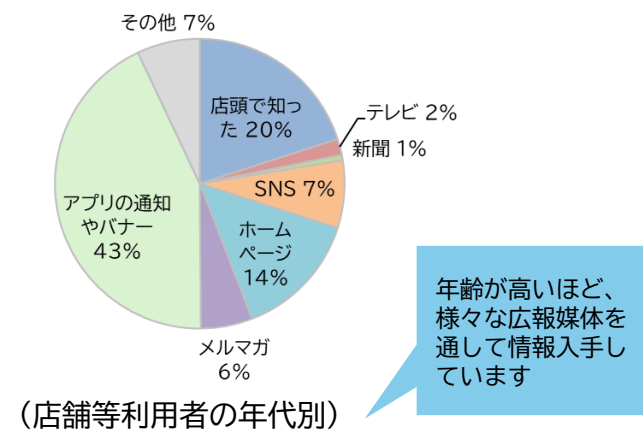


おおさかCO₂CO₂ポイント+の消費者へのアンケート結果について

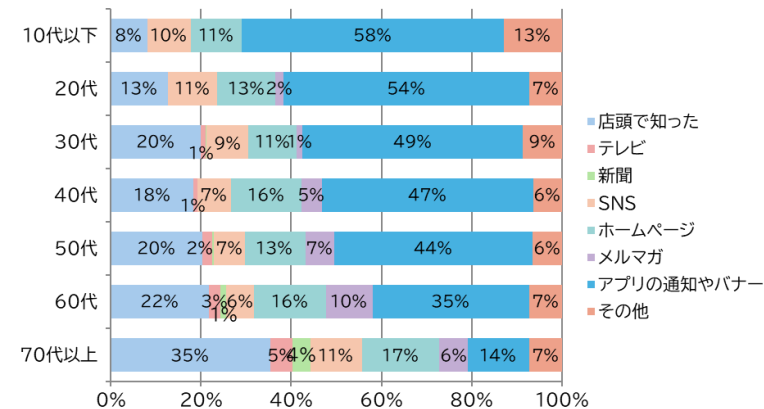
※令和5～6年度の試行において、対象店舗を利用した消費者に実施したアンケートの結果です

取組を初めて知った広報媒体



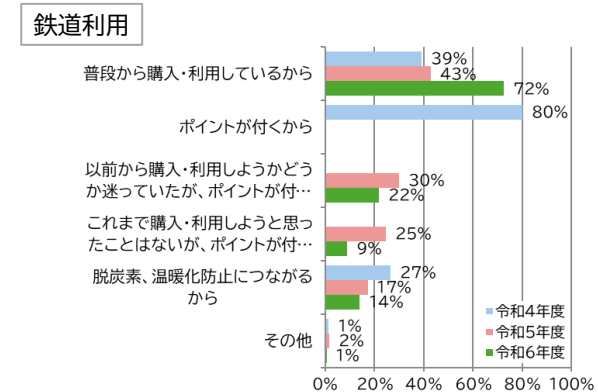
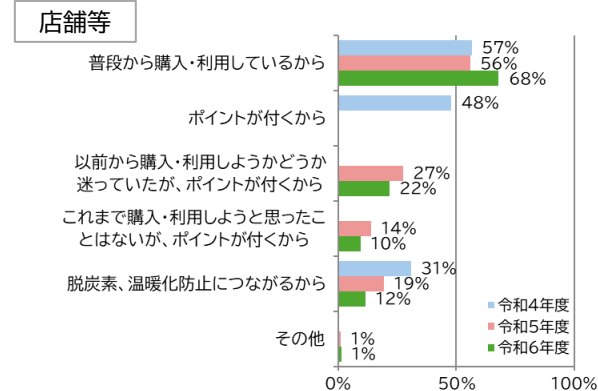
年齢が高いほど、様々な広報媒体を通して情報入手しています

(店舗等利用者の年代別)



消費者の意識変化や行動変容について

◆ポイント付与対象商品購入の理由



おおさかCO₂CO₂ポイント+に関するガイドライン 概要版



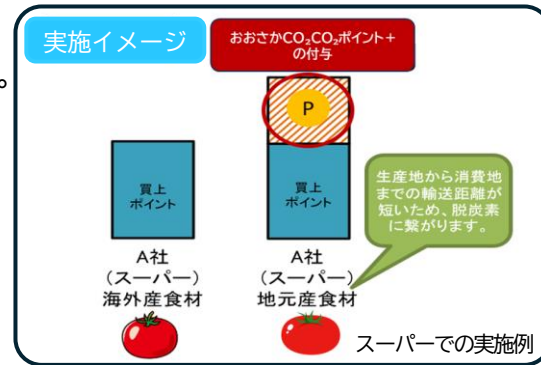
本ガイドライン概要版では、幅広い業種・業態の事業者が、脱炭素型の消費行動を促す「おおさかCO₂CO₂ポイント+」の実施に役立つ情報を簡潔に取りまとめています。ポイントの基本的な情報とともに、令和4～6年度の実証事業の取組事例を具体的に紹介しながら、その取組効果や工夫、留意点などをわかりやすく紹介しています。

