

## アメリカ村商業地域の形成

### 1. アメリカ村の概略

大阪市の中心商業地は大きく「キタ」と「ミナミ」に区別される。キタとはJR大阪駅や阪急梅田駅周辺部の商業地域のことを指し、ミナミとは地下鉄御堂筋線心斎橋駅、難波駅周辺の商業地域を指している。

その大阪・ミナミの一画に「アメリカ村」と呼ばれる商業地域がある。アメリカ村はミナミの中心である心斎橋地域から見て西側に位置し、具体的には北側は長堀通り、東は御堂筋、南は道頓堀川、西は四つ橋筋に囲まれた地域(町名で言えば、主に西心斎橋1丁目、西心斎橋2丁目)である。主に店舗が密集しているのは通称三角公園を中心とした半径100メートルほどの地域である(図1参照)。

図1 アメリカ村周辺地図



\*本ケースは神戸大学大学院経営学研究科博士課程小宮一高が同研究科教授田村正紀の指導のもとに作成したものである。本ケースの記述は経営管理の巧拙を示すものではなく、クラス討議の資料として作成された。なお著作権は、神戸大学大学院経営学研究科に帰属し、無断複製は厳禁とする。

(2001年3月31日)

アメリカ村は主にカジュアル・ファッションや雑貨を取り扱う店舗が軒を連ねる、若者の街である。訪れる人たちの大半は10代後半の若者であり、独特のファッションで着飾ってくる者も多い。現在では、アメリカ村は大阪の観光名所の1つにもなっており、全国各地から訪れる中・高の修学旅行生の姿も頻繁に見ることができる。

アメリカ村の中心部には通称三角公園と呼ばれる公園がある。煉瓦を敷き詰めた形の、この小さな公園では、向かい側に店を構えるたこ焼き屋のたこ焼きを頬張りながら、買物の足を休める若者の姿が絶えない。またこの公園では地元のアーティストのライブやアメリカ村の商店会が主催する祭り舞台となったりする。街の「へそ」的な存在となっているのが、この三角公園である。

アメリカ村にはこの三角公園を中心として大小さまざまな店舗が存在する。最も大規模なものは、三角公園の北東に位置する「ビッグ・ステップ」である。ビッグ・ステップは1993年に大阪市の土地信託事業として開業したショッピングセンターである。ビッグ・ステップには「ビームス」「シップス」「ユナイテッド・アローズ」といった有名なテナントが入店し、多くの買物客が訪れる。またビッグ・ステップには地階へと続く大階段があり、買物客の休憩場所ともなっている。この場所は三角公園と並んで、アメリカ村における憩いの場所である。

またビッグ・ステップ以外にも、三角公園の北西に「無印良品」南には「タワー・レコード」そして南東には「ユニクロ」や「スポーツタカハシ」といった有名店が店舗を構えている。

しかしアメリカ村はこれらの有名店けでなく、個性豊かな中・小規模の独立系店舗が軒を連ねている。これらの店舗は独自のブランドを有している比較的規模の大きいものから、細い路地のわずかなスペースで営業する小規模のものまで様々である。買物客の中にはこれらの中小の店舗を宝探しのような感覚で探索する者も多い。

その中のいくつかを紹介しよう。「キングコング」はアメリカ村が徐々に店舗を増加させていった1979年に開店した若者向けの中古レコード店である。キングコングは西日本で初めての中古レコード店と言われており、キングコングように対象を若者に絞った店舗は、1979年当時では、全国的にもほとんど見受けられなかったという。現在でもアメリカ村を含む大阪・ミナミ周辺には中古を含むレコード店が多数存在しているが、そのきっかけとなったのがこのキングコングである。現在では大阪に4店舗、そして新潟、広島にも店舗を構えている。

また「鐘馗堂(しょうきどう)」本店は、アメリカの老舗ライダーズジャケットメーカー「ラングリッツ社」の商品を日本で取り扱う数少ない店舗の1つである。ラングリッツレザー社は1日に既製服3着、オーダー3着の計6着の生産しかおこなわない家族経営の会社であるが、世界的に高い評価を得ているライダーズジャケットメーカーである。鐘馗堂本店の2階にはラングリッツレザー社の商品をはじめとして、オーナーが選り抜いたライダーズジャケットが並び、アメリカ村の中でも個性的な店舗として顧客を集めている。

