

令和2年度公正取引委員会実績評価書(標準様式)

別添3-1

(公正取引委員会2-③)

施策名	競争政策の普及啓発等 競争政策の広報・広聴					
施策の概要	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、報道発表やウェブサイト等による広報活動を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて、国民からの意見・要望を広く把握する広聴活動を行い、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。					
達成すべき目標	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションにより意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分		30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度要求額
	予算の 状況 (千円)	当初予算(a)	27,375	24,651	23,943	30,388
		補正予算(b)	0	0	0	
		繰越し等(c)	0	0		
		合計(a+b+c)	27,375	24,651		
	執行額(千円)		25,829	21,080		
施策に関係する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)		—				

	1	独占禁止法教室における①同教室の開催件数、②同教室の参加者数(注1)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり
			①164件	①196件	①214件 ②15,880人	①236件 ②17,268人	①233件 ②18,529人		
	2	独占禁止法教室参加者における①同教室の内容に対する理解度、②同教室の内容に対する満足度、③同教室の講義を受けての競争の重要性等に対する理解の向上、④同教室の講義を受けての公正取引委員会等に対する関心の高まり、⑤同教室の講義を受けての行動予定(注2)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	目標達成
			①92% ②88%	①91% ②87%	①90% ②87% ③90% ④82%	①89% ②85% ③90% ④80% ⑤70%	①89% ②86% ③90% ④80% ⑤67%		
	3	消費者セミナーにおける①同セミナーの開催件数、②同セミナーの参加者数(注1)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり
			57件	77件	①92件 ②2,345人	①83件 ②2,825人	①82件 ②2,378人		
		年度ごとの目標値	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	目標達成
			—	—	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上 ⑤60%以上		

測定指標

4	消費者セミナー参加者における ①同セミナーの内容に対する理解度、②同セミナーの内容に対する満足度、③同セミナーを受けての競争の重要性等に対する理解度の向上、④同セミナーを受けての公正取引委員会等に対する関心の高まり、⑤同セミナーを受けての行動予定(注2)	実績値					評価対象 年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	目標達成	
		①88% ②78%	①88% ②71%	①85% ②75% ③79% ④77%	①86% ②73% ③78% ④75% ⑤62%	①84% ②74% ③74% ④71% ⑤61%			
	年度ごとの目標値	—	—	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上 ⑤55% 以上			
5	一日公正取引委員会の開催状況	実績値					評価対象 年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	相当程度 進展あり	
		8件 (1,686人) (注3)	2,222人	1,773人	2,267人	2,459人			
6	一日公正取引委員会における① 一日公正取引委員会の取組への 評価、②一日公正取引委員会に 参加しての満足度(注4)	実績値					評価対象 年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	目標達成	
		①87% ②77%	①87% ②77%	①90% ②77%	①85% ②77%	①86% ②80%			
	年度ごとの目標値	—	—	—	—	①80% 以上 ②70% 以上			
7	地方有識者との懇談会における ①開催件数、②講演会の参加者 数(注5)	実績値					評価対象 年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	相当程度 進展あり	
		委員等	9	8	8	9			8
		地方 事務所 所長等	87	78	89	78			80
		合計	①96 件	①86件	①97件	①87件			①88件
		—	—	②568人	②537人	②550人			

	8	地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における①公正取引委員会の活動に対する理解の向上、②独占禁止法・下請法の理解の向上、③公正取引委員会の役割についての賛同（注6）	実績値					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			—	—	①89% ②83% ③88%	①90% ②87% ③89%	①91% ②89% ③93%			
	9	地方有識者との懇談会（地方事務所長等対応）の参加者における①同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上、②同懇談会参加者の独占禁止法・下請法の理解の向上、③同懇談会を参加しての行動予定（注7）	実績値					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			—	—	—	—	①90% ②89% ③53%			
	10	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動についての情報提供状況及び国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況等	施策の進捗状況（実績）					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			別紙のとおり。							
			年度ごとの目標値							

- (注1) 1-②、3-②の測定指標は、平成29年度より測定することとした。
令和元年度においては、令和2年3月2日以降の新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う高等学校及び中学校の休校並びに集会等の開催自粛に伴い、3月に行う予定だった独占禁止法教室及び消費者セミナーのほとんど全てが中止となった。
- (注2) 2-①～2-⑤、4-①～4-⑤の測定指標については、公正取引委員会が独占禁止法教室又は消費者セミナーの参加者に対して実施したアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、2-①、4-①については講義内容等を理解できたかとの問に対し、「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合、2-②、4-②については講義内容等に関する問に対し、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合、2-③、4-③については講義等を受けて市場経済の仕組みや競争の重要性について理解が深まったかとの問に対し、「深まった(そう思う)」又は「やや深まった(ややそう思う)」と回答した参加者の割合、2-④、4-④については講義等を受けて公正取引委員会の活動等に関心が高まったかとの問に対し、「高まった(そう思う)」又は「やや高まった(ややそう思う)」と回答した参加者の割合、2-⑤、4-⑤については参加後に講義等の内容を踏まえた活動を行うかとの趣旨の問に対し、「そう思う」又は「ややそう思う」との回答の割合を記載している。なお、2-③④、4-③④は平成29年度から、2-⑤、4-⑤については平成30年度下半期より、それぞれ測定した。
- (注3) 本測定指標は、平成27年度まで「開催件数」を測定することとしていたが、平成28年度以降、「参加人数」で測定することとしたため、参加人数を括弧書きで記載している。
- (注4) 測定指標については、公正取引委員会が一日公正取引委員会の参加者に対して実施したアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、①については一日公正取引委員会の取組についての評価の問に対し、「良い」又は「おおむね良い」(平成28年度以前については「非常に良い」又は「良い」)と回答した参加者の割合、②については一日公正取引委員会に参加して満足したかとの問に対し、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合を記載している。
- (注5) 「講演会の参加者数」は、有識者との懇談会(委員等対応)とともに開催される講演会の参加者数を記載した。また、同測定指標については、平成29年度より測定することとした。
- (注6) 8の測定指標については、有識者との懇談会(委員等対応)とともに開催される講演会の参加者に対して平成28年度以降実施しているアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、8-①については講演会を聴講して公正取引委員会の活動内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった(やや理解が深まった)」と回答した参加者の割合、8-②については講演会を聴講して独占禁止法、下請法等の内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった(やや理解が深まった)」と回答した参加者の割合、8-③については講演会を聴講して独占禁止法、公正取引委員会の役割について賛同できたかとの問に対し、「賛同できた」又は「おおむね賛同できた」と回答した参加者の割合を記載している。
- (注7) 9の測定指標については、有識者との懇談会(地方事務所長等対応)の参加者に対して平成30年度下半期より実施しているアンケート結果を用いて測定を行っている(開催先の同意が得られた場合にアンケートを実施している。)。9-①については懇談会に参加して公正取引委員会の活動内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった」と回答した参加者の割合、9-②については懇談会に参加して独占禁止法、下請法等の内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった」と回答した参加者の割合、9-③については懇談会参加後の具体的な行動を確認する選択肢に対し、「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した割合を記載している。

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) 相当程度進展あり (判断根拠) 測定指標のうち、独占禁止法教室及び消費者セミナーの参加者における内容の理解度や満足度等、一日公正取引委員会に参加しての満足度等、年度ごとの目標値を設定した測定指標については、いずれも数値目標を達成している。 また、「独占禁止法教室の開催件数及び参加者数」、「消費者セミナーの開催件数及び参加者数」、「一日公正取引委員会の参加者数」、「地方有識者との懇談会の開催件数及び講演会の参加者数」、「地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「地方有識者との懇談会(地方事務所長等対応)の参加者における同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「独占禁止法等の内容及公正取引委員会の活動についての情報提供状況及び国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況等」については、一定の実績を上げており、取組が相当程度進展したと考えられる。
	施策の分析	測定指標全体を通じて評価すれば、本件取組は、独占禁止法等の内容及公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図る上で、必要かつ有効であり、またその活動は効率的であったと評価できる。
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、現在の目標を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進する。 また、平成30年度及び令和元年度の2年間で広報活動の重点的な効果検証を行ったので、令和2年度以降は、今回の効果検証によって得られた示唆に基づき、以下のとおり、実施又は試行する期間とする。 a 消費者セミナー - 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、大規模になり過ぎないように配慮する。 - セミナー時間の調整も同様に難しい場合が多いと考えられるが、可能な限り、120分以内に抑えるように配慮する。 50代以下の参加者が中心の場合にはシミュレーションゲームを積極的に活用していく。 60代以上の参加者が多いセミナーでは、経験が比較的豊富な講師ができるだけ説明を行う、又は経験が少ない講師である場合はスキル等を事前に共有する。 - ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。 b 独占禁止法教室 - 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、30人程度になるように配慮する。 - ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。 - 中高生にはシミュレーションゲームを積極的に活用する。 - 中高生には、できる限り若い講師を派遣する。 c 地方有識者との懇談会 - 懇談会の参加者に対してメールマガジン等を紹介して、懇談会に参加した者がその後の情報収集等を行いやすくするなどにより、参加者の公正取引委員会に対する意識や関心の維持に努める。 - 所要時間の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、参加者の理解が最も高まる傾向がある60～90分間の開催となるよう配慮する。 - 長時間の確保が困難な場合には、事前に先方のニーズを確認し、短時間でも先方のニーズに合った説明を行うなどして当委員会の活動を理解してもらうように努める。 【測定指標】 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要かつ有効であったと評価できることから、各指標とも、現在の目標設定の考え方を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進することとするが、以下の点については改善する必要がある。

