

“งานเทศกาลความตาย (Death Fes): คิดเรื่องความตายอย่างมีสีสันและสนุกสนาน”

ภายในงานมีการจัดโปรแกรม 68 รายการ ไม่ว่าจะเป็น การบรรยายโดยพระสงฆ์ การเรียนรู้เรื่องความตายและการมีชีวิต รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการไว้อาลัยที่เหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน สมาคม Death Fes ได้จัดงาน “Death Fes” ขึ้นที่ชิบูยะ ฮิคาริเอะ ระหว่างวันที่ 12-17 เมษายน 2568 ภายใต้ธีม “ทำให้ความตายดูปิ๊ปปะมากขึ้น และให้คำนิยามใหม่กับการเตรียมตัวล่วงหน้าเพื่อความตาย (ภาษาญี่ปุ่น: ชุคัตสึ)” โดยมีกิจกรรมเวิร์คช็อปและนิทรรศการพิเศษต่างๆ จัดแสดง

มีบริษัทเข้าร่วมออกบูธทั้งหมด 57 ราย และมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 4,200 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าเมื่อเทียบกับงานเดียวกันในปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้น บรรยากาศของงานไม่ได้มีภาพลักษณ์เศร้าหมองเกี่ยวกับความตาย แต่กลับเต็มไปด้วยชีวิตชีวา ตัวอย่างสิ่งที่น่าสนใจมีดังนี้:



(ซ้าย) หน้ากากความตายที่หล่อจากใบหน้าของผู้ล่วงลับ (โดย สตูดิโอ Sukarabe) ได้รับการชื่นชมจากครอบครัวของผู้เสียชีวิตว่า “รู้สึกราวกับได้พบกับผู้ล่วงลับอีกครั้ง” ราคาหล่อด้วยปูนปลาสเตอร์อยู่ที่ 165,000 เยน ส่วนวัสดุบรอนซ์อยู่ที่ 363,000 เยน



(ขวา) ชุดเอ็นดิงเดรส (โดย Y2 Planning) มีราคาตั้งแต่ 40,000 เยน ถึง 300,000 เยน ในปี 2567 มียอดขายทั้งหมด 200 ชุด



เพชรจากเถ้ากระดูกผู้ล่วงลับ (โดย Algordanza Japan) ผลิตขึ้นโดยการสกัดคาร์บอนจากเถ้ากระดูกในโรงงานเฉพาะทางที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เนื่องจากมีผู้สั่งจองเป็นจำนวนมาก จึงใช้เวลาประมาณ 1 ปีกว่าจะได้รับสินค้า สีของเพชรจะเปลี่ยนไปตามองค์ประกอบของเถ้ากระดูก ทำให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ราคาประมาณ 583,000 เยน ถึง 3,000,000 เยน

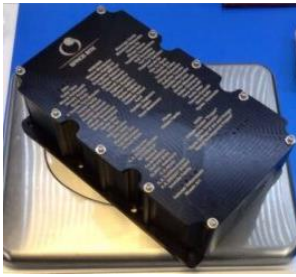
☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☒ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☒ อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
11000

Office of Commercial Affairs,
Royal Thai Embassy, Tokyo JAPAN
สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ
ณ กรุงโตเกียว

TEL : +81-3-3221-9482
FAX : +81-3-3221-9484
E-Mail : thaitctokyo@thaitrade.jp
Website : www.thaitrade.jp



(ซ้าย) **พีซีพีแบบส่งไปอวกาศ** (โดย Space NTK) เป็นบริการที่นำเอากระดุกหรือของที่ระลึกของผู้ล่วงลับบรรจุในดาวเทียม แล้วส่งขึ้นสู่อวกาศด้วยจรวดของบริษัท SpaceX จากสหรัฐอเมริกา ดาวเทียมจะโคจรรอบโลกเป็นเวลาหลายปี และสุดท้ายจะเผาไหม้กลายเป็นดาวตก ค่าบริการอยู่ที่

