すかい

地域を見つめる経済情報誌

長野しんきん 北信地区経済動向

2017
平成29年
8-20
No.540

「すかい」(sky: 空)は、北信地区経済の空模様を展望しながら、経済面からとらえた身近な情報をおとどけします。

月例調査レポート

長野市
長野びんずる

８月５日の土曜日、第47回長野びんずるが開催されました。
天候にも恵まれた真夏の一夜、一般の部228連、こどもの部19連の合計１万１千人の踊り手が参加。猛暑を吹き飛ばすかのように元気に踊っていました。

■ 長野しんきん 月例調査レポート ……2
■ 企業アンケート 人材確保 ② ……6
■ インタビュー 変革期の経営ビジョン ……8
■ 北信濃 江戸時代の風景 (38) 善光寺の朝参り……10

あなたに元気、まちに活気。

長野信用金庫

概　況　全産業

生産は4カ月ぶりの低下
前年同月比は10カ月連続の上昇

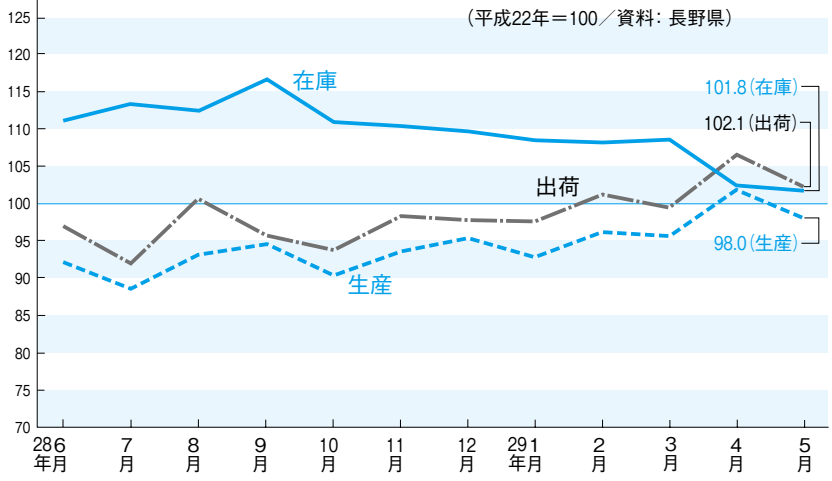
◇29年５月の長野県鉱工業指数
（速報：季節調整済指数）

生産は98.0（前月比▲3.8％）で４カ月ぶりの低下、出荷は102.1（同▲4.2％）で２カ月ぶりの低下、在庫は101.8（同▲0.6％）で３カ月連続の低下となりました。

◇前年同月比（原指数）

生産は94.8（前年同月比＋11.3％）で10カ月連続の上昇、出荷は98.7（同＋9.4％）で10カ月連続の上昇、在庫は102.9（同▲4.4％）で22カ月連続の低下となりました。

●長野県鉱工業の生産・出荷・在庫指数（季節調整済）の推移



[生産]　上昇…化学、紙・紙加工品、プラスチック製品など４業種
　　低下…はん用・生産用・業務用機械、輸送機械、電気機械など12業種
[出荷]　上昇…情報通信機械、その他、繊維など４業種
　　低下…はん用・生産用・業務用機械、電気機械、輸送機械など12業種
[在庫]　上昇…電気機械、情報通信機械、食料品など７業種
　　低下…電子部品・デバイス、はん用・生産用・業務用機械、化学など９業種

月例調査　全産業の「売上高」は横ばい

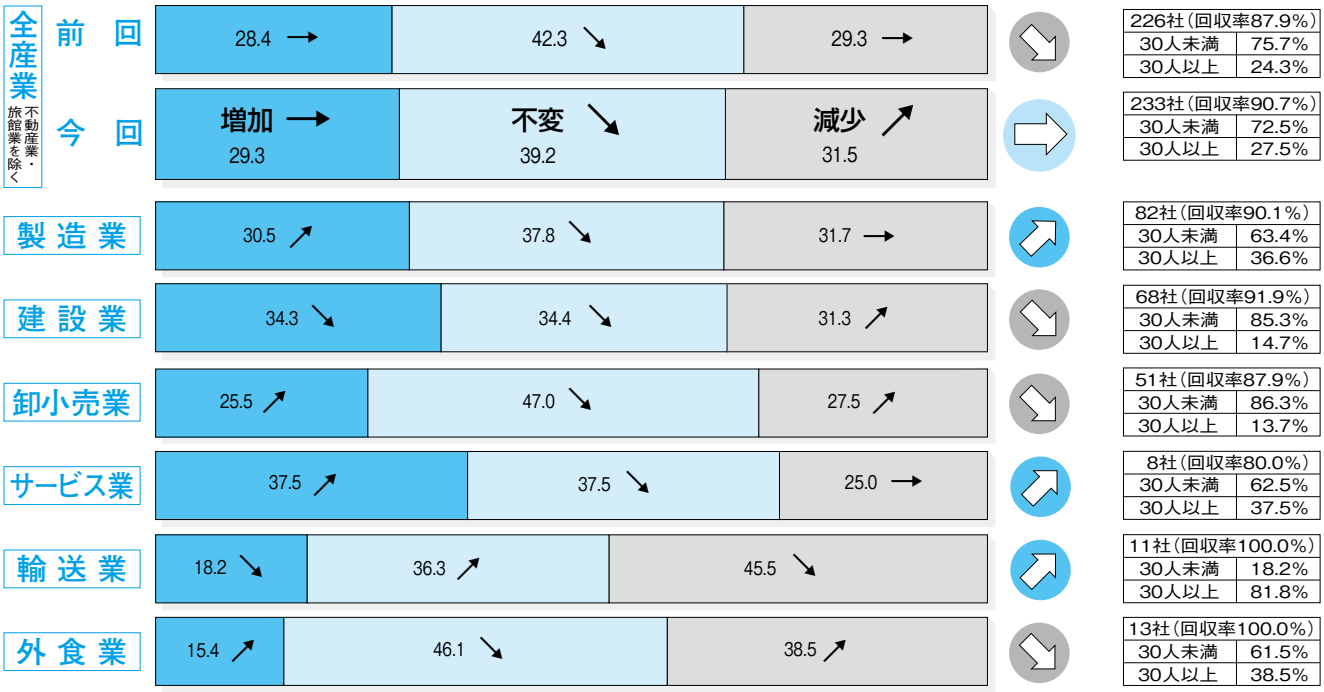
前回調査　平成29年5月

◇７月調査による［北信地区の経済状況］

全産業（不動産業・旅館業除く）の**売上高**前年比「増加・減少」割合は、前回に比べ「増加」割合（29％）が１ポイント増加、「減少」割合（32％）が２ポイント増加、「不変」割合（39％）が３ポイント減少し、全体としては横ばいの状況です。

