

平成29年度公正取引委員会実績評価書(標準様式)

(公正取引委員会29-①)

施策名	競争政策の普及啓発等 競争政策の広報・広聴					
施策の概要	独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、報道発表やウェブサイト等による広報活動を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて、国民からの意見・要望を広く把握する広聴活動を行い、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。					
達成すべき目標	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り意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分	27年度	28年度	29年度	30年度要求額	
	予算の状況(千円)	当初予算(a)	24,227	24,197	23,974	28,875
		補正予算(b)	0	0	0	0
		繰越し等(c)	0	0		
		合計(a+b+c)	24,227	24,197		
執行額(千円)	21,160	20,278				
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	-					

独占禁止法教室開催件数	年度ごとの目標値	実績値					評価対象年度	達成
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	26年度～28年度	目標達成
		112件	141件	148件	164件	196件		
年度ごとの目標値		76件以上	86件以上	101件以上	111件以上	121件以上		
消費者セミナー開催状況	年度ごとの目標値	実績値					評価対象年度	達成
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	26年度～28年度	目標達成
		50件	49件	53件	57件	77件		
年度ごとの目標値		41件以上	42件以上	42件以上	42件以上	43件以上		
一日公正取引委員会の開催状況	年度ごとの目標値	実績値					評価対象年度	達成
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	26年度～28年度	目標達成
		8件(2,262人)	8件(1,603人)	8件(1,440人)	8件(1,686人)	2,222人		
年度ごとの目標値		8件	8件	8件	8件	1,490人以上		
地方有識者との懇談会開催件数	年度ごとの目標値	実績値					評価対象年度	達成
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	26年度～28年度	目標達成
		82件	88件	91件	96件	86件		
年度ごとの目標値		83件以上	80件以上	81件以上	82件以上	83件以上		
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を通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況	年度ごとの目標値	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	26年度～28年度	相当程度進展有り
		別紙のとおり。						

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) 相当程度進展あり  (判断根拠) 測定指標のうち、一日公正取引委員会開催件数及び参加人数、消費者セミナー開催件数、独占禁止法教室開催件数並びに地方有識者との懇談会開催件数については、いずれも数値目標を達成している。 また、「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を通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況」については、一定の実績を上げており、取組が相当程度進展したと考えられる。
	施策の分析	測定指標全体を通じて評価すれば、本件取組は、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意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図る上で、必要かつ有効であり、またその活動は効率的であったと評価できる。 一方、ウェブアンケート調査の結果によると、公正取引委員会について「よく知っている」又は「知っている」と回答した者は46.4%(475名)、また、独占禁止法について「よく知っている」又は「知っている」と回答した者は58.3%(596名)であり、地方有識者や協力委員からも各種広報活動の取組の拡大を求める声があることから、引き続き競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、広報・広聴活動を推進していく必要がある。
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、現在の目標を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進する。 【測定指標】 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要かつ有効であったと評価できることから、各指標とも、現在の目標設定の考え方を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進することとするが、以下の点については改善する必要がある。  a 独占禁止法教室及び消費者セミナーの開催 独占禁止法教室及び消費者セミナーは、学生及び消費者の競争政策に対する理解の増進を図るために有効な取組であり、その開催回数は増加傾向にあるが、開催実績のない又は少ない府県がみられることから、例えば、当該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などの取組をより積極的に行っていく必要がある。  b SNSによる情報発信 Twitterの閲覧者数(フォロワー数)は順調に増加しているが、協力委員からは、「もっとSNSを活用すべきである。一般の人が関心を持ちそうな情報を分かりやすくして、FacebookやTwitterに掲載してはどうか。」といった意見が寄せられているほか、ウェブアンケート調査の結果においても、公正取引委員会Twitterの改善点として、「法律を知らない人向けの情報を提供する」、「画像、イラスト等を増やす」といった改善点が挙げられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、より分かりやすい表現とすることや、画像、イラスト等を活用するなどの工夫をしていく必要がある。  c 動画 公正取引委員会が作成した各種動画については、協力委員から、評価する意見が寄せられている一方で、アクセス数が更に増えるようにすべきといった意見も寄せられている。また、ウェブアンケート調査の結果においても、各種動画の認知度は低い状況にある。このため、地方有識者との懇談会、講演会等の場において各種動画の案内文書を配布したり、視聴の機会を設けるなど、各種動画の認知度を高めていく必要がある。

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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は何か。(田辺委員) (事業者に対しては独占禁止法等の違反行為の未然防止、学生や消費者、若年層の社会人等に対しては、公正取引委員会の認知や独占禁止法等の趣旨の理解等が重要である旨回答した。)</li> <li>・一日公正取引委員会の開催エリアの選定を下請法が普及していない地域、過去に違反行為が行われた地域等、戦略的に実施していくことが効果的ではないか。(中村委員) (現状、地方事務所等の所在地以外の都市でバランスよく開催することとしているが、意見を踏まえ、開催エリアを選定する際に検討したい旨回答した。)</li> <li>・SNSによる情報発信を報道発表を行った案件以外も行うなどして頻度を上げ、公正取引委員会の認知度を高めることも重要ではないか。(若林委員) (意見を踏まえ、公正取引委員会の認知度を高めるような発信に取り組んでいく旨回答した。)</li> <li>・広報活動の対象者の行動を分析し、仮説を設定しつつ実施していくなどして、より効果的に広報活動を実施していくことが必要である。(柿崎委員) 一日公正取引委員会は、独占禁止法や下請法の講習会等を1つのパッケージにしているが、どのように実施しているのか。また、その方法を分かりやすく記載していただきたい。(小西委員) (意見を踏まえ、実績評価書に所要の修正を行った。)</li> <li>・一日公正取引委員会の参加人数が平成28年度に増えているが、その理由があれば説明を追記いただきたい。(小西委員) (意見を踏まえ、実績評価書に所要の修正を行った。)</li> <li>・予算と広告費換算の比較のみで効率性を評価しているが、別の要素、例えば、広報・広聴活動の手数を少なくする観点等からも効率性を検証し、それを記載していただきたい。(小西委員) (意見を踏まえ、実績評価書に所要の修正を行った。)</li> </ul>
-----------------	--

