

บทที่ 5

การจัดการการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น กรณีเมืองโยมิตัน จังหวัดโอกินาวา

ในบทนี้ต้องการนำเสนอกรณีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของการจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นของเมืองโยมิตัน (Township) จังหวัดโอกินาวาซึ่งเป็นหมู่เกาะทางตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่น ที่เริ่มดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจตั้งแต่ปี ค.ศ. 1972 มาจนถึงปัจจุบัน ประกอบด้วยเนื้อหาในการนำเสนอมี 3 ประเด็น

ประเด็นที่หนึ่ง พัฒนาการการท่องเที่ยวญี่ปุ่นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเน้นช่วงการพัฒนาการท่องเที่ยวใน “ยุคท้องถิ่น” (chihou jidai) ของญี่ปุ่นที่เริ่มทศวรรษ 1970 เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของพัฒนาการท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ประเด็นที่สอง กล่าวถึงพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดโอกินาวา นับตั้งแต่ดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี ค.ศ. 1972

ประเด็นที่สาม กล่าวถึง การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเมืองโยมิตัน จังหวัดโอกินาวา ที่รัฐท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อคนโยมิตัน เพื่อศึกษาผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง ในการจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นที่เมืองโยมิตัน

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคฟื้นฟูเศรษฐกิจชาติ ช่วงปี ค.ศ. 1963-1970

ประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของคนญี่ปุ่นมีมานานหลายร้อยปี นับตั้งแต่สมัยเอะโดะที่คนญี่ปุ่นเดินทางเพื่อไปค้าขายและไปนมัสการศาลเจ้าอิเซะกันเป็นที่แพร่หลาย (Suetake, 1984) จึงเกิดกลุ่มผู้ให้บริการที่พัก ซองโสะเก็นีตามเส้นทางการเดินทาง (Vaporis, 1994) รัฐบาลญี่ปุ่นดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศของญี่ปุ่นมาตั้งแต่สมัยเมจิ โดยรัฐได้บัญญัติกฎหมายพัฒนาโรงแรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยให้สำนักงานรถไฟเป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างโรงแรมเพื่อสร้างผลกำไรให้กับรัฐ แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร (Kimura, 1994; pp. 151-154 อ้างถึงใน Leheny, 2000, p. 179) และในปี ค.ศ. 1907 รัฐเสนอให้สำนักงานรถไฟตั้งสำนักงาน Japan Travel Bureau (JTB) เพื่อส่งเสริมคนต่างชาติเข้ามาเที่ยวพร้อมให้คำแนะนำและบริการ ซึ่งต่อมา JTB ได้กลายเป็นองค์กรการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวญี่ปุ่น และ สร้างรายได้ที่เป็น

เงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอยู่ในอันดับ 4 ในปี ค.ศ. 1936 ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของนโยบายรัฐในสมัยนั้น (Kimura, 1994, p. 188 อ้างถึงใน Leheny, 2000, p. 180)

รัฐใช้นโยบายการท่องเที่ยวเพื่อหารายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศอีกครั้งในยุคฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ปี ค.ศ. 1945-1955) ควบคู่ไปกับการดำเนินนโยบายพัฒนาการเกษตร เทคโนโลยี และฟื้นฟูวัฒนธรรมชาติ กระทรวงคมนาคมตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการท่องเที่ยวขึ้น เพื่อส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อดึงนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวญี่ปุ่นและมีการออกกฎหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในปี ค.ศ. 1948 เสนอให้เลือกแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาเชื่อมต่อเข้ากับเมืองใหญ่ให้เป็นพื้นที่พิเศษที่จะพัฒนาอยู่ในในแผนปฏิบัติการการพัฒนาที่ดินของรัฐ (National Land Development Act) ตามแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะ 5 ปี (TIC, 1948) และกำหนดให้เมืองเกียวโต นาราและเมืองน้ำพุร้อนเบปปุ อะตะมิ อิโต เป็นเมืองท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Takahashi, Soshiroda, Hanyu, 2003 อ้างถึงใน Soshiroda, 2005, p. 1106; Muraoka, 1981, อ้างถึงใน Leheny, 2000, p. 177)

ในช่วงที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (1955-1963) กิจกรรมการท่องเที่ยวเฟื่องฟู ได้นำไปสู่การขยายมาตรการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ประกอบกับญี่ปุ่นเตรียมเป็นเจ้าภาพการจัดโอลิมปิกเกมส์ จึงวางระบบการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (TIC, 1952) เลือกจุดท่องเที่ยวสำคัญและเส้นทางเชื่อมต่อพื้นที่ดังกล่าว รัฐจะเดินหน้าจัดระเบียบการท่องเที่ยวภายในประเทศ สนับสนุนให้ภาคเอกชน และรัฐท้องถิ่นสร้างที่พักราคาถูกเพื่อบริการประชาชนและออกกฎหมายองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นในปี ค.ศ. 1959 เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาญี่ปุ่น (Imai, 1996)

1.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคฟื้นฟูเศรษฐกิจชาติ ช่วงปี ค.ศ. 1963-1970

ในช่วงทศวรรษ 1960 เป็นยุคการเติบโตทางเศรษฐกิจสู่ประเทศอุตสาหกรรมและเข้าสู่ยุคของการท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism) เศรษฐกิจญี่ปุ่นเติบโตอย่างก้าวกระโดดจนกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงของประเทศพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิตขนาดใหญ่ของคนญี่ปุ่น การเติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มขึ้นทำให้คนญี่ปุ่นต้องการเดินทางมากขึ้น อย่างไรก็ตามในปี ค.ศ. 1964 รัฐยังดำเนินนโยบายท่องเที่ยวเพื่อดึงเงินตราจาก

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้คนญี่ปุ่นเที่ยวภายในประเทศกันมากขึ้น จากจุดนี้ทำให้รัฐท้องถิ่นเริ่มบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวลงไปในแผนพัฒนาของท้องถิ่น

ความเจริญทางเศรษฐกิจทำให้คนญี่ปุ่นเริ่มออกจากหมู่บ้านไปทำงานในเมือง จึงเริ่มมีช่องว่างระหว่างเมืองและชนบท ดังนั้นเป้าหมายของแผนพัฒนาประเทศฉบับแรกของญี่ปุ่น (ค.ศ. 1962-1968) คือการกระจายความเจริญอย่างเท่าเทียม และ เป็นนโยบายส่งเสริมท้องถิ่นที่มีศักยภาพการพัฒนาต่ำ จึงมีการลงทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวขยายไปทั่วประเทศ มีการสร้างสถานที่พักผ่อน สนามกอล์ฟ ลานสกี ที่พุดตาคาอากาศ ถนนเข้าแหล่งท่องเที่ยวตามหุบเขา เป็นต้น การสร้างสถานที่รองรับเพื่อการท่องเที่ยว (supply) ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวของคน (demand) ก็ยิ่งทำให้มีการลงทุนเพื่อเพิ่มสถานที่รองรับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ยังเป็นการพัฒนาที่ทำลายสภาพแวดล้อมครั้งใหญ่ เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รุนแรง จนกลายเป็นปัญหาของสังคม

ปลายทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา เกิดกระแสท้องถิ่นนิยมและมีการเคลื่อนไหวในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้นหลายแห่ง เพื่อเรียกร้องสิทธิในการจัดการทรัพยากร เคลื่อนไหวคัดค้านกลุ่มทุนใหญ่ต่างถิ่นที่เข้ามาซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นรีสอร์ท เช่นที่หมู่บ้านบนเกาะทะเลเคะโทะมิ เป็นเกาะเล็ก ๆ ในหมู่เกาะของ จังหวัด โอกินาวา หรือการเคลื่อนไหวคัดค้านนโยบายรัฐที่ต้องการถมคลองเพื่อขยายถนน โดยที่ชุมชนสามารถต่อรองกับรัฐท้องถิ่นได้สำเร็จ เช่นที่ เมือง Otaru บนเกาะ Hokkaido และในปี ค.ศ. 1972 มีกลุ่มเคลื่อนไหวเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติของญี่ปุ่นเริ่มเผยแพร่ภาพและข้อเท็จจริงของการทำลายธรรมชาติของญี่ปุ่นไปทั่วโลก ยิ่งทำให้เกิดกระแสการอนุรักษ์ของประชาชนในญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของการผลักดันการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐ โดยมีการระงับโครงการสร้างถนนตัดผ่านอุทยาน และให้ปรับปรุงกฎหมายธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ

1.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวในยุคฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่น (ตั้งแต่ทศวรรษ 1970)

ตั้งแต่ทศวรรษ 1970 ซึ่งกล่าวกันว่าเป็น “ยุคของท้องถิ่น” (chihoo no jidai) เริ่มมีการฟื้นฟูธรรมชาติและวัฒนธรรม สร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นขึ้นใหม่ หลังจากที่ถูกทำลายไปพร้อมกับการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจ รัฐใช้นโยบายแผนฟื้นฟูชนบท (furusato sousei) เชื่อมโยงกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นทั่วประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและแก้ปัญหาคนอพยพจากหมู่บ้านไปทำงานในเมือง (kitagawa, 1999) อย่างเช่นในกรณีผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ได้มีการ

ริเริ่มการส่งเสริมโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้านในปี ค.ศ. 1979 (Imai, 1996) และแพร่หลายไปสู่จังหวัดอื่น ๆ ซึ่งต่อมาในสมัยของนายกรัฐมนตรีโนบะรุ ทะเคชิตะ ขยายผลของโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งหมู่บ้าน ได้ถูกทำเสนอเป็นแผนฟื้นฟูท้องถิ่น แผน furusato sousei ขึ้นในปี ค.ศ. 1987 ที่เน้นให้คนท้องถิ่นคิดเอง ทำเอง

ในระยะแรกของแผนฟื้นฟูท้องถิ่น (ปี ค.ศ. 1988-1990) รัฐได้ใช้งบประมาณหมู่บ้านละ 100 ล้านเยน เพื่อใช้ในแผนฟื้นฟูท้องถิ่น หรือเรียกได้ว่าเป็นโครงการปลูกหมู่บ้าน (mura okoshi) เพื่อสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมของท้องถิ่น และสนับสนุนหอการค้าทั่วประเทศให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้ ภายใต้แนวคิดการสร้างสรรค์หนึ่งผลิตภัณฑ์หลายหมู่บ้าน ที่นำภูมิปัญญาและพลังท้องถิ่นไปฟื้นฟูท้องถิ่นและต้องการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมพร้อมกับสนับสนุนการเคลื่อนไหวเพื่อให้ท้องถิ่นสามารถใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น ผลปรากฏว่า งบประมาณโครงการกลับถูกนำไปใช้สร้างประโยชน์แก่ผู้มีอำนาจในชุมชนกับบริษัทก่อสร้างหมู่บ้านจำนวนมากไม่สามารถใช้งบประมาณให้เกิดประโยชน์ต่อโครงการฟื้นฟูบ้านเกิดให้กลับมามีชีวิตชีวา ผลประโยชน์จากงบประมาณก่อสร้างส่วนใหญ่ตกอยู่กับบริษัทก่อสร้างที่มีสายสัมพันธ์กับนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งในจุดนี้คล้ายคลึงกับการที่รัฐท้องถิ่นส่วนใหญ่ในญี่ปุ่นใช้งบประมาณก่อสร้างอาคารที่ไม่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน เรียกรัฐท้องถิ่นประเภทนี้ว่ารัฐไร้วิสัยทัศน์ “ฮะโกะโมโนะ เกียวเซ” (hakomono gyousei) อย่างไรก็ตามรัฐบาลยังคงให้เงินสนับสนุนทุกหมู่บ้านอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1980 โดยลดสัดส่วนเงินช่วยเหลือลงทุกปี (Soshiroda, 2005; Imai, 1996; สำนักหอสมุดรัฐสภาแห่งชาติญี่ปุ่น, 1993)

ในขณะที่มีการเคลื่อนไหวของชุมชนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากร ซึ่งเป็นในอีกด้านหนึ่งของนโยบายรัฐบาลสมัยทานากะ คะคุเอ (Tanaka Kakuei) ในช่วงแผนการพัฒนา ฉบับที่ 2 (ปี ค.ศ. 1969-1975) กำหนดนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น ภายใต้ชื่อ “ทฤษฎี หนึ่งหมู่บ้าน” (nihon rettou kaizou ron) ในปีเดียวกัน (1972) ภายใต้ต้นนโยบายนี้ มีการพัฒนาแหล่งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ พัฒนาเมืองให้เป็นมหานคร การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน สร้างทางด่วน และการขยายเครือข่ายรถไฟความเร็วสูง (Yokoyama, 2006) การพัฒนาการท่องเที่ยวในทศวรรษ 1970 และทศวรรษ 1980 เป็นยุคของการพัฒนารีสอร์ทในเกาะญี่ปุ่น (risooto rettou) ของกลุ่มทุนที่เข้ามาลงทุนพัฒนาทรัพยากรกันชนานใหญ่ เป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่รัฐออกกฎหมายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแบบบูรณาการ หรือที่รู้จักกันในชื่อกฎหมายรีสอร์ต (risooto hoo) ในปี ค.ศ. 1987 โดยการให้สิทธิพิเศษในขอบเขตที่กว้าง เช่น ยืดหยุ่นกฎระเบียบและสิทธิพิเศษทางภาษีในการพัฒนารีสอร์ท จึงทำให้องค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศวางแผนพัฒนารีสอร์ทและเริ่มส่งเสริมการปรับปรุงรีสอร์ท กลุ่มทุนที่มีเงินลงทุนก็จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมี คอนเซ็ปต์ หรือที่เรียกว่า (Theme park) และสร้างแมนชั่นสไตล์รีสอร์ทซึ่งได้รับความนิยมจากคนญี่ปุ่นและเป็นอีกครั้งหนึ่งที่มีการท่องเที่ยว กลายเป็นเครื่องมือที่นิยมนำมาใช้พัฒนาท้องถิ่น ซึ่งส่งผลให้มีการก่อตัวของเศรษฐกิจฟองสบู่ใน ญี่ปุ่นในเวลาต่อมา

วิกฤตเศรษฐกิจหลังฟองสบู่แตกในญี่ปุ่นและวิกฤตน้ำมันครั้งที่ 2 ในปลาย ทศวรรษ 1980 ส่งผลให้แผนโครงการสร้างสนามกอล์ฟ แผนพัฒนารีสอร์ททั่วทุกแห่งหยุดชะงัก การบริหารกิจการของแหล่งท่องเที่ยวแบบมีคอนเซ็ปต์และบริหารจัดการโดย dai san sector (การ บริหารจัดการร่วมระหว่างรัฐกับภาคเอกชน) หลายแห่งปิดตัวลง หนึ่งในนั้นคือสถานที่ท่องเที่ยว แบบมีคอนเซ็ปต์ชื่อ ริวกิว โนะ คุนิ (ryukyu no kuni แปลว่า ประเทศริวกิว) ตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองโยมิ ตัน จังหวัดโอกินาวา อย่างไรก็ตามรัฐยังคงเดินหน้ากำหนดพื้นที่ในการพัฒนารีสอร์ท ภายใต้ กฎหมายรีสอร์ท 41 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งจังหวัดโอกินาวาเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ถูกกำหนดโดยรัฐ ทาง จังหวัดได้นำแนวความคิดการพัฒนารีสอร์ทเขตร้อน (Okinawa Tropical Resort Development Plan) มาไว้ในแผนพัฒนาของจังหวัดฉบับที่สาม (ปี ค.ศ. 1992-2002)

ในปลายทศวรรษ 1980 มีการเคลื่อนไหวครั้งใหม่ในชนบทของญี่ปุ่นอันเป็นผลจาก นโยบายฟื้นฟูชนบทในญี่ปุ่น จากการพัฒนาในชื่อ “furusato to mura” (หมู่บ้านชนบทถิ่น บ้านเกิด) ที่กระตุ้นให้ท้องถิ่นทั่วประเทศดึงอัตลักษณ์ออกมา เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อดึงคนใน เมืองใหญ่มาเที่ยวหมู่บ้าน “ชนบท” (Yamamura, 1990, p. 56) สร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวลอง ทำเกษตร ปลูกข้าว ชุดมัน ด้วยตัวเอง เพื่อแก้ปัญหาประชากรเบาบาง (Yokoyama, 2006, pp. 38-43) ซึ่งเป็นหนึ่งในนโยบายของแผนพัฒนาประเทศ ฉบับที่ 4 (ค.ศ. 1987-1997) ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างท้องถิ่น และการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เน้นการสร้าง เครือข่ายการแลกเปลี่ยนระหว่างชุมชนเมืองกับชุมชนหมู่บ้านที่ทำอาชีพเกษตร ประมงและการ วางเครือข่ายการคมนาคมและเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้าง สภาพแวดล้อมเมืองที่อาศัยให้น่าอยู่ (machi tsukuri)

ในทศวรรษ 1990 รัฐหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในหมู่บ้านการเกษตรมากขึ้น หรือเรียกว่า การท่องเที่ยวสีเขียวแบบญี่ปุ่น (nihon gata green tourism) (Yokoyama, 2006, p. 33) และให้ความสนใจในการพัฒนาและจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมให้เป็นมรดกโลก เพื่อ กระตุ้นการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวทางเลือกที่กลุ่มเอ็นจี โอ นักวิชาการให้การสนับสนุนและผลักดันในบางพื้นที่ ในช่วงทศวรรษนี้เอง นโยบายหลักของรัฐ

(ททท.) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยปรับสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้เป็นผลจากอิทธิพลจากการประชุมสิ่งแวดล้อมโลกปี ค.ศ. 1992 ขณะที่การท่องเที่ยวสีเขียวเป็นเพียงกิจกรรมทางเลือกหนึ่ง ตรงกันข้ามกับญี่ปุ่นที่กระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมงของญี่ปุ่นสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวตามแบบฉบับของญี่ปุ่น เพื่อแก้ปัญหาการเกษตรในชนบท

