

大阪府における取組内容

～カーボンフットプリントの活用による消費行動の脱炭素化～

令和7年6月11日

大阪府 環境農林水産部

◆ 2050年のめざすべき将来像

2050年二酸化炭素排出量実質ゼロへ

—大阪から世界へ、現在から未来へ 府民がつくる
暮らしやすい持続可能な脱炭素社会—

◆ 2030年に向けた目標・取組項目

2030年度の府域の温室効果ガス排出量を 2013年度比で**40%削減**

※国の計画に合わせた電気の排出係数で再計算すると府の目標は国の目標 46 %を上回る

1. あらゆる主体の意識改革・行動喚起

(b)持続可能性に配慮した消費の拡大

■カーボンフットプリントの活用などにより、製品・食品やサービスに体化されたエネルギーの無駄を減らす賢い選択（COOL CHOICE）・エシカル消費を推奨し、ライフスタイル・ビジネススタイルの転換を促進

2. 事業者における脱炭素化に向けた取組促進

3. CO2排出の少ないエネルギー

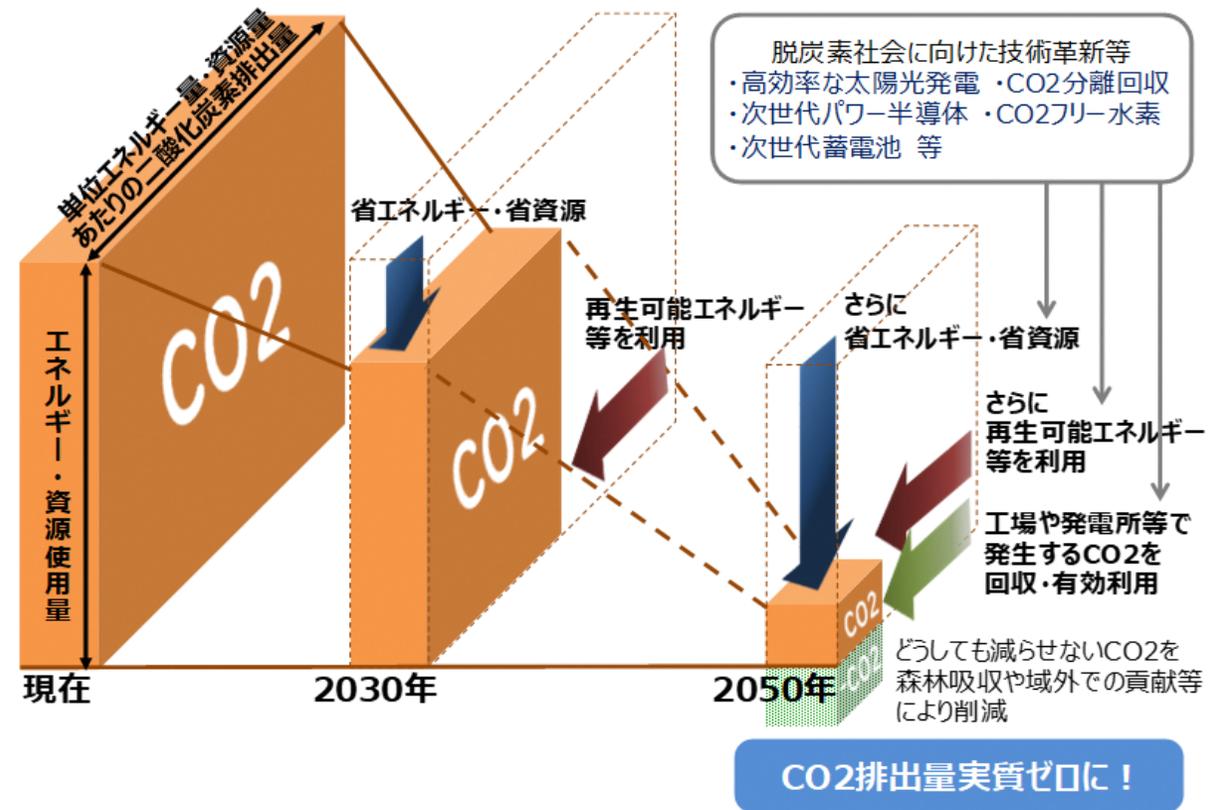
(再生可能エネルギーを含む)の利用促進

4. 輸送・移動における脱炭素化に向けた取組促進

5. 資源循環の促進

6. 森林吸収・緑化等の推進

7. 気候変動適応の推進等



▲2050年二酸化炭素排出量実質ゼロに向けたアプローチ（概念図）

大阪版カーボンフットプリント（令和4年度～）

- カーボンニュートラルの実現には府民の行動変容が必要不可欠であり、府民生活に身近な食分野に着目。
- 府においては一定知名度のある大阪産の展開を図っており、地産地消と併せた訴求を行うため、大阪版CFPを開始

○大阪版カーボンフットプリント（CFP）の制度構築（令和4年度～）

- ・農林水産省の農産物CFP算定ロジックを活用して、大阪産農産物の生産・流通などに伴い発生するCO₂削減率の見える化を通じて、CO₂排出の少ない商品等の購入など府民の日常的な消費行動の脱炭素化を促進。
