

2007年3月8日  
コンテンツ専門調査会  
委員 阿久津 聡

第9回コンテンツ専門調査会  
日本ブランドの発信とマネジメントについて

第7回コンテンツ専門調査会において、「日本ブランド構築に向けての問題意識と提案」と題して、日本ブランドの認知度・イメージの定期的観測の実施、日本ブランドを調査・分析する研究機関の設置、国家広報組織（タスクフォース）の設置の3点を提案させていただきました。

これらの提案をベースに、今回の資料「日本ブランド（食、地域ブランド、ファッション）に係る課題について」の「IV.日本ブランドの発信」で提起された〈今後の課題〉を受けて、より具体的な提案・意見を以下に述べさせていただきたいと思います。

「日本ブランド」ポータルサイトの立ち上げ

今後の課題として指摘されている(1)「分野横断的な取組の推進」をしていくためにも、また(2)「日本ブランドに関する実態把握」をしていくためにも「日本ブランド」ポータルサイトの立ち上げが有効だと考えます。

ポータルサイトの運営は国家広報組織とその事務局（候補としては内閣官房等）が責任をもち、日本ブランドを調査・分析する研究機関と連携しながら、食文化、地域ブランド、ファッションの振興に係るさまざまな取組主体をはじめ、コンテンツ大国の実現を目指す取組主体、在外公館やJETROなど海外にネットワークを持つ政府関係機関、民間企業等の民間組織、諸官庁・自治体、大学等教育機関、広く日本国民、諸外国政府、世界中の人々、その他から提供してもらった情報を整理・体系化し、独自コンテンツやリンクを充実・更新させながら使い易い形で利用者に情報を活用してもらうことを目指します。（添付の**概念図**を参照のこと。）在外公館や海外進出企業など、日本ブランドを発信しようとする主体に対して、それを支援するコンテンツやツールを、ポータルを通して提供していきます。

ポータルを活用することによって、日本ブランドに係るさまざまな取組を簡単に概観することができるため、日本ブランドに関する実態把握が容易になります。また、異なる分野でどのような取組がなされているかについての最新情報が入ってくるため、分野横断的な取組も推進されるものと思われれます。

日本ブランドに関する実態把握のためには、提供される情報を整理・体系化して掲載するだけでなく、ブランド価値測定のために日本ブランド研究機関が企画する調査を実施する場として、また在外公館やJETRO等に実施支援をお願いするツールとして、さらにその結果を公開するメディアとして、ポータルを活用できるものと考えます。

# 「日本ブランド」ポータルサイト 概念図

