

平成26年度公正取引委員会政策評価委員会議事録

1. 日時 平成26年8月5日（火）10：30～11：15

2. 場所 官房第2会議室（11階）

3. 出席者

【政策評価委員】（五十音順）

小西 彦衛 公認会計士

田中 辰雄 慶応義塾大学経済学部准教授

田辺 国昭 東京大学大学院法学政治学研究科・公共政策大学院教授

【事務総局】

山本官房総括審議官，笠原官房総務課長，垣内官房総務課企画官，芹沢官房総務課長補佐，俵官房総務課政策評価係長

4. 議題 平成26年度政策評価（案）について

競争政策の広報・広聴

5. 配布資料（資料の掲載は省略）

資料1 実績評価書（案） 担当課：官房総務課

資料2 【参考】政策評価の標準化・重点化（総務省行政評価局資料）

資料3 事前分析表

6. 議事録

【垣内官房総務課企画官】では、定刻となりましたので、始めさせていただきますと思います。

本日はお忙しい中、公正取引委員会の政策評価委員会にお集まりいただき、ありがとうございます。

公正取引委員会で政策評価を担当しております、官房総務課の垣内でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、行政事業レビュー外部有識者会合との合同開催としておりますが、私は政策評価委員会の司会進行を務めさせていただきますとともに、政策評価書案について御説明させていただきます。

なお、本日は所用により、柿崎委員，若林委員，御兩名御欠席となっております。

また、田中委員から、所用により遅れて御出席との御連絡を受けているところがございます。

政策評価ですけれども、昨年、目標管理型の政策評価の実施に関するガイドラインが策定されまして、目標管理型の政策評価に関しましては、評価実施時期の重点化として、全ての項目を毎年度評価するのではなく、施策の節目ごとに実施するべきということとなりました。

そこで、本日の議題ですが、既にお手元に資料をお配りしておりますが、本年は評価実施時期の重点化の初年度ということもありまして、官房総務課で行っております競争政策の広報・広聴を評価の対象として取り上げ、これに対する評価書を作成いたしましたので、これを御説明させていただき、御意見賜りたいと思います。

なお、既に御案内させていただいているところがございますが、平成22年度政策評価委員会から事後に詳細な議事録をホームページで公開させていただいており、また、平成23年度政策評価委員会から一般の傍聴も可能となっております。ただし、本日は、事前にホームページで募集をいたしましたが、一般傍聴の応募者はいらっしゃらなかったところがございます。

それでは、委員会に先立ちまして、山本総括審議官から御挨拶をさせていただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【山本官房総括審議官】おはようございます。総括審議官の山本でございます。

本日は大変お忙しい中、また大変暑い中、御足労いただきましてありがとうございます。

本日の平成26年度の公正取引委員会政策評価委員会の開催に当たりまして、一言御挨拶申し上げたいと思います。

政策評価につきましては、もう既に御案内のとおり、実効性のあるPDCAサイクルを確立し、そして、行政サービスのコスト削減、質の向上を図るとともに、政策目的に照らして効果の高いものに重点的に資源配分を行うということで、行政事業レビューとの連携強化というところが求められておるところでございます。そのため、先ほど企画官から御説明申しましたとおり、本日は、この連携強化という観点から、政策評価委員会、それから行政事業レビューの外部有識者会合ということで、合同開催とさせていただいたところがございます。後ほど、行政事業レビューも予定させていただいております。

この政策評価でございますが、各行政機関が自らの施策の効果を把握・分析し、そして、政策評価の結果を適切に政策に反映させていくということで実施をしてきておるところでございますし、それから、政府全体といたしましても、このPDCAという政策のマネジメントサイクルの中に政策評価を取り込むと、そして、適切に政策に反映させ、政策の不断の見直しをしていくということで推進していくこととしておるところでございます。今年の6月に公表されました「経済財政運営と改革の基本方針」におきましても、政策評価の取組を通じてPDCAのさらなる実効性の向上、効率的な資源配分といったことが定められたところでございます。

したがいまして、公正取引委員会におきましても、このような制度の趣旨、重要性をしっかりと踏まえまして、的確に実施していきたいと考えておりまして、委員の皆様方から引き続き御意見・御助言をいただきたいと考えておるところでございます。皆様方からの忌憚のない御意見を頂戴いたしまして、公正取引員会において政策評価を客観的それから厳正に、実施を確実にしていきたいと考えておりますので、本日は御議論のほど、どうぞよろしく願いいたします。

