



公正取引委員会の主な広報活動と課題

令和4年6月

公正取引委員会事務総局
官房総務課 広報係

エンフォースメント

～厳正な法執行による競争の回復～

● 違反事件審査

- 独禁法違反行為に対する機動的かつ効果的な法執行
- 下請法違反行為に対する簡易・迅速な処理

● 企業結合審査

ビジネスの実態に即した迅速かつ的確な企業結合審査

アドボカシー

～競争環境の整備～

- **ガイドラインの策定** 法運用の透明性・予見可能性の向上による違反行為の未然防止
- **実態調査** 競争制限的な民間慣行の改善
- **規制改革に関する推進・提言**
- **国際連携** 競争政策の国際的取組の推進
- **国民的理解の増進**

広報活動が重要な
役割を果たす

公正かつ自由な競争の促進を通じた
企業の活力向上、消費者の効用拡大、イノベーションの活性化

国民各層向け

- ア 新聞発表
- イ 事務総長定例会見
- ウ 公正取引委員会委員長と記者との懇談会
- エ 公正取引委員会のホームページ
- オ SNS（Twitter、Facebook、YouTube JFTC Channel）



主に事業者向け

- ア 各種講習会
- イ 独占禁止法等の解説動画等

主に消費者向け

- ア 消費者セミナー
- イ 独占禁止法教室
- ウ 庁舎訪問学習
- エ 一日公正取引委員会



このほか、国民各層から広く意見を聴く
広聴活動も実施

対象

- ・ 広く一般消費者を対象とする。
- ・ 実際は、各地の消費者団体を対象としたり、地方自治体が主催する市民大学の講座を利用するなどしてセミナーを実施。



内容

- ・ 独禁法だけでなく、景品表示法の紹介の要望も多い。
- ・ 説明だけでなく、クイズを用いるなどしている。



実施状況

平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
92	83	82	49	53

対象

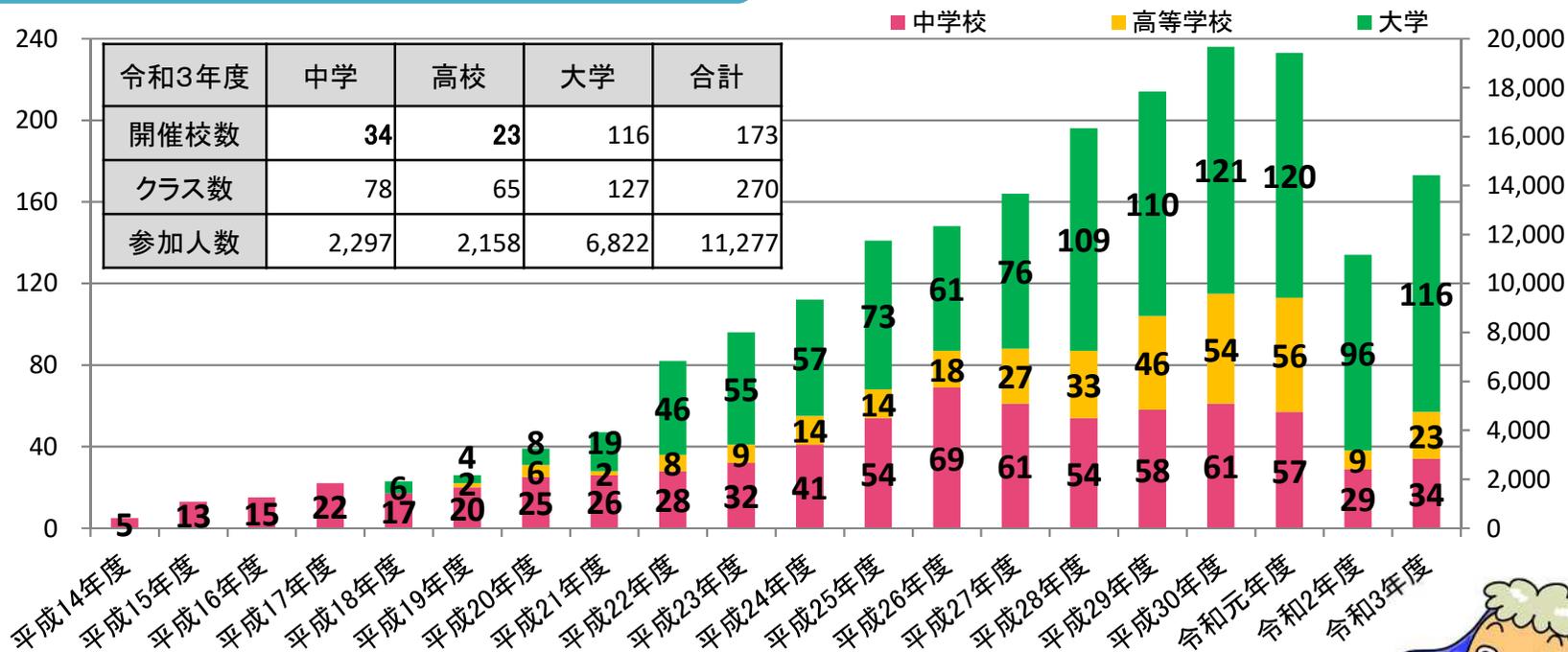
- 平成14年に中学生を対象を開始し、その後大学生、高校生へと対象を拡大。
- 大学生の場合は、主に法学部の学部生を対象とする。



