

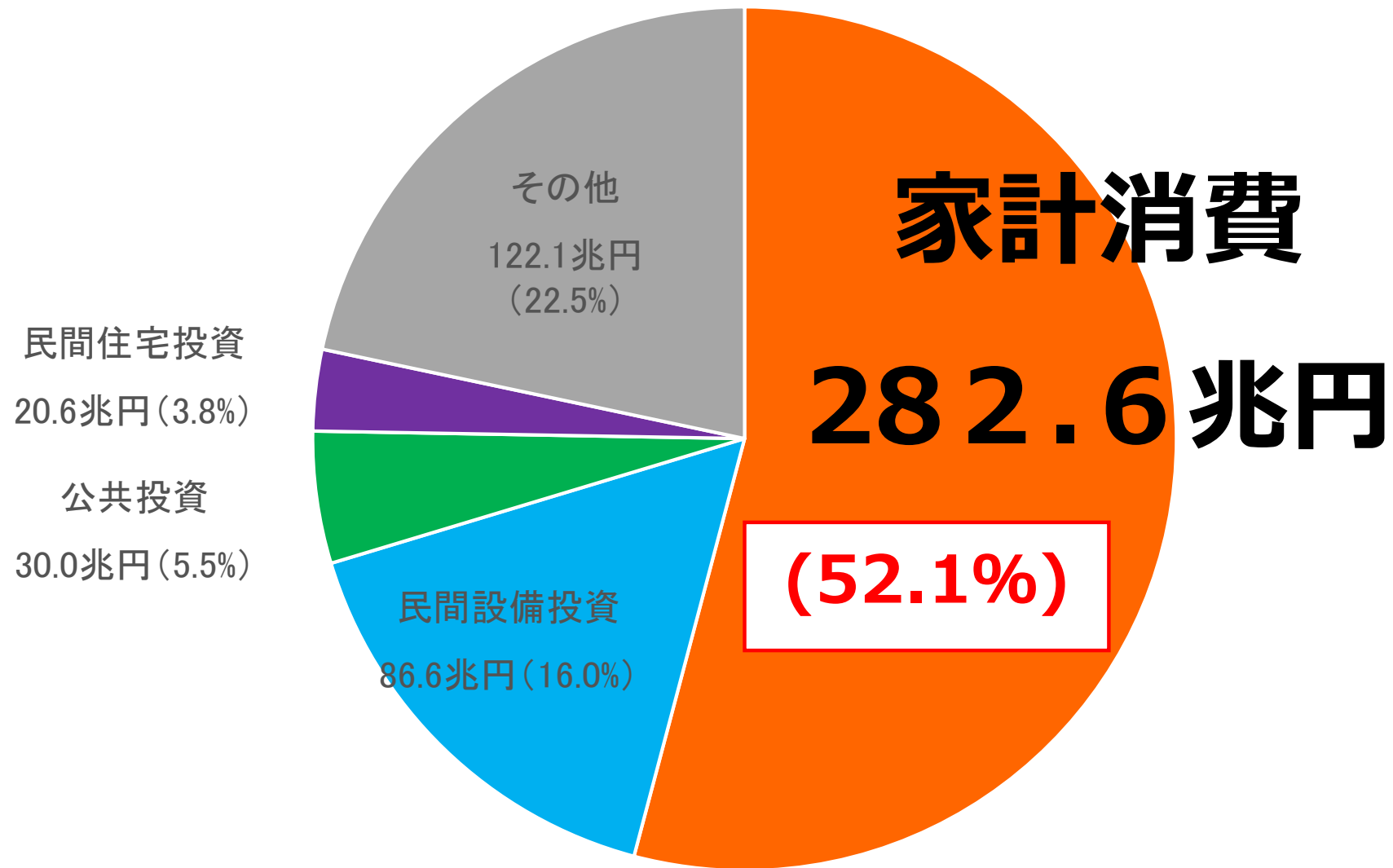
消費がつくる未来

消費者庁長官 伊藤明子
令和4年4月



消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン





日本のGDPの内訳 (2021年)
(合計 : 541.9兆円)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



