

# 「日本ブランド戦略」の検討状況について

平成20年12月24日

コンテンツ・日本ブランド専門調査会

会長 久保利 英明

# 検討の経緯・体制

アニメ

マンガ

映画

ゲーム

ドラマ

日本には、優れたライフスタイルから生まれる文化や良質なコンテンツなど、豊かな**ブランド価値創造資源**が存在。  
分野横断的な「**日本ブランド**」の世界への発信によって対日イメージの向上と我が国の産業競争力強化につなげる。

食文化

地域文化

ファッション

伝統文化

知的財産推進計画2008

日本ブランドの確立と世界への発信の強化

- ・分野横断的な「日本ブランド戦略」の構築
- ・関係省庁連携によるアクションプランの策定

2008年度

2009年度

知的財産推進計画2008

コンテンツ・日本ブランド専門調査会

情報収集・共有（関係省庁ヒアリングを実施）

戦略の策定

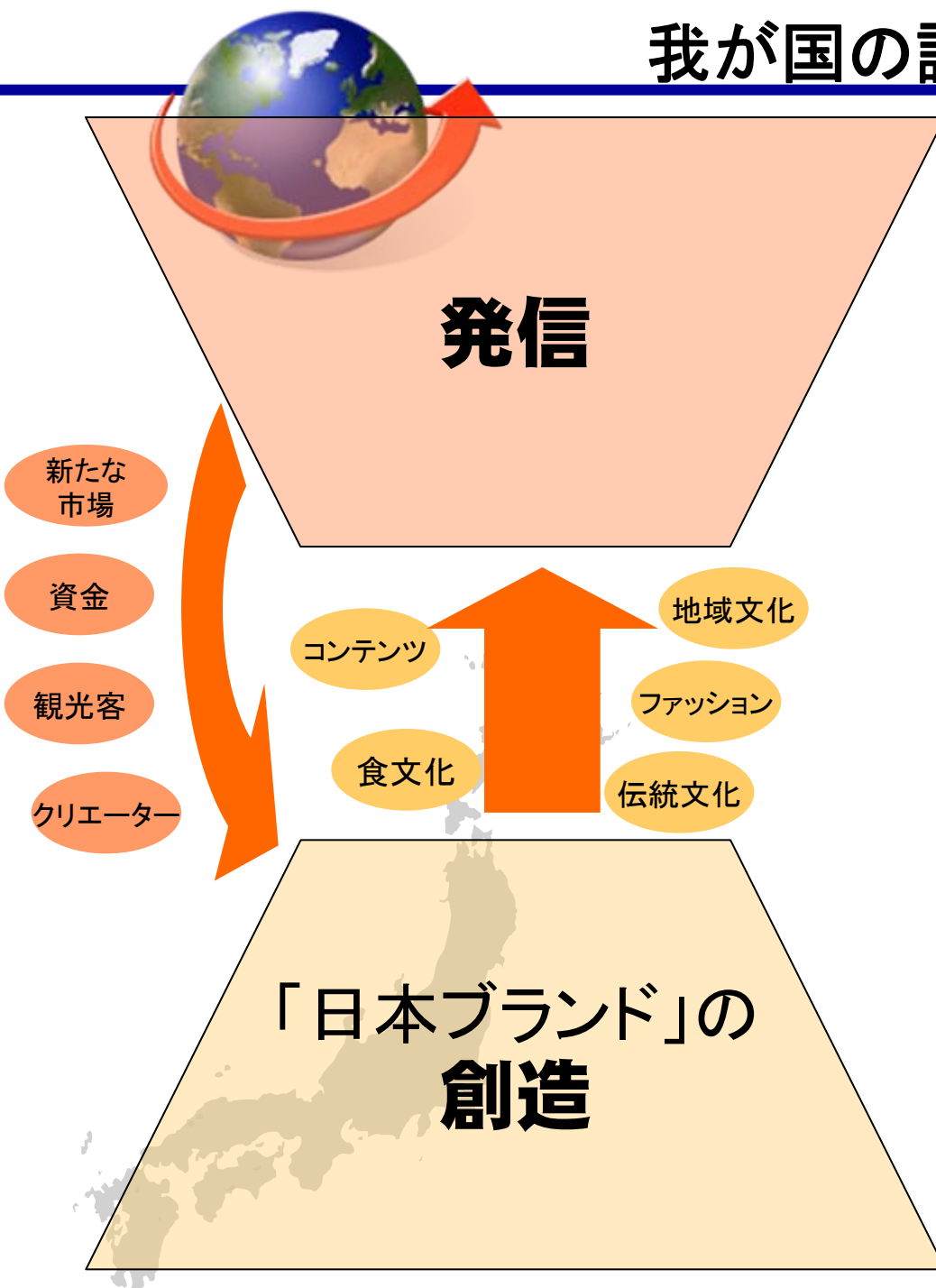
知的財産推進計画2009

アクションプランの策定

関係省庁連絡会議

内閣官房、総務省、外務省、文科省、農水省、経産省、国交省、  
国際交流基金、日本貿易振興機構、国際観光振興機構

# 我が国の課題



- ▲発信力の不足
- ▲情報発信が断片的
- ▲有力地域への浸透不足
- ▲ネットの活用が不十分
- ▲海外向けコンテンツのプロデュース力、宣伝力の不足

- ▲新しいコンテンツ等を創作・海外展開し続けるための人材の不足
- ▲海外の優れたクリエイターの吸引力が脆弱
- ▲コンテンツ産業の伸び率低迷  
(2006年:-0.3%、2007年:+0.3%)

# 「日本ブランド戦略」のイメージ

## 我が国の国際競争力の強化

対日イメージ  
の向上

輸出拡大  
アニメ、マンガ、ゲーム  
日本食・食材、  
ファッション、工業製品、...

幅広い産業  
への波及効果  
観光業、サービス業、農林水産業、  
製造業、...

発信

外へ発信する

情報発信の強化

ファンを増やす

外から呼び込む

映像コンテンツ、ネット、  
海外拠点等の活用

人的ネットワーク構築

国内の発信拠点・イベ  
ントの拡充

創造

魅力あるコンテンツ等の創造

日本ブランド創造産業の振興

雇用創出

コンテンツ産業の振興

食、ファッション、観光  
等産業の振興

地域産業の活性化

日本ブランド創造の土壌づくり

創造性ある人材の育成・確保

創造拠点の整備

創造人材の育成

海外人材の取込み

ブランド戦略の推進体制の整備