

別冊

わかやまCO<sub>2</sub>CO<sub>2</sub>(コツコツ)ポイント+ (プラス)  
取組事例



# 各事業者の取組結果

事業者名	実施店舗等	ポイント付与対象商品等	ポイント付与数	実施月
近鉄百貨店	和歌山店	衣服の引き取り	持ち込み1回で100円割引クーポン (ただし1日1回に限る)	10/1～10/28 ※E～COT0 チョイスは 10/～10/14
		紀州路コーナーの商品を簡易包装(テープのみ)	1,000円以上購入・簡易包装で100円割引クーポン	
		E～COT0チョイス和歌山店おすすめ10選	1点につき100円割引クーポン	
株式会社 サンキョー	サンキョー和歌山県内3店舗(楠見店、北島店、和歌山駅前店)	森林どり	1商品あたり10～50pt	10/1～12/28
		包材削減商品		
		紙包材商品		
和歌山県 農業協同組合	Aコープ和歌山県内13店舗	和歌山県産農水産物	販売額の5%相当	10/1～12/28
株式会社 ヒダカヤ	ヒダカヤ和歌山県内3店舗(黒田店、高松店、西脇店)	産直コーナー商品(青果)	販売額の10%相当	10/13～12/28
株式会社 プラス	産直市場よってって和歌山県内16店舗	地元の野菜、青果	販売額の0.5%相当	10/1～12/28
わかやま市民 生活協同組合	宅配事業	和歌山県産農産物	1点につき10ポイント	11月 1回・2回

# 株式会社近鉄百貨店 和歌山店



## 【事業概要】

割引クーポンを使用した脱炭素に寄与する環境配慮商品の購入促進

### ①対象商品

- ①衣服の引き取り ②紀州路コーナー商品（簡易包装での購入）
- ③E～COT0チョイス和歌山店おすすめ10選

### ②商品選定の考え方

- ①衣類の製造・焼却に伴うCO2を削減
- ②包装資材削減により、資材の製造・焼却に伴うCO2を削減
- ③環境配慮商品など 脱炭素効果をわかりやすく提示できる商品

### ③対象店舗

- ・和歌山店

### ④ポイント付与率

- ・100円割引クーポン

### ⑤実施期間

- ・令和7年10月1日～令和7年10月28日
- ※E～COT0チョイスは10月1日～10月14日

## 【取組み事業の周知・PR】

- ・売り場やレジ横での周知のほか、店内デジタルサイネージや館内エスカレーター前・横に「事業紹介ポスター」を掲示し、事業周知・PRを図った。



▲近鉄百貨店 和歌山店  
レジ横での周知



▲デジタルサイネージ  
(和歌山店)



▲エスカレーター  
に掲示 (和歌山店)

## 【事業実施の様子】

### ○衣類の引き取りコーナー



### ○紀州路コーナー



### ○E～COT0チョイス商品



## 【お客さまの反応】

地球温暖化の危機感、脱CO2がまだまだ国民県民に浸透できていないと思う。  
行政だけでは困難、こうして大きな身近な企業に取り組んで頂けることは至極の重要性を感じる。楽しく協力できたらグッド。

