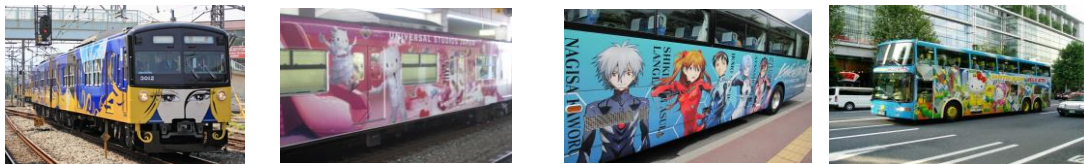


# ポップカルチャーの行方

マンガ、アニメ、ゲーム、ファッション、SNS、アイドル文化 若者文化が国策へ




発表者：武蔵野学院大学 佐々木隆



**本日の内容**

- 1 ポップカルチャー
- 2 オタク文化
- 3 ポップカルチャー世代論
- 4 クール・ジャパン
- 5 国策としてのクール・ジャパン
- 6 クール・ジャパンの行方

ハンドアウトも活用致します



## 資料目次

資料	1	鈴木絢子「クールジャパン戦略の概要と論点」	0 2
資料	2	中村伊知哉「ポップカルチャー政策概論」	0 3
資料	3	『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 報告書』	0 5
資料	4	外務省：ポップカルチャー専門部会『『ポップカルチャーの文化外交における活用』に関する報告書』	0 6
資料	5	オタクツーリズム関係の新聞記事	0 7
資料	6	関連年表	1 2
資料	7	発表の背景の業績一覧	1 9
資料	8	パワーポイント資料 (モノクロ) 巻末	2 3

## はじめに

近年、アニメや食等の日本の特色ある商品やサービスを「クールジャパン」として海外に紹介し、日本の経済成長につなげようとする動きが活発化している。第二次安倍内閣(以下「安倍内閣」)の成長戦略である「日本再興戦略」(2013年6月閣議決定)<sup>1</sup>においても、海外市場獲得のための取組みの一つとして「クールジャパンの推進」が挙げられており、日本の魅力を発信し、産業育成や需要の取り込みに結実させるとしている。

本稿では、こうしたクールジャパンを推進する政策を「クールジャパン戦略」とよぶこととし、これまでの戦略の内容を紹介するとともに、今後の論点・課題についてまとめる。なお、クールジャパン戦略は、コンテンツ、観光、食等、関連する分野が多岐にわたるが、本稿では個別分野の論点には深く立ち入らず、戦略そのものの論点について取り上げる。

## I クールジャパン戦略とは

### 1 クールジャパンの定義

「クールジャパン」という言葉は、2002年に米国人ジャーナリストが発表した論文<sup>2</sup>に端を発するとされる。同論文は、バブル崩壊後に政治的・経済的に落ち込んでいた日本が、ポップカルチャーによる文化的勢力を増大させ、「ナショナル・クール」とも言うべき一種の「ソフト・パワー」を有していると主張した。「ソフト・パワー」とは、ジョセフ・ナイ(Joseph Nye)ハーバード大学教授が提唱した概念で、他国の国民を魅了する力であり、自国の政治的・経済的な目標達成に資するものとされる<sup>3</sup>。その後、「クールジャパン」という言葉がメディア等に頻繁に登場するようになった<sup>4</sup>。

「クールジャパン」には明確な定義がなく、単に、海外で「クール(格好いい、素敵)」と思われる日本の商品やサービスの総称とされる<sup>5</sup>。そして、クールジャパンに関連する産業の範囲も、時代とともに変化している。当初は、漫画、映画、放送、音楽、ゲーム等のコンテンツ産業を指すことが多かったが、近年では、食、ファッション、地域産品、観光等の産業まで広がっている<sup>6</sup>。

※本稿は2013年10月2日までの情報を基にしている。インターネット情報の最終アクセス日も同日である。

<sup>1</sup> 「日本再興戦略—JAPAN is BACK—」2013.6.14, pp.20, 92-94. 首相官邸 HP <[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou\\_jpn.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf)>

<sup>2</sup> Douglas McGray, "Japan's gross national cool," *Foreign Policy*, No.130, May/June, 2002, pp.44-54; ダグラス・マッグレイ「世界を闊歩する日本のカッコよさ」『中央公論』118巻5号, 2003.5, pp.130-140.

<sup>3</sup> ジョセフ・ナイ『ソフト・パワー—21世紀国際政治を制する見えざる力』日本経済新聞社, 2004, pp.26-34.

<sup>4</sup> 松井剛「ブームとしての「クール・ジャパン」—ポップカルチャーをめぐる中央官庁の政策競争—」『一橋ビジネスレビュー』58巻3号, 2010.Win, p.87.

<sup>5</sup> 知的財産戦略本部『知的財産推進計画2010』2010.5.21, pp.1-2. (参考資料1) <<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/2010keikaku.pdf>>

<sup>6</sup> クールジャパンの産業の範囲は現在も明確には定まっておらず、ロボットや環境技術等の先端技術、住まい、伝統文化、デザイン等を含む場合もある。なお、経済産業省は、これらクールジャパンに関連する産業を「クリエイティブ産業」あるいは「文化産業」と呼んでいる。

注) なお、「ポップカルチャー」を確定する定義は見出せない。本稿では、古典・伝統芸術や貴族文化に対抗する概念としての流行文化や大衆文化として、緩くとらえておく。ジャンルとしては、マンガ、アニメ、ゲームといった日本の得意分野や、映画、音楽といったアメリカの得意分野、ウェブやケータイといったデジタルの新分野、そして、ファッション、オモチャ、スポーツ、風俗などメディア・コンテンツ以外のものも含む。ポップカルチャーは時代とともに移ろうものであり、国や民族によって状況は異なり、個人にとっても主観によって定義は異なる。かつてのポップカルチャーが伝統芸能に化する例は多く、また、落語や歌舞伎が今なおポップかそうでないかは意見が分かれるところである。

(p.3)

P2P と並ぶデジタル化のトレンドがユビキタスである。モバイルやウェアラブル、あるいは埋め込みコンピュータといったコンピュータの一層のダウンサイジングと浸透は、服や家具、クルマや道路など、あらゆるモノをコンピュータ化し、ネット接続することを意味する。ヒトとモノ、モノとモノがデジタルで対話しはじめる。

