

Ker

The Kyushu Economic Research Institute
鹿児島県の経済が分かる情報誌

鹿児島を動かす人々
PEOPLE in
Kagoshima

鹿児島オリブ株式会社
代表取締役 水流 一水氏

7 2024
月号
Vol.412

調査
レポート

多様化する住宅ニーズと
空き家活用

トピックス

2024年
夏のボーナスの使い道に
関する調査について

ker
The Kyushu Economic Research Institute
株式会社 九州経済研究所

CONTENTS

- 01 コラム
うなぎの寝床 Vol.43 P.N. 赤と黒
- 02 南の風
公益社団法人
鹿児島県トラック協会 会長 **鳥部 敏雄** 氏
- 04 PEOPLE in Kagoshima 鹿児島を動かす人々
Episode 15
鹿児島オリーブ株式会社 代表取締役社長

水流 一水 氏今月の
「1本」

P04:鹿児島県日置市では、オリーブで町を盛り上げるプロジェクトに取り組んでいる。

- 10 調査レポート
多様化する住宅ニーズと空き家活用
- 16 トピックス
**2024年
夏のボーナスの使い道に関する調査について**

- 19 Monthly Trend
コメの価格上昇
～猛暑とインバウンド需要で需給が逼迫～

経営のヒント

- 20 **ビジネスQ&A【法務】**
- 22 **上海だより**

- 24 湯ネスコ
- 26 経済概況
- 32 **今月の注目指標** 路線価
- 33 経済日誌
- 36 アートに触れる Vol.49 ヨシサコ ツバサ 氏
- 38 まちとひと Vol.07
門間 ゆきの 氏

ご案内

- 40 **事業継続力強化計画策定講座**
- 41 **かごしまTechミーティング**
- 42 **新商品開発入門セミナー 参加者募集**
- 43 **販売力強化セミナー 参加者募集**

- 44 BOOKs 今月の1冊・6月のBEST10
- 45 2024 KERデータブック発刊
- 46 **「KER×373 news」のご案内**
- 48 次号予告・編集者のつぶやき

表紙写真：開聞岳とひまわり畑。6月中旬から8月中旬に見ごろをむかえる。



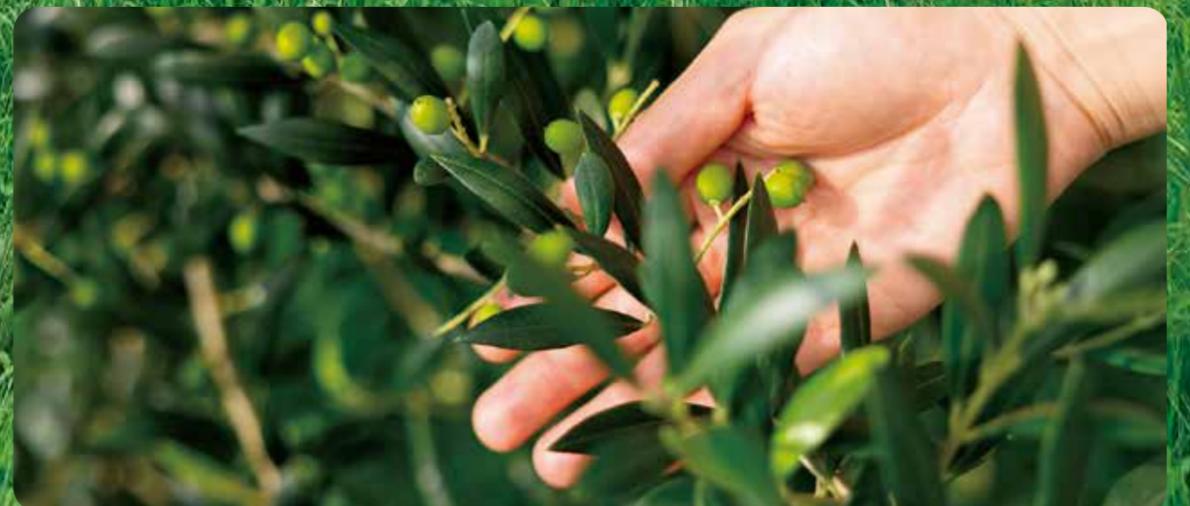
ヤマサハウスの連売住宅「コレクトハウス」(左、P13)と南日本ハウスの niko and ... EDIT HOUSE 吉野モデルイメージ(右、P14)

