

メディア芸術の行方—教育・研究とデジタルコンテンツ—

発表者：武蔵野学院大学 佐々木隆

内 容

1	プロローグ	01
2	メディア芸術	01
3	マンガ/アニメ/ゲームと教育・研究	02
4	クール・ジャパン	03
5	デジタルコンテンツ	03
6	参考資料	07
7	関連年表/関連図	12
8	パワーポイント資料	巻末

1 プロローグ

2010年1月30日に比較文化史学会で「文化交流から文化外交へ—日本文化ブームの今後の行方—」を発表させた戴いた。この時にも「メディア芸術」に触れ、メディア芸術について「芸術としての独立性」が保たれるのかどうか心配である旨の内容を含めた結論としたが、質疑応答の中で「メディア芸術を産業として捉えてはどうか」とのサジェンションを戴き、その後『比較文化史研究』（第12号）に「文化外交に関する一考察—メディア芸術、そしてデジタルコンテンツ産業を巡って—」と題して、デジタルコンテンツとメディア芸術を文化外交という視点からとらえる論文を寄稿し、今回はマンガ、アニメ、ゲームに代表されるメディア芸術が教育や研究にどのように入り込んで来ているのか、さらにまた今後デジタルコンテンツとしてどのような発展を見せていくのかについても考察していきたい。

キーワード：メディア芸術、マンガ、アニメ、ゲーム、教育・研究、クール・ジャパン、デジタルコンテンツ

2 メディア芸術

(1) 「文化政策推進会議提言の送付について」(1994)

1994年1月、文化庁次長通知として「文化政策推進会議提言の送付について」(庁房総第93号)が発信された。その提言内容は『文化発信社会』の基盤の構築に向けた文化振興のための当面の重点方策についてである。

(2) 「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興方策」(1996)

1996年7月より文化政策推進会議/マルチメディア映像・音響芸術懇談会によって「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興方策」について議論されてきた。

(3) 「21世紀に向けて新しいメディア芸術の振興について(報告)」(1997)

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世紀に向けて新しいメディア芸術の振興について(報告)」として1997年7月30日に発表された。この報告はその後大きな影響を与えることになるので取り上げておきたい。まず冒頭「はじめに」は以下の通りである。

技術革新とともに、メディアの多様化が進み、映画、マンガ、アニメーション、コンピュータ・グラフィックス、ゲームソフト等、様々な映像・音響芸術(以下「メディア芸術」という。)が誕生してきた。これらのメディア芸術は、21世紀の我が国芸術の中心の一つとして発展していくことが期待されている

(4) 文化芸術振興基本法 (2001)

2001年12月7日に文化芸術振興基本法が公布・施行された。「第3章 文化芸術の振興に関する基本的施策」の(芸術の振興)第8条に注目してみたい。

国は、文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踊その他の芸術(次条に規定するメディア芸術を除く。)の振興を図るため、これらの芸術の公演、展示等への支援、芸術祭等の開催その他の必要な施策を講ずるものとする。

ここで初めて「その他の芸術」(次条に規定するメディアを除く。)として、「メディア芸術」という用語が登場し、第9条に定義が示された。「メディア芸術」の定義は以下の通りである。

(メディア芸術の振興)第9条 国は、映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術(以下「メディア芸術」という。)の振興を図るため、メディア芸術の製作、上映等への支援その他の必要な施策を講ずるものとする。

3 マンガ/アニメ/ゲームと教育・研究

- 1979年春 花園大学の入試でジョージ秋山『浮浪雲』が出題される。
- 1989年頃 小中高等学校図書館、公立図書館でマンガの収集について議論沸騰
- 1998年 日本アニメーション学会設立
- 2000年 文部科学省『教育白書』では、初めてマンガ、アニメーションを芸術分野で取り上げる。
- 2001年 日本マンガ学会設立

教育界にもメディア芸術が入り込み、1998年12月の『中学校学習指導要領』(改訂告示)で、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」⁽¹⁾、「伝えたい内容をイラストレーションや図、写真・ビデオ・コンピュータ等映像メディアなどで、わかりやすく美しく表現し、発表したり交流したりする」⁽²⁾という記述が入って来た。教育界に「漫画」が公式に認められたことになる。また、「映像メディア」という用語も登場したことは注目に値する。いづれも「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)」(1997)の影響を見て取れる。

