



広報活動に対する調査

- **ヒアリング調査の概要 (消費者団体)**
- **ヒアリング調査の概要 (独占禁止政策協力委員)**
- **ウェブ・アンケート調査の概要**
- **広報活動に関する新聞報道調査**

ロ ヒアリング対象

- 消費者団体 (主婦連合会, 東京都地域婦人団体連盟, 日本生活協同組合連合会, 全国地域婦人団体連絡協議会, 全国消費者団体連絡会, 消費科学連合会, 財団法人日本消費者協会)

ロ ヒアリング調査の概要 (平成21年10月～平成22年1月)

- 消費者・消費者団体の公正取引委員会の広報活動に対する認識
 - ✓ 消費者団体としては独占禁止法や公正取引委員会の重要性は認識しているものの、一般の消費者の独占禁止法の知識や関心は高くないと考えられる。
 - ✓ 独占禁止法や下請法の運用を中心とした公正取引委員会の活動は, 平成21年9月に消費者庁に移管された景品表示法の問題のように消費者利益に直結するものではないので, 身近でない感じがしやすく, 難しいというイメージがある。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おり, 独占禁止法に関する広報が不足していたと思われる。
 - ✓ 公正取引委員会の活動が消費者の利益の確保に寄与していることは, 一般消費者は皆知っておくべきことであるので, 消費者に分かりやすい広報をすることは重要である。
- 消費者 向けの広報活動に対する意見・要望
 - ✓ 消費者向けのセミナーの開催
 - ・ 中学生向けの独禁法教室で行っているような参加型の学習を消費者向けのセミナーとして実施してほしい。
 - ・ 一般消費者にとって身近な事例を説明材料として取り上げて説明してはどうか。
 - ・ 競争制限行為が消費者に与える不利益や公正取引委員会の法的措置によって保護された消費者利益について積極的に説明してほしい。
 - ✓ 消費者に分かりやすい資料の作成
 - ・ 公正取引委員会のウェブサイトの消費者向けのコンテンツを充実させるなどインターネットによる広報を強化してほしい。
 - ・ 資料の内容は, 消費者が身近に感じることができるといような具体的事例から説明を広げていくことにより, 公正取引委員会の活動が消費者の生活と関係のあることを示す必要がある。
 - ・ 文字を羅列した資料ではなく, 視覚的に理解できるような資料を作成してほしい。

□ 独占禁止政策協力委員とは

- 公正取引委員会の競争政策への理解の促進と地域の経済社会の実情に即した政策運営を行うため、平成11年から各地域の学識経験者、企業経営者等の有識者(全国約150名)に委員を委嘱
- 懇談会等の開催を通じて、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・要望の聴取等を実施

