

อภิปรายบนเวที เรื่อง “ชุมชนมีชีวิตและกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาจากหมู่บ้านอุมะจิ จังหวัดโคจิ ประเทศญี่ปุ่น”

ในการสัมมนาพิเศษครั้งที่ 3 ของเจแปนฟארน์เดชั่น กรุงเทพฯ ประจำปี 2550

เนื่องในโอกาสครบรอบ 120 ปี การสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศญี่ปุ่น – ประเทศไทย

เรื่อง “ชุมชนมีชีวิตในญี่ปุ่น : จากวิถีแห่งท้องถิ่นสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน”

วันอังคารที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550

ณ ห้องประชุมจุมภฏ – พันธุ์ทิพย์ ชั้น 4 อาคารประชาธิปไตย-รำไพพรรณี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลุงโตทานิ : สวัสดีทุกท่าน ก่อนอื่นขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในครั้งนี ทั้งเจแปนฟาร์น์เดชั่น Mr.Sudo และเจ้าหน้าที่ทุกท่าน ที่ได้ช่วยกันพยายามจนกระทั่งชาวอุมะจิได้มาจากจังหวัดโคจิ ประเทศญี่ปุ่น มาจากหมู่บ้านเล็กๆ ที่มีประชากรเพียงแค่ประมาณ 1,100 คนเท่านั้นเอง ในครั้งนี้เรามีแขกพิเศษที่จริงๆ แล้วอยู่ที่เมืองเกียวโต คือคุณโอบิตสึ ที่บังเอิญได้เข้ามามีความสัมพันธ์กับคนในหมู่บ้าน เมื่อวานตอนเย็นเราก็ได้ไปรับประทานอาหารร่วมกันกับคุณ Sudo จากเจแปนฟาร์น์เดชั่น อาจารย์สุริชัยก็กรุณามาด้วย ได้พูดคุยกันหลายๆ เรื่อง รวมถึงเรื่องวัฒนธรรมของไทย

เมื่อคืนนี้มีอาจารย์หลายๆ ท่านได้ให้ความรู้เกี่ยวกับบริบทวัฒนธรรมไทยและการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น ต่อไปนี้จะแสดงภาพเป็นส่วนใหญ่เพื่อเล่าเรื่องราวว่าหมู่บ้านอุมะจิเป็นอย่างไร ทางหมู่บ้านได้มีการดำเนินงานมาอย่างไรบ้าง แต่คงจะต้องพูดไว้ตรงนี้น่าจะไม่ใช้ภาพทั่วไปของหมู่บ้านญี่ปุ่น หมู่บ้านญี่ปุ่นไม่ใช่แบบนี้ทั้งหมด อย่างที่อาจารย์ดวงใจได้เล่าให้พวกเราฟังแล้วว่า เมื่อประมาณ 30 ปีก่อน เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบทของญี่ปุ่นอย่างมาก แล้วก็เกิดมีโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านหรือ MURA-OKOSHI (สร้างบ้านแปงเมือง) เกิดขึ้น อย่างที่อาจารย์ดวงใจได้กล่าวแล้วว่าโครงการส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามฝัน มีการล้มเหลวกลางทาง หรือเมื่อเปลี่ยนผู้บริหารก็เปลี่ยนแนวนโยบายไปไม่ต่อเนื่อง

สำหรับหมู่บ้านอุมะจิสันก่อนจะเป็นหมู่บ้านที่มีการทำอุตสาหกรรมป่าไม้ค่อนข้างมาก แล้วก็มีการปลูกยูสุ ทางหมู่บ้านพยายามคิดกันว่าทำอย่างไรจะให้คนในประเทศญี่ปุ่นซึ่งเมื่อก่อนไม่ค่อยรู้จักยูสุ ได้รู้จักกันมากขึ้น ประเทศญี่ปุ่นอย่างที่เห็นตามแผนที่ว่าเป็นประเทศที่ยาวๆ แต่ละท้องถิ่นก็มีวัฒนธรรมด้านอาหารแตกต่างกันไป ทางหมู่บ้านคิดว่าทำอย่างไรเราจะเผยแพร่วัฒนธรรมยูสุไปทั่วประเทศญี่ปุ่นให้ได้ วันนี้ทางหมู่บ้านอุมะจิได้นำเอาเอกสารมาหลายชิ้น เป็นแผ่นพับโฆษณาสินค้าที่น่ารักมาก มีสินค้าหลากหลาย ยูสุนำไปประกอบอาหารได้หลายอย่าง เช่น ทำน้ำจิ้ม สำหรับเวลาทานสุกี้แบบเมืองไทย เวลาคนญี่ปุ่นทำซูชิต้องมีใส่น้ำส้มคล้ายๆ น้ำส้มสายชู ยูสุจะมีรสเปรี้ยวชนิด ๆ กลิ่นที่หอม เป็นน้ำจิ้มปลาดิบซาซิมิก็ได้

เหมือนกัน ในฤดูร้อนจะมีการทำผักดอง ทำสลัด ก็จะทำน้ำจิ้มได้ หรือใช้เป็นส่วนประกอบของขนมก็ได้ ผลิตภัณฑ์ที่โด่งดังอย่างหนึ่งก็คือ **เจ้าเอือก** เป็นเครื่องดื่มน้ำยูนูน่ารักๆ เมื่อวานลองทานอาหารไทยแล้ว รู้สึกว่าอาหารมี หลากหลายและอร่อยมาก คิดว่าประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ก็จะมีวัฒนธรรมทางอาหารหลากหลาย ประเทศในเอเชียจะมีพืชประเภทส้มหลากหลายมาก อีก 20-30 ปีเมืองไทยก็อาจผลิตยูนูน่าเหมือนกันก็ได้

เมื่อสักครู่อจารย์ดวงใจได้พูดถึงการที่ประเทศญี่ปุ่นเกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท มีบทความจากหนังสือโคจิอยากจะเล่าให้ฟัง บทความของเขาพูดไว้ในหนังสือพิมพ์ว่า หลังสงครามคนญี่ปุ่นตั้งอกตั้งใจทำงาน บางทีทำถึงดึกตื่นไม่ได้หลับไม่ได้นอน จนกระทั่งประเทศญี่ปุ่นได้มาเป็นประเทศที่พัฒนาเป็นจำพวกเศรษฐกิจของโลก แต่เอ๊ะ! พอหยุดยืนลองหันมองดูก็รู้สึกสงสัยว่านี่เราพัฒนาประเทศดีขึ้นจริงหรือเปล่า เท่าที่ผ่านมามาการพัฒนาประเทศจะพูดถึงเรื่องประสิทธิภาพเป็นหลัก ทำอย่างไรให้คนมาอยู่รวมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ให้เกิดเมืองที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ประเทศพัฒนามาจนกระทั่งเห็นว่ามีความสะดวกสบายมากขึ้นจริง แต่กลายเป็นว่าเมืองก็กลายเป็นเมืองคอนกรีตหมดแล้ว ป่าถูกละทิ้ง ท้องนาถูกละทิ้ง สำหรับในเมืองที่ว่าพัฒนาแล้วไปๆมาๆกลับกลายเป็นว่าอากาศก็ไม่ได้ น้ำก็ไม่ได้ ส่วนชนบทที่มีธรรมชาติ ธรรมชาติก็ถูกละทิ้ง

ถ้าใช้ตัวชี้วัดการพัฒนาเป็นเรื่องความสะดวกสบาย เป็นเรื่องของประสิทธิภาพแล้ว จังหวัดโคจิก็เป็นจังหวัดที่ประสิทธิภาพแย่มาก มีภูเขาเยอะ มีป่าไม้มาก แล้วก็มีชุมชนเล็กๆ กระจายอยู่ตามหุบเขาตามป่าไม้ ถ้ามองจากภาพลักษณ์แล้วจังหวัดนี้ก็ไม่เหมาะสม ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะมาสร้างถนนให้ ไม่เหมาะสมที่จะมาสร้างโรงเรียน ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาจังหวัดนี้มีจำนวนประชากรลดน้อยลงเรื่อยๆ ทำให้ป่าไม้ถูกละเลย ในหมู่บ้านเหลือเพียงคนชรา ในบทความนี้บอกว่า การพัฒนาจะทำให้พวกเราชาวจังหวัดโคจิถูกเบียดจนกระทั่งถึงปลายหน้าผาที่ยืนอยู่ได้หรือเปล่า เป็นบทความจากหนังสือพิมพ์โคจิ หนังสือพิมพ์ของท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงสภาพของจังหวัดซึ่งเป็นตัวแทนของบ้านนอกที่เป็นสภาพภูเขาของประเทศญี่ปุ่น

