

The Management of Japanese Self-reliance

Pooranut Wangkanont*

Graduate School of Japanese Studies, Thammasat University

Japan is a country whose geography and climate are not suitable for agriculture. The country needs to import food and agricultural products from abroad, and this affects food security and food safety. Therefore the government, the private sector, and consumers are focusing on self-reliance, which began in 1980 and has become more popular in current society. Now the focus is placed on the country's self-reliance rate by promoting the use of their own agricultural products, including the aspects of freshness, seasonal, cleanness, and being unique. Moreover, the use of their own products can help support women and make the older labor force stronger.

Keywords: Self-reliance, Food Safety, Food Security

* Corresponding author e-mail: nous_chan@hotmail.com

การจัดการภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองของญี่ปุ่น

ปริญญ์ วังกานนท์

โครงการปริญญาโทญี่ปุ่นศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำเกษตรกรรม จึงจำเป็นต้องอาศัยการนำเข้าสินค้าเกษตรกรรมจากประเทศอื่น ส่งผลให้เกิดปัญหาความมั่นคงและความปลอดภัยของอาหาร ภาครัฐบาล ภาคเอกชน รวมไปถึงภาคประชาชนจึงได้ให้ความสนใจต่อแนวคิดการผลิตเองบริโภคเอง โดยเริ่มขึ้นตั้งแต่ในช่วงปี ค.ศ.1980 และปัจจุบันมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ มีการมุ่งเน้นในเรื่องการเพิ่มอัตราการพึ่งพาภายในประเทศ ส่งเสริมการใช้สินค้าที่เพาะปลูกภายในท้องถิ่นที่มีความสดใหม่ ตรงตามฤดูกาล สะอาดปลอดภัย และคงไว้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นนั้นๆ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งของภาคเกษตรกรรมภายในท้องถิ่นที่มีจำนวนผู้สูงอายุและผู้หญิงให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การผลิตเองบริโภคเอง, ความปลอดภัยของอาหาร, ความมั่นคงอาหาร

