

平成29年度公正取引委員会政策評価委員会議事録

1. 日時 平成29年7月25日（火） 9：02～10：07

2. 場所 官房第13会議室（19階）

3. 出席者

【政策評価委員】（五十音順）

柿崎 平 株式会社日本総合研究所 産業革新コンサルティンググループ
部長／プリンシパル

小西 彦衛 公認会計士

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

中村 豪 東京経済大学経済学部教授

若林 亜理砂 駒澤大学大学院法曹養成研究科教授

【事務総局】

南部官房総括審議官，藤本官房総務課長，河野官房総務課監査官，伊藤官房総務
課広報官，高橋官房総務課長補佐，小林官房総務課政策評価係長

4. 議題 平成29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 事前分析表

6. 議事録

【南部官房総括審議官】それでは，時間になりましたので，平成29年度公正取引委員会政策評価委員会を始めたいと思います。

本日は，お忙しい中，また，暑い中，政策評価委員会に御出席いただき，ありがとうございます。

本年度の政策評価委員会につきましても，行政事業レビューとの連携強化ということで行政事業レビューの外部有識者会合との合同開催とさせていただいておりまして，小西委員，田辺委員と中村委員におかれましては，政策評価委員会に引き続き行政事業レビュー外部有識者会合にも御出席いただくこととなりますが，どうぞよろしくお願いいたします。

たします。

本日のテーマの「競争政策の広報・広聴」につきましては、実績評価方式により評価書案を作成しておりますところ、前回評価した平成26年度政策評価委員会での委員の皆様からの御指摘なども踏まえております。

本日は、委員の皆様方から忌憚のない御意見を頂き、公正取引委員会の政策評価の客観的かつ厳正な実施を確実なものにするとともに、今後の公正取引委員会の広報・広聴政策の向上につなげてまいりたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

【河野官房総務課監査官】それでは、議題に入ります。公正取引委員会の政策評価を担当しております、官房総務課監査官の河野と申します。本日の司会進行と評価書を説明いたしますので、よろしくお願いいたします。

評価書案は、実績評価書（標準様式）と実績評価書資料で構成されておまして、実績評価書資料は、実績評価書（標準様式）をより詳細に説明するための資料と位置付けており、本日の説明は実績評価書資料に沿って御説明します。

〔資料１ 実績評価資料（案）「競争政策の広報・広聴」を説明〕

御意見等ございましたら、よろしくお願いいたします。

【田辺委員】評価書20ページのウェブアンケート調査の結果の箇所ですが、公正取引委員会を「よく知っている」又は「知っている」と回答した者が46.6%であるのに対し、独占禁止法を「よく知っている」又は「知っている」と回答した者が58.3%と上回っていますが、独占禁止法を知っていて公正取引委員会を知らないと回答した者はどのような属性にある者でしょうか。また、このような回答結果に対し、公正取引委員会としてはどのような考えをお持ちでしょうか。例えば、財務省では、国の財務状況が悪いことを知ってもらうための広報活動は行っていますが財務省という名前を知ってもらうための広報活動は行っていないと思っております。一方で、公正取引委員会の広報戦略上、組織を知ってほしいことと、独占禁止法を知ってもらうことは重なるところがあると考えておりますがどうでしょうか。

次に、消費者セミナーの開催件数が大幅に増加していて、評価できます。しかしながら、消費者セミナーを開催する消費者団体の性質からすると、消費者庁に移管された景品表示法の説明をリクエストするのではないのでしょうか。私は、独占禁止法と消費者との関係については、競争環境が整備され市場が円滑に動いて消費者の利益を確保する点でワンクッション置いていると思っております。景品表示法が消費者庁に移管されて