- ・大阪エコ農産物の農薬・肥料・燃料等の削減努力や、大阪産（もん）等の地産地消による輸送段階のCO₂削減効果を見える化することで、有機農業や地産地消との相乗的な普及を図っている。



▲大阪版CFP



▲泉州たまねぎでのCFP表示

【参考】大阪版CFP算定可能品目一覧（R7.5月時点）

| 作物名 | 露地 | 施設 | 作物名 | 露地 | 施設 | 作物名 | 露地 | 施設 | 作物名 | 露地 | 施設 |
|------|----|----|--------|----|----|------|----|----|-------|----|----|
| トマト | ○ | ○ | 白ネギ | ○ | | 白菜 | ○ | | 日本なし | ○ | |
| ナス | ○ | ○ | 玉ねぎ | ○ | | レタス | ○ | | もも | ○ | |
| キュウリ | ○ | ○ | ほうれん草 | ○ | | 大根 | ○ | | 茶 | ○ | |
| みかん | ○ | ○ | ばれいしょ | ○ | | かんしょ | ○ | | ミニトマト | | ○ |
| ぶどう | ○ | ○ | キャベツ | ○ | | にんじん | ○ | | イチゴ | | ○ |
| コメ | ○ | | アスパラガス | ○ | | リンゴ | ○ | | | | |

デカボスコア（Earth hacks株式会社）との連携

■ 令和5年11月に、府と同様にCO2見える化表示と消費者目線の広報・発信を通じて脱炭素社会実現をめざすEarth hacks（株）と脱炭素行動変容に向けた事業連携協定を締結し、幅広い商品への表示展開や発信力強化

【連携・協力事項】

1. 共催イベントの実施や双方が持つ広報媒体でのCFP情報の発信
2. 府内事業者等におけるCFP算定・表示の支援
3. 大阪府が実施する施策・イベント等でのCFP啓発

