

伝統産業を守るために何が必要か

桐生が織都であり続けるために「きもの人口」をふやす



群馬県桐生市 小澤佑哉

第一章 序論

1. 背景・問題意識

桐生にとっての織物は、その生き立ちにも密接に関係しており、歴史を見ても桐生は常に織物と共にあり、織物の発展と共に桐生も発展してきた。

それが今、存続の危機に瀕している。街中においても和服姿の人を見かける機会は減少し、繊維産業は衰退の一途をたどっている。図 1 は、桐生市繊維振興協会の HP より引用したものである。同協会が毎年発表している「桐生繊維業界の実態」によれば、昭和 56 年には 1,100 億円程あった産地収入は平成 29 年には

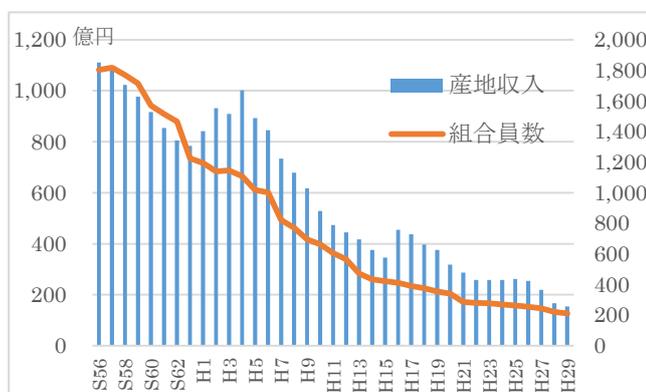


図 1 桐生市の繊維産業の年度別産地収入高

150 億円に、組合員事業所数も昭和 56 年は 1,803 社あったものが平成 29 年は 210 事業所にまで減少してしまっている。

織都と言われた桐生においても、いくつかの催しごとは行われているものの、日常において和服姿の人を見る機会は少なく、多くの人にとって特別な機会でもない限り触れることの無いものになってしまっている。

この状況は単なる地場産業の消滅ではなく、織都と呼ばれた桐生の、織都らしい景観が消滅しつつあることを意味しているのではないかと。桐生の織物の隆盛を現す言葉は、「織都桐生」や「西の西陣、東の桐生」などが有名だが、京だけでなく桐生も「着倒れ」と言われてきた。『群馬県の工業（工業統計調査）』によると、1960 年の桐生市の産業別事業所数の構成比では、繊維工業は 8 割弱を占めていた。そしてそれらは、和服、きものを着る人が居たから成り立っていた。まだ比較的多くの人々が和服を日常的に着ていたから、その産業が支えられていた。まちを往く人は、時代を考慮すればもう多くの人々が洋服を着ていただろうが、まだ和装の人も多くいただろう。つまり、桐生らしい景観を造る上で、街を歩く和服の人々というものは、欠かしてはいけない要素である。平成 30 年 1 月に策定された「桐生市歴史的風致維持向上計画」や、これまで行われてきた施策では、その存在が欠けてしまっている。

繊維産業を守るためにこれまで桐生で行われてきた施策は、市や業者が主体に捉えたも

のとなっている。しかし本当に必要なのは、和服を日常的に着る人が主体の、「きもの人口」を増やす施策ではないか。まちの景観造成も、繊維産業の振興も、きもの人口の増加を欠かしては成し得ないものではないだろうか。

桐生は織都として、和服の文化を率先して守っていくべき立場にあり、また自らの為振興していく必要もある。しかしこのような状況にあって尚、十分な対策がとられていない。桐生において 1300 年もの間続けられてきた伝統産業を、今後どのようにしていくかという目標が無いまま、「伝統は守らなければいけない」という意識だけが先行してしまい、効果的な施策が打ち出せていない状況に陥っているように感じられる。伝統を守る為にも必要なことは、「きものを着る」という人々の生活にある。

本稿では、これまでの和装振興のあり方から問題点を分析し、今後どのようにして和装を振興していくか、「きもの人口」を増やすために何が必要なのかを考察していきたい。

2. 「きもの人口」の定義

日本全国で人口減少が叫ばれている中、桐生市においても「人口減少対策」が喫緊の課題とされ、様々な対策を講じようとしている。しかし、今後人口が減ることは明らかであり、人口は減少するものとして考えなければならない。これまでは人口が市町村のバロメーターであったが、今後はそうではなく、違う基準をもってまちの活性度を捉えなければならない。

