ASC認証牡蠣の消費選択ロジック調査（日本）

令和５年度 環境省実施調査

■調査概要

【仮説】

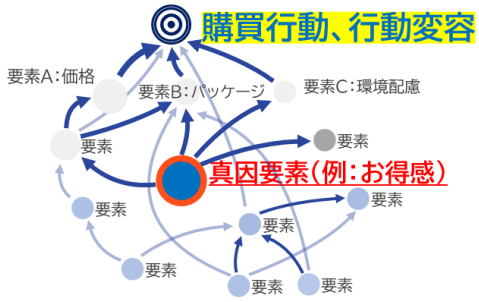
「意識の高い人に対し、ASC認証*ラベルを提示したら高くても買ってくれるだろう」、「ASCのことを知ってもらえれば、ASC認証ラベルの付いた商品を高く買ってくれるようになるだろう」

*ASC(Aquaculture Stewardship Council)認証：責任ある養殖により生産された水産物に対する認証

【調査手法】

ウェブアンケート調査を実施し、回答結果から**「思わず買いたくなる」介入点が何か**を因果分析モデルにより検証

AIを実装した構造的因果モデルを活用し、
観察データに基づく消費者の購買行動に影響を与え得る介入点・介入策の探索を試行



■調査結果

カキの購買意欲には、以下の因果関係が示唆

◎**自然豊かな地域で生産されたこと**
⇒見た目が美味しそう、品質がよさそう、安心感
⇒購買意欲

◎**高級感あるパッケージ**
⇒特別感
⇒お得感
⇒購買意欲

※「ASC認証ラベル」の有無は購買意欲とほとんど結びつきがない。

製品やサービスに応じた購買ロジックを把握し、適切な介入点を特定するようなマーケティングデータとして的確な情報を提供する必要あり