

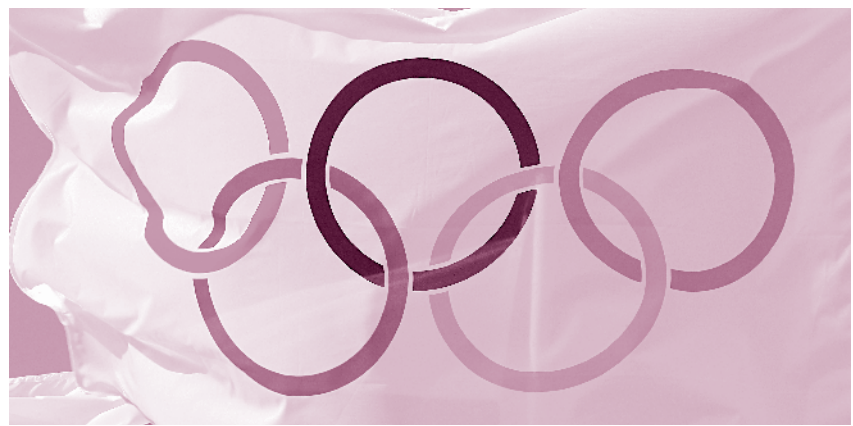
Omotenashi กับ

Tokyo Olympic

พ.ศ.ธวัชชัย เลิศในลัตย์

คณะกรรมการธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

E-mail: orbusiness@hotmail.com



ปี 2020 หรือ อีก 5 ปี โอลิมปิกจะกลับมาที่โตเกียว อีกครั้งหนึ่ง หลังจากครั้งแรกเมื่อ 50 กว่าปีที่แล้ว (1964) Slogan ในครั้งที่แล้วคือ Yokoso หรือ welcome แต่ในปี 2020 นี้คือคำว่า Omotenashi หรือ warm hearted hospitality อันเป็นวัฒนธรรมที่ดำเนินมากกว่า 1000 ปี ของญี่ปุ่น

สิ่งที่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน สำหรับ Omotenashi นี้ มีอยู่ 2 ด้านด้วยกัน คือ ที่พัก (โรงแรม) และอาหาร (ร้านอาหาร) บ้านเรือนจำนวนมาก เปลี่ยนจากบ้านมาเป็น “โรงแรม” ในขณะนี้ มีบ้านจำนวนมากที่เข้าสมัครเป็นสมาชิก เว็บไซต์ Airbnb ซึ่งมีเครือข่ายอยู่



ในฐานะหลักสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นทั่วโลก 192 ประเทศ ใน 35,000 เมือง

คุณมิกิ เป็นอีกรายหนึ่งที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกเว็บนี้ มีบ้านอยู่ที่โตเกียว เขตทากายา รอบๆ บ้านมีบ้านเรือนที่อยู่อาศัย โรงเรียนอนุบาล ซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้มาพัก สามารถสัมผัสกับการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นอย่างแท้จริง ความรู้สึกของคุณมิกิ คือ อยากจะตอบแทนบุญคุณคนต่างชาติที่มาเที่ยวญี่ปุ่น เพราะตัวเองได้ไปเที่ยวในต่างประเทศก็มากแล้ว ในครั้งที่ที่ผ่านมา มีแขกมาพักกว่า 20 คู่ ทั้งจากเกาหลี จีน และยุโรป สิ่งที่ประทับใจแขกที่มาพัก ก็คือ Omotenashi ชั้น 1 ของญี่ปุ่นนั่นเอง คุณมิกิ ถึงแม้จะไม่สนทนาภาษาอังกฤษ แต่ก็พยายามสื่อสาร Morning present for you คือ อาหารเช้าที่ทำกับมือที่ไม่เสียเงิน วันที่อากาศร้อนก็จะให้ขวดน้ำเย็นแก่แขกก่อนแขกออกเดินทางไปเที่ยว เปรียบเสมือนกับการต้อนรับคนในครอบครัวเดียวกัน จากปากสู่ปาก จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ Airbnb ของญี่ปุ่น ก็พยายามผลักดัน Omotenashi อย่างเต็มที่ ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวนห้อง ประมาณ 1,000 ห้อง และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะความต้องการจากคนต่างประเทศ มีเพิ่มสูงขึ้น ทำให้โรงแรมที่มีอยู่นั้นไม่เพียงพออย่างแน่นอน จึงทำให้บ้านที่อยู่อาศัย เปลี่ยนมาเป็นโรงแรม ขยายตัวขึ้นอย่างแน่นอน