そこで本稿では桐生の活力を測るものさしの一つとして、「きもの人口」を用いたい。織物のまちである桐生は、全盛期とは比べるのも憚られる程に衰退してしまったが、今なお他の地域より繊維産業が集積している。そのため、和服を着る人が増え、きもの市場が活性化すれば、おのずと地域の産業も活性化する。

しかし単に「和服を着てもらおう」だけでは不十分である。経済産業省のアンケート調査では、20 代から 50 代の女性の、いずれの年代も 80% を超える人がきもの着用経験があると回答している。ほとんどの人はきものを着たことがあるのだ。問題は、それと同時に、「儀式・冠婚葬祭で着用した人の割合」も、どの年代でも 80% を超えていることにある。つまり、ほとんどの人は冠婚葬祭でしかきものを着ていない。日本人であっても、年に数回未満しか和服を着ない。そのような現状が、図 1 のような桐生の繊維産業の実態をつくっている。必要なのは、和服の活躍の場を冠婚葬祭以外にも広げることである。

したがって、月に数回冠婚葬祭があることは少ないだろうから、月に数回以上きものを着用する人の数を「きもの人口」と表現することとする。

3. 本稿の構成

本稿の構成は次の通りである。

第一章 序論

本稿の問題意識の在り処、目的、用語の定義について述べる

第二章 現状と課題

きものが置かれている現状と、これまでの取り組みから課題を抽出する

第三章 必要な取り組みの分析

きもの人口増加のために何が必要かを分析する

第四章 桐生が織都であり続けるために

第三章までの分析を基に、きもの人口増加のための施策を提案する

第二章 現状と課題

きもの、和装に関わる繊維産業が苦境に立たされているのは桐生だけではなく、日本全国の課題となっている。日本の伝統的な服飾である和服だが、明治時代に洋服の文化が流入してから、戦後急激に洋装化が進み、近年では冠婚葬祭などの儀式に活躍の場を狭めてしまい、「晴れ着」となっている。若年層には日本の伝統文化を尊重する傾向も出てきていると言われているが、和服の現状はむしろ悪化している。

まずは、和服の現状を把握し、そこから和装振興に向けての課題を抽出したい。

1. 和服の現状

図 2 は、総務省家計調査から作成した。2000 年以降の世帯ごとの洋服、和服の支出金額をグラフ化し、洋服に対する和服の割合を加えたものである。洋服、和服共に支出額は減少傾向にあるが、その中でも和服の割合は減少していつて

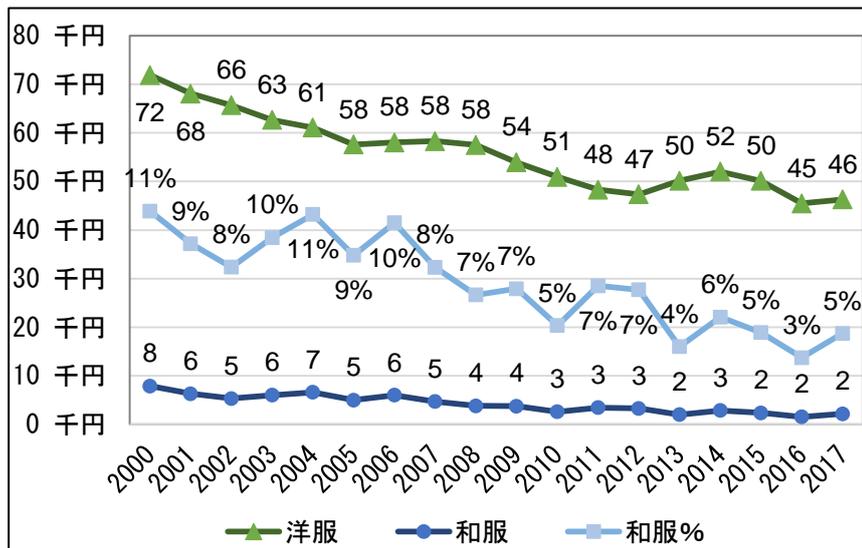


図 2 世帯ごとの支出金額の比較と割合

いる。1 着あたりの金額では和服のほうが大きく高額であるが、金額で比較してもこのような状況にあり、しかも減少傾向にある。

近年、日本各地の織物産地において、和装の振興が図られているにも関わらず減少傾向が続いているということは、行われている対策が十分でないか、または方向性が間違えているかのどちらかということである。

