

大内かわら版 NO.19

大内地区 地域の教科書

観光案内を目的に作られたものでなく、大内に住みたいという方が大内での生活をイメージしやすいよう、ありのままの暮らしぶりを記したものであり、地域住民の皆さんにとっては、当たり前になっていた地域の魅力・価値を改めて見つめ直すきっかけになるものです。

大内全体・12区毎の行事や暮らしの中の決まり事、暮らしにかかる費用、地域の役割・組織など4つの情報に分けまとめました。現在、第2段階を作成中です。

第1段階
基本情報版

第2段階「大内地区 地域の教科書」づくりスタート!

現在、大内地区に来た方（嫁いで来た方、移住者）、外から大内地区に戻ってきた方などを中心にお話を伺っています。その中で、地元の皆さんとの会話に出てくる「**屋号（呼び名）**」が分からなくて、はじめは苦労したという方がいらっしゃいました。地元の皆さんにお聞きしてみると、大内では大きく分けて、**お店を呼ぶもの**と、**民家を呼び合うもの**があるようです。

苗字を名乗ることが許されなかった時代、商人・職人・農民などが**店や家**を呼び分けたり、同じ集落で同じ苗字を持つ家を判別するためにできたようです。



今回は**お店**に焦点を当て、大内の商店街で今も使われることがある「屋号(呼び名)」をいくつかご紹介します!

※商店街のどこでどんなものを売っているのか知りたい!という声が若い世代の皆さんからあったので、合わせてご紹介します。

正式名称	現在の呼び名	昔からの呼び名	お店に置いている商品	住所
高野衣料店	ニコニコ屋	ニコニコ屋	衣料品、小中学校の指定靴、運動着、制服など	字町 1-1
芳菊堂 (Yショップ)	Yショップ 芳菊堂 目黒お菓子屋	ウハイ おかっしゃ	和菓子、食料品、日用品、酒、タバコ、ギフトなど	字町 65-4
栄泉堂	栄泉堂	イケダ おかっしゃ	お菓子	字町 53-2
アート・ストーン 目黒石材店	目黒石屋	ズッケいすや	墓石・石材加工	字町 50
高野商店	高野商店	高野酒屋	酒、プロパンガスなど	字町 46
栄屋	エイゴさい	エイゴさい	食料品、日用品、新聞など	字町 44

※「ウハイ」「ズッケ」「エイゴ」とは、各商店の先代のお名前からとった愛称ということです。



創業120年の歴史を持つ**齋藤魚屋さん**のお店の入口上部には屋号印が!「オオウチャマイチ」と呼ぶそうです。

大内に今も残る「屋号(呼び名)」は、地区により言い方が異なるもの、世代によっては現在、使用していないものもあるようです。ご紹介した以外にも、**皆さんの身近に多種多様な「屋号(呼び名)」**があると思いますので、教えていただけたら嬉しいです!

「屋号」を活かして地域活性化！ 「屋号のまちプロジェクト」のご紹介

焼津市には、水産関係を中心に古くから創業する地元企業が数多くあり、「屋号」で呼び合う商習慣が残っています。現在も屋号を持つ 400 を超える企業が利用。歴史ある港町を象徴する独自の文化となっています。

地元の信用金庫と市役所、青年会、中心とした市内の有志企業 30 数社が協力し、「屋号」を地域資源として捉え「屋号のまち プロジェクト」がスタートしました！



「屋号」・・・図形や文字を組み合わせた紋章で様々なものがあります↓

- ・○（マル）＝貨幣や完全
- ・□（カク）＝真っすぐ&量が多い
- ・市場に水揚げされた水産物を競りで値決めする際に呼びやすいもの
- ・商売の縁起を担いだもの など

動機

地域経済の疲弊や、大手量販店中心の流通、地元企業・商店の発信力の限界などにより、地元店が低迷する中「屋号」に注目！地域課題を解決するための糸口にしようと考えました。

◆のれん事業

「屋号」を記したのれん旗を、駅前商店街に掲げ「屋号のれんストリート」を実施し、18 社だったのれんのが、今では 30 社程度まで増えています。



地域住民から好評を得え、さらにテレビ・ラジオ・新聞・行政の広報誌などマスコミに数多く取り上げられ、地域企業・商店と「屋号」の魅力を発信。

地域イベントや公共施設などからも展示依頼があり、観光客の誘致、交流人口アップにも繋がっています。

◆産業史事業

全国で唯一「屋号」を持つ「焼津信用金庫」が中心となり、焼津市内の 110 社の屋号の由来や歴史を調査。「屋号のまち 焼津屋号と創業史」と題した地域産業史にまとめ地元の図書館や学校、公民館などに無料配布しました。



プロジェクト関係者の声

屋号はどの地域にも古くからあるが、焼津には今も多くの屋号が利用されている。これは全国的にも珍しく、焼津の独自性でもある。「屋号」を軸に地域をさらに活性化していきたい。

今後の取り組み

- ◇「屋号」を積極的に発信し、地元企業・商店の販路拡大につなげていく。
- ◇産業史作成を通じて得た、各企業・商店の特徴や事業承継・経営課題などの情報を活かし、多様なサポートも行う。