

YES! clean 認証表示で消費者の心をつかむには？

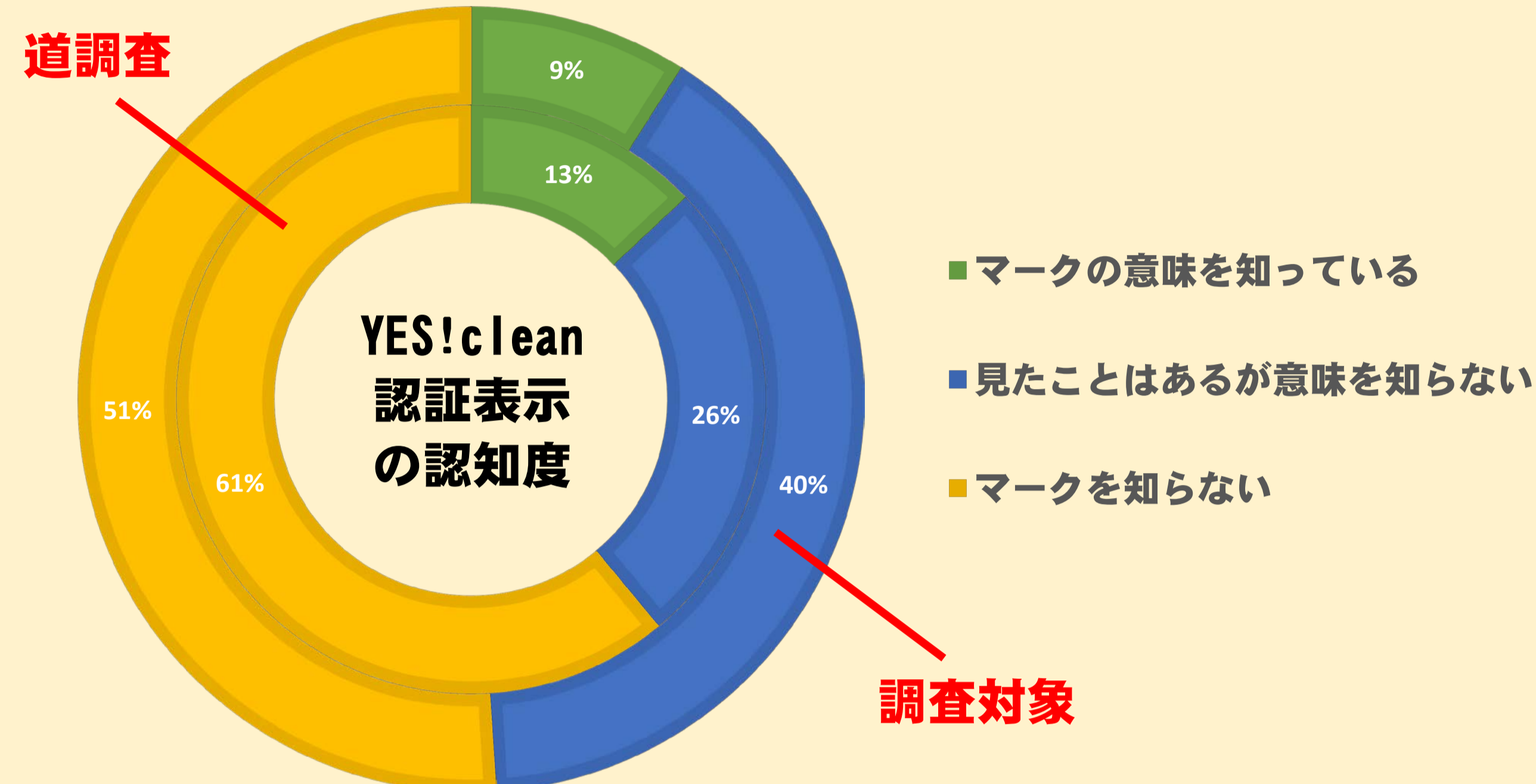
概要 Abstract

- 現状では、消費者のYES! clean認証表示に対する評価は、ばらつきが大きいです。
- 産地の取り組み（ストーリー）を伝達することで、消費者の購買意欲を高められます。
- ただし、その効果は一時的であり、継続的な情報発信が求められます。

