



# เรียนรู้ญี่ปุ่นจากการ์ตูน (ญี่ปุ่น)

ตอนที่ 32 ไปเกมอนกับการท่องเที่ยวท้องถิ่น:  
เมื่อตัวการ์ตูนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว

อำพัน เหล่าสุนทร

สวัสดีท่านผู้อ่าน TPA NEWS ทุกท่านครับ ในตอนนี้จะขอแนะนำการรณรงค์ในเดือนมิถุนายนของญี่ปุ่นที่มีชื่อว่า “外国人労働者問題啓発月間” (がいこくじんろうどうしゃもんだいけいはつげっかん) หรือ “เดือนรณรงค์ปัญหาแรงงานต่างชาติ” กระทรวงสาธารณสุข แรงงานและสวัสดิการ (厚生労働省) ได้จัดกิจกรรมนี้เป็นประจำทุกปี โดยมีการกำหนดคำขวัญที่แตกต่างกันไปในแต่ละปี

ในปี ค.ศ. 2023 คำขวัญคือ “誰もが活躍できる職場づくりを進めよう ～外国人雇用はルールを守って適正に～” (ทุกคนสามารถมีบทบาทสำคัญในที่ทำงานได้: การจ้างงานชาวต่างชาติต้องเป็นไปตามกฎระเบียบและเหมาะสม)[1] ส่วนในปี ค.ศ. 2024 คำขวัญได้เปลี่ยนเป็น “ともに創ろう、みんなが働きやすい職場～外国人雇用はルールを守って適正に～” (มาร่วมสร้างสรรค์สถานที่ทำงานที่ทุกคนทำงานได้อย่างสะดวก: การจ้างงานชาวต่างชาติต้องเป็นไปตามกฎระเบียบและเหมาะสม) [2]

ปัญหาแรงงานเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่น หากผู้อ่านเคยได้เดินทางมาญี่ปุ่นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ก็จะพบเห็นพนักงานตามร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร หรือแม้แต่ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่เป็นชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เนื่องจากญี่ปุ่นกำลังเผชิญกับปัญหาขาดแคลนแรงงานอย่างหนัก อันเป็นผลมาจากสังคมผู้สูงอายุและอัตราการเกิดที่ต่ำลง ทำให้รัฐบาลญี่ปุ่นต้องปรับนโยบายเพื่อรับแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของแรงงานต่างชาตินำมาซึ่งความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาเกี่ยวกับสภาพการทำงานที่ไม่มั่นคง การเลือกปฏิบัติในที่ทำงาน อุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานและประกันสังคม รวมถึงปัญหาแรงงานผิดกฎหมาย[3] กระทรวงสาธารณสุข แรงงาน และสวัสดิการจึงใช้โอกาสในเดือนรณรงค์นี้เพื่อประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่นายจ้างเกี่ยวกับการจ้างงานชาวต่างชาติอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

กิจกรรมในช่วงเดือนรณรงค์ประกอบด้วยการจัดสัมมนาให้ความรู้แก่นายจ้าง การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ การตรวจสอบสถานประกอบการและการให้คำปรึกษาด้านแรงงานแก่แรงงานต่างชาติในหลายภาษา ทั้งนี้เพื่อให้แรงงานต่างชาติได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม มีคุณภาพชีวิตที่ดีและสามารถเป็นส่วนหนึ่งของสังคมญี่ปุ่นได้อย่างมีความสุข

## เมื่อไปเกมอนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น

ระหว่างเดินผ่านร้านหนังสือเมื่อเร็ว ๆ นี้ ผมได้พบกับนิตยสารท่องเที่ยวเล่มพิเศษชื่อ “るるぶ ポケモンローカル Acts” (รูรูโปเกมอนโลคัลแอกท์) ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างคู่มือท่องเที่ยวชื่อดัง “るるぶ” (รูรู) และโครงการ “ポケモンローカル Acts ～ちいきのちからってすげー!～” (ไปเกมอนโลคัลแอกท์ ～พลังท้องถิ่นนี้สุดยอด!～)