กระทรวงเกษตร ป่าไม้และประมงของญี่ปุ่นนิยามว่า เป็นกิจกรรมยามว่างแบบพักผ่อน และสามารถเพลินเพลินกับผู้คน วัฒนธรรมและธรรมชาติในพื้นที่หมู่บ้านเกษตรที่แวดล้อมด้วยธรรมชาติสีเขียว เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างเมืองกับหมู่บ้านเกษตรโดยมีฐานการหาประสบการณ์ตรงในหมู่บ้านเกษตร และพักในบ้านของเกษตรกร ซึ่งในปี ค.ศ. 1993 กระทรวงเกษตรและประมงได้กำหนดพื้นที่ที่จะเป็นต้นแบบของท่องเที่ยวสีเขียว วางแนวคิดพื้นฐานเป็นโครงการระยะ 2 ปี และในปี ค.ศ. 1994 รัฐได้ออกกฎหมายส่งเสริมกิจกรรมยามว่างแบบพักผ่อนในหมู่บ้านเกษตร ประมง ซึ่งมีผลบังคับใช้ในปี ค.ศ. 1995 ซึ่งในปีเดียวกันนี้ รัฐได้ขยายพื้นที่เพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวสีเขียวในหมู่บ้านเกษตร ประมงออกไป 130 แห่งทั่วประเทศ พื้นที่ที่ถูกกำหนดให้ดำเนินแนวคิดท่องเที่ยว สีเขียว จะถูกกำหนดให้ก่อสร้าง สวนเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวสีเขียว (guriin Tsuritsumu nouson kouen) การพัฒนาสวนสัตว์ขนาดเล็ก โรงงานเกษตรประมงชุมชน สถานที่ให้นักท่องเที่ยวลงทำเพื่อประสบการณ์ตรงในสวนเกษตร ศูนย์แลกเปลี่ยนแลกเปลี่ยนของกิจกรรมท่องเที่ยวสีเขียว รวมถึง ร้านอาหาร สถานที่ลงหัดทำ ร้านค้าขายของที่ระลึก และสถานที่พักในชุมชน (Yokoyama, 1996, p. 30)

อีกด้านหนึ่งของกระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการพัฒนาและจัดการทรัพยากรให้เป็นวัฒนธรรมมรดกโลก (heritage culture management) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในชนบท และการก่อสร้างปรับปรุงภูมิทัศน์ในพื้นที่ที่ถูกสถาปนาให้เป็นมรดกโลก และจัดการสภาพแวดล้อมในเมืองให้น่าอยู่ตามแนวคิด machi tsukuri ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาของกระทรวงคมนาคม (kokudo tsuusanshou) อย่างเช่น พระราชวังชูริที่เมืองนาหะ เมืองศูนย์กลางจังหวัดโอกินาวาได้ถูกสร้างขึ้นใหม่ภายหลังจากที่ถูกทำลายในช่วงสงครามโลก และได้รับการพัฒนาและจัดการให้เป็นมรดกโลกในปี ค.ศ. 2000 ทำให้โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณใกล้เคียงของกลุ่มพระราชวังบิวารของพระราชวังชูริในจังหวัดโอกินาวา และปรับปรุงสภาพแวดล้อมเมืองนะหะอย่างต่อเนื่อง

และในแผนพัฒนาประเทศฯ ฉบับที่ 5 หรือเรียกว่า “Grand design for 21st century” ที่เริ่มในปี ค.ศ. 1998 รัฐมีแนวคิดที่จะสร้างเส้นทางเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และเส้นทางการบินระหว่างสนามบินในชนบทของญี่ปุ่น และวางแผนส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว

ต่างชาติมาเที่ยวญี่ปุ่นอีกครั้ง มีนักท่องเที่ยวจากเอเชียเป็นกลุ่มเป้าหมาย (NLA, 1998) โดยเลือกท้องถิ่นที่มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ หรือมีบุคลิกของความเป็นญี่ปุ่น และอยู่ในแนวทางการท่องเที่ยวที่สามารถจัดให้เป็นศูนย์กลางเครือข่ายเชื่อมกับต่างประเทศ (hub/ฮับ) (PMO, 1998) รัฐออกกฎหมายเพื่อส่งเสริมให้คนต่างชาติมาเที่ยวญี่ปุ่น (inbound international tourism) ซึ่งภายใต้เงื่อนไขของกฎหมายฉบับนี้ รัฐท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยที่แผนนั้นต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบและมีการศึกษาอย่างรอบคอบ ซึ่งโอกินาวาเป็นหนึ่งในจังหวัดที่จัดเป็นฮับที่เชื่อมโยงญี่ปุ่นกับประเทศในเอเชีย (Soshiroda, 2005, p. 1108)

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวา

หมู่เกาะโอกินาวาตั้งอยู่ในทะเลจีนใต้มีทะเลที่สวยงามระดับต้นๆของญี่ปุ่น มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่สวยงาม ป่าโกงกางที่สมบูรณ์มีความหลากหลายทางชีวภาพ และมีวัฒนธรรมท้องถิ่นริวกิวที่โดดเด่น นอกจากนี้ คนโอกินาวามีที่ยังคงสืบทอดวัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณีของริวกิว ซึ่งมีลักษณะคล้ายวัฒนธรรมจีน มีความเชื่อและเช่นไหว้ดวงวิญญาณบรรพบุรุษตามลัทธิขงจื้อในเทศกาลตรุษจีนและเซ็งเม็ง

เนื้อหาส่วนนี้เป็นการนำเสนอพัฒนาการของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวา หลังกลับคืนสู่มาตุภูมิ จนถึงปัจจุบัน และมีการวิเคราะห์ผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1 ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์และสังคม

โอกินาวาเป็นจังหวัดอยู่ทางตอนใต้สุดของญี่ปุ่นตั้งอยู่ในทะเลจีนใต้ ซึ่งกั้นระหว่างญี่ปุ่นกับจีน มีหมู่เกาะน้อยใหญ่ประมาณ 160 เกาะ มีพื้นที่รวม 2,265 ตารางกิโลเมตร มากเป็นอันดับ 4 จาก 47 จังหวัดรองจากโตเกียว โอซาก้า และคานางาวา เกาะโอกินาวามีพื้นที่ใหญ่ที่สุด 1,199 ตารางกิโลเมตร รองลงมาคือเกาะอิริโอะโมะเตะ มีพื้นที่ 289 ตารางกิโลเมตร และเกาะอิซิบะชิ มีพื้นที่ 222 ตารางกิโลเมตร มีประชากรทั้งหมด 1,300,000 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของประชากรญี่ปุ่น

ในอดีตประมาณ 400 ปีก่อนหน้านี้ หมู่เกาะโอกินาวา เดิมคือราชอาณาจักรริวกิว มีกษัตริย์ปกครองรวม 37 องค์ ต่อมาในศตวรรษที่ 16 ถูกญี่ปุ่นยึดครองและเปลี่ยนชื่อจากประเทศริวกิวเป็นจังหวัดโอกินาวาในสมัยเมจิ (ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2411-2454) และมีการประกาศอย่างเป็นทางการว่า ประชาชนของโอกินาวาก็เป็นชนชาติหนึ่งของญี่ปุ่น แต่ในอดีตที่ผ่านมา ชาวโอกินาวาถูกปฏิบัติจากรัฐบาลญี่ปุ่นเสมือนเป็นประชาชนชั้นสองมาโดยตลอด (Hogama, 1993, pp. 19-23)

หากมองจากประวัติศาสตร์ริวกิว ในสมัยที่มีกษัตริย์ปกครองประเทศมีการค้าขายกับหลายประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น สยาม ชวา ปะเล็นบัง มะละกา สุมาตรา อันนัน บัตตานี และสามารถสร้างเครือข่ายการค้าขายของริวกิวที่ครอบคลุมถึงญี่ปุ่น จีน เกาหลี ในบรรดาประเทศที่ค้าขายกับริวกิว พบว่าต้นศตวรรษที่ 15 จนถึงกลางศตวรรษที่ 16 ริวกิวสัมพันธ์ไมตรีและค้าขายกับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด เช่นประเทศสยาม สินค้าหลักที่ซื้อคือ ข้าวกับน้ำตาลตั้งแต่ปี 1570-1666 กษัตริย์ขอให้นำเข้าเครื่องเทศมาเป็นเครื่องราชบรรณาการ โดยการยกเว้นภาษี และนำเข้าข้าวจากไทย แต่หลังจากกลางศตวรรษที่ 16 ริวกิวก็มีการค้าขายกับญี่ปุ่นและเกาหลีเพิ่มมากขึ้น

ในขณะที่ ญี่ปุ่นในช่วงนั้นตรงกับสมัยเอะโดะ มีการดำเนินนโยบายปิดประเทศและไม่มีการเดินทางไปนอกญี่ปุ่นเลยเป็นเวลา 300 ปี แต่มี 4 ด้านที่ทำหน้าที่เชื่อมต่อกับต่างประเทศ ด้านแรกเป็นการติดต่อกับระหว่างด่านมะสึบะเอะกับชาวโคโนเพื่อให้อเชื่อมต่อกับเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านที่ 2 ให้คิวชูเป็นจุดเชื่อมต่อกับคาบสมุทรเกาหลี ด้านที่ 3 อยู่ที่เมืองนางาซากิ และด้านที่ 4 เป็นช่องทางติดต่อกับจีนโดยผ่านริวกิวภายใต้การปกครองของซัทสึมะ

ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของโอกินาวามีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างมหาสมุทรกับภาคพื้นทวีป ทำให้ออกินาวามีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการเมือง การป้องกันทางทะเล และทรัพยากรทางทะเล เศรษฐศาสตร์ทางทะเล ด้วยเหตุนี้รัฐบาลญี่ปุ่นจึงให้ออกินาวาเป็นที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ในนโยบายทางทะเลตอนใต้ของญี่ปุ่น

ในช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 (สงครามเอเชียมหาบูรพา) ออกินาวากองกำลังทหารสหรัฐ รุกโจมตี 180,000 คน และทหารกองหนุนอีก 540,000 คน ในขณะที่กองทหารญี่ปุ่นมีเพียง 100,000 คน และ 1 ใน 3 เป็นกองกำลังสมทบที่รวบรวมคนในโอกินาวา ในเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 1945 กองทหารอเมริกันยกพลขึ้นบกที่เมืองโยมิตัน และแยกกองกำลังไปทางเหนือและทางใต้ของเกาะโอกินาวา อเมริกาได้เวลา 50 วัน จึงเข้ายึดกองบัญชาการกองทัพญี่ปุ่นที่อยู่ใต้

พระราชวังซุริ ซึ่งนับว่าเป็นการฟ่ายแพ้ของกองทัพญี่ปุ่นในสงครามโอกินาวา แต่ทว่ากองทัพญี่ปุ่นยังรวบรวมทหารที่หลงเหลือและประวิงเวลาทำสงครามออกไปอีกเท่าที่จะทำได้ เพราะต้องการหาทางที่จะเจรจาสันติภาพในเงื่อนไขที่รักษาชาติ ซึ่งหมายถึงการรักษาระบบจักรพรรดิ (kokutai go ji) ทางตอนใต้ ของเกาะมีถ้าธรรมชาติอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นที่หลบภัยของชาวโอกินาวา ทหารญี่ปุ่นได้ไล่ให้ชาวบ้านออกจากถ้ำเพื่อออกมาต่อสู้ โดยผู้ที่ขัดขืนถูกยิงทิ้ง ในสงครามโอกินาวา มีทหารที่มาจากแผ่นดินใหญ่ญี่ปุ่น (hondo) 65,000 คน กับทหารอีก 30,000 คนที่เป็นคนโอกินาวา และมีชาวบ้านทั่วไปในโอกินาวาอีก 94,000 คน มี 4,000 คนที่ตกเป็นเหยื่อของสงคราม นอกจากนี้ยังมีผู้หญิงที่เป็นเหยื่อของสงคราม ถูกบังคับให้ประนเปรอกองทหาร ในสงครามโอกินาวาชาวบ้านโอกินาวาทั่วไปกลายเป็นเหยื่อของสงครามมากกว่าจำนวนทหาร เพราะถึงที่สุดทางญี่ปุ่นก็ไม่ประกาศยอมแพ้สงคราม จนกระทั่งสหรัฐฯทิ้งระเบิดปรมาณูที่ฮิโรชิมาและนางาซากิ ญี่ปุ่นถึงยอมประกาศแพ้สงคราม (Arasaki, 2005, pp. 2-3)

สงครามโอกินาวา ความทรงจำที่เจ็บปวด

ปัญหาสำคัญของโอกินาวาภายหลังสงครามคือ ปัญหาที่ดินที่ทหารอเมริกาเข้ามายึดไปจากชาวบ้านตามอำเภอใจเพื่อตั้งฐานทัพ ทั้ง ๆ ที่ดินในโอกินาวามีน้อยและแคบ แต่ที่ดินที่สหรัฐฯ ยึดไปนั้นเป็นที่ดินผืนที่กว้างใหญ่ เพื่อสร้างอาคารในฐานทัพ โดยที่คนโอกินาวาต้องอยู่กันหนาแน่นโดยเฉลี่ย 1 ตารางกิโลเมตร ต่อจำนวนผู้อาศัย 316 คน แต่ถ้าเป็นเกาะโอกินาวาที่เป็นเกาะหลัก ในพื้นที่ 1 ตารางกิโลเมตร ต่อจำนวน 450 คน (Ota, 2000, p. 112) พื้นที่ที่ทหารอเมริกาใช้เป็นฐานที่ตั้งของกองทัพก็จะไม่อนุญาตให้ชาวบ้านเจ้าของเดิมกลับเข้าไป ใช้อีก ทหารอเมริกายืนยันที่จะใช้พื้นที่นี้ต่อเนื่องโดยไม่จ่ายค่าใช้ที่ดินและเริ่มสร้างอาคารถาวรในที่ตั้งฐานทัพ จนกระทั่งภายหลังการทำสนธิสัญญาสันติภาพกับญี่ปุ่นในปี ค.ศ. 1952 ในที่สุดอเมริกา จึงยอมทำข้อตกลงเช่าพื้นที่ตั้งฐานทัพ แต่เป็นราคาค่าเช่าที่ไม่เป็นธรรมคือกำหนดระยะเวลาเช่านาน 20 ปี ให้ค่าเช่าพื้นที่ 1 สิบอะ (เท่ากับ 3.3 ตารางเมตร) ต่อปีคิดเป็นเงินเท่ากับซื้อโค๊ก 1 กระป๋องกว่าร้อยละ 90 ของเจ้าของที่ดินไม่ยอมรับข้อตกลงนี้เมื่อเจอปัญหานี้รัฐบาลอเมริกาจึงตัดสินใจทำสัญญา (Arasaki, 2005, p. 12) เรื่องที่ดินจึงเป็นเรื่องที่สร้างความเจ็บปวดให้กับคนโอกินาวา

หลังสงครามมีบริษัทก่อสร้างขนาดใหญ่จาก ญี่ปุ่น อเมริกา ฟิลิปินส์ ได้หัน ฮ่องกง เข้ามาประมูลสร้างอาคารในฐานทัพ ในจำนวนนี้มีครั้งหนึ่งเป็นของบริษัทต่างชาติที่มาประมูล และอีกจำนวนครั้งหนึ่งเป็นบริษัทมาจากญี่ปุ่น (hondo) ไม่เพียงแต่การก่อสร้างในฐานทัพอเมริกันเท่านั้น โอกินาวายังมีความหมายต่อการพลิกฟื้นเศรษฐกิจญี่ปุ่นหลังสงครามในฐานะตลาดที่ญี่ปุ่นสามารถหารายได้ที่เงินสกุลดอลลาร์เข้าประเทศ ในทางตรงข้ามโอกินาวากลับถูกห้าม

ล้อมด้วยพื้นที่ตั้งของฐานทัพอเมริกาขนาดใหญ่ซึ่งมีผลกระทบต่ออาคารการสร้างเมือง การสร้างบ้านแปลงเมือง บางเมืองถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน และภายในพื้นที่ของฐานทัพอเมริกา ก็มีสนามบินทหารที่ญี่ปุ่นสร้างขึ้นภายในด้วยเช่นกัน ชาวนาโนแต่ละพื้นที่ลุกขึ้นต่อต้านการกดขี่เอาที่ดินด้วยอำนาจของสหรัฐฯ โดยการประท้วงโดยวิธีแบบอหิงสา ด้วยการอดอาหารประท้วงกันทั่วประเทศ เป็นการดึงความรู้สึกที่เจ็บปวดร่วมกันของมวลชนโอกินาวา

หลังจากเกิดเหตุการณ์นี้ ในปี ค.ศ. 1954 รัฐบาลสหรัฐฯ จึงยอมประกาศที่จะจ่ายค่าใช้ที่ดินแบบจ่ายครั้งเดียว รวบรวมระยะเวลาเช่านาน 16 ปี โดยจ่ายร้อยละ 6 ของราคาที่ดิน ซึ่งมีนัยยะว่าเป็นการซื้อที่ดินเพื่อถือครอง ในตอนนี้ก็เกิดการรวมตัวของกลุ่มต่าง ๆ ในโอกินาวา มีทั้งภาคีรัฐ คณะกรรมการร่างกฎหมาย และคณะกรรมการผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และกลุ่มเจ้าของที่ดินที่ถูกใช้เป็นฐานทัพ ลุกขึ้นมาต่อต้านข้อเสนอที่ไม่เป็นธรรม และให้ทบทวนค่าเช่าที่ดินใหม่

หลังจากที่สหรัฐฯ ยื่นข้อเสนอใหม่ ชาวบ้านใน 56 หมู่บ้าน จาก 64 หมู่บ้าน จัดประชุมทั่วจังหวัด แต่ละแห่งมีคนเข้าร่วม 50,000-100,000 คน รวมทั้งสิ้นมีคนเข้าร่วมประชุมจาก 160,000 คนเป็น 400,000 คน (ร้อยละ 20-50 ของประชากรโอกินาวา) เพื่อทบทวนข้อเสนอของสหรัฐฯ การประชุมครั้งนั้นได้ขยายวงกว้างไปทั่วเกาะ เพื่อต่อต้านการเข้าครอบครองของสหรัฐฯ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และได้เผยแพร่ให้รัฐบาลสหรัฐฯ และรัฐบาลญี่ปุ่น ตลอดจนคนทั่วโลกได้รับรู้เรื่องราวของโอกินาวา การประท้วงที่ขยายวงกว้างไปทั่วเกาะเป็นขั้นตอนที่จะวางโครงสร้างองค์กรภาคประชาชนที่จะร่วมกันต่อต้านในระยะยาว และในปี ค.ศ. 1960 มีการตั้งคณะทำงานเพื่อเรียกร้องให้ โอกินาวาคืนสู่มาตุภูมิ โดยมีกลุ่มแกนนำหลักคือกลุ่มเคลื่อนไหวภาคประชาชนโอกินาวาในช่วงทศวรรษ 1960 (Arasaki, 2005, pp. 12-17)

ด้วยเหตุผลด้านภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้นได้สร้างความเจ็บปวดให้กับชาวโอกินาวา จนกลายเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางการเมืองและทางสังคมในระดับท้องถิ่น ด้วยสำนึกที่รักท้องถิ่น ส่งผลให้บางชุมชนมีแนวคิดที่จะจัดการการทรัพยากรและท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น

