

事例紹介

キムチ販売で地域経済・雇用を
活性化

有限会社うめちゃんキムチ本舗 代表取締役
阿部 梅子

私は韓国のソウルで生まれ、20年前に山形県の旧朝日村（現・鶴岡市）に嫁に来ました。私が嫁いだところは、本当に山奥で家が11軒しかないんですよ。運転免許がないと住めないような場所です。

キムチ販売のきっかけ

キムチの販売を始めたきっかけは、日本に来て5年ぐらいたってから、「月山あさひ博物館」という施設で、料理コンテストがあったんです。そこで、いきなり最優秀賞をもらいました。それで、新聞に載ったりして自信がつきまして、そのとき初めて、勇気を持って何かしなくちゃならないと思ったんです。それから、私が韓国から来たとき、外国人はほとんどいなかったのですが、だんだん中国、韓国、フィリピンの人が増えてきて、役場がエスニック料理講習会を始めました。フィリピンや中国、韓国から来たお嫁さんが料理を教えるのですが、そこでも私の作るキムチ、韓国料理、肉料理が日本人受けし、すごく人気がありました。みんなが褒めてくれると何か嬉しいですね。それがキムチ販売を始めたきっかけです。



朝日村の風景

物産館で販売を始める

最初はキムチを袋詰めし、空気を抜く機械もないから、手で一生懸命絞って、袋に入れて、家族にも手伝ってもらいました。夕飯後から始めて朝の4時までやったときもあります。その甲斐もあり、少しずつ売れたのですが、でも、何か物足りないなと思っていました。

そんなときに庄内観光物産館という、観光客が全国からたくさん来る、道の駅みたいな施設で店頭販売をすることになりました。外にテントを張って、観光客がいちばん多く来る、月曜日と水曜日には親戚のかわいいお嬢さんにチマチョゴリ着せて売りました。私は当時、日本語もあまりわからないから、その人たちに前に出してもらって、私は後ろで日本語を覚えながら売っていました。そうしたら、観光客のおじいちゃんやおばあちゃんたちが、バスから降りたらにぎやかな服を着ている人がいるので、興味津々で近寄ってきて、キムチを買ってくれるんですね。おもしろいことに、1人買うとみんな買ってくれるんですよ。「これだ!」と思ったんです。ただキムチを置いてだけで説明もしないで売ったら、ぜんぜん売れない。チマチョゴリを着て説明を



庄内観光物産館のテナント

加えて売ったところ、それが当たったんです。もう昼の2時ぐらいで全部売り切れしました。それからおもしろくなって、夜も寝ないでキムチをつくって頑張りました。

ところが、あるとき、物産館の責任者が代わったんですよ。あまりキムチを好まない方で、ここは工事するから店頭販売を中止してほしいと言われました。当時従業員を日本人と韓国人合わせて8人雇用していましたが、給料が払えなくなり、そのときは自分の子どもにかけていた保険とか、全部下ろし給料にまわしました。そして3か月間私は必死で営業に回りました。そんな折、ある方がジャスコの店長を紹介してくれて、その方はキムチが大好きな店長で一発で決めてくれました。でも、商品を置くだけじゃなくて、チマチョゴリ着て店頭販売をしたら1か月に100万円ぐらい売れたんですよ。それで、なんとか給料が払えるようになりました。

それでも私は、庄内観光物産館で絶対また販売したいと思っていました。そこでボランティアの方を通して知り合った出羽庄内国際村という国際交流事業や多文化共生に取り組んでいる団体の館長さんに相談しました。館長さんの協力もあって、また庄内観光物産館で販売できるようになり、店頭販売だけではなくてテナントにも入れるようになりました。それからほかにもいろいろ営業に回って、無我夢中で頑張り大変な時期も乗り越え、経営も安定するようになりました。

韓国料理店をオープン

私は、「ああ、このぐらい売ればひと安心かな」と、自分の本当にやりたいことをしたいと思い、鶴岡市内で韓国料理店を始めました。宣伝も一切しないで始めたのですが、私があちこちのイベントで一生懸命販売をやっていたので私を知っている人が多くいて、お店は毎晩お客さんでいっぱいになりました。

