

アジア太平洋地域のユネスコエコ  
パークでエコラベルを活用するた  
めの優良事例



本書で表示や使用されている資料等は、国、領土、市や地域当局の法的地位、あるいはそれら国境や境界の画定に関し、ユネスコが何ら意見を表示するものではありません。本書に含まれる事実関係の選択や述べられている意見は著者のものであり、必ずしもユネスコのものでなく、同機関は責任を負いません。

アジア太平洋地域のユネスコエコパーク<sup>※</sup>でエコラベルを活用するための優良事例

Adhe L. Wulandari Fenesia

Trita Katriana

編集：

Lynda A. Mills

協力：

Ade Bagja Hidayat、チボダスユネスコエコパーク コーディネーター

Barbara Landgraf、Dachmarke Rhön GmbH マネジングディレクター

Beate Blahy、ショルフハイデ=コリーンユネスコエコパーク 管理局広報・メディア・国際業務担当者

Carolina De León García、ラ・パルマユネスコエコパーク グリーン・エコノミー・プログラム 専門家

Kyong-O Moon、韓国干潟世界遺産プロモーション・チーム、事務局長

Lia Rosenberg、西エストニア諸島ユネスコエコパーク ユネスコエコパークコーディネーター、

Lê Thanh Tuyên、カットバユネスコエコパーク長官

Ronja Krebs、ドイツ連邦経済協力開発省融資プロジェクト NABU プロジェクト・コーディネーター及び、アフリカ・プログラム副長（タナ湖ユネスコエコパーク、NABU プロジェクト・コーディネーター）

本書は暫定版であり、2019年3月に開催された第12回、東南アジア生物圏保存地域ネットワーク(SeaBRnet) 会議からのフィードバックを受けてさらに更新される場合があります。

---

<sup>※</sup> ユネスコエコパーク(生物圏保存地域, Biosphere reserve: BR)

表紙のデザインとレイアウト：

Ganni Mulya、ユネスコ・ジャカルタ事務所

印刷：2019年3月 マニラ

## 序文

本書は、アジア太平洋地域の「人間と生物圏」(MAB)国内委員会及びユネスコエコパークから、アジア太平洋でユネスコエコパークの概念を実行に移し、特に国連持続可能な開発目標(SDGs)を実現するための指導を求められたことを受けて、ユネスコ・ジャカルタ事務所が作成したものの一環を成します。

その際、3つの最優先分野が指定されました：持続可能性の実践の場としてユネスコエコパークを管理するための指導；エコラベル・プログラム、特にユネスコエコパークをエコツーリズムの観光地とする認証制度を開発するための指導；ユネスコエコパークの法的地位、特にそのゾーニングに関する指導。

本書「アジア太平洋地域のユネスコエコパークでエコラベルを活用するための優良事例」は、地域のユネスコエコパークのステークホルダーや専門家と全面的な協議を行い作成されました。上記の3つの最優先分野それぞれに対応する文書が発表され、本書はその3つのうちの一つです。それぞれの文書は実際に重要な場所で、つまり地域のユネスコエコパーク内で読んでもらえるよう、対象者、つまりユネスコエコパークの管理者、地域コミュニティ、企業やその他のステークホルダーに読んでもらえるよう、短く、簡潔に書かれています。

3つの文書は、ユネスコエコパークのためのテクニカル・ガイドラインを地域内外のユネスコエコパークの実例や指導を基に作成する継続的なプロセスを補うものです。アジア太平洋地域での活用を想定して作成されたものではありませんが、世界中の「人間と生物圏」(MAB)やユネスコエコパークコミュニティにとっても参考になるものであると確信しています。

3つのガイドラインは、「アジア太平洋の持続可能性のための多様なグローバル環境で相互連結するユネスコエコパーク」(Biosphere Reserves Interconnected in Diverse Global Environments for Sustainability in Asia and the Pacific - BRIDGES)プロジェクトへの日本政府信託基金による支援で作成され、ユネスコの自然科学プログラムへの地域の取り組みに対する過去20年間にわ

たる日本政府の継続的な強固かつ貴重な支援の証でもあります。

本書をさらに良いものにするために皆様のご意見やご提案もぜひお寄せください。これにより、今後、内容をさらに進化、充実させ、地域の「人間と生物圏」(MAB)にとってさらに役立つものにする事ができます。ユネスコエコパークの概念そのものと同様に、本書は対象となるコミュニティによって、常に進化し、形作られる対話の一環という位置づけで提供します。

**Shahbaz Khan**

ユネスコ・ジャカルタ事務所 所長・代表

2019年3月

# 目次

序文	I	
目次	II	
表一覧	III	
囲み一覧	III	
図一覧	III	
<b>1.0</b>	<b>はじめに</b>	<b>7</b>
	1.1 背景	7
	1.2 ユネスコエコパークの認証策定において留意すべき点	10
<b>2.0</b>	<b>ユネスコエコパークでエコラベルを活用することの利点</b>	<b>14</b>
<b>3.0</b>	<b>ユネスコエコパークでエコラベルを策定する</b>	<b>18</b>
	3.1 認証の分類とリスク対効果の評価	18
	3.2 製品及びサービス	28
	3.3 製品及びサービスの基準	34
	3.4 認証評価	40
	3.5 認証の所有と管理	41
	3.6 資金	48
	3.7 ロゴの使用	50
<b>4.0</b>	<b>ユネスコエコパークでのエコツーリズムのためのエコラベル</b>	<b>54</b>
<b>5.0</b>	<b>まとめ</b>	<b>63</b>
	私のユネスコエコパークに最適なラベルはどれ？	65
<b>6.0</b>	<b>参考文献</b>	<b>67</b>

## 表一覧

表 1：認証の分類、利点と課題	19
表 2：認証分類レベル別対象製品・サービス	29
表 3：認証資格	34
表 4：エコラベル制度の評価方法	41
表 5：エコラベル制度の所有と管理	42
表 6：認証のレベル別の費用と会費	49
表 7：ロゴの利用条件と推奨される一般的な使用方針	50

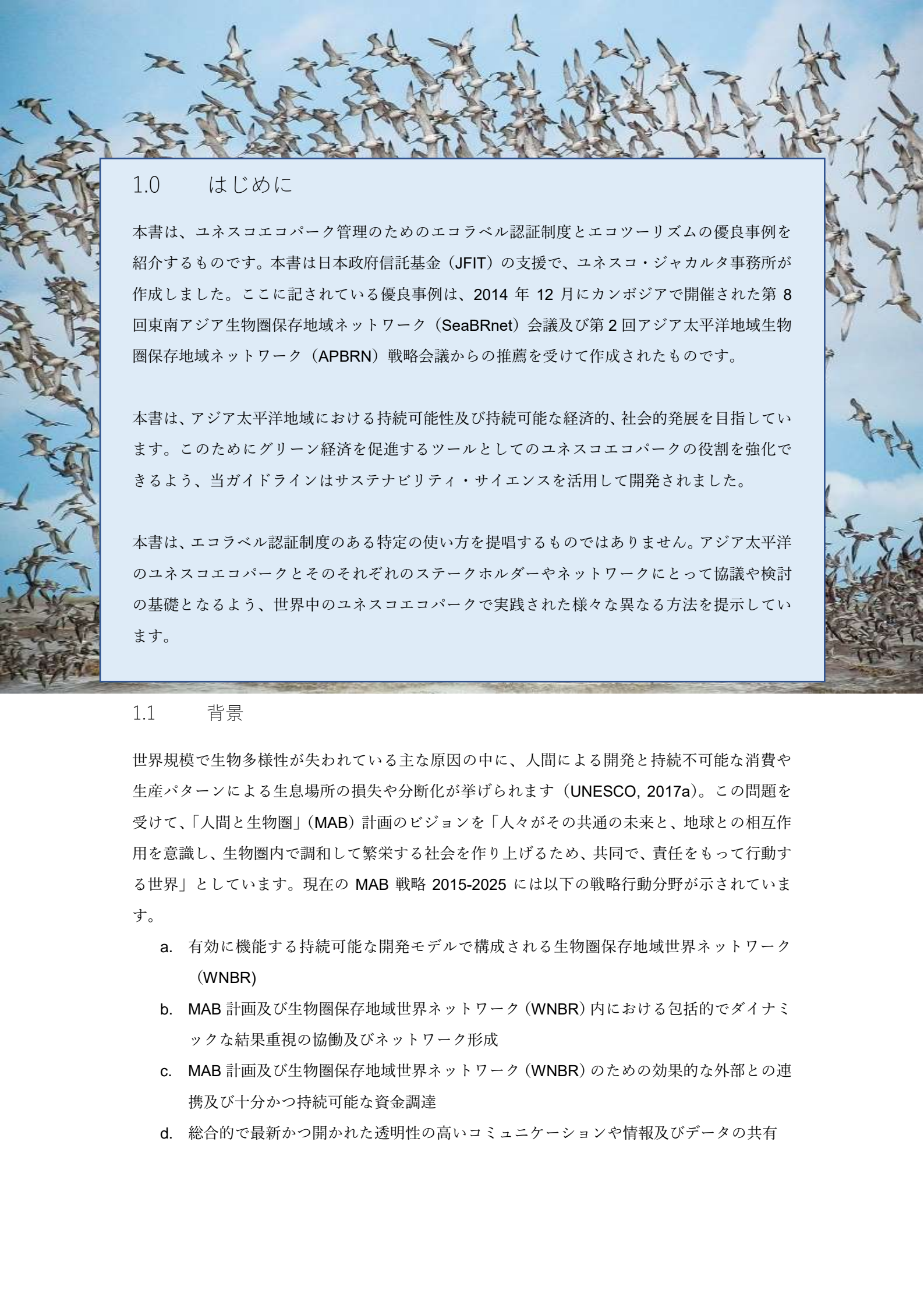
## 囲み一覧

囲み 1：タナ湖ユネスコエコパークでの認証策定における課題	13
囲み 2：ショルフハイデ＝コリーンユネスコエコパークのエコラベル制度の効果	16
囲み 3：ジョージア湾ユネスコエコパークで使われたデスティネーション認証の事例	21
囲み 4：レーンユネスコエコパークにおける目的別エコラベルの活用について	23
囲み 5：西エストニア諸島ユネスコエコパークの幅広い製品・サービス	32
囲み 6：ラ・パルマユネスコエコパークでのグリーン経済イニシアチブの実施	37
囲み 7：シナンダドへ(新安多島海)ユネスコエコパークの認証制度の策定とその課題	39
囲み 8：インドネシアのユネスコエコパークのブランディング戦略	43
囲み 9：カットバユネスコエコパークの多様なステークホルダー	45
囲み 10：チボダスユネスコエコパークにおける持続可能な開発のための地方自治体による支援	47
囲み 11：ラ・パルマユネスコエコパークでのエコツーリズム認証	58
囲み 12：シナンダドへ(新安多島海)ユネスコエコパークでのエコツーリズム認証	60
囲み 13：パラワンユネスコエコパークでのエコツーリズム認証	62

## 図一覧

図 1：エコラベルの認証策定において留意すべき点	11
図 2：エコラベルに「Why」「What」「Who」「Where」「How」の原則を当てはめる	14
図 3：エコラベル認証制度の種類	18
図 4：地元の蜂蜜に貼られているレーン地域の品質認証	26

図 5 : Rhönwiese の商品	28
図 6 : カットバ島のプリンセスホテルで展示されている CBBR 認証	46
図 7 : ジョージア湾ユネスコエコパークのブランドガイドラインの事例	52
図 8 : 観光事業のエコラベル認証プロセスの 6 段階	56
図 9 : BIORE ラベルの付いたエコツーリズムの観光地を宣伝する標識と案内板	60
図 10 : ユネスコエコパークのウェブサイトで紹介されているいくつかの観光の見所	62



## 1.0 はじめに

本書は、ユネスコエコパーク管理のためのエコラベル認証制度とエコツーリズムの優良事例を紹介するものです。本書は日本政府信託基金（JFIT）の支援で、ユネスコ・ジャカルタ事務所が作成しました。ここに記されている優良事例は、2014年12月にカンボジアで開催された第8回東南アジア生物圏保存地域ネットワーク（SeaBRnet）会議及び第2回アジア太平洋地域生物圏保存地域ネットワーク（APBRN）戦略会議からの推薦を受けて作成されたものです。

本書は、アジア太平洋地域における持続可能性及び持続可能な経済的、社会的発展を目指しています。このためにグリーン経済を促進するツールとしてのユネスコエコパークの役割を強化できるように、当ガイドラインはサステナビリティ・サイエンスを活用して開発されました。

本書は、エコラベル認証制度のある特定の使い方を提唱するものではありません。アジア太平洋のユネスコエコパークとそのそれぞれのステークホルダーやネットワークにとって協議や検討の基礎となるよう、世界中のユネスコエコパークで実践された様々な異なる方法を提示しています。

## 1.1 背景

世界規模で生物多様性が失われている主な原因の中に、人間による開発と持続不可能な消費や生産パターンによる生息場所の損失や分断化が挙げられます（UNESCO, 2017a）。この問題を受けて、「人間と生物圏」（MAB）計画のビジョンを「人々がその共通の未来と、地球との相互作用を意識し、生物圏内で調和して繁栄する社会を作り上げるため、共同で、責任をもって行動する世界」としています。現在の MAB 戦略 2015-2025 には以下の戦略行動分野が示されています。

- a. 有効に機能する持続可能な開発モデルで構成される生物圏保存地域世界ネットワーク（WNBR）
- b. MAB 計画及び生物圏保存地域世界ネットワーク（WNBR）内における包括的でダイナミックな結果重視の協働及びネットワーク形成
- c. MAB 計画及び生物圏保存地域世界ネットワーク（WNBR）のための効果的な外部との連携及び十分かつ持続可能な資金調達
- d. 総合的で最新かつ開かれた透明性の高いコミュニケーションや情報及びデータの共有



- e. MAB 計画及び生物圏保存地域世界ネットワーク (WNBR) の、またその内部における効果的なガバナンス

(出典：UNESCO, 2017a)

リマ行動計画 (2016-2025) は、MAB 戦略 2015-2025 を効果的に実施できるよう、ユネスコの MAB 計画とその生物圏保存地域世界ネットワーク (WNBR) を指導するために作成されました。生物圏と調和を保ち繁栄する社会が国連持続可能な開発目標 (SDGs) の実現のために必要であるということと、ユネスコエコパーク内外で持続可能な開発目標のための 2030 年アジェンダの効果的な実行が必要であるということのリマ行動計画では強調しています。ユネスコエコパーク内で開発された持続可能性のモデルを世界に発信することがこの実現につながります (UNESCO, 2017a)。

リマ行動計画では、エコラベル認証制度を「ユネスコエコパーク内のグリーン・持続可能・社会経済的なイニシアチブを発信するためのアウトプット」と説明し、戦略的行動分野 A1:「ユネスコエコパークを持続可能な開発目標 (SDGs) と多国間環境協定 (MEAs) の実施に寄与するモデルとして認識する」に貢献できるとしています (UNESCO, 2017a)。エコラベルとは「機能的に、または競合的に同類の商品に比べて環境への負荷が少ないものに与えられる認証」と定義することができます (Salzman, 1991)。

世界的に通用するユネスコエコパークのロゴまたはブランドを確立するための動き (戦略的行動分野 C7.1, C7.2, C8.1) の一環として、MAB 計画事務局は、地域及び国レベルでのユネスコエコパークのロゴの作成状況に関する情報を把握し、市場に出回っている商品、製品、サービスにおけるロゴを活用したラベル表示システムの進捗を評価するためのアンケートを実施しました (UNESCO, 2018)。アンケート調査には生物圏保存地域世界ネットワーク (WNBR) より合計 261 のユネスコエコパークが参加しました。回答の 53% はヨーロッパと北米、16% はアジア太平洋、15% はラテンアメリカとカリブ、10% はアフリカ、6% はアラブ諸国からのものでした。アンケートの結果、生物圏保存地域世界ネットワーク (WNBR) に参加しているユネスコエコパークが共通のビジョンを共有しながら、それぞれの主な特徴をロゴのデザインに反映できるよう、柔軟なブランド戦略が必要だということが判明しました。ロゴデザインのためのシンプルなガイドラインは、一体感を育むと同時に、個々のブランドの信憑性を高め、マーケティングの予算が限られているユネスコエコパークの広報費用を軽減することができます。ロゴは、生物圏保存地域世界ネットワーク (WNBR) のさまざまなステークホルダーとの協働において、管理チー

ムや地元コミュニティと共にそれぞれのユネスコエコパークの広報のために活用できます。

エコラベルの重要性が認識されたことにより、市場に出ている認証数が急増しました。しかしこれによって、自己認証と第三者認証の見分け方について消費者の間に混乱が生じました (Poncibo, 2007, OECD, 2008)。エコラベルに関する規制不足と消費者の認識が限られていたことが主な原因です。これを受けて、ユネスコエコパーク関連のエコラベルは消費者の混乱を招かないような明確なイメージになるよう、十分な検討がなされた上で策定されることが重要です。

