

# 日本ブランド戦略の推進（案） の概要

- 魅力ある日本を世界に発信 -

2005年2月  
知的財産戦略本部  
コンテンツ専門調査会  
日本ブランド・ワーキンググループ

# 1. 基本的方向 (日本の良さを世界に伝える)

## (1) 21世紀は文化力の時代

**日本の文化力**

独創性、伝統、自然との調和  
(安全、安心、清潔、高品質)

経済力

日本ブランドの確立

世界から愛され、  
尊敬される日本

## (2) 我が国の優れたライフスタイルを活かしたブランドづくり

〈例〉

食

日本食は健康指向で海外でも人気。その料理方法はフランス料理にも影響。

地域ブランド

おいしい日本の果物や野菜は、アジア各地で人気が高い。伝統工芸品の技術や品質は世界に通じる。

ファッション

日本の技術を活かした素材やデザインは海外で評価が高い。ストリートファッションも世界から注目。

**民間の自由な競争がカギ**

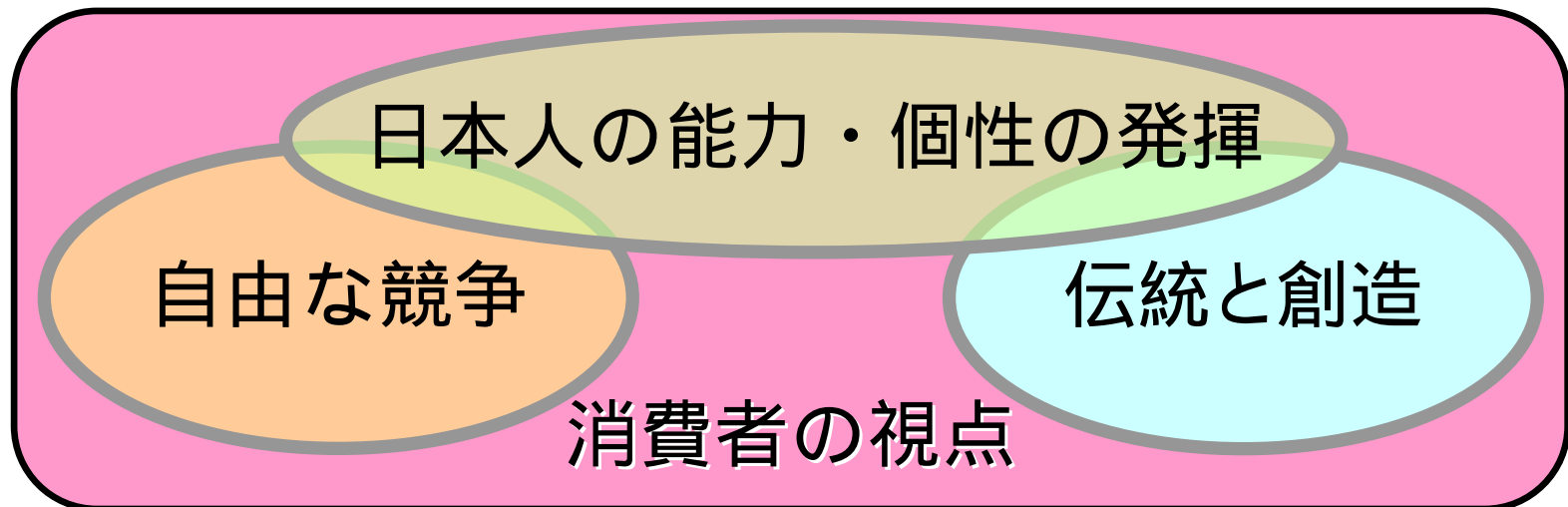
### (3)日本ブランド構築のための課題

日本の文化を活かしたライフスタイルの振興が求められている

ライフスタイルビジネスにおいて、民間が海外に積極的に展開することが求められている

戦略的な情報発信で、日本ブランドのイメージの確立が求められている

### (4)日本ブランド構築のための基本理念



## 2. 日本の魅力向上のための具体策

### 魅力ある日本をつくるための3つの目標と12の提言

目標1  
豊かな食文化を  
醸成する

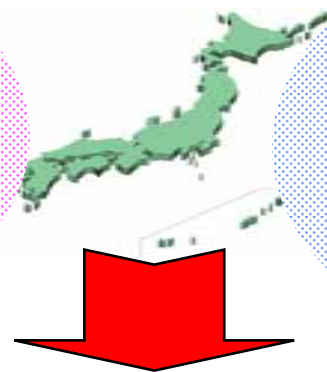
食育の推進  
日本食の海外展開

目標2  
多様で信頼できる  
地域ブランドを  
確立する

地域ブランドの商標権を  
取りやすくする

目標3  
魅力あるファッション  
を創造する

日本の技術を活かした素材  
とデザインの連携



日本ブランドの戦略的な発信

在外公館、国際空港等を通じ積極的に発信

政府の公式行事における正装奨励、日本食の提供