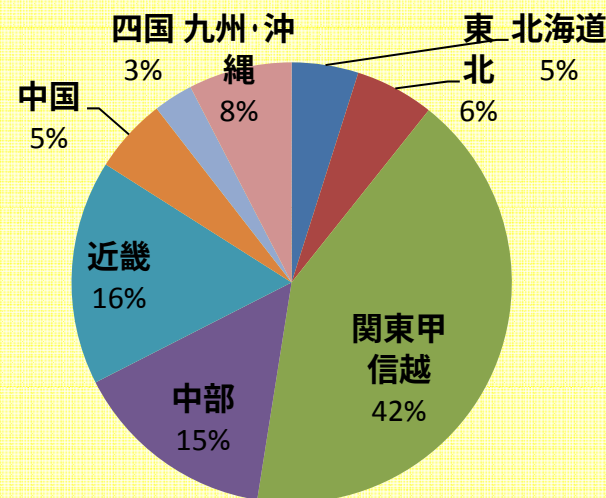
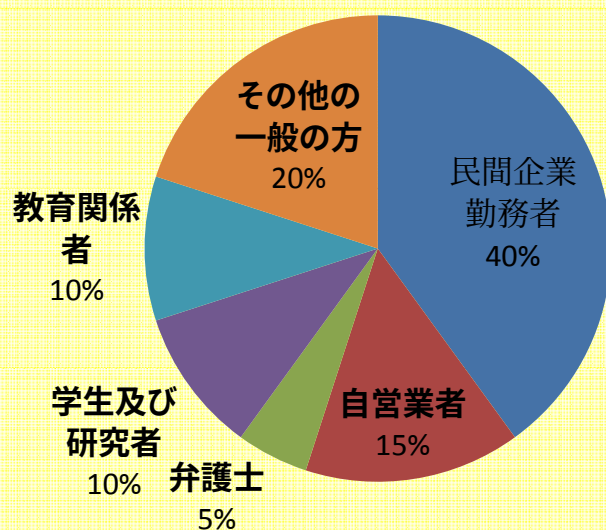
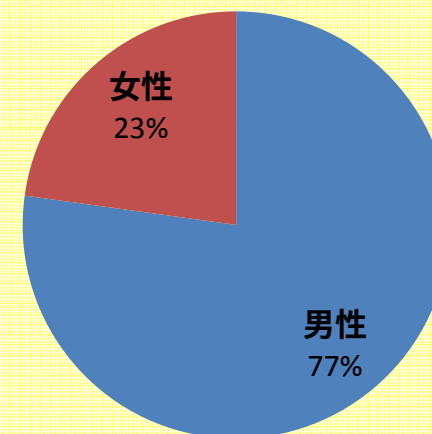
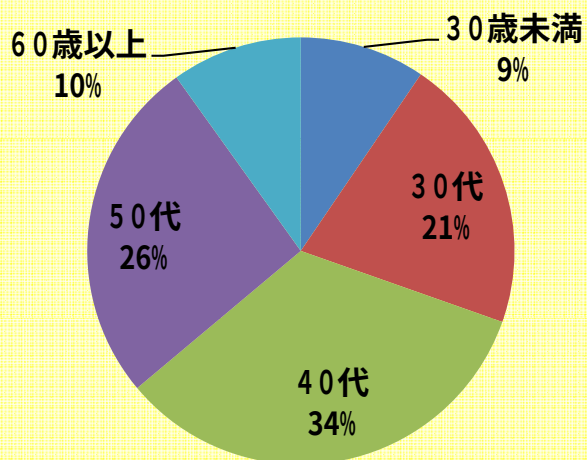
□ ヒアリング結果の概要 (平成21年10月～平成22年3月に84人からヒアリング)

- 公正取引委員会の広報活動に対する認識
 - ✓ 商工会議所の会員でも公正取引委員会や独占禁止法について、**名前は知っているが中身は知らない**者も多い。独占禁止法は、中小企業や消費者にとっては接点が乏しく、**とっつきにくいイメージがある**。(企業経営者)
 - ✓ 公正取引委員会のHPは専門家にとっては貴重な情報がタイムリーに掲載されているので、高く評価できるが、**消費者向けの情報は乏しい**。(学者)
- 消費者向けの広報に対する意見・要望
 - ✓ **独占禁止法教室の全国各地での積極開催と消費者向けのイベントの開催**
 - ・ 子供から大学生まで、公正かつ自由な競争とはどのようなものかを教えていく必要がある。(企業経営者)
 - ・ 公正取引委員会に親しんでもらうようなイベントが必要。現状の情報発信は地味であり、もっと派手さがあってもよい。(消費者問題専門家)
 - ・ **懇談会や出前授業は、回数を増やして地域の隅々まで行うべき**。(企業経営者)
 - ✓ **分かりやすい資料作成**
 - ・ 昨年度から、公正取引委員会の活動によって保護された消費者利益を公表したことは驚きであった。公正取引委員会の役割が具体的にイメージでき、高く評価できる。今後も継続的にデータを公表してほしい。(報道関係者)
 - ・ 広報は弁護士や企業法務担当者のみを対象とするのではなく、消費者を対象とすることも必要であり、分かりやすい資料作成が重要である。(消費者問題専門家)
 - ✓ **マス・メディアの有効な活用**
 - ・ マス・メディアをもっと積極的に活用すべき。イメージ改善のためにも、教育現場での啓蒙活動をマス・メディアをうまく利用して広く周知してはどうか。(報道関係者)
 - ・ 全国的な広報案件であっても、地方記者クラブにも資料配布するなど、地方へのアプローチをしっかりと取り組む必要がある。(報道関係者)