นิตยสารเล่มนี้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทั่วญี่ปุ่นที่มีความเชื่อมโยงกับไปเกมอน ไม่ว่าจะเป็นยานพาหนะธีมไปเกมอน

สวนสาธารณะโปเกมอนผ้าทอระบายน้ำลายโปเกมอนที่เรียกว่า “ポケふた” (โปเคฟุตตะ) รวมถึงสินค้าที่ระลึกและอาหารพิเศษ พร้อมข้อมูลการท่องเที่ยวโดยรอบ

ภายใต้โครงการ “ポケモンローカル Acts” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่แต่ละจังหวัดหรือท้องถิ่นจะมี “โปเกมอนประจำท้องถิ่น” ที่ช่วยประชาสัมพันธ์เสน่ห์ของพื้นที่นั้น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยความร่วมมือกับองค์กรและธุรกิจท้องถิ่น เช่น การออกแบบยานพาหนะ การพัฒนาสินค้าที่ระลึก และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่สำคัญคือ บริษัทโปเกมอนไม่คิดค่าลิขสิทธิ์ในการใช้ตัวละครสำหรับโครงการนี้ [4] โครงการนี้มีหลายจังหวัดเข้าร่วม เช่น ฟุกุอิ (Fukui), อิวาเตะ (Iwate), ทตโตริ (Tottori), โคจิ (Kochi) และมิเอะ (Mie)



▲ เครื่องเล่นสนามขนาดใหญ่รูปโปเกมอน

ผมเองก็เคยเห็นโครงการนี้ตอนไปจังหวัดฟุกุชิมะ ที่นั่น “ラッキー” (แล็คกี้) ได้รับการแต่งตั้งให้เป็น “ふくしま応援ポケモン” (โปเกมอนผู้สนับสนุนฟุกุชิมะ) ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2019 ด้วยเหตุผลว่า แล็คกี้เป็นโปเกมอนที่น่าโชคหรือความสุข (福 - ฟุกุ) มาให้ ซึ่งเชื่อมโยงกับชื่อจังหวัดฟุกุชิมะ (福島) นอกจากนี้ ไซในท้องของแล็คกี้ก็อุดมไปด้วยสารอาหาร เหมือนกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของฟุกุชิมะที่อุดมสมบูรณ์และมีคุณค่าทางโภชนาการ[5]

ระหว่างการเดินทางเยือนฟุกุชิมะ ผมได้ถ่ายรูปตู้ขายเครื่องดื่มอัตโนมัติลายแล็คกี้ที่ตั้งอยู่ตามจุดต่างๆ ในเมือง และที่น่าประทับใจที่สุดคือ “ラッキー公園” (สวนแล็คกี้) ในเมืองนามิเอะ ซึ่งมีเครื่องเล่นสนามขนาดใหญ่รูปแล็คกี้ให้เด็ก ๆ ได้ปีนป่ายและสไลด์ลงมา

มีจุดถ่ายรูปกับโปเกมอนและตัวการ์ตูนโปเกมอนขนาดเล็ก ที่ทำให้สวนสาธารณะแห่งนี้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับครอบครัวและแฟนโปเกมอน

ผมรอดถ่ายรูปแล็คกี้แต่ต้องรอดเด็กผู้หญิงที่ยืนอยู่ข้าง ๆ ไปก่อน แต่สุดท้ายก็ได้รูปในช่วงที่ไม่มีคนอื่นมาเที่ยวชม ดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2 ในสวนแล็คกี้มีร้านขายของฝากประจำจังหวัด ซึ่งในร้านจะมีสินค้าที่ผลิตร่วมกันในโครงการ เช่น ชามลายแล็คกี้ ซึ่งผมเกือบจะซื้อแล้ว แต่เนื่องจากต้องรีบขึ้นรถไฟไปสถานที่อื่นต่อ จึงไม่ได้ซื้อมา