1999年3月の『高等学校学習指導要領』(改訂告示)の「美術」「情報」にはメディア芸術に関する内容が『中学校学習指導要領』(改訂告示)と同様に記載されている。「美術」の「第5 絵画」の「2 内容」には以下のように記載されている。

- (1) 映画 (2) 水彩画 (3) 油絵 (4) 漫画、イラストレーション (5) その他の絵画
- (6) 鑑賞⁽³⁾

「情報」においては「図形と画像処理」で「アニメーションとシュミレーション」⁽⁴⁾に触れている。前述の『中学校学習指導要領』と同様に、文部科学省が示すものとして「漫画」「アニメーション」が教育現場に公式に導入されることになったことは大きな意味があろう。昨今流行の「マンガで読む〜」とタイトルの付く図書もこうしたことが背景にあると考えてよいだろう。また、視聴覚教材も格段に発展し、マルチメディア教室といった多機能教室の整備も当たり前になっている。

注

- (1) 『中学校学習指導要領(平成10年12月)』、p.68.
- (2) Ditto.
- (3) 『高等学校学習指導要領(平成11年3月)』(独立行政法人国立印刷、2004年1月)、p.374-374.
- (4) 『高等学校学習指導要領解説 情報編』、p.149.

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さになり、作品の質も急速に向上してきたから——だといいいのだが、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>))。

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。

5 デジタルコンテンツ

①デジタルコンテンツ協会 (1991 年 4 月設立)

目的

情報化社会をリードする良質なデジタルコンテンツ (映像・画像・音声・文字・数値情報の属性及びその媒体を問わず、デジタル化された情報に係わるコンテンツをいう) の制作、流通、利活用を推進することにより、これに係わる産業の健全な発展を促すとともに、文化の向上と快適かつ心豊かな国民生活の実現及び国際貢献に資すること。

(<http://www.dcaj.org/outline/index04.html>)(2010 年 12 月 15 日アクセス)

②経済産業省とコンテンツ産業

経済産業省はアニメ/アニメをコンテンツ産業のひとつとして捉え、コンテンツ立国への起爆剤として考えているようだ。2007 年 9 月 19 日～10 月 28 日まで経済産業省主導の下、Japan 国際コンテンツフェスティバル (通称コ・フェスタ) が開催されるようになり、以降は毎年秋に開催されている。日本コンテンツ関連産業企業が参加している産業・文化イベントである。2007 年には東京ゲームショーを皮切りに東京国際映画祭がトリを飾った。2007 年 3 月には政府はこのために総額 170 億円の予算を確保したと発表した。経済産業省では、クール・ジャパンを産業として捉えることになる。そこで、まず杉山知之 (1954-) の「コンテンツ」の定義について見ておきたい。

コンテンツとはもともと「中身」「内容」といった意味を持つ単語ですが、最近はマンガやアニメ、小説、新聞、音楽、ゲームソフト等の中身そのものを「コンテンツ」という言葉で表現することが増えました。それにともなって「コンテンツ産業」という新しい産業分野も生まれています。(1)

さらに、杉山は「コンテンツ産業」についても以下のように述べている。

これまでは、出版産業や放送産業、またはゲーム業界やアニメ業界というように、それらの産業や業界は別個に見られるのが普通でした。ここ数年の傾向として、それらが統合され、ひとまとまりの産業としてあつかわれるようになってきました。それがつまり「コンテンツ業」、あるいは「デジタルコンテンツ産業」と呼ばれる産業です。(2)

杉山は「コンテンツ」と「クール・ジャパン」の関係については以下のようにも述べている。

いま日本の工業製品のデザインがクールだと海外で評価されています。これもマンガ・アニメで育ったデザイナーたちがつくるプロダクトには明らかにその影響が見て取れます。ソニーのAIBO1 や一時期の三菱自動車なんかは、その代表例だと思います。

先ほど言ったように、優れた工業製品をつくる国にコンテンツだからクールだと世界で評価される。また、すばらしいコンテンツの国の工業製品であるから、一歩進んでクールである。いま工業製品とコンテンツはクルマの両輪のような関係にあり、互いに影響し合い、その価値を高め合っていると思います。(3)