โอกินาวาหลังการกลับสู่มาตุภูมิ ปี ค.ศ. 1972

ตลอดช่วงทศวรรษ 1960 เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเติบโตต่อเนื่อง ญี่ปุ่นกำลังก้าวเข้าสู่ความเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ดังนั้นปลายทศวรรษ 1960 ความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างญี่ปุ่นกับอเมริกาเริ่มเท่าเทียมกันมากขึ้น ญี่ปุ่นและอเมริกาจำเป็นต้องมีการปรับบทบาททางเศรษฐกิจ การทหาร และการเมือง เช่นการเพิ่มความแข็งแกร่งของกองกำลังรักษาประเทศญี่ปุ่นและลดบทบาททางการทหารของอเมริกาลง ญี่ปุ่นเริ่มปรับบทบาทมาให้ความช่วยเหลือด้าน

เศรษฐกิจ และอำนาจทางการเมืองให้กับประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปี ค.ศ. 1967 มีเสียงเรียกร้องของประชาชนให้คืนโกลิโนวากลับสู่มาตุภูมิ ซึ่งที่จริงมีการเคลื่อนไหวเรียกร้องให้คืนโกลิโนวาสู่ญี่ปุ่นมาตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1951 และตั้งแต่ทศวรรษ 1960 ญี่ปุ่นก็เริ่มใส่ใจกับปัญหาโกลิโนวามากยิ่งขึ้น ได้มีการเจรจาต่อรองกันระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐฯมาโดยตลอด

แต่เมื่อถึงเวลาที่โกลิโนวากลับคืนมาตุภูมิ ในเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 1971 รัฐบาลญี่ปุ่นกลับออกกฎหมายการใช้ที่ดินที่ทางสหรัฐฯใช้ตั้งฐานทัพไปเป็นที่ดินเพื่อกิจกรรมทางราชการของรัฐบาลญี่ปุ่นใน จังหวัดโกลิโนวา และมีผลบังคับใช้ทันทีที่คืนโกลิโนวาสู่มาตุภูมิในปีถัดไป กฎหมายฉบับนี้ยินยอมให้รัฐสามารถใช้อำนาจบังคับเจ้าของที่ดินที่ปฏิเสธการให้ทำสัญญา ดังนั้นหลังจากที่โกลิโนวาคืนสู่มาตุภูมิ ที่ดินส่วนใหญ่ยังเป็นที่ดินที่สหรัฐฯใช้ตั้งฐานทัพ เพียงแต่รูปแบบการทำสัญญาเช่าที่ดิน เป็นการชำระระหว่างรัฐบาลญี่ปุ่นกับเจ้าของที่ดิน โดยการจ่ายเงินเป็นการขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการใช้ที่ดินตามสัญญาเช่าที่ ซึ่งไม่แตกต่างไปจากช่วงก่อนที่โกลิโนวาจะคืนสู่มาตุภูมิ (Ota, 2005, pp. 126-127)

ช่วงทศวรรษ 1980 หลังกลับสู่มาตุภูมิแล้ว ด้วยความคิดที่ทำให้คนโกลิโนวารู้สึกปฏิเสธรัฐบาลญี่ปุ่นและคนญี่ปุ่นที่เคยมีอยู่เดิม ทำให้คนโกลิโนวาเล็งที่จะใช้ตัวอักษรญี่ปุ่น และปรารถนาที่จะเป็นสังคมที่ปกครองตัวเอง จึงพัฒนาไปสู่การสร้างกฎหมายรัฐธรรมนูญสังคมที่มีสันติภาพวิวกิว

ชีวิตคนโกลิโนวาในสมัยที่ถูกสหรัฐฯ ปกครอง

ในระยะปี ค.ศ. 1945-1972 เป็นช่วงที่โกลิโนวาอยู่ภายใต้การปกครองของสหรัฐฯ ทำให้คนโกลิโนวาที่มีความรู้สึกปฏิเสธอำนาจรัฐ อยู่ลึก ๆ และมีสำนึกที่รุนแรงว่าถูกทิ้งขว้างจากญี่ปุ่น จึงต้องการมีอำนาจอธิปไตยในการปกครอง จึงนำไปสู่การเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องการกลับคืนสู่ประเทศมาตุภูมิ

ในโกลิโนวาก่อนและหลังปี ค.ศ. 1972 ช่วงนั้นประชาชนไม่มีงานที่ทำ นอกเหนือจากไปทำงานในฐานะทัพสหรัฐฯ ซึ่งเป็นทั้งรายได้แล้วยังมีโอกาสเรียนรู้ในฮาวและภาษาอังกฤษ และนำประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้ออกมาสร้างบริษัทในเวลาต่อมา ซึ่งคนกลุ่มนี้คือคนรุ่นอายุ 70 ในปัจจุบัน หลังปี 1972 มีบริษัทญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนมาก เป็นการพัฒนาโครงการให้ความช่วยเหลือของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาจังหวัดโกลิโนวาให้เทียบเทียมญี่ปุ่น แต่เงินช่วยเหลือได้นำไปใช้ในการก่อสร้างสาธารณูปโภค จ้างบริษัทก่อสร้างญี่ปุ่น เงินช่วยเหลือกลับไปญี่ปุ่นหมด (แม้แต่ตอนที่มีการประชุมสัมมนาที่ผ่านมามีชาวโกลิโนวาซึ่งสร้างรายได้ให้กับญี่ปุ่นร้อยละ 90 แต่ใช้วัสดุที่มีอยู่ในโกลิโนวาเพียงแค่ร้อยละ 10 เท่านั้น) นอกจากนี้ เงินช่วยเหลือจากรัฐบาลสมัยนั้นส่งเสริมการเกษตร

โดยเอามาสร้างเรือน ปลูกผักเป็นส่วนใหญ่ และส่งเสริมการปลูกอ้อย ราคาอ้อยช่วงทศวรรษ 1960-1970 ขายได้ราคาดีมาก จนถึงขนาดข้าราชการลาออกจากงานไปปลูกอ้อย ในสมัยนั้นคนโอกินาวาถูกดูถูก เธอเล่าว่าตอนที่เธอไปดูงานด้านการเกษตรที่จังหวัดมิยะหิ และคุยภาษาถิ่นกับคนบ้านเดียวกัน คนญี่ปุ่นที่ จังหวัดมิยะหิ ถามเธอว่า คนที่บ้านเธอเดินเท้าเปล่าหรือเปล่า (ข้าราชการนักวิชาการด้านการเกษตรจังหวัดโอกินาวา, สัมภาษณ์)

การเคลื่อนย้ายของประชนเข้ามาโอกินาวา

การเคลื่อนที่โยกย้ายของคนกลุ่มต่าง ๆ เข้ามาในริวกิวโอกินาวามีมากกว่า 200-300 ปี มีคนจีนจากมณฑลฟูเจี้ยนมาตั้งถิ่นฐาน คนจีน ตาเล็ก คิวบาง ๆ ผิวขาว ต่างจากหน้าตาของคนในพื้นที่ดั้งเดิมที่คิวเข้ม หนาดก ตาโต มีขนแขนและเคราเข้ม พอมาแต่งงานผสมกลมกลืนหลายชั่วอายุคน จนเกิดสำนักร่วมของการเป็นคนโอกินาวา หลังจากที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นตกต่ำ ในปี ค.ศ. 1989 จึงเริ่มมีการเคลื่อนย้ายของคนญี่ปุ่นเข้ามาในโอกินาวาหลายกลุ่ม กลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ต่ำ เข้ามาเช่าบ้านคนท้องถิ่น ซึ่งในช่วงนั้นราคาที่ดินตกต่ำ เศรษฐกิจไม่ดี เจ้าของบ้านก็ให้คนนอกเช่า และปรับปรุงเป็นร้านค้าแฟล็ก ๆ บ้างมาค้าขายเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อหารายได้เลี้ยงตัวเอง บางคนก็เอาสินค้าจากประเทศต่าง ๆ มาขาย อีกกลุ่มหนึ่งเป็นพวกที่เดินทางท่องเที่ยวไปแถบเอเชีย แล้วอยากมาใช้ชีวิตอยู่ที่โอกินาวาเพราะเป็นเมืองที่ไม่วุ่นวาย ใช้ชีวิตสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ ค่าเช่าบ้านถูก คน 2 กลุ่มนี้เป็นพวกที่เห็นเสน่ห์ของบ้านเก่าที่อยู่ตามถนนเส้นเล็กด้านหลังของถนนสายหลักของตัวเมืองนะหะที่คนท้องถิ่นมองไม่เห็นคุณค่าของบ้านเก่าที่คับแคบ และปรับปรุงบ้านใหม่ เป็นร้านค้าแฟล็ก ๆ ที่ดูเก๋ หรือไม่ก็ทำเป็นเกสต์เฮ้าส์ราคาถูกที่อยู่ด้านหลังของถนนสายธุรกิจของเมืองนะหะ คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ทำให้โอกินาวามีชีวิตชีวากว่า 10 ปีก่อน เริ่มมีเกสต์เฮ้าส์ (โดยทั่วไปที่พักแบบแบ่งบ้านให้พักเรียก minshuku แต่ที่นี่เรียก เกสต์เฮ้าส์) เพียงแค่ 2 แห่ง สำหรับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่รายได้ไม่มาก และเดินทางมาพักนาน ๆ ในระยะหลังเริ่มมีมากขึ้น ขณะที่คนญี่ปุ่นที่มาอยู่ก่อนเริ่มขยับขยายมาทำธุรกิจเกสต์เฮ้าส์สำหรับคนญี่ปุ่นที่มาอยู่ยาว พอเศรษฐกิจญี่ปุ่นในช่วง 2-3 ปีนี้เริ่มดีขึ้น นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอีกกลุ่มที่ย้ายเข้ามาอยู่ในโอกินาวาอีกกลุ่มเป็นคนญี่ปุ่นสูงอายุ 60 ปี เป็นคนที่เกิดช่วงเบบี้บูม (Baby Boom) คนกลุ่มนี้จะมาอยู่ระยะยาวซื้อแมนชั่นในเมืองนะหะ (Naha city) ซื้อที่ดินที่ทำเลดี ๆ สร้างบ้านหรือสร้างบ้านพัก

2.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวา ปี ค.ศ.1972

ก่อนที่จังหวัดโอกินาวากลับสู่มาตุภูมิ คนญี่ปุ่นเดินทางมาเที่ยวโอกินาวาเพราะให้ความรู้สึกเหมือนเดินทางไปต่างประเทศ เพราะวัฒนธรรมที่แตกต่าง อีกทั้งภายใต้การปกครองของสหรัฐฯ โอกินาวาจึงเป็นจังหวัดที่มีการขายสินค้าปลอดภาษี (duty free) ที่คนญี่ปุ่นเดินทางมาช้อปปิ้ง มาจนกระทั่งหลังปี ค.ศ. 1992

ทันทีที่คืนสู่มาตุภูมิ จังหวัดโอกินาวากลายเป็นเป้าหมายของรัฐบาลญี่ปุ่นในการพัฒนามาตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1970 กรมพัฒนาโอกินาวา (Okinawa kaihatsu cho) เริ่มสำรวจทรัพยากรบนเกาะ เพื่อวางแผนเบื้องต้นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญในการวางแผนพัฒนา คือ การไม่ได้รับมติร่วมจากคนโอกินาวาในเรื่องการท่องเที่ยว ไม่มีการจัดระบบการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่มีการเตรียมการ สาธารณูปโภคพื้นฐานและโรงแรมที่พักสำหรับงานเอ็กซ์โป รวมถึงองค์การภาคเอกชนด้านท่องเที่ยวมีบุคลากรไม่เพียงพอ ด้วยเหตุนี้เป้าหมายหลักของแนวทางการพัฒนาเบื้องต้นคือ การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติและเสริมสร้างวัฒนธรรม ในแต่ละพื้นที่ของเกาะ เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และจัดการระบบส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรัฐบาลญี่ปุ่นจะกำหนดและจัดการพื้นที่ที่เป็นตำแหน่งสำคัญของการพัฒนาและกำหนดบทบาทของแต่ละพื้นที่ เช่น เป็นจุดหลักของการเดินทาง หรือเป็นจุดหลักของการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก หรือเป็นจุดสำคัญทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม รัฐบาลญี่ปุ่นให้มีการจัดทำแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโอกินาวาฉบับแรก เริ่มจากการศึกษาศักยภาพทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่จัดทำโดยรัฐบาลญี่ปุ่น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 (ค.ศ. 1972-1981)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโอกินาวาเริ่มด้วย การจัดงานเอ็กซ์โปทางทะเลนานาชาติ ในปี ค.ศ. 1975 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีการลงทุนก่อสร้างโรงแรมที่พักขนาดใหญ่และขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างต่อเนื่อง ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวงานได้ถึง 5 ล้านคน แต่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมา 1.5 ล้านคน ในปีถัดไปจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงครึ่งหนึ่ง จึงมีกิจการที่ล้มละลายอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันภาครัฐก็เอกชนท้องถิ่นได้ร่วมมือกับรัฐบาล บริษัทสายการบิน และบริษัททัวร์และบริษัทขนส่งแต่ละแห่งได้ร่วมมือกันจัดแคมเปญเพื่อฟื้นฟูให้รอดพ้นจากวิกฤต จนสามารถทำให้ฟื้นฟูธุรกิจที่พักที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกครั้ง

ความสำเร็จ ในการวางแผนและดำเนินการจัดงานเอ็กซ์โปเป็นผลจากการดำเนินนโยบายพึ่งพิงรายได้จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ mass tourism ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1970 แต่ทรัพยากรชุมชนท้องถิ่นในหลายพื้นที่ได้ถูกทำลายด้วยโครงการพัฒนารีสอร์ทขนาดใหญ่ หลังจากนั้นในช่วงปลายทศวรรษ 1970 เกิดการเคลื่อนไหวของชุมชนเพื่อคัดค้านกลุ่มทุนใหญ่ต่างถิ่นที่ต้องการเข้ามาซื้อที่ดินเพื่อพัฒนาเป็นรีสอร์ท มีชุมชนท้องถิ่นเพียงไม่กี่แห่งที่สามารถจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นของตน อย่างเช่นที่ หมู่บ้านทะเคะโทะมิ (Taketomi) มีการเคลื่อนไหวเพื่อปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิสถาปัตยกรรมหมู่บ้านวัฒนธรรมยะเยะมะยะ (Yaeyama) ชุมชนเรียกร้องสิทธิในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่น และร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของคนท้องถิ่นเองได้สำเร็จมาจนถึงปัจจุบัน เป็นเวลานานกว่า 2 ทศวรรษ

ในอีกด้านหนึ่งที่เป็นฐานสำคัญของการท่องเที่ยว คือฐานการเกษตร ซึ่งข้าราชการฝ่ายส่งเสริมการเกษตรของจังหวัดมีบทบาทสำคัญ ในการพัฒนาผลิตผลทางการเกษตร ในช่วงของแผนพัฒนาฯ จังหวัดฉบับแรก ที่เน้นการพัฒนาฐานการผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร และทำหน้าที่ให้ความรู้ในการใช้ชีวิตที่ถูกสุขอนามัย ซึ่งแต่ก่อนห้องน้ำกับคอกหมูอยู่ที่เดียวกัน ก็ให้แบ่งเป็นสัดส่วน เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของเกษตรกร จนกระทั่งมาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่สามที่เริ่มเน้นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรแปรรูปเป็นสินค้าบริโภคที่เก็บรักษาได้นาน เช่นทำแยมผลไม้ เริ่มมีการผลักดันให้เกษตรกรใช้ความสามารถตัวเองผลิตเป็นสินค้าขายในโอกินาวา โดยหน่วยราชการทำหน้าที่ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ผ่านคุณภาพและส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักโดยพาออกเทศกาล

การพัฒนาจังหวัดโอกินาวาในช่วงทศวรรษ 1980 เริ่มจากแผนพัฒนาส่งเสริมจังหวัดฉบับที่ 2 (ปี ค.ศ. 1982-1991) เป็นต้นมาเกี่ยวข้องกับการพัฒนารีสอร์ท โดยมีกรมพัฒนาโอกินาวา เป็นหน่วยงานภาครัฐกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวและเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสำรวจสภาพความเป็นจริงของการจัดงานเอ็กซ์โป และสำนักงานจังหวัดทำการสำรวจเพื่อวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรีสอร์ท เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 1.93 ล้านคน มาเป็น 3 ล้านคน

ประเด็นสำคัญในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 คือการคิดที่จะใช้ทรัพยากรให้เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว การสร้างความมั่นใจในการเดินทางที่สะดวกสบาย การจัดเตรียมสร้างที่พัก การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีตลอดทั้งปี การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมท้องถิ่น การจัดเตรียมข้อมูล การสร้างระบบการส่งเสริมภาคธุรกิจท่องเที่ยวให้

แข็งแกร่ง การเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล และการสร้างจุดท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (fureau kankouchi) ดังนั้นแนวคิดเบื้องต้นในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 2 คือการใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด การจัดการสาธารณูปโภคสำหรับนักท่องเที่ยว การเตรียมระบบการรองรับให้สมบูรณ์แบบ การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว การส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การวางระบบส่งเสริมแผนพัฒนา และแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในแผนพัฒนาฉบับนี้เริ่มแบ่งออกเป็นระดับพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ทางภาคเหนือของจังหวัด พื้นที่ตอนกลางทางใต้ของจังหวัด พื้นที่มิยะโกะ พื้นที่ยะเอะยะมะ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการจัดเตรียมการเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว (kanko recreation)

ในการดำเนินแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (ตั้งแต่ปี งบประมาณ ค.ศ. 1992-2001) การทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวา สู่แนวทางการพัฒนาเป็น TROPICAL RESORT ISLAND OKINAWA ที่ทั่วโลกภูมิใจ ประเด็นสำคัญของแผนพัฒนาฉบับนี้คือ การปรับเปลี่ยนไปสู่รีสอร์ทมาตรฐานโลก การปรับแผนยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่เพื่อสร้างภาพลักษณ์ สร้างแบรนด์ของรีสอร์ทในโอกินาวา การสร้างรีสอร์ทที่มาเที่ยวได้ทั้งปีที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย การใช้ประโยชน์ของรีสอร์ททางทะเล และวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม การสร้างคนให้มีความสามารถหลากหลาย การพัฒนารีสอร์ทที่ทำให้ท้องถิ่นน่าอยู่และส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง การพัฒนารีสอร์ทตามลำดับที่ประสานสอดคล้องกับการรักษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติ การพัฒนารีสอร์ทที่ใส่ใจกับความสมดุลของความต้องการของตลาดท่องเที่ยวประเภทรีสอร์ท และการหาแนวทางแก้ปัญหาราคาที่ดินที่มีประสิทธิภาพ