	a SNSによる情報発信 Twitterのフォロワー数は順調に増加しているが、協力委員からは、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるのもっとよいと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見が寄せられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、SNSについて専門的な知見を有する外部専門家から助言を受け、より分かりやすい表現とすることとし、ショート動画や、画像、イラスト等を活用するなどの工夫をしていく必要がある。 b 動画 公正取引委員会が作成した各種動画については、協力委員から、評価する意見が寄せられている一方で、「内容が難しく、一般の消費者が気楽に見られるものではない。」といった意見やアクセス数が更に増えるようにすべきといった意見も寄せられている。 令和2年以内に改正独占禁止法の施行を予定していることから、改正を反映した動画を制作する予定であるところ、気軽に視聴できるような内容の動画、例えば、3分程度のショート動画等を制作する必要がある。また、再生回数を更に増やすためにSNSによる情報発信、地方有識者との懇談会、講演会等の場において各種動画の案内文書を配布し、視聴の機会を設けるなどして各種動画の認知度を高めていく必要がある。 c 子供向けページ 公正取引委員会ウェブサイトの子供向けページのアクセス件数がここ3年度で大幅に減少しているので、子供向けページに掲載しているコンテンツを見直すなどの工夫をしていく必要がある。 d 新型コロナウイルス感染症対策の検討 新型コロナウイルス感染症の影響により独占禁止法教室等の対面で行う広報活動が難しくなることを踏まえて、オンライン方式による広報活動を検討することとする。
--	---

学識経験を有する者の知見の活用	○ オンライン教材の活用を検討してはどうか。(小林委員) (動画だけでは一方通行になりがちなので、双方向のやり取りができる仕組みを取り入れられるかを含めて検討している旨回答した。) ○ 行動科学の研究では、講師に点数を付けて、その点数を当事者に伝え、全体的にやる気が上がるものの、点数の低い層の人はやる気が下がるというような研究結果が出ている。ハイパフォーマー講師の情報を横展開する際は、情報の伝え方に注意が必要である。(小林委員) ○ オンラインでは、シミュレーションゲームも実施できないと思うので、新しいタイプのオンライン教材の開発を行っていくことが課題である。(南島委員) (その点が課題であることは認識しており、今後検討することとしたい旨回答した。また、オンライン方式には少人数の方がなじむのではないかと考えているところ、大人数の場合でも効果をあげられるような活用方法を検討することも必要だと考えている旨回答した。) ○ ハイパフォーマーの源泉がどこにあるのかよく検討する必要があると思われる。動画の作成に当たり、ハイパフォーマーに講師を依頼するなど、ハイパフォーマーの良さを十分に活かせる形で横展開していく必要がある。(中村委員) ○ ハイパフォーマーの授業の様子を、話し方講座等を実施している事業者等に確認してもらってもよいのではないかと。また、ハイパフォーマーの良いところを取りまとめて、次回の内部研修に反映してはどうか。(池谷委員) (第三者にハイパフォーマーの話し方等を客観的に見てもらい、良い点を指摘してもらうというのは一つの手だと思う。今後、検討することとしたい旨回答した。) ○ 表13によると、公正取引委員会の役割に賛同できなかった・あまり賛同できなかった人を合わせた割合が増えているのだが、何か理由はあるのか。(多田委員) (賛同できなかった・あまり賛同できなかった人の割合が増えている理由について、分析はできていないが、芸能関係、地方銀行、地域交通等の関係で公正取引委員会の対応に不満があった者がいたのかもしれない旨回答した。)
-----------------	---

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	①消費者セミナー参加者の内容理解度・満足度等に係るアンケート【平成29年度ないし令和元年度】 ②独占禁止法教室参加者の内容理解度・満足度等に係るアンケート【平成29年度ないし令和元年度】 ③一日公正取引委員会参加者の意識に係るアンケート【平成29年度ないし令和元年度】 ④各種広報活動を報道した新聞記事の広告費換算額調査【平成29年度ないし令和元年度：作成者 株式会社ジャパン通信社】 ⑤独占禁止懇話会会合議事概要【平成29年度ないし令和元年度報道発表文】 ⑥独占禁止政策協力委員から寄せられた主な意見について【平成29年度ないし令和元年度報道発表文】 ⑦有識者との公正取引委員会との懇談会で出された主な意見等について【平成29年度ないし令和元年度報道発表文】 (注)前記資料等は全て公正取引委員会官房総務課において保管している。
---------------------------	--

担当部局名	官房総務課	作成責任者名 (※記入は任意)	官房総務課長 原 一弘	政策評価実施時期	令和2年4月～7月
-------	-------	--------------------	----------------	----------	-----------

測定指標		施策の進捗状況(実績)				
		平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
		以下を始め、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて、競争政策に対する理解の増進に努めた。	以下を始め、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて、競争政策に対する理解の増進に努めた。	以下を始め、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて、競争政策に対する理解の増進に努めた。	以下を始め、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて、競争政策に対する理解の増進に努めた。	以下を始め、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて、競争政策に対する理解の増進に努めた。
独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動についての情報提供状況及び国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて競争政策に対する理解の増進状況	① 独占禁止懇話会の開催回数[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]
	② 報道発表件数[337件] 各種広報活動(公表したもの)に係る新聞	② 同左[374回]	② 同左[374回]	② 同左[367件]	② 同左[404件]	② 同左[401件]
	③ 記事の広告費換算額[3億142万円](注1)	③ 同左[3億5876万円]	③ 同左[3億5876万円]	③ 同左[6億1419万円]	③ 同左[6億8342万円]	③ 同左[7億4274万円]
	④ メールマガジン登録件数[5,575名]	④ 同左[5,771名]	④ 同左[5,771名]	④ 同左[6,015名]	④ 同左[6,167名]	④ 同左[6,401名]
	⑤ twitter フォロワー数[16,614名]	⑤ 同左[31,435名]	⑤ 同左[31,435名]	⑤ 同左[41,266名]	⑤ 同左[46,045名]	⑤ 同左[55,186名]
	⑥ twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数[2481.3](注2)	⑥ 同左[4545.6]	⑥ 同左[4545.6]	⑥ 同左[8595.8]	⑥ 同左[11162.7]	⑥ 同左[9877.5]
	⑦ twitterの1投稿当たりの平均エンゲージメント数[46.9](注3)	⑦ 同左[90.9]	⑦ 同左[90.9]	⑦ 同左[160.0]	⑦ 同左[191.1]	⑦ 同左[253.3]
	⑧ 公正取引委員会ウェブサイトのトップページへのアクセス件数[1,801,125件]	⑧ 同左[2,249,084件]	⑧ 同左[2,249,084件]	⑧ 同左[2,606,074件]	⑧ 同左[2,746,824件]	⑧ 同左[7,637,226件]
	⑨ 公正取引委員会ウェブサイトに掲載されたパンフレットダウンロード件数及び動画の再生件数[145,537件]	⑨ 同左[232,944件]	⑨ 同左[232,944件]	⑨ 同左[185,695件]	⑨ 同左[235,472件]	⑨ 同左[247,035件]
	⑩ 独占禁止法教室に係る報道件数[-件](注4)	⑩ 同左[-件]	⑩ 同左[-件]	⑩ 同左[56件]	⑩ 同左[68件]	⑩ 同左[33件]
	⑪ 一日公正取引委員会に係る報道件数[-件](注4)	⑪ 同左[-件]	⑪ 同左[-件]	⑪ 同左[11件]	⑪ 同左[17件]	⑪ 同左[18件]
	⑫ 地方有識者との懇談会に係る報道件数[-件](注4)	⑫ 同左[-件]	⑫ 同左[-件]	⑫ 同左[29件]	⑫ 同左[23件]	⑫ 同左[20件]
年度ごとの目標値	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じて競争政策に対する理解を増進する。					

(注1) 平成30年度及び令和元年度の広告費換算額については、地方紙等に掲載された記事が含まれていない。

(注2) インプレッション数とは、公正取引委員会の投稿がフォロワーに実際に表示された回数である。フォロワーが「リツイート」等すると投稿が拡散されることなどにより、インプレッション数が伸びる。

(注3) エンゲージメント数とは、公正取引委員会の投稿に対する「リツイート」、「返信」、「いいね」、「リンク等のクリック数」等の合計であり、フォロワーが反応した回数である。

(注4) ⑩～⑫の測定指標は、平成29年度より測定することとした。

実績評価書資料

担当課 官房総務課

1. 評価対象施策

競争政策の普及啓発等

競争政策の広報・広聴

【具体的内容】

独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、報道発表やウェブサイト等による広報活動を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて、国民からの意見・要望を広く把握する広聴活動を行い、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。

2. 施策の目標（目標達成時期）

独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションにより意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図る（平成 29 年度～令和元年度）。

3. 評価の実施時期

令和 2 年 4 月～7 月

4. 評価の観点

- (1) 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要か（必要性）。
- (2) 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、競争政策の有効かつ適切な推進を図るために有効か（有効性）。
- (3) 本件取組は、効率的に行われたか（効率性）。