12

つくる責任
つかう責任



- カーボンニュートラル
- 海洋プラスチック
- 食品ロス削減
- サステナブル ファッション

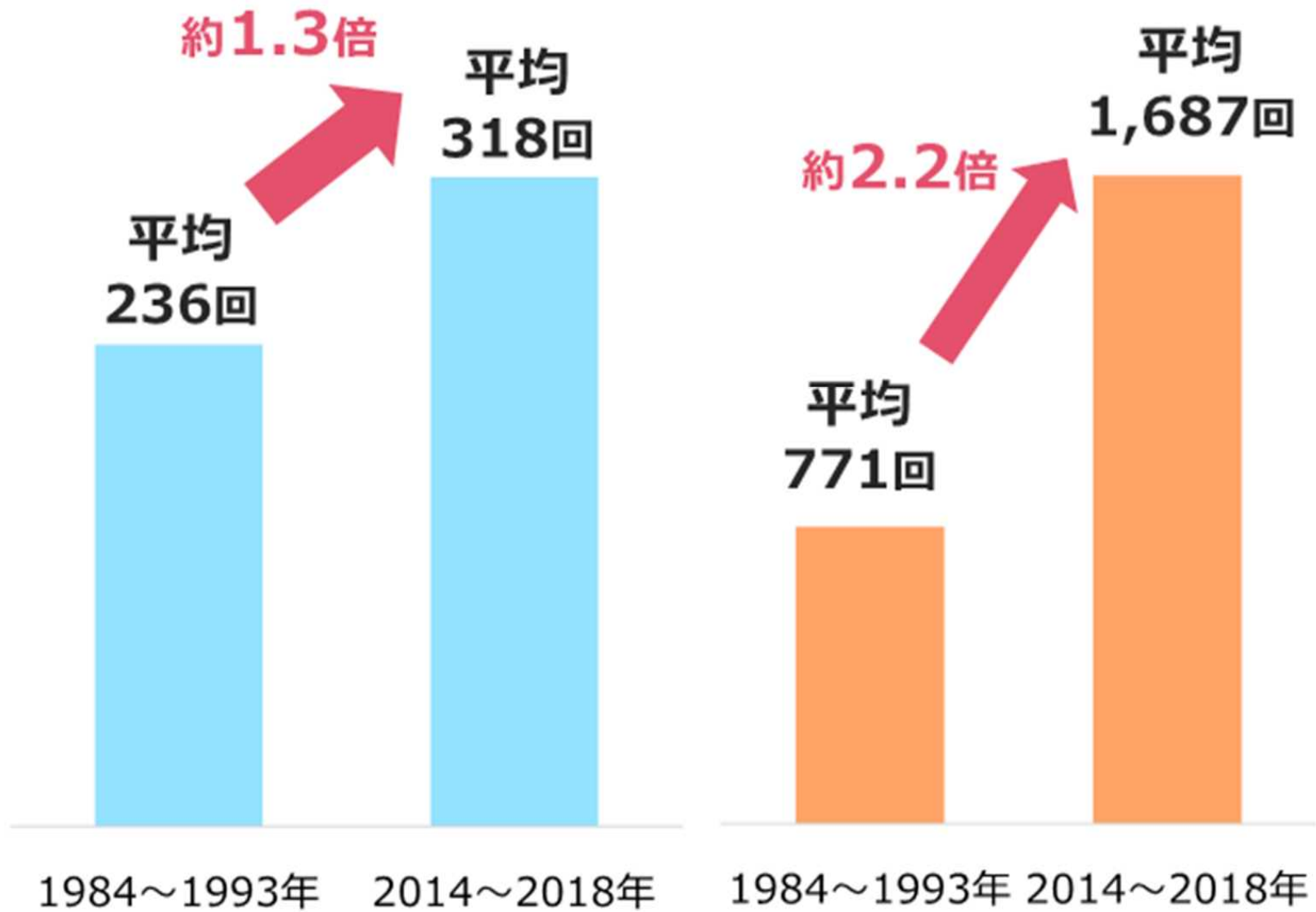
その他、生物多様性、緑の食料システム戦略など



- ・ 世界共通の長期目標として2℃目標の設定
- ・ 1.5℃に抑える努力を追求

【降雨50(mm/h)以上の発生回数】

【土砂災害の発生回数】



(出所)令和元年11月7日経済財政諮問会議(国交省作成資料)をもとに日本政策投資銀行グループ作成。

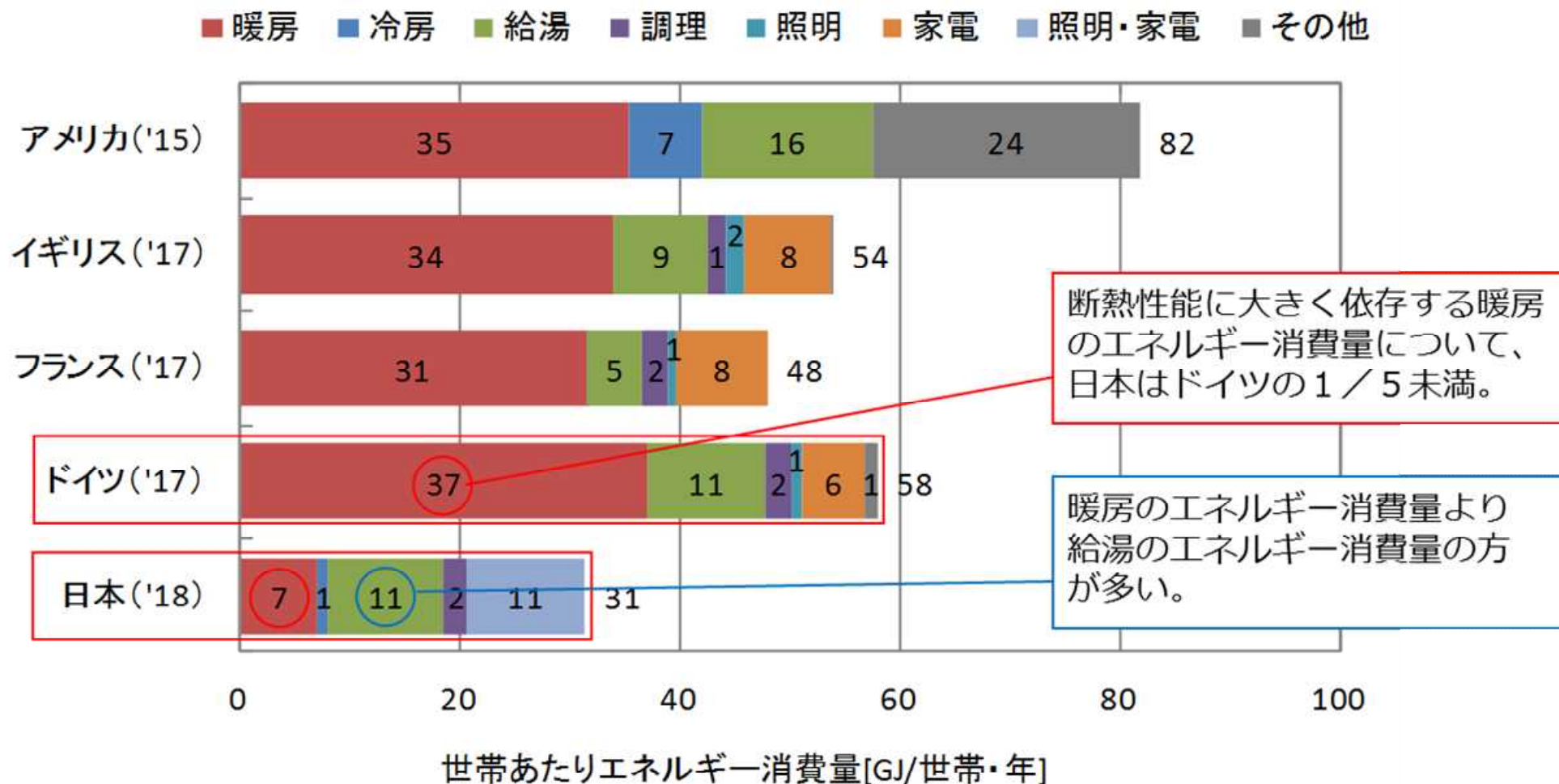
2050年 カーボンニュートラル

- ・ 温室効果ガスの排出を全体として**ゼロ**に

2030年度 新たな排出削減目標

- ・ 温室効果ガスを2013年度から **46%**削減
- ・ 更に、**50%**の高みに向け、挑戦を続けていく

家庭用エネルギー消費量 国際比較

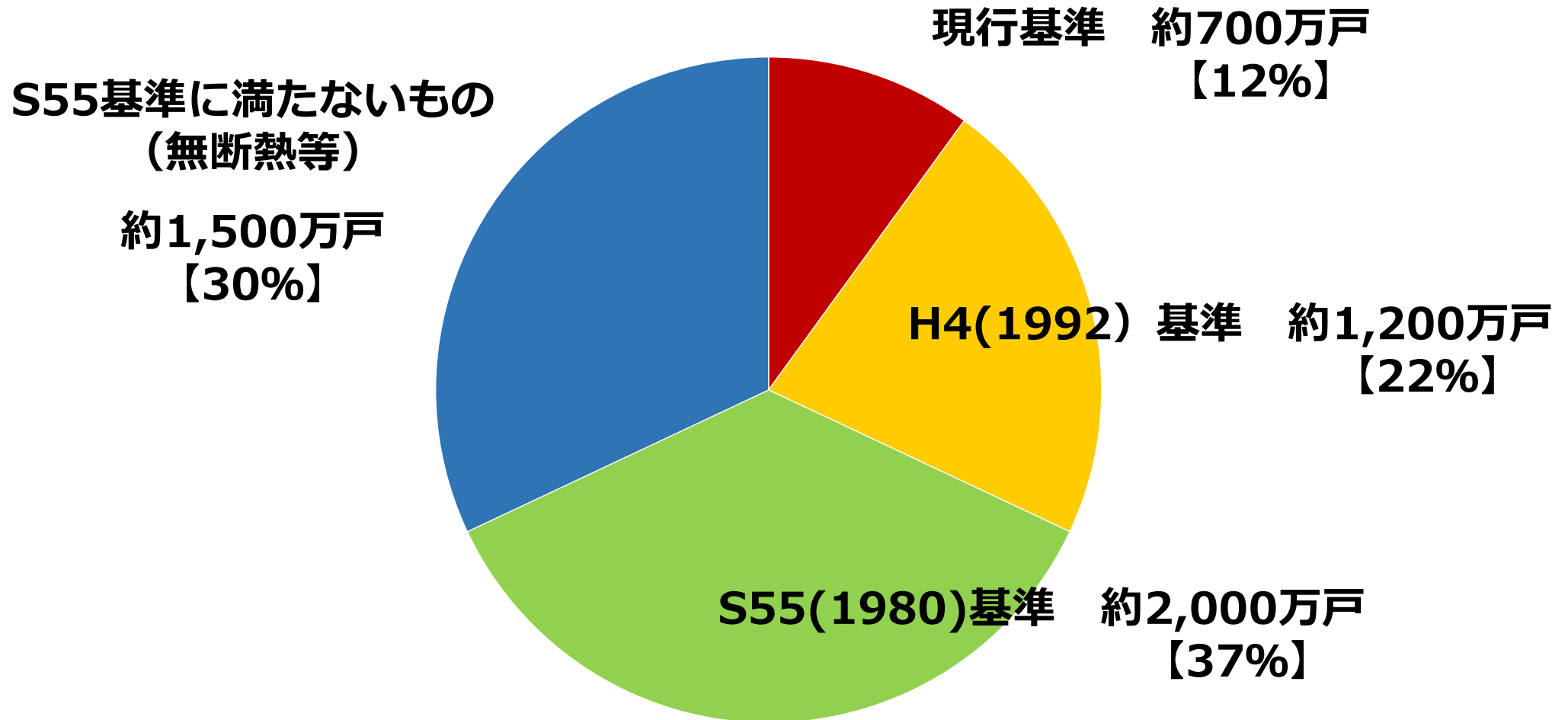


※アメリカ(その他): 調理、照明、家電が含まれる

出所: 各国の統計データをもとに住環境計画研究所作成

住宅ストック 約5,400万戸 省エネ性能

(令和元年度(推計))



※統計データ、事業者アンケート等より推計

※ここで、現行基準は、建築物省エネ法のH28省エネ基準(エネルギー消費性能基準)の断熱基準をさす
(省エネ法のH11省エネ基準及びH25省エネ基準(建築主等の判断基準)の断熱基準と同等の断熱性能)



2020年7月

レジ袋有料化



2022年4月

※ プラスチックに係る資源循環の促進等
に関する法律 施行

ワンウェイプラスチックの 使用の合理化

対象製品	対象業種
フォーク、スプーン、テーブルナイフ、マドラー、飲料用ストロー	コンビニ業、スーパー業、百貨店業 など
	飲食店業、フードデリバリー業 など
	ホテル業、旅館業 など
ヘアブラシ、くし、かみそり、シャワーキャップ、歯ブラシ	ホテル業、旅館業 など
衣類用ハンガー、衣類用カバー	クリーニング業