แต่หลังจากปี ค.ศ. 1993 อัตราส่วนการดำเนินกิจการลดต่ำลงมาก ติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี ทั้งนี้เพราะการพังทลายของราคาค่าเดินทาง ประกอบกับค่าเงินเยนแข็งค่ามากจึงทำให้คนญี่ปุ่นนิยมเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ จึงทำให้การท่องเที่ยวโอกินาวาประสบภาวะวิกฤต แต่ในที่สุดก็สามารถผ่านพ้นวิกฤตไปได้เพราะการผนึกกำลังของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาครัฐ ร่วมกันจัดแคมเปญจนทำให้การท่องเที่ยวโอกินาวาเริ่มฟื้นตัว และบูมอีกครั้งในปี ค.ศ. 1995 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มต่อเนื่องมา

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนพัฒนา ที่วางเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 5-6 ล้านคน ทางสำนักงานจังหวัดโอกินาวาและ Okinawa Convention Travel Bureau ได้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างเช่น ในปี ค.ศ. 1995 เพื่อกำหนดทิศทางการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัด ต่อมาปี ค.ศ. 1996 ศึกษาตลาดเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และในปี ค.ศ. 1997 มีการศึกษาเพื่อ

กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และเตรียมแผนรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มาโอกินาวาต่อเนื่องทุก 3 ปี และในปี ค.ศ. 1998 มีการสำรวจเรื่องการใช้จ่ายจากผลผลิตท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในช่วงแผนพัฒนาฉบับนี้ มีการผลักดันกลุ่มพระราชวังชูริ ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกในปี ค.ศ. 2000 และกลายเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวของจังหวัดโอกินาวา ที่เชื่อมโยงสู่การจัดการทรัพยากรในระดับโลก โดยการบูรณะโบราณสถานแห่งนี้ภายหลังจากที่พระราชวังชูริถูกทำลายในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เพราะทหารญี่ปุ่นใช้ฐานของพระราชวังที่อยู่ใต้ดินตั้งเป็นกองบัญชาการทางการทหาร และภายหลังจากสงครามบริเวณของพระราชวังกลายเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยริวกิว และที่ทำการของสำนักงานจังหวัดโอกินาวา แต่ภายหลังจากที่โอกินาวาคืนสู่มาตุภูมิ และรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดโอกินาวา จึงได้มีการบูรณะพระราชวังชูริขึ้นมาใหม่และผลักดันให้เป็นมรดกโลก เพื่อพัฒนาเป็นทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวญี่ปุ่น

และในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 ฉบับปัจจุบัน (ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2002-2011) เป็นการเปลี่ยนผ่านของนโยบายการท่องเที่ยว จากที่เน้น “การพัฒนา” มาสู่ “การส่งเสริม” การท่องเที่ยวที่เน้นด้านการตลาด ตั้งเป้าจำนวนนักท่องเที่ยว 65 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2011 ซึ่งในการจัดทำแผนสำนักงานจังหวัดได้ทำสำรวจเพื่อกำหนดแผนเบื้องต้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และให้หน่วยงานวิจัยเจทีพีทำการสำรวจผลของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของจังหวัด กระทรวงคมนาคม (kokudo koutsuu) เริ่มแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวญี่ปุ่นในต่างประเทศ และแนวคิดที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการสร้างบ้านแปลงเมือง (machi dukuri) ซึ่งก็คือแนวคิดเรื่องภูมิทัศน์ (keikan) ที่เริ่มมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ที่ถนนสายหลักในเมืองนะหะ โดยการปรับปรุงภูมิทัศน์ สองฝั่งทางของถนนสายคกไซ kokusai doori ซึ่งเป็นถนนสายหลักย่านการค้า เพื่อความสวยงามของเมือง จึงมีการเปลี่ยนแปลงอาคารร้านค้าสองฝั่งถนนมาเป็นร้านค้าขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

กระแสโอกินาวาเป็นที่นิยม (บูม) ในหมู่นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมาเที่ยวโอกินาวากันมากจนเกิดกระแสโอกินาวาบูมตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1998 เป็นต้นนั้น เริ่มจากรายการทีวีที่น่าเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารโอกินาวาเป็น “อาหารสุขภาพ” และเป็นปัจจัยสำคัญที่คนในโอกินาวามีอายุยืนกว่าพื้นที่ในญี่ปุ่น ยิ่งในระยะ 2-3 ปีหลัง รายการทีวี (แนะนำอาหารสุขภาพในต่าง ๆ ในญี่ปุ่น) aru aru daijiten ที่คุณมิโนะ มนตะ ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มแม่บ้าน อิทธิพลของรายการทีวี นี้ส่งผลให้สินค้าขายดีจนถึงขนาดที่คนโอกินาวาทำไม่ทันขาย

เลยต้องนำสินค้าที่ผลิตจากข้างนอกเข้ามาขายด้วย วัฒนธรรมอาหารของคนโอกินาวาเป็นผลจากการสร้างนโยบายการกินเพื่อสุขภาพ ขณะเดียวกันรัฐบาลประกาศนโยบายการศึกษาเรื่องการกินเพื่อสุขภาพ (shoku kyouiku) เป็นวาระแห่งชาติตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 นโยบายรัฐบาลเป็นผลกลับมาให้เกิดกระแสอาหารเพื่อสุขภาพบูมในญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง (ผู้บริหาร และข้าราชการฝ่ายส่งเสริมการเกษตรจังหวัด จังหวัดโอกินาวา)

อีกส่วนหนึ่งที่ทำให้โอกินาวาบูม มาจากที่ละครทีวีเรื่องซูลาซาของ NHK (nihon housou kyoku) จัดทำและฉายทางทีวีตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001 เป็นละครฉายทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ใช้สถานที่ถ่ายทำที่เกาะโคยะมา ตำบลทะเลเคะโทะมิ จังหวัดโอกินาวา ละครชุดนี้นำเสนอภาพลักษณ์ของคนท้องถิ่นที่มีจิตใจดี และเป็นทีที่เหมาะสมกับการพักผ่อนและมีอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ซึ่งละครเรื่องนี้ได้รับการตอบรับจากคนญี่ปุ่นดีเยี่ยม ในต้นปี ค.ศ. 2007 นี้ NHK มีกำหนดฉายละครซูลาซา ตอนที่ 4 ละครเรื่องนี้มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทำให้คนญี่ปุ่นเดินทางเพื่อไปเที่ยวเกาะแห่งนี้จำนวนมาก แต่เป็นรูปแบบท่องเที่ยวแบบฉาบฉวย ทั้ง ๆ ที่เกาะแห่งนี้เคยเป็นที่พำนักของนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่ต้องการมาใช้เวลาเพื่อพักผ่อนในที่ที่เงียบสงบ (ผู้บริหาร ฝ่ายการเกษตรและผู้บริหารฝ่ายการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัดโอกินาวา, สัมภาษณ์)

ในช่วงก่อนทศวรรษ 2000 โอกินาวากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งการจัดประชุมผู้นำโลก ในปี ค.ศ. 2000 ในปีเดียวกันนี้เองมีการเปิดเสรีค่าโดยสารเที่ยวบิน ทำให้ราคาค่าเดินทางแพงขึ้น และห้องพักรับเต็มเพราะถูกจองเหมาสำหรับคณะผู้นำที่มาประชุม เลยทำให้นักท่องเที่ยวทั่วไปไม่มีห้องพัก นักท่องเที่ยวจึงลดลงครั้งหนึ่ง แต่หลังจากภาคเอกชนร่วมมือกันจนทำให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ 9.11 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นยกเลิกการเดินทางมาโอกินาวา เพราะเกรงเรื่องความปลอดภัยเพราะที่นี่มีฐานทัพอเมริกา ภาครัฐและภาคธุรกิจร่วมมือกันจัดแคมเปญเพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยว บริษัทสายการบินและบริษัททัวร์ตกลง ลดราคาค่าเดินทางมาโอกินาวา เพื่อต้องการฟื้นการท่องเที่ยวโอกินาวาหลังเกิดเหตุการณ์ 9.11 จากนั้นราคาทัวร์ก็ลดลงมาอย่างต่อเนื่อง จึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมามากขึ้น ระยะเวลาหลังเริ่มมีธุรกิจที่พักที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายน้อย ที่มีที่พักราคาคืนละ 1,000-1,500 เยน จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นราคาถูกเพิ่มมากขึ้น ในที่สุดรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดจึงไม่เพิ่มขึ้นแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นก็ตาม (ผู้บริหารฝ่ายการค้าและการท่องเที่ยว สำนักงานจังหวัดโอกินาวา, สัมภาษณ์; "Okinawa kankou seichou no housoku, 2006 ชื่อเรื่องแปลว่ากฎของการเติบโตด้านการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวาปี 2006", ออนไลน์, 2006)

ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวโอกินาวาในช่วง 10 ปีนี้ (ปี ค.ศ. 1995-2005) มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มนักท่องเที่ยว เปลี่ยนเป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวกันเองอย่างอิสระเพิ่มขึ้น ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวเดินทางเป็นกลุ่มทัวร์ที่มากขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง เที่ยวตามเส้นทางและพักโรงแรมที่จัดไว้ตามโปรแกรมที่กำหนด ตายตัวไปแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ใคร ๆ ก็ไป ไกด์พาไปร้านขายของที่ระลึก และร้านอาหารมีไกด์ ในยุคนั้นเป็นยุคที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม เพราะจัดการได้ง่าย ทุกอย่างเป็นไปตามโปรแกรมที่กำหนด แต่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบอิสระและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวไม่เดินทางตามเส้นทางท่องเที่ยวที่กำหนดไว้แล้ว เขารถขับเอง แทนที่จะใช้แท็กซี่หรือรถทัวร์ และกินอาหารตามร้านอาหาร ช้างทางมากกว่าที่จะกินตามร้านอาหาร หรือร้านเหล้าในโรงแรม การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นเรื่องยากสำหรับเครือข่ายของผู้ประกอบธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโอกินาวาที่สร้างระบบการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์ที่เที่ยวตามโปรแกรมที่กำหนด ใน การที่จะจัดการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความต้องการหลากหลายและค่าใช้จ่ายในการบริโภค ลดลง การท่องเที่ยว โอกินาวากำลังเข้าสู่การท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่จำเป็นต้องปรับโครงสร้างใหม่ มารองรับ

นักท่องเที่ยวหลังเกษียณที่มาพักระยะยาวในโอกินาวา ส่วนหนึ่งเริ่มต้นจากความร่วมมือของบริษัทการไฟฟ้าโอกินาวา ร่วมมือกับกลุ่มโรงแรม เชิญชวนคนเกษียณอายุมาพักที่โอกินาวา โดยให้ทดลองอยู่โดยเริ่มจาก 2 อาทิตย์ จากนั้นจึงขยายมาพักนานครึ่งปี ปัจจุบันกลุ่มหลังเกษียณที่เป็นคนญี่ปุ่นจากที่อื่น เข้ามาซื้อแมนชั่นย่านซานเมืองนะหะ และที่ดินแถวยะอะยะมะจำนวนมาก ซึ่งเป็นการกระตุ้นธุรกิจการออกแบบอาคารและธุรกิจก่อสร้างได้ดี เพราะภาครัฐไม่สนับสนุนให้มีโครงการก่อสร้างมากเท่าเมื่อก่อน

ตลอดเวลากว่า 30 ปี โอกินาวาเป็นจังหวัดที่รัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว และจัดทำแผนพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากที่เคยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา 440,000 คน ในปี ค.ศ. 1972 แต่ในปี ค.ศ. 2005 มีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมามากถึง 5.6 ล้านคน ซึ่งสร้างรายได้มหาศาล แต่รายได้ดังกล่าวกลับไม่ตกสู่คนท้องถิ่น นับเป็นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่นกัน

ผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาและจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่องมาตลอด 30 ปี ในอัตราการเติบโตร้อยละ 4.5 รายได้หลักของประชากรมาจากการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวโอกินาวาขยายตัวและหดตัวสลับไปมา โดยตลอด ดังนั้นแม้ว่าการท่องเที่ยวสร้างรายได้หลักให้กับจังหวัดโอกินาวา แต่อัตราการว่างงานก็ยังคงสูงที่สุด และรายได้ประชากรก็ย่ำแย่ที่สุดในญี่ปุ่น นับเป็นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่นกัน แต่หลังจากมีการย้ายฐานทัพสหรัฐฯออกไปจากโอกินาวา จะส่งผลให้เกิดการพัฒนา และการจ้างงานในโอกินาวาเพิ่มขึ้น

ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโอกินาวาตั้งแต่เริ่มแรก รัฐบาลญี่ปุ่น สายการบิน บริษัททัวร์ ธุรกิจเอกชนในท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรโอกินาวาเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด และมีกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ที่เชื่อมโยงพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลอดจนส่งเสริมการตลาดและงานบริการ

ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโอกินาวา ตั้งแต่แผนพัฒนาฉบับที่ 1 รัฐบาลเป็นฝ่ายดำเนินการพัฒนาก่อสร้างสาธารณูปโภค และพัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้กฎหมายการพัฒนาและส่งเสริมโอกินาวาเป็นเขตพื้นที่พิเศษของการพัฒนา (Okinawa shinkou kaihatsu to tokubetsu hou) เป็นกฎหมายเพื่อพัฒนาโอกินาวา ที่มุ่งผลการเติบโตทางเศรษฐกิจให้จังหวัดโอกินาวาเจริญทัดเทียมจังหวัดอื่นของญี่ปุ่น ดังนั้นโอกินาวาจึงเป็นจังหวัดที่พิเศษที่รัฐบาลให้งบช่วยเหลือเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทางอ้อมในรูปแบบของบพัฒนาก่อสร้างสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งไม่มีการปฏิบัติลักษณะเช่นนี้ในจังหวัดอื่น ๆ ของญี่ปุ่น

ทางจังหวัดจะเป็นผู้รวบรวมแนวคิดและความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มาเขียนแผนพัฒนาท่องเที่ยวเสนอให้กับรัฐบาล ซึ่งสัดส่วนงบประมาณเพื่อดำเนินโครงการการท่องเที่ยวระหว่าง รัฐ จังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ในสัดส่วน 80:10:10 ยิ่งภายหลังจากที่เกิดเหตุการณ์ 9.11 รัฐยิ่งสนับสนุนโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่รัฐสนับสนุนงบประมาณสัดส่วนร้อยละ 80 มากยิ่งขึ้น รวมถึงข้อเสนอของรัฐในการให้งบประมาณสนับสนุนโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบของโบราณสถานที่ได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมให้งบประมาณ 2.3 หมื่นเยน

สำนักงานจังหวัดโอกินาวาเป็นฝ่ายวางแผน มีการเสนอแนวทางการพัฒนากว้าง ๆ และเป้าหมายจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยว และมีการขอให้ทางบริษัทที่ปรึกษาด้านการวางแผนการท่องเที่ยวทำการสำรวจ และจัดทำข้อเสนอแนวทางการพัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวและ

แนวทางส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งในระยะหลังกลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญการท่องเที่ยวของกลุ่มบริษัทเจทีบีมีส่วนร่วมคิดและร่วมเสนอแนวทางการพัฒนาให้กับจังหวัดมาตลอด 10 ปีที่ผ่านมา ฝ่ายวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของสำนักงานจังหวัด จะพิจารณานโยบายและแผนเพื่อดึงนักท่องเที่ยว และแผนพัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว โดยจัดสรรงบประมาณของจังหวัดให้กับสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวโอกินาวา (Okinawa Convention Travel Bureau) เป็นองค์กรย่อยภาคเอกชนที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดโอกินาวา และกระจายงบประมาณไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สำนักงานจังหวัดจัดทำแผนเองในช่วงแผนฉบับที่ 2 การวางนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่น สำนักงานจังหวัดวางนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด โดยอาศัยฐานความรู้จากการวิจัยอย่างต่อเนื่อง (และการเสนอแนวทางการปฏิบัติการอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นกระบวนการอย่างเป็นระบบ และมีขั้นตอนในการจัดทำแผนของจังหวัดที่ได้มาจากการรวบรวม ความเห็นของตัวแทนจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ต่าง ๆ ในการจัดทำแผน และการเสนอตั้งงบประมาณการพัฒนา รวมถึงข้อเสนอด้านงบประมาณมุ่งผลลัพธ์การดำเนินงานตามแผนที่เป็นรูปธรรม ที่สนองความต้องการของท้องถิ่น และสอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และตั้งเป้าหมายการเติบโตของการท่องเที่ยวจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นหลัก และเสนอแผนพัฒนาจังหวัดไปยังภาครัฐ แนวคิดที่เด่นชัดของการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด คือการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับภาคการเกษตร และอุตสาหกรรมท้องถิ่น

ในการพัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด มี 2 หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง คือ ฝ่ายการเกษตรและการประมงที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว กับฝ่ายการท่องเที่ยวการค้าและอุตสาหกรรม ฝ่ายแรกทำหน้าที่พัฒนาวัตถุดิบทางการเกษตร ผัก ผลไม้ให้เป็นสินค้าขึ้นชื่อของท้องถิ่น และส่งเสริมให้โรงแรมในโอกินาวาใช้ผักผลไม้ท้องถิ่น ในขณะที่ฝ่ายหลังทำหน้าที่พัฒนา

ในระยะหลังทศวรรษ 1990 ทางจังหวัดเริ่มทำหน้าที่กำหนดแนวทางการพัฒนา โดยมีนักวิชาการเป็นที่ปรึกษาในการให้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อื่น ๆ อย่างไรก็ตาม กระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาของประเทศ และเป็นแนวทางให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับเมือง ตำบล หมู่บ้านในการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาระดับท้องถิ่น