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>①消費者セミナー参加者の内容理解度・満足度等に係るアンケート【平成26年度ないし平成28年度】          ②独占禁止法教室参加者の内容理解度・満足度等に係るアンケート【平成26年度ないし平成28年度】          ③一日公正取引委員会参加者の意識に係るアンケート【平成26年度ないし平成28年度】          ④各種広報活動を報道した新聞記事の広告費換算額調査【平成26年度:作成者 株式会社ジャパン通信社, 平成27年度:作成者 株式会社ジャパン通信社, 平成28年度:作成者 株式会社ジャパン通信社】          ⑤独占禁止懇話会会合議事概要【平成26年度ないし平成28年度報道発表文】          ⑥独占禁止政策協力委員から寄せられた主な意見について【平成26年度ないし平成28年度報道発表文】          ⑦有識者と公正取引委員会との懇談会で出された主な意見等について【平成26年度ないし平成28年度報道発表文】          ⑧広報に関するウェブアンケート          調査対象者(有効回答者数1,023名): 給与所得者(208名), 教育関係者(154名), 学生(150名), 経営者(102名), 法曹関係者(85名), 職業条件なし(324名)          調査方法: ウェブアンケート調査(選択式, 自由記載式)          作成者: 株式会社インテージ          調査期間: 平成29年3月14日から同月16日まで          (注)前記資料等は全て公正取引委員会官房総務課において保管している。</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>官房総務課</p>	<p>作成責任者名 (※記入は任意)</p>	<p>官房総務課長 藤本 哲也</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成29年4月～7月</p>
--------------	--------------	----------------------------	-------------------------	-----------------	-------------------

		施策の進捗状況(実績)				
		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度
測定指標	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た意見・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。	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た意見・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。	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た意見・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。	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た意見・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。	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た意見・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。	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た意見・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。
	① 独占禁止懇話会の開催回数[2回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	① 同左[3回]	
	② 報道発表件数[258件]	② 同左[286件]	② 同左[318件]	② 同左[337件]	② 同左[374回]	
	③ 各種広報活動(公表したもの)に係る新聞記事の広告費換算額[5億2245万円]	③ 同左[3億9036万円]	③ 同左[2億8416万円]	③ 同左[3億6633万円]	③ 同左[3億7317万円]	
	④ メールマガジン登録件数[5,070名]	④ 同左[5,382名]	④ 同左[5,443名]	④ 同左[5,575名]	④ 同左[5,771名]	
	⑤ 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[1,938,070件]	⑤ 同左[2,114,771件]	⑤ 同左[1,997,895件]	⑤ 同左[1,801,125件]	⑤ 同左[2,249,084件]	
	⑥ 公正取引委員会ウェブサイトに掲載されたパンフレットダウンロード件数及び動画の再生件数[515,846件]	⑥ 同左[180,667件]	⑥ 同左[130,812件]	⑥ 同左[145,537件]	⑥ 同左[232,944件]	
	⑦ 独占禁止法教室参加者の内容理解度[88%](注1)	⑦ 同左[91%]	⑦ 同左[91%]	⑦ 同左[92%]	⑦ 同左[91%]	
	⑧ 独占禁止法教室参加者の満足度[87%](注1)	⑧ 同左[88%]	⑧ 同左[86%]	⑧ 同左[88%]	⑧ 同左[87%]	
	⑨ 消費者セミナー参加者の内容理解度[83%](注1)	⑨ 同左[84%]	⑨ 同左[88%]	⑨ 同左[88%]	⑨ 同左[88%]	
	⑩ 消費者セミナー参加者の満足度[74%](注1)	⑩ 同左[70%]	⑩ 同左[79%]	⑩ 同左[78%]	⑩ 同左[71%]	
⑪ 一日公正取引委員会参加者の評価[79%](注2)	⑪ 同左[91%]	⑪ 同左[90%]	⑪ 同左[87%]	⑪ 同左[87%]		
年度ごとの目標値	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た意見・要望の把握を通じて競争政策に対する理解を増進する。					

(注1) 理解度については、アンケートにおいて「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合を記載。また、満足度については、アンケートにおいて「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合を記載。

(注2) 一日公正取引委員会参加者の評価については、アンケートにおいて、一日公正取引委員会の取組に対して、「非常に良い取組である」又は「良い取組である」と回答した参加者の割合を記載。