□ 調査の概要

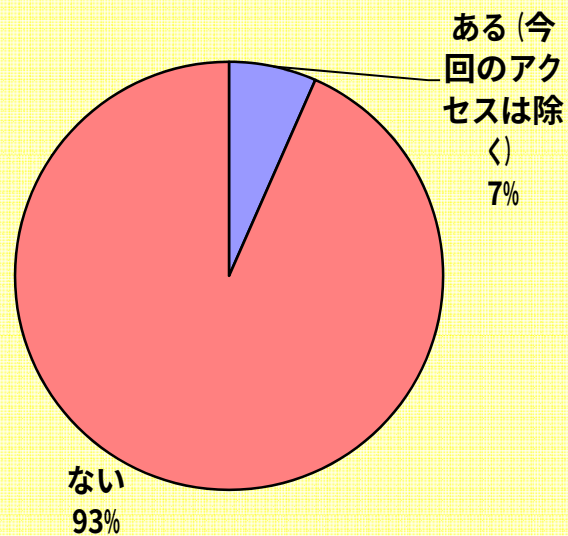
- 調査名:「公正取引委員会の広報活動に関する調査」(ウェブ・アンケート調査)
- 調査期間:平成22年3月29日～31日
- 調査対象者・回答数:エヌ・ティ・ティ・ナビスペース株式会社のウェブモニター1000名

□ モニターの属性

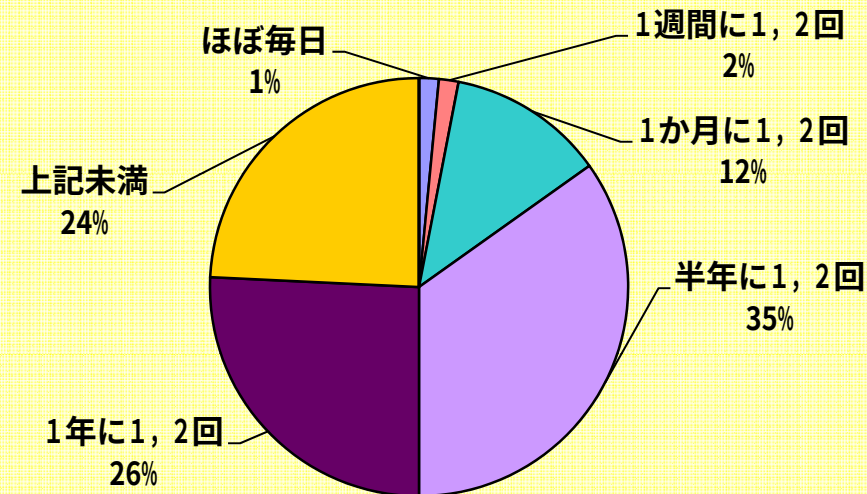


□ 公正取引委員会のウェブサイトへのアクセスについて

- 公正取引委員会ウェブサイトについて、アンケート対象者の93%が「アクセスしたことはない」と回答している。
- また、ウェブサイトに「アクセスしたことがある」と回答した者であっても、「半年に1, 2回」(35%)、「1年に1, 2回」(26%) 程度しかアクセスしていない。