➤ 今年度は、大阪府内のCFP露出の場を拡大する事業を展開



▲協定連結式当日の様子



▲各種イベントで大阪産（もん）名品にデカボスコア表示

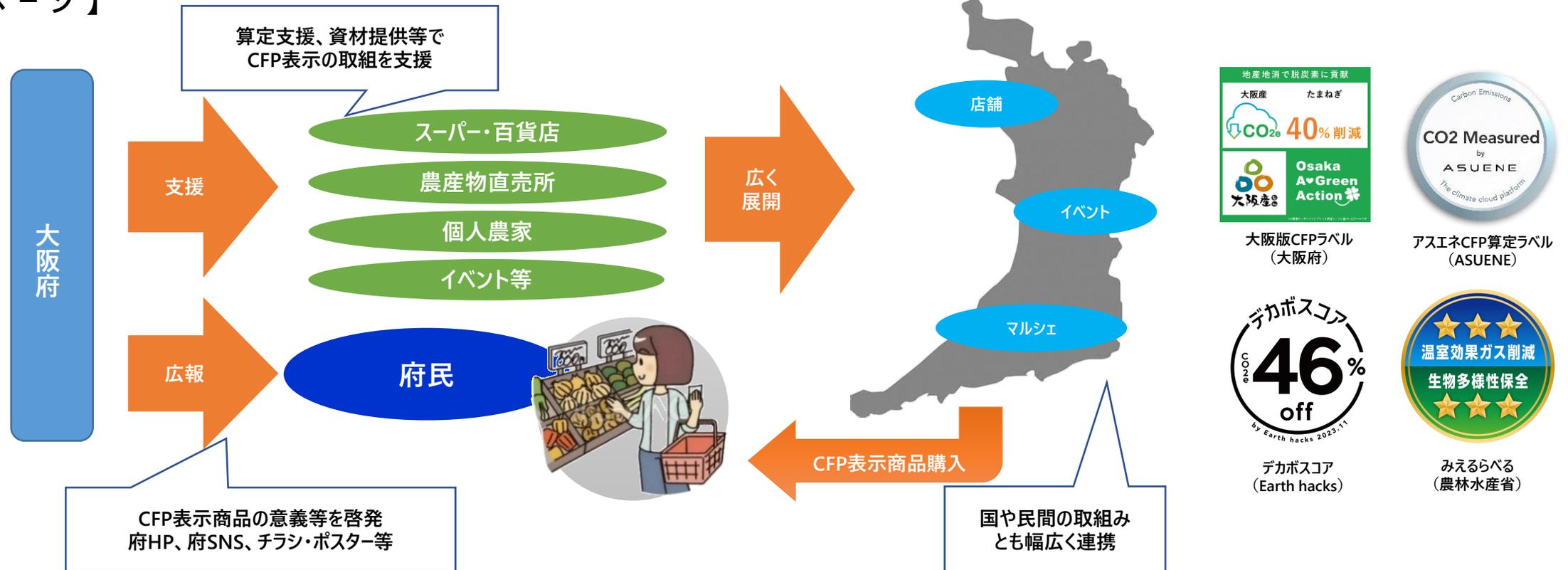


▲脱炭素をテーマにZ世代と参加企業が共創する「デカボチャレンジ」

おおさかカーボンフットプリントプロジェクト（令和6年6月～）

- 府民の脱炭素への意識改革・行動変容を図るため、商品等へのカーボンフットプリント（CFP）表示を商品選択の指標の一つとする消費行動の拡大に向けて、令和6年6月から、おおさかカーボンフットプリントプロジェクト「カーボンフットプリントを探してみよう～お買い物で脱炭素にチャレンジ～」を開始。
- 小売事業者やCO₂排出量の見える化に取り組む事業者等と連携し、スーパーや農産物直売所などの店舗やイベントなど、府内各地でCFPを表示した商品の販売や普及啓発を展開

【事業イメージ】



おおさかカーボンフットプリントプロジェクトの対象ラベル

大阪版CFP

算定段階：生産～流通段階



大阪産農産物での展開に限定し、エコ農法や地産地消の取組みによるCO2削減率が見える化
府内イベントや店舗にて大阪産(もん)とOsaka A Green Actionと連携したマークで表示

デカボスコア

算定段階：ライフサイクル全体



Earth hacks株式会社が農産物からレシピ、製品まで幅広く算定
大企業を中心に算定と表示を展開しており、ECモールやメディア等を用いて効果的に発信しているため、マークは一定の認知度がある

みえるらべる

算定段階：生産段階



栽培情報を用い、生産時の温室効果ガス排出量を試算し、地域の慣行栽培と比較した削減貢献度合いに応じ★の数で分かりやすく表示
全国各地の小売店等において、みえるらべるを表示した農産物等の販売が広がっている

