

參考文獻 References

一、中文部分

- 王俐容（2010）。客家文化政策與文化創意產業的發展。載於江明修（編著），**客家政治與經濟**（頁161-188）。台北：智勝文化。
- 李仁芳（2004）。生活美學。載於范梅君（編），**數位內容：虛擬與真實交界的產業**（頁2-8）。台北：典藏藝術家庭。
- 李世暉（2008）。**改變世界的任天堂**。台北：商周。
- 李世暉（2010a）。客家數位內容產業。載於江明修（編著），**客家政治與經濟**（頁189-217）。台北：智勝文化。
- 李世暉（2010b）。創新式管理—讓遊戲產業迎戰全球：日本遊戲產業前端創新管理之研究。**產業管理評論**，4（1），189-217。
- 李世暉（2012）。日本媒體內容產業萬代聯盟模式——現況與挑戰。**產業管理評論**，5（2），39-54。
- 李淑茹（2010）。**國際商展完全手冊**。台北：五南。
- 李明聰（2003）。這裡想像，那裡實踐：「日劇場景之旅」與台灣年輕人的跨文化認同。載於邱淑雯（主編），**媒介擬想：日本流行文化在台灣與亞洲（II）**（頁42-73）。台北：遠流。
- 拓璞產業研究所（2004）。**遊戲產業白皮書**。台北：拓璞科技。
- 洪銘欽（2003）。如何利用展覽會拓銷產品。載於台北市展覽暨會議商業同業公會（編輯），**展覽與會議**（頁21-30）。台北：編者。
- 周錫洋、李銘芳（2009）。**展覽行銷管理**。台北：宏典文化。
- 夏學理（編著）（2011）。**文化創意產業概論**。台北：五南。
- 陳仲偉（2006）。**台灣漫畫文化史**。台北：杜葳文化。
- 陳純真（2002）。簡論蒙太奇（上）。取自http://www.xiachao.org/i_page.asp?repno=439

- 張明正、陳怡蓁（2003）。擋不住的趨勢：超國界的管理經驗。台北：天下文化。
- 黃宗樂（2003）。數位匯流趨勢下之競爭法與競爭政策。載於范建得（主編），電信法制新紀元：全國資訊通信法律研討會論文集（頁79-92）。台北：元照。
- 經濟部商業司（2003）。九十一年度台灣地區服務業經營活動報告。取自 <http://www.wtocomer.org.tw/SmartKMS/fileviewer?id=10272>
- 數位內容推動辦公室（2008）。2008台灣數位內容產業年鑑。取自 http://proj3.moeaidb.gov.tw/nmipo/upload/publish/2008/2008_download.pdf
- 潘東豫（2005）。科技管理實務與應用。台北：新文京開發。
- 蔡念中、張宏源（2005）。匯流中的傳播媒介。台北：亞太。
- 劉大和（2003）。文化創意產業界定及其意義。台灣經濟研究月刊，26（5），115-122。
- 劉梅琴（2007）。日本浮世繪與西方藝術的變革。史物論壇，5，5-40。
- 劉維公（2001）。當代消費文化社會理論的分析架構：文化經濟學、生活風格、與生活美學。東吳社會學報，11，113-136。
- Eliasj, N.（2009）。文明的進程：文明的社會起源和心理起源的研究（王佩莉、袁志英，譯）。上海：上海譯文出版社。（原著出版於1969年）

二、日文部分

- AJA（2012a）。日本のアニメ業界・アニメ市場の近年の動向－2012年版。取自 <http://www.aja.gr.jp/data/doc/sangyodata-20120418.pdf>
- AJA（2012b）。日本のアニメ市場（業界・産業）の推移－2012年版。取自 http://www.aja.gr.jp/data/doc/sangyodata_suii-20120328.pdf
- CESA（1998）。展示面積は過去最高の54,000平方メートル、ゆったりと快適な会場に。取自 <http://tgs.cesa.or.jp/98spring/news/0003.html>
- CESA（2006）。CESAゲーム白書2006。東京：作者。
- CESA、日経BP社（2002）。「東京ゲームショウ2002」開催について。取自 <http://tgs.cesa.or.jp/2002/release/release20020416.html>
- CESA、日経BP社（2003a）。「東京ゲームショウ2003」開催直前情報！取自 <http://tgs.cesa.or.jp/2003/release9.html>