普段から利用するお店なので、こういった取り組みをしてけると少しでも社会貢献に繋がるので嬉しい。

### ○事務局支援による啓発活動



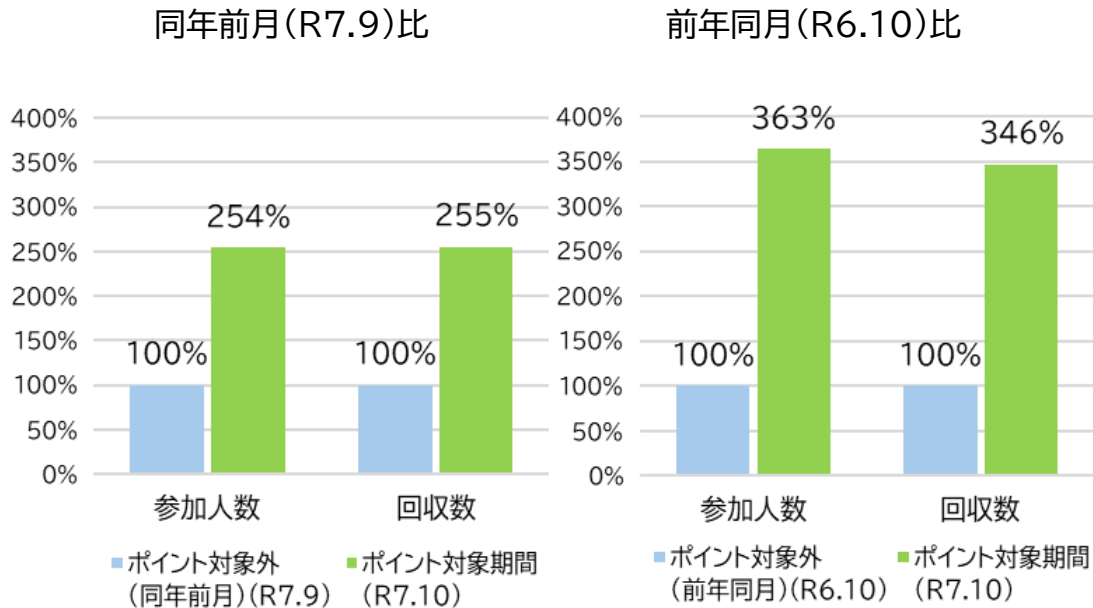
▲店舗入口でのポスター掲示と  
チラシ配布 (10/13和歌山店)

# 取組効果 — 株式会社近鉄百貨店 和歌山店

- 衣類の引き取りについて、前月や前年同月と比べて2～3倍と大きく増加

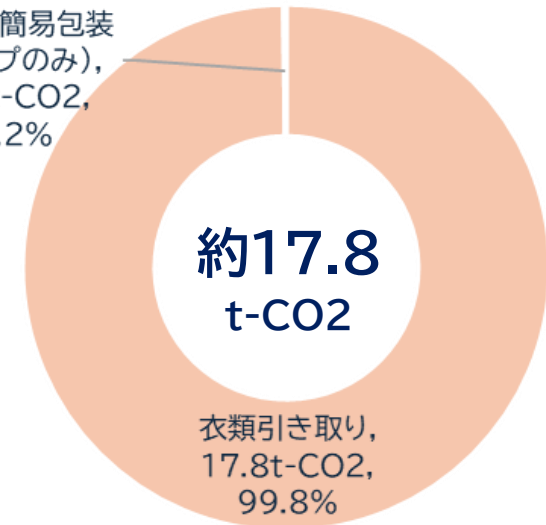
## 販売促進効果

### ●衣類の引き取り



## CO2削減効果

紀州路コーナー  
商品の簡易包装  
(テープのみ),  
0.0t-CO2,  
0.2%



- ・期間中・対象店舗で実施されたサービスのCO2削減効果。ただし、E～COTOチョイス商品は除外
- ・衣類引き取り・リユースにより、新規衣類の製造・流通・廃棄によるCO2排出が削減されるものとした
- ・紀州路コーナーは包装紙(四切想定)の製造によるCO2排出が削減されるものとした

※紀州路コーナー、E～COTOチョイス商品は、データ比較が困難なため記載せず



# 株式会社サンキョー

## 【事業概要】

スタンプカードを使用した脱炭素に寄与する包装資材削減などの促進

### ①対象商品

- ・ ①森林どり ②包材削減商品 ③紙包材商品

### ②商品選定の考え方

- ①鶏糞を使ったボイラーの使用により、化石燃料燃焼に伴うCO2削減
- ②包装資材削減により、資材の製造・焼却に伴うCO2削減
- ③プラ容器等から紙容器(カートカン)・紙包材への転換等により、プラスチック資材の製造・焼却時に伴うCO2削減 に貢献する商品

### ③対象店舗

- ・ サンキョー 和歌山県内3店舗 (楠見店、北島店、和歌山駅前店)

### ④ポイント付与率

- ・ 1商品あたり10~50pt

### ⑤実施期間

- ・ 令和7年10月~令和7年12月

## 【取組み事業の周知・PR】

- ・ 店頭サイネージや入口すぐ風除室への対象商品コーナー設置など目に留まる工夫をするとともに、売場のPOP、店内放送、ポスター・チラシ・のぼりの掲示などで事業周知・PRを図った
- ・ そのほか、折込チラシ・デジタルチラシでの紹介を行った。