アスエネCFP算定ラベル

算定段階：ライフサイクル全体



アスエネ株式会社のCO2排出量見える化サービス「ASUENE」を使って算定

おおさかカーボンフットプリントプロジェクト実施例（令和6年度）

日本総研と連携した「減CO2プロジェクト」



| | |
|-----------------|---------------|
| アサヒグループジャパン株式会社 | エコラベル表示商品 |
| 江崎グリコ株式会社 | CFP 算定マーク表示商品 |
| カンロ株式会社 | CFP 算定マーク表示商品 |
| サラヤ株式会社 | CFP 算定マーク表示商品 |
| 三幸製菓株式会社 | CFP 算定マーク表示商品 |
| 株式会社ユーグレナ | CFP 算定マーク表示商品 |
| 株式会社ロッテ | エコラベル表示商品 |

※参加各社(右表)が算定製品を陳列

11/1~30@万代(113店舗)

「虹の雫」イベントと連携したPR



8/3「大阪ぶどうエキスポ2024」@ららぽーと堺

Earth hacksと連携した「デカボスコア」の展開 (おおさかもん祭りと同時期開催)



9/6~30@キッチン&マーケット@ルクア大阪店



カステラ銀装(6店舗)

脱炭素ポイントと連携した展開



通年@サンブラザ(35店舗)

おおさかカーボンフットプリントプロジェクトの参加事業者

大阪府 おおさかカーボンフットプリントプロジェクト

カーボンフットプリントを探してみよう ～お買い物で脱炭素にチャレンジ～

大阪府内のお店やイベントで、どれだけ環境にやさしい商品なのかがひとめで分かる「カーボンフットプリント」を表示してるで！

大阪府民の皆様へ

カーボンフットプリントを見つけて
脱炭素につながるお買い物をしな！

大阪府内事業者の皆様へ

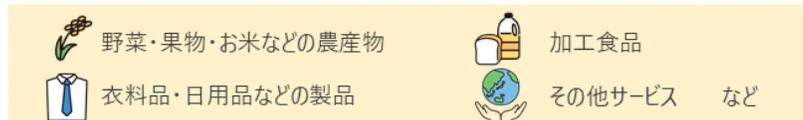
参加事業者募集中！
詳細は右下の2次元コードからご確認ください

※カーボンフットプリントとは…裏面に詳しく記載しています ©2014 大阪府もずやん

参加事業者（令和7年4月末時点）

- 株式会社アスエネ ●Earth hacks株式会社
- 一富士フードサービス株式会社 ●エイチ・ツー・オーリテイリング株式会社
- 大阪商工信用金庫 ●株式会社銀装 ●株式会社サンプラザ
- JA全農Aコープ株式会社 ●JA全農大阪 ●株式会社日本総合研究所
- 不二商事株式会社 ●株式会社万代 ●株式会社三井住友銀行
- 無印良品 グランフロント大阪

ー カーボンフットプリント表示対象商品・サービスー



ー 参加事業者（五十音順）ー 《令和7年5月2日時点》



大阪府では、脱炭素につながる消費行動の拡大に向けて、府内の事業者と連携し、小売商品等へのカーボンフットプリントの表示を府内各地で展開する事業を実施しています。



本プロジェクト
ホームページ

【実績（成果）】

- おおさかCFPプロジェクトとして、令和6年度は府内181店舗及び21イベントでのCFP算定・表示や普及啓発を実施。
- プロジェクトへの参画は算定事業者や小売事業者等。

【課題】

- CFPを表示した商品・サービスの展開において、おおさかCFPプロジェクトの参画事業者が限定的。

おおさかで！減CO₂（ゲンコツ）プロジェクト（令和6年度～） ～大阪府内小学校での「教育」支援と店舗・アプリでの「販促」を一気通貫で実施～

■ 令和6年3月に、「買い物を通じた生活者の脱炭素行動変容」をめざす日本総合研究所、「環境ビジネスの推進を通じて地球環境の維持や改善への貢献」をめざす三井住友銀行と事業連携協定を締結。

