

平成 20 年 10 月 22 日

「日本ブランド戦略」策定に向けての検討の視点に関する提言

南場 智子

1. 問題意識

世界的な金融不安、株価低迷、景気低迷の兆し等鑑みるに、「日本ブランド戦略」策定に際しては、以前申し上げたとおり、特に、日本経済および景気の向上という攻めの施策を意識し、より明確に国益を追求していくべきではないかと感じられる。

2. 提言

戦略目的：以下の 2 点に設定しては如何かと申し上げる。

① 日本の経済およびビジネスの発展

日本ブランドの認知度の向上や世界に向けた日本ブランドの国内拠点の形成等を進めていくことは肝要ながら、その施策を行う理由付け、意義付け等をもっと明確にすべきではないか。その一つとして、是非、経済およびビジネス発展の視点を明示的に加えるべきではないかと思料される。

② 「日本ブランド」を橋頭堡としたアジア地域における文化圏の形成

マンガ、アニメ、ゲームおよびファッションなど日本が強みとする大衆文化をアジア諸国に積極的に広げることでアジアのつながりを強化し、ビジネス機会を拡大するだけでなく、アジアの結束・文化圏の形成に積極的に貢献すべきと考える。

「日本ブランド戦略」策定にあたり、こうした観点から諸施策を位置づけ、目的に合致した施策に戦略的に国費を投入すべきではないか。

具体的施策：【資料 5】「日本ブランド戦略のイメージ」の「人のネットワークづくり」における「日本ブランドを広める外国人の育成」については、アジアをはじめとする諸外国の財界・政界・文化界の次世代を担うと思われる優秀な学生を多数、長期滞在型留学生として迎え入れることも考えるべきではないか。特に情報感度が高く、多感で味覚や美意識が形成される高校・大学世代の若者を（これまでの取り組みとは桁違いに多く）受け入れ、日本文化への理解と親しみ、ひいては需要を意識的に醸成することに長期的に取り組むべきと思料される。

表現等においては配慮すべき点が多々あることは認識しておりますが、目的を先鋭化して明確な成果を残すべきとの考えから敢えて申し上げます。

以上