【垣内官房総務課企画官】ありがとうございました。

それでは、早速でございますが、議論に入らせていただきます。

政策評価でございますが、今、お手元に「標準様式」と書かれた資料と、「実績評価書資料」と書かれた資料がございます。こちらでございますが、昨年策定されました目標管理型の政策評価の実施に関するガイドラインでは、統一性、一覽性の確保の観点から、施策ごとに評価書を作成するものとして、その際の施策ごとの目標の達成度合いにつきましては、各行政機関共通の区分といたしまして、「目標超過達成」、「目標達成」、「相当程度進展あり」、「進展が大きくない」、「目標に向かっていない」の5段階区分を適用し、明示することといたしました。

当委員会につきましても、「実績評価書（標準様式）」に、施策の概要、達成すべき目標、施策の予算・執行額等を明示しているほか、各測定指標につきまして年度ごとの目標値及び実績値、個々の測定指標に対する達成度を記載しております。さらに、評価結果として、目標達成度合いの測定結果を各行政機関共通区分として記載しているところでございます。

なお、この標準様式の後ろに添付されております実績評価書資料につきましては、これらの内容について、より詳細に説明するための附属資料としての位置付けとなっ

ております。

この実績評価書の標準様式の記載内容につきましては、実績評価書資料の要約版となっておりますので、本日は、実績評価書資料に沿って説明させていただこうと思っております。

では、今年の評価対象でございます競争政策の広報・広聴に関する評価につきまして、御説明させていただきます。

〔資料1 実績評価書資料（案）「競争政策の広報・広聴」について説明〕

説明は以上でございます。御意見・御質問等ございましたら、どうぞよろしく願います。

【田辺委員】口火切らせていただきます。

広報活動というのは民主党のときはかなり叩かれたところで、いろんな形で、もうこんなもの届いていないじゃないかとか、要らないとか言われて、レビューのほうで特に、大分切られたところです。

ただ、各省のそれに対する対応というのを見ると、基本的に切らないようにはディフェンドするのでありますが、どう届いているのか、それから、何が問題あったのかという分析というのはほとんど行われていないもので、ただ、このイベントは何となくやっているから大切なんだみたいなことの繰り返しばかりで、それに比較しますと、特に今回はウェブのアンケート調査、それから、例年やられていらっしゃるけれども、報道の新聞記事換算みたいなところをきちんと把握するという点におかれましては、公取委の広報活動に関する評価は、何が問題なのかというところの掘り下げは、他省庁に比べると圧倒的に深いものがあると感じているということは、まず申し上げておきたいと思います。

ただ、そこから先でありますけれども、いろいろあります。

1つは、こういうPRをやるときに4つのステップということを考えなければいけないというのは言われております。1つは、誰が広報の対象なのかということをしちんと特定するということ。それから2番目に、その対象の方々の気を引くため、つまり、メッセージが届くためには何をしなければいけないのかということ。それから3番目は、その方々に具体的にどういうメッセージを発するのかということ。最後は、4番目でありますけれども、そのメッセージを聞いて、どういう行動の変容をとっていただきたいということなのかということになっております。

公取委の実績評価書資料に挙げられている広報の対象はいろいろありまして、恐らく、広報が届く層、公取委が広報対象として念頭に置いている層、それから、4つのステップの中でどこまでやれば良いといったところも、かなり違いがあらうかと思っております。そこをもう少しきちんと並べてみたほうが良いのではないのかなと思っております。

つまり、例えば消費者セミナーの参加者というのは、普通の人よりは恐らく、独占禁止法の消費者セミナーに参加するぐらいですから、関心はあらうかと思うんですけども、この人たちは一体何で参加するのかなと思ったときに、恐らく消費者というところで参加して、これで何か危ない取引みたいな話を聞けるかと思ったら一般的な独禁法の話をしてがっかりみたいなことで、そこは恐らくミスマッチなんだろうと思うんですね。それは、彼らがどういうメッセージを欲しがっていて、何のために来ているかというところを探らないといけないと思います。

それから、独占禁止法教室のところでは、ある意味では独禁法の制度が、何でこんなものが必要なのかという当たり前のことでありますけれども、独占禁止法がなければ独占力が非常に高く価格高騰するという、我々からすると常識みたいなところがほとんど分かっていない可能性はあるので、恐らくそれが一番重要なメッセージで、そのためにこういうことをやっていますというのがうまく伝わっているのかどうかのチェックというのが、恐らく必要になるだろうと思っております。

あと、独占禁止懇話会になりますと、逆に、行動というんでしょうか、つまり、下請いじめみたいなことがあったら、それはもう追放してくれ、やめてくれということになりますし、それから、今年が一番大きな目玉であるところの消費税の転嫁では、これもずっと転嫁を受け入れているか、増税分を一番下流のところを抱え込むような下請いじめはないのか確認するような行動はとられているかというところをチェックしていくことになるんだろうと思います。広報活動の評価としては、やはり、次の段階として、そこを見ていかないといけないのではないのかなという気がします。