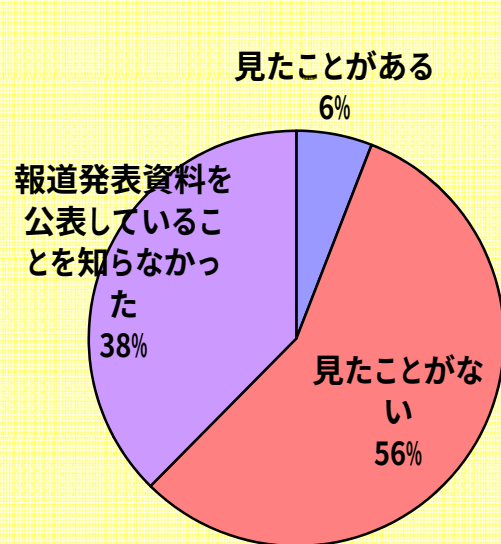
回答数=1000



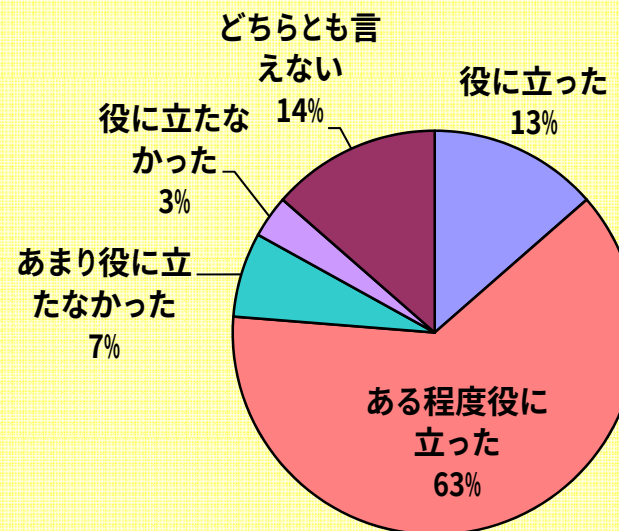
回答数= 66

□ 報道発表資料について①

- 公正取引委員会ウェブサイトにおいて公開している報道発表資料について、アンケート対象者の94%（「その他の一般の方」にあっては96%）が「見たことがない」又は「報道発表資料を公表していることを知らなかった」と回答しており、認知度は低い。
- しかし、報道発表資料を「見たことがある」と回答した者の76%は、「役に立った」又は「ある程度役に立った」と回答しており、その理由としては、「自己の業務や研究など個人的に活用できた」（64%）、「独占禁止法・下請法に関する理解が深まった」（57%）、「公正取引委員会の活動に関する理解が深まった」（44%）などとしている。



