

Capacity Building Workshop on Promotion of Sustainable Consumption in ASEAN



ASEAN 消費者保護に関する戦略的 行動計画 2025(ASAPCP)



左：中原秀樹 中：RUTH B. CASTELO（フィリピン政府代表）
右：EUGENE TOH（シンガポール政府代表）

- ASEANでは、GPP（グリーン調達）からSPP（持続可能な調達）への公共調達へのシフトが鮮明になっており、今回の持続可能な消費に関する担当行政の強化が喫緊の課題になっているようです。本プロジェクトの幹事国はフィリピン政府、消費者行政のまとめ役はシンガポール政府です。

ASEAN共同体における消費者保護 の前進のために



SARAH FIRDAUSさん（ASEAN事務局）

- ASEAN共同体の青写真2025における2025ビジョンの3分野である「政治安全保障」、「経済」、「社会文化」の主要点の洗い出しでSDGsと関連づける一方、必ずしもSDGsの枠組みで協議されていないASEAN地域特有の主要素と戦略的取組みにもフォーカスしているようです（多民族問題、宗教問題、市場モラルなど）。

ASEAN会議で得た知見: Gapをどう乗り越えるか

① 持続可能な消費の政策課題

- 知識と問題の重要性の認識の欠如
- パブリック・リレーション（広報戦略）の欠如
- グリーン製品は高価で消費者を説得できない
- グリーン製品は一般市場で入手不可能
- 政府は、産業や起業家を環境志向型にするための法律がない

② 持続可能な消費の促進におけるギャップと課題

政策：• 弱い政策の枠組み • 無関係なサプライチェーンにおける政策の適用
• 既存の方針が実施されていない

アドボカシー：• 持続可能な消費に関する意識の低さと理解
• 不適切なアクセス可能な情報（誤情報、グリーンウォッシュなど）

消費者の行動：• 消費者行動の変化 • 価格重視の購入

市場参加：• 社会的および環境的責任に関する企業の約束
• 限られた持続可能な製品とサービス