มีอาจารย์ท่านหนึ่งจากมหาวิทยาลัยโตเกียวได้เล่าผลการวิจัยว่า ในช่วงเวลา 30 ปีที่ผ่านมามีคนจากภาคชนบทของญี่ปุ่นย้ายออกถึง 6 ล้านคน สภาพทั่วไปเป็นอย่างนั้น ในหมู่บ้านอุมะะจิกิเหมือนกัน ช่วงที่มีประชากรมากเคยมีถึง 3,600 คน แต่ว่าตอนนี้เหลือเพียงประมาณ 1,100 คนเท่านั้นเอง ลุงโตทานิอยู่ในหมู่บ้าน เป็นคนที่เกิดในหมู่บ้านแล้วเข้าทำงานในสหกรณ์การเกษตรของหมู่บ้านในสภาพที่ว่า ถ้าไม่มีใครลุกขึ้นมาทำอะไรแล้วหมู่บ้านก็คงจะร้างไปในที่สุด สหกรณ์การเกษตรต้องคิดว่าจะทำอย่างไร ต้องขายผลผลิตที่คนในหมู่บ้านเป็นผู้ผลิต ซึ่งก็คือส้มยูนูน่า เรามีแนวคิดที่ว่า **เราจะไม่เดินตามเมืองใหญ่ เราต้องทำด้วยแนวทางของเราเอง** เมื่อ 30 ปีก่อน สหกรณ์การเกษตรมีคนทำงานอยู่เพียง 2 คนเท่านั้น ตอนนี้มี

คนทำงานถึง 80 กว่าคนแล้ว พูดถึงยอดขายเมื่อสมัยก่อนนั้นก็มียอดขายเพียงปีละ 30 ล้านบาท แต่ว่าตอนนี้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 10 เท่า

นี่คือหมู่บ้านอุมะจิ รอบๆหมู่บ้านล้อมรอบด้วยภูเขาสูงเป็นพันเมตร มีแม่น้ำยาวสุดะไหลผ่านหมู่บ้าน มองจากด้านบนเป็นแม่น้ำที่สะอาด ใส สวยมาก ทางเข้าหมู่บ้านจากถนนใหญ่เลียบบทางชายฝั่งแล้วแยกเข้ามาจนถึงบ้านอุมะจิประมาณ 20 กิโลเมตร ระหว่างทางบางที่ทางแคบมาก ตั้งแต่สูงโตนานียังหนุ่ม ๆ ก็ดำเนินการเรียกร้องอยากจะให้ถนนนี้เป็นถนนสองเลน แต่เมื่อไม่นานมานี้ได้ฟังความคิดเห็นของคนที่เข้ามาเที่ยวหมู่บ้าน เขาบอกว่าการเข้ามาในทางที่ยากลำบากทำให้ประทับใจไม่มีวันลืม เลยได้คิดว่า **สำหรับยุคใหม่ก็ ความไม่สะดวกอาจเป็นจุดขายอย่างหนึ่ง**

ปากทางเข้าหมู่บ้าน ซ้ำมสะพานก็จะถึงศูนย์ข้อมูล (information center) ที่นี่จะมีข้อมูลต่างๆและมีผลิตภัณฑ์วางขาย ตรงนี้เป็นจุดศูนย์กลางของหมู่บ้าน คนส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นี่เป็นสำนักงานหมู่บ้าน ถ้าพูดอย่างไทย ๆ ก็คงจะเป็นสำนักงานอบต. นี่เป็นที่ที่คุณคิโนะชิตะทำงานอยู่ ถัดไปเป็นสำนักงานสหกรณ์การเกษตรของหมู่บ้าน สร้างมาประมาณ 50 ปีได้แล้ว เมื่อก่อนเป็นของสำนักงานป่าไม้ สหกรณ์ไปขอซื้อมา ปรับปรุงนิดหน่อยก็ยังใช้มาถึงปัจจุบัน ต่อไปเป็นโรงแรมน้ำแร่ร้อน แต่ละปีจะมีคนมาเที่ยวมาพักที่นี่ประมาณปีละ 5 หมื่นคน

เมื่อประมาณ 50 ปีก่อนสมัยที่ยังมีสำนักงานของป่าไม้ของหมู่บ้านอุมะจิ สมัยนั้นการสร้างบ้านของญี่ปุ่นจะใช้ไม้มาก ไม้จะถูกตัดจากป่าทางภูเขาแล้วขนเข้าไปในเมือง ตัดไม้ส่งออกไป สุดท้ายคนก็หนีตามออกไปด้วย ตรงนี้เป็นส่วนที่เป็นป่าสงวน สมัยหนึ่งจะมีต้นไม้ใหญ่ๆ อยู่เต็มไปหมดทั่วหมู่บ้าน

ต่อไปเป็นเรื่องยูสุ ผลยูสุเมื่อสุกแล้วจะเป็นสีเหลืองทอง มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 6-7 เซนติเมตร คล้ายลูกมะกรูดของไทย ตามเอกสารทางประวัติศาสตร์บอกว่ายูสุมาจากเมืองจีน เข้ามาที่ญี่ปุ่นเมื่อประมาณ 800 ปีที่แล้ว ตอนนี้มีปลูกอยู่ทั่วไปทางแถบตะวันตก เดิมบ้านอุมะจิเป็นแหล่งผลิตยูสุที่ไม่มีชื่อ ไม่มีใครรู้จักจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้เป็นที่โด่งดังรู้จักไปทั่วประเทศ ลองมองดีๆจะเห็นว่ายูสุมีนามแหลม ยาว 5-6 เซนติเมตรก็มี แหล่งที่ปลูกจะเป็นที่ราบเชิงเขา ทำเป็นขั้นบันได บางคนสลับเปลี่ยนจากปลูกข้าวมาเป็นปลูกยูสุ เมื่อ 40 ปีก่อนจะคั้นยูสุก็ต้องคั้นมือ แล้วเอาน้ำที่คั้นได้ไปบรรจุขวด แต่ละบ้านทำกันเอง เป็นงานที่หนักพอสมควร จนกระทั่งสหกรณ์การเกษตรได้สร้างโรงงานขึ้นมาเมื่อ 35 ปีที่แล้ว ค่อยๆ ทำตั้งแต่พัฒนาผลิตภัณฑ์ แล้วผลิตรอบขาย ตอนเริ่มนี้ไม่ได้ใหญ่โตเลย ทำเล็กๆก่อน ผลิตแล้วต้องขายให้ได้ ก็ไปออกร้านตามเมืองใหญ่ๆ อย่างโตเกียว โอซากา ถ้าสังเกตดีๆ ตรงกลางรูปที่ยืนขายอยู่นั้นคือลุงโตนานิ สมัยหนุ่มๆ บางทีไปออกร้านก็พาคุณป้าทั้งหลายในหมู่บ้านไปทำซูชิด้วย จากความพยายามเหล่านั้นค่อยๆสะสมมาทางสหกรณ์การเกษตรก็ได้พยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆด้วย ในรูปเป็นน้ำส้มผสมไซยุเอาไว้ทานกับพวกสุกี้ ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ใช้ทั่วไปตามบ้านของคนญี่ปุ่น เมื่อก่อนพวกน้ำพริกแบบนี้จะใช้กินกับสุกี้ซึ่งเขาจะทานกันในช่วงฤดูหนาว แต่ช่วงหลังๆนี้ใช้ป็นน้ำสลัดก็ได้ ตอนนี้ก็เลยขายได้ตลอดไม่มีฤดูกาลแล้ว

นี่เป็นข่าวสมัยที่เพิ่งได้รางวัลผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น นี่ก็คือ GOKKUN หรือที่เราเรียกกันว่าเจ้าเอือก(น้ำยูลู พร้อมดื่ม) ก็เพิ่งเริ่มทำในสมัยนั่นเอง GOKKUN นี้ก็ไม่ได้ขายดิบขายดีตั้งแต่ตอนเริ่ม ต้องมีการดำเนินการหลายอย่าง ทั้งออกโฆษณาทางทีวี เอาไปสเตอร์ไปติดที่ต่างจังหวัด ที่ในเมืองโตเกียว ก็ทำมาเยอะ มีดีไซน์เนอร์เข้ามาร่วมทำงาน ออกแบบฉลาก ออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีการคิดเจ้าเอือก เด็กชายเอือกออกมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ พอเริ่มขายดีพนักงานในโรงงานก็คาดหวังไว้ว่าน่าจะจะได้โรงงานใหม่สักที แต่มันก็ไม่ง่ายอย่างที่คิด หลังจากเริ่มทำมาได้ประมาณ 5 ปีจึงได้สร้างโรงงานใหม่ เราได้พยายามสร้างวัฒนธรรมใหม่คือ วัฒนธรรมยูลู ยูลูผสมพริกเขียวตอนนี้ก็เริ่มฮิตขึ้นมาแล้ว ในหมู่บ้านมีการปลูกพริกด้วย ก็เอาพริกมาบดผสมกับยูลู เป็นผลิตภัณฑ์อีกอย่างหนึ่ง มีทั้งความเผ็ดจากพริกและความหอมจากยูลู หลังจากที่เจ้าเอือกเกิดมาได้ประมาณ 5-6 ปี ก็ได้สร้างโรงงานใหม่ เริ่มมีไลน์การผลิต มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเกิดขึ้นอีก

