

การฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่น Local Revitalization in Japan

ณรงค์ศักดิ์ พิษณุพิศุทธิ์*

บทคัดย่อ

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ภาคท้องถิ่นประสบปัญหาชะงัก จากการอพยพเข้าทำงานในเมืองอย่างขนานใหญ่ในช่วงทศวรรษที่ 1960 อย่างไรก็ตาม ภาคท้องถิ่นได้หันมาฟื้นฟูท้องถิ่นด้วยตนเอง นำโดยนโยบาย “OVOP” (One Village One Product) ของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ ที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถฟื้นฟู พัฒนา และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ทั้งยังสร้างกระแสการฟื้นฟูท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่น และในระดับสากล

คำสำคัญ : การฟื้นฟูท้องถิ่น, OVOP, โออิตะ, รัฐบาลกลาง, รัฐบาลท้องถิ่น

Abstract

Urbanization in Japan, influenced by the central government's policy to industrialize and modernize the country, led to the depopulation of local areas. Some local government, especially Oita's local government, realized that depopulation would cause problems and initiated the OVOP (One Village One Product) movement to mitigate these problems. And OVOP has praised as a model of local revitalization among not only in Japan but internationally.

Keywords: Local Revitalization, OVOP, Oita, Central Government, Local Government

* นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การเคลื่อนไหวใน “การฟื้นฟูท้องถิ่น” (Local Revitalization) ของญี่ปุ่นเกิดขึ้นเนื่องด้วยท้องถิ่นญี่ปุ่นได้ประสบปัญหาการลดตัวของประชากรในท้องถิ่น (Depopulation) จนท้องถิ่นเกิดปัญหาความชบเซา เนื่องจากในช่วงยุคทศวรรษ 1960 ญี่ปุ่นมีนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจทวิรายได้ประชากรเป็น 2 เท่า รัฐบาลกลางจึงมุ่งสนับสนุนในการพัฒนาภาคเมือง ซึ่งเป็นศูนย์กลางในด้านธุรกิจ และอุตสาหกรรมเป็นพิเศษ จนประชากรในท้องถิ่น ที่อยู่ในวัยทำงานพากันอพยพเดินทางเข้าเมืองเพื่อทำงาน ส่งผลให้ท้องถิ่นของญี่ปุ่นขาดบุคคลากรรุ่นใหม่ที่จะเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการพัฒนาท้องถิ่นของตน และยิ่งกว่านั้นการลดตัวของประชากรในท้องถิ่นยังได้ส่งผลกระทบให้อัตราการเกิดของประชากรในท้องถิ่นลดต่ำลงอีกด้วย ทำให้นอกจากประชากรเดิมจะลดตัวลงแล้ว ประชากรรุ่นใหม่ที่จะเกิดขึ้นต้องลดลงตามลงไปด้วย ดังนั้นเมื่อท้องถิ่นของญี่ปุ่นเกิดปัญหาของความชบเซา และขาดการเหลียวแลจากรัฐบาลกลาง ผลที่ตามมาคือเกิดความเหลื่อมล้ำกันระหว่างเมืองกับท้องถิ่น ทั้งในด้านเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่

ความเป็นมาของ “การฟื้นฟูท้องถิ่น” ของญี่ปุ่นสามารถแบ่งออกมาเป็นช่วงเพื่อให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นรวมทั้งพัฒนาการของ “การฟื้นฟูท้องถิ่น” ซึ่งในบางช่วงอาจจะมีเวลาที่ทับซ้อนกัน เนื่องจากการแบ่งช่วงนั้น จะแบ่งจาก

เหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่บ่งชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการการฟื้นฟูท้องถิ่นของญี่ปุ่นดังต่อไปนี้

1. ช่วงท้องถิ่นถดถอย (ทศวรรษ 1960 – 1979) เป็นช่วงท้องถิ่นเริ่มถดถอยและชบเซา จากการลดลงของประชากรในท้องถิ่น หลังการอพยพเข้าเมืองใหญ่ของประชากรวัยทำงานตามแรง ผลักดันของรัฐบาลกลาง ประกอบกับรัฐบาลกลางขาดการเหลียวแลปัญหาความชบเซาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น จนท้องถิ่นต้องหันมาเคลื่อนไหวในการฟื้นฟูท้องถิ่นด้วยตนเองในยุคต่อมา

2. ช่วงฟื้นฟูท้องถิ่นโดยรัฐบาลท้องถิ่น (ยุค OVOP) (1979 – 2003) เป็นช่วงที่รัฐบาลท้องถิ่นนำโดยรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะ ได้มีแนวคิดในการดำเนินการฟื้นฟูท้องถิ่นโดยใช้แนวทาง OVOP เพื่อฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะ ส่งผลให้ประชาชนในโออิตะมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น จนรัฐบาลท้องถิ่นในจังหวัดอื่น ๆ นำแนวทาง OVOP ของโออิตะไปใช้กับท้องถิ่นตน

3. ช่วงพัฒนาท้องถิ่นโดยรัฐบาลกลาง (1987 – 1997) เป็นช่วงที่รัฐบาลกลางหันมาให้ความสนใจกับท้องถิ่น เนื่องจากเกิดกระแสฟื้นฟูท้องถิ่นในญี่ปุ่น ซึ่งการให้ความสำคัญกับท้องถิ่นของรัฐบาลกลางสามารถมองเห็นได้จากนโยบายในระดับประเทศเพื่อฟื้นฟู พัฒนาท้องถิ่น ภายใต้แผนพัฒนาประเทศแบบบูรณาการฉบับที่ 4

4. ช่วง OVOP สู่สากล (1996 – ปัจจุบัน) เป็นช่วงที่นานาประเทศเล็งเห็นถึงศักยภาพของแนวทาง OVOP ของโออิตะและนำเอาแนวคิดของโออิตะไปประยุกต์ใช้กับประเทศตน จนในโออิตะได้มีจัดตั้งหน่วยงานเพื่อการส่งเสริม และให้คำแนะนำแก่ประเทศที่สนใจ เพื่อนำแนวคิด OVOP ไปใช้

1 ช่วงท้องถิ่นถดถอย (ทศวรรษ 1960 – 1979)

ประชากรในท้องถิ่นของนั้นมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรมมาตั้งแต่ดั้งเดิม แต่เมื่อเศรษฐกิจญี่ปุ่นเจริญขึ้น ภาคเมืองคึกคัก ภาคท้องถิ่นถดถอย โดยจะเห็นได้ว่าในช่วงทศวรรษที่ 1960 – 1980 มีรายงานว่า แรงงานทางเกษตรกรรมนั้นได้หายไปกว่าร้อยละ 64.9 ซึ่งเป็นผลมาจากในทศวรรษที่ 1960 ญี่ปุ่นมีความเจริญเติบโตในด้านธุรกิจ และอุตสาหกรรม ซึ่งมีเมืองใหญ่ ๆ เป็นศูนย์กลาง¹ เป็นอย่างมาก ถือว่าเป็นยุคทองของญี่ปุ่น และ

ภาคเมือง โดยโตเกียวกลายเป็นเมืองที่เจริญก้าวหน้า และมีความทันสมัยที่สุดในโลก อีกทั้งญี่ปุ่นเองมีความเจริญก้าวหน้าถึงกับได้รับเกียรติให้เป็นผู้รับผิดชอบจัดกีฬาโอลิมปิกในปี 1964 จึงได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นของยุคทองถิ่นของญี่ปุ่นที่ถดถอย เพราะท้องถิ่นได้ซบเซาลงเรื่อย ๆ ในขณะที่ภาคเมือง ที่เป็นจุดศูนย์กลางของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีความคึกคัก มีชีวิตชีวามากขึ้นไปทุกที ซึ่งสำหรับความเป็นมาในอดีตก่อนจะถึงช่วงที่ท้องถิ่นถดถอยในทศวรรษ 1960 นั้น มีที่มาที่ไปดังต่อไปนี้

ในปี 1945 หลังจากญี่ปุ่นยอมแพ้สงครามโลกครั้งที่สองให้แก่สหรัฐอเมริกา แล้วญี่ปุ่นได้ถูกกองกำลังฝ่ายสัมพันธมิตรนำโดยสหรัฐอเมริกาเข้ามายึดครองประเทศถึง 7 ปี โดยคณะยึดครองด้วยการนำของนายพลแมคอาเธอร์ ในช่วงปี 1945 – 1952 ในช่วงที่ยึดครองนี้สหรัฐอเมริกาได้เข้ามาปฏิรูปลิขิตต่าง ๆ ในญี่ปุ่นอย่างมากมาย โดยเฉพาะในช่วง 3 ปีแรกของการยึดครอง ซึ่งคือในปี 1945 – 1947 เช่น มีการปฏิรูปการเมือง มีการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ เพื่อใช้แทนรัฐธรรมนูญเมจิที่มีความเป็นประชาธิปไตยอยู่น้อย โดยรัฐธรรมนูญฉบับใหม่หรือที่เรียกกันว่ารัฐธรรมนูญโชวะมีหลักการคือให้อำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน ยังคงสถาบันจักรพรรดิเอาไว้ แต่เป็นเพียงสัญลักษณ์ของประเทศ ยกเลิกโครงสร้างระบบฟิวดัล หรือระบบศักดินา และคืนอำนาจสู่ประชาชน โดย

¹เมืองใหญ่ ๆ ในประเทศญี่ปุ่นที่ถือว่าเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมของประเทศจะมีรูปแบบเป็นเมืองที่เป็นเมืองท่า (Coastal Regions) โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ภาค ดังนี้

- ภาคเคอิน (Keihin Region) ประกอบไปด้วย เมืองโตเกียว และเมืองโยโกฮาม่า
- ภาคฮันชิน (Hanshin Region) ประกอบไปด้วย เมืองโอซาก้า เมืองโกเบ และพื้นที่รอบ ๆ เมืองทั้งสอง
- ภาคชูเกียว (Chukyo Region) มีศูนย์กลางคือ เมืองนาโงย่า
- ภาคคิตะ คิวชู (Kita Kyushu) มีศูนย์กลางคือ เมืองฟุคุโอกะ

จาก John McCreery, *Japanese Consumer Behavior*. (Great Britain: Curzon Press, 2000), p. 21.

