

知的財産推進計画 2006 趣旨抜粋

「日本ブランド」の振興を国家戦略

(政府 知的財産戦略本部 2006年6月8日)

責任者

ブランド、コンテンツ等の知財戦略の策定・実行について統一的な見地に立った経営戦略を推進するため、2006年度から企業における最高知財責任者(CIPO)や知財担当役員の設置を奨励する。(経済産業省)

ライフスタイルをいかした日本ブランド戦略

コンテンツビジネスや、食、地域ブランド及びファッションなどのライフスタイルを観光や文化・外交分野での取組と連携しながら、世界における印象と存在感を向上させて、愛され尊敬される日本となるためには、我が国の文化創造力を一層向上し、自由で活発な交流を進め、海外に伝えることにより、国として魅力ある日本ブランドを確立・強化することが必要である。

ライフスタイルビジネスは民間がその主役を担ってきているが、「日本ブランド」の振興を国家戦略として、今後は、官民の関係者が一体となって自由な競争の阻害要因を取り除き、更なる発展に必要な環境整備や支援に努めていくことが必要である。積極的に海外展開を行い、日本の魅力を戦略的に情報発信することが重要である。

多様で信頼できる地域ブランドの確立

(1) 魅力ある地域ブランドを生成する

地域団体商標制度を活用する

2006年度4月から施行された地域団体商標制度について、2006年度のできるだけ早期に、法施行後の運用実態を踏まえ制度・運用をより明確化するとともに、関係者が連携・協力して、団体等に対する普及・啓発活動を引き続き実施し、地域ブランドの保護の手段として各種団体が同制度を積極的に活用することを促進する。(農林水産省、経済産業省)

優れた地域ブランドをつくる

2006年度も引き続き、生産者の意識喚起や戦略づくりを支援するため、業種間の連携や地域間の交流などを通じたフォーラムの開催やアドバイザーの派遣を実施するとともに、地域の中小企業等が行う開発や高品質化・高付加価値化の取組に対し支援する。また、地域ブランドの掘り起こしを図るため、優れたブランドを顕彰するコンテストを支援する。(農林水産省、経済産業省)

地域ブランドを発信し、大きく展開する

2006年度も引き続き、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、マーケットリサーチ等に対し支援する。(農林水産省、経済産業省)

(2) 地域ブランドに対する消費者の信頼を向上させる

地域ブランドに関する基準を整備・公開する

2006年3月、地域食品について、団体が自主的に、地理的範囲や生産方

法、品質などの基準を作成することを促進するため、地域食品ブランド表示基準を整備したところであり、2006年度も引き続き、各種団体等に対して普及・啓発を図り同基準の積極的な活用を促す。（農林水産省）

外食産業による原産地等の表示を促進する

外食事業者による原材料の原産地表示の取組を促進するため、外食における原産地表示に関するガイドラインについて、2006年度から、マニュアルの策定等普及を強化する。（農林水産省）

景品表示法、JAS法を厳正に運用する

地域ブランドに関し、消費者取引の適正化を図るため、2006年度も引き続き、一般消費者の協力も得て、景品表示法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）を厳正に運用し、不正表示の取締りを進める。（公正取引委員会、農林水産省）

（3）地方公共団体と産地が一体となった情報発信を奨励する

2006年度から、「立ち上がる農山漁村」などの施策を通じて、地方公共団体と産地が連携し知財権を用いて地域を活性化する先進的事例について、全国へ発信する。また、地方公共団体と産地が自主的に連携し、地域ブランドの海外展開の促進や国内外の違法地域ブランドの流通防止などに取り組むことを奨励する。（農林水産省、経済産業省、国土交通省）

日本のファッションを世界ブランドとして確立

（1）世界に情報発信する

東京発日本ファッション・ウィークを抜本的に強化する
ストリートファッションを世界に紹介する

（2）ファッションビジネスの競争力を高める

中・長期的発展戦略を官民で策定する。（経済産業省）
新進デザイナーの事業活動を支援する
つくり手の能力を高め、ビジネスの基盤を強化する

（3）ファッション関係の人材を発掘・育成する

（4）地域の取組を奨励する

地域の特性を踏まえたファッションの振興と良好な景観づくりを促す
高齢化社会に対応したファッションを奨励する

日本の魅力を海外に伝える

（1）文化外交、観光等と連携した情報発信を行う

在外公館や国際空港における発信を強化する

（農林水産省、経済産業省、国土交通省）

外国人観光客に日本のすばらしさを体験してもらう。

（外務省、文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省）

積極的に文化外交を進める

（外務省、文部科学省、関係府省）

優れたライフスタイルを評価し、日本ブランドとして確立

新しい日本ブランド = 新日本様式を推進する

日本の伝統文化に見いだされるデザイン・機能・コンテンツなどを現代生活に合わせて再提言し、新しい日本ブランド（「新日本様式」）として確立することを目的として、商品・コンテンツの選定・表彰、開発・提供等に対する支援、国内外への普及啓発等の活動を、2006年度も引き続き、積極的に奨励する。
（外務省、文部科学省、経済産業省、国土交通省）

我が国の優れた製品を日本ブランドとして確立し発信する

我が国の優れた製品（家具、食器、陶磁器、宝石等）であって、それに見合う世界的評価を確立し得るものについて、2006年度から、業種ごとの選定委員会を設置し、品目ごとに海外における代表的な展示会に出展することなどにより、日本ブランドとして確立するとともに世界に向けて発信するための取組を開始する。
（経済産業省）