第1部 おおさかCO₂CO₂ポイント+のすすめ

●おおさかCO₂CO₂ポイント+とは

おおさかCO₂CO₂ポイント+とは、通常商品等と比較してCO₂排出量の少ない商品・サービスを購入した消費者に対して付与するポイントの総称です。

大阪府では、府民の脱炭素への意識改革・行動変容を促進するため、小売事業者等が現在運用しているポイントシステムを活用して、生産・流通・使用等のライフサイクルの各過程におけるCO₂排出が少ない商品やサービスを購入するといった消費行動に対しておおさかCO₂CO₂ポイント+を付与する取組の普及を図っています。



●おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組むメリット

企業として、おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組むことは、脱炭素社会の実現に向けた社会的要請に応えることができることともに、企業のCSR活動と営業活動において、メリットが存在します。

意義

脱炭素社会の実現に向けた社会的要請に応えることができること

メリット①

【CSR活動】

① 企業価値の向上

脱炭素社会の実現に向けた企業姿勢を示すことは、企業価値の向上につながります。

② 信用性の向上

行政と連携することで、信用性、公共性、安定性などを背景に、取組みを展開することができます。

③ 社内の環境意識の向上

おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組む事で、従業員の環境意識の向上が見込まれます。

環境意識が高い企業であることを社会的にPRすることができます。

メリット②

【営業活動】

① 販売促進効果

過去の実証事業（令和4～6年度）の取組結果から、おおさかCO₂CO₂ポイント+の付与を行うことで、売上点数の増加を確認することができました。

② 広報機会の増加

大阪府が、企業のおおさかCO₂CO₂ポイント+付与の取組みをホームページやキャンペーン等でPRします。

③ 消費者ニーズへの対応

脱炭素への気運が高まる消費者ニーズを的確に捉えた商品・サービスを提供することで、消費者から選ばれる企業となり、自社の販売強化につなげることができます。

おおさかCO₂CO₂ポイント+を付与した商品の売上点数の増加が見込めます。

●おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組むにあたってのコストについて

CSR活動と営業活動の面で大きなメリットが存在するものの、おおさかCO₂CO₂ポイント+を発行することによる一定のコストが発生します。そのコストへの対応や考え方をご紹介します。

販売促進効果が期待できるポイント付与

- 訴求力が高い商品選択と適切なポイント付与率の設定が重要です
- 過去の事例を参考に対象商品の選択とポイント付与率を決定していきます

付与期間・対象店舗の設定

- 企業にとって無理のないポイント付与期間の設定も重要です
- 段階的に実施店舗を増やしていくことで、おおさかCO₂CO₂ポイント+付与の効果を見計らっていきます

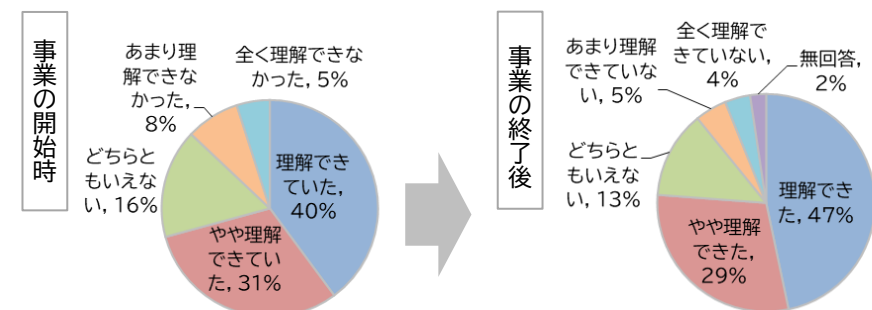
他のポイントキャンペーンからの充当

- 自社で「3倍ポイントデー」等のポイントキャンペーンの取組みがされている場合は、そのポイント発行コストの一部をおおさかCO₂CO₂ポイント+に充当して実施することもあります

おおさかCO₂CO₂ポイント+参加店舗の従業員へのアンケート結果について

※令和5～6年度の試行において、対象店舗の従業員を対象としたアンケートの結果です

「おおさかCO₂CO₂(コッコツ)ポイント+」の趣旨は理解できたか



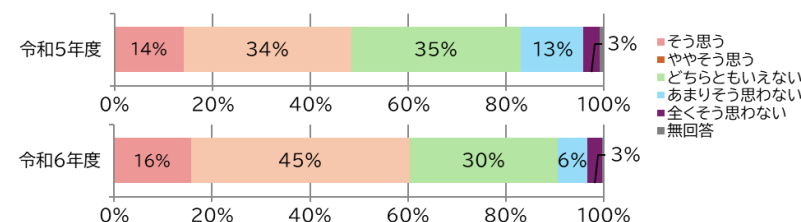
<良かった点の意見>

- チラシでの広告のおかげで、脱炭素という単語がお客様含め自分の頭の片隅に残っていると感じる
- お客様とコミュニケーションを取る機会が増えた
- 環境と流通をつなぐ良い取り組みであった