สหกรณ์การเกษตรได้พยายามขาย วิธีการขายหลักคือขายตรงส่งไปถึงผู้บริโภค เพราะฉะนั้นการบรรจุหีบห่อก็เป็นงานที่หนักพอสมควร แต่เมื่อมานึกย้อนคิดตอนนี้ก็รู้สึกว่าการขายแบบนี้เราจะได้รับความคิดของผู้บริโภคโดยตรง น่าจะถูกแล้วที่ทำแบบนี้ มีการทำผลิตภัณฑ์เป็นเซต ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการส่งของขวัญเยอะมาก จะมีเทศกาลส่งของขวัญใหญ่ๆ ปีละ 2 ครั้ง แต่ตลาดการส่งของขวัญตอนนี้ค่อยๆ หดลงเรื่อยๆ บริษัทส่งของขวัญให้ลูกค้าน้อยลง คนสมัยใหม่ก็ไม่ค่อยส่งของขวัญเหมือนกัน เราพยายามคิดว่าจะทำอย่างไรให้คนซื้อ เลยคิดต่อไปอีกนิด สำหรับในญี่ปุ่นเรื่องชยะเป็นปัญหาที่ใหญ่มาก เราพยายามบรรจุเซตให้เกิดชยะน้อยที่สุด ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นขวดแก้วอาจจะน่ากลัวแตก แต่วาก็แข็งแรงพอสมควร เราก็พยายามไม่ใส่วัสดุกันกระแทกที่จะเป็นชยะไป สำหรับของขวัญของญี่ปุ่นถ้าใครเคยเห็นแล้วก็คงจะรู้สึกได้ว่าทำได้สวยมาก ใช้เงินเยอะกับเรื่องแพ็คเกจ แต่สำหรับของสหกรณ์อูมะจิจิจะพยายามไม่ใช้เงินไปกับห่อของ เงินที่ถูกค้าจ่ายมาเป็นค่าของก็จะใส่เป็นของให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เรื่องนี้เราก็เขียนไปในใบโฆษณาด้วยว่าเรามีความพยายามแบบนี้ คนก็ประทับใจสั่งของมาเยอะ ปกติวัสดุกันกระแทกจะเป็นพลาสติก แต่เราใช้ผ้าขนหนูแทน ก็จะไม่มีชยะ นำไปใช้ได้ ตอนนี้มีลูกค้าของสหกรณ์การเกษตรประมาณ 350,000 คนแล้วทั่วประเทศ เดิมลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นคนในเมือง ตั้งแต่มีชุดของขวัญนี้คนก็สั่งมากขึ้นเรื่อยๆ

ภาพนี้เป็นที่สนามบินโคจิ นี่คือทั้งโซววินโดว์เป็นของหมู่บ้าน จะใช้วิธีการตลาดที่ไม่ได้ขายของอย่างเดียว แต่ขายหมู่บ้านทั้งหมู่บ้านเลย มีคนเท่าไรเอาออกไปใช้หมด ในแผนพับเขียนไว้ว่า พลังต่างกัน GOKKUN นี้พลังเยอะ จะมีเด็กๆ ออกมาในโปสเตอร์ในแผนพับเยอะมาก พวกคุณลุงคุณป้าคุณตาคุณยายก็ออกมาเยอะ โปสเตอร์นี้เขียนไว้ว่า จะปลูกยูลูให้สุดต้องปลูกตามภูเขา แสดงถึงความภูมิใจในความเป็นบ้านนอก นี่ก็แผนพับเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว มีเด็กๆ 3 คน คนหนึ่งในนั้นเด็ก เขาเรียกกันว่า ผู้ใหญ่บ้าน เล่นกันตั้งเป็นผู้ใหญ่บ้าน โฆษณาจะอยู่ด้านหลัง

ที่ญี่ปุ่นมีการเริ่มพูดถึงการเกษตรแบบอินทรีย์มาพักหนึ่งแล้ว ในหมู่บ้านอุมะจิกิพยายามทำเกษตรอินทรีย์เหมือนกัน สำหรับเปลือกหรือขี้มูลสัตว์ที่คั้นน้ำออกแล้วก็เป็นขยะ แต่เราก็ผสมส่วนผสมหลายอย่างออกมาเป็นปุ๋ยนำไปใช้ได้ ภาพนี้กำลังตัดแต่งกิ่ง กิ่งที่ตัดก็นำมาขยอยทำเป็นปุ๋ยอีก ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้เป็นของสหกรณ์การเกษตร

ต่อไปเป็นเรื่อง ยูสุเป็นผู้นำไปสู่การท่องเที่ยว เมื่อก่อนบ้านอุมะจิกิไม่ได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเลย ประมาณ 15 ปีที่แล้วที่เริ่มมีคนมาเที่ยวในหมู่บ้าน เพราะเราไม่ได้ขายยูสุเพียงอย่างเดียว แต่ขายมันทั้งหมู่บ้าน โรงงานก็เริ่มจะคับแคบ เลยคิดว่าจะทำอย่างไรดี ผลออกมาเป็น ปายูสุ ซึ่งไม่ใช่แค่โรงงานเฉยๆ แต่จะเป็นโรงงานที่คนมาดูงานจากทั่วประเทศ สามารถจะดูงานได้อย่างสบายๆ มีบรรยากาศดี แต่จะสร้างต้องใช้เงินลงทุนมาก เงินจำนวนมากมายหมู่บ้านเล็กๆ อย่างนี้จะทำได้จริงหรือ รู้สึกไม่แน่ใจเหมือนกัน ตอนนั้นลุงโตทานิชังเป็นเจ้าของหน้าที่ยู่ในสหกรณ์ ดูแลเรื่องนี้โดยตรง ก็ต้องออกจากหมู่บ้าน ไปพยายามพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้เห็นถึงความสำคัญในการสร้างสถานที่นี้ ด้วยความเข้าใจจากคนในท้องถิ่น คนในหมู่บ้านเอง โครงการนี้ก็ค่อยๆ เขยิบไปข้างหน้า ตึกสี่ตึกๆอยู่ใกล้ปากทางเข้าหมู่บ้านเป็นโรงงานคั้นน้ำ เดิมอยากสร้างอาคารนี้ด้วยไม้ทั้งหมด แต่ญี่ปุ่นมีกฎหมายป้องกันไฟไหม้ อาคารห้ามใช้ไม้ทั้งหมด เลยต้องผสม ส่วนที่ไม่สามารถใช้เป็นไม้ได้ก็จะใช้ดินชนิดหนึ่ง อาจถือว่าเป็นของฟุ่มเฟือย ตรงส่วนนี้ไม่ได้รับเงินช่วยเหลือ วัสดุนี้ในช่วงแรกอาจดูไม่สวยมาก แต่ใช้งานได้นาน คงสภาพ ไม่ค่อยเก่า ตอนแรกพวกเจ้าหน้าที่กันเองก็มีหลายคนที่ไม่เห็นด้วย แต่อยู่ไปนานเข้าทุกคนเริ่มเห็นว่าทำแบบนี้ดีแล้ว

ต่อไปเป็นเป็นภาพตอนที่เกษตรกรนำยูสุมาส่งที่สหกรณ์การเกษตร จะมีคริวเรือนที่ผลิตยูสุประมาณ 170 ครอบคริว เกษตรกรนำยูสุมาส่งถึงสหกรณ์ ต่อไปสหกรณ์ก็จะรับผิดชอบแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ล้างยูสุ คัดผล ถ้าผลใหญ่ก็ขายสด ผลที่รูปร่างไม่ดีหรือเปลือกไม่สวยก็นำไปทำผลิตภัณฑ์อื่น สมัยก่อนใช้แรงงานมาก จนกระทั่งปัจจุบันจึงได้มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย โรงงานทั่วไปของญี่ปุ่นจะไม่ทำเป็นเรื่องเป็นราวขนาดนี้ น้ำที่คั้นแล้วนำไปใส่ภาชนะแล้วแช่แข็ง จะทำให้สามารถผลิตของที่มีคุณภาพเหมือนกันตลอดทั้งปี นี้เป็นแห่งค้ำสำหรับผสม ตอนนี้โรงงานที่ผลิต GOKKUN หรือที่ทำน้ำผลไม้พวกยูสุใหญ่มาก ทำให้ต้องวางแผนว่าจะสร้างโรงงานอีกหลังหนึ่ง ตรงที่ว่างที่สหกรณ์การเกษตรซื้อจากสำนักงานป่าไม้

โรงงานใหม่นี้เพิ่งเสร็จเมื่อเดือนมีนาคมปีที่แล้ว (2006) นี้เอง ตรงทางเข้าจะทำอย่างไรดี ไปดูงานมาหลายที่ นี่เป็นภาพจังหวัดฮอกไกโดอยู่ทางเหนือสุดของประเทศ ที่รู้สึกที่ดีมากคือจะมีร่มเงาไม้แล้วก็เย็นสบายทางเดินทำจากไม้หมอนรางรถไฟ ดูแล้วประทับใจมาก จึงขอนำมาใช้ สวนสาธารณะของญี่ปุ่นส่วนใหญ่ส่วนกลางเป็นคนจัดทำ เราก็คิดกันว่าทำอย่างไรเราจะทำได้เอง ทำกับมือเอง ไปดูงานที่จังหวัดคิวชูทางใต้ด้วย นี่เป็นแหล่งน้ำแร่ร้อนคุโรกาว่า ตอนนี้อยู่ที่ดังแล้วเหมือนกัน อย่างที่อาจารย์ดวงใจได้เล่าให้ฟังแล้ว มียุคหนึ่งที่ในประเทศญี่ปุ่นนิยมไปเที่ยวกันเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ที่อาบน้ำแร่ที่นี้เมื่อก่อนไม่ได้พยายามหาลูกค้าที่เป็นกลุ่มใหญ่ๆ เราจะทำอย่างไรที่จะต้อนรับลูกค้าที่เป็นแต่ละคนแต่ละครอบครัวที่มาเป็นกลุ่มเล็กๆ เขาก็ยังใช้

