

滋賀県地場産業の地理学的研究

—存続理由の考察を中心にして—

奥村 公英

キーワード: 滋賀県, 地場産業, 存続理由, 流通, 製造品目

1. はじめに

(1) 研究の視点

近年、消費者のニーズの多様化により、少品種大量生産を軸に発展してきた大企業はその対応に苦慮している。つまり、強さの象徴であった、一律の製品を大量に市場に供給するという大企業の大量生産主義が、現在では逆に弱点となってしまったのである。それに対して地場産業は多様であり、長年にわたって技術を蓄積し、多品種少量生産という小回りのきく生産を行うことで、消費者の要望に答えてきた。また、地場産業は地域に労働力市場を提供したり、地域の所得水準向上に寄与するなど、地域に果たす役割も大きい。しかしながら、地場産業の現状は景気低迷による受注の減少や後継者不足、輸入品との競合などの諸問題に直面し、厳しい状況である。そこで、このような状況を改善する糸口として、筆者は存続理由に注目した。それは、存続理由の考察・説明を通して、今後の展望についての手立てや示唆が得られるのではないかと考えたからである。

(2) 地場産業の定義

最初に本研究対象である地場産業の定義について、先行研究における議論を踏まえて筆者の考えを述べておく。筆者は地場産業が地域と密接に結びついていることならびに地場産業も時代の趨勢や経済の動向などにより多様に変化するものであるという認識から、次のように地場産業を定義することにした。

地場産業とは次の①～③を備えた産業である。

- ①特定の地域に同一業種の、地元資本による中小企業が集中立地して産地を形成している。
- ②地元で産する原材料や他地域から移入又は海外から輸入した原材料を用い、地元の労働力を利用して、その産地に受け継がれてきた技術・技法又は場合によってはその技術・技法を応用もしくは転用することにより、特産品(主に消費財関連の完成品や半完成品・中間製品など)を生産している。
- ③販路を地元はもとより広く全国市場や製品によっては海外市場にまで求めて製品を販売している。

この定義に基づいて地場産業を構成する諸要素を抽出すると、地元資本、中小企業、原材料、地元の労働力、伝統ある技術・技法、特産品、販売・流通などの諸要素が導き出せる。これらの要素は地場産業に必要な不可欠な要素であるといえよう。

滋賀県においては、これらの要素の中でも、地場産業・産地が存続するためには「流通」という側面が非常に重要であると考えられる。その視点から滋賀県の位置に注目すると、滋賀県は地理的には日本全国のほぼ中央部にあり、京阪神地域や中京地域といった大消費地と近接している。また、北陸地方と京阪神・中京を結ぶ重要な交通拠点の一つでもある。このように、滋賀県は京阪神・中京・北陸を結ぶ交通の要衝となっており、流通面での有利性が認められる。また、歴史的に言えば、滋賀県には「近江商人」と呼ばれる販売力のある商人が存在していたことも見逃せない。

(3) 研究の目的と方法

滋賀県には、前述の定義によって検討の対象となる地場産業・産地が9つ存在する。具体的には、信楽焼陶器産地、甲賀・日野薬産地、湖東麻織物産地、彦根バルブ産地、彦根仏壇産地、彦根ファンデーション産地、長浜縮緬産地、高島綿織物産地、高島扇骨産地の9産地である。このように滋賀県の地場産業はこの多様性に特徴がある。この多様さ故に、滋賀県の地場産業を扱う場合はこれらすべての地場産業・産地を研究対象としなければならない。

そこで、本研究では、滋賀県内9つの全地場産業・産地を取り上げて、各地場産業・産地の存続理由を沿革・産地の概要・生産・流通の4つの観点から考察し、それをもとに滋賀県地場産業全体の存続理由を解明する。具体的には、まず、滋賀県商工労働部、滋賀県工業技術センター、各産地組合関係者ならびに各産地の事業主体者から聞き取り調査を実施し、また各種資料及びその他の文献からの情報をもとに、前述した本研究の4つの観点から各地場産業・産地を分析・考察する。次に、そこで得た分析や考察から各地場産業・産地の特徴を整理し、各地場産業・産地の存続理由を明らかにする。そして、最後にその各地場産業・産地存続理由の視点から各地場産業・産地を位置づけ、さらに滋賀県地場産業全体の存続理由を解明する。

(4) 研究対象地域

i) 滋賀県の位置と面積

滋賀県は日本列島のほぼ中央に位置し、面積は国土の約1%に相当する4,017.4km²で、全国第38位、近畿6府県中第4位の広さとなっている。しかし、琵琶湖を除けば3,347km²で、陸地のみでは全国第41位の小県である。

県域は、北は福井県、東は岐阜県、南東は三重県、西は京都府と接し、日本海側の若狭湾と太平洋側の伊勢湾・大阪湾の湾入によって形づくられた地峡部に当たる。本県は東西約66.6km、南北約101.8kmで、南北に長い。また、地形と気候との関係から風土の南北性はかなり強い。

ii) 滋賀県の地形の概要

滋賀県は日本最大、最古の湖である琵琶湖を中心にして、周囲を伊吹山地・鈴鹿山地・比良山地・野坂山地・信楽山地(高原)などによって、ほとんど隙間なく囲まれている。琵琶湖の周辺はこれらの山々から流れ出る姉川、愛知川、日野川、野洲川、安曇川などの大小の河川が扇状地や三角州をつくりながら湖に注ぎ、近江盆地を形成している。

丘陵・台地・沖積低地の分布は南部や東部では広く、西部や北部では山地が湖岸に迫っているために狭くなっている。盆地周辺の山々はほとんどが断層山地で、山腹斜面は概して急斜するが、山頂一帯の高さはほぼそろっており、極端に高い山や火山はない。

また、琵琶湖の湖岸線は概して単調であるが、北岸は湖岸まで山が迫り、切り立った断崖があるなどして、出入りの多い湖岸線を形成している。

iii) 滋賀県の経済・産業

国民総生産における産業別の割合の推移をみると、昭和40(1965)年以降第1次産業は減少の一途をたどっていること、高度経済成長期は第2次産業が全国的に大躍進を遂げたこと、高度経済成長期以後は第2次産業から第3次産業へと比重が変化してきたことがうかがえる。

しかし、滋賀県では国全体の傾向とは異なる点がある。それは高度経済成長期以後も第2次産業が主力となっている点である。平成8年の県内総生産額は58,813億円で、全国で第24位である。平成8年の県内総生産の産業別割合をみると、第1次産業は1.1%、第2次産業は54.5%、第3次産業は38.4%となっており、やはり第2次産業の割合が高くなっている。とりわけ、製造業は県内総生産全体の45.1%を占めており、本県の主要産業となっている。また、県内総生産に占める第2次産業の割合は、全国第1位となっている。このように国全体と比較しても、滋賀県は第2次産業の割合が高く、第2次産業の中でもとりわけ地場産業を含む製造業の割合が高くなっていることがわかる。