## 1. 評価対象施策

### 競争政策の普及啓発等

#### 競争政策の広報・広聴

#### 【具体的内容】

独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、報道発表やウェブサイト等による広報活動を行うとともに、国民各層とのコミュニケーションを通じて、国民からの意見・要望を広く把握する広聴活動を行い、競争政策に対する国民的理解の増進を図る。

## 2. 施策の目標（目標達成時期）

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り意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図る。（平成 26 年度ないし平成 28 年度）

## 3. 評価の実施時期

平成 29 年 4 月～7 月

## 4. 評価の観点

- (1) 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要か（必要性）。
- (2) 本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、競争政策の有効かつ適切な推進を図るために有効か（有効性）。
- (3) 本件取組は、効率的に行われたか（効率性）。

## 5. 施策の実施状況

### (1) 独占禁止法教室

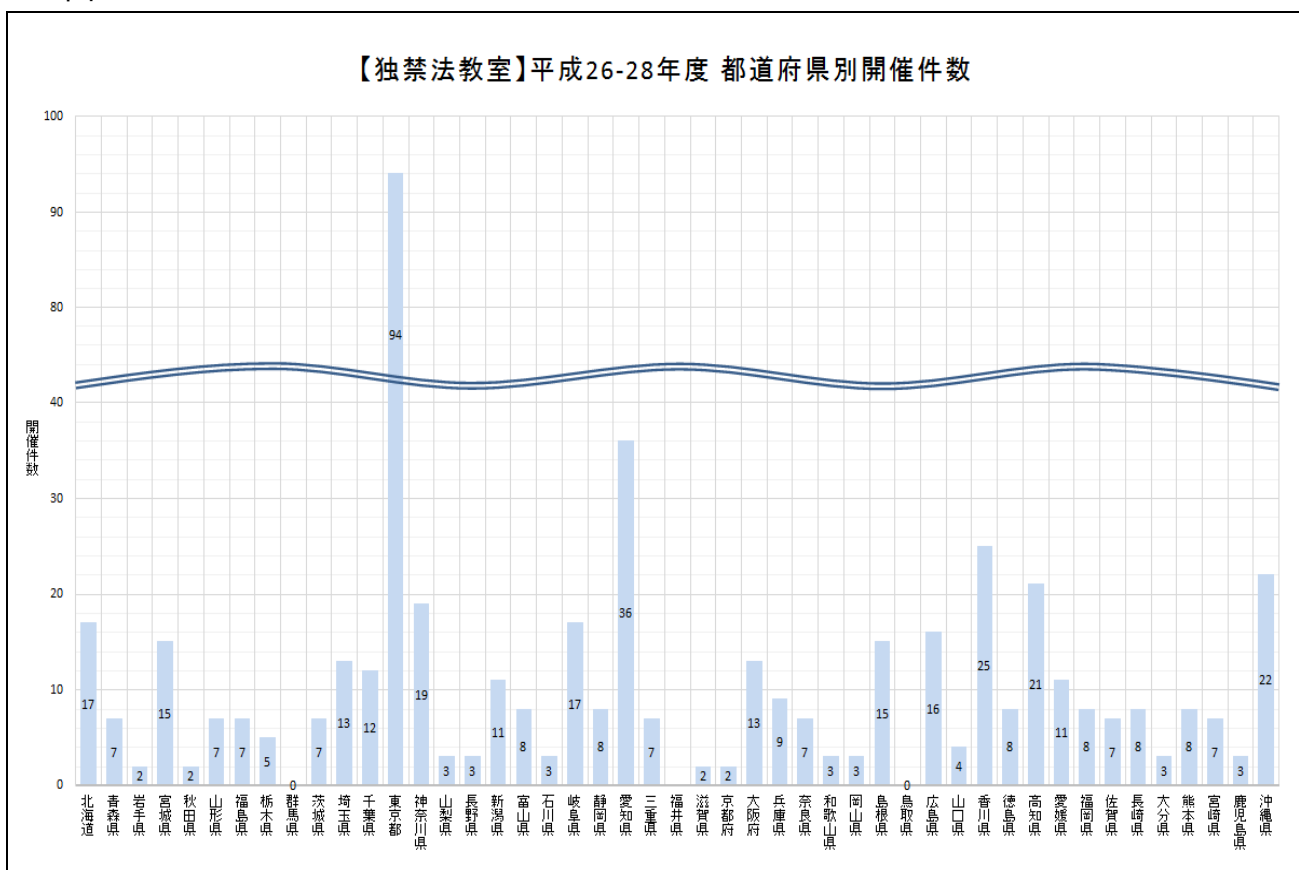
独占禁止法教室は、将来を担う中学生、高校生、大学生等に対し、市場経済の仕組みや競争の機能について説明するなどし、競争の必要性・重要性、独占禁止法の役割等について理解してもらうことを目的として、各学校に公正取引委員会の職員を講師として派遣して開催している。

平成26年度ないし平成28年度の中学校、高校及び大学等における開催件数は、表1のとおりであり、当該3年度における都道府県別の開催件数は、図1のとおりである。

表1 独占禁止法教室の開催件数

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
中学校	69件	61件	54件
高校	18件	27件	33件
大学等	61件	76件	109件
合計	148件	164件	196件

図1



また、独占禁止法教室の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、内容理解度は表2-1～2-4のとおり、満足度は表3-1～3-4のとおりであった。