11,000,000 เยน

(ขวา) **โลงศพสุดหรูหรรษาและงดงาม** (โดย Grave Tokyo) มีราคาประมาณ 250,000 เยน



ภายในงานมีกิจกรรมที่เปิดให้ผู้เข้าร่วมงานเขียนสิ่งที่ตนสงสัยหรือกังวลเกี่ยวกับความตายอย่างอิสระ มีหัวข้อหลากหลายถูกหยิบยกขึ้นมา เช่น การสืบทอดทรัพย์สิน ความตายอย่างโดดเดี่ยว และการรณฆาต เป็นต้น

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

ญี่ปุ่นกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ โดย ณ ปี 2566 มีประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า 29% ของประชากรทั้งหมด เมื่อจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น การวางแผนเพื่อเตรียมตัวสำหรับช่วงสุดท้ายของชีวิตหรือที่เรียกว่า “ซุคตสึ” ก็เริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น

นอกจากการจัดการมรดกและข้าวของเครื่องใช้แล้ว ยังมีประเด็นเรื่องการจัดการหลุมศพของบรรพบุรุษที่เริ่มกลายเป็นเรื่องยากขึ้น เนื่องจากการย้ายถิ่นฐานมาอยู่ในเมือง ทำให้ผู้คนต้องเลือกวิธีการจัดการกับเถ้ากระดูกรูปแบบใหม่ เช่น การย้ายหลุมศพ หรือการเลือกวิธีการจัดการเถ้ากระดูกที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต ซึ่งปัจจุบันมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงบริการโปรยเถ้ากระดูกในประเทศไทยด้วย

นอกจากนี้ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับพีซีพีและการระลึกถึงผู้ล่วงลับก็มีความหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน ตัวอย่างจากงานแสดงสินค้าอีกแห่งหนึ่งมีการแนะนำโกศนำเข้าจากอิตาลี และโลงศพจากเวียดนาม รวมถึงของที่ระลึกสไตน์โมเดิร์นที่ผลิตทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก รวมถึงสินค้าเฉพาะทางสำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น ชุดกรอปรูปพร้อมที่ปักรูป เป็นต้น

ประเทศไทยซึ่งมีความเชื่อทางพุทธศาสนาใกล้เคียงกับญี่ปุ่น จึงอาจมีศักยภาพในการพัฒนาและจำหน่ายสินค้าด้านนี้ได้เป็นอย่างดี

อีกจุดเด่นหนึ่งคืองานแสดงสินค้าเทศกาล Death Fes ที่ปรากฏในข่าวครั้งนี้ ซึ่งมีแนวคิด “ทำให้ความตายดูป๊อปมากขึ้น” และพยายามเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ การที่ผู้คนเริ่มสนใจซุคตสึตั้งแต่อายุน้อย นอกจากจะสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมแล้ว ยังเชื่อมโยงไปถึงกระแสนิยมแบบ minimalism และอาจส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจไทย เช่น ความต้องการสินค้าเชิงจริยธรรม (Ethical products) ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ และความสนใจในพุทธศาสนาแบบไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

สำหรับงานแสดงสินค้าและบริการแบบ B2B ที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวล่วงหน้าสำหรับช่วงสุดท้ายของชีวิต (ซุคัตสึ) “ENDEX” (เว็บไซต์: <https://ifcx.jp/en/>) ถือเป็นงานแสดงที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น โดยในปีนี้มีกำหนดจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 11 ระหว่างวันที่ 10-11 กันยายน 2568

นอกจากนี้ ยังมีงานแสดงสินค้าอีกงานที่เน้นเฉพาะกลุ่มสัตว์เลี้ยงคือ “INTERPET” (<https://x.gd/1fbIS>) ซึ่งมีการแสดงสินค้าหรือบริการเกี่ยวกับพิธีศพและการรำลึกถึงสัตว์เลี้ยง (Pet Ceremony & Memorial Service) ด้วยเช่นกัน

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น
แปลและเรียบเรียงจาก

หนังสือพิมพ์ Nikkei MJ ฉบับวันที่ 5 พฤษภาคม 2568