●売上高〈生産高・施工高〉前年比「増加・不変・減少」割合

矢印は前回調査比（2ポイント以上の動き）　↗増加　→不変　↘減少　改善　不変　悪化

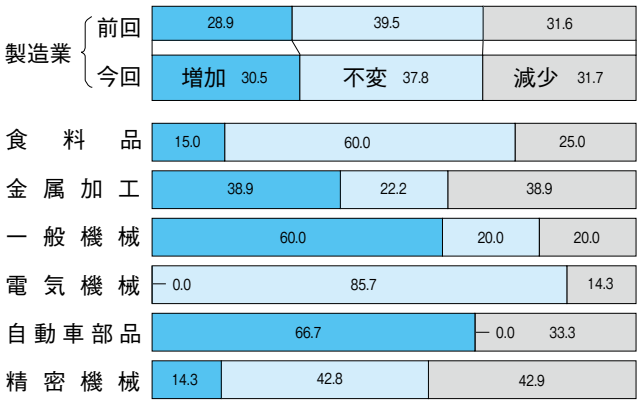


製造業　食料品、金属加工品、一般機械、電気機械、自動車部品、精密機械

「生産高」自動車部品・精密機械は減少したが、全体は増加

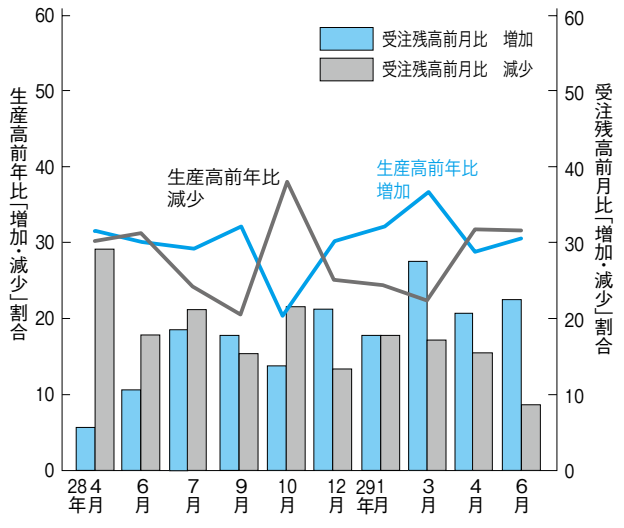
製造業の**生産高**前年比「増加・減少」割合は、前回に比べ「増加」割合（31％）が２ポイント増加、「減少」割合（32％）が横ばい、「不変」割合（38％）が２ポイント減少、全体としては増加の状況です。

●生産高前年比「増加・減少」割合（％）



［業種別］	増　加…食料品・一般機械・電気機械	
	横ばい…金属加工	
	減　少…自動車部品・精密機械	
［機械稼働］	（前回比）稼働率　上昇	
	上昇割合	（15％）→ 24％
	下降割合	（20％）→ 11％
［受注状況］	受注量（前回比）増加	
	増加割合	（21％）→ 23％
	減少割合	（16％）→ 9％
	受注残高（3.9カ月）	→ 1.5カ月
［受注基調］	（前回比）上昇	
	上昇割合	（26％）→ 31％
	下降割合	（17％）→ 9％

●生産高前年比「増加・減少」割合と受注残高前月比「増加・減少」割合の推移（％／資料：当金庫）



企業からのコメント

★時間外労働の対策で、仕事が思ったように進まない。（工作機械）

☆調味味噌はＯＥＭがあるので、中元などの夏の需要で生産が増加している。（味噌）

★鉄・銅などの材料単価の上昇が収益を圧迫し始めている。（金属製品）

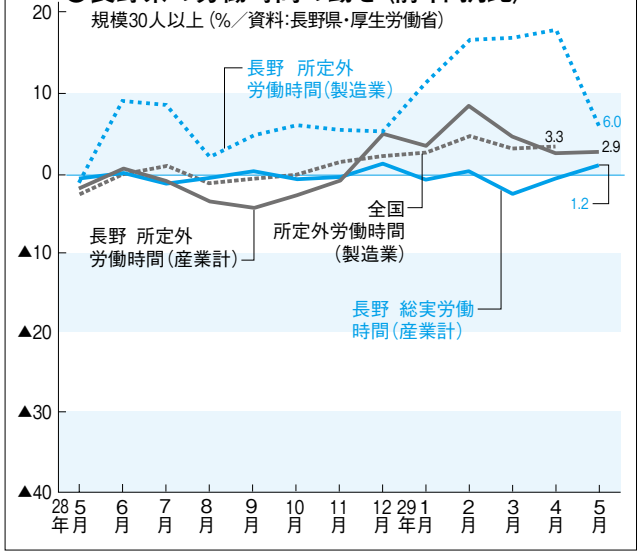
☆梅雨時季の受注は毎年変わらないが、秋の受注が増加傾向で、12月に向かい上昇の予想。（農産物加工）

★得意先の新ラインでの海外発注によって受注が減少している。（鋳物砂型）

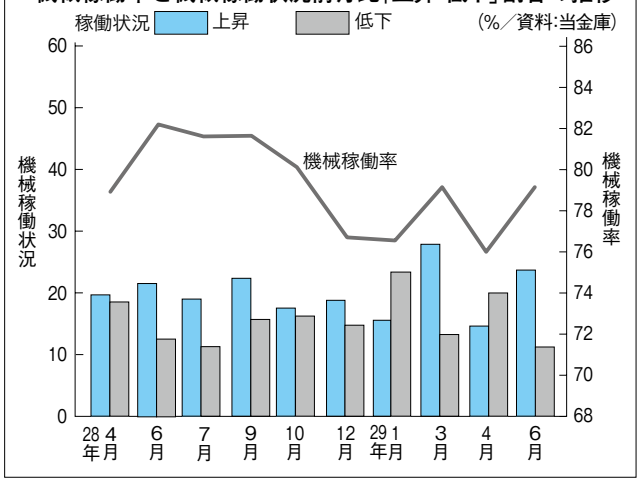
☆★比較的順調に受注できている。業界全体の需要はやや低調な様子。（段ボール印版・木型）

