

【特別講義要旨(3) '91.11.15】

家印・屋号・家名から商号へ

黒 崎 八洲次良

(信州大学人文学部教授)

長野県木曾郡檜川村平沢は漆器生産と販売を主な産業としており、その歴史は中世末期に遡るという。ここで多くの経営が看板を掲げ、ショウ・ルームを備えたのは、高度成長から生活革命が始まる昭和40年前後である。なぜ、そのようになったのか。営業の環境が激変したからである。「間に合えばよい」から「すこしは良いものを」さらに「私だけのものを」へという顧客のニーズに応えることが出来なければ、平沢の漆器に「明日はない」という状況である。そうした挑戦への応戦の一つが、多くの経営の看板とショウ・ルームであったのである。

看板に盛られたものは、家印・屋号・家名である。すべての経営が3種類の記号を掲げた訳ではないが、例えば「榎 柏屋 宮原末吉 漆器店」や「◆南ちきりや 手塚瀧三郎 商店」などがある。後者の手塚瀧三郎は南ちきりやの初代であり、家印の千はちきりや同族団をあらわす。前者の柏屋は本家の白木屋の別れであり、◻は柏屋同族団の本家をあらわし、末吉はこの家を再興した家長である。このように看板はその家の現実の先祖と本家の先祖の2種類の先祖を内容とし、経営の歴史、すなわち信用を象徴するものである。

今日、経営の多くは法人組織であるが、なお、家業経営の内実をもつ。そこで、危機に際してそれぞれがその経営(家)の歴史をかえりみて、これを原点として不確定の未来に立ち向かうことになった。そのような心性が看板に具体的に表現されているのである。

さて、経営の中には、企業への傾向を深めるものと芸術制作を志向するものがあらわれている。前者は○○産業、□□堂を名乗るが、○○や□□は家印・屋号・家名の一部を否定し一部を活用するようである。他方、後者は漆芸、漆工房などに個人の姓名あるいは姓(名字)をむすびつけるようである。

いずれにせよ、そこには過去(伝統)と現在(創造)の相互規定がある。そして、歴史(信用)がある屋号であれば、創始した経営から他の経営へ売買あるいは譲渡されて、商号あるいは商標として機能することになるというものである。