KER刊行誌が電子BOOKでも読めます。

電子BOOKは
こちらから当研究所
ホームページ
はこちらからURL : <https://www.ker.co.jp>

- マンスリーデータ「全国・鹿児島県の経済指標、宮崎県・熊本県・福岡県・沖縄県の経済指標」につきましては、当研究所ホームページに掲載しておりますので、ご活用ください。
- 本誌の内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。落丁本・乱丁本はお取り替えます。

鹿児島産オリーブオイルで 人と町を元気に



人口減少問題は地方にいくほど深刻で、このまま過疎化が進むと、
存続が危ぶまれる自治体が出てくるのが危惧されている。
人口の流出を抑え、地方に人を呼び込むためには、
シンボルとなる産業の振興が求められる。
鹿児島県日置市では、行政と金融機関が連携し、
オリーブで町を盛り上げるプロジェクトに取り組んでいる。

プロジェクトの一翼を担う企業では、
新しい価値を生み出すための舵取りを、経営経験のない
一人の銀行員に託した。果たして、どのような思いで経営を担い、
その先にどんなビジョンを掲げているのか。

鹿児島県オリーブ代表取締役社長の水流一水さんに話を聞いた。

水流 一水

TSURU HITOMI

福岡県生まれ。鹿児島大学を卒業後、2004年に鹿児島銀行に入行。
本店、鹿屋支店などの県内店舗や本部勤務を経て、15年にJTB九州に
出向。19年に産休・育休を取得し、復職後に地域支援部にて日置市を担当
する。22年に鹿児島県オリーブ代表取締役社長に就任し、オリーブを通じて
日置市を盛り上げるために奮闘している。

市と銀行が主導するプロジェクトが始動

ゼロからイチを生み出す。それは今まで存在しなかったものを創り出し、その価値を認めてもらうために必要な時間とエネルギーは計り知れない。どんなに素晴らしいアイデアや崇高な思いで作られたものでも、途中で断念してしまいうケースは珍しくない。そのため、ビジネスにおいて新たに何かを生み出す作業は、1を100にするよりも重要な意味

を持つ。これまで多くの挑戦者がゼロから価値を生み出し、社会を大きく変えてきた。今まさに鹿児島県日置市でビジネスの種を芽吹かせようと挑戦する人がいる。もともと二本もなかったオリーブで町を盛り上げようと奔走する、鹿児島オリーブ代表取締役社長の水流一水さんだ。

日置市でオリーブ栽培が始まるきっかけとなったのは「日置市オリーブ構想」にある。これは、2012年に日置市から大手半導体工場が撤退したことを

受け、新たな産業振興を図る目的で市と鹿児島銀行が立ち上げたプロジェクトである。翌年、日置市の耕作放棄地を活用した実証圃場でオリーブの栽培を開始。市は一般農家にも苗木を配り、オリーブ栽培を呼びかけた。14年には鹿児島産オリーブの加工・販売を担う鹿児島オリーブが設立された。

日置市がオリーブ構想を掲げてから10年後、その代表取締役社長に就任したのが水流さんだ。銀行員として働いていた水流さんは「それまでマネジメントも

リーダーの経験もほとんどなく、就任当初は戸惑いしかなかった」と振り返る。しかし、いきなり経営者となり未知の世界に挑戦するからこそ得られるやりがいがあるのだろう。現在の彼女の言葉からは、もはや戸惑いは感じられない。かつては話を聞くことが得意だった銀行員が、自らの言葉で発言し、皆を鼓舞する経営者へと変貌を遂げるまで、どのような道のりを歩んできたのか。そこには、故郷である鹿児島への感謝の思いがあった。



「皆さまに日置市をオリーブのまちとってもらえるように、鹿児島オリーブの商品を高品質なブランドに育てていきたい」と語る水流さん

人や地域と関わるために金融の道を選ぶ

水流さんは福岡県に生まれ、幼い頃から父親の仕事の影響で全国を転々とする家庭で育った。そんな水流さんにとって鹿児島県の印象は、祖母が暮らす南大隅町の田舎だった。見渡す限り畑が広がる風景は、鹿児島大学に進学することで一変した。二十歳前後の多感な時期に大学生としての自由な時間を利用して、鹿児島県内の様々な場所を訪れた。海の幸や山の幸に恵まれ、地域ごとに異なる顔を持つ鹿児島の奥深さに魅了された。学生時代、大分の実家から鹿児島に戻る際に見た桜島に自然と目頭が熱くなったこともあるという。初めて故郷とは何かを実感した瞬間だった。

