

今後のおおさかCO₂CO₂ポイント+ について（案）



★2030年度の年間利用者100万人を目指す

年度	R4	R5	R6 (2024)	R7	R8	R9	R10	R11	R12 (2030)
利用者 (延べ万人)	25	40	60 (予定)	65	75	85	90	95	100

利用者・実施事業者の拡大に向けて(令和7年度取組内容)

(1) 広報プロモーションの実施

- ・店舗等で見聞きするだけでなく、幅広く府民の方に広告を配信することで、おおさかCO₂CO₂ポイントの認知度を高める(利用者へ訴求)
- ・府が実施する広報プロモーションにより、対象商品やCSR活動のPRができる(事業者へ訴求)

(2) ガイドラインの活用(事業者の開拓)

- ・メルマガでの配信や、チラシと合わせて配架するなどして、露出の機会を拡大(事業者へ訴求)

(3) カーボンフットプリントへの算定支援

- ・CO₂排出量の「見える化」に取り組もうとする事業者に対して、算定支援を行う(事業者へ訴求)
- ・対象商品の算定結果をHPに掲載(利用者へ訴求)



(1) 広報プロモーションについて (案)



■R7スケジュール(予定)

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
阪急阪神電鉄 SDGsトレイン車内広告 (時期確定)			広報プロモーション（Instagram広告）					※実施時期は、 事業者が多い時期になるように調整			
							広報プロモーション（Google広告）				
各事業者任意時期・期間でポイント付与実施、CFP算定支援											

Instagram広告

掲出期間: 約4ヶ月

配信地域: 大阪府下(場合により、対象店舗がある地域に特化配信)

- 掲出方法:
- ・1画像に2~3事業者の対象商品等をまとめた画像を10枚程度作成し、画像のスライドにより別画像が見れる
 - ・1枚目にはコソコソポイントのチラシ画を配置し、大阪府の事業である旨訴求
 - ・画像クリックにより、大阪府HPで詳細(時期等)を確認できる

Google広告

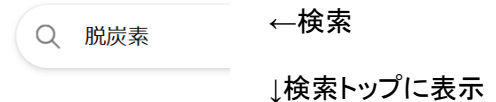
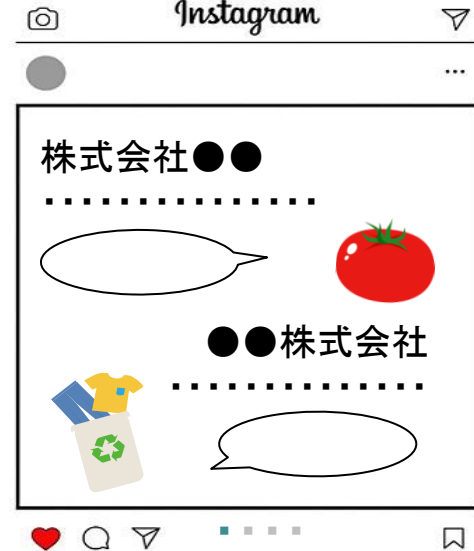
掲出期間: 約4ヶ月

配信地域: 大阪府下(場合により、対象店舗がある地域に特化配信)

掲出方法: リスティング式(検索連動型)

- ・府が指定したキーワードを検索した際におおさかCO₂CO₂ポイントのHPを表示

投稿する画像の例



SDGsメディア『Spaceship Earth (スペースシップ・アース)』
https://spaceshipearth.jp/decarbonized_society
[脱炭素とは?カーボンニュートラルとの違いや企業の取り組み...](#)

①ターゲット層の明確化

- ・年代、性別の絞り込み
- ・大阪府内全域もしくは、(ポイント付与店舗が多い)地域限定配信の絞り込み

② 広報媒体の選定について

- ・インスタグラム以外のSNS広告(LINE、X, tiktok)
- ・デジタルサイネージ
- ・TVCMや新聞広告
- ・車内広告

③ 広告掲出方法

- ・短期集中的(例:8月~11月)に2媒体で一気に実施
- ・長期分散型(例:7月~10月、11月~2月)に期間を分けて実施