

「各 BR におけるロゴの開発・使用に関する状況調査」の結果について

【ユネスコ MAB 事務局実施：オンライン調査（2018 年 1 月 19 日～31 日）】

1. 回答数 8 件

2. 回答結果

質問 1 あなたの BR は独自のロゴを保有していますか。

はい	7	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、綾
いいえ	0	
他の国立公園や登録地等と共有	1	屋久島・口永良部島

質問 2 ロゴは著作権によって保護されていますか。

はい	4	みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山
いいえ	4	只見、祖母・傾・大崩、綾、屋久島・口永良部島

質問 3 誰がロゴの管理責任者ですか。

MAB 国内委員会	0	
BR 管理主体	6	只見、みなかみ、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、綾、
協会または団体	1	志賀高原
社会的企業	0	
民間セクター	0	
その他	1	屋久島・口永良部島（JBRN）

質問 4 ロゴの使用に関するガイドラインはありますか。

はい	7	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、屋久島・口永良部島、
いいえ	1	綾

質問 5 ロゴは下記の目的に使用されていますか。（複数回答可）

出版物（本等）	5	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、綾
無料配布の情報誌など（チラシ、パンフレット、ポスター、地図等）	6	只見、みなかみ、志賀高原、白山、祖母・傾・大崩、綾
ウェブサイト、ソーシャルメディア、申込書等	7	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、屋久島・口永良部島

BRに関する文書類	5	綾、只見、南アルプス、白山、志賀高原
銘板、旗、バナー	6	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、綾
道路標識	6	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、 祖母・傾・大崩、綾
特別なイベントのための宣伝用 (Tシャツ、カバン、傘、文房具等)	5	みなかみ、志賀高原、南アルプス、祖母・傾・大崩、綾、
商業的製品、サービス	2	みなかみ、志賀高原
その他	1	志賀高原（農産物出荷者箱への印刷）

質問6 商業的製品やサービスのための特別なラベル（※1）はありますか。

はい	1	只見
いいえ	7	みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、 祖母・傾・大崩、綾、屋久島・口永良部島
いいえ、既存のラベルを促進 (フェアトレード、有機認証、等)	0	

（※1）ラベル

商品やサービスに張り付けられている印字された情報のことを指し、消費者もしくは使用者に対して、商品やサービスの分類情報を伝達します。

質問7 （ラベルを保有している場合）、誰が管理責任者ですか。

協会または団体	1	只見
---------	---	----

質問8 ラベルの使用に関するガイドラインはありますか。

はい	1	只見
いいえ、まだありません	7	みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、綾、 屋久島・口永良部島

質問9 BRのビジョン・ステートメント（※2）はありますか。

はい	1	志賀高原
いいえ	6	只見、みなかみ、南アルプス、祖母・傾・大崩、綾、 屋久島・口永良部島
その他	1	白山（検討中）

(※2) ビジョン・ステートメント

ビジョン・ステートメントは、あなたたちがどのような場所でありたいのかについて概略し、あなたの仕事の目的及び価値の両方について伝えるものです。ビジョン・ステートメントは、単に組織の将来を描くのではなく、組織が変化をもたらしたい産業や社会の将来についても説明します。

質問10 BRのミッション・ステートメント(※3)はありますか。

はい	1	志賀高原
いいえ	6	只見、みなかみ、南アルプス、祖母・傾・大崩、綾、屋久島
その他	1	白山(検討予定)

(※3) ミッション・ステートメント

ミッション・ステートメントは、どのように、自分たちのあるべき姿に到達するのかについて説明するものです。顧客ニーズやチームの価値に関連する目的や主要な目標を定義します。

質問11 ロゴ、ラベル、ビジョン、ミッションなどと連結したブランド化戦略はありますか。

はい	0	
いいえ	8	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、綾、屋久島

質問12 もし共通ロゴ、ラベル、ビジョン、ミッションなどを伴う国際的なブランドがあった場合、あなたのBRにとって役立ちますか。

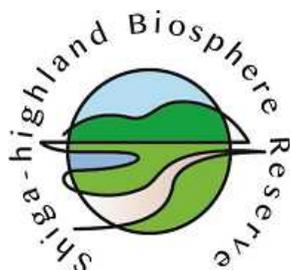
はい	8	只見、みなかみ、志賀高原、南アルプス、白山、祖母・傾・大崩、綾、屋久島、
いいえ	0	

