

# OECD消費者政策閣僚会合の結果について

消費者庁参事官（調査研究・国際担当）

OECD消費者政策閣僚会合テーマ  
「デジタル及びグリーン移行の中心にいる消費者」  
(開催日：2024年10月8日・9日 開催地：フランス（パリ）)

## 【概要】

消費者政策に関する初めてのOECD閣僚会合開催であり、55の国・地域から消費者政策を担当する閣僚又は上級幹部が参加（日本からは消費者庁長官が参加）

※ 上記の他、12の国際機関及びBIACやCI等の利害関係団体が参加

## 【成果】

消費者のウェルビーイングが企業及び政府の優先事項であり、デジタル及びグリーン移行の課題に対処するには、健全な消費者政策と執行が必要である旨を強調した閣僚宣言を採択

※ このほか、実証実験や研究のハブとして消費者政策グローバル・フォーラムを設立予定である旨公表

### 閣僚宣言の概要（グリーン移行関連部分）

#### （現状認識）

- 多くの消費者は気候変動や環境に懸念を抱いており、十分に機能している市場では、このような消費者は企業にインセンティブを与え、市場がより持続可能な選択肢を提案するように促すことができる
- 明確で正確、かつ理解しやすい情報にアクセスでき、誤解を招く不公正な慣行から保護されている消費者は、自らの意思決定が環境や気候に与える影響をよりよく考慮することができるが、消費者は情報にアクセスできなかったり、欺瞞的な環境クレームに直面することが多い
- 製品表示、中古品販売やレンタル、シェアリングサービス、製品修理、製品保証、事業者責任等の問題も、消費者が環境問題を考慮した取引を行う能力に影響を与える可能性がある
- 持続可能な消費への障害を取り除く上で、消費者政策以外の政策分野も重要な役割を果たすことができる
- 環境クレームに対する消費者の理解及び持続可能な消費の障害となりうるものについての洞察は、エビデンスに基づく政策措置の基礎となりうる

#### （当局のコミット）

- 欺瞞的な環境クレームからの消費者保護を強化し、誠実な企業に公正な競争の場を確保し、ひいてはより持続可能な選択肢を提供する企業に対するインセンティブを育む
- マーケティングやラベルを通じて、消費者が商品やサービスの環境への影響についての、明確で正確、かつ理解しやすい情報を入手できるようにする
- より持続可能な商品やサービスの選択等にかかる消費者の能力を消費者政策がどのように支援できるか検討する