表 2-1 独占禁止法教室参加者の内容理解度（全体）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 26 年度	52.0%	38.9%	6.9%	1.1%	0.4%	0.8%
平成 27 年度	50.2%	41.4%	6.5%	1.1%	0.3%	0.5%
平成 28 年度	46.0%	44.5%	7.7%	1.0%	0.2%	0.5%

表 2-2 独占禁止法教室参加者の内容理解度（中学生）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 26 年度	65.5%	29.7%	3.4%	0.3%	0.2%	0.9%
平成 27 年度	66.2%	29.9%	3.1%	0.3%	0.1%	0.4%
平成 28 年度	67.6%	28.7%	2.9%	0.3%	0.2%	0.4%

表 2-3 独占禁止法教室参加者の内容理解度（高校生）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 26 年度	53.4%	35.9%	7.9%	1.1%	0.8%	0.9%
平成 27 年度	60.5%	34.7%	3.6%	0.4%	0.0%	0.7%
平成 28 年度	58.1%	35.1%	5.3%	0.7%	0.3%	0.5%

表 2-4 独占禁止法教室参加者の内容理解度（大学生等）

	理解できた	おおむね 理解できた	どちらとも いえない	やや理解で きなかった	理解でき なかった	未回答
平成 26 年度	24.7%	59.4%	12.7%	2.5%	0.3%	0.4%
平成 27 年度	27.0%	57.8%	11.8%	2.5%	0.5%	0.5%
平成 28 年度	26.5%	59.1%	11.8%	1.7%	0.2%	0.6%

表 3-1 独占禁止法教室参加者の満足度（全体）

	満足	おおむね 満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 26 年度	56.9%	29.5%	12.4%	0.6%	0.2%	0.3%
平成 27 年度	58.6%	29.8%	10.6%	0.5%	0.2%	0.3%
平成 28 年度	52.7%	34.2%	12.0%	0.5%	0.2%	0.5%

表 3-2 独占禁止法教室参加者の満足度（中学生）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 26 年度	68.8%	21.6%	8.6%	0.4%	0.2%	0.4%
平成 27 年度	74.1%	18.2%	7.0%	0.3%	0.2%	0.2%
平成 28 年度	71.1%	20.8%	7.5%	0.3%	0.2%	0.1%

表 3-3 独占禁止法教室参加者の満足度（高校生）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 26 年度	52.2%	27.6%	18.7%	0.9%	0.4%	0.2%
平成 27 年度	66.7%	21.9%	10.8%	0.3%	0.1%	0.2%
平成 28 年度	62.9%	24.1%	12.1%	0.6%	0.2%	0.1%

表 3-4 独占禁止法教室参加者の満足度（大学生等）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成 26 年度	38.3%	46.2%	14.3%	0.7%	0.1%	0.4%
平成 27 年度	37.0%	46.6%	14.7%	0.9%	0.2%	0.6%
平成 28 年度	36.2%	47.5%	14.8%	0.6%	0.2%	0.8%

(2) 消費者セミナー

消費者セミナーは、一般消費者に対し、独占禁止法が消費者の暮らしに関わっていることを中心に説明するなどし、競争政策や公正取引委員会の活動について理解を得るとともに、これらを身近なものとして感じてもらうことを目的として行っている。

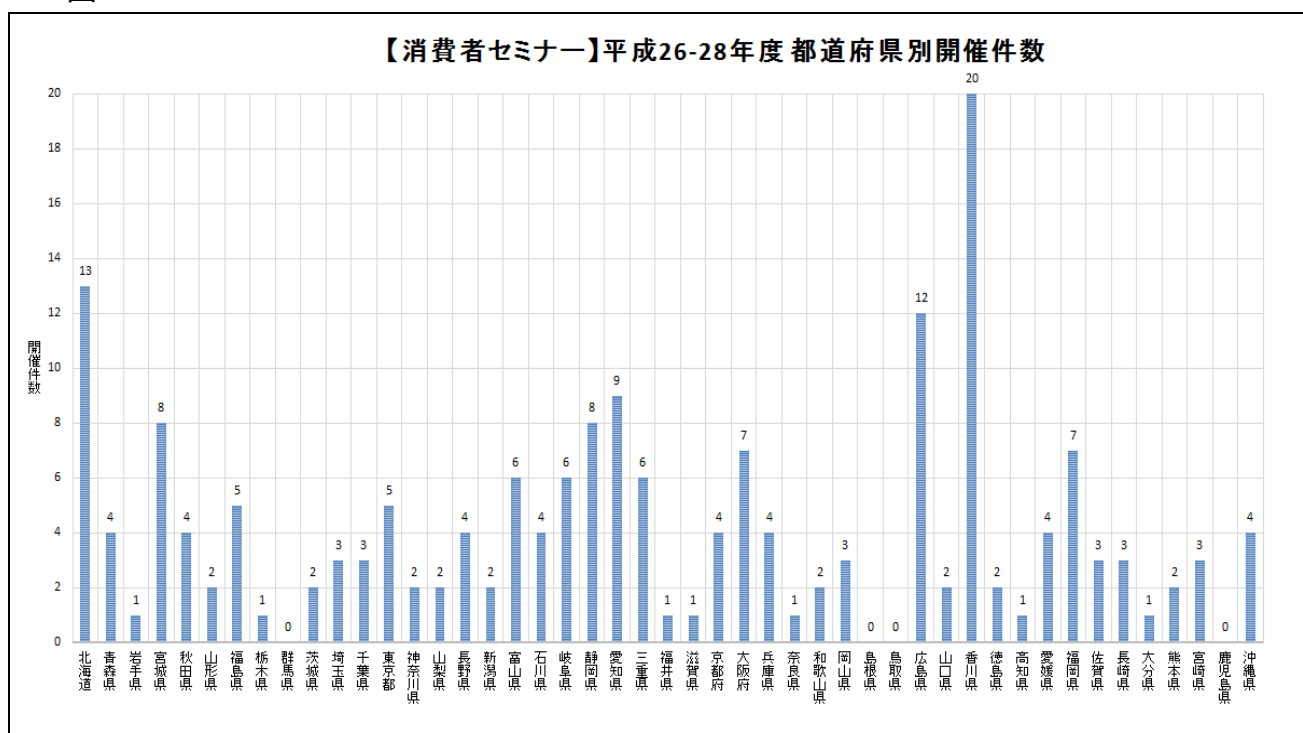
平成 26 年度ないし平成 28 年度の開催件数は、表 4 のとおりであり、当該 3 年度の間における都道府県別の開催件数は、図 2 のとおりである。

