



デジタル及びグリーン移行における
消費者の保護とエンパワーメント
に関する宣言



O E C D リーガル・
インストラメンツ

この文書はOECD事務総長の責任の下に発行された。OECDリーガル・インストラメンツを複製したものであり、追加の資料を含むことがある。追加資料に記載されている意見及び採用された議論は、必ずしもOECD加盟国の公式見解が反映されているものではない。

本文書並びに本文書に含まれるデータ及び地図は、あらゆる領域の現状及び主権、国際的な境界地域における境界及びその範囲、並びにあらゆる領域、都市及び地域の名称に影響を及ぼすものではない。

OECDリーガル・インストラメンツの公式版及び最新のテキストやその他の関連情報については、
<http://legalinstruments.oecd.org> の「Compendium of OECD Legal Instruments」を参照されたい。

この文書を次のように引用してほしい：

OECD、「デジタル及びグリーン移行における消費者の保護とエンパワーメントに関する宣言」、
OECD/LEGAL/0504

シリーズOECDの法的文書

写真クレジット：© OECD

© OECD 2024

この文書は無料で提供される。いかなる変更も加えない限り、これ以上の許可を必要とせず、無料で複製・配布することができる。販売することはできない。

本書は、OECDの2つの公用語（英語とフランス語）で提供されている。他の言語に翻訳することも可能であるが、その場合は「非公式翻訳」と表示し、次のような免責条項を付すこと。「本翻訳は、情報提供のみを目的として、[翻訳作成者名]によって作成されたものであり、OECD がその正確性を保証するものではない。唯一の公式バージョンは、OECDのウェブサイト (<http://legalinstruments.oecd.org>) で入手可能な英語とフランス語のテキストである。」

背景情報

2024年10月9日、フランス・パリのOECDで開催された閣僚級消費者政策委員会（消費者政策委員会）会合（以下「消費者政策委員会閣僚会合」という。）において、「デジタル及びグリーン移行における消費者の保護とエンパワーメントに関する宣言」が採択された。

2024年 消費者政策委員会が閣僚レベルで開催される

1969年の設立以来、消費者政策委員会は、消費者を被害から守り、消費者が十分な情報に基づいた意思決定を行えるようにするための政策や措置を通じて、消費者のウェルビーイングを促進しようとしてきた。急速なデジタルの発展と環境悪化に直面し、2024年の消費者政策委員会閣僚会合において、デジタルとグリーン移行がもたらす世界的な課題に対し、機会を捉えて対応するための消費者政策のビジョンを示した。

デジタル市場は、世界中の商品やサービスに簡単にアクセスできるなど、消費者に多くの利益をもたらしてきた。しかし、その一方で、消費者を欺く不当・不正な商行為（消費者の意思決定を操作する「ダーク・コマーシャル・パターン」、広範なユーザー情報の収集、詐欺など）による大きな被害にもさらされている。さらに、消費者はオンラインで入手可能な大量の安全でない製品や、製品のデジタル技術に関する新たなリスクに直面している。また、多くの消費者がより持続可能な選択を望んでいるにもかかわらず、不明瞭、不正確、誤解を招くようなグリーン・クレームなどの障害が、グリーンな選択を妨げていることも明らかになっている。

OECD加盟国全体の平均で国内総生産（GDP）の約60%を消費者支出が占める中、消費者を被害から守り、十分な情報に基づいた選択ができるようにし、十分に機能する市場に大きく貢献するためには、行動に関する洞察に裏打ちされた強固で機動的な消費者政策が不可欠である。このような問題には国境がなく、他の政策分野（競争、健康、プライバシー、デジタル、環境、ジェンダー政策など）との連動性が高まっているため、強力な国際協力に支えられた政府全体及びマルチステークホルダー・アプローチが必要とされている。

宣言の範囲

この宣言は、消費者政策委員会とその消費者製品安全作業部会の双方を通じて、OECD加盟国と非加盟国が参加する広範な協議と反復プロセスを通じて作成された。また、他の国際機関や利害関係者からの意見も参考にした。

宣言は、消費者のウェルビーイングが企業や政府の政策にとって優先されるべきものであることを強調し、デジタル移行とグリーン移行の課題に対処するためには、健全な消費者政策と執行が必要であることを認識している。宣言には5つの柱があり、遵守国とのコミットメントを概説するとともに、OECDに彼らの努力を支援するよう求めている：