ประชาชนจะมีสิทธิและหน้าที่เป็นไปตามหลักประชาธิปไตย รัฐบาลต้องทำหน้าที่รับใช้ประชาชน ให้มีการกระจายอำนาจ ลดอำนาจของกระทรวงมหาดไทย ให้มีการเลือกตั้งผู้ว่าเพื่อให้สอดคล้องกับระบบประชาธิปไตย

นอกจากนี้ในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ยังให้มีการปฏิรูปทางเศรษฐกิจโดยล้มเลิกระบบผูกขาดทางการค้า มาเป็นรูปแบบของการค้าอย่างเสรี ล้มสถาบันโชบัตสึ หรือกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีอำนาจผูกขาดทางการค้าในประเทศให้ต้องกระจายอำนาจของกลุ่มออกโดยการขายหุ้นให้แก่ประชาชนทั่วไป และด้วยเหตุนี้จึงทำให้กลุ่มโชบัตสึต้อง ตกลงตามหลักการค้าเสรี ส่งผลให้เกิดบริษัทใหญ่น้อยขึ้นมาอีกมากมายที่เรียกว่า เคเรตซี หรือบริษัทในเครือในเวลาต่อมา ต่อมาในช่วง 4 ปีสุดท้ายแห่งการยึดของสหรัฐอเมริกา เป็นช่วงปีที่ถือว่าเป็นการฟื้นฟูบูรณะระบบเศรษฐกิจของญี่ปุ่น เพราะสหรัฐอเมริกามีความตั้งใจให้ญี่ปุ่นเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญในเอเชีย ในช่วงนี้คณะยึดครองจากสหรัฐอเมริกาจึงมาเน้นในการส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาให้การช่วยเหลือญี่ปุ่นหลายต่อหลายอย่าง ทั้งช่วงญี่ปุ่นในด้านเทคนิคอุตสาหกรรมทั้งหลาย เช่น เทคโนโลยีเครื่องจักร ให้ความรู้และเทคโนโลยีแก่อุตสาหกรรมหนัก เช่น การกลั่นน้ำมัน ถลุงเหล็ก และนอกจากช่วยเหลือทางด้านการผลิตแล้ว สหรัฐอเมริกายังช่วยญี่ปุ่นในการสั่งซื้อสินค้าที่ญี่ปุ่นผลิตไปใช้อีกด้วย ญี่ปุ่นที่เศรษฐกิจ

ต้องล้มลงเพราะสงคราม และการปฏิรูปต่าง ๆ จึงได้มีการพัฒนา ฟื้นฟูเศรษฐกิจของตนเองขึ้นมาอย่างรวดเร็ว

ในปลายปี 1951 ญี่ปุ่นได้รับเอกราชคืนจากสหรัฐอเมริกา โดยมีการลงนามในสนธิสัญญาสันติภาพที่จัดขึ้นในกรุงซานฟรานซิสโก ในวันที่ 8 กันยายน 1951 โดยในสนธิสัญญาดังกล่าวกำหนดว่าจะคืนเอกราชให้แก่ญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการในวันที่ 28 เมษายน 1952 ซึ่งในสนธิสัญญากำหนดให้กองทัพญี่ปุ่นต้องปลดอาวุธ หรือยกเลิกกระทรวงมหาดไทย และกองทัพออกไปนั่นเอง โดยญี่ปุ่นเองมีความห่วงในด้านความปลอดภัยของตนเอง จึงเรียกร้องทำสนธิสัญญาความมั่นคงกับสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลให้ญี่ปุ่นมีสหรัฐอเมริกา รับภาระในการคอยคุ้มครองความมั่นคงของประเทศให้ ซึ่งการที่สหรัฐอเมริกามาทำหน้าที่แบกรับภาระในเรื่องการทหาร หรือความมั่นคงของญี่ปุ่นนี้ส่งผลดีอันเนืองนิตย์ให้แก่การพัฒนาเศรษฐกิจของญี่ปุ่นเอง

การที่ญี่ปุ่นได้รับการดูแลด้านความปลอดภัยของประเทศจากสหรัฐอเมริกาญี่ปุ่นจึงสามารถนำทรัพยากร แรงงาน และเงินทุนมาเพิ่มดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตนเองได้อย่างเต็มที่ ซึ่งส่งผลให้ในช่วงปี 1954 - 1967 รายได้ประชาชาติของญี่ปุ่นโตขึ้นประมาณปีละ 10 เปอร์เซ็นต์ รวดเร็วกว่าประเทศใด ๆ ในโลก จนนานาประเทศขนานนาม

การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดของญี่ปุ่น
นี้ว่า ความมหัศจรรย์ของเศรษฐกิจญี่ปุ่น

ผลที่ตามมาคือ ภาคท้องถิ่นของ
ญี่ปุ่นที่ถือว่าเป็นภาคเกษตรกรรมของประเทศ
เกิดปัญหาการลดลงของประชากร เพราะ
ประชากรรุ่นใหม่ได้หันหน้ามุ่งสู่เมืองใหญ่ ๆ เพื่อ
ทำงานกันจนหมด แม้กระทั่งบางครอบครัวที่เคย
ทำเกษตรกรรม หัวหน้าครอบครัวก็พากันละทิ้ง
ท้องถิ่น เข้าเมืองเพื่อเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ และ
อุตสาหกรรม เหลือแต่คนชรา และสตรีเท่านั้นที่
อยู่ในท้องถิ่นทำเกษตรกรรมกันไป โดย
ในช่วงทศวรรษ 1960 – ทศวรรษ 1980 แรงงาน
ทางเกษตรกรรมได้ลดลงเป็นอย่างมากตามที่ได้
กล่าวมาแล้วในช่วงต้น อีกทั้งอัตราการเกิดของ
ประชากรก็น้อยลงเพราะคนวัยทำงานหันหน้า
เข้าทำงานภาคเมืองอย่างหามรุ่งหามค่ำ จึง
กล่าวได้ว่า ยิ่งภาคเมืองยิ่งเจริญมากขึ้นเท่าไร
ปัญหาความชบเซาของประชากรภาคท้องถิ่นยิ่ง
ทวีความรุนแรงมากขึ้นเท่านั้น

ญี่ปุ่นเจริญขึ้นเป็นอย่างมาก จนใน
ทศวรรษที่ 1970 ญี่ปุ่นได้กลายเป็นมหาอำนาจ
ทางอุตสาหกรรมของโลก อันดับที่ 2 รัฐบาลมี
การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
ออกแผนพัฒนาเศรษฐกิจเพิ่มรายได้ประชากร
ให้เป็น 2 เท่า อุตสาหกรรมต่าง ๆ ขยายตัวอย่าง
รวดเร็ว บริษัทต่าง ๆ มินโยบายในการจ้าง
คนงานแบบจ้างงานตลอดชีพไม่มีการปลด
คนงานแม้ว่าบริษัทจะมีปัญหา มีระบบเอาใจ
คนงานต่าง ๆ เช่น สร้างหอพักให้อยู่ ให้เงินกู้

ปลูกบ้าน เมื่อเข้ามาทำงานในบริษัทเป็นวันแรก
ประธานบริษัทจะออกมาล่าวต้อนรับ พร้อมทั้ง
เชิญครอบครัวของพนักงานใหม่มาร่วมงาน หรือ
ตอนแต่งงาน บริษัทจะรับเป็นเจ้าภาพจ่าย
ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้ มีการจัดงานรื่นเริงบันเทิงให้
เป็นต้น การที่รัฐบาลสนับสนุนให้ประชาชนเข้าสู่
ระบบเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม ประกอบกับ
ระบบการจ้างงานของบริษัทที่รับประกันความ
มั่นคงในชีวิตการงาน และสวัสดิการอันดีเยี่ยม
ทำให้ประชากรหนุ่มสาวที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา
ใหม่ ๆ เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองใหญ่ ๆ ที่เป็น
จุดศูนย์รวมของเศรษฐกิจ ธุรกิจ และอุตสาหกรรม
จนภาคเมืองเกิดปัญหาความแออัดของที่
อยู่อาศัยในเมือง จากการที่ประชากรในภาค
ท้องถิ่น หรือภาคเกษตรกรรมเข้ามากระจุกตัว
เพื่อทำงานในเมือง รวมทั้งอัตราการเกิดของ
ประชากรก็น้อยลง อัตราการตายก็น้อยลง
เรื่อย ๆ ตามความเจริญของเศรษฐกิจของประเทศ
เช่นเดียวกับประเทศพัฒนาแล้วอื่น ๆ

ปัญหาความชบเซาของท้องถิ่นทวี
ความรุนแรงมากขึ้นอย่างมาก รายได้ของ
ประชากรในท้องถิ่นน้อยลง มีความเหลื่อมล้ำ
ของรายได้ของประชากรในภาคเมือง กับภาค
ท้องถิ่น (ดูตารางที่ 1.1: จังหวัดฟูกูโอกะ ที่มี
ศูนย์กลางธุรกิจ และอุตสาหกรรมของเกาะคิวชู
อย่างเมืองฟูกูโอกะตั้งอยู่มีรายได้ของประชากร
มากกว่าจังหวัดอื่นในเกาะคิวชูอย่างเห็นได้ชัด)
ผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ต่างไม่ยอมกลับเข้า
ท้องถิ่นของตนเอง แต่เข้าสู่ภาคเมือง เพราะใน