本書は、ユネスコ・ジャカルタ事務所によって作成され、社会、経済、政治的展望が非常に多様であるアジア太平洋地域のユネスコエコパークにおけるエコラベル認証制度を確立しようとするユネスコエコパークの管理者を支援することを目的としています。アジア太平洋地域の次の 24 か国に 147 箇所のユネスコエコパークが存在しています：オーストラリア、カンボジア、中国、インド、インドネシア、イラン・イスラム共和国、日本、カザフスタン、朝鮮民主主義人民共和国 (DPRK)、韓国、キルギス、マレーシア、モルディブ、ミクロネシア連邦、モンゴル、ミャンマー、パキスタン、パラオ、フィリピン、スリランカ、タイ、トルクメニスタン、ウズベキスタン、ベトナム (UNESCO MAB, 2017c)。アジア太平洋のユネスコエコパークは、それぞれの管理に充てられる資源や能力が異なります。地域のそのような状況の違いを調整するため、MAB 計画の管轄下に 4 つの小地域ユネスコエコパークネットワークが設けられました。

- 中国、朝鮮民主主義人民共和国 (DPRK)、日本、モンゴル、韓国、ロシア連邦で構成される東アジア生物圏保存地域ネットワーク (EABRN)
- 6 つの太平洋諸国 (ミクロネシア連邦、キリバス、パラオ、パプアニューギニア、サモア、トンガ) で構成される太平洋人間と生物圏ネットワーク (PacMAB)
- アフガニスタン、バングラデシュ、ブータン、インド、イラン、カザフスタン、モルディブ、ネパール、パキスタン、スリランカで構成される南アジア・中央アジア人間と生物圏ネットワーク (SACAM)
- 東南アジアの 9 か国 (カンボジア、ラオス、インドネシア、マレーシア、ミャンマー、フィリピン、タイ、東ティモール、ベトナム) で構成される東南アジア生物圏保存地域ネットワーク (SeaBRnet)

アジア太平洋のユネスコエコパークは、一般の人々には比較的知られておらず、あまり宣伝されることもありません。ユネスコエコパーク内もしくは近くに住んでいるコミュニティでもその

存在を知らない人がいます (UNESCO Office Jakarta, 2010)。これはアジア太平洋地域のユネスコエコパークをより顕著にする必要があることを示しています。エコラベルやエコツーリズムを活用することで認知度を上げることができます。東南アジア小地域の多くの国でエコツーリズムは実践されていますが、国によってエコラベルはまだ新しい概念であり、認証制度の実施に注力するためにはさらに努力が必要です (UNESCO Office Jakarta, 2015)。

本書に示すガイドラインは、確立された実践例や国際的なエコラベル及び認証制度を参考にし、ユネスコエコパークの管理者や他の使用者が自身のニーズに最適なエコラベル認証制度がどのようなものか判断できるよう、幅広いエンゲージメントの方法を提示しています。

実際には、現在、既存のエコラベルの多くは観光業と関連しています。まさにエコツーリズムの成長と並行してツーリズム関連のエコラベルも増えました。しかしエコツーリズムが増えたことによって認証が増えたのか、逆に認証ができたからエコツーリズムも盛んになったのか、その因果関係を定めるのは難しいことです (Piper and Yeo, 2011)。何といたってもエコツーリズムはエコ商品やサービスへの関心が高い消費者を寄せ付けるので、グリーン商品の需要と供給のバランスを取りたい場合には、エコラベルとエコツーリズムは強い相関関係にあります。したがって、エコラベルを開発する際には、ユネスコエコパークの管理者はエコツーリズム関連の商品を含めて、それぞれのユネスコエコパーク内に存在する全ての関連製品やサービスを検討すべきです。

## 1.2 ユネスコエコパークの認証策定において留意すべき点

それぞれのユネスコエコパークのステークホルダーが、自身のユネスコエコパークに最適な認証制度を選ぶための指導を当優良事例で示しています。生態系の多様性、社会的・文化的習慣、対象市場の特徴や地元のガバナンス制度などといった各ユネスコエコパークの主な特徴を踏まえて、地域の特異性に合わせてユネスコエコパークの管理も適合させる必要があります。

どの認証制度が最適なのか判断する際、ユネスコエコパークの管理者は能力の自己評価をし、主要な目的を定めなければいけません。はじめに、数年間先までの認証制度の維持能力とモニタリング能力の自己評価をします。実現可能な規模の適切な認証制度を設定するために、最初からユネスコエコパークの管理者または運営組織の限界を把握することが非常に重要です。

ユネスコエコパーク関連のエコラベル開発の最初の段階では、エコラベルに対するそれぞれの関心の対象を知り、長期的な支援を得るために、全てのユネスコエコパークステークホルダーの参加が不可欠です。どの認証制度が最適か判断する際には、中長期的なラベルの検証とモニタリングを継続するためのユネスコエコパークの能力も考慮する必要があります。必要な能力を持った当局が存在しないと判明した場合は、新しい機関か協会を立ち上げた方が効果的かどうか、話し合う必要があります。

それぞれのユネスコエコパーク内では幅広い製品やサービスが提供されています。ユネスコエコパークの経済的、環境的、社会的な持続可能性を保証するためには、異なる種類のものにそれぞれに特有の基準や規格が設定される必要があります。したがって、ユネスコエコパークの管理者はそれぞれの能力と、持続可能性の分野で目指していることに応じて、具体的にどのような製品やサービスがエコラベル制度の対象となるのかを慎重に決定していかなければいけません。

製品やサービスの種類が決定した段階で、製造や流通チェーンを途絶させることなくエコラベル基準が適用できるよう、各商品のライフサイクルを見直す必要があります。例えば、ある商品に使われている一つの部品がユネスコエコパーク外から調達されなければいけない場合、地元の原材料の最低使用率を設定する必要があるかもしれません。



図1：エコラベルの認証策定において留意すべき点

もう一つ重要な考慮されるべき事柄は、製品やサービスのターゲット市場です。現在の既存市場及び潜在的な新市場を確認することによって、生産者や事業主は市場の嗜好情報を明確にし、狙

っているターゲットグループに届けるためにはどのような基準を適用すべきかを知ることができます。例えば、ある生産者が多国籍企業をターゲット市場にしている場合、国際基準の認証がその生産者にとっては一番適切かもしれません。

ユネスコエコパーク関連のエコラベル制度は、そのユネスコエコパークの場所に適用されている既存の国内規制や政策を考慮することが理想的です。エコラベルの基準は、ユネスコエコパークの持続可能性を保証するための新たな追加基準を適用しながら、国内の品質基準や既存の認証制度を採用することができます。

どの制度が最も適切か判断する前に、ユネスコエコパークのステークホルダーは、それぞれの制度の利点と課題を理解すると同時に、制度をフルに活用するための自らの能力についても知る必要があります。表 1 に利点や課題のいくつかの例を示しています (19 ページ参照)。

Gallarraga Gallastegui (2002) によると、エコラベルの策定において、次の点を踏まえる必要があります：(i) 必要とされる環境基準のタイプ (高・中・低)；(ii) 最も適切な融資制度；(iii) 消費者の反応；(iv) ラベルのついていない商品の価格や需要への影響 (類似商品の価格や需要及び市場占有率への影響)。

図 1 では、ユネスコエコパークのエコラベル制度を開発する際の主要な留意点をまとめています。これらの留意点はユネスコエコパークの能力と地域性を考慮した上で、どの認証制度が最も適切かを判断する際にも同じように重要です。

以下の質問 (図 2) に答えることによって、ユネスコエコパークの管理者は自身が思い描いている制度と実際の能力との間のギャップを確認することができます。

実際問題として、ユネスコエコパークの認証を策定し適用する前にユネスコエコパークの管理者が予想すべき課題は多くあります。囲み 1 の中にタナ湖ユネスコエコパークからの教訓が記されています。この事例はユネスコエコパークのエコラベル制度を開発する際の規制的支援の重要性を示しています。

## タナ湖ユネスコエコパーク (LTBR)、エチオピア

<http://www.laketana-biosphere.com/>



タナ湖は観光地として知られるようになった農業産地です。そこには約250万の人が暮らしていますが、多くの地元住民はタナ湖地域内にユネスコエコパークがあることを知りません。このような可能性や課題を鑑みて、ドイツの環境保全のための非政府組織 NABU (Naturschutzbund Deutschland) が LTBR の包括的認証を策定し、実施するための幅広い調査を行いました。



LTBR 向けに提案された認証制度は、認証機関と会員制度を含めた包括的な計画です (Worku and Gebey, 2016 参照)。この包括的な認証は、一体感を作り出し、地域の商品の付加価値を生み出すことを目的とし、また、環境に優しい形で製品・サービスの質向上を図っている生産者やサービス提供者が活用できる広報のツールになることを目指しています。しかし、ユネスコエコパークの管理者や地元の企業からは高く評価されたにも関わらず、規制や政策の限界や制約が原因で、認証制度は未だ実施されていません。現政府の政策では、生産者やサービス提供者は商標やラベルを一つの特定の事業のためのみにしか登録できません。これにより、ユネスコエコパークが提案している包括的な認証は、複数のビジネスのいくつもの製品やサービスに適用できることから、法的には実施が不可能です。さらに、新しいエコラベルのための申請は、ユネスコエコパークの管理者や、非政府組織 (NGO) を含めた他の機関はできないようになっています。当制度を実施するためには国の法律を変える必要があり、それには多くの時間と資源が必要です。

現段階では、10 の協同組合や生産者グループが認証制度への参加を希望しています。一つの実産者グループは、基準等は設けられていませんが、すでに商品に、タナ湖ユネスコエコパークのものだと分かるような文章表記を加えています。

認証ラベルの付いた商品のターゲット市場を特定することも重要です。タナ湖ユネスコエコパークの場合、地元住民は地域の製品に対するプライドはありますが、購買力は弱いです。したがって NABU の調査では、ユネスコエコパークの管理者がマーケティングをする際には、観光客をターゲットにすることが推奨されました。

LTBR での経験は、ユネスコエコパークの認証制度を開発するための重要な教訓です。

まず初めに、全ての生産者が基準の制定や制度の実施に参加できるよう整えられた構造を作ることが不可欠です。他には、エコな製品やサービスのために追加代金を支払う意志と資金のあるお客様を特定することも重要です。最後に、エコラベル制度の確立を成功へ導くためには規制による支援が必須となります。

出典：Ronja Krebs 氏とのインタビュー（2018年1月24日）



図2：ユネスコエコパークのエコラベルに「Why」「What」「Who」「Where」「How」の原則を当てはめる

## 2.0 ユネスコエコパークでエコラベルを活用することの利点

持続可能な開発のための国連のアクションプラン、アジェンダ21では、エコラベルとは省資源、省エネ商品を買うことによってより持続可能な消費パターンを採用するよう消費者を促す手段とされています。この発想では、消費者がものを買う際に、より環境に優しい商品を選ぶことでより持続可能な消費につながり環境の持続可能性を支えています (Horne, 2009)。また、商品やサービスの先にも目を向けるようになることで、消費者は、商品のライフサイクルやサービス運

用についてもより意識が高まり、自身の消費生活における選択が環境を害しているかどうかについて自問するようになります。

36 のさまざまな認証制度を見直した Horne (2009) は、エコラベルを使うことによって環境への負の影響を継続的に減らすことができるという結論に至りました<sup>1</sup>。これを示す一つの例として挙げられるのが、ドイツのブルーエンジェルラベルです。基準を厳しくしたことによって、環境への負の影響が減りました（二酸化炭素と窒素酸化物の排出量が減少しました）。しかし、このような排出の減少は、並行して進められていた技術的な進歩の影響も受けていた可能性があります（Eberle and Reuter, 2003, OECD 2005）。したがって、正確にはエコラベルは環境への負荷を減らす役割を担うが、その効果はあまり大きくない可能性があると言えます。

国際持続可能開発研究所（IISD, n.d.）によると、エコラベルは生産者にとっても消費者にとっても利点があります<sup>2</sup>。例えば、消費者が十分な情報を得た上で消費行動の選択ができることや、環境への意識が高い市場の成長や継続的な発展を促すといった利点が挙げられます。さらに、経済協力開発機構（OECD, 2005）が行った調査では、エコラベルによる生産者と消費者の行動への影響についても調べられました。生産者から、エコラベルは環境に関する水準基標を設定する際に活用できるコミュニケーションツールとして認識されていました。エコ商品の需要が増える中、エコラベルを使うことによって生産者は自らの商品の信憑性を証明することができます。同時に、エコラベルがあることによって、生産者が商品の改善を行う際に具体的な目標を設定しやすくなります。消費者の行動に関しては、エコラベルは消費者の環境に対する意識を高める効果があることが調査で分かりました。消費者はエコラベルが付いている商品のために追加代金を支払う意思があることを示す他のいくつかの調査も、上記の調査結果を裏付けています。しかし、「グリーンな商品」を買うことによって環境保護に貢献できるという間違った認識から、時にはエコラベルは消費量の増加につながるという結論を導いた調査もあるということも特筆すべきです。環境という点では、エコラベルは拘束力のある新しい規制の作成を容易にする最初のステップ的役割を担っています。同時に、環境により優しい行動をとるよう消費者を促し、商品開発と製造における新しい基準を設定するものでもあります（OECD, 2005）。

また、エコラベルはある商品の生産地を保証すると同時に持続可能な生産を促進することで、地

---

<sup>1</sup> 「しかし、彼は削減は重要ではなかったとも述べました。」 (Horne, 2009).

<sup>2</sup> Horne, 2009.



域経済を支援します<sup>3</sup>。例えば、ある山岳地帯に住むコミュニティは、農業の豊かな伝統はあるが、経済的には脆弱かもしれません。その山岳地帯の商品を特定の製造元のものとしてラベルに表記することは、そのコミュニティを支援する重要なマーケティングツールになります<sup>4</sup>。要するにエコラベルの利用は、経済、社会、環境、それぞれの分野で、消費者にとっても生産者にとってもさまざまな利点があり、同時にユネスコエコパークの持続可能性を保証するものでもあります。

囲み 2 では、ショルフハイデ＝クリーンユネスコエコパークでエコラベルを使用した際の利点を記しています。エコラベル制度を実施したことで、特に経済の面で、ユネスコエコパークには多くのプラスの効果がありました。

囲み 2：ショルフハイデ＝クリーンユネスコエコパークのエコラベル制度の効果

#### ショルフハイデ＝クリーンユネスコエコパーク、ドイツ

<http://www.schorfheide-chorin-biosphaerenreservat.de/>



ドイツのバルニム郡、ウッカーマルク郡、メルキッシュ＝オーダーラント郡、オーバーハーフェル郡に及ぶショルフハイデ＝クリーンユネスコエコパークは、「Prüfzeichen」という地域ブランドを作りました。地域の歴史的な文化を残しながら、より環境に優しい形でユネスコエコパークと関わりを持てるよう、地元の企業やステークホルダーを支援し、参加企業の収入を増やすことを目的にして、認証制度は 1998 年に制定されました (UNESCO and National Natural Landscapes, 2007; Blahy and Peil, 2010)。

ユネスコエコパークが作成した当ロゴは、地元住民に対しても観光客に対しても、地域の製品やサービスのマーケティングを改良し、地域経済、生態系農業、高品質食品生産者の強化を目指しました。地域の製品やサービスの品質を保証するため、それぞれの特殊性に合わせて異なる基準が開発・適用されました。例えば、蜂蜜は薬品成分、殺虫剤、その他添加物が含まれていないことが一つの基準となりました。

<sup>3</sup> Kinckel and Renting, 2002; Boesch et al 2008; Ghazoul et al 2009.

<sup>4</sup> FAO, 2009; FAO, 2011.