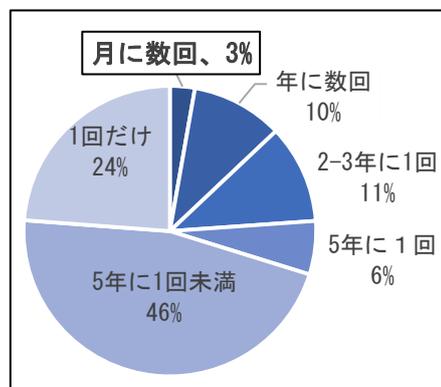


図 3 きものの着用頻度ときもの人口の割合

2. きもの人口の現状

図 3 は、経済産業省が平成 27 年に行った「きも

のの着用に関する消費者調査」のアンケートを基にした『和装振興研究会報告書』の内の、女性のきものの着用頻度についての調査から作成したグラフである。月に数回以上きものを着用すると回答した人をきもの人口とした場合、アンケート回答者の 3%がきもの人口ということになる。あくまでアンケートの数値しかないのだが、家計調査における洋服に対する和服の割合も 3~5%で推移していることから、現実と大きく乖離していることはないと思われるので、これを本稿で扱う「既存のきもの人口」としたい。

3. きもの人口増加に向けた課題

『和装振興研究会報告書』では、「購入・着用の壁」として次の 4 つを挙げており、私もこの通りだと考えている。

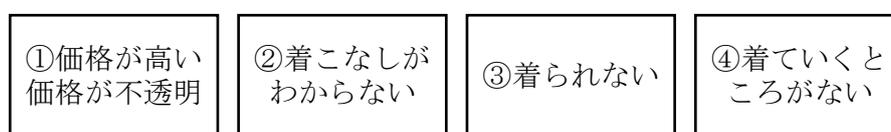


図 4 きものの購入、着用に関する「4つの壁」

この内①、②、④については具体的な提案がなされており、解消に向けた取り組みも行われている。同書で報告されている自治体や繊維関連団体が行っている和装振興策としては、④の対策となるイベントの開催が比率としては圧倒的に高く、次に②の対策となるファッションショー等が行われている。①の価格に対しては、これまでのきものの流通過程にある問題点を指摘している。しかし③については「簡単なきものの開発、自由な着用法の普及」と図中で述べるに留まっており、これまで行われてきた多くの取り組みについても、この点においての対策は行われていない。また①についても、実際に購入されている価格帯が 10 万円から 30 万円と、希望されている 10 万円以下は実現されていない状況がアンケート結果から伺える。

桐生においても、例えば毎年 10 月末から 11 月頭にかけて「桐生ファッションウィーク」を開催しており、その中での催し物として「着道楽インきりゅう」や「きものワインパーティー」と言った、きものを着ていく場所の提供や、織物製品の展示などは行われているが、これらはいずれも既に「きもの人口」に含まれている人々が参加するのみで、新しくきものを着る人を増やすことにはつながっていない。

このような取り組みがきもの人口増加につながらないのならば、同様の取り組みを拡大継続するだけでなく、手を加えられていない 2 点を克服する新たな取り組みが生まれなければ、きもの人口の増加に繋がらないのではないかと。

伝統への憧れを抱く層（以降「憧れ層」と表現する）が存在することは、前述のアンケート調査でも明らかである。きものを着たことがある 20 代から 50 代の女性の今後の着用意向については、65%が着たいと回答している。きもの人口の 3%は当然すでにここに含まれているだろうから、きもの人口 3%、憧れ層 62%の割合となる。また、購入する希望価格については図 5 のように、安くなるほど購入希望者が増加する。

つまり、現在のきもの人口は、図 6 のようなピラミッドで表すことができる。

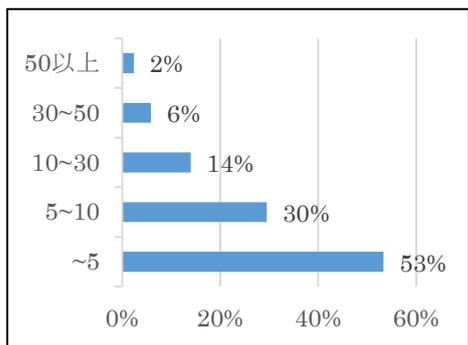


図 5 きものの購入希望額 (万円)