แนวทางอย่างนี้มาตลอด ทำให้ช่วงนี้เป็นที่นิยมมาก มีคนไปถึงปีละ 1 ล้านคน ที่นี้แตกต่างจากแหล่งน้ำแร่ร้อนที่อื่นตรงไหนก็คือทางเข้า เป็นวิวที่เขาสร้างขึ้นมา พอถึงฤดูใบไม้ร่วงใบไม้จะเปลี่ยนสี สวยงามมาก อยากวางแผนให้โรงงานที่จะต้อนรับคนมาดูงานให้มีบรรยากาศที่ดีเป็นธรรมชาติ สวยงามอย่างนั้นบ้างลุงโตทานิเป็นคนวางแผนว่าจะทำอย่างไรดี จะเอาต้นไม้ต้นอะไรวางไว้ที่ไหน แยกเป็นแต่ละสี จัดการปรับที่แล้วก็เตรียมนำพืชหลายๆ ชนิดมา ทำกันเองใช้คน 3 คน พวกเครื่องมือเครื่องจักรซื้อมาจากบริษัทก่อสร้าง ลุงโตทานินั่งอยู่บนรถเองเลย ช่วงนั้นพอดีลุงขาหักแต่ก็ยังอยากจะทำงาน เลยตัดฝืนเอง ประคบใหม่เอง แล้วขึ้นไปนั่งทำงาน ค่อยๆ ปรับสถานที่ ระหว่างทำงานมีหิมะตกลงมาด้วย ที่บ้านอุมะจิไม่มีหิมะบ่อยนักจะมีตกประมาณปีละครั้ง ต่อไปก็ปลูกต้นไม้ เดือนมีนาคมก็สำเร็จเรียบร้อยเริ่มเปิดฤดูใบไม้ผลิพอดี ฤดูกาลค่อยๆ ผ่านไปสู่ฤดูร้อน เมื่อถึงฤดูใบไม้ร่วงก็จะเป็นสวนในฤดูใบไม้ร่วง สิ่งที่หมู่บ้านอยากจะทำคือ ออกไปก็คือ อยากบอกให้คนเมืองที่มาเที่ยวว่า มาที่หมู่บ้านแล้วช้าๆ ได้ ค่อยๆ เป็นไปตามเวลาของธรรมชาติ ขอให้พักผ่อนให้สบาย ตรงนี้เป็นที่จอดรถของพนักงาน ที่ปลูกต้นไม้ไว้เยอะๆ ก็เพื่อให้ต้นไม้บังรถพวกนี้ไว้ คนที่มาเที่ยวจะได้ไม่เห็นรถ

ที่โรงงานซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ด้วย มีสองชั้น ขึ้นไปชั้นสองจะเป็นลิโอบบี้ ช่วงนี้แต่ละปีมีหลายหน่วยงานเข้ามาดูงานปีละ 300-400 หน่วยงาน แล้วยังมีนักท่องเที่ยวทั่วไปมาเยี่ยมที่พิพิธภัณฑ์โรงงานแห่งนี้ด้วย เมื่อก่อนหยุดวันอาทิตย์ แต่คนก็มาเยอะ ปัจจุบันวันอาทิตย์ส่วนการผลิตก็ยังคงหยุดอยู่ แต่สามารถเข้ามาดูภายในได้ ตรงนี้เป็น call center สถานที่ปัจจุบันกว้างขวางขึ้น มีสาว ๆ 20 กว่าคนเป็นคนคอยรับโทรศัพท์ โดยทั่วไปในหมู่บ้านหลังเขาของญี่ปุ่นจะไม่ค่อยมีผู้หญิงทำงาน หมู่บ้านเราสามารถจ้างผู้หญิงมาทำงานรับโทรศัพท์ และห้องของได้ถึง 40 กว่าเกือบ 50 คน

ในโรงงานใหม่ ชั้นบนจะเป็นกระจก เป็นทางเดินสำหรับคนที่มาดูงาน หน้าโรงงานมีร้านขายของน่ารักๆ ตามแบบของเรา **ไม่ได้เลียนแบบใคร แล้วก็ไม่ต้องใหญ่โตอะไร** ช่วงปลายเดือนมีนาคมมีดอกซากุระบานก็จะมีคนมากันเยอะ

อยากจะขอย้ำว่า เตาที่ผ่านมาทั้งหมดพยายาม**สร้างกิจการสร้างหมู่บ้านขึ้นมา ใช้เวลาไปประมาณ 25 ปี** สหกรณ์การเกษตรของญี่ปุ่นมีอยู่ทั่วประเทศ เมื่อประมาณ 7-8 ปีที่แล้วก็มีการควบรวมสหกรณ์กันเยอะมาก สหภาพแรงงานในสหกรณ์การเกษตรของหมู่บ้านอุมะจิคู่กันแล้วว่าจะรวมหรือไม่รวม ประมาณ 70% ของพนักงานบอกว่าเราจะไม่รวม ตอนนั้นก็ยังเป็นสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านอุมะจิ มีสมาชิก 650 คน ญี่ปุ่นเดิมมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ประมาณ 3,200 กว่าแห่ง รัฐบาลญี่ปุ่นพยายามควบรวมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเหล่านี้ จากที่มี 3,200 กว่าแห่ง ตอนนี้อยู่เหลือ 1,800 กว่าแห่ง ส่วนที่เป็นหมู่บ้านจากเดิมมี 670 แห่งตอนนี้เหลือไม่ถึง 200 แห่ง สำหรับหมู่บ้านอุมะจิ จะเดินทางไปหมู่บ้านถัดไปก็อยู่ห่างกันถึง 20 กิโลเมตร หมู่บ้านเล็กๆอย่างนี้ถ้าไม่พยายามทำอะไรขึ้นมาก็มีแต่จะร้างไป แล้วก็คงจะถูกควบรวม แล้วก็คงหายไปจากประเทศญี่ปุ่นในที่สุด

พิกิโนะชิตะ : ดีใจมากที่มีโอกาสพูดบ้าง ผมชื่อคิโนะชิตะนะครับ วันนี้โดดงานมา ทำงานอยู่ที่สำนักงานหมู่บ้านใครๆก็บอกว่าผมเป็นภาระหนัก ตอนนี้อภาระหนักเดินทางมาถึงเมืองไทยแล้ว อยากจะเล่าสัก 2 เรื่องว่าได้อะไรอยู่ในหมู่บ้านบ้าง

เรื่องแรกคือ **ประชากรพิเศษของหมู่บ้าน** หมู่บ้านตอนนี้มีประชากรแค่ 1,100 กว่าคน คิดว่าจะทำอะไรให้มีคนที่เข้ามาสนิทสนมมารู้จักกับหมู่บ้านเยอะๆ ก็เลยตั้งโครงการประชากรพิเศษของหมู่บ้าน เริ่มจากการได้ไปออกร้านที่ห้างแห่งหนึ่งในเมืองโตเกียว ตอนนั้นห้างนั้นใจดีมากให้พื้นที่ประมาณ 3 เท่าของห้องนี้ให้บ้านอุมะจิจัดงาน หมู่บ้านเล็กๆ นิดเดียว คนก็มีไม่มากจะทำอย่างไรให้ใช้พื้นที่ให้เต็มที่ สุดท้ายก็เลยไปชวนหมู่บ้านใกล้เคียงกันมาช่วยกันออกร้าน และเริ่มเปิดแผนกประชากรพิเศษของหมู่บ้านในงานนั่นเอง ในภาพนี้เป็นสำนักงานหมู่บ้านอุมะจิ สาขาคิโจโจจิ คือตรงสถานที่ที่ไปเปิดงาน สมัยก่อนประชากรพิเศษแล้วมีอะไรดี สิ่งที่จะได้รับก็คือว่า ถ้าหากว่าคุณมาเที่ยวที่หมู่บ้านอุมะจิ ก็จะได้เข้าไปนั่งดื่มเจ้าเอ็อก แล้วก็ได้อยู่กับผู้ใหญ่บ้านในสำนักงาน แต่ว่ามีบางที่ที่ผู้ใหญ่บ้านไม่อยู่ เลยคิดว่าถ้าไม่ได้เจอผู้ใหญ่บ้านก็ไม่เป็นไร เราทำเป็นรูปผู้ใหญ่บ้านขนาดเท่าตัวจริงเอาไว้รอต้อนรับ เรื่องนี้ไม่คิดว่าคนจะสนใจเท่าไร แต่ปรากฏว่าทำไปทำมามีคนมาสมัครเป็นประชากรตั้งประมาณ 1,000 คน ภาพนี้เป็นทะเบียนบ้านของคุณโอโตชิ ปรากฏว่าไม่น่าเชื่อเลย ภายในปีนั้นมีประชากรพิเศษของหมู่บ้านเข้ามาในหมู่บ้านตั้ง 23 คน อุตสาห์เดินทางมาไกล คนที่มาเที่ยวก็เลยได้พักอยู่ในหมู่บ้านด้วย ได้คนมาจริงเราก็เลยคิดว่าถ้าอย่างนั้นเราเปิดสมัครรับทางอินเทอร์เน็ตเลยเสียเลยเป็นอย่างไร ปรากฏว่าจนถึงปัจจุบันมีคนมาสมัครแล้วทั้งหมด 2,500 คน แล้วก็เข้ามาที่หมู่บ้านจริง 250 คน พอทุกคนมาก็จะเดินเข้ามาที่สำนักงานหมู่บ้าน เดินยิ้มเข้ามาเลย รู้ว่าเดี๋ยวจะได้ไปดื่มเจ้าเอ็อกในห้องสำนักงานของผู้ใหญ่บ้าน แล้วยังมีพิเศษอีกก็คือจะมีจดหมายข่าวของหมู่บ้านส่งไปให้ปีละ 1 ฉบับ จดหมายข่าวจะเล่าว่า 1 ปีที่ที่ผ่านมาในหมู่บ้านเกิดอะไรขึ้นบ้าง ทำอะไรไปบ้าง ทั้งหมดเขียนด้วยลายมือ สำหรับประชากรพิเศษนอกจากเราจะส่งจดหมายข่าวไปแล้ว ยังส่งบัตรประจำตัวสมาชิกกองเชียร์หมู่บ้าน ถ้าแสดงบัตรนี้จะสามารถเข้าไปอาบน้ำแร่ฟรีได้ 1 ครั้ง กิจกรรมนี้เกิดจากความคิดที่ว่า สำหรับคนที่มีความสนใจในหมู่บ้านก็น่าจะได้มีการมาพบปะสังสรรค์หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกัน สำหรับจดหมายข่าวของหมู่บ้านฉบับที่ 1 ฉบับที่ 2 ได้รับงบประมาณมา ก็ไปจ้างคนอื่นทำ ปรากฏว่าฉบับที่ 3 ไม่มีงบแล้วคุณคิโนะชิตะก็เลยทำเอง จะมีแต่ตัวหนังสือก็ไม่สนุกเลยไปขอให้ดีไซเนอร์คนที่เขียนการ์ตูนให้เขาช่วยวาดรูปใส่เข้าไปด้วย