5. 施策の実施状況

(1) 独占禁止法教室

独占禁止法教室は、将来を担う中学生、高校生及び大学生等に対し、市場経済の仕組みや競争の機能について説明するなどし、競争の必要性・重要性、独占禁止法の役割等について理解してもらうことを目的として、各学校に公正取引委員会の職員を講師として派遣して開催している。

中学生・高校生向けの独占禁止法教室では、企業間競争の重要性や独占

禁止法・公正取引委員会の説明を行うほか、シミュレーションゲーム、模擬立入検査・模擬事情聴取等を行っている。

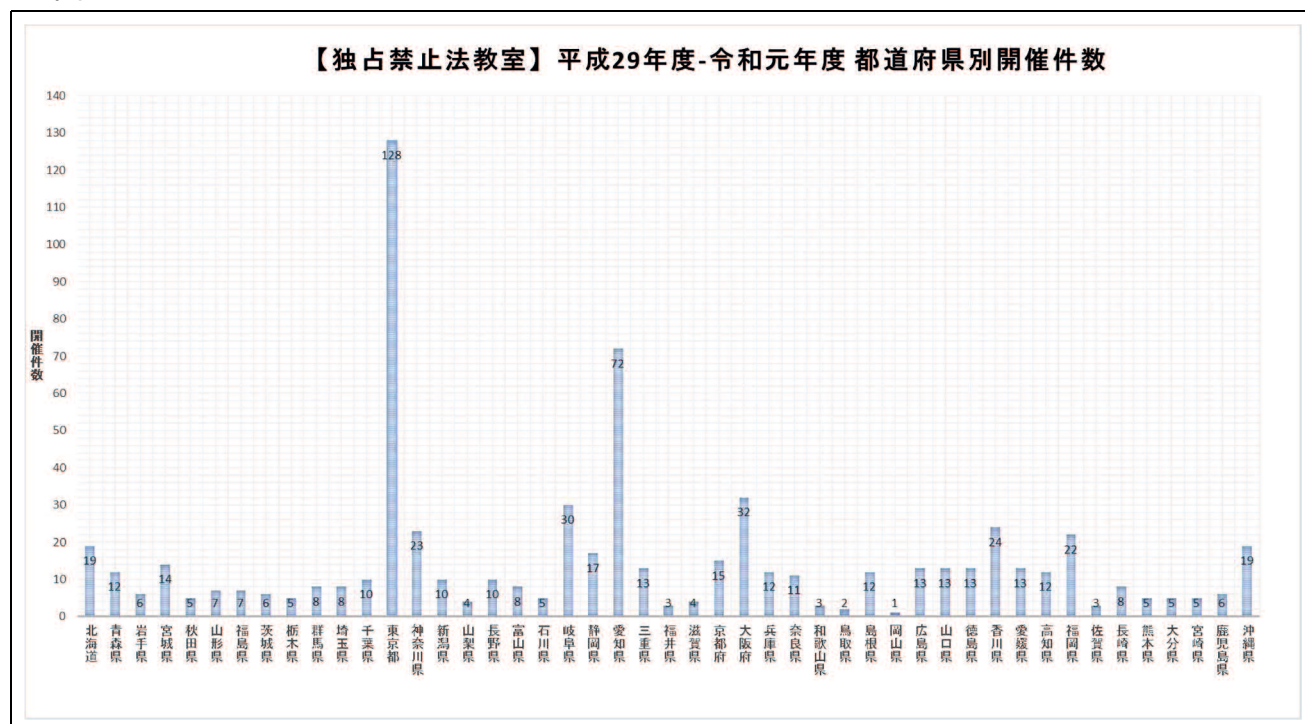
大学生向けの独占禁止法教室では、競争の意義、独占禁止法の内容、公正取引委員会の役割等について説明を行うほか、教員の意向に沿ってゼミ形式や英語による授業も実施している。

平成 29 年度ないし令和元年度の中学校、高校及び大学等における開催件数は、表 1 のとおりである。また、当該 3 年度の間における都道府県別の開催件数は、図 1 のとおりであり、全ての都道府県において開催している。

表 1 独占禁止法教室の開催件数及び参加者数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度 ¹⁾
中学校	58 件	61 件	57 件
高校	46 件	54 件	56 件
大学等	110 件	121 件	120 件
合計	214 件・15,880 人	236 件・17,268 人	233 件・18,529 人

図 1



¹⁾ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための学校の休校に伴い、3月に行う予定であった独占禁止法教室は全て中止となった。

また、独占禁止法教室の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、内容理解度は表 2—1～2—4 のとおり、満足度は表 3—1～3—4 のとおりであった²。

表 2—1 独占禁止法教室参加者の内容理解度（全体）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 29 年度	47.0%	42.6%	7.9%	1.5%	0.3%	0.7%
平成 30 年度	46.6%	42.3%	7.5%	1.9%	0.5%	1.1%
令和元年度	46.6%	42.7%	6.7%	2.0%	0.6%	1.3%

表 2—2 独占禁止法教室参加者の内容理解度（中学生）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 29 年度	67.8%	28.1%	3.0%	0.3%	0.2%	0.5%
平成 30 年度	67.7%	28.7%	2.4%	0.5%	0.2%	0.6%
令和元年度	68.6%	27.3%	2.0%	0.6%	0.4%	1.2%

表 2—3 独占禁止法教室参加者の内容理解度（高校生）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 29 年度	63.5%	31.9%	3.4%	0.4%	0.0%	0.7%
平成 30 年度	60.2%	34.0%	3.4%	0.6%	0.2%	1.6%
令和元年度	58.1%	35.3%	4.3%	0.9%	0.3%	1.1%

表 2—4 独占禁止法教室参加者の内容理解度（大学生等）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 29 年度	27.3%	56.1%	12.9%	2.7%	0.4%	0.7%
平成 30 年度	25.0%	56.0%	13.3%	3.6%	0.9%	1.3%
令和元年度	25.6%	57.0%	11.1%	3.7%	1.0%	1.6%

² これらの他に、「競争の重要性等に対する理解の向上」、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」、「講義を受けての行動予定」の各測定指標があるが、「内容理解度」や「満足度」と同様の数値が得られており、大部のため記載を省略し「6. 評価」に結果のみ記載した。

表 3－1 独占禁止法教室参加者の満足度（全体）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 29 年度	56.3%	31.1%	11.2%	0.5%	0.2%	0.6%
平成 30 年度	54.7%	30.7%	12.9%	0.5%	0.2%	1.1%
令和元年度	55.2%	30.5%	12.5%	0.5%	0.2%	1.1%

表 3－2 独占禁止法教室参加者の満足度（中学生）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 29 年度	74.1%	19.2%	5.8%	0.2%	0.2%	0.4%
平成 30 年度	72.5%	19.9%	6.8%	0.3%	0.2%	0.4%
令和元年度	74.9%	17.9%	6.1%	0.3%	0.2%	0.7%

表 3－3 独占禁止法教室参加者の満足度（高校生）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 29 年度	71.1%	21.3%	6.6%	0.2%	0.1%	0.6%
平成 30 年度	65.4%	23.4%	9.4%	0.3%	0.1%	1.3%
令和元年度	63.4%	23.6%	11.7%	0.2%	0.2%	0.9%

表 3－4 独占禁止法教室参加者の満足度（大学生等）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 29 年度	39.2%	42.6%	16.5%	0.8%	0.3%	0.7%
平成 30 年度	36.8%	42.1%	18.9%	0.7%	0.2%	1.3%
令和元年度	37.8%	42.6%	17.0%	0.8%	0.3%	1.5%

(2) 消費者セミナー

消費者セミナーは、一般消費者に対し、独占禁止法が消費者の暮らしに関わっていることを中心に説明するなどし、競争政策や公正取引委員会の活動について理解を得るとともに、これらを身近なものとして感じてもらうことを目的として行っている。また、消費者セミナーの参加者の募集に係る活動は消費者団体や自治体の消費者行政担当部局に依頼している。