- 第1の柱は、デジタル移行における消費者のエンパワーメントと保護に焦点を当てる。
- 第2の柱は、グリーン移行における消費者のエンパワーメントと保護に焦点を当てる。
- 第3の柱は、急速に進化するグローバル市場における新たな消費者製品安全リスクへの対処に焦点を当てる。
- 第4の柱は、消費者のエンパワーメントと保護のための国境や政策分野を超えた協力に焦点を当てる。
- 第5の柱は、消費者政策と執行の有効性に関するエビデンスベースの強化に焦点を当てる。

これら5つの柱は、消費者を守りながら社会の移行を活用するために、補完的で相互に補強し合うものである。

詳細については、OECD消費者政策閣僚会合のウェブサイト www.oecd-events.org/consumerpolicy-ministerial/en を御覧ください。

OECDにおける消費者政策の取組については www.oecd.org/en/topics/policy-issues/consumer-policy を御覧になるか、consumer@oecd.org まで御連絡ください。

我々、アルゼンチン、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、ブルガリア、カナダ、チリ、コロンビア、コスタリカ、クロアチア、チェコ、デンマーク、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、ハンガリー、アイスランド、アイルランド、イスラエル、イタリア、日本、韓国、ラトビア、リトアニア、ルクセンブルク、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、ペルー、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア共和国、スロベニア、スペイン、スリナム、スウェーデン、スイス、タイ、トルコ、ウクライナ、英國、米国、欧州連合の閣僚及び代表は、2024年10月8日～9日にOECD本部（パリ）で開催された消費者政策委員会史上初の閣僚会合（議長国：オーストラリア）に際し、デジタル及びグリーン移行の中心にいる消費者について議論した：

我々は、消費者政策委員会と消費者製品安全作業部会を、消費者政策立案者、当局、その他主要な利害関係者を招集し、政策分析と実証研究に基づき、消費者と製品の安全性の問題に取り組む場としての重要な役割を認める。

我々は、ロシアによるウクライナ侵略は明白な国際法違反であり、ルールに基づく国際秩序に対する深刻な脅威であるとして、可能な限り強い言葉で非難するOECD理事会の声明と共に、国連総会決議A/RES/ES-11/1を想起する。

我々は、OECDの基本的価値を再確認し、その創設目標を再確認し、OECDがデジタル化の課題への対応を推進し、強固で持続可能、グリーンで包摂的かつ強靭な成長に向けて取り組むことを規定した第60次OECDビジョン声明「グローバルな協力への信頼－次の10年に向けたOECDのビジョン」を想起する。

我々はそれを認識している：

- 消費者の支出はOECD加盟国の国内総生産の約60%を占め、消費者は毎日数千億件の取引をしている。消費者がグローバル経済の中心にあり、経済成長を促進し、企業や労働者の生活を支えている；
- 十分に機能している市場においては、消費者はその数の力で事業活動に対して影響力を行使する；
- デジタル市場は、商品、サービス、情報へのアクセスを容易にし、消費者に恩恵をもたらすが、同時にこうした市場の多くは、消費者がその恩恵を十分に享受できる形で機能していないという認識が広がっている；
- デジタルのビジネスモデルやテクノロジーは、消費者の選択、信頼、安全を損ない、誠実な企業に不公平な競争を強いる可能性があり、不明瞭ではあるが重大なリスクや被害を消費者にもたらす；
- 世界の多くの消費者が、気候変動、天然資源の枯渇、生物多様性の損失、公害、その他の環境被害のペースと深刻さを緩和するような、より持続可能な選択を望んでいるが、実際には消費者はそのような行動を妨げられ、消費者の選択と信頼は毀損され、誠実な企業が不公平な競争を強いられていることを示す証拠がある；
- 消費者を被害から守り、消費者が十分な情報を得た上で意思決定できるようにするためには、確固たる消費者政策と執行が重要な役割を果たす；
- 政策研究や実証研究は、我々の消費者行動、ビジネス慣行とそれが消費者の理解、態度、行動に与える影響についての理解を深め、エビデンスに基づいた効果的な政策を可能にする；
- 消費者政策と実証研究は、被害リスクの高い人々の保護に役立つのみでなく、消費者が役割を果たす他の政策分野（競争、プライバシー、デジタル、環境、ジェンダー政策など）にも有益である；

- 消費者が情報や商品、サービスにアクセスする際にデジタルがもたらす利便性や、電子商取引利用による環境フットプリント削減などを例にとっても、デジタル移行とグリーン移行の間には多大な相互関係がある。

