

文化交流から文化外交へー日本文化ブームの今後の行方ー

発表者：武蔵野学院大学 佐々木隆

内 容

1	プロローグ	01
2	日本文化ブーム	02
3	日本の文化交流政策	03
4	クール・ジャパン	06
5	参考資料	07
6	関連年表	12
7	パワーポイント資料	巻末

1 プロローグ

1) 発表者のこれまでの文化交流・文化外交に関するおもな研究業績

『国際文化交流』（石倉誠文堂、2005年6月）

『国際文化交流論』（石倉誠文堂、2006年12月）

『「国際コミュニケーション」とは何か（資料編）』（武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2007年12月）

『「国際コミュニケーション」とは何か（増補資料編）』（武蔵野学院大学佐々木隆研究室、2008年3月）

『新しい国際文化交流論』（多生堂、2009年9月）

.....

「シェイクスピアと国際化」（『比較文化史研究』第4号、比較文化史研究会、2002年8月）

「国際文化交流とシェイクスピア」「日英文化交流」（共著『シェイクスピア大事典』（共著）（日本図書センター、2002年10月）

「シェイクスピアと文化交流」（『異文化の諸相』第23号、日本英語文化学会、2002年12月）

『文化交流』を考える——シェイクスピア劇上演を例にして——」（『日本の中の異文化』第2号、日本異文化研究会、2006年8月）

『異文化』とは何か——日本異文化研究会の英語表記の一考察——」（『日本の中の異文化』第3号、日本異文化研究会、2007年3月）

『文化』とは何か」（『日本の中の異文化』第6号、日本異文化研究会、2009年9月）

2) 発表者のこれまでの文化交流・文化外交に関するおもな授業担当歴

国際文化交流論（武蔵野短期大学国際教養学科、2002年～2005年）

演習Ⅲ（国際関係論）（武蔵野短期大学国際教養学科、2003年～2005年）

国際文化交流（武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部、2004年～現在に至る）

国際文化交流特殊講義（武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科、2007年～現在に至る）

国際文化交流特殊演習（武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科、2007年～現在に至る）

これまでシェイクスピアや日本の演劇界を中心にした個別の文化交流を扱ってきたが、大きな視点から文化交流・文化外交について現在、研究中。

2 日本文化ブーム

「日本文化ブーム」は「日本文化」＋「ブーム」から成る用語である。「ブーム」とは『広辞苑』（第6版）によれば次のような意味である。

【boom アメリカ】①景気循環における好況局面。にわか需要が増大し、物価が高騰すること。にわか景気。②ある物事がにわか盛んになること。（新村出編『広辞苑』、第6版、岩波書店、2008年1月、p.2424.）

この説明では「にわか」という用語が気になるところだ。『広辞苑』（第6版）を見てみると、次の通りである。

【俄】①急に変化が現れるさま。②だしぬけ。突然。④すぐさま。即座。（新村出編『広辞苑』、第6版、岩波書店、2008年1月、p.2151.）

「日本文化ブーム」とは「日本以外の国や地域で、日本文化がにわか盛んになること、あるいは関心が持たれること」になるだろうか。では、日本文化ブームの初期は何かと言えば「ジャポニスム」ということになり、ここ数年話題となっている「クール・ジャパン」も大きな視野から見れば海外における日本文化ブームのひとつということになる。では、何故、いま「クール・ジャパン」が大騒動になってしまったのだろうか。まず、海外における日本文化ブームについては、大藁友和『世界「文化力戦争」大図解』（小学館、2008年8月）に掲載されている「日本文化ブームの歴史」によれば、大別すると3期に分けられるという。以降は3期分けて考察してみたい。

第1次日本文化ブーム

第1次日本文化ブームは、幕末の開国期から世界恐慌。葛飾北斎の版画がフランス人の目に触れ、歌川広重の浮世絵も海外へ紹介され、そこから波動したいわゆるジャポニスムである。「日本主義」「日本ブーム」「日本熱」「日本熱」「日本趣味」といった意味では、特に美術においては印象派とアール・ヌーヴォーに日本美術の影響を認めることができる。1862年の第2回ロンドン万国博覧会、1867年の第2回パリ万国博覧会、1873年のウィーン万国博覧会、1878年の第3回パリ万国博覧会、1900年の第5回パリ万国博覧会に使節団として、藩として、国家として日本は参加している。参加形態は様々であるが、日本文化の発信という点が重要であろう。美術界における注目が中心であった。また、1925年にウエイリーによって『源氏物語』の英訳が出版されたこともその後の日本文化ブームに影響を与えることとなる。

第2次日本文化ブーム

第2次は終戦から冷戦終結期（東西ベルリンの壁崩壊）。1951年の第12回ベネチア国際映画祭で黒澤明監督『羅生門』が金獅子賞受賞、1954年の第7回カンヌ国際映画祭で衣笠貞之助監督『地獄門』がグランプリを受賞した。1964年の東京オリンピックの開始をはじめ、1980年にはTVドラマ『将軍』が全米で大ヒットし、「サムライ・ブーム」が起こった。1985年には任天堂の「ファミコン」（「ファミリーコンピュータ」）がアメリカで発売された。1989年に東西冷戦終結を迎えた。もちろん、この間にはファッション界も欧米へ進出を果たしていた。

第3次日本文化ブーム

第3次は冷戦終結後から現在。その皮切りは1990年の大友克洋監督『アキラ』が全米で公開され、その翌年には英仏独でも公開され、世界中のアニメ業界人に衝撃を与えたことだ。国際映画祭でも北野武監督、宮崎駿監督、『ラスト・サムライ』の俳優・渡辺謙等が活躍したことは周知の通りだ。また、マンガ、アニメ、ゲームなどいわゆるデジタルコンテンツ産業が日本から世界中へ発信さ、第3次日本文化ブームのうち2002年以降はクール・ジャパンと呼ばれた。

