



สารนิพนธ์

เรื่อง บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน
ประเทศญี่ปุ่น

โดย

นายธรรมวุฒ อังกิตานนท์

รหัสนักศึกษา 05590685

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 111 ระเบียบวิธีวิจัยเอเชียศึกษา

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสกลนคร

ภาคการศึกษาต้น ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของอักษรศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยสกลนคร

ชื่อสารนิพนธ์	บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น
ผู้เขียน	นายธรรมวุฒ อังกิตานนท์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ ดร.สุริพร จรุงธนะกิจ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ “บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษานโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น 2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น โดยมีวิธีการศึกษา ด้วยการนำเสนอข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลมาเรียบเรียงและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและขอบเขตการศึกษาที่กำหนดไว้

ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบันและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จากการที่มีสื่อประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ดังเช่นกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยนำเสนอคือ ภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูนผนวกกับการที่ได้รับการสนับสนุนและให้ความร่วมมือจากทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนของญี่ปุ่นผ่านนโยบาย Cool Japan ที่มีจุดประสงค์หลักเพื่อการสร้างรายได้ให้กับประเทศญี่ปุ่นผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการนำเสนอคอนเทนต์ที่มาจากภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ซึ่งใช้เป็นตัวแทนในการสร้างจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวให้กับเหล่านักท่องเที่ยวและผู้ชื่นชอบในผลงานภาพยนตร์การ์ตูน Your Name และเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นให้พัฒนาก้าวหน้าขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง

คำสำคัญ : แอนิเมชัน (Animations), ภาพยนตร์การ์ตูน, Your Name, Cool Japan, การท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น” เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.สุวิพร จรุงธนะกิจ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ธรรมวุฒ อังกิตานนท์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญรูปภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	2
1.5 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดเรื่องการแบ่งประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4
2.1.1 การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Nature Based Tourism)	4
2.1.2 การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism).....	4
2.1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ	5
2.2 เนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์การ์ตูน Your Name	6
2.3 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละคร และภาพยนตร์.....	7
2.3.2 บทความที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละคร และภาพยนตร์	8
2.4 กรอบแนวความคิดการศึกษาและวิเคราะห์	10

บทที่ 3	วิธีการดำเนินงานวิจัย	11
3.1	แหล่งที่มาของข้อมูล	11
3.2	วิธีการดำเนินงาน	11
3.3	วิเคราะห์ข้อมูล	11
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	11
บทที่ 4	ผลการศึกษา	12
4.1	นโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อผู้ประกอบการฐานเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรม	12
	การท่องเที่ยวใน ประเทศญี่ปุ่น	
4.1.1	โครงการเพื่อสร้างกระแสนิยมญี่ปุ่น	14
4.1.2	โครงการเพื่อสร้างรายได้ในต่างประเทศได้แก่.....	14
4.1.3	โครงการภายใต้กองทุน Cool Japan.....	16
4.2	บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรม	22
	การท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น.....	
บทที่ 5	สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา	27
5.1	สรุปผลการศึกษา	27
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	29
5.3	ข้อเสนอแนะ	30
บรรณานุกรม	32
ประวัติผู้ทำวิจัย	34

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 การแบ่งหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน	13
ภาพที่ 2 ภาพรวมโครงการ	13
ภาพที่ 3 โครงสร้างกองทุน Cool Japan.....	16
ภาพที่ 4 โครงสร้างกองทุน Cool Japan.....	17
ภาพที่ 5 โครงสร้างการลงทุนบนอินเทอร์เน็ต	18
ภาพที่ 6 โครงสร้างการลงทุนธุรกิจต่างประเทศด้านอาหาร	19
ภาพที่ 7 คารานักแสดงชาวไทยที่เข้าร่วมทอล์กโชว์ ในงาน “Visit Japan FIT Fair 2019”	21
ภาพที่ 8 โปสเตอร์โฆษณางาน “Visit Japan FIT Fair 2019”	21
ภาพที่ 9 นักท่องเที่ยวต่อแถวแวะมาเปะบอร์คของห้องสมุดในเมือง	23
ภาพที่ 10 กิจกรรมเปะบอร์คของห้องสมุดในเมือง	23
ภาพที่ 11 สาขาที่ปรากฏในเรื่อง Your Name	24
ภาพที่ 12 รถบัสพื้นที่ลาย Your Name	25
ภาพที่ 13 ร้านผ้าย้อมและผ้าทอ โอโบระ (Some to Fofuku Obora).....	25
ภาพที่ 14 กิจกรรมการทำ “เชือกถักด้วยมือ”	26
ภาพที่ 15 กระจู่วิว การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name.....	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศยอดฮิตที่ใครก็ใฝ่ฝันจะไปเยือน ด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม บ้านเมืองสะอาดปลอดภัย อาหารแสนอร่อยรสชาติโดดเด่น การคมนาคมที่สะดวกสบาย รวมเป็นจุดเด่นที่ทำให้ประเทศญี่ปุ่นน่าสนใจและกลายเป็นประเทศขวัญใจของเหล่านักท่องเที่ยวที่หายมั่นว่าจะต้องเดินทางมาญี่ปุ่นให้ได้สักครั้งหนึ่ง (ท่องเที่ยวญี่ปุ่น ดินแดนอาทิตย์อุทัยสวยทุกที่ มาเยือนได้ทุกฤดู,ม.ป.ป.:ออนไลน์)

เสน่ห์ทางธรรมชาติของญี่ปุ่น สำหรับนักท่องเที่ยว ญี่ปุ่นเป็นประเทศแห่งหมู่เกาะที่เต็มไปด้วยเทือกเขาแนวยาว มีซากุระเป็นดอกไม้ประจำชาติ และมีภูเขาฟูจิเป็นสัญลักษณ์โดดเด่นของประเทศ นอกจากนี้ยังมีภูเขาไฟที่ยังระอุอยู่จึงทำให้มีแหล่งน้ำพุร้อนตามธรรมชาติมากมาย การระเบิดของภูเขาไฟในอดีตส่งผลให้เกิดเป็นทะเลสาบตามปากปล่อง ส่วนรอยแยกก็แตกเป็นสายน้ำตก และเป็นที่ราบสูงต่างๆ ทั้งหมดถูกจัดเป็นอุทยานแห่งชาติซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีชายฝั่งทะเลที่ทอดยาวเป็นแนวขมวีวของเกาะน้อยใหญ่ที่เป็นภาพแปลกตาน่าชม นักญี่ปุ่นจึงจัดเป็นประเทศที่มีความสมบูรณ์ด้านการท่องเที่ยว เพราะนอกจากภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแล้ว ภูมิอากาศที่นี้ก็ยิ่งช่วยเสริมให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

นอกจากปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์และปัจจัยด้านภูมิอากาศแล้ว ปัจจัยด้านวัฒนธรรมก็เป็นจุดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังประเทศญี่ปุ่นได้อีกด้วย ทั้งวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น การแต่งกายด้วยชุดกิโมโน และชุดยูคาตะ วัฒนธรรมด้านอาหาร เช่น วัฒนธรรมการรับประทานปลาดิบ และวัฒนธรรมอื่นๆ ที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน เช่น พิธีชงชา การจัดสวนดอกไม้แบบญี่ปุ่น รวมไปถึงเทศกาลต่างๆ ที่ถูกจัดขึ้นตามช่วงเวลาต่างๆ ตลอดปี เช่น การชมซากุระบานในฤดูใบไม้ผลิ การชมดอกไม้ไฟในฤดูร้อน

วัฒนธรรมการ์ตูนก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย เนื่องจากมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมต่างๆ ผ่านสื่อบันเทิงประเภทการ์ตูนที่มีการสอดแทรกวัฒนธรรมการใช้ชีวิตแบบญี่ปุ่น วัฒนธรรมเหล่านี้ได้ปรากฏอยู่ในการ์ตูนมากมาย จากการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่น โดยนโยบาย Cool Japan ที่มีการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่น ผ่านทางสื่อต่างๆ รวมไปถึงสื่อประเภทการ์ตูน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

สื่อประเภทการ์ตูนของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมทั้งภายในและภายนอกประเทศ จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เรียกว่า “เมสคอต” ที่เป็นดั่งตัวแทนประเทศญี่ปุ่น ดังเช่น โดราเอมอน ปิกาจู ภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติอย่างล้นหลาม ก็เป็นอีกปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ขึ้นเนื่องจากมีการใช้สถานที่ที่มีอยู่จริงในประเทศญี่ปุ่นเป็นฉากที่ปรากฏอยู่ในเรื่อง จากความโดดเด่นทางด้านฉาก เนื้อเรื่อง และตัวละครที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงเกิด ความสนใจในการศึกษา “บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น” เพื่อให้เห็นถึงบทบาทความสำคัญของภาพยนตร์การ์ตูนที่มีอิทธิพลในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ในประเทศญี่ปุ่นที่มีความสร้างสรรค์ และมีความน่าสนใจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา นโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงนโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ด้านเนื้อหา ศึกษาบทบาทนโยบาย Cool Japan และ บทบาทของ ภาพยนตร์การ์ตูน Your Name
2. ด้านเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลของนโยบาย Cool Japan ตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง (2552) จนถึง พ.ศ.2561 และบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน
3. ด้านพื้นที่ ศึกษาบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

1.5 นิยามศัพท์

แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง "การสร้างภาพเคลื่อนไหว" ด้วยการนำภาพนิ่งมาเรียงลำดับกัน และแสดงผลอย่างต่อเนื่องทำให้ดวงตาเห็นภาพที่มีการเคลื่อนไหวในลักษณะภาพติดตา (Persistence of Vision) ทำให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวที่มีความต่อเนื่องกัน แม้ว่าแอนิเมชันจะใช้หลักการเดียวกับวิดีโอ แต่แอนิเมชันสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานต่างๆ ได้มากมาย เช่นงานภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ งานพัฒนาเกม งานสถาปัตยกรรม งานก่อสร้าง งานด้านวิทยาศาสตร์ หรืองานพัฒนาเว็บไซต์ เป็นต้น (ทวิศศักดิ์ กาญจนสุวรรณ : 2552 : 222)

ภาพยนตร์การ์ตูน หรือ อนิเมะ (Anime) เป็นคำภาษาญี่ปุ่นที่มาจากภาษาอังกฤษว่า แอนิเมชัน (Animation) ซึ่งมาจากภาษาฝรั่งเศส อนิเมะ (Anime) และจากภาษาละติน อนิเมะ (Anima) แปลว่าเคลื่อนไหวหรือภาพเคลื่อนไหวแต่ความหมายกลายเป็นคำเฉพาะของภาษาญี่ปุ่น แปลว่า ภาพยนตร์การ์ตูน ภาพยนตร์นอกประเทศญี่ปุ่น อนิเมะหมายถึงภาพยนตร์การ์ตูนสัญชาติญี่ปุ่น สร้างขึ้นเพื่อความบันเทิงเหมือนภาพยนตร์

Your Name หมายถึง ชื่อภาพยนตร์การ์ตูน (Animation) จากประเทศญี่ปุ่น ชื่อภาษาญี่ปุ่น “君の名は” (Kimi no Na wa) ชื่อภาษาไทย “ลับตาฝัน ถึงชื่อเธอ” เป็นภาพยนตร์แนวแฟนตาซี โรแมนติก วิทยาศาสตร์ กำกับและเขียนบทโดย Shinkai Makoto จากค่าย CoMix Wave Films เข้าฉายในประเทศญี่ปุ่นเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ.2559 และเข้าฉายในประเทศไทยเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ.2559

Cool Japan คือ หน่วยงานพิเศษของภาครัฐบาลญี่ปุ่นก่อตั้งในปี พ.ศ.2552 ที่มีหน้าที่โปรโมท Contents ของญี่ปุ่น อันได้แก่ การ์ตูน การท่องเที่ยว ภาพยนตร์ เพลง และอื่นๆ เพื่อที่จะให้ชาวต่างชาติรับรู้ในความเป็นญี่ปุ่น โดยมีความคาดหวังว่าชาวต่างชาติจะหันมาบริโภค Contents ของญี่ปุ่นมากขึ้น และเป็นการส่งเสริมให้ ชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่นมากขึ้น