食品ロスの現状

○食品ロス量は、年間570万トン（令和元年度推計）

（食べられるのに廃棄されている食品の量）

≡国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約420万トン）の1.4倍

○年間1人当たりの食品ロス量は、45kg

≡毎日一人お茶碗1杯（おにぎり1個）分捨てているのと同じ

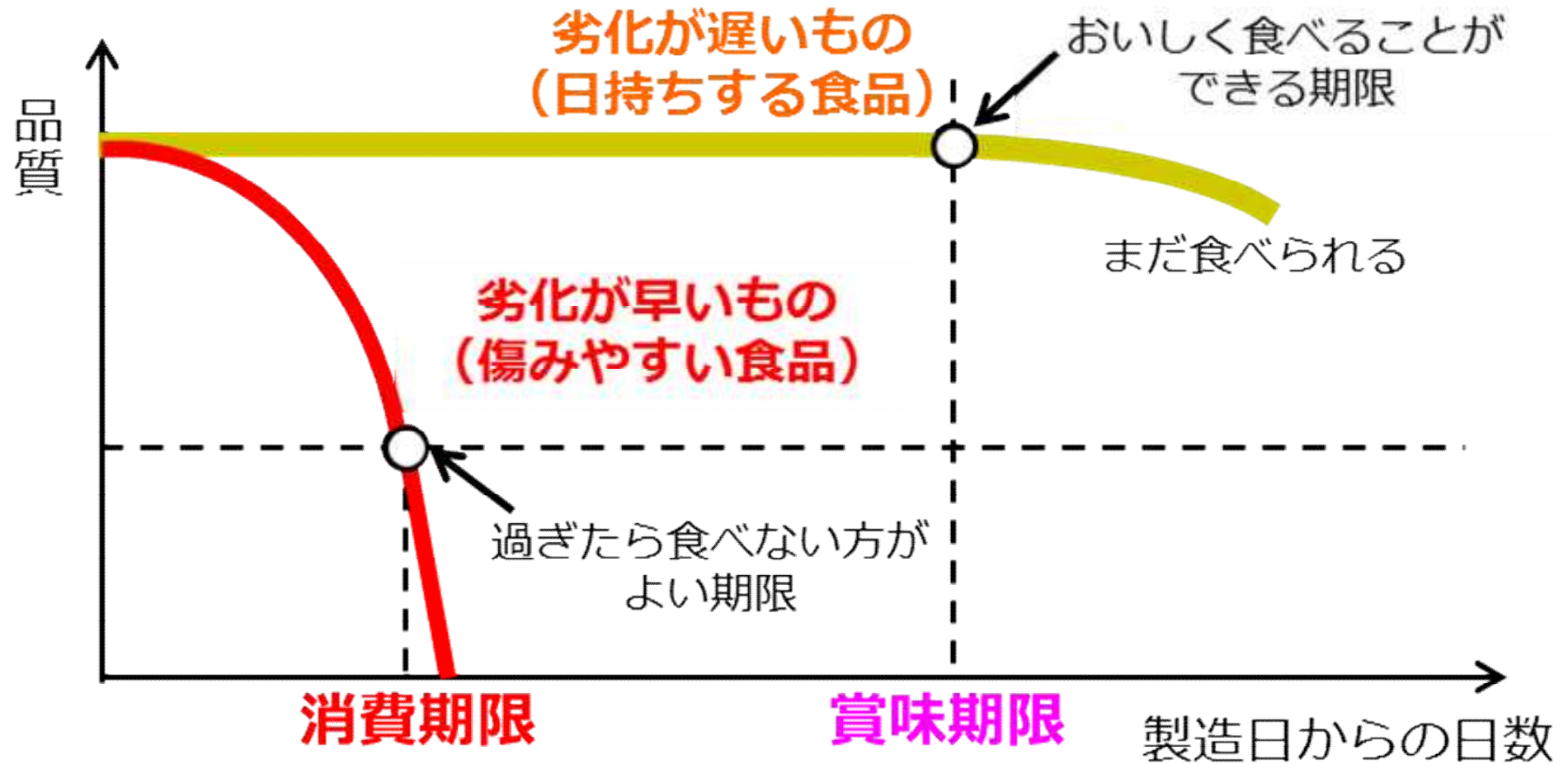
➤我が国は食料を海外からの輸入に大きく依存

食料自給率（カロリーベース）で37%（令和2年度）

➤食費は消費支出の中の1/4（令和2年）

➤子どもの貧困率は13.5%で、7人に1人（平成30年）

賞味期限 と 消費期限



賞味期限 は おいしいめやす

もったいないをへらして、
食品ロスを削減しよう！



食品ロス
削減

× 消費者庁



すぐに食べるなら、
手前をえらぶ。

『てまえどり』

にご協力ください。



食品ロス
ゼロをめざして

みんなで目指そう、地球にやさしいお買い物。



消費者庁

農林水産省



環境省



- 3010運動
(外食時の食べきりの促進)
- 予約購入
- フードドライブ
フードバンク
への提供

令和3年度

「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト

内閣府特命担当「消費者及び
食品安全」大臣賞



冷蔵庫

開けて地球を

のぞき込む

齋藤秀樹

消費者庁長官賞

あまりもの

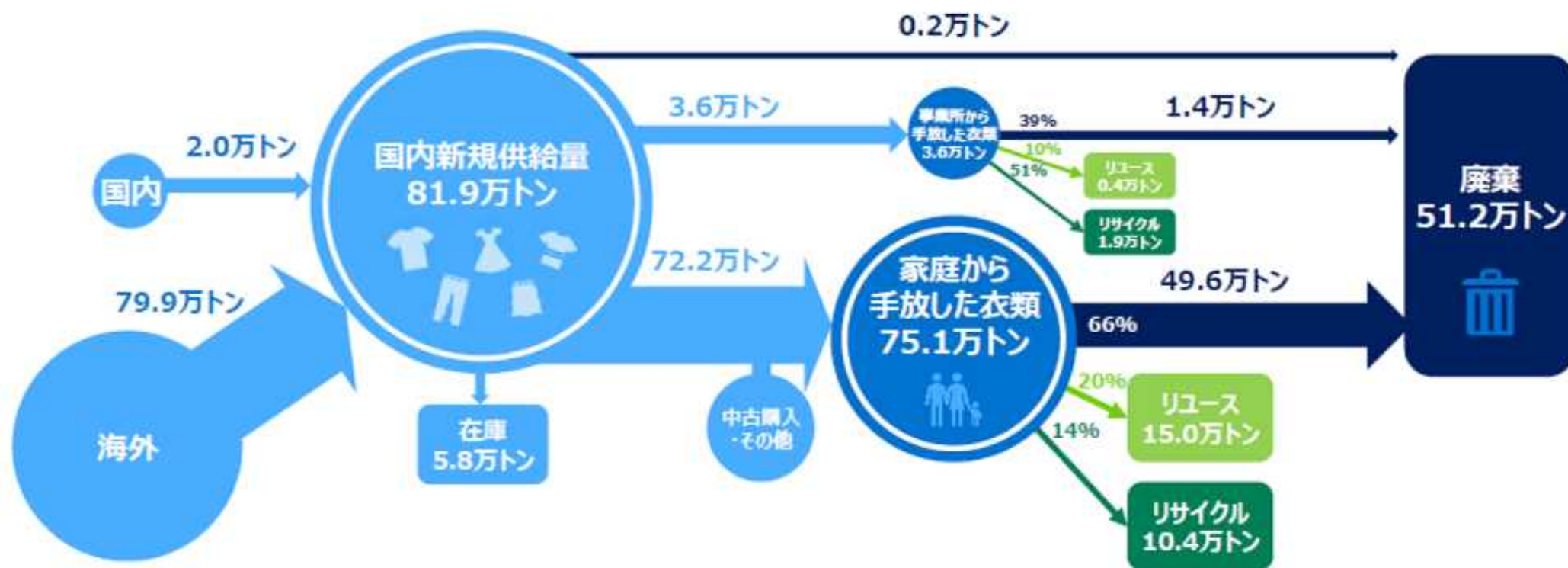
まほうをかけて

新レシピ

白石莉乃



2020年版 衣類のマテリアルフロー

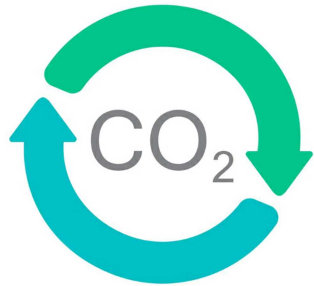