3 日本の文化交流政策

2001年 中央省庁等改革

＊国際文化交流に関して外務省と文化庁の役割の明確化

文化庁 → 国際文化交流

外務省 → 外務省及び国際交流基金の文化交流 → 外交に資するものに特化

2003年 国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割』国際交流基金

2004年 外務省機構改革

＊対外広報と国際文化交流が部分的に再統合 → 広報文化交流部（新設）

（英語名：Public Diplomacy Department）

○外務省広報文化交流部 → 長中期目標設定及び対外文化交流の戦略の策定

○国際交流基金 → 事業の実施（移管）

2004年 （小泉総理）「文化外交の推進に関する懇談会」設置

2005年 文化外交の推進に関する懇談会『「文化交流の平和国家」 日本の創造を』（報告書）

第1章 今なぜ文化外交か

第2章 文化外交の3つの理念と3つの柱

第3章 明確な文化外交戦略を

2006年 外務大臣・麻生太郎「文化外交の新発想—みなさんの力を求めています」

2006年 「今後の国際文化交流のあり方」（2006年9月10日）

1 文化力による平和の実現

2 国際文化交流に関する取組

3 国際文化交流と日本文化の発信

4 国際文化交流の新段階

2007年 海外交流審議会「日本の発信力強化のための5つの提言」

2009年 知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～』知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会

＊日本ブランド戦略を進める基本的戦略として5つを提言している。

基本戦略

1 創造力の強化

戦略1：ソフトパワー産業の振興（クリエイターの活動の場を創出する）

戦略2：創造基盤の整備（創造を支える環境を整備する）

2 発信力の強化

戦略3：外に向けての発信力強化（ターゲット・方法を重点化する）

戦略4：訪日促進等を通じた認知度の向上（日本ファンを世界に広げる）

3 体制の構築

戦略5：推進体制の構築（官民挙げての日本の力を結集する）

用語の定義

【外交】

(1)「外交とは、交渉による国際関係の処理であり、大公使によってこれらの関係が調整され処理される方法であり、外交官の職務あるいは技術である。」(H.ニコルソン／斎藤真・深谷満雄訳『外交』東京大学出版会、1968年9月、p.7)

(2)「その国の地理的、歴史的基盤を踏まえ、その政治目的を達成するために外に対して用いる手段、方法、技術をさす」、また外交はその国の有する国力の反映であるともいえよう。元シカゴ大学のハンス・モーゲンソー教授によれば、国力は、地理、自然資源、工業力、軍備、人口、国民性、国民の士気、外交の質、政府の9つの要素に分類できるといふ。」(池井優『増補 日本外交史概説』慶應通信、1982年6月増補版、p.1)

【国益】

(3)「外交について考えるに当たっては、何が国益かを考えることつねに必要なもので、簡単なようで、実は、それを見極めることはなかなか困難な作業である。国益というものを短期的なものとして捉えるか、長期的なものとして捉えるかによっても、違う結論が出てくるだろう。」(大江博『外交と国益』日本放送出版協会、2007年7月、p.14)

(4)「国家にとって国益ほど重要な言葉はない、ということである。国益は国家の対外行動を決定する最大の要素である。」(小原雅博『国益と外交』日本経済新聞社、2007年10月、p.11)

【パブリック・ディプロマシー】

(5)「パブリック・ディプロマシーは、歪められた真実を宣伝するプロパガンダではない。パブリック・ディプロマシーとは、海外の公衆(Public)とのコミュニケーションを通じて、自らの外交目標を達成することである。」(国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割』国際交流基金、2003年4月、p.47)

(6)「外交の目的を達成するためには、相手国の政府に働きかけるだけでは十分でなく、国民レベルに働きかけていくことが必要である、という認識に基づいて行なわれる政府の活動であり、政策広報としての情報発信、国際文化交流、国際放送がそれに含まれる。」(金子将史他編『パブリック・ディプロマシー』PHP研究所、2007年10月、p.15)

(7)『「パブリック・ディプロマシー」とは、伝統的な政府対政府の外交とは異なり、広報や文化交流を通じて、民間とも連携しながら、外国の国民や世論に直接働きかける外交活動のことで、日本語では「対市民外交」や「広報外交」と訳されることが多い言葉です。グローバル化の進展により、政府以外の多くの組織や個人が様々な形で外交に関与するようになり、政府として日本の外交政策やその背景にある考え方を自国民のみならず、各国の国民に説明し、理解を得る必要性が増してきています。こうしたことから、「パブリック・ディプロマシー」の考え方が注目されています。」

(「外務省 わかる！国際情勢 vol.14 国際漫画賞～日本ファンを増やそう」
(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol14>) (2009年3月1日)

【文化外交】

(8)「文化外交」は、文化交流の自立性と多様性を尊重しつつ、開かれた国益の実現のために多様な交流を促進するものである。

こうした意味での21世紀の文化外交は、今日およそ次のような目的を追求することが求められている。

- ・ 自国についての理解促進とイメージの向上
- ・ 紛争回避のための異なる文化間、文明間の相互理解と信頼の涵養

・全人類に共通の価値や理念の育成に向けての貢献（文化外交の推進に関する懇談会『「文化交流の平和国家」 日本の創造を』報告書、2005年7月、p.2)

(9) ポップカルチャー外交

外務省では、我が国に対するより一層の理解や信頼を図るため、従来から取り上げている伝統文化・芸術に加え、近年世界的に若者の間で人気の高いアニメ・マンガ等のいわゆるポップカルチャーも文化外交の主要なツールとして活用しています。(外務省「文化外交(広報・文化交流)」<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/koryu/pop/index.html>) (2009年12月19日)

(10) 日本において「文化外交」はおもに戦後期の言葉であるが、戦前の情報統制や文化統制の歴史に加え、戦後は経済協力や開発援助を重視してきた背景もあり、文化をパワーとして捉えることには慎重ないし消極的だった。国際文化交流・協力事業を博愛主義的な慈善活動や啓蒙主義的な異文化理解活動と見なす向きが強かったせい、あるいは、国益推進にとっては周知的、二次的なサービスにすぎないとみなされてきせいか、日本の文化外交のスケールは、その経済規模や他の主要先進国に比して驚くほど小さい。外交目標とのリンクが弱い分、文化外交そのものもソフトパワーとしての戦略性に乏しく、総花的な印象を受けることも少なくない。(渡辺靖「日本らしさとは何か—アイデンティティと文化外交」(『外交フォーラム』通巻第252号、都市出版、2009年7月、p.12)

【ソフト・パワー】

(11) 「本来、『影響力』としてのパワーは、他者にある行動を取らせる『行為としてのパワー』の側面が大きかったが、『ソフト・パワー』は他者が自発的にある行動を取るようになるための『不作為としてのパワー』とも言える概念であり、そうした概念が重要視されていること自体、国際政治環境の変化とそれに伴うパワー概念の継続的な変容を示していると言える。」(伊藤剛「パワー」(猪口孝他編『国際政治学事典』弘文堂、2005年12月、p.807)

(12) ソフト・パワーとは何なのか。それは、強制や報酬ではなく、魅力によって望む結果を得る能力である。ソフト・パワーは国の文化、政治的な理想、政策の魅力によって生まれる。(ジョセフ・S・ナイ、Jr./山岡洋一訳『ソフト・パワー 21世紀国際政治を制する見えざる力』日本経済新聞出版社、2004年9月、p.10.)