อาหารญี่ปุ่นนั้น เมื่อ 2 ปีก่อนได้รับการบันทึกโดยยูเนสโก ให้เป็นมรดกวัฒนธรรมโลกที่ไม่มีรูปร่าง ทำให้อาหารญี่ปุ่นที่เคยเป็นอาหารสำหรับคนญี่ปุ่น ก้าวสู่ภายนอกมากขึ้น ต้องปรับให้เข้ากับต่างประเทศมากขึ้น เพราะในปัจจุบัน มีจำนวนภัตตาคารร้านอาหารญี่ปุ่น ในต่างประเทศ มีประมาณ 55,000 ร้าน เพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าในชั่วเวลาเพียงไม่กี่ปี ผู้บริหารไม่ใช่เป็นเพียงญี่ปุ่น เท่านั้น แต่ส่วนใหญ่

เป็นคนต่างประเทศในท้องถิ่นเท่านั้น ทำไมจึงมีความนิยมเช่นนั้น เหตุผลหนึ่งก็คือ รสชาติ และเมนู ได้มีการปรับให้เข้ากับท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม อาหารญี่ปุ่นต้นตำรับนั้น คนทำอาหารในต่างประเทศจะพยายามอย่างไร ก็ต้องทอดย ุ ประสานสมาคมอาหารญี่ปุ่น คุณโมริตะ จึงได้พยายามนำเสนอตำราอาหารญี่ปุ่นแก่มืออาชีพ ทั้งในเรื่องปริมาณของส่วนผสม รูปแบบการจัดต่างๆ โดยมีการแปลเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน สเปน ต่างๆ เพื่อให้เข้าใจความเป็นญี่ปุ่นที่แท้จริง ให้มีความรู้สึก จิตวิญญาณของ Omotenashi แสดงให้เห็นเบื้องหลัง ไม่เพียงแต่ภาพเบื้องหน้า โอกาสนี้ เป็นโอกาสที่ญี่ปุ่นคาดหวังให้นักปรุงอาหารที่มีฝีมือทั่วโลก ได้ เรียนรู้ร้านอาหารญี่ปุ่นที่แท้จริง ด้วยจิตวิญญาณ

ที่เกียวโต ฐานสำคัญของวัฒนธรรมญี่ปุ่น ก็เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่นี่เองร้านเทมปุระที่เก่าแก่ได้เสริมให้นักทำอาหารได้รู้จักจิตวิญญาณของญี่ปุ่น เพิ่มขึ้น โดยให้เรียนรู้วิธีซาชิมูหรือการจัดดอกไม้ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาพักที่โรงแรมใกล้ๆ ต้องแวะมารับประทานกันมากมาย สิ่งที่น่าสนใจก็คือ ว่าคนต่างประเทศ มาที่ร้านที่เกียวโต สิ่งที่ต้องการนั้น คือความเป็นญี่ปุ่น อาหารที่อร่อยนั้นเป็นเรื่องธรรมดา แต่ต้องการคุณค่าเพิ่ม คือได้ดื่มด่ำกับวัฒนธรรมอื่นๆ

ราเมง ก็เป็นอีกวัฒนธรรมการกินอย่างหนึ่งของญี่ปุ่น ในแถบโยโกฮาม่า มีประมาณครึ่งหนึ่งที่มีเมนูสำหรับคนนับถืออิสลามหรือกลุ่มมังสวิรัต กลุ่มคนต่างประเทศที่นับถืออิสลาม อย่างมาเลเซีย หรืออินโดนีเซีย เพิ่มขึ้นอย่างมาก การปรับเมนูเช่นนี้ ทำให้ความนิยมชมชอบเพิ่มขึ้นอย่างมาก การคำนึงถึงลูกค้าแต่ละคนๆ เช่นนี้ ก็เป็นอีกวิถีหนึ่งของ Omotenashi 