我々は強調しておきたい：

- 消費者のウェルビーイングは、企業にとっても政府の政策においても優先されるべきである；
- 消費者の保護とエンパワーメントへの強化を怠れば、消費者にさらなる被害をもたらすのみならず、市場や社会、環境にも被害を及ぼす危険性がある；
- デジタル市場や、環境に影響を与える商品やサービスの市場において、消費者が直面するリスクを軽減し機会を活用するためには、政府全体、そして多分野横断政策と執行を通じて、断固とした行動が必要である；
- OECD、特に消費者政策委員会は、パートナー国、政府間組織、その他の利害関係者と協力しあい、共通の価値観の上に立ち、グローバルで相互関連的な課題の解決のための国際協力をを行う場として適している。

デジタル移行における消費者のエンパワーメントと保護

我々はそれを認識している：

- 十分に機能しているデジタル市場では、消費者が必要なスキルとアクセスを有している場合、より多くの選択肢と十分な情報に基づいた意思決定ができ、新しいテクノロジーは消費者の生活向上を可能にすると期待される；
- しかし、デジタルのビジネスモデルやテクノロジーは、情報や構造的な力の非対称性を生み出し、悪化させる可能性がある。消費者に被害を与え、誤解を招く搾取的な商習慣を助長し、結果として消費者の選択や市場に対する信頼を弱めることになる；
- 消費者がデジタル市場を利用する際に直面するリスクには、操作的、強制的、欺瞞的、中毒的なオンラインデザイン手法、偽のレビュー、搾取的なパーソナライゼーション、広範かつ詳細なデータ収集、トラッキングやシェアリング、行動バイアスや情報の非対称性の悪用、アルゴリズムによる差別、詐欺、巧妙な詐欺商法、偽造品、安全でない製品へのアクセスなどがある；
- 全ての消費者がこのような行為の標的になる可能性があり、子供（ティーンエイジャーを含む）や高齢の消費者など、特にオンライン上でリスクに直面しやすい消費者もいる；
- これらの慣行がもたらす結果は深刻かつ広範囲であり、直接的な経済的損失、プライバシーの侵害、依存症を含む身体的・心理的被害など、実質的かつ広範な消費者被害をもたらす；
- 強力で効果的な消費者政策環境は、消費者が安心してデジタルのビジネスモデルや技術を利用することを可能にする。

我々は、以下の取組を強化することを約束する：

- デジタル市場で進行中及び新たに発生する消費者被害を特定し、対策を講じる；
- デジタル市場における事業者が、消費者の利益を十分に考慮し、公正な事業、広告、マーケティング慣行、及び信義誠実の一般原則に従って行動することを奨励する；
- 年齢、性別、技能、収入、健康状態、障害、民族性、文化的背景、デジタルリテラシー、その他の要因の如何を問わず、特に被害リスクにさらされている可能性のある消費者を含め、全ての消費者を保護し、エンパワーメントを促す。

我々は、消費者政策委員会を通じて、また関連する他のOECD組織や国際的なフォーラムと協働して、OECDに対し、以下を行うよう求める：

- デジタルのビジネスモデル、技術、慣行が、消費者にどのような利益をもたらすのか、又はどのように消費者のリスクや被害を生み、悪化させるのかについてのエビデンスベースと理解を大幅に強化し、デジタル市場において消費者を保護し、エンパワーする政策を特定する；
- 電子商取引における消費者保護に関する勧告（2016年）[OECD/LEGAL/0422]を更新し、デジタル移行における既存及び新たな消費者リスクと被害に対応する。

グリーン移行における消費者のエンパワーメントと保護

我々はそれを認識している：

- 世界の多くの消費者は、気候変動や環境に懸念を抱いており、こうした懸念が消費者の意思決定に重要な意味を持ち得るというエビデンスがある；
- 十分に機能している市場においては、消費者は、企業が革新的なビジネスモデルやデジタルツールなどを通じてより持続可能で安全な商品やサービスを提供するよう、事業者にインセンティブを与えることができ、市場で供給されるものがより持続可能な選択に移行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、誤解を招くような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；
- しかし、消費者はそのような情報にアクセスできなかったり、混乱や誤解を招く欺瞞的な根拠のない環境クレームや気候クレームに直面したりするが多く、消費者の信頼や競争を損なわせている可能性がある；
- 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、事業者責任など、その他の消費者保護に関する課題も、消費者が環境を考慮した市場取引を行えるかどうかに影響を与える可能性がある；
- 消費者が環境への影響を削減しようとする際に直面する障害は他にもあり、それらに対処するためには、消費者政策に限らず、複数の政策分野の関与が必要である；
- 他の政策分野は、全ての消費者に影響を与える持続可能な消費への障害を取り除く上で、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や、持続可能な消費の障害となり得るものに関する洞察は、消費者政策の分野でも、その他の政策分野でも、エビデンスに基づく政策措置の基礎となり得る。