<改善点の意見>

- 正しくアピールポイントが伝わる工夫が必要

「おおさかCO₂CO₂(コッコツ)ポイント+」の取組は、消費者において、脱炭素への意識変化や商品・サービスの選び方を変える人が増加するという効果につながったと思うか



問い合わせ先

大阪府 環境農林水産部 脱炭素・エネルギー政策課 府民共創グループ
TEL：06-6210-9287 FAX：06-6210-9259



第2部 おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組むにあたって

●おおさかCO₂CO₂ポイント+付与の開始までの流れ

おおさかCO₂CO₂ポイント+付与に取り組むにあたって、担当者としての一連の流れを示します。ここに示すのは一例となりますので、各企業の実態に応じて、社内調整・検討を行ってください。

1. 自社ポイントシステムの確認

まずは、自社のPOSレジのシステムについて、ポイント付与する商品を区別して、追加的なポイント付与が可能であるかを確認します。

2. 実施合意に向けた社内調整

課内・チーム内で、おおさかCO₂CO₂ポイント+付与の合意を得た後に、商品部等の関係部署に対して調整を行います。関係部署との調整後、社の意思決定権者に対して事業の意義・効果を説明しましょう。

3. おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォーム会議への参画

大阪府の「おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォーム会議」へ参加申請を行いましょう。

右上の4へ

「おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォーム」のご案内

おおさかCO₂CO₂ポイント+について検討し、先駆的な取組みを広く共有・発信するための、事業者や行政機関等が参画する組織です。本プラットフォームに参加を希望される方は、本概要版のお問い合わせ際までご相談ください。

4. 実施に向けた社内調整

ポイント付与実施に向けた社内調整（対象商品、ポイント付与率、対象店舗、ポイント付与期間等を決定等）を行いましょう。

5. 消費者・従業員への周知啓発

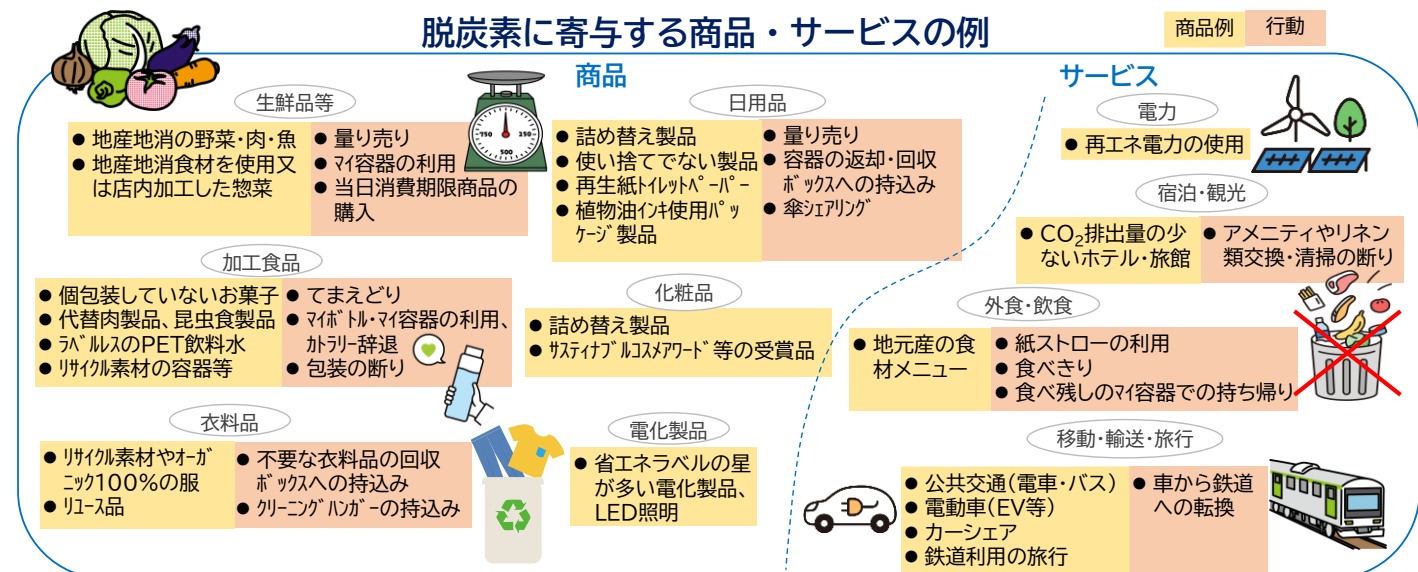
消費者に対して、効果的に周知啓発を行いましょう。併せて、従業員に対しても、周知啓発を行います。