「Prüfzeichen」ラベルは、次の産業で使われています：農業、園芸、養蜂、漁業、食料生産、手工芸品・美術工芸品、美食及び環境に優しい宿泊と持続可能な観光。林産物（国際的な認証も現在進行中です。）と野生生物関連製品のためのより具体的な基準の整備も進められています。同地域認証は、オーガニック農業の **Demeter**（デメター）認証や美食の **Viabono**（ビアボノ）、森林管理協議会（**FSC**）などの既存の制度に既に参加している企業も対象となります。実際には、費用と作業量を減らすため、既存の認証制度とその規制の仕組みがショルフハイデ=コリーンユネスコエコパークで使われています。

地域の認証基準はマーケティングの専門家とユネスコエコパークの代表者で構成される専門家委員会と公認起業家、地域の組合協会と共に開発されました。申請者はエコロジカル協会や農業協会やその他の産業を含めた独立機関、またはユネスコエコパークの管理部門によって審査されます。基準を満たしている生産者やサービス提供者には、半年ごとに認証が与えられます。定期的なモニタリングは年に2度行われ、認証は年会費を支払うことで延長することができます。年会費の額は事業の収入によって決められています。

同認証の使用各社は、認証制度の実施による効果を得ています。2009年に **Popp (Blahy & Peil, 2010)** を参照) が実施した調査によると、開始から11年経った時点で、認証制度のおかげで15~25件の新しい雇用が地域内で創出されました。地元の製品やサービスのイメージが良くなるという効果も、調査では多く確認されました。しかし事業の収入には大きな増加は見られませんでした。「Prüfzeichen」ブランドの効果は、ユーロで表すことはできないと述べるショルフハイデ=コリーンユネスコエコパークの代表者、**Beate Blahy** 氏の発言も、この調査結果と同様のことを示しています。しかしながら、認証ラベルの使用各社の大半は、同製品やサービスをより魅力的にターゲット市場に向けて宣伝できるといったプラスの効果を経験しています。

観光業界では、観光客は地元のブランドや環境に優しいものを求めることが多々確認されています。このようにして「Prüfzeichen」ブランドは、地元の経済活動を支援すると同時に観光市場に新しい占有区分を作ることにもつながりました。認証の実施における主要な課題は継続的なモニタリングを実施しながら、地域の製品やサービスに関する消費者からの定期的なフィードバックを照合するための十分なマンパワーを確保することです。現在の市場のニーズを反映するよう認証の内容を常に更新することも必要です。

出典：Beate Blahy 氏との e メールインタビュー（2018年1月26日）

## 3.0 ユネスコエコパークでエコラベルを策定する

### 3.1 認証の分類とリスク対効果の評価

エコラベル認証は、一般的に 3 つに分類することができます：ユネスコエコパークデスティネーション認証、ユネスコエコパーク品質認証、専門資格認証（図 3 参照）。



図 3：エコラベル認証制度の種類

どの制度がどのユネスコエコパークに適しているのかは、(i) ユネスコエコパークの能力、(ii) 地理的にそのユネスコエコパーク内で手に入る製品やサービスの種類；(iii) 適切な第三者の専門家による国内外の認証制度の有無、によって決まります。表 1 に記されているように、それぞれの種類の制度にはそれぞれの利点と課題があります。

レベル 1 のユネスコエコパークデスティネーション認証は、あるユネスコエコパークの地理的な境界内、もしくは他の関係機関が定めた別の境界内に位置し、その中で営業している全ての企業や団体が使用できます。同制度は、主に地理的にユネスコエコパークの中にある製品やサービスの販売促進を目的としています。検証やモニタリングを必要としないことから、制度を適用するのは容易です。該当する企業や団体は、認証を自由に使うことができ、仮にもし要件が設けられた場合でも、それは最低限のものです。認証を使う許可は、比較的容易に得られることから、宣伝のツールとしての効果が何よりもまず期待できます。しかし、基準や要件がないことから、当制度は環境的な持続可能性もしくは社会的価値観の向上を必ずしも図ることはできません。

表1：認証の分類、利点と課題

レベル1：ユネスコエコパーク デスティネーション認証	レベル2：ユネスコエコパーク 品質認証	レベル3：専門資格認証
<b>製品やサービスの認証の分類<sup>5</sup></b>		
<p>地理的にユネスコエコパークの中、もしくは他の関係機関が定めた境界内で製造され運営される全ての製品やサービス。</p>	<p>地理的にユネスコエコパークの中、もしくは他の関係機関が定めた境界内で製造、運営され、ユネスコエコパークの管理者が定めた一定の基準を満たしている全ての製品やサービス。</p>	<p>地理的にユネスコエコパークの中、もしくは他の関係機関が定めた境界内で製造、運営され、ユネスコエコパークの管理者が定めた一定の基準を満たし、国際的なエコ認証が認める基準に達している全ての製品やサービス。専門資格認証を得た生産者や企業に、ユネスコエコパークデスティネーション認証やユネスコエコパーク品質認証の使用許可を与えることも可能。その場合は認証パートナーシップが推奨される。</p>
<b>利点</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>•ユネスコエコパークのイメージとの強い結びつきと、それによる製品やサービスの宣伝ツールとしての利点。</li> <li>•多くの製品やサービスが認証を使うことができるので、ロゴが幅広い市場オーディエンスに認識される。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•有力な「エコ」のイメージが製品・サービスと結び付けられる。</li> <li>•生産者と消費者が製品・サービスに対してプライドを持つことにつながる。</li> <li>•継続的な改善やイノベーションを促す。</li> <li>•環境に対する意識を高める。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•ユネスコエコパークのイメージとの強い結びつきと、それによる製品やサービスの宣伝ツールとしての利点。</li> <li>•有力な「エコ」のイメージが製品・サービスと結び付けられる。</li> <li>•生産者と消費者が製品・サ</li> </ul>

<sup>5</sup> Rhön BR 認証制度から採用及び修正されたもの(Pokorny, 2011).

		<p>ービスに対してプライドを持つ。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•継続的な改善やイノベーションを促す。</li> <li>•環境に対する意識を高める。</li> <li>•品質基準は国内及び国際市場で広く認識される。</li> <li>•より有力なマーケティング・プロモーション戦略に成り得る。</li> <li>•環境への負荷を最小限にすることを強く確約している。</li> <li>•認証の専門家による定期的なモニタリングによって品質が保証される。</li> <li>•製品やサービスの効率を上げるためのプロフェッショナルな支援が提供される。</li> <li>•企業や団体が情報共有をしたり話し合ったりするためのプラットフォームが提供される。</li> </ul>
--	--	---

<p><b>課題</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>•企業や団体が認証を正しく適用しているかどうかを確認するための品質管理がない。</li> <li>•認証の適用によって生み出される収入はない。</li> <li>•認証を適用する生産者やサービス提供者に与えられるス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•生産者やサービス提供者に基準を満たすための十分な能力があるかどうかを確認する必要がある。</li> <li>•製品やサービスの品質を保ち、商品のサイクルが基準を満たしていることを確認する必</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•生産者やサービス提供者に基準を満たすための十分な能力があるかどうかを確認する必要がある。</li> <li>•安い商品と比べてグリーンな商品についての消費者の意識を高めなければなら</li> </ul>


<p>ステータスは他より低い。</p>	<p>要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•安い商品と比べてグリーンな商品についての消費者の意識を高めなければならない。</li> </ul>	<p>ない。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•費用、特に会費が高額。</li> <li>•小規模生産者にとって、厳しい要件や測定基準を満たすことが難しい可能性がある。</li> </ul>
---------------------	--	--

ユネスコエコパークデスティネーション認証は、正式な期間を定めなくても利用することができますが、認証を適用する前にユネスコエコパークの管理者からの許可が必要な場合があります。ユネスコエコパークデスティネーション認証は会費がないため、ユネスコエコパークの管理者はこの種類のエコラベル認証制度から収入を得ることはできません。またユネスコエコパークデスティネーション認証を使っている特定の要件を満たす必要はないので、使用しているビジネスや団体の間で認証に対するプライドやステータスを確立するには課題が残ります。このことから、同エコラベルと関連しているユネスコエコパークの重要性や価値を広めることが難しい場合もあります。

囲み3：ジョージア湾ユネスコエコパークで使われたデスティネーション認証の事例

**ジョージア湾ユネスコエコパーク、カナダ**

<https://www.gbbr.ca/>



カナダにあるジョージア湾ユネスコエコパークは、北アメリカの五大湖最大の諸島で構成され、複数の湾、入江、海峡、島、浅瀬が複雑に組み合わさり、カナダ楕状地岩盤の横に位置しています。2004年から公式の行政当局を持つユネスコエコパークに認定されました（出典：UNESCO）。

ジョージア湾ユネスコエコパーク Inc.は、ユネスコエコパーク内の全ての企業や団体が自由に使用できるブランドです。ロゴは、湾特有のユネスコエコパークのコンセプトを表すようにデザインされました。ロゴの使用に関するブランドのガイドラインは、ジョージア湾ユネスコエコパークのホームページにて公開されています<sup>6</sup>。

<sup>6</sup> GBBR, n.d.

認証の 2 つ目の分類はユネスコエコパーク品質認証です。当認証の適用は事前に定められた基準を満たしている製品やサービスに限られます。したがって、ユネスコエコパーク品質認証は、購入を検討している消費者に完成品やサービスの製造過程や品質について証明するものです。

当レベル 2 の認証制度が成功するには 3 つの目標をクリアすることが必要です。

- 消費者にとって分かりやすい情報源であること。
- イノベーションや、環境に配慮した製品の販売促進により商品関連の環境汚染を減らすこと。
- 生産者の認証制度への参加を促すための十分な経済的インセンティブがあること (Muller, 2002)。

Horne (2009) は、エコラベルの策定において、その信頼性を高め、消費者からの認知度を上げるためには、透明性、根拠に基づいた情報、ステークホルダーとの有意義な関わりが重要であると説明しています。例えば、世界の責任ある森林管理を保証する国際的な認証制度、森林管理協議会 (FSC) の認証は、マルチステークホルダーの環境への参加により高い社会的信用を得ています (UNEP, 2005)。

消費者の環境への関心が低い国では、エコラベルを活用して環境保護のための行動に影響を与え、促進することができます。ほとんどのエコラベルの基準は、商品の全ライフサイクルを対象としています。これを織物や布地で例えると、繊維の生産から使われなくなった製品の廃棄までを含みます。したがって、ユネスコエコパーク品質認証は、商品とその製造過程が実際は環境保護にコミットしていない「フリー・ライダー」(必要なコストや労力を負担せず利益だけを得ようとする会社等) から本当にイノベーションに取り組んでいる生産者を守ります (SBA, 2006)。

ユネスコエコパーク品質認証の策定にあたり、すべての申請者が満たさなければならない基準を認定機関が定めなければなりません。このため、基準を定める際はユネスコエコパークの管理者が地元の地域性を十分に検討することが非常に重要です。もし認定機関が易しすぎる要件を定めた場合、多くの企業が認証を得ることができそうですが、環境保護への取り組みは目に見えないぐらい小さいものになるでしょう。もし逆に厳しすぎる要件を設定した場合、認証を得た企業は非常に意味のある環境保護への取り組みをするでしょうが、効果が現れるにはその数は少なすぎるかもしれません (Forlin, 2015)。

このような留意点や課題を考慮すると、エコラベル制度を成功させる最も重要なツールの一つは一般市民への啓蒙キャンペーンを行い、消費者の意識向上を図ることです（Charter et al., 2001）。キャンペーンをすることによって情報を拡散し、消費者の環境に対する意識を高めることで、最終的には環境に優しい商品やサービスの需要が伸びることにつながります。

最も厳しいユネスコエコパーク関連のエコラベルは、レベル 3 の専門資格認証です。この制度はユネスコエコパークの品質認証と国際的な専門資格の認定を統合しています。外部の認定機関が定めるいくつかの基準や要件に従うことによって、認証のついている製品やサービスのライフサイクルの持続可能性が、その機関によって保証されモニタリングされます。

国際貿易の場合、発展途上国の貿易への影響について、Guevara et al. (1997) がいくつかの懸念点を挙げています。

- i. 発展途上国では、主に国内の利権が商品の選択プロセスを決めていると信じられているので、原産国では重要とされていない基準を満たすよう、生産者に要求することになるかもしれません。
- ii. プロセス全体が透明性に欠けていることが発展途上国では懸念されています。
- iii. 標準化されたプロセスや生産方法（PPM）を使うことによる差別的な影響についても同様に懸念が挙がっています。
- iv. 生産と運営のコストが上がることによって競合優位性を失うことの恐れがあります。

ドイツのレーンユネスコエコパークは、全 3 種類のエコラベルに加えて、別の 2 種類の認証制度をユネスコエコパーク内で適用しています。囲み 4 では、幅広い目的に合わせてそれぞれの認証がどのようにして実施されたのか、またそれぞれの利点と課題を示しています。いくつかの異なる認証を提供することで、地元の生産者は自らのビジネスに一番適したものを選ぶことができます。

囲み 4：レーンユネスコエコパークにおける目的別エコラベルの活用について

#### レーンユネスコエコパーク、ドイツ

<http://biosphaerenreservat-rhoen.de/>

レーンユネスコエコパーク管理者の設立当時のビジョンは、「生物及び生息地の多様性に富んだレーン地域の文化的景観を人と自然両方のために守りながら持続可能な形で活用する」ことでした（Pokorny, 2011）。このビジョンに合わせて Dachmarke Rhön というレーンユネス



コエコパーク認証制度の独立団体が、地域の中小企業を強化するための複数の認証制度を立ち上げました。

Kraus et al. (2014) は、レーンユネスコエコパークで実施されている複数の認証制度が地域のいくつかの付加価値連鎖の強化につながっていると主張しています。Dachmarke Rhön のマネジングディレクターBarbara Landgraf 氏によると、同制度には他にもいくつかの利点があります。

- それぞれの認証は消費者のための保証を示すだけでなく、生産者・企業の信用度を上げ、地域のエコ商品の販売促進につながります。
- レーン地域には小・零細企業が幅広く存在し、その多くは自社内で商品のマーケティングを行うための資源がありません。そのような企業は、ユネスコエコパークの認証制度に参加することで Dachmarke Rhön が実施している地域の合同マーケティングプログラムを通して露出度を上げることができます。このようにして、オンラインのプロモーションや地域のマーケットや品評会のためのサポートを得ることもできます。
- Dachmarke Rhön には強いネットワークがあり、生産者と企業をつなげてサプライ・チェーンの関係を築くことができます。
- ユネスコエコパークの複数の認証制度の成功により、強いブランド・アイデンティティが市場の中で生まれました。

#### Dachmarke Rhön からの教訓

- 認証を行うことは簡単ではありませんが、パートナー、特に中小企業には多くの利点があります。認証制度をエコツーリズムとリンクさせることはより幅広い市場にアクセスするための効果的な手段です。
- 地域住民への継続的な支援、中小企業をパートナーとして参加させること、中小企業向けの相談会を行うことはどれも重要な要素です。
- 政府からの支援の他に、外部、例えば起業家、国際機関やスポンサーからの支援も確保することが重要です。レーン認証制度は、政府からの強力な支援を得ていますが、制度の長期的な持続可能性を保証するには他からの支援を得ることも重要だと指摘されています。
- 認証制度は、自然保護、グリーン経済と持続可能な観光を全て地域の商品を通して促し強化する、「Win-Win」な解決策です。このような制度は地域のアイデ

ンティティを強化する効果もあり、中小企業にとっては対等な競争条件を作ることにもなります。

### みんなのための一つのブランド

地理的にユネスコエコパーク内にある協会、団体、行政の地域アイデンティティを育むことを目的として、レーンユネスコエコパークは2003年にブランド認証を作りました。本認証は



一つのキャッチフレーズの下で地域のイメージを統合し、地域のアイデンティティを強化することを目的としています。

キャッチフレーズ

「Simple Impressive」(シンプルに優れている)

同認証は、レーンユネスコエコパーク内の全ての住民、行政、企業が、地域への帰属意識や故郷に対する誇りを表現するためにウェブサイト、会社のレターヘッド、観光客向けのマーケティング素材などに使うことができます。Dachmarke Rhönより許可を得た申請者は認証を使うことができます。認証には基準や会費はありません。しかし、認証を使っている生産者やサービス提供者は、製品・サービス懸賞に応募することはできません。

### 食品製造者と食品事業のための2つのブランド



2005年にレーンユネスコエコパークは、パートナー企業が使える地域品質認証を立ち上げました。名前の通り、持続可能な開発に関する基準を満たした地域の食品と食品事業を対象としています。本認証への申請は登録されている商品とサービスに限定されています。

キャッチフレーズ

「Quality of the Biosphere Reserve」(ユネスコエコパークの品質)

Dachmarke Rhön協会の会員は認証を使うことができますが、認証を使用するためには年会費を支払う必要があります。

本認証の対象となる業種は以下です。

- 生産者(例:農家、肉屋、パン屋、醸造家、手工芸のメーカー、クリスマスツリー栽培者)
- 地域の産品を厨房で原材料として使っている食品・ケータリング事業

本認証は、類似した認証制度の既存の基準を採用すると同時に、レーンユネスコエコパーク

特有の目的、例えば地域の素材・材料を使って域内で完結するバリュー・チェーンを作るために追加の基準を設けています。認証制度を実施するには以下の 2 つのステップを毎年行う必要があります。

- ステップ 1**：全ての関連書類を Dachmarke Rhön が確認する
- ステップ 2**：外部の独立認証パートナーが認証の付いた製品やサービスをモニタリングする。  
(Dachmarke Rhön は認証パートナーに追加の基準を提供し、製品・サービスが認証の要件を満していることを確認します。)

地域の食品事業に関しては、財源が限られていることに加え、食品事業をモニタリングできる独立認証機関がないため、毎年約 3 割の会員を対象にしたランダムな確認が行われます。

公式の認証制度に含まれていない小規模・零細企業に関しては、Dachmarke Rhön が国と地方の食品監視員と協力して企業のモニタリングを行なっています。Dachmarke Rhön は地方行政から強力な支援を受けており、これらの協力は自主協定に基づいています。