就職活動では、鹿児島県内の企業を志望し、特に金融機関に興味を持った。水流さんは「個人のライフプランから企業の設備投資まで、金融という視点から鹿児島の人や地域と密接に関わる仕事を選んだ」と銀行員を志した理由を語る。お金は地域で暮らす人々の生活に直結しており、そこで築かれた幅広いネットワークと知見に惹かれたのだ。

入社後は様々な部署を経験し、個人営業や大型融資支援業務など、多岐にわたる業務に携わった。転職となったのは

阿久根支店での勤務中、お客さまから「都会に出た子どもたちが地元に戻ってこないため、自分の代で会社を閉める」という話を聞いたときだった。何もできない自分を恨めしく感じ、地方で増える空き家や衰退する地域の現状を目の当たりにし、銀行だけが残る未来はあり得ないと実感した。人口減少が地域の金融機関にとって存在意義を揺るがす大問題であることを痛感した。

地域に魅力を感じてもらうための術はないかと考えていたとき、銀行内で他の企業への出向募集を目にした。出向先はJTB九州で、観光という視点から様々なことを学べるチャンスと捉え、この公募に応募した。10年間銀行業務に携わり、多くのことを学んできた水流さんにとって、金融業とは異なる観点で社会を知る貴重な経験となった。

出向先で当事者意識の大切さを教わる

銀行以外の企業で働き、衝撃を受けたのは金融業との文化の違いだった。JTB九州では、社員一人ひとりにそれぞれのポジションが割り振られ、ある程度の裁量権が与えられていた。業務の経過報告など最低限のルールはあるものの、ほとんどが自分の責任で



販売所が併設する鹿児島オリーブ本社工場。建物の前にはオリーブ畑が広がる

まず行動する。この点は、周りに確認しながら堅実に業務を進める銀行とは大きく異なる。あまりのフットワークの軽さに、最初は驚きの連続だったという。異なる文化に触れる中で学ぶことも多かった。

水流さんが出向先で任されたのは、福岡で開催される大規模な世界大会の運営事務局だった。外部の人間とはいえ、他の社員と同様に様々な業務を任された。海外から訪れるVIPの送迎から駐車場の整理まで、やるべきことは山積し、朝早くから深夜まで休みなく現場に駆り出された。細かな部分まで自分たちで業務に取り組みうちに、自然と当事者意識が芽生える。イベントを成功させるためには、この当事者意識と徹底した現場力が重要であることを痛感した。

従業員や地域のために銀行員から経営者に

水流さんが日置市と関わりを持つようになったのは、21年に自治体の課題解決に取り組む部署に配属され、日置市を担当してからだ。市の職員や地元企業の人たちと交流を深めていくうちに、鹿児島オリーブの担当も任された。会社の認知度を高めるために有益な情報を提供したり、銀行の人脈を生かして人を紹介したりした。そうした中で、鹿児島オリーブに常勤の代表を置く話

が持ち上がった。同社は官民金の連携により設立され、これまでは鹿児島銀

行グループの社長が兼務で代表を務めていた。地に足をつけた経営を行うために、日置市とのつながりも深く、同社のことをよく知る水流さんに声がかかった。最初は経験不足を理由に固辞するつもりだった。しかし、話を受けてから批評家目線でアドバイスだけをすることに無責任さを感じるようになった。この会社で働く従業員の幸せを考え、地域の人たちにも喜んでもらえるならと覚悟を固めた。こうして22年10月、水流さんは鹿児島オリブの代表取締役社長に就任した。

鹿児島オリブは、日置市や一般農家が生産したオリブを買い取り、オリブオイルに加工して販売することをシンボル事業としている。これまで鹿児島に根付いていなかったオリブを栽培し、鹿児島産のオリブオイルが出来上がるまでの道のりは決して平坦ではなかった。日置市でのオリブ栽培は、スペインやイタリアから15品種の苗木を持ち込み育てるところから始まった。そこから収穫できるまで5年の歳月を費やした。収穫初年度の18年には1ト弱のオリブが収穫され、翌年には約4トと順調に成長した。