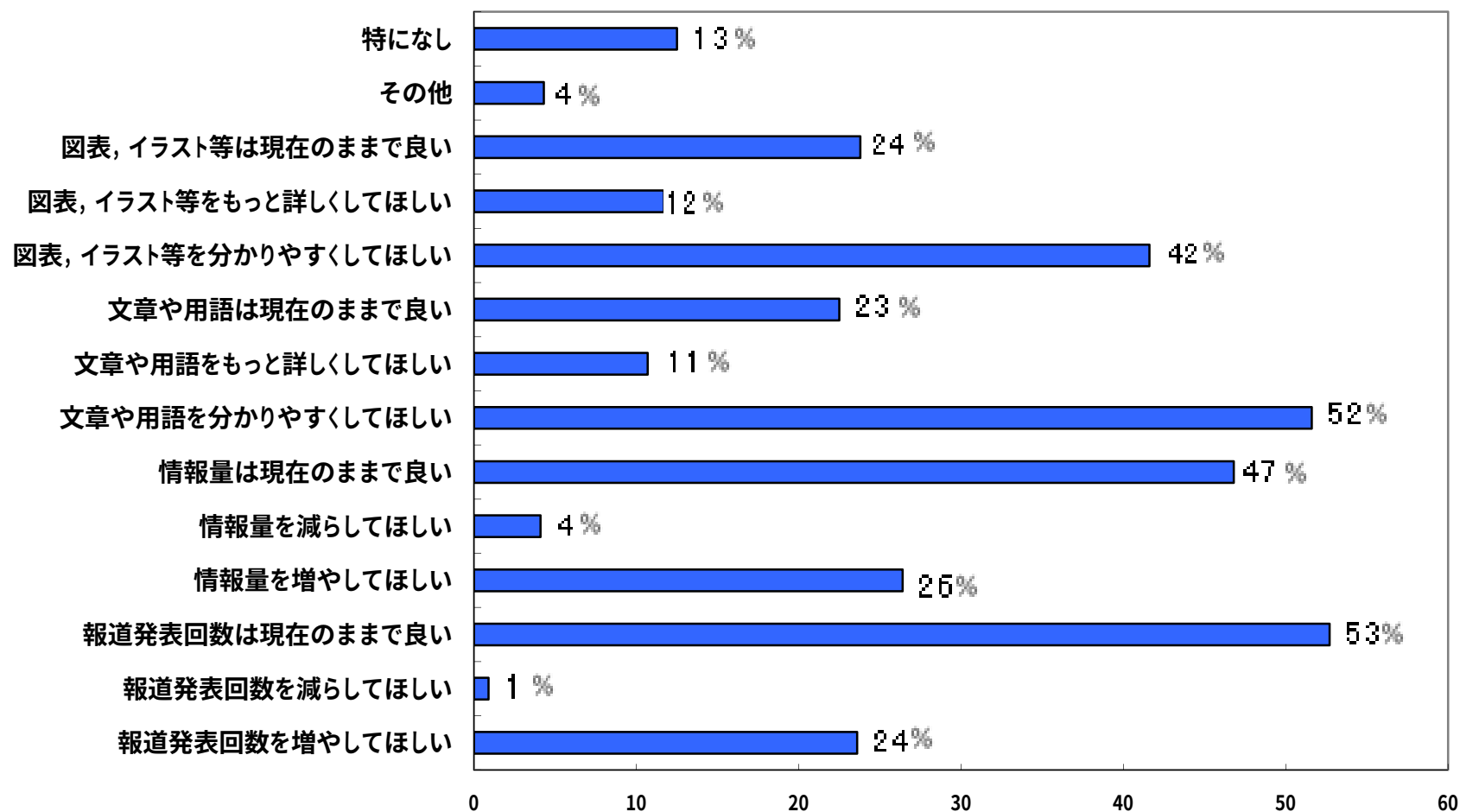
回答数=1000



回答数= 59

□ 報道発表資料について②

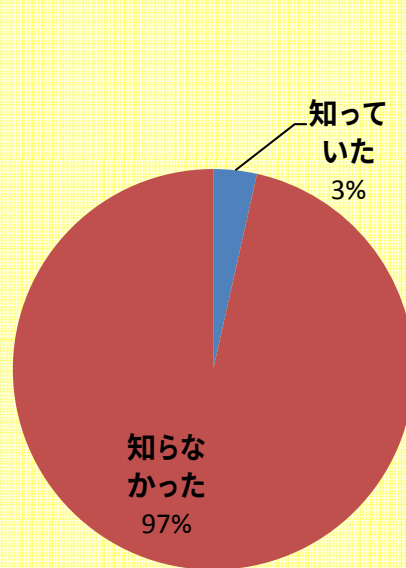
- アンケート対象者に今後の御意見・御要望を聞いたところ、「文書や用語を分かりやすくしてほしい」(52%)、「図表、イラスト等を分かりやすくしてほしい」(42%) 等があった。