6. おおさかCO₂CO₂ポイント+付与の開始

おおさかCO₂CO₂ポイント+付与を開始します。

●おおさかCO₂CO₂ポイント+付与の対象商品・サービスの考え方

自社の商品・サービスの中で「CO₂削減の効果がある」ことが明確な商品・サービスを選ぶことが重要です。消費者に効果があることを明確に説明できる商品等を選択しましょう。



【留意事項】

地産地消商品と一概に言っても、製造にかかるCO₂がライフサイクル全体の多数を占める場合、輸送距離を短くしてもライフサイクル全体では微小すぎるため、脱炭素に寄与するという表現は過大評価となります。

●効果的な周知・啓発方法【消費者】

消費者の直接的なメリット(おおさかCO₂CO₂ポイント+や省エネによる電気代節約等)を店頭やSNS等で効果的に伝えましょう。対面販売を実施する業界では、お客様との対話の中でそれらの情報を伝えることがより効果的と考えられます。

●効果的な周知・啓発方法【従業員】

事業を円滑に、効果的に進めるためには、広報や売り場づくりを行う従業員が意欲的に取り組み、来店者の質問等に的確に対応できることが必要です。脱炭素とは何か、なぜその商品等が脱炭素に寄与するのか、従業員がきちんと理解して対応できるように、周知・啓発を行いましょう。

第3部 おおさかCO₂CO₂ポイント+ 今後の展開に向けて

令和7年度以降は、令和4年度～6年度の実証事業の結果を踏まえて、府内全域におおさかCO₂CO₂ポイント+の取組が広まるよう、大阪府からの呼びかけ・情報発信の強化・おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォームとの連携・カーボンフットプリントとの連携を推進します。

また、大阪府域のみでなく、全国的に取組が広まるよう他都道府県との情報共有等を進めてまいります。

大阪府からのポイント事業者の呼びかけ

大阪府は、この取組が、府域に展開されるよう、本ガイドラインを活用して、ポイントシステムを有している事業者に対して継続して働きかけを行います。

情報発信の強化

この取組に賛同する事業者のみならずと連携して、期間を定めた広報プロモーションを実施します。また、SNSを駆使しながら、定期的におおさかCO₂CO₂ポイント+の情報を発信、事業者のSNSともタイアップし連携を深めていきます。

おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォームとの連携

おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォーム会議を定期開催し、ポイント付与の取組共有や、効果的な広報プロモーション等について検討します。プラットフォーム会議を通じて、府が進めたい施策に対し、構成員の考え・意見を反映しながら事業を推進し、脱炭素社会の実現に向けて脱炭素消費行動という側面から共同して取り組んでいきます。



事業者統一の広報チラシ（令和4～6年度）

カーボンフットプリントとの連携

大阪府では、大阪産農産物を対象に農薬使用量を減らすなどの取組による温室効果ガス削減率を表示する取組（CFP:カーボンフットプリント）の普及に取り組んでいます。

今後、おおさかCO₂CO₂ポイント+とカーボンフットプリントを併せて実施するような事業者を増やして、更なる消費者の脱炭素に向けた意識改革・行動変容の促進を図っていきます。



大阪版CFPラベル（大阪府）

おおさかCO₂CO₂ポイント+名称・ロゴマーク等の使用にあたって

大阪府では、府内一体で「おおさかCO₂CO₂ポイント+」を推進するため、共通で使用できるロゴ等を作成し、効果的な周知啓発を図っています。



■ポイント名称、キャッチフレーズ、ロゴの使用上の留意点

- 「おおさかCO₂CO₂ (コツコツ) ポイント+」のポイント名称・ロゴは、大阪府の権利物です。
- ポイント名称・キャッチフレーズ・ロゴを使用される場合は、本事業の趣旨に賛同いただき、「おおさかCO₂CO₂ポイント+推進プラットフォーム」にご参加いただくことを条件とします。
- 使用用途は、おおさかCO₂CO₂ポイント+の広報を目的とした範囲であれば、各種啓発資材、事業者等の啓発誌やポスターなどの印刷物、Webページ、啓発グッズなど、様々な場面で使用可能です。
- ロゴマークは、色や形状などデザインを改変せずにご使用ください。また、ロゴマークが判別しやすいよう、サイズや余白、背景の色などに留意してください。
- その他、不明な点は、プラットフォーム事務局までご連絡ください。