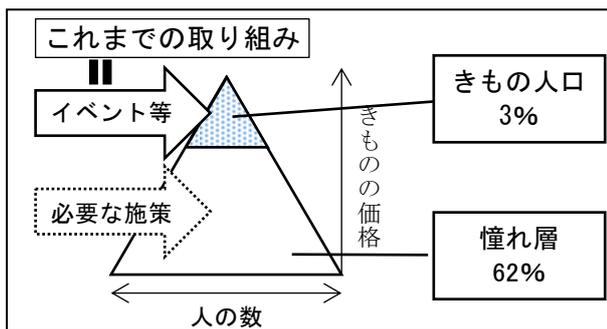


図 6 これまでの取り組みの状況

これまでの取り組みは、この図のきもの人口の中でイベント等が完結してしまっており、憧れ層に対する働きかけができていないのではないかと考えられる。このことが、今後の和装振興の大きな課題であると思われる。

第三章 必要な取り組みの分析

きもの人口増加の目的は、第一章で述べたことの繰り返しになるが、桐生らしいまちの景観造成と繊維産業の振興の2つである。現在のきもの人口では繊維産業を支えられないので、パイを大きくして繊維産業が食べていけるようにする必要がある。

第二章で、伝統への憧れがある層への働きかけが必要であることを述べた。第三章では、どのような働きかけが必要なのかを分析したい。

1. 地域における問題意識

桐生には、繊維産業の関連する組合や協会が複数存在しており、中でも大きな存在となっているのが、桐生織物協同組合となっている。組合は、桐生織物記念館を運営している。記念館は、1階で和洋それぞれの織物製品を販売しており、2階は桐生織物にまつわる資料などの展示室となっている。今回は、桐生織物記念館館長にお話を伺った。地域振興を含めた様々なお話を頂戴したが、「どうすればきもの人口を増やせるか」の問いに該当するものを、下表の通りまとめた。

表 1. 織物記念会館での質問といただいた回答

質問	回答
どうしてきものを着る人は増えないか	そもそも買ってくれる人がいない。みんなレンタルで済むようになっている。造り手としては厳しい状態にある。買うとなると、きものは高額であり、着付けが難しいことが影響していると思う。
どうすればきものを着る人が増えるか	化学繊維でもいいから、若い人にもっときものを着てもらいたい。きものよりも浴衣の方が簡単だから、そこを入り口にするのがいいと思う。

やはり、きもの人口が増加しない理由には金額と着付けの難しさが挙げられている。き

ものハードルを下げる必要があるということは、どこの産地でも共通の課題となっている。

どうすればきものを着る人が増えるかの質問には、「素材にこだわらないこと」と「簡単な浴衣から着てもらおうようにする」の 2 つをお応えいただいた。

確かに、浴衣は比較的安価であり、きものと比べたら着用も容易である。和服の入り口としてはうってつけだと思われる。もっと浴衣を着る人が増えることは、間違いなくきもの人口増加を意味する。しかし、浴衣を推奨することは、既存の取り組みの枠を出られるものではないと考える。

そこで、着用の容易さを求めることを浴衣振興の代わりに据え、きもの人口増加への施策を、ひとまず次の 2 つに仮定した。

- | |
|-------------------------|
| イ. 素材を絹にこだわらない事で値段を安くする |
| ロ. 着付けが容易な商品の開発 |

1ーイ. 素材を変えることで値段を安くする

桐生織は、昭和 52 年に、当時の通商産業大臣より、伝統的工芸品桐生織の指定を受けた。伝統的工芸品には、5 つの要件が法律で定められているが、その一つに「伝統的に使用されてきた原材料」とある。桐生織の場合は、主に絹糸、その他に綿糸、麻糸又は金糸もしくは銀糸とされている。それ以外の繊維を用いた場合は、伝統的工芸品としての桐生織は名乗れないことになる。なお、桐生織が指すのはあくまで反物であり、和服の形になったものを桐生織と言うわけではない。

今日広く使われているポリエステル等の化学繊維は、絹よりも安価で丈夫とされている。単純に考えれば、きもの人口増加のためには、管理が比較的容易で、自宅で洗濯ができて、なによりも安価なポリエステル等を使用する事は大きな近道となる。金額が下がることで、消費者が希望する金額を実現でき、その分きもの人口は増加する。現代の洋服のように、安価で購入することや自宅で洗濯などの手入れをすることができれば、着用して街に出かける人も増えると期待できる。

