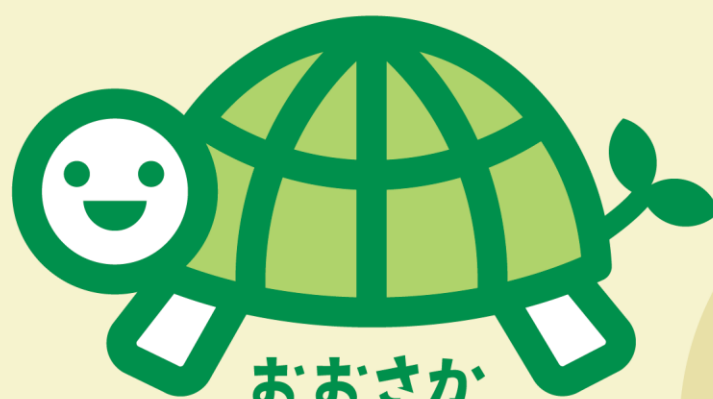


# おおさか CO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>ポイント+ (脱炭素ポイント) に関する ガイドライン 別紙

2025 年 3 月

えらんで 得する 脱炭素！  
.....



おおさか

CO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>  
(コツコツ) ポイント+

本紙は、「おおさか CO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>ポイント+（脱炭素ポイント）に関するガイドライン」の別紙です。  
令和4～6年度の実証事業の取組事例を具体的に紹介しています。

## 目 次

ポイント付与事業者の事例紹介	2
株式会社アーバンリサーチ	4
エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社	
株式会社エディオン	
大阪いずみ市民生活協同組合	
御菓子司亀屋茂廣	
学生服リユース Shop さくらや松原店	
関西電力株式会社	
株式会社サンプラザ	
上新電機株式会社	
株式会社スタイリングライフ・ホールディングス	
生活協同組合コープこうべ	
株式会社高島屋	
西日本旅客鉄道株式会社	
株式会社ファンケル	
宮之阪中央商店街振興組合	
株式会社ルビー	
JA 全農 A コープ株式会社	

## ポイント付与事業者の事例紹介

参加事業者	実施店舗等	対象商品・サービス	ポイント付与数
株式会社 アーバンリサーチ	大阪府内 14 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● GREEN DOWN 再生羽毛を使用したダウン</li> <li>● commpost（廃棄衣料をアップサイクルした製品）</li> <li>● 古着バトン（リユース品）</li> </ul>	販売額の 10%
エイチ・ツー・オー リ テイリング株式会社	大阪府内 5 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地場野菜コーナー「おひさん市」で取り扱う「関西近郊で生産された農産物」</li> </ul>	5 ポイント
株式会社エディオン	大阪府内 47 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● LED シーリングライト（指定機種）</li> </ul>	500 又は 1000 ポイント
大阪いずみ市民生活 協同組合	コープの宅配	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大阪府産の農産物、大阪産（もん）商品</li> </ul>	販売額の 5 %
御菓子司亀屋茂廣	御菓子司亀屋茂廣	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持ち帰り容器、エコバッグ持参</li> </ul>	100 円で 1 ポイ ント
関西電力株式会社	関西電力㈱	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ふるさと ECO プラン from 飛騨市（水力発電由来の CO<sub>2</sub> フリー電気）</li> </ul>	300 ポイント
学生服リユース Shop さくらや松原店	さくらや松原店	<ul style="list-style-type: none"> <li>● リユース制服</li> </ul>	販売額の 10%
株式会社サンプラザ	大阪府内 35 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境負荷の少ない大阪エコ農産物や有機 JAS 農産物をはじめとした関西近郊の農産物</li> </ul>	5～20 ポイン ト
上新電機株式会社	大阪府内 53 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 節電多機能エアコン（指定機種）</li> </ul>	2000 ポイント
株式会社スタイリングラ イフ・ホールディングス	大阪府内 12 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ステンレスボトル、ペットボトル再生商品</li> <li>● ヘアケア詰め替え商品</li> <li>● 環境配慮型パッケージ化粧品</li> <li>● エコバッグ</li> </ul>	販売額の 4 %
生活協同組合 コープこうべ	大阪府内 4 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● とれしゃき（大阪府ご当地野菜・果物）</li> </ul>	5～10 ポイン ト
株式会社高島屋	高島屋 大阪店	<ul style="list-style-type: none"> <li>● タカシマヤファームで販売する大阪・関西産地の野菜</li> <li>● Depart de Loop 商品（再生繊維商品）</li> </ul>	販売額の 10%
西日本旅客鉄道 株式会社	移動生活ナビアプ リ WESTER	<ul style="list-style-type: none"> <li>● WESTER アプリを活用した鉄道利用によるスタンプラリー</li> </ul>	利用運賃の 10%
株式会社ファンケル	大阪府内 16 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 使用済み化粧品容器の回収（ファンケルリサイクルプロ グラム）</li> <li>● 対象の詰め替え用品</li> <li>● レフィル商品（指定商品）</li> </ul>	27 または 30 ポ イント
宮之阪中央商店街振興 組合	大阪府内 12 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エコバッグ、MY 箸、グラス持参</li> <li>● 通帳レス口座の開設</li> <li>● クール、ホットスポット利用</li> <li>● 消費期限間近や地産地消食材を利用したこども食堂、飲 食店メニューの利用</li> </ul>	1000 ポイント
株式会社ルビー	大阪府内 4 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● クリーニング用ハンガーの回収</li> </ul>	25 本で 200 ポ イント
JA 全農 A コープ 株式会社	大阪府内 1 店舗	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域の農家が持ち込む農作物や加工品</li> </ul>	販売額の 2 %