では、コンテンツ産業の背景にあるものは何であろうか。

21世紀はメディア技術のビジネス化の世紀ということが出来ます。その初頭を飾る映画、レコード、電話のビジネス化から始まり、20世紀半ばにビジネス化されたテレビ放送、そして、後半のPC、ゲーム、インターネット、携帯電話の登場に至り、その多様化は加速されてきました。(4)

さらに次のような記述へと発展する。

これまで別々のメディアから異なる特性のコンテンツを利用していた状況から、これからは異なるメディアであっても似かよったサービスを通じて同じコンテンツを利用できるようになります。今後、メディアと、それに対応したコンテンツのあり方は、大きな変化が予想されるため、この分野に携る人には多様な対応力が求められます。(5)

杉山は著書『クール・ジャパン 世界を買いたがる日本』(2006)の中で「クール・ジャパン」と産業について次のようにも述べている。

「クール・ジャパン」のパワーの源泉がソフトにある、だからソフトに力をいれよう、という見方をされやすい。だが、そのようにだけ捉えるとバランスを欠いてしまう。

やはり、面白さは工業製品とソフトの表現が合体しているところもある。「モノ」がくっついていることで、人が欲しくなる商品ができあがる。だから、その工業製品はデジタル製品とは限らない。アニメの場合の「モノ」は、やはりキャラクター商品だったりするわけだ。

産業としての大きさが実はあるのは、「モノ」と一体化しているからだ。繰り返し触れてきたように、アニメ業界の、テレビメディアに対しての売り上げや、映画館での興行収入より、キャラクタービジネスが規模としては圧倒的に大きいのである。(6)

また、長谷川文雄 (1948-)も『[ニッポン学]の現在 GENJI からクール・ジャパンへ』(2008)の中で次のように述べている。

コンテンツが注目されるもう一つの理由は、波及効果が大きい点である。映画、ゲーム、アニメなどがヒットすると、関連したキャラクターグッズ、玩具、ビデオなどが販売され、さらにファンがロケ地などに訪れ、地域観光に波及し、経済効果を上げることができる。⁽⁷⁾

次に2000年以降の経団連や経済産業省の動きについて「クール・ジャパン」あるいはこれを産業として捉えた「コンテンツ産業」について注目しておきたい。

③「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)

コンテンツ産業ということになれば、2004年6月に「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)が公布・施行されたことも注目しておかなければならないだろう。「コンテンツ」といった言葉を最近よく耳にするようになってきているが、第2条第1項において定義されているので、紹介しておきたい。

この法律において「コンテンツ」とは、映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラム(電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせたものをいう。)であって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう。

なお、本法律には高度情報通信ネットワーク社会形成基本法、文化芸術振興基本法、消費者保護基本法、知的財産基本法などが関連しているが、この法律の制定により、メディア芸術の知的財産権がようやく守られるようになった。最近の傾向では電子書籍(e-book)や電子教科書の行方もどうこれから展開されるのか楽しみなどところである。