(13) 本質的に、パワーとはほしいものを手にいれるために、他者に影響を及ぼす能力を意味しているにすぎませんが、これには一連の手段が必要です。威圧や報復といったハード・パワーを行使する手段もあれば、魅力といったソフト・パワーを使う方法もあります。個人のレベルでは、カリスマ性(感情に訴える魅力)、ビジョン、コミュニケーションなどがソフト・パワーといえます。また国のレベルでは、ソフト・パワーはその国の文化、価値観、政策のなかで具現化されます。(ジョセフ・S・ナイ、Jr./ダイアン・L・クーツ/編集部訳「ソフト・パワーを使い分けるスマート・パワー」(『Harvard Business Review』第34巻第2号、2009年2月、p.108.)

(14) 「ソフト・パワー」という概念は、ハーバード大学のジョセフ・ナイ教授によって最初に定義づけられました。同教授は、軍事力や経済力によって他国をその意に反して動かす力が「ハードパワー」であるのに対し、その国が持つ価値観や文化の魅力で相手を敬服させ、魅了することによって自分の望む方向に動かす力が「ソフト・パワー」であると説明しています。近年、日本には平和主義や伝統文化・現代文化など、ソフト・パワーの潜在力があり、これを引き出すことで世界における日本の地位を高めようとの議論が行われています。(「外務省 わかる!国際情勢 vol.14 国際漫画賞~日本ファンを増やそう」(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol14>))

4 クール・ジャパン

「クール・ジャパン」(“cool Japan”)はジャーナリストのダグラス・マクグレイ(Douglas McGray, 1975-)が外交専門誌 *Foreign Policy* (May/June, 2002) に発表した“Japan’s Gross National Cool”という論文を発表し、その後、神山京子訳「<ナショナル・クールという新たな国力>世界を闊歩する日本のカッコよさ」(『中央公論』第118巻第5号、2003年5月)が発表されると加速度的に「クール・ジャパン」は広がっていった。

その表記については、“Japan’s Gross National Cool”はGross National Product(GNP・国民総生産)、Gross Domestic Product(GDP・国内総生産)からすると、Gross National Cool (GNC・国民総精華、国民総精彩)ともいうべきものかもしれない。この「クール・ジャパン」という表現は、かつてイギリスのトニー・ブレア(Tony Blair, 1953-)の登場と共に「クール・ブリタニア」(“cool Britannia”)が打ち出されたことに由来するかもしれない。国の主要産業として国家ブランド戦略として「クール・ブリタニア」は各文化領域の独立性が相対的に高かったが、「クール・ジャパン」は相互依存関係の強い産業を形成し、メディアの多様化に伴うコンテンツ産業を促進化していることが大きな特徴であろう。現在では「日本ブランド戦略」(2009)として省庁の垣根を越えた取り組みがなされている。

「クール・ジャパン」(cool Japan)は現代日本を語る上で避けては通れない言葉である。文化庁メディアプラザの東浩紀(1971-)の「クール・ジャパンはクールではない」をまず紹介しておこう。

「クール・ジャパン」とはなにか。それは、アニメやゲーム、ファッションなど、伝統的な日本の魅力からは離れた、しかし国際的に強い競争力をもっている現代日本の先端的なソフト産業について、政策的観点を加えて論じられるときに使われる言葉である。「コンテンツ政策」「知財立国」などと深い関連のある言葉だ。海外でアニメやゲームが強いのはいまに始まったことではない。それがなぜ2000年代に入って、突然のように話題にされるようになったのか。その理由は、アニメやゲームの市場がいまや無視できない大きくなり、作品の質も急速に向上してきたから——だといいたいのだが、実際は異なる。現在のコンテンツ政策の盛り上がりは、外圧をきっかけにしている。2002年に、アメリカの若いジャーナリスト、ダグラス・マクグレイが『日本のグロス・ナショナル・クール』と題する小論を英語圏で発表した。それが翌年に日本語に訳され、政策担当者の関心を惹きつけた。「クール・ジャパン」と言われ始めたのはこの時期で、それ以降、彼の名前はあちこちで引用されるようになる。(「文化庁メディア芸術プラザ」(<http://www.bunka.go.jp/museum/beyond/vol1>))。

かつて、ブレア首相は国の主要産業として国家ブランド戦略として「クール・ブリタニア」打ち出し、メディアなどを「クリエイティブ産業」と位置付けた。少なからずこの影響を受けて、「クール・ジャパン」という表現が生まれたかもしれない。しかし、イギリスと日本ではその様相が異なっていることを中村伊知哉・小野打恵『日本のポップパワー』(2006)では次のように述べている。

90年代のイギリスで生じた「クール・ブリタニア (カッコいい英国)」と呼ばれる現象では、音楽、ファッション、映画、料理などの領域で流行が見られたものの、各文化領域の独立性が相対的に高かった。これに対し、日本のマンガやアニメ、ゲームは、メディア融合しているという特性がある。マンガはアニメ、ゲームの素材となり、逆にアニメに基づいてマンガが描かれ、ゲームがつくられるというような相互依存関係が、多層に形成されている。また、いわゆる登場人物のキャラクターに関して、キャラクターグッズから雑誌、イベントに至るまで多様な商品群がある。相互依存関係の強い産業を形成している。(中村伊知哉・小野打恵『日本のポップパワー』日本経済新聞社、2006年5月, p.3.)