出所：株式会社日本総合研究所作成

サステナブルファッションとは

衣服の生産から着用、廃棄に至るプロセスにおいて将来にわたり持続可能であることを目指し、生態系を含む地球環境や関わる人・社会に配慮した取組のこと

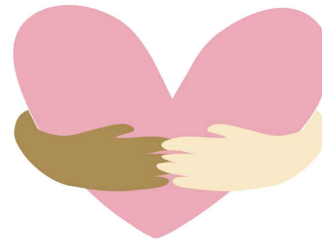
例えばサステナブルファッションへ対応する視点としては・・・・・・・・



①CO2の排出削減



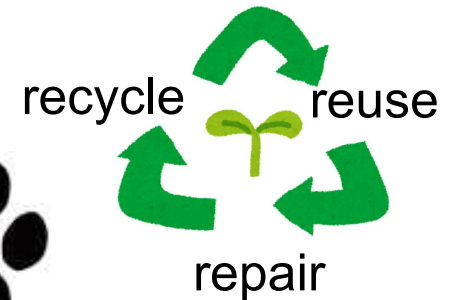
②環境配慮・持続可能な素材



③フェアトレード・人権



④動物福祉



⑤ゴミ削減



⑥修理・リメイク

⑦シェア



⑧寄付



⑨地域振興、復興支援



⑩伝統技術の活用

サステナブルファッション

習慣のすすめ



「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント
～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



買う時、選ぶ時のヒント



日々のお手入れや洗濯時などのヒント



処分する時のヒント



その他のヒント

「サステナブルファッション」に向けた消費者行動 18 のヒント ～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



買う時、選ぶ時のヒント

- ① 本当にその服が必要かどうか、もう一度よく考えてみる
- ② 長く着ることができるものを買う
- ③ 処分するときのことも考えてみる
- ④ 買うと決めたら服のストーリーにこだわる
- ⑤ カスタムメイドでの購入を考えてみる
- ⑥ バザーやフリーマーケットなどで古着を買う
- ⑦ レンタルサービスを利用する
- ⑧ メーカー売れ残り在庫販売での購入も考えて