内容

- 大学生向けは、基本的には講義形式で独禁法の基本を解説。
- 中学生、高校生向けでは、生徒を飽きさせないように、一方的な講義ではなく生徒側の参加を求める下記のような出し物を実施
 - 生徒を消費者、事業者（販売店経営者）に振り分けて、商品（携帯電話等）の販売方法のアイデアを考えてもらうシミュレーションゲーム
 - 担当教員を審査対象事業者の代表者に見立てた模擬立入検査
- 二次的な広報につながるよう、独禁法教室は報道機関の取材を受け入れている。

実施状況



課題

- ・ コロナ禍の中で非対面での実施が求められている。
- ・ 公正取引委員会の活動領域がデジタルなど専門的知識を要する分野へ拡大していることに伴い、独禁法教室（大学向け）も従来の法学部以外の学部生を対象とするものに広げようとしているところ



対象

- 公正取引委員会は、本局のほか、全国にブロック単位で7か所の地方事務所（一部は支所）があるのみ。
- その他の多くの地域における公正取引委員会の認知度向上のため一日出張所を開き、その地域の事業者、消費者（消費者団体、学生）、行政を対象とする講演会、相談会等を実施

内容

- 独禁法、下請法、消費税転嫁対策特別措置法、官製談合防止法、景表法の講演会
- 各種相談の受付、一日出張所開催場所近くの学校で独禁法教室を実施

実施状況

- 原則として本局及び各地方事務所・支所が年に一度、所在地以外の府県一か所において開催

対象

- 各種報道機関の公正取引委員会担当記者

内容

- 原則として毎週水曜日開催
- その時点における公正取引委員会のホット・トピックスを総長から説明し、質疑応答を受ける。
- 説明、質疑応答の様子は公正取引委員会のホームページに掲載

実施状況

- 令和3年度：40回



年間アクセス数

令和元年度 : 約 2 6 7 1 万件
令和2年度 : 約 2 5 7 5 万件
令和3年度 : 約 2 7 5 4 万件

課題

- ホームページ上の情報が見つげにくい。
 - 関連する情報があちこちに散在する。
 - 深い階層に置かれていて見つげられない。
- ➡ 「価格転嫁施策パッケージ」、「アドボカシー活動」、「デジタル」、「法改正」など重要なコンテンツをまとめたページをホームページ内に設置し、トップページのボタンから誘導
- アクセス数の頭打ち。ホームページに掲載することで広く周知したつもりになっていないか。必要とする関係者に情報が届いているか。

➡ SNSの積極的な活用

Twitterの**リツイート機能**により公正取引委員会の活動に直接興味がない層にも情報内容を伝えることが可能。リツイートしたくなるような、分かりやすく、目に留まる投稿を作成する。



媒体

- ア Twitter、Facebook
- イ YouTube JFTC Channel

内容

- ア Twitter、Facebook
 - 事件処理等公正取引委員会の新聞発表はもとより、採用情報、独禁法教室や各種講演会の開催案内等を細かく発信
 - さらに、事件処理の投稿後にその事件で用いられた独禁法の規定の解説を投稿したり、新社会人向けに独禁法や下請法の優しい解説をクイズなども交えながら連載するなどしている。
- イ YouTube JFTC Channel
 - 独禁法、下請法等の説明のほか、優越的地位の濫用行為や法改正など特定のトピックに絞った解説動画も掲載（現在36本）



➡ 以下ではTwitterを対象に説明

実施状況

	令和元年度	令和2年度	令和3年度
投稿数(概数)	487	371	402
フォロワー数	55,186	67,560	73,303
平均インプレッション数	9,877	12,676	11,076
平均エンゲージメント率	1.71%	2.70%	2.17%

