

日本ブランド戦略の推進の概要

- 魅力ある日本を世界に発信 -

2005年2月25日
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

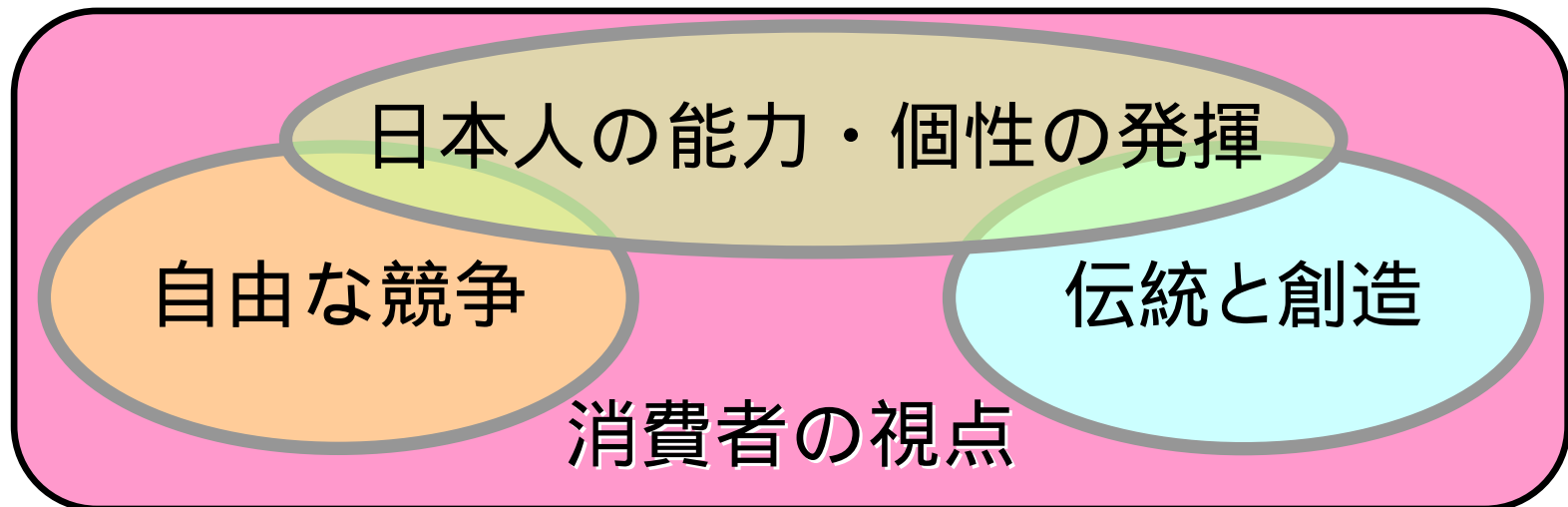
(3)日本ブランド構築のための課題

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

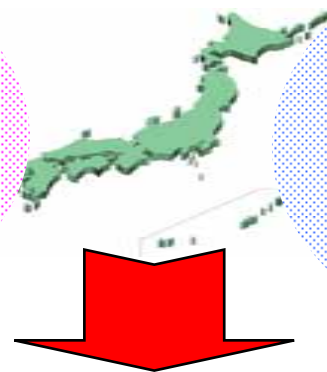
食育の推進
日本食の海外展開

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