その他のヒント

- ⑱ 自宅のクローゼットやワードローブを確認して、不要な服は定期的に処分・有効活用する



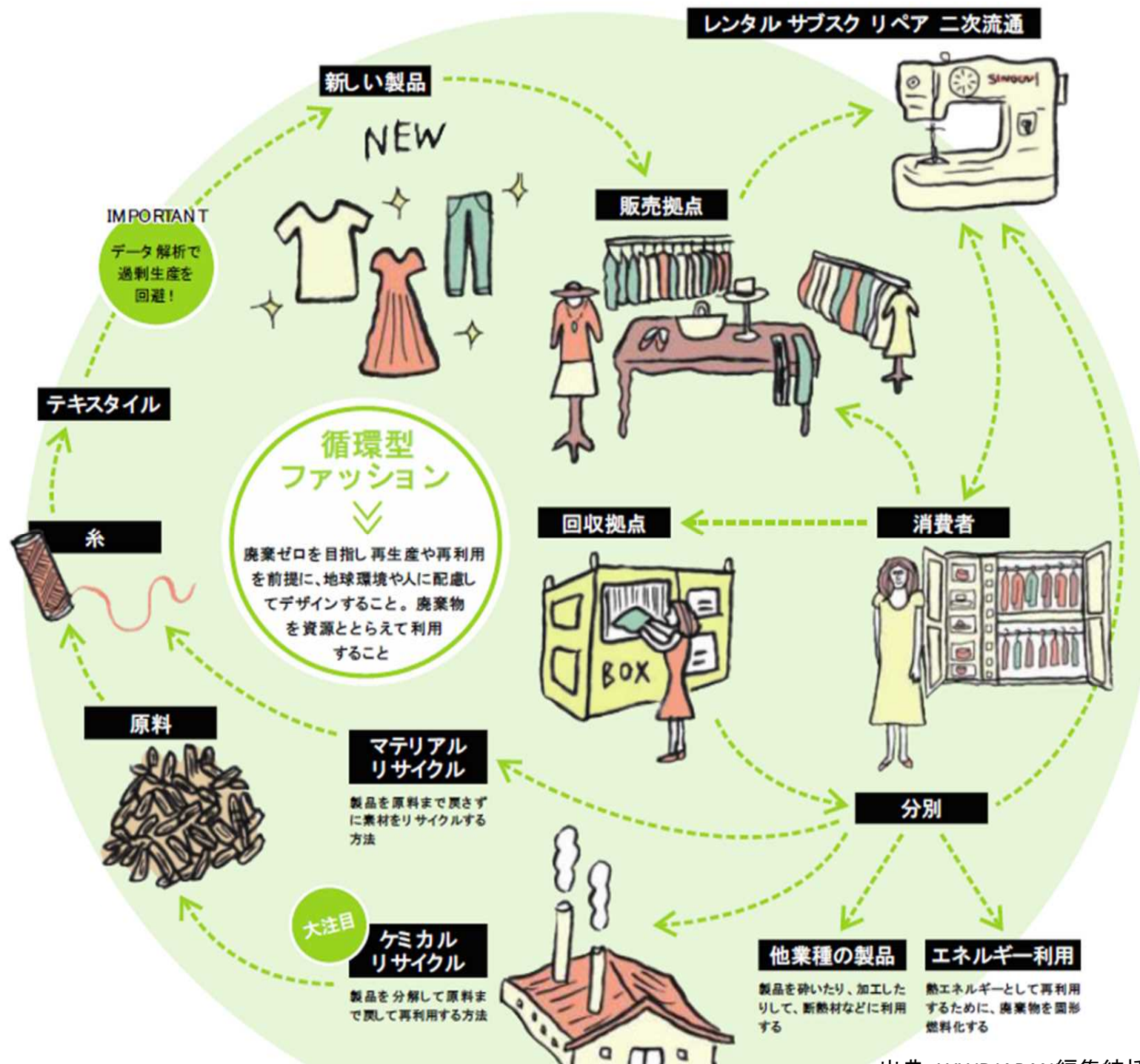
日々のお手入れや洗濯時などのヒント

- ⑨ 大事に使い長持ちさせる
- ⑩ マイクロ・プラスチックを流出させない
- ⑪ お直しやリペアで長く着られるようにする
- ⑫ 家族や友人同士で着まわす



処分する時のヒント

- ⑬ 買取店、バザー・フリーマーケットを活用する
- ⑭ お店などでの古着の回収サービスを利用する
- ⑮ 寄付する
- ⑯ リメイクを楽しむ
- ⑰ どうしても使い道がない場合には資源回収に



食料

輸入量

1,426kcal

供給量

2,269kcal

廃棄量

570万トン

輸入割合 63%

(令和元年度推計)

(令和2年度 食料自給率37%)



(令和2年)



輸入割合 98%

衣類

輸入量

79.9万トン

供給量

81.9万トン

廃棄量

51.2万トン

	1952年	2020年	2040年
人口	8,585万人	1億2,615万人	1億1,092万人
65歳以上 人口割合	5.0%	28.6%	35.3%
合計特殊 出生率	2.98	1.34	— 希望出生率1.8の実現(少子化社会対策大綱 2020年)
世帯人数	4.97 (1950年)	2.17	2.08
訪日外国者数	2~3万人	412万人 (2019年は3,188万人)	— (2030年:6,000万人)
経済成長率	12.0% (1960年)	▲4.5%	—

18 歳（成年）になったらできること

- ◆親の同意がなくても契約できる
 - ・携帯電話の契約
 - ・ローンを組む
 - ・クレジットカードをつくる
 - ・一人暮らしの部屋を借りる など

◆10 年有効のパスポートを取得する

◆公認会計士や司法書士、医師免許、
薬剤師免許などの国家資格を取る

◆結婚

女性の結婚可能年齢が 16 歳から 18 歳に
引き上げられ、男女とも 18 歳に。

◆性同一性障害の人が性別の取扱いの
変更審判を受けられる

※普通自動車免許の取得は従来と同様、
「18 歳以上」で取得可能

20 歳にならないとできないこと (これまでと変わらないこと)

