

# 東北 VALUE SIGHT 山形



山形県飯豊町観光協会 事務局  
**二瓶 裕基** (にへい・ひろき)

1974年山形県飯豊町生まれ。  
山形県立長井工業高等学校機械科卒業後、鉄工、舞台音響・照明業者、損害保険代理店、建築不動産会社営業マンを経て、2002年飯豊町観光協会入社。  
「町づくりは人づくり」をモットーに日々企画営業に邁進中。主に飯豊町の観光全体の指針を示しながら「観光戦略」を担当。  
山形県飯豊町観光協会  
〒999-0604 山形県西置賜郡飯豊町大字椿1974-2  
TEL 0238-86-2411・FAX 0238-86-2422  
E-mail: iide@iikanjini.com  
URL: http://www.iikanjini.com

人口約8,000人（平成22年国勢調査）の飯豊町に、年間約2,000人の台湾人観光客が訪れる。日本（約1億2,000万人）に例えれば、年間約3,000万人の台湾人観光客が来日する計算だ（平成23年の訪日外国人旅行者は全体で621.9万人。JNTO調べ）。この驚異的な実績はどうやって生み出されたのか。その取り組みを紹介する。

## 台湾からの観光客に スノーモービルを 楽しんで もらう —観光に必要なのは攻めの姿勢ともてなしの心—

### 地域のハンディを逆手に

飯豊町は雪の多い町である。4月の終わりまで雪が残っているため、これまで、冬期間の観光は大変厳しい状況にあった。

そこで、私たちはスノーモービルに着目した。幸い、私もJSSA（日本スノーモービル安全普及協会）認定のインストラクター資格を持っていたので、なんとかこれを観光に結び付けられないかと考えた。

平成16年頃から、地元の旅行会社などと連携して、スノーモービル体験ツアーを始めた。最初は細々と行っていたが、営業活動を行っているうちに、だんだん観光関係の方々から興味を持ってもらえるようになった。

平成20年に、よねおりかんこうセンター（高島町）のマネージャーさんから、「スノーモービルや雪遊びをしたいお客さんがいるのだけど、段取りできるかな。バス10台で300人くらいだけ」というお話をいただいた。これほど多くの観光客を1度に受け入れたことはなかったが、問題は後から考えれば良いと思っただけで快諾した。

あらかじめ準備を整えたところ、そのマネージャーから再度連絡があった。「言い忘れていたけど、お客さんは全員台湾人だよ」。

### 台湾人観光客に大好評

戸惑ったことは言うまでもない。第一、台湾語が分かるスタッフなど一人もいなかった。「入り口と出口はINとOUTと書くしかない」「便所はTOILETと書くしかない」、その程度の準備がやっとであった。

年が明けて、いよいよ300人の台湾人がやってきた。正直、恐る恐るお迎えしたが、「ニーハオ」と挨拶して身ぶり手ぶりで対応していたら、みなさんスノーモービルや雪遊びを楽しんでくれた。そして、バスが帰るのを、台湾の旗を持ってスノーモービルで追いかけたら、車内から手を振ったり写真を撮ったりするお客さんがたくさんいた。

後で知ったことだが、その頃、台湾からは他の団体客も山形県を訪れていた。そして、添乗員さんたちが台湾に戻って会議を開いたところ、私たち飯豊町の歓迎ぶりやもてなしが大変好評だったという。それで、次第に多くの台湾団体客が飯豊町を訪れるようになり、気がつけば、20年度は910人、21年度は2,120人のスノーモービル体験を受け入れていた。今では、台湾の旗をあしらった歓迎のぼりや、台湾での営業用翻訳チラシなども作成している。

もちろん、私たちの力でここまでたどり着いたのではない。ここでは書ききれないほど多くの方々にご協力をいただいた。私たちは、その一人一人を“先生”だと思っている。

### 売るのは商品ではなく自分

もっとも、私たちもただ台湾人観光客が来るのを待っているだけではない。台湾での営業活動も積極的に行っている。世界一の規模といわれる台湾国際観光博覧会にも出展して、飯豊町をPRしている。

私の営業ツールは名刺1枚である。名刺には、自分がスノーモービルのインストラクターであることが書いてある。それから、日本のビール瓶と台湾のビール瓶を交差させたマークを刷り込んでいる。実は、このマークがポイントなのだ。

私の名前（二瓶）は、台湾語でリャンピンと読む。リャンは数字の「2」、ピンは「本数」を表す。つまり、二瓶（リャンピン）とは、台湾で「2本」を意味するのだ。それがマークの意図である。

現地で、相手に名刺を見せながら、「私の名前は二瓶（リャンピン）です」「リャンピン（2本）とは変わった名前だな」

「でもビールは10本飲みます」

「ははは、リャンピンは面白いやつだ」と話しているうちに、だんだん場が和んでくる。

そうすると、台湾の旅行会社の社長さんが、「じゃあ、リャンピンのところ（飯豊町）に、スノーモービル体験ツアー客を1,000人募集するよ」と言ってくれる。それで商談成立だ。

私は、営業マンとしての経験から、「営業は商品ではなく人を売るのが仕事だ」と教えられた。それは観光も同じで、まず自分を知ってもらってから地域を知ってもらう方が効果的だと考えている。

### 「できない」と言うてはいけない

観光協会のオフィスには、私が考えた「社訓」が掲げられている。

- ・会員とお客様の為に努力を惜しむな！
- ・できない理由よりやる方法を考えよ！
- ・経営観念を持て！一人ひとりが社長さん！



今年5月に行われた台湾国際観光博覧会でも、多くの来場者に飯豊町をPRした。

第一の社訓は、観光協会の収入は会員の会費から成り立っており、また、お客様（観光客）がいてこそ協会の存在意義があるからである。それゆえ、会員などに呼ばれたらすぐに動けるよう、協会のスタッフTシャツを作った（冬はスタッフジャンパー）。

第二の社訓は、何事も「できない」と言うては前に進まないからである。初めて台湾の観光客を受け入れた時も、どうしていいかわからないところもあったが、「何をしたらいいか」を真っ先に考えた。平成22年度からは、台湾人観光客を対象に、農家民宿体験の受入も始めたが、受入側はほとんど台湾語ができない。それでも、筆談などでコミュニケーションの努力をすれば、相手に気持ちが通じると考えている。

### 観光協会は収益事業体であるべき

第三の社訓は、観光協会は利益を出さなければ存続しえないと考えるからである。観光協会には町からの補助金もあるが、自分たちで儲ける努力をしなければ、観光客の満足を得ることはできない。

利益を追求することで、どうすればもっと（台湾人に限らず）町を訪れる観光客に満足してもらえるか、どうすればもっと笑顔になってもらえるかを、協会スタッフのみんなが考えるようになる。だから、スノーモービル体験でも、お客様からコーディネート料をいただいているし、視察に対しても視察料をいただいている。お金は、観光客の喜びと笑顔の対価である。

協会では、農家民宿体験で観光客を受け入れている方々にも利益が出るシステムを作っている。町を離れた息子や娘が、「うちの父ちゃんと母ちゃん、台湾人を受け入れて面白いことをしたら、金も意外と儲かっているみたいだな」と感じたら、Uターンが進むかもしれない。

そのためには、今後も経済効果を上げていく努力を惜しんではいけないと考えている。