ท้องถิ่นไม่มีงาน ท้องถิ่นขาดการเหลียวแลจากรัฐบาลกลาง เพราะแม้พัฒนาภาคเมือง ธุรกิจและอุตสาหกรรม จึงเกิดการถดถอยของเศรษฐกิจท้องถิ่น กลายเป็นปัญหาเรื้อรัง ทับถมมากยิ่งขึ้นเป็นเงาตามตัวตามความเจริญของเมือง จนคนท้องถิ่นเองต้องหันมาช่วยตัวเองในการฟื้นฟูท้องถิ่นขึ้นมา ให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ บุคลากรที่จบใหม่จะได้หันกลับเข้ามาหาท้องถิ่น และเป็นอีกกำลังในการฟื้นฟู กระตุ้นท้องถิ่นของตนเองต่อไป ที่สำคัญคือในช่วงปี 1979 รัฐบาลท้องถิ่นของจังหวัดโออิตะได้เข้ามาเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการฟื้นฟูท้องถิ่นที่ซบเซาของตนเอง โดยออกเป็นนโยบาย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตนเอง และประสบความสำเร็จอย่างดี เพราะสามารถแก้ปัญหาเรื่องราวได้ของคนในท้องถิ่นได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ตามที่จะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

อันที่จริงแล้ว การเคลื่อนไหวในการฟื้นฟูท้องถิ่นในญี่ปุ่นมีมาก่อนหน้าช่วงที่ภาคท้องถิ่นของญี่ปุ่นจะอยู่ในภาวะถดถอย โดยในช่วงทศวรรษที่ 1960 มีการเคลื่อนไหวในพัฒนาท้องถิ่นที่ชื่อ “หมู่บ้านที่หนีจากความมิด” ที่หมู่บ้านอายะในจังหวัดมิยาซากิ และในราวทศวรรษเดียวกันนี้เองก็ยังมีการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองเกิดขึ้นในหมู่บ้านอุมะจิ จังหวัดโคจิในเกาะชิโกกุของญี่ปุ่น ซึ่งหมู่บ้านนี้เป็นหมู่บ้านที่คับแคบ และอยู่ในหุบเขา ไม่มีรถไฟ หรือแม้กระทั่งทางหลวงผ่าน การเดินทางเข้าหมู่บ้านกลางหุบเขาแห่งนี้ยากลำบาก จนได้ชื่อว่า

“อุมะจิ” หรือ “ทางม้า” เพราะว่ามันถ้าจะเข้าหมู่บ้านต้องเดินทางด้วยม้าเท่านั้นจึงจะเข้าถึง ด้วยภูมิประเทศเช่นนี้ ท้องถิ่นจึงแทบจะถูกตัดขาด หรือละเลยจากความเจริญจากภายนอก แต่ก็ได้พยายามที่จะเคลื่อนไหวภายในท้องถิ่นตนเองในการฟื้นฟูท้องถิ่นอันซบเซา ในการพยายามหาสินค้าประจำท้องถิ่นที่จะสามารถสร้างเอกลักษณ์และจุดขายให้แก่ท้องถิ่นได้ ซึ่งอุมะจิได้เลือกส้มยูสุซึ่งมีอยู่แล้วในท้องถิ่นแต่ดั้งเดิมนำมาแปรรูปเป็นสินค้าต่าง ๆ เช่นน้ำส้มเพื่อส่งออกเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น

ตัวอย่างที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าเป็นการเคลื่อนไหวใน การฟื้นฟูท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นเพียงในส่วนภาคท้องถิ่นย่อย ๆ เล็ก ๆ เป็นการเริ่มต้นจากคน หรือผู้นำในชุมชน ท้องถิ่นเล็ก ๆ ในหมู่บ้านเท่านั้นแต่กระแสการฟื้นฟูท้องถิ่น มาได้รับความนิยม และทำให้ญี่ปุ่น ต้องหันมาตื่นตัวในเรื่องการฟื้นฟูท้องถิ่นอย่างเอาใจจริง เอาใจก็คือ แนวทางในการการฟื้นฟูท้องถิ่นของจังหวัดโออิตะ ซึ่งมีรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะเป็นหัวเรือใหญ่ ที่มีชื่อว่าแนวทาง OVOP (One Village One Product) ซึ่งเกิดขึ้นในปี 1979 โดยรัฐบาลโออิตะทำหน้าที่หลักในการดำเนินแนวทางนี้อย่างจริงจัง และทำเป็นนโยบายเพื่อฟื้นฟูท้องถิ่นภายในจังหวัดโออิตะ โดยคนโออิตะเพื่อคนโออิตะ โดยมีได้รอฟังพาความช่วยเหลือจากรัฐบาลกลาง

2 ช่วงฟื้นฟูท้องถิ่นโดยรัฐบาลท้องถิ่น (ยุค OVOP) (1979 – 2003)

“ช่วงฟื้นฟูท้องถิ่นโดยรัฐบาลท้องถิ่น” ถ้าจะกล่าวว่าเป็นยุคของ OVOP (One Village One Product) ของจังหวัดโออิตะก็คงจะไม่ผิด เนื่องด้วยแนวทาง OVOP ที่ริเริ่มโดยรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะในปี 1979 นั้น ได้ส่งผลให้ท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบในการลดตัวของประชากร จากการมุ่งพัฒนาเมือง และอุตสาหกรรมของรัฐบาลกลาง หันมาให้ความสำคัญแก่ท้องถิ่นของตน จนเกิดเป็นกระแสฟื้นฟูท้องถิ่นในที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ภูมิหลังของ OVOP

OVOP เป็นนโยบายของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ โดยเป็นแนวทางในการฟื้นฟู และพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อปี 1979 ในจังหวัดโออิตะ ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในเกาะคิวชู (Kyushu) ทางตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นการริเริ่มของนายฮิระมัตสึ โมริฮิโกะ (平松守彦: HIRAMATSU Morihiko) ซึ่งเป็นผู้ว่าราชการจังหวัดของโออิตะในตอนนั้น ซึ่งนายฮิระมัตสึเป็นคนท้องถิ่นของโออิตะ เกิดที่โออิตะ จบการศึกษาทางด้านนิติศาสตร์จากมหาวิทยาลัยโตเกียว เมื่อปี 1949 และได้เข้าทำงานที่กระทรวงพาณิชย์ อุตสาหกรรม และการค้าต่างประเทศ หรือ MITI (Ministry of International Trade and Industry) (ปัจจุบันกระทรวง MITI ได้เปลี่ยนเป็น METI: Ministry of

Economy, Trade and Industry) ในช่วงปี 1949 – 1974 โดยในปี 1975 ได้รับการชักชวนจากนายทะจิกิ มาซารุ (立木勝) ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะในสมัยนั้นให้เข้ามาช่วยงานเป็นรองผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ซึ่งนายฮิระมัตสึเข้าใจถึงปัญหาความซบเซาของท้องถิ่นของโออิตะดีจึงตอบรับ และได้เข้ามาช่วยงานในการบริหารบ้านเกิด

ในช่วงแรกที่เข้ามารับหน้าที่เป็นรองผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ นายฮิระมัตสึยอมรับว่าเขาไม่รู้เรื่องอะไรในด้านการบริหารงานท้องถิ่นเลย แต่ด้วยกำลังใจที่อยากจะพัฒนาและฟื้นฟูท้องถิ่นของตนเขาจึงได้รับเข้ามาทำงาน โดยในการปฏิบัติหน้าที่เป็นรองผู้ว่าโออิตะ นายฮิระมัตสึได้ยึดมั่นในนโยบาย “การลงพื้นที่จริง (現場主義)” ในพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดโออิตะ เพื่อสามารถสอบถาม และรับฟังปัญหาของประชาชนในท้องถิ่นได้โดยตรง

จากการลงพื้นที่ไปจริงในพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ทั่วโออิตะทำให้เขาได้พบกับรูปแบบหนึ่งในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตนเองโดยเป็นการนำเอาศักยภาพโดยเฉพาะของประชาชนในท้องถิ่นของตนเองมาเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา ฟื้นฟูท้องถิ่น โดยรูปแบบการฟื้นฟูที่กล่าวถึงนี้เกิดขึ้นในหมู่บ้านโอยามะ (大山村) ซึ่งเป็นหมู่บ้านเล็กๆ ในจังหวัดโออิตะ ที่ได้มีการเคลื่อนไหวในการฟื้นฟูท้องถิ่นด้วยตนเองมาก่อนพื้นที่อื่น ๆ ตั้งแต่ปี 1961 เนื่องด้วยโอยามะมีลักษณะภูมิประเทศที่ไม่ดี คืออยู่ในหุบเขาจึงมีชื่อว่า

“โอยามะ” ที่มีความหมายว่า “ภูเขาใหญ่” จึงส่งผลให้ประชาชนในโอยามะมีความเป็นอยู่ที่ยากลำบากยิ่งกว่าพื้นที่ใดในโออิตะมาตั้งแต่อดีต เพราะการคมนาคมในการเข้าออกหมู่บ้านไม่สะดวก และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เข้าไม่ถึง โดยสนับสนุนให้ชาวบ้านปลูกบ๊วย และเกาลัดที่ราคาดีกว่าข้าวที่รัฐพยายามสนับสนุนให้ปลูก เห็นว่าพื้นที่เป็นภูเขาอย่างโอยามะ ไม่เหมาะกับการปลูกข้าวเพราะไม่ได้มีภูมิประเทศเป็นไร่นา โดยได้ค้นพบว่าพื้นที่ในหมู่บ้านจะเหมาะกับการปลูกพืชจำพวกพืชยืนต้นอย่าง บ๊วย และเกาลัดมากกว่าเนื่องด้วยผลกำไรของบ๊วย และเกาลัดดีกว่าข้าวมาก