消費者セミナーでは、企業間競争の重要性や独占禁止法・景品表示法・公正取引委員会の説明を行うほか、シミュレーションゲームを実施している。

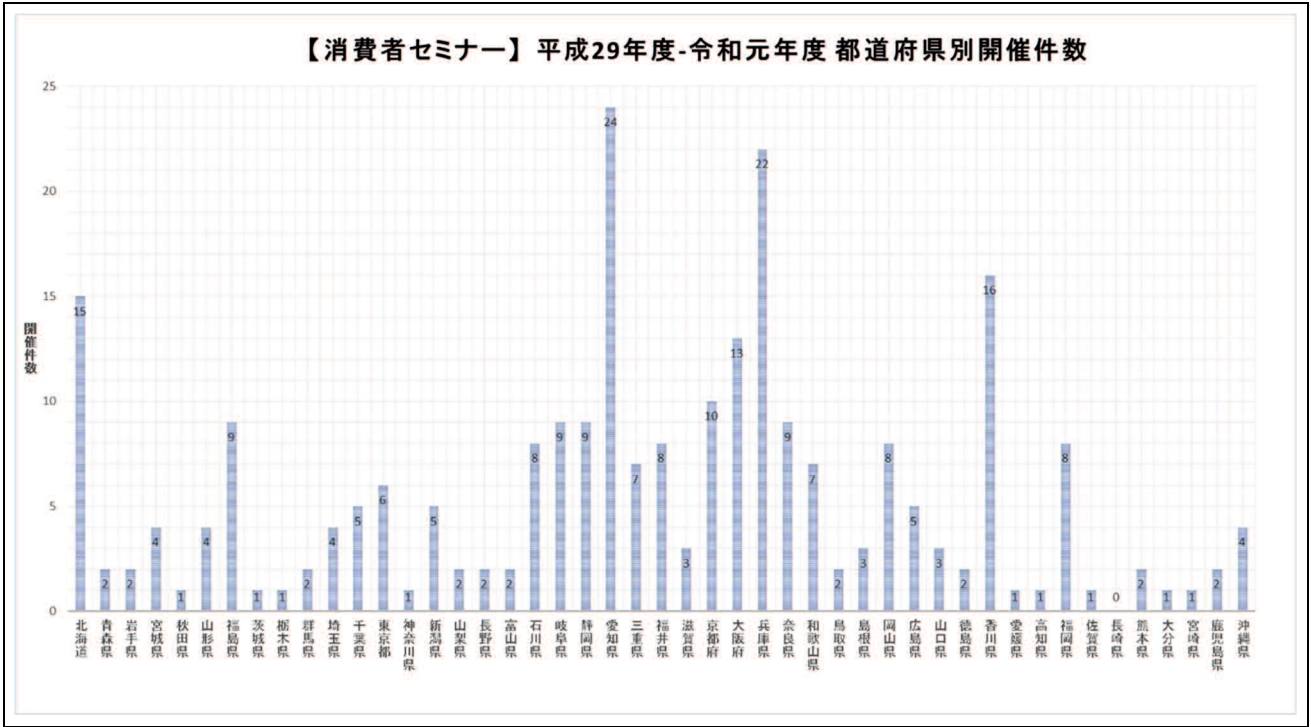
平成 29 年度ないし令和元年度の開催件数は、表 4 のとおりである。ま

た、当該3年度の間における都道府県別の開催件数は、図2のとおりであり、46都道府県で開催している。

表4 消費者セミナーの開催件数及び参加者数

平成29年度	平成30年度	令和元年度 ³⁾
92件・2,345人	83件・2,825人	82件・2,378人

図2



また、消費者セミナーの参加者に対してアンケート調査を実施したところ、内容理解度は表5のとおり、満足度は表6のとおりであった⁴⁾。

表5 消費者セミナー参加者の内容理解度

	理解できた	おおむね理解できた	どちらともいえない	やや理解できなかった	理解できなかった	未回答
平成29年度	26.8%	58.3%	6.7%	2.1%	0.6%	5.5%
平成30年度	27.9%	57.8%	8.1%	2.3%	0.4%	3.4%
令和元年度	26.5%	57.2%	7.9%	4.2%	0.7%	3.6%

³⁾ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための集会等の開催自粛に伴い、3月に行う予定であった消費者セミナーのほとんどが中止となった。

⁴⁾ これらの他に、「競争の重要性等に対する理解の向上」、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」、「講義を受けての行動予定」の各測定指標があるが、「内容理解度」や「満足度」と同様の数値が得られており、大部のため記載を省略し「6. 評価」に結果のみ記載した。

表 6 消費者セミナー参加者の満足度

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 29 年度	27.8%	47.3%	18.0%	1.1%	0.2%	5.5%
平成 30 年度	25.6%	47.6%	20.5%	2.2%	0.6%	3.5%
令和元年度	29.8%	43.7%	20.9%	1.7%	0.2%	3.6%

(3) 一日公正取引委員会

公正取引委員会の本局及び地方事務所等の所在地以外の都市における独占禁止法等の普及啓発活動や相談対応の一層の充実を図り、これらの地域において当委員会の活動等を身近なものとするため、一日公正取引委員会を開催している。

一日公正取引委員会は、同一会場において、時間割を組んで、独占禁止法講演会、消費税転嫁対策特別措置法説明会、下請法基礎講習会、入札談合等関与行為防止法研修会、消費者セミナーといった複数のイベントを開催するほか、相談コーナーを設置するとともに、開催地に所在する中学校、高校又は大学において独占禁止法教室を行っている。このように複数のイベントを同一会場で行い、参加者が関心を持つものに参加してもらうことで、公正取引委員会の活動内容等に関する情報に幅広く接することができるようにしている。

平成 29 年度ないし令和元年度における一日公正取引委員会の開催件数、参加人数等は、表 7 のとおりである。

表 7 一日公正取引委員会の開催件数及び参加人数

	開催件数 参加人数	開催地
平成 29 年度	8 件 1,773 人	旭川市、盛岡市、千葉市、 三重県四日市市、京都市、 島根県浜田市、松山市、熊本市
平成 30 年度	8 件 2,267 人	釧路市、山形市、長野市、石川県白山市、 福井市、鳥取市、高知市、鹿児島市
令和元年度	8 件 2,459 人	函館市、青森県八戸市、前橋市、 岐阜県大垣市、和歌山市、岡山市、 徳島市、大分市

また、一日公正取引委員会の取組について、参加者にアンケート調査を実施したところ、評価は表 8－1 のとおり、満足度は表 8－2 のとおりであった。

表 8－1 一日公正取引委員会の取組に対する参加者の評価

	良い	おおむね 良い	どちらとも いえない	あまり 良くない	良くない	未回答
平成 29 年度	60.0%	30.3%	4.4%	0.0%	0.0%	5.3%
平成 30 年度	55.5%	29.1%	5.2%	0.2%	0.0%	10.0%
令和元年度	54.7%	31.2%	3.9%	0.3%	0.1%	9.8%

表 8－2 一日公正取引委員会に参加しての満足度⁵⁾

	良い	おおむね 満足	どちらとも いえない	やや不満	不満	未回答
平成 30 年度	28.5%	48.9%	8.8%	1.1%	0.4%	12.4%
令和元年度	29.5%	51.0%	6.1%	0.3%	0.4%	12.6%

(4) 地方有識者との懇談会

地方有識者（各地の主要経済団体、消費者団体の代表者等）と公正取引委員会の委員等との懇談会は、競争政策についてより一層の理解を求めるとともに、幅広く意見・要望を把握し、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るため、全国各地において開催している。

このほか、同様の観点から、地方事務所長等と地方有識者（各地経済団体の役員等）との懇談会を開催している。

平成 29 年度ないし令和元年度における地方有識者との懇談会開催件数は、表 9 のとおりである。

表 9 地方有識者との懇談会開催件数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
委員等	8 件	9 件	8 件
地方事務所長等	89 件	78 件	80 件
合計	97 件	87 件	88 件

地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会においては、これに併せて、各地区の事業者等に対し、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について理解を深めてもらうことを目的として、公正取引委員会の委員等を講師として講演会を開催している。この講演会の参加者数は、表 10 のとおりである。

⁵⁾ 平成 30 年度から測定することとしたため、直近 2 年度の数値のみを記載した。

表 10 講演会の参加者数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
568 人	537 人	550 人

また、この講演会の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、公正取引委員会の活動に対する理解の向上度は表 11、独占禁止法・下請法の理解の向上度は表 12、公正取引委員会の役割への賛同は表 13 のとおりであった。

表 11 公正取引委員会の活動に対する理解の向上度

	理解が 深まった	やや（おお むね）理解 が深まった	どちらとも いえない	あまり理解 が深まらな かった	理解が深ま らなかった	未回答
平成 29 年度	25.3%	63.6%	6.7%	2.0%	0.4%	2.0%
平成 30 年度	42.7%	47.8%	5.7%	2.2%	0.4%	1.2%
令和元年度	51.2%	39.5%	2.3%	5.3%	0.8%	0.8%

表 12 独占禁止法・下請法の理解の向上度

	理解が 深まった	やや（おお むね）理解 が深まった	どちらとも いえない	あまり理解 が深まらな かった	理解が深ま らなかった	未回答
平成 29 年度	20.4%	62.6%	11.9%	2.6%	0.6%	2.0%
平成 30 年度	39.2%	47.6%	7.8%	3.5%	0.6%	1.4%
令和元年度	44.0%	45.0%	3.2%	5.5%	1.6%	0.8%

表 13 公正取引委員会の役割についての賛同

	賛同できた	おおむね 賛同できた	どちらとも いえない	あまり賛同 できなかつ た	賛同できな かった	未回答
平成 29 年度	33.4%	54.5%	9.1%	1.2%	0.2%	1.6%
平成 30 年度	46.9%	42.0%	8.6%	1.0%	0.2%	1.2%
令和元年度	50.9%	42.4%	3.8%	2.2%	0.2%	0.6%

さらに、地方事務所長等と地方有識者（各地経済団体等の役員）との懇談会の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、公正取引委員会の活動に対する理解度の向上度は表 14、独占禁止法・下請法の理解の向上

度は表 15 のとおりであった⁶⁾。

表 14 公正取引委員会やその活動に対する理解の向上度

	理解が 深まった	やや（おお むね）理解 が深まった	どちらとも いえない	あまり理解 が深まらな かった	理解が深ま らなかった	未回答
令和元年度	36.5	53.8%	7.5%	1.6%	0.1%	0.4%