ซึ่งในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาระดับท้องถิ่นมีผู้มีบทบาทในท้องถิ่นอีกกลุ่มหนึ่งในการจัดทำแผนพัฒนาให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และรวบรวมข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นรวมถึงข้อมูลตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดโอกินาวามีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นระดับเมือง ตำบล หมู่บ้านที่สามารถปกครองตนเองได้นั้นมีไม่มากนัก อย่างเช่น หมู่บ้านอิเอะ เมืองโยมิตัน เมืองอิชิหงะคิ ซึ่งตัวแสดงสำคัญ ที่มีบทบาทหลักในการนำหมู่บ้านของแต่ละที่แตกต่างไป เช่น ที่เมืองอิชิหงะคิ ผู้มีบทบาทสำคัญที่เป็นแกนนำคือสมาชิกสมาคมพ่อค้าและอุตสาหกรรมพื้นถิ่น (shoukoukai) ที่มีความสามารถในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผลสำเร็จของการพัฒนาท้องถิ่น ที่มีผลลัพธ์ต่างต่างนั้น สิ่งสำคัญคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับเมือง ตำบล หมู่บ้าน และขึ้นกับความมุ่งมั่นในแต่ละท้องถิ่น เพราะท้องถิ่นมีอำนาจ หน้าที่ในการบริหารจัดการตนเอง โดยทางจังหวัดมีหน้าที่รวบรวมแผนพัฒนาและแผนจัดหางบประมาณ ส่งไปยังรัฐบาล ซึ่งอำนาจการตัดสินใจอยู่ที่รัฐบาล จังหวัดมีอำนาจในการตัดสินใจน้อยมาก ภายหลังจากที่รัฐบาลตัดสินใจงบประมาณแล้วจังหวัดจะทำหน้าที่จัดสรรไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

3. การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว เมืองโยมิตัน จังหวัดโอกินาวา

3.1 ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจุบันเมืองโยมิตันมีประชากรมากกว่า 30,000 คน เป็นเมืองที่มีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ในญี่ปุ่น ขณะที่หมู่บ้านและเมืองเล็ก ๆ ในชนบทเกือบทั่วทั้งประเทศมีประชากรเบาบางลง แต่เมืองโยมิตันกลับมีประชากรเพิ่มขึ้นเทียบเท่ากับจำนวนประชากรในระดับเทศบาล แบ่งเขตปกครองย่อยเป็น 23 หมู่บ้าน ในจำนวนนี้มีเขตที่สำคัญอยู่ 4 หมู่บ้าน คือ เมืองซัมปะเป็นแหล่งผลิตเหล้าขาว (อะวะโมริ) ที่ทำรายได้ให้กับหมู่บ้านมากที่สุด และมีสถานที่พักผ่อนชายทะเล เขตสะคิมิโจ มีโบราณสถาน กำแพงพระราชวังเก่าสะคิมิโจได้รับการ จัดทะเบียนเป็นมรดกโลกในฐานะกลุ่มพระราชวังชูริ เขตโทกุจิ เป็นพื้นที่ที่ที่สหรัฐฯ ยกพลขึ้นฝั่งและมีการสังหารหมู่เกิดขึ้นที่นี่ และเขตนะหงะฮะมะ

เมืองโยมิตันเป็นเมืองที่มีการสืบทอดวัฒนธรรมของโอกินาวา และภายในเมืองนอกจากพื้นที่ที่ใช้อยู่อาศัยและที่ดินทำเกษตรแล้ว ยังเป็นที่ตั้งของสุสานบรรพบุรุษและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนกราบไหว้ในหลายลักษณะหลังสงคราม แม้ว่าเมืองถูกกองทัพสหรัฐฯ ส่งย้ายที่อยู่

อาศัย แต่สุสานบรรพบุรุษและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่คนกราบไหว้อย่างคงอยู่ในพื้นที่ที่ตั้งของกองทัพ เช่น ในเขตย่านฟุรุซึปี (furusupi) ในระยะหลังมีกระบวนการเคลื่อนไหว เพื่อฟื้นฟูวัฒนธรรมโดยการสร้างสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่คนกราบไหว้ และสร้างอาคารเพื่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมภายในพื้นที่ดังกล่าว จึงกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างสเปซของเมืองขึ้นมาใหม่ ของการอยู่ร่วมกันระหว่าง “หมู่บ้านกับที่ตั้งกองทัพ” (ดูภาพที่ 1 ในภาคผนวก ฎ)

คนโยมิตันปลูกฝังความเชื่อให้กับลูกหลานว่า จุดแรกเริ่มของเมืองโยมิตัน ที่เริ่มจากบุคคล 3 คนที่สร้างประเทศริวกิว คือ Akaiko, Taiki, Gozamaru และได้สืบทอดวัฒนธรรมริวกิวมาตั้งแต่ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 16 ถึง 17 รากของคนโยมิตันส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากประเทศในทะเลใต้ที่บรรพบุรุษสมัย Gozamaru ได้เดินทางไปค้าขายและแลกเปลี่ยนทางการทูต

ดังนั้นคนในเมืองจึงมีสำนึกท้องถิ่นสูง มีความกระตือรือร้น และให้ความร่วมมือ พลัดของคนในเมืองเป็นจุดเด่นของเมืองโยมิตัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงเป็นกำลังสำคัญในกิจกรรมทางวัฒนธรรม แม้ว่าคนรุ่นใหม่จะมีสำนึกต่อการสืบทอดทางวัฒนธรรมน้อยลง ไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

การต่อสู้ของชุมชนเพื่อเอาที่ดินคืนจากสหรัฐฯ

“การเคลื่อนไหวของชาวบ้านเพื่อเอาที่ดินคืนมาให้กับคนในเมืองได้ใช้เวลา 60 ปี ซึ่งคนที่เคลื่อนไหวก็ตายลงไปแล้วแต่พื้นที่ก็ยังได้คืนมาไม่หมด ปัจจุบันยังคงเหลือที่ดินที่สหรัฐฯ ยังถือครองร้อยละ 39” (ตัวแทนองค์กรปกครองเมืองโยมิตัน, สัมภาษณ์)

เมืองโยมิตันตั้งอยู่ตอนกลางทางฝั่งตะวันตกของเกาะโอกินาวา ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมืองเป็นตำแหน่งที่มีการยกพลขึ้นบกของกองกำลังสหรัฐฯ ในสงครามโอกินาวา (เขตโทะงุจิ ในวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 1945) ชาวบ้านถูกฆ่าตายหมู่ที่ chibichiri gama และที่ดินครึ่งหนึ่งของชาวบ้านถูกสหรัฐฯ ยึดไปเป็นที่ตั้งฐานทัพ การที่คนในเมืองจำนวนมากกลายเป็นเหยื่อของสงคราม ในปีค.ศ. 1946 ได้เปลี่ยนชื่อเมืองจากชื่อเดิมคือเมืองยุนตันสะหรือยุนตันจะ (読谷山村) เป็นเมืองโยมิตัน (読谷村)

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1994 เริ่มนำแนวคิดในการสร้างเมืองให้น่าอยู่ โดยใช้หลักตาม ฮวงจุ้ยองค์กรปกครองท้องถิ่นเดินทางไปที่เมืองพูซาน ประเทศเกาหลี กลับมาก็มาวางผังเมืองตามหลักฮวงจุ้ย ปี ค.ศ. 1997 ทางเมืองขอที่ดินคืนจากสหรัฐฯ ๕ แต่ไม่เป็นผลสำเร็จ ก็เลยใช้วิธีขอใช้ที่ดินร่วมกับที่ดินที่สหรัฐฯ ๕ ยึดไปตั้งฐานทัพ เพราะตรงจุดนั้นเป็นจุดยุทธศาสตร์ตามหลัก ฮวงจุ้ย ว่าถ้าตั้งสถานที่ราชการตรงนั้นก็ทำให้เมืองโยมิตันแข็งแกร่ง เพราะมีความเชื่อว่าเป็น

อาณาจักรวีกิว บริเวณพื้นที่ของเมืองโยมิตันเคยเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ใช้เป็นที่ตั้งของพระราชวัง zakimi มาก่อน

หลังประกาศแพ้สงครามในปี ค.ศ. 1945 ชาวบ้านโยมิตันถูกบังคับย้ายเขตอาศัยตามคำสั่งของกองทัพสหรัฐฯ ที่ดินของเมืองร้อยละ 98 ถูกยึดไปตั้งของกองทัพ ชีวิตของชาวบ้านช่วงหลังสงครามจึงเป็นไปด้วยความลำบาก เพราะข้อจำกัดของการพัฒนาที่ดินเพื่อการเกษตร ที่อยู่อาศัย และอุตสาหกรรม ในปี ค.ศ. 1972 โอกินาวากลับมาอยู่ในการปกครองของญี่ปุ่นอีกครั้งหนึ่ง แต่ที่ดินของเมืองโยมิตันถึงร้อยละ 73 ถูกรัฐบาลญี่ปุ่นกำหนดให้เป็นที่ตั้งของกองทัพสหรัฐฯ และที่ดินที่เหลือ ร้อยละ 27 เป็นที่ดินของประชาชน ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงสัญญาความมั่นคง ในการคืน โอกินาวาสู่ญี่ปุ่นโดยที่สหรัฐฯ ยังคงตั้งฐานทัพในโอกินาวาได้ (Ota, 2005)

ด้วยภูมิหลังทางสังคมที่สร้างความคับแค้นใจให้กับชาวบ้านโยมิตัน ในปี ค.ศ. 1980 จึงเกิดเหตุการณ์ชาวบ้านเผาธงชาติญี่ปุ่น ในพิธีเปิดการแข่งขันซอพบอลที่มีตัวแทนจากโรงเรียนต่าง ๆ เข้าร่วมแข่งขัน การกระทำครั้งนั้นเป็นความตั้งใจของชาวบ้าน 30,000 คนที่กดดันให้ตัวแทนเมืองที่ทำหน้าที่เชิญธงชาติขึ้นสู่ยอดเสาในวันนั้น เอาจริงชาติลงแล้วเผาทิ้ง เพื่อประกาศให้คนอื่นรู้ถึงวิกฤติด้านความรู้สึกของคนในเมือง พร้อมข้อเสนอที่จะสร้างสันติภาพต่อต้านสงคราม จึงกลายเป็นพลังการเคลื่อนไหวที่จะเป็นศูนย์สันติภาพ โดยแกนนำที่สำคัญเป็นศูนย์รวมใจของชาวบ้าน คือผู้นำท้องถิ่นของเมืองโยมิตันที่มีความเสียสละและทุ่มเทในการปกครองเมืองและสามารถเชื่อมคนในหมู่บ้านให้เป็นหนึ่งเดียวกันได้

การต่อสู้ที่จะได้ที่ดินคืนเพื่อสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรมนั้นเมืองโยมิตันต้องติดต่อโดยตรงกับภาครัฐ หลังปี ค.ศ. 1972 แม้รัฐบาลญี่ปุ่นเป็นผู้ให้ที่ดินกับสหรัฐฯ ผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านยังวางแผนที่จะเอาที่ดินคืนด้วยวิธีต่าง ๆ เช่นการขอที่ดินคืนเพื่อทำสนามกีฬาสันติภาพ และใช้พื้นที่ที่ได้คืนมาส่วนหนึ่งเพื่อการเกษตร แต่การสร้างหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาต้องใช้พื้นที่มาก แต่ในการเจรจาไม่เป็นผล ชาวบ้านจึงใช้วิธีบีบให้อเมริกาคืนพื้นที่โดยการไปตั้งเตาเผาเครื่องปั้นดินเผาใกล้ ๆ ที่ตั้งฐานทัพ โดยใช้ คิวโนไฟและเขม่าควัน และสกัดน้ำมันจากไม้สนที่ใช้เป็นพื้นสร้างความรำคาญกับกองทัพสหรัฐฯที่ตั้งในเขตโยมิตัน จนในที่สุดสหรัฐฯ จึงจำต้องคืนที่ดินบางส่วนให้กับหมู่บ้าน ให้ใช้พื้นที่ร่วมโดยการสร้างที่ทำการของหมู่บ้านตรงกลางพื้นที่สหรัฐฯ ยึดไป

3.2 นโยบายและแผนพัฒนาเมืองโยมิตันและการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาเมืองโยมิตันในช่วงปลายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 (ปี ค.ศ. 1998-2007) ตัวแทนองค์กรปกครองเมืองยอมรับว่า การวางแผนพัฒนาเมืองเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ทางอำนาจ ระหว่างรัฐ จังหวัดและเมือง หลังจากฝ่ายรัฐบาลวางแผนพัฒนาระดับประเทศ ต่อมา

จังหวัดก็ออกแผนพัฒนาของจังหวัด พอมาในระดับเมือง องค์กรปกครองเมืองคิดและวางแผนพัฒนา 10 ปี แต่ทุก 3 ปีจะมีการสร้างแผนปฏิบัติการและแผนการจัดทำงบประมาณในการพัฒนาเมือง ระยะเวลาของแผนพัฒนาของเมืองจะเหลื่อมกับช่วงเวลาของแผนพัฒนาจังหวัด เริ่มจากการวางรากฐานของสังคมเมืองที่เป็นเศรษฐกิจพื้นฐานด้านการเกษตร ประมง รักษาวัฒนธรรมและธรรมชาติ สร้างหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรม ที่สภาพแวดล้อมเปี่ยมด้วยคนที่มีจิตใจสูงส่ง แผนพัฒนาของหมู่บ้านฉบับแรก (ค.ศ. 1982-1992) เป้าหมายหลักคือการคิดหาวิธีที่จะเอาที่ดินชาวบ้านที่ถูกสหรัฐฯ ยึดไปคืนมาด้วยวิธีต่าง ๆ เป้าหมายสำคัญในแผนฉบับนี้คือเพื่อสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรม ที่สภาพแวดล้อมเปี่ยมด้วยคนที่มีจิตใจสูงส่ง และรักษาทรัพยากรทางทะเล (ปะการังจำนวน 600 เฮกเตอร์) สร้างหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผา รักษาพระราชวังศิละมิ กำแพงพระราชวังเก่าแก่ ซึ่งต่อมาได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลกในกลุ่มพระราชวังชุนริ (ดูภาพ 2 ในภาคผนวก ฎ) ต่อจากนั้นจึงวางแผนพัฒนาฉบับที่ 2 ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร และภาคอุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (ดูภาพที่ 4 ในภาคผนวก ฎ)ทางราชการเริ่มคิดที่จะเชื่อมโยงอุตสาหกรรมท้องถิ่นเข้ากับการท่องเที่ยวแต่ยังคงวัตถุประสงค์หลักและหาวิธีที่จะเอาที่ดินคืนจากสหรัฐฯ และเน้นการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของหมู่บ้าน ส่งเสริมการแปรรูปมันสำปะหลังเป็นขนม ในระยะนี้ชาวบ้านเริ่มพัฒนาผลผลิตของหมู่บ้านได้แล้ว ผลผลิตที่ว่าคือมันสำปะหลังและอ้อยคุณภาพดี เป็นที่รู้จัก และเริ่มมีความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ติดต่อมาที่ทางราชการเพื่อมาเที่ยวในหมู่บ้าน แผนฉบับที่ 3 คือเชื่อมโยงเศรษฐกิจพื้นฐานด้านการเกษตร และการแปรรูปเข้ากับธุรกิจการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาเมืองฉบับที่ 3 (ค.ศ. 1998-2007) ยังคงวัตถุประสงค์หลักและหาวิธีที่จะเอาที่ดินคืนจากสหรัฐฯ สร้างสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ และมีหัวใจของการอยู่ร่วมกันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ใช้เป็นภาษาโอกินาวาว่าและสร้างอัตลักษณ์ของตัวตนของตัวเอง สร้างศูนย์วัฒนธรรมและรักษาปะการังชายฝั่ง รักษาทัศนียภาพริมฝั่งทะเลของเมือง ด้วยการควบคุมความสูงของอาคาร แต่ในความเป็นจริงมีนักลงทุนหาทางที่จะหาช่องทางเลี้ยงกบและสร้างแมนชั่นที่เป็นอาคารสูง ที่ทำลายทัศนียภาพทางทะเล

ในการวางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 3 ทางราชการถามความเห็นของคนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเมือง เช่นสมาคมพ่อค้าและอุตสาหกรรมของเมือง ไกด์ บริษัททัวร์ ช่างทอผ้า ช่างปั้น แต่ในที่สุด กลับเป็นคนนอกที่เป็นคนจุดประกายให้คนในเมืองเห็นว่า การเกษตรและประมงสามารถสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวได้ โดยริเริ่มจากครูโรงเรียนอนุบาลในเมืองนะหะที่รู้จักกับชาวสวนปลูกล้วย ได้ติดต่อขอให้เด็กนักเรียนมาเรียนรู้นอกสถานที่ หัดให้ทำสวนจริง ๆ และให้ลองขุดมัน

จากนั้นก็มีการบอกต่อไปยังโรงเรียนอื่นจนกิจกรรมเก็บมันกลายเป็นที่รู้จักหรือตัวอย่างกิจกรรมจับปลาของชาวประมง ที่เริ่มมีนักท่องเที่ยวบางคนมาขอดูของจริงกลางทะเลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 และก็บอกต่อ ๆ กันจนกลายเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เสริมให้ชาวประมง จะเห็นได้ว่ากิจกรรมท่องเที่ยวเริ่มจากความต้องการที่เป็นปัจเจกของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตคนท้องถิ่น คนท้องถิ่นสามารถตอบสนองได้ ทางการทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลว่ามีกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นที่ไหนในเมือง และเผยแพร่ข้อมูลให้กับคนอื่น ๆ ภายในเมืองเพื่อขยายผลในวงกว้าง

แต่จุดยากของการท่องเที่ยวคือ การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีขีดจำกัด แม้ว่าทางเมืองจัด Theme park มุระซากิให้นักท่องเที่ยวได้ดูวัฒนธรรมหมู่บ้านที่จัดแสดงและมีโปรแกรมให้ลองทำก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวยังอยากที่จะมาเห็นของจริงในหมู่บ้านที่เป็นที่ทำงานของช่างฝีมือ (ดูภาพที่ 3 ในภาคผนวก ฎ)

ในด้านการรักษาทัศนียภาพชายฝั่งทะเลของหมู่บ้าน มีกลุ่มเอ็นจีโอชื่อกลุ่ม umi to unanagiza กับเยาวชนร่วมกันรักษาชายฝั่งทะเล และจุดกำหนดเขตของชายฝั่งทะเลทางหมู่บ้านที่จะไม่สร้างคอนกรีต แต่จะปล่อยให้เป็นหาดทรายตามธรรมชาติ ซึ่งต่างจากเมืองข้างเคียง

ในด้านการพัฒนาสินค้าเกษตร มาเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเช่น มันสีม่วง ผีอก และส่งเสริมการปลูกดอกเบญจมาศเพื่อส่งขายคนญี่ปุ่นช่วงฮิงัน (ช่วงที่เคารพดวงวิญญาณบรรพบุรุษ) เป็นงานหลักของหน่วยส่งเสริมการเกษตรของสำนักงานจังหวัดโอกินาวาที่ทำงานโดยตรงกับเกษตรกร และกลุ่มชาวบ้านเพื่อคิดหาวิธีการแปรรูปและพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรและสินค้าแปรรูป ทางกรเริ่มแนะนำให้ชาวบ้านเพิ่มมูลค่า และสร้างสรรค์แบรนด์ให้กับสินค้าเกษตรที่เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อของหมู่บ้าน