จากการเคลื่อนไหวในการฟื้นฟูท้องถิ่นในหมู่บ้านโอยามะ ที่พึ่งพาตนเองในการพัฒนาท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับแรงใจ และกำลังใจของคนในท้องถิ่นในการปลูกบ๊วย และเกาลัด รวมถึงศักยภาพของคนในท้องถิ่น ประกอบกับการมีผู้นำที่มีแนวคิดกว้างไกลอย่างนายยาสะตะ ทำให้นายอิระมัตสึ เกิดแนวคิด และตระหนักถึงฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะ เขาจึงได้คิดสร้างแนวทางในการฟื้นฟูท้องถิ่น ในชื่อว่า OVOP: One Village One Product (一村一品) ขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางฟื้นฟู และพัฒนาที่จะสร้างความมีชีวิตชีวาให้แก่เศรษฐกิจของท้องถิ่นกลับคืนมา โดยที่ยังคงความอิสระในการคิดโดยคนท้องถิ่นเอง และสามารถพึ่งพาตัวเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพารัฐบาลกลาง อีกทั้งยังคงรักษา และสนับสนุนความเป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรม

ของท้องถิ่นเอาไว้ ซึ่งจะสร้างความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นแก่ประชาชนในท้องถิ่น จนกลายเป็นจุดขาย หรือมูลค่าเพิ่มของท้องถิ่นได้ โดยเขายึดแนวคิดสองประการ ที่ว่า “คิดใหญ่ แต่ทำแบบท้องถิ่น (Think Globally, Act Locally)” และ “อิสระ และสร้างสรรค์ (Independence and Creativity)” เข้ามาใช้เป็นแนวปฏิบัติ กล่าวคือ คิดแบบมุ่งมั่น และทะเยอทะยานให้สู่ความสำเร็จ โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และคนท้องถิ่นร่วมมือร่วมใจกันทำ โดยสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างอิสระของคนท้องถิ่น จนทำให้ท้องถิ่น และประชากรในท้องที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน และในเดือนเมษายน ปี 1979 นายอิระมัตสึก็ได้รับเลือกตั้งให้เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ เขาจึงได้ริเริ่มที่จะดำเนินการนโยบาย ตามแนวทางนี้ทันที

แนวคิด และหลักการ OVOP

จากแนวคิด และแนวนโยบายที่กล่าวมาจะสังเกตได้ว่าแนวคิดหลักคือ เน้นที่ตัวประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก หรือให้ความสำคัญที่ประชาชนในท้องถิ่น ทั้งในด้านความพึงพอใจ การยอมรับ หรือแม้กระทั่งความภูมิใจในท้องถิ่น ซึ่งรัฐบาลโออิตะจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รับฟัง และพยายามจัดสรรการสนับสนุนหรือช่วยเหลือมาให้ โดยคำนึงถึงความคิด ความพอใจ การสมัครใจ และเสียงของ

ประชาชนเป็นหลัก ในลักษณะทางการบริหารแบบ “จากล่างขึ้นบน (Bottom-up)” ด้วยเหตุนี้ นายฮิระมัตสึ จึงริเริ่มนโยบายตามแนวคิด และออกมาเป็นแนวทางเพื่อนำไปใช้ปฏิบัติในชื่อว่า “หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ OVOP (One Village One Product) โดยที่ OVOP นี้จะพยายามไม่ใช้คำว่า “โครงการ” หรือ “Project” เพราะการที่เป็น “โครงการ” นั้นมีนัยยะว่าจะมีจุดสิ้นสุดของโครงการ เขาจึงพยายามใช้คำว่า “Movement” แปลตรงตัวก็คือ “การเคลื่อนไหวในการดำเนินการ” ซึ่งก็คือการที่พยายามจะใช้แนวคิด OVOP เป็น “แนวทาง” ในการฟื้นฟู เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืนในท้องถิ่นโออิตะ

OVOP มีหลักการอยู่ 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global: ローカルにしてグローバル หรือ Think Globally, Act Locally) กล่าวคือ ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ และแสดงถึงความภูมิใจของคนในท้องถิ่น ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว เมื่อพูดถึงคำว่า “ผลิตภัณฑ์ หรือ Product” แล้วไม่ว่าใครก็มักจะคิดถึง สิ่งของ หรือสินค้าที่สามารถจับต้องได้ แต่สำหรับคำว่า “ผลิตภัณฑ์” ตามแนวทาง OVOP แล้วนั้น ไม่ได้หมายถึงสิ่งที่เป็นจับต้องได้แต่เพียงอย่างเดียว แต่จะรวมไปถึงสินค้าที่จับต้องไม่ได้ด้วย ซึ่งสินค้าที่จับต้องได้

(Tangible Products) ก็จะเป็นสินค้าจำพวกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นสินค้าของท้องถิ่นนั้น ๆ และทำได้โดยอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วนสินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) นั้นจะรวมไปถึง สถานที่ท่องเที่ยว และงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเทศกาลดั้งเดิม และเทศกาลที่จัดขึ้นมาใหม่ของท้องถิ่นนั้น ๆ

ในส่วนสินค้าที่จับต้องได้ หรือ Tangible Products ที่เป็นจุดเด่น เพราะมีชื่อเสียงอยู่แล้ว รวมทั้งบางประเภทมีแต่ในโออิตะเท่านั้น และยังสร้างรายได้ให้กับจังหวัดโออิตะอีกด้วย ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้าที่นับว่าโดดเด่นที่สุดคือเห็ดหอม หรือเห็ดชิตาเกะ ซึ่งของโออิตะนั้นมีชื่ออยู่แล้วว่าเป็นเห็ดหอมที่ดีที่สุดในญี่ปุ่น และสินค้าเห็ดหอมตากแห้งของโออิตะนั้นได้รับการผลิตกว่า 1,410 ตันในแต่ละปี ซึ่งเห็ดหอมของโออิตะนั้นครอง ส่วนแบ่งการตลาดถึง 34.1 เปอร์เซ็นต์ ของการจำหน่ายเห็ดหอมทั่วประเทศเลยทีเดียว มะนาวคาบิสี (Kabosu Limes) ซึ่งมีการปลูกในโออิตะเพียงแห่งเดียวเท่านั้นในญี่ปุ่น ครองส่วนแบ่งการตลาดเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยมีกำลังการผลิตกว่า 4,550 ตันต่อปี สาเกกลั่น หรือโซจู (麦焼酎) ก็เป็นอีกสินค้าที่สำคัญ ซึ่งถือว่าเป็นอีกสินค้าเอกลักษณ์ของโออิตะ มีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศถึง 30.7 เปอร์เซ็นต์ สัมจากโออิตะก็ขึ้นชื่อมากเช่นเดียวกัน โดยครองส่วนแบ่งทางการตลาดถึง 9.1 เปอร์เซ็นต์ นับเป็นอันดับ 4 ในญี่ปุ่น โดยสามารถผลิตได้ 5,180 ตันต่อปี เนื้อวุ้นงูโก

(Bungo Beef) เป็นเนื้อที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เพราะเป็นเนื้อที่มาจากวัวที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ในโออิตะ และยังคงครองตำแหน่งเนื้อยอดเยี่ยมแห่งปีของญี่ปุ่นในปี 2002

สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้โออิตะเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว ซึ่งเกิดมาจากแนวคิดเบื้องต้นคือการที่โออิตะมีภูเขาไฟมากมาย ทั้งที่ระเบิดแล้วและบางส่วนยังคุกรุ่นอยู่ คือ น้ำพุร้อน หรือ Hot Spring ที่มีมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น ประกอบกับประการสำคัญ คือ ชาวเมืองโออิตะเป็นผู้รู้จักคิดว่า ถ้าทำการผลิตสินค้าท้องถิ่นอย่างเดียว ถ้าผลิตขึ้นมามาก ๆ ก็ล้นตลาด เพราะคนในพื้นที่จะขาดกำลังซื้อ จะต้องระบายสินค้าออกจำหน่ายให้ได้ จึงเกิดแนวความคิดในการฟื้นฟูให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เช่น เมืองเบปปุ Beppu Town เป็นเมืองที่เป็นแหล่งน้ำพุร้อนระดับประเทศ เมืองยูฟูอิน Yufuin Town ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเข้ามาถึงวันละ 11,000 คน แต่เดิมเมืองนี้ไม่มีอะไรน่าสนใจ แต่สร้างกิจกรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวขึ้นมา เช่น Music Festival นักรถม้า Carriage เป็นต้น นอกจากนี้ ก็มีเมืองท่องเที่ยวทำนองนี้อีกหลายเมือง เช่น เมืองคุจู Kuju Town ที่มีจุดเด่นเทศกาลดื่มเบียร์ เมืองนาโออิริ Naoiri Town มีสกีเพื่อสุขภาพ หมู่บ้านเยอรมัน เมืองนาโออิริ (Naoiri) มีการจัดเทศกาลแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับต่างประเทศ ในฤดูร้อนและใบไม้ผลิ เป็นต้นแล้ว นอกจากนี้

ทางรัฐบาลท้องถิ่นของโออิตะเองก็ได้จัดงานอื่น ๆ ที่สร้างเอกลักษณ์ และชื่อเสียงให้แก่โออิตะอีก เช่น งานนิทรรศการงานปั้น โออิตะ-เอเชีย (Oita-Asia Sculpture Exhibition) งานเทศกาลดนตรีเบปปุ (Beppu Argerich Music Festival) การแข่งขันวีลแชร์มาราธอนนานาชาติประจำปีของโออิตะ (The Annual International Wheelchair Marathon) ซึ่งจัดติดต่อกันทุกปีมาแล้วกว่า 22 ปี ซึ่งเป็นงานประจำที่สร้างชื่อเสียงทางหนึ่ง รวมทั้งการท่องเที่ยวให้แก่โออิตะ โออิตะพยายามที่จะสร้างชื่อเสียงของโออิตะโดยมีการก่อตั้งทีมฟุตบอลของโออิตะขึ้นมาทีชื่อว่า ตรินิตา (Oita's soccer team Trinita) เพื่อส่งแข่งขันในลีกของญี่ปุ่น เพื่อสร้างชื่อให้แก่โออิตะ

