

知的財産推進計画 2008（抜粋）

－世界を睨んだ知財戦略の強化－

第4章 コンテンツをいかした文化創造国家づくり

Ⅱ. 日本の魅力をいかした日本ブランド戦略を進める

1. 日本の魅力の発信とその基盤整備を進める

（1）分野横断的な日本ブランド戦略を構築する

2008年度において、食文化、地域ブランド、ファッション、コンテンツ、伝統文化等の分野横断的な日本ブランドの確立と世界への発信を強化するため、個々の取組を推進するに当たっての共通的な基本コンセプトを明確にするとともに、地域・対象等に応じて重点的に取り組むべき戦略を構築する。

（内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、
農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省）

（2）関係省庁連携によるアクションプランを策定する

2008年度において、「日本ブランドの確立と発信に関する関係省庁連絡会議」を設置し、関係省庁が連携して地域や対象等に応じて取り組むべき重点的な施策をアクションプランとして策定する。

（内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、
農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省）

（3）日本ブランドに関する調査の結果を体系的に整理し活用する

国際交流基金、JETRO、国際観光振興機構（JNTO）等が文化交流、輸出促進、観光立国などのそれぞれの政策に応じて実施している海外における日本のイメージ等に関する調査・情報収集活動について、2008年度に設置する「日本ブランドの確立と発信に関する関係省庁連絡会議」等を通じて、関係者間で共有・活用する体制を強化する。

（内閣官房、総務省、外務省、文部科学省、
農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省）

（４）国内外の拠点を活用した日本ブランドの発信を強化する

在外公館において、日本ブランドの発信に貢献する民間企業等に対し、製品展示会等の催しの開催、相手国政府への仲介、情報提供等により積極的に支援するとともに、日本のアニメ、マンガ等のメディア芸術の国際的な発信拠点の形成を促進するなど、国内外での発信拠点の整備に向けた取組を進める。また、国際空港の免税エリアなど外国人の目に付きやすい場所を活用した日本のブランド製品の販売や各種情報の発信を促進する。

（外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、関係府省）

（５）国内外における日本ブランドを紹介する各種イベントを充実させる

見本市、展示会等の日本ブランドを紹介する各種イベントについて、より効果的に日本ブランドを国内外に発信するため、２００８年度から、関係省庁等が相互に連携してその内容を充実させる。

（総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、
経済産業省、国土交通省、関係府省）

（６）日本ブランドに関する海外向けの情報を充実させる

- i) アニメ、音楽、映画等の映像コンテンツを始め、観光、ファッション、食、工業デザイン等のあらゆる分野において日本の魅力を発信していくため、２００８年度中に開始される外国人向け映像国際放送について、民間参加を促進しつつ、海外の視聴者の拡大を図るとともに、その積極的な活用や必要な支援策について政府や関係団体が一体となった取組を推進する。

（総務省、外務省、関係府省）

- ii) 関係省庁の連携を深めることにより、日本ブランドの情報を海外から容易に入手できるよう、日本に関する情報を海外へ発信しているＷｅｂサイト等の情報を整備し、その内容を一層充実させる。

（総務省、外務省、文部科学省、農林水産省、
経済産業省、国土交通省、関係府省）

（７）外国人観光客やメディアに積極的に発信する

- i) 外国人観光客を対象として、日本の食、地域ブランドや、ファッションなどの日本ブランドを取り入れた観光ツアーやイベントを企画・提案する関係者の取組を支援する。また、官民が取り組む各種イベントについて、海外メディアなどに対する積極的な情報発信を促す。

（外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省）

- ii) 日本の魅力の海外への情報発信等を通じて外国人観光客訪日促進に貢献した

者を「YŌKOSO! JAPAN大使」として任命し、活用する。

(国土交通省)

- iii) ビジット・ジャパン・キャンペーンの一環として外国人観光客向けに行われた「原宿ウォーキングツアー」の取組を参考に地域が自主的に行う同様の取組を支援する。

(経済産業省、国土交通省)

(8) 日本ブランドの海外発信等に貢献した者の顕彰を行う

日本文化の発展や日本ブランドの海外への発信に功績のあった者に関しては、国籍や年齢にとらわれることなく積極的に顕彰する。

(外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、関係府省)

(9) 日本人の感性をいかした日本ブランドを国内外に浸透させる

日本人の感性を活かしたデザインやものづくりなどを推進し、日本ブランドが国内外に浸透するよう「感性価値創造イニシアティブ」に基づき、「感性価値創造フェア」やシンポジウム、イベント等を開催し情報発信に取り組む。

(経済産業省)

2. 豊かな食文化を醸成する

(1) 優れた日本食、食材を生み出す

①世界に通じる食を担う多様な人材を育成する

- i) 2008年度から、食に関する伝統的な学問領域に加え、食文化や経営等の観点を含めた食に関する総合的な学問の体系化及びそれらを学べる大学等の教育体制の充実に向けた取組を促す。