☆★３月以降の受注は上向き。ただし短期的なサイクルでの変動があり先行手配が難しい。（視力測定器・投影器）

●長野県の労働時間の動き〈前年同月比〉



●機械稼働率と機械稼働状況前月比「上昇・低下」割合の推移



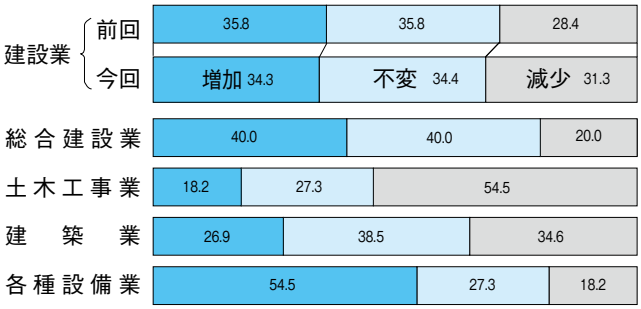
建　設　業　総合建設、土木工事、建築、各種設備

「施工高」総合建設・土木工事が減少し、全体も減少

概　　況

建設業の**施工高**前年比「増加・減少」割合は、前回に比べ「増加」割合（34%）が２ポイント減少、「減少」割合（31%）が３ポイント増加、「不変」割合（34%）が１ポイント減少し、全体としては減少の状況です。

●施工高前年比「増加・減少」割合（%）

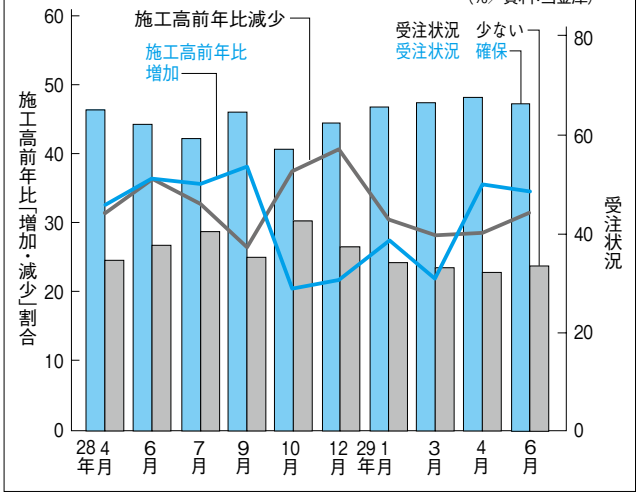


［業種別］　増　加…各種設備
横ばい…建築
減　少…総合建設・土木工事

［受注状況］　受注残高（前回比）　悪化
「多い・適正」割合　（68%）　→ 66%
「少ない」割合　（32%）　→ 34%

●施工高前年比「増加・減少」割合と受注状況の推移

（%／資料:当金庫）



企業からのコメント

☆官庁工事は７月から本格的な発注時期になる。民間建築工事は手持ち多く、しばらく受注は困難。

☆雪害工事などの改修工事が多い。

★公共事業の発注は依然少なく散発的で、多い時は50～60社の競合になる。　（以上総合建設）

☆★リフォーム工事の増加で単体の売上高は減少。受注件数を増加させ売上確保に努めたい。　（建築）

４～６月の公共工事（東日本建設業保証取扱分）

長野県の４～６月の発注合計は、857.8億円（前年同期比＋61.1%）となりました。前年比プラスは、「国」の134.1億円（同＋62.4%）、「県」の125.2億円（同＋18.0%）、「そのほか」の383.9億円（同＋289.8%）で、マイナスは「市町村」の213.9億円（▲12.6%）です。

北信地区市町村の発注合計は107.9億円（同＋25.7%）で、うち長野市は33.4億円（同▲44.6%）でした。

●建設業保証取扱分から見た長野県と北信地区市町村の公共工事の状況（平成29年6月/29年4～6月累計）

（単位＝百万円／資料：東日本建設業保証㈱）

		29年6月	前年同月比	29年4月～6月	前年同期比
長野県	国	3,792	8.5%	13,408	62.4%
	県	1,992	▲5.7%	12,522	18.0%
	市町村	7,256	▲7.6%	21,388	▲12.6%
	そのほか	4,324	34.6%	38,390	289.8%
	合　計	17,363	4.0%	85,781	61.1%
北信	市町村	2,711	▲22.8%	10,791	25.7%
	(内長野市)	967	▲21.9%	3,339	▲44.6%

４～６月の新設住宅着工戸数

長野県の４～６月の新設住宅着工戸数は3,187戸（前年同月比＋4.0%）でした。持家が1,915戸（同＋2.5%）、貸家が890戸（同＋8.4%）、分譲が375戸（同＋0.5%）、給与が７戸（同＋600.0%）です。

北信地区の４～６月の新設住宅着工戸数は876戸（同▲8.6%）でした。持家が549戸（同＋2.0%）、貸家が228戸（同▲9.9%）、分譲が98戸（同▲41.0%）、給与が１戸（同0.0%）です。

●北信地区と長野県の新設住宅着工戸数（平成29年6月/29年4～6月累計）

（資料:長野県）

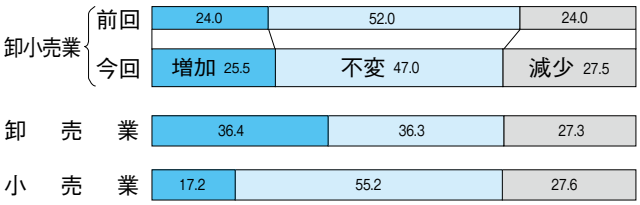
		持　家	貸　家	分　譲	給　与	合　計
北信地区	6月	186戸	80戸	40戸	0戸	306戸
	(内長野市)	107戸	67戸	20戸	0戸	194戸
	前年同月比	28.3%	56.9%	8.1%	――	31.3%
	(内長野市)	62.1%	67.5%	53.8%	――	63.0%
	4～6月	549戸	228戸	98戸	1戸	876戸
	前年同期比	2.0%	▲9.9%	▲41.0%	0.0%	▲8.6%
長野県	6月	718戸	246戸	127戸	4戸	1,095戸
	前年同月比	16.9%	▲15.5%	10.4%	――	7.4%.
	4～6月	1,915戸	890戸	375戸	7戸	3,187戸
	前年同期比	2.5%	8.4%	0.5%	600.0%	4.0%