ポリエステルきもの専門店で聞き取り調査を行ったところ、最先端のポリエステルきものは、絹と遜色ない品質（手触り、発色など）を実現できているとのことだった。しかしそのような商品になると、結局価格は 10 万円から 30 万円ほどになってしまい、実勢価格と変わらない金額になってしまうので、きもの入り口には適していないのではないかとのご意見もいただいた。ポリエステルの強みは洗濯できることにあり、仕事などで毎日のように着用する人には重宝されるところもおっしゃっていた。

素材を化学繊維にすることによる得られるメリットは、最大の点が自宅で洗濯ができることであり、後は求める品質による、ということになる。質を求めなければ、インターネットで 1 万円や 2 万円で、きもの一式そろえられるものもあるようだ。

つまり、化学繊維を使用することで期待できるきもの人口の増加は、「自宅で洗濯ができること」による増加と、「値段が安くなること」による増加の 2 種類があり、後者は品質によってその程度も異なる、ということになる。

現在のきもの実勢価格は 10 万円から 30 万円と言われている。図 5 からその価格帯の購入希望割合は 14% であり、その状態でのきもの人口は 3% となっている。非常に単純な計算になってしまうが、価格帯 5 万円から 10 万円が実現できた場合は、購入希望割合は 30% となり、推定できるきもの人口はおよそ 6% となる。

しかし、気をつけなければならない点が 2 つある。

1 つ目は、化学繊維では、伝統的工芸品としての桐生織と言うことはできないため、出処のよくわからないまがい物として忌避されてしまう恐れがある。

2 つ目は、既存のきもの人口が新規のきもの人口に流出してしまうことである。きもの人口は、間違いなく増加すると思われる。しかし既存の高額なきものを購入していた層が、安価なきものを求めるようになったしまった場合、利益としては減少してしまう可能性がある。繊維業界に追い打ちをかけるようなことがあってはならないため、綿密なマーケティングが必要である。

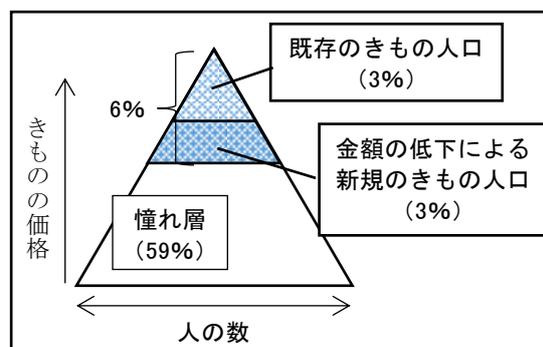


図 7 5 万円から 10 万円の価格帯が実現された場合のきもの人口の予測

1-1. 着付けが容易な商品の開発

ここでは、既に商品化されている事例を扱いたい。着付けが容易どころか、洋服感覚で着用できるものだが、若年層が求めている和服のあり方の一端を見ることができる。

図 8 は、SNS にアップロードされた画像である。アップロード者はある SNS に「現代創作和服」というシリーズの絵を投稿している方であり、その中から 2 枚の画像を引用させていただいた。

この画像が SNS に投稿された時、非常に大きな反響を呼んだ。左側の絵は、形式としては洋服のパーカーになるのだが、袖を広くすることで、和服のようなシルエットを作っている。



図 8 SNS に投稿された「現代創作和服」

たくさんの「着てみたい」「欲しい」というメッセージが寄せられた結果、画像の投稿から 9 ヶ月後の 2018 年 8 月 15 日にクラウドファンディングによる商品化計画が始まった。瞬く間に多くの支援が集まり、同年 9 月 21 日には、目標額の百万円を大きく上回る、5,546,784 円（目標に対し 554%）が支援され、商品化されるに至った。その後、右側の画像のスウェットも、同じくクラウドファンディングで商品化された。彼らは、伝統への憧れをいさぎながら、自分たちが要求する「和服」を、自分たちの手で造っている。