以後、公正取引委員会における広報の手法、対象者にどのような影響があったのかお聞かせいただけないでしょうか。

最後に、数値目標を達成していること、一定の進展があった点もそのとおりですが、今後の広報戦略において考えなければいけない幾つかの軸があります。一つは、まず広報活動の対象者を引きつけることが必要で、例えば、独占禁止法教室では学生、消費者セミナー等は消費者、事業者等、SNS等は消費者を含めて国民全体を狙っていると思いますが、事業者相手の広報なのか、一般国民相手の広報なのか評価書から見えてきていない状況です。それから、広報活動の対象者に伝えたいメッセージが分かったような分からないようなデータで、例えば、独占禁止法では市場を独占しようとする行為や優越的な地位の濫用等は違法であることは分かるのですが、下請法の広報に強調を置くのであれば、企業間の関係になるので、一般国民に対する広報の対象ではない可能性もあります。公正取引委員会の広報のコンテンツはかなりいいものができていると思っていますので、引きつける対象者と対象者に対して伝えるメッセージを今後考えていくと、今回の評価結果で何がやれそうなのかをお伺いできないでしょうか。

【伊藤官房総務課広報官】最初の御質問ですが、「公正取引委員会を知っていますか」との設問において、「公正取引委員会の名前だけを聞いたことがある」という回答欄もありまして、名前だけは聞いたことがあると回答した者もいたため、このような結果になったと考えております。

公正取引委員会としては、特に未然防止の観点から独占禁止法の内容を事業者に十分理解していただきたいのですが、公正取引委員会がどのような活動を行っているのかということも、事業者だけではなく、消費者や今後社会に出るであろう生徒・学生にも認知していただきたいと思っておりますので、公正取引委員会としては、公正取引委員会、独占禁止法を一体として認知していただきたいと考えているところです。

2つ目の御質問ですが、直接の回答にならないかもしれませんが、消費者セミナーにつきましては、御指摘のとおり、景品表示法に関する説明が消費者に一番身近なものという意味で非常に興味がありますが、景品表示法は消費者庁に移管されておりますので、基本的には独占禁止法を説明しているところです。しかしながら、独占禁止法は、生活に身近なものであり、例えば、消費者は、どこのスーパーでどの商品を選択して買うといったことを当たり前のように生活していますが、その中で独占禁止法の機能を説明し、消費者に対して生活に身近であることなど認識していただくことが、先ほど申し上げた

公正取引委員会の活動や独占禁止法の意義を知ってもらえることだと考えております。そのため、消費者セミナーでは、エアコンの仮想市場を想定して、セミナー参加者を家電量販店班と消費者班で分け、家電量販店班はエアコンに値段、保証、化粧カバーといったオプションを付けて消費者班に販売の売込みを行い、消費者班がどの班から購入するかをシミュレーションゲームを通じて体験していただくといったカリキュラムにしております。

なお、景品表示法は消費者庁に移管されていますが、公正取引委員会の地方事務所等では運用しておりますので、地方事務所等が開催する消費者セミナーでは景品表示法も併せて説明しているところです。

最後の広報活動の対象者と対象者に対して伝えたいメッセージに関する御質問ですが、公正取引委員会としても悩ましいところございまして、繰り返しになりますが、事業者間の取引において、独占禁止法の内容を知っていただいて未然防止を図ることが大事と考えております。事業者の中でも責任者や遵法意識がある方には独占禁止法の考え等を覚えようとする意識があると考えていますが、そのよう意識がない方に、公正取引委員会の活動や独占禁止法の内容をまず入口のところで認識してもらうかといった活動も重要であると考えております。その点で言うと、生徒・学生のうちから公正取引委員会のことなどを知ってもらう取組や若年層の社会人等に対してはSNSを通じて、少しでも分かりやすく独占禁止法の内容や公正取引委員会の活動を認識してもらいたいと考えているところです。

【中村委員】全般的な印象として、達成すべき目標に向かって頑張っており、消費者セミナー等の開催件数も伸びておりますので、引き続き広報・広聴活動を推進していただければと思っております。

評価書20ページの次期目標等への反映の方向性の「独占禁止法及び消費者セミナーの開催」の箇所では御質問があるのですが、開催実績がない又は少ない府県における教育関係機関や消費者団体等に積極的にその意義を説明するといった記載がありましたところ、今後どのようなアプローチを行っていくのでしょうか。また、一日公正取引委員会の開催においては公正取引委員会、独占禁止法の情報がインサートな地域であったり、下請事業者が多い地域、談合事件が直近であった地域といった公正取引委員会、独占禁止法、下請法が普及していない地域等を戦略的に狙うことも効果的ではないかと感じましたので、何か取り組んでいることがあれば教えていただけないでしょうか。