表 4 消費者セミナーの開催件数

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
53 件	57 件	77 件



図 2



また、消費者セミナーの参加者に対してアンケート調査を実施したところ、内容理解度は表5のとおり、満足度は表6のとおりであった。

表 5 消費者セミナー参加者の内容理解度

	理解できた	おおむね理解できた	どちらともいえない	やや理解できなかった	理解できなかった	未回答
平成26年度	31.0%	57.3%	6.5%	1.9%	0.3%	2.9%
平成27年度	33.5%	54.2%	6.5%	2.2%	0.3%	3.3%
平成28年度	28.2%	59.7%	8.2%	1.7%	0.1%	2.1%

表 6 消費者セミナー参加者の満足度

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
平成26年度	31.9%	47.2%	14.8%	2.8%	0.2%	3.1%
平成27年度	32.9%	45.2%	15.1%	1.9%	0.0%	4.9%
平成28年度	25.2%	45.8%	23.7%	2.1%	0.3%	2.9%

(3) 一日公正取引委員会

公正取引委員会の本局及び地方事務所等の所在地以外の都市における独占禁止法等の普及啓発活動や相談対応の一層の充実を図り、これらの地域において当委員会の活動等を身近なものとするため、一日公正取引委員

会を開催している。

一日公正取引委員会は、同一会場において、時間割を組んで、独占禁止法講演会、消費税転嫁対策特別措置法説明会、下請法基礎講習会、入札談合等関与行為防止法研修会、消費者セミナーといった複数のイベントを開催するほか、相談コーナーを設置するとともに、開催地に所在する中学校、高校又は大学において独占禁止法教室を行っている。このように複数のイベントを同一会場で行い、参加者が関心を持つものに参加してもらうことで、公正取引委員会の活動内容等に関する情報に幅広く接することができるようにしている。

平成26年度ないし平成28年度における一日公正取引委員会の開催件数、参加人数等は、表7のとおりである。

表7 一日公正取引委員会の開催件数及び参加人数

	開催件数 参加人数	開催地
平成26年度	8件 1,440人	苫小牧市、青森市、宇都宮市、津市、 大津市、山口市、松山市、佐賀市
平成27年度	8件 1,686人	函館市、福島市、横浜市、岐阜市、 和歌山市、岡山市、高知市、長崎市
平成28年度	8件 2,222人	帯広市、秋田市、さいたま市、浜松市、 神戸市、下関市、徳島市、宮崎市

また、一日公正取引委員会の取組について、参加者にアンケート調査を実施したところ、表8のとおりであった。

表8 一日公正取引委員会の取組に対する参加者の評価

	非常に良い	良い	あまり 必要ない	必要ない	未回答
平成26年度	25.2%	65.1%	3.1%	1.3%	5.9%
平成27年度	21.8%	65.3%	4.4%	0.8%	7.6%
平成28年度	23.6%	63.6%	4.6%	0.3%	7.9%

#### (4) 地方有識者との懇談会

地方有識者（各地の主要経済団体、消費者団体の代表者等）と公正取引委員会の委員等との懇談会は、競争政策についてより一層の理解を求めるとともに、幅広く意見・要望を把握し、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るため、全国各地において開催している。

このほか、同様の観点から、地方事務所長等と地方有識者（各地経済団

体の役員等)との懇談会を開催している。

平成 26 年度ないし平成 28 年度の地方有識者との懇談会開催件数は、表 9 のとおりである。

表 9 地方有識者との懇談会開催件数

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
委員等	8 件	9 件	8 件
地方事務所長等	83 件	87 件	78 件
合計	91 件	96 件	86 件

また、地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会においては、これに併せて、各地区の事業者等に対し、独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について理解を深めてもらうことを目的として、委員等による講演会を開催している。当該講演会については、参加者に対するアンケート調査を平成 28 年度から実施しているところ、公正取引委員会の活動に対する理解の向上度は表 10 のとおり、独占禁止法・下請法の理解の向上度は表 11 のとおり、公正取引委員会の役割についての賛同は表 12 のとおりであった。