©Dachmarke Rhön

図 4：地元の蜂蜜に貼られているレーン地域の品質認証

2009 年からレーンユネスコエコパークでは、厳しい環境保護のコンプライアンスを実現するために、ユネスコエコパーク品質認証とドイツおよび欧州連合（EU）の既存の環境基準を統合した専門的経営認証を認めています。同認証は、地域の品質認証の基準の他に、有機農業に関する EU の規則も適用しています。

同制度に参加する企業は、Dachmarke Rhön に専門資格を認証してもらうために、年会費を支払わなければならない、その年会費の額は企業規模によって確定します。

以下の業種が専門的経営認証を申請する資格を有します。

- 地産のオーガニックな産物・製品を扱っている生産者（例：農家、肉屋、パン屋、醸造家など）。
  - 地産のオーガニックな産物を厨房で原材料として使っている食品・ケータリング事業。
- 地域品質認証と同様、エコ品質認証も、会員企業が全基準を完全に満たしているか確認するための定期的な確認とモニタリングを実施しています。

#### 食品・ケータリング事業のための追加ブランド



レーンを象徴する花「アザミ」を意味する「Silberdistel」（銀のアザミ）認証は、商品・ケータリング事業のみが利用できるものとして導入されました。本認証は、地産の産品をあるパーセンテージ以上厨房で使っている事業に以下の通り、任意で与えられています：



「silver thistles（銀のアザミ）」の品質ブランド



地産の産物や製品を 35%以上使っている事業には 1 アザミ



地産の産物や製品を 45%以上使っている事業には 2 アザミ



地産の産物や製品を 65%以上使っている事業には 3 アザミ

同認証には特定の基準があり、定期的なモニタリングが行われます。また、認証を取得している企業は、認証使用料も支払います。

#### 食品製造者のための追加ブランド

Rhönwiese は、より幅広い食品小売市場に自社の製品を出したいが、事業規模が小さいがためにドイツや EU の既存の要件を満たすのが難しいという小規模生産者のためのブランドです。全ての申請者は、レーン品質認証関連の基準を満たし、すでに確立されている法人向けブランドデザインを進んで使用する必要があります。販売商品それぞれにはバーコードが割り当てられ、全ての認証を取得した企業は、(国際食品規格 IFS のシステムを中小企業向けに改

良した) 外部の品質保証認定を得なければなりません。



同認証を使う場合には入会費を支払う必要があります。Dachmarke Rhön は、認証を取得している中小企業向けに必要なに応じてトレーニングや経済支援も行います。

「silver thistles」(銀のアザミ)の品質ブランド



©Dachmarke Rhön

図 5 : Rhönwiese の商品

出典 : Barbara Landgraf 氏とのインタビュー (2018 年 2 月 7 日)

前述の 3 つの認証制度は、認証の分類が実際に適用されている事例を紹介するものではありませんが、認証の機会を網羅的にリスト化したものではありません。逆に、個々のユネスコエコパークのニーズに応えるべく、個々の認証制度の幅をさらに探求・修正することができるかもしれません。

### 3.2 製品及びサービス

エコラベル認証制度の対象となりうる製品やサービスの種類が幅広いため、それぞれに最も適した具体的な基準を見極めるためには、製品とサービスを全て分類する必要があります。

ユネスコエコパークの品質認証を策定する際、ユネスコエコパークの管理者はユネスコエコパーク内に存在する主な製品やサービスを特定するだけでなく、環境への影響が最も大きいものも特定しなければなりません。

例えば、専門資格認証の場合、それぞれの認証にはそれぞれの目的に合わせた専門性があります。

- 「エネルギースター」は家電、電化製品、パソコン、照明器具と建材のエネルギー消費量を減らすことに着目しています。
- 森林管理協議会 (FSC) は、木材と林産物の製造における責任ある森林管理に着目しています。
- 海洋管理協議会 (MSC) は、水産資源や海洋生物生息環境と漁師たちの生計を守るための持続可能な漁業を促進しています。
- デメター認証は、長期的な土壌の豊かさを守るため、輪作や堆肥作り、同種療法の薬を散布するなどの環境的に持続可能な耕作法を推奨するバイオダイナミック農法によって生産された作物に与えられます。

表2：認証分類レベル別対象製品・サービス

レベル1：ユネスコエコパーク クDESTIネーション認証	レベル2：ユネスコエコパーク 品質認証	レベル3：専門資格認証
<b>製品の認証分類</b>		
全ての製品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 農業と園芸</li> <li>• 漁業</li> <li>• 加工食品</li> <li>• 手芸品</li> <li>• レストラン</li> </ul>	<p>以下のリストは品質認証分類内の商品に適用できる専門資格認証の例を紹介しており、地域、国または国際レベルで適用される。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>農業と園芸</b>            コーヒー：4C 協会、熱帯雨林協会、UTZ 認証            お茶：熱帯雨林協会、UTZ 認証、オーガニック認証            青果：非遺伝子組み換えプロジェクト認証、オーガニック認証            乳製品：非遺伝子組み換えプロジェクト認証            ナッツ類：USDA (米農務省) オーガニック            美容製品：エコサート、USDA (米農務省) オーガニック</li> </ul>

		<p><b>穀物</b>：非遺伝子組み換えプロジェクト認証</p> <p><b>ココア</b>：熱帯雨林協会、UTZ 認証</p> <p><b>•漁業</b></p> <p>魚介類：海洋管理協議会 (MSC)</p> <p><b>•加工食品</b>：USDA (米農務省) オーガニック</p> <p><b>•手工芸品</b>：ブルーエンジェル</p> <p><b>•レストラン</b>：ビアポノ</p> <p><b>•林産物</b>：森林管理協議会 (FSC)</p>
<p><b>サービスの認証分類</b></p>		
<p>全てのサービス</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•宿泊施設</li> <li>•交通</li> <li>•エコツーリズム <ul style="list-style-type: none"> <li>•デスティネーション・マネジメント</li> </ul> </li> <li>•旅行会社</li> <li>•現地ガイド</li> <li>•観光客向けアクティビティ</li> </ul>	<p>以下のリストは品質認証分類内のサービスに適用できる専門資格認定の例を紹介している。上記の製品の認証と同様、地域、国または国際レベルで適用される。</p> <p><b>•宿泊施設</b></p> <p><b>ホテル</b>:アースチェック、生物圏ホテル、グリーンキー、ビアポノ、Control Union、エコツーリズム認証</p> <p><b>クルーズ</b>：ISO 14001 (環境マネジメントシステム-EMS) 及び ISO 9001 (品質マネジメントシステム-QMS) 認証</p> <p><b>•交通</b></p> <p><b>小船観光事業</b>：ブルーフラッグ</p> <p><b>•エコツーリズム</b></p>

		<p>デスティネーション・マネジメント：アースチェック</p> <p>ツアーオペレーター・旅行会社：Control Union、ツアーオペレーター向け Travelife、エコツアーリズム認証</p>
--	--	--

最も広く知られている専門資格認証制度の一つは、ヨーロッパの EU エコラベルです。EU エコラベルは、対象となる幅広い製品及びサービスのための具体的な分類を設けています。これには石鹸、シャンプー、コンディショナー、メイク落とし、生理用品、多目的洗剤、衛生用洗剤、洗剤と食洗機、業務用食洗機用洗剤、食器用洗剤、衣類用洗剤、業務用衣類用洗剤、衣類、履物類、室内用及び室外用ペンキやニス、撮影機器、デスクトップパソコン、ノートパソコン、テレビ、木製フローリング、硬質系フローリング、繊維性床材、木製家具、土壌改良剤、培養土、光源、ヒートポンプ、温水暖房機器、潤滑剤、ベッド用マットレス、蛇口、水洗トイレや小便器、加工紙、新聞紙、印刷用紙、コピー用紙や方眼紙、ティッシュペーパー、キャンプ場サービス、観光客向け宿泊サービスが含まれます。以上の広範囲な製品とサービスの一覧に加えて、新しく提案された商品分類も随時評価され、追加されることがあります (European Commission, 2016)。

サービスの認証分類において、EU エコラベルの観光客向け宿泊サービスは、電気と水の消費、廃棄物産出、再生可能な資源、環境に優しい素材や原料の利用及び厳選したコミュニケーションと環境トレーニングに基づく環境目標の促進に焦点を当てています (Rygloja, 2007)。

エコツアーリズムに関しては、Simatupang et al. はインドネシアのアチェ州にあるガヨ・ルウェス県のエコツアーリズム関連商品を「自然・文化・人工観光地」、「観光客向けアクティビティー・施設」、「インフラ」、「お土産」に分類しました。この分類では、自然の観光地には滝、景観、山々、河川やその他全ての観光地として価値のある自然が含まれています。文化的観光地には伝統的な家屋や村々、伝統的な葬儀、歴史的建造物や遺跡が含まれ、他方で、人工的な観光地の例としてはテーマパーク、ウォーターパーク、博物館などが含まれます。観光客向けのアクティビティーは、パッケージツアーの主要要素として定義され、村でのサイクリング、珊瑚の移植体験、料理教室、現地の暮らしの体験などを含みます。観光客向け施設とは宿泊施設、レストラン、浄水提供施設、銀行、保健所、電気、交通、野鳥観察塔などを含みます。連絡道路、港湾、空港は全て観光インフラに分類されますが、他方で手工芸品はお土産に含まれます (Simatupang et al., 2014)。



独自のユネスコエコパーク品質ラベルを主要商品に適用しているユネスコエコパークもいくつかあります。例えば、日本の綾ユネスコエコパークでは農作物に独自の認証を適用しており、また韓国のシナンダドへ（新安多島海）ユネスコエコパークは、より広い市場における地元の生産者の競争力を上げるため、 **BIORE**  という認証を作成し、ユネスコエコパークの農作物と海産物に適用しています<sup>7</sup>。

また、西エストニア諸島ユネスコエコパーク（囲み 5）の認証制度は、幅広い製品とサービスの種類を対象としています。同制度は、新たな、或いは進化するニーズや状況に対応するため、時と共に有機的に成長してきました。

囲み 5：西エストニア諸島ユネスコエコパークの幅広い製品・サービス

#### 西エストニア諸島ユネスコエコパーク、エストニア

<https://www.keskkonnaamet.ee/en/environmental-board-contacts/unesco>



西エストニア諸島ユネスコエコパークは、1990年にユネスコエコパークに登録されました。東バルト海に位置している同ユネスコエコパークは、ヒーウマー島、サーレマー島、ボルムシ島、ムフ島をはじめ、他にも数百の小島や海洋地域から構成されています（UNESCO, 2012）。

数年の間に 4 つの島それぞれで異なる認証がいくつか作られましたが、ユネスコの MAB 計画に沿っているのは、ヒーウマー島で作られたヒーウマー・グリーン・ラベル認証のみです。同認証は現在、製品、製品グループ、またはサービスに与えられています。持続可能な経営方針を用い、地域の自然や人材、伝統的な技術や地域文化の価値を高めるものに与えられています（Rosenberg, 2016）。

同認証は 1995 年に立ち上げられてから、何度も改良されています。当初はヒーウマーユネスコエコパーク内の宿泊施設のために作られたもので、来訪者が環境に優しい事業であることを確認できるようにするためのものでした。

2000 年には新しい制度が作られ、認証は宿泊サービスだけでなく、製品、サービス、イベン

<sup>7</sup> [https://tour.shinan.go.kr/home/tour/preservation/preservation\\_21?content\\_print=true&](https://tour.shinan.go.kr/home/tour/preservation/preservation_21?content_print=true&)

トにも適用できるようになりましたが、元々、認証を使っていた宿泊サービスもそのまま使うことができます。

新しい制度ができたきっかけは、ユネスコエコパークセンターの構造改革により、宿泊サービスを対象とした認証制度の実施を継続できる機関がなくなってしまったことでした。制度の拡大により、島の地元の幅広い事業に認証が与えられるようになり、現在、認証の対象となっているのは以下の製品やサービスです。

- 地元の食品、例：肉類、ソーセージ、チーズ、ベリー、ジャム、レモネード、スパイス。
- 地元の手芸品、例：毛糸製品、木材製品、陶芸品、絹製品。
- 美容関連商品、例：石鹸、コンディショナー、シャンプー。
- イベントやお祭り、例：ヒーウマーのフォーク音楽祭、ヒーウマー・マラソン。イベントやお祭りでの認証の使用は、マーケティングを目的としており、グリーンでエコなイベントであることを示すためである。

ヒーウマー開発センターが所有・管理している同認証は、3年間有効で更新が可能です。ヒーウマー開発センターは、申請の数に応じて、年に2、3回、外部評価機関による評価を行っています。

ヒーウマー・グリーン・ラベルは、エストニアの特許局に登録された特許を持っています。現在は、認証の使用料はありませんが、認証制度の持続可能性を保証し、マーケティング費用を捻出するために今後は費用が発生する予定です。

西エストニア諸島ユネスコエコパークのための認証を作る際に課題となったのが、たくさんの認証が既に市場に出回っていたことによる消費者の混乱でした。さらに、それぞれの島に独自の開発センターがあるため、諸島全体において一つの認証制度を実施することが困難でした。それにもかかわらず、エストニア全体で「ヒーウマー・グリーン・ラベル」は「エコ」という言葉と強く結び付けられるようになりました。

出典：Lia Rosenberg 氏とのインタビュー（2018年2月5日）

### 3.3 製品及びサービスの基準

ユネスコエコパークには持続可能な発展のモデルサイトとしての役割があり、認証制度はそれを支えるものであるべきです。したがって、認証の基準は、ユネスコエコパーク管理原則に沿って、ユネスコが定義する相互に関係するユネスコエコパークの3つのゾーン、「核心地域」「緩衝地域」「移行地域」を考慮する必要があります<sup>8</sup>。核心地域は「厳格に保護されている生体系」とされ、その機能を尊重するための重要な認証基準の一つに、原材料となる資源がそのゾーンから持ち出されることなく、また、そのゾーンの中で製造や運営活動が行われていないことを保証しなければなりません。さらに緩衝地域は「堅実な生態学的実践に即した活動」が行われる場所としての機能を持つので、認証基準においては、緩衝地域で行われる活動が堅実に生態学的実践に即しているということを明確にする必要があります。同様に、認証基準は、「社会文化的及び生態学的に持続可能な経済活動や人材育成を促進すること」により、ユネスコエコパークの移行地域の機能もサポートする必要があります<sup>9</sup>。

さらにエコラベルの基準は、製品やサービスのライフサイクルに焦点を当て、企画と実施に関しても保証する必要があります (Horne, 2009)。国際標準化機構によると、ライフサイクルアセスメント (LCA) とは、製品またはサービスのインプットとアウトプットの一覧表を作成し、環境への負荷を評価する系統的な手段であり、それによって、調査の目的にも関連する最も重要なシステムの要素を特定します。LCA は、原材料の取得から生産、使用、廃棄まで、製品寿命 (つまり、ゆりかごから墓場まで) に連なった環境への影響を考慮します。評価の対象となる環境への負荷の一般的な分類には、資源の枯渇、人間の健康、生態学的な影響が含まれます (Naumann, 2001)。

以下の表 3 では、認証の3つの分類それぞれに含まれる基準を示しています。認証資格は、それぞれのユネスコエコパークのニーズと能力及びユネスコエコパークの既存の製品やサービスと利用できるテクノロジーに合わせて策定、変更されるべきです。

---

<sup>8</sup> UNESCO MAB, 2017b.

<sup>9</sup> 引用

表 3：認証資格

レベル 1：ユネスコエコパーク デスティネーション認証	レベル 2：ユネスコエコパーク 品質認証	レベル 3：専門資格認証
<p>認証はあるユネスコエコパークの地理的な境界内、もしくは関係機関が定めた別の境界内の企業や団体にのみ適用される。</p>	<p>製品及びサービスはユネスコエコパークの管理者が定めた特定の資格を満たしている必要がある。</p> <p>グリーン認証には以下の項目が含まれる<sup>10</sup>。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•地理的にユネスコエコパーク内で提供される製品やサービスであること。</li> <li>•堆肥化が可能であること。</li> <li>•分解が可能であること。</li> <li>•解体用にデザインされたものであること。</li> <li>•製品寿命が延びたものであること。</li> <li>•再生可能エネルギー</li> <li>•回収エネルギー</li> <li>•省エネ</li> <li>•リサイクル可能であること。</li> <li>•リサイクル材料を使用していること。</li> <li>•省資源</li> <li>•節水</li> <li>•再利用可能及び詰め替え可能であること。</li> <li>•廃棄物の削減</li> </ul>	<p>資格はそれぞれの専門認証機関によって定められる。例えば、USDA (米農務省) のオーガニック認証を取得した製品には以下の基準を満たすことが求められている<sup>11</sup>。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•除外された製造法 (例：遺伝子工学)、電離放射線、下水汚泥を使用せずに製造されていること。</li> <li>•国の許可・禁止物質リストに沿って製造されていること。</li> <li>•国立オーガニックプログラム公認の認証機関が監督をし、USDA の全オーガニック規則に従っていること。</li> <li>•複数の原材料から作られる農産物の「原材料表記」は以下の 2 つの基準を満たしていること。</li> <li>•商品の 70% 以上がオーガニック認定の材料 (塩と水を除く) から成ること。</li> <li>•その他の農産物はオーガニックである必要はないが、除</li> </ul>

<sup>10</sup> インドネシアの環境森林省による例(MoEF), n.d.