それから、私が大学で授業しているときに感じるのが、学生は、話を聞くとそのときは分かったと言うのですが、その後、テストをすると実際分かっていないことがあります。その意味で、1回アプローチするのは確かに大事なんですが、その後、1回アプローチした人をどこまで深く引きつけるためにどのような工夫が必要なのでしょうか。例えば、大学で独占禁止法教室を実施した後に、公正取引委員会の動画を見てもらって、フィードバックしてもらおうといったことが思い付きましたが、せっかく幅広くいろんなことをやっているのに、より効果を深くするため実施していることがあれば教えていただけないでしょうか。

【伊藤官房総務課広報官】都道府県別の独占禁止法教室や消費者セミナーの開催件数のばらつきですが、特に独占禁止法教室の開催件数が多い学校につきましては、先生に気に入っていただければ既存の開催校を継続してもらえたり、ほかの先生に紹介していただくほか、公正取引委員会の取組として、地元紙に働きかけて報道していただき、先生方もそれを御覧になって、開催につながるという傾向があります。そのような傾向がないところでは、社会科の先生に働きかけてはいますが、きっかけや取っかかりがなく、なかなか増えていかない状況です。

公正取引委員会としても、開催件数が少ない地域を分析して、働きかけを強化して、取り組んでいきたいと考えています。

次に、一日公正取引委員会の開催地を戦略的に実施しているかとの御指摘ですが、現状、戦略的に開催しているとまでは言えないのが実態です。と申しますのは、一日公正取引委員会は平成22年度から開催しておりまして、本局や地方事務所等の所在地以外の都市を順番で開催しており、その理由は、ある程度本局、地方事務所等の管轄内の都市をバランスよく開催するためです。ただし、中村委員からも御指摘がありましたように、何かトピック的なものがあれば、それも考慮して優先的に開催していくことも検討していきたいと考えております。

また、独占禁止法教室開催後のアプローチにつきまして、現状、授業が終わった後にアンケートに回答してもらい、回答結果を集計し、次回実施する際に活かしていくことは行っていますが、同じ生徒に対し、アプローチすることは行っていないので、関心を持っていただいた方には、御指摘のとおり、何らかのアプローチを行い、より関心を深めていただくといったことも考えていきたいと思えます。

【南部官房総括審議官】お手元にありますクリアファイルとシャープペンシルは、一日

公正取引委員会、消費者セミナーや独占禁止法教室でお配りさせていただいているものでして、そこにツイッター等のSNSのアドレスを記載しております。公正取引委員会の広報イベントに参加いただいた後のフォローを狙うため、参加してもらった人にSNSのフォロワーになってもらうといった一石二鳥を狙っております、このような取組も効果があると考えております。

【若林委員】 全体的には他の委員がおっしゃったとおり、広報活動が活発化して効果が出ていると思っております。

独占禁止法教室ですが、私も毎年お願いしております、講師の説明も分かりやすく、学生も興味を持って聞いているという印象でした。現場の職員に説明していただくのは効果があると思っているところですが、評価書を見ると大学生の「理解できた」の割合が下がっており、「おおむね理解できた」の割合を含めるとほぼ同じ数字になっています。これは、中高生と大学生とで説明内容を変えているのか、又は説明内容を統一しているのでしょうか。

次に、評価書9ページの公正取引委員会ウェブサイトのトップページへのアクセス件数が平成28年度に上がっているのですが、これは今年に入ってからデータでしょうか。また、現在、審決データベースの公開を停止していますが、今後アクセス件数等に影響するのでしょうか。

最後に、評価書21ページの「SNSによる情報発信」の箇所ですが、協力委員から内容を増やしたらどうかという御意見もあるのですが、SNSに関しては大変だと思いますが、私もフォロワーの一人として申し上げると情報発信の頻度を上げるのも重要であると思っております。重要な案件を公表する際にSNSにアップすることも重要ですが、一般の人の関心を引くとか、あるいは関心を高めるという観点からすると、重要な案件がなくとも継続的に情報発信することが効果的だと思います。