表 15 独占禁止法・下請法の理解の向上度

	理解が 深まった	やや（おお むね）理解 が深まった	どちらとも いえない	あまり理解 が深まらな かった	理解が深ま らなかった	未回答
令和元年度	32.8%	55.8%	8.1%	2.1%	0.3%	0.9%

- (5) 独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動についての情報提供状況及び国民各層とのコミュニケーションによる意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況

ア 独占禁止懇話会の開催

独占禁止懇話会は、経済社会の変化に即応して競争政策を有効かつ適切に推進するため、公正取引委員会の委員長及び委員が、学識経験者、産業界、消費者団体、中小企業団体等の各分野における有識者と意見を交換し、併せて競争政策の一層の理解を求めることを目的として開催している。

平成 29 年度ないし令和元年度の開催件数は、表 16 のとおりである。

表 16 独占禁止懇話会開催件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
3 件	3 件	3 件

イ 独占禁止政策協力委員制度

独占禁止政策協力委員制度は、競争政策への理解の促進と地域経済の実状に即した政策運営に資するため、平成 11 年度から導入しているところ、各地域の有識者 150 名に委員（以下「協力委員」という。）を委嘱し、

⁶⁾ 地方事務所長等と地方有識者との懇談会については、平成 30 年度下期からアンケートを実施したため、令和元年度の結果のみ記載している。

また、地方事務所長等と地方有識者との懇談会については、理解の向上度のほかに同懇談会参加後に懇談等の内容を踏まえた活動を行うかとの趣旨の質問をしており、「そう思う。」19.5%、「ややそう思う」33.7%、「どちらともいえない」27.1%、「ややそう思わない」2.8%、「そう思わない」0.7%及び「未回答」16.2%の回答を得ている。

公正取引委員会に対する独占禁止法等の運用や競争政策の運営等に係る意見・要望の聴取等を行い、施策の実施において参考としている。

平成 29 年度ないし令和元年度は、いずれの年度においても、各協力委員から意見・要望を聴取する前にテーマを定めて、意見聴取を行った。平成 29 年度ないし令和元年度における主なテーマは、表 17 のとおりである。

表 17 協力委員への主な意見聴取テーマ

	主な意見聴取テーマ
平成 29 年度	・ 公正取引委員会に対する期待について ・ 地域の経済状況について ・ 実態調査などについて ・ 公正取引委員会と各団体との連携強化について ・ 経済社会環境の変化と競争政策の役割について ・ 中小企業・小規模事業者の取引条件改善、生産性向上等について ・ I T ・デジタル化の進展と競争政策の役割について
平成 30 年度	・ 公正取引委員会に対する期待について ・ 公正取引委員会の施策の効果について ・ 地域経済の実情と競争政策上の課題について ・ 優越的地位の濫用規制・下請法の規制について ・ 下請取引の適正化に関する行政評価・監視について ・ 消費税転嫁対策について
令和元年度	・ 変化する社会経済環境における公正取引委員会に対する期待について ・ 地域経済の実情と競争政策上の課題について ・ 公正取引委員会の施策の効果について ・ 優越的地位の濫用規制・下請法の規制について ・ 実態調査について ・ 消費税転嫁対策について

ウ 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

(7) 報道発表等

公正取引委員会は、独占禁止法違反事件に対する法的措置、企業結合等の審査・相談事例、独占禁止法を始めとする関係法令に係る各種ガイドライン、実態調査報告書等の内容について、国民の理解を深めるために、幅広く報道発表を行っている。

また、公正取引委員会委員長は、記者を主な対象として、3、4か月

に1回の頻度で、公正取引委員会が直近で取り組んでいる活動をテーマとする懇談会を開催している。さらに、毎週水曜日には、事務総長による定例会見を開催している。

平成29年度ないし令和元年度における報道発表件数は表18のとおりであり、委員長と記者との懇談会・事務総長定例会見の回数は表19のとおりである。

表18 報道発表件数

平成29年度	平成30年度	令和元年度
367件	404件	401件

表19 委員長と記者との懇談会・事務総長定例会見回数

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
委員長と記者との懇談会	3回	4回	3回
事務総長定例会見	38回	37回	40回

公正取引委員会では、報道発表資料、事務総長定例会見等を含む各種情報をウェブサイトに掲載しているところ、平成29年度ないし令和元年度における公正取引委員会ウェブサイトのトップページへのアクセス件数は、表20のとおりである。

表20 公正取引委員会ウェブサイトのトップページへのアクセス件数

平成29年度	平成30年度	令和元年度
2,606,074件	2,746,824件	7,637,226件

(イ) ソーシャルメディア等

公正取引委員会の活動状況を国民の幅広い層に対して積極的に発信することを目的として、平成20年からメールマガジンの発行を行っているほか、平成26年6月からTwitter及びFacebook（以下「SNS」という。）のアカウントの運用を開始し、報道発表のほか公正取引委員会に関連する様々な情報を発信している。

平成29年度ないし令和元年度の年度末時点におけるメールマガジン登録件数は、表21のとおりである。また、Twitterアカウントのフォロワー数、Twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数⁷及び

⁷ インプレッション数とは、公正取引委員会の投稿がフォロワーに実際に表示された回数である。フォロワーがリツイート等すると投稿が拡散されることなどにより、インプレッション数が伸びる。

Twitter の 1 投稿当たりの平均エンゲージメント数⁸は、表 22 のとおりである。

なお、平成 30 年度から、SNS 等による情報発信業務について専門的な知見を有する外部専門家から助言を受けている。

表 21 メールマガジン登録件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
6,015 名	6,167 名	6,401 名

表 22 Twitter のアカウントのフォロワー数、Twitter の 1 投稿当たりの平均インプレッション数及び Twitter の 1 投稿当たりの平均エンゲージメント数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
Twitter のアカウントのフォロワー数	41,266 名	46,045 名	55,186 名
Twitter の 1 投稿当たりの平均インプレッション数	8595.8	11162.7	9877.5
Twitter の 1 投稿当たりの平均エンゲージメント数	160.0	191.1	253.3

(ウ) パンフレット及び動画配信

独占禁止法等や公正取引委員会に対する一般の理解を深めるため、独占禁止法・下請法等の内容や公正取引委員会について説明するパンフレットのほか、中学生向け副教材等のパンフレットを作成し、講演会、懇談会、独占禁止法教室等の参加者等に配布するとともに、公正取引委員会ウェブサイトに掲載している。

また、ミニドラマ等を用いて独占禁止法や下請法の内容を分かりやすく説明する動画を作成し、公正取引委員会ウェブサイトに掲載するとともに、平成 27 年 5 月に YouTube 公正取引委員会チャンネルを開設し、各種動画を配信している。

平成 29 年度ないし令和元年度における各種パンフレットのダウンロード件数は表 23 のとおり、各種動画の再生回数は表 24 のとおりである。

⁸ エンゲージメント数とは、公正取引委員会の投稿に対する「リツイート」、「返信」、「いいね」、「リンク等のクリック数」等の合計であり、フォロワーが反応した回数である。

表 23 各種パンフレット⁹のダウンロード件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
135,331 件	188,121 件	204,468 件

表 24 各種動画の再生回数（※）

タイトル	公開期間等	平成 29 年度	平成 30 年度	令和 元年度
公正で自由な競争を目指して	平成 20 年～ （平成 28 年 3 月改定）	5,582 回	6,706 回	5,179 回
気を付けよう！取引のルール ―優越的地位の濫用規制―	平成 23 年～	1,791 回	1,533 回	1,410 回
そうだったのか！よくわかる下請法	平成 24 年～	3,968 回	4,964 回	3,702 回
知っておきたい！物流分野の取引ルール	平成 26 年～	499 回	383 回	384 回
やさしく解説・よくわかる下請法講座～下請取引で困らないために～	平成 28 年～	2,651 回	2,172 回	1,430 回
合計		14,491 回	15,758 回	12,105 回

※ ショートバージョン等も含めた再生回数

（エ）消費者向け及び子供向けページ

公正取引委員会ウェブサイトにおいて、消費者の普段の暮らしに関連した独占禁止法違反事例等をイラストを用いて紹介する消費者向けのページのほか、子供に公正取引委員会の活動に親しみを持ってもらえるよう、マスコットキャラクター「どっきん」を用いた漫画やクイズにより独占禁止法の内容や公正取引委員会の活動を分かりやすく紹介する子供向けのページを設けている。

平成 29 年度ないし令和元年度における消費者向けページ及び子供向けページへのアクセス件数は、表 25 のとおりである。

⁹ 「各種パンフレット」とは、①「知ってなっとく独占禁止法」、②「優越的地位の濫用」、③「大規模小売業告示」、④「物流特殊指定」、⑤「わたしたちの暮らしと市場経済」（中学生向け副教材）、⑥「入札談合等関与行為防止法について」、⑦「知るほどなるほど下請法」、⑧「農協と独占禁止法」及び⑨「消費税転嫁対策に係る事業者向けパンフレット」の 12 種である。

表 25 消費者向けページ及び子供向けページへのアクセス件数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
消費者向けページ	11,508 件	17,232 件	22,907 件
子供向けページ	24,365 件	14,361 件	7,555 件