■ 協定内容

1. CFPに関する表示を含む府民向け環境ラベルの展開やくらしの脱炭素等の啓発ワークショップの開催
2. 店舗での環境配慮型商品の購入実証、実証結果の検証

R6年度の取組

- ・府内全小学校等4～6年生（約21万人）へのエコラベルに関する環境啓発資材の配布および一部学校において出前授業を実施
- ・100を超える小売店舗と1000万ユーザー超の小売アプリを通じた販促活動を展開
- ・身の回りのCO₂発生源をイラスト化するCO₂モンスターイラストコンテストでは府内1,437件の応募（みんなで減CO₂プロジェクト）



▲エコラベル学習キット



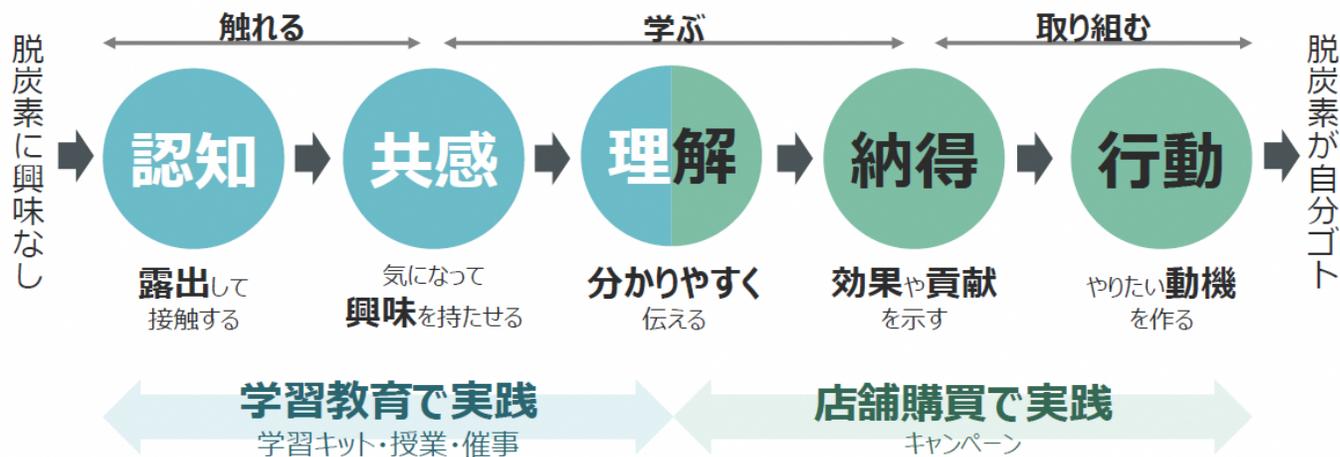
▲エコラベル付き商品に触れて、
クイズで学ぶ出前授業



▲みんなで減CO₂プロジェクト
CO₂モンスターイラストコンテスト

おおさかで！減CO2（ゲンコツ）プロジェクト（令和6年度～） ～大阪府内小学校での「教育」支援と店舗・アプリでの「販促」を一気通貫で実施～

■ エコラベル・CFPを活用して学習啓発と店舗購買をつなぎ、具体的な脱炭素消費行動につなげる。



エコラベル・カーボンフットプリント（CFP）を活用

【実績（成果）】

- 府内の全小学校の4～6年生（約1,000校・約21万人）に環境啓発資材を配布。
- エコラベルやカーボンフットプリントについて「触れて・学んで・取り組む」を体験する機会を用意し、身近な商品に付いた「エコラベル」を暮らしの中で探索することで脱炭素に係る意識・行動変容の契機となった。