มีอีกงานหนึ่งที่ทำไปพร้อม ๆ กับงานทางด้านสหกรณ์การเกษตร คืองานอุตสาหกรรมป่าไม้ ออกมาเป็นเป็นถาดไม้ พัดไม้ และอื่นๆ ตอนที่ผลิตตอนแรกขายไม่ออกเลย ทำไมขายไม่ออก สงสัยก็เลยไปลองทำแบบสอบถามจากพวกแม่บ้านที่อยู่ในเมืองโตเกียว ได้ผลสรุปออกมาว่า ไม่สวยเลย ไม่ดีเลย เมื่อเทียบกับค่าผลิตแล้วถ้าใช้ถาดโฟมราคาแค่ 2 เยนเท่านั้นเอง แต่ถาดไม้ค่าผลิตประมาณ 30 เยน เรื่องราคาก็เป็น

ปัญหา เลยไปคุยกับดีไซน์เนอร์ ก็ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา เดิมนี้เป็นถาดแต่ก็กลายเป็นกระเป๋าก็แล้ว อันใหญ่สามารถใส่คอมพิวเตอร์ได้ด้วย ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ทำมาจากไม้สน

คุณโอโตชิ : ขอเปิดเผยความลับนิดหนึ่ง จริงๆ แล้วลุงโตทานิอายุอ่อนกว่าคุณโอโตชิ คุณโอโตชิปีนี้ 60 แล้วส่วนลุงโตทานิ 55 ตอนแรกที่คุณโอโตชิเข้าไปในหมู่บ้านแล้วไปสัมภาษณ์ ก็คิดว่าลุงโตทานิต้องแก่กว่าตัวเองแน่ ก็ใช้คำพูดแบบสุภาพมาตลอด ที่จริงแล้วไม่ต้องเลย

คุณโอโตชิคิดว่าถ้าจะโฆษณาหมู่บ้านจะใช้สถานที่ไหนดี ตกลงว่าจะใช้ร้านหนังสือดีกว่า เพราะว่าที่ญี่ปุ่นมีร้านหนังสือเยอะมาก ร้านจุงคุโดเป็นร้านใหญ่มากอยู่ที่โตเกียวตกลงให้ใช้สถานที่นี้เป็นโปสการ์ดที่ส่งไปเพื่อจะโฆษณาว่าจะมีงานในหมู่บ้านที่โตเกียว เขียนไว้ว่า คุณป้ามาสร้างหมู่บ้านด้วยกันใหม่ ในนั้นมีคำถามง่าย ๆ ข้อที่ 1 ถามว่าหมู่บ้านของผมชื่อหมู่บ้านอ่านว่าอย่างไร มีตัวเลือกมาให้ 3 ข้อ ปรากฏว่าแปลกมาก ทั้ง 3 คำตอบมีพอ ๆ กัน แสดงว่าแทบไม่มีใครอ่านชื่อหมู่บ้านออกเลย นี่เป็นข่าวตอนที่หมู่บ้านอุมะจิไปออกงานที่ร้านหนังสือ ชาวเขียนว่า **เอาหัวใจของหมู่บ้านมาให้ถึงเมืองโตเกียว** ที่ร้านหนังสือ มีข่าวออกเยอะมาก ปรากฏว่าแค่เพียงอาทิตย์เดียวขายได้ตั้ง 1,800,000 เยน เป็นผลจากหนังสือ

หลังจากนั้นหมู่บ้านอุมะจิก็ได้รับการเชิญชวนจากหลายท้องถิ่น ที่หมู่บ้านแห่งนี้มีผลิตภัณฑ์คือสาหร่าย ซึ่งสาหร่ายนี้ขายไม่ออกสักที ไม่ทราบจะทำอย่างไรดี สุดท้ายมาเจอน้ำจิ้มยูกะของหมู่บ้านอุมะจิ ลองรับประทานดู ปรากฏว่าเข้ากันมาก เขาก็เลยมาชวนให้น้ำจิ้มยูกะของหมู่บ้านอุมะจิไปแต่งงานกับสาหร่ายของหมู่บ้านเขา ตอนนั้นยอดขายของสองผลิตภัณฑ์นี้ต่างกันมากเกือบสิบเท่า เลยรู้สึกว่าจะแต่งงานอาจจะไม่ค่อยเหมาะเท่าไร ก็เลยอยู่กันเฉยๆไม่ได้แต่ง

ภาพนี้เป็นภาพลุงโตทานิยามเมา จะโปกหัวแล้วลุกขึ้นร้องเพลงบ้างเต้นบ้าง ที่จังหวัดโคจิจะมีการแข่งตีหม้อเหล้าขวดใหญ่มาแล้วจับเวลาแข่งกัน ปีที่แล้วคนชนะเป็นผู้ชายตีหม้อขวดได้ภายในเวลาประมาณ 14 วินาที ที่จังหวัดอาโอโมริมีการเสวนาสัมมนา คุณโอโตชิก็ไปด้วย ไปช่วยขาย คุณโอโตชิกับลุงโตทานิแสดงตกลงด้วย ภาพนี้เป็นวิธีการโฆษณา ไม่อยากให้มีขยะมากก็เลยเอาโฆษณาแปะที่ถุงขยะแล้วก็เอาถุงขยะไปแจก

ที่หมู่บ้านมีโครงการพิเศษอีกอย่างหนึ่ง คือจัดให้มีสภาสำหรับคนนอกหมู่บ้าน เป็นสภาพิเศษของหมู่บ้านให้นักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดโคจิมาประชุมกันที่หมู่บ้าน คุณคิโนะชิตะไปร่วมด้วย คุณโอโตชิเป็นที่ปรึกษาพิเศษ ท่านที่นั่งอยู่ตรงกลางเป็นผู้ใหญ่บ้านจะกล่าวเปิดต้อนรับตอนแรกเฉยๆ นักศึกษามาจากต่างมหาวิทยาลัยในจังหวัดโคจิ จะช่วยออกความเห็นกันเดี๋ยวนั้น คิดเห็นอะไรก็ใส่ในคอมพิวเตอร์แล้วเอาออกมาคุยกัน คนที่เป็นสมาชิกสภาหมู่บ้านจริงๆ นั่งฟังอยู่ข้างๆ มีทีวีมีหนังสือพิมพ์มากันเยอะมาก

คุณวัลลภา : เสียตายที่เราได้ฟังน้อยไปหน่อย จริงๆ แล้วแต่ละท่านมีเรื่องที่ยากจะเล่าเยอะเยาะต่อไป
อยากฟังคุณสุภาภรณ์และคุณสุรจิต ว่าเป็นอย่างไรบ้าง เรื่องราวของอุมะจีซึ่งมองสะท้อนแล้วทางอภี
ญเบศรคิดอย่างไร เชิญคุณสุภาภรณ์เลยคะ