便利さや機能性といった近代のテーゼを追求するというより、ヒトと機械の関係が変わる点が重要である。例えばホンダのアシモにしろ、ソニーのアイボにしろ、あるいはもっとオモチャに近いセガトイズのプーチにしろ、ロボットペットはいずれも高性能のコンピュータだ。四角四面だったコンピュータは、業務をこなす冷徹な機械から、ヒトと対話し共存する友達へとポジションを変えようとしている。そして、その姿かたちがコンテンツとなる。

擬人化を好むのは日本人の特性と言われるが、ポップなキャラクターがハイテクを伴う実体となって身近に遍在するのはまさに日本的である。身近なのはロボットばかりではない。自動販売機がこれほど浸透しているのも日本の特徴だ。

ジュースやタバコだけでなく、オモチャも、花も、コメも、生卵も、生きたカブトムシも自販機で買える。利用者に話しかけたり、携帯電話で支払いができたり、やけにハイテクである。それらを通信回線でネットワーク化するプロジェクトもある。

アニメやゲームのキャラクターがオモチャや日用品、あるいは旅客機や軍用機にまでシンボルとして活用されている。村上隆のデザインがルイ・ヴィトンに採用されたように、日本のポップなアートが高級ブランドと溶け合ったりする。日本のポップカルチャーがディスプレイを飛び出して、現実空間に姿を示すケースも増加するだろう。

ティーンズのファッション、フィギュア人形やカップめん、異様に浸透したコンビニ、どつき漫才、多様な性風俗産業。強い個性を放つニッポンの文化状況は、これからも世界から発見されていくこととなろう。それがポップなものとして受け容れられるか、異質な好奇の対象として消費されるだけかは別として。

(p.12)

注) なお、「ポップカルチャー」を確定する定義は見出せない。本稿では、古典・伝統芸術や貴族文化に対抗する概念としての流行文化や大衆文化として、緩くとらえておく。ジャンルとしては、マンガ、アニメ、ゲームといった日本の得意分野や、映画、音楽といったアメリカの得意分野、ウェブやケータイといったデジタルの新分野、そして、ファッション、オモチャ、スポーツ、風俗などメディア・コンテンツ以外のものも含む。ポップカルチャーは時代とともに移ろうものであり、国や民族によって状況は異なり、個人にとっても主観によって定義は異なる。かつてのポップカルチャーが伝統芸能に化する例は多く、また、落語や歌舞伎が今なおポップかそうでないかは意見が分かれるところである。

(p.3)

P2P と並ぶデジタル化のトレンドがユビキタスである。モバイルやウェアラブル、あるいは埋め込みコンピュータといったコンピュータの一層のダウンサイジングと浸透は、服や家具、クルマや道路など、あらゆるモノをコンピュータ化し、ネット接続することを意味する。ヒトとモノ、モノとモノがデジタルで対話しはじめる。

便利さや機能性といった近代のテーゼを追求するというより、ヒトと機械の関係が変わる点が重要である。例えばホンダのアシモにしろ、ソニーのアイボにしろ、あるいはもっとオモチャに近いセガトイズのプーチにしろ、ロボットペットはいずれも高性能のコンピュータだ。四角四面だったコンピュータは、業務をこなす冷徹な機械から、ヒトと対話し共存する友達へとポジションを変えようとしている。そして、その姿かたちがコンテンツとなる。

擬人化を好むのは日本人の特性と言われるが、ポップなキャラクターがハイテクを伴う実体となって身近に遍在するのはまさに日本的である。身近なのはロボットばかりではない。自動販売機がこれほど浸透しているのも日本の特徴だ。

ジュースやタバコだけでなく、オモチャも、花も、コメも、生卵も、生きたカブトムシも自販機で買える。利用者に話しかけたり、携帯電話で支払いができたり、やけにハイテクである。それらを通信回線でネットワーク化するプロジェクトもある。

アニメやゲームのキャラクターがオモチャや日用品、あるいは旅客機や軍用機にまでシンボルとして活用されている。村上隆のデザインがルイ・ヴィトンに採用されたように、日本のポップなアートが高級ブランドと溶け合ったりする。日本のポップカルチャーがディスプレイを飛び出して、現実空間に姿を示すケースも増加するだろう。

ティーンズのファッション、フィギュア人形やカップめん、異様に浸透したコンビニ、どつき漫才、多様な性風俗産業。強い個性を放つニッポンの文化状況は、これからも世界から発見されていくこととなろう。それがポップなものとして受け容れられるか、異質な好奇の対象として消費されるだけかは別として。

(p.12)

**『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 報告書』**  
 国土交通省・経済産業省・文化庁、2005年3月

### 第3章 地域に関わる映像等コンテンツの活用による地域振興のあり方

「観光立国行動計画」を通じて、「観光立国」「一地域一観光」の取組が推進される中で、地域の魅力あるコンテンツの効果的な活用が注目されている。これまでもNHK大河ドラマを始めとして、映画・ドラマの舞台を観光資源として活用しようとする取組は多かったが、最近になって、「ラブレター」「冬のソナタ」「世界の中心で、愛をさけぶ」などの話題作が登場する中で、改めてその可能性が注目されている。また、映画をテーマにしたテーマパーク（ユニバーサルスタジオ）、アニメを活かした街作りなどの例にみられるように、集客要素としてのコンテンツの活用は、現実の世界を対象とした映画・ドラマにとどまらず、まんが・アニメ・ゲームも含めて拡大している。

ここでは、このような地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを「コンテンツツーリズム」と呼ぶことにしたい。

#### 1. 「コンテンツツーリズム」に期待される効果

**(1)地域の経済振興・住民の愛着心の向上**

- 地域の経済振興
- 住民の地域への愛着心向上に寄与することができる

**(2)観光資源の創出・魅力の向上**

- 地域独自の物語性を創出することができる
- 時間消費型の余暇の過ごし方を提供することができる

#### 2. コンテンツツーリズムの推進上の課題

**(1)観光資源の創出**

コンテンツツーリズムの推進に当たっては、コンテンツを活用することによって、観光資源を創出することがその第一歩である。ロケ地ガイドマップの発行、案内板の設置やガイドの育成など、コンテンツが生み出す「物語性」「テーマ性」を活かすための創意工夫が望まれる。

**(2)住民の理解・共感・参加の促進**

コンテンツについて、地域の住民が、その価値を理解・共感し、ガイド等として参

## 2. 「ポップカルチャー」とは

本部会において、「ポップカルチャーの文化外交における活用」を議論する上で問題になったのは、「ポップカルチャー」という用語についてであり、アニメ、マンガ、J-POP、ファッション等の様々な文化を「ポップカルチャー」という言葉で一括りにすることについて疑義があるとの意見が数多くあった。