我々は約束する：

- 誤解を招くような、欺瞞的で、根拠のない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成する；
- マーケティングやラベルを通じて、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消費者が入手できるようにする；
- 消費者がより持続可能な商品やサービスを選択し、安全かつ容易に製品を修理、再利用、再目的化（リペーパス）、共有（シェア）、リース、リサイクル、持続可能な廃棄を行い、又は消費者が望めば環境フットプリントを削減する能力を、消費者政策がどのように支援できるかを検討する。

我々は、消費者政策委員会を通じて、また他の関連するOECD組織や国際的なフォーラムと協働して、OECDに対し、以下を行うよう求める：

- 環境フットプリントの削減を望む消費者に対し、消費者政策がどう役立てるかを検討する；
- 消費者の市場での意思決定に影響を与える要因、特に環境情報やクレームに対する消費者の理解度や消費者の製品選択が環境に与える影響について、よりよく理解するための実証研究を継続する；
- 特に、環境クレームに対する効果的な執行のため、消費者保護当局間の協力方法について、政策提言の策定を検討する。

急速に進化するグローバル市場における新たな消費者製品安全リスクへの対処

我々は、今回の閣僚会合中に開始された「リチウムイオン電池の安全性に関するグローバル啓発キャンペーン2024」を含む、製品安全に関する世界的な啓発キャンペーンをOECDが継続的に調整していることを歓迎する。

我々はそれを認識している：

- 消費者は複雑なデジタル・グローバル市場で商品やサービスを購入することが増えており、そこでは安全でない商品が販売されていることも珍しくない；
- 使用時、再利用時、再製造時、修復時、リサイクル品を使った再製造時、又は廃棄時の安全性に関する情報は、消費者は企業ほど入手が容易ではない；
- デジタル技術やその他の新しく革新的な技術は、危険の早期発見、遠隔での製品修理やアップグレード、トレーサビリティの向上、より迅速で効果的な製品回収（リコール）を可能にし、消費者の製品安全リスクの低減と解決に役立つ；
- しかし、デジタル技術やその他の新技術を消費者製品に取り入れることは、新たな製品安全リスクをもたらす可能性があり、それは精神衛生や子供の発育にも影響を与えかねない；
- オンライン・マーケットプレイスなどのデジタル・ビジネスモデルは、グローバルなサプライチェーンと組み合わさることで、安全でない製品を消費者に届ける（直接配送を含む）ことを可能にしており、サプライチェーン全体で十分な説明責任を果たしていない；
- 循環型（サーキュラー）ビジネスモデルは、中古品や再生品まで監視が行き届かないといった新たなリスクももたらす可能性があり、製品が寿命に至るまでのライフサイクルにわたる製品安全性とサプライチェーンにおける明確な説明責任の必要性を強調している；
- 安全でない製品は、消費者に死、傷害、疾病、精神衛生への潜在的影響、経済的コストなどの多大な被害をもたらすとともに、経済にとっても多大なコストとなる；
- 安全でない製品が消費者に届くリスクを減らすため、製品安全枠組みの確立と、実施のための国際協力の必要性が高まっている；
- 製品の安全性と消費者の権利について教育することで、消費者はより安全な製品を選択することができる。

我々は約束する：

- 消費者政策委員会と消費者製品安全作業部会を通じ、消費者製品安全政策の枠組みを世界的に改善するために協力する；
- 消費者製品安全政策の枠組みが、現在横行している又は今後出てくるであろう新たな消費者製品安全リスクに効果的に対処できるようにし、企業、特にオンライン・マーケットプレイスが、これらのリスクに対処するために積極的な措置を講じるようにする；
- 事業者の消費者製品安全に関する法的義務を実質的に強化する；

