

# 今年度の実施状況について

資料3

事業者名(五十音順)	実施店舗	対象商品	付与数	開始月
(株)アーバンリサーチ	14店舗	commpost (廃棄衣料をアップサイクルした製品)	販売額の10%	10月
(株)エディオン	46店舗	LEDシーリングライト(指定機種)	500又は1000P	11月
(株)エコープ近畿	1店舗	地域の農家が持ち込む農作物や加工品	販売額の2%	10月
大阪いずみ市民生活 協同組合	宅配	大阪府産農産物、大阪産(もん)認定商品	販売額の5%	10月
生活協同組合コープ こうべ	4店舗	とれしゃき(大阪府ご当地野菜・果物)	10P	10月
(株)サンプラザ	35店舗	大阪エコ農産物を中心に農薬・化学肥料の使用を 削減した商品	15Pから	10月
上新電機(株)	53店舗	節電多機能エアコン(指定機種)	2000P	11月
(株)高島屋	1店舗	タカシマヤファームで販売する大阪・関西産地の野菜 など	販売額の1%	10月
西日本旅客鉄道(株)	アプリ	WESTERアプリを活用した鉄道利用によるスタ ンプラリー	100P×2回	11月
宮之阪中央商店街 振興組合	対象加盟店	エコバック持参など	1Pから	10月
(株)ルビー (クリーニングルビー)	68店舗	クリーニング用ハンガーの回収	25本回収で 200P	10月

# 実施状況の写真等



(株)アーバンリサーチ



(株)エディオン



(株)エコープ近畿



大阪いずみ市民生活協同組合



生活協同組合コープこうべ



(株)サンプラザ

# 実施状況の写真等



上新電機(株)



(株)高島屋



西日本旅客鉄道(株)



宮之阪中央商店街振興組合



(株)ルビー(クリーニングルビー)

# 共通の啓発資材



令和5年10月~  
順次スタート  
(令和6年2月末まで※)

●ポイント付与数が上限に達し次第、終了する場合があります。  
※事業者によってはポイント付与期間が異なります。  
詳しくはウェブサイトをご覧ください。

脱炭素につながる商品等を  
購入すると、いつものポイントに  
加えて、さらにポイントが  
もらえるねん!

脱炭素につながるお買い物をしてな!

えらんで 得する 脱炭素!



©2014 大阪府おもしろん

CO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub> ポイントが付与される対象の商品・サービス

- 地産地消の野菜
- LEDシーリングライト
- 鉄道利用 等
- リサイクル素材を用いたファッションウェア
- クリーニング用ハンガー回収
- 節電多機能エアコン
- 地産地消飲食メニュー



(五十音順)

おおさかCO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>(コツコツ)ポイント+ ホームページ  
<https://osakaco2pt.jp>

抽選で商品券やポイントがもらえるアンケートを実施します。  
(令和5年10月~令和6年2月を予定)

大阪府では、脱炭素の取組みに賛同する事業者とともに、生産・流通・使用過程でのCO<sub>2</sub>排出が少ない商品・サービスを購入した方に対してご利用店舗の通常のお買い上げポイントに加えて、さらにポイントを付与し、脱炭素に寄与する商品選択の促進効果やCO<sub>2</sub>削減効果等に関する検証事業を実施しています。

脱炭素につながる  
商品やサービスを

CO<sub>2</sub>削減で

えらんで得する 脱炭素!

- 脱炭素につながる商品・サービスを購入された方に、ご利用店舗の通常のお買い上げポイントに加えて、さらにポイントを付与
- CO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub> ポイントはお買い上げポイントと同じように利用することができます。
- ぜひこの機会に脱炭素につながる商品・サービスを選んでください!

ポイント加算のイメージ



【参加事業者 取組内容 (令和5年9月時点)】

事業者名等 (五十音順)	事業者ポイント制度	対象店舗(予定)	ポイントを付与する商品・サービス(予定)
株式会社アーバンリサーチ	UR CLUB ポイント	大阪府内 対象商品取扱 14店舗	・compost (廃棄衣料をアップサイクルした製品)
株式会社エディオン	エディオンポイント	大阪府内 46 店舗	・LEDシーリングライト(指定機種)
株式会社エコーブ近畿	Tポイント	・JAファーマーズブチ 星田店	・地域の農家が持ち込む農作物や加工品
大阪いずみ市民生活協同組合	サンクスポイント	(コープの宅配)	・大阪府産農産物、大阪産(もん)認定商品
生活協同組合コープこうべ	コービーポイント	・コープ東豊中 ・コープ豊池 ・コープ真田 ・コープ桜塚	・とれしやき(大阪府ご当地野菜・果物)
株式会社サンブラザ	サンブラザポイント	大阪府内 35 店舗	・大阪エコ農産物を中心に農薬・化学肥料の使用を削減した商品
上新電機株式会社	ジョーシンカードポイント	大阪府内 53 店舗	・節電多機能エアコン(指定機種)
株式会社高島屋	タカシマヤカードポイント	・大阪店	・タカシマヤファームで販売する大阪・関西産地の野菜 ・「CO <sub>2</sub> 削減スタンプ」をデジスタイルカードで流通等で取り扱うDepart de Loop商品(再生繊維使用商品)
西日本旅客鉄道株式会社	WESTERポイント	・移動生活ナビアプリ WESTER	・WESTERアプリを活用した鉄道利用によるスタンプラリー
富之阪中央商店街振興組合	富之阪ふれあいスマイルカード	商店街内 対象店舗	・エコバック持参 ・府内生産食材利用のメニュー ・フードドライブへの食品提供や子ども食堂の利用 ・季節のイベントでのエコ活動 等
株式会社ルビー(クリーニングルビー)	ハンガーエコポイント	大阪府内 68 店舗	・クリーニング用ハンガーの回収

※各事業者の対象店舗・ポイント付与期間は、おおさかCO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>ポイントホームページをご覧ください

買物がどうして脱炭素につながるの?