<sup>11</sup> USDA, 2016.

	<p>•オーガニック加工製品 食品基準、医薬品安全基準、製造基準を含む国の基準を順守していることが理想的である。</p>	<p>外された製造法（例：遺伝子工学）を使っていないこと。</p>
--	--	-----------------------------------

以上の 3 つの分類を見て分かるように、製品やサービスのライフサイクル全体と関連性のある指標を策定できるよう、ユネスコエコパークの管理者はユネスコエコパークの品質認証の基準を設定する際に十分な検討をする必要があります。したがってユネスコエコパーク品質認証の策定の初期段階においては、管理者はパイロット・プロジェクトとして単一の製品またはサービスのカテゴリーを選ぶことが推奨されます。ある一定期間が過ぎてから、必要に応じて基準を見直し、変更することも必要です (Orloczki, 2012)。

上記の点に加えて、ユネスコエコパークの管理者は ISO 14020 認証を基にしているエコラベル認証制度の 9 原則も参考にする必要があります。

- 適切、正確かつ立証可能で誤解を招かない情報の提示（例：リサイクル材料の割合、リサイクル可能な包装もしくは商品など）
- エコラベルの基準は不要な貿易障壁を作らないこと
- 全ての表示は立証可能な科学的方法によって裏付けられること
- エコラベルやその表示を裏付けるために用いられた方法や基準に関する情報は全関係者に公開すること
- 商品のライフサイクルにおける全該当項目を含めること
- エコラベルはイノベーションの障壁や妨げにはならず、環境性能のさらなる改善を制限しないこと
- エコラベルは過度な高費用や管理条件なく、全ての製造者が利用できるようにすること
- 基準は対象となる全てのステークホルダーの参加、総意の下、公開の場で確定されること
- 環境面に関する情報は全ての購入者・消費者に公開すること

(出典：SBA, 2006 年)

エコツーリズムに関して、インドネシアのエコツーリズム・ネットワーク（Indecon）は、いくつかの標準に基づいた原則を策定し、全てのエコツーリズム関連製品やサービスに以下のことを守ることを求めています。

- 環境に優しいこと：活動内容は環境への負荷を最小限に減らす一方で、環境保護に積極的に貢献すること
- 地元のコミュニティを支援すること：製品やサービスは積極的にコミュニティの福祉に貢献し、地元の文化を保護するとともに、エコツーリズムのプロジェクトへのコミュニティの参加も促すこと
- 観光客に優しいこと：観光客向けに開発されるアクティビティーは楽しいだけでなく、興味を引き起こし、自然界全体及び地域の生態系や文化的価値観に関する知識を高めることを目的とすること<sup>12</sup>

上記の原則はツアー、交通、飲食、ツアーガイド、ツアーオペレーターなどをはじめとするインドネシアにおけるエコツーリズム関連製品・サービスに適用されています。

囲み 6 では、スペイン領カナリア諸島に位置するラ・パルマユネスコエコパークの事例を紹介しています。地元経済を支援するため、ラ・パルマユネスコエコパークでは独自のエコ・ブランドとロゴを使って同ユネスコエコパークの製品やサービスの宣伝をする、いわゆる「グリーン経済イニシアチブ」を導入しました。

囲み 6：ラ・パルマユネスコエコパークでのグリーン経済イニシアチブの実施

ラ・パルマユネスコエコパーク、スペイン

<http://www.lapalmabiosfera.es/en/biosfera>



「La Palma Biosphere Worldwide Reserve」（ラ・パルマ生物圏世界保存地域）というブランドは、製品やサービスの品質を保証するものです。認証は主に食品と農産物、その他には文化的な意味合いのある手工芸品やお土産そして娯楽活動に与えられ、これらはすべて島の持続可能な経済を支援しています（Lapalmabiosfera, 2014a）。

<sup>12</sup> Indecon, 2017.

自らのエコ・ブランドとロゴを使って、ラ・パルマユネスコエコパークはグリーン経済イニシアチブを導入し、島内外で同ユネスコエコパークの製品やサービスを広くプロモーションすることにおいて、大きな成功を納めています。

このようにして、ユネスコエコパークの管理者は伝統農法の分野だけでなく、新しい農業技術や食品製造技術の分野でも、ユネスコエコパークの認知度を上げることができました。これにより、ラ・パルマユネスコエコパークは伝統的な経済活動を支えるだけでなく、環境と文化の持続可能性を高めるための枠組みの中で、新しい社会経済をも支援しています。

ラ・パルマユネスコエコパークは、エコラベルが地域の企業に以下の効果をもたらしていることを認めています。

- 地元の製品やサービスが生産、製造、実施されているユネスコエコパークの域内のブランド商品として認識されること
- 製品やサービスの品質が保証され、「オーダーメイド」監査によって支えられていること
- 自社の製品やサービスが、世界的に知られているユネスコエコパークと結びつけられることで、参加企業はマーケティングにおいて有利になること
- 企業は専門家に相談ができること
- ユネスコエコパークのホームページ、見本市やマーケットなどといった複数の異なるプロモーション媒体を通じて、製品やサービスの露出度が上がること
- 参加企業は経済支援を受けられること（年会費への補助金を含む）

(出典：Lapalmabiosfera, 2014a)

グリーン経済プログラムの一環として、ラ・パルマユネスコエコパークのブランドとロゴは、責任ある観光、品質認証、持続可能な企業といった3つの分野を対象にしています。

ユネスコエコパークの品質認証は主に農産物と手工芸品に使われています。

ラ・パルマのブランドとロゴを食品や製品に適用したい農家や生産者は、地産の原材料の使用、グリーン農法の適用、持続可能な家畜生産やその他の持続可能な活動を行うなどの要件を満たさなければなりません。

出典：Carolina De León García 氏とのEメールインタビュー（2018年2月2日、10月22日、2019年2月11日）

認証の基準を定める際には、地域の全ての生産者や企業グループの参加を十分意識する必要があります。認証が厳し過ぎることによって争いが起きることがありますので、ユネスコエコパークの管理者は基準を定める際には、可能な限り、起こりうる問題を先読みして手を打つよう努力しなければいけません。囲み 7 では、エコラベルへの申請を却下された地元生産者から抗議の声が上がった韓国のシナンダドへ（新安多島海）ユネスコエコパークの認証制度の事例とその課題を紹介します。

囲み 7：シナンダドへ（新安多島海）ユネスコエコパークの認証制度の策定とその課題

シナンダドへ（新安多島海）ユネスコエコパーク、韓国

<http://www.shinan.go.kr/>



シナンダドへ（新安多島海）ユネスコエコパーク（SDBR）では地域の製品のためのエコラベル「BIORE」を 2015 年に作成しました。「BIORE」は「Brilliant（素晴らしい）、Island（島）、Organic（オーガニック）、Reservation（保護）、Recreation（再生）、Restoration（復元）」の頭文字を取っています。

BIORE ラベルは 3 つの分類のいずれかに当てはまる商品に与えられます。

- 農産物と海産物（加工品、お土産を含む）
- 塩製品
- 未加工の農産物と海産物

BIORE のラベルがついた商品の平均価格は、ラベルがついていないものに比べて高く、場合によっては約 1.5 倍であることから、BIORE 商品の主要なターゲット市場は都市部の住民です。

SDBR の最も知られている商品は塩であり、ソウルで売られている他、日本にも輸出されています。

BIORE ラベルは、新安郡の地方自治体が所有し、資金提供しており、100%SDBR 由来の原材料を使い、その他にもいくつかの品質・環境基準を満たしている製品やサービスにのみ与えられます。同ラベルは、民間団体や基金も使うことができ、認証取得のための申請は無料で



できます。

SDBR の管理者は、2 段階の手続きを経て、新しく申請をした企業に BIORE 認証を与えます。手続きの最初の段階は、全申請書類を対象とした新安郡の地方自治体による事前評価です。

その後、申請中の生産者や企業の店や事務所にて、新安郡の地方自治体の職員による抜き打ち検査が行われます。BIORE 認証付与が認められた場合、登録手続きが終了するまでおよそ 60 日間かかります。認証は 2 年間有効で、2 年後に厳格な再審査を受けることで更新することが可能です。

生産者や企業が認証の使用許可を受けた後でも、以下のような状況では使用許可が取り消されることがあります。

- あらかじめ決められた認証の基準や規格を満たさなかった場合
- 偽造された認証を使った場合
- 営業を停止した場合、または SDBR の外へ事業を移転した場合
- 新安郡の地方自治体が発した勧告に従わなかった場合

2015 年に認証制度が開始されてから数々の生産者や事業主が BIORE 認証の使用許可の申請を行いました。しかし新安郡の地方自治体が定めた条件が非常に厳しいことから、BIORE 認証を得られなかった生産者と新安郡の地方自治体の間で論争がおきました。申請を却下された生産者の中には自らの生産や運営方法を、認証の使用許可を得ることに成功した生産者のそれと比較する申請者もあり、最終的には新安郡役所前での抗議活動にまで発展しました。

出典：Kyong-O Moon 氏とのインタビュー（2018 年 3 月 3 日）

### 3.4 認証評価

エコラベルの基準が設定された後は、ユネスコエコパークの管理者は、認証を使用している全企業や団体が認証の各要件を満たしているかどうかを確認するための評価方法を考えなければなりません。評価は、定期的に行われ、認証の信用度と品質を保つためだけでなく、各参加団体が、あらかじめ決められた認証の条件や容認された慣例に継続して従っているかどうかをモニタリングするためにも、不可欠です。

ユネスコエコパークデスティネーション認証には具体的な基準がないため、適用される公式な評価はありません。しかし、認証の良いイメージを保つために、認証が使用されている製品やサービスが本当に地元で生産されているものかどうかをユネスコエコパークの管理者が確認することが望ましいです。ユネスコエコパーク品質認証に関しては、ユネスコエコパークの管理者は具体的な評価方法を定めなければなりません。また、専門資格認証の場合は、それぞれの評価方法は外部の認証機関によって定められます。一般的に、すべての認証は参加企業・団体が持続可能な方法でその最終製品の生産、配達、再利用を継続的に一貫して行っているかを確認すべきです。さらに、評価方法は、関係ステークホルダー全員参加の上で、透明性のある方法で、それぞれのユネスコエコパークの地域性に最も適した制度を選び、策定する必要があります。

表4：エコラベル制度の評価方法

レベル1：ユネスコエコパークデスティネーション認証	レベル2：ユネスコエコパーク品質認証	レベル3：専門資格認証
<p>全ての企業と団体が無条件に使える認証のため、ユネスコエコパークの管理者は最低限の評価のみを行う必要がある。</p>	<p>認証を受けている製品の品質と環境基準を保証するために、具体的な評価指標を定める必要がある。指標は原材料の由来や製造工程など、幅広い項目を含む。</p> <p>具体的な評価基準が存在しない場合は、ピアレビューが一つの選択肢となり得る。</p> <p>全ての評価は今後の参考のために文書で記録されなければならない。全ての評価は対象製品やサービスのライフサイクル全体を考慮する必要がある。</p>	<p>それぞれの専門資格機関には個々の評価・審査方法がある。資格機関は追加の審査要件、例えばユネスコエコパーク品質認証の基準に関連したものなどを評価プロセス時に検討することがある。</p>

### 3.5 認証の所有と管理

ユネスコエコパークのエコラベルは、ユネスコエコパークの管理局及び/または関係当局によっ

て所有・管理されることが望まれます。しかし、具体的に必要になる運営体制は認証の種類によって異なります。例えばユネスコエコパークデスティネーション認証の場合、ユネスコエコパークの管理者はロゴを作成し、最低限の条件で企業や団体にその使用許可を与えることができます。しかし、ユネスコエコパーク品質認証の場合は、基準を基にした条件の設定やモニタリング評価 (M&E) 制度の責任も負います。したがって、ユネスコエコパーク品質認証制度を担当する委員会にはさまざまな分野の製品やサービスの専門家が参加し、監督をする必要があります。さらに、タナ湖ユネスコエコパークで行われたように、生産者や企業グループは、開発、実施、その後の運営など、それぞれの段階で意思表示をするために組合を作ることができます。

エコラベル認証制度の成功に不可欠な要素の一つは、マーケティング・キャンペーンだと主張する専門家もいます (Charter et al., 2001; Blahy and Peil, 2010)。したがって、ユネスコエコパークの管理者は認証が広く知られ、効果的に活用されていることを保証するべく、マーケティング戦略を立てなければなりません。できれば (地方) 政府の支援を得て、エコラベル認証制度に積極的に参加してもらうことも認証の認知度を上げる手助けとなり、受け入れられる可能性を高めることにつながります。

それぞれのレベルのエコラベルに合った所有と管理については表 5 に記されています。

表 5：エコラベル制度の所有と管理

レベル 1：ユネスコエコパークデスティネーション認証	レベル 2：ユネスコエコパーク品質認証	レベル 3：専門資格認証
ラベルはユネスコエコパークの管理局及び/または関係当局によって所有される。	エコラベルはユネスコエコパークの管理局及び/または関係当局によって所有・保証され、認証の基準は専門家と協働で作成される。 認証の要件と手続きの実施検証とモニタリング評価は必要不可欠である。 加えて、幅広い生産者や民間企業の代表者が参加する透明で包括的なプロセスが必要であ	専門資格認証は独立した機関によって所有・保証される。検証とモニタリング評価はそれぞれの認証の専門資格機関によって行われる。 同一制度の中でユネスコエコパークデスティネーション認証及び/またはユネスコエコパーク品質認証の並行利用を調整するため、ユネスコエコパークの管理局と選ばれた専

	る。	門資格機関との間でパートナーシップを作ることが必要である。
--	----	-------------------------------


インドネシアのいくつかのユネスコエコパーク（囲み 8）とベトナムのカットバユネスコエコパーク（囲み 9）の事例では、ブランディング戦略と、ユネスコエコパークの管理に参加するステークホルダーの多様性を紹介しています。カットバユネスコエコパークのエコラベルの事例は、関係するステークホルダーとの連携と調整が認証制度の成功の鍵の一つであることを示しています。インドネシアのチボダスユネスコエコパーク（囲み 10）では、認証制度を実施する際に、地方政府が大学や地元のコミュニティ・グループの代表を含めた多様なステークホルダーとの連携を積極的に行ったことを取り上げています。

囲み 8：インドネシアのユネスコエコパークのブランディング戦略


**インドネシアのユネスコエコパーク**

<http://tntakabonerate.com/id/>

<https://www.gedepangrango.org/>



現在、インドネシアには 11 のユネスコエコパークがあり、その敷地面積はトータルで 1,500 万ヘクタール以上に及びます。インドネシアのユネスコエコパーク開発プログラムは主に環境保全、コミュニティ開発、研究開発の 3 つに分けることができます。加えて、新しいユネスコエコパークのブランディングと開発も行われています。



商品ブランディングは、それぞれのユネスコエコパーク内で供給及び/または製造された商品に付加価値を与えることを目的としています。ユネスコエコパークの世界的な名声を活用してユネスコエコパークの商品を広めることで、ユネスコエコパーク域内や周辺で暮らしている地元コミュニティの生活の質と水準を上げることに貢献できます。

インドネシア国内のエコパーク商品のブランディングには2つの主な取り組み方があります。



1. 個々のロゴを作り、広めることでそれぞれのユネスコエコパークのアイデンティティを強化すること。
2. 地元コミュニティ、民間セクター、家内産業、観光業など向けに販売するユネスコエコパーク商品のブランディングを行うこと。

当ブランディング戦略の一環として、インドネシア科学院（LIPI）が2016年12月にインドネシアのユネスコエコパークの商品のためのブランディング・ガイドラインを発表しました。同ガイドラインにはインドネシアのユネスコエコパークの製品やサービスのためのブランディング及び認証の要件や基準が含まれています。しかし、ガイドラインに含まれている要件は、基本的に任意であり、生産者や小売業者は適用するかしないかを選ぶことができます。今後のブランディング開発のターゲットには食品、農場、農園、飲料、手工芸、園芸の他に、自然資源、エコツーリズム、二酸化炭素排出権取引などのエコシステムに関するサービスも含まれています。製品及び/またはサービスは以下の要件を満たしていれば、特定のユネスコエコパークのブランドや認証を使うことができます。