- CESA、日経BP社（2003b）。「東京ゲームショウ2003」来場者調査報告書。取自<http://report.cesa.or.jp/book-list/tgs/TGS2003.pdf>
- CESA、日経BP社（2012）。東京ゲームショウ2012 オフィシャルレポート。取自http://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2013/exhibition/common/pdf/2012_result.pdf
- CHARAKEN（2000）。キャラクターに癒しを求める現代人：第1回キャラクターと癒し調査結果報告書。取自<http://www.chara-labo.com/report1.pdf>
- JAPAN国際コンテンツフェスティバル実行本部（2008）。JAPAN国際コンテンツフェスティバル2007実施報告書。取自<http://www.cofesta.jp/2007/utility/pdf/080324CoFesta.pdf>
- JETRO（2009）。北米におけるコンテンツ市場の実態2008～2009。取自http://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/reports/07000015
- JETRO経済分析部日本経済情報課（2005）。日本のアニメーション産業の動向。JETRO Japan Economic Monthly，5月号，1-12。
- UFJ総合研究所（2004）。アニメ産業の委託取引に関する実態調査及びモデル契約書策定に係る調査研究。取自<http://www.zenkyo.or.jp/seminar/pdf/anime.pdf>
- 小川陽平（2007，9月21日）。開幕直前！5分で分かる東京ゲームショウ10年の歩み。CNET Japan。取自<http://japan.cnet.com/news/tech/20240527/>
- 小山友介（2009a）。二つのコンテンツ産業システム。載於出口弘、田中秀幸、小山友介（編著），コンテンツ産業論—混淆と伝播の日本型モデル（頁61-90）。東京：東京大学出版会。
- 小山友介（2009b）。家庭用ゲーム産業の「ハリウッド化」。載於出口弘、田中秀幸、小山友介（編著），コンテンツ産業論—混淆と伝播の日本型モデル（頁263-285）。東京：東京大学出版会。
- 小此木啓吾（1978）。モラトリアム人間の時代。東京：中央公論社。
- 小橋麗華（1993）。家庭用テレビゲームソフト産業の戦略と組織。Business Insight，1（3），74-90。
- 小橋麗華（1997）。日本における家庭用テレビゲームソフトウェアの開発。大阪国際大学国際研究論叢，10（3&4），81-107。
- 大橋雅央（2007）。日本のアニメーション制作現場の実情と課題。取自

- <http://www7a.biglobe.ne.jp/~animation/pdf/sitauke.pdf>
- 山田徹（2000）。キャラクタービジネス。東京：PHP。
- 木村立哉（2006）。競争のない世界、枯れた技術の水平思考一指と手のひらから世界へ。ユリイカ，6月号，86-93。
- 木村誠（2008）。コンテンツビジネスのアーキテクチャー：Windowing・Goodwill・慣性系。ハイライフ研究，10，29-31。
- 水越伸（2002）。デジタル・メディア社会。東京：岩波書店。
- 中川裕幸、粕川敏夫、菅野好章、花村太、佐川慎悟、松波祥文……関昌充（2008）。アニメの著作権。パテント，8月号，11-47。
- 中川和憲（2008）。海外見本市出展で成功する秘訣。埼玉：イービズポーター。
- 中村伊知哉、小野打恵（編著）（2006）。日本のポップパワー：世界を変えるコンテンツの実像。東京：日本経済新聞社。
- 中村博之、北林謙（2007）。メディア・コンテンツ産業からクリエイティブ産業への再編成。知的資産創造，12月号，38-51。
- 中野晴行（2004）。マンガ産業論。東京：筑摩書房。
- 日本経済産業省（2006）。ゲーム産業戦略～ゲーム産業の発展と未来像～。取自<http://www.meti.go.jp/press/20060824005/game-houkokusho-set.pdf>
- 日本経済産業省（2010a）。「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—。取自http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/bunkasangyou.pdf
- 日本経済産業省（2010b）。コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性。取自http://info.nicovideo.jp/pdf/sentankaigi_1124.pdf
- 日本経済産業省（2012）。コンテンツ業界の鳥瞰図。取自http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/121226-2.pdf
- 日本経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課（編）（2004）。プロデューサー・カリキュラム：コンテンツ・プロデュース機能の基盤強化に関する調査研究。東京：クリーク・アンド・リバー社。
- 日本総合研究所（2008）。「neo anime」産業のビジネスモデルに関する調査研究。取自http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/

