

日本ブランド戦略の策定に向けての論点

(第3回コンテンツ・日本ブランド専門調査会で出された主な意見)

資料 1

目標

- ◆日本には数多くの魅力が存在しており、日本人自身がその魅力を再認識するとともに、世界に知らせるべきではないか。
- ◆日本のコンテンツ等に対する世界の関心の高さを活かし、海外でのビジネス展開を一層強化するべきではないか。
- ◆どのぐらいの経済効果の創出を目指すのか、そのためにどれだけの費用と時間をかけるかを定量的政策目標として掲げる必要があるのではないか。

アクション

- ◆総花的な支援策ではなく、ポップカルチャー等の日本が強みとする分野に政策資源を集中投下するなど、選択と集中が必要ではないか。
- ◆日本ブランドのコンセプトを明確にし、メッセージを発することが必要ではないか。
- ◆日本の良いイメージ(環境、洗練された高品質)を活用した日本ブランドの一層の訴求が必要ではないか。
- ◆日本ブランドの分野や対象地域を特定し、それぞれに対応した戦略目的を明確にすることが必要ではないか。
- ◆複数の分野が連携した事業を行うことにより、認知度や発信力を高めることができるのではないか。あわせて、各種イベントの時期を集中させることの効果も大きいのではないか。
- ◆ネットを活用した日本ブランドの情報発信を充実させるべきではないか。
- ◆地方公共団体等が行う地域発のブランド発信や観光誘致の政策との連携を図るべきではないか。
- ◆国内外の情報収集や各種調査を行い、効果的な施策立案にいかすべきではないか。(日本ブランドのイメージ、海外で効果のあるメディア、携帯コンテンツが海外で売れない理由など)
- ◆海外のオピニオンリーダーとの人的ネットワークの構築が必要ではないか。

推進体制

- ◆関係省庁の窓口を明らかにするべきではないか。
- ◆海外における日本政府の支援体制を明確にするべきではないか。
- ◆日本ブランドの発信は民間主導で行われるべきであり、国の役割は後方支援にあるべきではないか。
- ◆観光政策との連携が必要ではないか。
- ◆専門調査会と関係省庁連絡会議の合同会議等の開催が必要ではないか。

基盤整備

人材関係

- ◆国民の創造力・表現力を向上させるための若年層向けの活動支援が必要ではないか。
- ◆海外において日本文化の発信を担える日本人の人材育成が不可欠ではないか。
- ◆日本ブランドを学ぶ外国人留学生の受入れの円滑化が必要ではないか。
- ◆海外在住功労者への顕彰が必要ではないか。

知財制度等関係

- ◆海外発信を促進するためには、その前提として、実効性ある違法コンテンツ対策を講じることが不可欠ではないか。
- ◆日本の地名等のブランド(商標)が、海外で適切に保護されるように努めるべきではないか。
- ◆海外におけるコンテンツ規制緩和等必要な措置を行っていくことが必要ではないか。
- ◆コンテンツ流通、ネットビジネスが柔軟に展開しうる知財制度の整備が必要ではないか。
- ◆素材をのせる土台となる「技術」の世界標準化を目指すべきではないか。

その他

- ◆日本ブランドの各分野を体系的に紹介する施設が必要ではないか。
- ◆海外でも流通しやすい国際共同制作を強化すべきではないか(基礎情報の収集と公表、税制優遇措置)。
- ◆翻訳費用などへの財政支援を行うことが効果的ではないか。