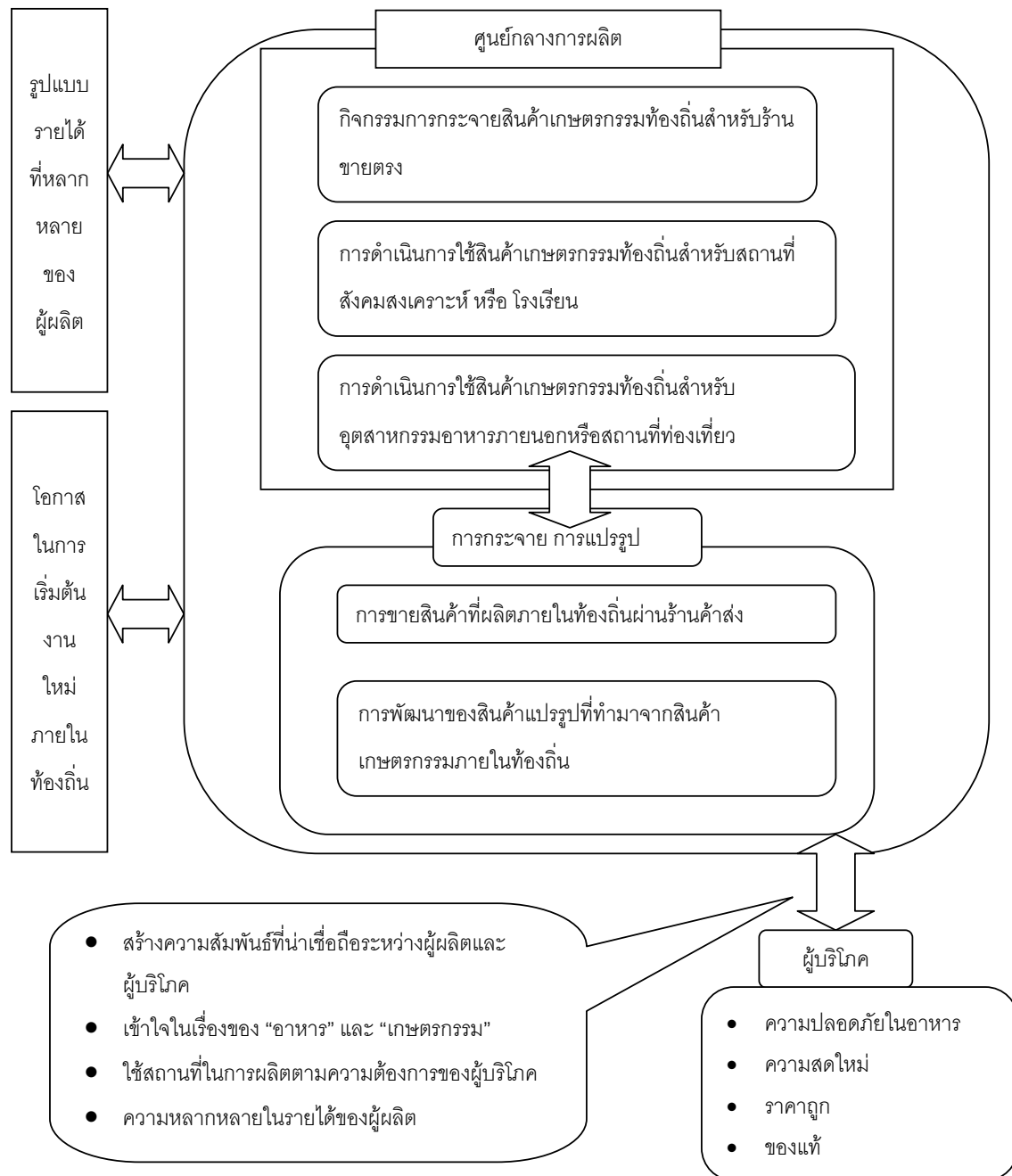
บทนำ

ประเทศญี่ปุ่นถือว่าเป็นประเทศที่อาศัยการนำเข้าสินค้าเกษตรกรรมจากประเทศมากเป็นอันดับต้น ๆ จากแนวโน้มตัวเลขของภาคเกษตรกรรมที่ลดลงในแง่ของแรงงานที่ลดลงเรื่อย ๆ ดังจะเห็นได้จากการที่มีจำนวน 7 ล้านคนในช่วงปี ค.ศ. 1975 ลดลงเหลือจำนวน 3 ล้านคนในปี ค.ศ. 2007 ส่งผลกระทบต่อจำนวนผลผลิตลดลง ประกอบกับปัจจัยต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น แรงงานในภาคเกษตรกรรมไหลเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมเนื่องจากมีรายได้ที่ดีและมั่นคงกว่า หรือ การเปิดการค้าเสรีที่มีสินค้าเกษตรกรรมนำเข้าที่มีปริมาณมากกว่าโดยที่มีราคากุ่กกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศซึ่งมีต้นทุนที่แพงกว่าและสภาพภูมิอากาศรวมถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตรกรรม เป็นต้น ทำให้แรงจูงใจในการดำเนินงานอาชีพเกษตรกรรมลดลง ส่งผลให้อัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารฐานแคลอรีตั้งแต่ปี ค.ศ. 2003 ลดต่ำลงเหลือเพียง 40% น้อยที่สุดเป็นประวัติการณ์ แม้ว่าในแง่ของผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง แต่ในอีกมุมกลับกันคุณภาพของสินค้าที่นำเข้าไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัย เช่น กรณีเนื้อวัวที่นำเข้าจากอเมริกา หรือ เกี้ยวซ่าจากประเทศจีน, ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการขนส่งสินค้า

มาจากดินแดนไกล, การดำเนินตามวัฒนธรรมในการบริโภคของประเทศฝั่งตะวันตกโดยการรับประทานอาหารจานด่วนที่มีคุณค่าทางโภชนาการน้อย รวมไปถึงแนวโน้มของประชากรในท้องถิ่นชนบทที่ลดน้อยลงซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเหลือเพียงแค่แรงงานสูงอายุหรือผู้หญิงเท่านั้น จากปัญหาที่เกิดภาครัฐบาลและภาคเอกชนได้ดำเนินงานมุ่งเน้นการสร้างภาคเกษตรกรรมให้มีความเข้มแข็งภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภค โดยการส่งเสริมในแง่ของการผลิต การตลาด การพัฒนา รวมไปถึงงบประมาณต่างๆ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยของอาหารที่นับวันจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

จากการตื่นตัวของภาครัฐบาล ภาคเอกชน รวมไปถึงภาคประชาชนที่มีแนวโน้มในการให้ความสำคัญแก่แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองที่มากขึ้นเรื่อยๆ จึงมีความจำเป็นในการศึกษาแนวทางการดำเนินงานจัดการภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองของประเทศญี่ปุ่น โดยนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับพัฒนาจัดแปลง รวมไปถึงแก้ไข เพื่อเป็นแนวทางสำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ให้สามารถนำมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและคุณภาพให้มากที่สุด ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างการดำเนินงานที่สอดคล้องกันดังต่อไปนี้

แผนภาพ 1 โครงสร้างการดำเนินงานภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเอง



ที่มา : แผนการดำเนินการสนับสนุนฝ่ายผลิตเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2005