卸小売業　卸売業、小売業

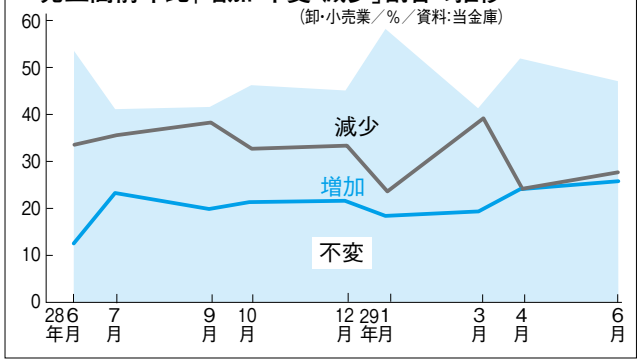
「売上高」卸売は増加、小売は減少

卸・小売業の**売上高**前年比「増加・減少」割合は、前回に比べ「増加」割合（26％）が２ポイント増加、「減少」割合（28％）が４ポイント増加、「不変」割合（47％）が５ポイント減少し、全体として売上は減少の状況です。

●売上高前年比「増加・減少」割合（％）



●売上高前年比「増加・不変・減少」割合の推移



［業 種 別］　**増加**…卸売業
　　減少…小売業

6月の消費者物価指数（長野市）　平成27年基準＝100

◇総合指数（確報値）……100.5（９カ月連続のプラス）
（前月比±0％、前年同月比＋0.5％）
上昇…「光熱・水道」「被服及び履物」「家具・家事用品」
下落…「交通・通信」「諸雑費」「食料」

◇生鮮食品を除く総合指数…100.3（６カ月連続のプラス）
（前月比±0％、前年同月比＋0.4％）

企業からのコメント

★貸切バス規制の強化で団体客の減少が見られる。また、神社仏閣への観光離れも起きている。（土産品・飲食）

☆６月は雨もほど良く野菜の出荷は順調。果実は梅・サクランボウ・杏が不作で高値安定。（青果物卸売）

★５月の酒税法改正により、５月末に特需があったため、６月の売上は減少している。（酒類卸小売）

★必要なものしか買わない節約志向がより高まってきている。（生鮮食料品小売）

☆★学校制服などは堅調だが、一般の衣料品は、朝晩と昼間の寒暖差が激しく低調だった。（衣料品卸売）

サービス業　サービス、輸送、外食、観光、不動産

「売上高」サービス・輸送が増加、外食は減少

サービス業　売上高前年比「増加」割合は13ポイント増加の38％、「減少」割合は横ばいの25％、「不変」割合は13ポイント減少の38％と、売上は増加しています。

輸送業　売上高前年比「増加」割合は２ポイント減少の18％、「減少」割合は５ポイント減少の46％、「不変」割合は６ポイント増加の36％と、売上は増加の状況です。タクシーは減少、運送は増加の状況です。

外食業　売上高前年比「増加」割合は６ポイント増加の15％、「減少」割合は11ポイント増加の39％、「不変」割合は18ポイント減少の46％と、売上は減少しています。

観光（旅館）業　入込数は平均で前月比19ポイントの減少、前年同月比は11ポイントの減少で、宿泊利用は低迷しています。

不動産業　需給状況は前回に比べ、「双方手控え・どちらも低調」は10ポイント増加の50％、「引合いやや増加」は横ばいの20％でした。

企業からのコメント

☆外国人の利用が目立ち始めてきた。（和風旅館）

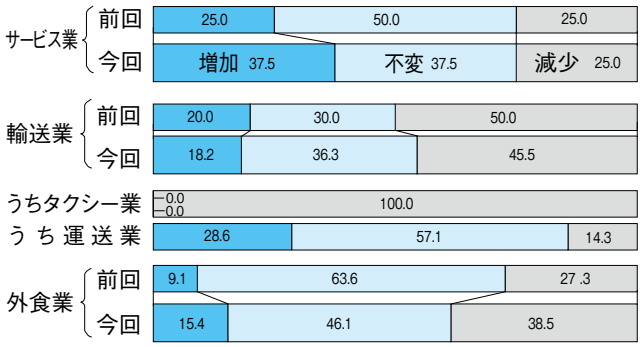
★老人会の入込が減少している。（温泉旅館）

★天候に左右されやすく、土日・祝日の売上も少し減っている。（和食）

☆★乗務員不足による売上減少が顕著。“信州デスティネーションキャンペーン”に期待。（タクシー）

★☆全体的に荷動きは多くない。夏場の荷（ジュース・飲料水）が増えるため好転するか。（運送）

●売上高前年比「増加・減少」割合（％）



人材不足を補う取組 1位「業務の効率化」41%
人材を確保する手段 1位「ハローワークへの求人」67%

企業アンケート **人材確保** ② 29年6月調査

人材不足を補う取組 企業の４割が「業務の効率化」、３割強が「高齢者の活用」、２割強が「中途採用の強化」をあげています。

人材を確保する手段 ３社に２社が「ハローワークへの求人」、３社に１社が「知人などの紹介依頼」、５社に１社が「求人広告」をあげています。

人材不足を補う取組

2位「高齢者の活用」33%
3位「中途採用の強化」24%

「**人材不足を補うためにどんな取組をしているか**」を聞きました。

上位に「業務の効率化を進める」(41%)、「定年延長・再雇用など高齢者の活用」(33%)、「中途採用の強化」(24%)があがり、10%台に「非正規社員の採用」(16%)、「職場環境の改善」(14%)が並び、「特に取組なし」は18%でした。