อีกสิ่งหนึ่งที่ผมรู้สึกเสียดายอย่างมากคือ ไม่ได้ไปถ่ายรูปโปเกมอนระบายน้ำลายแล็คกี้ เพราะตอนนั้นไม่ทราบว่าผ้าทอที่มีลายโปเกมอนตั้งอยู่ที่ตำแหน่งไหนบ้าง เมืองนามิเอะเป็นพื้นที่ที่เคยประสบภัยพิบัติจากแผ่นดินไหวและสึนามิในปี ค.ศ. 2011 การได้เห็นกับตาว่าตัวการ์ตูนโปเกมอนสามารถช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นนี้ ทำให้ผมรู้สึกประทับใจในพลังของวัฒนธรรมป๊อป หลังจากกลับจากทริปนี้ ผมได้ส่งรูปภาพไปขอความเห็นชาวญี่ปุ่นสมัยเรียนที่ชอบโปเกมอนว่าผมได้ไปมาแล้ว พร้อมส่งสติ๊กเกอร์บอกว่าผมภูมิใจมากที่ได้ไป หวังให้เพื่อนอีกชาติต่อไป!

## ผ้าทอระบายน้ำโปเกมอน: สัญลักษณ์แห่งการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

หนึ่งในไฮไลท์ของโครงการโปเกมอนโลคัลแอกต์คือ “ポケふた” (โปเคฟุตตะ) หรือผ้าทอระบายน้ำที่มีลวดลายโปเกมอน ซึ่งมีอยู่กว่า 300 แห่งทั่วประเทศญี่ปุ่น ผมเองได้มีโอกาสไปพบเห็นและถ่ายภาพมาหลายแห่ง ทั้งที่หน้าศาลเจ้าอิเซะซึ่งมีผ้าทอลายมิจุมารุ (ミジュマル) น่ารัก ๆ และที่เมืองโยโกฮาม่า บริเวณสวนดึกอิฮูแดง (赤レンガパーク) ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมริมอ่าวตามภาพที่ 3 และ 4 ที่โยโกฮาม่ามีผ้าทอลายพิคาชูและไรชูหลายแบบกระจายอยู่ตามจุดสำคัญต่างๆ ของเมือง ติดตั้งเมื่อเดือนสิงหาคม 2023 โดยแต่ละฟ้ามี่ลวดลายที่แตกต่างกัน

จริง ๆ หากผู้อ่านที่มีโอกาสมาประเทศญี่ปุ่นสามารถค้นหาตำแหน่งของผ้าทอระบายน้ำลายต่าง ๆ ได้ที่เว็บไซต์ <https://local.pokemon.jp/manhole> และสามารถค้นหาในจังหวัดต่าง ๆ จะมีข้อมูลตำแหน่งใน Google Maps ด้วย เช่น ผ้าทอหน้าศาลเจ้าอิเซะสามารถดูข้อมูลได้ที่ <https://local.pokemon.jp/manhole/desc/242/> เป็นต้น