- オンライン・マーケットプレイスが、自社サイトに掲載されている商品の安全性に責任を持ち、安全でない商品が確認された場合は速やかに削除し、同じ商品又は類似の安全でない商品が掲載されるのを防ぐよう努める；
- 消費者の健康と安全に対する既存の及び新たなリスクを監視、評価、対処する規制当局の能力を強化する。

我々は、消費者政策委員会を通じて、また他の関連するOECD組織や国際的なフォーラムと協働して、OECDに対し、以下を行うよう求める：

- 持続可能な製品の安全設計を含む、消費者製品の安全性に関する機会と課題を特定し、オンライン販売、製品のデジタルテクノロジー、循環型ビジネスモデル、より広範なグリーン移行に関連する問題に照らして、リスク評価手法を取り入れるように促進する；
- 安全でない製品の使用と、製品リコールへの消費者の関与を促進する方法についての理解を深めるために、行動に関する洞察と実証的エビデンスを活用する；
- 様々な消費者グループへの影響を考慮しつつ、消費者製品の安全性に関する課題に対処するため、確固たる政策、法律、基準、執行手段及び自主的な事業公約（「誓約」）その他のイニシアティブの開発を支援する；
- OECDのグローバル・リコール・ポータルなど、既存の国際協力・情報共有ツールの利用を強化・拡大し、必要に応じて新たなツールを開発する。

消費者の保護とエンパワーメントのための国境や政策分野を超えた協力

消費者問題、消費者行動に関する洞察、テクノロジー及び市場動向、並びに新たな政策及び実証的な消費者研究について、学界、市民社会（特に消費者団体）、企業及びその他の利害関係者（OECD経済産業諮問委員会（Business at OECD:BIAC）及びOECD労働組合諮問委員会（Trade Union Advisory Committee:TUAC）を含む）と協議する包括的なネットワークとして、消費者政策に関するグローバル・フォーラムを立ち上げることを歓迎する。

我々はそれを認識している：

- 消費者政策とその他の政策分野（競争、デジタル、プライバシー、環境、エネルギー、健康、金融、貿易、運輸、ジェンダーなど）との共通部分の多さ、更には被害リスクの高い人々の保護を考慮すると、行動に関する洞察を取り入れた分野横断的な政策や執行アプローチは有益である；
- グローバルなサプライチェーンと、デジタル市場により加速される国境を越えた消費者取引とデータ共有の増加に伴い、消費者政策と執行の効果的な国際協力が、消費者保護、救済、エンパワーメント、製品安全性の信頼、ひいてはグローバル市場と貿易に対する信頼の醸成に不可欠である；
- OECDへの参加やOECD基準・ツールの開発・実施などを通じて、他国との協力や経験・専門知識の交換を行うことは、国・地域・世界レベルでのより効果的な消費者政策と執行につながっている；
- 政策立案者、執行機関とそのネットワーク、市民社会（特に消費者団体）、企業、学界など、全ての利害関係者が協力することで、消費者保護とエンパワーメントの効果を強化することができる；
- 消費者政策は、十分に機能する市場と製品に対する信頼に貢献することにより、新興国や発展途上国を含む全ての地域における経済成長と発展を支援することができる。

我々は約束する：

- ベスト・プラクティスの共有、情報交換、国境を越えた調査や執行活動の強化、消費者のための国境を越えた紛争解決と救済へのアクセスの促進を含む、消費者政策と執行のグローバルな協力を強化する；
- 市民社会（特に消費者団体）、企業、学界との協力を深め、エビデンスに基づく消費者政策を支援する；
- 他の政策分野との協力を強化し、現在及び将来の消費者政策と製品安全問題に対する政府全体の（省庁の垣根がない）アプローチを発展させる。

我々は、消費者政策委員会を通じて、また他の関連するOECD組織や国際的なフォーラムと協働して、OECDに対し、以下を行うよう求める：

- 消費者政策に関するグローバル・フォーラムなどを通じて、共通の機会や課題に対処するため、国を超えた政策・執行の協力や、ベストプラクティスや経験の交換を促進する；
- 消費者政策と他の政策分野との共通点について理解を深め、消費者保護とエンパワーメントに関わる横断的なテーマの問題に取り組む；
- 新興国及び発展途上国の持続可能な成長と経済発展を支える、強固で包括的な消費者政策を育成するために対話を強化する。