従業員規模で比べると、30人以上は「高齢者の活用」(49%)が22ポイント、「中途採用の強化」(41%)が23ポイント、「非正規社員の採用」(23%)が10ポイント、「外国人の採用」(15%)が14ポイント、30人未満より高くなっています。他方、30人未満は「特に取組なし」(22%)が13ポイント、30人以上より高くなっています。

業種別

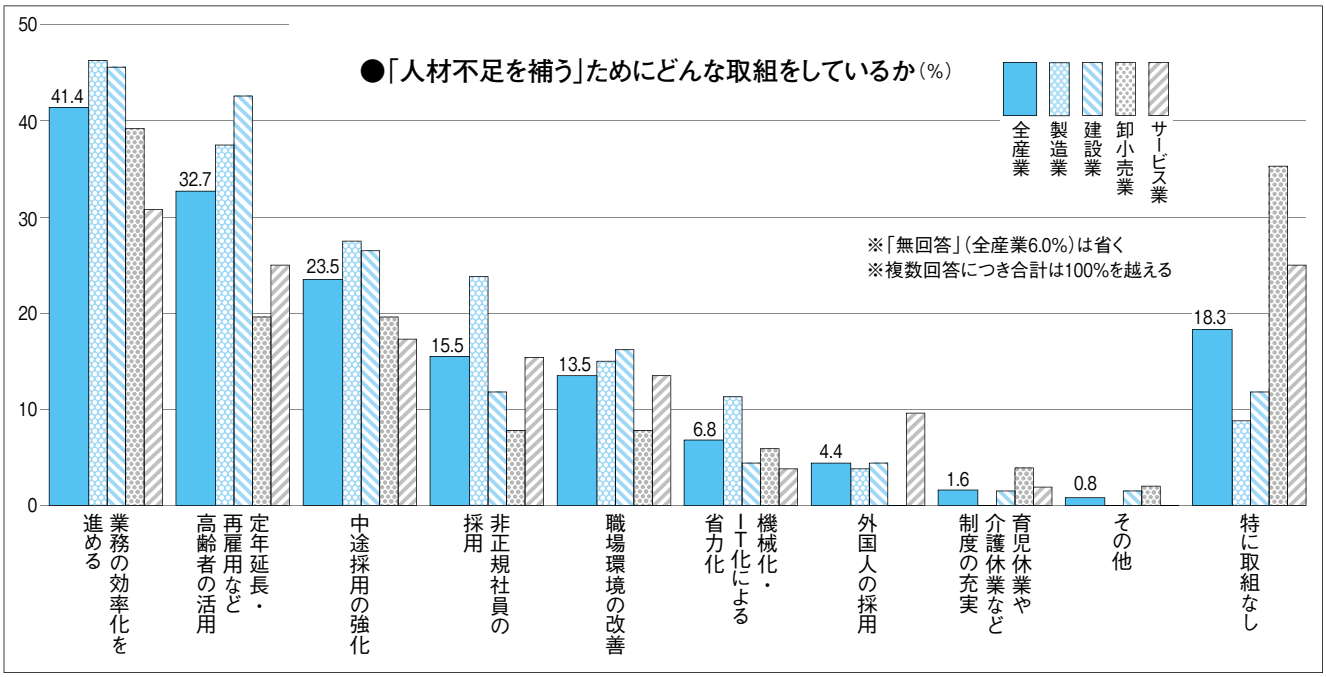
「業務の効率化を進める」製造業 46%
「高齢者の活用」建設業 43%
「特に取組なし」卸小売業 35%

◇４業種

製造業 「業務の効率化を進める」(46%)、「中途採用の強化」(28%)、「非正規社員の採用」(24%)、「機械化・ＩＴ化による省力化」(11%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「育児休業や介護休業など制度の充実」(０%)、「特に取組なし」(９%)が他業種に比べ最も低くなっています。

建設業 「高齢者の活用」(43%)、「職場環境の改善」(16%)が他業種に比べ最も高くなりました。

卸小売業 「育児休業や介護休業など制度の充実」(４%)と「特に取組なし」(35%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「高齢者の活用」(20%)、「非正規社員の採用」(８%)、「職場環境の改善」(８%)、「外国人の採用」(０%)が他業種に比べ最も低くなっています。



サービス業　「外国人の採用」(10%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「業務の効率化を進める」(31%)、「中途採用の強化」(17%)、「機械化・ＩＴ化による省力化」(４%)が他業種に比べ最も低くなりました。

人材を確保する手段

2位「知人などの紹介依頼」33%
3位「求人広告」19%

「**人材を確保する手段として実施しているものは何か**」を聞きました。

１位は３社に２社(67%)があげる「ハローワークへの求人」、次いで「知人などの紹介依頼」(33%)、「就職情報誌・新聞などの求人広告」(19%)、「民間人材サービス会社の利用」(11%)が２ケタとなりました。ほかに「自社ホームページへの掲載」(９%)、「教育機関との連携」(６%)、「合同会社説明会の利用」(４%)、「就職ポータルサイトの活用」(３%)が１ケタとなっています。

従業員規模で比べると、30人以上が軒並み高く、「ハローワークへの求人」(87%)、「求人広告」(43%)は26～31ポイント、「民間人材サービス会社の利用」(23%)、「自社ホームページへの掲載」(21%)、「合同会社説明会の利用」(12%)、「就職ポータルサイトの活用」(10%)は９～17ポイント、30人未満より高くなっています。他方、30人未満は「知人などの紹介依頼」(36%)が13ポイント、30人以上より高くなっています。