1. บทบาทของรัฐบาลกลาง

แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองเริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1981 โดยหน่วยงานพัฒนาวิถีชีวิตของกระทรวงเกษตรกรรม ประมงและป่าไม้ เป็นแผนงานที่ดำเนินงานเกี่ยวกับในเรื่องของการพัฒนาวิถีชีวิตในการรับประทานอาหารภายในท้องถิ่นมุ่งเน้นในเรื่องของการจัดการดำเนินงานสินค้าเกษตรกรรมภายในท้องถิ่นให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีการส่งเสริมในเรื่องของความปลอดภัยของอาหาร สิ่งแวดล้อม สนับสนุนให้มีการเพาะปลูกตามความต้องการของผู้บริโภค และส่งเสริมให้มีการรับประทานอาหารให้มีสารอาหารครบถ้วน ซึ่งจากปัญหาทางด้านความมั่นคงและความปลอดภัยทางอาหารที่เกิดขึ้น ทำให้ทางกระทรวงเกษตร ประมงและป่าไม้ ได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการดำเนินงานภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเอง ภายใต้เป้าหมายหลักในการเพิ่มอัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารและความปลอดภัยของอาหารภายในประเทศให้มากยิ่งขึ้น จึงได้มีการสร้างโอกาสในการซื้อขายสินค้าภายในท้องถิ่นด้วยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่ “สามารถพูดคุย สามารถมองเห็นหน้า” และมีการสร้างแผนงานการผลิตเองบริโภคเองที่เป็นรูปธรรม ยกตัวอย่างเช่น การกำหนดวันผลิตเองบริโภคเอง หรือการส่งเสริมในการนำใช้สินค้าเกษตรกรรมสำหรับอาหารโรงเรียน เป็นต้น นอกเหนือจากนี้ยังสนับสนุนในเรื่องงบประมาณทางด้านการอบรมทรัพยากรบุคคล การวิจัยเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคสำหรับต่อยอดในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่สามารถรักษาความเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นเอาไว้ รวมไปถึงการจัดการประกวดอาหารกล่องหรือเมนูอาหารรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ภายใต้แผนการดำเนินการด้านอาหารเกษตรกรรม และชุมชนเกษตรในปีค.ศ. 2005 ซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนแก้ไขแผนการดำเนินงานในทุกๆ 5 ปี

นอกเหนือจากนี้ทางกระทรวงเกษตรกรรม ประมงและป่าไม้ได้จัดตั้งโครงการ Food Action Nippon ตั้งแต่ 7 ตุลาคม ค.ศ. 2008 ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดงานสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลท้องถิ่น เกษตรกร อุตสาหกรรมอาหาร มหาวิทยาลัย สถานประกอบการทางด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม สื่อมวลชนแขนงต่างๆ และประชาชนทั่วไป ภายใต้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนอาหารท้องถิ่นที่เพาะปลูกภายในฤดูกาล ให้ความสำคัญทางด้านโภชนาการ ธรรมชาติในเรื่องการรับประทานให้พอดี ไม่เหลือทิ้ง และเพิ่มอัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารของประเทศให้มากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่สนับสนุนการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ยกตัวอย่างเช่น การเก็บรายละเอียดของหน่วยงานที่สามารถดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และนำมาประชาสัมพันธ์ภายในเว็บไซต์ หรือ การให้รางวัลหน่วยงานที่มีผลงานดีเด่นที่ณรงค์การใช้สินค้าท้องถิ่นในแต่ละปี เป็นต้น

นอกเหนือจากนี้ทางด้านของกระทรวงศึกษาธิการยังได้ให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการใช้ข้าวภายในโรงเรียน ภายหลังจากที่ขนมปังได้เข้ามามีบทบาทในวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของเด็กนักเรียนมากขึ้นเนื่องจากมีต้นทุนที่ถูกกว่า จึงได้มีการออกคู่มืออาหารโรงเรียนกำหนดขึ้นมาตั้งแต่ในปี ค.ศ. 1992 แจกจ่ายไปตามโรงเรียนต่างๆ ซึ่งมีเนื้อหาอธิบายเกี่ยวกับความรู้ทางด้านโภชนาการ วัฒนธรรมอาหารของญี่ปุ่น และเมนูอาหารญี่ปุ่น รวมถึงพยายามปลูกฝังความรู้ทางด้านการเกษตรให้แก่เด็กนักเรียนภายในห้องเรียนและสร้างโอกาสให้นักเรียนได้ลงทำการเกษตรในพื้นที่จริงจากการจัดเตรียมพื้นที่เอาไว้ภายในโรงเรียนหรือพื้นที่เกษตรจริงซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนความรู้โดยตรงจากเกษตรกรได้อีกด้วย

2. บทบาทของรัฐบาลท้องถิ่น

บทบาทรัฐบาลท้องถิ่นได้มีการดำเนินงานสอดคล้องกับบทบาทของรัฐบาลกลางในการสนับสนุนอัตราการพึ่งพาตัวเอง เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค เกษตรกร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร และสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งจะขอยกตัวอย่างจังหวัดที่มีความเข้มแข็งในการดำเนินงานภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเอง ดังต่อไปนี้

1) Okayama

เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดส่วนใหญ่รายล้อมไปด้วยภูเขา โดยมีพื้นที่ราบเหมาะสมควรกับการทำเกษตรตรงบริเวณตอนกลางของจังหวัด ประกอบกับจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

ในปีค.ศ. 1975 เท่ากับ 10.7 เพิ่มขึ้นเป็น 23.7 ในปีค.ศ. 2007 ส่งผลให้อัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารมีเพียง 37% เท่านั้น ทางจังหวัดจึงได้เริ่มต้นการดำเนินงานภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองขึ้นตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม ค.ศ. 2001 โดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 25 หน่วยงานได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มการศึกษา กลุ่มวัฒนธรรม กลุ่มการท่องเที่ยว กลุ่มผู้บริโภค และ กลุ่มการค้า เป็นต้น โดยดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ หรือ วิทยุท้องถิ่น เป็นต้น รวมไปถึงมีการจัดทำและแจกจ่ายซีดีเพลงการผลิตเองบริโภคเองไปยังโรงเรียนต่าง ๆ จากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านความรู้และจิตสำนึกทางด้านการผลิตเองบริโภคเองส่งผลให้แนวโน้มความเข้าใจความหมายและการตระหนักในความสำคัญของแนวคิดการผลิตเองบริโภคเองของคนในท้องถิ่นมีเพิ่มมากขึ้น ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความตระหนักในเรื่องของ “การผลิตเองบริโภคเอง”