注1：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。

2：エンゲージメント率とは、ある投稿に対しどの程度エンゲージメント（「リツイート」、「いいね」、「リンク等のクリック」等）があったかを測る指標のことである。

外部アドバイスの活用

- ・ 民間のPR会社とアドバイザリー契約を交わし、投稿内容の工夫に係るアドバイスを受けたり、投稿内容の事後検証などをしてもらっている。



改善例① (採用情報に関する投稿)

- ・目を引くようにイラストを多用する
- ・「○○の皆さん」と呼びかけることで対象を明確化する
- ・「～ですか？」等の問いかけで興味を引く
- ・「採用情報」としての統一感を出すため、画像の背景 (庁舎写真) を統一する



改善例②（独占禁止法教室のお知らせ）

改善前



【独占禁止法教室のお知らせ】
 将来を担う学生の皆さんに、競争の意義と #独占禁止法 の役割を理解してもらうため、職員による独占禁止法教室を開催しています。

開催予定
 7/5 #北海道教育大学 函館校
jftc.go.jp/houdou/pressre...
 7/5 #岐阜大学
jftc.go.jp/houdou/pressre...

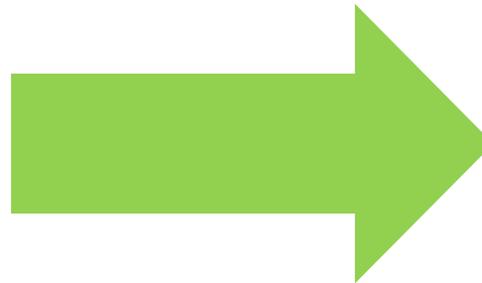
#北海道 #函教大 #岐阜

独占禁止法教室
 ～大学生向け～

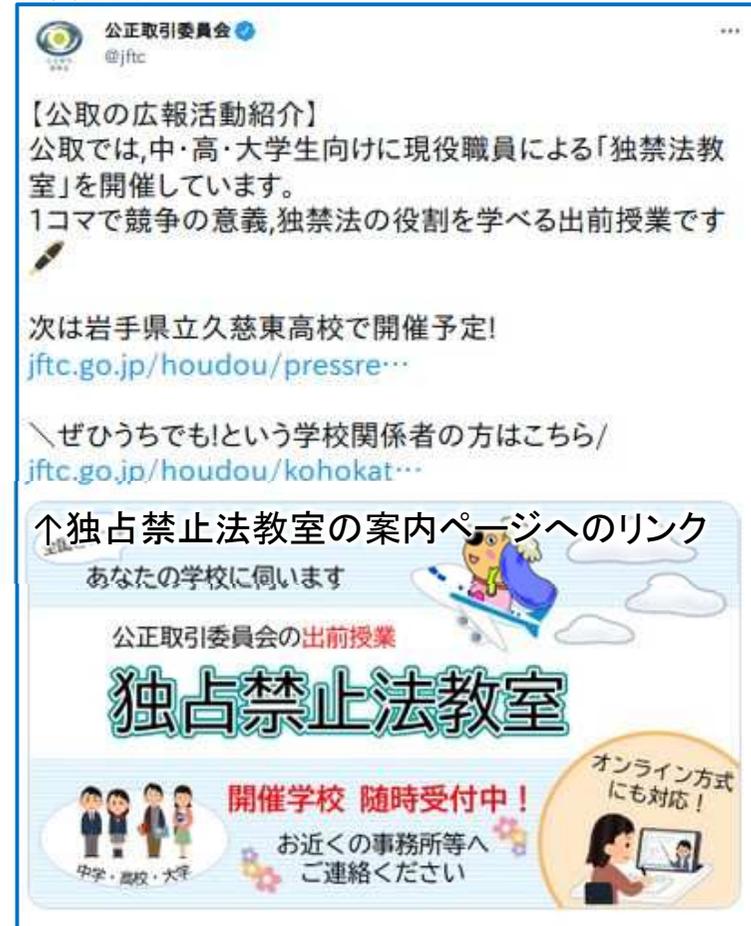
大学生向けの独占禁止法教室は、通常の講座や外部講師による特別講座などに対して、公正取引委員会の職員を派遣して開催する出前授業です。

競争法の目的や学生が将来、経済活動に参加する際に直面する独占禁止法とのかわりについて講義し、学生からの質問にお答えしています。

オンライン方式でも開催しています



改善後



【公取の広報活動紹介】
 公取では、中・高・大学生向けに現役職員による「独禁法教室」を開催しています。
 1コマで競争の意義、独禁法の役割を学べる出前授業です

次は岩手県立久慈東高校で開催予定!
jftc.go.jp/houdou/pressre...