本部会においては、これら意見を良く検討、整理し、「ポップカルチャー」を「一般市民による日常の活動で成立している文化」として捉え、「庶民が購い、生活の中で使いながら磨くことで成立した文化であって、これを通して日本人の感性や精神性など、等身大の日本を伝えることができる文化」として考えることとした。この考え方によれば、浮世絵、焼物、茶道などは、其々の時代における当時の「ポップカルチャー」であったとすることができる。

文化外交への活用にあたっては、こうした「ポップカルチャー」の中で、特に新たな時代の流れを切り開く最先端の分野で、広く国民に受け入れられ、強い浸透性と等身大の日本を表す思想性を有するものを対象にすべきであり、具体的には、アニメ、マンガ、ゲーム、J-POPのほか、ファッションや食文化等の分野が対象になると考えられる。

アニメ・マンガ等の現代日本「ポップカルチャー」は、日本独自の描写技法等が取り入れられているだけでなく、日本人の感性・考え方に裏打ちされており、これが海外の若者に「Cool」と受け止められ、今や、諸外国の日常に入り込みつつあるところである。しかし、必ずしもその底流にある日本人の感性・考え方が理解されてはおらず、また、各民間団体の活動により、それぞれ海外で紹介された結果、個別分散的なものとなっており、体系的な整理がなされていない現状にある。同時に、多くの国で共通の関心を獲得するために、日本的なものが表現されていないことも多く、アニメ・マンガへの関心が日本そのものへの関心に高まるような工夫が望まれる。



少年期に日本の「ポップカルチャー」を体験し、それをきっかけとして、日本語を学ぶ外国人が数多くいるところであり、今後も見込まれる日本語教育の需要増大に対応し、日本文化への関心に繋げる。

[http://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/shingikai/koryu/h18\\_sokai/05hokoku.html](http://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/shingikai/koryu/h18_sokai/05hokoku.html) (2014年9月30日アクセス)

青い部分は発表者：佐々木は異議を唱えたい。ポップカルチャーを文化外交として活用するためには等身大の日本を伝えることができる文化とするのは政策上のポップカルチャー定義であり、ポップカルチャーには国が認めようが、認めまいが、次々と新しい事象が誕生する。そもそもポップカルチャーは「等身大の日本」の一部であるが、国が伝えたいと考える「等身大の日本」が、海外で受け取りたいと考えている「等身大の日本」が本当に一致しているかは大きな疑問が残る。

赤い部分は発表者：佐々木はクール・ジャパンの基盤は各民間の活動の成果であり、これを「個別分散的」と表現している点ですすでにポップカルチャーを国が操作したいという考えが青い色の部分と同様に明確化している。

**ファンが「聖地巡礼」するアニメの舞台例** 一目でナニ

<p>【新世紀エヴァンゲリオン】 神奈川県箱根町</p>  <p>映画「エヴァンゲリオン新劇場版：序」の一場面でカラー-GAINAX</p>	<p>【らき☆すた】 埼玉県蕨市</p> <p>来年公開の映画でも舞台になる芦ノ湖</p>
<p>【true tears】 富山県南砺市</p>  <p>JR城端駅舎内の観光協会に飾られたポスター。主人公が城端の町を歩くイメージ</p>	<p>【らき☆すた】 埼玉県蕨市</p> <p>蕨宮神社にはキャラクターを揃った絵馬がびっしり</p>
<p>【新世紀エヴァンゲリオン】 富山県南砺市</p>  <p>登場人物が住む神社のモデルになった太歳神社</p>	<p>【おぼろげ街道】 東京都多摩市</p>
<p>【おぼろげ街道】 長野県大町市</p>	<p>【海がきこえる】 高知市</p>
<p>【おぼろげ街道】 熊本県</p>	<p>【おぼろげ街道】 熊本県</p>

（※は作品名、柿崎俊哉さんの新着などによる）

# アニメの聖地 巡礼中

モデルの神社ファンが絵馬  
埼玉・蕨宮  
富山・城端  
高校生主人公の街並み人気



「らき☆すた」の舞台、蕨宮神社に「巡礼」するファンたち。6日午後、埼玉県蕨市、前田愛子

アニメの舞台となった街を訪ね歩き、妄想と現実の世界を重ね合わせる。そんな旅がアニメファンを中心に広がっている。「聖地巡礼」と呼んでインターネットで盛んに紹介されており、これを町おこしに生かそうとする動きも活発だ。夏休みも本番、こんな旅はいかが――

（前田大輔、増田愛子）

東京都心から電車で約1時間、埼玉県東部の蕨宮町にある蕨宮神社は、休日、カメラを手にした10〜40代の男性が目につく。境内の風景を熱心に撮影し、手慣れた様子で絵馬にアニメのキャラクターを描いて奉納していく。増田愛子の漫画家、美術師がみかんがゲーム雑誌に連載している「らき☆すた」のファンだ。女子高生の「ゆい学園生活」を描く作品には、神社の神主の双子の娘が登場する。その神社は蕨宮神社で、昨夏ごろからファンが続々集まるようになった。

さいたま市の会社員（48）は「月給の2カ月は兼営で使った」といって何度も来ている。目の前の風景と漫画の場面を重ね合わせて写真に撮ることが楽しく、「巡礼」を通して色々な人と知り合えるのも魅力」といいます。富山県南砺市の山あいにある旧城端町（現・南砺市）は、高校生が主人公の青春アニメ「true tears」の「ロケ地」だ。首都圏などで1月からテレビ放映されて以来、カメラを持った若者が目につくようになった。

## 町おこし

「巡礼」には町おこしの期待もかかる。先駆けになったのが、00〜07年に月刊コミック誌に連載された「朝霧の巫女」（宇河弘樹作）の舞台、広島県三次市。町おこしグループが04年から毎年、作品に登場する店や神社などを巡るウォークラリーを開いていて、多い年には千人ものファンが訪れる。

## 地元期待

「ネット上の口コミで、市の知名度も上がってきた」とグループ副代表の下山孝さん（67）。地元の酒造会社と協力して日本酒「朝霧の巫女」も販売し、「1時のブームではなく商店街が潤うよう、もうひと盛り上げたい」と話す。



埼玉県蕨市も、町商工会が「らき☆すた」の携帯ストラップを作り、1万5千個を完売。町の協力で主人公たちを「住民登録」した記念のイベントには、約3500人を集めた。「5月までの半年間で経済効果は4170万円」（町商工会）と見込んでいる。観光開発に詳しい北海道大学の山村高敏・准教授は「アニメを通じたファンとの交流は、観光資源になりうる。各地で育つ巡礼文化を」と話している。