これらの個性的な中・小規模店舗と、有名ブランドの店舗が混成する形で形成されている街、それが現在のアメリカ村である。

## 2. 1970年代のアメリカ村

1970年代初頭、現在アメリカ村と呼ばれる地域は、現在のように多くの店舗が集まる地域ではなかった。1970年代以前のこの地域には、当時最も人出の多かった心齋橋商店街の店舗が利用する倉庫、またそこを訪れる人たちのための駐車場が多く存在していた。また当時は一般の人たちの民家も多く、夜になれば静かな住宅街という趣であった。この場所は心齋橋商店街から40メートルほどある御堂筋を西に渡った場所であり、繁華街から距離は比較的近い場所だった。しかし、商業に関連する施設はほとんど存在しなかったのである。

当時、唯一この場所のランドマーク的な存在となっていたのは「VAN チャケット」の本社の存在であった。VAN チャケットは「アイビーファッション」と呼ばれる流行を作り出した、当時最も人気のあったアパレルメーカーの1つである。この会社の本社が、現在の三角公園と御堂筋とのちょうど中間の場所（現在の「サンビレッジ」の場所）にあり、それがこの場所で唯一特徴的な存在であった。しかしVAN チャケットの本社では小売はおこなわれておらず、この場所に商業に関わる施設がほとんどなかったことに変わりはなかった。

この場所に最初の変化の兆しが現れたのは1969年のことである。この年三角公園の北向かいに1つの喫茶店ができた。「ループ」である。ループのオーナーは、偶然通りかかった三角公園沿いの通りに貸事務所の張り紙を見つけ、喫茶店の開店を思い立ったそうだ。

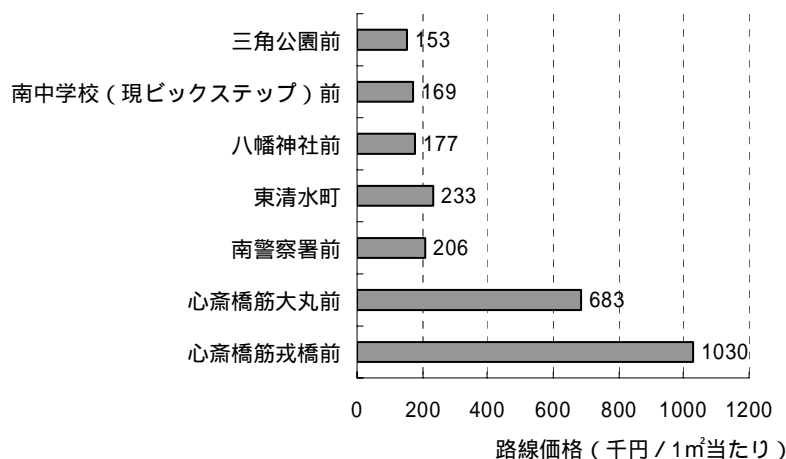
「店を始めたときというのは、やっぱり閃きですよ。ぼーんとシャッターのところに貸事務所と書いてあった。その張り紙がぼーんと浮かんできた時に、私はここで夜遅くまでおいしいコーヒーを飲むカフェを（つくりたいと思いました）。貸事務所やったら高い保証金もなく、家賃も安うて。この辺やったら御堂筋からちょっと離れて繁華街も近所やし、友達もきてくれるやろ、みたいな。」（日限）（注1）

当時のアメリカ村地域は倉庫や駐車場などが存在する場所であり、地価や家賃も比較的安かった（図2参照）。それでありながら、当時の商業地の中心である心齋橋筋から歩いて4.5分の場所であり、決してアクセスの悪い場所ではなかったのである。

またループのオーナーは店の場所を選ぶ際に、自らの店が目立つような、真新しい地域を選びたかったそうである。

「大阪の道頓堀いうたら、橋があってっていうて映像が出てきて、ちゃんとした下町文化なり、都市文化なりをつくっているわけだね。その中で、何か新しいことを投げかけても、そういう風なところには押しつぶされちゃうから。そういう意味でも真っ白なキャンパスの中に、自分なりの絵を描いてみたいっていうのはすごくあってね。そういう意味でもあの場所っていうのは、私にとっては、エネルギーのある場所に隣接してて、まだ何か街としては真っ白というエリアっていうのが、漠然とやけどね、自分の中では考え方の中に入ってたと思うんですよ。」（日限）

図2 大阪ミナミ界隈の地価(1972年)