Contents, (คอน-เทนต์) หมายถึง สาร ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปยังผู้รับสารในรูปแบบต่างๆ เช่น คลิปวิดีโอ คลิปเสียง รูปภาพ อินโฟกราฟิก นิทาน เพลง ฯลฯ อาจเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง หรือใช้หลายอย่างรวมกัน เพื่อสื่อให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกันกับ

Mascot, (แมส-คอต) หมายถึง บุคคล สัตว์ สิ่งของ ที่นำมาซึ่งความโชคดี สิริมงคล หรือเป็นสัญลักษณ์แทนกลุ่ม องค์กร และอื่นๆ ส่วนมากมักเห็นในการแข่งขันกีฬา การโฆษณาสินค้า ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมรณรงค์ต่างๆ เป็นต้น

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการแบ่งประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวการท่องเที่ยว

คไนยา ตั้งอุทัยสุข(ม.ป.ป.) ได้จัดประเภทของรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

2.1.1 การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ (Nature Based Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นชื่อที่คุ้นหู และได้รับการรณรงค์มาอย่างต่อเนื่อง เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คล้ายกับแบบแรก แต่เน้นแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นรวมทั้งระบบนิเวศทางทะเลด้วย เช่น ป่าโกงกาง หมู่บ้านชาวเล

การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของโลก เช่น อุโมงค์ ถ้ำบนหน้าผา ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย ฟอสซิล รวมทั้งศึกษา ธรรมชาติของหิน ดิน แร่ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) คือการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ อาจเข้าชมเพื่อความรื่นรมย์ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ก็ได้ เช่น ชมทุ่งดอก ทานตะวัน ป้อนอาหารแกะ รีดนมวัว เป็นต้น

2.1.2 การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Tradition Tourism) อาจไม่ใช่เรื่องใหม่เพราะเรามีประเพณีหลากหลาย เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ แต่ควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือ ประชาสัมพันธ์ตั้งแต่เนิ่นๆ กระตุ้นให้คนมาสัมผัสด้วยตนเองสักครั้งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) คือการเดินทางไปเที่ยวยังโบราณสถาน ไปชมโบราณวัตถุ

การท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่กำลังได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชนบทในแถบภาคเหนือ สิ่งดึงดูดใจคือวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ในรูปแบบที่เรียบง่าย รูปแบบการท่องเที่ยวที่คล้ายกัน คือ การท่องเที่ยวชนกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นมา และวิถีชีวิตเฉพาะกลุ่ม

2.1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ

นอกเหนือจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้และมีแนวโน้มเติบโตได้ดีสำหรับพื้นที่ต่างๆในประเทศไทย เช่น

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Meditation Tourism) เป็นการเดินทางมาเพื่อศึกษาศาสนาหรือลัทธิต่างๆ โดยให้ความสำคัญกับการฝึกจิต ปฏิบัติธรรม ซึ่งมีทั้งที่อยู่ในศาสนสถาน เช่น วัด สำนักสงฆ์ และที่รีสอร์ทที่เป็นสถานที่จัดอบรม

การท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) เป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นช้า ให้ความสำคัญกับกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น การปรุงอาหาร-การรับประทานอาหารแบบละเมียดละไม การใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ อาจตัดการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีออกไป เรียกว่าเป็นการพักผ่อนแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นรูปแบบที่กำลัง “มาแรง” จนมีการพัฒนา Slow Hotel และ Slow Package ออกมาให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ

การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (Health Tourism) เช่น การล้างพิษ การรับประทานอาหารดิบๆตามธรรมชาติ (Raw Food) การฝึกโยคะ การงดสิ่งที่ไม่ดีมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสมบูรณ์ทางกายและใจ ซึ่งอาจมีการให้บริการสปาไปด้วย

การท่องเที่ยวแบบบำเพ็ญประโยชน์ (Voluntourism) คนจำนวนมากมักมีความสับสนว่าหากจะจ่ายเงินไปเที่ยวแล้วยังต้องไปทำงานอาสาสมัครอีกหรือ ความจริงการเดินทางเพื่อไปบำเพ็ญประโยชน์นี้มีมาหลายปีแล้วแต่จำกัดอยู่ในกลุ่มเล็กๆ ต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการเผยแพร่ไปทั่วโดยมีพื้นฐานความคิดว่าหากการไปเที่ยวแต่ละครั้งนอกจากจะเป็นการพักผ่อนแล้วหากสามารถเปิดโลกทัศน์และสร้างความคิดได้ด้วยก็น่าจะดีไม่น้อย รูปแบบที่นิยม ได้แก่การไปปลูกป่า การทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ การสอนภาษาอังกฤษ การสร้างโรงเรียนหรือบูรณะซ่อมแซมสถานศึกษาให้กับเด็กที่ด้อยโอกาส การเดินทางนี้อาจมีกิจกรรมร่วมกับการศึกษาศิลปวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือแม้แต่การศึกษาธรรมชาติ ก็ได้เช่นกัน

การเดินทางตามรอยภาพยนตร์ หรือเพลงที่กำลังได้รับความนิยม เช่น การเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องดัง ซึ่งอาจจะเป็นเพียงหมู่บ้านเล็กๆ หรืออาจเป็นเมืองใหญ่ทั้งเมืองและมีสถานที่ที่เป็นฉากสำคัญในเรื่องที่ต้องไปดูให้เห็นกับตาตนเองให้ได้ หรืออาจเป็นสถานที่ๆเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้แต่งเพลงสามารถแต่งเพลงจนดังได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดการท่องเที่ยวที่เหลือเชื่อ เป็นการท่องเที่ยวในมุมมืดซึ่งมีผู้สนใจร่วมกิจกรรมด้วย เช่น การท่องเที่ยวในสถานที่เคยเป็นสมรภูมิตรบสถานที่เคยเกิดโศกนาฏกรรม เช่น Ground Zero บริเวณที่เกิดเหตุการณ้ 9/11 บริเวณที่เกิดสึนามิ ค่ายกักกันนักโทษ เป็นต้น การนำเสนอรูปแบบทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ น่าจะเป็นหนทางในการสร้าง

ลีสันให้กับการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการลดแลกแจกแถม หากผู้ประกอบการ ลองนำไปใช้ในการดึงดูดใจลูกค้า อาจได้ผลตอบรับที่ดีกว่าแบบเดิมๆที่ทำกันอยู่

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย(ม.ป.ป.) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า การท่องเที่ยวแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิต แต่ก็เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นนันทนาการ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาในการเสริมคุณภาพชีวิตเพราะการท่องเที่ยวถือเป็นการผ่อนคลายความเครียด พร้อม ๆ กับได้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ได้เห็นความสวยงาม ได้สัมผัสกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากที่เคยได้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย สำหรับประเทศไทยเรานั้นถือได้ว่ามีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสัมผัส ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรม (Cultural Resource) ที่มีคุณค่าทางโบราณคดีและศิลปะ ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จากที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

2.2 เนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์การ์ตูน Your Name

มิตสึสะเป็นเด็กนักเรียนหญิงในเมืองอิโตะ โมะริ เหนื่อยหน่ายกับชีวิตในชนบท และปรารถนาจะเป็นหนุ่มหล่อ ณ กรุงโตเกียวในชาติหน้า ต่อมา ทะกิเด็กนักเรียนชายในกรุงโตเกียว ตื่นขึ้นพบว่า ตนเองคือมิตสึสะ ส่วนมิตสึสะกลับอยู่ในร่างของทะกิ

ทะกิและมิตสึสะเข้าใจว่า ตนสลับร่างกัน จึงเริ่มติดต่อสื่อสารกันโดยส่งข้อความทางกระดาษหรือโทรศัพท์ ครั้นเวลาผ่านไป ต่างคนเกิดเริ่มคุ้นชินกับร่าง และเริ่มก้าวท้าวชีวิตของกัน มิตสึสะช่วยให้ทะกิสนิทสนมกับมิกิ โอะกุเคะระ เพื่อนร่วมงานหญิง จนทั้งคู่นัดหมายดูใจกัน ส่วนทะกิกี้ช่วยให้มิตสึสะเป็นดาวโรงเรียน

ภายหลัง มิตสึสะบอกทะกิว่า จะมีดาวหางในเร็ววันนี้ สามารถมองเห็นได้ในเทศกาลท้องถิ่นเมืองอิโตะ โมะริ ตนต้องการชมมาก วันถัดมา ทะกิจึงตื่นขึ้นพบว่า ตนกลับอยู่ในร่างเดิมแล้วไปพบมิกิตามนัดหมาย แต่การดูใจไม่ประสบผล นอกจากนี้ ทะกียังตระหนักว่า ตนและมิตสึสะไม่สลับร่างกันอีกแล้ว ทะกิจึงตกลงใจออกติดตามหามิตสึสะ แต่ไม่ทราบแม้แต่ชื่อบ้านชื่อเมืองของเธอ จึงเตรตระเวนไปทั่วชนบทญี่ปุ่น อาศัยภาพที่ตนร่างขึ้นจากความทรงจำ

ในที่สุด พนักงานร้านอาหารแห่งหนึ่งระลึกได้ว่า ภาพนั้นคือเมืองอิโตะ โมะริ พนักงานคนนั้นแจ้งว่า ดาวหางตกที่เมืองนี้เมื่อสามปีก่อน ทำลายเมืองจนย่อยยับ สังกหารประชากรไปราวสามในสี่ ทะกิจึงค้นหาค้นหาบันทึกเกี่ยวกับอุบัติเหตุครั้งนั้นและพบว่า มิตสึสะเป็นหนึ่งในผู้เคราะห์ร้าย

ทะกิจึงไปยังศาลเจ้าตระกูลมิลีสะ แล้วพบว่า ช่วงเวลาของคนและมิลีสะนั้น ไม่สัมพันธ์กันเลย ทะกิ ตีมหาเศวตฉัตรมิลีสะที่มีมิลีสะทำถวายไว้ในศาล หวังว่าจะช่วยให้ติดต่อกับร่างมิลีสะก่อนเกิดดาวตก ได้ ฉะนั้น ทะกิจึงตื่นขึ้นในร่างของมิลีสะ และพบว่า ยังมีเวลาช่วยเมือง จึงออกบอกเพื่อนฝูงเรื่อง ดาวหาง และชวนกัน โยกย้ายผู้คน ขณะนั้น ทะกิเข้าใจว่า มิลีสะบัดนี้อยู่ในร่างคนที่ศาล จึงมุ่งหน้า ไปหาเธอที่นั่น

วิญญูณของมิลีสะตื่นขึ้นในร่างของทะกิ แล้วออกเดินเร่ไปจนสุดยอดภูเขาที่ซึ่งศาลตั้งอยู่ แม้จะรับรู้ได้ถึงกันและกัน แต่ทะกิและมิลีสะกลับหากันไม่เจอ เพราะช่วงเวลาของทั้งสองยังไม่ สัมพันธ์กัน ครั้นอาทิตย์ตก ทะกิและมิลีสะระลึกได้ว่า เป็นยามโพล้เพล้ ซึ่งในภาษาญี่ปุ่นโบราณ เรียก "คะวะตะระะ" (彼は誰) แปลตรงตัวว่า "นั่นใครกัน?" และยามโพล้เพล้เองเป็นเวลาที่ทั้งคู่ เคยคืนสู่ร่าง ดังนั้น ทั้งสองจึงพบกันทะกิบอกมิลีสะให้ชักนำบิดาผู้ห่างเหินของเธอซึ่งเป็น นายกเทศมนตรีเมื่อนั้นให้อพยพผู้คน ทั้งคู่จึงเขียนชื่อกันและกันไว้บนฝ่ามือ จะได้หากันเจอเมื่อ กลับสู่ช่วงเวลาของแต่ละคนแล้ว ทว่า มิลีสะอันตรายเกินไปก่อนจะเขียนชื่อคนได้ ส่วนทะกินั้นกลับ เขียนว่า "ฉันรักเธอ" แทนชื่อของตน ดังนั้น เมื่อคนทั้งสองพยายามจะจำชื่อของกัน จึงไร้ผล และ ที่สุดก็ล้มเลือนซึ่งกันแปรปีให้หลัง ปรากฏว่า ชาวเมืองอิโตะ โมะริทั้งหมดเอาชีวิตรอดจาก เหตุการณ์ดาวตกได้ เพราะมิลีสะชักนำให้บิดาดำเนินการอย่างทันทั่วทั้งที่ ส่วนทะกิสำเร็จการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยและกำลังหางาน แต่ลึก ๆ ยังคร่ำครวญหาอดีตบางอย่างมาตลอด ทะกิพบว่า ตนเอง สนใจใคร่รู้เกี่ยวกับเมืองอิโตะ โมะริมาเสมอ เช่น เมื่อเห็นนิตยสารเกี่ยวกับเมืองนี้ หรือผู้คนจากเมือง นี้ที่เคยพบพานมาในร่างมิลีสะ ครั้นแล้ว วันหนึ่ง ทะกิและมิลีสะก็เห็นกันขณะรถไฟที่ตนโดยสาร ผ่านพ้นกัน ทั้งสองจึงลงรถแล้วออกค้นหากัน พวกเขาพบกัน ณ ขึ้นบันได ความรู้สึกราวกับรู้จักกัน มาเนิ่นนานก็เอ่อท้น ก่อนคนทั้งสองจะเอ่ยปากถามชื่อกันและกัน