## 【事業実施の様子】

### ○対象商品売り場



▲「森林どり」売場



▲風除室のエコポイント対象コーナー

### ○スタンプカードの運用



## 【お客さまの反応】

### ○事務局支援による啓発活動



▲店舗入口でのポスター掲示とチラシ配布 (10/1和歌山駅前店)

日頃からコツコツCO2CO2を意識して買い物できれば良いと思います。企業のこの取り組みも素晴らしいと思う。

凄くいい取り組みだと思いました。定期的にしてみんなで取り組みたいです。



▲店頭のサイネージ



▲折込チラシ



▲デジタルチラシ (店内にも掲示)

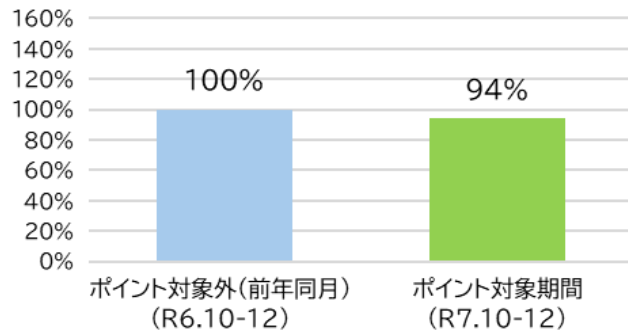
# 取組効果 — サンキョー

- 前年度と比較して全体の売上点数はやや減少しているものの、CO2削減効果のPOPを掲出した商品の多くは売上が増加しており、周知効果がみられた

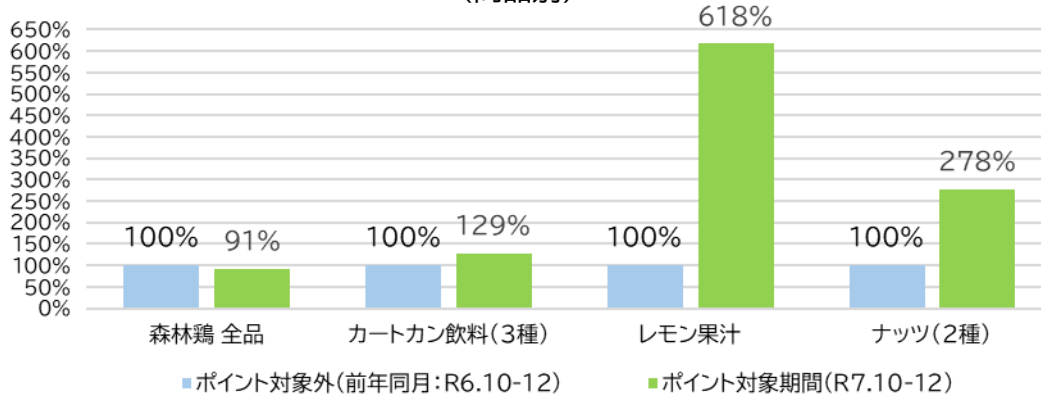
## 販売促進効果

## CO2削減効果

売上点数（前年度との比較対象が可能な商品を対象）



(商品別)



※前年度に取扱いがあり、比較が可能な商品のみを対象

紙からプラスチック包装への代替(減容), 0.07t-CO2, 9.6%

プラスチックやスチールから紙容器への代替, 0.10t-CO2, 13.7%

容器包装削減, 0.12t-CO2, 17.7%

森林鶏(バイオマスボイラーを使用), 0.41t-CO2, 59.0%

約0.7 t-CO2

- ・期間中・対象店舗で販売された商品のCO2削減効果
- ・森林鶏はバイオマス(鶏糞)ボイラーによる燃料削減分を算定
- ・容器包装は減容や素材の代替により包装資材の製造・廃棄によるCO2排出が削減されるものとした