\* 三角公園前，南中学校前，八幡神社前が現在のアメリカ村と呼ばれる地域。

\* 東清水町・南警察署は心斎橋筋の東側地域。

データ源：納税協会連合会『路線価設定地域地図(3-1)(大阪府)』昭和47年より。

ループの内部は非常にカラフルで，壁面がブルー，テーブルがオレンジというものであった。カウンターの背後にあるメニューの表示には，サーフボードが使われていた。また提供されるメニューは非常に手の込んだもので，料理やコーヒーなどはほとんど手作り。オーナーがコーヒー豆を挽き，自らパイを焼くといった具合であった。また営業時間は夜10時までと，この当時としては非常に遅くまで店を開いていた。オーナーが「自動車が好きな人たちのために，夜遅くまでコーヒーを飲める店を創りたい」という願いをもっていたからだそうだ。

開店当初のループには，まずVAN チャケットの社員が常連として訪れるようになった。VAN チャケットにはカメラマンやスタイリストといった横文字系の職業の人たちが出入りする。彼らがスタイリッシュなスーツに身を包んで颯爽と喫茶店に現れるのである。また喫茶店のオーナーの友人の中にサーフィンを楽しむ人たちがおり，街のサーフィン好きも集まるようになった。彼らはサーファーフアッションという独特の服装で店に集まった。また音楽好きでヒッピー風のファッションをした人たちも，ループでかかるレコードを目当てに集まったという。このような客層の故，ループの店の中はきれいな格好をしたVAN チャケットの社員，少し汚れたサーファー，ヒッピー風の音楽好きという3つのスタイルが1つの店の中できっちり色分けされていた。しかしいずれのスタイルの人たちもファッションにはこだわりをもった人たちである。当時の店に関して，顧客だった谷口氏は次のように語っている。

「俺はあこがれてたからな。ループができた頃は高校生ぐらいちゃう。(中略)なんせ敷

居が高かったよ。とりあえず、トラッドでアイビーびしっと決めているか、思いっきり波乗りしているかでないとだめ。」(谷口)(注2)

しかしながらループの開店当初、夜の時間帯にはなかなか客が集まらなかった。最初の頃はオーナー自ら心齋橋筋でマッチを配ったりし、夜の集客に努めた。ところが2ヶ月が経過しようとしたころ、店は突然お洒落な学生たちであふれるようになった。夏休みが終わり皆が学校に行くようになり、口コミが噂が広まるようになったからだ。以後ループは多くの若者が出入りするメジャーな存在となり、1976年までこの地域で営業を続けた。

### 3. アメリカ指向の店舗の出現

1970年代初頭のループの隆盛に続いて、70年代中頃にはこの場所にアメリカ製の商品を多く並べるアメリカ指向の店舗がいくつが現れた。「アワ・ハウス」「ギャラップ」「ラハイナ」「エルパソ」といった店舗がそれである。そこではアメリカ製のジーンズやTシャツ、アロハシャツ、サーフボード、古着などが販売され、後にこの場所がアメリカ村と呼ばれる基盤をつくっていくのである。

1970年代以前、このようなアメリカ製の商品はそれほど容易に仕入れることができなかった。それは一般者の海外への渡航が費用的な問題や外貨持ち出し制限の問題などで難しかったからである。

しかし1970年代にはいると、このような問題が次第に解決されてきた。まず1970年代初頭にはそれまでの外貨持ちだし制限が幾分緩和されるようになってきた。それ以前は海外持ち出し金額に規制があるために、長期間滞在できるような金額をもって海外に行くことが困難であったが、規制の緩和により1ヶ月といった単位での長期の海外滞在が可能になってきたのである(表1参照)。

またこのような外貨持ち出し制限の緩和と共に、旅行会社によるパッキングツアーも始まった。当時有名であったのは「アメリカ夏の陣」と呼ばれるアメリカへのパッキングツアーである。このツアーは1971年から開催され、夏期のアメリカに1ヶ月間滞在できるものであった。ツアーでは夏期休業中となるアメリカの大学のドミトリー(学生寮)を借り切り、長期のアメリカ滞在を安く可能にしていたのである。その旅行代は、例えばアメリカへの1ヶ月の旅行で20数万円であったという。このような規制緩和やパッキングツアーの恩恵も受けて、日本の海外旅行者数は1970年頃から急速に増加することになるのである(補図2参照)。

