

ネイチャーポジティブ製品の市場活性化キャンペーン1



調査概要

消費者が生物多様性に配慮した商品やサービスを自らの意思で選択できるよう、**情報提供の内容や方法について介入点及び介入策**を検討することを目的に、①ウェブアンケートを基に購買行動につながる要因分析を行い、介入点及び介入策を設定。②対象3商品について、各協力機関と連携のうえ実証実験を行った。

購買①
行動②
アンケート
につながる
要因分析

調査結果：牡蠣

【因果AI分析結果】※2023年度に検討
よく牡蠣を購入する層は「自然豊かな地域で生産されたこと」が因果構造のスタート地点にあり、これが「品質がよさそう」や「産地のブランド感」に影響を与え、購入意欲に影響を与えていた。

年に1-3回店で購入		年に4回以上店で購入	
B.他の人も買いそう	0.533	C.自然豊かな地域で生産されたことに興味を持った	0.443
C.産地のブランド感が魅力的だ	0.455	B.品質がよさそう	0.415
C.見た目が美味しそうに見えた	0.35	C.見た目が美味しそうに見えた	0.28
C.料理しやすい、食べやすいと思った	0.291	C.産地のブランド感が魅力的だ	0.262
B.品質がよさそう	0.225		
C.自然豊かな地域で生産されたことに興味を持った	0.221		
B.お得感	0.215		
B.特別感	0.194		
C.含まれる栄養価に関心を持った	0.183		
C.生産者の顔が見えると感じた	0.181		

※実証実験で介入可能な要素を黄色ハイライト

②実証試験概要

	牡蠣	米	日用品
対象商品	ASC宮城産生かき生食用	「CO・OP産直新潟佐渡コシヒカリ」(5kg)	サラヤ ハンドソープ「WASH BON」
実証場所	イオンリテール株式会社 関東圏内6店舗	コープデリ宅配 ECサイト (eフレンズ)	LINEやフー株式会社 Yahoo!ショッピング
実証の方法	実店舗に設置するポップへの介入	宅配のWebチラシの画像へ介入	ECサイトにおける販売画像へ介入

調査結果：米

【因果AI分析結果】
トキ米の購入意欲には品種や銘柄、等級の他に**「有機栽培であること」や「品質管理の記載」**が、購入意欲に影響を与えている。

トキ米の購入意欲	
品種や銘柄	0.306
有機栽培	0.272
等級	0.249
品質管理の記載	0.208
味の表現	0.183
ごはんを食べている情景の写真	0.179
量	0.171
パッケージのおしゃれさ	0.122
栄養価	0.08
パッケージの素朴さ	0.053

※実証実験で介入可能な要素を黄色ハイライト

調査結果：日用品

【因果AI分析結果】
RSPO認証を知らない人でも、「持続可能な原料生産」が因果構造のスタート地点にあり、RSPOロゴやお得感に影響を与え、購入意欲に影響を与えていた。

RSPOを知っている		RSPOを知らなかった。	
C.保湿力	0.458	C.持続可能な原料生産	0.379
C.新発売	0.417	C.テレビ紹介	0.317
C.お得感	0.35	C.お得感	0.312
C.デザイン性	0.288	B.安心感	0.309
C.テレビ紹介	0.237	C.新発売	0.305
B.効能が良い	0.224	B.効能が良い	0.253
B.安心感	0.217	B.他の人も購入しそう	0.241
C.自然由来	0.19	C.自然由来	0.188
C.ごみが少量	0.143	C.RSPOロゴ	0.183
C.香り	0.084	B.扱いやすい	0.15

1

※実証実験で介入可能な要素を黄色ハイライト

ネイチャーポジティブ製品の市場活性化キャンペーン2

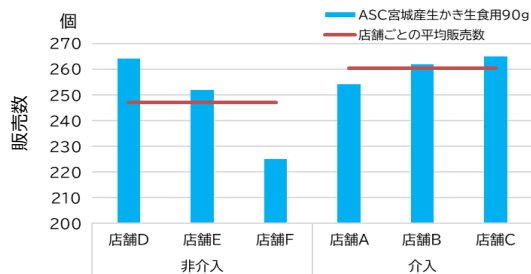
② 効果的な介入策の検証

調査結果：牡蠣

【介入策】自然豊かな海で生産されたことを示す写真と説明の入ったPOPを設置



【結果】POPを設置した販売店の販売数が**5.0%増加**！



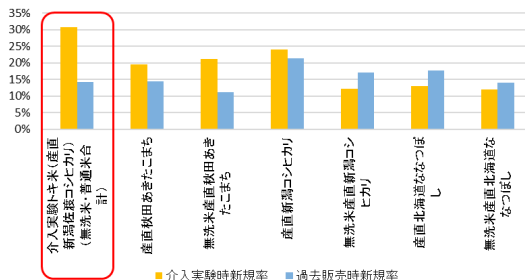
【Tips】ロゴに加えて、**生産地の豊かな自然を視覚的に示すことが購買を促進する可能性**

調査結果：米

【介入策】Webチラシにおいて、**生きもの**の調査の実施や**化学農薬・化学肥料の削減の取組**を追記



【結果】購入率に変化は認められない。但し、過去のトキ米特集（生産者の顔写真等を掲載）と今回（生産地の生き物（トキ等）の写真を掲載）を比較するとトキ米の新規購入率が約2倍になった。



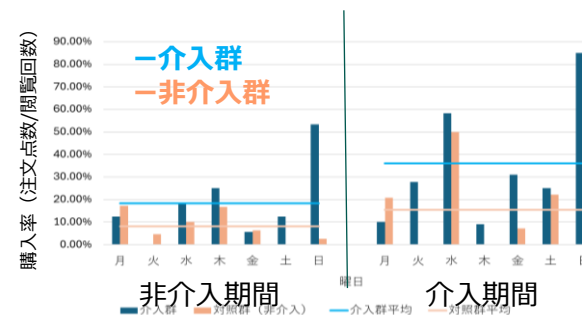
【Tips】**生産地の生き物の写真は購買意欲に影響を与える可能性**

調査結果：日用品

【介入策】商品画像に**認証ラベル**と「**持続可能な原材料**」で作られている説明を追加



【結果】認証ラベルと説明を追加すると購入率が**17.71%増加**！



【Tips】ロゴに加えて、**ロゴが意味する配慮事項に関する情報が購買を促進する可能性**

Next Step



- ・スーパーマーケットトレードショー2025で約120名に直接説明、特に大手卸売業や外食産業運営企業から、今後の活動に向けて賛同を得た。
- ・環境省の取組等に関するアンケートを実施。
- ・事業者や業界団体に参照頂けるよう結果をTipsとして行動変容WG等で共有。