downloadfiles/anime.pdf

- 日経産業新聞（編）（1993）。会社の年齢。東京：日本経済新聞社。
- 公正取引委員会事務（2009）。アニメーション産業に関する実態調査報告書。取自<http://www.jftc.go.jp/pressrelease/09.january/090123houkokusyo01.pdf>
- 立本博文（2003）。製品タイプと開発プロセスの適合性。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁259-288）。東京：東洋経済新報社。
- 末松千尋（2002）。京様式経営—モジュール化戦略：「ネットワーク外部性」活用の革新モデル。東京：日本経済新聞社。
- 矢野経済研究所（2012）。アニメーション産業取引実態調査報告書。取自http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2012fy/E002097.pdf
- 矢田真理（1996）。ゲーム立国の未来像：世界をリードするコンテンツビジネスのすべて。東京：日経BP社。
- 北田暁大（2005）。嗤う日本の「ナショナリズム」。東京：日本放送出版協会。
- 平林久和（1995）。ゲーム業界就職読本。東京：アспект。
- 平林久和（1996）。ゲームの大学。東京：メディアファクトリー。
- 田中辰雄（2003）。コンテンツ産業の経済経営分析。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁1-11）。東京：東洋経済新報社。
- 田中絵麻（2009）。メディアミックスの産業構造。載於出口弘、田中秀幸、小山友介（編著），コンテンツ産業論—混淆と伝播の日本型モデル（頁159-186）。東京：東京大学出版会。
- 出版科学研究所（2012）。2012年版 出版指標年報。東京：全国出版協会。
- 生稻史彦（2003）。ゲームソフトとソフトウェア開発プロセス。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁235-257）。東京：東洋経済新報社。
- 仲川秀樹（2006）。サブカルチャー社会学。東京：学陽書房。
- 伊藤洋一（2008）。日本カーアジヤを引っばる経済・欧米が憧れる文化。

- 東京：講談社。
- 池上忠治（1993）。ジャポニズム諸相。載於池上忠治（編），世界美術大全集 西洋編一第22卷：印象派時代（頁351-356）。東京：小学館。
- 角川春樹（2005）。わが闘争—不良青年は世界を目指す。東京：イースト・プレス。
- 佐藤健志（1992）。ゴジラとヤマトとぼくらの民主主義。東京：文藝春秋。
- 杉山知之（2006）。クール・ジャパン：世界が買ったがる日本。東京：祥伝社。
- 村上知彦（1998）。まんが解体新書：手塚治虫のいない日々のために。東京：青弓社。
- 村上隆（編）（2000）。スーパーフラット：Straight Up Japanese Bad Asses。東京：マドラ出版。
- 村上隆（2006）。芸術起業論。東京：幻冬舎。
- 谷口功、麻生はじめ（2010）。アニメ業界の動向とカラクリ。東京：秀和システム。
- 労働政策研究・研修機構（2005）。コンテンツ産業の雇用と人材育成—アニメーション産業実態調査。東京：作者。
- 近畿経済産業局（2007）。ニッチトップ企業を目指すための知的財産戦略ガイドブック。大阪：作者。
- 河島伸子（2011）。コンテンツ産業論：文化創造の経済・法・マネジメント。京都：ミネルヴァ書房。
- 岡田斗司夫（1996）。オタク学入門。東京：太田出版。
- 芸能実演家団体協議会（2005）。芸能実演家・スタッフの活動と生活実態調査報告書2005年度版。東京：丸善。
- 東京都杉並区（2011）。すきなみ。取自<http://www2.city.suginami.tokyo.jp/guide/guide.asp?n1=150&n2=100&n3=10>
- 東京都産業労働局（2011）。東京の産業と雇用就業2011。東京：作者。
- 東浩紀（2000）。存在論的、広告的、スーパーフラットの。広告，1+2月号。取自<http://ha.shiftweb.net/texts/superflat.html>
- 岩田聰（2003）。ファミコン登場から20年、成長モデルの限界。マイコミ

