

一般消費者向けの広報活動の在り方 (平成22年4月21日)

公正取引委員会と消費者との関係

- **独占禁止法**は「公正かつ自由な競争を促進」し、「**一般消費者の利益を確保すること**」を究極の目的とする法律(第1条)
- 独占禁止法は違反行為(例: 価格カルテル、談合、再販売価格維持行為など)を排除・未然防止することで、**消費者が良質・廉価で、多様な商品・サービスを自由に選択できる環境を整備**
- 独占禁止法第1条の目的を達成することを任務として設置された**公正取引委員会は消費者の利益を確保するために重要な役割を担う行政機関**

広報活動の現状に対する主要な御意見・御要望(別紙2)

- 平成21年9月に消費者庁に移管された景品表示法は消費者に身近な法律であったが、**独占禁止法はよく知らず、難しいというイメージ**がある。また、従来の公正取引委員会の消費者向け広報は景品表示法の説明に偏っていた。今後は、**独占禁止法が一般消費者の利益の確保に寄与していることを分かりやすく説明し、理解を深めるような広報活動**を実施すべき。
- 公正取引委員会のウェブサイトは専門家向けの情報が充実しているが、広く一般消費者の理解を深めるため、**消費者・子供向けのコンテンツを充実すべき**。
- 中学生、高校生、大学生向けの**独占禁止法教室**は有意義であり、**全国各地で積極的に開催**すべき。
- **一般消費者向けのセミナー**を開催するなど、**一般消費者を対象とした広報イベントを積極的に開催**すべき。

調査時期	平成21年10月～平成22年3月
調査対象	ヒアリング調査(有識者85人, 7消費者団体) ウェブ・アンケート調査(一般国民1000人)

広報活動の現状(別紙1)

- 各種パンフレット・DVDの作成・配布
- 公正取引委員会ウェブサイトによる情報掲載
- メールマガジン配信など
- 出前授業(独占禁止法教室)の開催(中学生・高校生・大学生向け)
- 庁舎見学ツアーの開催(小学生・中学生・高校生向け)

今後の取組(別紙3)

- 一般消費者・子供向けの新しいコンテンツの作成(4月21日公正取引委員会ウェブサイト公開)
- 違反事件を分かりやすく説明するコンテンツの作成(対象商品・サービスのイラスト化など)
- 出前授業(独占禁止法教室)の積極的な開催
- 一般消費者向けの対話型・参加型イベントの開催
- 「一日公正取引委員会」の各地における開催

一般消費者向け広報の意義

- **自衛効果**(例: 違反被疑行為を見つけて公正取引委員会に措置を求める, 談合など税金の無駄遣いを監視する)
- **牽制効果**(例: 消費行動を通じて企業の違反行為を抑止する)
- **予防効果**(例: 消費者が民間企業の従業員や株主でもある場合に違反行為の実行を差し控えさせる)