＼ぜひうちでも!という学校関係者の方はこちら/
jftc.go.jp/houdou/kohokat...

↑独占禁止法教室の案内ページへのリンク
 あなたの学校に伺います

公正取引委員会の出前授業

独占禁止法教室

開催学校 随時受付中!
 お近くの事務所等へご連絡ください

オンライン方式にも対応!

アドバイザーからの指摘

- ・学校向けに開催するため一般参加はできないのに、独占禁止法教室への参加募集をしているように読めてしまう
- ・この投稿をする目的（「公取はこんな活動もしているのか」と知ってほしい）を踏まえて文章を検討すべき

インプレッション数、エンゲージメント率が多かった投稿

コンビニ実態調査

公正取引委員会 @jftc

【報道発表 #コンビニ 実態調査】
#コンビニエンスストア 本部と加盟店との取引等に関する実態調査報告書を公表しました。
#コンビニオーナー の現状、**#時短営業**、**#仕入数量の強制**などの調査結果をまとめています。
 詳細はこちら⇒jftc.go.jp/houdou/pressre...
#実態調査

アップルに対する件

公正取引委員会 @jftc

【アップルに対する審査終了(違反の疑い解消)】
 アップル(米国法人)がアプリ提供事業者の事業活動を制限している疑いについて、同社から関連するガイドラインの改定等(アウトリンク許容)の改善措置の申出があったことから審査を終了しました。
jftc.go.jp/houdou/pressre...
 英語版⇒jftc.go.jp/en/pressreleas...

《現状》ウェブサイト等への誘導の禁止

スマートフォン向けアプリ開発者 (Apple App Store)

デジタルコンテンツ等 (音楽配信事業者)

手数料 15又は30%

アプリ (外リンク誘導禁止、再リンク誘導禁止、再リンク誘導禁止)

リーダーアプリ (再リンク誘導禁止)

ウェブサイト等 (15%以上の割合、サブドメイン含む)

ユーザー

飲食店ポータルサイト実態調査

【報道発表】
 皆さんは飲食店ポータルサイトの仕組みや取引をご存じですか？
 飲食店ポータルサイトとは、飲食店を予約したり、口コミを投稿したりできる、いわゆる**#グルメサイト**のことです。本日公表の報告書でその実態を明らかにしています。
jftc.go.jp/houdou/pressre...
#実態調査

フリーランスへのアンケート募集

公正取引委員会 @jftc

【#フリーランスの皆様へアンケートのお願い】
 報酬が支払われない、#契約書面がもらえないなど、取引上のトラブル等に関するエピソードをお寄せください！
 いただいた情報も参考に、今後、フリーランスとの取引について、関係省庁連名のガイドラインを策定します。
jftc.go.jp/oshirase/freel...

フリーランスの皆様へアンケートのお願い

7/31まで

取引上のトラブル等に関するエピソードをお寄せください

エンゲージメント増の要因

- ・ 認知度の高いサービスや事業者に関する投稿はエンゲージメント数が多く（例：コンビニ実態調査、アップルに対する件）、コンテンツの良し悪しによるところは確かに大きい。
- ・ しかし、コンテンツだけではない。飲食店ポータルサイトの実態調査に関する投稿では、調査報告書の言葉（飲食店ポータルサイト）をそのまま使うだけでなく、「グルメサイト」などのより日常的な言葉を用いることでフォロワー数の多いインフルエンサーの目に留まり、リツイートされたことが多くのエンゲージメントにつながったと分析されている。また、フリーランスへのアンケート募集に関する投稿は、対象者や締切等の情報が明確で分かりやすい投稿であったと評価されており、分かりやすさがインフルエンサーによるリツイートにつながったと考えられる。

➡ 表現方法など投稿者側にまだ工夫の余地がある。

- 公正取引委員会やその活動に対する認知度は**まだ低い**。
- ホームページに公表さえすればよいという単純な広報ではなく、想定する対象者ごとに媒体・手段を変えて、新しい技術も利用しつつ**つきめ細やかな広報が必要**。
- 潜在的に公正取引委員会の活動に関係するが、**関心がない事業者等に対するより一層のアプローチが必要**。
→ アプローチの手法としてどのような方法が効果的か。
- SNSの活用においては、**くだけ過ぎないように留意しつつ、分かりやすさ、なじみやすさを最優先に**。





<https://www.jftc.go.jp>

公取 で検索



@jftc



JapanFTC



JFTCchannel

