเป็นสีน้ำตาลแดงอุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ (antioxidant)

Labeling Act) ห้ามมิให้มีการกล่าวอ้างสรรพคุณทางยาหรือการรักษาโรคบนบรรจุภัณฑ์ หรือเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การระบุว่า "มีประสิทธิภาพในการรักษาภาวะใดภาวะหนึ่งโดยเฉพาะ" หรือ "ช่วยรักษาโรค" หรือ "ช่วยแก้อาการนอนไม่หลับ เป็นต้น

- (3) การแสดงข้อมูลสารก่อภูมิแพ้ หากผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบที่เป็นสารก่อภูมิแพ้ เช่น ส้ม แอปเปิ้ล หรือ "ส่วนประกอบที่ระบุไว้" อื่นๆตามที่กฎหมายกำหนด จะต้องระบุข้อมูลดังกล่าวไว้บนฉลากด้วย
- (4) ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรจะต้องไม่มีส่วนประกอบที่ถูกห้ามใช้ ซึ่งได้แก่สารที่ถูกจัดประเภทเป็นส่วนประกอบทางยา รวมอยู่ด้วย รวมทั้งส่วนประกอบที่ถูกกำหนดไว้ว่าจะต้องรายงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ อาทิ แบล็กโคฮอช (Black Cohosh)⁵

คำแนะนำสำหรับผู้ผลิตผู้ส่งออกไทย

ตลาดชาสมุนไพรในญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อไป พร้อมกับความใส่ใจในสุขภาพและความต้องการผ่อนคลายร่างกายของผู้บริโภคในญี่ปุ่นที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ชาสมุนไพรใหม่ๆที่ไม่เคยเป็นที่รู้จักในญี่ปุ่นได้ถูกแนะนำเข้าสู่ตลาดและกระตุ้นกระแสความสนใจชาสมุนไพรให้มากขึ้น ไทยมีผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรหลายประเภทซึ่งมีศักยภาพในการนำเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่น ทั้งนี้ พืชสมุนไพรที่ใช้จะต้องมีความปลอดภัย โดยเฉพาะการใช้สมุนไพรออร์กานิกจะเป็นจุดขายที่ดึงดูดผู้บริโภคได้ดี การผลิตต้องอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างเข้มงวด มีคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัยตามกฎหมายของญี่ปุ่น และประเด็นสำคัญที่ต้องระวังคือ นอกจากจะต้องมีข้อมูลที่กำหนดให้ระบุบนฉลากอย่างครบถ้วนแล้ว จะต้องไม่มีการระบุหรือกล่าวอ้างถึงสรรพคุณทางยา ไม่ว่าจะบนฉลากผลิตภัณฑ์หรือผ่านการโฆษณาทางสื่อต่างๆ

ตุลาคม 2569

ที่มาข้อมูล

- (1) รายงานเรื่อง "The herb tea market in Japan : Projected to grow to US\$2.87 billion by 2033 / Driven by health-conscious trend" (日本ハーブティー市場 : 2033 年に 28 億 7,000 万米ドル規模へ拡大予測 / 健康志向トレンドが牽引) โดย Report Ocean Co., Ltd (<https://www.dreamnews.jp/press/0000343797>)
- (2) รายงานเรื่อง "The factors driving growth in the herbal tea market and the emerging ways in which younger generations are engaging with caffeine" (ハーブティー市場が伸びる背景、若年層に広がるカフェインとの新しい付き合い方) โดย OKWAVE media 12 สค. 2026 (<https://media.okwave.jp/c4003/p434023>)
- (3) เว็บไซต์ O-cha.net ของ World Green Tea Association (公益財団法人世界緑茶協会) (<https://www.o-cha.net/teacha/syurui/herbtea.html>)
- (4) เว็บไซต์ของ Japan Medical Herb Association (日本メディカルハーブ協会) (<https://www.medicalherb.or.jp/>)

⁵ Black Cohosh แบล็กโคฮอช (Actaea racemosa หรือ Cimicifuga racemosa) เป็นสมุนไพรพื้นเมืองที่มีถิ่นกำเนิดในทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งชนพื้นเมืองนำรากและเหง้ามาใช้ประโยชน์ทางยามายาวนาน ปัจจุบันนิยมใช้เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือยาสมุนไพรทางเลือกสำหรับสตรี อย่างไรก็ตาม มีรายงานทางการแพทย์ว่าการใช้ Black Cohosh อาจทำให้เกิดภาวะตับอักเสบหรือพิษต่อตับได้ในบางราย