

「ジャパン・ブランド（“J-Brand”）」イニシアティブ 構想
～ 21世紀の「日本ブランド」戦略～

平成15年5月
通商政策局

『ジャパン・ブランド (“J-Brand ”) イニシアティブ』の概観

国際経済政策の総動員を通じた我が国経済活性化 ~ 内外一体的な経済政策の実施 ~

『ジャパン・ブランド』の構築 = 日本の売り/強みの明確化

日本の競争力 (産業、技術、人材)

日本の資産 (知的財産、プロダクツ)

日本の伝統・文化

国内経済対策

~ 構造改革を通じた経済活性化 ~

新規産業創出・育成
・サービス産業活性化
・産業再生

『ジャパン・ブランド』
イニシアティブ

国際経済対策

~ 通商政策の多角的アプローチ ~

・WTO
FTA/EPA
・その他

国際知財戦略

国際標準化戦略

戦略的通商政策

等

「ジャパン・ブランド（“J-Brand”）」の構築の基礎

「ジャパン・ブランド（“J-Brand”）」とは？

= 我が国が国際競争上の比較優位を追求して行くことが可能であり、かつ我が国のソフトパワーの向上にもつながりうるもの

「ジャパンブランド」の構築に当たっては、以下の諸要素を総動員していく。

日本の競争力

- 産業（コンテンツ、流通、宅配）
- 技術（ナノテク、モバイル、環境、ロボット）
- 人材（タレント、スポーツ選手、芸術家、科学者）

日本の資産

- 知的財産（特許、ノウハウ、デザイン）
- プロダクツ（工業製品、芸術作品）

日本の伝統・文化

- 伝統（祭り、雅楽、相撲、柔道）
- 文化（和食、着物、茶道・華道、漢字文化）
- 観光資源（富士山、温泉、雪、寺社仏閣）

「ジャパン・ブランド（“J-Brand”）」構築を支える国際経済政策

「ジャパン・ブランド」の構築に当たっては、以下を含む国際経済政策を総動員していく

(1) 国際知財戦略

- ・ 中国に関しては、昨年12月「森下ミッション」後の対中国模倣品・海賊版対策の検討（知的財産戦略本部での検討を含む。）
- ・ WTO / TRIPS協定の戦略的活用

(2) 国際標準化戦略

- ・ 基準認証Uにおいて、昨年6月より、日本発の新技术のグローバル市場での普及を目指した国際標準戦略を検討中。具体的には、日本工業標準調査会（「新時代における規格・認証制度のあり方検討特別委員会」）において、産業競争力強化の観点から国際規格への対応・JISマーク制度のあり方について検討中。トップレベル技術の規格作成と研究開発成果の標準化等。本年6月に報告書を取りまとめ予定。

(3) 戦略的通商政策

- ・ 通商機構部は、WTO紛争処理メカニズムのより戦略的・機動的な活用を目指す。
- ・ 通商政策局を中心として、市場アクセス及びルールメイキングの推進（WTOドーハラウンド・FTA交渉の推進）を一層図る。

等