การวางแผนพัฒนาเมืองโยมิตันที่ผ่านมา ทางกรเป็นฝ่ายคิดโครงการ และถามความเห็นของคนท้องถิ่น ที่เป็นช่างฝีมือเช่น เป็นช่างทอผ้า ช่างปั้นดินเผา และถามความเห็นคนในหอย่อมบ้านย่อย แล้วจึงวางแผนพัฒนา ในบางครั้งก็มีนักวิชาการมาช่วยเรื่องการสำรวจข้อมูลในท้องถิ่นเพื่อประกอบการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นและการท่องเที่ยว

มีการตั้งคณะกรรมการเมือง ขึ้นเพื่อบริหารจัดการหรือฟื้นฟูเมือง โดยมีหลักการ 3 ข้อ คือ (1) การรับฟังความเห็นชุมชนเป็นหลัก (สอบถามความเห็นของกลุ่ม ต่าง ๆ ได้แก่ หอการค้า กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ทอผ้า กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว และกลุ่มอื่น ๆ) (2) การพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพท้องถิ่น (chiiki gurumi) และ (3) การเน้นความโปร่งใสของชุมชน (Yamauchi, 1998)

เมืองโยมิตัน จังหวัดโอกินาวา เป็นตัวอย่างที่ เริ่มจากการสร้างฐานการเกษตร กับฐานทางวัฒนธรรม เพื่อให้ชุมชนสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยมีผู้นำชุมชนมาร่วมกันสร้างจุดเด่นของหมู่บ้านด้วย การสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรม ที่มีการฟื้นฟูเตาเผาโนโบริกามะ และทำเครื่องปั้นดินเผา และผ้าทอพื้นเมืองที่ทอจากใยกล้วยป่า และขนมที่แปรรูปจากมันสำปะหลัง แล้วจึงพัฒนาเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวเมื่อหมู่บ้านมีความพร้อมในด้านทรัพยากรที่มีทั้งเครื่องปั้นดินเผา และผ้าทอพื้นบ้านที่เป็นที่ยอมรับด้วยการสร้างชื่อเสียงให้คนรู้จักผ่านผลงานของศิลปินแห่งชาติ และต่อมาได้ออกรักษาบริเวณพระราชวังเก่า zakimi เพื่อการท่องเที่ยว และยังได้รับการผลักดันของรัฐบาลญี่ปุ่น ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรมรดกโลก

เศรษฐกิจของหมู่บ้านคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคการท่องเที่ยวและบริการ คิดเป็นสัดส่วน 1 ต่อ 2 ต่อ 7 (648 ต่อ 3,507 ต่อ 14,728 เยน) เฉพาะรายได้ของโรงงานแปรรูปมันสำปะหลังเป็นชนมปีละ 2.3 หมื่นล้านเยน (ปี ค.ศ. 2005) มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่เมืองมีมากถึง 2.5 ล้านคนเป็นครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดโอกินาวาทั้งหมด (ผู้บริหารท้องถิ่นหมู่บ้านโยมิตัน, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ได้มีการจัดทำนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและแผนการตลาดอย่างต่อเนื่อง และเชื่อมโยงกับ ภาคการเกษตร และภาคอุตสาหกรรมของแต่ละพื้นที่ในจังหวัด ที่มุ่งเน้นผลการดำเนินงานตามแผนที่เป็นรูปธรรม

ในการจัดทำแผนพัฒนา องค์กรปกครองเมือง จะจัดประชุมถามความเห็นประชาชนที่ศาลาประชาคมประชาคม (kouminkan) ของเมือง โดยองค์กรปกครองเมืองนำเสนอความคิดเห็นในการจัดการทรัพยากรอย่างไร จากนั้นทางราชการรวบรวมเอาความคิดเห็นของประชาชนแล้วมาจัดทำแผนพัฒนา (แต่องค์กรปกครองบางแห่งจ้างบริษัทไปทำวิจัยเพื่อหาข้อมูลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อื่นเพื่อมาเป็นแนวทางจัดทำแผนพัฒนา)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเริ่มบรรจุไว้ในแผนเป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาเมืองฉบับที่ 3 เพราะเป้าหมายหลักของการสร้างเมืองอยู่ที่การสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรม และรักษาทรัพยากร และสร้างฐานการเกษตรให้แข็งแรง เพื่อคนของหมู่บ้าน บนพื้นฐานแนวคิดพอเพียงตั้งแต่เริ่มแรก การท่องเที่ยวเป็นสิ่งสุดท้ายที่จะส่งเสริมหลังจากที่ฐานด้านวัฒนธรรม และการเกษตรพร้อมแล้ว

การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวของเมืองโยมิตัน ทางราชการกับคนในเมืองช่วยกันตัดสินใจ โดยเลือกจากฐานความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อสันติภาพ และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ และการเพาะปลูกพืชได้ดีในสภาพอากาศ

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวของเมืองโยมิตัน ปัจจุบันที่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่มีหลายลักษณะ ขึ้นกับความคิดของผู้ที่มีบทบาทสำคัญ คนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ และมีทั้งที่ประสบผลสำเร็จ และไม่สำเร็จ กรณีตัวอย่างต่อไปนี้จะชี้ให้เห็นผู้เกี่ยวข้องในการจัดการทรัพยากรที่เริ่มจากแนวคิดการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น แล้วจึงโยงเข้ากับการท่องเที่ยว

จุดเริ่มต้นของการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น มาโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ริเริ่มจากผู้ใหญ่บ้านในสมัยนั้น โดยมีแนวคิดที่ใช้กำแพงพระราชวังซะคิมิ จัดแสดงกิจกรรมในปี ค.ศ. 1991

โดยมีคณะกรรมการการศึกษาของเมือง (kyouiku i-in kai) ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมวัฒนธรรม ด้วยการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการสืบทอดวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นข้าราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีหน้าที่รักษา สืบทอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และค้นคว้าวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อให้คนท้องถิ่นได้รู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ในกรณีเมืองโยมิตันมีข้าราชการในคณะกรรมการการศึกษากับชาวบ้านในเมืองและมีชาวบ้านคอยสนับสนุนกิจกรรม

ในการบูรณะโบราณสถานกำแพงพระราชวังเก่า zakimi ช่วงที่มิงานเอ็กซ์โปในปี ค.ศ. 1979 เริ่มมีนายหน้าที่ดินเข้ามาหาซื้อที่ดินในเมือง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงรีบขอซื้อที่ดินจากชาวบ้านเพื่อป้องกันการกว้านซื้อที่ดินของนายทุน และก็สามารถควบคุมได้ และในที่สุดก็ได้งบประมาณสนับสนุนจากรัฐมาบูรณะพระราชวัง จนเสร็จในปี ค.ศ. 1985

ในปี ค.ศ. 2000 กรมวัฒนธรรมญี่ปุ่น มีนโยบายเสนอพระราชวังซุริและกลุ่มพระราชวังบริวาร ที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยที่ยังเป็นอาณาจักรริวกิว พระราชวัง zakimi เป็นหนึ่งในพระราชวังบริวารที่ได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลก ต่อมาในปี ค.ศ. 2002-2006 รัฐบาลได้ให้งบประมาณในการปรับปรุงพื้นที่บริเวณพระราชวัง zakimi และพื้นที่ใกล้เคียงโดยรอบ เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว ให้กับหมู่บ้านที่มีโบราณสถานจัดในกลุ่มพระราชวังซุริ ผลงานที่ผ่านมาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำให้มีอำนาจต่อรองกับทางราชการระดับจังหวัดและได้รับการจัดสรรงบประมาณในสัดส่วนที่มากกว่าเมืองอื่น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการที่จริงจังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านเป็นอย่างดี

การพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองโยมิตันแตกต่างจากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดที่เอาการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นตัวตั้งแต่ที่เมือง โยมิตันเริ่มต้นพัฒนาจากการเอาการท่องเที่ยวเพื่อสันติภาพเป็นตัวตั้ง

การพัฒนาทรัพยากรการเกษตร การพัฒนามันสำเภาซึ่งเป็นพืชผลการเกษตรที่ปลูกได้
คุณภาพดีเพราะเหมาะกับสภาพอากาศของเมือง ได้ถูกนำมาแปรรูปเป็นสินค้าขึ้นชื่อของเมือง ซึ่ง
ริเริ่มจากบริษัทโพริชิเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาคมพ่อค้าของเมือง (shoukoukai) ได้จับมือกับ
สมาชิกสมาคมพ่อค้าของเมืองช่วยกันพัฒนาสินค้าแปรรูปจากมันสำเภา โดยมีองค์กรปกครองเมือง
เป็นฝ่ายสนับสนุนสมาคมพ่อค้าเพื่อพัฒนาให้ได้ของดี สร้างรายได้ให้เมืองถึง 1.3 พันล้านเยน

วิถีคิดในการสร้างเมืองขององค์กรปกครองท้องถิ่น ที่น่าสนใจคือวิถีคิดที่รอบคอบใน
การจัดการงบประมาณเพื่อส่งเสริมกิจกรรมวัฒนธรรมในขอบเขตที่กว้างขวาง เป็นเพราะองค์กร
ปกครองท้องถิ่นของเมืองโยมิตันกับชาวบ้านที่เห็นด้วยกับการเองสนับสนุนจากโครงการ
หมู่บ้านละร้อยล้านเยน (furusato sousei) ในสมัยนายก Takeshita ไปฝากธนาคารตั้งเป็นกองทุน
และเอาดอกเบี้ยที่ได้ปีละ 6 ล้านเยนมาใช้ในกิจกรรมด้านวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ท้องถิ่น
กิจกรรมเด็ก และสร้างสภาพแวดล้อมมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแตกต่างจากวิถีคิดขององค์กรส่วนใหญ่
ที่นำเงินไปก่อสร้างอาคารที่ไม่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อคนท้องถิ่น ส่วนงบช่วยเหลือจากรัฐ
(hojokin) ที่จ่ายให้เมืองเป็นการตอบแทนจากการที่พื้นที่ของเมืองถูกสหรัฐฯ เอาไปตั้งฐานทัพ
เงินส่วนนี้เมืองเอามาใช้ในการพัฒนากิจกรรมเพื่อสันติภาพ Heiwa Nobel Hall

กรณีศึกษา การรื้อฟื้น “บ้านเกิดของเครื่องปั้นดินเผา” (ยะจินมุง โนะะ ซะโตะ)

ผู้ใหญ่นำกับสภาพตำบลโยมิตันเป็นแกนนำ

หมู่บ้านยะจินมุง บ้านเกิดเครื่องปั้นดินเผา ในเมืองโยมิตันไม่เหมือนกับที่อื่น ตรงที่
เมืองโยมิตันมีประวัติศาสตร์ มีการขุดค้นเครื่องปั้นดินเผา คินะยะคิ ก็เลยสร้างบ้านเกิดของ
เครื่องปั้นดินเผา (ยะจินมุง โนะะ ซะโตะ)

ในอดีตเมืองโยมิตัน มีความรุ่งเรืองเพราะเป็นปากทางเข้าของวัฒนธรรมหมู่เกาะ
ทางทะเลตอนใต้ เครื่องปั้นดินเผาที่เก่าแก่ของโอกินาวาอยู่ที่ แหล่งเตาเผาคินะ ซึ่งเป็นพื้นที่อยู่ใน
เมืองโยมิตัน แต่ด้วยคำสั่งของกษัตริย์ในราชวงศ์ริวกิว จึงให้รวบรวมเครื่องปั้นดินเผาจากที่ ต่าง ๆ
มารวมไว้ที่แหล่งเตาเผาที่ย่านสีโอะหะยะในเมืองนะหะ เตาเผาคินะจึงสูญหายไป ลักษณะเด่นของ
เตาเผาคือ เตาเผาจะสร้างเป็นเนินสูงขึ้นไปเรียกโนโบริ กะมะ และใช้ไม้สนเป็นฟืน แม้ในปัจจุบันก็
ยังใช้อยู่

ก่อน ค.ศ. 1800 ที่นะหะมีเตาเผาจำนวนมาก แต่เพราะสงครามโลกครั้งที่ 2 เลยถูก
ทำลายหมด แต่เมื่อเมืองนะหะขยายตัว จึงไม่สามารถเผาเครื่องปั้นดินเผาได้อีกเพราะสะกัดยางสน
ด้วยความคิดของผู้ใหญ่นำที่ต้องการสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรม เขาจึงได้เชิญชวนช่างฝีมือทำ
เครื่องปั้นดินเผาจากเมืองนะหะ และที่ต่าง ๆ ในจังหวัดโอกินาวา ที่ต้องการหาที่สร้างเตาเผาใหม่

หลังจากที่เมืองนะหะขยายตัวทางการจึงไม่อนุญาตให้ทำต่อไป ช่างปั้นดินโจ จิโร มาบุกเบิก ที่เมืองโยมิตันสร้างเตาเผาแบบไต้เนิน ในปี ค.ศ. 1972 ทางจังหวัดได้ยกย่องให้ช่างปั้น ดินโจ เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับในระดับจังหวัดว่ามีความสามารถเฉพาะในการสร้างชิ้นงานทางวัฒนธรรม

ในปี ค.ศ. 1978 ผู้ใหญ่บ้านวางแนวคิดที่จะสร้าง “บ้านเกิดของเครื่องปั้นดินเผา” (ภาษาถิ่นเรียกว่า ยะจินมุนโนะชะโตะ) เพราะที่หมู่บ้านเคยมีการขุดค้นพบเครื่องปั้นดินเผาเก่าแก่ แหล่งเตาเผาดินที่เก่าแก่ จึงไปจ้างที่ปรึกษามาให้คำแนะนำและให้ข้อมูลว่าที่แห่งอื่น เพื่อต้องการรู้ข้อเด่น ข้อด้อยของแต่ละแห่ง เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการวางแผน ที่ผู้ใหญ่บ้านคิดขึ้นเองไม่ได้ทำตามนโยบายรัฐในโครงการ furusato sousei ทางเมืองโยมิตันเสนอแผนเชิญชวนให้ช่างฝีมือมาสร้างเตาเผาที่เมืองโยมิตัน ตั้งชื่อว่า “ยะจินมุน โนะ ชะโตะ” มีช่างฝีมือดี 4 คน มาบุกเบิก งานทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นงานที่ไม่สามารถทำคนเดียวได้ ต้องช่วยเหลือกันหาวัตถุดิบ ซึ่งเป็นงานที่ยากที่สุด ต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนบ้าน และต้องใช้แรงคน 2-3 คน อย่างเช่นที่เตาเผาคิตะคามะ เริ่มจากคน 4 คน ที่ไม่มีเงิน แต่ละคนไปกู้เงินมาคนละ 20 ล้านเยน รวมกันได้ 80 ล้านเยนมาลงทุน หลังจากสร้างเตาเผาเสร็จไม่มีเงินเลย ลำบากมาก ใช้เวลา 15 ปีถึงจะได้คืนเงินกู้ได้ โชคดีที่มีคนอย่างผู้ใหญ่บ้านคนปัจจุบันเป็นคนที่ชอบเครื่องปั้นดินเผา และอยากส่งเสริมคนรุ่นใหม่เป็นช่างปั้น เลยให้พวกเขาืมเงิน 2 ล้านเยนใช้ในการดำเนินชีวิต บทบาทของราชการ (องค์กรปกครอง) ที่เมืองโยมิตัน ก็ให้การสนับสนุนช่างปั้นที่ยังตั้งตัวไม่ได้ และผลงานยังไม่เป็นที่รู้จักโดยการซื้อผลงานของช่างปั้นรุ่นใหม่ไปเป็นของขวัญให้กับแขกที่มาเยือนหมู่บ้าน ทางหนึ่งก็เป็นการช่วยเหลือช่างปั้น และเป็นการส่งเสริมให้คนรู้จักเครื่องปั้นดินเผาของโยมิตันในแบบอื่น ๆ โดยเชิญชวนช่างปั้นดินเผาในจังหวัดโอกินาวามาร่วมกันสร้างสรรค์หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาที่หายไปในอดีตให้เป็นจริง ปัจจุบันมีเตาเผาทั้งหมด 50 แห่ง

ในปี ค.ศ. 1978 ตอนเริ่มตั้งบ้านเกิดเครื่องปั้นดินเผา มีช่างฝีมือเครื่องปั้นดินเผา มาเพิ่มอีก 4 คน ควันไฟจากเตาเครื่องปั้นดินเผาได้ก่อดันฐานทัพอเมริกาให้คืนพื้นที่บางส่วนให้เมืองจนเป็นผลสำเร็จ ตัวอย่างของโยมิตันเป็นการจุดประกายให้เมืองทั่วจังหวัดโอกินาวาลุกขึ้นมาเคลื่อนไหวเรื่องเครื่องปั้นดินเผา และสร้างเตาเผาขึ้น และในปี ค.ศ. 1983 ในปีที่ทางองค์กรปกครองเมืองสร้างศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนและจัดแสดงงานเครื่องปั้นดินเผาและผ้าทอของคนในหมู่บ้าน แต่ให้คณะกรรมการสวัสดิการสังคมของเมืองโยมิตันที่มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านคอยจัดการเอาผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่าย และบริหารร้านอาหารในศูนย์จำหน่าย ดังนั้นผลงานเครื่องปั้นดินเผาของหมู่บ้านก็จะวางขายภายในหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาเองด้วย ต่อมา

การตั้งกลุ่มสหกรณ์ขึ้นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน และศูนย์ฝึกอบรมเพื่อสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างช่างฝีมือและในปี ค.ศ. 1985 ช่างปั้นดินใจได้รับการยอมรับในระดับประเทศให้เป็นบุคคลที่รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นคนแรกของจังหวัด ต่อมาในปี ค.ศ. 1992 มีการสร้างเตาเผาแบบไต้เนินที่ใหญ่ที่สุดในโอกินาวา มีเตาเผาติดต่อกัน 13 เตา

การสนับสนุนของทางการองค์รปกครองเมืองคือ การที่ทางการให้เช่าที่ดินในราคาถูก ที่ตั้งของหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาแห่งนี้เดิมเป็นที่เก็บระเบิดที่ไม่ระเบิด แต่คนท้องถิ่นต่อต้านเพราะอันตราย ก็เลยมีการต่อสู้ของชาวบ้านเพื่อขอให้สหรัฐฯเอาวัตถุอันตรายพวกนี้ออกไป หลังจากที่โอกินาวากลับสู่มาตุภูมิ คนในเมืองโยมิตันคิดจะทำอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับสันติภาพ เมืองโยมิตันก็เลยเลือกที่จะทำบ้านเกิดเครื่องปั้นดินเผา อีกเหตุผลที่เลือกพื้นที่นี้ เพราะเคยมีหม้อไหที่เก่าแก่ที่สุดในโอกินาวา เรียกว่า เครื่องปั้นดินเผาคินะ (kina yaki) ขุดค้นพบได้ที่นี้ ระหว่างที่ทำการก่อสร้างถนนในหมู่บ้านก็ค้นพบหม้อดินเผาเก่าแก่ ก็เลยหยุดทำการก่อสร้างถนนและยกให้เป็นโบราณสถาน