(文部科学省、農林水産省、経済産業省)

- ii) 料理人の資質の向上を図るため、調理師専門学校と大学や料理業界との連携、専門調理師・調理技能士の育成など、民間の取組を支援する。

(厚生労働省、農林水産省)

②外国人シェフを対象とした実務研修の充実を図る

海外の著名なシェフや若手シェフに日本食の調理方法や食材に関する知識を普及させるため、外国人シェフの日本料理店等における実務研修、料理人団体や専門学校が実施する海外の料理学校との連携などの自主的な取組を支援する。

(外務省、文部科学省、農林水産省)

（２）安心・安全な日本食、食材への信頼の向上を図る

①海外における日本食レストランの信頼の向上を支援する

世界のより多くの人々が信頼できる日本食を楽しめるよう、２００７年３月に策定された「日本食レストラン推奨計画」に基づき、２００８年度から、日本食レストラン海外普及推進機構（ＪＲＯ）等の民間の組織が取り組む日本食・日本産食材に関する普及啓発活動、衛生知識の向上等を目指す教育研修活動や情報提供等の取組を支援する。

（農林水産省）

②日本の農林水産物・食品のブランドを保護する

２００８年度から、農林水産物や食品の輸出に取り組む農業者、関連団体、海外で事業展開をする食品企業等に対し、海外における日本の農林水産物・食品の偽装表示等の実態及びこれらの問題に対処するための制度、手続、対応方法等に関する情報を提供するとともに、相談窓口における対応、利害関係者の情報共有等の場の設置など、支援を強化する。

（農林水産省、関係府省）

③日本産食材の信頼を高める

国際市場における日本産の農林水産物・食品のブランド化を図り、信頼を高めるため、２００８年度から、日本産果実や和牛の統一的なマークの普及と適切な管理、農産物の生産における工程管理手法の導入等を支援する。

（農林水産省）

（３）優れた日本の食文化を再評価し、国内外への発信を強化する

①海外のオピニオンリーダー等に対する日本食の発信を強化する

効果的に日本食を世界に発信するため、国内や在外公館等で行われるイベント等の様々な機会を捉え、海外のオピニオンリーダー等に対し、旬の高品質な日本食、食材等を提供する。また、関係機関及び省庁が連携し、他分野のイベントと組み合わせた日本食のプロモーションを行う。

（外務省、農林水産省、経済産業省、国土交通省）

②日本の農林水産物・食品の輸出を拡大する

- i) 我が国農林水産物等の輸出額を２０１３年までに１兆円規模にするという目標の実現に向け、２００７年５月に策定した「我が国農林水産物・食品の総合的な輸出戦略」の下、検疫協議の加速化等の輸出環境の整備、品目別の戦略的な輸出促進等、官民が連携して総合的な輸出戦略を実行する。また、日本産酒

類について、輸出に必要な手続や諸外国の規制等に係る情報提供を行う。

(外務省、財務省、農林水産省)

- ii) 食品産業の海外展開を促進するため、2008年度において、海外展開における課題等を調査・分析し、海外展開支援マニュアルを作成するとともに、東アジア主要都市に設置した協議会を通じ、投資促進に資する情報の収集と共有化、海外現地法人の人材育成等を支援する。

(外務省、農林水産省)

③国民運動として食育を推進する

日本の優れた食文化を再評価し、活用していくため「食育推進基本計画」に従い、伝統ある優れた食文化の継承等に配慮し、6月の「食育月間」や毎月19日の「食育の日」を中心とする広報啓発活動、学校給食における郷土料理の積極的な活用、地域の食文化の発信、地産地消の推進など国民運動として食育を推進する。

(内閣府、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、関係府省)

(4) 食文化に関する民間主体の取組を促進する

「食文化研究推進懇談会」等の民間の主体的な活動による日本の食文化の評価及び国内外への普及に向けた取組について、その成果や知見を積極的に政策に反映する。

(内閣官房、外務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、関係府省)

3. 多様で信頼できる地域ブランドを確立する

(1) 地域ブランドの創出を支援する

①地域資源を活用した新商品、新サービスを創出する（再掲）

地域資源を活用した新商品・新サービスを創出し、真に力のある地域ブランドとするため、2008年度から、試作品開発等への支援や企画から販売までの一貫した取組に対してきめ細やかなアドバイスを行う専門家の招へい、品質・名称管理等、各地のブランド化への取組に対して支援を行う。

(農林水産省、経済産業省)

②地域ブランドを支える関係者間の連携や交流を促進する

農林水産物・食品を対象とする地域ブランドについて、2008年度から、民間の有識者や地域ブランドの取組主体、支援者・支援団体等が集まる「食と農林

水産業の地域ブランド協議会」の活動を通じ、地域ブランドを生産する者とブランド化や販売等を支援する者の連携を促進する。

(農林水産省)