また登場する。「のどかな町が好きになってきました」「冬にもまた来ようと思っています」。JR城端駅に置かれたファンの記帳ノートは、そんな言葉で埋まっている。首都圏や関西、九州からの人も少なくない。アニメの舞台を各地に訪ね、ガイド本「聖地巡礼アニメ・マンガ12ヶ所めぐり」をまとめた編集者の柿崎俊哉さん（32）は「現地に行くと、作者がどんな思いで作品を描いたのかが見えてくる」という。「自宅での鑑賞にあきたファンが、新たな楽しみ方を探した結果が聖地巡礼だったのでは」。撮った写真と作品のシーンをホームページで比べて楽しむファンも多く、ブームの背景にはネットの普及もあるという。

前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」（『朝日新聞』2008年7月26日夕刊）







# 視点 日本の観光

-48-

北大の観光学高等研究センターでは現在、山村高淑准教授を中心にして、オタク・ツーリズムの研究に着手している。近年の日本では、若者の「自動車離れ」や「スポーツ離れ」が問題になっている。昨年開催された国際オリンピック委員会の総会で、若い世代を対象にした「ユース五輪」の創設が決定された。

同様に、日本では近年、若者の「旅行離れ」現象が

問題視されている。現に、海外旅行者総数に占める各年齢層の割合を00年と07年と比較すると、20歳代男性は約16%から約14%に、20歳代女性は約29%から約24%に減少している。

メディア技術の普及やコンテンツの充実が若者層のひきこもり傾向を助長しているという論評もあるが、その一方でそれらが新たな若者の旅文化を生んでいる点も積極的に評価すべきで

北海道大学観光学高等研究センター 石森秀三

ある。その典型例を「コミケ」に見ることができる。コミケとは70年代に始まるコミックマーケット(マンガやアニメ作品の同人誌即売会)のことだ。昨年度、東京国際展示場で開かれたコミケには3日間で全国から延べ55万人が参加している。

アニメファンの「聖地」に通じて情報を入手したトを海外のファンも来訪している。メディアコンテンツは、ファンと協力して、積極的に商品開発や関連イベントを実施している。その結果、神社への初詣客数は05年に6万5千人だったが、今年には30万人に急増している。日本ではすでに「オタク・ツーリズム」という現象が生じており、SIT(ス

## 「オタク・ツーリズム」の研究

る。

近年、メディアコンテンツに基づく若者の旅行行動がまちづくりの結びつき事例が見られる。その好例はアニメ作品「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷲宮町である。今や鷲宮神社は

ペシャル・インタレスト・ツーリズム)の一類型として研究しなければならない。若者は若者なりに「新しい観光を生み出す原動力」として重要な役割を果たしつつあるといえるだろう。

# さぶかるウオッチング

# オタクツーリズム

一例が宮城県白石市。火付け役はカプコンの戦国時代をモチーフにしたゲーム「戦国BASARA A」だ。ゲームに登場する戦国武将の片倉小十郎が美男子に描かれてお

人気漫画やアニメ、ゲームの舞台を実際に訪ねる旅に注目が集まっている。名付けて「オタクツーリズム（オタクツー）」。受け入れ側も突如の人気沸騰に驚きながらも、町おこしにつながることを期待を寄せる。



デザイン部 田口寿一

## 漫画・ゲームの舞台訪問

「朝霧の巫女」ファンにとつての広島県三次市はまさに聖地だ。自分の住む町が突如として一大観光地になる。そんな可能性は至る所に秘められている。(小)

漫画・アニメ「らき☆すた」の舞台となった埼玉県鷲宮町の鷲宮神社は今年の初詣で客が前年の倍以上だったという。ゲゲの鬼太郎」ファンにとつての鳥取県境港市、「朝霧の巫女」ファンにとつての広島県三次市はまさに聖地だ。

り、女性の間で人気が増え、片倉氏の居城があった白石市まで観光に押しかけるようになった。白石市役所の担当者は「なぜ急に女性観光客が増えたのか、最初は分からなかった」。しかし、三月からは片倉小十郎を車体に描いた市民バスを運行。新たな観光客を積極的に受け入れている。

『日本経済新聞』 2008年11月1日夕刊

「オタクツーリズム」はアニメだけが火付け役とは限らない。『らき☆すた』と同様にゲームによる場合もある。例えば、「戦国BASARA」の場合にはイケメンに描かれた武将への萌え現象も影響しているかもしれない。また、いわゆる歴女現象もこうしたブームを支えているのかもしれない。



ゲーム「戦国BASARA 2」キャラで登場

# 片倉小十郎に熱視線

白石城主片倉小十郎が、静かなブームとなっている。ゲームのキャラクターとして人気に火が付き、若い女性を中心に白石市を訪れる人が増えた。市は来年四月から、市民バスにキャラクターをデザインして走らせる計画を進めている。

## 白石

ブームの源は、カプコン(大阪市)のゲーム「戦国BASARA(ハサラ)2」だ。片倉小十郎は史実同様、伊達政宗の忠実な補佐役として登場。カプコンによると決して勇ましく、男気や忠義があるキャラクターとして人気がある。

バサラ2での片倉小十郎はプレイヤーが自由に操作できないキャラクターだったが、十一月二十九日に発売された「戦国BASARA2英雄外伝(HEROES)」では自由に操作できる武将に昇格、独自のストーリーも付いた。

## 若い女性にブーム

### お膳、ツアー、グッズ好評

カプコンは「バサラ2」の予約者が、昨秋から増え続けている。北海道から人気を予想しており、今から関西、九州まで、多い日に八人が訪れる。お膳(せん)を再現した「片倉御膳(五千五百円)」の予約者が、昨秋から増え続けている。北海道から人気を予想しており、今から関西、九州まで、多い日に八人が訪れる。お膳(せん)を再現した「片倉御膳(五千五百円)」の予約者が、昨秋から増え続けている。北海道から人気を予想しており、今から関西、九州まで、多い日に八人が訪れる。



戦国BASARA 2 英雄外伝 (HEROES) の中の片倉小十郎(右)と伊達政宗

—カプコン提供

「戦国BASARA」 戦国時代の武将を少年漫画の英雄のようにアレンジしてキャラクターを制作、プレイヤーは武将として敵と戦う。ストーリーモードでは武将ごとに異なるドラマが展開される。ソニーの「プレイステーション2」のほか、最新作は任天堂の「Wii」版もある。「戦国BASARA」は2005年7月、バサラ2は06年7月の発売。ともに30万本以上が売れている。

