

勝過其他地方。

「超瞎」的方向有了，但，嘗試創意，卻失敗連連。

「童話森林」是第一個點子，把白雪公主、七矮人、灰姑娘等卡通人偶放在杉木林裡，一個暑假過後，人潮沒了；「精靈部落」是另一個點子，以歐洲城堡、山中精靈來製造話題，也失敗。

第一步，忤逆股東、惡搞40年招牌

林志穎心力耗盡，百般無奈跟「牛哥」聊起家族歷史，這家飯店是阿公日本時代買下的林地，阿公在此經營「登山房」（早期讓登山客住的地方，飯店前身）、賣雜貨，當時，阿公還養了一隻小黑熊、小雲豹，聽到一百年前的老故事，牛哥眼睛亮起來，「啊，就用阿公的故事啊……，」牛哥說。

於是，阿公的日本名「松林勝一」，成了商店街的街名：「松林町」，黑熊變成「枯麻」，命名來自熊的日文發音；雲豹取名「八豆」，與台語「肚子」同音，因為雲豹飢餓時肚子會出現的「八」字形；商店街以紅色為主色，紅燈籠、紅樑柱，打造成日本「鳥居」模樣，鳥居為日本神社入口，為人類通往神界的門。

一切就緒，客人還是沒來。第一個企畫部門的員工陳柔樺，今年三月滿五年，她說：



扮誰像誰，要演就演到底。妖怪村裡，從小販到大富家，從吃的商品，到送人的伴手禮，維持一貫的KUSO。

「剛來的時候，都沒什麼人，後來，慢慢的，就要『借過一下，借過一下』……。」

以「松林町」為主軸打造商店街後，遊客因新鮮感而變多。但，真正暴紅，卻是網路上一篇將商店街形容為「妖怪村」的文章。

「妖怪村」吸引大批媒體來採訪，但，妖怪村在哪？警察也不知道，最後問到林志穎，他聽了媒體形容，回答：「就我家啊！」

當時，他掙扎是否要打出「妖怪村」名號？長輩是否能接受？會不會嚇跑遊客？他想起菲律賓的「瞎」經驗，讓他忘不了。「太正常，會讓人記不住，」他下結論。

要把一個四十年的老招牌，改成一箇禁忌的名稱，股東長輩那關，不好過。股東會上，他提出將飯店改名妖怪村，被長輩狂轟「背骨」（叛逆）。之後，隨著塞車成績單日益明顯，妖怪村變成飯店招牌的「主標」，明山變成「副標」，但飯店董事長、林志穎伯父林光演的名片上，仍然大大印著明山。

儘管長輩半信半疑，但既然妖怪紅了，林志穎、牛哥決定放寬尺度。不只妖怪推陳出新，還大玩文字遊戲。

例如，餐廳叫「妖怪有樂町」；柱子上寫著「請說人話」，吧台上寫著「掙點小錢服務台」。外頭的電影看板，則貼著「肛門人3——總桶府出資、馬英八監製」等海報。

店家的商品名也稀奇古怪，例如「妖獸七辣麻辣豆腐」、「狗始糖」（花生糖）；「地獄拉麵」菜單送上來令人傻眼，「菊花辣」、「脫肛辣」……KUSO、禁忌，無處不在。

林志穎心知肚明，光是妖怪造型與KUSO文字，看多次也會膩，「要維繫人潮，創意表演、活動是必要的，是活招牌。」

妖怪村有個企畫部門，員工戲稱是妖怪心臟，專門製造驚喜，它是近五年員工人數成長最快的單位，從一個人變十六個人。

隨著名氣漸響，主動上門的員工慢慢變多，台藝大碩士林曉君，就是其一。

三年前，她在網路上看到妖怪村的報導，