ただオリブ栽培は天候に左右される。その翌年の収穫量は約500結と大きく落ち込んだ。原因として、鹿児島

スキンケア商品は100%天然由来で、肌への刺激を抑え、しっとり感が長続きする。そのため、アトピー肌や敏感肌で悩む人から高い評価を受けていた。こうした声をもっと広めるために、お手頃価格で試しやすいハンドクリームを、ポタニカルファクトリー（南大隅町）と共同開発した。この商品が入口となり、他のポタニカルコスメにまで商品の優位性が波及していった。現在では、鹿児島由来の商品で体の内と外から美容と健康に貢献できることを伝えるために、さらなる認知度向上に力を注いでいる。



日置産のエキストラバージンオリブオイルなど地産原料で作れた100%天然由来のスキンケア商品

の春の長雨と秋の台風が挙げられる。春先の受粉シーズンに雨が続くことで花は咲いても実が成らず、加えて収穫時期の台風で実が落ちてしまうことも影響した。また、品種によっては鹿児島産の気候に合わず実が成らなかつた。オリブ栽培から撤退する農家も現れる中、日置市は根気強く栽培を続け、ノウハウを蓄積していった。その結果、23年には過去最高の4.6トの収穫につながった。天候に恵まれたこともあるが、鹿児島に適した品種が判明し、品種を絞った栽培に切り替えたことで、



上：直輸入記念にスペインのリナレス市長から贈られたオリブ畑のオブジェ
下：いろいろな商品が並んだ店内の様子

産地特有の味も定まった。シンボル事業としての自社製造・販売以外に、同社ではイタリアとスペインに契約農家があり、そこで栽培・搾油されたオリブオイルやワインの輸入販売も行っている。視察で来社した食品メーカー出身者が驚くほどの徹底した定温管理で、他社の輸入品と比べても品質が高いことがわかり、今では鹿児島産に加えスペイン産、イタリア産の3つのオリブオイルが同社の柱になっている。



「食材を引き立てる名脇役としていろいろな料理にオリブオイルを活用してほしい」と語る水流さん

オリブの町を目指し さらなる挑戦を続ける

鹿児島オリブは新たな取り組みとして、地産産のジビエやツキヒガイを使った缶詰を開発した。この商品は、有名なイタリア料理店「アル・ケッチアーノ」のオーナーシェフ奥田政行さんが監修し、同社のオリブオイルを地元食材の良さを引き出すために使用している。素材に馴染み味を引き立たせる調味料として、その価値を認める料理人は多く、ある和食料理店では、刺身に合うオリブオイルとして愛用されている。こうした動きは鹿児島市内で広がりを見せ、創作料理店やイタ

リアンなどで同社のオリブオイルが鹿児島島の食を引き立たせる存在として使用されている。今後は、鹿児島産という価値だけでなく、品質で選ばれるブランドになるよう、都市部や海外にも商品を展開することを視野に入れている。「みんなでゼロから作り上げた商品なので品質には自信がある。まだまだ可能性がある商品なので、いろいろな使い方を提示しながら、さらに商品の価値を広げていきたい。」そう語る水流さんだが、経営者に転身したことで、これまでに感じたことのないプレッシャーや悩みもあるという。それでも社長になったことを後悔

お客さまの声を生かし 新商品で優位性を伝える

水流さんが社長に就任して最初に取り組んだのは、従業員との意識の共有だった。それまで銀行員として接していた人が急に社長になったことで、従業員の動揺は容易に感じ取れた。不満や軋轢を生みかねない状況の中で、まず大きな目標を掲げ、従業員との関係を深める突破口とした。自分たちがなぜ商品を売りたいのか、会社の存在意義として消費者の生活向上に寄与することを丁寧に説明し、お互いの性格やバックボーンの違いを認め合える環境づくりに努めた。

経験を積ませるために、あえて厳しいことにも挑戦した。半年間のうち3分の1を出張販売に費やし、お客さまの声を拾うことに専念した。最初は売り上げが人件費の半分にも満たない日も多くあった。それでも回数を重ねるうちに、見せ方や伝え方は洗練されていった。過去最高の売り上げを更新し、従業員の自信へとつなげていった。ここで大きかったのは、どういう人が自社の商品を欲しがっているかを知ることができた点だ。