นอกจากนี้ทางราชการได้สนับสนุนช่างปั้นและงานศิลปะดินเผาให้เป็นที่รู้จัก โดยการจัดโปรแกรมให้เด็กนักเรียนชั้นประถมมาเรียนรู้ในสถานที่จริงว่าอุตสาหกรรมพื้นบ้านที่สืบทอดวัฒนธรรมเป็นเช่นไร หลังจากที่ได้อ่านจากหนังสือเรียน เพื่อเป็นการปลูกฝังเด็กที่อยากเป็นช่างปั้น ซึ่งเป็นนโยบายของหมู่บ้านที่ให้เด็กที่เกิดในหมู่บ้านได้เรียนรู้วัฒนธรรมในบ้านเกิด และมีการผนวกเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

แต่ในช่วงที่เศรษฐกิจฟองสบู่ญี่ปุ่นแตก เครื่องปั้นดินเผาขายไม่ได้ อีกทั้งมาเจอกับเหตุการณ์ 9.11 ที่ส่งกระทบอย่างมากต่อธุรกิจการท่องเที่ยว และส่งผลมายังเครื่องปั้นดินเผาเช่นกัน นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นยกเลิกการเดินทางมา Theme park มูราซากิ ในเมืองโยมิตัน มาตลอดครึ่งปีเพราะมีฐานทัพสหรัฐฯ ตั้งอยู่ จนกระทั่งทางจังหวัดร่วมกับภาคเอกชนจัดแคมเปญสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น การท่องเที่ยวจึงฟื้นกลับมาใหม่

ทางราชการคิดว่า เป็นการแหล่งท่องเที่ยว มีความจากการจัดการงานในที่ราชการ ในขณะที่ฝ่ายช่างปั้นก็คิดว่าที่บ้านเกิดเครื่องปั้นดินเผา เป็นที่ทำงานของบรรดาช่างปั้นไม่ใช่สถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะมาเดินชิวๆ และได้คิดว่านี่เป็นที่สำหรับนักท่องเที่ยว ก็เลยไม่ยอมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาดูช่างใน ให้อูแต่ช่างนอกเท่านั้น ไม่เช่นนั้นช่างปั้นก็ไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานดี ๆ ที่มีราคาแพงออกมาได้

ที่เมืองนี้มีเตาเผา 50 แห่ง ช่างปั้นที่จับมือทำงานร่วมกันเป็นทีม 3-4 คนมีอยู่สามแห่ง ที่เหลือเป็นศิลปินเดี่ยว ช่างปั้นรุ่นแรกคือรุ่นที่บุกเบิกที่เข้ามาโยมิตันตอนที่โอกินาวากลับ

สู่มาตุภูมิ ช่างปั้นรุ่นที่ 2 คือรุ่นคนที่เข้ามาโยมิตันเมื่อ 27 ปีที่แล้ว และรุ่นที่ 3 คือรุ่นที่เข้ามาเมื่อ 15 ปีที่แล้ว

ในช่วงค.ศ. 1990-2005 เริ่มมีหนุ่มสาวจากจังหวัดอื่นที่มาก่ออิโนวามากขึ้น แต่ในระยะเวลา 5 ปีหลัง ค.ศ. 2002 คนข้างนอกบางคนก็มาเรียนทำเครื่องปั้นดินเผา ต้องการสืบทอดงานเครื่องปั้นดินเผา ขณะที่หนุ่มสาวในเมืองออกไปข้างนอกเมือง คนที่สนใจจะมาทำงานลักษณะนี้น้อยลง การที่หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผามีช่างปั้นฝีมือระดับชั้นครู และมีช่างปั้นที่หลากหลายบุคลิกอยู่ร่วมกัน ก็เลยไม่คิดจะรวมกลุ่มตั้งเป็น kumi-ai (สหภาพแรงงาน) เพื่อไปขอของบสนับสนุนจากรัฐบาลมาสนับสนุนการทำงานเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม ซึ่งก็มีข้อดีที่ไม่ต้องผูกมัดว่าจะต้องสร้างผลงานที่เป็นงานเชิงปริมาณ ทำให้ผลงานของช่างที่นี่ไม่ใช่งานที่ผลิตเชิงปริมาณ

แต่ถ้าเป็นงานผ้าทอพื้นบ้านที่ทอดจากใยกล้วยป่าของเมืองโยมิตัน (yomitan yama no hanaori) ได้มีการรวมกลุ่มช่างทอผ้า ตั้งเป็นกลุ่มสหภาพแรงงาน (kumi-ai) ทอผ้าขึ้นเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ กระทรวงการคลัง (tsuusan shoo) เพื่อสร้างผู้สืบทอดวัฒนธรรมพื้นบ้าน

ช่วงปี ค.ศ. 2002-2004 รัฐบาลให้งบประมาณกับทางเมืองโยมิตันเพื่อดำเนินโครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณพื้นที่รอบบริเวณแหล่งโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ที่ซึ่งได้รับการจดทะเบียนเป็นมรดกโลก คือบริเวณรอบ ๆ พระราชวัง zakimi ที่อยู่ในเมืองโยมิตัน และครอบคลุมมาถึงหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาแห่งนี้ด้วย สัดส่วนของงบประมาณสนับสนุนโครงการระหว่างรัฐ กับจังหวัดกับ องค์กรปกครองท้องถิ่นระดับเมือง ตำบล หมู่บ้าน คิดเป็นสัดส่วน 80 ต่อ 10 ต่อ 10 รัฐ จัดสรรงบให้เมืองโยมิตันมากถึงร้อยละ 46 ของงบประมาณที่ใช้ในการปรับปรุงภูมิทัศน์ทั้งหมด 2 พันล้านเยน ทั้งนี้เพราะรัฐบาลเห็นว่าที่ผ่านมาเมืองโยมิตันสามารถใช้งบประมาณให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนจริง ๆ ไม่เอาไปสร้างอาคารสถานที่ที่ไม่ใช้ประโยชน์ (hakomono) อย่างเช่น องค์กรปกครองท้องถิ่นส่วนใหญ่ในญี่ปุ่น องค์กรปกครองเมืองจึงมีความสามารถต่อรองกับราชการระดับจังหวัด ตลอดจนรัฐบาล

ความสำเร็จของหมู่บ้าน ริเริ่มขึ้นจากผู้ใหญ่บ้านซึ่งเคยเป็นครูมาก่อนและเป็นชาวบ้านที่เกิดที่โยมิตันเขามีแนวคิดที่จะสร้างเมืองโยมิตันให้เป็น “หมู่บ้านวัฒนธรรมและมีสภาพแวดล้อมที่คนมีจิตใจสูงส่ง” เพื่อให้ความคิดเป็นความจริง เขาจึงได้ริเริ่มจากการสร้างวัฒนธรรมให้เป็นฐานของการสร้าง “หมู่บ้าน” ที่วัฒนธรรมและกลิ่นอายของดิน (ธรรมชาติ) และกลิ่นอายของความเป็นมนุษย์ ความสัมพันธ์ระหว่างทางการกับช่างปั้นในหมู่บ้านดินเผาเป็นหนึ่งเดียวกัน

การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นของเมืองโยมิตัน มีข้อจำกัดในการจัดการทรัพยากร เพื่อการท่องเที่ยวของราชการทั้งในระดับหมู่บ้านและระดับจังหวัดคือระบบการหมุนเวียนบุคคลากรทุก 3 ปี ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินการ ทางจังหวัดแก้ปัญหาโดยการตั้งองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยภาคเอกชน Okinawa Convention bureau ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาด และจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด และได้รับเงินสนับสนุนจากจังหวัด (ไกด์, สัมภาษณ์)

แต่ในระดับหมู่บ้าน องค์กรปกครองเมืองโยมิตันทำหน้าที่เป็นกองหนุน โดยให้ภาคเอกชนในหมู่บ้านเข้ามาบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อปลุกชุมชนแทน เพราะองค์กรปกครองหมู่บ้านรู้ถึงข้อจำกัดในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว หลังจากที่ไม่ประสบความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ Manta House ที่พักตากอากาศ ตรวจสอบ ในที่สุดจึงให้ภาคเอกชนไปดำเนินการบริหารแทน

แม้ว่าทางองค์กรปกครองเมือง ได้ตั้งสมาคมการท่องเที่ยวเมื่อ 2 ปีที่ผ่านมาโดยมีข้าราชการฝ่ายรับผิดชอบการค้าและการท่องเที่ยว เป็นผู้ดำเนินการดำเนินงานพิธีและการประสานงาน โดยมีประธานสมาคมเป็นเจ้าของธุรกิจค้าไม้ที่เป็นคนข้างนอก และมีสมาชิกของสมาคมท่องเที่ยวที่ราชการของเมืองจัดตั้งขึ้นนั้นมี 45 ราย ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการส่วนตัว ร้านอาหาร ร้านเหล้า ผู้ให้บริการที่พักแบบชาวบ้าน (minshuku) บริษัททำขนมโฟริชะ บริษัททัวร์ในเมือง โรงแรม ร้านขายคอมพิวเตอร์ บริษัทก่อสร้างซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างเมืองให้น่าอยู่ ซึ่งเป็นสมาชิกชุดเดียวกับสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมของเมือง ซึ่งแต่ก่อนสมาคมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ที่อยู่ในสมาคมการค้า และแยกตัวออกมาตั้งเป็นสมาคม ได้รับงบประมาณสนับสนุนการบริหารจัดการสมาคมท่องเที่ยวจากองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวโอกินาวา (Okinawa convention bureau)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวในเมืองโยมิตัน ที่สำคัญ คือ ไกด์ท้องถิ่น ซึ่งเมื่อ 6 ปีก่อน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของเมืองจัดสรรงบนี้เพื่อสนับสนุนกลุ่มไกด์ท้องถิ่นปีละ 2 ล้าน เยน มาตลอดเวลา 4 ปี เพื่อใช้เป็นค่าบริหารจัดการองค์กรไกด์ แต่เมื่อจำนวนไกด์ลดลงเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์ลดลงกลายมาเป็นนักท่องเที่ยวปัจเจกมากขึ้น ไกด์หลายคนเปลี่ยนจากงานไกด์ไปทำงานอื่น

กรณีศึกษา การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีคอนเซ็ปต์ Murasaki no mura

หอการค้าของสภาตำบลเป็นแกนนำ รัฐท้องถิ่น-ชุมชนสนับสนุน

ในปี ค.ศ. 1992 สถานีโทรทัศน์แห่งชาติญี่ปุ่น (NHK) สร้างละครประวัติศาสตร์ วิทยุ เรื่อง Ryukyu no kaze ใช้พื้นที่ของเมืองโยมิตันเป็นที่จำลองบ้านเรือนสมัยประวัติศาสตร์ โดยมีบริษัท okinawa resort ที่เป็นบริษัทจากที่อื่นลงทุนสร้างอาคารสถานที่ถ่ายทำละครประวัติศาสตร์ บนเนื้อที่ 2,400 สิบเอะ ใช้งบลงทุน 2.3 พันล้านเยน เพื่อหวังที่จะใช้เป็น Theme park เพื่อการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวางแผนสร้างโรงแรมรีสอร์ท เพื่อรับนักท่องเที่ยว ในปี ค.ศ. 1993 ละครเริ่มออกอากาศทางทีวี มีคนญี่ปุ่นเดินทางมาเที่ยว Theme park แห่งนี้ปีละ 100,000 คน แต่มาถึงปีที่ 3 คนเริ่มไม่สนใจที่จะมา ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจฝ่อลง (ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992) และในปี ค.ศ. 1999 บริษัทที่ลงทุนไปจึงไม่สามารถบริหารจัดการสถานที่แห่งนี้ต่อไปได้จนปิดกิจการ และยก Theme park ให้เป็นสมบัติของเมือง องค์การปกครองเมืองรับมาแต่ไม่สามารถหางบประมาณเพื่อมาจัดการดูแล Theme park (700 คน) ในจำนวนนี้มีบริษัทท่องเที่ยว 2 บริษัทและโรงแรม 1 แห่ง ได้มีการพิจารณาเรื่องการท่องเที่ยวที่เกิดประโยชน์กับคนโยมิตัน

ด้วยเหตุผลที่คนในเมืองคุ้นเคยกับ Theme park แห่งนี้เพราะตั้งแต่สร้างเสร็จคนในเมืองได้มาใช้สถานที่นี้จัดงานปีใหม่ของเมือง จัดกิจกรรมของเมือง จึงได้เรียกประชุมคนเมืองที่สนใจ “ปลูกชุมชน” (mura okoshi) มาพูดคุยแลกเปลี่ยนกันที่สุดในสมาคมหอการค้าเมือง ตัดสินใจรับ Theme park มาบริหารในรูปแบบบริษัท โดยมีเป้าหมายเพื่อ “ปลูกหมู่บ้าน” (mura okoshi) ความคิดเริ่มต้นคือ การเอากิจกรรมวัฒนธรรมท่องเที่ยว ในโยมิตันมารวมไว้ที่ Theme park แห่งนี้ ตั้งชื่อใหม่ว่า Mura Saki Mura ระดมเงินจากผู้ถือหุ้นที่เป็นคนในหมู่บ้าน และบริหารโดยคนในเมืองเช่นกัน เงินส่วนหนึ่งจะเอาไปจ่ายค่าเช่าที่ดิน และที่เหลือไว้ใช้ในการบริหารจัดการ

จากการที่ไม่มีคนในเมือง ที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจท่องเที่ยว ได้มีการจัดชั้นเรียนขึ้นโดยมีเนื้อหาเพื่อปลูกหมู่บ้าน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นฝ่ายสนับสนุนงบประมาณของเมืองให้กับสมาคมหอการค้าเพื่อจัดชั้นเรียนสำหรับคนในหมู่บ้านได้เรียนรู้ทำความเข้าใจ แต่ละรุ่นมี 10-15 คน ตอนนั้นเรียนไป 20 รุ่นแล้ว นักเรียนที่เรียนเป็นรุ่นแรกส่วนหนึ่งได้รับเลือกมาเป็นผู้บริหาร Theme park 3 คน โดยที่ทั้ง 3 คนทำธุรกิจร้านหนังสือ ร้านขายเหล้า และร้านขายเสื้อผ้า

ในช่วงแรกของการเปิด Theme park ได้อีกครั้งในปี ค.ศ. 1999 ซึ่งเป็นปีที่ทางจังหวัดมีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวทัศนศึกษา Theme park มุระซะกิมีเป้าหมายในการจัด

กิจกรรมวัฒนธรรม ระยะ 2-3 ปีแรกเปิดให้คนเข้ามาเที่ยวสวนสาธารณะฟรี เพื่อให้คนได้รู้จัก ตอนนี้ก็มีแต่ร้านอาหาร และร้านขายของ ปีถัดไปเริ่มมีการรับกลุ่มนักเรียนที่มาทัศนศึกษา ตอนนั้นมีเพียงหมู่บ้านออนนะ เท่านั้นที่รับนักเรียนที่มาทัศนศึกษา จำนวนนักเรียนมากจึงถ่ายเทมาทัศนศึกษาที่เมืองโยมิตัน คนของโยมิตันไปเรียนรู้ประสบการณ์ของหมู่บ้านออนนะ (Onna village) ที่เน้นกิจกรรมการเกษตร แต่ไม่เน้นกิจกรรมวัฒนธรรม ดังนั้น ที่ Theme park ที่นี่จึงเน้นกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้เด็กได้ลองทำด้วยตัวเอง ที่ผ่านมาเมืองโยมิตันได้สร้างจุดเด่นของหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาและทอผ้า แต่ไม่มีระบบรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการลองทำด้วยตัวเอง สถานที่นี้จึงกลายเป็นที่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาประสบการณ์ตรง จึงมีการจัดห้องแสดงงานปั้นงานทอ และอื่น ๆ 3-4 จุดเพื่อให้นักเรียนได้ลอง การลองหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยม ปี ค.ศ. 2000 ก็เริ่มสร้างจุดขายใหม่เป็นอาณาจักรของนักแสวงหาประสบการณ์ (aiken oukoku) ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาประสบการณ์จากการลองทำทุกกิจกรรมที่มีใน โอกินาวา และเริ่มเก็บเงินค่าวัสดุและค่าสอนเป็นจุด ๆ ต่อมาเริ่มมีบริษัททัวร์บางส่วนพานักท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของที่นี่คือกลุ่มนักเรียนทัศนศึกษาที่ครูเป็นผู้เดินทางมาสำรวจและกำหนด

เมื่อการจัดการ Theme park เริ่มลงตัว ในปี ค.ศ. 2003 เริ่มมีสถานที่ที่ให้ชมและลองทำมากขึ้นก็เริ่มมีการเก็บค่าเข้าชมภายใน Theme park และเก็บค่าวัสดุในการลองทำตามจุดต่าง ๆ ในการบริหาร ผู้บริหารเป็นคนออกกฎระเบียบในการจัดการและไม่มีจ้างคน กลุ่มที่เข้ามาเช่าอาคารจัดสาธิตก่อสร้างสรรค์งานทางวัฒนธรรมและจัดกิจกรรมวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากลอง จะเป็นฝ่ายจ้างคนและคิดหากิจกรรมใหม่ ๆ ที่สร้างความสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาลองทำ และเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ปัจจุบันมีสถานที่จัดแสดงและให้นักท่องเที่ยวได้ลอง อยู่ประมาณ 26 จุด โดยแต่ละจุดผู้เช่าจัดแสดงเป็นผู้ลงทุนและบริหารกันเอง โดยผู้บริหาร Theme park หารายได้เพื่อนำมาบริหาร ร้อยละ 20 ของสินค้าที่ขายได้ และร้อยละ 10 จากบริษัททัวร์ เพื่อนำมาเป็นเงินจ่ายค่าเช่าที่ดิน

Mura Saki Mura ใช้ระยะเวลาการบริหารจัดการถึง 5 ปีกว่าจะเห็นผล ตรงจุดนี้ต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ที่มีเงินทุน ที่มักจะสร้างอาคารจัดแสดงกิจกรรมต่าง ๆ และจ้างคนเอง จึงเป็นเรื่องยากที่จะสามารถคิดหากิจกรรมใหม่ ๆ ตลอดเวลา

จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2005 เริ่มเห็นทิศทางของ Mura Saki Mura และเริ่มมีกำไร และมีเงินเดือนให้กับผู้บริหารที่ใน 4 ปีแรกไม่มีใครได้รับเงินเดือน ในปัจจุบันรูปแบบของกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำนั้นได้ขยายเพิ่มจากการสร้างงานศิลปะ มาเป็นกิจกรรมการเกษตรเก็บ

อ้อย เพื่อให้การท่องเที่ยวเพิ่มมูลค่าอ้อยให้ชาวสวนอ้อย รายได้อีกส่วนหนึ่งมาจากการแบ่งพื้นที่ให้สมาคมคาราเต้นานาชาติมาใช้เป็นสถานที่ฝึกซ้อมนักคาราเต้ทั่วโลก ที่มาเข้ารับการอบรม

ผู้สืบบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว “มูซาซากิมูระ”

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีคอนเซ็ปต์เฉพาะ Theme park แห่งนี้ น่าสนใจตรงที่ตัวอาคารเป็นทรัพย์สินของราชการ องค์กรปกครองตนเองของเมือง แต่การบริหารจัดการภายในเป็นไปในรูปของบริษัทเอกชนเต็มรูปแบบ โดยมีกลุ่มผู้ถือหุ้นคือคนของเมืองโยมิตัน และตั้งกลุ่มผู้บริหารขึ้นมาเป็นตัวแทนดำเนินการ ส่วนคนในเมืองที่มีฝีมือด้านต่าง ๆ ก็ช่วยกัน ขณะที่ภาครัฐการหางบประมาณของประเทศมาสนับสนุนในการมาสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพราะองค์กรปกครองเมืองไม่สามารถให้งบประมาณดังนั้นคนท้องถิ่นต้องตั้งใจบริหารกิจการให้รอดจากวิกฤต

ถ้ากิจการไปได้ดี ทางเมืองก็ได้เก็บภาษี ทั้งภาษีที่ได้จากบริษัท และจากคนทำงานที่ Theme park แห่งนี้กลับเข้าสู่องค์การปกครองเมืองเพื่อนำภาษีที่ได้มาจัดทำโครงการใหม่ ๆ มีคนของเมืองที่ทำงานประจำที่ Theme park จำนวน 90 คน และคนทำงานพาร์ทไทม์ จำนวน 2,000 คน ส่วนมากเป็นบรรดาแม่บ้านที่มีความสามารถทางศิลปะ ทำขนมโบราณ หรือทำเครื่องปั้นดินเผา จัดระบบสำรองผู้สอนเวลาที่มือนักท่องเที่ยวมาเยอะ ระบบการจัดการแบบนี้เริ่มปี ค.ศ. 1999 แต่หลังจากปี ค.ศ. 2002 มีคนมาเที่ยวมากขึ้น เริ่มเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบให้นักท่องเที่ยว ลองทำดู (taiken-gata) เพื่อรองรับกลุ่มนักเรียนตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะทางจังหวัดประชาสัมพันธ์ให้เมืองโยมิตันเป็นตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีประสบการณ์ร่วมโดยการลองทำด้วยตัวเอง ซึ่ง 5 ปี ก่อนหน้านี้ Theme park แห่งนี้ได้เปลี่ยนรูปแบบเป็นให้นักท่องเที่ยวได้ลองทำกิจกรรมดู และเป็นแบบให้คนมาใช้เวลาอยู่ระยะยาวใน Theme park ซึ่งเป็นเงื่อนไขในการขอสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อมาสร้างตัวอาคาร และมีไกด์อธิบายวัฒนธรรมท้องถิ่นภายในอาคาร

Theme park แห่งนี้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลักของกลุ่มนักเรียนที่เดินทางมาทัศนศึกษาจากทั่วประเทศ และก็เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่ละวันจะมีนักเรียนมาประมาณ 1,000-1,500 คน จุดเด่นของที่นี่คือเป็นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถลองทำได้ด้วยตัวเอง กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาเที่ยวที่นี่ ส่วนหนึ่งเป็นพวกครูจากโรงเรียนทั่วประเทศในญี่ปุ่นที่เดินทางมาสำรวจ และจึงพานักเรียนมาทัศนศึกษา ส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปที่จะมากันเป็นกลุ่มกับบริษัททัวร์ขนาดใหญ่ และที่เดินทางมาเที่ยวเอง

วิธีคิดในการบริหารจัดการ คือคิดว่า “เริ่มจากขอบเขตที่ทำได้ก่อน” “ไม่ได้คิดที่จะทำขนาดใหญ่” “ค่อย ๆ สร้างสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนที่มาเที่ยว” กว่าจะมาถึงจุดที่

รอดพ้นวิกฤตการบริหารจัดการนั้น ใช้เวลาถึง 5 ปี ทั้งนี้เพราะเราคิดว่า “เริ่มช้าแต่มั่นคง” การบริหารจัดการ ที่มีลักษณะเด่นประการแรก คือ ประชาสัมพันธ์สินค้าด้วยความมั่นใจในคุณภาพ ทุกบริษัทที่มาเช่าพื้นที่ใน Theme park จะสามารถใช้อินเทอร์เน็ต ลักษณะเด่นที่สอง รายได้ที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการ มาจากค่าเข้าชม Theme park จากร้านอาหารที่บริหารจัดการเอง และรายได้จากบริษัทที่เข้ามาเปิดกิจการใน Theme park ลักษณะเด่นที่สาม คือ มีการจัดทำเอกสารอธิบายงานศิลปะ และช่วยจัดหาผู้ที่มีความสามารถในงานศิลปะ ในกรณีที่มีคนเข้ามาเกินไปจนบริษัทที่จัดแสดงรับไม่ไหว ก็จะส่งคนไปช่วยสอนแทน ในช่วงแรก ๆ เป็นเรื่องยากมากที่จะให้ช่างฝีมือที่ผลิตผลงานมาคอยบรรยายให้กับนักท่องเที่ยว สร้างปัญหาให้กับเรามาก จึงต้องการคนที่เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้จากช่างฝีมือที่สร้างสรรค์งานศิลปะให้กับนักท่องเที่ยว แต่ตอนนี้ช่างฝีมือเริ่มมีคนที่คุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว และเริ่มถ่ายทอดความรู้ได้บ้างแล้ว

ตั้งแต่อดีต องค์การปกครองเมืองได้เข้มงวดเรื่องกฎระเบียบ เพื่อที่จะรักษาธรรมชาติ และพร้อมกับการเคลื่อนไหวให้มีการรักษาธรรมชาติ เป้าหมายหลักของพัฒนาเมืองคือ เพื่อให้คนที่อยู่กันมาตั้งแต่อดีต อยู่กันอย่างมีความสุข และมีภาพความทรงจำที่ดี ถ้าคนในเมืองอยู่แล้วสนุก คนนอกก็อยากมาดูมาเห็น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คนในมีส่วนร่วม บนฐานของความพอเพียง จึงจะยั่งยืนต่อไปได้ ดังนั้น “การท่องเที่ยวของเมืองโยมิตันจึงไม่ได้ทำแหล่งท่องเที่ยวเพื่อคนนอก แต่ทำเพื่อคนในให้คนในรู้สึกว่ายู่แล้วสนุก”

4. สรุป

รัฐบาลญี่ปุ่นได้ใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาประเทศในด้านอื่น เพื่อหารายได้เข้าประเทศ ตั้งแต่ยุคฟื้นฟูเศรษฐกิจ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จากนั้นจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศและผลกระทบราคาน้ำมันและวิกฤตเศรษฐกิจโลก ตลอดจนใช้เป็นมาตรการลดผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและการเคลื่อนย้ายคนจากชนบทสู่เมืองเป็นจำนวนมาก

ในทศวรรษที่ 1970 รัฐบาลได้วางแผนฟื้นฟูท้องถิ่น เชื่อมโยงกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในชนบท เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาคนโยกย้ายจากหมู่บ้านไปทำงานในเมือง ในระยะนี้เอง ในปี ค.ศ. 1979 จังหวัดโออิตะ ได้ริเริ่มส่งเสริมโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ซึ่งได้รับความสำเร็จอย่างกว้างขวาง จนมีผลให้รัฐเสนอแผนฟื้นฟูท้องถิ่น (ค.ศ. 1987) ให้เงินทุน

สนับสนุนหมู่บ้านทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรัฐเน้นให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นกลับไปฟื้นฟูท้องถิ่นอย่างไรก็ตาม หมู่บ้านส่วนใหญ่ก็ยังไม่สามารถนำงบประมาณที่ให้ไปทำประโยชน์ต่อโครงการฟื้นฟู แต่กลับถูกนำไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้มีอำนาจในชุมชนและบริษัทก่อสร้าง

จากอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ และผลสรุปจากการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลกที่กรุงริโอเดอจาเนโร เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 ซึ่งได้มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นผลให้เกิดกระแสสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว รัฐบาลญี่ปุ่นจึงเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 แนวทาง คือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรมเมืองและชนบทเพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมสำคัญในการวางแผนและจัดการ

ต่อมารัฐได้ใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะเอเชียเชื่อมโยงเข้ากับนโยบายฟื้นฟูชนบท กล่าวคือในปี ค.ศ. 1998 รัฐเริ่มแผนพัฒนาฉบับที่ 5 (Grand Design for 21st Century) รัฐสร้างเส้นทางบินภายในประเทศเชื่อมโยงชนบทกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พร้อมกับเลือกท้องถิ่นที่มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ จัดให้เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน พร้อมกับได้ออกกฎหมายส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยมีเงื่อนไขที่ท้องถิ่นได้เตรียมการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ จังหวัดโอกินาวาเป็นหนึ่งในจังหวัดที่ถูกคัดเลือกจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของโอกินาวาในทะเลจีนใต้ มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างแผ่นดินใหญ่ญี่ปุ่นกับประเทศในเอเชียทำให้โอกินาวามีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการเมืองและทรัพยากรทางทะเล รัฐบาลญี่ปุ่นจึงให้โอกินาวาเป็นที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ในทะเลตอนใต้ของญี่ปุ่น จึงถูกจัดให้เป็นฮับ (hub) เชื่อมโยงญี่ปุ่นกับประเทศในเอเชีย

โอกินาวาเดิมเป็นอาณาจักรริวกิวที่มีชนบทธรรมเนียมประเพณีคล้ายจีน ในปี ค.ศ. 1879 ริวกิวถูกผนวกรวมเข้าเป็นจังหวัดหนึ่งของญี่ปุ่น และถูกตั้งชื่อใหม่ว่า โอกินาวา จากความแตกต่างทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ประเพณี “คนริวกิว” หรือคนโอกินาวา จึงถูกเหยียดหยามจากคนญี่ปุ่นบนแผ่นดินให้ และคิดว่าตนเองถูกปฏิบัติในฐานะประชาชนชั้นสองจากรัฐบาลญี่ปุ่นมาโดยตลอด เหตุการณ์ในตอนที่สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่คนโอกินาวาถูกบังคับจากกองทัพญี่ปุ่นให้ต่อสู้และถูกฆ่าเมื่อขัดขืน จนทำให้คนโอกินาวาเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก โดยสร้างความทรงจำที่ขมขื่นแก่คนในพื้นที่มาโดยตลอด

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อสงครามสิ้นสุด สหรัฐฯ ตั้งฐานทัพและมีสิทธิในการปกครองโอกินาวา ชาวโอกินาวาจึงไม่มีกฎหมายสำหรับรักษาสิทธิของตนเองยิ่งตอกย้ำสร้างความเจ็บปวดและความยากลำบากแก่ชาวโอกินาวาอีกครั้งหนึ่ง กระนั้นในปี ค.ศ. 1972 เมื่อสหรัฐฯ คืนสิทธิในการปกครองจังหวัดโอกินาวาให้รัฐบาลญี่ปุ่น รักรักก็ยังปฏิเสธที่จะคืนสิทธิการครอบครองที่ดินให้แก่ชาวบ้าน แต่กลับยินยอมให้สหรัฐฯ ยังคงตั้งฐานทัพบนเกาะโอกินาวา ซึ่งคิดเป็นพื้นที่ร้อยละ 20 ของเกาะ ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้แก่ชาวโอกินาวามาจนถึงปัจจุบันนี้ แม้นว่ารัฐบาลจัดการกับปัญหานี้ โดยให้ความช่วยเหลือจังหวัดโอกินาวาในรูปของเงินอุดหนุน ที่เรียกว่า omoiyari kin (แปลว่า สิ้นน้ำใจ) (Shuzen, 1993) ก็ตาม

ด้วยเหตุผลด้านภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้นได้สร้างความเจ็บปวดให้กับชาวโอกินาวา จนกลายเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางการเมืองและทางสังคมในระดับท้องถิ่น ด้วยสำนึกที่รักท้องถิ่น ส่งผลให้บางชุมชนมีแนวคิดที่จะจัดการการทรัพยากรและท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น

ทันทีที่โอกินาวากลับคืนสู่ญี่ปุ่น รัฐบาลได้วางแผนพัฒนาโอกินาวาให้มีความเจริญทัดเทียมกับจังหวัดอื่นของญี่ปุ่นควบคู่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยรัฐ สำนักงานจังหวัด บริษัทสายการบิน บริษัททัวร์ ธุรกิจเอกชนท้องถิ่น และสื่อโดยเฉพาะรายการอาหารเพื่อสุขภาพและละครของ NHK¹ มีบทบาทสำคัญที่ทำให้โอกินาวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของคนญี่ปุ่น จากที่เคยมีนักท่องเที่ยว 440,000 คนในปี ค.ศ. 1972 ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมามากถึง 5.6 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2005 สำนักงานจังหวัดมีบทบาทที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเป็นผู้รวบรวมแนวคิดและความต้องการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเสนอแนวทางการพัฒนาและเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว โดยมีนักวิชาการและบริษัทที่ปรึกษาช่วยในการเก็บข้อมูลและร่วมวางแผนก่อนที่จะนำเสนอต่อรัฐบาลกลาง และที่สำคัญคือทางจังหวัดได้เน้นการพัฒนาฐานการผลิตทางการเกษตร และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจนเป็นสินค้าที่นิยมแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว ในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ท้องถิ่นจัดแผนพัฒนาที่สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ โดยความสำเร็จในแต่ละแห่งขึ้นกับความมุ่งมั่นของผู้มีบทบาทนำในแต่ละพื้นที่ และต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดและนโยบายของรัฐ

ที่เมืองโยมิตัน องค์กรปกครองเมืองคิดและวางแผนพัฒนา 10 ปี แต่ทุก 3 ปี จะมีการสร้างแผนปฏิบัติการและแผนการจัดทำงบประมาณในการพัฒนาเมือง ระยะเวลาของแผนพัฒนาของเมืองจะเหลื่อมกับช่วงเวลาของแผนพัฒนาจังหวัด มีการวางรากฐานของสังคม

หมู่บ้านที่เป็นเศรษฐกิจพื้นฐานด้านการเกษตร ประมง อนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติ สร้างหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรม ที่สภาพแวดล้อมเปี่ยมด้วยคนที่มีจิตใจสูงส่ง ต่อจากนั้นจึงได้วางแผนพัฒนาฉบับที่ 2 ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร และภาคอุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และแผนพัฒนาฉบับที่ 3 คือเชื่อมโยงเศรษฐกิจพื้นฐานด้านการเกษตร และการแปรรูปเข้ากับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักคือการคิดหาวิธีที่จะเอาที่ดินชาวบ้านที่ถูกสหรัฐฯ ยึดไปคืนมาด้วยวิธีต่าง ๆ

เมืองโยมิตัน เป็นตัวอย่างที่ เริ่มจากการสร้างฐานการเกษตร กับฐานทางวัฒนธรรม เพื่อให้ชุมชนสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยที่มีผู้ใหญ่บ้านนำชุมชนมาร่วมกันสร้างจุดเด่นของหมู่บ้านด้วย การสร้างหมู่บ้านวัฒนธรรม ที่มีการฟื้นฟูเตาเผาแบบโนโบริกามะ และทำเครื่องปั้นดินเผา และผ้าทอพื้นเมืองที่ทอจากใยกล้วยป่า และขนมที่แปรรูปจากมันสำปะหลัง แล้วจึงพัฒนาเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวเมื่อหมู่บ้านมีความพร้อมในด้านทรัพยากรที่มี ทั้งเครื่องปั้นดินเผา และผ้าทอพื้นบ้านที่เป็นที่ยอมรับด้วยการสร้างชื่อเสียงให้คนรู้จักผ่านผลงานของศิลปินแห่งชาติ และต่อมาได้อนุรักษ์บริเวณพระราชวังเก่า zakimi เพื่อการท่องเที่ยว แต่เป็นการผลักดันของรัฐบาลญี่ปุ่น ที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรมรดกโลก

ในกรณีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เมืองโยมิตัน ประสบความสำเร็จเพราะความสามารถ ของผู้นำท้องถิ่นของเมืองที่มีวิสัยทัศน์ และมีความมุ่งมั่น ต้องการเอาที่ดินของเมืองคืนจากสหรัฐฯ และที่สำคัญคือต้องการสร้างท้องถิ่นด้วยคนโยมิตันเอง ดังนั้นในเมื่อมีผู้นำท้องถิ่นเป็นลักษณะเช่นนี้ก็ได้ปลุกฝังคนในเมืองให้มีจุดยืนเดียวกันได้

¹ NHK:Nihon Housou Kyokai สถานีโทรทัศน์แห่งชาติญี่ปุ่น เป็นองค์กรที่มีลักษณะพิเศษมาแต่กำเนิด เป็นองค์กรนิติบุคคลเอกชน แต่ไม่หวังผลกำไรทางธุรกิจ รัฐบาลสั่งให้ถือว่าเงินที่ลงทุนไปเป็นเงินบริจาคเพื่อสังคม การดำเนินงานทั้งหมดอยู่ในมือของรัฐ จนเมื่อสหรัฐฯ เข้ามายึดครองญี่ปุ่นในนามตัวแทนกองกำลังฝ่ายพันธมิตร จึงได้ประกาศใช้กฎหมายกระจายเสียง 1950 ตั้ง NHK ให้เป็นองค์กรกระจายเสียงสาธารณะอื่นๆ ของญี่ปุ่นซึ่งล้วนมีจุดเริ่มต้นจากเงินกองทุนของรัฐบาลก่อน กฎหมายกระจายเสียง 1950 กำหนดให้ NHK เผยแพร่กระจายเสียงที่มีคุณภาพยอดเยี่ยมประเภทรายงานข่าว การศึกษา วัฒนธรรม และรายการบันเทิง เพื่อสนองความต้องการอันหลากหลายของประชาชนและยกระดับวัฒนธรรมของชาติ (วิภา อุดมจันทร์, 2541, น.141-142)