1. 地理的にユネスコエコパークの域内及び/または周辺地域で製造されている商品が対象。ただし、商品の加工と包装は必ずユネスコエコパークの域内で行われなければならない。
2. 商品は製造、使用、廃棄の全ての段階において環境を害してはいけない（つまり全ての商品は環境に優しいものでなければならない）。
3. 商品は管轄の地方自治体が発行する製造許可書に従って製造されなければならない。
4. 商品は既存の品質基準を満たさなければならない。地元の零細・小企業が生産する商品に関しては、当該産業・貿易・農業機関の品質基準を満たさなければならない。また、中・大企業が生産する商品は、インドネシア国家規格（SNI）を満たさなければならない。
5. 商品は標準の包装を使用する。
6. 持続可能で、長期的な発展が可能なものでなければならない。

出典：

*UNESCO, Indonesia Country Report 2016-2017*

*Indonesian Institute of Sciences (LIPI), Branding Guidelines for Products from Indonesian*

囲み9：カッタバユネスコエコパークの多様なステークホルダー

### カッタバユネスコエコパーク、ベトナム

<http://catba.net.vn/introduction-to-management/?lang=en>



カッタバユネスコエコパーク (CBBR) は 2004 年にユネスコエコパークに認定され、2011 年にエコな商品とサービスのための地域公式品質認証とロゴを作りました。ユネスコ MAB 計画から技術支援を受けながら、ハイフォン市の文化スポーツ観光省が立ち上げた当制度は、CBBR のロゴがついた幅広い種類のプレミアム「グリーン」消費財とサービスを作り、地域の観光産業と商品サプライチェーン全体において「開発のための環境保全、環境保全のための開発」の原則を強化することを目的としています (UNESCO, 2011)。

認証制度を作ることで、地元住民のための雇用を創出し、地元コミュニティが地域に対して誇りを持つことによって付加価値を生み出し、社会的一体性を育むことを目指しました。認証は、環境保全やグリーン経済開発と社会起業の価値観を促進する地元の企業にとって特に有益でした (ASC, 2016)。

2018 年までに 25 社の地元企業が CBBR の認証を得ました。安全と衛生基準、地元経済への貢献度とコミュニティ開発への支援、地域の景観と文化的価値観の維持及び国家の産業基準の順守など、企業の環境実績の評価を基に認証が与えられます。魚醤や蜂蜜から遊覧船やボートツアー、観光客向け繁華街や観光施設 (例：ホテル、リゾート、レストラン) まで、CBBR 認証を受けている製品やサービスは幅広い産業に及びます。エコツーリズムを実践している 2 つのコミュニティビジネス、フーロング村にある「マングローブ・コミュニティ・エコツーリズム (Mangrove Community-Ecotourism)」と「チャン・チャウ・ケーブ・カフェ (Tran Chau Cave Café)」にも CBBR 認証が与えられました。



図6：カットバ島のプリンセスホテルで展示されている CBBR 認証

認証を得ている企業は、ニュースやメディアへの露出の他にウェブサイト上の PR 支援も活用することができます。CBBR の長官 Lê Thanh Tuyên 氏曰く、人々は認証が付いていない商品よりも認証が付いている商品を好みます。さらに、認証を得ている地元の企業は、認証の恩恵としてユネスコエコパークの世界ネットワークを通じて、国内外のユネスコエコパークパートナーや市場ともつながることができます。

認証を所有しているカットバユネスコエコパークの管理委員会がその適用をモニタリングし、毎年更新を行なっています。

ユネスコエコパークの管理委員会の会長はハイフォン市の人民委員会の副会長が務め、3人の副会長を農業・農村開発省と文化スポーツ観光省の各ディレクターとカットハイ県民委員会の会長が務めています。

その他に、管理委員会には前述の2つの省の代表に加え企画、投資、財務、科学技術、自然資源と環境、建設、外務を扱ういくつかの関連機関や省、及び海洋環境資源研究所（IMER）とカットバユネスコエコパークの代表が参加しています（Tanaka, 2018）。

認証を使用している企業はユネスコエコパーク認証企業組合を作り企業間の調整を行なっています。将来的に CBBR 認証のモニタリングと検証プロセスにも同組合が参加するための調査も現在行われています。

出典：. Lê Thanh Tuyên 氏との E メールインタビュー（2018年2月6日）

囲み 10：チボダスユネスコエコパークにおける持続可能な開発のための地方自治体による支援

### チボダスユネスコエコパーク、インドネシア

<https://www.gedepangrango.org/>



インドネシアの西ジャワ州に位置するチボダスユネスコエコパークは、1977年にユネスコエコパークに認定され、グヌン・グデ・パンラング国立公園（GGPNP）当局が単独で管理していました。2012年にユネスコエコパークの移行地域が拡張され、ユネスコエコパークの管理業務は西ジャワ知事によって発令された法令に沿って2010年に設立された「チボダスユネスコエコパークフォーラム」と呼ばれる機関に移行されました。州知事の法令は地方自治体にフォーラムの事務局を担う権限を与えました。フォーラムには政府の役人（GGPNP及びチボダス植物園の職員）、州政府および地方自治体の公務員の他に大学、NGO、地元コミュニティの代表者が参加しています。

その役割の一環として、チボダスユネスコエコパークフォーラムは、ユネスコエコパークの「核心地域」、「緩衝地域」、「移行地域」で行われる全ての活動のための経営管理指針を提供する統合的な管理計画を確立しました。その他、フォーラムはブランディングやエコツーリズムを通じた地域住民のための持続可能な暮らしの創造も促進しています。

フォーラムは農産物及びエコツーリズム向け宿泊施設を対象としたエコラベル制度を導入しました。提供している製品・サービスが以下の全ての基準を満たしている農家及びエコツーリズムサービスの提供者は、チボダスユネスコエコパークのロゴを無料で使うことができます。

1. ラベル使用の申請をチボダスユネスコエコパークフォーラムに提出している。
2. チボダスユネスコエコパーク内で製品・サービスを製造・提供している。
3. コミュニティ開発と地域経済を支援するため、全従業員の5割以上を地元住民が占めている。
4. 全ての農法やエコツーリズム活動が環境に優しいものである。
5. ユネスコエコパーク内で行っている全ての活動は環境保全と環境教育を促進している。
6. すでに他の機関から認証を受けている場合、その認証が優先される。例えば地域の通商産業庁が発行する認証、オーガニック認証もしくはウラマー評議会（MUI）が発行するハラール認証がその例である。



7. 全ての製品・サービスはチボダスユネスコエコパークフォーラムによってモニタリング・検証されている。

現在、いくつかの製品やサービスがチボダスエコラベルを使っています。例えばマンディリ (Mandiri)・ファーマーミング・グループが生産するオーガニック野菜、カルティニ (Kartini) 家内工業が製造するオーガニック石鹸やインドウン・ニャリンドウン (Indung Nyalindung) 家内工業のインスタント麺が含まれます。その他にもユネスコエコパークのブランドは、環境に優しいゲストハウスとサンガブアナ (Sangga Buana)・リゾート・コンベンションホテルを営み、環境保全の厳しい方針に従っているエーデルワイス・コーポラティブ (Edelweiss Cooperative) にも与えられています。

出典：. Ade Bagja Hidayat 氏とのインタビュー及び Tanaka 博士によるチボダスユネスコエコパーク現地視察の知見 (2018年1月22日～25日)

### 3.6 資金

ユネスコエコパークのエコラベルのための資金源は、(地方) 政府、NGO またはその他ユネスコエコパーク内で収入を得ている団体や企業など、いくつか存在します。ユネスコエコパークデスティネーション認証の場合、資金は主にロゴを作成しラベルを広めるためのマーケティング戦略を開発するために必要となります。しかし、ユネスコエコパーク品質認証の場合は、ラベルを使っている製品及び/またはサービスの品質を継続的に保証するためのしっかりとした検証とモニタリング評価制度を確立するためにさらに資金が必要となります。

Horne (2009) が行ったエコラベルに関する調査では、自己資金を使った任意のエコラベル制度の手続きが不十分だったり遅かったりしたことによって評判が下がった事例について紹介しています。これを踏まえると、エコラベルを発表する前に十分な資金予算を確保し、年会費、政府または NGO からの資金援助、もしくはその他にユネスコエコパークの収入源となる関連のある活動を含めて、数年先までの継続的な運営資金の調達先を確認することが重要です。

新しい認証の宣伝とマーケティングのためにはかなりの資金が必要になる他、店頭に並んでいる商品の表示内容だけでは認証に関する全ての情報を伝えることができないというビジビリティ

いの低さを補うためにも資金が必要であることが、国際的に知られているドイツの専門資格認証ブルーエンジェルの経験から分かっています。ブルーエンジェルの場合、ジャーナリストが無料でラベルについてメディアで取り上げたり、共同PR活動を行ったりしたことの効果がありました（Muller, 2002）。

表6では3つ認証分類それぞれに必要な資金及び会費から資金を調達できる可能性を示しています。ここでは「会員」とはエコラベル使用に必要な許可を受けた企業のことを指しています。

表6：認証のレベル別の費用と会費

レベル1:ユネスコエコパーク デスティネーション認証	レベル2:ユネスコエコパーク 品質認証	レベル3: 専門資格認証
<b>必要な資金</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>•ユネスコエコパークデスティネーション認証を作るために必要な立ち上げ資金</li> <li>•ユネスコエコパークの広報や認知度を上げるためのマーケティングに必要とされる追加費用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•ユネスコエコパーク品質認証を作るために必要な立ち上げ資金</li> <li>•ユネスコエコパークの製品やサービスの宣伝費用</li> <li>•検証費用のための予算</li> <li>•認証製品やサービスの品質を保証するためのモニタリング評価に必要とされる予算</li> </ul>	<p>以下は専門資格認証に加え、ユネスコエコパークデスティネーション認証またはユネスコエコパーク品質認証のために並行して必要な資金である。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•ユネスコエコパークデスティネーション認証またはユネスコエコパーク品質認証を作るために必要な立ち上げ資金</li> <li>•ユネスコエコパークの製品やサービスの宣伝費用</li> <li>•製品やサービスの品質を保証するためのモニタリング評価の予算</li> <li>•パートナーシップ制度が確立された場合に発生しうるコーディネート費用</li> </ul>
<b>会員制度と会費</b>		

<p>会費は適用されない。</p>	<p>会員制度には再査定・再評価を基にした定期的な更新を含むべきである。</p> <p>ユネスコエコパークの管理者はユネスコエコパーク品質認証使用に会費を設けるか否か選択することができる。会費が設けられた場合、認証の適用と更新費用は企業のプロフィール、収入と規模に沿っていることが望まれる。</p>	<p>いかなる会費制度は適用されている各専門資格プログラムに沿う必要がある。専門資格の継続会員である期間、企業や団体はユネスコエコパークデスティネーション認証またはユネスコエコパーク品質認証の使用申請もすることができる。</p>
-------------------	---	--

### 3.7 ロゴの使用

ユネスコエコパークのエコラベルに利用されるロゴは、それぞれのメッセージやイメージを伝えるために個々のユネスコエコパークが独自にデザインします。ユネスコエコパークが作成したロゴが正しく使われるための取扱書を作り、提供することが望まれます。表 7 ではロゴの分類ごとの利用条件及びロゴの使用に関して推奨される一般的な方針を紹介しています。

表 7：ロゴの利用条件と推奨される一般的な使用方針

レベル 1：ユネスコエコパークデスティネーション認証	レベル 2：ユネスコエコパーク品質認証	レベル 3：専門資格認証
<b>ロゴの使用条件</b>		
<p>認証の許可は全ての製品やサービスに与えられ、最低限の条件もしくは無条件の承認手続きがある場合がある。ロゴの使用期間は規制される場合もあれば、されない場合もある。</p>	<p>認証の許可はユネスコエコパークの管理者が一定の要件を満たしていると判断した特定の製品やサービスに、ある一定期間与えられる。ロゴの使用期間は再評価の後に更新される場合がある。</p>	<p>認証の許可は専門資格の機関が定めた期間、特定の製品やサービスに与えられる。したがって全ての諸条件はそれぞれの専門資格の機関による。</p>
<b>推奨される一般的な使用方針</b>		
<p>•ロゴは鮮明に表示され、商品の大きさに合わせて寸法を調整する必要があります。ロゴが大</p>		

きすぎたり、商品の情報を隠したりしてはいけません。

- ユネスコエコパークの管理者が指定する公式デザインと異なる形でロゴを修正することは禁止されています。使用者はロゴの公式カラー、文字、画像以外は使用できません。

- 種類、個数、材料などの商品の特徴や仕様は明記し、商品の包装上に正しく表示されなければなりません。

- ユネスコエコパークのロゴに写真や文字を重ねてはいけません。

- ユネスコエコパークのロゴは認められた商品の他に関連の販売促進資料にも使うことができます。

- 消費者の誤解を招くようなロゴ配置をしてはいけません。EU エコラベルが紹介する例には、「中の石鹸に EU エコラベルが付いていることを示したい場合は、EU エコラベルのロゴが付いたシールを常設の石鹸ディスペンサーには貼らないでください。EU エコラベルの詰め替え用石鹸パッケージにはロゴとライセンス番号が記載されていますので、パッケージが入る透明の石鹸ディスペンサーを設置することによって、EU エコラベルの石鹸であることを示すことができます。」といったものがあります

- ユネスコ及び MAB 計画は、認証制度に関するグローバルな方針を制定しておらず、さらに商業目的に使われることを想定していないため、ユネスコ及び、「人間と生物圏」(MAB)のロゴを認証制度と併記してはいけません。

以下はジョージア湾ユネスコエコパークのブランド・ガイドラインから抜粋したロゴ使用の事例です。



最初のロゴ。ロゴの背景は透明で、「Georgian Bay Biosphere Reserve」の文字が読める商品に使うことができます。



白黒ロゴ。ロゴの背景は透明で、白黒の商品に使うことができます。白黒で文書等を印刷する場合は当ロゴがおすすめです。



白色(白抜き)ロゴ。ロゴの背景は透明で、背景が黒色や濃い色の商品に使うことができます。

ジョージア湾ユネスコエコパークのロゴは複製されても読みやすく、簡単に認識されるよう、ロゴの最低サイズが定められています。



印刷後のロゴの幅は2cm以上でなければいけません。






インターネットに掲載された場合、ロゴの幅は75.59ピクセル以上でなければいけません。

(出典: GBBR, n.d.)

図7：ジョージア湾ユネスコエコパークのブランドガイドラインの事例

## Colours

		
RGB CMYK HEX	RGB CMYK HEX	RGB CMYK HEX
R 0 C 71 #00abe7	R 0 C 89 #007547	R 255 C 1 #ffcc04
G 171 M 14	G 117 M 30	G 204 M 19
B 231 Y 0	B 71 Y 88	B 4 Y 99
K 0	K 18	K 0

## Typography

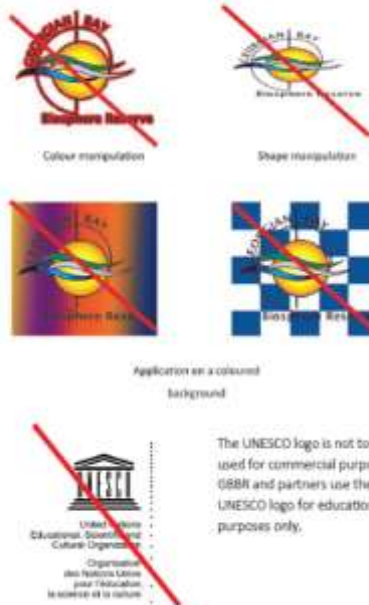
### 1. Georgia Font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

### 2. Spheros Mono JF Font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

## Presentation Guidelines



(出典: GBBR, n.d.)