- ジャーナル。取自<http://journal.mycom.co.jp/news/2003/09/26/12.html>
- 岩田圭介（2012）。アニメコンテンツのインプットとアウトプット。取自<http://gigazine.net/news/20120204-anime-contents-input-output/>
- 金子将史（2009）。国家ブランディングと日本の課題。PHP Policy Review, 3 (16), 1-10。
- 和田剛明（2003）。売上パターンの初期集中化。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁145-164）。東京：東洋経済新報社。
- 長谷邦夫（2000）。漫画の構造学。東京：インデックス出版。
- 相原博之（2008）。キャラ化するニッポン。東京：講談社。
- 秋山孝（2002）。キャラクターコミュニケーション入門。東京：角川書店。
- 香山リカ（2006）。多重化するリアル—心と社会の解離論。東京：筑摩書房。
- 勇上和史（2006）。アニメ産業における労働。日本労働研究雑誌, 549, 49-51。
- 宮原浩二郎（2003）。知的触媒としてのマンガ。載於宮原浩二郎、荻野昌弘（編），マンガの社会学（頁4-31）。東京：世界思想社。
- 後藤勝（2000）。カプコン—電子の猛者たち：ゲーム世紀に生きる32人へのインタビュー集。東京：Enterbrain。
- 柳川範之（2003）。ゲーム産業に学ぶイノベーションの構造。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁81-94）。東京：東洋経済新報社。
- 浜野保樹（2003）。表現のビジネス—コンテンツ制作論。東京：東京大学出版会。
- 島村麻里（1991）。ファンシーの研究：「かわいい」がヒト、モノ、カネを支配する。東京：文藝春秋。
- 株式会社ヒューマンメディア（2010）。文化庁「文化発信戦略に関する調査研究事業」。取自http://www.bunka.go.jp/bunka_gyousei/torikumi/pdf/human_media.pdf
- 株式会社ポケモン（2011）。コンテンツビジネスとしてのポケットモンス

- ターの特徴とその可能性の考察。取自www.pokemon.co.jp/corporate/job/objects/pdf/thesis.pdf
- 原島博（2008）。新興分野人材養成事後評価ーコンテンツ創造科学産学連携教育プログラム。取自<http://scfdb.tokyo.jst.go.jp/pdf/20041470/2008/200414702008rr.pdf>
- 展示会産業統計整備コンソーシアム（2009）。展示会産業統計の実態把握・整備に関する調査。取自http://www.service-js.jp/cms/news_attach/service_statistics_report_2009fy.pdf
- 財団法人デジタルコンテンツ協会（2008）。デジタルコンテンツの市場規模とコンテンツ産業の構造変化に関する調査研究報告書。取自http://www.dcaj.org/report/2007/data/de08_01.pdf
- 財団法人デジタルコンテンツ協会（2011）。デジタルコンテンツ白書2011。東京：作者。
- 清水勲（1999）。図説一漫画の歴史。東京：河出書房新社。
- 麻倉怜士（2003）。久多良木健のプレステ革命。東京：ワック出版社。
- 陸川和男、西岡直實（編著）（2006）。キャラクターマーケティング。東京：日本能率協会マネジメントセンター。
- 野村総合研究所オタク市場予測チーム（2005）。オタク市場の研究。東京：東洋経済新報社。
- 菅谷実、中村清（2002）。映像コンテンツ産業論。東京：丸善。
- 森永卓郎（2005）。萌え経済学。東京：講談社。
- 逸見啓、大西勝明（1997）。任天堂・セガエンターテインメント産業の躍進と大競争。東京：大月書店。
- 新井範子、福山敏彦、山川悟（2004）。コンテンツマーケティング。東京：同文館。
- 新宅純二郎（2003）。ベンチャー企業によるソフト市場の発展。載於新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編），ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略（頁97-115）。東京：東洋経済新報社。
- 新宅純二郎、田中辰雄、生稻史彦（2000）。家庭用ビデオゲーム開発企業に関する実態調査ー製品戦略、製品開発、人的資源管理における3つの企業類型ー。取自<http://www.e.u-tokyo.ac.jp/~shintaku/TVGAME/200003>

