

目標 日本ブランド戦略は何を目指すのか？

◆日本ブランド戦略の目的を明確にする。

(例) 対日イメージの向上、日本人自身の理解増進、外国人観光客の増加、コンテンツ等輸出拡大…

◆政策目標を設定する。

アクション

具体的にどのような取組を行うのか？

◆基本的考え方を示す。

(例) 分野横断(多分野連携)、省庁連携、地域別・分野別、選択と集中、時期の集中化、メッセージ…

◆具体的アクションのメニューを示す。

(例)

- アクション1 分野横断的イベントを開催する(国内外)
- アクション2 国際的な大型イベントへの参加を促進する
- アクション3 ネット活用の情報発信を充実する
- アクション4 国際放送による戦略的情報発信を強化する
- アクション5 国内外の人的ネットワークを構築する
- アクション6 日本ブランドの発信強化につながる情報収集・共有の体制を強化する

……

推進体制

どのような体制で進めるのか？

◆継続的な推進及びフォローアップの体制を構築する。

(例) 官民合同のタスクフォース？

◆関係省庁の窓口の明確化を図る。

基盤整備

側面的支援として行うべき課題は何か？

◆日本ブランドの発信を側面的に支援する基盤整備的事項について対応の方向性等を明記する。

(例) 模倣品・海賊版対策、商標問題への対応、財政支援・税制優遇の在り方、人材確保に関する問題…