図7 (続): ジョージア湾ユネスコエコパークのブランドガイドラインの事例

#### 4.0 ユネスコエコパークでのエコツーリズムのためのエコラベル

近年、グローバル観光産業は急成長しています。2016年には「旅行」と「観光」は、合わせて世界経済に2兆3000億米ドル貢献し、世界中で1億900万件の新しい雇用を創出しました。間接的な経済効果を見ると、世界経済に7兆6000億米ドル貢献し、2億9200万件の雇用を支えました。これはそれぞれ世界の国内総生産GDPの10.2%、世界中の全雇用の1割に値します (World Travel and Tourism Council, 2017)。

アジア太平洋地域では2005年から2015年までの間に観光産業の成長が、年間成長率の国際平均4%を上回り、世界トップの平均6%を記録しました。2015年にはアジア太平洋地域のインバウンド客数は6%増加しました。これは前年度に比べてインバウンド客数が1500万人増えたことを意味し、連続して6年目の堅調な成長となりました (World Tourism Organization, 2016)。

観光産業は、特に輸出分野で経済セクターのシェアを拡大させたと共に気候変動にも加担しています。例えば、宿泊施設の拡大に伴うエネルギーや水の消費量の増加があります。これは多大な労力と経済的投資を要する、より環境に優しいアプローチにシフトをする必要があることを意味しています。より持続可能になろうとする観光事業の取り組みをさらに充実させるための最も費用対効果の高い手段の一つは、エコラベルを与えることです (Orloczki, 2012)。

過去30年間以上に亘り観光産業において使われてきたエコラベル認証は、理論上、持続可能なプラクティスを取り入れようとする際に同産業の供給先を支援します (Mihalic, 2000, in Karlsson and Dolnicar, 2015)。同産業内の既存の環境基準を改善することで自然資本を保護するための試みです (Sasidharan et al., 2001)。観光業の提供各社がエコラベル認証制度への参加を選択する理由はいくつか特定されており、環境保護への関心や近隣コミュニティとの関係改善の他には、より広範囲に及ぶPR的な効果などがあります (Bohdanowicz, 2006; Kirk, 1998; Rowe & Higham, 2007, in Karlsson and Dolnicar, 2015)。

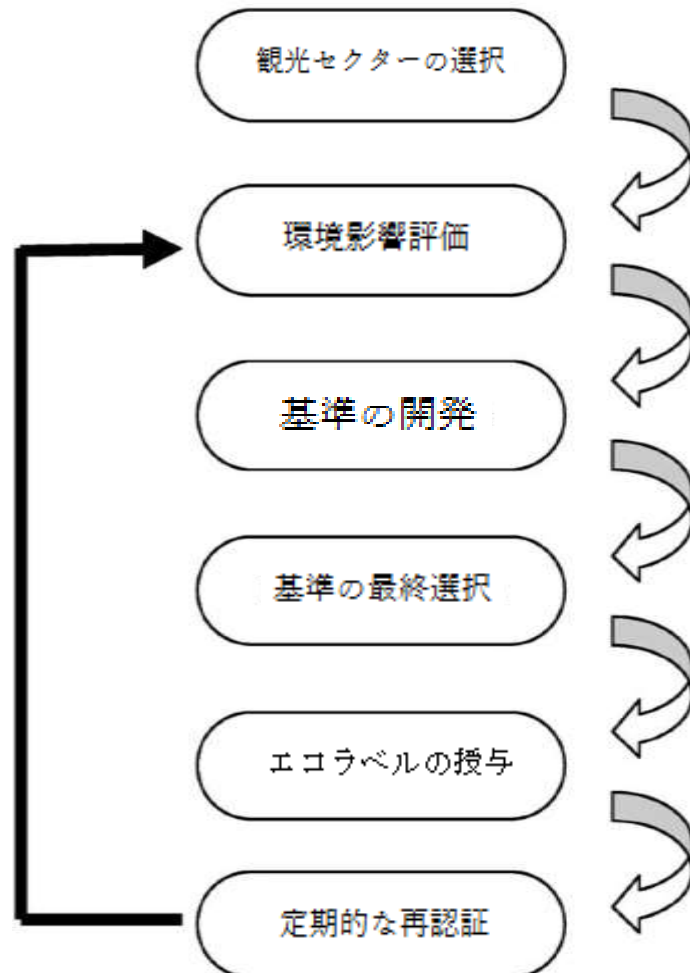
発展途上国では、壊れやすい生態系の中や周辺に観光地ができることがよくあります (Butler, 1990)。効果的で実体のあるマネージメント戦略を導入することで、環境パフォーマンスを上げるよう政府から圧力を受けている発展途上国の観光関連事業からは、エコラベル認証は非常に珍重されるでしょう (Zhang, et al., 1999)。しかしエコラベルを得るには高額な費用がかかることが通常です。

エコラベルを得るための高額費用を観光産業の提供各社は懸念しています (Bramwell and Alletorp, 2001, in Karlsson and Dolnicar, 2015)。特に小規模の事業にとっては難問です (Bramwell and Alletorp, 2001, in Karlsson and Dolnicar, 2015)。したがってエコラベル認証制度は、様々な規模の事業を巻き込み、個々のステークホルダーの関心や能力を考慮することで業界内の全企業の参加を可能にすることが推奨されています。

観光業界全体を通して、エコラベルはホテル・リゾート・マリーナ、旅行会社、ツアーオペレーター、陸運・水運業、航空会社など、様々な異なる業種の観光事業に適用できます。特定の観光地やその天然資源の環境健全性も認証できるよう、エコラベルの使用範囲を拡大することもできます (UNEP, 1998; Mihalic, 2000, in Sasidharan et al., 2002)。西エストニア諸島ユネスコエコパークでは、毎年開催されるフォーク・ミュージック・フェスティバルやマラソンをはじめとするイベントやお祭りにラベルが適用されています。



Davis (1997) in Sasidharan et al.,(2002)は、図 8 に示されているように、観光関連エコラベル証を 6 つの段階に分けました。



<sup>a</sup>Source: Adapted from Davis (1997, p. 138)

図 8：観光事業のエコラベル認証プロセスの 6 段階

観光産業のエコラベル認証制度によると、観光事業の全ライフサイクルで発生する環境への負荷を審査する必要があります。しかし、観光事業では多数の異なる資源に頼っていることを考慮すると、観光事業によって発生する環境への負荷全体の規模、大きさと幅を見極めるためのライフ・サイクル・アセスメントを適用することは難しいでしょう。したがって、エコラベル認証当局はライフ・サイクル・アセスメントの影響評価や改善分析を実施する前に、同産業のいくつかのステークホルダーによる環境への負荷全体（規模や大きさを含めて）を十分に把握する必要があります（Sasidharan et al., 2002）。

観光サービス関連のライフサイクルは、製品のライフサイクルと異なります。そのため、ある特定の種類のサービスによる環境への負荷を述べるのは非常に難しいことです。しかし、EU エコラベル（または EU Flower）認証制度など、いくつかの国際認証は観光サービスに適用する基準や規格を定めることに成功しています（Rygløva, 2007）。

Karlsson and Dolnicar (2015)によると、エコ認証や、それが自らの消費活動にどのような影響を与えるのかについて、純粋に関心がある消費者は、少数派ですが、存在します。同様に Sasidharan et al., (2001)によると、国際的に認められている認証の取得や宣伝は、発展途上国の観光事業にとって、購買力のある環境意識の高い西洋観光客に向けて自社のサービスを売り込むためのツールになり得ます。

エコツーリズムは、平均より環境に対する意識が高く、持続可能な方法で作られた製品やサービスを購入したいと考える観光客を寄せつけます。地元の購買力が低い発展途上国では、エコツーリストの台頭は地域のエコな製品やサービスのための新市場を開拓します。

エチオピアのタナ湖ユネスコエコパークで実施されたインタビューの中で、地域の商品に対する誇りはあるが、自分たちの購買力が低いと、地元住民は話していました。したがって、エコラベルのついたユネスコエコパークの商品は、環境に優しい商品を買う意志と資力のある観光客や、近くの首都の住民向けに主に売られています。同様にドイツのレーンユネスコエコパークの管理者によると、特に地元の観光客向けマーケットが営業している時期には、エコラベルは地域の中小企業を支える力となっています。

次に続く数ページでは、エコツーリズム向けエコラベル認証制度のケース・スタディーを 3 件紹介しています。最初のケース・スタディー（囲み 11）は、カナリア諸島のラ・パルマユネスコエコパークで実施された観光関連エコラベルを事例に、エコラベルが持続可能で責任ある観光を推進するために活用できることを紹介しています。囲み 12 では、韓国のシナンダドへ(新安多島海)ユネスコエコパークを事例に、ユネスコエコパークの BIORE エコラベルを地域のエコツーリズムと関連付けることに成功したことを紹介しています。最後には、囲み 13 で、フィリピンのパラワンユネスコエコパークを事例に、発展途上国においてエコツーリズムが人々の雇用や暮らしを支えていることを紹介しています。

## ラ・パルマユネスコエコパーク、スペイン

<http://www.lapalmabiosfera.es/en/biosfera>



グリーン経済プログラムの一環として、ラ・パルマユネスコエコパークブランドは3つの分野を扱う3通りのラベルを提供しています：責任ある観光、品質認証、持続可能な企業



責任ある観光ラベルは幅広いステークホルダーを巻き込みながら、環境に優しい観光地の提供を目指しています。つまり地域の環境破壊を減らすことに貢献するだけでなく、天然資源のより効率的な利用を推進し、雇用を創出し、地元住民の生活を守ることで地域の経済成長の原動力となります。

責任ある観光ラベルを申請するための要件は以下などです。

### •高品質な観光を推進する

高品質な観光サービスは、観光客の満足度を高めるために最も重要な要素の一つです。したがって、ラ・パルマユネスコエコパークは観光施設、設備、資源から形成されるその幅広い観光関連商品の全てにおいて卓越していることを要求します。

### •さまざまなテーマ性のある観光

観光客にとって主要な魅力となり、リピート率を上げるのは、幅広い種類の宿泊施設や商品の提供です。

### •管理の行き届いた観光資源

観光サービスの品質を高く保つには、常に安全性を保証すると同時に、観光地と資源を高い基準に基づいて保全、管理することが不可欠です。

ラ・パルマユネスコエコパークは専門の観光サービス提供各社と密接に協力をしながら、持続可能で責任ある観光を支えるための幅広い種類のアプローチを共に提案してきました。スペインでは、持続可能な開発の観点から天然遺産を鑑賞、見学することを推進する「スペイン観光計画ホライズン 2020」の一環でユネスコエコパークの全ネットワークおよび他の観光地でも使える、観光関連の「商品クラブ」のための新しいブランドを導入しました。「ホライズン 2020」イニシアチブの主要な目的の一つは、国際市場における地元企業の競争力を高める

ことです。

ラ・パルマ島の中で行われる経済活動の負の影響を回避するために、**Responsible Tourism Institute (RTI - 責任ある観光協会)**と国連世界観光機関 (**UNWTO**)と共同で、同ユネスコエコパークは観光セクターのための一連のサステナビリティ戦略を策定しました (**Lapalmabiosfera, 2014b**)。

例えば、事業の一環として廃棄物の分別や省エネを実践するなどして、社会的及び/または環境的に責任ある事業を営んでいる地元企業や営利団体は、環境に優しい「**Empresa Amiga**」ラベルを使うことができます。

ラ・パルマユネスコエコパークの責任ある観光ラベルは、専門資格機関とのパートナーシップを未だ確保していません。しかし、ラベルは製品やサービスの由来及び/または品質を保証する第三者の認定を認めています。例えば、**DOP ラベル (Denominación de Origen Protegida - 原産地保護指定制度)** がその一例です。

**DOP** ラベルまたは第三者提供の別のエコラベルを使っている生産者や事業がラ・パルマユネスコエコパークの認証を申請した場合は、審査に合格する確率が高くなります。さらに第三者による認証およびラ・パルマの認証を両方持っている生産者や企業は、第三者による認証費用のための助成金を申請することができます。

出典： **Carolina De León García** 氏との e メールインタビュー (2018 年 2 月 2 日、10 月 22 日、2019 年 2 月 2 日)

### シナンダドヘ(新安多島海)ユネスコエコパーク、韓国

<http://www.shinan.go.kr/>



シナンダドヘ(新安多島海)ユネスコエコパークのエコラベル制度はエコツーリズムも含みます。新安郡の地方自治体はユネスコエコパークの BIORE ラベルがエコツーリズムに使われることを全面的に支持しているため、ラベルの付いたエコツーリズムの観光地はエコツーリズムのパッケージツアーの中に含まれる他、道路標識や案内板でも宣伝さ

れます。

新安郡の地方自治体は、地域のホテルやリゾートでユネスコエコパークの商品の宣伝を行うことによって BIORE エコラベルを支援することを確約しています。SDBR 内にエコラベルの付いた商品を販売している専用のお土産店もあります。



©Shinan County

図9：BIORE ラベルの付いたエコツーリズムの観光地を宣伝する標識と案内板

ユネスコエコパークのエコツーリズムの全てのパッケージツアーに、お土産店への訪問が含まれています。2種類のツアー（1泊2日のものと2泊3日のもの）が提供されています。どちらもソウルからの移動、宿泊、ツアー、3食の全てを含めた価格で販売されています。エコツーリズムプログラムは、新安郡の地方自治体から必要な許可を得た地元の NGO によって作られました。ツアーサービスの提供に携わる従業員は全員、地元住民です。SDBR のエコラベルを立ち上げる際に長時間の準備期間を設けたおかげで、地域のエコツーリズムとエコラベルの間に強いつながりを作ることができました。ラベルの開発時に、ユネスコエコパークの管理者は 5 年間をかけて関係する全てのステークホルダーと話し合いながら調整を行っ

た上でエコラベルの最終的な規定を発表しました。

論理的な知識ではなく、主に地元の経験を基にしたラベルの基準作りをするために、準備期間中ユネスコエコパークの管理者は地元住民とできる限り頻繁に会いました。SDBR のエコラベル制度を確立する際にこのようなボトム・アップ的な方法を取り入れたことによって、地元住民がその実施にも積極的に参加し、その成功から地元の収入と経済全体を底上げすることに貢献しました。

*出典：Kyong-O Moon 氏とのインタビュー（2018年3月3日）*

パラワンユネスコエコパーク、フィリピン

<http://palawanbr.pcsd.gov.ph/>



フィリピンのパラワンユネスコエコパークは、面積が 120 万ヘクタール近くある群島から成るパラワン州のほぼ全体に及びます。



Gallery



図 10：ユネスコエコパークのウェブサイトで紹介されているいくつかの観光の見所

2016 年に実施されたユネスコの調査では、エコツーリズム関連の新しい雇用がどのようにして創出され、管理されているのか、またパラワンユネスコエコパーク内で暮らすホスト・コミュニティにとっての利点について調べました。同調査ではパラワン州都プエルト・プリンセサにある 6 つのエコツーリズムの観光地について調べ、地元住民が起業家やサービス提供者または従業員として、直接及び間接的にエコツーリズムから利益を得ていることが分かりました (Pontillas, Leon, & Fuentes, 2016)。

さらに、研究の対象となった観光地、特にプエルト・プリンセサ地下河川ツアーにて、持続可能な（新）製品・サービスのためのニッチ市場の創出または開発がなされていたことが判明しました。同見学ツアーはパラワンユネスコエコパーク特有であり、自然やエコツーリズムを目的とした観光市場全体のニーズに応える主要な見所となりました（Pontillas, Leon, & Fuentes, 2016）。プエルト・プリンセサ地下河川が、ユネスコ世界遺産に登録されているプエルト・プリンセサ地下河川国立公園の中に位置していることは特筆すべき点です。

以下の写真では、1971年プエルト・プリンセサ地下河川国立公園のロゴ（左）とプエルト・プリンセサ州都のロゴ（右）が観光案内板に掲載されています。



## 5.0 まとめ

それぞれのケース・スタディーの情報から、アジア太平洋地域のユネスコエコパークでエコラベル認証制度を開発するにはいくつかの課題があり、確立されるまで数年間かかることが多という結論に達し得ます。さらに、エコラベル認証制度を開発し実施するために必要な能力及び/または資源が不足しているユネスコエコパークもあります。しかし、このような課題があるにもかかわらず、エコラベル認証はユネスコエコパーク自体及びユネスコエコパーク内外に住む近隣コミュニティにとって多くの利点があり、環境の持続可能性を高めると同時に、地域経済と社会発展を促し、持続可能な開発モデルとしてのユネスコエコパークの役割を強化します。

本書はエコラベル認証制度の導入から得られるいくつかの利点について調査しました。これらの利点には以下があります。



#### •生産者とサービス提供者にとっての利点

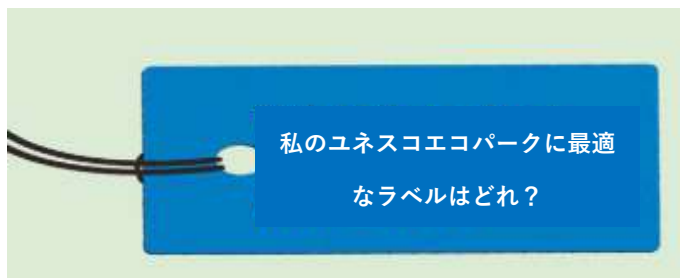
エコラベルは環境の持続可能性を保護し高めながら、高品質な製品やサービスの提供にこだわっていることを証明し、地域の生産者やサービス提供者のイメージ向上につながります。さらに、生産者やサービス提供者はエコラベル認証制度を通して、例えば、合同マーケティングという形態や事業の成長を手助けする強力なネットワークを提供できるプラットフォームの形成などといった、さまざまな支援を得ることができます。

#### •ユネスコエコパークにとっての利点

エコラベルは潜在的な観光客を含めた、ユネスコエコパーク内や近隣、そしてさらに広くユネスコエコパークの外の幅広いターゲット・オーディエンスに向けてユネスコエコパークの価値や大切にしている信条を伝えることで、そのビジビリティを高めます。よく知られているラベルのついた製品やサービスは必然的にユネスコエコパークの宣伝をすると同時に、エコラベル認証制度は地元の暮らしを支え、地域経済を強化します。きちんと開発されたエコラベル認証制度はユネスコエコパークの資源がより良くモニタリングされ、より責任ある方法で活用されることにもつながります。