# 和歌山県農業協同組合

## 【事業概要】

ポイントシステムを使用した脱炭素に寄与する地元食材購入の促進

### ①対象商品

- ・和歌山県産農水産物

### ②商品選定の考え方

- ・地元の食材であり輸送時のエネルギー消費に伴うCO<sub>2</sub>削減に貢献

### ③対象店舗

- ・Aコープ 和歌山県内13店舗

### ④ポイント付与率

- ・販売額の5%程度

### ⑤実施期間

- ・令和7年10月～令和7年12月

## 【取組み事業の周知・PR】

- ・対象商品の特設コーナーを設置し目立たせるとともに、売り場のPOP、ポスター・チラシ・のぼりの掲示などで事業周知・PRを図った。



▲サッカー台での事業紹介  
チラシ（いなみ店）



▲店内でのポスター掲示  
（いなみ店）

## 【事業実施の様子】

○対象商品売り場



▲対象商品の特設コーナー



▲POPでの案内



▲12月より産直コーナー  
もポイント対象

○事務局支援による啓発活動



▲店舗入口でのポスター掲示と  
チラシ配布（10/22いなみ店）

## 【お客さまの反応】

自分にできることをコツコツがんばってCO<sub>2</sub>を少しでも減らしていけたらいいなと思いました。

買い物の際にそこまで深く考えて買い物をしたことがなかったので、きっかけの一つになりました。

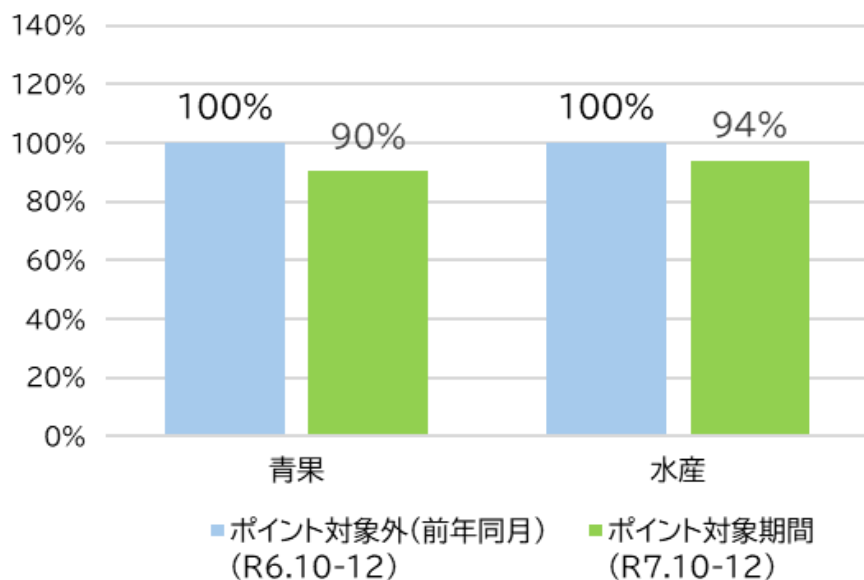
具体的に何ポイント上乘せされるのか、例がチラシに掲載されていれば尚良いと思います。