同社ではオリブを使ったポタニカルコスメの開発と販売も行っている。したことは一度もない。企業価値を創り出す経験は、これからの人生においてプラスにしかならないことを理解している。国産オリブの産地として9割以上のシェアを占める香川県小豆島は、100年前から取り組んできたからこそ今がある。日置市もいつか肩を並べ、オリブの町として花開くように、ひたすら前を向き挑戦し続けている。

（福留 一郎、イースト朝日稲毛 健人）



新商品の「鹿肉のボルベッティ」(左)「猪とこぼろの乱切り風」(中)「月日貝のコンフィ」(右)



新商品の発表会には奥田シェフも参加し、日置産食材の魅力を語った

多様化する住宅ニーズと 空き家活用

- ・人口が減少し、世帯数の伸びが鈍化する中、住宅価格の高騰などもあり、足もとの住宅着工戸数は減少傾向となっている。住宅メーカーは限られたパイを奪い合う競争が激化する中で消費者の幅広いニーズへ対応が求められている。
- ・一方で、本県の空き家数は増加傾向にあり、使用目的のない空き家が住宅総数に占める割合(2023年)は全国ワーストとなるなど、住宅ストックの過剰感が強まっている。法改正などもあり、空き家への関心が高まることが予想される中で、自治体や民間でも空き家の流通促進に向けた動きが出てきている。

2024年 夏のボーナスの使い道に関する 調査について



【調査結果のポイント】

- 今夏のボーナスが前年(2023年夏)と比較して、「増えそう」と回答した割合は全体の30.3%だった。一方、「変わらない」は52.4%、「減りそう」は17.2%だった。
- 今夏のボーナスの使い道は、「生活費の補てん」(70.2%)が最多で、次いで「貯蓄・資産形成」(39.3%)、「ローン返済」(27.4%)、「旅行・レジャー費」(23.8%)と続いた。足元の物価上昇を受けてボーナスを「生活費の補てん」に充てる傾向は依然として根強い一方で、「貯蓄・資産形成」に振り向ける割合は減少した。また、「旅行・レジャー費」や「耐久消費財の購入」が増加した。
- 定額減税について、過半数(52.0%)が「物価高対策として効果がない」と回答し、「物価高対策として効果がある」との回答は10.8%にとどまった。

【調査要領】

調査時期	2024年6月上旬
調査方法	南日本新聞社の「みなみパス会員」による「みなみアンケート」(インターネット調査)
回答数	有効回答数 600人(うち、ボーナス支給あり 336人)
回答者属性	【性別】 男性 49.3% 女性 50.0% 不明 0.7%
	【年齢別】 10代 0.7% 20代 2.7% 30代 19.8% 40代 13.0%
	50代 28.8% 60代 26.7% 70代以上 8.3%

2024 KERデータブック発刊

(会員様向け)



A4判 カラー82ページ

鹿児島島のさまざまな分野のデータを集め、見やすいレイアウトに仕上がっています。

(KER経済情報2024年7月号に同封しています)

今後の事業活動等にご活用ください。

目次

【鹿児島県の現況】

1部 県勢の概要

1. 地勢・土地
2. 人口・世帯
3. 雇用と賃金
4. 県民経済
5. 地価・オフィスビル
6. 県民生活

3部 産業の動向

1. 農業
2. 林業
3. 水産業
4. 工業
5. 建設業
6. 商業
7. 観光業
8. サービス業
9. 運輸業
10. 事業所数
11. 貿易
12. 金融
13. 企業倒産

2部 産業基盤

1. 道路
2. 鉄道
3. 空路
4. 海運
5. エネルギー

「2024KERデータブック」は、電子BOOKでもご覧いただけます。

電子BOOKはこちらから



※パスワードは毎月発行される「KER経済情報」の目次でご確認ください。

【KER刊行誌】



「KER経済情報」

毎月発行の経済情報誌。鹿児島県の業界動向や地方創生に関するレポートなどを掲載。文化・芸術関連の多彩なコラムも人気。



「KER経済キーワード」

毎年1月発刊。経済に関するキーワードや年間のイベントなどを解説。