大阪市から訪れたアル バイトの女性(三三)は、ゲジウムではグッズが売れムをきっかけに、一九七七年放映のNHK大河ドラマ「独眼竜政宗」を、現在三十三個。小十郎が豊臣秀吉から五万石、徳川家康からも屋

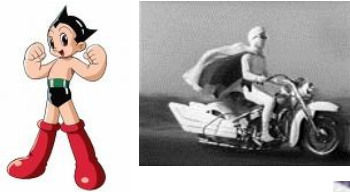
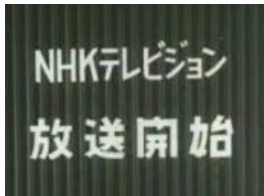
市は開会中の十二月定例市議会に、市民バス「きやつするくん」の塗装費百万円を計上、バサラ2の小十郎をデザインして走らせる予定だ。片倉家の菩提(ぼだい)寺「傑山寺」を中心とした市民有志は来秋にイベントを計画、カプコンとも協議し内容を練っている。家庭用ゲーム機「プレイステーション」のレーザー部品を製造するソニー白石セミコンダクタは、賞品や機材貸し出しなどで協力するという。

『河北新報』 2013年12月15日



資料6 関連年表

- 1953年 NHK放送開始 (2月1日)、日本テレビ放送網 (8月28日)  
\* テレビ放送開始をデジタルネイティブの原点とするか?
- 1958年 『月光仮面』 放映
- 1959年 皇太子 (現天皇陛下) ご成婚
- 1960年 『白馬童子』 放映開始
- 1963年 『鉄腕アトム』 放映開始
- 1964年 特殊法人国際観光振興会設立
- 1964年 経済開発協会機構 (OECD) 加盟
- 1964年 外務省に情報文化局文化事業部設置
- 1964年 東京オリンピック開催
- 1964年 日本漫画家協会設立
- 1965年 Edmund Gallion, Public Diplomacy の概念を提唱
- 1966年 埼玉県大宮市立漫画会館開館
- 1970年 スカイラーク第1号店、開店
- 1970年 フィルムセンター開館
- 1970年 大阪万国博覧会
- 1971年 マクドナルド第1号店、銀座店開店
- 1971年 『仮面ライダー』 放映開始
- 1971年 TV番組『スター誕生!』 (~1983年)
- 1972年 郷ひろみ、デビュー
- 1972年 キャンディーズ、デビュー
- 1972年 札幌冬季オリンピック
- 1972年 国際交流基金設立
- 1972年 第1回日本漫画大会
- 1973年 『ドラえもん』 (TV放送開始)
- 1974年 セブンイレブン1号店、開店
- 1974年 デニーズ1号店、開店
- 1974年 アングレーム国際漫画祭  
\* 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
- 1974年 サンリオ、ハロー・キティ
- 1975年 第1回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
- 1976年 ピンク・レディー、デビュー
- 1976年 国際文化教育交流財団設立
- 1979年 ソニー、ウォークマン発売
- 1979年 『機動戦士ガンダム』 (TV放送開始)
- 1979年 田原俊彦、デビュー
- 1982年 小泉今日子、デビュー
- 1983年 東京ディズニーランド開園
- 1983年 ファミリー・コンピュータ発売 (任天堂)
- 1983年 SG1000 (セガ)
- 1983年 中森明夫 『おたく』の研究 街には『おたく』がいっぱい (『漫画ブリッコ』セルフ出版)
- 1984年 外務省大臣官房に文化交流部を設置



1984年 宮崎駿監督『風の谷のナウシカ』公開  
 1985年 『スーパーマリオブラザーズ』(任天堂)  
 1985年 宮沢りえ、モデルデビュー  
 1985年 おニャン子クラブ、デビュー  
 1985年 中山美穂、デビュー  
 1985年 スタジオジブリ設立  
 1985年 長谷川町子美術館開館  
 1986年 『DRAGONBALL』(TV放送開始)  
 1986年 株式会社アニメイト設立  
 1987年 光 GENJI、デビュー  
 1987年 SMAP、デビュー  
 1987年 (株) まんだらけ設立



1989年 東西ベルリンの壁崩壊  
 1989年 『おたくの本』(別冊宝島 104号) JICC 出版局  
 1990年 Joseph S. Nye, Jr. *Bound to Lead*  
 1990年 大友克洋監督『AKIRA』(全米で公開)  
 1991年 大友克洋監督『AKIRA』(英仏独で公開)  
 1991年 デジタルコンテツ協会設立  
 1992年 SUPER MONKEYS(安室奈美恵)、デビュー  
 1992年 通信カラオケ X2000 (タイトー)  
 1992年 日本、商業用のインターネットサービス開始  
 1992年 『美少女戦士セーラームーン』(TV放送開始)



1993年 NEC、デジタルブック発売  
 1993年 日本国際観光学会設立  
 1993年 『バーチャファイター』(セガ)  
 1993年 宮台真司他『サブ・カルチャー神話解体』パルコ出版  
 1994年 『開運!何でも鑑定団』放映開始  
 1994年 ソニー、プレイステーション発売  
 1994年 吉備川上ふれあい漫画美術館開館  
 1995年 増田まんが美術館開館  
 1995年 なやせたかし記念館アンパンマンミュージアム開館  
 1995年 シール作成機プリント倶楽部  
 1995年 『新世紀エヴァンゲリオン』(TV放送開始)  
 1995年 押井守監督『Ghost in the Shell/攻殻機動隊』  
 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 東京大学教養学部で岡田斗司夫「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 YAHOO JAPAN!、検索サービス開始  
 1996年 任天堂 NINENDO64 発売  
 1996年 スターバックス・コーヒー号店、銀座で開店  
 1996年 セガからセガサターン用ソフト『サクラ大戦』発売  
 1996年 バンダイ、「たまごっち」発売  
 1997年 広島市立まんが図書館開館  
 1997年 ポップカルチャー学会設立



1997年 『ファイナルファンタジーVII』発売  
 1997年 『ポケットモンスター』(TV放送開始)  
 1997年 モーニング娘、デビュー  
 1998年 長野冬季オリンピック  
 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 西村博之が2チャンネル開設  
 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 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  
 1999年 宮台真司・松沢呉一『ポップ・カルチャー』毎日新聞社  
 1999年 『ONE PIECE』(TV放映開始)