【課題】

- プロジェクトの協力店舗や、消費者における脱炭素に資する製品・サービスの理解・選択・消費のさらなる拡大が必要。



子どもたちの声

今まで知らなかったエコラベルの意味を知れてよかった

お母さんとお家や買い物と一緒にエコラベルを探してみたいと思った

ラベルを集めて世界をもっといい感じにしたい！

マークを気にしながら買い物をしてほしいと思った



大人たちの声

エコラベルを探しは小学生の子ども以上に親が興味を持ったスーパーに行くところちが環境配慮だねと子どもが話をする

エコラベルを知るまで商品の包装など全く見ていなかったが、子どもに言われ一緒に探すようになった。

出所：日本総研作成

サプライチェーン全体のCO₂排出量見える化モデル事業（令和5年度～）

■大阪・関西万博の機会を活かして、府内事業者による脱炭素経営の浸透を図り、サプライチェーン全体のCO₂排出量見える化の取組みをさらに推進するため、製品のカーボンフットプリント（CFP）の算定および削減に取り組むモデルとなる企業を支援し、「CFP算定シート」と「使い方マニュアル」を作成するとともに、CFPセミナーとワークショップを実施



算定シートの分野

- 1.食品 2.衣類 3.化粧品
- 4.スポーツ用品・プラスチック製品
- 5.文具 6.家具 7.医薬品



カーボンフットプリント(CFP)
12.5kg-CO₂e

製品が原材料調達からお客様によって廃棄されるまでに排出する温室効果ガスのCO₂相当量



【実績（成果）】

- R5・6年度はモデル事例（6事業者25製品）のCFP算定を実施し、サプライサイドにおけるCFPの必要性等を記載したマニュアル及び7分野の算定シートを作成。算定支援セミナーを1回（42名）、ワークショップを2回（34名）実施。

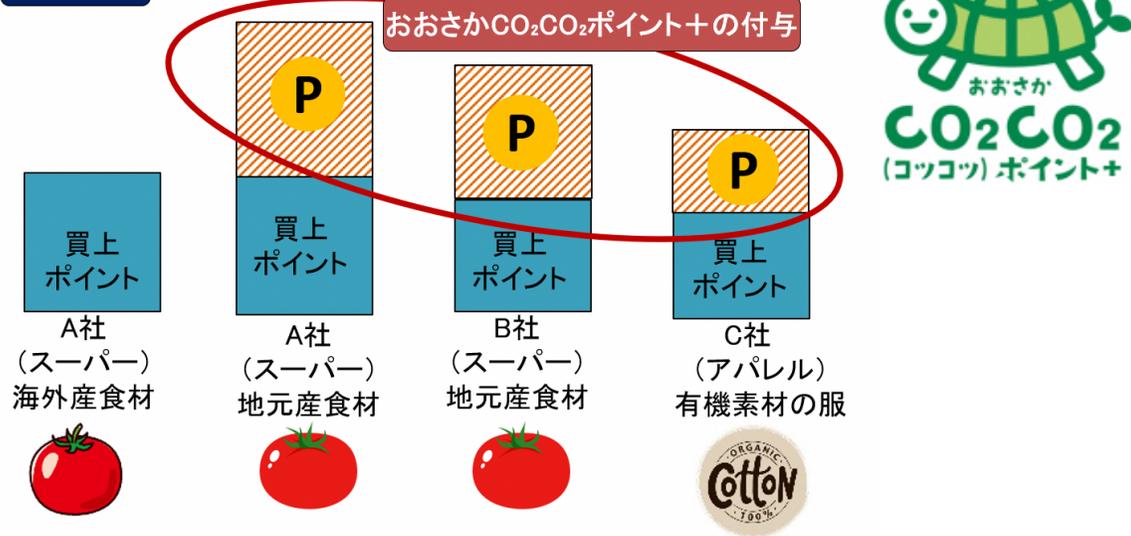
【課題】

- 府内の事業者からは、「CFPの認証費用が高額であること」、「表示による売上効果が不明」などの意見が多かった。

おおさかCO₂CO₂（コッコツ）ポイント+（脱炭素ポイント制度）（令和4年度～）

- 府民の脱炭素への意識改革・行動喚起を図るため、脱炭素型の消費行動に対して、事業者が付与する通常ポイントに上乗せして、CO₂CO₂ポイントを付与する制度の普及に取り組んでいる。
- CO₂CO₂ポイント・・・ライフサイクルの各過程における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

