

店頭にてNP商品（海産物）の購買調査概要（日本）

令和6年度 環境省実施調査

【仮説】

自然豊かな地域で生産されたことがわかる写真は、本当に購買意欲を高めるかどうか。

【検証】

実店舗に協力を依頼し、属性が似ている店舗6店舗を対象に、2025年1月9日～1月22日に購買調査を実施。

介入策としては、ASC認証を取得している牡蠣において「自然豊かな地域で生産された」写真を前面に押し出す掲示物追加し、実際の販売数を確認。

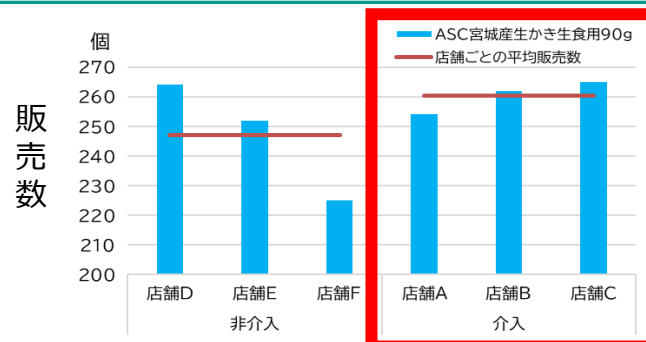
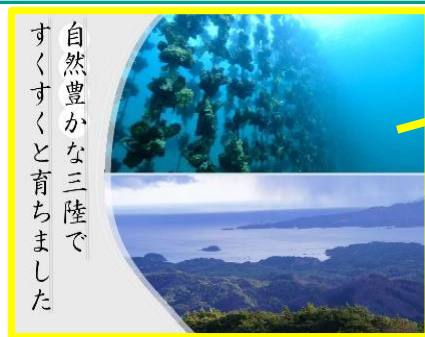
【条件】

掲示物を配置する介入店舗（3店舗）は非介入店舗（3店舗）と同等の特徴をもつ店舗とする。

※実証調査対象店舗は、郊外、ベッドタウン、ファミリー層の購入が多い特徴あり

※実証調査対象店舗は、牡蠣の 카테고리 売上げが同等

介入あり



【結果・考察】

販売数・売上ともに、介入店舗3店舗の方が、非介入店舗3店舗より、5%多かったことが示唆された。

自然豊かな地域で生産された情報を掲示することは消費者の購買意欲を促進する可能性がある。