日本の場合には複合的なリンクがあり、一つの産業ではなく相互依存的に複数の産業が関連を持っていることが大きな特徴である。

参考資料

(その1 メディア芸術／日本文化ブーム／クール・ジャパン)

- 文化庁編『文化庁月報』(特集・メディア芸術の現状と可能性)(通巻370号)ぎょうせい、1999年7月
文化庁編『文化庁月報』(特集・映画芸術・メディア芸術の振興)(通巻392号)ぎょうせい、2001年5月
平田オリザ『芸術立国論』集英社、2001年10月
文化庁編『文化庁月報』(特集・文化芸術振興基本法)(通巻401号)行政、2002年2月
奈良橋陽子「談話室(83) 媚びないクール・ジャパンをめざせ」(『外交フォーラム』通巻第202号、都市出版、2002年5月)
三井秀樹『メディアと芸術』集英社、2002年7月
文部科学省編『文部科学時報』(特集・文化芸術の振興について)(通巻1520号)ぎょうせい、2003年1月
国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割—世界世論形成への日本の本格的参画を目指して—』国際交流基金、2003年4月
ダグラス・マッグレイ／神山京子訳「〈ナショナル・クールという新たな国力〉世界を闊歩する日本のカッコよさ」(『中央公論』第118巻第5号、中央公論新社、2003年5月)
『外交フォーラム』(特集：クール・ジャパン—国力の根源に迫る)通巻第191号、都市出版、2004年6月
「日本イノベーター大賞 ジャパンクール賞を新設 日本発のソフトパワーに脚光」(『日経ビジネス』第1265号、日経P B社、2004年11月)
大武健一郎「『クール・ジャパン』を売れ—国家戦略なくして税制なし—日本ブランドを世界に広める国税庁長官の頼もしさ」(『Voice』通号330、PHP研究所、2005年6月)
Watanabe, Morio. “An origin of ‘Cool Japan’ in Masaoka Kenzo’s *Kumo to Chulippu*—A masterpiece of Japanese animation film in the era of World War II—”(『九州国際大学教養研究』第12巻第1号、九州国際大学教養学会、2005年7月)
大塚英志・大澤信亮「『ジャパニメーション』はなぜ敗れるか」角川書店、2005年11月
「ニュース 創立20周年の記念碑にシンポジウムを開催 世界に発信する日本文化『クールジャパン』」(『鶏卵肉情報』第35巻第23号、鶏卵肉情報センター、2005年12月)
杉山知之『クール・ジャパン 世界が買ったがる日本』祥伝社、2006年2月
中村伊知哉・小野打恵『日本のポップ・パワー』日本経済新聞社、2006年5月
杉浦勉「ジャパン・クールと商社」(『日本貿易会月報』第639号、社団法人日本貿易会、2006年7月)
小倉紀蔵「三島由紀夫とJAPAN COOL」(『文学界』第60巻第7号、2006年7月)
堀淵清治『萌えるアメリカ～米国人はいかにしてMANGAを読むようになったか』P B社、2006年8月
牟田武生『ジャパニクール』三松株式会社出版事業部、2006年8月
文部科学省編『文部科学時報』(特集：今後の国際文化交流のあり方—日本文化発信の重要性の課題)第1567号、ぎょうせい、2006年9月
大武健一郎「財政問題『クール・ジャパン』立国」(『Voice』通号346、PHP研究所、2006年10月)
佐々木健二郎『日本文化ニューヨークを往く』東京キララ社(発売：三一書房)、2006年12月
『BRUTUS』(特集・WHY?WHAT?クール・ジャパン!?)第593号、マガジンハウス、2007年1月
ミュテフィ・リヒター／小林敏明訳「『実体』としての日本か『クール』な日本か—グローバル化時代における日本研究のチャンスとリスク」(神奈川大学人文科学研究所編『世界から見た日本文化』御茶の水書房、2007年3月)
『ダカーポ』(特集：クール・ジャパン! アニメビジネス最前線)第603号、マガジンハウス、2007年3月
増田貴司「日本力 期待の星はクール・ジャパン」(『エコノミスト』第85巻第18号、毎日新聞社、2007年4月)
ローランド・ケルツ／永田医訳『ジャパナメリカ 日本発のポップカルチャー革命』ランダムハウス講談社、2007年5月
奥野卓司『ジャパニクールと江戸文化』岩波書店、2007年6月
『Courrier Japon』(特集：世界が見たNIPPON 世界が崇拝する!?“クール・ジャパン”)(第3巻第7号)、講談社、2007年6月

杉山知之・荒尾貴正『クール・ジャパン』を誇りにしたい』（『Career Guidance』第39巻第3号、リクルート、2007年6月）

文部科学省編『文部科学時報』（特集・「文化芸術立国」を目指して―「文化力」は国の力）（第1578号）、ぎょうせい、2007年7月

コンテンツグローバル戦略研究会『コンテンツグローバル戦略報告書 最終とりまとめ』（コンテンツグローバル戦略研究会事務局：経済産業省商務情報政策局、2007年9月）