このように人々にとって海外への渡航が徐々に身近なものとなってきたことで、アメリカを好む若者たちの中には決して安くはない渡航費用を工面してアメリカに渡っていくものが現れたのである。そして旅行に参加した若者たちの中には、自分たちにとっては宝のようなアメリカ製のTシャツやジーンズ、アロハシャツ、古着などをアメリカの地で安く手に入れ、日本に持ち帰ったものがいたのである。日本においてアメリカ製の商品を売る店は、こうした過程の中で生まれてきた。

表1 海外持ち出し金額の推移

年次	持出額外貨（ドル相当額）	備考
1964年(S39年)	1年1回 500ドル以内 為替銀行限りの承認	(1ドル=360円)
1966年(S41年)	1回 500ドル以内 為替銀行限りの承認	
1969年(S44年)	1回 700ドル以内 為替銀行限りの承認	
1970年(S45年)	1回 1,000ドル以内 為替銀行限りの承認	
1971年(S46年)	1回 3,000ドル以内 為替銀行限りの承認	ニクソン・ショック スミソニアン合意 (1ドル=308円)
1972年(S47年)	為替銀行承認額の撤廃(1回3,000ドル以内承認不要)	
1973年(S48年)	1回 3,000ドル以内 為替銀行限りの承認	変動相場制へ移行
1974年(S49年)	1回 1,500ドル以内 為替銀行限りの承認	
1976年(S51年)	1回 3,000ドル以内 為替銀行限りの承認	
1977年(S52年)	為替銀行承認額の撤廃(1回3,000ドル以内承認不要)	
1978年(S53年)	無制限	

データ源：総理府編(1978)『観光白書』p.28より加筆作成。

そして喫茶店「ループ」に通っていたサーフィンを好む若者たちも次々とアメリカに渡っていった。彼らはアメリカという国を愛する若者であり、そこでおこなわれている音楽やスポーツ、特にサーフィンに夢中になっていた若者である。当然、彼らは自らアメリカへ行くことを望んでいるものが多かった。ループの中ではアメリカに行くことが1つのステータスのような状態になっていたようだ。

「(ループの中で)当時アメリカに向かった人っていうのは、はやりのようになっていたから、次から次へとみたいな。数珠つなぎ状態やもんな。どんどんみんなアメリカに渡ったっていう、周りが。行ってなかったらおかしいんちゃう、みたいなぐらい。ハワイ、カルフォルニアは、それぐらいはなんか行くことがなんかもう修行というか、お約束みたいになって。数学の中間テストみたいに。」(谷口)

そして喫茶店ループの近くに最初に店舗を出した若者も、そのようにしてアメリカから直に買い付けた商品売る者であった。当時有名であった「アワ・ハウス(Our House)」という店舗である。

「アメリカ、まあまあ最初はハワイとか、西海岸ぐらいまでやけど行ったりして。それで向こうに行く度に何か持ち帰って、それが店になったみたいだね。アワハウスなんていうのは、アメリカの古着を1つの倉庫の中身だけを安く買ってきて店に並べたら、それこそすごい値段で飛ぶように売れて。」(日限)

このような経緯を経て、アメリカ製の商品売る店舗が「ループ」の周辺にいくつかできてきた。しかしそれらの店舗は開店した当時はそれほど多くの客を集めているというわ

けではなかった。逆にいつも通う常連の客たちがたむろし、一部の顧客の支持を得て商売がおこなわれていた。また商業者の側もどちらかというと商売にはそれほど熱心ではなかった。商売するものにとっては重要であるはずの週末であっても、経営者は店を閉めて常連客といっしょにサーフィンにいつてしまった、というような逸話も残るほどである。

#### 4 . サーファーブーム

しかしこのような状況は 1970 年代後半を迎えるころに次第に変化していく。サーフィンをはじめとしたアメリカ西海岸の情報が一般大衆にも広まり始め、アメリカ村の店舗が多くの人々の支持を集めるようになってきたのである。

1970 年代の中頃から後半、アメリカ西海岸の情報を伝えるメディアが雑誌を中心として現れはじめた。「ポパイ」「ホットドッグ・プレス」「チェックメイト」などの男性ファッション雑誌が相次いで創刊し、一般読者に対してアメリカ西海岸のファッションや文化（サーフィンなど）の情報を大量に提供するようになった。また女性誌でも「JJ」がサーファーファッションを積極的に紹介し始めた。これらの影響でアメリカ西海岸の文化などの情報が世間に行き渡るようになってきたのである。