2. 滋賀県地場産業の概要

(1) 分布状況

現在滋賀県に立地する9つの地場産業・産地の分布状況は図1に示したとおりである。このように滋賀県において地場産業・産地が県下全域に散在していることがわかる。

なお、本研究では、滋賀県の地域区分を次のように設定した。滋賀県の中央部にある琵琶湖を基準にして、滋賀県を4つの地域に区分した。つまり、琵琶湖の南側地域の湖南地域、同様に北側地域の湖北地域、東側地域の湖東地域、西側地域の湖西地域、以上の4地域である。

この地域区分別にみると、湖南地域に2産地、湖東地域に4産地、湖北地域に1産地、湖西地域に2産地となっており、湖東地域に多く集積している。特に、湖東地域では彦根市に3産地が集中している。業種別では繊維工業が最も多く、湖東麻織物産地(湖東地域)、長浜縮緬産地(湖北地域)、高島綿織物産地(湖西地域)の3産地が存在する。その他の業種はそれぞれ1産地で、窯業・土石製品製造業の信楽焼陶器産地(湖南地域)、化学工業の甲賀・日野薬産地(湖南地域)、衣服・その他の繊維製品製造業の彦根ファンデーション産地(湖東地域)、一般機械器具製造業の彦根バルブ産地(湖東地域)、木材・木製品製造業の高島扇骨産地(湖西地域)、家具・装備品製造業の彦根仏壇産地(湖東地域)となっている。

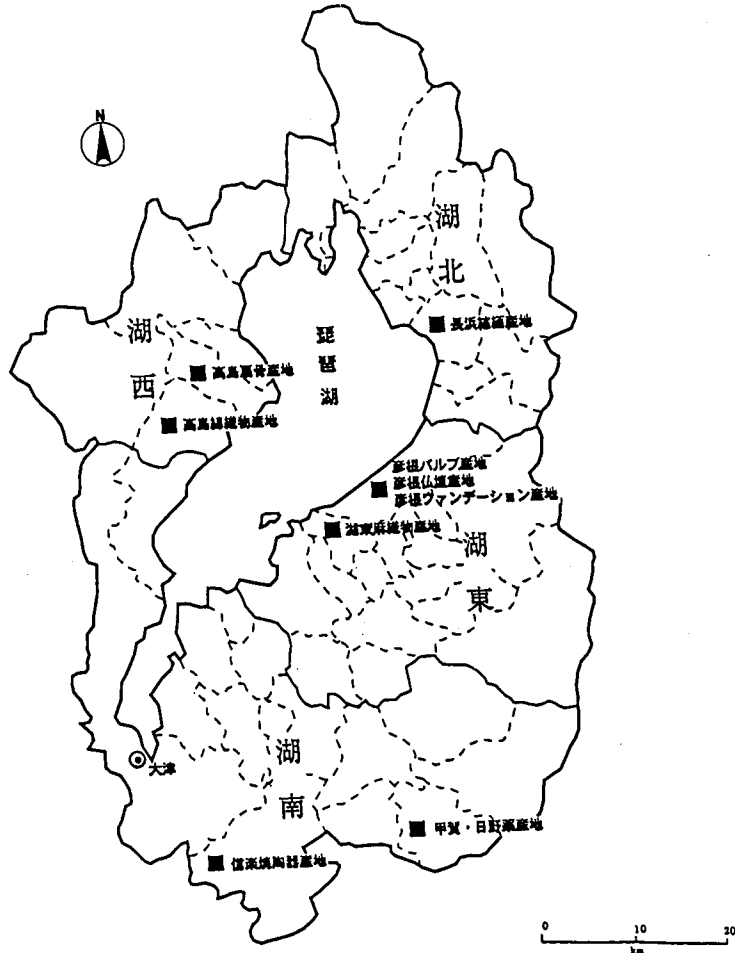


図1 滋賀県地場産業・産地の分布

出典:筆者作成

(2) 滋賀県地場産業の特徴

県下の全地場産業の 9 産地に関して、沿革、産地の概要、生産工程、流通の 4 つの観点から考察した結果を整理したものが表 1 である。表 1 は横軸に前述の 4 つの観点、縦軸には地域区分別に各地場産業・産地をとり、その両者の関係を示したものである。なお、4 つの観点についてはそれぞれに二つ又は三つのより具体的な観点を設定した。

では、この表をもとに各観点から滋賀県地場産業の特徴を整理することにしよう。

i) 沿革について

起源については、彦根バルブ産地と彦根ファンデーション産地を除く残り 7 産地が明治時代以前から成立していた。そして、その 7 産地のうち、江戸時代中期に成立した産地が最も多く、5 産地が成立している。また、産地組合については生産面に関わる生産組合と流通面に関わる流通組合とに大別される。生産組合は全産地に設立されているが、流通組合については信楽焼陶器産地と甲賀・日野薬産地の 2 産地にしか設立されていない(ただし、甲賀・日野薬産地の流通組合は配置販売業者のみの組合である)。これは、流通組合が存在する 2 産地は小売も手掛けているが、その他の産地が卸売を中心に行っていることに起因している。

ii) 産地の概要について

まず、企業については従業員規模別にみると、圧倒的に小規模企業が多い。唯一、甲賀・日野薬産地については小規模企業と中規模企業との二極分化が見られる。また、従業員については大多数の産地で従業員の高齢化が進行している。従業員数についても 4 産地で減少傾向となっている。従業員の高齢化と従業員数の減少傾向については、バブル崩壊以後不況となり、各産地の企業が新規採用を手控えたことによる影響が大きい。生産額についても、不況の影響で 7 産地が減少傾向にある。総体的に順調な伸びを示しているのは、甲賀・日野薬産地と彦根バルブ産地の 2 産地のみである。

iii) 生産について

原材料については、産地内の資源を活用しているのは信楽焼陶器産地だけで、ほかの 8 産地は他地域より移入したり、海外から輸入している。技術・技法については全産地において伝統的な技術・技法、熟練した技術が存在する。そして、多くの産地が現在はその受け継いできた技術・技法で「モノ」をつくるだけでなく、その技術・技法を応用・転用して、従来の製品だけでなく新しい製品を開発・製造している。したがって、高島扇骨産地を除く全産地において製造品目の転換が行われている。

iv) 流通について

流通経路で注目すべき点は、産地問屋が存在し機能している産地が 3 産地しかないことである。その 3 産地のうち、産地問屋が製品の大部分を扱っている産地は信楽焼陶器産地と長浜縮緬産地の 2 産地だけである。その他の産地については製造業者が直接消費地問屋や商社、小売店、消費者などに納入している。しかし、産地問屋の有無にかかわらず、どの産地もそれぞれに確固たる流通経路を持っている。また、販売形態については前述したように卸売が中心となっている。販売範囲については日本全国にわたっている産地が大部分である。しかし、長浜縮緬産地や高島扇骨産地は製品の用途から特に京都と密接につながっている。