成果 Results



YES! Cleanマークは、北海道の生産者が自信の証として全国の消費者の皆様方にお届けしているメッセージです。



セミナーの例

食酢はウケが良い



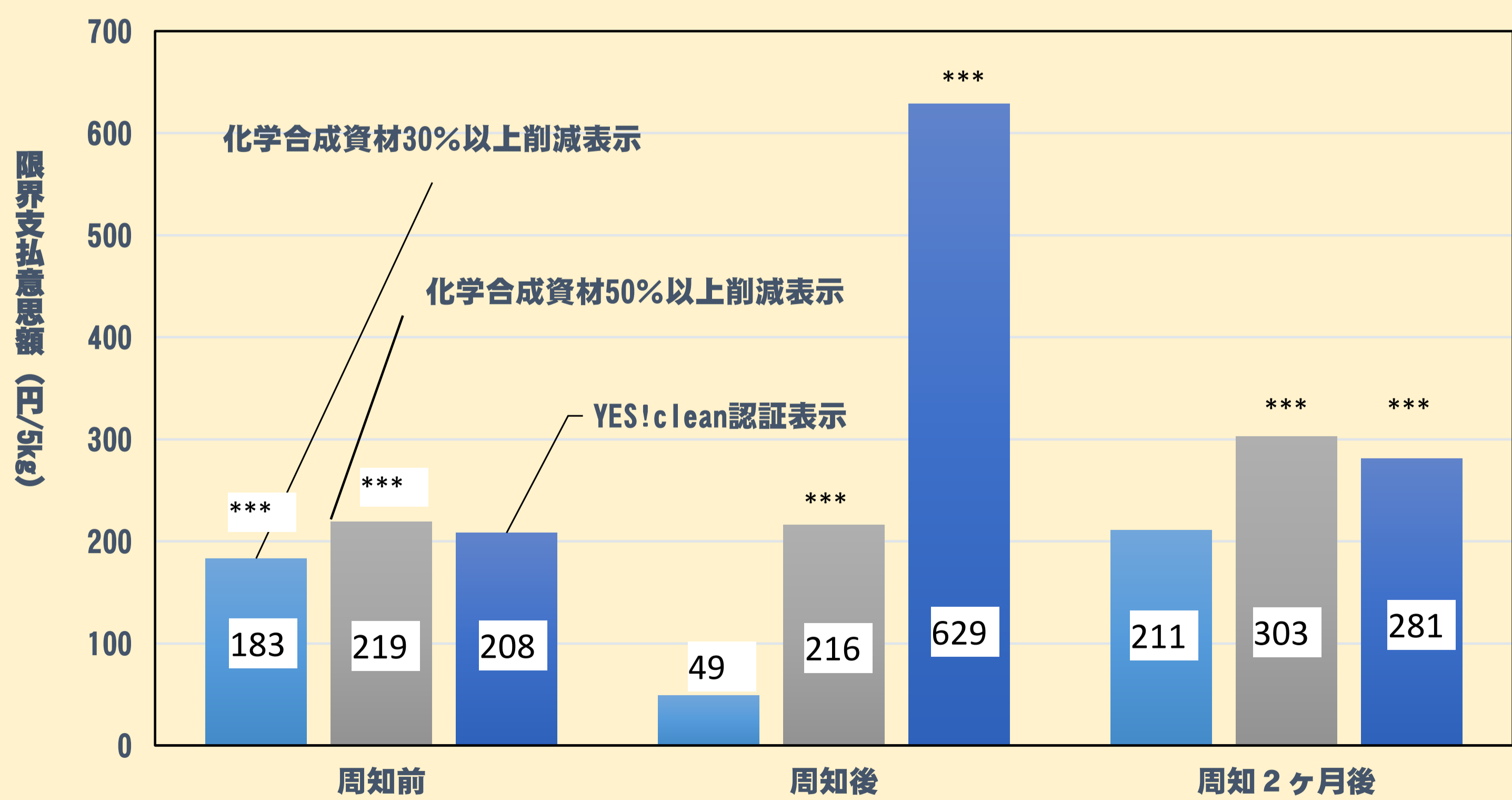
対象 札幌市95名の主婦

評価 ななつぼし5kg 認証表示の有無

方法 3回の選択実験

周知前
産地や認証制度に関する情報の周知前
周知後
産地や認証制度に関するセミナー直後
周知2ヶ月後
セミナー2ヶ月後

選択実験とは
ブランドの価値を貨幣価値で計測する方法の一つ



認証表示に対する購買意欲の計測結果

- 周知前
北海道安心ラベルって何？安心なの？
※評価者間で評価にバラツキがある
- 周知後
産地の取り組みや制度の内容を理解できると「いいね！」を付けたくなる
※マークの価値（限界支払意思額）は上昇
- 周知2ヶ月後
もう分かったわ！
※マークの評価は評価者間で安定

普及 Dissemination

- 本成果は、認証表示の普及・啓発活動に役立ってます

連絡先 Contact

中央農業試験場 生産研究部 生産システムグループ
0123-89-2001
central-agri@hro.or.jp