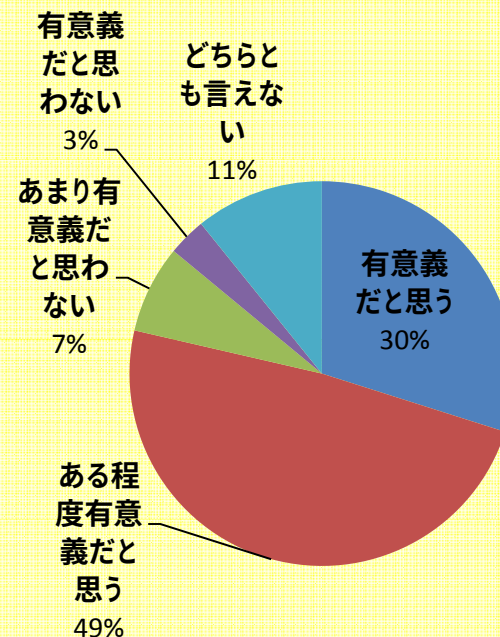
回答数(複数回答可)=1000

□ 独占禁止法教室について①

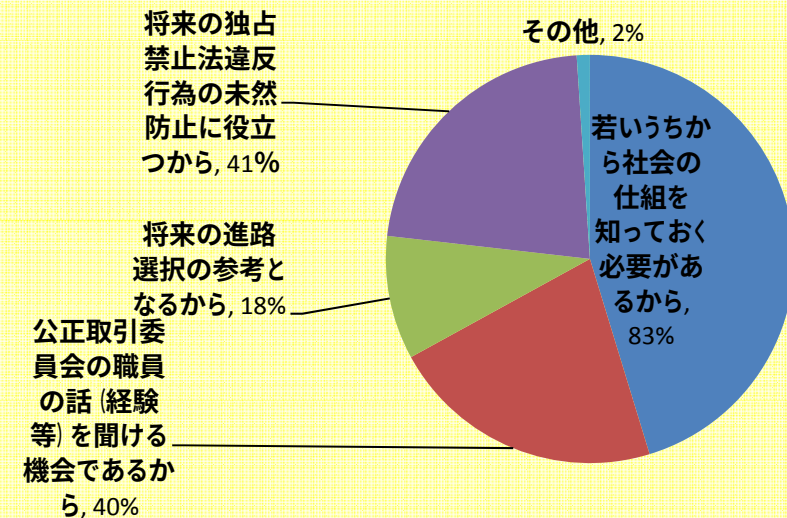
- 中高生及び大学生向けの独占禁止法教室はアンケート対象者の97%が「知らなかった」と回答しており、認知度は低い。
- ただし、アンケート対象者の79%は「有意義だと思う」又は「ある程度有意義だと思う」と回答しており、その理由は、「若いうちから社会の仕組みを知っておく必要があるから」(56%)、「将来の独占禁止法違反行為の未然防止に役立つから」(41%)、「公正取引委員会の職員の話(経験等)を聞ける機会であるから」(40%) などとしている。



