

2024 年 2 月 14 日

慶應義塾大学教授 蟹江憲史

「持続可能な消費と生産」は SDGs の中でも目標 12 として重要な位置を占めているところ、消費者基本計画は、2030 年までの SDGs 達成を目指したものとして、野心的な計画となることを期待します。

具体的には、以下の点について特にご意見いたします。

1. 計画策定後のフォローアップや評価が大事な役割を担うと考えます。その際には、SDGs で設定されている国際的な評価指標との整合性を視野に入れた評価指標を設定するようにすること、また、今後 2030 年以降の国際目標論議が始まることを想定しながら、これに寄与し、国際的にも対応し得るような評価の仕組みや指標設定をすることが重要だと考えます。
2. 上記に関連し、政策面でも SDGs 達成、ポスト 2030 年国際目標を視野に入れた目標設定や政策枠組み策定が出来るようにすることが重要だと考えます。その一つの要素は、参加型・パートナーシップ推進型で、消費者が参加して事業者と協働できるような方向性だと思います。
3. サステナブル・ファッションや、サステナブル・レストランを始めとして、何がサステナブルかを示す基準や評価（マークなど）が不足しているために、サステナブルな消費をしようとしてもなかなか出来ないという声を耳にします。こうした声にこたえるために、今後基準や評価を促進する政策をとることが大事だと考えます。パートナーシップはそのための方策としても活用できるものだと思います。
4. サステナブル・ファッションではアンバサダーやパートナーが出来、何がサステナブルかということを具体的に示し始めています。こうした広報の取り組みは、消費者意識を変えていくために重要だと考えます。そしてそのことが、生産者の取り組みを変えることにもつながります。広報の取り組み強化も政策の柱として入れることが重要だと思います。