2000年 平野健一郎『国際文化論』東京大学出版会  
 2000年 京都精華大学芸術学部マンガ学科開設(日本初のマンガ学科)  
 2000年 出版8社が電子文庫サイト、電子文庫パブリ開設  
 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



2001年 EXILE、デビュー  
 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 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 CureMaid 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 Peter van Ham. "The Rise of the Brand State"

2001年 ユバーサル・スタジオ・ジャパン開園

2001年 東京ディズニーシー開園



2001年 9.11 同時多発テロ

2002年 『ナルト』放映開始

2002年 『おねがい☆ティーチャー』

2002年 宮崎駿監督『千と千尋の神隠し』

\*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 Douglas McGray. “Japan’s Gross National Cool” (Foreign Policy. May/June)

\* 「クール・ジャパン」を提唱。

2002年 文化審議会答申「文化を大切にする社会の構築について」

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」

2002年 日韓ワールド・カップ

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 SONY、Blu-ray 発売

2003年 ビジット・ジャパン・キャンペーン、スタート

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」

2003年 経団連「エンターテインメント・コンテンツ産業に向けて」

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 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 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 杉並アニメ資料館開館

2003年 第1回国際文化フォーラム (以降毎年開催)

2004年 facebook 設立

2004年 大塚英志『「おたく」の精神史—1980年代論』

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 中野独人『電車男』新潮社

2004年 中島哲也監督『下妻物語』

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 (小泉総理)「文化外交の推進に関する懇談会」設置

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 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』経産省文化情報関連産業課

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 ニンテンドウ DS 発売

2004年 mixi サービス開始

2004年 GREE サービス開始

2004年 宮崎駿『ハウルの動く城』

2004年 中小企業庁「JAPAN ブランド育成支援事業」

2004年 大塚英志『サブカルチャー文学論』朝日新聞社

2004年 中村伊知哉「ポップカルチャー政策概論」独立行政法人経済産業研究所

2005年 Sue Beeton. *Film-Induced Tourism.*

2005年 Jan Melissen, editor. *The New Public Diplomacy*



2005年 平成16年度国土施策創発調査『映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査 報告書』国土交通省総合政策局観光地域振興課／経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課／文化庁文化芸術文化課

2005年 愛知万国博覧会

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 第1回東京ガールズコレクション

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 『中央公論』(特集：今こそ本気で文化外交を)(第120館第10号)

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』

2005年 『ワンダーJAPAN』(三オブックス) 創刊

2005年 本田透『電波男』三オブックス

2005年 本田透『萌える男』筑摩書房

2005年 杉並アニメーションミュージアム開館

2005年 AKB48、デビュー

2006年 ソニー、アメリカでリーダー発売

2006年 日本デジタルゲーム学会設立

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 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 外務省：ポップカルチャー専門部会『『ポップカルチャーの文化外交における活用』に関する報告書』

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 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 中山伊知哉・小野打恵編『日本のポップパワー』日本経済新聞社

2006年 任天堂、Wii 発売

2006年 Twitter サービス開始

2007年 観光立国推進基本法

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 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 「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 『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 文化庁長官裁定「文化発信に関する懇談会」

2007年 宮台真司・石原英樹・大塚明子『増補サブカルチャー神話解体』筑摩書房

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

2007年 『らき☆すた』(設定舞台：埼玉県鷺宮町)

2007年 『2008オタク産業白書』メディアクリエイト

2007年 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』29(2))





- 2007年 渡部恒雄『日本のパブリック・ディプロマシー研究』東京財団研究部
- 2007年 金子将史・北野充編『パブリック・ディプロマシー』PHP 研究所
- 2008年 ももいろクローバーZ、デビュー
- 2008年 星山隆『日本外交とパブリック・ディプロマシー』財団法人世界平和研究所
- 2008年 Simon Anholt. *Competitive Idnetity*.
- 2008年 前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」(『朝日新聞』7月26日夕刊)
- 2008年 北海道大学観光学高等研究センター「観光立国への挑戦21 オタクツーリズム 漫画やアニメが原動力へ」(『日本経済新聞』8月19日)
- 2008年 石森秀三「視点 日本の観光48」(『観光経済新聞』8月23日)
- 2008年 コンテンツ学会設立
- 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 『文化資源マネジメント論集』(No.1~No.14) (~2009年) 北海道大学大学院国際広報メディア観光学院 文化資源マネジメント研究室
- 2008年 佐々木一成『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版社
- 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 観光庁設置
- 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 『COOL JAPAN オタクニッポンガイド』ジェイティビィパブリッシング
- 2008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」(内閣官房)
- 2008年 『朝日新聞』(7月26日夕刊) 前田大輔・増田愛子「アニメの聖地 巡礼中」
- 2008年 『日本経済新聞』(8月19日)「観光立国への挑戦21 オタクツーリズム 漫画やアニメが原動力に」
- 2008年 『観光経済新聞』(8月23日) 石森秀三「視点 日本の観光48」
- 2008年 日本政府観光局(通称名使用開始)
- 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
- 2009年 藤井信幸『世界に飛躍したブランド戦略』芙蓉書房出版
- 2009年 コンテンツ文化史学会設立
- 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 櫻井孝昌『世界カワイイ革命』PHP 研究所
- 2009年 薦信彦『日本の「世界商品」力』集英社
- 2009年 E. John Ingulsrud and Kate Allen. *Reading Japan Cool*.
- 2009年 Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia*.
- 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)自治体国際化協会
- 2009年 『まほら』(特集:オタクツーリズム)(第60号)旅の文化研究社
- 2009年 北海道大学観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チーム編『メディアコンテンツとツーリズム』北海道大学観光学部高等研究センター