(2) 消費者に対する地域ブランドの信頼性を確保する

①ブランドの信頼性を確保するための技術基盤を構築する

地域ブランドの信頼性を確保するため、2008年度から、農水産物やその加工品の品種や産地の偽装等を判別するDNAや微量元素を利用した識別技術の開発及び実用化を進める。また、消費者の望む生産情報を簡易に提供できるツールの活用を推進する。

(農林水産省)

②ブランド管理を担う関係者に対する普及・啓発を推進する

i) 消費者の信頼を裏切らない継続的なブランド管理を実施するため、地域ブランドに取り組む関係者に対する普及・啓発のためのセミナーの開催やアドバイザーの派遣等を行う。

(農林水産省)

ii) 地域団体商標制度、加工食品を対象とした「本場の本物」認証、各都道府県が定める認証制度等について、各取組に応じた制度の活用を促進するため、団体等に対する普及・啓発活動を実施する。

(農林水産省、経済産業省)

③地域団体商標制度の活用を促す

関係者が連携・協力して団体等に対する普及・啓発活動を実施し、各種団体が地域団体商標制度を積極的に活用することを促進する。また、2008年度から、同制度の普及促進・発展に貢献した者を顕彰する。

(農林水産省、経済産業省)

(3) 地域ごとのブランド発信の取組を支援する

地域ブランドを国内外へ発信するため、地域ブランドを生産・販売する生産団体や中小企業等による展示会や見本市の開催・出展等への支援を引き続き行うとともに、有識者による講演・シンポジウム等を開催する。

(農林水産省、経済産業省)

4. 日本のファッションを世界ブランドとして確立する

(1) クリエーションを活性化するための環境を整備する

①若手デザイナー等の活躍の場の充実

ファッション業界に強い影響力がある海外の有力なメディアやバイヤーが若手デザイナーによる日本のファッションを目にする機会を充実させるため、2008年度から、「東京発 日本ファッション・ウィーク」において、国内外の有能な若手デザイナーを紹介する「SHINMAI Creator's Project」を実施する。

(経済産業省)

②中小繊維製造事業者を支援する

優れたファッションを支える高い技術を持った日本各地の中小繊維製造事業者を支援するため、「JFWジャパン・クリエーション」において、中小繊維製造事業者とデザイナーのコラボレーションの場の提供を行う。

(経済産業省)

③上質・一流なファッションを担う人材を育成する

大学の学部や大学院などにおけるファッション関連の授業科目の開設やその充実など、大学等による自主的な取組を支援する。

(文部科学省、経済産業省)

④海外人材の日本での教育機会を拡大する

2008年度中に、ファッション分野に関し、設備及び編成に関して各種学校に準ずる教育機関として一定の要件を満たす民間教育機関で学ぼうとする外国人については、「就学」の在留資格が与えられるよう必要な措置を講ずる。

(法務省、文部科学省、厚生労働省、経済産業省)

⑤生地やデザインのアーカイブを整備する

中小企業基盤整備機構における「繊維アーカイブ調査委員会」による「繊維アーカイブ調査研究報告書」(2008年3月)を踏まえ、2008年度中に、生地やデザインのアーカイブのより詳細な調査を行い、過去の貴重なテキスタイル・サンプルの散逸防止に必要となるアーカイブの機能を検討し、結論を得る。

(経済産業省)

⑥デザイン・ブランドの模倣品問題に適切に対処する

日本繊維産業連盟に設置された「知的財産保護推進委員会」等国内の繊維産業団体におけるデザインやブランドの保護強化のための検討体制を活用し、他の先進国の団体との連携やアジア諸国等への働き掛けを強めるよう促す。また、各種セミナーや展示会などの機会を通じ知的財産制度の普及・啓発を図り、企業戦略上重要なデザインやブランドについては国内外で知的財産権を取得するよう促す。

(経済産業省)

(2) プロモーションを強化する

①「東京発 日本ファッション・ウィーク」を世界への発信拠点とする

「東京発 日本ファッション・ウィーク」のブランド価値を向上させ、我が国のファッション情報発信拠点としての地位の確立を図るため、2008年度において、「東京発 日本ファッション・ウィーク」における国内外の広報や一般消費者を対象としたイベントを充実させるとともに、若手の登竜門としての機能を強化し、既に地位が確立しているパリやミラノのコレクションとの差別化を図る。

(経済産業省)

②日本のファッションを世界一流のブランドとして浸透させる

i) 国際交流基金やJETRO等が支援を行う海外展示会等において、日本の優れたテキスタイルやアパレルの出展支援を強化するとともに、これらの取組が若手デザイナーや中小繊維製造事業者等にとって利用しやすいものとなるようその周知のための活動を拡大する。

(外務省、経済産業省)

ii) 日本の優れたデザイナー等が海外においてプロモーション活動等を行う際、海外において発信力のある在外公館を活用することを支援する。

(外務省、経済産業省)