# 株式会社アーバンリサーチ

## 【取組の背景】

- 「伝統は革新の連続」という考えのもと、ファッションとライフスタイルを提案するショップを全国に多数展開。
- アパレル企業の視点から、Clothing Innovation（衣料資源の有効活用）、Clean Earth（地球環境負荷の軽減）、Community Building（コミュニティの形成）の3つのテーマを中心に SDGs への取組を推進。

## 【取組概要】

### ■対象商品

- ・ commpost（廃棄衣料をアップサイクルした製品）：令和4～6年度
- ・ 古着バトン：令和4年度、令和6年度
- ・ GREEN DOWN：令和4年度



compost



GREEN DOWN

### ■商品選定の考え方

- ・ 多種多様な取扱商品のうち、自社のサステナブルマテリアル・プロダクトブランドであり、廃棄材料を再使用することで、新品の材料から製造する場合に比べて製品製造に必要なエネルギーを削減できる商品を選定。

### ■対象店舗

令和4年度	令和5年度	令和6年度
URBAN RESEARCH DOORS 南船場店 URBAN RESEARCH Store ルクア大阪店 THEGOODLAND MARKET 堀江店	URBAN RESEARCH DOORS イオンモール堺北花田店、 くずはモール店、 なんばパークス店、 ららぽーと和泉店、 グランフロント大阪店 SENSE OF PLACE by URBAN RESEARCH グランフロント大阪店 なんば CITY 店、心斎橋店 天王寺ミオ店 SENSE OF PLACE ARCHIVE イオンモール茨木店 URBAN RESEARCH Store ルクア大阪店 URBAN RESEARCH warehouse りんくうプレミアムアウトレット店 URBAN RESEARCH なんば CITY 店 THE GOODLAND MARKET 堀江店	URBAN RESEARCH DOORS グランフロント大阪店、 なんばパークス店、 ららぽーと EXPOCITY 店、 URBAN RESEARCH ルクアイーレ店 なんば CITY 店 ららぽーと EXPOCITY 店 URBAN RESEARCH Store ルクア大阪店