2. พึ่งพาตนเองได้ และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-reliance and Creativity: 自主自立・創意工夫) กล่าวคือ ทำให้ท้องถิ่นประสบความสำเร็จด้วยกระบวนการของ OVOP โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่นที่คนท้องถิ่นมีโอกาสคิดอย่างอิสระ รวมทั้งแนวคิดที่ว่าจะไม่ให้เงินอุดหนุน หรือเงินให้เปล่าแก่ประชาชน เพราะเชื่อว่าจะไปบั่นทอนความสามารถในการพึ่งพาตัวเอง แต่จะให้การช่วยเหลือทางการเงินหรืองบประมาณไปในการจัดตั้งสถาบัน หรือแหล่งวิจัย ให้ความรู้ เพื่อสร้างบุคคลากร และให้ความช่วยเหลือในรูปแบบการให้คำแนะนำ เมื่อประชาชนเกิดปัญหา ในการช่วยเหลือในลักษณะนี้จะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนพึ่งพาตนเอง และรัฐบาลจะ

ไม่เข้าไปสั่งประชาชนว่าจะต้องทำอะไรขาย แต่จะให้ประชาชนในท้องถิ่นคิดเองว่าเขาจะทำอะไร โดยใช้ศักยภาพที่แท้จริงของตนเอง รวมถึงใช้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีในท้องถิ่นเข้ามาสร้างผลิตภัณฑ์ ทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ตามที่ได้กล่าวมา

3. การสร้างทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development: 人づくり) กล่าวคือ มุ่งผลิตทรัพยากรบุคคล หรือบุคคลากร เพื่อจะได้ไปเป็นผู้นำชุมชน ในท้องถิ่นที่มีศักยภาพ และมีความคิดก้าวหน้า เพื่อจะนำไปสู่การฟื้นฟู และผลักดันให้ประชาชนในพื้นที่ เกิดแรงผลักดันสู่ความสำเร็จด้วยความท้าทาย และความคิดสร้างสรรค์ โดยหลักการข้อนี้จะเป็นข้อที่มีความสำคัญที่สุดในการดำเนินงานตามแนวทาง OVOP

กระบวนการของ OVOP

แนวคิด และหลักการของแนวทาง OVOP ทั้งหมดจะไม่เกิดผลอันใดถ้าไม่ได้เผยแพร่ให้บุคคลที่มีส่วนร่วมได้รับรู้ และเข้าใจ ดังนั้นเมื่อมีแนวคิด และหลักการแล้ว สิ่งที่สำคัญที่รัฐบาลโออิตะ ซึ่งนำโดยนายฮิระมัตสึดำเนินการ คือ การประชาสัมพันธ์แนวคิด และหลักการ รวมถึงสิ่งที่รัฐบาลโออิตะต้องการจะทำใน OVOP ให้แก่ประชาชนได้รับรู้

โดยการประชาสัมพันธ์ OVOP ให้ไปสู่สายตาของประชาชนในท้องถิ่นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะคนในท้องถิ่นจะพร้อมใจ และยินดี

ที่จะนำแนวทางของรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะไปปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับว่าเขาเข้าใจในแนวคิด หลักการ และสิ่งที่รัฐบาลโออิตะต้องการจะทำ หรือให้พวกเขาทำ ตามแนวทาง OVOP มากแค่ไหน และมีการตอบรับ ด้วยการยอมรับ และยินดีที่จะทำอย่างแท้จริง

รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ โดยเฉพาะผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะในขณะนั้น คือ นายฮิระมัตสึ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการเผยแพร่แนวคิดของเขาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ในช่วงแรกที่เขาต้องการจะริเริ่มเผยแพร่แนวคิด แนวนโยบายของให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับรู้ ในปี 1979 เขาได้เดินทางไปพูดคุยกับผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ ทั้งหมดทั้ง 47 เขตปกครองในโออิตะก่อน โดยในช่วงแรกได้บอกไปว่า ให้ทำอะไรก็ได้ สินค้าจากการเกษตรก็ได้ การท่องเที่ยวก็ได้ หรือเทศกาลในท้องถิ่นก็ได้ เพียงแค่ทำให้เกิดเอกลักษณ์ จนสามารถมีชื่อเสียงได้ในระดับประเทศ ซึ่งในช่วงแรกไม่ได้ผลเป็นที่น่าพอใจด้วยเหตุที่ผู้นำชุมชนเหล่านั้นไม่ได้มีความเข้าใจแนวคิดของ OVOP อย่างพอเพียง จากนั้นได้ลองเดินทางไปพูดคุยกับเทศมนตรีในจังหวัด แต่ก็พบว่ายังไม่มีใครให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ เพราะไม่ได้มีใครในจังหวัดให้ความสนใจ และไม่มีการลงตีพิมพ์แนวคิดนี้ หรือแม้กระทั่งคำว่า OVOP ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่อย่างใดในตอนนั้น ดังนั้นเขาจึงเปลี่ยนกลยุทธ์มาเผยแพร่แนวคิดนี้ให้คนทั่วไปได้รับรู้โดยในตอนแรกได้ใช้

สื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ โดยเผยแพร่ตอนแรกในเดือนมกราคมปี 1980 ในชื่อรายการที่ว่า “มาร่วมสร้าง บ้านเกิดของพวกเรากันเถอะ(創ろう！わがふるさと)” ซึ่งได้ผลเป็นอย่างดี เพราะมีผู้ติดตามชมอย่างมาก และได้โทรศัพท์เข้ามาชื่นชม เขาจึงได้ดำเนินรายการโทรทัศน์นี้อย่างต่อเนื่องสัปดาห์ละครั้ง เพื่อเผยแพร่ และรายงานความคืบหน้า รวมทั้งข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทางนี้

ในช่วงประชาสัมพันธ์ OVOP ให้แก่ประชาชนโออิเตะรับทราบ ประชาชนจึงรับทราบว่านโยบาย OVOP นี้จะเน้นศักยภาพของท้องถิ่นในโออิเตะ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นภาคเกษตรกรรม ไม่ได้เน้นที่ภาคอุตสาหกรรมอย่างเมืองใหญ่ แต่ในเวลานั้น ชาวโออิเตะต้องการจะให้ความเจริญเข้ามาในจังหวัด เนื่องจากธุรกิจ

อุตสาหกรรมในช่วงนั้นเป็นกระแสหลัก และประชาชนเข้าใจว่าอุตสาหกรรมจะสร้างความมั่งคั่ง และความเจริญให้แก่ท้องถิ่นได้ รัฐบาลท้องถิ่นโออิเตะจึงต้องประชาสัมพันธ์ให้ความเข้าใจถึงศักยภาพของท้องถิ่น และความเหมาะสมของท้องถิ่นที่ดำเนินนโยบายทางการเกษตร มากกว่าอุตสาหกรรม โดยนายอิระมัตสึ ในฐานะตัวแทนของรัฐบาลท้องถิ่นโออิเตะ จึงมีกลยุทธ์ในการให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าของเกษตรกรรมโดย นำราคาผลผลิตเกษตรกรรม ไปเทียบกับราคาของผลผลิตจากอุตสาหกรรมมรณต์ อย่างชาญฉลาด โดยนำสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัด คือ เห็ดหอมตากแห้ง สัมปลูกในเรือนกระจก สุรากลั่นไซจู เข้ามาเทียบกัน และประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนดังนี้

ตารางแสดงการเปรียบเทียบราคาของสินค้าเกษตร (เกษตรกรรม) ของโออิเตะกับมรณต์ (อุตสาหกรรม)

สินค้า	ราคาต่อ 100 กรัม
เห็ดหอมตากแห้ง	3,000 เยน (ประมาณ 1,000 บาท)
สัมปลูกในเรือนกระจก	300 เยน (ประมาณ 100 บาท)
สุรากลั่นไซจู	240 เยน (ประมาณ 72 บาท)
มรณต์	200 เยน (ประมาณ 60 บาท)

ที่มา: Oita OVOP International Exchange Promotion Committee

จะเห็นได้ว่าในการที่นายฮิระมัตสึพยายามที่จะเปลี่ยนความคิด พร้อมทั้งเพิ่มขวัญและกำลังใจประชาชนในท้องถิ่นในโออิตะให้ภูมิใจกับการทำการเกษตร ซึ่งเหมาะสมกับศักยภาพของคนและพื้นที่ของท้องถิ่น โดยใช้การเปรียบเทียบสินค้าเกษตรกรรม กับอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ประชาชนมีกำลังใจ และยินดีที่จะสู้เพื่อท้องถิ่นของตนเองมากยิ่งขึ้น

จากความสำเร็จในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง นายฮิระมัตสึได้คิดแนวทางในการใช้วิธีเผยแพร่แนวทาง OVOP ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นอื่น ๆ เอาไว้ดังนี้

1. มีการรายงานแนวคิด แนวทาง และ ความเคลื่อนไหว รวมทั้งจุดมุ่งหมายต่าง ๆ ให้แก่ผู้นำชุมชน
2. มีการส่งผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่าง ๆ ไปบรรยายเนื้อหา แนวปฏิบัติ และความเข้าใจอื่น ๆ แก่ประชาชนในทุกชุมชน และทุกพื้นที่ในจังหวัดโออิตะ
3. มีการรายงานความเคลื่อนไหว รวมทั้งข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อสารมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ

เมื่อประชาชนได้รับรู้ และยอมรับในแนวทาง OVOP แล้วสิ่งที่รัฐบาลโออิตะทำในอันดับต่อมาคือการสร้างผู้นำท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ OVOP บรรลุเป้าหมาย การพัฒนาทรัพยากรบุคคลนั้น