④『「文化産業」立国に向けて—文化産業を21世紀のリーディング産業に—』

経済産業省が2010年6月に『「文化産業」立国に向けて—文化産業を21世紀のリーディング産業に—』を発表した。その内容は5部構成である。

- I 本検討のねらい
- II 今後の重点市場
- III これまでの取組の課題
- IV 政策の方向性
- V 推進体制の整備

「I 本検討のねらい」に注目してみると、次の3点が挙げれる。

- 1 「文化産業立国」のねらい
- 2 文化産業を稼ぐ柱に
- 3 文化産業によるソフトパワー強化

まず、「文化産業」とは何かがここでははっきりと定義されていないが、ねらいの1として以下のような説明がある。

文化産業は、それ自体、これからの日本経済を牽引する可能性が大きい。また、文化産業は、ソフトパワーとして、全体の海外展開の大きな力となると考えられる。

※文化産業：コンテンツ、ファッション、食品、日用品(家具・文具)、観光等⁽⁸⁾

定義らしきものはこししか掲載されていない。さらに見ていくと、次のような定義がある。

- ・日本の文化産業は、便宜上18業種(食、観光が含まれていないもの)に限っても、我が国の売上高7%、従業員数5%の規模をしめる。⁽⁹⁾

※対象業種

製造業＝家具／繊維・アパレル／皮革製品／食器／ジュエリー／工芸／文具

サービス業＝コンピュータソフト・サービス／広告／出版／建築デザイン／TV・ラジオ／音楽・ビデオ／映画／舞台芸術／デザイン／アート⁽¹⁰⁾

上記のような定義をしておきながら、「文化産業による新たな内需創造・雇用創出の可能性」として「衣・食・住・観光をはじめ国民生活に関わりの深い分野の波及効果は大きく」⁽¹¹⁾とある。食は農林水産省、観光は観光庁での取組みがあるため、このような書き方になっているとも考えられる。分野横断的連携の強化として以下のように例示している。

ファッション×観光、食×観光、映像×観光、アニメ×観光

地域の活性化等が謳い文句となるが、内容的にはすでにこれまでも出されている政策のセカンド・バージョンということになろう。これまでも芸術立国、観光立国といった〇〇立国なる政策が打ち出されているが、政権が変わっても今回の政策はこれまでのメディア芸術、ソフトパワー、クール・ジャパン、コンテンツ産業、日本ブランド戦略を整理し、政府は「IV 政策の方向性」として「日本の魅力を競争力の源泉とした『文化産業戦略』」⁽¹²⁾を掲げているに過ぎない。

Cool Japan など世界に受け入れられているポップ・カルチャーから、日本の伝統的な文化に至るまで、日本の魅力を競争力の源泉力とした「文化産業戦略」の構築を目指すべき。⁽¹³⁾

⑤クール・ジャパン室

経済産業省製造産業局が2010年6月にクール・ジャパン室を設置した。その設置の趣旨は以下の通りである。

- 1 日本のデザイン、アニメ、ファッション、映画等の文化産業は、「新成長戦略」や「産業構造ビジョン2010」において、今後の我が国の経済成長を支える戦略分野の一つとして期待されています。
- 2 このため、こういった文化産業について「クール・ジャパン」という統一的・長期的なコンセプトの下、官民連携による海外への進出促進、人材育成等を図ります。
- 3 具体的には、経済産業省における文化産業に関する施策の窓口として、関係省庁、内外の民間関係者と連携し、海外市場開拓、国内外でのイベント開催等による日本の文化産業の国内外への発信や、大学との連携・人材マッチング等によるクリエイター人材の育成といった政府横断的施策の企画立案及び推進を行います。⁽¹⁴⁾

設置の趣旨を見る限り、クール・ジャパンを一連のコンテンツ産業と結びつけたが、ここでは日本の戦略産業分野で文化産業に焦点が当てられている。日本の戦略産業分野で文化産業をクリエイティブ産業（デザイン、アニメ、ファッション、映画など）と位置付けている。産業の促進ということから経済産業省内に設置されているが、政府横断的施策ということの主眼とするならば、内閣府内に設置すべきではないかとも思われる。具体的な動きは2010年9月段階で発表されていない。

注

- (1) 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9号、リクルート、2007年6月）、p.8.
- (2) Ditto.
- (3) 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）、p.79.

- (4) デジタルコンテンツ協会編『ソフトパワー時代の国家戦略コンテンツビジネス』デジタルコンテンツ協会、2004年6月)、p.55.
- (5) Ditto.
- (6) 杉山知之『クール・ジャパン 世界を買いたがる日本』(祥伝社、2006年2月)、p.82.
- (7) 長谷川文雄「メディア技術が変える日本発コンテンツ」(『ニッポン学』の現在 GENJI からクール・ジャパンへ)、p.167.
- (8) 経済産業省『「文化産業」立国に向けて—文化産業を21世紀のリーディング産業に』(http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/bunkasangyou.pdf) (2010年9月17日)、p.46.
- (9) 経済産業省「クールジャパン室」(<http://www.meti.go.jp/press/20100608001/20100608001.pdf>)(2010年9月18日)
- (10) 「日本政府観光局」http://www.jnto.go.jp/jpn/about_us/profile/index.html (2010年4月10日)
- (11) 「観光庁」(<http://milt.go.jp/kankocho/>) (2009年3月23日)
- (12) 「国家戦略室」(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kokkasenryaku/>) (2009年11月22日)
- (13) 菊澤研宗『戦略の不条理』(光文社、2009年10月)、p.11.
- (14) 「知的財産戦略本部とは何ですか?」(http://www.ipr.go.jp/q_a.html) (2009年9月22日)