【伊藤官房総務課広報官】独占禁止法教室の大学生の「理解できた」割合が中高生と比較して低い理由は、中高生を対象とする独占禁止法教室では、消費者セミナーでも御説明しましたシミュレーションゲームを通じて体験してもらう授業と、模擬立入検査と呼んでおります先生に証拠を隠していただいて生徒が審査官役となって証拠を探すといったゲームを行っており、授業が盛り上がるが多くなっています。これらの取組を通じて、公正取引委員会の活動内容や企業の合併、カルテルの影響等を説明しながら授業を進めていくので、競争がないと困るということを直感的に感じていただける部分が

ありますので、中高生の理解度や満足度の割合が高くなる傾向にあると考えております。大学生を対象とする独占禁止法教室では講堂で実施しますので、基本的には講義形式で実施しているところです。

ただ、大学で独占禁止法教室を開催する際は、先生と事前に打ち合わせた上で、例えば、企業結合、審査手続等といった特定のトピックを説明してほしい旨の要望や、独占禁止法の初歩的なことから説明してほしいといった要望を踏まえ、なるべく生徒にマッチした授業を行う努力はさせていただいているというところです。

御質問のホームページのトップページのアクセス件数ですが、平成27年度から平成28年度にかけて上昇しておりますが、トップページのアクセス件数であるため、分析が難しく、例えば、SNSにリンクを張っていることがあるのですが、この場合、トップページを経ずに直接リンク先のページにアクセスすることになるため、トップページからアクセスする人の把握が難しい状況です。また、アクセス件数は年度によって差があり、平成25年度ですと210万件あります。また、審決データベースの公開停止による影響ですが、この第一四半期のアクセス件数を検証していないため、何ともいえませんが、審決データベースをブックマークしている方がいれば、トップページを経ずにいくので余り影響がないと考えられ、トップページにブックマークしている方はトップページを経由して審決データベースにアクセスしているので、アクセス件数が減る可能性はあります。

【河野官房総務課監査官】SNSによる継続的な情報発信について御意見をいただきました。SNSでは、公正取引委員会が報道発表した案件以外にも、下請法の一言講座といった下請法を分かりやすく伝えるといった情報発信を増やしてきているところです。

また、独占禁止法教室の中高生と大学生の満足度、理解度が異なっている点は悩ましいところでして、大学生の「大変満足した」、「大変よく理解できた」と回答した生徒は平成25年度以降20%、30%台となっております。中高生と比べると、いろいろな方向にアンテナを張っていて、様々な知識を持っているので、満足度のハードルが上がっているからとも考えられます。大学の講義の形式や学生の知識度、関心度に沿ってコンテンツを工夫するなどして、参加者のニーズに合致した方式を追求していきたいと思っています。

【藤本官房総務課長】ロースクールの学生に独占禁止法教室を行ったときの私の経験から申し上げますと、単にスライドを見せたりレジュメを説明するだけではなく、動画を

見せながら授業を行うとか、いろんなコンテンツを組み合わせると学生の理解の定着につながりやすいと感じました。もう一つの工夫として、これは指導教授の指示によるものですが、授業が終わった日又はその翌日に学生がレポートを提出することになっていました。そのレポートは2段構成になっていまして、前段では今日聞いて学んだこと、後段ではそれを通じて自分がどう考えたのかを記載する欄があります。50人分のレポートを見ると学生の理解度が進んでいると実感できました。このような工夫次第で、理解の定着を図ることができると思っています。

【若林委員】自分のクラスに何が適しているかを考えることができるようにするため、工夫、活用した経験を大学や高校の先生と共有する機会を設けていただければどうかと思います。

【柿崎委員】中高生は、大人の社会や自分の知らない世界を知ること自体で満足する気がします。一方、大学生は、社会に出て自分が得た情報をどう解釈して、どのように行動していくかといった観点が強くなるという意味で、自分の中で腹落ちしないということで満足度が若干低いのかと思っています。