回答数=1000



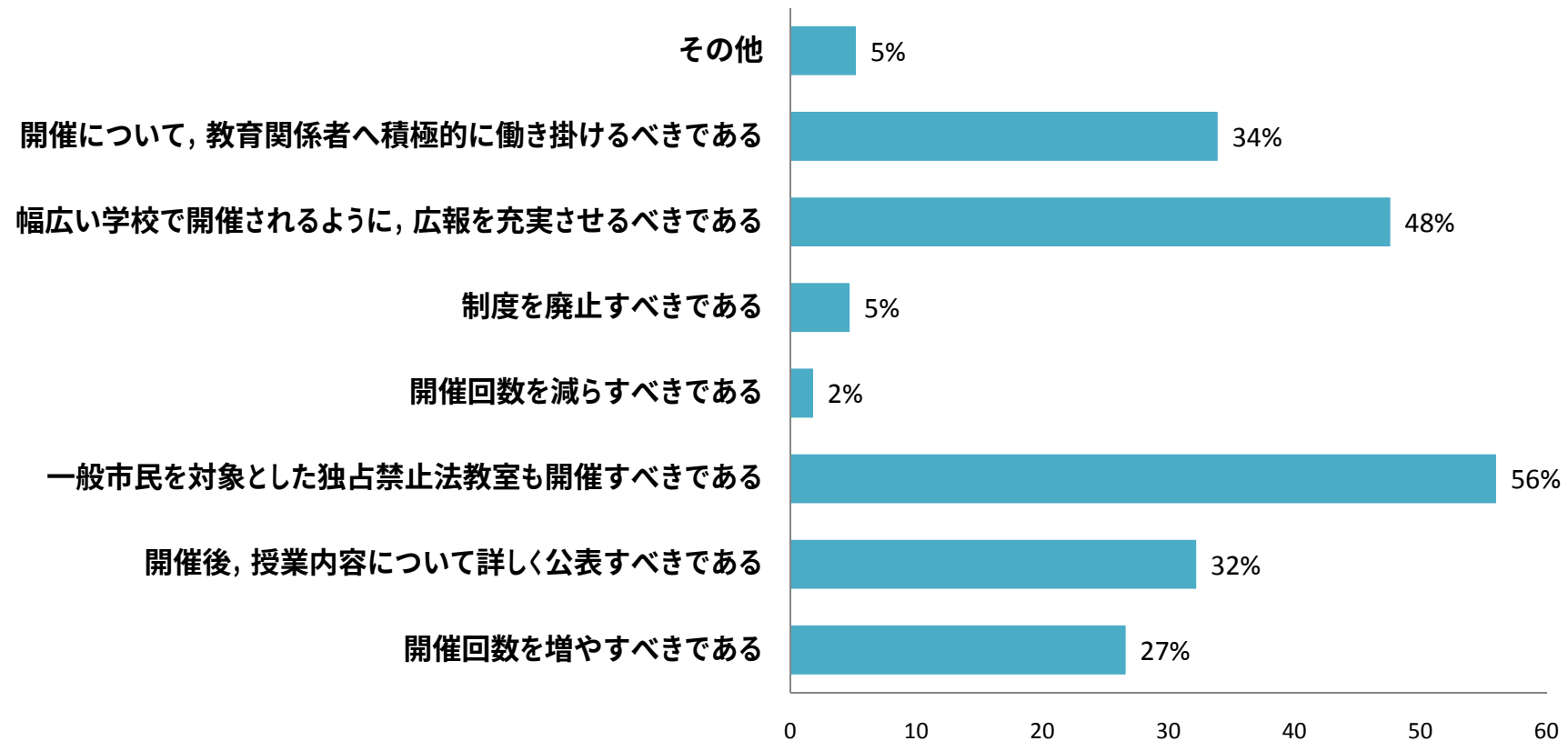
回答数=789



回答数=1000

□ 独占禁止法教室について②

- アンケート対象者に今後の御意見・御要望を聞いたところ、「一般市民を対象とした独占禁止法教室も開催すべきである」(56%)、「幅広い学校で開催されるように、広報を充実させるべきである」(48%)、「開催について、教育関係者へ積極的に働き掛けるべきである」(34%)等があった。



回答数 (複数回答可) =1000

現行の広報活動を評価する御意見・御要望

民間企業勤務者	いざって時、知っていて損のない内容なので、もう少し広報活動をやった方が良いと思う。
民間企業勤務者	関連部署に居ないとあまり馴染みの無い事柄だが、覚えておいても不足はないと思うので、一般的な会社員にも分かり易い言葉で、活動内容を周知していったらいいのではないかなと思う。
民間企業勤務者	企業向けの下請法研修を受けたが、とても勉強になった。日本は社会的規則に対する認識や重要性への認識が乏しく、知らずに法を犯していることが多々ある。そのような知識不足により加害者・被害者は発生することを防止するためにも、学生を含めた学習の機会をもっと増やすべきだ。
その他の一般の方	いろいろな活動を行っているのに、周知されていなくて勿体ないと思いました。学生への出前授業も良いのですが、より独占禁止法などが身近にある（なのにそれをよく知らない）社会人への授業をこれから行って頂けたら意義がより良く周知されるように思います。授業は無理だとしても、パンフレットを様々な場所に置くなど広報の幅広い展開が必要かなと感じました。
その他の一般の方	広報内容そのものは充実していると思うが、PR不足があると思う。ホームページも有意義であるが、市役所等も含む各官庁にパンフレットを置くとか、出張授業なども行い、周知徹底に努めたほうがよいように思う。
その他の一般の方	ニュースで子供たちに対して独占禁止法の教育を実施していることを知ったが、広く国民に周知する方法としてすばらしいことなので継続していただきたい。
学生・研究者	学生の内に知識として得ておく事は良いことだと思うので、もっとPRをしたり教育機関等に呼びかけるのが良いのではないのでしょうか。私が学生の時期にDVDや講習のようなものがあれば感じてしまった。
教育関係者	一般の人たちや子供たちに自由に競争するにもルールがあること、公正取引委員会ができた歴史、どのような活動（仕事）をしているのか、知るための機会をもっと増やしてほしいです。世の中のことを知らずに大人になり、コンプライアンス（法令遵守）の意識が低い若者が多いように感じます。
教育関係者	中学生や高校生への啓蒙活動はたいへん有意義だと思います。特に商業高校や工業高校などすぐに社会へ出ることを前提としている高校生に教えてあげたい内容です。
自営業	自由資本主義体制の国家に必要な欠くべからずのシステムであることを国民ひとりひとり理解できるまで、徹底広報することが必要です。
自営業	色々な活動をしていることを積極的に広報して国民に知らせるべきだと思う。
自営業	我が国では企業の論理がまかり通り消費者の真の声が聞こえない（聞こうとしない）環境が多々あるが、それを守る独占禁止法について一般庶民に分かりやすく情報を提供する広報活動は大変重要で、公平な社会づくりの基礎である。
弁護士	公表されている情報が多くて調査の際に役に立つので、今後も積極的に情報発信をしてほしい。
弁護士	公正取引委員会について一般の方は具体的なイメージがつかめていないと思われるので、積極的なPR活動を展開して欲しい。また、委員会の存在が国民生活にどのように寄与しているかを、具体的にアピールして欲しい。