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)
- 山口裕美『Cool Japan: the exploding Japanese contemporary arts』ビーエヌ・エヌ新社、2004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
- 青木保「『クール・ジャパン』国家 日本の創造!」(『中央公論』第119巻第10号、中央公論社新社、2004年10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)
- 奥野卓司『日本発イット革命』岩波書店、2004年12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 世界が買いたがる日本』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～米国人はいかにかしてMANGAを読むようになったか』PB社、2006年8月
 牟田武生『ジャパנק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נק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 世界が崇拜する!? “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
 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。」(『Adveritsing』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)
 岩渕功一『「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・栢田知身・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）

岩渕功一「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『ジャパンクールと情報革命』（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）

『COOL JAPAN 発掘！ かつこいニッポン』（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）

櫻井孝昌『アニメ文化外交』筑摩書房、2009年5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）

佐々木隆『『文化交流』から『文化外交』へ』（『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）

佐々木隆『クール・ジャパン マンガ／アニメの現状と展望について』多生堂、2010年4月

櫻井孝昌『日本はアニメで再興するか』角川ブルーブパブリッシング、アスキー・メディアワークス、2010年4月

佐々木隆『文化交流から文化外交へ』イーコン、2010年10月

（その2 デジタルコンテンツ）

三浦文夫『デジタルコンテンツ革命』日本経済新聞出版社、1997年2月

行田尚美／井関正昭『デジタルコンテンツと絵画』森北出版、2000年3月

デジタルコンテンツ協会『デジタルコンテンツ制作入門』オーム社、2004年3月

デジタルコンテンツ協会編『ソフトパワー時代の国家戦略コンテンツビジネス』デジタルコンテンツ協会、2004年6月

菅谷実／宿南達志郎『トランスナショナル時代のデジタル・コンテンツ』慶應義塾大学出版会、2007年3月

青崎智行／デジタルコンテンツ協会『コンテンツビジネス in 中国』翔及社、2007年5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

経済産業省商務情報政策局監修『デジタルコンテンツ白書2008』財団法人デジタルコンテンツ協会、2008年9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

出版コンテンツ研究会／岩本敏『デジタルコンテンツをめぐる現状報告』ポット出版、2009年7月

経済産業省商務情報政策局監修『デジタルコンテンツ白書2009』財団法人デジタルコンテンツ協会、2009年8月

岸川善光『コンテンツビジネス特論』学文社、2010年5月

経済産業省商務情報政策局監修『デジタルコンテンツ白書2010』財団法人デジタルコンテンツ協会、2010年9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: Kodansha International, 2009.

(その4 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.jpf.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/...](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/MOFAJ/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

- 1991年 デジタルコンテンツ協会設立
- 1994年 文化庁次長通知「文化政策推進会議提言の送付について」
- 1996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）」
- 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。
- 1996年 東京大学で岡田斗司夫「オタク文化論」開講
- 1996年 岡田斗司夫『オタク学入門』太田出版
- 1996年 白幡洋三郎『カラオケ・アニメが世界をめぐる』PHP 研究所
- 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 北野武監督『HANA・BI』
*第54回ベネチア国際映画祭金獅子賞受賞
- 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）」
- 1997年 長野冬季オリンピック
- 1997年 広島市立まんが図書館開館
- 1998年 日本アニメーション学会設立
- 1998年 長井勝一漫画美術館開館
- 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
- 1999年 現代マンガ資料館（大阪府大阪市）
- 1999年 ちびまるこちゃんワールドオープン
- 2000年 妖怪神社／むじゃらオープン
- 2000年 倉敷いがらしゆみこ美術館開館
- 2000年 石ノ森章太郎ふるさと記念館開館
- 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 日下翠『漫画学のスズメ』白帝社
- 2000年 高度情報通信ネットワーク社会形成基本法
- 2000年 Susan J. Napier. *Anime: from "Akira" to "Princess Mononoke"*.
- 2001年 石ノ森萬画館開館
- 2001年 三鷹市立アニメーション美術館開館
- 2001年 Jonathan Clements & Helen McCarthy. *The Anime Encyclopedia*.
- 2001年 Peter van Ham. "The Rise of the Brand State" (*Foreign Affairs*. Vol.80 No.5)
- 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 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
- 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 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。
- 2001年 日本国際文化学会設立
- 2001年 Cure Maid Café オープン
*メイドカフェの誕生と言われる
- 2001年 東浩紀『動物化するポストモダン』講談社
- 2001年 平田オリザ『芸術立国論』集英社
- 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 日本知財学会設立
- 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「文化を大切に作る社会の構築について」
*「メディア芸術の振興」
- 2002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』
- 2002年 日本マンガ学会編『マンガ研究』創刊
- 2002年 Douglas McGray. “Japan’s Gross National Cool” (*Foreign Policy*. May/June)
*「クール・ジャパン」を提唱。
- 2002年 ジャクリーヌ・ベルント監修『日本マンガを知るためのブック・ガイド』アジア MANGA サミット実行委員会
- 2002年 日韓ワールド・カップ
- 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。
- 2002年 横山隆一記念まんが館開館
- 2002年 国土交通省「グローバル観光戦略」
- 2003年 ビジット・ジャパン・キャンペーン、スタート
- 2003年 東映アニメーションギャラリー開館
- 2003年 水木しげる記念館開館
- 2003年 青梅赤塚不二夫会館開館
- 2002年 独立行政法人国際観光振興機構設立
- 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)(2002年に原文発表)