pdf

- 新宅純二郎、田中辰雄、柳川範之（編）（2003）。ゲーム産業の経済分析：コンテンツ産業発展の構造と戦略。東京：東洋経済新報社。
- 電通（2012）。Dentsu Annual Report 2012。取自<http://www.dentsu.co.jp/ir/data/annual/2012/aboutus/md/index.html#S3>
- 篠宮亜紀（1998）。二十分で分かる！コスプレの超常識。載於別冊宝島編集部（編著），別冊宝島358—私をコミケにつれてって！（頁55-58）。東京：宝島社。
- 橘寛基（2006）。図解入門業界研究：最新ゲーム業界の動向とカラクリがよ〜くわかる本。東京：秀和システム。
- 難波功士（2006）。サブカルチャー概念の現状をめぐって。社会学部紀要，101，161-168。
- 瀬沼文彰（2007）。キャラ論。東京：STUDIO CELLO。
- 櫻井敬三、近藤正幸（2006）。技術革新を伴う新製品のFuzzy Front Endにおける創造的マネジメント。研究・技術計画学会年次学術大会講演要旨集，21（2），1045-1048。
- McGray, D. (2003)。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（神山京子，譯）。中央公論，5月号，130-140。

三、英文部分

- Aaker, D. A. (1994). *Strategic market management*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167.
- Aoyama, Y., & Izushi, H. (2003). Hardware gimmick or cultural innovation? Technological, cultural, and social foundations of the Japanese video game industry. *Research Policy*, 32(3), 423-444.
- Belson, K., & Bremner, B. (2003). *Hello Kitty: The remarkable story of Sanrio and the billion dollar feline phenomenon*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Bennett, A. (2000). *Popular music and youth culture: Music, identity and place*. Macmillan, Mexico: Palgrave.

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). London, UK: Routledge & Kegan Paul. (Original work published 1979)
- Bourdieu, P. (1986). The form of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York, NY: Greenwood Press.
- Brown, R. T. (1989). Creativity: What are we to measure? In J. A. Glover, R. R. Ronning, & C. R. Reynolds (Eds.), *Handbook of creativity* (pp. 3-32). New York, NY: Plenum Press.
- Campbell, C. (1987). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
- Community Research and Development Information Service. (1996). *INFO2000*. Retrieved from <http://www.echo.lu/info2000/en/infowwwc.html#strategy>
- Craik, J., McAllister, L., & Davis, G. (2003). Paradoxes and contradictions in government approaches to contemporary culture policy: An Australian perspective. *The International Journal of Cultural Policy*, 9(1), 17-33.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Cusumano, M. A., & Selby, R. W. (1995). *Microsoft secrets: How the world's most powerful software company creates technology, shapes markets, and manages people*. New York, NY: Free Press.
- Darwin, C. (1904). *Expression of the emotions in man and animals*. London, UK: J. Murray.
- Denzin, N. K. (1984). *On understanding emotion*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dujarric, R., & Hagi, A. (2009). Capitalizing on innovation: The case of Japan. *Working Paper of Harvard Business School*, 09-114. Retrieved from <http://www.hbs.edu/research/pdf/09-114.pdf>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*, London, UK: Heinemann.
- Dye, T. R. (1996) *Power and society: An introduction to the social sciences*. Belmont, CA: Wadsworth.

- European Commission. (1997). Green paper on the convergence of the telecommunications, media and information technology sectors, and the implications for regulation towards an information society approach. *Green Paper on the Regulation Implications*. Brussel, Belgium: European Commission.
- Flacks, R. (1971). *Youth and social change*. New York, NY: Rand McNally & Co.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Goleman, D. (2007). *Social intelligence: The new science of human relationships*. New York, NY: Bantam Dell Pub Group.
- Gombrich, E. H. (1961). *Art and illusion: A study in the psychology of pictorial representation*. New York, NY: Bollingen Foundation.
- Gordon, M. (1947). The concept of the subculture and its application. *Social Forces*, 26, 40-42.
- Grossberg, L. (1992). Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 50-68). London, UK: Routledge.
- Harrington, D. M. (1990). The ecology of human creativity: A psychological perspective. In M. A. Runco & R. S. Albert (Eds.), *Theories of creativity* (pp. 143-169). New York, NY: Newbury Park, Cal.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2003). *Consumer behavior: building marketing strategy*. Boston, MA: McGraw-Hill College.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. London, UK: Methuen.
- Hills, M. (2002). *Fan culture*. London, UK: Routledge.
- Holt, K. (1988). The role of the user in product innovation. *Technovation*, 12(5), 53-56.
- Iwada, S. (2005). *The heart of a gamer*. Retrieved from <http://cube.ign.com/articles/595/595089p1.html>
- Jezewski, M. A. (1990). Culture brokering in migrant farmworker health care. *Western Journal of Nursing Research*, 12(4), 497-513.
- Jezewski, M. A., & Sotnik, P. (2001). *Culture brokering: Providing culturally competent rehabilitation services to foreign-born persons*. Retrieved from