表 10 公正取引委員会の活動に対する理解の向上

理解が深まった	おおむね理解が深まった	どちらともいえない	あまり理解が深まらなかった	理解が深まらなかった	未回答
28.0%	59.7%	9.2%	1.4%	0.2%	1.4%

表 11 独占禁止法・下請法の理解の向上

理解が深まった	おおむね理解が深まった	どちらともいえない	あまり理解が深まらなかった	理解が深まらなかった	未回答
25.8%	58.1%	12.5%	2.2%	0.4%	1.0%

表 12 公正取引委員会の役割についての賛同

賛同できた	おおむね賛同できた	どちらともいえない	あまり賛同できなかった	賛同できなかった	未回答
36.0%	51.3%	10.2%	1.4%	0.0%	1.0%

- (5) 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・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況

ア 独占禁止懇話会の開催

独占禁止懇話会は、経済社会の変化に即応して競争政策を有効かつ適切に推進するため、公正取引委員会の委員長及び委員が、学識経験者、産業界、消費者団体、中小企業団体等の各分野における有識者と意見を交換し、併せて競争政策の一層の理解を求めることを目的として開催している。

平成 26 年度ないし平成 28 年度の開催件数は表 13 のとおりである。

表 13 独占禁止懇話会開催件数

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
3 件	3 件	3 件

#### イ 独占禁止政策協力委員制度

独占禁止政策協力委員制度は、競争政策への理解の促進と地域経済の実状に即した政策運営に資するため、平成 11 年度から設置しており、各地域の有識者 150 名に委員（以下「協力委員」という。）を委嘱し、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・要望の聴取等を行い、施策の実施において参考としている。

また、平成 26 年度ないし平成 28 年度のいずれの年度においても、各協力委員から意見・要望を聴取する前にテーマを定めて、意見聴取を行った。平成 26 年度ないし平成 28 年度における主なテーマは表 14 のとおりである。

表 14 協力委員への主な意見聴取テーマ

	主な意見聴取テーマ
平成 26 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公正取引委員会の今後の活動・期待することについて</li> <li>・ 消費税転嫁対策特別措置法施行に係る公正取引委員会の取組について</li> <li>・ 競争環境の整備に係る調査・提言について</li> <li>・ 広報・広聴活動について</li> <li>・ 下請法・優越的地位の濫用規制の普及・啓発について</li> </ul>
平成 27 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公正取引委員会に対する期待について</li> <li>・ 消費税転嫁対策特別措置法施行に係る公正取引委員会の取組について</li> <li>・ 下請法・優越的地位の濫用規制の普及・啓発について</li> <li>・ 広報・広聴活動について</li> <li>・ 実態調査等について</li> </ul>
平成 28 年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公正取引委員会に対する期待について</li> <li>・ 地域経済の現状と競争政策の役割について</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報通信技術やデジタル化の進展に応じた競争政策の在り方について</li> <li>・ 地方における独占禁止法及び下請法遵守の促進について</li> <li>・ 規制改革に伴う対応について</li> <li>・ 中小企業に不当に不利益を与える行為の取締り等の強化について</li> <li>・ 課徴金制度の在り方について</li> <li>・ 都市ガス分野における小売事業の全面自由化について</li> <li>・ 独占禁止政策協力委員制度について</li> </ul>
--	---

ウ 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

(7) 報道発表等

公正取引委員会は、独占禁止法違反事件に対する法的措置、企業結合等の審査・相談事例、独占禁止法を始めとする関係法令に係る各種ガイドライン、実態調査報告書等の内容について、幅広く報道発表を行っている。また、毎週水曜日には、事務総長による定例会見を開催している。

平成 26 年度ないし平成 28 年度における報道発表件数は表 15 のとおりであり、事務総長定例会見の件数は表 16 のとおりである。

表 15 報道発表件数

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
318 件	337 件	374 件

表 16 事務総長定例会見件数

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
39 件	41 件	36 件

公正取引委員会では、平成 9 年以降、報道発表資料、事務総長定例会見等を含む各種情報をウェブサイトに掲載している。

平成 26 年度ないし平成 28 年度における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は、表 17 のとおりである。

表 17 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

平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
1,997,895 件	1,801,125 件	2,249,084 件

(イ) ソーシャルメディア等

公正取引委員会の活動状況を国民の幅広い層に対して積極的に発信することを目的として、平成20年からメールマガジンの発行を行っているほか、平成26年6月からTwitter及びFacebook（以下「SNS」という。）の運用を開始し、報道発表のほか公正取引委員会に関連する様々な情報を発信している。

平成26年度ないし平成28年度の年度末時点におけるメールマガジン登録者数及びTwitterのフォロワー数は、表18のとおりである。

表18 メールマガジン登録者数等

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
メールマガジン登録者数	5,443名	5,575名	5,771名
Twitterフォロワー数	6,697名	16,614名	31,435名

(ウ) パンフレット及び動画

独占禁止法等や公正取引委員会に対する一般の理解を深めるため、独占禁止法・下請法等の内容や公正取引委員会について説明するパンフレットのほか、中学生向け副教材等のパンフレットを作成し、講演会、懇談会、独占禁止法教室等の参加者等に配布するとともに、公正取引委員会ウェブサイトに掲載している。