- 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』
- 2003年 第1回国際文化フォーラム（以降毎年開催）
- 2003年 Leith Morton. *Modern Japanese Culture*
- 2004年 Paul Gravett. *Mang: Sixty Years of Japanese Comics.*
- 2004年 夏目房之介『マンガ学への挑戦』NTT出版
- 2004年 津堅信之『日本アニメーションの力』NTT出版
- 2004年 山口泰男編『日本のアニメ全史』テン・ブックス
- 2004年 Joseph S. Nye, Jr. *Soft Power: The Means To Success in World Politics.*
*ソフト・パワーについて本格的に論じる。
- 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 奥野卓司『日本発イット革命』岩波書店
- 2004年 Ken Belson and Brian Bremner. *Hello Kitty: The Remarkable Story of Sanrio and the Billion Dollar Feline Phenomenon.*
- 2004年 ベルソン、ブレムナー／酒井泰介訳『巨額を稼ぎ出すハローキティの生態』東洋経済新報社
- 2004年 押井守監督『イノセンス』
- 2004年 中野独人『電車男』新潮社
- 2004年 外務省機構改革
*広報と文化交流部門を統合し、広報文化交流部を設置
- 2004年 国土交通省『「ジャパン・ブランド("J-Brand")」イニシアティブ構想～21世紀の「日本ブランド」戦略から』
- 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 デジタルコンテンツ協会編『ソフトパワー時代の国家戦略コンテンツビジネス』デジタルコンテンツ協会
- 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 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
- 2004年 「文化外交の推進に関する懇談会」設置（小泉総理）
- 2005年 愛知万国博覧会
- 2005年 大塚英志『「ジャパニメーション」はなぜ敗れるか』角川書店
- 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 津堅信之『アニメーション学入門』平凡社
- 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。
- 2005年 『中央公論』（特集：今こそ本気で文化外交を）（第120巻第10号）中央公論新社
- 2005年 『「新日本様式」の確立に向けた一世界に日本の伝統文化を再提言する一』