ฮิระมัตสึ มุ่งเน้นที่จะพัฒนาผู้นำท้องถิ่นในท้องถิ่น ๆ ในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูพัฒนาท้องถิ่นของตน เพื่อที่จะได้ให้ผู้นำชุมชนที่ถือเป็นตัวแทนของแต่ละท้องถิ่นได้มาพัฒนาตนเอง และกลับไปช่วยเหลือกับท้องถิ่นในฐานะผู้นำชุมชน โดยมีการก่อตั้งโรงเรียนเพื่อฝึก และให้ความรู้ในการพัฒนา ผู้นำท้องถิ่นแก่ผู้นำชุมชนในชื่อว่า “โรงเรียนพัฒนาผู้นำโตโยโนะคุนิ” (Toyo no Kuni Development School: 豊の国づくり塾) (โตโยโนะคุนิเป็นชื่อเก่าของจังหวัดโออิตะ) โดยก่อตั้งเมื่อปี 1983 และมีคำขวัญประจำโรงเรียนว่า “ฝึกปฏิบัติ จุดประกายความคิด และมุ่งมั่นอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง” (Practice, Enlightenment, Continuance: 実践・啓発・継続) นักเรียนของโรงเรียนฝึกผู้นำแห่งนี้ ประกอบไปด้วย ภรรยาของเกษตรกร พนักงานสหกรณ์การเกษตร อาจารย์ในโรงเรียน รวมถึงพนักงานบริษัทด้วย

จนถึงปี 2006 มีผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนแห่งนี้กว่า 1,800 คน ซึ่งนักเรียนที่จบการศึกษาเหล่านี้ จำนวนไม่น้อยเลยทีเดียวที่ปัจจุบันได้กลายเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญของท้องถิ่นต่าง ๆ ในจังหวัดโออิตะ มีหลายคนกลายเป็นสมาชิกองค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ ในจังหวัดโออิตะ และได้ใช้ความรู้ที่ได้เล่าเรียนไปในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตน

เมื่อผู้นำท้องถิ่นที่ได้รับความรู้จากการสร้างทรัพยากรบุคคลของรัฐบาลโออิตะแล้ว เมื่อได้กลับไปเป็นผู้นำท้องถิ่น จึงสามารถทำ

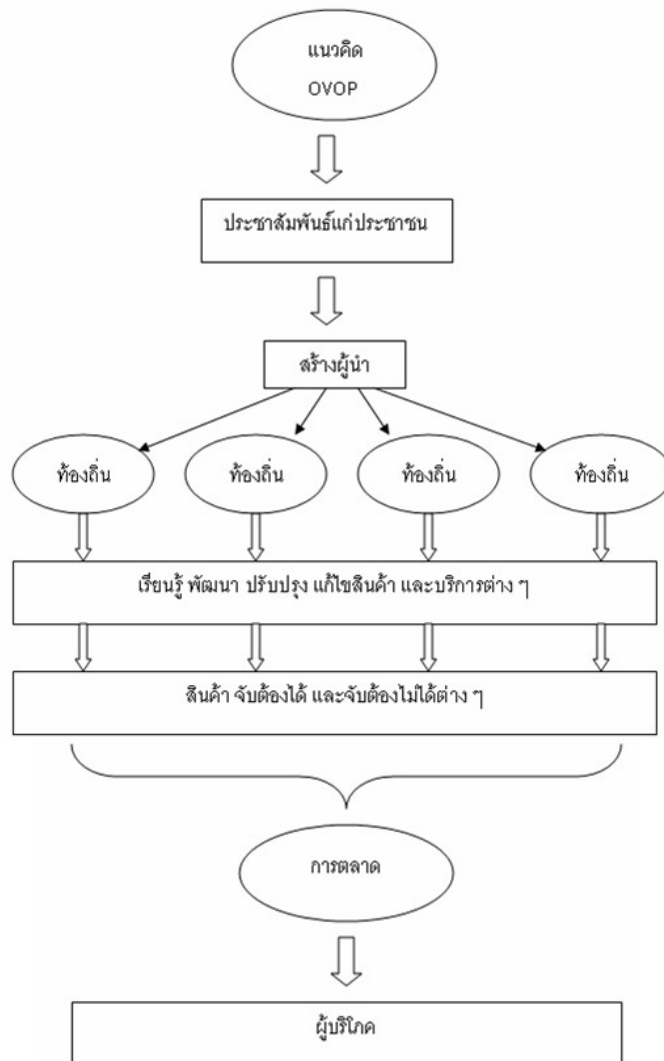
หน้าที่เป็นตัวแทนรัฐบาลท้องถิ่น ในการหาแนวคิด และพัฒนาท้องถิ่น และส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นของตนเข้าใจแนวทาง OVOP มากขึ้น เพื่อที่จะนำไปสู่การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าทั้งจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ให้กลายเป็นสินค้าประจำท้องถิ่น

สำหรับในการช่วยเหลือด้านผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่น รัฐบาลโออิตะจะไม่เน้นการให้เงินอุดหนุน (Subsidy) แบบให้เปล่าแก่ประชาชนในท้องถิ่น เพราะจะทำให้ทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง แต่จะให้การสนับสนุน และช่วยเหลือในด้านเทคนิคต่าง ๆ เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผ่านผู้นำท้องถิ่นที่รัฐบาลโออิตะได้พัฒนาขึ้นส่วนหนึ่ง และผ่านทางศูนย์วิจัย และศูนย์ให้คำปรึกษาในด้านผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่รัฐบาลโออิตะลงทุนก่อตั้งขึ้น เพื่อช่วยเหลือในด้านการออกแบบ การผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งรัฐบาล

โออิตะจะให้ความสำคัญแก่บรรจุกฎที่เป็นพิเศษ เพราะเชื่อว่าจะสามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้

นอกเหนือไปจากนี้ทางรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะ ยังมีอีกกลยุทธ์เพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพคือ จะมีการให้รางวัลแก่ผลิตภัณฑ์ หรือท้องถิ่นที่พัฒนาจนประสบผลเป็นแรงจูงใจให้เกิดการแข่งขันกันในด้านคุณภาพของชุมชน และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ด้วย

นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญไม่แพ้ตัวผลิตภัณฑ์คือ การตลาด โดยรัฐบาลท้องถิ่นโออิตะจะมีบทบาทเป็นผู้ที่ช่วยเหลือในด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งหลายของโออิตะ โดยมีบทบาทในด้านการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ทั้งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งกระบวนการ OVOP สามารถสรุปออกมาเป็นแผนภูมิเพื่อให้เห็นลำดับขั้นตอนที่ชัดเจนได้ ดังที่จะแสดงดังต่อไปนี้



ความสำเร็จของ OVOP

ความสำเร็จของ OVOP นั้น แสดงให้เห็นได้ชัดเจน จากความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชาวโออิตะ ประกอบกับจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นได้นำแนวคิดของโออิตะไปใช้ รวมทั้งการได้รับการยอมรับจากนานาชาติ

สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดมากในด้านความสำเร็จนี้คือ ประชาชนในโออิตะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพราะเศรษฐกิจของจังหวัดโออิตะดีขึ้น โดยในช่วงเริ่มต้นนโยบายในปี 1980 รายได้ต่อหัวของประชากรในจังหวัดโออิตะคือ 1,405,000 เยน ต่อคนต่อปี ถือว่าอยู่เป็นอันดับที่ 4 เมื่อเทียบกับรายได้ต่อหัวของประชากรในจังหวัดอื่นในเกาะคิวชู ต่อมาในปี 2002 รายได้ต่อหัวของประชากรในโออิตะเพิ่มขึ้นเป็น 2,585,000 เยน ต่อคนต่อปี และขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 2 จาก 9 จังหวัด เป็นรองแค่จังหวัด ฟุกุโอกะและเมื่อเทียบเป็นรายได้เฉลี่ยรวมของประชากรในเขตเกาะคิวชูจะเห็นได้ว่าในปี 1980 รายได้เฉลี่ยรวมของประชากรในเกาะคิวชูคือ 1,455,000 เยนต่อคนต่อปี ซึ่งรายได้ของคนโออิตะยังอยู่ต่ำกว่าค่ากลางนี้ แต่มาในปี 1990 หนึ่งทศวรรษในการดำเนิน OVOP รายได้เฉลี่ยของประชาชนทั้งเกาะคือ 2,313,000 เยนต่อคนต่อปี ส่วนของคนโออิตะคือ 2,387,000 เยนต่อคนต่อปี ซึ่งมากกว่าค่ากลางของคนทั้งเกาะ จึงถือเป็นตัวเลขชี้วัดความมีศักยภาพของแนวทาง OVOP

3 ช่วงพัฒนาท้องถิ่นโดยรัฐบาลกลาง (1987 – 1997)

กระแสการหันมาฟื้นฟูท้องถิ่นในที่ต่าง ๆ ของประเทศญี่ปุ่นนี้ยังคงดำเนินต่อไป ในช่วงฟื้นฟูท้องถิ่นโดยรัฐบาลท้องถิ่นตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น จนในปี 1987 ได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาประเทศแบบบูรณาการฉบับที่ 4 (Fourth Comprehensive National Development Plan) (1987 - 1997) ที่มีจุดมุ่งหมายส่วนหนึ่งในแผนที่จะช่วยฟื้นฟูภาคท้องถิ่นที่ประสบปัญหาจากการลดจำนวนประชากรในท้องถิ่น โดยในเดือนเมษายน ปี 1988 รัฐบาลกลางของญี่ปุ่น ซึ่งมีนายทาเคชิชิโนบุเป็นนายกรัฐมนตรีประกาศนโยบายที่จะให้เงินอุดหนุนจำนวน 100 ล้านเยน หรือราว 30 ล้านบาทในปัจจุบัน ให้แก่หน่วยปกครองท้องถิ่นย่อยต่าง ๆ ทั่วประเทศอย่างทั่วถึง 3,268 แห่ง โดยประกาศเป็นนโยบายชื่อว่า “โครงการแผนฟื้นฟูบ้านเกิด” หรือ “故郷創生事業” (Furusato Sousei Jigyuu) เพื่อเป็นทุนให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเขาไปพัฒนา ต่อยอดเพื่อท้องถิ่นของตน ภายใต้แผนพัฒนาประเทศแบบบูรณาการฉบับที่ 4 ที่ประกาศเมื่อปีก่อนหน้าในปี 1987 แต่การให้เงินให้เปล่าของรัฐบาลกลางนี้ถือได้ว่าไม่ได้ส่งผลในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เพราะการที่รัฐบาลกลางให้เงินให้เปล่าโดยไม่ทันตั้งตัว โดยส่งให้นำไปใช้อย่างไรก็ได้เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ทำให้บางท้องถิ่นไม่รู้ว่าจะนำเงินไปใช้ทำอะไรตั้งมากมาย เพราะการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