特に「ポパイ」はそのような傾向が強かったようだ。アクロス編集室(1995)は当時の様子を次のように記している。

「カリフォルニア・湘南路線の雑誌『ポパイ』の影響下で「ヘビーデューティー」「サーファー」などのスポーツカジュアルのタウンウェア化が強力に推進された」(アクロス編集室編 1995, p.132)

そのような雑誌の情報提供に呼応するようにして、1970 年代後半にから 1980 年代初頭には一部にサーファーファッションのブームが起こる。街にはサーフィンというスポーツとは無縁でありながらサーファーのスタイルをまねる人たち、いわゆる「陸（おか）サーファー」が現れるようになった。典型的な陸サーファーのファッションは、男性であればオカッパ髪のアスタイルに、アロハシャツとコーデュロイパンツ。女性はタンクトップとショートパンツである。いずれも真っ黒に日焼けしてスニーカーを履いていた。

「77 年から 78 年頃には「サーファーファッション」の男女が大手を振って渋谷や六本木の街を闊歩する。(中略)ちょうど、本当に湘南でサーフィンをする純正サーファーと、実はカッコだけという「陸サーファー」の勢力が拮抗し始めた頃だ。」(アクロス編集室編 1995 ,p.168 )

そしてこのようなアメリカ西海岸を支持しようとする大衆的な動きにあわせて、アメリカ製の商品を取り扱うアメリカ村の店舗が爆発的に売り上げを伸ばすようになったのである。それまで一部のアメリカ好きのための店舗であったアメリカ村の店舗に、多くの買物客が訪れるようになる。そして当然のように、それらの店舗が大きな売上を記録することになるのである。

そしてそのように押し寄せる買物客を取り込もうと、アメリカ村の店舗数も急激に増加していった。1978年から1979年には、このような店舗の出店がピークを迎え、この場所が1つの商業地域として世間にも認知されはじめる。1978年にはNHKのニュースにもこの地域の発展が取りあげられた。「アメリカ村」という呼称もこのころから定着してきたという。

このような世間のサーファーファッションのブームに乗って、アメリカ村は順調に店舗数を増加させた。しかし世間のアメリカ熱が冷めていくにしたがって、次第に客足が遠のき始めた。陸サーファーと呼ばれる人たちが街から姿を消すにしたがって、これらの店舗の売り上げも減少し始めるのである。いくつかの店舗はそれに呼応するように店舗を閉鎖し、アメリカ村の店舗数も一時期減少していったのである。

## 5. 1980～90年代のアメリカ村

このような衰退傾向に危機感を感じたアメリカ村の商業者たちは独自の取り組みを始める。その1つが「アメリカ村ユニオン」の結成である。これはアメリカ村の商業者たちがおもしろいアメリカ村を取り戻すために独自に結成したもので、1982、83年には手作りでさまざまな取り組みがおこなわれた。御堂筋パレードに独自の出し物で参加したり、三角公園を中心としてイベントもおこなわれた。またアメリカ村内からFMラジオを放送し、話題を集めたこともあった。

しかしこの時代にはアメリカ村地域に以前から居住していた住民とのトラブルも発生した。それまで商業と関わりのなかった地域が徐々に商業地域に変化していくことによって、騒音やゴミなど居住する地域住民にとっては望ましくない問題が発生することになったからである。店舗が増加していく過程は、同時にこれらの地域問題を解決する過程でもあった。

1982年に結成された「周防町を美しくする会」は、このような住民とのトラブルを解消する機関としての役割を果たしていた。周防町を美しくする会では、地域住民との対話の機会をもち、行政とも積極的に交渉をおこない、様々な援助を得るために奔走した。また現在アメリカ村のシンボルの1つとなっている「鳥の絵」の壁画も周防町を美しくする会が中心となって芸術家の黒田征太郎氏に作画を依頼したものである。1980年代には、このような商業者の組織的な活動も活発におこなわれた。

このような組織的活動に加えて80年代には古着や革ジャンなどいくつかの人気商品が生まれた。店舗の形式としてはフリーマーケットが人気を集め、アメリカ村の中心的な存在となった時期もあった。また1970年代の終わり頃から増加しだしたディスコは、夜のアメリカ村の顔として多くの人たちを集めた。このような組織的な活動や新たな店舗の出店によって、アメリカ村は以前の人出を回復し、店舗数を増加させていくことになるのである。