この事例から分かることは、伝統、言い換えれば和風に憧れを抱く若年層は、「きもの」の形式に拘ってはいない、ということである。きものと言え、^{ながぎ}長着を右前で合わせ、帯で固定するものが典型であろう。しかし彼らが求めているのは、その「形式」ではなく、和服の「要素」である。この事例で言えば、袖の形を和服の要素として捉えている。下側の画像では、女性のスカートも袴のシルエットとなっている。彼らはいくつもある「和服らしさ」の要素の中から、好みのものを取り上げて、自分の生活の中に取り入れようとしている。彼らが欲しているのは、特別な日だけに着る「ハレ着」ではなく、いつ着ても良い「普段着」なのではないだろうか。

ただ、事例の服は少々カジュアル過ぎるよう感じられるので、すぐにきもの人口に含めていいとは言えないと思われる。

再度『和装振興研究会報告書』のデータに頼ってしまうが、きものを着用する意志のある 20 代から 40 代の女性のきものを着るにあたり困っていることの設定で、「着付けができない」ことが複数回答で 60%弱となっている。憧れ層の中のおよそ 60%、つまりきものを着たことがある女性のおよそ 40%が、着付けの難しさを解消することできもの人口に加わる可能性があることとなる。しかし複数回答なので、実現のためには他の要素の解決も必要である。

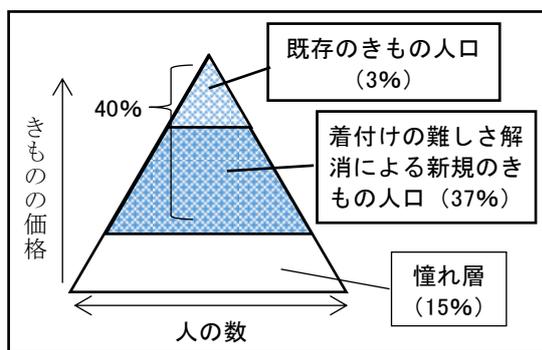


図 9 着付けの難しさが解消された場合のきもの人口の予測

2. ハレ着とケ着

きもの人口増加に向けて必要なことは、第二章で述べた通り、伝統への憧れがある層への働きかけである。なぜ彼らが伝統への憧れがありながら、和服を着用するに至らないのかについては、「きもの購入・着用に関する 4 つの壁」の考え方をそのまま踏襲したい。すると、第三章の 1 で述べたイ、ロの施策は、これまでの和装振興で対応しきれなかった金額と着用の問題にうまく対応することができる。そして、この 2 つの施策はどちらも、きものには普段着が必要であることを示唆している。

民俗学の概念に、「ハレ」と「ケ」というものがある。「ハレ」はそのまま「晴れ着」の「ハレ」であり、祭りや年中行事などの非日常を言うものである。「ケ」とはその逆で、普段の日常を意味する。数多くの「ケ」があることで、「ハレ」が存在する。「ハレ着」に対して普段着のことを「ケ着」と言ったが、明治以降には言葉として消えてしまった。これは、それまで実用的な日常着、つまり「ケ着」であった小袖が次第に「ハレ着」に成っていったことで起きた現象ではないかと私は考えている。

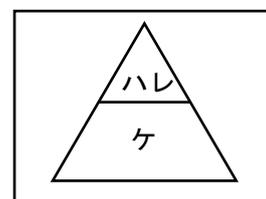


図 10 多くのケがありハレが成り立つ

現代の洋服と和服を分けて、それぞれのピラミッドで表した場合、図 11 のようになる。日本において洋服が一般化してきた明治時代以降に、それまで日常着だった小袖、つまり

きものが高級品化・ハレ着化するにつれ、和服のケ着は空洞化していった。

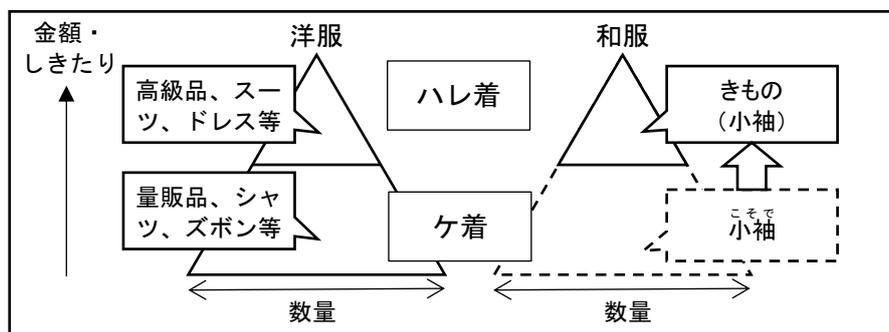


図 11 洋服と和服におけるハレ着とケ着の比較

高級品（ハレ着）と量販品（ケ着）を分けているのは、価格が高いことだけでなく、ルールやマナーといった「しきたり」があることの二つであると考えられる。祭りや年中行事に必ずしきたりが存在するように、現代のきものや、高級なスーツやドレスにおいても、しきたりは存在する。そして、それは4つの壁の、まさに対応されていない着用の問題に該当する。しきたりが細かく決められているから、着用の仕方が分からなくなってしまい、着用が大変になってしまい、敬遠されてしまう。