業種別

「ハローワークへの求人」製造業 78%
「知人などの紹介依頼」建設業 40%
「求人広告」サービス業 35%

◇４業種

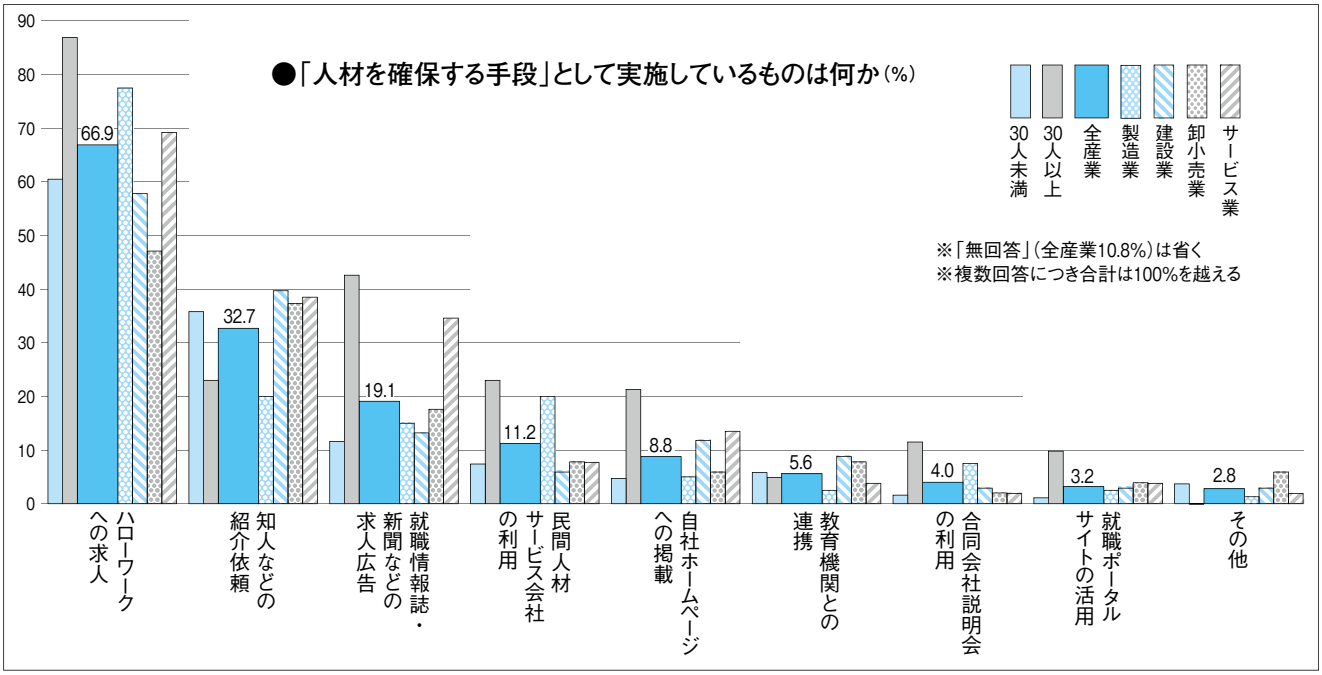
製造業　「ハローワークへの求人」(78%)、「民間人材サービス会社の利用」(20%)、「合同会社説明会の利用」(８%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「知人などの紹介依頼」(20%)、「自社ホームページへの掲載」(５%)、「教育機関との連携」(３%)、「就職ポータルサイトの活用」(３%)が他業種に比べ最も低くなっています。

建設業　「知人などの紹介依頼」(40%)、「教育機関との連携」(９%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「求人広告」(13%)、「民間人材サービス会社の利用」(６%)が他業種に比べ最も低くなっています。

卸小売業　「就職ポータルサイトの活用」(４%)が他業種に比べ最も高くなりました。他方、「ハローワークへの求人」(47%)が他業種に比べ最も低くなっています。

サービス業　「求人広告」(35%)、「自社ホームページへの掲載」(14%)が他業種に比べ最も高くなりました。

◇次号は「非正規社員の全従業員に占める比率」と「1･2年内の従業員数計画」を予定



インタビュー　変革期の経営ビジョン

ヘーゼルナッツの6次産業化で次代の長野の農業を変えたい

株式会社 フル里農産加工
代表取締役　岡田浩史さま

●創業の経緯からお聞きします…

前職は食品機械の輸入商社員ですが、後縦靭帯骨化症という難病を患ってから国内外で合わせて年間およそ200泊のホテル住まいは身体に無理がかかるし、また、父母の認知症も進んできたことから、平成25年にリタイアさせて頂きました。ただ、私がずっと愛してきた会社ですから、何か恩返しができないか、社会貢献ができないか、ずっと考え悩んでいたなか、“トリノのヘーゼルナッツ”のことが頭に浮かんだのです。

前職でイタリアのトリノへチョコレート作りの研修に行きました。トリノは冬季五輪の開催地であり、ロケーションも非常に長野と似ています。長野でリンゴがなっているように、辺り一面にヘーゼルナッツが植えられているんですね。ひょっとすると、長野でもヘーゼルナッツが作れるのではないか、その思いがきっかけとなりました。

私は“６次産業化プランナー”という役目を仰せつかり全国で農産加工のお手伝いをしながら、折角採択を受けた事業がだんだん尻つぼみになる原因が何なのかを、ずっと考えてきました。一つの答えは、特に果樹農家さんは“生食”に命をかけているので、はねだしの加工には情熱が湧かない。これが大きな原因ではないかと。加工を前提にした作物を栽培することが、６次産業化を推進する正道ではないかと考えたのです。そこに、長野に適していると思われるヘーゼルナッツに出会い、これを推進することが、農業の高齢化問題に役立ち、ひょっとしたら、将来の長野の農業を変えるのではないかという思いに至りました。

●現在の進捗状況はいかがですか…

リタイア後の私は、手が麻痺しているものですから、リハビリをしながら畑仕事をしています。店舗では、農産物を使って生アイスやジャム類を作っていますが、それが近隣のお手伝いにもなり、前職の会社で輸入する機械を使って、毎日が研究のようなことをしています。問題や課題を自分で見いだし、それを研究の中で日々改善し、繰り返しデータを取ることで、科学的に製造をすることが可能になってきています。

店舗は今年の７月31日で丸三年を迎えますが、いろいろなメディアにも取り上げていただき、この観光資源のない古里地区に足を運んで下さるお客様は、年々増えてきております。

隣接するヘーゼルナッツ畑も、今年４年目の秋には昨年の10倍程度の収量を見込んでおり、近隣のヘーゼルナッツを栽培する農家さんのところでも２～３軒で収穫できそうなので、順調に成育している状況です。