そして1980年代の中頃から後半になるとアメリカ村にも中央資本の店舗が増え始める。その最初となったのは、1983年に出店した「無印良品」である。「無印良品」は当時若者を対象としてブランドを立ち上げようとしていた時期であり、大阪において若者が集まっ



ていたアメリカ村は絶好の立地場所だったというのである。

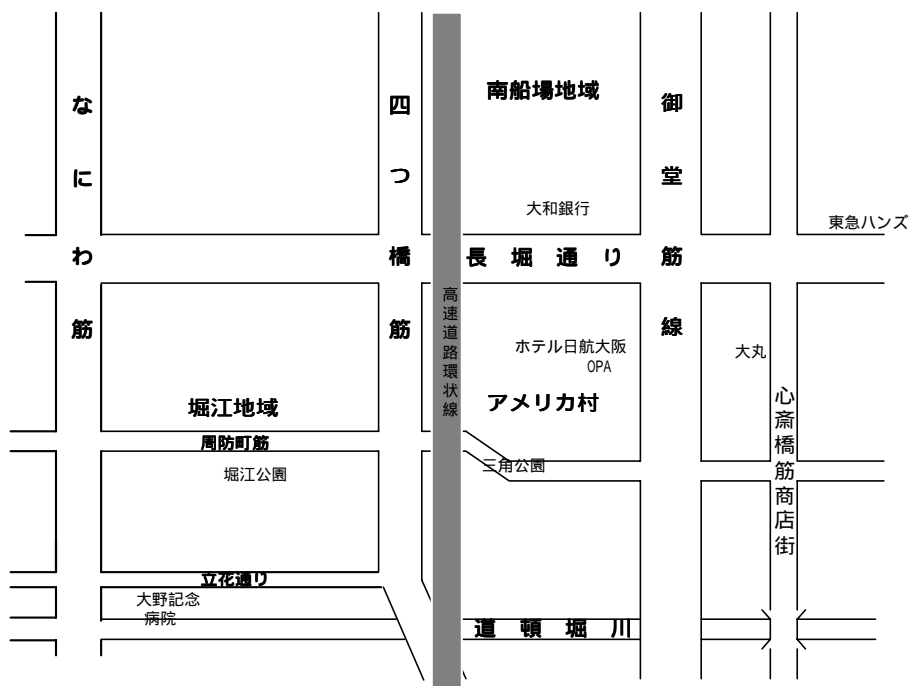
この無印良品の出店を皮切りに、その後「ビームス(1988年)」「ブルータスビル(1989年)」「タワーレコード(1990年)」などの中央資本の店舗が増え始めた。1980年代後半のバブルの時代を迎えると高級ブランドのショップなども現れた。そして1993年には旧南中学校跡地に大阪市の土地信託事業として「ビッグ・ステップ」が開店し、多くの有名テナントが入店することになった。この1980年後半から90年にかけての期間において、個性的な中・小規模店舗と有名店が混成するような現在のアメリカ村の姿が形成されていったのである。

## 6. 南船場・堀江地域の発展

現在のアメリカ村は、以上のような経緯で商業地域として確立していった。1990年代のアメリカ村は東は御堂筋、西は四つ橋筋、南は道頓堀側、北は長堀通りという地域に対してほぼ全体的に拡大するにいたったのである。

しかし1990年代にはアメリカ村の周辺部で新しい動きも出始めた。それが南船場・堀江地域の商業地域としての形成である。南船場地域はアメリカ村から長堀通りを挟んだ北側、そして堀江地域は四つ橋筋を渡った西側に存在する地域である(図3参照)。

図3 南船場・堀江地域周辺図



南船場地域は戦前には繊維問屋が多数存在する場所であったが、近年はビジネス街とな

り事務所ビルが多く存在する地域であった。しかしビジネス街としての需要はそれほど高くなく、1990年代中頃までは景気の低迷もあってビルの入居率はそれほど高い状態ではなかったという。また堀江地域はいくつかの事務所ビルに加えて、住宅も多い地域であった。また堀江地域の南部分には立花家具通りという家具販売店が多数存在する通りがあったが、これらの店舗も古い店舗が多く人通りは減少するばかりであった。

