

株式会社うめひかり 代表 山本将志郎さんに聞く

人気YouTuberとなった 伝統製法の梅干し屋



▲若手梅農家集団「梅ボーイズ」のイチオン商品 無添加 梅と塩



▲完熟した梅を収穫する様子



2024年6月1日から食品衛生法が改正になり、昔ながらの梅干しの製造を断念する農家の現状がニュースになりました。そのような中で、YouTubeやクラウドファンディングも活用しながら、梅農家の継承活動に取り組む若手経営者がいます。NHKの番組でも取り上げられるなど注目の起業家で、創業4年目で売上高1億円を達成している「梅ボーイズ」の山本さんに話を聞きました。

伝統的な梅干し作りの 危機に直面

梅農家であり、起業家でもあり、さらにYouTubeチャンネル登録者数5.79万人(7/9現在)の人気YouTuberという3つの顔を持つ山本将志郎さん。2024年3月末に、日本の梅干し作りを救おうとクラウドファンディングを開始しました。きっかけは、食品衛生法の改正です。改正によ

って製造業許可を取得する条件が厳しくなり、原材料と器具等の洗浄設備をそれぞれ有することが追加されました。

「この法改正にあたり、設備投資にお金がかかるので、“梅干しを作るのは終わりにしようと思っています”という声をちらほら聞くようになりました」と山本さんは話します。和歌山県紀南の産直では、2023年10月以前までは6人ほどいた個人

の梅干し生産者が2024年6月以降はゼロになってしまう可能性があると思った山本さん。梅干し作りを絶やしたくないと、クラウドファンディングを立ち上げたのです。

「生計を立てるとはいかないまでも、“生きがい”として梅干しの製造販売をしてきたようなお年寄りが多くいます。そういう方たちは、設備投資をしても利益が回収できる見込みが立たないというのが現実です。つまり道の駅に置いてあるような農家の手作り梅干しが、なくなっちゃうかもしれないと思ったのが大きいです」

すでに、山本さん自身はこの新基準を見越して、2023年に約4,000万円かけて製造所を新設する手を打っていました。しかし、全ての作り手が同じように対応できるわけではない、日本のそれぞれの地域に残る梅と梅干し作りを継承したいとの思いから3つの生産者（事業者）と連携し、三重県、神奈川県、愛知県（2箇所）に梅干しの製造所を整備すると決めました。クラウドファンディングのリターンには、連携農家が生産した産地固有の梅で作った梅干しの食べ比べセット、梅収穫体験（梅10kgのお土産つき）、通常は販売していない特別グッズなどを用意しました。こうして、6月1日までに1,691人の支援があり、目標の100万円を大幅に上回る約1,270万円の資金が集まりました。

「まずは手始めに、愛知県と神奈川県の方々と協力して小さな梅干し製造所を整備して、地域固有の梅『佐布里梅』と『十郎梅』の梅干しを守っていくところから進めています」と意気込みを見せます。

梅業界を変えたい！と意気込んだものの挫折

今では「梅ボーイズ」としてメディアに取り上げられることも多い山本さんですが、大学卒業後は企業に就職する予定で、家業を継ぐつもりはなかったそうです。しかし、梅農家を継いだ兄の「梅を栽培した後は、どの梅も甘い調味液に漬け込むので均一な味になる。正直、やりがいが無い」という言葉に心を動かされます。それは、各農家が一生懸命育てた個性ある梅が、生産現場を離れた場所で均一な味に加工されてしまうという現実でした。

当時も今も、甘い梅干しが好まれていますが、山本さんと兄は、子どものころから食べ慣れた、甘くない梅干しが大好きだったそうです。しかし、農家は栽培に特化し、自分の育てた梅を業者に卸するのが一般的で、生産と製造という分業が進んだ現在において、いくら甘い梅干しより酸っぱいものが好きだからといって、農家が自分たちで作ったものを売ろうとしても販路がありません。

そこで、山本さんは「梅の味が生きた酸っぱい梅干しを残したい。同時に梅業界を変えたい！」と、梅農家かつ梅干し製造



天日干しの様子



左：新規就農者の集団である「梅ボーイズ」のメンバーたち。前列右から2番目が山本さん
右：就職をやめ、ピンク色の軽トラックで日本を一周したときの様子

者になることを決心します。

しかし、想像以上に現実には厳しかったと言います。

「全国のスーパーや催事場で梅干しを売って歩いたのですが、1日の売上が1万円にも満たないんです。それが半年くらい続いたとき、どうしようかと思いました。このままではいけないと焦りましたし、精神的に本当にきつかったです」

