ของฝาก 77 จังหวัด
วางแผงแล้ว
ผลงานทีม 'ข่าวสด' 77 จังหวัด
พาช็อปของฝาก-ของที่ระลึก
เด็ดดังระดับโอท็อป
หลากแนวหลายประโยชน์ในทุกภาค
อีบใจผู้ให้ โดนใจผู้รับ
ซื้อหาสิ่งของ สื่อมิตรภาพ
ด้วยผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นทั่วไทย

ข่าวสด หลาก & หลาย
วันจันทร์ที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2556

..พันธุ์แท้พระเครื่อง
31
สมเด็จพระพุฒาจารย์(โต)รุ่น 141 ปี
วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร

ฟุกุโอกะฤดูหนาว

ศาลเจ้าคาโซฟุ เทมมังกุ

สวนสงบจิตแบบ 'เซน' ในคิวชู

ระดมข้อมูลนักข่าวเอเชีย
'คิวชู'วางแผนดึงนักท่องเที่ยว

พูดถึงญี่ปุ่น แน่นอนว่าคนไทยหลายคนต้องนึกถึง โตเกียว หรือ ซัปโปโร เป็นอันดับต้นๆ ซึ่งเป็นเมืองใหญ่ของเกาะฮอนชูและฮอกไกโดตามลำดับ

คิวชู ซึ่งเป็นเกาะทางใต้ของญี่ปุ่น คงไม่เป็นที่คุ้นเคยสำหรับชาวไทยมากนัก เมื่อเทียบกับสองเมืองข้างต้น

สำนักงานโครงการตั้งถิ่นฐานมนุษย์แห่งสหประชาชาติ (UN Habitat) ร่วมกับสหพันธ์เศรษฐกิจคิวชูของญี่ปุ่น จึงจัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสื่อมวลชนเอเชีย 7 ชาติกับสื่อมวลชนญี่ปุ่นที่เมืองฟุกุโอกะ เมื่อวันที่ 28 พ.ย. ที่ผ่านมา เพื่อให้คิวชูเป็นที่รู้จักแก่ชาวโลกมากขึ้น

โดยผู้สื่อข่าวตัวแทนทั้ง 7 ชาติเอเชียได้แก่ อินเดีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน เกาหลีใต้ และไทยทางด้านของญี่ปุ่น ได้

ส่งตัวแทนจากหนังสือพิมพ์และสื่อชื่อดังมาร่วมเสวนาจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น นิกเคอิ เอ็นเอชเอ และนิชินิปปอน นอกจากนี้ ยังมีตัวแทนจากภาคธุรกิจและเอกชนหลายคนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น

สำหรับประเทศไทย "หนังสือพิมพ์ข่าวสด" ได้รับเกียรติส่งตัวแทนไปร่วมการประชุมครั้งนี้เช่นกัน

วาตารุ อาโสะ ผู้อำนวยการท่าอากาศยานฟุกุโอกะ กล่าวเปิดงานเสวนาว่าปัจจัยที่ทำให้ญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกคือ วัฒนธรรมป๊อปของญี่ปุ่น หรือที่เรียกว่า เจป๊อป (J-Pop) ไม่ว่าจะเป็น แฟชั่น เพลง หรือวิดีโอเกม ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในเอเชียตะวันออกหลายประเทศ

"นี่คือการทูตเชิงวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยคนรุ่นใหม่และมีอิทธิพลอย่างใหญ่หลวงไปทั่วโลก" คุณอาโสะกล่าว

พร้อมย้ำว่าชาวญี่ปุ่นต้องเร่งสนับสนุนฝีมือของคนรุ่นใหม่นี้ ซึ่งในส่วนของคิวชูนั้น คุณอาโสะระบุว่าภาคการท่องเที่ยวของคิวชูได้จัดการประกวดคอสเพลย์และวาดรูปการ์ตูนญี่ปุ่น ที่เมืองฟุกุโอกะ โดยมีตัวแทนจากหลายชาติเอเชียเข้าร่วม รวมทั้งจากประเทศไทยด้วย

จากซ้ายนักข่าวจากเกาหลีใต้ จีน ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ไทย อินโดนีเซีย และอินเดีย

เทศกาลเมืองฮากาตะ

อย่างไรก็ตาม ตัวแทนจากฝั่งญี่ปุ่นกล่าวตรงกันว่า ถึงแม้คนจะมาญี่ปุ่นเยอะ แต่คิวชูกลับไม่เป็นที่โด่งดังในหมู่นักท่องเที่ยวมากนัก จึงมีการระดมสมองกันในที่ประชุมว่าจะทำให้เกาะคิวชูดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นได้อย่างไร