คุณสุภาภรณ์ : คงมองหมู่บ้านอุมะจีเป็นส่วนผสม ซึ่งมีทั้งส่วนผสมภายในและก็องค์ประกอบภายนอก
ขณะที่สังคม globalization ในความยุ่งเหยิงของข้อมูลข่าวสาร คนจะหาตำแหน่งที่อยู่ของตัวเองไม่
เจอ คนยุคสมัยนี้ชอบอะไรที่เป็นโบราณ ชอบอะไรที่เป็นสมุนไพรดั้งเดิม หรือธรรมชาติ โหยหาแต่ว่าหาไม่
เจอ บางทีก็จะบอกว่าตัวเองเป็นคนดีนะจากการที่ซื้ออะไรสักอย่างหนึ่ง เพราะฉะนั้นในทางเรื่องสมุนไพรร
จะพบอยู่เสมอว่าใส่ที่ซื้อแต่เนื้อในไม่มี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เราไปหารากเหง้าของชุมชนมันไม่มี
ของจริง ที่อุมะจีเป็นส่วนผสมที่ตอบสนองต่อยุคโลกาภิวัตน์ เห็นพลังของชุมชนที่มีรากเหง้ามีวิญญาณ
จริงๆ ที่จะพาให้สังคมมีทางออก สังคมหาทางออกเจอ ปัจจุบันทุกคนเริ่มห่างเหินในเรื่องของความจริงใจ
ห่างเหินในเรื่องของวัฒนธรรมต่างๆ การที่มีรูปแบบแบบนี้จะเป็นรูปแบบแบบหนึ่ง

ซึ่งถ้าพูดไปแล้วอุมะจีในที่คุณลุงโตทานิเล่าจะไม่เห็นอะไรมาก อยากให้อ่านหนังสือ**ประสบการณ์ยิ่งใหญ่
ในหมู่บ้านเล็กๆ** ตัวเองเป็นคนที่ชอบหนังสือเล่มนี้แล้วก็ประทับใจมาก ชื่อแจกหลายเล่ม แล้วข่าวรั่วมาถึง
สำนักพิมพ์ได้อย่างไรไม่รู้ เราก็ตีใจที่ได้ต้อนรับคุณลุงจากอุมะจี อ่านแล้วบางครั้งก็น้ำตาหยดเพราะว่ามี
ความรู้สึกร่วมในการที่จะพัฒนาชุมชนขึ้นมา ถ้าอ่านหนังสือจะเห็นถึงกระบวนการก่อนจะมาหมู่บ้านอุม
มะจี เราอาจจะมองแค่ตัวเลขหรือยอดขายที่ประสบความสำเร็จ แต่ว่าสิ่งที่แท้จริงของหมู่บ้านนี้คือพลังของ
การรวมกันของชุมชน เป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่มาก อยากให้มองตรงนั้นมากกว่าเพราะว่าเราอาจจะไม่ประส
ความสำเร็จก็ได้ ไม่ต้องขายเยอะๆ อย่างนี้ก็ได้ แต่ชุมชนสามารถที่จะนำวิถีดั้งเดิมของตัวเองกลับมาให้
เป็นที่หล่อหลอมเยาวชน หล่อหลอมวัฒนธรรมหรือว่าสืบต่อถึงความดั้งเดิมรวมทั้งการอนุรักษ์ธรรมชาติ
อันนี้เป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่ ถ้าเราได้ไปอ่านในหนังสือจะเห็นพลังของการเรียนรู้อย่างไม่จบสิ้นของคุณลุงโตทานิ
เรียนรู้ผ่านการล้มเหลวแล้วก็ต่อสู้แล้วไม่ท้อถอย พลังของเครือข่าย คุณลุงจะมีเครือข่ายแล้วไม่ลืมบุญคุณ
คน เทียวเอาของไปฝากคนโน้นคนนี้ทุกปี หมู่บ้านเล็กๆคงไม่มีเงินไปจ้างใครเยอะเยาะ แต่มีน้ำใจ ซึ่งอันนี้
คนไทยก็มี อภีญเบศรก็โตมาแบบนั้น โตมาแบบการยกมือไหว้คุณครูคนนั้นคนนี้ แล้วทุกปีก็เอาของไปให้
คุณลุงยังมีตรงนี้อยู่ ฉะนั้นจะเห็นพลังของเครือข่าย เครือข่ายที่หล่อหลอมให้เป็นหมู่บ้านอุมะจี แล้วก็พลัง
ของการเรียนรู้ ไปดูงานเอาตรงโน้นเอาตรงนี้มา ซึ่งที่อภีญเบศรรับดูงานปีละประมาณ 30,000 คน แต่ส่วน
ใหญ่ดูแบบเร่งดู การดูงานแบบที่มาดูจริงแท้จะไม่มีก็ว่าได้ ที่อุมะจีเขาใช้การเรียนรู้แลกเปลี่ยนแล้วก็ใช้
พลังของเครือข่ายในการส่งเสริมสนับสนุน

อีกเรื่องหนึ่งคือเรื่องของข้อมูล ถ้าอ่านในหนังสือจะเห็นว่ามีการซื้อลูกค้า มีพลังของข้อมูลตรงนี้ขึ้นมา
พัฒนาไปสู่การจัดการ และที่สำคัญรู้จักใช้การตลาด **เป็นการตลาดที่ไม่ได้เสแสร้ง** เป็นการตลาดที่การ
จะกินน้ำส้มสักขวดหนึ่ง การที่เราซื้อสักขวดหนึ่ง กระตุกทำให้เราเห็นชุมชน ทำให้เรานึกถึงธรรมชาติ นึกถึง

ความดีความงาม ทำให้เห็นถึงการตลาดที่นำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนา ซึ่งคิดว่าถ้าใครได้อ่านหนังสือเล่มนี้แล้ว จะได้เห็นธุรกิจโดยการหลอมรวมกันของธุรกิจ วัฒนธรรม การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็ทำให้เกิดการฟื้นฟูพลังของชุมชน การอนุรักษ์วัฒนธรรม เกิดกระบวนการต่างๆขึ้นมา เห็นพลังของผู้บริโภค ซึ่งแค่เป็นคนเล็กๆไม่ได้ไปอยู่ในหมู่บ้านอุมะจิแต่ทำให้ชุมชนนี้เติบโตได้อย่างไร พวกเราเองทำอะไรจะให้หมู่บ้านทอผ้าม่อฮ่อมที่อีสานเติบโต ดำรงความเป็นม่อฮ่อม นี่คือพลังของผู้บริโภคทั้งนั้น มันก็สะท้อนคนญี่ปุ่นกลุ่มหนึ่งว่าเป็นผู้บริโภคที่มีคุณภาพ ไม่บริโภคตามกระแสที่วีแค่ชั่วคราวชั่วคราว แต่สามารถที่จะเอาพลังของผู้บริโภคไปเชื่อมโยง ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง ธรรมชาติได้กลับมา ทำให้สิ่งดีๆได้กลับมา

เพราะฉะนั้นในเรื่องราวของหมู่บ้านอุมะจิ อ่านแล้วก็มีหวังว่าถ้ามีหมู่บ้านอย่างนี้เยอะๆ ทางรอดของสังคมเราก็จะมี ความเป็นมนุษย์ก็จะกลับมา ความจริงใจที่เราจะให้ต่อกัน ธุรกิจก็จะคำนึงถึงทั้งชุมชน ทั้งคู่ค้า ลูกโตทานก็จะมีแนวคิดในการค้าขาย เช่น เห็น supplier เป็นเพื่อน ทุกคนเป็นทีม ไม่ใช่กดราคาเขาต่ำสุด ที่จริงแล้วอภิญญาเบศรก็คิดอย่างนี้เหมือนกัน อภิญญาเบศรรวมกับโรงพยาบาลแล้วจึงจะเป็นอุมะจิ แล้วก็จะเห็นถึงการทำธุรกิจแบบ SVN คือธุรกิจที่คำนึงถึงสังคม คือทั้งคู่ค้า ทั้งผู้บริโภค ทั้งผู้ผลิต ทั้งทีม ที่จริงเป็นรูปธรรมที่ดีมาก พอย้อนกลับมาดูสังคมไทย เราจะหวังว่าสังคมไทยเป็นอย่างอุมะจิ ก็คงอย่าไปหวังจะเป็นอย่างนั้นเราคิดว่าชุมชนของเรา เราจะมองว่าภาคธุรกิจบางที่ก็ล้มเหลว เราไปส่งเสริมภาคธุรกิจมาตลอด มาถึงต้องให้ชุมชนต้องเข้มแข็งนะ จะเข้มแข็งได้อย่างไรเมื่อเราไม่เคยดูแลชุมชนเลย ชุมชนเราใช้เครื่องจักรยังไม่เป็นเลย แสตนด์เลสเป็นอย่างไรบางที่ก็ยังไม่รู้เลย เพราะฉะนั้นคนของเราจริงๆตื่นส้นมือส้นจะไปพัฒนาให้มีโรงงานเดินเข้าไปสวมเสื้อกาวน์ยังไม่ถูกเลย