それから戸沢村というところがあるんですけど、韓国から何十人も嫁に来たときがあり



高麗館

ました。その当時村には予算がたくさんありました。その当時の村長さんが韓国人のお嫁さんがたくさんいるのに、普通の道の駅をつくってもつまらないなと考えて、高麗館という立派な建物をつくりました。そこで韓国人たちが役場と第三セクターと一緒にやったんですけど、赤字続きでした。

私は、その建物がうちの朝日村にあったら、チマチョゴリ着て、うちの韓国人の人たちとうまくやるのにと考えていたんですよ。うらやましくてね。建物も立派だし、チマチョゴリ着ても似合うから。そう思っていたら、最上川舟下りの社長が私のところに相談にきて、「梅子さんやらないか」って言われました。15年間毎年赤字続きということもありとても不安でしたが、高麗館での販売を長年夢みてきたので、決意しました。

もともとラーメン屋さんだったお店を韓国料理のファーストフード店に切り替えました。店の前にはテントを張り、とにかく目立つように模様替えをし、いろいろと工夫をして販売したところ、口コミで広がり、徐々に集客が増えました。売り上げもグンと伸び、繁盛期のGWや紅葉のシーズンには、一日で100万円近い売り上げとなりました。

このように高麗館にも弊社にもよい結果となり、販売に踏み切って本当によかったと実感しております。

今現在、韓流ブームが続いているので、また新たな事業展開を考えているところです。

地域の雇用を生み出す

うちには従業員が、日本人、韓国人、中国人合わせて24人います。日本人には、事務、まとめ役の工場長、配達などを主に担当してもらっています。韓国人と中国人にはキムチ製造とイベント販売を担当してもらっています。それから障がいのある人も一人雇っています。障がいがあるといっても、明るく元気で休まないし、仕事にはまったく不自由はありません。力もあってとても役に立ってくれています。

困ったこともあって、日本人は真面目できちっとやっているんですけど、外国人はルーズなところもあって、いろんな問題が起こります。いろんな所から来ているから国や文化も違う、言葉も違う。例えば、トイレが汚れた場合、日本人は外国人のせいにするんですね。日本人から「あなたたち、トイレはきれいに使ってください」とみんな言われるんですね。何度注意しても改善しないので、日本人の事務員が、中国語と韓国語でトイレに注意の紙を貼っておいたんです。そしたら韓国の人に「それはおかしいでしょ。日本人だって汚すときあるでしょ」と言われました。それでうちの事務員に「日本語でも書いてください」と言って、書いてもらったんです。そしたら事務員が不機嫌になって、「ぜったい日本人は汚してもきれいにします」と言うんです。こういうささいなことでもめることもありました。

また、外国人の場合、明日イベントがあるとき、急に「ちょっと熱が出て」と言って休む場合があって、そういうときは大変です。韓国と中国の人はちょっとルーズなところもありますけど、「明日死んでも今日のうちは」と一生懸命やるし、日本人は休まないけど、仕事のスピードが少しゆっくりになるんですね。だから、私はそういうときの場合のために、月曜から金曜までずっと現場にいるようにします。人を一人余分に使ってる、そういう感覚ですね。そうやって私が現場でうまく調整

しています。



キムチ造りの様子

多文化共生とは

多文化共生とは、人間はみな同じということだと思います。いろんな人が来て言葉とか文化が違うだけで心はつながっているんです。私は日本に嫁に来て、旦那と言葉が通じなくても目で話すことができたし、いろんな人のいろんな文化が違って受け入れることが大事。人間というのは世界どこにいても同じだと思いますから。

略歴：

阿部 梅子（あべ・うめこ）

韓国・ソウル市生まれ。韓国名は金梅永（キム・メイヨン）、日本名は阿部梅子。韓国で印刷会社に勤務後、山形県朝日村（現・鶴岡市）在住の日本人と知り合い、31歳で来日・結婚。当時の村では外国人花嫁第1号。自宅で作ったキムチが近所で評判になり、平成8年からキムチの製造、販売などを手掛け、現在は有限会社「うめちゃんキムチ本舗」を運営するほか、市内に韓国料理店「チング」を運営。地域の物産館にてキムチを販売することで、観光客増加と物産館収益増加の一役を担い、さらには、アジアから来た花嫁さんを積極的に雇用し、経済面・雇用面で地域に貢献している。