<http://cirrie.buffalo.edu/cbrokering.html>

- Kelner, D. (1995). *Media culture*. London, UK: Routledge.
- Kohashi, R., & Kagono, T. (1995). *The exchanges and development of images: A study of the Japanese video game industry*. Kobe, Japan: Graduate School of Business Administration, Kobe University.
- Kohashi, R., & Kurokawa, S. (2005). New product development and creativity management in Japanese video gaming software firms. *International Journal of Technology Management*, 30(3&4), 365-388.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lawton, R. (1989). *The rise and fall of great cities: Aspects of urbanization in the western world*. London, UK: Belhaven Press.
- Layard, R. (2006). *Happiness: Lessons from a new science*. London, UK: Penguin Books.
- Levitt, T. (1996). Innovation imitation. *Harvard Business Review*, Sep.-Oct., 63-70.
- Massumi, B. (1996). The autonomy of affect. In P. Patton (Ed.), *Deleuze: A critical reader* (pp. 217-239). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Mcfee, J. K. (1961). *Preparation for art*. San Francisco, CA: Wadsworth.
- McGray, D. (2002). Japan's gross national cool. *Foreign Policy*, May/June, 44-54.
- McLuhan, E., & Zingrone, F. (Eds.). (1995). *Essential McLuhan*. London, UK: Routledge.
- McLuhan, M. (1962). *The gutenbergalaxy: The making of typographic man*. London, UK: Routledge & Kegan Paul.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York, NY: New American Library.
- Napier, S. J. (2005). *ANIME from Akira to howl's moving castle: Experiencing contemporary Japanese animation*. Macmillan, Mexico: Palgrave.
- Niskanen, E., Kakeo, Y., Petkovic, S., & Severns, K. (2010). *Japanese-Baltic sea region film co-production: Japanese views*. Helsinki, Finland: ETLA.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nation*. New York, NY: Free Press.

- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London, UK: Sage.
- Rosenau, M. D. (2000). *Successful product development*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands*. New York, NY: Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (R. Opie, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press. (Original work published 1911)
- Sherry, J. F., Jr. (1986). The cultural perspective in consumer research. *Advances in Consumer Research*, 13, 573-575.
- Short, J. A., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Simmel, G. (1957). Fashion. *American Journal of Society*, 62(6), 541-558.
- Smith, G. R., Herbein, W. C., & Morris, R. C. (1999). Front-end innovation at alliedsignal and alcoa. *Research Technology Management*, 42(5), 15-24.
- Stenberg, L. (1975). *Other criteria: Confrontations with twentieth-century art*. London, UK: Oxford University Press.
- Thomson, K. (2000). *Emotion capital: Maximizing the intangible assets at the heart of band and business success*. London, UK: Capstone.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Thurow, L. C. (2000). Globalization: The product of a knowledge-based economy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 570, 19-31.
- Urabe, K. (1988). *Innovation and management: International comparisons*. New York, NY: Walet de Gruyter & Co Press.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class: An economic study in the evolution of institutions*. New York, NY: Macmillan.
- Wallace, C., & Kovacheva, S. (1996). Youth cultures and consumption in Eastern and Western Europe. *Youth & Society*, 28(2), 189-214.

- Williams, R. (1963). *Culture and society*. New York, NY: Columbia University Press.
- Winnicott, D. W. (1971). *Playing and reality*. London, UK: Penguin Books.
- Yano, C. R. (2004). Kitty litter: Japanese cute at home and abroad. In J. Goldstein, D. Buckingham, & G. Brougère (Eds.), *Toy, game, and media* (pp. 55-71). Mahway, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.