2.3 บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละคร และภาพยนตร์

กนิษฐา เกิดฤทธิ์(ม.ป.ป.) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ความหมายของการท่องเที่ยวตาม รอยละคร หรือภาพยนตร์นั้น ยังไม่มีผู้ใดให้ความหมายได้อย่างชัดเจนนัก แต่พอจะสรุปความหมาย ได้ดังต่อไปนี้ การท่องเที่ยวตามรอยละคร หมายถึง การท่องเที่ยวที่เดินทางไปในสถานที่ที่อยู่ในฉาก ละคร ภาพยนตร์ อาจหมายถึงสถานที่ที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำ ภาพยนตร์หรือละคร ที่ตนเองสนใจ การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์เป็นการใช้กระแสความนิยมในภาพยนตร์เรื่องนั้นๆ กระตุ้นตลาด นักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อดึงรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศนั้น นับเป็นผลพลอยได้จาก การ ส่งเสริมให้กองถ่ายภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามาลงทุนถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย เพื่อเผยแพร่

สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เป็นจุดขายการท่องเที่ยวประเทศไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น

วาสนา ปานนวม(2555) กล่าวว่า ภาครัฐมองเห็นประโยชน์ของการนำการ์ตูนซึ่งเป็นสินค้า Soft Power ส่งออกไปจำหน่ายและขยายตลาดในต่างประเทศของบริษัทและสำนักพิมพ์การ์ตูนญี่ปุ่นที่สามารถสร้างผลกำไรได้อย่างน่าพึงพอใจ อีกทั้งการที่ชาวต่างชาตินิยมบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่น ยังมีส่วนทำให้ทัศนคติที่มีต่อประเทศญี่ปุ่นเป็นไปในทางที่ดีขึ้นด้วย รัฐบาลญี่ปุ่นจึงวางยุทธศาสตร์ Cool Japan เพื่อใช้วางแนวทางดำเนินการส่งเสริมการ์ตูนอย่างแข็งขันมากขึ้น โดยร่วมมือกับภาคเอกชนในการประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจัดนิทรรศการและงานแสดงต่างๆ การจัดทำแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำเว็บไซต์ การใช้ตัวการ์ตูนเป็นสื่อแต่งคอสเพลย์ในการประชาสัมพันธ์ในงานสำคัญต่างๆ ในด้านการสร้างบุคลากร ทั้งภาครัฐและเอกชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างบุคลากรของวงการการ์ตูน โดยการพัฒนาหลักสูตรการ์ตูนและการจัดฝึกอบรม ด้านการวิจัยและการจัดการองค์ความรู้ ภาครัฐมีบทบาทสำคัญมากในการจัดทำฐานข้อมูลของคลังข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Archive) และศูนย์ความเป็นเลิศ (COE) และร่วมกับภาคเอกชนจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ภาครัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในด้านการทูต มีการแต่งตั้งโคราเอมอนเป็น “ทูตวัฒนธรรมการ์ตูน” และการจัดประกวดรางวัลการ์ตูนนานาชาติ

2.3.2 บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรอยละคร และภาพยนตร์

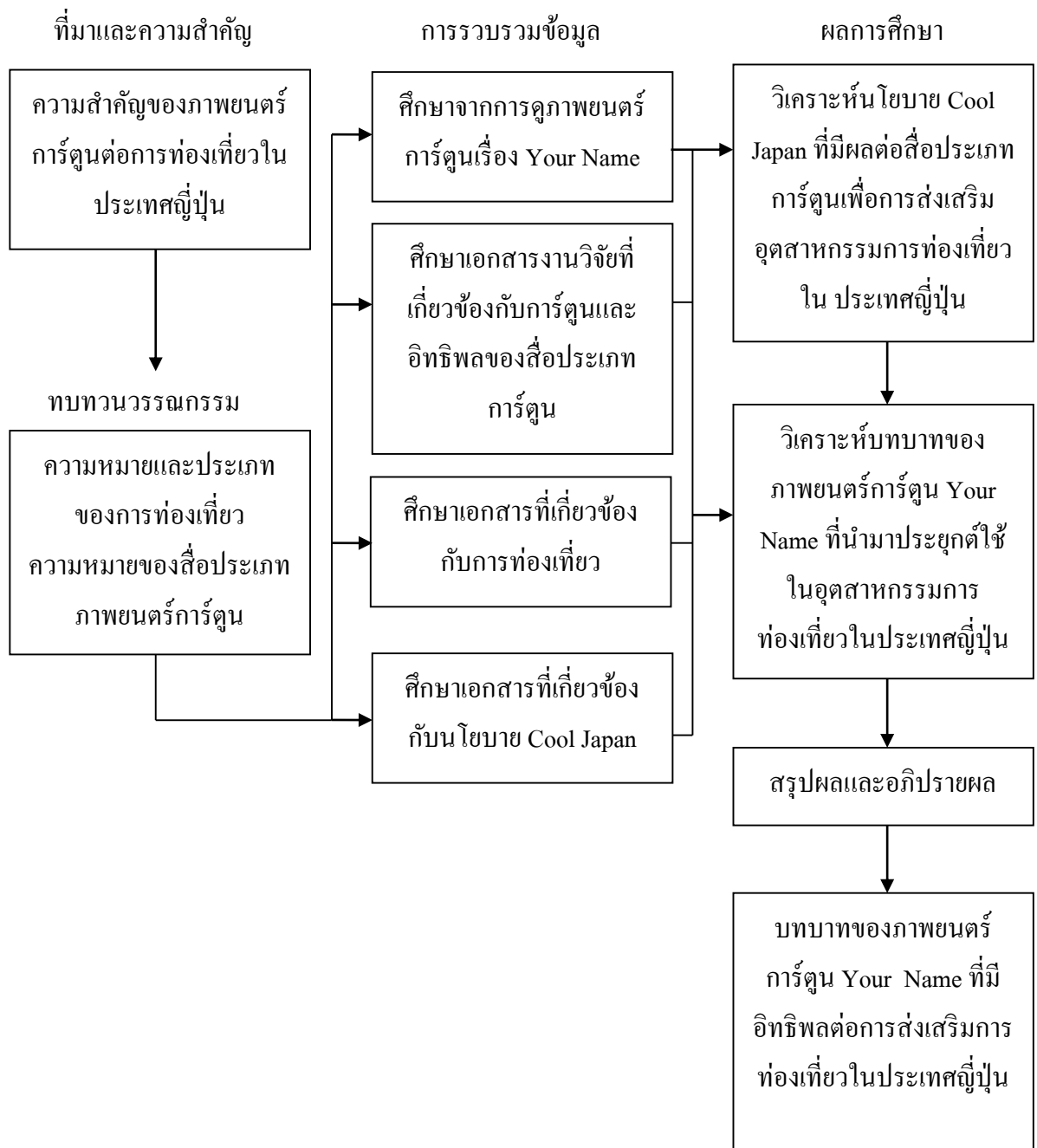
ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์(2556) กล่าวว่า ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการสร้างแบรนด์ของประเทศผ่านรูปแบบ “วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ” นับว่าส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก นอกจากสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศจากการจำหน่ายสินค้าวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ แอนิเมชั่น วิดีโอเกม ดนตรี แฟชั่น ฯลฯ แล้ว ยังมีส่วนเกื้อกูลธุรกิจอื่นๆ ที่ต่อเนื่องอีกมากมาย นับเป็นกรณีศึกษาสำคัญความจริงแล้วในอดีตอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของญี่ปุ่นอยู่อันดับแนวหน้าของเอเชีย ทั้งในด้านดนตรี เช่น เพลง สุกิยากิของญี่ปุ่นโด่งดังทั่วโลก ขณะที่ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ญี่ปุ่นสร้างภาพยนตร์มากที่สุดในโลกกว่า 500 เรื่อง/ปี ภาพยนตร์จำนวนมากได้รับรางวัลนานาชาติ เช่น 7 เซียนซามูไรและราโซมอน ของสูดยออดผู้กำกับคุโรซะว่า แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของญี่ปุ่นได้ขึ้น สูงสุดในปี พ.ศ.2503 จากนั้น ก็ตกต่ำลงเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบันส่วนคาราโอเกะ การ์ตูน โปเกมอนและโคราเอมอน เกมแฟ้มแมน ก็ได้รับความนิยมไปทั่วโลก แต่ระยะหลังสินค้าวัฒนธรรมของญี่ปุ่นอ่อนแอลงไปมาก โดยกระแสเกาหลีเบียดจนต้องซิดซ่าย ซึ่งความจริงว่าไปแล้วศิลปวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไม่ได้เป็นรองเกาหลีแต่อย่าง น่าจะเหนือกว่าด้วยซ้ำปัจจุบันกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของญี่ปุ่น ได้

ต้นตัวในการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรม โดยได้จัดตั้ง กองอุตสาหกรรมสื่อและเนื้อหา (Media and Content Industry Division) ต่อมาได้จัดตั้ง กองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Division) ขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2553 ประกอบด้วยแผนกต่างๆ เช่น แผนกนโยบายแพชั่น แผนกส่งเสริม Cool Japan แผนกนโยบายออกแบบ แผนกสินค้าอุปโภคบริโภค และแผนกหัตถกรรมล่าสุด กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมได้ประกาศจัดตั้งบริษัท Cool Japan Fund Inc ขึ้น โดยเริ่มแรกจะมีเจ้าหน้าที่ 15 คน โดยมีนายโนบุยูกิ โอตะ อดีตผู้อำนวยการของบริษัทแพชั่นอิสเซะมียา เกะและอดีตผู้บริหารของห้างสรรพสินค้ามัตสึย่า เป็นผู้บริหาร เพื่อบริหารจัดการกองทุน Cool Japan Fund ขนาด 3.75 หมื่นล้านเยน หรือประมาณ 1.1 หมื่นล้านบาท โดย 3 หมื่นล้านเยน มาจากราชการ และอีก 7.5 พันล้านเยน มาจากภาคเอกชน 15 บริษัท เป็นต้นว่า เอเอ็นเอ เด็นท์สูดิ นิปปอนพรินท์ ธนคารมิตซูโฮ ฯลฯ เพื่อช่วยเหลือ SMEs ที่จะขยายธุรกิจ在不同ประเทศ และกำหนดจะเพิ่มเงินกองทุนเป็น 9 หมื่นล้านเยน หรือประมาณ 3 หมื่นล้านบาท ภายในเดือนมีนาคม 2557ตามโครงการกำหนดเป้าหมายสร้างรายได้ 56.6 ล้านล้านเยน หรือ 19 ล้านล้านบาท ภายในปี 2563 โดยกำหนดเป้าหมาย 6 สาขา ได้แก่ 1.แพชั่น 2.เนื้อหา เช่น วิดีโอเกม ภาพยนตร์ การ์ตูน 3. อาหารญี่ปุ่น เครื่องสำอาง ถ้วยชาม 4.บริการ เช่น สปาโรงแรม การศึกษา สวัสดิการ 5.สินค้าท้องถิ่น เช่น เครื่องเงิน 6.การท่องเที่ยวให้ต่างชาติได้สัมผัสกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น