ハレ着であるきものは、普段着にするには値段が高すぎて、決まりごとも多く窮屈である。これを着てもらおうとしても、それだけの金銭的余裕や、それだけの金額を出してもきものを着たいという強い意志がある、非常に限られた層しか、きものを普段着にする事はできない。現在のきもの人口は、その限られた人たちだけで構成されている。

つまり、伝統への憧れがある層をきもの人口に含めるためには、日常的に着用できる普段着、つまりケ着が必要なのである。現在は空席になっている、和服のケ着を作り出すことで、きもの人口を増加させることができ、街なかには和服姿の人が増え、桐生らしい景観の一部を彩る事ができる。

第四章 桐生が織都であり続けるために

きもの人口増加のためには、和服のケ着を開発する必要があることが分かった。そしてそのためには、第三章1-ロで取り上げた事例のような「要求」をうまく捉えることで、若い世代の人たちにも広く「新しい和服」を着てもらえるのではないだろうか。桐生の中だけ、繊維産業業界の内側だけでは、「新しい和服」であるケ着を創造することはできない。桐生が歴史の中で繰り返してきたように、外部からの刺激を受け入れることで、新しいものを生み出す事ができる。

また、安価な商品を製造販売する際に、第三章1-イでも述べたように、出所不明のまがい物と忌避されてしまうことは避けたい。そこで、積極的に「made in 桐生」を主張していく必要もあるだろう。化学繊維等を用いる限り、「桐生織」の商標は使えない。その代りとなる「目印」が必要である。桐生は紛れもなく日本を代表する繊維産地である。その桐生が認めた商品であることを示す目印があれば、安心して手にとってくれる人も増える

のではないかと。

そこで、きもの人口増加のために、2つの提案を行いたい。

1. ケ着の開発体制の整備

現在の桐生市内には、若年層の要求を受け止め、提案していける機能が存在しない。何より、これまでと同じ殻の中だけで何かをしようとしても、これまでのものと同じような、最大公約数的な製品になってしまいかねない。外部からの力は必要なのである。