また、ミニドラマ等を用いて独占禁止法や下請法の内容を分かりやすく説明する動画を作成し、公正取引委員会ウェブサイトに掲載するとともに、平成27年5月にYouTube公正取引委員会チャンネルを開設し、各種動画を配信している。

平成26年度ないし平成28年度における各種パンフレットのダウンロード件数及び各種動画の再生回数は、表19のとおりである。

表19 各種パンフレットのダウンロード件数及び各種動画の再生回数

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
各種パンフレット <sup>1</sup>	95,136件	96,439件	140,038件
各種動画 <sup>2</sup>	22,289件	35,997件	66,348件

<sup>1</sup> 「各種パンフレット」とは、①「知ってなっとく独占禁止法」、②「優越的地位の濫用」、③「大規模小売業告示」、④「物流特殊指定」、⑤「わたしたちの暮らしと市場経済」（中学生向け副教材）、⑥「入札談合等関与行為防止法について」、⑦「知るほどなるほど下請法」、⑧「ポイント解説下請法」、⑨「知って得する下請法」、⑩「コンテンツ取引と下請法」、⑪「農協と独占禁止法」及び⑫「消費税転嫁対策に係る事業者向けパンフレット」の12種である。

<sup>2</sup> 「各種動画」とは、①「公正で自由な競争を目指して」（フルバージョン[日本語版]・[英語版]、ショートバージョン）、②「気を付けよう！取引のルールー優越的地位の濫用規制ー」（フルバージョン、ショートバージョン）、③「そうだったのか！よくわかる下請法」（フルバージョン、ショートバージョン）、④「知

## (E) 消費者向け及び子供向けコンテンツ

公正取引委員会ウェブサイトにおいて、消費者の普段の暮らしに関連した独占禁止法違反事例等をイラストを用いて紹介する消費者向けコンテンツのほか、子供に公正取引委員会の活動に親しみを持ってもらえるよう、マスコットキャラクター「どっきん」を用いた漫画やクイズにより独占禁止法の内容や公正取引委員会の活動を分かりやすく紹介する子供向けコンテンツを掲載している。

平成 26 年度ないし平成 28 年度における消費者向けコンテンツ及び子供向けコンテンツへのアクセス件数は、表 20 のとおりである。

表 20 消費者向けコンテンツ及び子供向けコンテンツへのアクセス件数

	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
消費者向けコンテンツ	7,610 件	6,569 件	10,594 件
子供向けコンテンツ	5,777 件	6,532 件	15,964 件

## 6. 評価

### (1) 必要性

公正取引委員会は

- ① 競争の必要性・重要性について理解を得て、競争政策や公正取引委員会の活動を身近なものとし、また、当委員会の活動が円滑に行えるようにすること
- ② 独占禁止法等に対する理解を深めることにより、違反行為を未然に防止すること
- ③ 国民各層から意見・要望等を幅広く聴取することにより、競争政策の有効かつ適切な推進を図ること

などを目的として、各種広報・広聴活動を実施してきている。

### ア 広報活動

#### (ア) 広報イベント

独占禁止法教室は、生徒や学生に対し、競争の重要性・必要性と、独占禁止法や公正取引委員会の役割等について理解してもらうことを目的として行っている（上記目的①）。また、このうち大学生等に対する独占禁止法教室については、独占禁止法等に対する理解を深めてもらうことで、近い将来、社会人となったときに違反行為を行うこ

---

っておきたい！物流分野の取引ルール」（フルバージョン、ショートバージョン）及び⑤「やさしく解説・よくわかる下請法講座～下請取引で困らないために～」の5種である。このうち④の動画は平成 26 年 6 月から、⑤の動画は平成 28 年 7 月から配信を開始したものである。なお、平成 27 年度以降の再生回数は、YouTube 公正取引委員会チャンネルにおける再生回数を含んでいる。

とを未然に防ぐという目的もある（上記目的②）。

消費者セミナーは、独占禁止法が消費者の暮らしに関わっていることや、公正取引委員会の活動について理解してもらうことを目的として行っている（上記目的①）。

一日公正取引委員会は、本局及び地方事務所等の所在地以外の都市における独占禁止法等の普及啓発活動や相談対応の一層の充実を図るためのものであり、こららの都市の在住者に対し、公正取引委員会の活動について理解してもらうとともに、事業者に独占禁止法等に対する理解を深めてもらうことで、違反行為を未然に防止することを目的として行っている（上記目的①及び②）。

独占禁止法教室、消費者セミナー及び一日公正取引委員会は、いずれも、競争政策に対する国民的理解の増進を図るものであり、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要である。

#### (イ) 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

報道発表は、独占禁止法等の違反事件処理や各種実態調査などについて、その背景や経緯、重要性を含めた内容を、より多くの国民に適時に周知することにより、公正取引委員会の活動について認知してもらうとともに、独占禁止法等に対する理解を深め、違反行為を未然に防止することを目的として行っているものである（上記目的①及び②）。

これら報道発表についての情報等をウェブサイトに掲載したり、SNSを用いて情報発信することは、情報通信社会における広報活動として、特に重要な役割を果たすものであり、国民がインターネットを通じてより簡易に、公正取引委員会の活動や独占禁止法の内容等に関する各種情報を入手できるようにするものである。また、SNSについては、特に若年層に対する情報発信を意識し、公正取引委員会の活動等に関心や親しみを持ってもらう活動として位置付けている（上記目的①）。