บริษัท Cool Japan Inc กำหนดนำเงินกองทุนไปสนับสนุนโครงการต่างๆ เช่น โครงการจัดตั้งศูนย์การค้าในต่างประเทศ เพื่อเป็นช่องทางวางจำหน่ายสินค้าญี่ปุ่นให้ต่างประเทศ และเป็นสถานที่ให้ภัตตาคารญี่ปุ่นมาตั้ง กิจการ โครงการแสวงหาสินค้าญี่ปุ่นในต่างประเทศที่มีศักยภาพในตลาดต่างประเทศ โครงการส่งเสริมการออกอากาศภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นในสถานีโทรทัศน์ในต่างประเทศ โครงการไปซื้อกิจการหรือไปร่วมลงทุนในบริษัทต่างชาติที่มีเครือข่ายจำหน่ายสินค้ากว้างขวางในประเทศนั้น ๆ รวมถึงให้บริการสนับสนุนบริษัทญี่ปุ่นที่ไปลงทุนในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในต่างประเทศในด้านต่างๆ เช่นบริการด้านกฎหมาย การทำบัญชี ภาษีอากร ฯลฯ

2.4 กรอบแนวความคิดการศึกษาและวิเคราะห์

การศึกษาครั้งนี้มีกรอบแนวความคิดการศึกษาและวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับ บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น จะแบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอนดังนี้

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลมาเรียบเรียงและวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและขอบเขตการศึกษาที่กำหนดไว้ ได้แก่

- 1) ศึกษาจากการดูภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Your Name
- 2) ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนและอิทธิพลของสื่อประเภทการ์ตูน
- 3) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 4) ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย Cool Japan

3.2 วิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลมาเรียบเรียงและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การศึกษาและขอบเขตการศึกษาที่กำหนดไว้

3.3 วิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 วิเคราะห์นโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น โดยศึกษาถึงนโยบายที่กล่าวถึงการใช้สื่อประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) เช่น ภาพยนตร์ เกม และ การ์ตูน

3.3.2 วิเคราะห์บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น โดยศึกษาจากกิจกรรม สินค้า และรูปแบบการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) เครื่องคอมพิวเตอร์
- 2) Microsoft Word

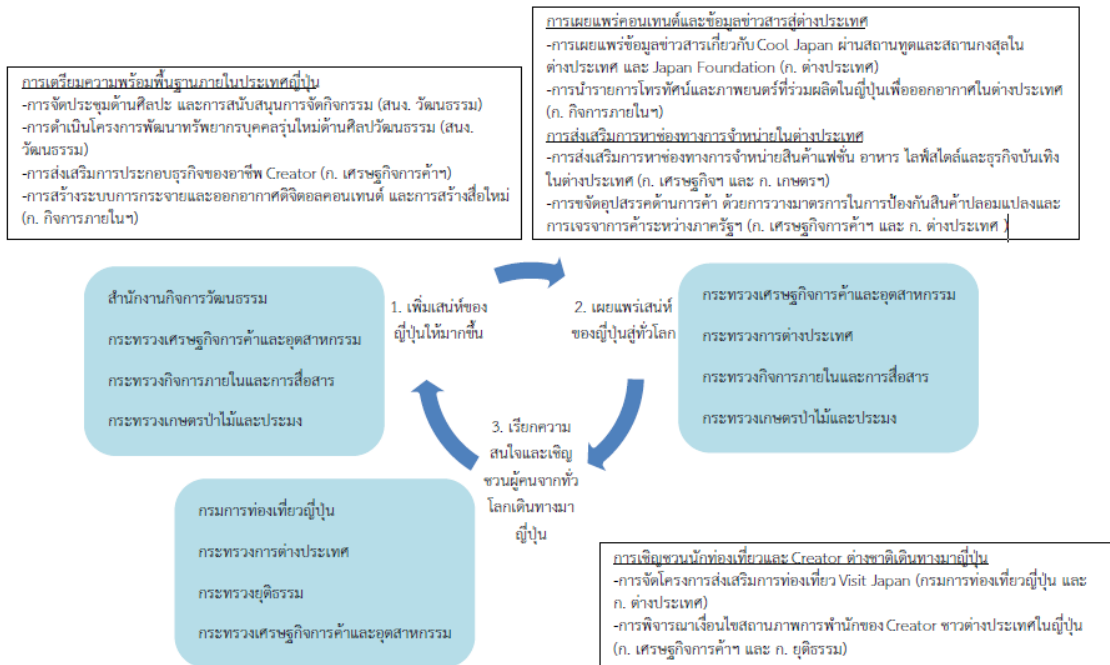
บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงนโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น และ บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ตามวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อ จึงได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

4.1 นโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว(2559) ได้อธิบายไว้ว่า นโยบาย Cool Japan คืออะไร คำว่า ” Cool Japan “ ไม่มีคำจำกัดความที่ชัดเจน เป็นคำเรียกโดยรวมถึงสินค้าและบริการของญี่ปุ่นที่คิดว่ามีความ ” Cool “ เริ่มแรก สินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ เช่น มังงะ (การ์ตูน) ภาพยนตร์ ดนตรี เกม เป็นต้น แต่ปัจจุบัน เริ่มขยายวงกว้างสู่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น เช่น อาหาร แฟชั่น ดีไซน์ วัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ท่องเที่ยว เป็นต้น ปัจจุบัน จำนวนประชากรของญี่ปุ่นลดลงอย่างต่อเนื่องและอุตสาหกรรมที่เคยรุ่งเรืองในอดีตถดถอยลงทำให้การบริโภคภายในประเทศลดลง ด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจที่พึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่กำลังประสบปัญหา ทำให้รัฐบาลต้องเปลี่ยนทิศทางด้วยการเจาะตลาดที่กำลังเติบโตเช่นในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เช่น คอนเทนต์ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และบริการนุกตลาดต่างประเทศซึ่งจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของญี่ปุ่นให้เติบโตขึ้น การส่งเสริมของรัฐบาลญี่ปุ่นด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่ ” Cool “ ของญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ (Outbound) และการเชิญชวนต่างชาติท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพื่อเกิดการบริโภคขึ้นในประเทศ (Inbound) จะนำสู่การเติบโตของเศรษฐกิจและการเพิ่มการจ้างงานในประเทศญี่ปุ่นต่อไป การแบ่งหน้าที่ของแต่ละกระทรวง เมื่อเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2555 รัฐบาลอาเบะได้แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in charge of ” Cool Japan “ Strategy) เป็นนโยบายการนำทีมโดยรัฐบาลซึ่งหน่วยงานและกระทรวงต่าง ๆ ทุกภาคส่วนร่วมมือกันแบบ All Japan โดยเฉพาะกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม ที่มุ่งมั่นที่จะเชื่อมโยงนโยบาย Cool Japan กับธุรกิจของเอกชนเพื่อขยายการบริโภคสินค้าและบริการของญี่ปุ่น



รูปภาพที่ 1 การแบ่งหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน

ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

1. สร้างกระแสนิยมญี่ปุ่น	2. สร้างรายได้ในต่างประเทศ	3. ส่งเสริมการบริโภคในญี่ปุ่น
<p>ประชาสัมพันธ์เสน่ห์ของญี่ปุ่นอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>การสร้างโอกาสเพื่อเพิ่มความสนใจเกี่ยวกับญี่ปุ่น</p> <p>(1) ส่งเสริมการเผยแพร่คอนเทนต์สู่ต่างประเทศและการทำ Localize ของคอนเทนต์</p> <p>(2) จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ</p> <p>(3) มาตรการการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์</p>	<p>สร้าง Platform เพื่อทำรายได้ในต่างประเทศ</p> <p>การสร้างช่องทางสำหรับคอนเทนต์ญี่ปุ่น โดยเฉพาะ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในศูนย์การค้า</p> <p>(1) พัฒนามลิตภัณฑ์และสร้างทีมงาน</p> <p>(2) จับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ</p> <p>(3) ทดสอบการตลาด</p> <p>(4) ป้อนเงินทุนที่มีความเสี่ยง (Risk Capital)</p>	<p>เชิญชวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและส่งเสริมการบริโภคในญี่ปุ่น</p> <p>การเชิญชวนทั้งนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายใต้โครงการ Visit Japan เยือนญี่ปุ่น</p> <p>- จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ</p>

รูปภาพที่ 2 ภาพรวมโครงการ

ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

4.1.1 โครงการเพื่อสร้างกระแสนิยมญี่ปุ่นได้แก่

1) Japan Contents Localization and Promotion (J-LOP) สนับสนุนเงินช่วยเหลือเพื่อประชาสัมพันธ์รายการการปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อเพิ่มคอนเทนต์ที่สามารถออกอากาศได้ในต่างประเทศ (งบประมาณ 15,000 ล้านเยน หรือราว 3,000 ล้านบาท)

2) จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ CoFesta เป็นโครงการเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ เช่น เกม แอนิเมชัน มังงะ (การ์ตูน) คาแรคเตอร์ดนตรี ภาพยนตร์ สู่ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึงอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์กับคอนเทนต์ เช่น แฟชั่น ดีไซน์ ฯลฯ ปี พ.ศ.2558 มีงานอีเวนต์ที่ร่วมโครงการ CoFesta รวมทั้งหมด 15 งาน การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน KOL (Key Opinion Leader) ต่างชาติ : เชิญ KOL (เช่น มิเดียบายเออร์ บล็อกเกอร์ ฯลฯ) มาร่วมงานจัดแสดงสินค้าและบริการรวมทั้งเยี่ยมชมศูนย์การค้าที่น่าสนใจของญี่ปุ่นเพื่อรายงานข่าวและเผยแพร่สู่ประเทศของตนเอง

3) การรณรงค์เรื่องมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

4.1.2 โครงการเพื่อสร้างรายได้ในต่างประเทศได้แก่

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างทีมงาน เช่น “โครงการสนับสนุน Japan Brand Produce” เป็นโครงการที่ช่วยผู้ประกอบการSMEบุกเบิกช่องทางการค้าในต่างประเทศ ด้วยการสร้างทีมโดยมีโปรดิวเซอร์ ผู้เข้าใจความต้องการของตลาดและไลฟ์สไตล์ของคนท้องถิ่นร่วมกับผู้ประกอบการSME ซึ่งรัฐบาลจะช่วยเหลือในเรื่องค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเครื่องบิน ค่าจ้างโปรดิวเซอร์ เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐบาลยังช่วยสนับสนุนด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารและบุกเบิกช่องทางการค้าอีกด้วย โครงการ “Cool Japan Matching Grand Prix” เป็นโครงการที่ให้ผู้ประกอบการSME ที่ต้องการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศนำเสนอในรูปแบบ 프리เซนเทชั่นให้กับกลุ่มผู้ประกอบการหลายกลุ่ม เพื่อเกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการต่างอุตสาหกรรม

2) จับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการในต่างประเทศให้การสนับสนุนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการเข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าในต่างประเทศ (ช่วยเหลือค่าค้นหา) นอกจากนี้ยังมีการจัดงานสัมมนา การจัดงานเจรจาจับคู่ธุรกิจ และการช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น รัฐบาลจะให้การสนับสนุนในแต่ละประเทศทั่วโลก โดยให้ความสำคัญกับตลาดประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ (ที่ผ่านมามีให้การสนับสนุนในประเทศ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม ไทย มาเลเซีย อินเดีย จีน เม็กซิโก รัสเซีย ตุรกี ฝรั่งเศส อิตาลี เป็นต้น

3) ทดสอบการตลาดสำหรับผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น เช่น แอนิเมชัน แฟชั่นอาหาร สินค้าท้องถิ่น ที่ต้องการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการร่วมมือกับบริษัทในท้องถิ่นนั้น ๆ รัฐบาล

จะช่วยเหลือค่าใช้จ่ายส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนการสร้างช่องทางการจำหน่ายด้วยการทดสอบการตลาด (ที่ผ่านมามีเคยให้การสนับสนุนในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จีน ใต้หวัน ฮองกง รัสเซีย ฝรั่งเศส อเมริกา เป็นต้น)