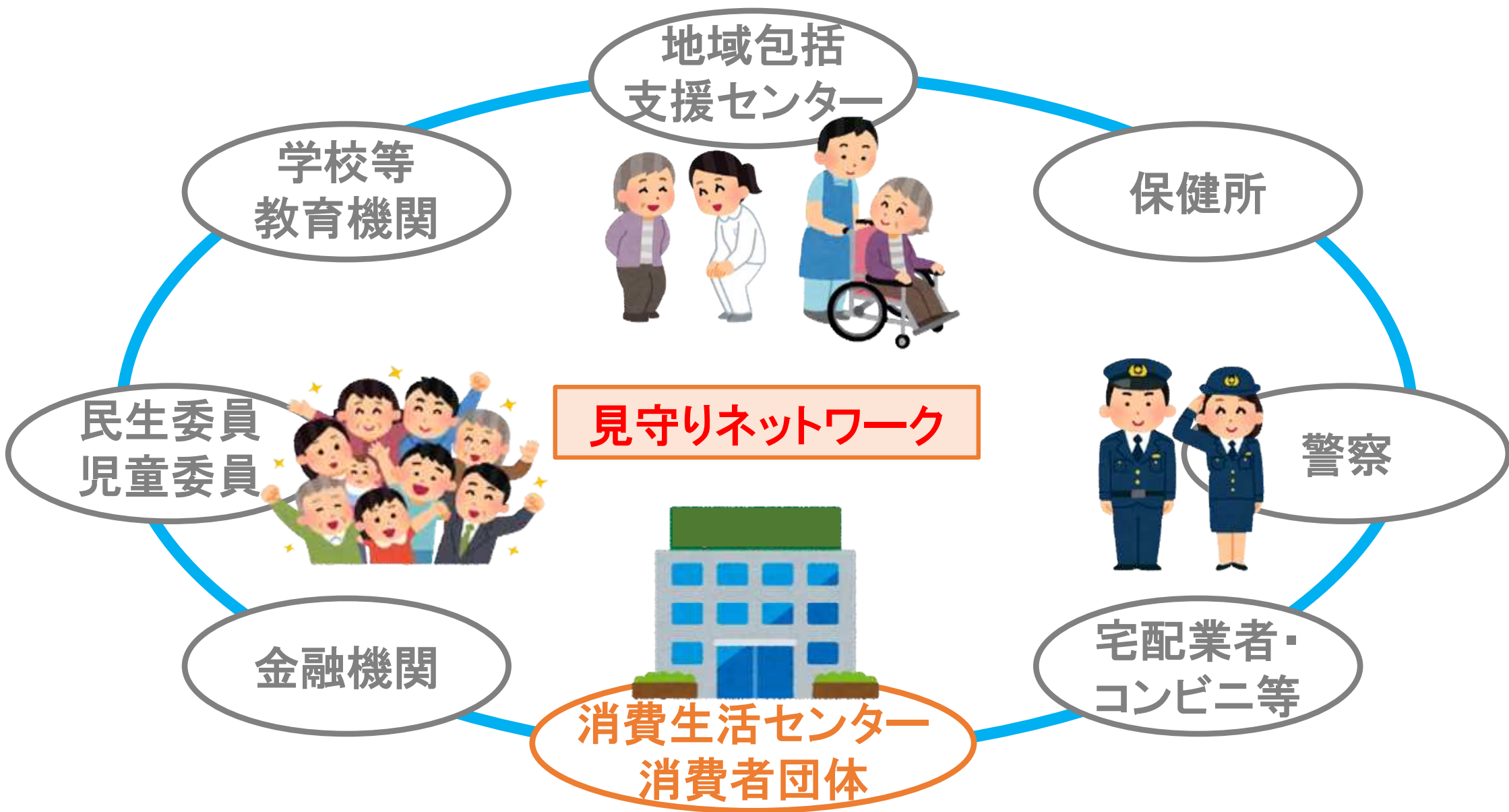
- ◆飲酒をする
- ◆喫煙をする
- ◆競馬、競輪、オートレース、
競艇の投票券（馬券など）を買う
- ◆養子を迎える
- ◆大型・中型自動車運転免許の取得

#WeThe15

We're people with disabilities.
We're 15% of the world.

Why now for WeThe15?

With COVID-19 disproportionately impacting persons with disabilities, now is the time to act. As the world aims to build back better post-pandemic, we must align everyone with the 2030 Agenda of the United Nations and ensure we do not leave one billion persons with disabilities behind.