消費者政策と執行の有効性に関するエビデンスベースの強化

我々はそれを認識している：

- 市場が複雑化する中、消費者政策は新たな状況やエビデンスを確実に反映し、エビデンスに基づき定期的に見直されることが求められる；
- 男女別、年齢別など、社会経済的、人口統計学的に細分化されたデータを収集することは、より公平で包括的な消費者政策の設計に役立つ可能性がある；
- 情報開示や透明性を担保する対策だけでは消費者保護が不十分な場合もある；
- 消費者保護執行機関は、禁止行為を抑制するための既存の手段や権限では、現在の課題に十分に対処できない可能性がある；
- OECDは、その加盟国の広範な地理的範囲と政策分野への関与、及び消費者政策委員会の消費者政策に関する専門知識を通じて、国、地域、そして世界の消費者政策への取組を支援するための消費者政策及び実証研究を提供する拠点として適した立場にある。

我々は約束する：

- 行動に関する洞察と実証研究を活用することによって消費者行動と商慣行について理解を深め、消費者政策と執行のためにエビデンスベースを強化する；
- 関連執行機関が効果的な措置を採るために、各機関の法的権限内において持ち得る手段と権限を強化する。

我々は、消費者政策委員会を通じて、また他の関連するOECD組織や国際的なフォーラムと協働して、OECDに対し、以下を行うよう求める：

- 行動に関する洞察に基づき、国を超えた政策研究及び実証研究を拡大する；

- 男女別データを、性別の知識ギャップの特定や、消費者政策におけるジェンダー課題解決に使えるよう改善する；
- 消費者政策に関するグローバル・フォーラムを通じて、政策及び実証的な消費者研究について議論し、促進する場として活動する；
- 消費者政策委員会の政策と実証研究を考慮に入れ、効果的な消費者政策と執行のための新しい方法論と技術を反映するために、消費者政策の意思決定に関するOECD勧告（2014年）[\[OECD/LEGAL/0403\]](#)を更新する。

OECDについて

OECDは、グローバル化に伴う経済、社会、環境の課題に取り組むために各国政府が協力するユニークなフォーラムである。OECDはまた、コーポレート・ガバナンス、情報経済、高齢化社会の課題といった新たな進展や懸念について、各 government が理解し、それに対応するための努力の最前線にある。OECDは、各 government が政策の経験を比較し、共通の問題に対する答えを求める、優れた実践を確認し、国内及び国際的な政策を調整するために働くことができる場を提供している。

OECD加盟国は以下のとおりである：オーストラリア、オーストリア、ベルギー、カナダ、チリ、コロンビア、コスタリカ、チェコ共和国、デンマーク、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、ハンガリー、アイスランド、アイルランド、イスラエル、イタリア、日本、韓国、ラトビア、リトアニア、ルクセンブルク、メキシコ、オランダ、ニュージーランド、ノルウェー、ポーランド、ポルトガル、スロバキア共和国、スロベニア、スペイン、スウェーデン、スイス、トルコ、英国、米国である。欧州連合（EU）はOECDの活動に参加している。

OECDの法的文書

1961年にOECDが創設されて以来、その枠組みの中で500以上の法的文書が作成されてきた。これらには、OECD法（OECD条約に従ってOECD理事会が採択した決定や勧告）や、OECDの枠組み内で作成されたその他の法的文書（宣言や国際協定など）が含まれる。

OECDの実質的な法的文書は、施行中であれ廃止されたものであれ、全てオンラインの「OECD法的文書大要」に掲載されている。これらは5つのカテゴリーに分類されている：

- **決定書**は理事会で採択され、採択時に棄権した国を除く全加盟国を法的に拘束する。特定の権利と義務を定め、監視メカニズムを含むこともある。
- **勧告**は理事会によって採択されるものであり、法的拘束力はない。勧告は、そこに含まれる原則に対する政治的なコミットメントを示すものであり、遵守国がその実施に全力を尽くすことを期待するものである。
- **実質的成果文書（Substantive Outcome Documents）**は、OECDの閣僚級会合、高官級会合、その他の会合の成果として、OECDの機関ではなく、個々の遵守国によって採択される。通常、一般原則や長期目標を定め、厳謹な性格を持つ。
- **国際協定**は、組織の枠組みの中で交渉され、締結される。これらは締約国を法的に拘束する。
- **取り決め、了解事項、その他**：OECDの枠組みの中では、公式支援輸出クレジットに関する取り決め、海上輸送原則に関する国際了解事項、開発援助委員会（DAC）勧告など、他にもいくつかの種類の実質的な法的文書が時間をかけて作成してきた。