# 取組効果 — 和歌山県農業協同組合

- ポイント付与対象商品に限定した販売促進効果は確認できないが、物価上昇や農産物の生育不良などの影響もあってか、農水産物の売上点数は、昨年同月と比較して減少

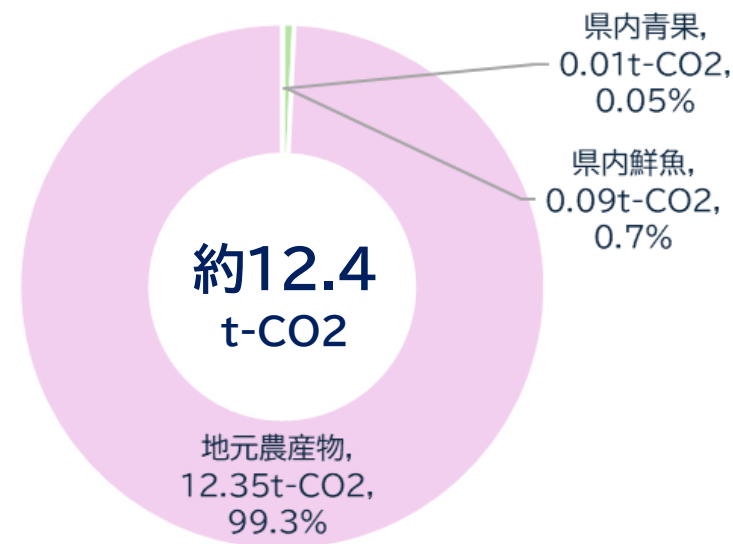
## 販売促進効果

(参考)青果部門・水産部門の売上点数  
※ポイント付与対象商品以外の商品も含む



※ポイント付与対象商品である「生産者が持ち込む地元農産物」は含まない

## CO2削減効果



- ・期間中・対象店舗で販売された商品のCO2削減効果
- ・ポイント付与対象の県内農水産物と、ポイント対象以外の同品目農水産物(市場経由を想定)の平均輸送距離を比較し、流通距離が短くなることで削減されるCO2排出量を算出した



# 株式会社ヒダカヤ

## 【事業概要】

ポイントシステムを使用した脱炭素に寄与する地元食材購入の促進

### ①対象商品

- ・産直コーナー商品（青果）

### ②商品選定の考え方

- ・地元の食材であり輸送時のエネルギー消費によるCO<sub>2</sub>削減に貢献

### ③対象店舗

- ・ヒダカヤ 和歌山県内3店舗（黒田店、高松店、西脇店）

### ④ポイント付与率

- ・販売額の10%相当

### ⑤実施期間

- ・令和7年10月～令和7年12月

## 【取組み事業の周知・PR】

- ・産直マルシェコーナーにおいてPOPやポスター等を掲示するとともに、サッカー台でチラシを掲示・配布し、事業周知・PRを図った。

## 【事業実施の様子】

○対象商品売り場



▲入り口横の和歌山産直マルシェコーナー（黒田店）

## 【お客さまの反応】

○事務局支援による啓発活動



▲店舗入口でのポスター掲示とチラシ配布（10/13黒田店）

これからは脱炭素に繋がる買物に気をつけたいと思います。良い取り組みだと思えます。

取組を知らなかったなので、以降商品選ぶ際に気を配っていきます。

これから地球温暖化環境、脱炭素に関心もつようにしたいと思います。



▲サッカー台での事業紹介チラシ（黒田店）



▲店頭でののぼり掲示（黒田店）



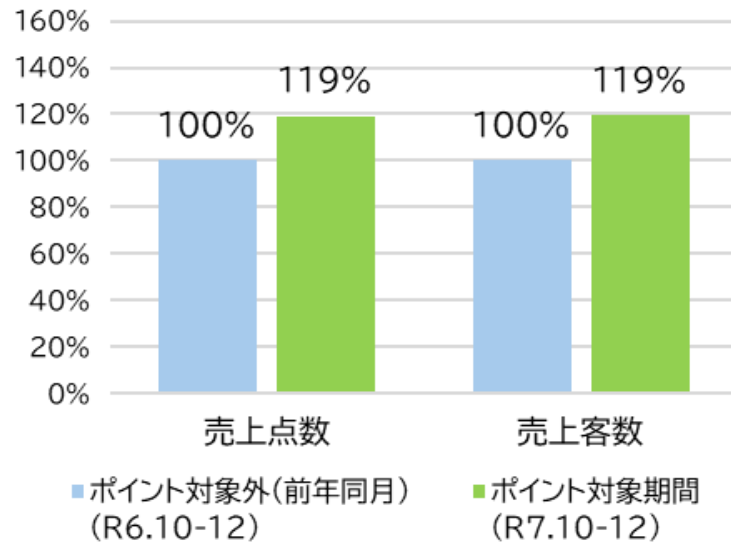
▲WEBチラシ

# 取組効果 — ヒダカヤ

- 前年との比較が可能な生産者でみると、売上点数・売上客数ともに1.2倍程度に増加

## 販売促進効果

売上点数・客数(うち比較可能な出品者の売上分のみ)



## CO2削減効果



※前年度と比較可能な農産物出品者の商品のみを対象

- ・期間中・対象店舗で販売された商品のCO2削減効果
- ・ポイント付与対象の県内農水産物と、ポイント対象以外の同品目農水産物(市場経由を想定)の平均輸送距離を比較し、流通距離が短くなることで削減されるCO2排出量を算出した