#### •消費者にとっての利点

エコラベルがあることによって消費者は環境に優しい製品やサービスを選ぶことができます。また、情報がきちんと与えられた環境で選択する権利が消費者にあるという考えを強調します。エコラベルは、ユネスコエコパークについて、製品やサービスの由来について、そして環境保護と持続可能性の重要性についての消費者の認識を高める効果もあります。



本書では、ユネスコエコパークの管理者がそれぞれのニーズと能力に最適な認証を選べるよう、3種類の認証制度について紹介しました。制度は3つのレベルに分けて紹介されました：(1) ユネスコエコパークデスティネーション認証 (2) ユネスコエコパーク品質認証 (3) 専門資格認証

- レベル1のデスティネーション認証は、資源が限られているが、レジリエンスを増し、ユネスコエコパークに対する人々の認識を高めたいと考えているユネスコエコパークに向いています。
- レベル2の品質認証は、それぞれのユネスコエコパーク関連の環境に優しい地域の製品やサービスの販売促進を目指しているユネスコエコパークに向いています。
- レベル3の専門資格認証は、第三者の専門資格機関によって検証される環境に優しい製品やサービスの販売促進を目指しているユネスコエコパークを主として対象としています。同制度は外部機関のロゴを通して、直接の地理的境界を超え広範囲に亘りユネスコエコパークのレジリエンスを高めます。

エコラベル認証制度の優良事例に関する本書が示すように、エコラベルはユネスコエコパーク内で調達、生産、提供される幅広い製品やサービスに適用することができます。認証された製品に関しては、次の分類のいずれかに当てはまる品物がラベルの対象となります：農園芸、漁業、加工食品、手工芸品、飲食品。サービスに関しては、エコラベルは宿泊施設、交通の他に、デスティネーション・マネジメント、旅行会社、現地ガイド、観光客向けアクティビティーを含めたツーリズム・マネジメントに適用することができます。分類の多様性やそれぞれの製品やサービスには異なる基準や規格が付随することを考慮して、ユネスコエコパークの管理者には、エコラベル認証制度を作る際には、最初に限定数の製品やサービスを対象にパイロット・プロジェクトを行うことが推奨されています。その後、認証制度が完全に確立された後に、他の製品やサービスを追加できます。

きちんとした管理と法律の制定の他に、関係するステークホルダーからの強力な支援があれば、エコラベルは、地域の社会経済の開発を強化しながらも、環境の持続可能性を推進し、高めるた

めの効果的なツールになります。さらに、あるユネスコエコパークがより知られるようになると、関連の製品やサービスのビジビリティも高まり、これはユネスコエコパークとステークホルダーお互いにとって有益なことです。

「ユネスコエコパークは常に事業を裏で支えている人を意識することが大切です。これは小規模の家業的な事業の場合に特に重要になります。良い関係を保つための鍵は、話を聞き、学び、調整をし、事業がうまく進み、必要なツールが揃っているかどうか確認するために常に連絡を取り合うことです。したがって、実際に企業を訪問し、企業のために時間を費やす専任のスタッフが必要です。認証の世界では、量よりも質が重要です」。

(Carolina De León García 氏、ラ・パルマユネスコエコパーク、2018 年)

「多くの場合、新しいユネスコエコパークはエコラベルを短期間で確立したいと考えます。しかし、ユネスコエコパークの認証制度を作り上げるには多くの時間と労力が必要です。策定に 5 年から 10 年かかることがあります。認証の基準は学術的で論理的な知識ではなく、土着の知恵を基に作られるべきなので、ユネスコエコパークの管理者はできる限り頻繁に地元住民と面会する必要があります。制度を作り上げるプロセスをボトム・アップなものにすることによって地元住民から受け入れられ易くなります。地元住民にとっては収入に直接関係していることから、認証制度はデリケートな問題であることを留意する必要があります」。

(Kyong-O Moon 氏、新安多島海ユネスコエコパーク、2018 年)



## 6.0 参考文献

- ASC (Assist Social Capital). (2016). Social Capital for Sustaining MAB Actions: Cat Ba Archipelago Biosphere Reserve, Vietnam - An example of Good Practice for Biosphere Reserves.
- Blahy, B., & Peil, J. D. (2010). Regional Branding as an Instrument for Sustainable, Environmentally-friendly Development - The "Prüfzeichen" of the biosphere reserve Schorfheide-Chorin. TEEBcase.
- Boesch, M., Renner, E., & Siegrist, D. (2008). "Brandscaping": From traditional cultural landscapes to "Label regions". (Mountain Research and Development 28(2): 100- 104 ed.).
- Butler, R. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan Horse? Journal of Travel Research 28, 40-45.
- Cat Ba BR. (2015). About Cat Ba Biosphere Reserve Eco-Label. Retrieved January 3, 2018, from Cat Ba Biosphere Reserve Eco-Label Official Facebook Page
- Dannenbaum, M. a. (2015). Biosphere Reserves in Germany: In touch with nature. Berlin: Europarc Deutschland e.V.
- EC (European Commission). (2016). EU Ecolabel Work Plan for 2016-2018. Version 1.4. Retrieved December 7, 2017, from <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/Work%20plan%202016-2018.pdf>
- EC (European Commission). (2017). EU Ecolabel Logo Guidelines. Retrieved January 17, 2018, from [http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/logo\\_guidelines.pdf](http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/logo_guidelines.pdf)
- FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations). (2011). Why Invest in Sustainable Mountain Development? Rome, Italy: FAO.
- Forlin, V. (2015). How Competition Determines the Success of an Eco-Label.
- Gallastegui, I. G. (2002). The use of eco-labels: a review of the literature. Wiley InterScience 12, 316-331.
- GBBR (Georgian Bay Biosphere Reserve). (n.d.). Brand Guidelines. Retrieved September 28, 2017, from [https://www.gbbr.ca/download/branding\\_documents/Brand%20Guidelines.pdf](https://www.gbbr.ca/download/branding_documents/Brand%20Guidelines.pdf)

- Ghazoul, J., Garcia, C., & G., K. C. (2009). Landscape Labelling: A Concept for Next- Generation Payment for Ecosystem Services Schemes. (*Forest Ecology and Management* 259: 1889-1895 ed.).
- Government of the Republic of Estonia. (n.d.). Mahemärgi etalonkirjelduse ning väljaandmise tingimuste ja kasutamise korra kehtestamine. Retrieved January 9, 2018, from <https://www.riigiteataja.ee/akt/74444#>
- Horne, R. (2009). Limits to labels: The role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption. (*International Journal of Consumer Studies* 33, 175-182 ed.).
- IISD. (n.d.). Benefits of eco-labeling. Retrieved January 17, 2018, from [https://www.iisd.org/business/markets/eco\\_label\\_benefits.aspx](https://www.iisd.org/business/markets/eco_label_benefits.aspx)
- Indecon. (2017). Standar di Produk. Retrieved February 27, 2018, from <http://www.indecon.or.id/standar-di-produk-2/>
- Indonesian Institute of Sciences (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia - LIPI). (2016). Branding Guideline for Products from Indonesia biosphere Reserves. Jakarta.
- Indonesian MAB Programme National Committee. (2017). Indonesia Country Report 2016-2017. Jakarta.
- Indonesian MoEF (Ministry of Environment and Forestry Republic of Indonesia). (n.d.). Pedoman Buku Swadepklarasi. Pusat Standarisasi Lingkungan dan Kehutanan. Retrieved November 8, 2018, from [http://standardisasi.menlhk.go.id/index.php/download/pedoman\\_buku-swadepklarasi/](http://standardisasi.menlhk.go.id/index.php/download/pedoman_buku-swadepklarasi/)
- Isolda, G. M. (n.d.). Canada's Environmental Choice Program and its Impact on Developing-Country Trade. In *Eco-labelling and International Trade*. Palgrave Macmillan.
- Karlsson, L., & Dolnicar, S. (2015). Does Eco Certification Sell Tourism Services? Evidence from a Quasi-Experimental Observation Study in Iceland. *Journal of Sustainable Tourism* 24.
- Knaus, F., K., B. L., & and Siegrist, D. (2017). The Economic Impact of Labeled Regional Products: The Experience of the UNESCO Biosphere Reserve Entlebuch. *Mountain Research and Development* 37(1), 121-130.
- Knickel, K., & Renting, H. (2002). Methodological and Conceptual Issues in the

Study of Multifunctionality and Rural Development. *Sociologia Ruralis* 40(4), 512-528.

- Kraus, F., Cornelia, M., & Job, H. (2014). Biosphere Reserves and Their Contribution to Sustainable Development: A Value-Chain Analysis in the Rhön Biosphere Reserve, Germany. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 58, 164-180.
- La Palma Journal. (2016). Cheese from La Palma with DOP Seal of Quality. Retrieved December 6, 2017, from <http://www.la-palma24.info/en/cheese-from-la-palma/>
- Lapalmabiosfera. (2014a). The Brand "La Palma Biosphere Worldwide Reserve". Retrieved February 6, 2018, from <http://www.lapalmabiosfera.es/en/productos>
- Lapalmabiosfera. (2014b). Tourism in La Palma. Retrieved February 7, 2018, from <http://www.lapalmabiosfera.es/en/turismo>
- MAB Task Force on the Development of Quality Economies in Biosphere Reserves. (2002). Lanzarote.
- Miyazaki, A. (n.d.). Guide to Aya Town's Agriculture that Respects Natural Ecosystems and Organic Farm Products. Retrieved October 31, 2017, from [http://www.town.aya.miyazaki.jp/ayatown/agriculture/images/EN\\_agriculture.pdf](http://www.town.aya.miyazaki.jp/ayatown/agriculture/images/EN_agriculture.pdf)
- Muller, E. (2002). Environmental Labelling, Innovation and the Toolbox of Environmental Policy: Lessons Learned from the German Blue Angel Program.
- Naumann, E. (2001). Eco-labelling: Overview and Implications for Developing Countries. Development Policy Research Unit University of Cape Town.
- OECD. (2005). Effects of Eco-labelling Schemes: Compilation of Recent Studies.
- OECD. (2008). Promoting Sustainable Consumption: Good Practices in OECD Countries. Paris: OECD.
- Orloczki, M. (2012). Eco-labelling for Environmental Friendly Hotel Industry. *International Dimensions in Economic*, Poland, 122-129.
- Piper, L. A., & Yeo, M. (2012). Ecolabels, Ecocertification and Ecotourism. *Sustainable Tourism: Socio-Cultural, Environmental and Economics Impacts*, 279-294.
- Pokorny, D. (2011). Introduction to the Rhön Biosphere Reserve: Strategies for Sustainable Regional Development in a Rural Area. Retrieved September 27, 2017, from <https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/>

internationalernaturschutz/2011-AfriBR-14-Pokorny\_Rhoen.pdf

- Pontillas, M. S., Leon, E. M., & Fuentes, R. T. (2016). Best Practices and Management Experiences in Ecotourism: Generating Alternative Livelihoods within the Palawan Biosphere Reserve, Philippines - Technical Report. Jakarta: UNESCO.
- Poop, D. (2009). Effizienzsteigerung des Prüfzeichens für das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin. FUTOUR Regionalberatung, Haundorf. Retrieved from [https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/internationalernaturschutz/2011-AfriBR-14-Pokorny\\_Rhoen.pdf](https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/internationalernaturschutz/2011-AfriBR-14-Pokorny_Rhoen.pdf)
- Rosenberg, L., & Kokovkin, T. (2016, march). West-Estonian Archipelago Biosphere Reserve and Lima Action Plan. Slides presented at 4th World Congress of Biosphere Reserves. Lima, Peru.
- Ruoss. (2002, October). The Entlebuch Biosphere Reserve for Sustainable Regional Development. Report of the workshop of the Focus Group of the Task Force on the Development of Quality Economies in Biosphere Reserves. Berlin, Germany.
- Ryglova, K. (2007). Eco-Certification as a Tool of Sustainable Tourism. *Agriculture Journals*, 53(3), 138-143.
- Salzman, J. (1991). Environmental Labelling in OECD Countries.
- Sasidharan, V., Sirakaya, E., & Kerstetter, D. (2001). Developing Countries and Tourism Ecolabels. *Tourism Management* 23, 161-174. Retrieved February 9, 2018, from <http://www.vidya.ca/wp-content/uploads/2015/08/Developing-countries-and-ecotourism-labels.pdf>
- SBA (Sustainable Business Associates). (2006). Environmental Labelling: an Overview.
- Simatupang, W., Suhandi, A. S., & Sungkar, R. (2014). Panduan Pengembangan Produk Perjalanan Ekowisata. Jakarta: Indecon.
- Tanaka, T. (2018). Standard Framework for Biosphere Reserve Management Informed by Sustainability Science (First Draft Report February 28,2018 ed.).
- UBE (UNESCO Biosphere Entlebuch). (2007). The UNESCO Biosphere Entlebuch Switzerland: Advancing Towards a Model of Sustainable Living and Working.

- UNESCO. (2011). Cat Ba Biosphere Reserve Announces Line of Official Products and Services. Retrieved September 14, 2017, from [http://www.unesco.org/new/en/hanoi/about-the-hanoi-office/single-view/news/cat\\_ba\\_biosphere\\_reserve\\_announces\\_line\\_of\\_official\\_products/](http://www.unesco.org/new/en/hanoi/about-the-hanoi-office/single-view/news/cat_ba_biosphere_reserve_announces_line_of_official_products/)
- UNESCO. (2012). West Estonian Archipelago. Ecological Sciences for Sustainable Development. Retrieved February 6, 2018, from <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/europe-north-america/estonia/west-estonian-archipelago/>
- UNESCO. (2018). Development of the Biosphere Reserve Brand Identity at the Local Level. Paris: UNESCO.
- UNESCO and National Natural Landscape. (2007). Model Regions of World Standing: UNESCO Biosphere Reserves. Berlin: Europarc Deutschland e.V.
- UNESCO MAB. (2015). MAB Strategy 2015-2025. Retrieved September 27, 2017, from [http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/MAB\\_Strategy\\_2015-2025\\_final\\_text.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/MAB_Strategy_2015-2025_final_text.pdf)
- UNESCO MAB. (2017a). A New Roadmap for the Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves. Paris: UNESCO. Retrieved January 9, 2018, from <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002474/247418E.pdf>
- UNESCO MAB. (2017b). Biosphere Reserves - Learning Sites for Sustainable Development. Ecological Sciences for Sustainable Development. Retrieved January 16, 2018, from <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/>
- UNESCO MAB. (2017c). Asia and the Pacific: 147 Biosphere Reserves in 24 Countries. Ecological Sciences for Sustainable Development. Retrieved March 9, 2018, from <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/asia-and-the-pacific/>
- UNESCO Office Jakarta. (2010). Lessons from Biosphere Reserves in the Asia-Pacific Region, and a Way Forward: A Regional Review of Biosphere Reserves in Asia and the Pacific to Achieve Sustainable Development. Retrieved March 13, 2018, from <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001883/188345e.pdf>



- UNESCO Office Jakarta. (2015). Meeting Report: The 8th Southeast Asia Biosphere Reserves Network Meeting, The 2nd Asia-Pacific Biosphere Reserves Networks Strategic Meeting, Asia-Pacific Workshop on Strengthening Capacity for Management of Biosphere Reserves and Protected Areas. Retrieved March 13, 2018, from <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002336/233602E.pdf>
- UNWTO. (2016). Asia Tourism Trends 2016 Edition. Retrieved March 14, 2018, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418312>
- USDA (United States Department of Agriculture). (2016). Labeling Organic Products. Retrieved February 27, 2018, from <https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Labeling%20Organic%20Products.pdf>
- Withyman, C. J. (2015). Sustainable Tourism Certification: a Case Study of Noosa Biosphere Reserve.
- Worku, M., & Gebey, T. (2016). Developing a Brand and Marketing Concept for Regional Natural Products Produced in Lake Tana Biosphere Reserve, Ethiopia. Final Report submitted to NABU. Retrieved January 15, 2018, from [http://www.laketana-biosphere.com/wp-content/uploads/2014/10/Brand-Development\\_Strategy.pdf](http://www.laketana-biosphere.com/wp-content/uploads/2014/10/Brand-Development_Strategy.pdf)
- WTTC (World Travel and Tourism Council). (2017). Travel and Tourism Global Economic Impact and Issues.
- Zhang, H. Q., Chong, K., & Ap, J. (1999). An Analysis of Tourism Policy Development in Modern china. *Tourism Management* 20, 471-485. Retrieved February 13, 2018, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.603.1974&rep=rep1&type=pdf>

より詳しくは以下までご連絡ください。

**UNESCO Office Jakarta**

Jl. Galuh (II) No. 5, Jakarta 12110, Indonesia

Tél: +62-21 739 9818

[www.unesco.org/jakarta](http://www.unesco.org/jakarta)