คุณคาซึยะ ไซโต้ ผู้สื่อข่าวจากสถานีโทรทัศน์ ทีเอ็นซี แสดงความเห็นโดยยกตัวอย่างประเทศไทยว่า ชาวไทยส่วนใหญ่มักจะเลือกไปเที่ยวโตเกียวกับโอซาก้าเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะโอซาก้า เพราะมีหิมะตกสวยงาม ขณะที่เมืองไทยไม่มีหิมะ

คุณไซโต้กล่าวว่า คิวชูคงไม่มีทางเป็นทางเลือกแรกของคนไทยหรือนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ แต่คิวชูสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่อยากเดินทางมาญี่ปุ่นเป็นรอบที่ 2 หรือ 3 ได้อย่างแน่นอน นอกจากนี้ ยังสามารถโปรโมตคิวชูผ่าน "ภาพยนตร์" ได้อีกด้วย โดยล่าสุด ก็เพิ่งมีกองถ่ายละครของไทยเดินทางมาฟุกุโอกะ เพื่อถ่ายทำละครเรื่อง "รักคุณเท่าฟ้า" ที่มี เคน ธิรเดช เป็นดารานำ ซึ่งทำให้มีกระแสฮิตเดินทางไปตามรอยละครเรื่องนี้อยู่พักหนึ่ง

ขณะเดียวกัน คุณโคจิ ยามาเนะ นักข่าวโยมิอูริ เสนอว่าคนไทยส่วนใหญ่เป็นชาวพุทธ ดังนั้น คิวชูน่าจะโปรโมตการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เช่น ทัวร์วัดหรือศาลเจ้าชื่อดังของญี่ปุ่นเพื่อความเป็นสิริมงคล โดยเฉพาะเมืองฟุกุโอกะที่มีวัดเซนที่เก่าแก่ที่สุดของญี่ปุ่น

ด้านคุณโยสึเกะ คาวาจิ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์นิกเคอิ กล่าวเสริมว่า ประหลาดใจที่ได้ทราบว่า ราเมง และ ซาบู เป็นที่นิยมในหมู่คนไทยอย่างมาก คิดว่าคิวชูควรจะชักชวนคนไทยให้มาเที่ยวเพื่อลิ้มลองอาหารญี่ปุ่นขนานแท้เหล่านี้ เพราะ ราเมง เป็นอาหารขึ้นชื่อของคิวชู น่าจะถูกปากชาวไทยกันถ้วนหน้า

จุดเด่นทั้งหมดนี้จะชักชวนชาวไทยไปเที่ยวคิวชูได้สำเร็จหรือไม่ก็คงต้องดูต่อไป

เมื่อตัวแทนฝั่งญี่ปุ่นถามนักข่าวจากเอเชียว่า มีข้อเสนอใดๆ ให้ญี่ปุ่นปรับปรุงเรื่องการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวบ้าง ทุกคนสั่นหัวแล้วตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า ไม่มี เพราะเมื่อเทียบกับประเทศตนเองแล้ว ญี่ปุ่นมีระบบการคมนาคมที่ล้ำสมัยและเป็นระเบียบกว่ามาก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้สะดวก

ในส่วนนี้ คุณมาซาโนริ ฮาชิโมโต้ ผอ.ด้านการท่องเที่ยวประจำคิวชูจากกระทรวงคมนาคมญี่ปุ่น เล่าว่า เคยประจำอยู่สถานทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย โดยเป็นที่ปรึกษาในด้านการคมนาคม ตนจึงเห็นว่าชาวไทยสามารถเรียนรู้จากระบบคมนาคมญี่ปุ่น โดยเฉพาะคิวชู เพราะคิวชูมีระบบขนส่งที่ซับซ้อนน้อยกว่ากรุงโตเกียว จึงเหมาะกับประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย

และญี่ปุ่นพร้อมให้ความร่วมมือกับไทยในการพัฒนาระบบคมนาคม รวมถึงโครงการ 2 ล้านล้านของรัฐบาลไทยด้วย

คุณฮาชิโมโต้กล่าวย้ำว่า สื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่ในการเรียกร้องความก้าวหน้าทางระบบคมนาคมในประเทศของตนเช่นกัน ต้องเรียกร้องให้ทางการและสาธารณชนเห็นประโยชน์ในการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ

คุณฮาชิโมโต้ยกตัวอย่างโครงการ 2 ล้านล้านของรัฐบาลว่า โครงการพัฒนาด้านคมนาคมต้องมีราคาแพงมหาศาลอยู่แล้ว และเป็นหน้าที่ของสื่อที่จะต้องทำความเข้าใจกับประชาชนว่า การลงทุนเช่นนี้ คุ้มค่าต่อยนาคตของชาติในระยะยาวอย่างไรบ้าง

