

『日本文化ブームから文化外交まで』イーコン、2011年5月  
以下掲載内容

プロローグ, pp.8-9

## 第1章 日本文化ブーム

- (1) 日本文化ブームとは, pp.10-11
- (2) 第1次日本文化ブーム, p.11-12
  - ①浮世絵の紹介, pp.12-15
  - ②ジャポニスム, pp.15-18
  - ③アール・ヌーヴォー, pp.18-20
  - ④万国博覧会, pp.20-25
  - ⑤英訳『源氏物語』, pp.25-30
- (3) 第2次日本文化ブーム, p.30
  - ①日本映画, pp.30-32
  - ②オリンピックと大阪万博, pp.32-33
  - ③TVドラマ『将軍』, pp.33-35
  - ④ファミコン, p.35
- (4) 第3次日本文化ブーム, pp.36-36
  - ①日本のイメージ, pp.36-37
  - ②日本のアニメ
    - [1]大友克洋監督『アキラ』, pp.37-39
    - [2]押井守監督『攻殻機動隊』, pp.39-40
    - [3]鳥山明『ドラゴンボール』シリーズ, pp.40-43
    - [4]『ポケット・モンスター』シリーズ, pp.43-45
    - [5]『ドラえもん』, p.45
    - [6]宮崎駿のアニメ, pp.45-46
  - ③日本映画・演劇界
    - [1]北野武, p.46
    - [2]渡辺謙, pp.46-47
    - [3]蜷川幸雄, p.47
    - [4]その他, pp.47-49
  - ④食文化
    - [1]日本食ブーム, pp.49-50
    - [2]ミシュラン・ガイドブック, pp.50-51
  - ⑤デジタル・コンテンツ産業
    - [1]PC, p.51
    - [2]ゲーム, pp.51-52

注, pp.52-56

## 第2章 クール・ジャパン

- (1) クール・ジャパン以前と村上隆, pp.57-58

- ①メイド・イン・ジャパン神話, pp.58-59
    - [1]ノリタケ, pp.59-69
    - [2]ミキモト, p.61
    - [3]トヨタ, pp.61-64
    - [4]日産, pp.64-65
    - [5]本田技研, p.65
    - [6]東芝, pp.65-66
    - [7]パナソニック, pp.66-67
    - [8]ソニー, pp.67-68
  - ②村上隆, pp.68-69
  - (2) Douglas McGray. “Japan’s Gross National Cool” (2002), pp.69-74
  - (3) 「発掘！ かつこいいニッポン COOL JAPAN」 (2005), pp.74-75
  - (4) クール・ジャパンをどうとらえるか, pp.75-89
- 注, pp.89-92

### 第 3 章 オタク文化の周辺

- (1) オタク, pp.93-106
  - (2) オタクの変遷, pp.106-107
  - (3) オタク・ツーリズム, pp.108-112
  - (4) Patrick W. Galbraith. *The Otaku Encyclopedia* (2009), pp.113-114
  - (5) カワイイ, pp.114-116
    - ①四方田犬彦『「かわいい」論』(2006), p.116
    - ②古賀令子『「かわいい」の帝国』(2009), pp.117-118
    - ③櫻井孝昌『世界カワイイ革命』(2009), p.117
    - ④「カワイイ」は日本の新しい美意識か, pp.118-119
  - (6) ハロー・キティ, pp.119-123
- 注, pp.123-127

### 第 4 章 世界の中の日本

- (1) 「日本」とは, pp.128-129
  - (2) 国学, pp.129-135
  - (3) 日本学, pp.135-141
  - (4) 日本研究, pp.141-148
  - (5) 国際日本学, pp.148-153
  - (6) 比較文学・比較演劇学, p.153
    - ①『小説神髓』, pp.153-155
    - ②演劇改良運動, pp.155-156
    - ③比較文学, pp.156-163
    - ④比較演劇学, pp.163-167
- 注, pp.167-172

## 第 5 章 メディア芸術

- (1) 「21 世紀にむけた新しいメディア芸術の振興について (報告)」, pp.173-175
- (2) 教育とメディア芸術, pp.175-176
- (3) 文化芸術振興基本法, pp.176-178
- (4) 文化芸術振興に関する基本的方針, pp.178-180
- (5) メディア芸術の国際的な拠点の整備について, pp.180-186
- (6) 文化としてのマンガ/アニメ, p.186
  - ①マンガとアニメ, pp.187-191
  - ②海外のマンガ/アニメ評価, pp.191-200
  - ③日本のマンガ/アニメ小史, pp.200-206
- (7) マンガ/アニメの社会的評価, p.207
  - ①マンガと図書館, pp.207-208
  - ②マンガ/アニメと教育, pp.208-211
  - ③マンガ/アニメと大学, pp.212-214
  - ④マンガ学とは何か, pp.214-215
    - [1] 石子順『新マンガ学』(1997), pp.215-216
    - [2] 日下翠『マンガ学のスズメ』(2000), pp.216-217
    - [3] 中野晴行『マンガ産業論』(2004), pp.217-218
    - [4] 夏目房之介『マンガ学への挑戦』(2004), pp.218-219
    - [5] 夏目房之介・竹内オサム編『マンガ学入門』(2007), pp.219-220
    - [6] 竹内オサム『本流! マンガ学』(2009), pp.220-221
    - [7] 日本漫画家協会, pp.221-222
    - [8] 日本マンガ学会, pp.223-224