- 2005年 野村総合研究所オタク市場予測チーム『オタク市場の研究』東洋経済新聞社
- 2005年 『ワンダーJAPAN』（三オブックス）創刊
- 2005年 杉並アニメーションミュージアム会館
- 2006年 京都国際マンガミュージアム開館
- 2006年 東京アニメセンター会館
- 2006年 アンパンマン子供ミュージアム開館
- 2006年 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 堀淵清治『萌えるアメリカ』日経BP社
- 2006年 中村伊知哉・小野打恵編『日本のポップパワー』日本経済新聞社
- 2006年 四方田犬彦『「かわいい」論』筑摩書房
- 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 Anne Allison. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination.*
- 2006年 Roland Kelts. *Japanamerica.*
- 2007年 観光立国推進基本法
- 2007年 『外交フォーラム』（特集：「日本ブランド」ってなに？）（通巻223号）都市出版
- 2007年 「文化発信戦略に関する懇談会」発足（文化庁長官裁定）
- 2007年 岩淵功一『文化の対話力』日本経済新聞社
- 2007年 ケルツ／永田医訳『ジャパナメリカ』ランダムハウス講談社
*Roland Kelts. *Japanamerica* の翻訳。
- 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」
- 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。
- 2007年 『BRUTUS』（特集：WHY?WHAT?クール・ジャパン!）（第5793号）マガジンハウス
- 2008年 『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 近藤誠一『文化外交の最前線にて』かまくら春秋社
- 2008年 大塚英志・東浩紀『リアルのゆくえ』講談社
- 2008年 観光庁設置
- 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』
- 2008年 大藪友和『世界「文化力戦争」大図鑑』小学館
- 2008年 『COOL JAPAN 発掘！ かつこいいニッポン』ランダムハウ講談社
- 2008年 北京オリンピック開催
- 2008年 外務省、『ドラえもん』をアニメ大使に任命
- 2008年 外務省、中川翔子を第1回カワイイ大使に任命
- 2008年 押井守監督『スカイクロラ』

- 2008年 Geoffrey Cowan and Nicholas J. Cull. *Public Diplomacy in a Changing World*.
- 2008年 Simon Anholt. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations Cities and Regions*.
- 2008年 Kith Dinnie. *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*.
- 2009年 文化発信戦略に関する懇談会報告書『日本文化への理解と関心を高めるための文化発信の取組について』
文化発信戦略に関する懇談会
- 2009年 寫信彦『日本の「世界商品」力』集英社
- 2009年 竹内オサム『本流！マンガ学』晃洋書房
- 2009年 夏目房之介・竹内オサム編『マンガ学入門』ミネルヴァ書房
- 2009年 E. John Ingulsrud and Kate Allen. *Reading Japan Cool*.
- 2009年 Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia*.
- 2009年 Mark I. West, editor. *The Japanification of Children's Popular Culture*.
- 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
- 2009年 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 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 櫻井孝昌『アニメ文化外交』筑摩書房
- 2009年 古賀令子『「かわいい」の帝国』青土社
- 2009年 鳩山由紀夫内閣発足（民主党を中心にした政権交代）
- 2009年 『新成長戦略（基本方針）～輝きのある日本へ』閣議決定
- 2009年 『自治体国際化フォーラム』（特集：世界に羽ばたく日本のポップカルチャー クール・ジャパンから発信
される地域の魅力）（第241号）自体国際化協会
- 2009年 櫻井孝昌『世界カワイイ革命』PHP研究所
- 2009年 清谷信一『ル・オタク フランスおたく物語』講談社
- 2009年 Hiroki Azuma. *Jonathan Abel and Shion Kono, translators. Otaku: Japan's Database Animals*.
*東浩紀『動物化するポストモダン』の英訳。
- 2009年 米沢嘉博記念図書館
- 2010年 『日経グローバル』（特集：「クール・ジャパン」から「クール・ローカル」へ ポップカルチャーを地域振
興に生かす）（第141号）日本経済新聞社産業地域研究所
- 2010年 佐々木隆『「クール・ジャパン」としてのマンガ／アニメの現状と展望について』多生堂
- 2010年 iPad 発売
- 2010年 上海万国博覧会
- 2010年 菅直人内閣発足
- 2010年 佐々木隆『文化交流から文化外交へ』イーコン
- 2010年 前島賢『セカイ系とは何か』ソフトバンククリエイティブ
- 2010年 櫻井孝昌『日本はアニメで再興する』角川グループパブリッシング、アスキーメディアワークス
- 2010年 東浩紀編『日本的想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性』NHK出版協会
- 2010年 小田切博『キャラクターとは何か』筑摩書房
- 2010年 Toni Johnson-Woods. *Manga: An Anthology of Global and Cultural Perspectives*.
『日本語』（特集：COOL JAPAN 世界が好きな日本文化）（第23巻第5号）アルク
- 2010年 経済産業省『「文化産業」立国に向けて—文化産業を21世紀のリーディング産業に』
- 2010年 経済産業省製造産業局 クール・ジャパン室設置

関 連 図