4) ป้อนเงินทุน Risk Capital “Cool Japan Fund” คือกองทุนที่รัฐบาลร่วมกับเอกชนก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนนี้จะมีรูปแบบการสนับสนุนที่แตกต่างจากการสนับสนุนเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า เพราะรัฐบาลร่วมลงทุนในธุรกิจด้วย เช่น เมื่อได้กำไรก็ต้องปันผลให้รัฐบาล กองทุน Cool Japan จึงเป็นไฮไลท์ของนโยบาย Cool Japan หมายถึง เงินทุนที่ลงทุนไปแล้วมองเห็นผลตอบแทนในอนาคตไม่ชัดเจนความเป็นมาของการก่อตั้งกองทุน Cool Japan (Cool Japan Fund) ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่า ทางรอดของเศรษฐกิจญี่ปุ่นอยู่ที่การขยายตลาดสู่ต่างประเทศเท่านั้น แต่มีปัญหาในการขยายตลาดของบริษัทที่ญี่ปุ่นหลายประเด็น (โดยเฉพาะบริษัท SME) ซึ่งสรุปประเด็นหลักได้ดังนี้

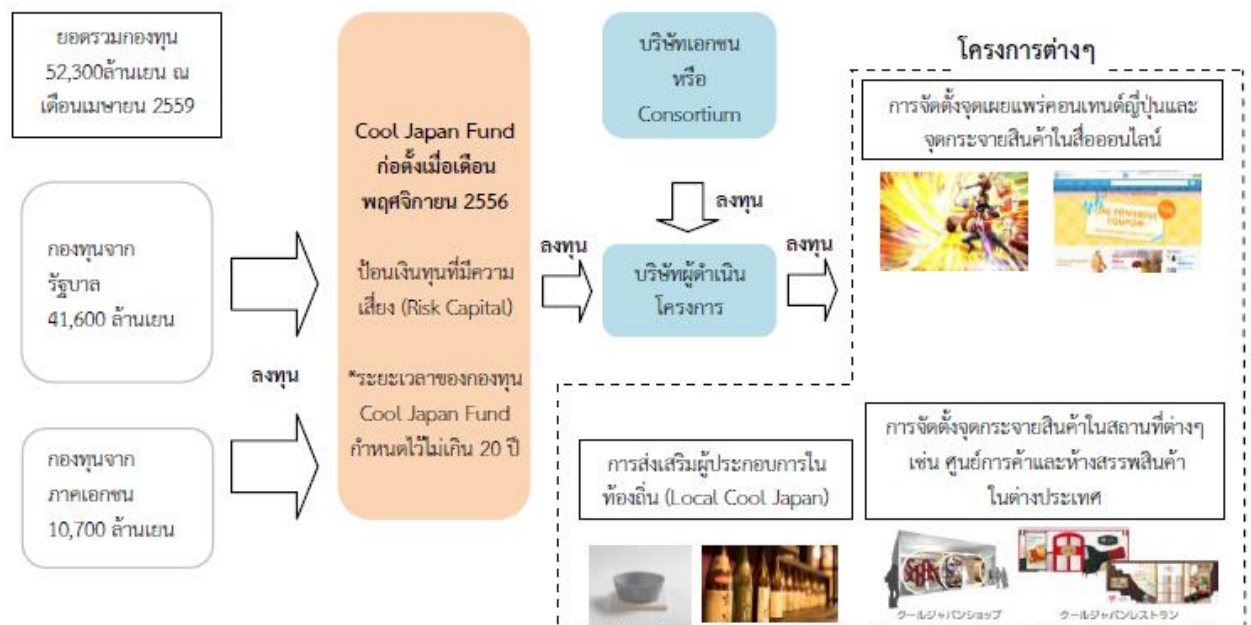
ประเด็นที่ 1 คือ ขาดเงินทุน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ในการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะลงทุนด้วยตนเอง อีกทั้งสถาบันการเงิน หรือ อีควิตี้เมกเกอร์ มักจะไม่กล้าตัดสินใจลงทุนในธุรกิจที่มีความเสี่ยง

ประเด็นที่ 2 คือ ขาดฐานธุรกิจ เป็นเรื่องยากที่จะหาพื้นที่ในการทำการค้า หรือมีฐานเพื่อการทำธุรกิจภายในท้องถิ่น

ประเด็นที่ 3 คือ ขาดกลยุทธ์ ขาดข้อมูลและโน้มน้าว ไม่สามารถสร้างแบรนด์ให้เข้าถึงผู้บริโภคท้องถิ่นได้

ด้วยปัญหานี้ รัฐบาลจึงได้ตั้งกองทุน Cool Japan ร่วมระหว่างรัฐบาลและเอกชนขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2556 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว ใขณะนั้น (เดือนเมษายน 2559) กองทุน Cool Japan มีเงินทั้งหมด 52,300 ล้านเยน (ราว 17,400 ล้านบาท) เป็นเงินจากรัฐบาล 41,600 ล้านเยน (ราว 13,900 ล้านบาท) และเอกชนจาก 21 บริษัทรวม 10,700 ล้านเยน (ราว 3,500 ล้านบาท) รูปแบบกองทุน Cool Japan กองทุน Cool Japan ช่วยผู้ประกอบการด้านเงินทุน โดยเน้น ” การเติมเต็มธุรกิจของเอกชน “(ช่วยเหลือในส่วนที่เอกชนไม่สามารถทำได้) โครงการที่เอกชนตัดสินใจที่จะลงทุนได้ยากและเป็นโครงการที่ตรงกับนโยบาย Cool Japan กองทุน Cool Japan ช่วยป้อนเงินทุนที่มีความเสี่ยง (Risk Capital) เพื่อเป็นผู้นำเอกชนในการร่วมลงทุนต่อไป กลุ่มอุตสาหกรรมที่กองทุน Cool Japan สนับสนุนเป็นหลัก ได้แก่ 1) สื่อมีเดีย, คอนเทนต์ 2) อาหารและเซอร์วิส 3) แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ สินค้าและบริการที่มีเสน่ห์ของญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ ประเทศเป้าหมายได้แก่ กลุ่มประเทศในเอเชีย ยุโรป อเมริกาและ

ตะวันออกกลาง โดยพิจารณาจาก ขนาดเศรษฐกิจ จำนวนประชากรที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูงซึ่งจะเป็นกลุ่มผู้ซื้อสินค้าและบริการความชอบในสินค้าและบริการของญี่ปุ่น



รูปภาพที่ 3 โครงสร้างกองทุน Cool Japan

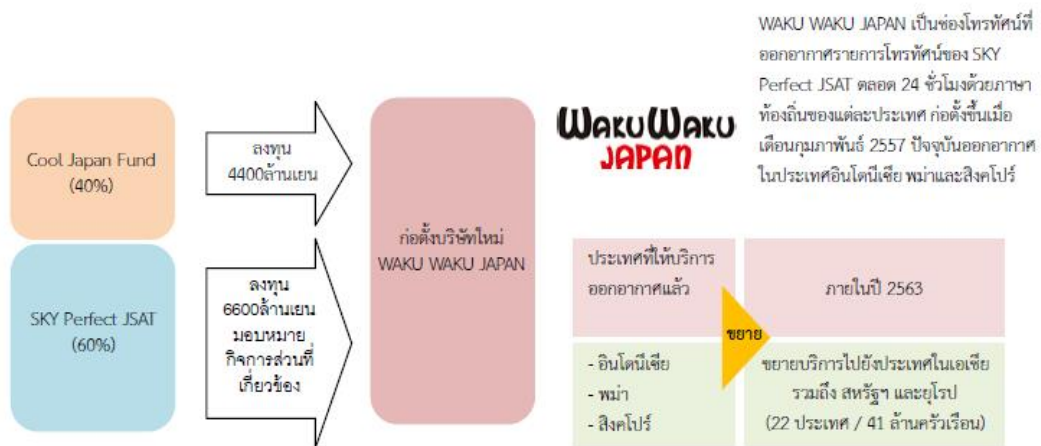
ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

4.1.3 โครงการภายใต้กองทุน Cool Japan

1) โครงการจัดตั้ง Japan Channel โดยบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation

โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับความร่วมมือระหว่าง กองทุน Cool Japan และ บริษัท SKY Perfect JSAT Corporation ร่วมกันก่อตั้งบริษัทใหม่โดยใช้ชื่อบริษัทว่า “WAKU WAKU JAPAN” โดยมีการออกอากาศรายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นในต่างประเทศ เช่น แอนิเมชัน ละครเรื่องฮีโร่ ละครซีรีส์ กีฬา ดนตรีและภาพยนตร์ เป็นต้น ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันด้วยภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศ โดยออกอากาศผ่าน “WAKU WAKU JAPAN” ซึ่งเป็นช่องโทรทัศน์แบบสมาชิก (มีค่าบริการ) ในต่างประเทศของบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation สามารถรับชมได้โดยผ่านทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ซึ่งการออกอากาศรายการโทรทัศน์สามารถเห็นผลประโยชน์ในหลายด้าน ดังนี้ 1. เพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศญี่ปุ่น 2. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการ SME 3. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกคอนเทนต์ของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้ง ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกลายเป็นวงจรที่มีประสิทธิภาพอย่าง

ต่อเนื่องภายในปี พ.ศ.2563 ตั้งเป้าหมายการออกอากาศไปยังต่างประเทศ 22 ประเทศรวมถึงสหรัฐฯ และยุโรป คาดการณ์จำนวนครัวเรือนที่รับชมรายการโทรทัศน์ประมาณ 41 ล้านครัวเรือน มากกว่าประมาณ 150 ล้านคน (ปัจจุบัน สามารถรับชมได้ในประเทศอินโดนีเซีย พม่าและสิงคโปร์)



รูปภาพที่ 4 โครงสร้างกองทุน Cool Japan

ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

2) โครงการจำหน่ายสินค้าคอนเทนต์ญี่ปุ่นทางไปรษณีย์ (Mail-order) โดยบริษัท Tokyo Otaku Mode Inc.

Tokyo Otaku Mode Inc. ก่อตั้งขึ้นเมื่อ เมษายน ปีพ.ศ.2555 โดย Tomo Kamei เป็นบริษัทที่ได้รับการร่วมลงทุนระหว่างกองทุน Cool Japan และกองทุนร่วมลงทุนอื่นๆ เช่น Itochu Technology Venture, Misubishi UFJ Capital, YJ Capital เป็นต้น Tokyo Otaku Mode Inc. เป็นบริษัท Start up โดยบริษัทมีจุดมุ่งหมายการก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจการเผยแพร่คอนเทนต์การ์ตูนและแอนิเมชันเป็นภาษาอังกฤษให้ผู้ชมในต่างประเทศจำนวน 18 ล้านคนผ่าน Facebook

2.1) บริษัทฯ เคยได้รับการจัดอันดับจำนวนผู้ถูกใจเพจสูงสุดใน Facebook ด้านธุรกิจ E-Commerce เป็นอันดับที่ 3 ของโลก

2.2) สนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำการตลาดและขยายธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คาแรคเตอร์ในสหรัฐฯ และอินโดนีเซีย

2.3) วางแผนสร้าง Platform เพื่อให้ Creator ที่ถ่ายทอดแนวคิด Cool Japan ออกมาอย่างเป็นรูปธรรม สามารถเปิดตัวและจำหน่ายผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้น (ผลงาน original) ออกสู่ตลาดต่างประเทศโดยตรง

2.4) การจำหน่ายสินค้าที่ได้รับลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง อาจเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยจัดสินค้าปลอมแปลงที่ละเมิดลิขสิทธิ์



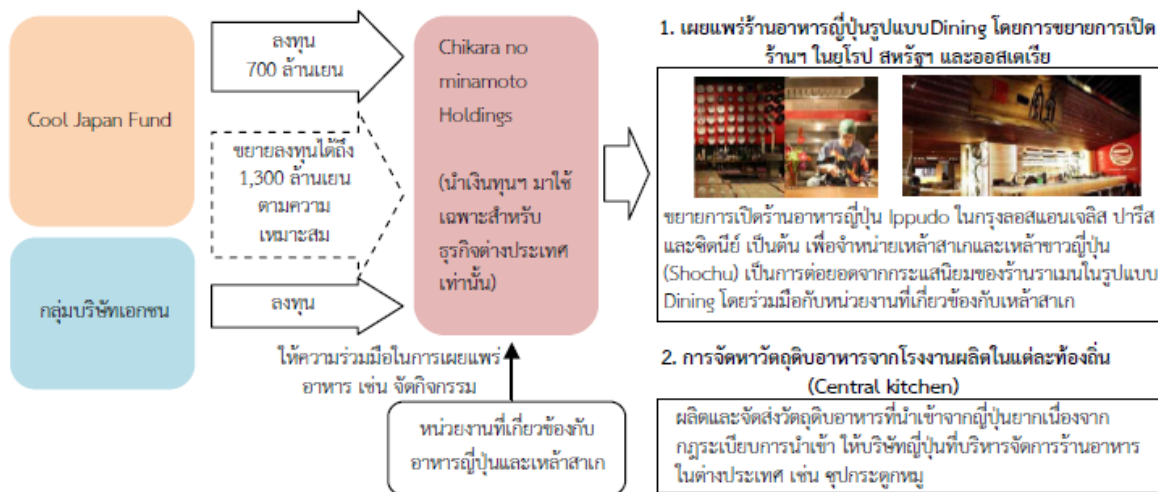
รูปภาพที่ 5 โครงสร้างการลงทุนบนอินเทอร์เน็ต

ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

3) โครงการจัดตั้งฐานการขยายธุรกิจร้านอาหารและวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นจัดตั้งโดยได้รับความร่วมมือระหว่างกองทุน Cool Japan และบริษัทเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและเหล้าสาเก Chikara no Minamoto Co., Ltd. เป็นบริษัทผู้บริหารจัดการร้านอาหารญี่ปุ่น “IPPUDON” โดยมีการเปิดตัวในต่างประเทศครั้งแรกในช่วง มีนาคม พ.ศ.2551 ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกาโดยใช้ชื่อว่า “IPPUDO NY East Village” ซึ่งมีภาพรวมและวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ

3.1) ร้านอาหารญี่ปุ่นในยุโรปและอเมริกาเหนือส่วนใหญ่ผู้บริหารไม่ใช่คนญี่ปุ่นเนื่องจากเรื่องขอใบอนุญาตประกอบร้านอาหารมีข้อจำกัดและเรื่องการจัดหาวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นมีความเสี่ยง จึงทำให้การขยายธุรกิจร้านอาหารของคนญี่ปุ่นล่าช้า โครงการนี้จะสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารที่บริษัทที่ญี่ปุ่นเป็นเจ้าของ เพื่อจัดตั้งฐานการขยายธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศที่บริษัทที่ญี่ปุ่นเป็นเจ้าของ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสาเกญี่ปุ่นและการจัดหาวัตถุดิบ

3.2) รายละเอียดโครงการฯ ได้แก่ การสนับสนุนการเปิดร้านอาหารในเมืองใหญ่ของบริษัท Chikara no Minamoto Co., Ltd. ซึ่งเป็นบริษัทผู้บริหารจัดการร้านอาหารญี่ปุ่น IPPUDON เพื่อวัตถุประสงค์ดังนี้ 1.จำหน่ายเหล้าสาเกและเหล้าขาวญี่ปุ่น (Shochu) โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่ส่งเสริมการจำหน่ายเหล้าดังกล่าวในต่างประเทศ 2.จำหน่ายวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่นที่นำเข้ายากเนื่องจากกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศนั้น ๆ หรือผลิตวัตถุดิบดังกล่าวในประเทศนั้นเพื่อส่งให้ร้านอาหารญี่ปุ่นในท้องถิ่นและทำหน้าที่เป็น Platform ในการขยายธุรกิจจำหน่ายเหล้าสาเกและธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ



รูปภาพที่ 6 โครงสร้างการลงทุนธุรกิจต่างประเทศด้านอาหาร

ที่มา : https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf

4) โครงการเพื่อกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศญี่ปุ่น

นอกจากการสร้างรายได้ในต่างประเทศแล้วการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ องค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติญี่ปุ่น (JNTO) จะเปิดตัวแคมเปญการตลาดเชิงกลยุทธ์ทั่วโลกสำหรับปี พ.ศ.2552-2553 เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจภายใต้โครงการVisit Japan เยือนญี่ปุ่น โดยใช้ชื่อโครงการว่า “Visit Japan Year 2010” ซึ่งมีกำหนดจะเปิดตัวในตลาดออสเตรเลียในวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2552 และดำเนินการจนถึงวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ.2553 โดยมีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) จะมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น 2) การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ 3) ลานสกี และกิจกรรมผจญภัยกลางแจ้ง 4) เส้นทางท่องเที่ยวที่สอง และ 5) อาหารและเหล้าสาเกโดยมีการดำเนินนโยบาย Cool Japan ที่ผ่านมา ดังนี้

มิถุนายน พ.ศ.2553 รัฐบาลสมัยนายนาโอ โตะ คัน ลงมติเห็นชอบกลยุทธ์เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจครั้งใหม่และได้นำนโยบาย Cool Japan เป็น 1 ในโครงการแห่งชาติ 21 โครงการ

มีนาคม พ.ศ.2554 Intellectual Property Strategy Headquarters เป็นหน่วยงานหลักที่จะดำเนินแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับ ” การผลักดัน Cool Japan “ และมีเป้าหมายเพื่อขยาย

มูลค่าตลาดที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan จาก 4.5 ล้านล้านเยน (ปี พ.ศ.2552) เป็น 17 ล้านล้านเยน (ปี พ.ศ.2563) และค้นหา สร้าง เผยแพร่ เสริมสร้างความนิยม เตรียมความพร้อมพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan อย่างเป็นรูปธรรม

ชั้นวาคม พ.ศ.2555 แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in Charge of” Cool Japan “ Strategy) ในสมัยรัฐบาลอาเบะ

พฤศจิกายน พ.ศ.2556 ก่อตั้งกองทุน Cool Japan

ซึ่งในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2562 ที่ผ่านมาที่ประเทศไทยเองก็ได้มีการจัดงาน “Visit Japan FIT Fair 2019” (FIT Fair ครั้งที่ 13) โดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (JTO) สำนักงานกรุงเทพ ณ ห้างสรรพสินค้า “สยามพารากอน” ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับพรีเมียม โดยเป็นงานท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีขนาดใหญ่ที่สุดระดับโลก ซึ่งจะมีราชการส่วนท้องถิ่น องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริษัทเอกชนจากประเทศญี่ปุ่น เข้าร่วมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พร้อมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าท่องเที่ยวญี่ปุ่นจากสายการบินและบริษัททัวร์ฝ่ายไทย เป็นต้น ภายในงานดังกล่าว JTO และผู้ออกนุชฝ่ายญี่ปุ่นรวม 60 องค์กร จะร่วมกันให้ข้อมูลการท่องเที่ยวญี่ปุ่นแก่ผู้เข้าชมงานชาวไทย นอกจากนี้ยังมีบริษัททัวร์ฝ่ายไทย สายการบินและบริษัทอื่นๆ อีก 39 แห่ง มาร่วมออกนุชเพื่อให้คำแนะนำและจำหน่ายสินค้าท่องเที่ยวญี่ปุ่น รวมไปถึงมีการจัดการแสดงบนเวที เช่น ทอล์กโชว์, คอนเสิร์ต, การแสดงโชว์กลองไทโกะ และการประชาสัมพันธ์จากผู้ออกนุช เป็นต้น โดยมีนักแสดงชื่อดังจากประเทศไทยร่วมเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

<p>“มิว นิษฐา” ทอล์กโชว์ ศุกร์ที่ 8 พ.ย. 2019 เวลา 18.30-19.15 น. นักแสดงชื่อดัง ผู้ชื่นชอบการเล่น สกี สโนว์บอร์ด และไปเยือนญี่ปุ่นเป็นประจำ จะมาเล่าถึงเสน่ห์ของสถานที่ท่องเที่ยวในญี่ปุ่น และประสบการณ์ จากออกโคโคที่เดินทางไปเยือนเมื่อปี 2018</p> 	<p>“เคน ภูภูมิ” ทอล์กโชว์ เสาร์ที่ 9 พ.ย. 2019 เวลา 14.00-14.45 น. นักแสดงชื่อดังที่มีผลงานทั้งละครและ ภาพยนตร์ โดยจะมาเล่าถึงเบื้องหลังการ ถ่ายทำละครโทรทัศน์ที่ภูมิภาคโทโฮคุ เมื่อ ปี 2017 รวมถึงแนะนำเสน่ห์และสถานที่ ท่องเที่ยวของภูมิภาคดังกล่าว</p> 
<p>“ต๊ีก เจษฎาภรณ์” ทอล์กโชว์ เสาร์ที่ 9 พ.ย. 2019 เวลา 18.00-18.45 น. นักแสดงชื่อดัง จะมาถ่ายทอดถึง เสน่ห์ของจังหวัดอะคิตะ จาก ประสบการณ์อันน่าประทับใจ จากการ เดินทางไปถ่ายทำละคร เมื่อเดือน ก.พ. 2019 ที่ผ่านมา</p> 	<p>“ทอม อิศรา” ทอล์กโชว์ อาทิตย์ที่ 10 พ.ย. 2019 เวลา 15.00-15.45 น. นักร้องชื่อดัง จะมาพูดคุยถึงเสน่ห์และ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น โตเกียว, โอซาก้า จากประสบการณ์ที่ได้ไปเยือนญี่ปุ่นด้วย ตัวเอง และจะมีมินิคอนเสิร์ตบนเวทีด้วย</p> 

นอกจากกำหนดการข้างต้นแล้ว ยังมีการแสดงบนเวทีอื่นๆ จากผู้ออกบูธทั้งฝั่งญี่ปุ่นและฝั่งไทยอีกด้วย

รูปภาพที่ 7 คารานักแสดงชาวไทยที่เข้าร่วมทอล์กโชว์ ในงาน “Visit Japan FIT Fair 2019”

ที่มา : <https://www.jnto.or.th/wp-content/uploads/2019/10/Visit-Japan-FIT-Fair-2019.pdf>



งานเที่ยว ญี่ปุ่น ด้วยตัวเอง 2019 8-10 พฤศจิกายน 2562
 โซน 5 สยามพารากอน เวลา 10.00-20.00 น.
 - พบกับเหล่าดารานักแสดงญี่ปุ่นชื่อดังกว่า 122 คน
 - ชมละครและโชว์พิเศษจากเหล่าศิลปินญี่ปุ่น
 - สินค้าญี่ปุ่นจากแหล่งจำหน่าย

รับฟรีบัตรรางวัล ด้วยตัวเอง ฟรี กรุงเทพ-ญี่ปุ่น

ซื้อตั๋วเครื่องบินหรือทัวร์ไปญี่ปุ่น ภายในงานเที่ยวญี่ปุ่นด้วยตัวเอง 2019

รับฟรี กระเป๋าใส่รองเท้า รองเท้าใส่รองเท้าบู๊ต 1 คู่ และกระเป๋าใบเล็ก 1 ใบ มูลค่ารวม 10,000 บาท

รูปภาพที่ 8 ไปสเตอร์โฆษณาในงาน “Visit Japan FIT Fair 2019”

ที่มา : <https://www.jnto.or.th/wp-content/uploads/2019/10/Visit-Japan-FIT-Fair-2019.pdf>

4.2 บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยญี่ปุ่น

เหมียวหง่าว[นามแฝง](2560) ได้กล่าวว่า ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นเดือนสิงหาคมในปีที่ผ่านมา ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง Your Name เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และจนถึงตอนนี้ก็กลายเป็นอนิเมะที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในโลกอีกเรื่องหนึ่งและเป็นที่รู้กันว่าประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นประเทศที่มีแนวคิดในการโปรโมทการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ โดยการใช้อิเมะที่ได้รับความนิยม ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศ สังเกตได้จากฉากในอนิเมะต่างๆ ที่หยิบยกสถานที่จริง ๆ มาใส่ในการ์ตูนและมีองค์กรที่รับผิดชอบในเรื่องของการท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะ โดยเฉพาะ ชื่อว่า Anime Tourism Association และล่าสุดก็ได้ทำการเปิดเผยโปรเจกต์ล่าสุด “Cool Japan Collaborative Demonstration Project” โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างทัวร์ให้กับแฟน ๆ การ์ตูน ขณะเดียวกันเทศบาลเมือง Hida และองค์กรการท่องเที่ยว H.I.S. ก็ได้ทำการสร้างโปรแกรมทัวร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินชมความงดงามของสถานที่จริง ๆ ในจังหวัด Gifu และ Tokyo ที่ใช้เป็นฉากของเรื่อง Your Name