(6) 競争政策の広報活動の効果の把握及びより効果的な広報活動の実践（EBPM）

競争政策の広報活動のアウトカム（成果）とは、競争政策への理解度を向上させることなどを通じ、公正かつ自由な競争の実現、事業者の創意発揮など独占禁止法の目的を達成することである。平成 30 年度及び令和元年度には、このアウトカムの達成のためにより効果的な広報活動の実践に資するよう、広報施策（消費者セミナー、独占禁止法教室及び地方事務所等と地方有識者との懇談会）の効果の把握・分析、今後の施策の改善点の把握などを目的に、EBPM（Evidence-based Policymaking：証拠に基づく政策立案）を実施した。

平成 30 年度は、各広報活動の参加者アンケートに、理解度テスト、行動予定¹⁰に関する質問を入れ、正確な理解度やイベント参加後の行動予定の確認等を実施した。一部の消費者セミナーを、シミュレーションゲームを実施するセミナーと実施しないセミナーにランダムに割り振り、理解度等の違いを回帰分析によって比較した。地方事務所長等と地方有識者との懇談会では、当委員会の活動に対する参加者の関心や理解度を測定するため、参加者に対するアンケート調査を実施した。

令和元年度は、①各広報施策の属性（参加者数、シミュレーションゲームの有無、所要時間、講師の役職等）によって満足度や理解度、行動の変容等にどのような違いがあるのかを検証する重回帰分析、②高いパフォーマンスを挙げた講師の特定等の多様な分析手法を取り入れた。

その結果、以下のとおり、広報施策の改善につながる示唆を得た。

ア 消費者セミナー

- ・ 参加者数の増加は参加者の理解度を低下させる傾向があるため、セミナーが大規模になり過ぎないようにする。
- ・ 開催時間が 120 分を超えるセミナーでは満足度や関心が低下する傾向が顕著なので、セミナー時間を 120 分以内に抑えるようにする。
- ・ 参加者の層が 50 代以下の場合は、シミュレーションゲームを積極的に活用する。
- ・ 参加者の層が 60 代以上の場合は、シミュレーションゲームの効果

¹⁰ 行動予定に関する質問については、「独占禁止法違反等に関するニュースや新聞記事に今までよりも注目したい」などの問いに対して、「そう思う」、「ややそう思う」、「どちらともいえない」、「ややそう思わない」、「そう思わない」の 5 つの選択肢の中から 1 つ回答してもらった。

が小さく、講師が係員の時にアウトカムが低下する傾向があるので、60代以上が多いセミナーでは、できるだけ係長以上の講師を派遣し、かつ、説明に時間を割く。

- ・ 参加者の理解度、満足度、当委員会の活動への関心などが高いハイパフォーマー講師のスキルを明らかにし、それを特に係員レベルの講師に普及していくことで全体としてレベルアップを図る。

イ 独占禁止法教室

- ・ 参加人数の増加は参加者の満足度やクイズの正答数を低下させる傾向があるので、参加人数をできる限り30人程度までにとどめる。
- ・ 学生の理解度、満足度、当委員会の活動への関心などが高いハイパフォーマー講師のスキルを明らかにし、それを特に係員レベルの講師に普及していくことで全体としてレベルアップを図る。
- ・ シミュレーションゲームは、少なくとも中高生の満足度や理解度を大きく引き上げる傾向があるので、少なくとも中高生向け独占禁止法教室に積極的に導入する。
- ・ 中高生では講師年齢が上昇するほど満足度やクイズ正答率が低下する傾向があるので、できる限り若い講師を派遣する。

ウ 地方事務所長等と地方有識者との懇談会

- ・ 所要時間が60～90分の間の時に参加者の理解が最も高まる傾向があるので、所要時間はできる限り60～90分にする。
- ・ 過去の参加者の3割程度の者が、参加後に「公正取引委員会や独占禁止法等について情報収集を行った」及び「ミニミニ懇の内容や資料を社内（団体内）で共有した」の項目に「そう思う」又は「ややそう思う」と回答している。これは懇談会が一定程度行動変容につながっていると評価できる。
- ・ 懇談会の開催が参加者の意識の維持、行動変容につながっているのかを引き続き把握することが重要である。

6. 評価

(1) 必要性

公正取引委員会は

- ① 競争の必要性・重要性について理解を得て、競争政策や公正取引委員会の活動を身近なものとし、また、当委員会の活動が円滑に行えるようにすること
- ② 独占禁止法等に対する理解を深めることにより、違反行為を未然に防止すること

- ③ 国民各層から意見・要望等を幅広く聴取することにより、競争政策の有効かつ適切な推進を図ること
などを目的として、各種広報・広聴活動を実施してきている。

ア 広報活動

(7) 広報イベント

独占禁止法教室は、生徒や学生に対し、競争の重要性・必要性和、独占禁止法や公正取引委員会の役割等について理解してもらうことを目的として行っている（上記目的①）。また、特に大学生等に対する独占禁止法教室については、独占禁止法等に対する理解を深めてもらうことで、近い将来、社会人となったときに本人の周囲で違反行為が発生することを未然に防ぐという目的もある（上記目的②）。

消費者セミナーは、独占禁止法が消費者の暮らしに関わっていることや、公正取引委員会の活動について理解してもらうことを目的として行っている（上記目的①）。

一日公正取引委員会は、本局及び地方事務所等の所在地以外の都市における独占禁止法等の普及啓発活動や相談対応の一層の充実を図るためのものであり、これらの都市の在住者に対し、公正取引委員会の活動について理解してもらうとともに、事業者に独占禁止法等に対する理解を深めてもらうことで、違反行為を未然に防止することを目的として行っている（上記目的①及び②）。

以上のように、独占禁止法教室、消費者セミナー及び一日公正取引委員会は、いずれも、競争政策に対する国民的理解の増進を図り、違反行為を未然に防止に資するものであり、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要である。

(4) 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

報道発表は、独占禁止法等の違反事件処理や各種実態調査などについて、その背景や経緯、重要性を含めた内容を、より多くの国民に適時に周知することにより、公正取引委員会の活動について認知してもらうとともに、独占禁止法等に対する理解を深め、違反行為を未然に防止することを目的として行っているものである（上記目的①及び②）。

これら報道発表についての情報等をウェブサイトに掲載したり、SNSを用いて情報発信することは、情報通信社会における広報活動として、特に重要な役割を果たすものであり、国民がインターネットを通じてより簡易に、公正取引委員会の活動や独占禁止法の内容等に関する各種情報を入手できるようにするものである。また、SNSにつ

いては、特に若年層に対する情報発信を意識し、公正取引委員会の活動等に関心や親しみを持ってもらう活動として位置付けている（上記目的①）。

また、独占禁止法等についての意義、基本的な枠組みについて国民の理解を得るためには、それを分かりやすく解説するための資料やツールも必要である。各種パンフレットや動画については、主に事業者を対象とし、また、公正取引委員会ウェブサイトに掲載している一般消費者向けページや子供向けページは、一般消費者や子供（生徒・学生）を対象としているものであるが、このような分かりやすい広報資料等を通じた広報活動は、国民各層において競争政策や公正取引委員会の活動を身近なものとするほか、独占禁止法違反行為を未然に防止するために必要である（上記目的①及び②）。

イ 広聴活動

競争政策に対する国民的理解の増進のためには、各界の有識者や全国の様々な地域の事業者、消費者、有識者等に対して継続的に公正取引委員会の取組に関する情報を提供し、定期的に幅広い意見や要望を聴取することにより、我が国の経済社会の実状に即した政策を実施していくことが重要である。そのためには、広く各界の有識者と意見交換を行うとともに、幅広い地域に公正取引委員会職員が出向いて地方有識者との間で懇談会を開催し、地域の実情に即した意見や要望を聴取すること、各地域の有識者に協力委員を委嘱し、公正取引委員会の活動への理解と提言等を随時求めていくことが必要である（上記目的①及び③）。

(2) 有効性

ア 広報活動

(7) 独占禁止法教室

独占禁止法教室の開催件数及び参加者数は、表1のとおり、平成29年度においては214件・15,880人、平成30年度においては236件・17,268人、令和元年度¹¹⁾においては233件・18,529人となっており、また、当該3年度の間に全ての都道府県で開催された。

独占禁止法教室の参加者に対して、「内容理解度」及び「満足度」についてアンケート調査を行ったところ、表2-1及び3-1のとおり、いずれの年度においても、「内容理解度」について「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合は88%超（平成29

¹¹⁾ 脚注1で述べたとおり、令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための学校の休校に伴い、3月に行う予定だった独占禁止法教室は全て中止となったため、当初予定していた件数よりも少なくなっている。

年度 89.6%, 平成 30 年度 88.9%, 令和元年度 89.3%) であり, いずれの年度においても目標の 85%以上を達成した。また, 「満足度」について「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は 85%超 (平成 29 年度 87.4%, 平成 30 年度 85.4%, 令和元年度 85.7%) であり, いずれの年度においても目標の 80%以上を達成した。

加えて, 「競争の重要性等に対する理解の向上」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 89%超 (平成 29 年度 89.6%, 平成 30 年度 89.9%, 令和元年度 90.4%) であり, いずれの年度においても目標の 80%以上を達成した。