杉山知之「クール・ジャパン。それは、驚くほど自由。独自の世界観。」（『Advertising』特集：日本ブランドのつくり、第16巻、電通、2007年9月）

『をちこち』（特集Manga are cool!マンガからMANGAへ）第19号、国際交流基金、2007年10月

『外国人が感激したニッポンの魅力 NHK COOL JAPAN』（アスコム、2007年10月）

大塚英志・大澤信亮『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるか』新潮社、2007年11月

中島義道「哲学者というならず者がいる（vol.38）クール・ジャパン」（『新潮45』第26巻第11号、新潮社、2007年11月）

岩淵功一『クール・ジャパン』の虚実（『文化の対話力』日本経済新聞社、2007年12月）

安東善博・柘田知身・杉殿育恵・杉田定大「新春座談会 アニメ・まんがで世界に情報発信！」（めていちゅうごく、2008年1月）

沼田知力『クール・ジャパン』の正体（上）麗しき誤解に基づく再認識の衝撃』（『共立女子大学文芸学部紀要』第54号、共立女子大学文芸学部、2008年1月）

文化庁編『文化庁月報』（特集・メディア芸術の振興）（通巻472号）ぎょうせい、2008年1月

森本純一郎「国策としてのアニメーション」（『芸術世界』東京工芸大学芸術学部紀要第14号、東京工芸大学芸術学部、2008年3月）

井上陽介・田村知視「サンディエゴ・コミック・コンベンション報告 ジャパン・クールは本当か」（『宝塚造形大学紀要』第21号、宝塚造形大学、2008年3月）

池内信子編『COOL JAPAN オタクニッポンガイド』JTBパブリッシング、2008年3月

入沢将二「“クール・ジャパン”の旗手 アニメ頑張れ！」（『経済界』第43巻第6号、経済界、2008年3月）

明治大学国際日本語学部編『「ニッポン学」の現在―GENJIからクール・ジャパンへ』角川学芸出版、2008年5月

『月刊日本語』特集：きっかけはMANGA 日本が語るソフトパワー）（第21巻第5号、アルク、2008年5月）

大藪友和『世界「文化力戦争」大図鑑』小学館、2008年5月

ラファエル・マルカダル『「ジャパン・クール」に世界はなぜ熱狂するのか』（『をちこち』第23号、国際交流基金、2008年6月）

『Forbes（日本版）』（特集：外国人観光客を日本に呼び込め）（第17巻第6号、ぎょうせい、2008年6月）

小田切博『クールジャパン』と『MANGA』（『ユリイカ』第40巻第7号、青土社、2008年6月）

岩淵功一「メディア文化と越境対話 国際文化交流から次なる段階へ」（『ACCU ニュース』第369号、財団法人ユネスコ・アジア文化センター、2008年9月）

リサ・ステッグマイヤー、鴻上尚史「外国人が感激するニッポンの魅力、再発見！『クール・ジャパン』の進化論」（『The21』第25巻第10号、PHP研究所、2008年10月）

奥野卓司『ジャパニクールと情報革命』（アスキー・メディアワークス、2008年10月）

レナト・リベラ「歴史から見た日本と西洋のカルチャー・トレード―ジャポニスムからジャパン・クールへ―」（『京都社会学年報』第16号、京都大学文学部社会学研究室、2008年12月）

『COOL JAPAN 発掘！ かついいニッポン』（ランダムハウス講談社、2008年12月）

小山登美夫「クールジャパンから抜け出せ！」（『週刊東洋経済』第6198号、東洋経済新報社、2009年4月）

澁川祐子「日本をぶち壊せ！―30 BIG IDEAS（市場を創る）」（『週刊東洋経済』第6198号、東洋経済新報社、2009年4月）

大鹿靖明「商機 Web 発クールジャパンの仕掛け人たち」（『Aera』第22巻第26号、朝日新聞社、2009年6月）

大鹿靖明「Web 発クールジャパン」（『AERA』第22巻第26号、朝日新聞社、2009年6月）

寫信彦『日本の「世界商品」力』集英社、2009年6月

『外交フォーラム』(特集:日本を売り込め!魅力ある日本の発信をめざして)通巻第252号、都市出版、2009年7月
佐々木隆「クール・ジャパン」(『新しい国際文化交流論』多生堂、2009年9月)
佐々木隆『『クール・ジャパン』とは何か』(『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第7輯、2010年3月)

(その2 ソフト・パワー/文化交流/文化外交/パブリック・ディプロマシー)

ジョセフ・S・ナイ、Jr./久保伸太郎訳『不滅の大国アメリカへ』読売新聞社、1990年10月
孫崎亨『日本外交現場からの証言』中央公論社、1993年6月
加藤淳平『文化の戦略』中央公論社、1996年12月
電通総研『ソフトパワー・ニッポン』電通総研、1998年12月
大学出版センター編『ソフトパワー研究 ソフトパワー関連資料集』(FIF SPECIAL REPORT No.3)フジタ未来経営
研究所、2000年3月
ジョセフ・S・ナイ、Jr./山岡洋一訳『アメリカへの警告』日本経済新聞社、2002年9月
『外交フォーラム』(特集:「日本ブランド」—国家の魅力を考える)通巻174号、2003年1月
国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割—世界世論形成への日本の本格的参画を目指して—』国際
交流基金、2003年4月
ジョセフ・S・ナイ/山岡洋一訳『ソフト・パワー』日本経済新聞社、2004年9月
小倉和夫「いわゆる『文化外交国益論を排す「国際財」の真の価値こそ世界に発信しよう』(『中央公論』第119巻第10
号、2004年10月)
青木保『『クール・ジャパン』国家日本の創造を!』(『中央公論』第119巻第10号、中央公論新社、2004年10月)
『日経ビジネス』(特集:日本ブランドの逆襲)第1261号、日経BP社、2004年10月
経済同友会『日本の「ソフトパワー」で「共進化(相互進化)」の実現を』経済同友会、2005年2月
大濱裕「わが国の国力評価とソフトパワーについて(上)」(『国際金融』第1139号、財団法人外国為替貿易研究会、2005
年2月)
大濱裕「わが国の国力評価とソフトパワーについて(下)」(『国際金融』第1140号、財団法人外国為替貿易研究会、2005
年2月)
『中央公論』(特集:今こそ本気で文化外交を、第120巻第10号、中央公論社新社、2005年10月)
近藤誠一「日本の文化外交戦略—文化外交の最前線で考えたこと」(『外交フォーラム』第12号、都市出版、2005年12
月)
ピーター・チェピン「ソフトパワーとパブリック・ディプロマシー」(『遠近』第11号、国際交流基金、2006年6月)
島川崇編『ソフト・パワー時代の外国人観光客誘致』同友館、2006年9月
三上貴教「パブリック・ディプロマシー研究の射程」(『修道法学』第29巻第2号、広島修道大学法学会、2007年2月)
渡部恒雄(研究代表者)『日本のパブリック・ディプロマシー研究—国益情報を効果的に発信するために—』(東京財団研
究報告書2007-2)東京財団研究部、2007年5月
芝崎厚士「国際文化現象としての国際関係研究—ソフト・パワー概念を中心に—」(『インターカルチャル』第5号、ア
カデミア出版、2007年6月)
大江博『外交と国益』日本放送出版協会、2007年7月
小原雅博『国益と外交』日本経済新聞社、2007年10月
金子将史他編『パブリック・ディプロマシー』PHP研究所、2007年10月
岩淵功一『文化の対話力』日本経済新聞出版社、2007年12月
綿貫健治『ソフト・パワー・コミュニケーション』学文社、2007年12月
Kent E. Calder「新しい外交の形—なぜ今、世界に文化外交が必要なのか」(『国連ジャーナル』2008年春)
伊藤洋一『日本カーアジヤを引っ張る経済・欧米が憧れる文化!』講談社、2008年1月
川田健「日本の文化外交についての研究動向と課題—アニメ政策を中心として—」(『東洋大学中国哲学文学科紀要』第
16号、東洋大学文学部、2008年3月)
『日本語』(特集:きっかけはMANGA 日本が語るソフトパワー)(第2巻第5号、アルク、2008年5月)
大石裕・山本信人編『イメージの中の日本—ソフト・パワー再考』慶應義塾大学出版会、2008年8月