だまされない消費者



自分で考える消費者

今＋未来

自分＋地域・世界

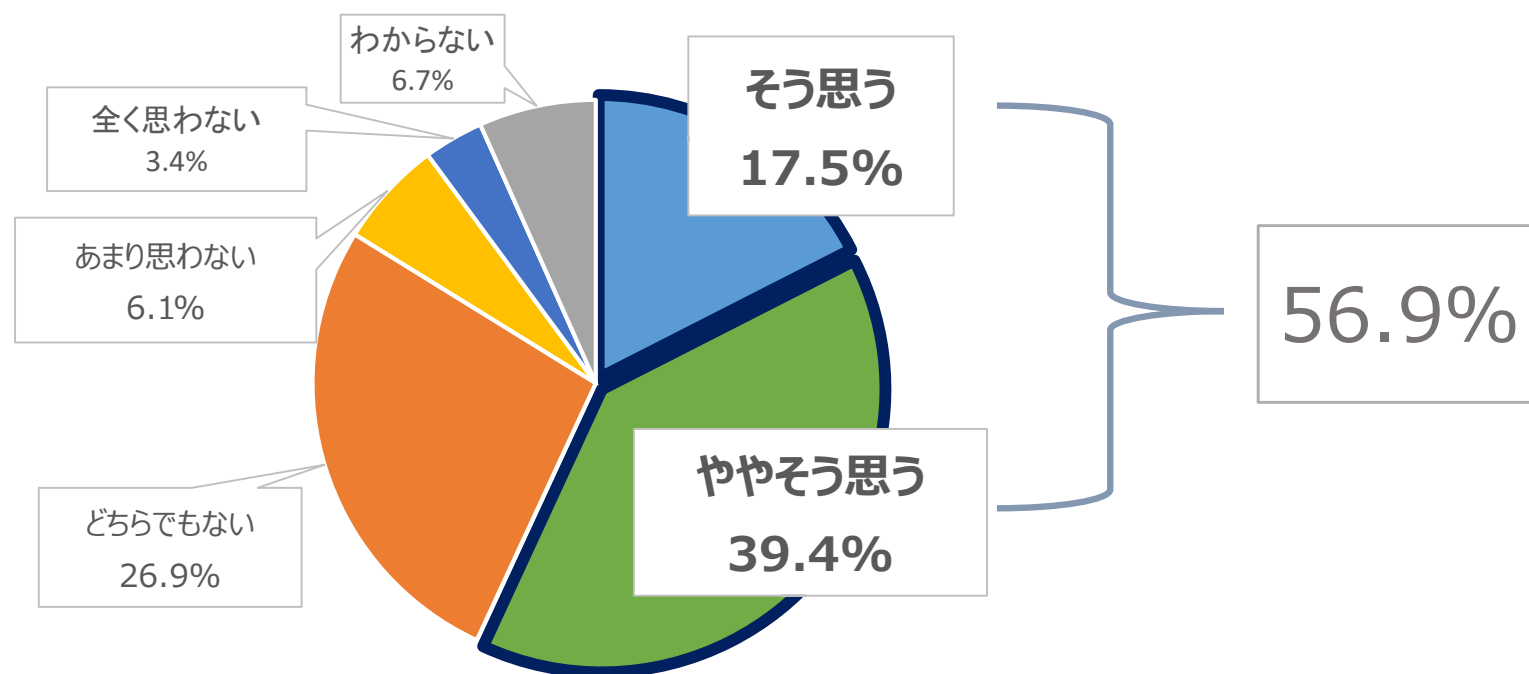
※消費者教育等の充実・強化

問 「情けは人の為ならず」の意味は？

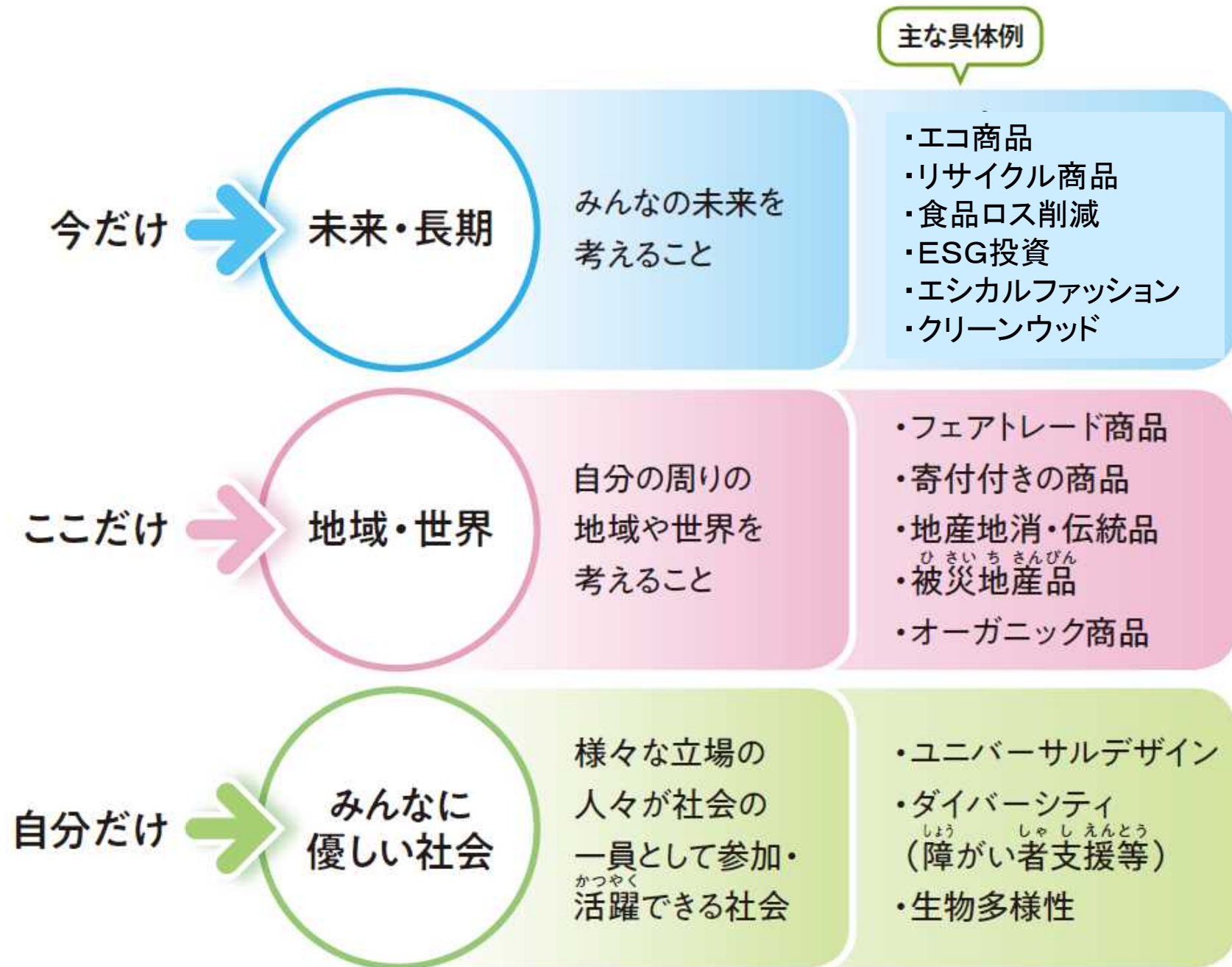
- ① 人に情けを掛けて助けてやることは、
結局はその人のためにならない
- ② 人に情けを掛けておくと、
巡り巡って結局は自分のためになる

「SDG s の達成」や「社会課題」の解決に向けて取り組んでいる企業の商品・サービスを使用・購入したいと思う者の割合

⇒56.9%（「そう思う」「ややそう思う」の合計）



エシカル消費は今までと何が違う？



消費者



自分で考える消費

事業者



消費者志向経営

消費者志向経営

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営

みんなの声を聴き、
かついかすこと

現場力

未来・次世代のために
取り組むこと

SDGs
・
ESG

法令の遵守／
コーポレートガバナンスの強化
をすること

近江商人の「三方よし」

今だけ
ここだけ
自分だけ

からの転換

売り手よし
買い手よし
世間よし

新「三方よし」

