

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)



インスタグラム広告

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える
- ・1枚目にはコツコツ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

Instagram



株式会社●●



●●株式会社



脱炭素

←検索

↓検索トップに表示

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...

協議事項

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