公正取引委員会の活動、公正な競争環境の維持は重要であることを理解いただくことは今後も様々なメディアを使って続けていく必要があると思っています。現状、公正取引委員会の認知度は相当程度の水準になっていますので、その後、行動を喚起するためにどのような活動を上乘せしていくのかを検討する必要があります。企業であれば購買行動に結びつけるため、購買行動を分析して、ターゲットに適切な情報を提供し、購買行動を喚起させることを行っています。公正取引委員会でいえば、下請法違反事業者の行動を分析することをおそらく行っていると思いますが、そのシチュエーションも含め、違反行為者がなぜ違反行為を行ってしまったのかをある程度具体的な状況で把握した上でターゲットを設定する。そして、どのようなタイミングで誰に情報発信するか、例えば、新卒の段階で情報発信するのが効果的ではないかといった仮説をいろいろ設定し、検証していくといったことをどこまで、どの程度の予算をかけて実施していくのかといった議論をどこかでやっておく必要があると思います。公正取引委員会の広報活動がここまで充実してきたからこそ、このような観点が必要になってきたと考えております。

ところで、評価書5ページをみますと、香川県で開催された消費者セミナーの件数が異常に多いのですが、何か理由があるのでしょうか。

【伊藤官房総務課広報官】香川県の消費生活センターに消費者セミナーの案内を行い、同センターが加盟各団体に開催案内を行ったところ、14団体から申込みがあったため、その件数が上積みされています。このように、年によって特殊要因により開催件数が伸びることがあります。

【柿崎委員】そのような特殊要因をモニタリングし、何らかの変化があるのか注意深く見ていくというのも効果の見方の一つではないのでしょうか。

【小西委員】評価書6ページの表の7をみますと、一日公正取引委員会の参加人数が平成28年度に相当増えており、先ほどウェブサイトのトップページのアクセス件数でも同じことですが、増えている理由を評価書に追記いただけないでしょうか。

評価書5ページから6ページで、一日公正取引委員会の説明として各種イベントを実施していると記載されているのですが、1日でこれだけのメニューを行っているのであれば、具体的な実施方法の説明を記載すると分かりやすいと思います。

また、香川県で消費者セミナーを多く開催できたといったことも検討に加えて消費者セミナーの開催地を選定していくことも必要だと思いました。

最後に評価書19ページの効率性の箇所ですが、広告費換算値と予算とで比較しているのも一つの見方だと思いますが、職員の工数、手数料が減って業務が効率化されたという見方もあるのではないかと思います。

【伊藤官房総務課広報官】一日公正取引委員会では独占禁止法講演会、消費税転嫁対策特別措置法の説明会、下請講習会を時間割を組んで1か所でワンパッケージで開催しており、参加者は自分が聞きたいところに参加しておりますので、複数参加する方もいますし、下請法講習会だけ参加する方もいます。中学生、高校生向けの独占禁止法教室は生徒に一日公正取引委員会の会場に来てもらうわけにはいかないので、各学校に公正取引委員会の職員が出向いております。

一日公正取引委員会の参加人数が平成27年度から平成28年度に増えている理由は、独占禁止法教室が大きな影響を与えておりまして、例えば、2クラスしかない学校ですと80人程度、6クラス、7クラスといった大規模の学校ですと200人から300人となりますので、大規模の学校で独禁法教室を実施すると人数が増加する傾向にあります。講演会、講習会の会場は収容人数がある程度決まっておりますので、年度によって参加人数が大きく前後することはありません。

【河野官房総務課監査官】独占禁止法教室では、地方有識者の懇談会に教育委員会に参

加していただいて独占禁止法教室をPRし、高校等を紹介してもらうとか、あるいは開催の少ない都道府県の協力委員の方に高校等を紹介してもらうなど、広報・広聴の中の施策を活用して広報・広聴のチャンネルを広げていくことも行っております。このような観点で効率性を評価することも検討したいと思います。

【小西委員】一日公取委員会では、一つの会場でこれだけのメニューを用意していることから、来場者に関心をもってもらいやすい、つまり、来場者がアクセスしやすいということも効率性の観点から言えると思います。

【河野官房総務課監査官】本日はお忙しいところ御参加いただきまして、また貴重な御意見等頂きまして大変ありがとうございました。今日の御議論を踏まえまして、評価書（案）には必要な修正等を行った上で、公正取引委員会の承認を得た後、速やかに公表させていただきたいと考えております。