レナド・ノベラ「歴史から見た日本と西洋のカルチャル・トレードージャポニズムからジャパン・クールへ」(『京都社会学年報』第16号、京都大学文学部社会学研究室、2008年12月)

佐藤卓巳『ソフト・パワー構築に向けたメディア文化政策の国際比較研究』基盤研究(B)研究課題番号:21330039、2009年度

ジョセフ・S・ナイ、Jr./ダイアン・L・クーツ/編集部訳「ソフト・パワーを使い分けるスマート・パワー」(『Harvard Business Review』第34巻第2号、2009年2月)

知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～』知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会、2009年3月

*『知財ふりずむ』(第7巻第80号)(財団法人経済産業調査会知的財産情報センター、2009年5月)にも掲載されている。

櫻井孝昌『アニメ文化外交』筑摩書房、2009年5月

渡辺靖「日本らしさとは何かーアイデンティティと文化外交」(『外交フォーラム』通巻第252号、2009年7月)

(その3 英文文献)

Nye, Jr. Joseph S. *Bound to Lead*. Basic Books, 1990.

Napier, Susan J. *Anime: from "Akira" to "Princess Mononoke"*. New York: Palgrave Macmillan, 2000.

Clements, Jonathan Clements & McCarthy, Helen. *The Anime Encyclopedia*. Stone Brdige Press, 2001.

McGray, Douglas. "Japan's Gross National Cool"(*Foreign Policy*:2002 May/June)

Morton, Leith. *Modern Japanese Culture*. Oxford University Press, 2003.

Nye, Jr. Joseph S. *Soft Power: The Means To Success in World Politics*. Public Affairs, 2004.

Brian, Bremner and Belson, Ken. *Hello Kitty*. Singapore: 2004.

Melissen, Jan, editor. *The New Public Diplomacy*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

MacGray, Douglas, Saito, Dai and Azuma, Hiroki. "Otaku Unmasked: The Life, Death and Rebirth of Japan's Pop Culture"(New York: Japan Society, November 29, 2005)

Napier, Susan J. *Anime: from "Akira" to "Howl's Moving Castle"*. New York: Palgrave Macmillan, 2005.

Allen, Matthew and Rumi Sakamoto, eds. *Popular Culture, Globalization and Japan*. New York: Routledge, 2006.

Hornyak, Timothy N. *Loving the Machine: The Art and Science of Japanese Robots*. Tokyo: Kodansha International, 2006.

Oliver, Chris. "It's cool: English in Japanese popluar culture" (『立教大学ランゲージセンター紀要』第16号、立教大学ランゲージセンター、2006年7月)

McGee, Jennifer. "Romantic, Strange, Cool: Three Images of Japan in Western Popular Culture" (『言語文化』第15号、愛知淑徳大学言語コミュニケーション学部、2007年3月)

MacWilliams, Mark W. ed. *Japanese Visual Culture*. New York: An East Gate Book, 2008.

Watanabe, Yasushi and McConnell, David L., editors. *Soft Power SuperPowers*. New Yrok: M.E.Sharpe, 2008.

West, Mark I., ed. *The Japanification of Children's Popular Culture*. Lanham, Maryland; Toront, Plymouth, UK, 2009.

Galbraith, Patrick W. *The Otaku Encyclopedia*. Tokyo: KodanshaInternational, 2009.

Snow, Nancy and Taylor, Philip M., eds. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. (New York: Routledge, 2009)

(その5 インターネット)

国立国会図書館 (<http://www.ndl.go.jp>)

東京都立中央図書館・日比谷図書館・多摩図書館(<http://www.library.metro.tokyo.jp/3> 館共通)

「文部科学省」(<http://www.mext.go.jp>)

「外務省」(<http://www.mofa.go.jp>)

「経済産業省」(<http://www.meti.go.jp/>)

「JETRO（日本貿易振興機構）」(<http://www.jetro.go.jp/indexj.html>)
「文化庁」(<http://www.bunka.go.jp/>)
「BRITISH COUNCIL」(<http://www.britishcouncil.org/new>)
「UK NOW」(<http://www.uknow.or.jp/>)
「観光庁」(<http://www.milt.go.jp/kankocho/>)
「国際交流基金」(<http://www.jpff.go.jp/j/>)
「社団法人日本ユネスコ協会連盟」(<http://www.unesco.jp/contents/isan/about.html>)
「ユネスコ日本政府代表」(<http://www.unesco.emb-japan.go.jp>)
「文化庁メディア芸術プラザ」(<http://www.bunka.go.jp/museum/beyond/voll>)
「今後の国際文化交流の推進について（報告）」(http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/5/03/030316.htm)
「新しい時代の国際文化交流（国際文化交流に関する懇談会）」
(<http://www.kantei.go.jp/murayamasorui/danwa/kouryu.html>)
「第6回国際文化交流懇談会：議事要旨」(http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/bunka/...)
「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について（報告）」
(http://www.bunka.go.jp/geijutsu_bunka/eiga_eizou/plan/media_geijutu_sinkou.html)
「Japan's Gross National Cool by Douglas McGray」(http://www.japansociety.org/gross_national_cool)
「Douglas McGray “Japan's Gross National Cool”(Foreign Policy.2002May/June)」
(<http://www.chass.utoronto.ca/~ikalmar/illustex/japfpmcgray.htm>)
「COOL JAPAN～発掘！ かつこいニッポン」(<http://www.nhk.or.jp/cooljapan/>)
「東浩紀 ポップ政策はどこまで真剣になれるか」(独立行政法人経済産業研究所)
(<http://rieti.go.jp/it/column/column030903.html>)
「Cool Japan: Otaku Strikes!」(http://www.coolhunting.com/archives/2005/02/cool_japan=otaku.php)
「Japan 国際コンテンツフェスティバル（コ・フェスタ）」(<http://www.cofesta.jp/2009/jp/wahts/wahtas.html>)
「財団法人デジタルコンテンツ協会」(<http://www.dcaj.org/>)
「The Benefits of Soft Power by Joseph S. Nye Jr.」(<http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>)
「麻生外務大臣演説 文化外交の新発想—みなさんの力を求めています」
(http://www.mofa.go.jp/MOFA/J/press/enzetsu/18/easo_0428.html)
「日本視覚文化研究室」(http://blog.livedoor.jp/akio_live1/archives/51154194.html)
「PHP政策懇談会『日本のパブリック・ディプロマシー』」(<http://research.php.co.jp/etc/038/>)