1年間「ドサ回り」をすると決めて、軽トラックで全国を周って梅を販売しました。しかし、自信のある良い梅干しを出していたのになかなか売れなかったのです。

「梅業界を変えたいとこの世界に飛び込んだものの、意気込みすぎて、地に足がついていなかったんです。一梅干し屋いちにもなりきれていなかった」と言い、「お客様に集中することが大事と気がついた」と語気を強めます。

今ではBtoCという方法があり、顧客と対面する方法ではなくてウェブで売るという方法もあります。しかし、山本さんは最初からそれをやらなくてよかったと思っています。直接、お客様と話し、声を聞いた経験があってこそ今があると言います。

「やっぱり日常から酸っぱい梅干しを食べているという人は、マイナーな存在なんです。でも全国を回る中で、そういう方にたくさん出会えました。甘い梅干ししか知らないという人に、酸っぱいものがあるということを知ってもらえただけでも価値がありました。酸っぱい梅干しが好きな人たちが、食べ続けられるような価格に設定していくことも大切。それを学べた対面販売の経験は財産です」

全国から梅農家になりたいと若者が集結する会社に

日本一周から帰った後の2019年、「梅農家が作った昔ながらの酸っぱい梅干しを残したい！梅農家が誇りを持てる梅干しを作りたい」と、同じような志を持つ仲間を募り、「梅ボーイズ」と称し、梅干し屋を創業します。

起業した会社名は「うめひかり」。10畳ほどのスペースで漬けた梅干しは、2年で全国の100を超える店舗で取り扱ってもらえるほどに成長しました。

会社の特徴は、新規に農業を始めたいという若者を社員として雇うことです。その結果、将来を担う若手農家希望者たちがぞくぞくと就農のために全国からやってきて、規模が拡大しています。

これまで、農業を始めたくても諦めてしまう例をたくさん見て、残念に思ってきた山本さん。新規就農には主に3つの壁があると言います。

「1つ目は、新規就農者を育成してくれるような研修先が少ないことです。いつか独立したい新規就農者は、農作業とともに経営ノウハウを学びたい。一方、受け皿となる既存農家は、育成よりも作業人材を確保したい。そこにミスマッチが起こっていると感じました。2つ目に、なかなか農地が手に入らないということです。知らない人よりも親戚や近所の方に優先して農地を貸していきます。農業を始めて間もない人に貸すのは怖いというのが本音です。3つ目に、農業で稼げるまで時間がかかることです。梅の場合、植えて収穫できるまでに7年はかかります。その間の収入をどうす

るかという問題です」

山本さんは、農家になりたい若者のためにどうしたらいいかと考えあぐねました。そして、会社が農地を持ち、若者を社員として雇って、「やりがい」を作っていく仕組みづくりをしました。

会社で大事なものは人材育成に 尽きる

今の農家の平均年齢は68.4歳。高齢化が課題になっています。梅産業においてもそれは同様で、貴重な若手の育成をどのようにしているのでしょうか。伺ってみると、独特の方法がありました。

「頑張れば2年ほどで農園長というマネージャークラスになれる仕組みにしました。自社栽培農地を1町ごとに区分けして、区ごとに農園長を置いています。農園長の日報によって、この人は他人の2倍以上のスピードで働いているというようなことが明確になるので、農園長同士は自然とお互い切磋琢磨して腕を磨きますし、頑張った分だけボーナスが支給され、収入が上がるようにしています」

他にも、農家一人ひとりの腕を磨くために、草刈り、選定、収穫という作業ごとに腕がいいと評判の農家を講師に呼んで、技術研修も怠りません。

「従来、農家は親が先生の場合がほとんどで、親以上の腕を持つのは難しいんです。でもこうして環境を整えることで技術を上げられます。僕はそれを評価して、社員に納得してもらい、給料に反映していきます」

これまで、農家は家族労働が主であり、一人ひとりの働きが適正に評価されていな

かったと思う山本さん。農業経営には、作業を細分化していくことが大切で、畑ごとの売上はもちろん、剪定、収穫にどのくらいの時間と人手がかかったかを把握し、その上で、効率を上げるために何をしたらよいか、一人ひとりがどうしたらやりがいを持って継続できるか考えていくと言います。

今後も、「酸っぱい梅干しを次世代に繋ぐ。」というミッションのもと、これまで培ってきたノウハウや自分たちの経験を全国の産地に伝え、全国のその土地ならではの梅で作った梅干しを守りたいと語ります。



2024年新設の梅干し製造所



新製造所の外観



旧製造所での製造の様子