逆に、深掘りすると見えてくるところがあって、何もやっていないとずっと頑張っただけとしか言いようがないので、それから比べると、非常によくやられていて、原因が分かっているというところがありますので、そのようなことを申し上げたということです。

あとは、広報活動の効率性については、新聞記事の広告費換算と予算を使って活動

している広報を並びで対比するのはちょっと酷かなと思っております。この広告費換算というのは、新聞の広告掲載費ですから、国民に情報が届いたというところの換算だけだと思います。そこから先、要するに、新聞紙やテレビが公取が思ったようなメッセージを発しているかどうかは分からないわけです。新聞記事を読んで公取が仕事しているなどというのは伝わるかもしれませんが、それが何か下請いじめの抑制等々につながっているかどうかという、もう1つ何か分からないところなので、コントロールできない広告みたいな感じです。公取の仕事を認知させるという一番初めのところの段階では重要であることは確かではありますけれども、そこから先のところは予算を使って活動している広報と同じように考えてはいけないし、予算を使って活動している広報は逆に言うとコントロールがききますから、どういう方法であれば、これを補完する形で効率性を評価できるのかということをお考えいただいたほうがいいのかなというようなことを思ったということです。

あともう1件、私も割と古い世代なので、ホームページのアクセス数というのは大体年間20%ぐらいで上がっていくものだと思っていたんですけども、ここ数年、各省を見ても頭打ちなんですね。ということは、ホームページだけじゃなくて、ほかの媒体、公取でもやはり問題意識として書かれていましたけれども、SNSみたいなこととか、気を付けて考えていかないといけないのかなと思った次第であります。ホームページというのは、割とばさっといろんなものを掲載して、特に深い関心を持つ人は、探っていけばより一層見えるような構造になっていますけれども、SNSになると、そういう構造をとれない可能性がありますので、どこに単体的に、どういうメッセージを発するのかというのは、もう少し工夫が必要になってくるのではないのかなと思ったということでもあります。

長くなりましたけれども、感想を述べさせていただきました。

【垣内官房総務課企画官】ありがとうございます。

【田中委員】 私も、簡単に述べさせていただきます。

私は、広報は大変重要だと思っております、競争政策のことは一般には知られていないわけですから、非常に広報にはもっともっと力を入れていいと思っております。その意味で、このレビューは大事だと思います。

このレビューは、先ほどちょっと御批判もありましたけれども、新聞記事の広告費換算とか、各種アクセス件数とか、ウェブアンケートするとか、よくレビューをして

あって、私はいいレビューになっていると思いますので、その点はまず評価したいと思います。

まず、細かい点、1点聞きたいことがあって、ウェブアンケートはどういう人に聞いたんですか。

【垣内官房総務課企画官】ウェブアンケートは調査会社に委託いたしまして、特定の層に固まらないように、いわゆるサラリーマンの方、あと学生の方とか、そういうような形で一応万遍なく分けています。

【田中委員】しかし、教育関係者が1,017人中242人であり、とても多いという感じですね。例えば家庭の主婦とかは入っていないのであれば、一般国民ではない感じがします。多分、主婦は入っていないですね。

【垣内官房総務課企画官】はい。

【田中委員】教育関係者242、法曹関係者79、学生175、給与所得者264ということですかね。

【垣内官房総務課企画官】やはり公正取引委員会の活動に対するアンケートという部分もあり、あと、今回、独占禁止法教室との関係でもアンケートをとりたかったという部分もございまして、人数についてはある程度教育関係を多くしています。

【田中委員】私が考えるには、この選び方は、潜在的に公正取引委員会の活動に興味を持ってよさそうな人ということだと思うのです。それはそれでいいと思います。

ただ、「一般国民」という書き方はよろしくない。先ほど言いましたように、高齢者であるとか専業主婦の方とかは最初から入っていないのであれば、それはそれでいいと思うので、比較的公取の活動に感心を持ってくれそうな方をスクリーニングしたと、そういう書き方のほうがよろしいかと思います。そうでないと、一日公正取引委員会を知っている人が2%しかいないと書いていますけれども、もし「一般国民」に調査したのだとしたら、2%「も」いると私としては申したい。だから、最初は2%という数字に、こんなにいるのかと思ってびっくりしたんですけれども、ああ、ということだったと納得しました。調査対象者の表現には注意したほうがいいと思います。

あと、もう1点はここで言うべきことかどうかは分かりませんが、インターネットを利用した広報というのは、成功すれば効果的だと思うんです。というのは、新聞やテレビだと、公正取引委員会は活動しているなというニュースは否応なく入っ

できますから、活動していることは知りますけれども、活動の中身まではあまり分からないわけです。ああ、あそこは公取で何か問題になったらしいということは新聞・テレビで知りますが、それ以上は分からない。インターネットの場合はツイッターなどで活動の中身を読んでいますから、そこで理解してもらうということは、活動の中身まで入るのでいいと思うんですね。ですから、そういう意味でいうと、もうちょっとインターネットでの広報が伸びてもいいと思うんです。