●お客さまの反応とか、手応えは…

うれしいことに、ヘーゼルナッツを召し上がるお客様も、興味を持つ方も、３年前に比べると遥かに増えています。苗を分けてほしいという方の問い合わせも増えています。

それから、うちの生アイスには、子どもの好きな、色のきれいなメニューがございません。それは「食育」も課題に、安全なものを召し上がって頂きたい思いから、香料とか着色料を一切使っていないからです。唯一興味を示す、チョコチップを入口に、少しずついろんな味にチャレンジしていくうちに、お子さんでも抹茶・ヘーゼルナッツなどを召し上がり、だんだん自然の味にはまっていく…。うちのお客さまはそんな様子です。

ヘーゼルナッツの６次産業化で「100年後の長野の農業を変える」が、私どもの社是ですが、栽培には、時間がかかることですし、ヘーゼルナッツ自体の普及にも時間がかかることでしょう。

元々お金があったわけではなく、退職金もつぎ込み、借金を抱えながらこの事業をスタートしています。社是を実現するまでは、夫婦二人で食べていかなければいけないので、素人でもきちんと

できるようなビジネスをと、生アイスの製造をまず考えました。少人数で利益を上げながら効率のいいビジネスをするには、これまで自分がお勧めしてきた「作りたての生アイス」が、夫婦二人でやるにはいいビジネスだと考えています。

全国からいろんな方が見学に来られますね。どうやったらこの商売が上手くいくかということを皆様にお伝えし、覚悟を決めてやる方には、バックアップも、アドバイスもします。夢もやりがいものある仕事ですが、体力的にも大変な仕事なので、前職でも、「会社の事業としてやることではありません」とお話をしてきました。一つの理由としては、イタリアでは、人口800人ほどしかいない小さな村にも、家族でやっているアイス屋さんは２軒、３軒あるんです。要はイタリアの食文化なんですね。スーパーやコンビニへ買いに行くのではなく、アイス屋さんに買いに行く食文化の啓蒙活動をしながら、脱サラや起業を希望する女性の方々にも、生アイスビジネスの楽しさをお伝えできればと考えています。

ヘーゼルナッツ畑全景

店舗外観

●６次産業化の背景や今後の夢などについて…

国が勧める６次産業化を推進するには、ヘーゼルナッツに取り組むことが一番の近道であるというふうに私は理解をしています。ヘーゼルナッツの６次産業化は日本でまだ誰もやっていないのですが、ヘーゼルナッツやその加工製品は、菓子製造業にとっては需要があるんです。しかし現在は100％輸入に頼っています。

将来的に収穫量が増えれば、それを加工する機械も需要が出てくるので、農業だけでなく、機械産業までがそれに伴って発達をしてくる。そこに雇用が発生することを考えれば、長野発の地方創生ということが上手く回っていくのではなかろうか、というのが将来の希望です。

農業はどんどん高齢化になってくるので、なるべく手間とコストのかからない栽培がいいのではと考え、現在当社では消毒、農薬、肥料、水すべて撒かずに育てています。

もし悪天候で実が落ちてしまっても商品として出荷でき、はねだしが出ない、ほぼ100％出荷を目指せる栽培が出来る可能性をもっており、加工することで付加価値が上がることもヘーゼルナッツを選んだ理由です。

きちんとした収益を上げることが可能になることで、職業として農業を選択し、新規就農する若い人たちが出てきてくれることも大きな願いの一つです。

●事業の概要

創　業　2014年（平成26）７月
資本金　300万円
代表者　岡田　浩史
従業員　２名（男１・女１）
業　務　農産物加工業
事業所　長野市大字上駒沢920
ＵＲＬ　http://www.furusato-nagano.co.jp/

北信濃 江戸時代の風景

(38) 善光寺の朝参り

長野郷土史研究会会長
小林　一郎

はじめに

長谷川雪旦(1778～1843)が描いた善光寺の朝参りの図です。左の求肥(ぎゅうひ)餅の図は、実際には朝参りの図の上部に描かれているのですが、左側に移しました。

善光寺の朝参り

善光寺では毎朝、お朝事と呼ばれる朝の法要が行われています。これは昔も同様で、朝開帳とも呼ばれていました。

雀子も朝開帳に参りけり　　一茶

朝の善光寺は、今も昔もお朝事に向かう人々でにぎやかです。昔は朝に参詣することを朝参りと呼んでいました。

小林一茶はしばしば善光寺門前の門人宅に宿泊しましたが、翌朝は善光寺に朝参りに行くのが常だったようです。

凍(いて)とけぬうちに参るや善光寺
朝凍(あさいて)のうちに参るや善光寺

こうした句には、朝の冷気によって身も心も清浄になり、高まった宗教的な緊張の中を朝参りする様子が詠まれています。

絵を読む

これは善光寺の朝参りの様子を描いた珍しい絵です。石畳で店がありますから、現在の仲見世あたりでしょう。「御数珠処」「あまさけ」と書かれた看板を掲げた店があって、それぞれの店頭の様子が簡潔に描かれています。甘酒屋には、腰をおろして甘酒を待つ客の姿があります。江戸時代の仲見世は、本格的な建築物が禁止されていました。そのため平屋の仮設の店ばかりで、奥行きのある建物はありませんでした。

そうした店の前を行く、５人ほどの人が描かれています。その背後に、路傍に座っている人々が

善光寺の朝参りと求肥餅の図（『北国一覧写』より）

います。片手拝みで、もう一方の手で前に置かれた鉦(かね)を打っているようです。小林一茶に、

一文に一ツ鉦うつ
寒さ哉

という句がありますが、まさにこうした情景ではないでしょうか。

こうした人々は、ほとんど乞食と変わらないのでしょう。「一文に～」の句は善光寺で詠まれたものかどうか分かりませんが、一茶は善光寺で、

乞食子や膝の上まで今朝の霜

と詠んでいます。その乞食の子も、一茶が朝参りの折に目にしたのでしょう。

温室で花を栽培して善光寺で売っていた人がいたという、善光寺西側の横沢町

善光寺の花売り

絵の下段に「朝参、花をうる」と書いてあります。その右には、花を売る老婆？が描かれています。左手に花の入った箱を抱え、右手に１枝を持って、朝参りの通行人に声をかけています。先頭を行く婦人は、左手に花を持っています。この老婆からかは分かりませんが、どこかで買い求めたのでしょう。