現行の広報活動の問題点・課題を指摘する御意見・御要望

民間企業勤務者	意外と色々な活動をしているのだなと思ったが、全体的に活動が低調なのと、広報不足の感は否めないと思う。もっと積極的に活動を広めていくべき。
民間企業勤務者	広報活動は必要だと思いますが、目的や成果がはっきりしない無駄なものは廃止した方がいいと思います。事業者向けにコンプライアンス教育として実践的な広報活動をすればいいと思います。
民間企業勤務者	全体的に字が多すぎて（読書好きの私でも）読みたくなる。あまりなじみのない話なので、図やグラフなどを使用し分かりやすくなればよいと思う。
その他一般の方	公正取引委員会がどんなことをしているか一般的にはあまり知られていないと思う。だけど生活にかかわる事柄も多いと思われるので、もっと身近に感じられるようなホームページやメルマガの内容にしてほしい。今回拝見させていただいたが、文章だけで表現されてもあまり読む気になれなかったり、興味があっても文章が難しく、結局よく理解できないものが多かった
自営業	多くの情報が公開されていて役に立ちそうでよいと思いますが、いかんせん情報の羅列のみのいかにもお役所という感じでとっつきにくい。
学生・研究者	とにかく、もっと市民に身近になってもらうには長い文章やわかりにくい言葉ではなく、まず、短絡簡潔に伝える所から、詳細に入った方がいいと思う。また、HPはシンプルだが、親しみのあるイラストや分かり易くしようという歩み寄りが感じられる雰囲気ではない為にある程度の専門性のある人間にしか近寄りたない感じがする。大手ビジネスの世界にいる人ばかりが取引に関わるわけではないのだから、子供だけではなく、もっと大人が楽しく学べるようにしてほしい
学生・研修者	もっと人を惹きつける文章、配布物、イラスト、映像制作を心がけるべきではないかと思う。一昔前の、素人レベルな物を見せられても、これから担っていく若者は興味を持たない。
教育関係者	文字の羅列が多く、読みにくい点を一考してほしい。学校への講師派遣は教育現場にいる者として、とても興味を持った。ぜひ検討したい。
教育関係者	自分たちの生活に如何に役立っているかを具体的に広報して欲しい。
教育関係者	もう少しプレゼンの勉強をしてください。掴みから入ってポイントを絞り、視覚的効果（画像、映像など）を取り入れ、デザインもわかりやすく。まったくおもしろみにかけるもので、がっかりさせられます。良い働きをされているのだと思いますが、そのやり方がなんか「お役所」仕事みたいな印象をうけます。
弁護士	一般市民でも理解することができるような用語の使用をお願いしたい。
弁護士	一般人向けの「わかりやすさ」を追求しすぎて、内容のレベルが下がることのないようにと思います。
弁護士	金をかけずにやるように。

■ 調査期間・手法

- 調査名：「公正取引委員会の広報活動に関する広報効果測定について」
- 調査期間：平成21年1月～12月
- 調査対象記事：公正取引委員会官房総務課広報係で収集した関連新聞記事（全国紙及び地方紙）
- 委託事業者：ジャパン通信社
- 調査手法（広告換算算出方法）：メディアリサーチ社発行「media-data2009年版」における各媒体の広告料金の最小単位（1cm1段）を割り出し、実際に計測した記事面積に乗じて広告費を算出した。

■ 調査結果の概要

	記事件数	広告費換算（合計）	広告費換算（平均）
公正取引委員会の施策に係る全ての記事（2009年）	494件	9億2231万円	187万円
広報活動に関する記事	47件	2888万円	61万円
事務総長定例記者会見	20件	1549万円	77万円
地方有識者との懇談会	20件	942万円	47万円
独占禁止法教室	7件	397万円	57万円