あらゆる商品やサービスは、エネルギーや資源を使って製造・提供され、その過程で地球温暖化の原因となるCO<sub>2</sub>を排出しています。私たちが商品やサービスの選び方を変えることで、CO<sub>2</sub>排出を減らすことができます。例えば、地産地消を意識して食材を選ぶ。リサイクルやリユースされた服を買う。省エネ性能が高い家電製品を買う。自家用車から鉄道に移動手段を変える。購入する商品や利用するサービスをみんなで変えていくことで、脱炭素社会に向けた取組みが一歩進みます。



本事業に関する問い合わせ先

阪地域計画建築研究所(アルパック)大阪事務所(大阪府委託事業者)

〒541-0042 大阪府中央区今橋3丁目1番7号日本生命今橋ビル10階  
TEL (06) 6205-3600 (代) FAX (06) 6205-3601  
担当者直通 080-2112-3708 電子メール: [datsutanso-pt@alpakk.co.jp](mailto:datsutanso-pt@alpakk.co.jp)

えらんで  
得する  
脱炭素!



脱炭素につながる  
お買い物をしてな!



# アンケート経過について

## 消費者向けアンケート

### <途中結果の概要>

- 11月末時点の回収状況は1,520名。内訳は、JR西日本が1,449名、その他の事業者は各事業者0~14名。
- **どの商品やサービスが付与対象かわかりやすい**と思った人は7割弱（わかりやすい31%、ややわかりやすい34%）。
- **対象商品等が脱炭素につながる**ことがわかりやすいと思った人は約8割（わかりやすい41%、ややわかりやすい39%）。
- **購入・利用した理由**は、「普段から購入・利用している」が37%、「これまで購入・利用しようと思ったことはないがポイントが付く」が26%、「脱炭素、温暖化防止につながる」が16%。
- **スタッフに質問した方は51名**で、そのうち**32名が説明**を受けている。残りは、スタッフが説明できなかつたり、ポイントを知らない様子だった。

### <消費者の声の一部>

- ✓ 店と協力した一人ひとりの取組が大きな力になる。店の宣伝力と口コミが大事だと思う。
- ✓ 良い取組なので協力したいが、アピールが足りず、知らない人が多い。
- ✓ 店頭POPで初めて知り、その後に普段利用している生協でも対象商品があると同封チラシで知った。
- ✓ わかりやすくメリットがあるので、取り組む意欲につながる。ただ、店舗によって具体的にどうポイントがもらえるのかわかりにくい。今回は、店員から声をかけてもらって具体的に知った。
- ✓ なるべく地場産食品を購入していたが、今回の取組でそれを応援してもらえて嬉しい！ これからも続けてもらえると嬉しい。
- ✓ 日頃購入する品が対象だと、知らぬうちに脱炭素に貢献できてよい。ポイントがきっかけでCO<sub>2</sub>削減、環境保全につながるなら何より。
- ✓ 地産地消などが脱炭素につながることを色々な世代に訴求できる、とてもいい事業だと思う。取組が広まるとよい。
- ✓ ずっと続くイベントに！ 春のCO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>、夏のCO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>など。
- ✓ WESTERアプリでスタンプが貯まるのが楽しい。電車に乗る機会は少ないがキャンペーンがあると外出しようと思う。

## 従業員向けアンケート

### <途中結果の概要>

- 回答した従業員は、全部で735名。
- **ポイント事業の趣旨を理解できた**人は8割強（理解できた49%、やや理解できた33%）。理解できなかった人は7%。
- ポイント事業が、**消費者の脱炭素への意識改革・行動変容に効果がある**と思う人は7割弱（思う30%、やや思う37%）。
- **会社からの周知を十分**と思う人は6割強（そう思う37%、ややそう思う27%）。十分と思わない人は15%。

### <従業員からの声の一部>

- ✓ ポスターの提示だけでは理解は出来ていない。（スーパー）
- ✓ もう少し詳しく易しく聞ける機会があるとよい。（スーパー）
- ✓ 啓発パンフレットの対象商品、サービスをもっと具体的にしてほしい。（スーパー）
- ✓ ポイント還元はきっかけ作りになると思う。お客様への取組内容の説明が大切だと感じたので、アナウンス強化にしっかりと取り組みたい。（アパレル）
- ✓ 対象のポイントの幅を広げないと意味がないと思う。（スーパー）
- ✓ 考え方はすごくよいとは思うもののどこまでの効果があるのか？ その取り組みの結果なども知りたい。（スーパー）
- ✓ 自分の職場が脱炭素に取り組んでいると知って嬉しかった。（スーパー）
- ✓ 知らない人が多いのもっと宣伝した方がいいと思う。（スーパー）

事業終了後にも従業員アンケートを依頼し、アンケート結果から、従業員への啓発効果や意識変化などを分析する予定です。  
**引き続き、アンケート調査にご協力をお願いします。**