昔の善光寺境内には、朝に限らず花売りがいました。中には子どもの花売りもいて、一茶は、

朝霜やしかも子どものお花売

と詠んでいます。霜の降りた寒い朝も、子どもたちが早朝から花を売っていたのです。こうした子どもたちは窪寺（安茂里）から来ることが多く、長野市内では昭和10年代まで、朝から野菜や花を売る子どもたちの姿を見ることができました。

明治10年ころの善光寺の様子を書いた『善光寺繁昌記』によると、山門下にたらいを置いて花を売っている老人がいました。横沢町の人で、寒中でも温室で花を育てていたということです。

善光寺で売られる花は善光寺に供える花なので、「お花」と呼ばれていました。一茶が、

灰猫のやう(よ)な柳もお花哉（灰まみれの猫のような柳（猫柳）もお花として売られているよ）

と詠んだように、寒中や早春のような花の少ない季節でも、善光寺の境内ではさまざまな「お花」が売られていたようです。

求肥餅

左側の図は、竹皮で包んだ求肥餅です。「善光寺名物、求肥餅、やはりきふひあめ」（求肥飴）と書いてあります。

求肥の語源は牛皮で、牛の白いなめし皮に似ているからだという説があります。白玉粉や餅粉に砂糖や水飴を加えて練ったもので、現在は和菓子の材料です。しかし昔は求肥餅・求肥飴などと呼んで、それ自体が和菓子でした。

求肥餅は善光寺門前の名物として知られていました。文政10年（1827）に出版された『諸国道中商(あき)人鑑(うどかがみ)』という広告集の善光寺の部には、「当所名物本家求肥餅」といった広告があります。長谷川雪旦は求肥飴と言いならわしてきたので、「求肥餅」とあるのを見て、「やはり求肥飴のことだ」と書いたのでしょう。

９月号は「善光寺のお戒壇巡り」の予定です。

日本人の道徳観 ② 生活者

道徳観を失いつつあることの影響

「クレイマーの増加」50%
「法に触れなければ何をしてもよい考え」41%
「コミュニケーション力の低下」40%

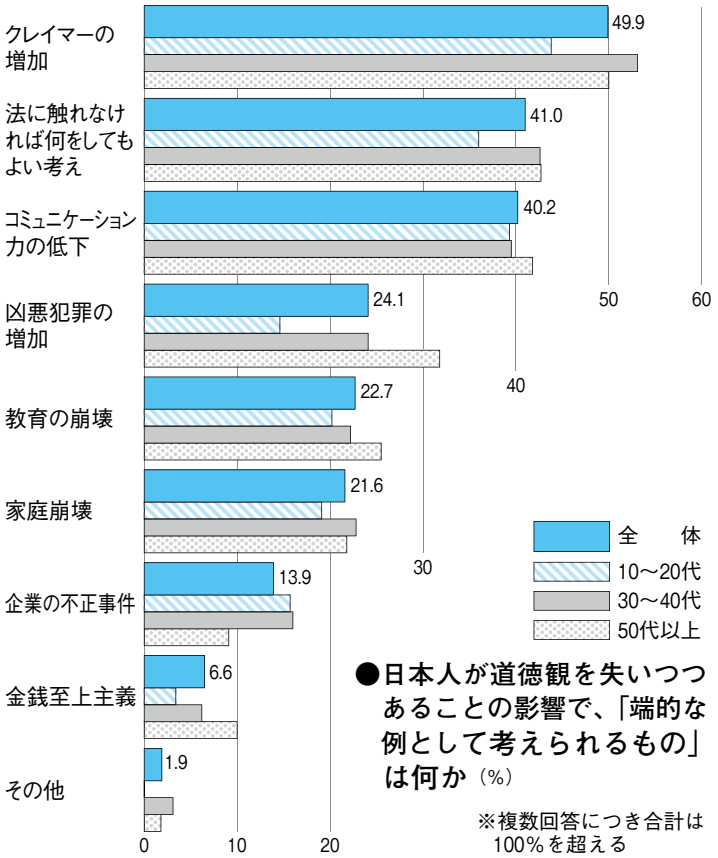
「日本人が道徳観を失いつつあることの影響で、端的な例として考えられるものは何か」を聞きました。

上位に「クレイマーの増加」(50%)、「法に触れなければ何をしてもよい考え」(41%)、「コミュニケーション力の低下」(40%)が、20%台に「凶悪犯罪の増加」「教育の崩壊」「家庭崩壊」が連なり、「企業の不正事件」も２ケタになりました。

男女別で、男性は「クレイマーの増加」(53%)が、女性は「法に触れなければ…」(44%)と「コミュニケーション力の低下」(44%)が高くなっています。

世代別で、10～20代は軒並み低く、30～40代は「クレイマーの増加」(53%)、「企業の不正事件」(16%)が、50代以上は軒並み高い中でも「凶悪犯罪の増加」(32%)が高くなっています。

〈当金庫・29年６月調査〉



●日本人が道徳観を失いつつあることの影響で、「端的な例として考えられるもの」は何か（%）

※複数回答につき合計は100%を超える

●みなさまの経営相談のご案内［9月］

(注)上の店名は開催場所、下の( )内店名はその相談日に含まれる対象店です。

開催日		午前	午後	開催日		午前	午後
9月 5日	火	大豆島支店 (長池支店)		9月 19日	火	墨坂支店 (須坂支店・太子町支店)	飯山支店 (山ノ内支店)
6日	水	城北支店 (若槻支店)	柳原支店 (東長野支店)	20日	水	若穂支店	小布施支店 (中野支店)
8日	金	屋代支店 (稲荷山支店・埴生支店)	戸倉支店 (上山田支店・坂城支店)	21日	木	大門町支店 (桜枝町支店)	
11日	月	南支店 (七瀬支店)	吉田支店 (古里支店)	22日	金	本店営業部	善光寺下支店 (権堂支店)
12日	火	篠ノ井支店 (川柳支店)	川中島駅前支店 (川中島支店)	25日	月	本部	
14日	木	更北支店 (松代支店)	伊勢宮支店 (石堂支店)	28日	木	本部	

●９月の「しんきん事業相談会」は９月６日㈬です

長野信用金庫 総合企画部
本店 〒380-8686 長野市居町133-1 TEL 026-228-0221㈹
長野信用金庫 URL http://www.nagano-shinkin.jp/

●「すかい」は長野信用金庫のホームページでもご覧いただけます●