เพราะฉะนั้นในความแตกต่างตรงนี้เป็นบ้านของเราว่าชุมชนเราจะก้าวเดินแบบไหน จะมีเครือข่ายเข้าไปช่วยอย่างไร จากการที่เข้าไปทำงานร่วมกับชุมชน ตัวเองเป็นทั้งเด็กบ้านนอก เห็นความล้มเหลวของบ้านตัวเอง มีโอกาสไปเจอชุมชนบ้านดงบังซึ่งเขามีความพิเศษ เขาเป็นนักสู้ที่พยายามจะช่วยตัวเองในหลายๆ เรื่อง พบว่าเขาปลูกเก่ง แล้วก็พบว่าเกษตรกรบ้านเรายังไงก็จน ธนาคารเอาเปรียบเกษตรกรอยู่ตลอดเวลา เราทำเป็นลักษณะให้เกษตรกรกำหนดราคาเองถึงได้รู้ว่าเกษตรกรนั้นถูกเอาเปรียบมาตลอดเรากินปลาทึบทีมถูกๆ ต้องรู้ว่านี่คือน้ำตาของเกษตรกร เราอย่าไปดีใจ ถูกเท่าไรเราก็กินน้ำตาเขาเท่าเท่านั้น นี่คือความจริงในสังคมไทย แล้วก็มีแต่หนี้ ในการทำงานกับชุมชนเรารู้ว่าเขาปลูกเก่ง แต่อย่าไปหวังว่าชุมชนจะปลูกเก่งแล้วขายเก่งแบบอุมะจิ ยากมาก จะทำอย่างไรให้มีเครือข่าย อภิญญาเบศรก็จะเข้าไปเป็นเพื่อน เข้าไปในเรื่องของการปลูกวัตถุดิบ ให้เขาได้ราคาอย่างเต็มที่ที่เขาคิดว่าเขาอยู่ได้ ในเมืองไทยที่นี้ราคาสมุนไพรแพงที่สุดแต่ว่านี่ก็เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการด้วย แล้วก็พยายามจะถ่ายเทกระบวนการผลิตให้เขา นี่เป็นอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งถ้ามีเวลาก็อยากชวนไปเยี่ยมที่โรงพยาบาลและชุมชนที่ดงบัง แต่ว่าคงเป็นรูปแบบที่แตกต่างจากอุมะจิ เราฝันว่าสิ่งที่เราทำนั้นจะฟื้นฟูชุมชน อย่างเช่นที่โรงพยาบาลต้องซื้อผ่านกลุ่มเท่านั้น เราไม่ซื้อถ่านจากปัจเจกชน ไม่ใช่คนมีที่เป็นพันไร่มาขายถูก ๆ เราไม่เอา เราจะซื้อผ่านกลุ่ม

เราเห็นกระบวนการลงแขกซึ่งกลับมา เราใช้เกษตรอินทรีย์ เราไปทำเกษตรอินทรีย์ที่ดงบัง เราเห็นผักพื้นบ้านที่ถูกทิ้งและเป็น innovation ใหม่ของดงบัง คือผักกระสัง ผักที่ดูน้ำหมึกเยอะๆ สิ่งที่พบก็คือจุดแข็งของเรามันไม่ใช่เทคโนโลยีหรือผลผลิตเยอะๆ จุดแข็งคือบ้านเราจะปลูกเป็น เกิดมาก็รดเป็น เกิดมาก็ทำอาหาร เราเชื่อว่าอาหารดงบังฝีมือไม่ได้น้อยกว่า ป๊าๆ ทั้งหลายที่อูมะจี เดี่ยวคุณลุงโตทานก็คงจะได้ไปพิสูจน์ว่าที่ดงบังทำอาหารได้อร่อยมาก ตอนนี้ก็กำลังจะพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเหมือนกัน แต่ยังห่างไกล ทางโรงพยาบาลก็ยังคงจะขอทุนเข้าไปพัฒนาพื้นที่ นี่เป็นภาพคร่าวๆว่าความสำเร็จของหมู่บ้านอูมะจีจะเป็นแรงบันดาลใจให้อีกหลายหมู่บ้านรวมทั้งหมู่บ้านเล็กๆในประเทศไทย บทเรียนต่างๆที่ได้เรียนรู้จากการพัฒนาของอูมะจีก็จะเป็นบทเรียนที่มีชีวิต ที่จะเป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้านในไทยด้วย

คุณวัลลภา : ได้ยินว่าชาวหมู่บ้านอูมะจีทั้ง 3 ท่านและทีมงานจะไปเยี่ยมโรงพยาบาลอภัยภูเบศรและหมู่บ้านดงบังด้วย คงจะได้แลกเปลี่ยนกันได้รับความรู้เยอะแยะ อยากจะกลับมาถามคุณสุรจิตว่ารู้สึกเป็นอย่างไรบ้าง

คุณสุรจิต : ความจริงผมก็ไม่รู้เรื่องด้วยนะ ตอนที่ให้มาเขาส่งวิทยานิพนธ์ของอาจารย์ดวงใจไป ผมก็นึกว่าให้มาคอมเมนต์วิทยานิพนธ์ หนังสืออะไรนี่ผมก็ยังไม่ได้อ่าน แต่เท่าที่ผมเห็น แม่กลองกับหมู่บ้านนี้มันมีอะไรที่คล้ายกัน แต่ผมฟังมาตั้งแต่เช้าผมก็มั่นใจว่าจริงๆ แม่กลองบ้านผมมันซับซ้อนกว่านี้ หนังสือคนแม่กลองก็ใหญ่กว่า กระดาษดีกว่า แล้วก็เขียนเรื่องราวมากกว่าจริงๆ แล้วเท่าที่ผมฟังมาแต่เช้า ก็คือเป็นความพยายามของชุมชนท้องถิ่นที่จะสู้กับความหยาบช้ำของโลกาภิวัตน์ แก่นมันอยู่ตรงนี้ว่าจะสู้กับมันแบบไหน เอาความประณีตไปสู้กับความหยาบช้ำของมัน และอธิบายความให้เข้าใจเพื่อว่าผลที่สุดแล้วจะได้พึ่งพาตนเองได้นั่นเอง

ที่นี้ผมนึกว่าให้มาพูดแม่กลองเทียบกับเมืองนี้หมู่บ้านนี้ แม่กลองก็เล็กที่สุดในประเทศไทย ประชากรปัจจุบันก็ลดลงเหลือ 180,000 หน่อยๆ พื้นที่ 416 ตารางกิโลเมตร แต่มีวัด 110 วัด โบสถ์คริสต์ 3 โบสถ์ มัสยิด 1 แห่ง มีคลองเกือบ 400 คลอง คุณดูความประณีตซับซ้อนนี้ น้ำจืดกร่อยเค็ม สามน้ำ เมื่อสองวันนี้ที่พาเครือข่าย SVN ไปดู ก็คือไปปลูกป่าชายเลน ไปดูหอยแครง ไปดูอะไร ดูเสร็จกลับมาบอกว่าคุณหอยแครงที่หลังจะไม่ต่อแม่ค้าอีกเลย 2 ปีกว่าจะได้มากิน กิโลละ 5 บาท ที่นี้ความซับซ้อนนี้ เราจะดูประเด็นของเราอย่างไรในการต่อสู้ ปัญหาแม่กลองคือมันขึ้นเร็วเกินไป กระแสท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม ปัญหาเรามันกลับกัน คือของเรานี้มันโตเร็วเกินไป แล้วพอเงินทองไปทับถมก็มีปัญหาสังคมตามมา มันเริ่มพูดกันไม่รู้เรื่อง ที่แม่กลองเรานี่ตัวที่มันจะเป็นหลักได้มันมีเยอะมาก อาชีพทำมาหากินนี้มีทั้งน้ำตาล มะพร้าว ลันจี่ ปลาทุแม่กลอง รู้จักกันทั่วประเทศ ในเชิงเล็กหน้าออกคอกหัก ปีนี้มาตั้งชื่อ ปลาทุเต็มสาว เพื่อบอกว่าปลาสดมันคืออะไร เนื้อนุ่ม หนังบาง หางเหลือง สามารถปรุงได้ 50 กว่าเมนู อันนี้มันดีจริง เขาเรียกว่าภูมิปัญญาและวิชาการที่มาบรรจบกัน เดี่ยว 12-22 เมษายนนี้งานลันจี่แม่กลอง ลันจี่แม่กลองไม่ใช่ลันจี่ไร้สาระแบบเชียงรายเชียงใหม่ คือแคะมาจะแห้งไม่เปียกมือ ลันจี่เชียงรายเชียงใหม่ต้องแคะจากข้าว

ลันจีแม่กลองต้องแกะจากตุต แล้วถ้าท่านกำมือมิด หมายความว่าทุกก้านมีลูกเยอะ ถ้ากำมือมิด 50 ลูก ก็โลนีพีรีเมียม สุดยอดลันจี หวานทุกลูก แต่ถ้าท่านกำมือไม่มีมิดหมายความว่าแต่ละก้านลูกมันติดน้อย อันนั้นจะต้องมีฝาตปน แต่ข้อสำคัญคือ ลันจีแม่กลองหนึ่งตัง หนามเตี้ย นี่พูดเพื่อให้จำง่ายนะ เพราะว่า รสนิยมการกินก็หายาบช้าตามโลกาภิวัตน์นี้ไป พอไปเจอของภูมิปัญญาไม่รู้จัก ทรงพุ่มตะวันออกหวานกว่า ทรงพุ่มตะวันตก ทรงพุ่มยอดไร่สาระที่สุด เพราะลูกมันจะต่างไซส์กัน น้ำตาลมะพร้าวคนกรุงเทพฯก็จะกิน ที่มันขาว ๆ น้ำตาลมันต้องสีน้ำตาล แบบขาวๆ ถ้าเขาใส่ยาซักมาให้กินก็ไมรู้เรื่อง กะปังกะปืออะไรเนี่ยคือ รสนิยมการกินทุกอย่าง