表1 滋賀県内各地場産業・産地の考察結果

地域区分	産地名	根拠 ①起源 ②産地組合	産地の概要 ①企業 ②従業員(人数・平均年齢) ③生産額	生産 ①原材料 ②技術・技法 ③製造品目の転換の有無	流通 ①流通経路 ②販売形態 ③販売範囲
湖 南	信楽焼 陶器産地	①奈良時代 ②生産組合と流通組合の両方が存在	①小規模企業が多い ②従業員数に大きな変化なし、若手の従事者もいるが、信楽に専るかどうかは不明 ③生産額はやや下降気味	①産地内の資源活用 ②伝統的な技術・技法の存在(大型の焼物) ③製造品目の転換あり	①産地問題理由が多い ②卸売、小売(小売店、百貨店、ネット販売) ③日本全国
	甲賀・日野 産地	①安土・桃山時代～江戸時代中期 ②生産組合と流通組合の両方が存在 ただし、流通組合は配運販売業者のみ	①小規模企業が多い ②従業員数減少傾向、高齢化が進行 ③生産額は減少傾向	①主として他地域や海外から移入・輸入 ②伝統的な製法があるが、現在は機械化 ③製造品目の転換あり、製造品目は多岐にわたる。	①配運用販路を除いて製品は大手卸業者又は業同様に卸される。(産地問題はあるが、形骸化) ②卸売 ③日本全国
湖 東	湖東麻織物 産地	①室町時代 ②生産組合のみ(流通機能含む)	①小規模企業が多い ②従業員数減少傾向、高齢化が進行 ③生産額は減少傾向	①他地域から移入 ②伝統的な技術・技法の存在 ③製造品目の転換あり、寝具、産物回生地からインテリア、服地などへ移行	①産地問題なし、商社や消費地問題理由が多い ②卸売 ③京都、大阪、東京方面へ
	彦根スラブ 産地	①明治時代、製糸用カラミ製造から発展	①小規模企業が多い ②従業員数はほぼ横ばい状態、高齢化が進行 ③総体的には順調に伸長	①他地域より移入 ②技術の応用(染抜加工・組立専門) ③水運用スラブが主力、製造品目の転換あり	①産地問題なし、工事業者・商社・代理店経由又は最終消費者へ直接納入 ②卸売、小売 ③日本全国
	彦根仏壇 産地	①江戸時代中期 ②生産組合のみ(流通機能含む)	①小規模企業が大部分 ②従業員数はほぼ横ばい状態、高齢化が進行 ③生産額はここ数年減少傾向	①他地域より移入 ②伝統的な技術・技法の存在(仏壇) ③製造品目の転換あり、高級大型仏壇だけでなく、軽簡形仏壇、中堅仏壇製造へ	①産地問題なし、 ②彦庄、小売が主力 ③滋賀県内が主力であるが、近隣府県にも販売 ④卸売 ⑤産地問題、大手工務メーカー、量販店、通販業者等に卸される。
湖 北	彦根アーン チーション 産地	①昭和時代(第二次世界大戦後)、足袋製造から発展 ②生産組合のみ	①小規模企業が多い ②従業員数減少傾向 ③生産額は減少傾向	①他地域より移入 ②熟練した縫製技術必要 ③ブラジャーが主力、製造品目の転換あり	①産地問題、大手工務メーカー、量販店、通販業者等に卸される。 ②卸売 ③日本全国
	長浜絹織 産地	①江戸時代中期 ②生産組合のみ(流通機能含む)	①小規模企業が大部分 ②従業員数減少傾向、高齢化が進行 ③生産額は減少傾向	①海外より輸入 ②伝統的な技術・技法の存在 ③高級な縫製技術が主、製造品目の転換あり	①産地問題理由がほとんど ②卸売 ③京都が主
湖 西	高島綿織物 産地	①江戸時代中期 ②生産組合のみ	①小規模企業が大部分 ②従業員数減少傾向、高齢化が進行 ③生産額は減少傾向	①他地域より移入 ②伝統的な技術(綿りの技術の応用) ③製造品目の転換あり、クレープ生地よりも、素材織物が主力になってきた。	①産地問題なし、商社、アパレル関連企業、生地問題(産地外の問題)へ納入 ②卸売 ③日本全国
	高島扇骨 産地	①江戸時代中期 ②生産組合のみ	①小規模企業が大部分 ②世代交代がスムーズに行われている ③生産額は減少	①他地域や海外から移入・輸入 ②伝統的な技術の存在 ③製造品目の転換なし	①産地問題なし、仕立加工業者が産地問題の機能をもつ ②卸売 ③京都が主

出典：筆者作成

3. 滋賀県各地場産業・産地存続理由の検討

本章では、県下の全地場産業の9産地に関して、沿革、産地の概要、生産工程、流通の4つの観点からの分析結果をもとに、各地場産業・産地の存続理由を明らかにする。

(1) 信楽焼陶器産地の存続理由

陶器産地は日本全国に存在し、各産地ごとに独特の風合いをもつ陶器を生産している。この独特の風合いがあればこそ、全国の陶器産地は成り立っている。そして、信楽焼の風合いは信楽町から産出する原土によるところが大きい。

また、全国の陶器産地と同様に、信楽焼陶器産地にも信楽焼独特の技術・技法が受け継がれてきた。例えば、信楽焼の特徴の一つである大型で厚手の陶器を製造する際にも、この独特の技術が用いられている。機械技術の発達により、現在では大型の陶器もある程度までは機械での製造も可能となった。そして、大型陶器を成形する機械は他産地にはないもので、信楽焼陶器産地でもまだ3~4台しか導入されていない。しかし、その機械で成形されたものは未完成で、いわば基本となる形が作られたに過ぎず、成形段階における完成品にするためには、伝統的な技術・技法を習得し、熟練した職人の手がどうしても必要となる。その職人の技術は現在の機械技術では到底真似できないものである。

次に、信楽焼陶器産地は、時代の変化・消費者のニーズに対応して、茶壺、火鉢、植木鉢、傘立て、建材(建築用陶器)というように製造品目を転換させ、売れる製品づくりを行ってきた。そして、現在ではさらにインテリア・エクステリア、食卓用品、花器類など多種多様な品目を手掛けている。

当産地で生産された製品の流通経路については、建材を除いて多くの製品が産地問屋を経由して、消費地問屋、小売店・デパート、消費者へと流通する。現在ではインターネットによる販売(Eコマース)やメーカーから消費者への直販も行われるようになった。

また、流通面に関わって、信楽焼陶器産地は観光地としての側面を持っていることにも触れておきたい。

信楽町を訪れる観光客延総数は年間約130万人台で推移している。また、観光客の約99%は日帰りの観光客で占められている。この日帰りの観光客が多いことは、信楽町が大阪圏や名古屋圏に近接した恵まれた立地条件にあることと大きく関わっている。大都市近郊にありながら、自然が残っており、その中に知名度の高い陶器・焼物の産地が存在するということが日帰りの観光客を集客する要因となっている。

そして、この観光客相手の小売店や製造販売業者、作家のギャラリーなどの陶器販売店が、信楽町をほぼ南北に貫き、信楽町のメインストリートとなっている国道307号線沿いに軒を連ねている。これらの陶器販売店の中には、観光客相手に作陶教室や轆轤(ろくろ)の体験などを行っている店、大型観光バスも収容可能な大規模な駐車場を備えている店、大規模駐車場だけでなく、食堂や記念写真の撮影まで準備している店もある。このような国道沿いにある観光客向けの陶器販売店は、信楽町内の国道307号線が整備された昭和50~55年ころから増加しはじめ、今後も増加傾向にある。また、平成2年には「滋賀県立陶芸の森」が設立され、平成3年にはここをメイン会場として「世界陶芸祭」が開催されたことも、信楽焼陶器産地の観光地化を促進させた要因である。これらのことは観光客の集客に大きく貢献した。しかし、それ以後、バブル崩壊によって景気は後退していったが、こんな状況下でも信楽焼陶器産地が生き長らえている一端は観光客に下支えしてもらっている面が挙げられるという証言からも明らかなように、信楽焼陶器産地にとって観光地という側面は流通の上で重要なものとなっている。

信楽焼陶器産地は日本六古窯とされる焼き物産地の一つで、焼き物の伝統的産地であることや昭和30年代全国需要の90%以上の火鉢を生産したことによる産地名の浸透などにより高い知名度を得た。そして、当産地の製品は通産大臣指定の伝統的工芸品で、土の持ち味を生かした日用生活向け陶器として、製品の市場競争力は高まった。日用生活雑器で付加価値の低い民芸陶器の場合は、よほどのブランド力が無い限り消費地問屋が介在する余地はないが、信楽焼の場

合はその流通経路に消費地問屋が介在していることから、信楽焼のブランド力が強力であることがわかる。

これらのことから、信楽焼陶器産地の存続理由として、「産地内での良質な原土の産出」、「伝統的な技術・技法の存在」、「製造品目の転換」、「確固たる流通経路の存在」、「製品のブランド性・ネームバリュー」の5項目が指摘できる。

(2) 甲賀・日野薬産地の存続理由

当産地では、従来、漢方薬が主流であったので、各製薬業者が薬の調合方法が記された「方剤帳(調剤帳)」を持ち、それにしたがって調剤・製薬していた。しかし、大正時代初期に、日本で初めて製造販売の取締規則が制定されたことにより、薬剤師でなければ調剤・製薬することができなくなったものの、その後も、製法そのものは受け継がれ、原材料が化学薬品に変化しても手工業で薬を製造していた。昭和30年代半ばになって、機械化が推し進められ、現在に至っている。このように、当産地が生産面で発達を遂げられたのは、伝統的な薬の製法があったことと調剤の知識と技術を持った人々の存在が大きく影響している。

しかし、このようにして発展してきた当産地であるが、残念ながら新薬の開発ともなると、莫大な資本、研究施設、時間が必要となる(新薬開発に少なくとも100億円かかるといわれている)ため、当産地の地場の製薬会社にそのような開発ができる企業は皆無である。そこで、当産地の製薬会社の多くが自工場の生産ラインに応じて大手製薬会社の下請を行っている。また、当産地には大手製薬会社のノウハウを入れて薬剤をつくる加工専門メーカーにすら替えした製薬会社も存在する。このような状況を生み出したのは当産地の中小企業と大手製薬会社との間に相互依存関係が形成されてきたからである。当産地の製薬会社にしてみれば、下請や加工専門業を行うことにより確実な収入が見込める。その一方で大手製薬会社にとっても、下請や加工専門メーカーに生産させることによって、多品種の薬を生産・販売できること、自工場の生産ラインを増設したり、その都度変更したりする必要がなくなること、生産ライン変更時に生じる機械のクリーニング・資料の保存といった手間を省くことができるなどのメリットがある。

当産地では配置販売業の進展とともに配置用家庭薬の生産が主力となっていたが、現在配置販売業の低迷により、配置販売業から撤退する製薬会社が増加し、配置用家庭薬の生産も減少している。それにかわって、医療用薬品や一般用医薬品の比重が重くなっている。

次に、流通面に目を移すと、薬の種類によって流通経路は違うものの、それぞれに流通経路が確立している。甲賀・日野の薬は修験者や近江商人の手によって全国各地に広がり、その販売先が配置販売業者に受け継がれた。現在、配置販売業は衰退傾向にあるものの、その流通経路は今日も存続している。また、医療用薬品や一般用医薬品については武田製薬・藤沢薬品工業・住友製薬などの大手製薬会社やスズケン・クラヤ・三省堂などの大手薬問屋に卸され、安定した流通経路を確保している。また、現在、一般用医薬品については当産地の製薬会社の外交員(産地全体で160~180人程度)が薬局・薬店を訪問して販路を開拓し、直販もしている。

これらのことから、甲賀・日野薬産地の存続理由として、「伝統的な製法の存在」、「大手製薬会社の下請」、「製造品目の転換」、「確固たる流通経路の存在」の4項目が指摘できる。

(3) 湖東麻織物産地の存続理由

湖東麻織物産地には「櫛押捺染」、「型紙捺染」などの特色ある染色方法や「解(ほぐし)」と呼ばれる独特の製織技術がある。これらの技術を利用して、服地や着尺、インテリア用品、寝装具などを生産している。

また、戦前までは夏用和装着尺の縮緋・座布団地・蚊帳などを生産し、高度経済成長期には麻服地・インテリア製品、そして、現在では、今までの織物に関わる技術・技法やノウハウを活用して、肩パットや不織布、マットなどの健康医療器具も製造している。この

ようにして、当産地では製造品目を転換・増加させ、売れる製品づくりを行ってきた。

次に、流通面をみてみると、当産地には産地問屋が存在しないので、丸紅などの商社、ワールドなどのアパレル会社、京都・大阪・名古屋の問屋との結びつきが非常に強い。特に、京阪神地域のアパレル会社や問屋と密接に結びついて、その流通経路の安定を図っている。また、服地については当産地の企業が製品を企画・開発して、県外・海外の企業に製織させたり（下請）、外注に出して生産していることが多くなってきた。しかし、それらも商社やアパレル会社の要望に基づいて生産されたものであり、肩パットや不織布についても多くの場合が問屋からの受注生産となっているので、製品の流通はスムーズである。

これらのことから、湖東麻織物産地の存続理由として、「伝統的な技術・技法の存在」、「製造品目の転換」、「確固たる流通経路の存在」の3項目が指摘できる。

(4) 彦根バルブ産地の存続理由

現在、当産地の大部分の企業がバルブの機械加工・組立を主として行っている。そして、機械加工の工程では機械化・自動化が進められている。しかし、製品によってはどうしても手作業でなければできない工程が存在する。また、機械加工の工程にある切削加工や穴あけ加工についても、当産地の企業はサイズや材質などに関係なく加工する技術力を備えている。

組立工程は機械化が困難であり、手作業で行われている。このように機械加工・組立には、今まで蓄積してきた技術・技法に裏打ちされた高度な技術力、及びそれを習得した熟練工の存在が不可欠である。

また、当産地は第二次世界大戦直後まで各種のバルブを製造してきた。しかし、現在では水道用バルブ、産業用バルブ、船用バルブの3種類のバルブを主に生産している。中でも、水道用バルブが当産地の主力製品となっている。

水道用バルブには、流水の遮断や水量調節を行う制水弁、水道管内に入った空気を抜く空気弁、逆流を防ぐ逆止弁、消火栓などがあり、その種類は多い。また、同じ種類の弁でも、水道管の口径や継ぎ手の形状、ハンドルの開閉方向などによって仕様が異なるため、その組み合わせは1,000パターン以上あるといわれている。当産地ではこのような多様なニーズに応えるべく、多品種の生産を行っている。それゆえ、ユーザー（官公庁やそこから委託された工事業者・商社）からすれば、当産地は受注に即応し、高い技術力で生産された高品質のバルブを供給する利便性の高い産地といえる。このようにして当産地では製造品目を転換・増加させることによって当産地は存続することができた。

流通については、第二次世界大戦以前までは大阪の機械問屋が主導権を握り、流通面の一切を受け持っていた。しかし、大戦後、大阪の機械問屋の流通面における地位は低下し、現在ではバルブメーカーがその主導権を握っている。また、当産地の主力製品である水道用バルブのユーザーは多くの場合が官公庁であるので、代金の支払いも確実である。このように官公庁をユーザーとすることや受注生産の形態をとることで、その流通経路を確保している。

これらのことから、彦根バルブ産地の存続理由として、「伝統的な技術・技法、熟練した技術の存在」、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」の3項目が指摘できる。

(5) 彦根仏壇産地の存続理由

彦根仏壇は「工部」と呼ばれる職人（技術者）の集団によって仏壇の各部品が生産される。「工部」には、工部七職と呼ばれる木地師、宮殿師（高欄師）、彫刻師、漆塗師、金箔押師、鍔金具師、蒔絵師の7業種の職人（技術者）がそれぞれに完全に独立した形態で存在している。これら7つの業種にはそれぞれ伝統的な技術・技法があり、各部品をひとつひとつ手づくりで仕上げている。

また、現在ではこの分業体制から外れて、国内の他地域や海外（大韓民国・中国・台湾・ベトナムなど）に工場を設立して、そこで各部品を生産し、組立てだけを彦根で行ったり、工場で一貫生

産する企業も出現してきた。そして、これらの工場では伝統的な技術・技法を生かしつつ、機械による加工などの近代的な技術・技法及び新素材を取り入れて、各製品の製造やその部品を組立てて仏壇を生産している。

このようにして生産された彦根仏壇は仏壇業界では全国で初めて通産大臣から伝統的工芸品の指定を受けたこともあって、滋賀県の近隣では浄土真宗用の大型金箔仏壇の高級品として高い知名度を得ている。しかし、近年、住宅事情等による中型・小型仏壇志向の増加に伴い、当産地でも中型仏壇の製造に力を入れはじめている。

また、伝統的工芸品としての彦根仏壇だけでなく、伝統的工芸品に準ずる仏壇である組合合格壇や近代的な技術・技法及び新素材を取り入れて製造された産地推奨品と呼ばれる仏壇も生産している。特に、産地推奨品と呼ばれる仏壇は伝統的工芸品としての彦根仏壇や組合合格壇に比較すると廉価製品になっている。このように、仏壇のサイズや価格設定を多様化することにより、市場の拡大を図っている。

彦根仏壇の主要な販売先は、浄土真宗が盛んに信仰されている滋賀県、三重県、福井県、岐阜県、京都府である。そして、滋賀県を除く主たる販売先はいずれも滋賀県と接しており、これらの地域と彦根とは幹線道路で結ばれている。したがって、当産地は製品の流通面での利便性が高い。

これらのことから、彦根仏壇産地の存続理由として、「伝統的な技術・技法の存在」、「製品のブランド性・ネームバリュー」、「製造品目の転換・増加」、「主要市場との近接性」の4項目が指摘できる。

(6) 彦根ファンデーション産地の存続理由

当産地の主力製品はブラジャーである。ブラジャーの製造では、バストにあわせて平面の生地にも丸みを持たせることが必要となる。これを行うにあたって、従業員には高度な縫製技術が要求される。そして、量産するためには、その高度な技術力に、さらに速度と正確さが付加される。それを当産地の製造工場の従業員は電動ミシンを巧みに扱い、その作業をいとも簡単に行っている。このような熟練した技術をもった従業員の存在が生産面で当産地が存続する上での一翼を担っている。

次に、当産地が足袋産地からファンデーション産地へと転換するにあたって、大手下着メーカーであるワコールの果たした役割は大きい。それは、彦根ファンデーション産地が成立した当初、当産地の多くの企業がワコールをはじめとする大手下着メーカーの下請や協力工場から出発したからである。その当時ほどではないが、当産地には現在も大手下着メーカーの下請企業が存在する。筆者が訪問した当産地のワコールの下請企業では、ワコールと年間契約を結び、まず1年間の受注量を決定する。その後、設定された月ごとの生産量にもとづいて、ファンデーションを製造している。したがって、受注難にあえぐ他の企業に比べてこの企業は受注面において有利である。現在、海外や国内の自工場による生産を主力としているワコールが、今なおこの企業を下請企業として残しているのは、この企業がワコール系列の下請企業・協力工場の中で本社(京都市)から2番目に近い距離にあることが大きく影響している。

当産地では、前述したようにブラジャーが当産地成立当初から主力製品となっている。当産地成立の経過からもわかるように、当初はブラジャーの製造がほとんどであった。しかし、現在ではブラジャーのほか、ガードル、ブラスリ、ショーツ、ボディースーツなどを生産している。また、ファンデーションだけでなく、学童用の水泳帽や体育時に使用される紅白帽子を製造している企業もある。

このように消費者のニーズに合わせて製造品目を転換・増加させたり、縫製技術を生かしてファンデーション以外の製品の生産も行っている。

これらの製品は産地問屋を経由するもの、スーパーマーケットなどの量販店を経由するもの、大手下着メーカーを経由するもの、通信販売業者・訪問販売業者を経由するもの大きく四つの流

通経路に分かれる。なお、大手下着メーカーを経由する製品は当産地の企業が下請で生産している製品である。

流通面において特筆すべきことは他の業種と異なって、通信販売業者・訪問販売業者を経由するルートが当産地の重要な流通経路の一つになっている点である。この流通経路の存在は、当産地の企業が消費者のニーズを的確につかむうえでも重要となっている。

また、スーパーマーケットなどの量販店も当産地にとっては重要な流通経路の一つである。滋賀県には、彦根市に本部を置く大手スーパーマーケットの「平和堂」がある。平和堂は平成 12(2000)年 8 月現在、滋賀県内(61 店)を中心に、京都府(8 店)・福井県(6 店)・大阪府(3 店)などの近隣地域にも出店している。このように地元滋賀県を中心にチェーン展開している量販店にも当産地の製品が卸されていることから、市場との近接性が指摘できる。

これらのことから、彦根ファンデーション産地の存続理由として、「熟練した技術の存在」、「大手下着メーカーの下請」、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」、「主要市場との近接性」の5項目が指摘できる。

(7)長浜縮緬産地の存続理由

浜縮緬は高級無地縮緬として全国的に有名である。これは他産地の縮緬と比べて一反あたりの生糸使用量が多く、重量感があることと丹後縮緬産地と違い、無地縮緬を主力製品としていることに起因している。

当産地では各企業が生糸の購入から撚糸、製織まで一貫生産的な形態をとっている。このような形態をとっているのは、撚糸の具合で各企業の特徴ができてくるからである。製織についてもたとえ、同じように撚糸された生糸を用い、同じ機械で製織しても、場所によって、また湿気の違いなどにより微妙に織りに違いが生じてしまうので、自家撚糸した糸を用いて自分のところで製織している。このように、当産地固有の技術・技法をもとに各企業が創意工夫して、他産地とは違った縮緬を生産し、他産地の製品との差別化を図っている。

また、当産地では江戸時代後期に生産の増加と市場の拡大に伴って、製織技術の改良も進み、絹縮緬をはじめ蟬織、絹段織、うずら織、烏帽子織、横寄織などの多くの製織法が編み出された。大正から昭和初期には浜縮緬も織り始め、浜縮緬とともに需要の増大をみた。また、昭和の中頃には従来から生産している一越縮緬だけでなく、消費者のニーズに合わせて変り織縮緬や変り新古代縮緬を開発した。このように、当産地は製造品目を転換したり、増やしてきた。ちなみに、当産地は上記に挙げた高級無地縮緬が主力製品であり、その中でも変り無地縮緬が生産量の 75～80%を占めている。

次に、流通面に目を向けてみると、当産地では有力な産地問屋 3 社が大きな役割を担っていることが指摘できる。それはこれらの産地問屋に当産地で生産された製品の大部分が納入されているからである。そして、その産地問屋が取り扱う浜縮緬の 65～70%が京都に出荷され、残りの 30～35%が十日町、金沢、東京、大阪へ出荷されている。このように当産地の産地問屋は京都の問屋を中心に各地域の問屋と密接に結びついている。このような有力な産地問屋が存在することで、当産地の製織業者は流通面での不安やリスクが少なくて済んでいる。

また、浜縮緬の主たる出荷先は前述のとおり京都である。この京都に近接する縮緬産地には丹後縮緬産地と長浜縮緬産地が存在する。

そこで、この両産地を近接性に注目して比較する。京都と長浜の間は鉄道距離で約 75.4kmあり、車で 1 時間ほどの距離である。また、当産地のライバル産地である丹後縮緬産地の主要生産地の峰山と京都の間は鉄道距離で約 144.0kmあり、車では 2 時間 30 分～3 時間を要する距離である。このように、長浜縮緬産地は縮緬産地の中では主要市場である京都に最も近い。

これらのことから、長浜縮緬産地の存続理由として、「製品のブランド性・ネームバリュー」、「固有の技術・技法の存在」、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」、「主要市場との

近接性」の5項目が指摘できる。

(8)高島綿織物産地の存続理由

高島縮から始まった当産地の綿織物業の製織技術だけでなく、高島綿織物産地には撚りの技術があった。この撚りの技術を応用することによって、原材料の複合化や転換にも対応することができた。

また、当産地は江戸時代末期から生産された高島縮(現在のクレープ)に加えて、昭和初期には帆布、タイヤコード、各種資材織物へと製造品目の転換・増加を図りながら発展してきた。

綿クレープの場合は受注生産が多いため、その受注した商社やアパレル会社等に製品は納入される。また、資材織物の場合は賃加工が主流となっており、こちらも受注した商社に納品される。このように受注の不安定さという問題はあるものの、受注生産という形をとることで、流通面でのリスクを少なくしている。

これらのことから、高島綿織物産地の存続理由として、「固有の技術・技法の存在」、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」の3項目が指摘できる。

(9)高島扇骨産地の存続理由

当産地の扇骨生産額は全国の扇骨生産額の約90%を占めている。また、当産地には伝統的な技術・技法及び高度な技術が存在する。その扇骨の生産工程は細かく分かれており、分業体制によって成立している。近年、この工程の中に機械化できる工程もできてきた。しかし、高級品用の扇子や舞扇などの特殊な用途で使用される扇子に用いられる扇骨は伝統的な技術・技法を習得している熟練した技術者にしかできない部分が存在する。それゆえ、京都を中心とする扇子問屋にとっても高島扇骨産地は必要不可欠な産地となっている。

扇骨は扇骨仕立業者から扇子問屋に卸される。扇骨仕立業者は京都の扇子問屋と密接に結びついている。このことは、当産地で生産された扇骨の70%が京都の扇子問屋に出荷され、残り30%が大阪、名古屋、東京の扇子問屋にほぼ均等な割合で出荷されていることからわかる。このように全国一の扇子生産地である京都の扇子問屋と密接に結びつくことで流通経路を保持している。

また、扇骨の主要市場である京都と当産地の主要な生産地である安曇川町との間は、鉄道距離で約50.5km、車で約1時間の距離であるので、製品をトラック等で輸送する上でも利便性が高い。

これらのことから、高島扇骨産地の存続理由として、「伝統的な技術・技法の存在」、「確固たる流通経路の存在」、「主要市場との近接性」の3項目が指摘できる。

4. 滋賀県地場産業全体の存続理由の考察

前章では各地場産業・産地の存続理由を指摘した。この各地場産業・産地の存続理由を整理したものが表2である。表2は横軸に前述した存続理由、縦軸には地域区分別に各地場産業・産地をとり、その両者の関係を示している。

この表をもとに滋賀県地場産業全体の存続理由を分析・考察することにして。

まず、該当する産地が少ない存続理由を取り上げると、生産面では「原材料」と「下請」、流通面では「主要市場との近接性」と「製品のブランド性・ネームバリュー」である。

「原材料」については信楽焼陶器産地だけが該当している。ほかの8産地の中には、産地が成立した当初は産地内で原材料を供給することができた産地もあるが、現在では信楽焼陶器産地を除く8産地は原材料を産地外の他地域や海外から移入・輸入している。これは滋賀県地場産業全体から見れば、原材料が存続理由とはなっていないことを示している。

表2 各地場産業・産地と存続理由

地域区分	産地名	生産			流通			製品のブランド性 (ネームバリュー)
		原材料	技術・技法の存在	下請	製造品目の転換・増加	確固たる流通経路の存在	主要市場との近接性	
湖南	信楽焼陶器産地	○	○		○	○		○
	甲賀・日野薬産地		○	○	○			
湖東	湖東麻織物産地		○		○	○		
	彦根パルプ産地		○		○	○		
	彦根仏壇産地		○		○		○	○
	彦根アアション産地		○	○	○	○	○	
	長浜縮緬産地		○		○	○	○	○
湖西	高島綿織物産地		○		○	○		
	高島扇骨産地		○		○	○	○	

出典：筆者作成

「下請」については甲賀・日野薬産地と彦根ファンデーション産地しか該当していない。これは他の7産地の製造品目が大企業と競合していないか、もしくは大企業で生産されない製品を扱っているからである。

「主要市場の近接性」については、彦根仏壇産地、彦根ファンデーション産地、長浜縮緬産地、高島扇骨産地の4産地に該当している。この4産地ともに共通していることは京都と密接な関係にあるということである。

「製品のブランド性・ネームバリュー」については通産大臣指定の伝統的工芸品に指定された製品を生産している産地(信楽焼陶器産地と彦根仏壇産地)と着物の生地を生産している産地(長浜縮緬産地)に限られている。

次に、該当する産地が多い存続理由は「技術・技法の存在」、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」の三項目である。「技術・技法の存在」については滋賀県の全地場産業・産地に該当しており、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」については9産地中8産地に該当している。したがって、この三つの存続理由が滋賀県地場産業全体の存続理由であるといえる。

しかし、「技術・技法」については地場産業を定義する過程でも触れたとおり、その産地に受け継がれてきた技術・技法や熟練した技術はどの地場産業にも存在する。なぜなら、それらの技術・技法がなければ、それは地場産業とは認められないからである。それゆえ、滋賀県地場産業全体の存続理由における特徴としては、「製造品目の転換・増加」、「確固たる流通経路の存在」が重要であると指摘できる。

滋賀県の地場産業・産地の場合には、時代の変化や消費者のニーズに対応して製品を生産している信楽焼陶器産地・長浜縮緬産地・彦根仏壇産地、配置用家庭薬から医療用薬品・一般用医薬品へと製造品目の比重を転換した甲賀・日野薬産地、従来からある技術や技法を活用又は応用して、新分野に進出したり、製造品目を転換・増加させてきた湖東麻織物産地・彦根ファンデーション産地・高島綿織物産地、多品種少量生産に徹してユーザーのニーズに応えている彦根バルブ産地など、製造品目の転換や増加が可能な業種が多かったことが指摘できる。このように、地場産業が存続していくためには、生産面では消費者のニーズに対応しながら、原材料の転換を図ったり、伝統的な技術・技法を応用・転用するなどして製造品目を転換・増加させていくことが重要である。

また、地場産業が存続していくためのもう一つの大きな要素は、製品を確実に販売するための流通経路を開拓し、確保することである。

信楽焼陶器産地では、行政とも協力して産地を観光地化することによって小売業における販売量の増加を図ったり、インターネットによる販売(Eコマース)で販売網を全国に拡大し、消費者と直結した流通経路を模索し始めた。

甲賀・日野薬産地では、大手製薬会社の下請を行うことで受注を確保すると同時に流通経路も確保している企業が多い。また、一般用医薬品の販売については、当産地の企業は従来まで大手製薬会社や大手薬問屋に依存してきた感が強い。しかし、近年、当産地の企業自身が直接、薬局等に営業担当者を派遣し、自社製品を売り込む企業も現れ、既存のルートではない新しい流通経路もでき始めた。

湖東麻織物産地では、製造品目によって流通経路に違いが見られる。しかし、主たる流通経路は製造業者から商社、京阪神地域のアパレル会社や問屋へのルートである。また、インテリアなどでは通信販売を利用した流通経路も確立している。

彦根バルブ産地では製造品目によって各流通経路が決まっている。特に、当産地の主力製品である水道用バルブについては、全国で生産される水道用バルブの約70%を占め、日本全国ほとんどの上下水道で使われていることから、受注面での不安は少なく、官公庁又は官公庁の工事を請け負っている配管工事業者等への流通経路を有している。

彦根ファンデーション産地の場合、従来、製品は産地問屋を経由するルートが主力であった。しかし、製造業者から直接大手スーパーマーケットなどの量販店や通信販売業者・訪問販売業者に製品を納入する経路が開拓された現在、この両ルートは当産地の重要な流通経路となった。特に通信販売・訪問販売の経路は消費者のニーズをつかむうえで、より重要となってきた。

高島綿織物産地では、主力製品のひとつである資材織物は受注生産であるので、製造者から受注した商社へ製品は納入され、流通経路は単路化されている。しかし、もう一つの主力製品である綿クレープの場合は、製品は製造者から商社・アパレル会社・生地商(産地外の間屋)に出荷される。このように、綿クレープの場合は三つの大きな流通経路が存在する。

長浜縮緬産地と高島扇骨産地は、流通面において特に京都と密接な関係にある。長浜縮緬産地では生産された縮緬のほとんどが有力な産地問屋に納入される。その後、産地問屋に納入された縮緬の65～70%が京都の白生地問屋や染めつぶし問屋に出荷され、残りの製品が他地域の間屋に出荷される。このように、製造者から産地問屋、産地問屋から京都の間屋という有力な流通経路を確保するとともに、他地域の間屋との流通経路も保持している。

また、高島扇骨産地では現在、当産地で生産された扇骨の70%が、製造だけでなく産地問屋の機能も果たす扇骨仕立て業者を経由して、京都の扇子問屋に出荷されている。このような扇骨仕立て業者から京都の扇子問屋という強固な流通経路を当産地は堅持している。

以上のように、滋賀県の地場産業・産地においても確固たる流通経路が存在する。このことはその存続において重要であるが、このような確固たる流通経路が存在できた背景として、地理的には滋賀県が大消費地である京都・大阪・神戸・名古屋に近接しており、古来より京阪神・中京・北陸を結ぶ交通の要衝となっていることが指摘できよう。また、歴史的には近江商人の存在が挙げられる。近江商人の販売網は全国に広がっていた。そのため、近江商人が現在の滋賀県地場産業成立期に生産していた製品を取り扱ったことにより、滋賀県の地場産業製品の知名度は全国的に上昇した。そして、近江商人が開拓した販売網は現在でも滋賀県の地場産業・産地に有効に作用している。

このように見ていくと、地場産業において、製造品目の転換・増加ができる業種は存続・発展する可能性があり、できない業種はやがて地場産業・産地としての形態を維持していくことができなくなり、伝統的工芸品として存続するしか道はないであろう。また、産地全体として確固たる流通経路を有していない産地では、やがて産地内の弱小企業は倒産や廃業に追い込まれ、流通経路を確保している有力な企業のみが存続し、やはり地場産業・産地としての形態が維持できなくなるであろう。

滋賀県地場産業・産地の中で、現在、「製造品目の転換・増加」がなされていない産地としては高島扇骨産地、「確固たる流通経路」を有していない産地としては彦根仏壇産地が指摘できる。

高島扇骨産地については「技術・技法の存在」「確固たる流通経路の存在」のほかに、「主要市場との近接性」(特に、京都との結びつき)という存続理由がある。彦根仏壇産地についても「技術・技法の存在」、「製造品目の転換・増加」のほかに、「主要市場との近接性」、「製品のブランド性(ネームバリュー)」という存続理由を有している。しかし、両産地とも重要な存続理由の一つが欠落しているので、発展性は期待できない。そこで、この両産地については本研究から次のようなことが提言できよう。

高島扇骨産地は扇骨生産で培ってきた技術を転用・応用し、製造品目の転換を図る必要がある。また、彦根仏壇産地については、彦根ファンデーション産地で見られたような通信販売や信楽焼陶器産地ですでに実施されているインターネットによる販売(Eコマース)の導入、日本全国の浄土真宗の信者をターゲットにした全国的な販売ルートの開拓を組織的に行う必要がある。

5. おわりに

本研究では滋賀県内9つの全地場産業・産地を取り上げて、各地場産業・産地の存続理由を

沿革・産地の概要・生産・流通の 4 つの観点から考察し、それをもとに滋賀県地場産業全体の存続理由の解明を試みた。

その結果、次のような結論が得られた。

滋賀県地場産業全体の存続理由は以下の3点である。

- ①伝統的な技術・技法、その産地が持つ固有の技術・技法、高度な技術力、熟練した技術者などが存在したこと…「技術・技法の存在」
 - ②その産地が従来から持っている技術・技法を応用又は転用して、原材料の変化などにも対応し消費者のニーズに応えるべく製造品目を転換・増加させてきたこと…「製造品目の転換・増加」
 - ③製品を確実に販売するための流通経路を確保してきたこと…「確固たる流通経路の存在」
- この3点の中でも、滋賀県の地場産業については特に②「製造品目の転換・増加」及び③「確固たる流通経路の存在」が重要であると指摘できた。

さて、①「技術・技法の存在」、②「製造品目の転換・増加」、③「確固たる流通経路の存在」の存続理由は、他地域の地場産業についても一般化できることであろう。そこで、本研究の結論から滋賀県の地域性に着目すると、次のように整理することができよう。

滋賀県は大消費地である京都・大阪・神戸・名古屋に近接しており、古来より京阪神・中京・北陸を結ぶ交通の要衝となっていることが指摘できる。このように大消費地との近接性及び交通の要衝であることが、流通面での発達を促す風土を生み出してきたといえよう。また、大消費地に近いことが、消費者のニーズを取り入れやすいという利点となり、そのことが滋賀県の地場産業において製造品目の転換・増加の動機づけとなったと推測できる。

参考文献

- 岩佐俊一・地村貫・地村末相・奈知忠太郎・井保孝夫編(1993):『井保孝太郎翁顕彰誌』,西万木創意と工夫の郷づくり,41p.
- 近江麻布史編さん委員会編(1975):『近江麻布史』,雄山閣出版株式会社,439p.
- 九州経済調査協会(1998):『グローバル時代の九州地場産業』,252p.
- 京都府中小企業総合センター編(1999):『京都府産業の大要—1999年版—』,(社)京都経営・技術研究会,p138.
- 滋賀県企画県民部情報統計課編(1999):『滋賀県勢要覧 平成11年版』,滋賀県統計協会,152p.
- 滋賀県パルプ事業協同組合連合会(1985):『彦根パルプの歩み』,滋賀県パルプ事業協同組合連合会,76p.
- 信楽町企画財政課編(1999):『信楽町統計書 平成10年度版』,信楽町企画財政課,72p.
- 信楽焼振興協議会(1997):『信楽焼振興のための方策』,110p.
- 末永國紀(2000):『近江商人』,中央公論新社,238p.
- 柚庄章夫(1975):『滋賀の業史』,社団法人 滋賀県業史協会,247p.
- 高島綿スフ織物工業組合・高島織物工業協同組合(1996):『構造変革の中の地場産業—明日の高島産地を考える—』,55p.
- 塚原國勝編(1990):『創設40周年記念誌 HAMA CHIRIMEN』,浜縮緬工業協同組合,71p.
- 日本地誌研究所編(1976):『日本地誌 第13巻 近畿地方総覧 三重県・滋賀県・奈良県』,二宮書店,pp.407-534.
- 日本ボディファッション協会編集委員会編(1987):『日本洋装下着の歴史』,文化出版局,166p.