- 2009年 増淵敏之『コンテンツツーリズムとその現状』(Journal for Regional Policy Studies) 法制大学地域研究センター
- 2009年 『観光におけるサブカルチャー——コンテンツの活用に関する調査研究』財団法人中部産業活性化センター
- 2009年 河島伸子『コンテンツ産業論』ミネルヴァ書房
- 2009年 出口弘・田中秀幸・小山友介編『コンテンツ産業論』東京大学出版会
- 2009年 米沢嘉博記念図書館
- 2010年 アップル、i-Pad 発売
- 2010年 上海万国博覧会
- 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 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 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 増淵敏之『物語を旅するひとびと』彩流社
- 2010年 『日本語』(特集: COOLJAPAN 世界が好きな日本文化) (第23巻第5号) アルク
- 2010年 安田誠『図説ご当地娘百科』幻冬舎コミックス
- 2010年 ドリルプロジェクト編『聖地巡礼 NAVI—アニメ&コミック』飛鳥新社
- 2010年 『萌えコレ! (MOE COLLE) —日本縦断! 萌えキャラ&萌えおこし総合ガイド』(ムック) 三栄書房
- 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
- 2010年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻修士課程開設
- 2010年 東京工芸大学芸術学部ゲーム学科開設
- 2010年 暮沢剛二『キャラクター文化入門』
- 2010年 日本サブカルチャー研究会設立
- 2010年 松井剛「ブームとしての『クール・ジャパン』—ポップカルチャーをめぐる中央官庁の政策競争—」(『一つ橋ビジネスレビュー』第58巻第3号)
- 2010年 限界小説研究会編『サブカルチャー戦争』南雲堂
- 2011年 きゃりーぱみゅぱみゅ、活動開始
- 2011年 東日本大震災 (3月11日)
- 2011年 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版
- 2011年 コンテンツツーリズム学会設立
- 2011年 『コンテンツツーリズム研究』発刊開始(北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院文化資源デザイン(山村高淑)研究室)
- 2011年 Thorstein Botz-Bornstein. *The Cool-Kawaii: Afro-Japanese Aesthetics and New World Modernity.*
- 2011年 藤子・F・不二雄ミュージアム開館
- 2011年 初音ミク、表彰される!
- 2011年 渡辺靖『文化と外交』中央公論新社
- 2012年 中路靖編『アニメ・コミック・ロケ地めぐりガイド』学研パブリッシング
- 2012年 合同会社コンテンツツーリズム振興機構設立
- 2012年 ニコニコ超会議 (2012年~)
- 2012年 京都精華大学大学院マンガ研究科マンガ専攻博士後期課程開設
- 2013年 鈴木絢子「クールジャパン戦略の概要と論点」(『調査と情報—ISSUE BRIEF—』804号、国立国会図書館調査及び立法考査局経済産業課)
- 2013年 2020年オリンピック東京大会招致決定 (9月8日)
- 2013年 岡本健『n次創作観光』(NPO法人北海道冒険芸術出版)
- 2013年 日本政策投資銀行・日本経済研究所『地域のビジネスとして発展するインバウンド観光』
- 2013年 経済産業省「コンテンツ産業の現状と今後の方向性」



- 2013年 筒井隆志 (調査情報担当室) 「コンテンツツーリズムの新たな方向性」 参議院
- 2013年 ナポリタン石田 『世界の国からクールジャパン』 宝島社
- 2013年 堤和彦 『NHK「COOLJAPAN」 かわいいニッポン再発見』 NHK 出版
- 2013年 宇野常寛 『日本文化の論点』 筑摩書房
- 2014年 『pen』 (特集「カワイイ」 JAPAN) (第368号)
- 2014年 クール・ジャパン・ワールド・トライアル



\* 参考にした文献もこの関連年表に記載した。

中村伊知哉 「ポップカルチャー政策概論」 (2004)

鈴木絢子 「クールジャパン戦略の概要と論点」 (2013)



ポップカルチャー政策概論

中村 伊知哉  
経済産業研究所



国立国会図書館

クールジャパン戦略の概要と論点

調査と情報—ISSUE BRIEF— NUMBER 804 (2013. 10. 18.)

- |                    |                     |
|--------------------|---------------------|
| はじめに               | III クールジャパン戦略をめぐる論点 |
| I クールジャパン戦略とは      | 1 ターゲティング・ポリシー      |
| 1 クールジャパンの定義       | 2 リスクマネーの供給手段       |
| 2 クールジャパン戦略        | 3 ニッチ市場からの脱却        |
| 3 経済への影響           | 4 知的財産権の保護と活用       |
| II クールジャパン戦略の動向と現状 | おわりに                |
| 1 これまでの政府の主な動向     |                     |
| 2 安倍内閣発足後の動向       |                     |
| 3 クールジャパン関連産業の現状   |                     |

- 近年、日本の特色ある商品やサービスを「クールジャパン」として海外に紹介し、日本の経済成長につなげようとする動きが活発化している。第二次安倍内閣の成長戦略においても、「クールジャパンの推進」が掲げられている。
- クールジャパン関連産業については、潜在的な市場規模が大きいことや、その輸出に生産誘発等の効果があることが期待されている。海外において既に人気があると評されているものの、現状ではその売り上げは芳しくない。
- クールジャパン戦略の実行にあたっては、信頼性の高い統計の整備と、政策効果の適切な分析が求められる。また、官民出資型ファンドの適切な運営、知的財産保護の問題等の課題に対処していくことが必要である。

国立国会図書館  
調査及び立法考査局経済産業課  
(鈴木 絢子)

第804号

## 資料7 発表の背景の業績一覧

### 著書

- 『国際文化交流』（石倉誠文堂、2005年7月）
- 『国際文化交流論』（石倉誠文堂、2006年12月）
- 『新しい国際文化交流論』（多生堂、2009年9月）
- 『クール・ジャパン マンガ／アニメの今後の展望について』（多生堂、2010年4月）
- 『文化交流から文化外交へ』（イーコン、2010年10月）
- 『日本文化ブームから文化外交まで』（イーコン、2011年5月）
- 『オタク文化論』（イーコン、2012年1月）
- 『日本文化ブームと国際文化交流』（多生堂、2012年4月）

### 論文等

- 「気になる言葉④ メディア芸術」（『むらおさ』第7号、2008年1月）、4—8頁
- 「『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、武蔵野学院大学日本総合研究所、2010年3月）、47—56頁
- 「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、武蔵野学院大学日本総合研究所、2010年3月）、57—66頁
- 「日本文化ブームからジャパン・クールへ—日本研究の行方」（『日本の中の異文化』第7号、日本異文化研究会、2010年9月）、12—23頁
- 「文化外交におけるメディア芸術の役割について」（『比較文化史研究』第12号、比較文化史学会、2010年12月）、1—14頁
- 「現代美意識としての『カワイイ』」（『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第8輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2011年3月）、103—110頁
- 「気になる言葉⑩ オタク／オタク文化」（『むらおさ』第14号、2011年7月）、4—11頁
- 「発信する『日本文化』とは」（『日本の中の異文化』第8号、日本異文化研究会、2011年11月）、1—9頁
- 「気になる言葉⑫ 戦隊もの」（『むらおさ』第15号、2012年1月）、4—10頁
- 「大学教育とオタク文化」（『比較文化史研究』第13号、比較文化史学会、2012年3月）、1—10頁
- 「kawaii の行方」（『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第9輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2012年6月）、471—477頁
- 「気になる言葉⑬ オタク文化系の大学」（『むらおさ』第16号、2012年7月）、5—9頁
- 「『日本の中の異文化』とは何か—デジタルネイティブの時代」（『日本の中の異文化』第10号、日本異文化研究会、2013年12月）、1—10頁
- 「『デジタルネイティブ』とは何か」（『むらおさ』第20号、2014年7月）、7—13頁
- 「デジタル社会とモラル」（『日欧比較文化研究』第18号、2014年10月）、44—56頁
- 「デジタルネイティブと教育」（『むらおさ』第21号、2015年1月）、8—12頁
- 「デジタルネイティブ時代のポップカルチャー」（『武蔵野学院大学日本総合研究所研究紀要』第12輯、武蔵野学院大学日本総合研究所、2015年入稿中）