質問13 国際的なBRブランドのロゴやラベル制度などを採用した場合、あなたのBRにとってどのような利益があると思いますか。(複数回答可)

コストの削減(宣伝コスト、ブランドの設立コスト等)	0	
BRの信頼性の向上	5	只見、みなかみ、南アルプス、白山、屋久島・口永良部島
WNBRへの所属意識の強化	5	みなかみ、志賀高原、南アルプス、祖母・傾・大崩、綾、

各ユネスコエコパークの独自ロゴマーク一覧

【志賀高原BR】



【白山BR】



【大台ヶ原・大峯山・大杉谷BR】



【綾BR】



【只見BR】



【南アルプスBR】



【祖母・傾・大崩BR】



【みなかみBR】



※屋久島・口永良部島BRについては独自のロゴマークなし

<ユネスコから付与されるロゴマーク>

【MAB計画分科会
(日本MAB国内委員会)】



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



Japanese National Committee
for the Man and the Biosphere Programme
ユネスコエコパーク

【各ユネスコエコパーク】
(例:みなかみBR)



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization



Minakami
Biosphere Reserve since 2017
Man and the Biosphere Programme
ユネスコエコパーク

参考:JBRNのロゴマーク



日本ユネスコ
エコパーク
ネットワーク
Japanese
Biosphere Reserves
Network

Current status of the development of the Biosphere Reserve brand identity at the local level

The Lima Action Plan endorsed by the 4th World Congress of Biosphere Reserves and adopted by the 28th session of the International Co-ordinating Council (ICC) of the Man and the Biosphere (MAB) Programme on 19 March 2016 gives responsibility to the MAB Secretariat and National Committees to conduct an analysis of the development of a Global Biosphere Reserve logo/label and elaborate guidelines for its use. This is in part in preparation for application of the biosphere reserve brand on products and services – 'labelling' – to allow the Biosphere Reserve logo/label to be used in the marketing of goods and services (C7.2). The analysis and guidelines are to be completed by the end of 2018 with an official launch of the guidelines.

In connection with the development of the communication strategy and action plan to be adopted by the MAB Council in 2018 (Action D2.1), and as an activity of the 'Biosphere Reserves as a Tool for Coastal and Island Management in the South-East Pacific Region (BRESEP)' project, financed by the Government of Flanders, this questionnaire is part of the global effort to establish a Global Biosphere Reserve logo/label (Actions C7.1, C7.2, C8.1 of the Lima Action Plan for UNESCO's Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves (2016-2025)). It aims to compile information on the current situation regarding the development of biosphere reserve logos at local and national level, and to review progress made in the use of these logos/labels on marketed products, goods and services through labelling schemes.

Please complete this questionnaire and share your experiences with us. The information collected will be distributed and shared among all those who have participated in the survey and among the World Network of Biosphere Reserves.

Based on this questionnaire and the results of the volunteer pilot sites, the MAB Secretariat will:

- Undertake an analysis to strengthen the global biosphere reserve logo/label in line with the Global Communication Strategy and action plan and guidelines for its use. This objective is in alignment with the draft communication strategy objective 'BELONG: Increasing people's pride of being part of a global network and worldwide solution to help people to commit to the vision and goals of the MAB'. The use of the UNESCO name and logo comes with strict guidance to protect the integrity of the brand. A network-wide labelling system must function in accordance with this restriction. The analysis will set out a creative visual language and partnerships to verify businesses who wish to use the logo/label in association with their products or services.
- Draft associated national guidelines for the use of the global BR logo and identity at local level, based on the experiences and needs of participating countries and volunteer pilots sites (C7.1).
- Develop a platform on its website and make use of social media to share and promote good practices and local initiatives.