関連年表

- 1854年 日米和親条約
- 1856年 『北斎漫画』がヨーロッパ伝わる。仏の版画家ブラックモンが陶磁器の包装紙に使われているのを偶然発見。『ペリー艦隊日本遠征記』米で刊行。歌川広重の浮世絵が紹介される。
- 1862年 第2回ロンドン万国博覧会
- 1867年 第2回パリ万国博覧会
- 1872年 サン＝サーンスのコミック・オペラ『黄色い皇女』上演
- 1873年 ウィーン万国博覧会
- 1874年 第1回パリ印象派展
- 1875年 モネ『ラ・ジャポネーズ』
- 1876年 ギメ『日本散策』
- 1877年 建築家コンドル、来日
- 1878年 第3回パリ万国博覧会
- 1885年 サヴォイ劇場でコミック・オペラ サリバン、ギルバート『ミカド』上演
- 1888年 ビング、月刊誌『芸術的な日本』、パリで創刊
- 1900年 第5回パリ万国博覧会
- 1929年 世界恐慌
-
- 1932年 ゲーテ・インスティテュート（ドイツ）
- 1934年 ブリティッシュ・カウンシル（イギリス）
- 1934年 財団法人・国際文化振興会
- 1935年 国際学友会（外務省の外郭団体）
-
- 1945年 日本漫画映画社設立
- 1948年 日本動画社設立
*1952年に商号変更。東映動画（現・東映アニメーション）設立。日本での本格的な劇場長編アニメーション映画の製作が始まる。
- 1951年 黒澤明監督『羅生門』
*第12回ベネチア国際映画祭金獅子賞受賞
- 1951年 ユネスコに加盟
- 1951年 外務省設置法
情報文化局
第1課（国内広報）
第2課（対外広報）
第3課（個別的な文化協定・文化交流）
第4課（ユネスコや多国間文化協定）
- 1953年 テレビ放送開始
- 1954年 衣笠貞之助監督『地獄門』
*第7回カンヌ国際映画祭グランプリ受賞
- 1956年 国連に加盟
- 1958年 外務省情報文化局文化課
- 1958年 藪下泰司監督『白蛇伝』公開
- 1961年 株式会社虫プロダクション設立。1962年に虫プロダクションに名称変更。
- 1963年 『鉄腕アトム』（TV放映開始）
- 1963年 『鉄人28号』（TV放送開始）

- 1963年 『マッハGOGOGO』(TV放送開始)
- 1964年 外務省情報文化局文化課を文化事業部へ改編発足
- 1964年 海外旅行自由化
- 1964年 東京オリンピック開催
- 1964年 日本漫画家協会設立
- 1966年 埼玉県大宮市立漫画会館開館
- 1967年 山田学・月尾嘉男『風雅の技法』公開
*国産初のコンピュータ・アニメーション
- 1968年 消費者保護基本法
- 1968年 文化庁発足
- 1970年 フィルムセンター開館
- 1970年 大阪万博
- 1972年 国際交流基金設立
- 1973年 『ドラえもん』(TV放送開始)
- 1974年 アンダレーン国際漫画祭
*ヨーロッパ最大級の漫画イベント。フランスで最古の漫画関連イベント
- 1975年 コミックマーケット開催
*以降通常は年2回。東京国際展示会(東京ビッグサイト)で開催。
- 1975年 日本アニメーション設立
- 1979年 『機動戦士ガンダム』(TV放送開始)
- 1980年 TVドラマ『将軍』(米:放映)
- 1981年 ロンドン・江戸大美術展(国際交流基金)
- 1984年 宮崎駿監督『風の谷のナウシカ』公開
- 1985年 ファミリーコンピュータ(任天堂)
- 1985年 スタジオジブリ設立
- 1986年 『DRAGON BALL』(TV放送開始)
- 1986年 株式会社アニメイト設立
- 1988年 宮崎駿監督『となりのトトロ』公開

- 1989年 東西ベルリンの壁崩壊
- 1990年 『ちびまる子ちゃん』(TV放送開始)
- 1992年 『美少女戦士セーラームーン』(TV放送開始)
- 1995年 『新世紀エヴァンゲリオン』(TV放送開始)
- 1996年 第1回国際マンガサミット
*当初はアジアマンガサミット、2003年より世界マンガサミット、2005年より国際マンガサミット。
- 1997年 NTTインターコミュニケーション・センター開館
- 1997年 第1回文化庁メディア芸術祭
*受賞作品展開催2月。以降毎年開催。
- 1997年 『ポケットモンスター』(TV放送開始)
- 1997年 宮崎駿監督『もののけ姫』公開
*1998年、『Princess Mononoke』のタイトルで全米公開。
- 1997年 文化政策推進会議/マルチメディア映像・音響芸術懇談会「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について(報告)」
- 1998年 TVシリーズ『遊☆戯☆王』放映開始
- 1998年 日本アニメーション学会設立
- 1998年 『中学校学習指導要領』(改訂告示)