ปี	2003	2004	2005	2006	2007	2008
เข้าใจในคำและเนื้อหา	56%	69%	68%	77%	78%	81%

ที่มา : ผลสำรวจของแบบสอบถามหัวข้อการผลิตเองบริโภคเองจังหวัด Okayama

นอกเหนือจากนี้ได้มีการส่งเสริมการกระจายสินค้าที่เพาะปลูกภายในท้องถิ่นผ่านทางร้านขายตรง โดยได้มีการจัดทำแผนที่ร้านขายตรงที่เข้าร่วมโครงการวางแจกจ่ายไปสู่คนภายในท้องถิ่น รวมไปถึงจัดงานเทศกาลอาหารตามสถานที่ที่สามารถบรรจุคนได้เยอะๆ เช่น Okayama Dome เพื่อที่จะสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ทางด้านอาหารและการเพาะปลูกจากเกษตรกรจริงไปสู่ผู้บริโภค ภายใต้ความสัมพันธ์ที่สามารถพูดคุยและมองเห็นหน้า อาหารที่มีความสดใหม่และปลอดภัย ส่งผลทำให้ยอดขายต่อปี

ของร้านขายตรงจากที่มีจำนวน 7,200 ล้านเยนในปี ค.ศ. 2002 สามารถเพิ่มขึ้นเป็น 11,600 ล้านเยนในปี ค.ศ. 2008 และยังให้ความสำคัญกับอาหารโรงเรียน สนับสนุนการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นตามฤดูกาล รวมถึงการจัดประกวดเมนูอาหารกล่องโดยนักเรียนหรือบุคคลทั่วไปภายใต้เงื่อนไขที่ต้องใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งการดำเนินงานทั้งหมดได้กำหนดให้มีการใช้สัญลักษณ์ผลท้อ (พีชขาว) เนื่องจากมีผลผลิตมากและโดดเด่นในเรื่องของรสชาติความอร่อย



รูปที่ 1 สัญลักษณ์ผลิตเองบริโภคเอง Momobbi

ที่มา: http://www.pref.okayama.jp/soshiki/detail.html?lif_id=27156

2) Toyama

ได้รับการขนานนามว่าเป็น “ดินแดนแห่งน้ำ” เนื่องจากมีอาณาเขตติดกับทะเลญี่ปุ่นในลักษณะอ่าวและภายในจังหวัดประกอบด้วยแม่น้ำถึง 7 สาย ประกอบกับพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเพาะปลูกข้าว โดยสามารถเทียบการเพาะปลูกเป็นอัตราส่วนทั้งหมด 7 ส่วน 10 ของอัตราผลผลิตทั้งหมด แต่จากอัตราส่วนของประชากรที่ลดน้อยลง ซึ่งเหลือเพียงแต่ผู้สูงอายุที่มีอัตราส่วนเพียง 9.5 ในปี ค.ศ. 1975 เพิ่มขึ้นมาเป็น 24.6 ในปี ค.ศ. 2007 ส่งผลต่ออัตราการพึ่งพาตัวเองของจังหวัดมีเพียงแค่ 73% เท่านั้น จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มการดำเนินงานภายใต้แนวคิดการผลิตเองบริโภคเองใน ค.ศ. 2002 ศูนย์กลางการดำเนินงานภายใต้โรงเรียน สนับสนุนให้เด็กนักเรียนทานข้าวพันธุ์ Koshihikari ที่เก็บเกี่ยว

ได้ภายในท้องถิ่น รวมไปถึงได้มีการกำหนดวันผลิตเองบริโภคเองทุกวันที่ 13 ของทุกเดือนเพื่อเป็นการรณรงค์ให้คนในท้องถิ่นหันมารับประทานผลผลิตที่ได้จากภายในท้องถิ่น ซึ่งจากความร่วมมือจากเกษตรกรอาหารโรงเรียน การค้าปลีก และการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น ทางกระทรวงเกษตร ประมงและป่าไม้ได้คัดเลือกให้เมือง Himi เป็นเมืองต้นแบบของแนวคิดการผลิตเองบริโภคเองในปี ค.ศ. 2007 โดยมีการใช้สัญลักษณ์ Kitto ซึ่งเป็นเด็กผู้หญิงกำลังจับปลา บ่งบอกถึงความสดใสมีชีวิตชีวา นอกเหนือยังมีสัญลักษณ์การผลิตเองบริโภคเองของจังหวัด Toyama ที่แสดงถึงเด็กอุดมสมบูรณ์ และสนุกสนานกับการรับประทานผลิตภัณฑ์โดดเด่นของจังหวัด ได้แก่ ปลาบuri เนื้อวัว ข้าว และต้นหอมอีกด้วย