イメージ図

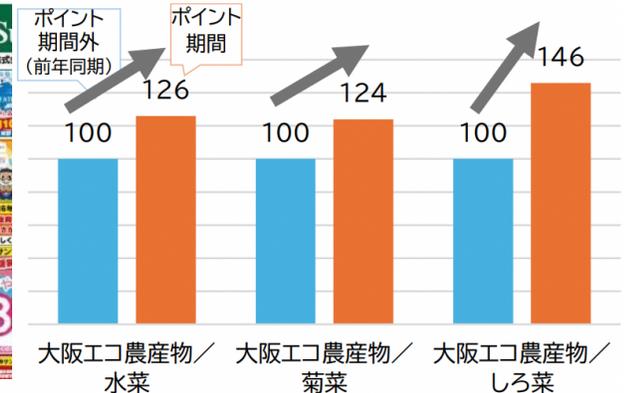


取組事例および取組結果

例：株式会社サンプラザ



▲チラシへの掲載



▲売上点数の変化（前年との比較）

【実績（成果）】

- R6年度は16事業者265店舗等で実施し、延べ50万人にポイント付与。幅広い業種・業態の事業者によるポイント付与の拡大を図るために、取組事例や結果等を具体的に記載した脱炭素ポイントに関するガイドラインを作成。

【課題】

- 民間事業者が自立して取り組むにはポイント原資を自社で負担する必要があるが、脱炭素製品にポイントを付与するメリット（売上増加・消費者の認知拡大等）の理解が十分ではない。（※R4～R6は府がポイント費用の一部を支援）

■ サプライサイド（製造～小売）

- ① CFPの普及促進において、算定・表示製品が限定的であり、各業種・業界が全体として取り組むよう機運醸成・環境整備が必要。さらに、消費者が製品・サービスを選択する小売事業者等での表示拡大も同時に進めることが必要。
- ② 中小事業者を含めた製品・サービスのカーボンフットプリント等の算定を進めるためには、企業の垣根を超えた連携に加えて、排出量算定に用いるデータベースのオープン化・共通化等の負担軽減が必要。

- 国が主体となって、連携協定や官民協議会等を通じて各業種・業界全体で取組が進むよう働きかけいただきたい。
- サプライチェーンを担う大企業・中小企業が連携・協力した排出量データの共有化の推進するとともに、算定に必要なデータベースを提供いただきたい。

■ デマンドサイド（消費者）

- ① 消費者の脱炭素の行動を促進するためには、CFP表示されている製品・サービスとの接点を増やすことが必要。このため、デコ活などの啓発事業と合わせて、幅広い領域（衣食住・職・移動・買物）でCFP商品・サービスを目にする機会を増やすとともに、CO₂削減効果を実感できるアプリ、ポイント等も活用して気軽に楽しく選択できることが必要。
- ② CFPをはじめとするエコラベルが既に存在しており、消費者においてはそれらを個別に十分に理解することが必要。エコラベルの統一は困難であるため、当面はポイント制度などを活用することにより脱炭素消費行動を誘引できる工夫が必要。

- 多様な種類のCFP算定・表示事例の発信や、アプリ・ポイントなどにより楽しく取り組む機運を醸成していただきたい。
- 統一的なキャンペーンなどを実施するとともに、長期的には消費者への環境価値（CO₂削減量等）の理解促進により、CFP製品・サービスの選択が当たり前になるよう施策を進めていただきたい。