

令和2年度行政事業レビューシート ( 公正取引委員会 )

<b>事業名</b>	広報アドバイザー事業			<b>担当部局庁</b>	官房	<b>作成責任者</b>		
<b>事業開始年度</b>	平成30年度	<b>事業終了(予定)年度</b>	終了予定なし	<b>担当課室</b>	官房総務課	原 一弘		
<b>会計区分</b>	一般会計							
<b>根拠法令</b> (具体的な条項も記載)				<b>関係する計画、通知等</b>	-			
<b>主要政策・施策</b>				<b>主要経費</b>	その他の事項経費			
<b>事業の目的</b> (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、ソーシャルメディア(Twitter, Facebook及びYouTube)による情報発信を行うに当たり、当該業務についての専門的知見を有する外部専門家からの助言等を受けることにより、効果的かつ効率的な広報を実現し、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。							
<b>事業概要</b> (5行程度以内。別添可)	本事業は、外部専門家(民間企業)との間で年間契約を締結し、ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた助言等(2か月に1回の面談及び電話等によるもの)を受けるものである。							
<b>実施方法</b>								
<b>予算額・執行額</b> (単位:百万円)	<b>予算の状況</b>	当初予算	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度	3年度要求	
		補正予算	-	3.5	1	1	1	
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-	
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-	
		予備費等	-	0.5	-	-	-	
		計	0	4	1	1	1	
	執行額			4	0.9			
	執行率(%)			100%	90%			
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)			114%	90%			
	<b>令和2・3年度予算内訳</b> (単位:百万円)	<b>歳出予算目</b>		2年度当初予算	3年度要求	主な増減理由		
競争政策推進委託費		1	1					
計		1	1					
<b>成果目標及び成果実績</b> (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標	単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標年度	目標最終年度
			成果実績	-	-	-	-	-
	目標値	-	-	-	-	-		
	達成度	%	-	-	-	-	-	
<b>根拠として用いた統計・データ名</b> (出典)								

成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載					チェック					
定量的な成果目標の設定が困難な場合	定量的な目標が設定できない理由及び定量的な成果目標	定量的な目標が設定できない理由		定量的な成果目標と平成29～令和元年度の達成状況・実績						
	事業の妥当性を検証するための代替的な達成目標及び実績	代替目標	代替指標	単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 2年度	目標最終年度 年度	
		効果的かつ効率的な情報発信を行うために、外部専門家の知見を活用すること。	外部専門家からの助言等を受けて改善した情報発信の件数	実績 件	-	57	183	-	-	
				目標値 件	-	-	50	120	-	
				達成度 %	-	-	100	-	-	
活動指標及び活動実績(アウトプット)	活動指標			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度 活動見込	3年度 活動見込	
	外部専門家からの助言等の件数(平成30年度は、①研修回数、②ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた助言等を行うための面談回数、③ウェブサイトに関するアクセス解析を通じた助言等を行うための面談回数等。令和元年度は、ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた面談における助言等の件数)			活動実績 件	-	141	106	-	-	
				当初見込み 件	-	137	100	100	100	
単位当たりコスト	算出根拠			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込		
	執行額/外部専門家からの助言等の件数(平成30年度は、①研修回数、②ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた助言等を行うための面談回数、③ウェブサイトに関するアクセス解析を通じた助言等を行うための面談回数等。令和元年度は、ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた面談における助言等の件数)			単位当たりコスト 円	-	28,494	8,792	9,405		
				計算式 円 / 件数	-	4,017,600/141	931,950/106	940,500/100		
政策評価、新経済・財政再生計画との関	政策	競争政策の普及啓発等 3								
		競争政策の広報・広聴 3-1								
	測定指標	定性的指標	目標	目標年度	施策の進捗状況(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・要望の把握を通じて競争政策に対する理解の増進状況	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る意見・要望の把握を通じて競争政策に対する理解を増進する。	-	<p>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競争政策に対する理解を増進する。</p> <p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>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分かりやすい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る意見・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。 (平成30年度実績) ①twitterフォロワー数[46,045名] ②twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数(注1)[11162.7] ③twitterの1投稿当たりの平均エンゲージメント数(注2)[191.1] (令和元年度実績) ①twitterフォロワー数[55,186名] ②twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数[9877.5] ③twitterの1投稿当たりの平均エンゲージメント数[253.3] (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。 (注2)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」、「メディアの再生数」等の合計であり、フォロワーが反応した回数である。</p>					

関係	新経済・財政再生計画改革工程表	2019	KPI (第一階層)		単位	計画開始時 年度	元年度	2年度	中間目標 年度	目標最終年度 年度
			成果実績	目標値						
	(第一階層) KPI		成果実績	-	-	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-	-	-
			達成度	%	-	-	-	-	-	-
	(第二階層) KPI		成果実績	-	-	-	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-	-	-
			達成度	%	-	-	-	-	-	-
本事業の成果と取組事項・KPIとの関係										