### webによる公開（イーコンのインターネット講座）

- 「文化交流から文化外交へ」（全30回 完結、2010年1月～5月）
- 「日本文化ブームから文化外交へ」（全9回 完結、2010年10月～2010年12月）
- 「ポップカルチャーとしての『オタク文化』」（全1回完結、2011年9月）
- 「オタク文化論」（全1回 完結、2011年11月）
- 「日本のマンガ／アニメーロボットと戦闘美少女」（全1回完結、2012年2月）
- 「オタク文化とポップカルチャー」（全3回完結、2013年9月～11月）

## 講演・研究発表等

- 「日本における英米文学 映像をめぐって」(日欧比較文化研究会、1997年7月)
- 「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」(比較文化史学会 研究発表大会、2010年1月30日)
- 「教材としての英米文学の行方」(日本英語文化学会、シンポジウム「大学における一般教養科目としての『英語』を考える」、2010年9月4日)
- 「メディア芸術の行方ー教育・研究とデジタルコンテンツ」(比較文化史学会 研究発表大会、2011年1月22日)
- 「大学教育とオタク文化」(比較文化史学会 研究発表大会、2012年1月21日)
- 「オタク文化を巡る大学教育と研究」(日本英語文化学会、全国大会、2012年9月1日)
- 「オタク文化と産業ーオタクツーリズムを考える」(比較文化史学会 研究発表大会、2013年1月26日)
- 「パブリック・ディプロマシーとしてのクール・ジャパン」(特別講義、明海大学ホスピタリティ・ツーリズム学部ホスピタリティ・ツーリズム学科 ケーススタディ 中井延美ゼミ、2014年10月28日)
- 「英語の教材研究事例〜ポップカルチャーの活用：アニメ・マンガを中心に〜」(日本英語文化学会第129回月例会、昭和女子大学研究館6S02、2014年12月13日)

## 公開講座・模擬授業等

- 「漫画から見える異文化理解」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業、2008年8月6日)
- 「英文学ア・ラ・カルトーシェイクスピアから J.K.ローリングまで」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学・日本総合研究所 公開講座、2008年10月4日)
- 「アニメに見る異文化理解」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業 2009年3月27日)
- 「文学を考えるー児童文学・ファンタジー・科学」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業[埼玉県立福岡高等学校]、2009年12月16日)
- 「子どものための外国文学」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 シニア・カレッジ子育て支援学科、2010年1月9日)
- 「文学と科学ーロボットを中心にー」(武蔵野学院大学 模擬授業、2010年1月14日)
- 「外国文学とロボット」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 コラボレーション講座、2010年6月12日)
- 「マンガで学ぶ英語」(武蔵野学院大学 模擬授業、2010年8月28日)
- 「マンガとアニメと教育」(武蔵野学院大学 模擬授業、2010年12月20日)
- 「マンガ/アニメと文学」(武蔵野学院大学 模擬授業[埼玉県立桶川高等学校]、2011年1月20日)
- 「マンガとアニメで知る国際コミュニケーション」(武蔵野学院大学 模擬 授業、2011年1月27日)
- 「オタク文化で英語」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学 模擬授業[埼玉県立滑川総合高等学校]、2011年11月17日)
- 「オタク文化がニッポンを救う」(武蔵野学院大学 模擬授業、2011年12月10日)
- 「オタク文化とツーリズム」(明海大学 特別授業、2012年10月30日)
- 「池袋に乙女ロード出現後にオタク男子は秋葉原、女子は池袋へ」(『週刊ポスト』2013年7月12日号、小学館、同文をネット配信)
- 「オタク文化論」(武蔵野学院大学 模擬授業、2013年8月24日)
- 「アニメ、スーパー戦隊シリーズからこんなことがわかる！」(武蔵野学院大学・武蔵野短期大学子ども大学さやま、2014年1月18日)
- 「ポップカルチャーとオタク文化」(入間市教育研究所 特別授業、2014年2月20日~21日、24日~25日)
- 「マンガ/アニメに見る日本文化」(「JENESYS2.0」中国大学生訪日団第9陣セミナー、公益財団法人日中友好会館、日中友好会館大ホール、2014年3月5日)
- 「『ちんぷいぷい』(毎日放送)へ電話取材にて『オタパ』(オタクによるオタクのための婚活パーティ)へのコメント」(2014年6月17日)
- 「マンガ/アニメにみる現代日本文化」(「JENESYS2.0」韓国青年訪日研修団第1団、公益財団法人日韓文化交流基金、国際ファッションセンターHall&Rooms10階、2014年7月30日)
- 「仙台駅周辺が『東北のアキバ』に?」(『朝日新聞』(仙台、2015年2月13日)へのコメント)

## おもな授業担当

「国際文化交流」「英米文学史」(武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科、2004年度～現在に至る)

「映像表現論」(武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科、2010年度～現在に至る)

「ポップカルチャー論」(武蔵野学院大学国際コミュニケーション学部国際コミュニケーション学科、2013年度～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国際コミュニケーション専攻修士課程・博士前期課程、2007年度～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国際コミュニケーション専攻修士課程、2007年度～2011年度)

「英米文学分野」(クール・ジャパン等を含む)(教員免許更新講習、2009年度から現在に至る)

「国際文化交流特殊研究」(武蔵野学院大学大学院国際コミュニケーション研究科日中コミュニケーション専攻博士後期課程、2012年度から現在に至る)

「クール・ジャパンとオタク文化」(早稲田大学エクステンションセンター、2014年度)



資料作成者 武蔵野学院大学教授 佐々木隆

HP 佐々木隆研究室 <http://www.ssk.econfn.com>

佐々木隆 研究者 <http://researchmap.jp/read0039201/>

上記以外の研究業績も掲載しています。