We hope that this exchange of experiences and practices will also encourage and inspire other biosphere reserves to develop their local economy in a sustainable way and enhance collaboration among biosphere reserves. A labelling system used by the World Network for products and services will increase both the visibility of biosphere reserves and local pride. (C7.2 Use the brand in products and services in line with national guidelines; C8.1 Encourage joint promotion and marketing of BR products and services among BRs and beyond).

Thank you for your cooperation and time.



*必須

メールアドレス *

メールアドレス

Option 1

What is the name of your biosphere reserve? *

回答を入力

What is your function? *

回答を入力



次へ

1/3 ページ

Google フォームでパスワードを送信しないでください。

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。不正行為の報告 - 利用規約 - 追加規約

Google フォーム



Current status of the development of the Biosphere Reserve brand identity at the local level

*必須

Questionnaire

Does your biosphere reserve have a its own logo? *

Logo/Logotype:

BR brand identity: recognizable and distinctive graphic design, unique symbol, stylized name or other device for identifying your BR.

- Yes (please share your logo with us mab-survey@unesco.org)
- No
- No, but we share one logo with a national park or other designated area which forms part of the BR.
- その他:

Is/are your logo(s) protected by copyright? *

- Yes
- Not yet
- その他:



Who is in charge of management of the logo? *

- MAB National Committee
- Biosphere Reserve Management Committee
- Association or organization
- Social company
- Private sector
- その他:

Do you have guidelines for the use of the logo? *

- Yes (please send us the guidelines or the link to the relevant webpage if these are available to mab-survey@unesco.org)
- Not yet
- その他:



Is your logo being used for any of these purposes?
(multiple choices) *

- Publications (books, etc.)
- Communication materials for free distribution (flyers, brochures, posters, maps, etc.)
- Websites, social media, applications, etc.
- Working documents related to your biosphere reserve
- Plaques, flags, banners
- Road signs
- Promotional products (T-shirts, bags, umbrellas, stationery, etc.) for special events
- Commercial products and services
- その他:

Do you have a specific label(s) for the commercial products and services of your BR? *

Labelling scheme:

This takes the form of printed information affixed to a product or service that communicates to consumers or other users the particular category or classification to which the product or the service belongs.

(Different labelling schemes are used within the WNBR according to the diverse local situations.)

- Yes (please share your logo with us mab-survey@unesco.org)
- No
- No, but we promote the use of existing labels (Fair Trade, BIO, etc.)
- その他:



If yes, who is in charge of the management of the label?

- MAB National Committee
- Biosphere Reserve Management Committee
- Association or organization
- Social company
- Private sector
- その他:

Do you have guidelines for your specific label(s)? *

- Yes (please send the criteria and regulations or the link to the relevant webpage if these are available to mab-survey@unesco.org)
- No
- その他:

Does your BR have a vision statement? *

Vision statement:

A Vision statement outlines WHERE you want to be. Communicates both the purpose and values of your business. Often it describes not just the future of the organization but the future of the industry or society in which the organization hopes to effect change.

- Yes (please send a copy to us @unesco.org)
- No
- その他:



Does your BR have a mission statement? *

Mission statement:

A Mission statement talks about HOW you will get to where you want to be. Defines the purpose and primary objectives related to your customer needs and team values.

- Yes (please send a copy to us mab-survey@unesco.org)
- No
- その他:

Do you have a branding strategy in place combining the logo, label, vision and mission? *

- Yes (please send a copy to us mab-survey@unesco.org)
- No
- その他:

Would a global BR brand with a common logo, label, vision and mission statement be useful for your BR? *

- Yes
- No
- その他:



What benefits do you think your BR could obtain from adopting the global BR brand mark/labelling system? (multiple choices) *

- It would help us to reduce cost (communication costs, brand creation and registration costs)
- It would raise the credibility of the BR
- It would strengthen the sense of belonging to the WNBR
- その他:

2/3 ページ

戻る

次へ

Google フォームでパスワードを送信しないでください。

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。不正行為の報告 - 利用規約 - 追加規約

Google フォーム