แน่นอนว่าพอประชาชนและเหล่านักท่องเที่ยวที่เป็นแฟนของการ์ตูนเรื่อง Your Name ได้ทราบข่าวนี้ ก็ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งทางผู้จัดก็จะทำการคัดเลือกผู้โชคดีเป็นจำนวน 30 คน มาเข้าร่วมทริปที่มีระยะเวลาประมาณ 5-6 วัน ขึ้นอยู่กับสถานที่แต่มีข้อแม้ว่าเหล่านักท่องเที่ยวผู้โชคดีจะต้องตอบแบบสอบถามในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการสัญจร ระบบขนส่งสาธารณะ อาหารระหว่างทัวร์ และโรงแรมต่างๆ ที่รวมอยู่ในทริป หากยอมรับข้อตกลงข้อนี้ ก็จะได้ไปเข้าร่วมท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะเรื่อง Your Name โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

เหมียวหง่าว[นามแฝง](2559) ได้กล่าวว่า ทางรัฐบาลของประเทศญี่ปุ่นก็ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยมีการผลักดันให้ผลงานการ์ตูน หรืออนิเมะต่างๆ ให้กลายมาเป็นเทรนด์ที่รู้จักไปทั่วโลกผ่านสินค้าต่างๆ อย่างเช่น อาหาร แฟชั่น เป็นต้นเมืองฮิดะ จังหวัดกิฟุ ที่ประเทศญี่ปุ่นตอนนี้กำลังเนื้อหอมสุดๆ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาตามรอยหนังดังอย่าง Your Name อย่างคับคั่ง ส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนมหาศาลกว่า 18.5 พันล้านเยน



รูปภาพที่ 11 สาเกที่ปรากฏในเรื่อง Your Name

ที่มา : <https://www.catdumb.com/your-name-119/>

นอกจากที่ปัก และที่เที่ยวในเมืองแล้ว คุณิจะมิสาเก หรือสาเกเทพที่ปรากฏในเรื่อง ได้รับความนิยมน้อย่างมาก โดยปกติผลิตออกมาในจำนวนจำกัดเพียง 3,000 ขวดต่อปีเท่านั้น หลังจากมีกระแสความนิยมในแอนิเมชันเรื่องนี้เข้ามาก็ส่งเสริมให้สินค้าขายหมดอย่างรวดเร็ว จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นข้อพิสูจน์ว่าการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์นั้นสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี

Talon Japan (ม.ป.ป) กล่าวว่า จากความสำเร็จที่น่าอัศจรรย์ของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนี้ จนกลายเป็นกระแสช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างล้นหลาม ทำให้หลายๆคนต้องการที่จะไปสัมผัสกับเมืองฮิดะด้วยตัวเอง ส่งผลให้โรงแรม ร้านอาหาร และการท่องเที่ยวต่างๆของเมืองสามารถสร้างรายได้หลายพันล้านเยน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของเส้นทางรถบัสสาย “Your Name” ของบริษัท Nohi Bus ที่เปิดให้บริการด้วยรถบัสพื้นที่หลายฉากที่น่าประทับใจของตัวละครหลักในเรื่องอย่าง ทะกิและมิสึยะ รวมทั้งภาพลายเส้นของนักวาดการ์ตูนเรื่องนี้อีกด้วย

เส้นทางรถบัสจะมีจุดหมายปลายทางอยู่ที่สถานีฮิดะ ฟุรุคาวะ (Hida Furukawa Station) จังหวัดกิฟุ และต้นทางจาก Busta Shinjuku ในโตเกียว ซึ่งจะมีให้บริการแบบไป-กลับ เพื่อให้ชาวเมืองได้สัมผัสกับชีวิตในชนบทและชาวบ้านในชนบทเองจะได้ใช้เวลาบางส่วนในเมืองหลวงเช่นกัน

สำหรับรถบัส “Your Name” เริ่มต้นให้บริการในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 และมีกำหนดการที่จะสิ้นสุดการให้บริการจนถึงสิ้นเดือนมีนาคม พ.ศ.2561 หรือประมาณ 1 ปีเท่านั้น ซึ่งจะมีระยะเวลาการเดินทางจากเมืองฮิดะถึงชินจูกุประมาณ 6 ชั่วโมงด้วยราคาเริ่มต้นที่ ¥ 6,900



รูปภาพที่ 12 รถบัสพื้นที่ฉาย Your Name
ที่มา : <https://www.catdumb.com/your-name-119/>

ที่เมืองฮิดะฟุรุกาวะ (Hida Furukawa) จังหวัดกิฟุ (Gifu) ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูน Your Name โดยมีร้าน “ผ้าข้อมและผ้าทอ โอโบระ” มีบริการให้เช่าชุดกิโมโน และช่วยสวมชุดกิโมโน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมให้ทดลองทำ “เชือกถักด้วยมือ” แบบเดียวกันกับที่มีลีซะ ตัวละครเอกในเรื่อง Your Name สวมใส่



รูปภาพที่ 13 ร้านผ้าข้อมและผ้าทอ โอโบระ (Some to Fofuku Obora)
ที่มา : <https://matcha-jp.com/th/5244>



รูปภาพที่ 14 กิจกรรมการทำ “เชือกถักด้วยมือ”

ที่มา : <https://matcha-jp.com/th/5244>

ในประเทศไทยก็มีผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name เช่นกัน โดยมีผู้ที่ได้เขียนเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของตน และมีการถ่ายรูปเปรียบเทียบสถานที่ที่ปรากฏในเรื่องที่มีอยู่จริงในประเทศญี่ปุ่นเอาไว้ด้วย



รูปภาพที่ 15 กระตุ้ริวิว การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name

ที่มา : <https://pantip.com/topic/39370343>

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงนโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น และ บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น ตามวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ข้อ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อสรุปการศึกษา และนำเสนอการอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 นโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น

จากการศึกษานโยบาย Cool Japan ที่มีผลต่อสื่อประเภทการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น พบว่ารัฐบาลญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญกับสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมคอนเทนต์ เช่น มังงะ (การ์ตูน) ภาพยนตร์ ดนตรี เกม ด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจที่พึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่กำลังประสบปัญหา ทำให้รัฐบาลต้องเปลี่ยนทิศทางด้วยการเจาะตลาดที่กำลังเติบโตเช่นในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศ เช่น คอนเทนต์ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และบริการ บุคคลต่างประเศซึ่งจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของญี่ปุ่นให้เติบโตขึ้น การส่งเสริมของรัฐบาลญี่ปุ่นด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นของญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ (Outbound) และการเชิญชาวต่างชาติท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพื่อเกิดการบริโภคขึ้นในประเทศ (Inbound) จะนำสู่การเติบโตของเศรษฐกิจและการเพิ่มการจ้างงานในประเทศญี่ปุ่นต่อไป การแบ่งหน้าที่ของแต่ละกระทรวง เมื่อเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2555 รัฐบาลอาเบะได้แต่งตั้ง รัฐมนตรียุทธศาสตร์ Cool Japan (Minister in charge of “Cool Japan” Strategy) เป็นนโยบายการนำทีม โดยรัฐบาลซึ่งหน่วยงานและกระทรวงต่าง ๆ ทุกภาคส่วนร่วมมือกันแบบ All Japan โดยเฉพาะกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม ที่มุ่งมั่นที่จะเชื่อมโยงนโยบาย Cool Japan กับธุรกิจของเอกชนเพื่อขยายการบริโภคสินค้าและบริการรวมถึงการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นด้วย โดยมีโครงการต่าง ๆ ที่มีการนำสื่อประเภทภาพยนตร์การ์ตูนมาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเทศญี่ปุ่น ดังนี้

1) โครงการเพื่อสร้างกระแสนิยมญี่ปุ่นได้แก่

1.1) Japan Contents Localization and Promotion (J-LOP) สนับสนุนเงินช่วยเหลือเพื่อประชาสัมพันธ์รายการการปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับท้องถิ่น ฯลฯ เพื่อเพิ่มคอนเทนต์ที่สามารถออกอากาศได้ในต่างประเทศ (งบประมาณ 15,000 ล้านเยน หรือราว 3,000 ล้านบาท)

1.2) จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่นและเผยแพร่ข่าวสารสู่ต่างประเทศ CoFesta เป็นโครงการเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์คอนเทนต์ เช่น เกม แอนิเมชัน มังงะ (การ์ตูน) คาแรคเตอร์ คนตรี ภาพยนตร์ สู่ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึงอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์กับคอนเทนต์ เช่น แฟชั่น ดีไซน์ ฯลฯ ปี พ.ศ.2558 มีงานอีเวนต์ที่ร่วมโครงการ CoFesta รวมทั้งหมด 15 งาน การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน KOL (Key Opinion Leader) ต่างชาติ : เชิญ KOL (เช่น มิเดียบาย เออร์ บล็อกเกอร์ ฯลฯ) มาร่วมงานจัดแสดงสินค้าและบริการรวมทั้งเยี่ยมชมศูนย์การค้าที่น่าสนใจของญี่ปุ่น เพื่อรายงานข่าวและเผยแพร่สู่ประเทศของตนเอง

1.3) การรณรงค์เรื่องมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

2) โครงการภายใต้กองทุน Cool Japan

2.1) โครงการจัดตั้ง Japan Channel โดยบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation โครงการนี้จัดตั้งขึ้นเมื่อ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 ซึ่งเป็นโครงการที่ได้รับความร่วมมือระหว่างกองทุน Cool Japan และ บริษัท SKY Perfect JSAT Corporation ร่วมกันก่อตั้งบริษัทใหม่โดยใช้ชื่อบริษัทว่า “WAKU WAKU JAPAN” โดยมีการออกอากาศรายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นในต่างประเทศ เช่น แอนิเมชัน ละครเรื่องฮิโร่ ละครซีรีส์ กีฬา คนตรีและภาพยนตร์ เป็นต้น ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันด้วยภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศ โดยออกอากาศผ่าน “WAKU WAKU JAPAN” ซึ่งเป็นช่องโทรทัศน์แบบสมาชิก (มีค่าบริการ) ในต่างประเทศของบริษัท SKY Perfect JSAT Corporation สามารถรับชมได้โดยผ่านทีวีดาวเทียมและเคเบิลทีวี ซึ่งการออกอากาศรายการโทรทัศน์สามารถเห็นผลประโยชน์ในหลายด้าน ดังนี้ 1. เพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศญี่ปุ่น 2. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นของผู้ประกอบการ SME 3. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกคอนเทนต์ของประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกลายเป็นวงจรที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องภายในปี พ.ศ.2563 ตั้งเป้าขยายการออกอากาศไปยังต่างประเทศ 22 ประเทศรวมถึงสหรัฐฯและยุโรป คาดการณ์จำนวนครัวเรือนที่รับชมรายการโทรทัศน์ประมาณ 41 ล้านครัวเรือน มากกว่าประมาณ 150 ล้านคน (ปัจจุบัน สามารถรับชมได้ในประเทศอินโดนีเซีย พม่าและสิงคโปร์)

2.2) โครงการจำหน่ายสินค้าคอนเทนต์ญี่ปุ่นทางไปรษณีย์ (Mail-order) โดยบริษัท Tokyo Otaku Mode Inc.