จริง ๆ แล้วต้องมีขั้นตอน และใช้เวลา และบาง
ท้องถิ่นยังไม่พร้อม ยังไม่ได้เตรียมการอันใดใน
การฟื้นฟูท้องถิ่น จนในที่สุดท้องถิ่นต่าง ๆ ใน
ญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้นำเงินก้อนใหญ่ไปสร้างสิ่ง
ที่ไม่ได้อำนวยให้เกิดการฟื้นฟู หรือพัฒนา
ท้องถิ่นของตน ซึ่งเป็นที่นิยมในตอนนั้นว่าถ้า
ท้องถิ่นใดไม่รู้จะนำเงินไปทำอะไรต่างพากันจัดตั้ง
มูลนิธิเพื่อหาทางใช้เงินตรงนั้น เพราะเงินที่ได้
เปล่าจากรัฐบาลจะไม่ใช้อะไรเลยก็ได้ บาง
ท้องถิ่นถึงขั้นนำเงินที่ได้เปล่าไปซื้อทองคำก่อนมา
เป็นจำนวนมากแล้วนำมาเรียงอยู่ในตู้จัดแสดง

เงินที่ลงทุนไปเรียกว่าแทบจะไม่มี
ผลออกเลยในการฟื้นฟูท้องถิ่นในระยะยาว หรือ
อย่างยั่งยืน ในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละจังหวัดเองก็
ใช้เงินไปตามความพอใจ และการตัดสินใจของ
ผู้นำในท้องถิ่นของตน บางท้องถิ่นอาจจะนำเงิน
ไปใช้สร้าง หรือสนับสนุนในสิ่งที่สามารถมีผล
ยั่งยืนได้ เช่น อำเภอมินามิ ในจังหวัดเกียวโต
นำเงินไปสร้างร้านสะดวกซื้อ เพื่อขายของที่ผลิต
ได้ภายในท้องถิ่นหรือ อำเภออุซุนัน ในจังหวัด
ชิมิเนะ นำเงินไปลงทุนสร้างจุดขายของริมถนน
ในท้องถิ่นที่มีผลยั่งยืนในการที่จะเป็นที่กระจาย
สินค้า หรือสถานที่ให้วางขายสินค้าแก่คนใน
ท้องถิ่นตนเอง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพียงส่วน
เดียวของทั้งจังหวัด ทำให้ไม่เกิดผลออกแบบ
องค์รวมทั้งจังหวัด เพราะในจังหวัดหนึ่ง ๆ แม้ใน
ท้องถิ่นหนึ่งทำสิ่งที่มีผลยั่งยืน แต่ถ้าท้องถิ่นที่เหลือ
ในจังหวัดไม่ได้ทำเช่นนั้น เช่น กลับเอาเงินไปซื้อ
ทอง หรือสร้างอนุสาวรีย์ ก็อาจจะกลายเป็นความ

พยายามที่ทำให้เกิดการฟื้นฟูท้องถิ่นได้อย่างไม่
ยั่งยืน

ยกตัวอย่างท้องถิ่นในจังหวัดเฮียวโงะ
ที่ได้นำเงินไปซื้อทองคำแท่ง ท้องที่หนึ่งใน
ฮอกไกโดนำเงินไปสร้างห้องน้ำราคา 100 ล้าน
เยน ท้องที่หนึ่งในจังหวัดกุมมะเอาเงินไปเข้า
ธนาคารเป็นระยะเวลา 15 ปีโดยไม่ได้นำเงินมา
ลงทุนเพื่อท้องถิ่นเลย ท้องที่หนึ่งในจังหวัดอะโอ
โมรินำเงินไปสร้างตุ๊กตาที่ตาเรืองแสงได้เมื่อ
รถไฟเทียบท่าขานขาลาดติดตั้งไว้ในสถานีรถไฟ

สำหรับตัวรัฐบาลกลาง ผู้ให้เงิน
อุดหนุนเองก็ได้เสนอแนวทางสำหรับแต่ละ
ท้องถิ่น เพื่อเป็นการแนะนำว่าสมควรจะทำอะไร
เพราะให้เงินเป็นแบบให้เปล่า และนำไปคิดเอง
ทำเอง โดยรัฐสั่งการลงมาว่าให้นำเงินไปพัฒนา
ฟื้นฟูท้องถิ่นที่เป็นท้องถิ่นของตนเอง ในลักษณะ
สั่งการลงมา ในรูปแบบจากบนลงล่าง (Top-
down) โดยมีได้ดูศักยภาพ หรือความพร้อมของ
แต่ละท้องถิ่นในประเทศ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับ
การนำเงินอุดหนุนจากรัฐบาลกลางไปใช้ของ
ท้องถิ่นต่าง ๆ ในโออิตะแล้วจะเห็นได้ว่า โออิตะ
มีแนวทางฟื้นฟูท้องถิ่น ซึ่งก็คือ OVOP อยู่ก่อน
หน้าแล้ว ท้องที่ต่าง ๆ ในจังหวัดจึงนำเงินไปใช้
ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งก็คือนำไปต่อยอด OVOP

ซึ่งจากเหตุการณ์ที่เป็นบทเรียน
ล้มเหลวในรัฐบาลนายกทาเคชิโตะ ความ
พยายามในการเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการมีส่วน
ร่วมในการฟื้นฟูท้องถิ่นของรัฐบาลกลางต้องมี
อันจางหายไปในที่สุด ซึ่งจะเห็นได้จากในปี

1998 ที่รัฐบาลกลางออกประกาศใช้แผนพัฒนาประเทศแบบบูรณาการฉบับที่ 5 ก็ไม่ได้มีการเน้นในเรื่องการฟื้นฟู หรือพัฒนาท้องถิ่นในญี่ปุ่นให้เห็นในแผนพัฒนาประเทศฉบับนี้

4 ช่วง OVOP สู่สากล (1996 – ปัจจุบัน)

ในปัจจุบันแนวคิด OVOP ของญี่ปุ่น ที่ริเริ่มโดยรัฐบาลโออิตะไม่ได้จำกัดอยู่ในประเทศญี่ปุ่นเพียงเท่านั้นแล้ว เพราะนานาประเทศทั่วโลกได้เล็งเห็นความสำคัญของการอยู่ได้ของท้องถิ่นของประเทศตน และศักยภาพของแนวคิด OVOP ของญี่ปุ่น จึงได้นำแนวคิดนี้ไปใช้กับประเทศของตน

ในปี 1996 รัฐบาลท้องถิ่นโออิตะได้มีการก่อตั้งหน่วยงานขึ้นมาอย่างเป็นทางการในชื่อว่า “Oita OVOP 21 Promotion Council” เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม ให้ความรู้ และคำแนะนำกับนานาประเทศที่สนใจในแนวคิด OVOP ภายใต้แนวคิด และชื่อโครงการในสังกัดที่ว่า “OVOP 21 Connecting the World” ซึ่งหลังจากการก่อตั้ง Oita OVOP 21 Promotion Council ขึ้นมา ก็ได้มีความเป็นรูปธรรมในการที่โออิตะจะให้ความช่วยเหลือแก่นานาชาติที่มีความสนใจในแนวคิดของโออิตะอย่างต่อเนื่อง

โดยหลังจากที่นายฮิระมัตสึได้เกษียณจากตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ในปี 2003 ได้มีการต่อยอดการช่วยเหลือนานาชาติ โดยได้ยุบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ OVOP ทั้งหมด และออกมาจัดตั้งองค์กรไม่แสวงหาผล

กำไรอย่างเป็นทางการในชื่อว่า “Oita OVOP International Exchange Promotion Committee (NPO)” ในปี 2005 โดยมีนาย ฮิระมัตสึเป็นประธานองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการช่วยเหลือต่างประเทศทั้งในด้านการให้ความรู้ คำแนะนำ จัดสัมมนาเกี่ยวกับ OVOP จวบจนปัจจุบัน

สำหรับความสนใจของนานาชาติกับแนวทาง OVOP นี้ ถ้าจะกล่าวกันจริงๆ แล้ว เริ่มต้นตั้งแต่ปี 1983 โดยประเทศแรกที่ทำให้ความสนใจแก่แนวทางฟื้นฟูท้องถิ่นของโออิตะคือ ประเทศจีน ในเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) เนื่องจากผู้ว่าการเซี่ยงไฮ้ได้อ่านหนังสือที่เกี่ยวข้องกับ OVOP ที่เขียนโดยนายฮิระมัตสึ จึงเกิดความสนใจ และอยากนำมาประยุกต์ใช้กับท้องถิ่นตนเองบ้าง จึงได้เชิญนายฮิระมัตสึ ไปที่เซี่ยงไฮ้ ในเดือนสิงหาคม เพื่อไปบรรยายให้ความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปสู่การประยุกต์ใช้กับเซี่ยงไฮ้ ในความเป็นจริงแล้ว เซี่ยงไฮ้เป็นเมืองที่เป็นเมืองแห่งโรงงานอุตสาหกรรม แต่เมื่อผู้นำของเซี่ยงไฮ้ได้อ่านหนังสือแนวคิด OVOP ของนายฮิระมัตสึ ก็เชื่อมั่นว่า แนวคิดเช่นนี้ไม่ได้มีประโยชน์เฉพาะกับท้องถิ่นที่เป็นเกษตรกรรม แต่เพียงอย่างเดียว สามารถนำหลักการแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้กับแขนงอื่น ๆ ก็ได้ แม้กระทั่งภาคอุตสาหกรรม