รูปที่ 2 Kitto Chan สัญลักษณ์ของเมือง Himi

ที่มา : <http://www.city.himi.toyama.jp/~10000/english/main-english.htm>



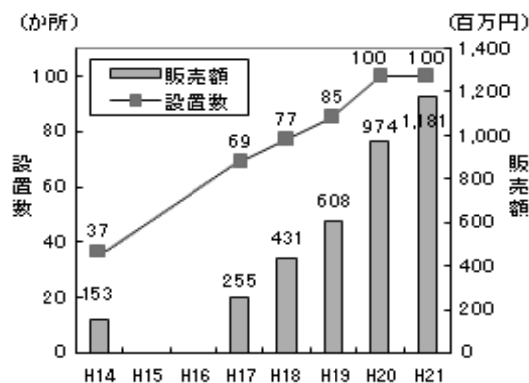
รูปที่ 3 อร่อย สดใหม่ ผลิตภัณฑ์ Toyama

ที่มา : <http://toyama-brand.jp/INT/2009/09/no4231.php>

นอกเหนือจากอาหารโรงเรียน ทางจังหวัด
ยังได้ให้ความสำคัญแก่ร้านขายตรง โดยได้มีการรวม
กลุ่มกันของเกษตรกรนำของมาขายภายในร้านขายตรง

ซึ่งจากการสำรวจในปี ค.ศ. 2005 พบว่ามีจำนวนร้าน
ขายตรงภายในจังหวัดเป็นจำนวน 70 แห่ง และมีผู้ใช้
บริการเป็นจำนวนมากถึง 6,900,000 คน

แผนภูมิที่ 1 แนวโน้มการเปลี่ยนของร้านขายตรงจังหวัด Toyama



ที่มา : <http://www.pref.toyama.jp/sections/1015/ecm/back/2010oct/tokushu/index1.html>

3) Niigata

เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์เนื่องจากมี
แม่น้ำ Shinano แม่น้ำที่มีความยาวที่สุดของประเทศ
ญี่ปุ่น และแม่น้ำสายเล็กอีกหลายสาย รวมถึงมีบริเวณ
พื้นที่ราบจำนวนมาก ทำให้อัตราการพึ่งพาตัวเองทาง
ด้านอาหารสูงถึง 99% แต่เนื่องจากแนวโน้มของ
ประชากรผู้สูงอายุสูงที่มีมากขึ้นจาก ในปี ค.ศ. 1975

ในอัตราส่วน 9.6 กลายมาเป็นจำนวน 25.0 ในปี ค.ศ.
2007 ทางจังหวัดจึงได้มีการดำเนินงานการผลิตเอง
บริโภคเองภายใต้สโลแกน “ปลูกฝังเด็กรุ่นใหม่ ใส่ใจ
สิ่งแวดล้อม ปลอดภัยในสุขภาพ สุขสันต์มั่นคงใน
อาหาร” โดยใช้สัญลักษณ์ข้าว Koshihikari เป็นสื่อ
กลางในการประชาสัมพันธ์



รูปที่ 4 สัญลักษณ์ข้าวของจังหวัด Niigata

ที่มา : http://www.pref.niigata.lg.jp/syokuhin/tisan_mark.html

ทางจังหวัดได้มีการดำเนินงานการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค โดยที่ในปี ค.ศ. 2001 มีจำนวน 1,498 คน สามารถเพิ่มขึ้นถึง 20,169 คน ในปี ค.ศ. 2004 นอกเหนือจากนี้ยังได้มีการตั้งเป้าหมายการดำเนินงานการผลิตเองบริโภคเองในเรื่องของอัตราการซื้อสินค้าภายใน

ท้องถิ่นจาก 36.7% ในปี ค.ศ. 2005 ให้เพิ่มขึ้นเป็น 60.0% ในปี ค.ศ. 2008 อัตราการใช้ผักผลไม้ภายในอาหารโรงเรียน จาก 26.8% ในปี ค.ศ. 2004 ให้เพิ่มขึ้นเป็น 33.0% ในปี ค.ศ. 2008 ซึ่งจากการดำเนินงานพบว่าร้านขายตรงมีแนวโน้มที่ดีขึ้นมาก

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้านขายตรงและยอดขายภายในจังหวัด Niigata จำแนกรายปี

หน่วย(ร้านค้า) : แห่ง หน่วย(ยอดขาย) : ล้านเยน

ประเภทสินค้า	รายการ	2004	2005	2006	2007	2008
เกษตรกรรวม	จำนวนร้านค้า	485	516	521	560	602
	ยอดขาย	2,620	3,209	3,908	4,348	5,912
ประมง	จำนวนร้านค้า	2	2	2	2	2
	ยอดขาย	153	143	141	123	150
รวม	จำนวนร้านค้า	487	518	523	562	604
	ยอดขาย	2,773	3,352	4,049	4,471	6,062

ที่มา: สำนักงานประมง สำนักงานการเผยแพร่ กระจายสินค้าอาหารจังหวัด Niigata

4) Ibaraki

สภาพภูมิศาสตร์เอื้อต่อการทำเกษตรกรรม เนื่องจากมีแม่น้ำ Tone ซึ่งเป็นแม่น้ำที่มีปริมาณพื้นที่น้ำมากที่สุดของประเทศ รวมถึงทะเลสาบ Kasumigaura ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากทะเลสาบ Biwako และพื้นที่ราบส่วนใหญ่อยู่ตรงกลางของจังหวัด แต่ตัวเลขอัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารมีเพียง 70% เท่านั้น รวมไปถึงแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุ

มีเพิ่มมากขึ้นจากเดิม ในปีค.ศ. 1975 เท่ากับ 8.4 เพิ่มขึ้นเป็น 20.7 ในปี ค.ศ. 2007 ทางจังหวัดจึงได้ตั้งกลุ่ม Umaimondokoro ในปี ค.ศ. 2001 สำหรับสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารภายในจังหวัด โดยมีต้นแบบจากสัญลักษณ์ของตราประจำตระกูล Tokugawa Mitsukuni ได้เมื่อยุคแลงจังหวัด Ibaraki ในระหว่างปี ค.ศ. 1661-1691



รูปที่ 5 ตราสัญลักษณ์ Umaimondokoro ของจังหวัด Ibaraki

ที่มา: http://www.pref.ibaraki.jp/close_up/cl0907_02/

การดำเนินงานผลิตเองบริโภคเองภายใต้กลุ่ม Umaimondokoro มุ่งเน้นในเรื่อง “อาหาร” และ “การเกษตร” มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้โดยมุ่งเน้นไปยังสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ Twitter ภายใต้ชื่อ @umaimon_Ibaraki ซึ่งจากผลการสำรวจในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2010 มีผู้ตามเป็นจำนวนมากถึง 29,265 ราย มากที่สุดเมื่อเทียบกับหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นอื่น เนื่องจากได้มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับร้านขายตรงและข้อมูลสินค้าที่จำหน่ายไว้อย่างครบถ้วน

3. บทบาทของภาคเอกชน

ได้มีการดำเนินงานสอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลในการให้ความสำคัญในเรื่องการใช้ผลผลิตภายในท้องถิ่นเป็นหลัก ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมในการบริโภคภายในท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานเอกชนที่

เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร เช่น บริษัทแปรรูปอาหาร, ร้านอาหาร หรือ ร้านสะดวกซื้อ มีแนวโน้มที่จะใช้วัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากบริษัทอาหารใหญ่ ๆ เช่น บริษัท Ajinomoto ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคหันมากินข้าวปั้นม้วนเข้าที่มีการปรุงรสด้วยผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัตถุดิบภายในจังหวัด Hokkaido, บริษัทขนมปัง Yamazaki จัดจำหน่ายขนมปังรูปแบบต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์จากวัตถุดิบที่โดดเด่นไม่เหมือนกันในแต่ละท้องถิ่น รวมไปถึงบริษัท Sanyo ยังได้มีการคิดค้นและออกวางจำหน่ายหม้อหุงขนมปัง ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ที่สามารถนำแป้งข้าวเจ้ามาปรุงหุงเป็นขนมปังได้ทดแทนการใช้แป้งสาลีที่ต้องอาศัยการนำเข้าจากประเทศอเมริกา เป็นต้น ซึ่งในที่นี่จะยกตัวอย่างหน่วยงานเอกชนที่โดดเด่นและให้ความสำคัญกับแนวคิดการผลิตเองบริโภคเองดังต่อไปนี้

1) Midori Chouchin

โคมไฟสีเขียวที่ร้านอิซากายะ (Izakaya) หรือร้านอาหารที่ร้านเหล้าแบบญี่ปุ่นเริ่มต้นจากความคิดของคุณ Maruyama Kiyoaki ในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2005 ภายหลังจากที่ได้มีโอกาสเดินทางไปยังจังหวัด Hokkaido และมีความต้องการรับประทานอาหารท้องถิ่นแต่กลับพบแต่อาหารที่นำเข้ามาจากท้องถิ่นอื่น จึงได้พูดคุยกับเจ้าของร้านอิซากายะ เกี่ยวกับแนวความคิดให้มีการตกแต่งหน้าร้านด้วยโคมไฟสีเขียว ซึ่งจำนวนดาวบนโคมไฟจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปริมาณการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นของร้านนั้นๆ ภายหลังจากที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์แนวคิด

ร้านสีเขียวในปี ค.ศ. 2006 เพื่อที่จะรณรงค์ในการเพิ่มอัตราส่วนการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารผ่านสื่อต่างๆ เช่น การลงบทความในหนังสือพิมพ์การเกษตรญี่ปุ่น รายการของสถานีโทรทัศน์ Fuji และรายการ Ohayo Nippon ของสถานีโทรทัศน์ NHK รวมถึงได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในโครงการ Food Action Nippon ในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 2007 ซึ่งไม่เพียงแต่ร้าน Izakaya เท่านั้นที่ประดับโคมไฟสีเขียวแต่ยังรวมไปถึงร้านอาหารเกษตรกร หรือ ร้านขายสินค้าเกษตรกรรม จากข้อมูลเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2010 พบว่ามีร้านที่เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้นเป็นจำนวน 2,882 ร้าน