# 株式会社プラス 産直市場よってって



## 【事業概要】

ポイントシステムを使用した脱炭素に寄与する地元食材購入の促進

### ①対象商品

- ・ 地元の野菜、青果

### ②商品選定の考え方

- ・ 地元の食材であり輸送時のエネルギー消費によるCO<sub>2</sub>削減に貢献

### ③対象店舗

- ・ 産直市場よってって 和歌山県内16店舗

### ④ポイント付与率

- ・ 販売額の0.5%相当

### ⑤実施期間

- ・ 令和7年10月～令和7年12月

## 【取組み事業の周知・PR】

- ・ 売り場のPOP、ポスター・チラシ・のぼりの掲示などで事業周知・PRを図った。
- ・ そのほか、ホームページでの周知や、InstagramやXなどのSNSを活用した周知を行った。



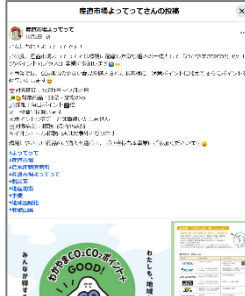
▲店舗入口の案内  
(狐島店)



▲ホームページでの周知



▲InstagramやXでの投稿



## 【事業実施の様子】

### ○対象商品売り場



▲よってって吉備店



▲よってって狐島店



▲商品協でのPOP表示

### ○事務局支援による啓発活動



▲店舗入口でのポスター掲示と  
チラシ配布 (11/9南紀の台店・  
イベント開催とあわせて実施)

## 【お客さまの反応】

この取り組みをきっかけに地産地消を意識した買い物ができて良かった。

地産地消で新鮮な作物で身体にも地球にも優しくしたいです。

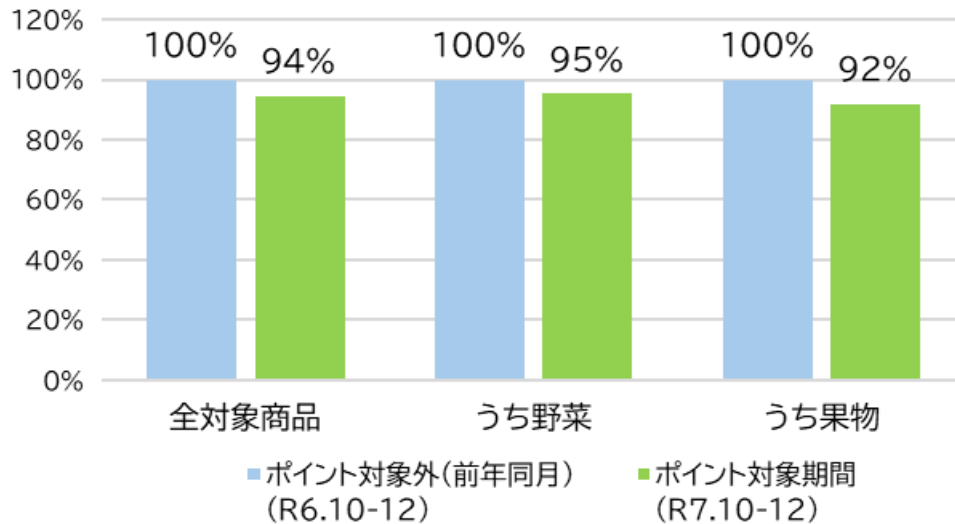
うれしいキャンペーンだなと思いました。ごみの削減などできることはこれからも積極的に取り組んでいきたいと改めて思いました。

# 取組効果 — よって

- 物価上昇や農産物の生育不良などの影響もあってか、農水産物の売上点数は、昨年同月と比較してやや減少

## 販売促進効果

売上点数



## CO2削減効果



- ・期間中・対象店舗で販売された商品のCO2削減効果
- ・ポイント付与対象の地元農水産物と、ポイント対象以外の同品目農水産物(市場経由を想定)の平均輸送距離を比較し、流通距離が短くなることで削減されるCO2排出量を算出した

※前年度と比較可能な店舗のみを対象(南紀の台 除く)