南船場地域に変化が見られだしたのは1994年のことであった。長堀通りから一本北に入った通りに「ハマザキ・ケン・アート・コレクション」が建設されたのである(注3)。この建物は外装、内装ともに全体が赤で仕上げられ、ビジネス街であった南船場でひととき目立つ存在となった。そしてその向かい側には、1995年に「アマーク・ド・パラディ」というレストランがつくられた。また同じ年には、そこからさらに北に進んだ場所にNOA(ノア)ビルと呼ばれる商業ビルが建設された。この建物はビル全体が小売施設で埋められ多くの買物客を集めた。これらの店舗や施設が世間の話題に上り、この地域に買物目当ての人が増加し始めると南船場地域に店舗の建設が相次ぐようになった。

また堀江地区は1998年ごろから次第に店舗が増加し始めた。この年、堀江公園の西側に「ミュゼ大阪」という壁面が大きなガラスで仕上げられた喫茶店ができ話題を呼んだ。アメリカ村からは歩いて5,6分の場所である。また1999年にアパレルブランド「A.P.C.」の店舗が立花家具通りの一角につくられた。堀江地区では、このころから堰を切ったように店舗の進出が始まり、2000年は多くの店舗の出店が見られた。

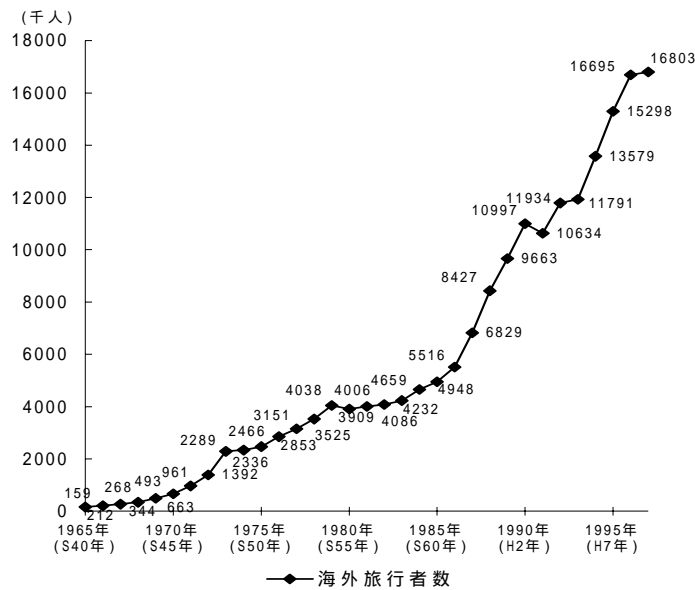
このようにアメリカ村の周辺地域も1990年代の後半となって商業地域化の動きが見られるのである。

補図1 アメリカ村における店舗の空間的な広がりの経過(注4)



データ源：吉田地図株式会社『大阪市精密住宅地図』（南区）各年度版より筆者作成。

補図2 海外旅行者数の推移



データ源：総理府編(1998)『観光白書』p.37より作成。

<注>

- 1) 日限萬里子氏。日限氏は1969年オーナーとして三角公園の前にループを開店させた。また現在は堀江で「ミュゼ大阪」というカフェを営んでいる。
- 2) 谷口雅之氏。谷口氏は当時高校生でループには顧客として通っていた。また谷口氏は後にアメリカ村で子供服とマタニティの店も開店させた。
- 3) 後に「浜崎健立現代美術館」となる。
- 4) 地図は各年代の住宅地図から作成している。これらの住宅地図には店舗の屋号が記載されている。そこから明らかに小売店舗とわかる下記の語句が含まれているもののみをピックアップし、その土地を商業地としている。また例外的に現在も店舗が存在したり、他の資料によって当該店舗が小売店舗であることが確認されているものは、これに含んでいる。また当該地がビルである場合、そのビルのテナントリストを参照し、その中に1つでも小売店舗と認められるものが存在する場合、その地を商業地とした。

\* 小売店舗と判断した屋号に含まれる語句店：ストアー(store)、洋服、洋品、ショップ(shop)、カジュアル、屋、ブティック、メンズ、雑貨、CD、レコード、薬品。

<参考資料>

- アクロス編集室編 『STREET FASHION 1945-1995 若者スタイルの50年史』PARCO出版、1995年。
- 池田信一 『漂流する世代 若者たちはいま』教育研究社、1980年。
- カルト探偵団編 『キーワードで読む70年代グラフィティ』ワニ文庫、1993年。
- 田中凜太郎観衆 『Free&Easy 12月号別冊 ライダーズジャケットを着る人生』、イーストライツ、2000年。
- 日限萬里子「ママいるう？」『Meets Regional』京阪神エルマガジン社、1997～2000年。