รูปที่ 6 โคมไฟสัญลักษณ์ Midori Chouchin

ที่มา: <http://fan.kurobe-unazuki.jp/?p=3499>

2) Bon Marche Japan

เป็นหนึ่งในโครงการ Food Action Nippon เริ่มต้นขึ้นในช่วงฤดูใบไม้ผลิ ค.ศ. 2009 นำโดยกระทรวงเกษตร ประมงและป่าไม้ ริเริ่มแนวความคิดให้เกษตรกรมาจัดวางจำหน่ายสินค้าเกษตรในบริเวณเมืองใหญ่ 12 แห่ง อาทิ Hokkaido, Aomori, Tokyo, Kanagawa, Niigata, Nagoya, Osaka และ Fukuoka เป็นต้น ซึ่งได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนเจ้าของพื้นที่ โดยเปิดบริการในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ผู้บริโภคสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความ

รู้เชิงลึกและความคิดเห็นกับเกษตรกรโดยตรง และเลือกซื้อสินค้าเกษตรที่ไม่มีวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตอีกด้วย มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการและข่าวสารต่างๆ ผ่านทาง website, twitter, blog รวมไปถึงแผ่นพับแจกให้กับผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง นอกเหนือจากนี้ยังได้มีการออกแบบสัญลักษณ์ของโครงการโดยกราฟฟิคดีไซน์เนอร์ชื่อดัง Morimoto Chie ที่บ่งบอกความสดใสด้วยโน้ตดนตรี และวงกลมที่เปรียบได้ดั่งกับอาหารกลางวันของเด็กๆ



รูปที่ 7 สัญลักษณ์ Bon Marche Japan

ที่มา: http://news.livedoor.com/article/image_detail/4353044?img_id=792303

3) Mos Burger

แฮมเบอร์เกอร์สัญชาติญี่ปุ่น มุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าเป็นหลัก จากการทำสัญญาลงทะเบียนและการใช้วัตถุดิบต่างๆ เช่น ผัก มะเขือเทศ หรือ เนื้อวัว ที่ส่งมาจากเกษตรกรภายในท้องถิ่นโดยตรง พร้อมทั้งมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรกร รายละเอียดในการเพาะปลูก รวมไปถึงรายละเอียดในการขนส่งสินค้าแก่ผู้บริโภค หรือที่เรียกว่า Mother System นอกเหนือจากนี้ยังให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมอาหารญี่ปุ่น เริ่มต้นตั้งแต่ในปี ค.ศ.

2008 ได้มีการคิดค้นพัฒนาเมนูแฮมเบอร์เกอร์จากเอกลักษณ์ในท้องถิ่นต่างๆ วางขายในระยะเวลาและจำนวนจำกัด ยกตัวอย่างเช่น ได้มีการประชาสัมพันธ์เมนู Black pepper Chicken Burger Chilly ที่นำเนื้อไก่ และผักภายในจังหวัด Yamanashi, Nagano และ Shizuoka มาใช้และวางขายในท้องถิ่นเป็นจำนวนทั้งสิ้น 83 ร้าน และต้องสมัครสมาชิกทางมือถือ ซึ่งวางขายตั้งแต่วันที่ 3 ถึง วันที่ 19 ธันวาคม ค.ศ. 2010 ในราคา 360 เยน



รูปที่ 8 Black pepper Chicken Burger Chilly

ที่มา: http://www.mos.co.jp/news/20101203_1.html

4. ทิศทางของผู้บริโภค

จากผลการวิจัยโดยกระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ ในช่วงปี ค.ศ. 2007 และ ปี ค.ศ. 2008 พบว่าผู้บริโภคญี่ปุ่นมีความต้องการในการบริโภคดังต่อไปนี้

1. การเลือกซื้อข้าวโดยดูจากแหล่งผลิต ชนิดของสินค้าและปีที่ผลิต โดยจังหวัดที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อข้าวมากที่สุดคือจังหวัด Niigata
2. การบริโภคสินค้าประมงมีแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผู้บริโภคเป็นผู้สูงอายุก็ยังเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประมงภายในประเทศมากขึ้น

3. การบริโภคผักและผลไม้ พบว่ามีผู้บริโภคนิยมผลไม้ตามฤดูกาล แต่ราคายังถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ แต่ในขณะเดียวกันสำหรับอัตราส่วนในการเลือกซื้อผลไม้แปรรูปพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสนใจแก่น้ำผลไม้ที่แปรรูปที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ

นอกเหนือจากนี้ทางด้านของร้านอาหารยังมีแนวโน้มความต้องการในการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นมากขึ้น แต่ยังไม่สามารถทำได้ดีเท่าที่ควรอันเนื่องมาจากราคาสินค้าเกษตรกรรมที่ผลิตภายในท้องถิ่นมีราคาที่แพงกว่า จึงต้องการให้ทางรัฐบาลให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่น

รวมไปถึงการจัดสถานที่ในการแลกเปลี่ยนด้านการค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นต้น