さらに, 「公正取引委員会等に対する関心の高まり」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 79%超 (平成 29 年度 81.8%, 平成 30 年度 79.4%, 令和元年度 79.5%) であり, いずれの年度においても目標の 75%以上を達成した。

その上, 「講義を受けての行動予定¹²⁾」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 67%超 (平成 30 年度 69.6%, 令和元年度 67.2%) であり, いずれの年度においても目標の 60%以上を達成した。

また, アンケート調査では, 「シミュレーションゲームや模擬立入検査・模擬事情聴取などがあり, 自分で実際に体験したことで, より理解が深まったし, とても楽しかったです。」といった感想や, 「市場での競争があるから私たちはより良いものが買えるし, でも競争を行うことにより, 問題が生まれてしまうこともあるから, そういう時のために, 公正取引委員会が存在するのだと思った。市場経済の仕組みについてよく分かった。」などの意見が出された。このほか, 協力委員からも「今後社会人になる中学生や高校生に対して, 普段彼らにとって馴染みのない独占禁止法を分かりやすく伝える場として, 非常に有益である。」「講義だけでなく先生や生徒にも役を与えて, クラスを巻き込んだの授業づくりができてるのは非常に興味深い。」といった意見が出されている。

なお, 独占禁止法教室に係る報道件数は, 平成29年度は56件, 平成30年度68件, 令和元年度は33件となっている¹³⁾。

これらのことから, 本取組は, 有効なものであったと評価できる。

¹²⁾ 平成 30 年度から始めた測定指標。「独占禁止法違反等に関するニュースや新聞記事に今までよりも注目したい」「競争の意義や独占禁止法について周囲の人に話をしたい。」等の質問に対し, 「そう思う」「ややそう思う」等の選択肢の中で当てはまるものを 1 つ選んでもらった。

¹³⁾ 令和元年度の独占禁止法教室に係る報道件数が, 前 2 年度と比べて半分程度となっているがその理由は不明である。

(イ) 消費者セミナー

消費者セミナーにおける開催件数及び参加者数は、表4のとおり、平成29年度においては92件・2,345人、平成30年度においては83件・2,825人、令和元年度¹⁴においては82件・2,378人となっており、46都道府県で開催された。

消費者セミナーの参加者に対して、「内容理解度」及び「満足度」についてアンケート調査を行ったところ、表5及び表6のとおり、「内容理解度」については、いずれの年度においても、「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合は83%超（平成29年度85.1%、平成30年度85.7%、令和元年度83.7%）であり、いずれの年度においても目標の80%以上を達成した。また、「満足度」については、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は、平成29年度75.1%、平成30年度73.3%、令和元年度は73.6%と、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

加えて、「競争の重要性等に対する理解の向上」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は73%超（平成29年度78.9%、平成30年度77.8%、令和元年度73.9%）であり、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

さらに、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は71%超（平成29年度76.7%、平成30年度74.5%、令和元年度71.4%）であり、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

その上、「講義を受けての行動予定¹⁵」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は61%超（平成30年度61.8%、令和元年度61.4%）であり、いずれの年度においても目標の60%以上を達成した。

また、アンケート調査では、「公正取引委員会の仕事は幅広く私達消費者の為に様々な側面からチェックして、違反の取り締まりをしている大切な業務だと理解しました。」といった感想や、「公正取引委員会の役割を知ることが出来ました。これからも消費者を守っていただきたいと強く願います。」などの意見が出されている。

これらのことから、本取組は、有効なものであったと評価できる。

(ウ) 一日公正取引委員会

一日公正取引委員会の開催件数及びその参加人数は、表7のとおり、

¹⁴ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための集会等の活動自粛に伴い、3月に行う予定だった消費者セミナーのほとんどが中止となった。

¹⁵ 平成30年度から始めた測定指標。

平成29年度においては8回・1,773人、平成30年度においては8回・2,290人、令和元年度においては8回・2,459人となっている。

参加者に対してアンケート調査を行ったところ、表8-1のとおり、参加者の評価は、いずれの年度においても「良い」又は「おおむね良い」取組であると回答した参加者の割合は84%超（平成29年度90.3%、平成30年度84.6%、令和元年度85.9%）であり、令和元年度において設定した目標の80%以上を達成した。

また、表8-2のとおり、満足度は、平成30年度及び令和元年度において、「良い」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は77%超（平成30年度77.4%、令和元年度80.5%）であり、令和元年度において設定した目標の70%以上を達成した。

アンケート調査では、「独占禁止法が今まではぼんやり程度の認識でしたが、今日の講演で理解を深められました。」といった感想や、「具体的な事例を基に啓蒙活動を実施していただき感謝している。今回の講演内容を早速社内で共有させていただきます。」などの感想が出されている。

なお、一日公正取引委員会に係る報道件数は、平成29年度は11件、平成30年度は17件、令和元年度は18件となっている。

これらのことから、本取組は、有効なものであったと評価できる。

(I) 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

a 報道発表等

公正取引委員会の活動が、新聞を通じて広く報道されれば、国民の公正取引委員会の活動に関する認知度が高まるとともに、独占禁止法等に関する理解が増進すると考えられることから、報道発表等の有効性は、日刊新聞の報道量を指標とすることによって評価することができると考えられる。

このため、独占禁止法等の違反事件処理や各種実態調査など公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事のうち、平成29年度ないし令和元年度において公正取引委員会が把握したものについて、広告費換算の推計を行った¹⁶⁾。

平成29年度ないし令和元年度における新聞記事の広告費換算額等は、表26のとおりである。

表26 公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事の掲載件数及び広告費換算推計値

¹⁶⁾ 専門の事業者に広告費換算の推計を委託し、各媒体の広告出稿料金を基に1段×1cm当たりの広告料金を算出し、掲載された記事の面積に当該広告料金を乗じて広告費換算額を算出した。

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
掲載件数	356 件	281 件	307 件
換算推計値	約 6 億 1419 万円	約 6 億 8342 万円	約 7 億 4274 万円

平成29年度ないし令和元年度に報道された新聞記事の掲載件数及び広告費換算推計値は、平成29年度が356件・約6億1419万円、平成30年度が281件・約6億8342万円、令和元年度が307件・約7億4274万円となっている¹⁷。

b ソーシャルメディア等

SNSについては、Twitterのフォロワー数が、表22のとおり、平成29年度末で41,266名、平成30年度末で46,045名、令和元年度末で55,186名と順調に増加している。他方、協力委員からは「FacebookやTwitterでの情報配信には子供向けの情報もあり、より多くの世代に公取委の活動を知ってもらえることができよと思う。」「公取委のタイムリーな取組が定期的を送られてきてとてもよい。」といった意見が寄せられている一方で、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるととてもよと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見も寄せられている。

c パンフレット及び動画

各種パンフレットについては、地方有識者との懇談会、講演会、説明会等の独占禁止法等の内容を説明する機会に事業者等に配布して活用している。

公正取引委員会ウェブサイト等に掲載している各種動画の再生回数は、表24のとおりである。掲載している動画の中には制作されてから既に5年以上経過したものもあり、新規の視聴者が少ないから、動画の再生回数が伸び悩んでいるものもある。

協力委員から寄せられた意見の中には、動画について「冊子を読むよりも理解しやすいので良いと思う。」といった感想が寄せられている一方で、「公正取引委員会のYouTubeチャンネルの動画は、内容が難しく、勉強したい人向けにはよいかもしれないが、一般の人が気楽に見られるものではないと感じた。」「閲覧は非常に少なく、今後、いかにして多くの人に見てもらうかを検討されるとよと思う。」といった意見も寄せられている。

¹⁷ 平成30年度及び令和元年度の掲載件数及び換算推計値については、地方紙等に掲載された記事が含まれていない。

d まとめ

これらのことから、公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信のための各種の取組は、有効なものであったと評価できる。

イ 広聴活動

(7) 独占禁止懇話会

独占禁止懇話会は、表16のとおり、平成29年度ないし令和元年度において、いずれも3回開催し、独占禁止懇話会の会員である各界の有識者から、会合ごとに設定した公正取引委員会の活動に関するテーマについて意見を聴取することに加え、公正取引委員会から有識者に対して、独占禁止法改正法案、独占禁止法違反事件の処理状況等について説明を行うことによって、公正取引委員会の取組に対する理解を増進することができた。この結果、各界を代表する有識者と公正取引委員会との間で、競争政策に関する相互理解を深めることができた。

(イ) 地方有識者との懇談会

地方有識者との懇談会開催回数は、表9のとおり、平成29年度においては97回、平成30年度においては87回、令和元年度においては88回となっている。

地方有識者からは、公正取引委員会に対する意見・要望等が数多く出されるなど活発な意見交換が行われ、地方有識者と公正取引委員会との間で、競争政策についての相互理解を深めることができた。

なお、地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会に併せて開催した講演会の参加者に対するアンケート調査を行ったところ、表11～13のとおり、公正取引委員会の活動に対して「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」と回答した参加者の割合は90.7%、独占禁止法等の内容について「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」と回答した参加者の割合は89.0%、公正取引委員会の役割について「賛同できた」又は「おおむね賛同できた」と回答した参加者の割合は93.3%と、いずれも高い水準となっている。