- *教科「美術」に「表したい内容を漫画やイラストレーション、写真・ビデオ・コンピュータ等、映像メディアなどで表現すること」と触れている。
- 1999年 『高等学校学習指導要領解説 情報編』(改訂告示)
*「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」に触れている。
- 1999年 日本アニメーション学会編『アニメーション研究』創刊
- 2000年 京都精華大学芸術学部マンガ学科開設 (日本で初めてのマンガ学科)
- 2000年 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法
- 2001年 京都精華大学表現研究機構 マンガ文化研究所開設
- 2001年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』
- 2001年 日本マンガ学会設立
- 2001年 9・11同時多発テロ
- 2001年 文化芸術振興基本法
*第9条で「メディア芸術」として、漫画、アニメーションが定義される。
- 2002年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』(英語タイトル *The Spirited Away*)
*ベルリン国際映画祭金熊賞
- 2002年 知的財産立国宣言
- 2002年 知的財産基本法公布 (2003年3月施行)
- 2002年 東京工芸大学芸術学部アニメーション学科開設
*日本ではじめてのアニメーション学科
- 2002年 文部科学省文化審議会答申「文化を大切にす社会の構築について」
*「メディア芸術の振興」
- 2002年 日本マンガ学会編『マンガ研究』創刊
- 2002年 McGray, Douglas. “Japan’s Gross National Cool”(Foreign Policy. May/June)
*「クール・ジャパン」を提唱。
- 2002年 日韓ワールド・カップ (～6月)
- 2002年 文化庁政策課 文化芸術の振興に関する基本的な方針
*「第2 文化芸術の振興に関する基本的施策」の「(2) メディア芸術の振興」の中で「漫画、アニメーションなどの海外発信及び国内外の映画祭等への出品等を推進」が謳われている。
- 2003年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』
*米アカデミー賞長編アニメ賞受賞
- 2003年 国際交流研究会『新たな時代の外交と国際交流の新たな役割—世界世論形成への日本の本格的参画を目指して—』国際交流基金
*「Gross National Cool (国民総精彩)」「Japanese Cool」「マンガ、アニメーション」に言及。
- 2003年 文化庁 映画振興に関する懇談会「これからの日本映画の振興について」(提言)
- 2003年 ダグラス・マッ格雷イ/神山京子訳「(ナショナル・クールという新たな国力) 世界を闊歩する日本のカッコよさ」(『中央公論』第118巻第5号、中央公論新社)
*2002年に原文は発表。
- 2003年 杉並アニメ資料館開館
- 2003年 山村浩二監督『頭山』
*アヌシー・クリスタル、グランプリ
*日本での発表は2002年
- 2003年 山口情報芸術センター開館
- 2003年 経団連『エンターテイメント・コンテンツ産業の振興に向けて』
- 2004年 Nye, Jr. Joseph S. *Soft Power: The Means To Success in World Politics.*(Public Affairs)
*ソフト・パワーについて本格的に論じる。
- 2004年 コンテンツ産業国際展開行動計画WG報告『我が国コンテンツ産業国際展開に向けた提言』経済産業省文化

情報関連産業課

*コンテンツ産業としてマンガやアニメを取り上げる。

- 2004年 コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律（コンテンツ産業振興法）
- 2004年 『外交フォーラム』（特集：クール・ジャパン）（通巻第191号、都市出版）
- 2004年 山村浩二監督『頭山』
*ザグレブ国際アニメーション映画祭グランプリ
- 2004年 ジョセフ・S・ナイ／山岡洋一訳『ソフト・パワー』日本経済新聞社
- 2004年 宮崎駿監督『ハウルの動く城』
*9月、ヴェネチア国際映画祭で、技術貢献賞
*11月、日本で一般公開
- 2005年 杉並アニメーションミュージアム開館
- 2005年 「COOL JAPAN～発掘！カッコイイ日本～」(NHKBS 放送開始)
- 2005年 文化外交の推進に関する懇談会『「文化交流の平和国家」日本の創造を』
*ジャパン・クールへの言及がある。
- 2006年 麻生外務大臣演説「文化外交の新発想—みなさんの力を求めています」(於：デジタルハリウッド大学)
*漫画、アニメなどのポップカルチャーを文化外交として利用することを演説。
- 2006年 京都精華大学マンガ学部開設
*日本で最初のマンガ学部
- 2006年 京都国際マンガミュージアム開館
- 2007年 「文化芸術の振興に関する基本的な方針（第2次基本方針）」
- 2007年 国土交通省総合政策局『日本のアニメを活用した国際観光交流等の拡大による地域活性化調査報告書』
(平成18年度国土施策創発調査)
- 2007年 外務省、国際漫画賞の創設
- 2007年 コンテンツグローバル戦略研究会『コンテンツグローバル戦略報告書 最終とりまとめ』(コンテンツ
グローバル戦略研究会事務局：経済産業省商務情報政策局)
- 2007年 Japan 国際コンテンツフェスティバル（～10月）
*2007年より毎年秋に開催。
- 2008年 知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『デジタル時代におけるコンテンツ振興のための
総合的な方策について』
- 2008年 学習院大学大学院人文科学研究科身体表象文化学専攻開設
- 2008年 東京芸術大学大学院映像研究科アニメーション専攻開設
- 2008年 宮崎駿監督『崖の上のポニョ』
- 2009年 Ingulsrud, E. John and Allen, Kate. *Reading Japan Cool.*(New York: Lexington Books)
- 2009年 加藤久仁生監督『つみきのいえ』
*第81回米アカデミー賞短編アニメ賞受賞
滝田洋二郎監督『おくりびと』
*第81回米アカデミー賞外国語映画賞受賞
- 2009年 知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原
動力に～』知的財産戦略本部コンテンツ・日本ブランド専門調査会
- 2009年 文化庁「メディア芸術の国際的な拠点の整備について（報告）」
*「国立メディア芸術総合センター（仮称）の構想」
- 2009年 知的財産戦略本部『知的財産推進計画2009』
- 2009年 日本ブランドの確立と発信に関する関係省庁連絡会議『日本ブランド戦略アクションプラン』
- 2009年 『国立メディア芸術総合センター（仮称）基本計画』国立メディア芸術総合センター（仮称）設立準備委員
会
- 2009年 鳩山由紀夫内閣発足（民主党を中心にした政権交代）