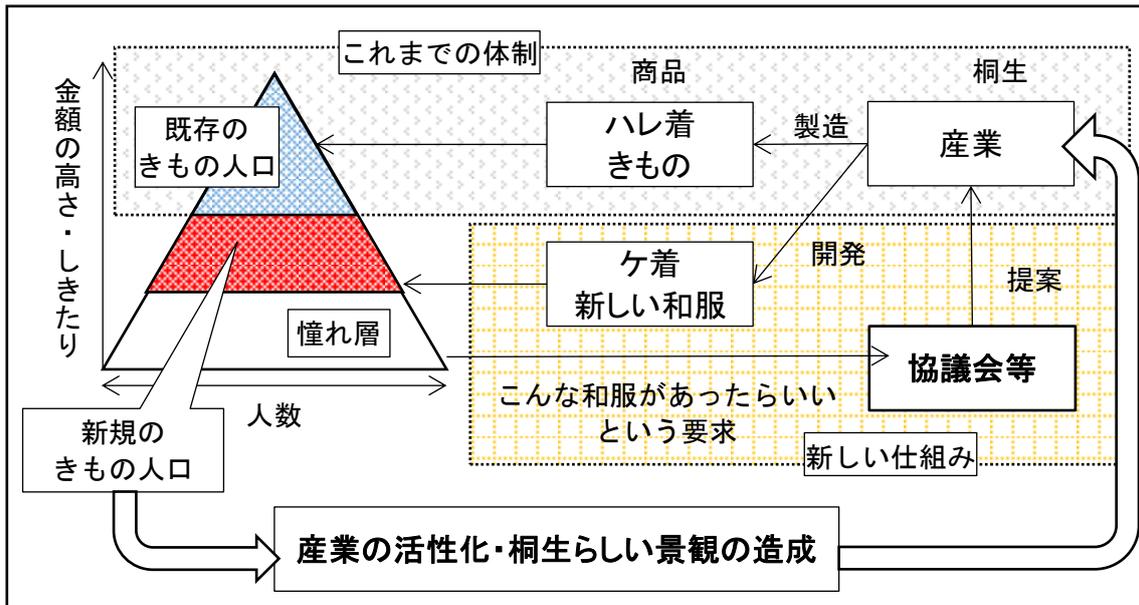


図 12 協議会等の設置により、憧れ層の意見を製品化し、きもの人口を増加させる

そこで、協議会等の、憧れ層の求めるものを分析し、産業に提案する機関を設けることを提案したい。協議会等には、デザイナーなどの人員を確保したい。協議会から提案を産業に送り、桐生の技術力にあふれる繊維産業がそれを実現する。それを製品化することで、憧れ層はきもの人口になることができる。そしてきもの人口が増加することにより、桐生市内の繊維業界の活性化と、桐生らしい景観の造成を果たすことができる。

また、ケ着の目標についてだが、第三章の1で述べているように、5万から10万までの価格帯で、着付けの難しさを排除することとしたい。金額が安すぎると、桐生織の箔を落としてしまいかねない上、逆に産業を退廃させてしまいかねない。低価格化は一つの目標ではあるが、行き過ぎることはあってはならない。逆に着付けの難しさは、可能な限り排除したい。ケ着は普段着である以上、煩雑さとは無縁であったほうがよい。

これらの実現が可能であれば、きもの人口、月に数回以上きものを着用する人口は現状の3%から、40%まで上昇する事が期待できる。しかしこれは理論値であり、そのような劇的な変化は困難であろうし、詳細なアンケート調査でも行わない限り具体的な数値で測るのも難しい。街なかで、きもの姿の人を見かける機会をどれくらい増やせるかが、この施策の達成度になるだろう。

2. 準桐生織（仮）のレーベルを作成する

絹の代わりにポリエステル等の化学繊維を使った場合は、それは「桐生織」を名乗れない。伝統的工芸品という後ろ盾を失うことになるので、その代りとなるものを用意する。

他ならぬ織都桐生の職人の技を込めたものならば、何かしら同様のレーベルを用意して然るべきではないだろうか。品質等の基準を用意することで、消費者は桐生の織物だと安心して手にとることができるし、一定以上の品質を保証することができる。それがひと目で分かるようにするために、やはり産地で共同のレーベルを使用することが有効だと思う。

忘れてはならないのは、製品化がゴールなのではなく、桐生が織都であり続けること、きもの人口増加により桐生らしい景観をつくり、まちの魅力を高める事が目標であり、ゴールは存在しない、ということである。時代の要求に合わせて進化するという、桐生に刻まれていたはずの遺伝子を呼び起こし、桐生らしさや伝統、文化を失わずにこれからも続けていくために、いつの間にかできてしまった殻を破らなければならない。

和服、きものは、世界に誇るべき日本の伝統であり、桐生はその代表的な産地の一つである。その文化を、私達の時代で終わらせるわけには行かない。おそらく、多くの反対や不理解もあるだろうが、今その壁を超えなければ、1300年続いた桐生の伝統は潰えてしまう。その責任をしっかりと受け止め、立ち向かっていくことが、織都である桐生のほんとうの「桐生らしさ」ではないだろうか。

【参考文献】

- 桐生市繊維振興協会 HP <http://www.kiryu-seni.jp/index.htm>
- 桐生市繊維振興協会（1981年から2017年まで各年）『桐生繊維業界の実態』
- 加藤秀雄（2016）『繊維産業都市桐生市の構造変化と今後の発展に向けての分析視角』
- 群馬県統計情報提供システム「工業統計調査」 <https://toukei.pref.gunma.jp/ise/>
- 桐生市（2018）「桐生市歴史的風致維持向上計画」
- 総務省統計局「家計調査結果」
- 経済産業省（2015）「和装振興研究会報告書」
- 池上良太（2008）『図解 日本の装束』
- CAMPFIRE HP「現代創作和服商品化プロジェクト」
<https://camp-fire.jp/projects/view/89802>
- 西村秀一（2011）『近代（明治～昭和初期）の服飾-都市風俗の変化と着物模様の変遷』
- 田辺儀一（2014）『江戸時代初期の八丁撚糸機開発と縮緬の発達』