地方事務所長等と地方有識者との懇談会の参加者に対するアンケート調査を行ったところ、表14及び15のとおり、公正取引委員会の活動について、「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」との回答が90.3%、独占禁止法や下請法の内容について「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」との回答が88.6%と、肯定的な回答が90%前後となり、いずれも高い水準となっている。

また、地方有識者との懇談会に係る報道件数は、平成29年度は29件、平成30年度は23件、令和元年度は20件となっている。

(ウ) 独占禁止政策協力委員制度

平成29年度ないし令和元年度に行った協力委員からの意見聴取は、事前に聴取テーマを定め、協力委員に当該テーマを示した上で実施した。また、令和元年度は、このような取組に加え、定期的に当委員会の取組に係る情報提供を行い協力委員の関心を喚起するよう努めるとともに、特定のトピックに焦点を当てた意見聴取を行った。

以上のように、協力委員の関心事項や属性に応じて柔軟かつ機動的に意見聴取を行ったことで、協力委員の競争政策への理解が促進され、上記(2)アで記載した意見等を含む多くの具体的な意見・要望を聴取することができた。

また、当委員会の直近の取組に対する評価、当委員会が中長期的に取り組むべき先進的な課題等各地域の協力委員から聴取した意見については、当委員会内部で共有し、地域の経済社会の実情に即した競争政策の運営に活用できるようにした。

(エ) まとめ

有識者及び協力委員に対して当委員会の取組の説明を実施したこと及び地方有識者との意見交換を行い、当委員会の取組に対する理解・賛同を得たことによって、競争政策の理解の増進を図ることができたと考えられる。

また、地方有識者や協力委員との意見交換や意見聴取した意見・要望は、施策の実施において参考とするため委員長、委員のほか、事務総局幹部に報告し、全局的に共有されるなど、公正取引委員会の競争政策の運営に重要な役割を果たしている。

以上のことから、独占禁止懇話会、地方有識者との懇談会及び協力委員制度は有効な取組であったと評価できる。

(3) 効率性

平成29年度ないし令和元年度における公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事の広告費換算額は、表26のとおり、平成29年度約6億1419万円、平成30年度約6億8342万円、令和元年度約7億4274万円であった。この金額は公正取引委員会の競争政策の広報・広聴に係る各年度の予算総額（平成29年度約2225万円、平成30年度約2571万円、令和元年度約2321万円）と比べると、平成29年度は約28倍、平成30年度は約27倍、令和元年度は約32倍に当たる金額であることから、

公正取引委員会が行った広報活動は、その予算額に比較してより多くの効果を上げたと評価できる。

また、一日公正取引委員会として講演会、講習会等の複数のイベントを時間割を組んで同一会場で開催することによって参加者が関心に応じてイベントに参加できるようにしていることや、地方有識者や協力委員から意見を聴取する際に独占禁止法教室等の広報・広聴活動の内容や意義を説明し、これらの開催への協力を依頼するなど、複数の広報・広聴活動を相互に活用していることは、効率性の観点からも評価できる。

(4) 総合的評価

ア 目標達成度合いの測定結果

(7) 各行政機関共通区分

相当程度進展あり

(イ) 判断根拠

測定指標のうち、独占禁止法教室及び消費者セミナーの参加者における内容の理解度や満足度等、一日公正取引委員会に参加しての満足度等、年度ごとの目標値を設定した測定指標については、いずれも数値目標を達成している。

また、「独占禁止法教室の開催件数及び参加者数」、「消費者セミナーの開催件数及び参加者数」、「一日公正取引委員会の参加者数」、「地方有識者との懇談会の開催件数及び講演会の参加者数」、「地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「地方有識者との懇談会（地方事務所長等対応）の参加者における同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動についての情報提供状況及び国民各層とのコミュニケーションを通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況」については、一定の実績を上げており、取組が相当程度進展したと考えられる。

イ 施策の分析

測定指標全体を通じて評価すれば、本件取組は、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について広く国民に情報提供を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図る上で、必要かつ有効であり、またその活動は効率的であったと評価できる。

ウ 次期目標等への反映の方向性

(7) 施策

競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、現在の目標を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進する。

また、平成30年度及び令和元年度の2年間で広報活動の重点的な効果検証を行ったので、令和2年度以降は、今回の効果検証によって得られた示唆に基づき、以下のとおり、実施又は試行する期間とする。

a 消費者セミナー

- ・ 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、大規模になり過ぎないように配慮する。
- ・ セミナー時間の調整も同様に難しい場合が多いと考えられるが、可能な限り、120分以内に抑えるように配慮する。
- ・ 50代以下の参加者が中心の場合にはシミュレーションゲームを積極的に活用していく。
- ・ 60代以上の参加者が多いセミナーでは、経験が比較的豊富な講師ができるだけ説明を行う、又は経験が少ない講師である場合はスキル等を事前に共有する。
- ・ ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。

b 独占禁止法教室

- ・ 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、30人程度になるように配慮する。
- ・ ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。
- ・ 中高生にはシミュレーションゲームを積極的に活用する。
- ・ 中高生には、できる限り若い講師を派遣する。

c 地方有識者との懇談会

- ・ 懇談会の参加者に対してメールマガジン等を紹介して、懇談会に参加した者がその後の情報収集等を行いやすくするなどにより、参加者の公正取引委員会に対する意識や関心の維持に努める。
- ・ 所要時間の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、参加者の理解が最も高まる傾向がある60～90分間の開催となるよう配慮する。
- ・ 長時間の確保が困難な場合には、事前に先方のニーズを確認し、短時間でも先方のニーズに合った説明を行うなどして当委員会の活動を理解してもらうように努める。

(4) 測定指標

本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要かつ有効であったと評価できることから、各指標とも、現在の目標設定の考え方を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進することとするが、以下の点については改善する必要がある。

a SNSによる情報発信

Twitterのフォロワー数は順調に増加しているが、協力委員からは、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるともっとよいと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見が寄せられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、SNSについて専門的な知見を有する外部専門家から助言を受け、より分かりやすい表現とすることとし、ショート動画や、画像、イラスト等を活用するなどの工夫をしていく必要がある。

b 動画

公正取引委員会が作成した各種動画については、協力委員から、評価する意見が寄せられている一方で、「内容が難しく、一般の消費者が気楽に見られるものではない。」といった意見やアクセス数が更に増えるようにすべきといった意見も寄せられている。

令和2年内に改正独占禁止法の施行を予定していることから、改正を反映した動画を制作する予定であるところ、気軽に視聴できるような内容の動画、例えば、3分程度のショート動画等を制作する必要がある。また、再生回数を更に増やすためにSNSによる情報発信、地方有識者との懇談会、講演会等の場において各種動画の案内文書を配布し、視聴の機会を設けるなどして各種動画の認知度を高めていく必要がある。

c 子供向けページ

公正取引委員会ウェブサイトの子供向けページのアクセス件数がここ3年度で大幅に減少しているので、子供向けページに掲載しているコンテンツを見直すなどの工夫をしていく必要がある。

d 新型コロナウイルス感染症対策の検討

新型コロナウイルス感染症の影響により独占禁止法教室等の

対面で行う広報活動が難しくなることを踏まえて、オンライン方式による広報活動を検討することとする。

7. 第三者の知見の活用

政策評価委員会における各委員の主な意見は以下のとおりである。

○ オンライン教材の活用を検討してはどうか。 （動画だけでは一方通行になりがちなので、双方向のやり取りができる仕組みを取り入れられるかを含めて検討している旨回答した。） ○ 行動科学の研究では、講師に点数を付けて、その点数を当事者に伝え、全体的にやる気が上がるものの、点数の低い層の人はやる気が下がるというような研究結果が出ている。ハイパフォーマー講師の情報を横展開する際は、情報の伝え方に注意が必要である。	小林委員
○ オンラインでは、シミュレーションゲームも実施できないと思うので、新しいタイプのオンライン教材の開発を行っていくことが課題である。 （その点が課題であることは認識しており、今後検討することとしたい旨回答した。また、オンライン方式には少人数の方がなじむのではないかと考えているところ、大人数の場合でも効果をあげられるような活用方法を検討することも必要だと考えている旨回答した。）	南島委員
○ ハイパフォーマーの源泉がどこにあるのかよく検討する必要があると思われる。動画の作成に当たり、ハイパフォーマーに講師を依頼するなど、ハイパフォーマーの良さを十分に活かせる形で横展開していく必要がある。	中村委員
○ ハイパフォーマーの授業の様子を、話し方講座等を実施している事業者等に確認してもらってもよいのではないかと。また、ハイパフォーマーの良いところを取りまとめて、次回の内部研修に反映してはどうか。 （第三者にハイパフォーマーの話し方等を客観的に見てもらい、良い点を指摘してもらうというのは一つの手だと思う。今後、検討することとしたい旨回答した。）	池谷委員
○ 表 13 によると、公正取引委員会の役割に賛同できなかった・あまり賛同できなかった人を合わせた割合が増えているのだが、何か理由はあるのか。 （賛同できなかった・あまり賛同できなかった人の割合が増えている理由について、分析はできていないが、芸能関係、地	多田委員

方銀行，地域交通等の関係で公正取引委員会の対応に不満があった者がいたのかもしれない旨回答した。）	
---	--