事業所管部局による点検・改善

	項目	評価	評価に関する説明
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。	○	効果的な広報により競争政策への理解を促進することは、独占禁止法違反行為などの未然防止等に直結する。他方、政策内容の専門性から難解であると思われがちであるため、外部専門家からの助言等を得て、国民各層に普及が広がっているソーシャルメディア等を活用した効果的な広報活動を行うことは、国民や社会のニーズに応えるものである。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	公正取引委員会の広報活動は事件の措置公表等の高い機密性を要する業務であり、また、複雑な事案を正確に情報発信する必要があることから、地方自治体、民間等に委ねることができない。
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	競争政策への理解度を高めるためには、分かりやすい広報が不可欠であり、国民各層に普及が広がっているソーシャルメディア等を活用した効果的な情報発信を行う上で本事業は必要かつ適切であり、優先度が高い事業である。
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。	○	
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。	無	委託事業者の選定は相見積りを原則とすることにより、競争性の確保を図っている。
	競争性のない随意契約となったものはないか。	無	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	-	-
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	相見積りを原則とすることにより、競争性の確保とコスト削減を図っている。
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	-	-
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	○	使途は、専門的知見を有する外部専門家から助言等を受けることであり、他に使途はないことから真に必要なものに限定されている。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-	
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	○	ソーシャルメディアの運用に関する分析を通じた助言等に関しては、投稿前に外部専門家に照会して適時に助言を受けるものと、2か月に1回の面談時にまとめて助言を受けるものを使い分けることとし(発注時の仕様としている)、外部専門家の本業務への拘束時間を少なくすることにより、費用の削減を図っている。	
成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	外部専門家からの助言を受け、「誰に対する投稿なのかを明確にすること」や「イベント告知等の画像は文字ではなく過去の開催風景の写真にすること」など、投稿の内容を改善し、国民に対して分かりやすい情報発信を行った結果、改善後の投稿において、インプレッション数やエンゲージメント数が上昇した投稿があった。これらの実績は、効果的かつ効率的な広報を実現し、競争政策に対する国民的理解の増進を図るという目標に合致するものである。	

事業の有効性	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。		○	投稿前に外部専門家から具体的な投稿案について適時適切な助言等を得ることで分かりやすい情報発信を行うことができる。研修等ではこのような効果は得られず、また、開催時期や回数が限定的である。よって、本事業は効果的に実施されている。			
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。		○	当初見込みどおりの助言回数である。			
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○	外部専門家からの助言を受け、「誰に対する投稿なのかを明確にすること」や「イベント告知等の画像は文字ではなく過去の開催風景の写真にすること」など、投稿の内容を改善し、国民に対して分かりやすい情報発信を行った。			
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)			-			
	所管府省名	事業番号	事業名				
点検・改善結果	点検結果	外部専門家からの助言を受けることにより投稿内容が改善され、当委員会の活動内容を分かりやすく効率的に発信することが可能となっている。これらのことから、効果的かつ効率的な広報を実現し、競争政策に対する国民的理解の増進を図るためには、引き続き、本事業により、外部専門家から助言を受けることが適当である。					
	改善の方向性	事業実施に当たっては、今後も相見積りを原則とすることにより、競争性の確保とコストの削減を図る。 引き続き、外部専門家からの助言等を踏まえて情報発信をすることにより、効果的かつ効率的な広報を実現し、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。また、今後については、外部専門家からの助言等を踏まえて、ショート動画等のSNSの新機能を活用して情報発信を行う。					
<b>外部有識者の所見</b>							
点検対象外							
<b>行政事業レビュー推進チームの所見</b>							
現状通り	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、本事業から得られた広報に係るノウハウの蓄積に努めることが重要と思われる。</li> <li>効果的な広報を行うために、前例にこだわらずに事業の内容を改善していくことが望ましい。</li> </ul>						
<b>所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況</b>							
現状通り	行政事業レビュー推進チームの所見のとおり、効果的な広報活動を行うためには本事業を継続して実施する。その際、本事業で得られたノウハウを蓄積するとともに、必要に応じてアドバイスを受ける対象等を見直し、有効かつ効果的なアドバイスを受けられるようにする。						
<b>備考</b>							
公正取引委員会公式SNS <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/koutori_sns/index.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/koutori_sns/index.html</a>							
<b>関連する過去のレビューシートの事業番号</b>							
平成22年度	-	平成23年度	-	平成24年度	-	平成25年度	-
平成26年度	-	平成27年度	-	平成28年度	-	平成29年度	-
平成30年度	新30-0001						
平成31年度	公正取引委員会 ( 0008 )						