ที่นี้ถ้ากระแสมันหวานกลับไม่เป็นไร แต่มันกลับเร็วเกินไป ตลาดน้ำยามเย็นที่อัมพวา จะมีทุกศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ตลาดน้ำมันต้องแล้วแต่น้ำใต ถูกไหม วันนี้ที่เราคุยกันขึ้น 11 ค่า เดือน 4 หมายความว่าอะไร หมายความว่าวันนี้เดือนขึ้นป้ายสองสี่สิบแปดนาทีก และเดือนจะตรงหัวเราสองพุ่มสี่สิบแปดนาทีก และเดือน จะตกสี่สิบแปดนาทีก มันบอกอะไรต่อ มันบอกว่าเวลาที่เดือนขึ้นนะน้ำขึ้นสุดตัวป้ายสองสี่สิบแปดนาทีก ที่พา SVN award ไปเที่ยววันนั้น 8 ค่า น้ำจะแห้งป้าย กิจกรรมจะทำได้ตอนป้าย จะวิ่งเรือออกไปดูเพาะ หอยแครงอะไรแล้วขากลับวิ่งเรือบนเลนก็ไมรู้จักอีก ทรายซีเปิดที่มันแอบเอาไปถมสนามบิงสุวรรณภูมิก็ไม รู้จัก ทรายซีเปิดอยู่ในตัวคอนหอยหลอดปากแม่น้ำ แต่ว่าแก้มแม่น้ำสองข้างมันเป็นเลน มันจึงวิ่งเรือบน เลนได้ ถีบกระดานเลนได้ การท่องเที่ยวแบบนี้มันประณีตซับซ้อนไป จะไปถล่มทำลายกับมันไม่ได้ คน กรุงเทพฯก็บ้าไปเที่ยวดูหิ่งห้อยกัน ดูไมรู้จักหลักจักนอน แม่กลองเป็นบ้านสวนกึ่งทะเล สองพุ่มครึ่งคนสวน เขาต้องนอนแล้ว ดูละครน้ำเน่านิดหน่อย ตบยุคนิดหน่อยแล้วก็เข้านอน นักท่องเที่ยวดูหิ่งห้อยกันไม่เลือก เพราะว่าพอไปดูมากเสียงรบกวน คนไทยใจดีวิ่งเข้าไปใต้พุ่มต้นลำพูเลย อยากให้จับตัวไปเลย นี่มันดูกัน ขนาดนี้ ดูมากเกินไปเขาก็ตัดต้นลำพูทิ้ง แล้วก็เรือเมล์ก็วิ่งทำรอบเพื่อจะได้รับนักท่องเที่ยวได้หลายครั้ง นี้ ความหายาบช้ามันเริ่มเข้าไปแล้ว พอวิ่งเร็วคลื่นใหญ่เสียงดัง คนตกกุ่มส่งลูกเรียนหนังสือ คนเที่ยวมาเที่ยว เรือคลื่นใหญ่เสียงดัง ตกกุ่มต้องตกตามชอกตามโชดตามซาก ที่นี้ชุมชนชาวน้ำต้องมีแสม ลำพู จากขึ้นเป็น ชุมชนพีช มันจึงจะมีหอยฝาเดียว หอยทาก หิ่งห้อยจึงจะไปไซ้ แล้วกินหอยนี้ เป็นวัฏจักรวนกันไปอย่างนี้ ทุกอย่างมันประณีตซับซ้อน ปัญหาคือว่าองค์ความรู้วัตถุดิบที่จะไปในแนวนี้มีเยอะแยะเลย แต่ว่ามาเจอ อุปสรรคแบบนี้ ผมอ่านรายงานของญี่ปุ่น เขาก็เจอแนวนี้องค์ประกอบของสวนท้องถิ่นก็พอๆกัน คือชอบ สร้างอะไรไร่สาระ ก็เอาเท่านั้นละครับ

ความเห็น 1 : ผมมาจากท้องถิ่นพอดี โดนพาดพิงไว้เยอะเมื่อคืน ก็มันเป็นไปได้นะเรื่องการจัดการ ท่องเที่ยว ผมว่าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่ประสบความสำเร็จมากก็ทำตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านขึ้นมาเอง ต้น ตระกูลชาวบ้าน ไม่มีใครสนับสนุนงบประมาณ แล้วเราทำมาทุกวันนี้ก็สำเร็จ นักท่องเที่ยวเราเสาร์ อาทิตย์ ก็อยู่ประมาณ 4,000-5,000 คน ก็ไม่น้อย บางครั้งต้องอธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจ ความรู้เหตุรู้ถึงถิ่นของมัน เลยว่าเราจะทำจุดนี้ทำเพื่ออะไร ถึงประเด็นอะไร ผู้นำต้องอธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจ พอผู้นำอธิบายให้ ชาวบ้านเข้าใจก็นำไปปฏิบัติ หาแนวทางป้องกันที่จะเกิดเหตุต่างๆ มันก็ยังประสบความสำเร็จได้ทุกอย่าง

แล้วเงินภาษีจากการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนได้โดยไม่ต้องใช้เงินของรัฐ จาก การท่องเที่ยวทุกส่วนเข้าเป็นกองกลางของการทำงาน อย่างผู้ถูกทอดทิ้ง เด็กยากไร้ เรามีทุนต่างๆ อย่าง กองทุนสวัสดิการตลาดน้ำ ออมทรัพย์ กลุ่ม OTOP พวกนี้มีกองทุนสวัสดิการให้เรา เราสามารถนำเงินมา ใช้ได้โดยวิธีที่เปิดเผย ไม่ต้องผ่านงบประมาณ ถ้าจัดการเป็นระเบียบเรียบร้อยท้องถิ่นบางท้องถิ่นอาจจะ ทำได้ดี ไม่ใช่ที่ท้องถิ่นจะไม่ประสบความสำเร็จ ข้อมูลอาจจะไม่ถูกเปิดเผย ก็อยากจะบอกว่าบางครั้งคน ท้องถิ่นมันมีเยอะ 8,000 กว่าแห่งทั้งเทศบาลและอบต.ทั่วประเทศ อาจจะมีหนึ่งในร้อยหรือเท่าไรก็ได้ แต่ บางครั้งการทำงานก็อยากจะให้ประชาชนรับรู้ว่าการพึ่งพาตนเองมันไปสู่จุดหมายที่สำเร็จได้ ด้วยความ เข้าใจของประชาชนแล้วก็ผู้นำ โดยประหยัดงบประมาณของรัฐบาลด้วยครับ

คุณวัลลภา : อยากยั่วยู่ให้สังคมไทยเขียนเรื่องราวของชุมชนหมู่บ้านของเราบ้าง อย่างหมู่บ้านอุมะจิเขา ทำออกมาเป็นแรงบันดาลใจอย่างยิ่ง อย่างอภัยภูเบศรหรือแม่กลองก็ดี หวังว่าวันนี้ทางมูลนิธิญี่ปุ่น สถาบันวิจัยสังคม จุฬาฯ สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา มูลนิธิพูนพลัง ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความสนใจมาเข้า ร่วมรับฟัง ขอขอบคุณค่ะ

อาจารย์สุริชัย : ขอบพระคุณทุกท่านนะครับ วันนี้ก็เป็นการเปิดฉากรายการ 120 ปีไทยญี่ปุ่นจากภาค ประชาชน ประสบการณ์แลกเปลี่ยนจากภาคประชาชนด้วยกัน คงจะมีเรื่องอื่น ๆ ที่น่าจะได้คุยกันอีก ก็ขอ เชื้อเชิญท่านที่สนใจก็กรุณาจดชื่อทิ้งตอนลงทะเบียนให้ชัดเจน เราจะได้ประสานงานกันต่อไป ขอขอบคุณ ครับ

ผู้บรรยายและเสนอแนะข้อคิดเห็น

Mr. Mochifumi Totani (ลุงโตทานิ) ประธานสหกรณ์การเกษตรหมู่บ้านอุมะจิ จ.โคจิ

Mr. Masahiko Otoshi (คุณโอโตชิ) ผู้เขียนหนังสือ GOKKUN UMAJIMURA NO MURA OKOSHI
แปลเป็นภาษาไทยในชื่อ ประสบการณ์ยิ่งใหญ่ในหมู่บ้านเล็กๆ

Mr. Shoji Kinoshita (พี่โชจิ) เจ้าหน้าที่สำนักงานหมู่บ้านอุมะจิ

ภญ. ดร. สุภาภรณ์ ปิติพร มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จ. ปราจีนบุรี

คุณ สุรจิต ชিরเวทย์ ประธานหอการค้าจังหวัดสมุทรสงคราม

ดำเนินรายการ โดย คุณวัลลภา แวน วิลเลียนส์วาร์ด กรรมการผู้จัดการ สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา

อาจารย์ สุริชัย หวันแก้ว ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วุฒิชัย ครองสิทธิ์ ถอดความ

มุกิตา พานิช ตรวจทาน