ต่อจากนั้นอีกหลาย ๆ แห่งในประเทศจีนก็ให้ความสนใจ เช่น ในปี 1985 เมืองวูฮั่น (Wuhan) ของจีนก็ได้ให้ความสนใจใน

แนวคิด และนำไปประยุกต์ใช้ในเวลาต่อมา หลังจากนั้นนานาประเทศ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ได้ให้ความสนใจมาอย่างต่อเนื่อง และได้้นำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ แต่สำหรับการกระจายตัวสู่สากลของแนวทาง OVOP ของโออิตะนั้น หลังจากที่นานาประเทศได้ให้ความสนใจ และได้เชิญตัวแทนนายฮิระมัตสึเพื่อมาให้ความรู้ ประกอบกับ เข้ามาเรียนรู้ดูงานในโออิตะเอง แต่ก็ยังไม่ได้มีความเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานใดที่ก่อตั้งขึ้นมา

เพื่อให้การสนับสนุนต่างประเทศที่สนใจในแนวคิดของโออิตะอย่างเป็นทางการ ประกอบกับรัฐบาลโออิตะเองก็ยังมุ่งให้ความสำคัญกับ OVOP ในท้องถิ่นตนเองเป็นหลัก จนถึงปี 1996 ที่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อสนับสนุน OVOP ในระดับนานาชาติขึ้นอย่างเป็นทางการ สำหรับประเทศไทยได้นำแนวคิดของโออิตะมาประยุกต์ใช้เพื่อกระตุ้นท้องถิ่น โดยนำมาใช้ในระดับประเทศในโครงการที่ชื่อว่า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ OTOP (One Tambon One Product) ในปี 2001

ตารางแสดงชื่อโครงการ หรือแนวทางในประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกที่นำแนวคิด OVOP ไปใช้

One Factory, One Product (Shanghai, China)	One Town One Product (Philippines)
One City, One Product (Shanghai, China)	Satu Daerah, Satu Industri (Malaysia)
One Village, One Treasure (Wuhan, China)	Back to Village (East Jawa, Indonesia)
One Village, One Product (Jiangsu, China)	One Village, One Product (Cambodia)
One Company, One Village (Korea)	One Parrish, One Product (Louisiana, USA)
One Tambon, One Product (Thailand)	

ที่มา : Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 2006

ตัวอย่างรูปตราสัญลักษณ์โครงการ หรือแนวทางที่นานาประเทศนำแนวคิดโออิตะไปใช้



ที่มา: วารสาร Wakaranban OVOP ของ Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 2008

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2006 เป็นต้นมา รัฐบาลกลางญี่ปุ่น นำโดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม ของญี่ปุ่น (METI) ร่วมมือกับองค์กร JETRO (Japan External Trade Organization) ได้เข้ามาช่วยต่อยอดการช่วยเหลือ สนับสนุน OVOP ในระดับสากลของ จังหวัดโออิตะ โดยจัดทำโครงการในการช่วยเหลือประเทศที่กำลังพัฒนาที่กำลังใช้ แนวคิด OVOP ในการฟื้นฟูท้องถิ่นของตนอยู่ โดยใช้ชื่อโครงการตามชื่อ OVOP หรือ One Village One Product ของจังหวัดโออิตะ

โดยรูปแบบของการช่วยเหลือ ญี่ปุ่น จะเข้าไปให้การช่วยเหลือในด้านการกระจาย สินค้า การขาย โดยมีการจัดแสดงสินค้าให้แก่

สินค้าของประเทศที่ญี่ปุ่นให้การช่วยเหลือใน รูปแบบของร้านแสดงสินค้าในสนามบิน ภายในประเทศญี่ปุ่น และสนามบินนานาชาติ ในประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งให้ความร่วมมือ และ สนับสนุนในการจัดนิทรรศการ หรืองานแสดง สินค้าในสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังจะช่วยในด้านการพัฒนาสินค้า ท้องถิ่นของประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้เพื่อ สามารถให้ส่งออกได้ ในรูปแบบของการส่ง นักวิชาการ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ไป ยังประเทศกำลังพัฒนา เพื่อสอนและให้ความ ช่วยเหลือในการผลิต รวมทั้งสร้างบุคลากรใน การผลิตในประเทศเหล่านั้นอีกด้วย

รูปตราสัญลักษณ์ประจำโครงการ OVOP ของกระทรวง METI และ JETRO



ที่มา : <http://www.meti.go.jp>

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- เคอร์ติส, เจอร์ลด์ แอล. การเมืองแบบญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539
- นฤตม์ เทอดสถีรศักดิ์. มหัศจรรย์หมู่บ้านหลังเขา Global Village พอเพียงและยั่งยืน ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Brand Ages Books, 2550
- บุญยง ชื่นสุวิมล. โครงสร้างสังคมญี่ปุ่น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: รามการพิมพ์, 2543
- ปรัชญา เวสารัชช์. การปกครองท้องถิ่นของประเทศไทยญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดีโดยกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น สำนักงาน ก.พ., 2542
- เพ็ชรี สุมิตร. ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543
- เพ็ญศรี กาญจนไรมย์. ญี่ปุ่นสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์, 2538
- เอกสิทธิ์ หนูหนักดี. สหกรณ์การเกษตร เกษตรกร และนักการเมือง: ความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: โครงการสันติไมตรี ไทย-ญี่ปุ่น, 2548
- โรเซาเออร์, เอ็ดวิน โอ. ญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย, 2524
- คณะวิจัยโครงการชุมชนเข้มแข็งฯ. “รายงานการวิจัยโครงการชุมชนเข้มแข็งฯ กรณีศึกษาชุมชนเข้มแข็งในประเทศญี่ปุ่น.” Japan Watch Project. Vol.1 No.3 เมษายน-มิถุนายน. กรุงเทพฯ: โครงการสันติไมตรี ไทย-ญี่ปุ่น, 2550
- ประเสริฐ จิตติวัฒนพงศ์. “การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และการเลือกตั้งท้องถิ่นในญี่ปุ่น” รวมบทความญี่ปุ่น: การเมืองและนโยบายต่างประเทศ. บรรณาธิการโดย ศิริพร วัชชวัลคุ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542

ภาษาอังกฤษ

Hiramatsu, Morihiko. One Village One Product: Spreading throughout the World. Oita: Oita OVOP International Exchange Promotion Committee, 2006

Igusa, Kunio. "Globalization in Asia and Local Revitalization Efforts: A View from One Village One Product (OVOP) Movement in Oita" <http://www.ide.go.jp/English/Ideas/School/Pdf/igusa.pdf> 04/07/06

Oita Prefectural Government. Reassurance, Vitality & Growth of Oita Prefecture: Oita in 2006 and Beyond (安心・活力・発展の大分県). Oita: Planning Promotion Department, 2006

Yoshimura, Teruhiko, Dr. "Sustainable Local Development and Revitalization: Case of One Village One Product Movement: Its Principles and Implications" UNCRA: the United Nations Centre for Regional Development, 2004

<http://www.uncrd.or.jp> 16/06/06

ภาษาญี่ปุ่น

大分県一村一品²¹推進協議会 (2001) 『一村一品運動²⁰年の記録』

大分県一村一品²¹推進協議会

平松守彦 (1982) 『一村一品のすすめ』 ぎょうせい

平松守彦 (1990) 『地方からの発想』 岩波書店

平松守彦 (1993) 『わたしの地域おこし』 日本放送出版協会

平松守彦 (2002) 「一村一品運動は商品づくりより人づくりです」 『教育ジャーナル』 6月号

pp. 40 - 45

松井和久 (編集), 山神進 (編集) (2006) 『一村一品運動と開発途上国—日本の地域振興はどう伝えられたか』 アジア経済研究所

秋山薫 (1983) 「大分県「一村一品運動」と農協の対応(地域動向)」 『農林金融』 36(7) pp. 504 - 507

遠藤文夫 (1989) 「一村一品運動の効用と限界」 『地方自治』 通号

495 pp. 2 - 16

สัมภาษณ์

Kimoto, Shoji. Planning Director of Oita
OVOP International Exchange
Promotion Committee.สัมภาษณ์,
7 ธันวาคม 2006.
Wada, Shinichiro. หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมการ
ประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น แผนส่งเสริม
การท่องเที่ยว และการ
ประชาสัมพันธ์ท้องถิ่น ประจำที่ว่าการ
จังหวัดโออิตะ. สัมภาษณ์, 7
ธันวาคม 2006.

เว็บไซต์

<http://ovop.jp/en/index.html> 16/06/2006
[http://www.pref.oita.jp/10400/toyo_info/m8/
menu.html](http://www.pref.oita.jp/10400/toyo_info/m8/menu.html) 16/06/2006
<http://www.uncrd.or.jp/hs/04i.htm#top>
16/06/2006
[http://www.meti.go.jp/english/information/d
ata/OVOP.html](http://www.meti.go.jp/english/information/d
ata/OVOP.html) 16/06/2006
[http://www.coara.or.jp/hiramatsu/chiiki-
jiritsu/7.html](http://www.coara.or.jp/hiramatsu/chiiki-
jiritsu/7.html) 16/11/2006
[http://www.zenchu-a.or.jp/eng/organization/
images/image01.jpg](http://www.zenchu-a.or.jp/eng/organization/
images/image01.jpg) 09/01/2008
<http://www.pref.oita.jp/10500/satonoeki>
17/01/2008
[http://www.michi-no-eki.net/Riyosha/R-
110.php](http://www.michi-no-eki.net/Riyosha/R-
110.php) 17/01/2008
<http://www.we-love-oita.or.jp> 17/01/08
[http://www.oita-fta.jp/vtrade/e/company/
je052.html](http://www.oita-fta.jp/vtrade/e/company/
je052.html) 17/01/2008