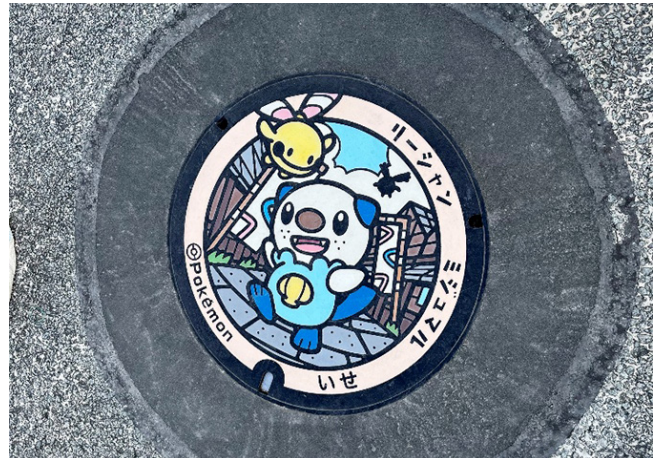


สิ่งที่น่าประทับใจ คือ ฝาท่อเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงของประดับเมืองเท่านั้น แต่ยังคงกลายเป็นเส้นทางแรลลี่สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการตามล่าฝาท่อครบทุกแบบ (ซึ่งผมเป็นหนึ่งในนั้น) ซึ่งสะท้อนถึงพลังของวัฒนธรรมป๊อปที่สามารถเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานธรรมดา ๆ อย่างฝาท่อระบายน้ำให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างน่าทึ่ง

ยิ่งไปกว่านั้น ฝาท่อแต่ละแบบยังได้รับการออกแบบให้สะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ เช่น ฝาท่อที่โยโกฮามามีการออกแบบให้พิคาชูและโรซุอยู่ในพื้นที่ที่มีตึกอิฐแดง การท่องเที่ยวเพื่อไปดูฝาท่อระบายน้ำ อาจฟังดูแปลกสำหรับบางคน แต่นี่คือพลังของตัวการ์ตูนที่สามารถดึงดูดผู้คนและสร้างกระแสการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ได้ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาดูฝาท่อ พวกเขา ก็มักจะใช้เวลาที่เยี่ยมชมสถานที่อื่น ๆ ในละแวกนั้น อุดหนุนร้านค้าท้องถิ่น ร้านอาหารและที่พัก ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง เรียกได้ว่าเป็นการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ที่กลุ่มเป้าหมายชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง

## บทเรียนจากญี่ปุ่นสู่ประเทศไทย

ความสำเร็จของโครงการไปเกมอนโลคัลแอกท์แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการใช้ตัวการ์ตูนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น หากประเทศไทยนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ เช่น การมี “ตัวการ์ตูนประจำจังหวัด” ที่ช่วยประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์และเสน่ห์ของแต่ละพื้นที่ หรือการสร้างสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเช่นป้ายรถเมล์ฝาท่อระบายน้ำ หรือยานพาหนะที่มีธีมตัวการ์ตูน ก็อาจช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และกระจายการท่องเที่ยวสู่พื้นที่ที่อาจไม่เป็นที่รู้จักมากนัก นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับการสร้าง



▲ ฝาท่อระบายน้ำลายหน้าศาลเจ้าอิเซะมิจุงุรุ



▲ ฝาท่อระบายน้ำเมืองโยโกฮามาบริเวณสวนตึกอิฐแดง

“เส้นทางท่องเที่ยวพิเศษ” สำหรับกลุ่มคนที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น แฟนการ์ตูน ก็เป็นอีกวิธีที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้

### สรุป

การใช้ตัวการ์ตูนอย่างไปเกมอนมาส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่นของญี่ปุ่นเป็นตัวอย่างที่ดีของกรมผสมผสานวัฒนธรรมป๊อปกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น ความนิยมของโครงการ ポケモンローカル Acts ที่มีมากจนบริษัทไปเกมอนต้องหยุดรับสมัครท้องถิ่นใหม่ชั่วคราว แสดงให้เห็นถึงพลังของตัวการ์ตูนที่สามารถสร้างความสนใจและดึงดูดผู้คนได้อย่างมหาศาล

ในขณะเดียวกัน เดือนมิถุนายนที่เป็น “เดือนรณรงค์ปัญหาแรงงานต่างชาติดี” ก็เตือนใจเราว่า ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวหรือการใช้แรงงาน การอยู่ร่วมกันของผู้คนต่างวัฒนธรรมต้องอาศัยความเข้าใจ ความเคารพ และการปฏิบัติต่อกันอย่างเป็นธรรม เพื่อสร้างสังคมที่ทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข



▲ ตู้ขายเครื่องดื่มอัตโนมัติลายเล็กกี้