注, pp.224-230

## 第 6 章 文化交流と文化外交

- (1) 文化交流とは何か, pp.231-233
- (2) 外交とは何か, p.233
- (3) 外交と国益, pp.234-236
- (4) 文化の戦略, p.237
  - ①文化発信戦略に関する懇談会について, pp.237-238
  - ②『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』, pp.238-239
- (5) 文化外交とは何か, pp.239-240
  - ①文化外交への流れ, pp.240-241
  - ②『「文化外交の平和国家」日本の創造を』, pp.241-242
  - ③「文化外交の新発想—みなさんの力を求めています」, pp.242-244
  - ④ポップカルチャー外交
    - [1] 「国際漫画賞」, pp.244-246
    - [2] アニメ文化大使, pp.246-247
    - [3] カワイイ大使, pp.247-248

[4]世界コスプレサミット, pp.248-249

注, pp.249-252

## 第 7 章 ソフト・パワー

### (1) パワーの概念

①「パワー」とは何か, pp.253-254

②バランス・オブ・パワー, pp.254-255

### (2) ジョセフ・サミュエル・ナイ、Jr.

①プロフィール, pp.255-256

②おもな著作, pp.257-258

### (3) ソフト・パワーとは何か, pp.258-261

### (4) ソフト・パワーとクール・ジャパン, pp.261-264

注, pp.265-266

## 第 8 章 パブリック・ディプロマシー

### (1) パブリック・ディプロマシーとは何か

①エドモンド・ガリオン, p.267

②パブリック・ディプロマシーとは何か, pp.267-272

### (2) 日本のパブリック・ディプロマシー

①国際社会復帰と文化国家へ, p.273

②経済大国から国際文化貢献、そして文化外交へ, pp.273-277

③三上貴教「パブリック・ディプロマシーの射程」(2007), pp.277-278

④渡部恒雄『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—』(2007), pp.278-279

⑤金子将史・北野充編『パブリック・ディプロマシー』(2007), pp.279-281

⑥星山隆『日本外交とパブリック・ディプロマシー—ソフトパワーの活用と対外発信の強化に向けて—』(2008), pp.281-283

注, pp.283-286

## 第 9 章 国家ブランド論

### (1) ブランド論, pp.287-289

(2) Peter van Ham “The Rise of the Brand State”(2001), pp.289-293

(3) Simon Anholt. *Competitive Identity*(2008), pp.293-296

(4) 『日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～』(2009), pp.296-298

(5) 金子将史「国家ブランディングと日本の課題」(2009), pp.298-299

注, pp.299-300

## 第 10 章 日本政府／産業界 文化交流・文化外交

### (1) 文部科学省

①ホームページ, pp.301-305

②『教育白書』『文部科学白書』, pp.305-311

### (2) 外務省, pp.311-312

- ①ホームページ, pp.312-315
- ②『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—』, pp.313-318
- (3) 経済産業省
  - ①経済産業省とコンテンツ産業, pp.315-319
  - ②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』, pp.318-319
  - ③コンテンツ産業国際戦略研究会中間まとめ『コンテンツ産業の国際展開に向けて～世界へ発信、日本ブランド』, pp.319-320
  - ④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』, pp.320-322
  - ⑤「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) , p.322
  - ⑥『コンテンツ産業の現状と課題～コンテンツ産業の国際競争強化に向けて～』, pp.322-324
  - ⑦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』, pp.324-326
  - ⑧「コンテンツ国際取引市場強化事業(次世代アニメビジネスマーケット創設プロジェクト)」, p.326
  - ⑨「中小企業海外展開等支援事業(映画・アニメ海外展開後方支援事業)」, pp.326-327
  - ⑩「コンテンツ産業人材発掘・育成事業(アニメ人材基礎力向上事業)」, p.327
  - ⑪『「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—』 pp.327-329
  - ⑫クール・ジャパン室, pp.329-330
- (4) 国土交通省
  - ①日本政府観光局, pp.330-331
  - ②観光立国推進基本法, pp.331-334
  - ③観光庁, pp.334-337
  - ④『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』, pp.337-338
- (5) 内閣府・首相官邸他, p.338
  - ①知的財産戦略本部, pp.339-340
  - ②『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』, pp.340-342
  - ③『新成長戦略(基本方針)～輝きのある日本へ～』, pp.342-343

注, pp.343-348

関連年表, pp.349-368

エピローグ, pp.369-373