# わかやま市民生活協同組合

## 【事業概要】

ポイントシステムを使用した脱炭素に寄与する地元食材購入の促進

### ①対象商品

・和歌山県産農産物（みかん、トマト、レモン）

### ②商品選定の考え方

・地元の食材であり輸送時のエネルギー消費によるCO<sub>2</sub>削減に貢献

### ③対象店舗

・宅配事業

### ④ポイント付与率

・1点につき10ポイント（販売額の2.4%相当）

### ⑤実施期間

・令和7年11月第3回・4回注文分

## 【取組み事業の周知・PR】

・宅配事業での商品カタログでの商品案内をわかりやすく行うとともに、ホームページや宅配トラックを活用して事業周知・PRを行った。



▲ホームページでの周知



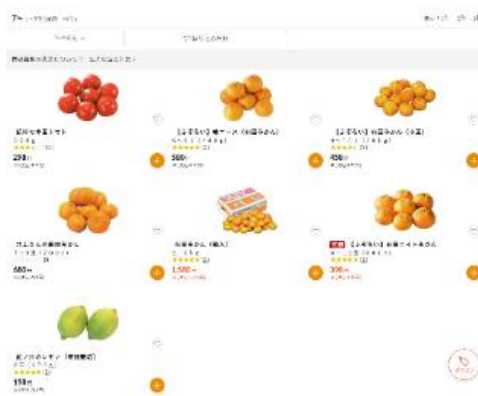
▲トラックでの周知

## 【事業実施の様子】

### ○宅配注文



▲宅配事業での商品カタログでの紹介  
（11月第4回注文用）



▲web注文サイト

## 【お客さまの反応】

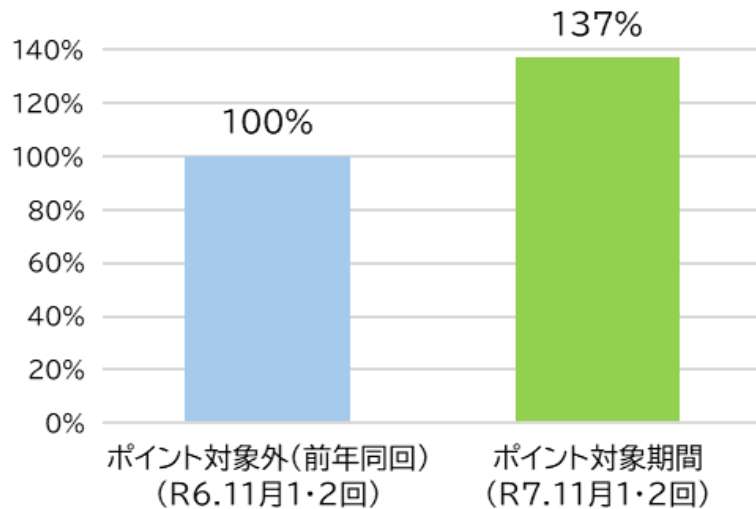
実施店舗を増やして、本取組の周知、目にする機会を増やして脱炭素の活動を広めるように取り組んでいってほしい。

# 取組効果 — わかやま市民生活協同組合

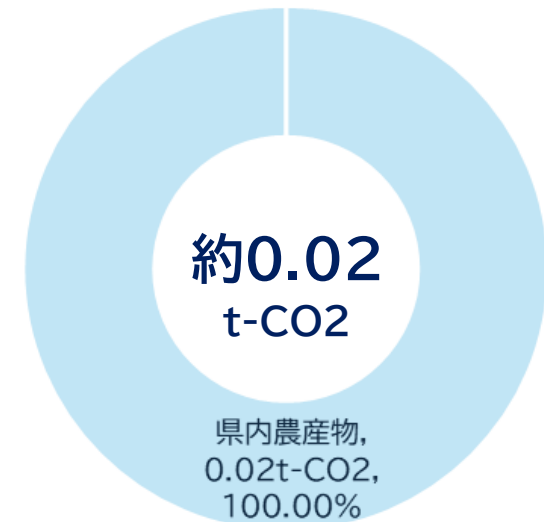
- 前年との比較が可能な商品でみると、売上点数は1.3倍程度増加

## 販売促進効果

売上点数（前年度との比較対象が可能な商品を対象）



## CO2削減効果



※前年度と比較可能な商品のみを対象

- ・期間中・対象配達回で販売された商品のCO2削減効果
- ・ポイント付与対象の県内農水産物と、ポイント対象以外の同品目農水産物(市場経由を想定)の平均輸送距離を比較し、流通距離が短くなることで削減されるCO2排出量を算出した