Tokyo Otaku Mode Inc. ก่อตั้งขึ้นเมื่อ เมษายน ปีพ.ศ.2555 โดย Tomo Kamei เป็นบริษัทที่ได้รับการร่วมลงทุนระหว่างกองทุน Cool Japan และกองทุนร่วมลงทุนอื่นๆ เช่น Itochu Technology Venture, Misubishi UFJ Capital, YJ Capital เป็นต้น Tokyo Otaku Mode Inc. เป็นบริษัท Start up โดยบริษัทมีจุดมุ่งหมายการก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจการเผยแพร่คอนเทนต์การ์ตูนและแอนิเมชันเป็นภาษาอังกฤษให้ผู้ชมในต่างประเทศจำนวน 18 ล้านคนผ่าน Facebook

5.1.2 บทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่นำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า การที่ภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ได้รับความนิยมจากทั้งคนภายในประเทศญี่ปุ่น และชาวต่างชาติ นั้น เป็นไปตามจุดประสงค์ของหนึ่งในนโยบาย Cool Japan ที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศโดยอาศัย คอนเทนต์ที่สร้างขึ้นซึ่งภาพยนตร์การ์ตูน Your Name เป็นหนึ่งในสื่อที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ทั้งจากการจัดกิจกรรมต่างๆ ตามสถานที่ที่ปรากฏภายในเรื่องเพื่อสร้างเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยโครงการ Cool Japan ของรัฐบาลญี่ปุ่นที่จัดกิจกรรมเปิดให้ลงทะเบียน ลุ้นเป็นผู้โชคดีได้ท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยไปในตัว และนอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นได้แก่

1) การท่องเที่ยวตามรอยอนิเมะโดยเฉพาะ ชื่อว่า Anime Tourism Association และล่าสุดก็ได้ทำการเปิดเผยโปรเจกต์ล่าสุด “Cool Japan Collaborative Demonstration Project” โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างทัวร์ให้กับแฟน ๆ การ์ตูน ขณะเดียวกันเทศบาลเมือง Hida และองค์กรการท่องเที่ยว H.I.S. ก็ได้ทำการสร้างโปรแกรมทัวร์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความงดงามของสถานที่จริงๆ ในจังหวัด Gifu และ Tokyo ที่ใช้เป็นฉากของเรื่อง Your Name

2) การขายสินค้าที่มาจากภาพยนตร์การ์ตูน Your Name เช่น เหล้าสาเกเทพ หรือที่เรียกว่า คุจิกะมิสาเก

3) เส้นทางรถบัสสาย “Your Name” ของบริษัท Nohi Bus ที่เปิดให้บริการด้วยรถบัสพื้นที่หลายฉากที่น่าประทับใจของตัวละครหลักในเรื่องอย่าง ทะกิและมิสึสะ รวมทั้งภาพถ่ายเส้นของนักวาดการ์ตูนเรื่องนี้

4) กิจกรรมให้ทดลองทำ “เชือกถักด้วยมือ” แบบเดียวกันกับที่มีสึสะ ตัวละครเอกในเรื่อง Your Name สวมใส่

5) ในประเทศไทยมีผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูน Your Name โดยมีผู้ที่ได้เขียนเล่าเรื่องราวการท่องเที่ยวของตน และมีการถ่ายรูปเปรียบเทียบสถานที่ที่ปรากฏในเรื่องที่มีอยู่จริงในประเทศญี่ปุ่นเอาไว้ด้วย

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

สิรินาด แต่สกุล(2559) ได้สรุปไว้ในงานวิจัยว่า จากการศึกษานโยบายการส่งเสริมการ์ตูนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น หรือยุทธศาสตร์คูเจแปน Cool Japan (Minister in Charge of “Cool Japan” Strategy) ที่แต่งตั้งอย่างเป็นทางการภายหลังใน ค.ศ. 2012 โดยนายกรัฐมนตรีญี่ปุ่น ชินโซ อาเบะ (Shinzo Abe) นั้นในแต่ละช่วงเวลาพบว่าการเปลี่ยนแปลงของนโยบายมีการพัฒนาการโดยเน้นด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเริ่มจากรัฐบาลให้ความสำคัญในส่วนของนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้การสนับสนุนและป้องกันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างเช่น เกม การ์ตูน มังงะ และอนิเมะญี่ปุ่น ทั้งนี้รัฐบาลญี่ปุ่นยังมีการผลักดันวัฒนธรรมการ์ตูนญี่ปุ่นผ่านสื่อดิจิทัลต่างๆ เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศโดยมีการแต่งตั้งทูตวัฒนธรรมการ์ตูน **アニメ文化大使** (Anime ambassador) นอกจากนี้ภาครัฐและภาคเอกชนให้ความร่วมมือกันส่งเสริมการ์ตูนผ่านการจัดงานแสดงต่างๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงาน **経済産業省** Ministry of Economy Trade and Industry (METI) ในการจัดงานเทศกาลที่เกี่ยวกับการ์ตูนอย่างงาน Japan International Contents Festival (Cofesta) จึงแสดงให้เห็นว่ามีจำนวนกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยวัดจากการจัดงานครั้งที่ 3 ในปีค.ศ. 2010 นั้นมีผู้เข้าชมงานถึง 1,120,000 คน และ 1,300,000 คนในปีค.ศ. 2011 นอกจากนี้ก็เริ่มมีงานเทศกาลที่เกี่ยวกับการ์ตูนและอุตสาหกรรมญี่ปุ่น โดยตรงเพิ่มมากขึ้น อย่างเช่น งาน Creative Market Tokyo งาน Tokyo International Anime Festival และ งาน Electronic Book & Manga Summit in Akihabara ซึ่งทราขายได้ให้กับประเทศญี่ปุ่นมากถึงประมาณ 8 จนถึง 11 ล้านล้านเยน นับเป็นการประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมการ์ตูนของญี่ปุ่น ด้วยเหตุนี้ในช่วงหลังจึงมีการสนับสนุนจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวญี่ปุ่น หรือ Japan National Tourism Organization (JNTO) ที่ได้เข้ามาผลักดันและส่งเสริมการ์ตูนเพื่อการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น โดยมี

การจัดแคมเปญที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวการ์ตูนมากมาย ทั้งการท่องเที่ยวตามรอยการ์ตูน แผ่นพับ และแผนที่นำเที่ยวโดยการ์ตูน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับการ์ตูนและการท่องเที่ยวประเทศ ญี่ปุ่นมีการจัดทำสินค้า แคมเปญ สถานที่ต่างๆที่เดิมที่เป็นฉากภายในเนื้อเรื่องของการ์ตูนเรื่องต่างๆ ให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ทาการ์ตูนญี่ปุ่นในปัจจุบันนับว่ากลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถ ทารายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศเลยทีเดียว

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าจากการศึกษาในเรื่องการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ การท่องเที่ยว รูปแบบพิเศษถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างมากในสังคมปัจจุบันและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากจากการที่มีสื่อประเภท อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ดังเช่นกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยนำเสนอคือ ภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์การ์ตูนผนวกกับการที่ได้รับการ สนับสนุนและให้ความร่วมมือจากทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนของญี่ปุ่นผ่านนโยบาย Cool Japan ที่มีจุดประสงค์หลักเพื่อการสร้างรายได้ให้กับประเทศญี่ปุ่นผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการ นำเสนอคอนเทนต์ที่มาจากภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ซึ่งใช้เป็นตัวแทนในการสร้างจุดมุ่งหมาย ในการท่องเที่ยวให้กับเหล่านักท่องเที่ยวและผู้ชื่นชอบในผลงานภาพยนตร์การ์ตูน Your Name และเป็นการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นให้พัฒนาก้าวขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของภาพยนตร์การ์ตูน Your Name ที่มีอิทธิพลต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น และเล็งเห็นว่าภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องอื่น ๆ ที่น่าสนใจในการนำมาใช้เป็นกรณีศึกษา ดังเช่นผลงานเรื่อง “Weathering with You” ที่ออกฉายปีพ.ศ.2562 ที่ผ่าน มา ซึ่งเป็นภาพยนตร์การ์ตูนที่เขียนขึ้น โดย Shinkai Makoto ผู้สร้างเดียวกับ “Your Name” ที่ ได้รับความนิยมจากทั้งชาวญี่ปุ่นและชาวไทยเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน

บรรณานุกรม

- กนิษฐา เกิดฤทธิ์. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยว **Tourism For Specific purpose Tourism for Special Interest**.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://kanittha.rpu.ac.th/wp-content/uploads/2016/11/11-Special-Unit-11.pdf>
- คไนยา ตั้งอุทัยสุข. (ม.ป.ป.). การท่องเที่ยว...รูปแบบที่นึกไม่ถึง. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://office.cpu.ac.th/cpu2010/graduate/index.php/2010-10-11-12-32-28>
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). ความหมายแอนิเมชัน (Animation). เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.kanlayanee.ac.th/animation/web/animation.htm>
- แมวหง่าว[นามแฝง]. (2559). นักเดินทางแห่เที่ยว ตามรอย **your name** ที่จังหวัดกิฟุ ญี่ปุ่น เงินสะพัดกว่า 18.5 พันล้านบาท!.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561.เข้าถึงได้จาก <http://travel.trueid.net/detail/1jjQKOx9mA1>
- ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. (2556). **Cool Japan** ยกกระแสนญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.boi.go.th/upload/content/creative_jap_meti_today_1213_86907.pdf
- วาสนา ปานนวม. (ม.ป.ป.). การส่งเสริมการค้าของญี่ปุ่น: เครื่องมือเพิ่ม **Soft Power** และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/japanese/article/view/13739/12393>
- เหมียวหง่าว[นามแฝง]. (2560). **รัฐบาลญี่ปุ่น แจกทัวร์ฟรีให้ผู้ที่เที่ยวตามรอยการ์ตูน Your Name** โอกาสนี้ห้ามพลาด!! เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.catdumb.com/your-name-119/>
- สิรินาถ แต่สกุล.(2559).ภาคินพนธ์ เรื่อง บทบาทของการ์ตูนเรื่อง **Kantai collection (Kancolle)** ที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561 เข้าถึงได้จาก <https://portal.su.ac.th/>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว.(2559). นโยบาย **Cool Japan**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/148923/148923.pdf
- องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(JNTO).(2562).งานเที่ยวญี่ปุ่นด้วยตัวเอง**2019 Visit Japan FIT Fair 2019 (FIT Fair ครั้งที่ 13)**.เข้าถึงเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.jnto.or.th/wp-content/uploads/2019/10/Visit-Japan-FIT-Fair-2019.pdf>

อาเซียน. (2556). **Mascot คืออะไร?**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<http://www.asean thai.in.th/aadc/?p=6614>

Chill Chill Japan. (ม.ป.ป.). **ท่องเที่ยวญี่ปุ่น ดินแดนอาทิตย์อุทัยสวยทุกที่ มาเยือนได้ทุกฤดู**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://chillchilljapan.com/category/japan/>

Macha-JP.(2561).**เที่ยวตามรอยภาพยนตร์ Your Name ที่ ฮิดะฟูรุคาวะ (Hida Furukawa) จังหวัดกิฟุ (Gifu)**.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561.เข้าถึงได้จาก

<https://matcha-jp.com/th/5244>

SN Man[นามแฝง].(2562).**ตามรอย Your Name (Kimi no Na wa) กลับตาฝันถึงชื่อเธอ**.เข้าถึงเมื่อวันที่ 8 มกราคม 2563.เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/39370343>

TalonJapan.(ม.ป.ป.). **เส้นทางธรรมชาติ 8 ภาคของญี่ปุ่น**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://www.talonjapan.com/เส้นทางธรรมชาติ-8-ภาคข/>

ข้อมูลเว็บไซต์จากภาษาต่างประเทศ

ข้อมูลจากเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

SKY PERFECT JSAT GROUP.(2014). **SKY Perfect Broadcasts to the World WAKUWAKU**

JAPAN to be Launched in Indonesia24-Hour Broadcasting in Local Languages .

Accessed 25 December 2019.Available from

https://www.wakuwaku-japan.com/fileadmin/res/en/news/20140130/release_20140130_en.pdf

SKY

PERFECT JSAT GROUP.(2019). **SKY Perfect JSAT Corporate Information .**Accessed 14

January 2020. Available from <https://www.skyperfectjsat.space/en/company/resume/sjc/>

IPPUDO.(2019).**About Ippudo Japanese wonder to the world**.Accessed 3 March 2020.

Available from <https://ippudo.co.th/th/brand/>

ข้อมูลจากเว็บไซต์ภาษาญี่ปุ่น

CHIKARA NO MOTO .(2018) . **HISTORY 沿革**.Accessed 10 February 2020. Available from

<https://www.chikaranomoto.com/company/history>

CHIKARA NO MOTO .(2018) . **COMPANY PROFILE 会社概要**.Accessed 16 February

2020.Available from <https://www.chikaranomoto.com/company/profile>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ธรรมวุธ อังกิตานนท์
วันเกิด	11 พฤศจิกายน 2540
ที่อยู่	8/133 หมู่ 7 เพชรเกษม 52 ถนน เพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160
หมายเลขโทรศัพท์	099-2853470
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต วิชาเอกเอเชีย ศึกษา ภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม