

# 着物の流行創出における白木屋呉服店による 「江戸趣味」と「王朝趣味」の展開

中島朋子

Development of “Edo taste” and “Dynasty taste” in Kimono designs by  
Shirokiya Department Store

NAKASHIMA Tomoko

## Abstract

This paper examined Shirokiya department store's role in creating Kimono designs during the Meiji and Taisho period. Shirokiya, which was one of the leading Kimono stores in Edo, gradually adopted modern consumer culture during the Meiji period, modeled after Western department stores. By the end of the Meiji period, Shirokiya began creating new fashion trends in Kimono designs along with other major department stores such as Mitsukoshi. First, Shirokiya followed Mitsukoshi's trend such as “Korin” or “Genroku” patterns. Then, Shirokiya launched its own sales campaigns such as “Kabuki” and “New Edo” patterns. These campaigns fostered “Edo taste” together with Mitsukoshi's “Korin Meiji” and “New Korin style” patterns. Furthermore, Shirokiya actively promoted “Dynasty taste” by introducing “Ashide,” “Imayo Genji buri,” “Fujiwara,” and “Waka” patterns. By the Taisho period, both “Edo taste” and “Dynasty taste” were considering important Japanese national taste, and Shirokiya played important role in promoting these tastes in kimono. By examining above mentioned, this paper clarified the role of Shirokiya in their contribution of promoting “Edo” and “Dynasty” tastes in Kimono designs.

## はじめに

近代以降の日本女性の身体の西洋化は、洋服の着用を通じてではなく、実はまず着物の変化を通じて受容されていった。その変化は、織物業界における機械織装置や化学染料などの西洋

発祥の技術の導入、欧米の近代消費文化摂取による着物への「流行」導入、着物柄への西洋の影響などが挙げられる。さらに、貴金属や宝石を用いた西洋ジュエリー文化が帯留・髪飾り・短鎖・羽織鎖・指輪などに応用され、和洋折衷化されたジュエリーが着物と共に身につけられるようにもなっていた。

日本女性が着物を通じて欧米型の消費文化を受容していった過程については、明治から戦前昭和にかけて百貨店が果たした役割が大きかったことが知られている。明治期以降、日本において欧米の近代消費文化の導入に大きな役割を果たし、百貨店業界を牽引してきたのは三越であった。その三越は、1904(M37)年の「デパートメントストア宣言」により、当初アメリカ式のデパートを目指したといわれる。三越は、その宣言において、「米国に行はるるデパートメントストアの一部を実現」<sup>1</sup>することにより、販売商品の種類を増加していくと述べている。三越の創設期の経営者であった高橋義雄はワナメーカーをはじめとするアメリカの百貨店から大きな影響を受けたこと、そして日比翁助はイギリス・ロンドンの百貨店ハロッズにそのモデルを求めたと言われている<sup>2</sup>。欧米のデパートを模範とした三越などの百貨店が、その発展を目指す過程において創出していったのが大量消費を促す装置としての「流行」であった。その三越の流行創出に関しては、神野由紀に加えて岩淵礼治らの研究が詳しい<sup>3</sup>。さらに藤岡里圭は、高島屋も百選会という組織を中心に「流行」を作り出していったことを明らかにしている<sup>4</sup>。日本女性の身体の西洋化は、着物の変化から始まっていったが、その変化の重要な担い手となったのは百貨店であり、彼らが生み出した「流行」であった。

さらに近年、百貨店が生み出した着物の流行の詳細についても研究が進んでいる。三越は、日清戦争後の1896(M29)年に売り出した「伊達模様」に続いて、日露戦争後の1905(M38)年に「元禄模様」を企画し流行柄として売り出した。これらの懐古的な流行柄は、「江戸」という「伝統」の発見と、欧米型の大量消費文化が結びつきながら創り出されたものであり、欧米の文化の影響を受けて再構築された近代的なものであったと議論されている<sup>5</sup>。さらに、着物の模様を与えた尾形光琳の影響についても指摘されているが、それは「伝統と新しい西欧風のイメージの融合感」<sup>6</sup>が醸し出されたものだと分析されている。百貨店が生み出した着物の「流行」については、三越の研究以外にも、大正・昭和初期にかけての高島屋や松坂屋が振興した着物柄の流行に関する研究もある<sup>7</sup>。

このように、着物を中心とした、明治期以降の日本女性の身体の西洋化・近代化に関する研究は、文化史的視点からの百貨店研究や、美術史、デザイン史、服飾史の分野で進んでいる。これらの研究の蓄積により、三越が中心となって流行させた「伊達模様」「元禄模様」「光琳模様」を中心とする「江戸趣味」形成の詳細が明らかになりつつある。しかしながら、明治期に三越と共に欧米の消費文化を日本に受容するのに重要な役割を果たしたとされる白木屋呉服店<sup>8</sup>（以下、白木屋と記す）が生み出した着物の流行については、これまで十分な研究が進んでいない<sup>9</sup>。そこで本論文では、白木屋が創り出した着物の流行柄について、明治後半から大正期にかけて整理を進めていきたい。これらの分析を通じて、まず白木屋が、三越などの提唱した「元禄模様」の流行の影響を受けていたことを示し、当時の「元禄模様」の流行の広がりを理解していきたい。さらに白木屋も、独自に「江戸趣味」の着物をプロデュースしていたことを考察

し、「江戸趣味」が三越のみならず白木屋によっても展開されていたことを議論したい。最後に、白木屋は「王朝趣味」という独自の着物柄の流行の形成を試みていたことも明らかにしていきたい。これらを通じて、明治後半から大正期にかけて百貨店が主導した着物の流行デザインについて、白木屋を中心に新たな考察を加えていく。

## 1. 白木屋呉服店の欧米式百貨店に向けた変遷

白木屋は、近江出身の木村彦太郎可全が1662(寛文2)年に江戸の日本橋に小間物店を開いたことに始まる。その後、事業を徐々に拡大させながら、元禄時代には江戸屈指の大呉服店へと発展していった。その店の繁栄ぶりは、安藤広重の浮世絵「名所江戸百景」にも描かれるほどであった<sup>10</sup>。その後、江戸末期にも白木屋が江戸の街を代表する店であったことを物語るエピソードがある。日米修好通商条約が結ばれた年の1858(安政5)年に、江戸を訪問したアメリカ人が呉服屋訪問を願い出た際に、江戸幕府が彼らの訪問先に指定したのが白木屋であったという<sup>11</sup>。

時代が江戸から明治に移り変わる中、1866(慶応2)年の江戸の大火で焼失した店舗を1878(M11)年に本格的に再建した頃から、白木屋は売上を順調に伸ばし、西洋化が進む時代にも対応していった。再建された店舗では、当時最先端のガス燈を店内照明に採用するなど時代を先取る気風があった。当時の東京では、1878(M11)年に銀座にレンガ作りの洋風建築が完成し、鉄道馬車が開通していた。さらに、1883(M16)年には鹿鳴館が竣工し、文明開化が進みつつあった<sup>12</sup>。そのような時代に白木屋は、洋服部を1886(M19)年に開設している。洋服は、鹿鳴館の完成とともに、ごく一部の上流階級の人々の間でも着用され始めていた。さらに男性用の洋服は、政府の大礼服制度の整備とともに、必需としてのニーズが高まりつつあった。当時、大倉組や森村組などの商社が既に東京で洋服を扱っていたが、呉服店で最初に洋服部をおいたのは白木屋であった。白木屋は、洋服部の責任者には当時の支配人であった神鳥半兵衛を置き、イギリス人のミス・カーチスを雇い、裁縫の指導にあたらせた。さらに洋服の生地は英仏の商人と直接取引を行うなど、万全の体制を敷いて販売を開始している。白木屋の洋服部は順調に発展し、開設から3年後の1889(M19)年には洋服部の裁縫工場は200人に上る職人を抱えるほどであった。このように白木屋は、呉服と小間物に加えて洋服を扱うようになり、その販売品目を徐々に広げていた<sup>13</sup>。

白木屋では自社の発展のために、のちに十代目の当主となる大村和吉郎を1887(M20)年に8年間にわたる留学と商業視察のために欧米に送り出している。和吉郎は、イギリスのチェルテナムカレッジに学び、修学後にイギリスのデパートで近代デパートについて研究し、1895(M28)年に帰国した。帰国後に十代大村彦太郎を襲名した和吉郎は、その海外経験を活かしながら白木屋の経営にあたることになった<sup>14</sup>。

1903(M36)年に白木屋は欧米式百貨店を目指し、重要な改革を実行していった。まず、店舗を和洋折衷の3階建に新築した。この店舗洋風化の試みは、他の呉服店に先駆けるものであ

た。店舗の一階正面中央入り口左右には、ベルギーから輸入したガラスを使った大きなショーウィンドウを設け、陳列人形（マネキン）を用いて販売商品を視覚的にアピールする構造を導入した。その建物の中央には、同時代の欧米の近代建築の特徴でもある採光用のホールが設けられ、陳列商品の視認性を意識した明るい内部構造を実現していた。新店舗の東側に接する中庭には、鯉や金魚が泳ぐ噴水のある池が設けられ、さらにその東側には木馬やシーソーなどの玩具を設置した遊戯室が新設された。翌年にはその一角に食堂が設けられることになった。この食堂設置は、日本の百貨店で最初の試みだったと言われている。また商品の販売方法においても、白木屋は1903(M36)年に、伝統的な座売方式を廃止し、欧米の百貨店型の商品陳列方式を採用している<sup>15</sup>。これらの販売手法は、当時の欧米諸国で大量消費文化の形成を担っていたデパートで取り入れられていた最新鋭のものであった。同時期には、三越においても、1895(M28)年に理事に就任した高橋義雄の指揮下において改革が進められていた。その三越は、1900(M33)年には全館を陳列場とし、一階の一部にショーウィンドウを設けていたが<sup>16</sup>、白木屋も、日本の百貨店の黎明期に、同様の改革を行っていた。このように、江戸時代からの長い伝統を持つ白木屋は三越と並んで、従来の呉服店を欧米のデパートに倣って、買い物を娯楽にする仕掛けを加えて、消費の殿堂としての百貨店化の道を歩み始めていた。

さらに白木屋は、1911(M44)年に店舗の大増築により、売り場面積を倍にし、消費の殿堂化を大規模に進めていった。5層のルネサンス式高塔を備えた新店舗は、当時の百貨店としては数々の最新式の設定を備えていた。新店舗の正面玄関には回転式のドアが設けられ、その左右には「東京第一の大窓飾」<sup>17</sup>と称された大きなショーウィンドウが取り付けられた。さらに紺色の詰襟に金モールの装飾がついた洋装のエレベーターボーイが運転する最新式のエレベーターも設置された。このエレベーターは日本の商業施設で最初に来客用に備え付けられたものだったといわれる。他にも、少女音楽隊が常設された余興場、ヘンリー式欧風休憩室や藤原式休憩室、日本間休憩室が新設された。3階に設置されたヘンリー式休憩室には絨毯が敷かれ、西洋風のテーブルや椅子が配置される豪華でハイカラなものであった<sup>18</sup>。藤原式休憩室は平安時代の雅な様式に着想を得た室内装飾で統一されながら、椅子やテーブルが配置された和洋折衷な豪華なものであった。さらに、この時100名を収容する本格的な洋風食堂も設けられた。その食堂では、弁当、寿司、サンドイッチなどの食事に加え、洋菓子や和菓子の数々、果物、コーヒー、紅茶、サイダーなどが提供されていた。これらの空間において買い物客は着物姿で椅子に座り、西洋的でモダンな雰囲気を体験することが出来たのだった。

店舗で扱う商品についても、従来の呉服や毛織物、和洋小間物類、貴金属美術工芸品、靴や鞆などに加えて、新たに「和洋家具」、「陶磁器」、「漆器」、「屏風書画」、「食糧品」、「貴金属・時計」、「書籍」、「履物・足袋」部門が設けられることになった<sup>19</sup>。このように1911(M44)年の店舗の大増築の際には、欧米のデパートを意識した買い物を非日常的な空間で楽しむことができる消費の娯楽化が進展していった。加えて、新たに多くの商品が扱われるようになり、呉服店から百貨店へと、業態変化が進んでいったといえる。

明治末期までに、三越なども近代的な百貨店への改革を着実に歩み始めていたが、白木屋も時にはそれに先んじる改革を進めていた。この大改革の時期に白木屋の支配人を務めたのは岩

橋謹二郎であった。岩橋は、1879(M12)年に慶應義塾を卒業後、北海道開拓事業に携わったが、その後、福沢諭吉の紹介で海外貿易に携わる森村組に入社した。森村組では、ニューヨーク支店に配属されることになり、その滞在中に、彼はボケプシー商業学校で学んでいる。このアメリカ滞在を経て帰国した岩橋は、1910(M43)年に白木屋の支配人に就任し、1912(M45)年に白木屋朝鮮支店設立準備の出張中に亡くなるまでその任を務めた。ちなみに三越の前身である三井呉服店で1895(M28)年から陣頭指揮をとり、その近代化と発展に尽くした高橋義雄も同じ慶應義塾出身であり、ニューヨークの商業学校に学んでいる<sup>20</sup>。

このように明治期には、三越に加えて白木屋も欧米式の近代消費文化を摂取しながら百貨店化への動きを活発に進めていた。その様子は、時には白木屋と三越が業界におけるライバルと称されるほどであった。その関係を示すエピソードとして1908(M38)年に東京で上演された演劇「乳姉妹」をあげたい。菊池幽芳の小説を原作とする「乳姉妹」が1908(M38)年に本郷座と東京座によって上演されることになったのであるが、その際、主人公の君江の衣装を、本郷座では白木屋が、東京座は三越が調整することになった。二つの劇団は、それぞれ本郷座が旧派、東京座が新派であり、この二つの劇団による同演目の上演は、新旧劇の競争とも称された。そして、その主人公の衣裳を調整したのが当時の東京を代表する呉服店の白木屋と三越だったことから、衣裳の競争、呉服店の競争と話題になったという。この白木屋調整の衣裳の文様は、君江模様として広く流行するほどの影響力を持つことになった<sup>21</sup>。その白木屋は「三越と共に流行の大半を創り出す」<sup>22</sup>とも言われ、明治期後半には三越と並んで、着物の流行を創造する有力な呉服店と考えられていた。

このように明治末期までには、白木屋においても店舗の近代化・欧風化に加えて販売品目を拡大し、欧米のデパートを模範とする近代的な百貨店の形態を整えつつあった。その白木屋では、三越と同様に近代大量消費文化のエンジンともいえる流行の創造にも着手していた。その白木屋が生み出した着物の流行について、次に白木屋が発行したPR誌をもとに詳しく考察していく。

## 2. 白木屋呉服店における「光琳」「元禄」「伊達」模様の販売

百貨店による流行の創出については、三越が「江戸趣味」を創造し、振興していったことが知られている。それは、三越（当時の三井呉服店）の理事であった高橋義雄が中心となって、日清戦争後の1896(M29)年に「伊達模様」を売り出したことに始まると言われる。その時は十分な反響は生み出されなかったが、日露戦争後の1904(M37)年10月には「光琳風裾模様」の懸賞図案が紹介され、いわゆる「江戸趣味」の展開が本格的に始まっていく。そして1905(M38)年には、「元禄模様」の売り出しが行われ、それが着物のみならず多様な商品に波及する流行を生み出すことになった。三越では、新たな模様を次々と提案し、懸賞図案を大々的に募集し、優秀な作品を店頭やPR誌で公開しながら、組織的にトレンドを生み出していった。さらにその流行を定着させるための流行諮問研究会を組織し、美術展覧会を企画している。このように

三越は日露戦争後に店舗をあげて「元禄模様」などを売りだし、それが大きな流行となっていたが、その流行は、三越を超えて振興されていたことが明らかになってきている<sup>23</sup>。

例えば、三越が売り出した「元禄模様」創出の背景には、京都の友禅生産者との繋がりがあったことが指摘されている。三越が「元禄模様」を打ち出した1905(M38)年に、京都の友禅協会は「伊達模様」という画題を募集していた。三越と友禅協会の関係について、加茂瑞穂は、三越の「元禄模様」売り出しにあたり、三越が取引のあった千總を通じて京都の業界に新柄模様の情報を提供したのではないかと分析している<sup>24</sup>。このように「元禄模様」あるいは「伊達模様」という江戸風の模様は、三越という一つの組織を超えて、京都の業者や組織も巻き込む広がりを見せていったことが理解できる<sup>25</sup>。

その流行の広がりについて、白木屋も同様のトレンドを取り入れていたことを、白木屋のPR誌『家庭のしるべ』に掲載された着物の柄を分析することによって確認していく。『家庭のしるべ』は、三越のPR誌に続いて1904(M37)年3月に白木屋が自社の宣伝用に発刊した月刊誌である。そこに掲載された流行の着物柄を観察すると、1904(M37)年10月以降、「光琳」、「元禄」、「伊達」と表現される江戸風の文様が多く見られるようになっていく。以下において、三越が「光琳風裾模様」と「元禄模様」を大々的に売り出した1904(M37)年から1905(M38)年にかけての『家庭のしるべ』に掲載された着物の文様を確認してみた。(表1) これらを分析すると、三越の売り出しに呼応するようにして、「光琳」や「元禄」を称した模様の着物を白木屋でも売り出していることが分かった。

この時期に流行した「元禄模様」については、その模様の定義が必ずしも明確ではなかったと言われている。しかしながら、これらの文様は「匹田」や「鹿の子」を多用しながら、大胆な曲線で表現される浪文、槌車、草花などをモチーフとする大柄で華やかな文様だったと分析されている。同時に、これらは西洋の影響を受けた新たな時代のモダンな柄であったことも指摘されている<sup>26</sup>。これらの傾向は、『家庭のしるべ』に掲載された光琳や元禄風の模様にも見られる。例えば、1905(M38)年4月号の『家庭のしるべ』には、枝垂れ桜に槌車と浪が大胆に描かれた小袖が掲載されている。その説明文には「槌車の中には地色の匹田、萬治寛文の面影を今様に摧きたる伊達文様」とある。この伊達文様は、1905(M38)年に開催された友禅協会図案募集の画題「伊達模様秋向」に呼応するものであった。この友禅協会の画題に応募された作品のモチーフを分析した加茂は、鹿子あるいは匹田が最も使用され、ついで市松文様、波、槌車、巴の図案が多かったと述べている<sup>27</sup>。さらに1905(M38)年に三越が募集した「懸賞元禄図案」の受賞作のモチーフを分析した樋口は、葵、槌車、籠、波、扇面、蝶、萩、市松、匹田、広東縞が複数の作品に用いられたと考察している<sup>28</sup>。槌車や浪を大胆に描いた『家庭のしるべ』の小袖は、まさに同年に三越や友禅協会が、それぞれ「元禄図案」や「伊達文様」として打ち出した流行のモチーフであった。1905(M38)年12月号の『家庭のしるべ』に掲載された流行の友禅モスリンにも「元禄式應用の匹田立浪に變りたる槌車」と説明があるように、匹田が充填された大胆な浪文と槌車が描かれている。

表1 『家庭のしるべ』に掲載された「江戸趣味」模様の着物

掲載号年月	頁数	品 種	模様の説明文
1904(M37)10月	n.p.	片側帯地	白茶の色糸もて光琳の菊を顕はしたる。
1904(M37)11月	n.p.	幽谷織丸帯	光琳式の浪を地文にして金通しに有職の鶴
同上	n.p.	友禅縮緬	光琳式の草花をいろいろに染出したる
1904(M37)12月	n.p.	丸帯	亀甲の中へ光琳式の浪のいろいろを地紋に織りたる
同上	n.p.	友禅縮緬	光琳の紅葉牡丹菊其他秋草を写生色に染め
1905(M38)2月	n.p.	友禅羽二重	光琳の図を彩色摺り
1905(M38)3月	n.p.	友禅羽二重	光琳硯箱の文様
1905(M38)4月	n.p.	小袖	槌車の中には地色の匹田、萬治寛文の面影を今様に摧きたる伊達文様
同上	n.p.	片側帯地	光琳式金泥流しこみの蔦模様
1905(M38)5月	n.p.	友禅縮緬	白と紅に鹿の子に光琳の杜若
同上	n.p.	単帯	光琳式の水に渦巻きを取り交ぜたる織文
1905(M38)8月	n.p.	繡珍織	切箔形に松紅葉の総ちらし(槌車)
同上	n.p.	木綿ゆかた地	槌車の文様のゆかた地 2種掲載
1905(M38)9月	n.p.	丸帯	白の市松と金糸銀糸の元禄式藤の丸文様
同上	n.p.	友禅縮緬	白ぬきの光琳式水
1905(M38)10月	n.p.	繡珍丸帯	元禄式丸紋を散らしたる流行柄
同上	n.p.	友禅縮緬	古代槌車を、土耳其式に応用
同上	n.p.	繡珍丸帯	匹田入元禄式の立浪
1905(M38)11月	n.p.	二重友禅	市松形に、橙色と黒、海老茶の細かき市松にて顕はしたる元禄踊
1905(M38)12月	n.p.	縮緬友禅	市松の釘貫形、木の葉色の濃淡もて市松を顕はしたる蟻通し形、何れも元禄応用の地模様
同上	n.p.	友禅	中辯慶と小辯慶を市松形にして元禄式よせ木の輪ぬきを染出したる活発なる柄
同上	n.p.	友禅モスリン	元禄雪輪とセビア及び紅ぼかしの牡丹に萩
同上	n.p.	友禅モスリン	元禄式応用の匹田立浪に変わりたる槌車を配色

出典：白木屋『家庭のしるべ』1904(M37)年10月号から1905(M38)年12月号までの各号から筆者作成。

さらに同月号には、市松の地に匹田を充填した大柄の巴が描かれている縮緬長襦袢が掲載されている。これらも市松、匹田、巴という「伊達文様」あるいは「元禄模様」を代表するモチーフを大胆にかつ華美に表現しており、三越や友禅協会が打ち出した流行が、白木屋の販売す

る新製品にも同時進行的に波及していたといえるだろう。

『家庭のしるべ』では、毎号、最新の流行の情報を解説した「流行案内」という記事を掲載していた。その記事においても、「光琳」「元禄」「伊達」模様について、この時期多く言及されている。いくつかの例を見ていくと、1905(M38)年1月号では、小袖は「栗葡萄か藍葡萄色の類に、瀟洒と江戸裾に光琳風の文様を染め落しの三枚重ね」が流行と説明されている。さらに長襦袢は、「焦茶、藍鼠、錆鐵の類を地色にして思ひ切つた元禄文様、所々に匹田をあしらふ」など大変贅沢なものが流行りであると伝えている<sup>29</sup>。さらに1905(M38)年5月号では、流行の帯として「淡フリーブ地に伊達文様を織り出した」ものがよいと説明し、これは今年新たに織出した最新作だと述べている<sup>30</sup>。

このように、1904(M37)年から1905(M38)年にかけての『家庭のしるべ』を見ていくと、三越が振興した光琳風や元禄模様、京都の友禅協会が設定した懸賞図案の画題であった伊達模様が、白木屋が販売する最新流行の着物の柄にも波及していたことが分かった。しかしながら、この時期、『家庭のしるべ』に掲載された着物の流行柄には、ヌーボー式、藤原式、天平式、利休、有職文様などもあり、光琳・元禄・伊達といった江戸風の模様以外にも、多様な柄の着物を揃えていた点は白木屋の特徴でもあった。

### 3. 白木屋呉服店における「江戸趣味」の醸成と振興

明治後半以降、有力な呉服店が百貨店化を進める中で、欧米型の近代消費文化を生み出す装置として三越が良き「趣味」を創造したことは、神野の研究などによって明らかとなっている。しかしながら、三越のライバルと目指された白木屋も、同時期に「趣味」の先導者としての自負を持ちつつあった。白木屋は、1908(M41)年5月に戸川残花を意匠顧問として迎えている。戸川は1905(M38)年に設立された元禄会の主宰者であった。元禄会についての詳細は岩淵の研究に詳しいが、元禄会は学者や有識者を中心とした江戸の文化を研究する会であった<sup>31</sup>。白木屋の意匠顧問となった戸川は、1908(M41)年6月号の『流行』誌に「趣味と実用」という記事を寄稿している。『流行』は、白木屋が発行する『家庭のしるべ』の後継PR誌である。この記事のなかで、戸川は「呉服屋は趣味教育の学校である」と宣言している。そして「お客様が呉服屋で、流行の着物や帯を求めらるゝのも、蔵書家が書を買ふのと同じである」と、人々が流行の着物を消費する行動を積極的に肯定している<sup>32</sup>。さらに、同号では、白木屋の心からの願いは、「美術と衣裳を接近」することによって「流行界に健全なる趣味を紹介」することだと述べている<sup>33</sup>。明治末期は、日本における大量消費文化の黎明期であったが、白木屋も良き「趣味」の創造者を自任する中で、三越のように新たな流行のテーマを設定し、懸賞図案を募集して大々的にセールス・キャンペーンを展開するようになっていった。

白木屋が振興した流行のトレンドの一つが、三越が主導した「江戸趣味」であった。三越では、先述したように1904(M37)年の光琳風裾模様と、1905(M38)年の「元禄模様」キャンペーンに続いて、1908(M41)年以降、尾形光琳を全面に出した流行模様を大々的に打ち出していっ

た。同年、三越が尾形光琳の墓碑の写真パネルを本尊とした祭壇をしつらえた光琳祭を開催したのに続いて、1909(M42)年には「光琳式明治模様」の懸賞図案が募集された。同時に三越・染工部は、光琳式明治模様の新案長襦袢の数々を提案している。店内では光琳祭が前年に続いて開催され、「江戸趣味」が醸成されていった<sup>34</sup>。一方で白木屋も、三越に続いて独自に江戸にまつわる流行のテーマを設定し、江戸趣味の形成に積極的に追随していくことになる。

白木屋は、1909(M42)年に「歌舞伎模様」を打ち出した。この「歌舞伎模様」の売り出しに際し、白木屋では、店内に昔の芝居茶屋の軒先を模した装飾を作り、天井や周囲を市松の雨障子にし、そこに提灯や桜と山吹の造花で飾りつけ、店舗を挙げて江戸情緒を演出した。さらに歌舞伎役者が身につけた衣裳 19 点とそれにまつわる小道具を展示した展覧会も開催している。展示作には九代目市川團十郎、五代目尾上菊五郎、初代市川左團次、四代目中村芝翫、五代目中村芝翫、市川團蔵らの貴重な衣裳を含んでいた。加えて、これら役者の特技の名場面を写した写真百数十点も展示した。

このような大々的な歌舞伎の展覧会に合わせて白木屋では、名優が身につけた歌舞伎の衣裳の意匠を応用した友禅、帯などを「歌舞伎模様」として売り出した。その新作商品には、九代目成田屋が正岡に扮した時に着用した打ち掛けの織物の刺繍を応用した雲立柶に、丸く意匠化されたオウムの模様の丸帯があった。さらに新作の縮緬友禅にも、オウムの模様が描かれていた。その他にも、五代目尾上菊五郎の着用した弁天小僧の衣裳から着想を得た意匠の友禅縮緬、初代市川左團次が奴智恵内を演じた際の衣裳を応用した片側帯、九代目市川團十郎が勸進帳弁慶を演じた際の衣裳から考案した友禅縮緬なども販売された。このように、歌舞伎の衣裳に因む模様を応用した数多くの新製品が考案され販売された。このイベントに合わせて白木屋は、日本画家の勝田蕉琴によるポスターを制作し、歌舞伎座の食堂に掲示する力入れようであった。この時、白木屋の PR 誌『流行』には、17 ページに渡り、歌舞伎にまつわる参考展示品から新製品の数々、店内のキャンペーンの様子などが掲載されており、白木屋の「歌舞伎模様」売り出しに奮闘した様子が理解できる<sup>35</sup>。このように 1909(M42)年には、三越が「光琳式明治模様」を、白木屋が「歌舞伎模様」を大規模なイベントとして打ち出していることがわかった。

その後も、白木屋では 1917(T6)年 11 月に追善記念市川家歌舞伎展覧会を開催している。この年は九代目市川團十郎逝去から 15 年目にあたり、帝劇と歌舞伎座の 11 月興行に九代目團十郎第十五周年追善劇が上演された。白木屋での展覧会も、市川家、松竹の大谷竹次郎、帝劇の山本久三郎、田村成義の賛助で、坪内逍遙、久保田米斎らを顧問に迎え、市川家に関する遺品を集めて展示した。さらに歌舞伎座と帝劇内の白木屋売店では、追善劇と展覧会を記念した製品が販売された<sup>36</sup>。こうして江戸趣味は、三越のみならず、白木屋の催事売り出しのイベントによっても醸成されていったと言える。

白木屋では「歌舞伎模様」の売り出しに続いて、1913(T2)年と 1914(T3)年に「新江戸模様」をテーマとし、懸賞裾模様図案を募集した。白木屋が提案した「新江戸模様」は、「江戸趣味の澁刺として生動する中に」、「新趣味の燦然として光彩を添ふ様」を目指したもので、「江戸趣味」と「新趣味」の調和と融合を求めた模様とされた。さらに、白木屋の説明によると、「江戸趣味」とは、外国文化の輸入がない「鎖国太平の長き世に発達練磨」したものであるため「純日本趣

味の結晶」であるとしている<sup>37</sup>。さらに、もう一つの特徴として、奈良・平安時代の貴族中心の文藝が、江戸時代には平民の間でも栄えることになったことによる、「平民」性を挙げている。この純日本的であり平民的である「江戸趣味」を、「日本趣味完成期となすべし」とも述べている。しかしながら、長きにわたる江戸時代の趣味には、慶長・寛永期の素朴、貞享元禄の妖艶、宝暦の華奢、文化・文政の繊寂、という時代ごとの多様な特徴があることにも言及している。応募作品の意匠は、各時代の特徴を捉えることも可能あるが、江戸全期を総括した気分を取り込むことも可能と説明された<sup>38</sup>。三越が発信した「江戸」について、岩淵は、「時期も階層も限定のない、感覚的なイメージ」なものであったと分析している<sup>39</sup>。白木屋が提案した「江戸」のイメージも、このように多様なイメージを内包する感覚的なものだったのではないだろうか。

「新江戸趣味」の、もう一方のテーマの「新趣味」に関しては、外国から流入した世界趣味としている。そして、それらは日本の図案界にも影響を与えた「ヌーボー式、セセッション式、マルホーフ式、キユウビズム」など「其時其年に於ける最新趣味」であるとも説明している。そして「江戸趣味」と「新趣味」を併せた「新江戸模様」は、「此新趣味の時流を酌み、而も我純固有趣味との調和を失はしめず現時の最新嗜好に適合した物」で「真に現代流行界の粹と申しても決して過言ではない」と宣伝しているように、多分に和洋折衷化されたものであった<sup>40</sup>。

白木屋の「新江戸模様」に示されたように、大正期に入っても「江戸趣味」の流行は継続していった。しかしながら、大正期に入ると「江戸趣味」には、西洋の新たな芸術運動の影響が顕著に加わり、デザインの和洋折衷化が進んでいった。この傾向は、三越が提案する流行柄にも同様に見られた。三越では、1915(T4)年に「新光琳式模様」を提案し、懸賞裾模様を募集した。その当選作の意匠を分析した玉蟲は、「江戸とヨーロッパという異なった斤力に引っ張られた状態の」「バタ臭い日本風」<sup>41</sup>と分析している。このように白木屋と三越は、大正期に入り、それぞれ「新江戸模様」と「新光琳式模様」の提案を通じて、西洋の芸術運動を積極的に取り込んだ新しいデザインとしての「江戸趣味」を展開していくことにもなった。

このように明治後半から大正期に流行した「江戸趣味」は、日本固有の優れた芸術や文化を基礎としながら、欧米の芸術の新潮流の影響を受けた、新たな時代に相応しい流行の柄として流布していった。これまでの研究では、三越による「江戸趣味」形成過程が明らかとなっていたが、このように白木屋も「歌舞伎模様」や「新江戸模様」などを打ち出すことによって、新たな時代の流行としての「江戸趣味」の醸成に寄与していたと言えるだろう。そして「江戸趣味」という言葉は、大正期には一種の流行とさえ言われるようになっていったが、その背景には三越に加えて白木屋などの他の百貨店による流行振興があったといえる<sup>42</sup>。

#### 4. 白木屋呉服店における「王朝趣味」提唱

「江戸趣味」の展開において白木屋は三越に追随する形であったが、一方で白木屋が独自に仕掛けた着物の流行トレンドもあった。その一つが、平安時代の貴族文化を基盤とする「王朝趣味」であった。

最初に白木屋が本格的に提唱した「王朝趣味」の形成に結びつく流行柄のテーマは、1908(M41)年に発表された「蘆手模様」だった。蘆手とは、平安時代に始まった、貴族が和歌を書くためのひらがなを装飾的に変化させていった中で生まれた書体である<sup>43</sup>。白木屋では、平安朝に流行した蘆手模様を復活し、着物の模様と呼応する和歌などを、装飾的な文字で描いて意匠化したものを「蘆手模様」として4月に売り出した。白木屋では、この模様を応用した裾模様・江戸裾模様・江戸褙模様の着物、帯地、半襟、前掛、帯揚、浴衣の数々に加えて、男性用のネクタイなども発売した。この売り出しに際して、店内には六歌仙をモデルにした陳列人形(マネキン)を用意して、新製品を発表した。六歌仙のマネキンには、それぞれ上流夫人向、令嬢向、歌妓向、茶汲女向、町家の妻女向、町家娘向の、蘆手模様を応用した最新の衣裳を着せて展示し評判となった。また白木屋では、鏗木清方、勝田蕉琴、鈴木華邨、上村松園などの画家に美人画の制作を依頼し、店内に展示している。これらの画家たちが描いた美人画には、実際に白木屋が売り出した蘆手模様の着物が描かれていた。そして、顧客は、その美人画に描かれた衣裳を購入することも可能だったという。美人画の絵画作品の他にも、大倉喜八郎(鶴彦)、角田竹冷、下田歌子、林田雲梯などの文化人・知識人が蘆手で描いた和歌、俳句、狂歌、短歌の書も店内に展示され、売り出しのキャンペーンを盛り上げた。春の売り出しに続いて、秋には蘆手応用裾模様の懸賞募集も実施されることになった。このように白木屋では半年以上に渡り、蘆手模様キャンペーンの企画を次々と計画し、大規模に売り出しを図っていった<sup>44</sup>。

1910(M43)年には「今様源氏振」というテーマで、春と秋の2回にわたって懸賞裾模様図案の募集が実施された。この懸賞図案は、源氏振に因む「瀟酒」「濃艶」「粹」「高雅」「雄大」「優美」という6つの題から考案することが求められた。春と秋の募集に対して、それぞれ2,000点をこえる応募作品が寄せられる盛況ぶりであったという。実際の当選作の意匠を見ていくと、源氏車、竹、花籠、花菱、若菜、源氏扇、野分、浮船、藤、葵、源氏貝など、源氏物語に因むモチーフが多いことがわかる<sup>45</sup>。白木屋によると、源氏模様は、「平安時代、禁廷の衣服調度に用ひられました極高尚の模様の式や、或は江戸時代奥向の模様の式によりまして、更に當今の進歩したる考案を加へて當店の案出しました模様」であると説明された。そして当選作図案について、「重ね貝に花桐、根笹等を品よくあしらひ、又は、源氏風の花籠とか七寶に菊とか、簞の梅」などのモチーフが、高尚な色で、雅味ある構図で描かれているのが特徴だとしている。そして、この年の流行について、「昨秋以来非常に變りまして光琳風のものも餘り用ひられず、益々高尚になりました折とて、當店の案出にかゝる源氏模様は、衣裳模様の方面のみならず、友禅に、帯地に悉く應用されまして、多大の好評を博し、模様界に大勢力を示して居ります」と喧伝している<sup>46</sup>。

さらに白木屋では、1911(M44)年と1912(M45)年の2年間にわたって「藤原式模様」と銘打った懸賞裾模様図案の募集をおこなった。白木屋は「藤原式模様」を優婉流麗な趣を持つ「純日本における純日本式の模様」で最も調和を得たものと説明した。そして藤原時代は、中国・唐朝の芸術を日本に同化して、新たに独特の典型を生み出して、高雅優美な国民性を発揮した時代と解説している。そしてこの時代の芸術は、意匠が巧みを極め、配色美をほしいままにし、

人をうっとりさせるとさせる艶麗な「王朝趣味」に酔わせるものだと言っている<sup>47</sup>。このように、「王朝趣味」は、先述の「江戸趣味」と並んで、「純日本」趣味の極みと理解された。白木屋では、1911(M44)年の店舗大増築の際に、休憩室の一つを藤原式デザインで装飾したことも、白木屋が「王朝趣味」を推していたことがわかる。

その後、1917(T6)年には「和歌模様」に因む裾模様の懸賞図案を募集した。その模様について、単に万葉集、古今和歌集、新古今和歌集の日本古来の代表的な歌集にとどまらず、明治から大正にかけての新しい和歌を含めたすべての歌風の特徴から着想を得て図案に応用することが望まれると説明された。そして懸賞模様の審査結果の講評として、応募作の図案には「高雅、清粋、華麗、豊満、あらゆる意気の新模様」が制作されたと自負した上で、「國民思想に投合せる國粹發揮の権化」として世間に推薦して誇りうる優秀作を選出できたと述べている<sup>48</sup>。この「國民思想に投合せる國粹發揮の権化」という一文からも、「王朝趣味」が、「江戸趣味」と並ぶ、日本を代表する伝統的な趣味として紹介されていたことがわかる。

この白木屋が「江戸趣味」と並んで推していた「王朝趣味」の解釈について、笹川臨風の著書をもとに紹介していきたい。笹川は、江戸の文化に詳しい評論家として当時活躍していた人物であった。笹川は、白木屋の意匠顧問でもあった戸川残花が主宰する元禄会の第2回に参加し、元禄文化について報告をしている。笹川は、三越の「流行研究会」にも参加し、松屋の「今様会」が1925(T14)年に専門家を招いて発足させた「顧問会」のメンバーでもあった<sup>49</sup>。さらに、1932(S7)年には白木屋の流行研究会「染織白美会」にも加わっている<sup>50</sup>。このように笹川は、百貨店が生み出す流行の中心に位置した人物の一人であった。1918(T7)年に出版された著書において笹川は、「王朝趣味」も「江戸趣味」も、「国民的自覚」の上に成り立ったものであり、両者ともに日本の国民趣味を代表する重要な文化であることを指摘している。その二つの文化は、「王朝趣味」の担い手が平安朝文化を創った「貴族」であった一方で、「江戸趣味」の担い手が「平民」であったと解説している。そして、それぞれの文化の主な担い手の違いが、両者の特徴の違いを生み出しているとしている。さらに「王朝趣味」は、推古朝以後奈良朝の間に伝わった隋や唐の時代の絢爛な文化が、国民的自覚によって平安朝の文化となり生み出されたものだと説明している<sup>51</sup>。このように、「王朝趣味」は、当時「江戸趣味」と並んで重要な国民的趣味という解釈がなされていた。そして白木屋は、「蘆手模様」「今様源氏振」「藤原式模様」「和歌模様」のプロモーションを通じて「王朝趣味」の流行を担う主要な存在であったとも言えるだろう。しかしながら、これらの流行柄は、江戸や平安の時代の復興を謳ったものでありながら、欧米式の近代消費文化を基盤とする流行の形成を規準として、新たな時代に再構築されたものでもあった。

## おわりに

本論文を通じて、白木屋が、明治後半から大正期にかけて着物の流行形成に寄与した過程について明らかにしてきた。明治期後半には、三越や白木屋が西洋消費文化を取り入れながら百

貨店化していく過程で、大量消費を促す装置としての流行を、まず呉服を通じて形成していった。三越が日露戦争後の1904(M37)年に「光琳裾模様」の懸賞図案を募集し、翌年に「元禄模様」を売り出すようになっていくなか、白木屋もその流行に追随するように「光琳」「元禄」「伊達」と表現される江戸風の文様の着物を売り出していった。このことから、三越が主導した「江戸趣味」の流行は、三越以外の百貨店にも波及し、白木屋もその流行に乗じていたことが理解できた。

白木屋が本格的に和服の流行創造に乗り出していったのは1908(M41)年以降であるが、この年の5月には元禄会の主宰者であった戸川残花を意匠顧問として迎えている。これ以降、白木屋も「趣味」創造の担い手を自認し、流行の着物柄を提唱し、大々的にキャンペーンを打ち出すようになっていった<sup>52</sup>。とりわけ三越が生み出した「江戸趣味」については、白木屋も独自のキャンペーンを実施して、その流行拡大に寄与していった。例えば、三越が光琳祭を開催し、「光琳式明治模様」の懸賞結果を発表した1909(M42)年に、白木屋は「歌舞伎模様」のキャンペーンを打ち出している。このキャンペーンでは、当時を代表する歌舞伎役者の貴重な衣裳や小道具、歌舞伎の写真数百点を展示した大規模な展覧会を同時に開催している。そして展示された衣裳から着想を得た「歌舞伎模様」の着物の数々を売り出した。このように明治末期には、三越のみならず白木屋も「江戸趣味」の流行柄の着物の売り出しを、多彩なイベントを実施して展開していった。しかしながら、これらの百貨店が創り出した「江戸趣味」は、単なる前時代の復興ではなく、実際には西洋の思想的・芸術的な影響を受けたモダンなものであった。とりわけ大正期始めに提唱された「新江戸模様」は、西洋から流入したアール・ヌーボー、セセッション、マルホフ、キュビズムなどの影響を積極的に取り入れることが目指された。そして、これら流行の着物柄を通じて、西洋の流行を受けた意匠が徐々に着物に取り入れられていくことにもなった。

さらに白木屋は「江戸趣味」に加えて、「王朝趣味」という独自の着物柄の流行を作り出そうとしていた。白木屋における「王朝趣味」のプロモーションとしては、1908(M41)年に実施した「蘆手模様」、1910(M43)年の「今様源氏振」、1911(M44)年から1912(M45)年にわたって続いた「藤原式模様」、1917(T6)年の「和歌模様」が挙げられる。とりわけ「蘆手模様」の売り出しでは、鏑木清方、勝田蕉琴、鈴木華邨、上村松園など当時の著名な画家たちが、白木屋のために蘆手模様を応用した柄の着物を身に纏った美人画を描いて宣伝活動を盛り上げた。そして、これらの美人画に描かれた着物と連動した新製品が発売されたり、大倉喜八郎や下田歌子らが蘆手で描いた作品の展示会が催されたりした。このように、「王朝趣味」の展開においても、当時の著名な芸術家や知識人を動員した大規模な販売キャンペーンを実施していた。平安時代の貴族文化を基盤とした「王朝趣味」は、やがて「江戸趣味」と並んで日本を代表する国民的趣味とさえ考えられるようになり、当時の流行に影響を与えることになった。今回は、「王朝趣味」の具体的な意匠についての考察が十分におこなえなかったが、それについては今後の課題としたい。本論文では、当時の着物の流行形成の一端を、白木屋も三越などの百貨店と共に担っていたことが理解できた。そして、白木屋は、三越が主導した「江戸趣味」の流行に寄与しながら、「王朝趣味」という新たなトレンド発信も積極的に展開していたことが明らかとなった。

註

- 1 飛田健彦『百貨店とは』国書刊行会、2016年、p.66-67。三越の「デパートメントストア宣言」は、1904(M37)年12月6日に三井呉服店から株式会社三越呉服店に改組した後に、顧客や取引先に送られた挨拶状に記されたと共に、1905(M38)年1月2日に全国主要新聞の広告に同様の宣言が掲載された。
- 2 神野由紀『趣味の誕生—百貨店がつくったテイスト』勁草書房、1994年 pp.39-50。
- 3 国立歴史民俗博物館編『「江戸」の発見と商品化—大正期における三越の流行創出と消費文化』岩田書院、2014年。
- 4 藤岡里圭「百貨店による顧客の開拓と流行の創造」『経営研究』第56巻第4号、2006年、pp.37-52。
- 5 岩淵令治「明治・大正期における「江戸」の商品化—三越百貨店の「元禄模様」と「江戸趣味」創出をめぐって」『国立歴史民俗博物館研究報告』197号、2016年、pp.49-104；樋口温子「明治時代の和服模様—みるアール・ヌーヴォーの影響」『国際服飾学会誌』Vol. 52, 2017年、pp.12-21；樋口温子「明治末期における着物図案の近代性—「元禄模様」を中心に—」『美術史』186, Vol. 68, No.2, 2019年、pp.247-264；加茂瑞穂「友禅協会『伊達模様』の募集とその周辺」『デザイン理論』77, 2020年、pp.69-82。
- 6 玉蟲敏子「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から」国立歴史民俗博物館編『「江戸」の発見と商品化—大正期における三越の流行創出と消費文化』岩田書院、2014年、pp. 92-3。
- 7 青木美保子「大正・昭和初期の服飾における流行の創出—高島屋百選会を中心に」『デザイン理論』44, 2004年、pp.1-17；青木美保子「大正・昭和初期の着物図案—松坂屋の標準図案をめぐって—」『風俗史学』34号、2006年、pp.34-59；山本真紗子「百貨店の着物図案創出における日本美術研究成果の影響—中井宗太郎と高島屋百貨店の事例から—」『Core Ethics』Vol.8, 2012年、pp.411-420；藤岡里圭・二宮麻里「着物の流行と百貨店の役割」島田昌和編著『きものとデザイン』ミネルヴァ書房、2020年、pp.167-188。他にも近代の着物の流行に関して以下を参照。馬場まみ「近代における着物のファッション化と流行模様」『日本衣服学会誌』64(1), 2020年、pp.15-20。
- 8 白木屋呉服店は、1919(T8)年2月に大村家の個人経営から株式会社白木屋呉服店へと組織変更した。さらに、1928(S3)年8月に株式会社白木屋と名称変更している。ここでは、白木屋呉服店の名称を白木屋と記す。『白木屋三百年史』白木屋、1957年、p.331-333。438。
- 9 白木屋の流行振興については、岩淵論文に図案懸賞の課題について言及があるが、その課題の変化について「安定しなかった」と述べるに留まっている。岩淵「明治・大正期における「江戸」の商品化—」p.64。
- 10 飛田健彦『百貨店とは』国書刊行会、2016年、pp.136-139。
- 11 『白木屋三百年史』 p.206-207。
- 12 『白木屋三百年史』 p.230, 244。
- 13 『白木屋三百年史』 pp.249-255。洋服の日本への導入に関しては、中山千代『日本婦人洋装史 新装版』吉川弘文館、2010年；刑部芳則『明治国家の服制と華族』吉川弘文館、2012年；刑部芳則『帝国日本の大礼服』法政大学出版局、2016年；拙稿「明治後期のハイカラ文化と洋風装身具」『東海大学紀要文化社会学部』3号、2020年、pp.1-21。
- 14 『白木屋三百年史』 pp. 265, 279-286。
- 15 『白木屋三百年史』 pp.285-289；梅咲恵司『百貨店・デパート興亡史』イースト・プレス、2020年、pp.128-129。店舗の洋風化に関しては、1903(M36)年の白木屋に続いて、高島屋大阪店は1907年に、松屋は1908年、1908年の三越が実施したという。梅咲『百貨店・デパート興亡史』p.108。陳列販売方式の導入に関しては、最初に高島屋京都店が1887(M20)年に陳列売場を新設したと言われる。東京では、1895(M28)年三井呉服店（三越）が本店2階に陳列場を設けたのに続いて、1901(M34)年松屋呉服店が、1903(M36)年白木屋呉服店が、1907(M40)年に上野のいとう松坂屋呉服店と東京の高島屋呉服店が陳列販売方式を導入した。飛田健彦『百貨店とは』国書刊行会、p.62。
- 16 神野『趣味の誕生』 pp.38-43。
- 17 『流行』1911(M44)10月号、p.2
- 18 白木屋の大増築を特集した『流行』1911(M44)年10月号には、新たな施設を写真で掲載した巻頭写真には3階の休憩室はヘンリー式とある。一方でp.3にある説明文には「3階にルイ式欧風休憩室」を設けているとある。これは3階にヘンリー式とルイ式の二つの休憩室があったのか、『流行』の記載に誤りがあったのかは現在の所不明である。いずれにしても、その様式に関する詳細な説明はされていない。
- 19 『流行』1911(M44)10月号、pp.1-4；白木屋『流行』1909(42)年11月号、pp.1-10。；『白木屋三百年史』 pp.293-297。その後も白木屋は、店舗の改革を進め、1918年には休憩所や温室が置かれた屋上庭園を完成している。梅咲『百貨店・デパート興亡史』 p.133。

- 20 『白木屋三百年史』 pp.289-293, 327-328. 岩橋は、ボケブシー商業学校卒業後、4年ほど森村組に勤務し、その後ワシントン州タコマで桑樹の栽培に従事したが事業に失敗し、帰国後、白木屋に入社している。高橋義雄がニューヨークで学んだ商業学校については、『白木屋百年史』では岩橋と同じボケブシー商業学校と記載されているが、向後論文によるとイーストマン商業学校とある。向後理恵子「三越呉服店における高橋義雄と意匠係」『早稲田大学大学院文学研究科紀要』第51輯第3分冊, 2006年, p.162.
- 21 白木屋『家庭のしるべ』(10)1905(M38)年4月号, pp.15-16; 『白木屋三百年史』 pp.320-321.
- 22 『読売新聞』1909(M42)年5月26日、岩淵「明治・大正期における「江戸」の商品化」p.64. から引用。大正期においては、三越が東京の百貨店としては第一の地位にあったが、三越と白木屋を比べて「江戸より東京までの時代誌の上では、少なくとも両者を同格に取扱はねばなる」と言われていた。大庭柯公「三越と白木 東京朝日新聞所載」『流行』1917(T6)年5月号, p.40.
- 23 玉蟲「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から」 pp.86-91,
- 24 加茂瑞徳「友禪協会『伊達模様』の募集とその周辺 明治後期・京都における流行創出との関わり」『デザイン理論』77, 2020年, pp.69-82.
- 25 友禪協会が実施した懸賞図案が着物のデザインに与えた近代化の影響については以下の論文が詳しい。加茂瑞徳「染色デザインの近代化—京都における友禪図案募集をめぐって」島田昌和編著『きものとデザイン』ミネルヴァ書房、2020年、pp.21-44.
- 26 玉蟲「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から」 pp.87, 91, 93-97; 樋口「明治末期における着物図案の近代性」 pp.249-252; 加茂「友禪協会『伊達模様』の募集とその周辺」 pp.70-72, 74-75.
- 27 加茂「友禪協会『伊達模様』の募集とその周辺」 pp.74.
- 28 樋口「明治末期における着物図案の近代性」 p.251.
- 29 白木屋呉服店『家庭のしるべ』1905(M38)年1月号, p.17, 19.
- 30 白木屋呉服店『家庭のしるべ』1905(M38)年5月号, p.12.
- 31 岩淵「明治・大正期における『江戸』の商品化」 pp.51-63.
- 32 白木屋『流行』1908(M41)年6月号, p.12.
- 33 白木屋『流行』1908(M41)年6月号, p.1
- 34 玉蟲「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から」 pp.92-94.
- 35 白木屋『流行』1909(M42)年5月号, pp.2-17
- 36 白木屋『流行』1917(T6)年11月号, pp.22-23; 『白木屋三百年史』 p.338.
- 37 白木屋『流行』1914(T3)年9月号, p.1.
- 38 「懸賞裾模様『新江戸』式模様図案募集」白木屋『流行』1913(T6)年7月号、n.p.
- 39 岩淵「明治・大正期における『江戸』の商品化」 p.72.
- 40 白木屋『流行』1914(T3)年9月号, pp.1-2.
- 41 玉蟲「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から」 p.97.
- 42 笹川臨風『江戸むらさき』実業之日本社、大正7(1918)年、p.59.
- 43 コトバンク「精選版 日本国語大辞典」 「デジタル大辞泉」  
[https://kotobank.jp/word/%E8%91%A6%E6%89%8B-424561#goog\\_rewarded](https://kotobank.jp/word/%E8%91%A6%E6%89%8B-424561#goog_rewarded) (2024年3月29日アクセス)
- 44 白木屋『流行』1908(M41)年4月号、pp.1-5; 白木屋『流行』1908(M41)年4月号増刊、pp.1-6; 白木屋『流行』1908(M41)年5月号、p.2; 白木屋『流行』1908(M41)年6月号、p.2.
- 45 白木屋『流行』1910(M43)年2月号、n.p; 白木屋『流行』1910(M43)年4月号、p.17; 白木屋『流行』1910(M43)年9月号、p.16. この年には、以下の関連する本が出版されている。勝田良雄編輯『今様源氏振』芸艸堂、1910年.
- 46 白木屋『流行』1910(M43)年10月号、p.16.
- 47 「藤原式模様要旨」白木屋『流行』1911(M44)年7月号、n.p.
- 48 白木屋『流行』1917(T6)年6月号、p.4; 白木屋『流行』1917(T6)年9月号、p.21.
- 49 岩淵、前掲論文(2014), p.51,55; 瀬崎圭二「流行研究会と塚原洪柿園」『国文学攷』220, 2013年、p.24.
- 50 『白木屋三百年史』 p.442.
- 51 笹川『江戸むらさき』、p.1, 42.
- 52 白木屋が三越と並んで、流行の担い手となっていったことは、以下の記事からも理解できる。「我邦に於ける流行の淵源は、最早俳優から呉服店に移った。…最近數年来の流行たる元禄、桃山、光琳、蘆手、源氏、有職等の諸模様は、孰れも皆白木屋、三越等有力なる呉服店の創意鼓吹に係らぬものは無い」とある。白木屋『流行』1911(M44)年4月号、p.6.