### ■ポイント付与率

- ・ 販売額の 10%程度

## 【取組の工夫】

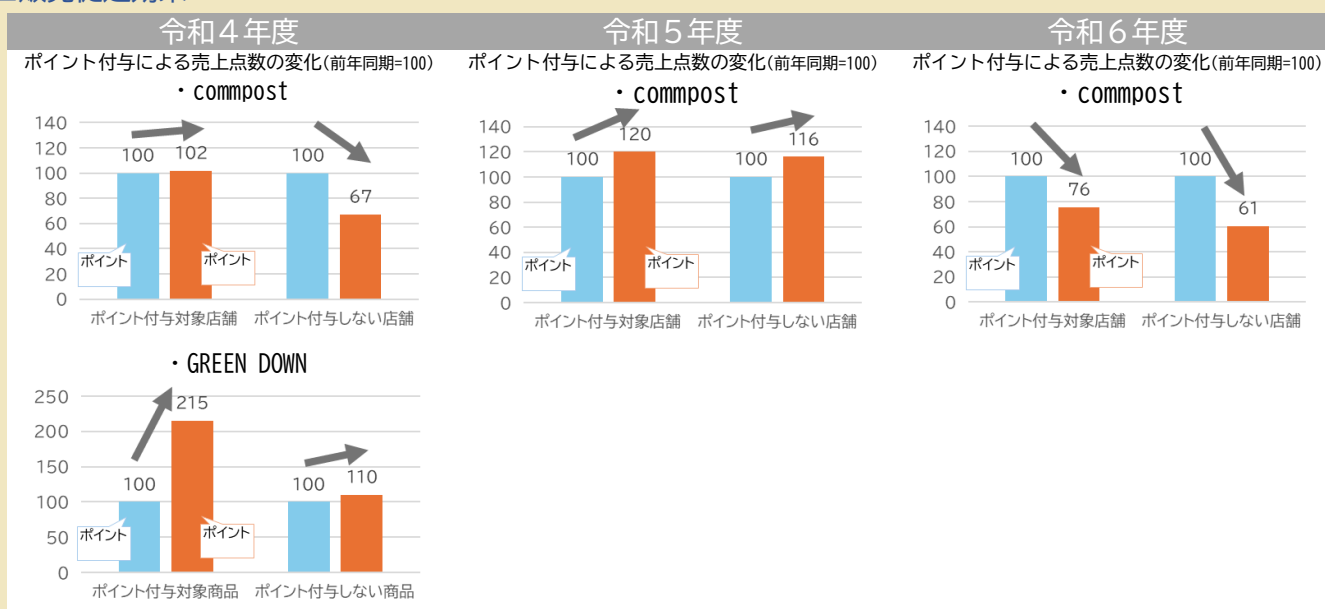
- ・ ハンガーPOP、対象商品を示すオリジナルの POP などを作成し、対象商品を訴求

## 【取組効果】

### ■CO<sub>2</sub>削減効果

令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
・compost ↓ 0.04t-CO <sub>2</sub>	・compost ↓ 0.04t-CO <sub>2</sub>	・compost ↓ 0.04t-CO <sub>2</sub>	・compost ↓ 0.12t-CO <sub>2</sub>
・古着バトン ↓ 1.9t-CO <sub>2</sub>		・古着バトン ↓ 0.22t-CO <sub>2</sub>	・古着バトン ↓ 2.1t-CO <sub>2</sub>
・グリーンダウン ↓ 0.22t-CO <sub>2</sub>			・グリーンダウン ↓ 0.22t-CO <sub>2</sub>
計 2.1t-CO <sub>2</sub>	計 0.04t-CO <sub>2</sub>	計 0.26t-CO <sub>2</sub>	総計 2.4t-CO <sub>2</sub>

### ■販売促進効果



### ■総評

- ・脱炭素効果のアピールやポイント付与により、compost や GREENDOWN の売上点数増に一定の効果が見られた。
- ・特に令和4年度の GREENDOWN 売上点数増はポイント付与の影響が寄与しているものと考えられる。
- ・前年同期と比較すると売り上げは減っているが、全店舗での売上変化より良い結果となっており、ポイント付与の効果ともみれる。

### 【従業員の感想】

- ・compost 商品は、環境や脱炭素に敏感な外国人の方にも評判が良い。ポイント付与をきっかけに商品を知ってもらえるようにしたい

### 【今後に向けて】

事業者に会議後照会