5. บทสรุป

การนำเข้าสินค้าเกษตรจากต่างประเทศส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและความมั่นคงของอาหารภายในประเทศญี่ปุ่น ทำให้ทางรัฐบาล ภาคเอกชน รวมไปถึงภาคประชาชนได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนแนวคิดการผลิตเองบริโภคเองมากขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของอัตราการพึ่งพาตัวเองทางด้านอาหารยังไม่สามารถยับยั้งขึ้นคงอยู่ที่ 40% ในปี ค.ศ. 2010 เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจญี่ปุ่นในปัจจุบันทำให้ประชาชนเลือกซื้อสินค้าเกษตรที่นำเข้ามีราคาถูกกว่าสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศที่มีราคาแพงเพราะต้นทุนที่สูงกว่า แต่ภาครัฐบาลและภาคเอกชนได้มีความพยายามสนับสนุนสินค้าภายในประเทศโดยการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นจุดขายและเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดสืบต่อไปยังคนรุ่นหลัง รวมไปถึงใส่ใจในความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์โดยมีการระบุรายละเอียดข้อมูลเกษตรกรผู้ทำการเพาะปลูก วิธีการเพาะปลูก การกระจายสินค้า และวิธีการปรุงอาหารให้อร่อย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการให้ข้อมูลนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่สังคมญี่ปุ่นให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

References

国民生活センター編. (2009). 「特集： 内食・中食・外食－変わる食生活と消費者－」『国民生活』12月号. サンエー印刷. 17-20.

小林哲郎. (2003). 『食料経済』. 中央法規出版.

下平尾勲・伊東維年・柳井雅也. (2009). 『地産地消－豊かで活化のある地域経済への道票』. 日本評論社.

三島徳三. (2003). 『地産地消が豊かで健康的な食生活をつくる』. 筑波書房.

三菱総合研究所編. (2010). 『2030年の「食と農を考える」』. 丸善プラネット.

緑提灯応援隊. (2009). 『緑提灯でいっぱい』. 精文堂印刷.

Websites

FMRIC. (2008). *Heisei 20 Nen Sekkai Shokuryou Jyukyuu Doukou nado Sougou Chousa Yori*. Retrieved November 10, 2010, from <http://www.fmr.or.jp/management/03.html>

Ibaraki Agriculture Institute. (2009). *Chisan Chisho-Kappatsu na Kouryuu ga Seikou no Kagi*. Retrieved December 10, 2010, from <http://www.pref.ibaraki.jp/nourin/noucenter/advice/2010/2209c.html>

Kusano, K. (2007). *Nippon Ichi Kankyou ni yasashii Toyama no Nougyou*. Retrieved November 10, 2010, from Takaoka Agricultural Extension Center Website: <http://www.pref.toyama.jp/branches/1133/derukui/vol199710/07.html>

MAFF. (2009). *Nougyou no 6 Ji Sangy-ouka*. Retrieved November 19, 2010,

from <http://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/kikaku/bukai/14/pdf/data2.pdf>

MIC. (2006). *Okayamaken Sangyou betsu Shuugyousha Wariai no Suii*. Retrieved November 10, 2010, from <http://www.pref.okayama.jp/kikaku/toukei/kidspage/1toukeidata/1jinko/1jinko.html>

Niigata Kenkyu. (2003). *Gakkou Kyuushoku Kanri Shisutemu Setsumei*. Retrieved December 10, 2010, from <http://www.n-kenkyu.or.jp/>

Niigata Prefectural Government. (2009). *Niigata no Oroshiuri Shijyou*. Retrieved December 10, 2010, from http://www.pref.niigata.lg.jp/syokuhin/tisan_sijou.html

Okayama Prefectural Government. (2008). *Sangyou Renkanhyou kara mita Okayamaken Keizai no Kouzou*. Retrieved November 10, 2010, from <http://www.pref.okayama.jp/uploaded/attachment/267.pdf>

Okayama Prefectural Government. (2008). *Chisan Chisho Kenmin Undou no Suishin*. Retrieved November 10, 2010, from <http://www.pref.okayama.jp/hoken/seiei/kids/kids.htm>

RBB Today. (2010). *Saita Forowaa suu wa Ibaraki (Uaimondokoro Ibaraki) ~ Shichiidai Tsuiittaa Koushiki Akaunto, Zenkoku Chousa no Kekkakouhyou*. Retrieved January 2, 2011, from News Live Door Website: <http://news.livedoor.com/article/detail/4880403/>

Toyama Prefectural Government. (2009).
Toyama Food Kingdom. Retrieved November 10, 2010, from <http://www.shoku-toyama.co.jp/>

Toyama Prefectural Government. (2009).
*Toyama Shokuryou Jijyou ~Nougyou Hen (Dai 2 Kai) ~ 2005 Nen Nour-
ingyou Sensasu nado no Kekka kara~*.
Retrieved November 10, 2010, from
[http://www.pref.toyama.jp/sections/
1015/ecm/back/2006may/tokushu/
index2.html](http://www.pref.toyama.jp/sections/1015/ecm/back/2006may/tokushu/index2.html)

Interview

Oouchi Kazuhiko	Okayama Agriculture Distribution Section
Mandai Yuichiro	Okayama Agriculture Market Promotion Section
Kasaishi Youhei	Okayama Agriculture Market Promotion Section
Kajisaka Kazuyoshi	Okayama Agriculture Market Promotion Section
Katayama Keiko	Okayama Planning and Promotion Section
Miyakoshi Hiromi	Himi Chamber of Commerce and Industry travel Section
Takahashi Takanori	Niigata Agriculture Cooperative Planning Section
Ookawa Yumiko	Ibaraki Agriculture Distribution Umaimondokoro Section
Kawada Kazuhiro	Ibaraki Agriculture Distribution Umaimondokoro Section