その場合、実績評価書資料を見ると、依然としてインターネット、フェイスブックとかSNSを通じたホームページ等の発信が弱いと書いてあります。これは大きな課題です。動画のアクセス件数なんか18万件程度しかないので残念です。

1つの方法としては、御承知かと思えますけれども、SNSは特定のおもしろい個人がやるとすごく伸びることがあるわけです。つまり、丁々発止とうまい掛け合いをするような人が公取のフェイスブックに常に張りついている、あるいは公取のSNSをやっているとすると、人が集まってきて、公取についておもしろいことをやっている人がいるというふうに話題になる。そういう人が内部にいるか、難しいかもしれませんが外部に委託するとかしてはどうか。そういう個人の個性で現状はインターネットは回っているので、組織の顔で出ていると限界があるわけです。そういう人を公取の内部で誰か見つけられれば、専任担当者として、常にそれに対応する。毎日SNSを見て、常にコメントを返して、要するにメンテナンスする人を当ててやって、その中からおもしろい人がひょっとしたら出てくるかもしれない。そうすると次第に人が集まってきて、公取についていろいろ議論し出すだろうと思うんです。その活発な人が集まってくれば、彼らは自分のブログとか自分のツイッターで勝手に宣伝してくれますから、そういうメカニズムに変えるといいのではないか。そのためには専任の、毎日毎日チェックする人をつけてやって、そのうちいい人がどこかに見つかって回り始めるというシナリオがあり得るかなと思いました。

以上です。

【垣内官房総務課企画官】ありがとうございます。

【小西委員】実績評価書資料の11ページのところが目につきまして、これを材料に、期待感ということで申し上げたいと思います。田辺委員がおっしゃったことに関連になるかと思えます。

11ページの上のほうの параグラフで、幾つかの参加者の感想がございまして。それか

ら、次の（ウ）の独占禁止法教室の文章の上から4行目ですか、学習指導要領で「市場経済のしくみ等」と書かれている、ここですけれども、やはり社会一般には、独禁法なり競争政策というのはかたくて難しいものというような先入観といたしましうか、思っていると思うんですね。ですから、そういった制度そのものが独立的にあるのではなくて、市場経済の仕組みの中で、こういう部分に役に立つとか、そういった説明の仕方といたしましうか、そういうアプローチで整えていくことが有効なのではないかなと思います。

と申しますのは、これを見せていただいて、いろんな機会に参加者の好感触がある、こういった感想で好感触をいただいている。あるいは、開催機会が増えている。それはいいことだと思いますが、やはり広報というのはいかに相手に浸透しているかということだと思うんですけれども、そのときに、日常生活の中の一つの部分に、一つといても小さい一つではないんですけれども、独占禁止法が機能している、役割を果たしているようなことを聞いた人たちに意識していただけるとよいのではないかなと思います。

それから、同じく（ウ）の5行目の部分で、社会科などの先生方が集まる機会に独占禁止法教室を案内したというのがあります。私ども日本公認会計士協会でもPRするときに利用しますが、こういう機会はすごくありがたい。つまり、話を個々の学校なりに伝えていただける、あるいは一定の理解をしていただけるという、すごくよい機会だと思うんですが、お気付きのように、やはり中学・高校になりますと、年間の授業計画の中にどうやって挟み込んでいくかという、そこへ挟み込んでもらうための提案のタイミングということもあろうかと思しますので、引き続き進めていただければと思います。

以上でございます。

【垣内官房総務課企画官】ありがとうございます。

御意見ありがとうございました。いただきました御意見ですけれども、私どもも意識しているものはあって、特に広報対象を誰にするかというところは、ターゲットを絞ってやるということ、あと、そのターゲットに対してより効果的にやれるか。消費者セミナーなんてまさにそういう部分なものですから、そういうところは気にしてやっている部分でございまして、これからもやっていかなければならないと思っているところでございます。

ちょうど田中委員がおっしゃいました、人を惹きつけるようなコンテンツというのは考えているところでございます、役所なものですからとられる部分はあるんですけれども、その中でもやれる範囲でやりたいと思います。

【田中委員】リスクはありますけれども、外部の人間を雇う手はあるとは思いますが。

【垣内官房総務課企画官】考えていきたいと思っているところでございます。

では、いろいろ貴重な御意見をありがとうございました。必要な修正等を加えさせていただいた上で、公正取引委員会の了解を得た後に、評価書につきましては、速やかに公表させていただきたいと思っております。本日は貴重な御意見をいただきましてありがとうございました。

では、この政策評価委員会につきましては、これで終了させていただきます。どうもありがとうございました。