"ญี่ปุ่นเอง กว่าที่จะมีระบบขนส่งสาธารณะที่ก้าวหน้าขนาดนี้ ก็ต้องเผชิญปัญหามากมาย" คุณฮาชิโมโต้กล่าว *"แต่เป็นเพราะสื่อมวลชนและสาธารณชนญี่ปุ่นช่วยกันผลักดันอย่างเข้มแข็งมาตลอด เราถึงมาได้ไกลในวันนี้"*

อย่างไรก็ดี นักข่าวจากเอเชียทุกคนก็พูดตรงกันด้วยว่า อยากให้ชาวญี่ปุ่นปรับปรุงเรื่องภาษา เพราะชาวญี่ปุ่นไม่ค่อยพูดภาษาอังกฤษ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งในจุดนี้ ตัวแทนจากฝั่งญี่ปุ่นเห็นตรงกันว่า จะแก้ไขปัญหาให้เร็วที่สุด

นอกจากนี้ ตัวแทนจากฝั่งญี่ปุ่นยังได้ถามความรู้สึกเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นจากนักข่าวฝั่งเอเชียด้วย

คุณอรุณ ขัตติยาร์ ผู้สื่อข่าวอิสระจากอินเดีย ที่เล่าความประทับใจที่ตนมีเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นว่า

"ครั้งแรกที่ผมมาญี่ปุ่น ผมออกไปเดินเล่นตอนเช้าตรู่ ตอนนั้นอากาศหนาวมาก ผมเดินไปเดินมา ก็ไปพบกับคนญี่ปุ่น 3 คนกำลังใช้ค้อนไม้ขนาดยักษ์ตอกอะไรสักอย่างอยู่บนพื้น ตอกแล้วตอกอีก ผมอยากรู้เลยเข้าไปดู แต่สื่อสารกันไม่รู้เรื่อง เพราะพวกเขาพูดอังกฤษไม่ได้ ผมก็พูดญี่ปุ่นไม่ได้ เขาเลยยื่นค้อนไม้มาให้ผมแล้วทำท่าชักชวนให้มาช่วยกันตอก

ผมเองก็ไม่รู้หรอกว่าทำอะไรกัน แต่ผมก็ร่วมตอกด้วยคน ตอกกันไปหัวเราะกันไปอย่างสนุกสนาน ผมต้องถอดเสื้อโค้ดออกเพราะเริ่มร้อนพระอาทิตย์เริ่มขึ้นสูงแล้ว

เมื่อตอกเสร็จ เขาก็เปิดข้างในให้ผมดู ปรากฏว่าเป็นขนมโมจินั่นเอง และผมเพิ่งมารู้ทีหลังว่า นั่นเป็นวิธีการทำขนมโมจิแบบดั้งเดิมของชาวญี่ปุ่น ที่หาดูได้ยากมาก ผมดีใจมากและเล่าให้เพื่อนผมที่อินเดียฟังกันใหญ่

ผมรู้สึกเสียดายว่า คนอินเดียและคนในหลายประเทศ ยังเข้าใจว่าประเทศญี่ปุ่นคือญี่ปุ่นเมื่อ 20-30 ปีที่แล้ว ยังคิดว่าคนญี่ปุ่นเป็นคนเคร่งขรึม ไม่ต้อนรับชาวต่างชาติ เอาแต่ทำงาน เอาแต่หาเงิน

ขณะเดียวกัน เราก็รู้จักญี่ปุ่นเฉพาะจากสินค้าญี่ปุ่น เรารู้จักแต่เพลย์สเตชั่น หรือ โซนี่ หรือ ฮอนด้า

แต่ในความเป็นจริง สิ่งที่พิเศษของญี่ปุ่น ไม่ใช่เครื่องมือไฮเทคเหล่านี้ แต่คือคนญี่ปุ่นต่างหาก

ผมอยากให้คนที่อินเดียและทั่วโลกได้รับรู้ ว่าชาวญี่ปุ่นเป็นคนที่เป็นมิตร เป็นชาติที่รู้จักยิ้มและหัวเราะต้อนรับชาวต่างชาติ

ญี่ปุ่นคือชาติที่ยังดอกโมจิอยู่บนถนน และจะชวนคุณให้มาร่วมตอกด้วย"

'ยาไต' เพิ่งอาหารริมถนนสุดฮิตในฟุกุโอกะ

ราเมง อาหารชื่อดังของคิวชู

PHOTO : Tamio Hashimoto
ทิวทิศน์มุมสูงของเมืองฟุกุโอกะ

ฟุกุโอกะฤดูใบไม้ร่วง

เกอิชาในเทศกาลของคิวชู

ฤดูซากุระบานของฟุกุโอกะ

เทนจิน ย่านช็อปปิ้งของฟุกุโอกะ

เรื่อง / ธีรนัย จารุวัสตร์
ภาพ / องค์การท่องเที่ยวคิวชู