報道発表、公正取引委員会ウェブサイト、SNSなどによる情報発信は、いずれも、競争政策に対する国民的理解の増進を図るものであり、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要である。

また、独占禁止法等についての意義、基本的な枠組みについて国民の理解を得るためには、それを分かりやすく解説するための資料やツールが必要である。各種パンフレットや動画については、主に事業者を対象とし、また、公正取引委員会ウェブサイトに掲載している一般消費者向けコンテンツや子供向けコンテンツは一般消費者や子供（生徒・学生）を対象としているものである。



このような分かりやすい広報資料等を通じた広報活動は、国民各層において競争政策や公正取引委員会の活動を身近なものとするほか、独占禁止法違反行為を未然に防止するために必要である（上記目的①及び②）。

## イ 広聴活動

競争政策に対する国民的理解の増進のためには、各界の有識者や全国の様々な地域の事業者、消費者、有識者等に対して継続的に公正取引委員会の取組に関する情報を提供し、定期的に幅広い意見や要望を聴取することにより、我が国の経済社会の実状に即した政策を実施していくことが重要である。そのためには、広く各界の有識者と意見交換を行うとともに、幅広い地域に公正取引委員会職員が出向いて地方有識者との間で懇談会を開催し、地域の実情に即した意見や要望を聴取すること、各地域の有識者に協力委員を委嘱し、公正取引委員会の活動への理解と提言等を随時求めていくことが必要である（上記目的①及び③）。

## (2) 有効性

### ア 広報活動

#### (7) 独占禁止法教室

独占禁止法教室の開催件数は、表1のとおり、平成26年度においては148件、平成27年度においては164件、平成28年度においては196件であり、いずれの年度においても目標（平成26年度86件、平成27年度111件、平成28年度121件）を達成した。

独占禁止法教室の参加者に対して、内容理解度及び満足度についてアンケート調査を行ったところ、表3-1及び4-1のとおり、いずれの年度においても、内容理解度について「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合は90%超（平成26年度90.9%、平成27年度91.6%、平成28年度90.5%）であり、満足度について「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は86%超（平成26年度86.4%、平成27年度88.4%、平成28年度86.9%）と高い水準となっている。

また、アンケート調査では、「授業で習ってよく理解できなかったことなどをゲームなど親しみやすいやり方で説明を受けることでとても身近に感じる事ができた。」といった感想や、「公正取引委員会の方に授業をしてもらい、名前しか知らなかった仕事のことが良く分かりました。」などの意見が出され、このほか、地方有識者からも「独占禁止法教室は、社会に出る前の子供に競争政策を教育する非常によい取組だと思う。」といった意見も出されている。

これらのことから、本取組は、有効なものであったと評価できる。

#### (イ) 消費者セミナー

消費者セミナーにおける開催件数は、表4のとおり、平成26年度においては53件、平成27年度においては57件、平成28年度においては77件であり、いずれの年度においても目標（平成26年度42件、平成27年度42件、平成28年度43件）を達成した。

平成28年度における開催件数の大幅な増加については、特定の消費者団体向けの開催に加え、大学における公開講座、消費生活センター等が主催する講座での開催等、広く一般消費者を対象とするイベントを活用するなどして消費者セミナーを開催できたことによるものである。

消費者セミナーの参加者に対して、内容理解度及び満足度についてアンケート調査を行ったところ、表5及び表6のとおり、内容理解度については、いずれの年度においても、「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した参加者の割合は87%超（平成26年度88.3%、平成27年度87.7%、平成28年度87.9%）と高い水準であり、満足度については、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は、平成26年度79.1%、平成27年度78.1%、平成28年度は71%と、いずれの年度においても70%以上の水準となっている。

また、アンケート調査では、「私達の生活を守るために公正取引委員会が活動していることがよく分かりました。」といった感想や、「公正取引委員会によって安心した生活が出来る事を改めて気にかけて買いたい物をすると思う。」などの意見が出されている。

これらのことから、本取組は、有効なものであったと評価できる。

#### (ウ) 一日公正取引委員会

一日公正取引委員会の開催回数及びその参加人数は、表7のとおり、平成26年度においては8回・1,440人、平成27年度においては8回・1,686人、平成28年度においては8回・2,222人であり、いずれの年度においても目標（平成26年度8回、平成27年度8回、平成28年度1,490人<sup>3</sup>）を達成している。なお、平成28年度の参加人数が増加しているのは、主に独占禁止法教室、消費者セミナーの参加人数が増加したことによるものである。

参加者に対してアンケート調査を行ったところ、表8のとおり、い

<sup>3</sup> 一日公正取引委員会は、今後も年間8件の回数を維持することが見込まれることから、平成28年度から、開催件数ではなく、当該活動への参加人数を目標値の指標としている。

ずれの年度においても、一日公正取引委員会の取組について、「非常に良い」又は「良い」取組であると回答した参加者の割合は87%超（平成26年度90.3%、平成27年度87.1%、平成28年度87.2%）と高い水準となっている。

また、アンケート調査では、「日ごろ、遠い存在である公正取引委員会が少し身近に感じられました。」といった感想や、「独占禁止法等の法律を知らないので大変いい勉強になりました。」などの感想が出されているほか、協力委員からも、「独占禁止法や下請法の講習会、消費者セミナー、独占禁止法教室などを一つの都市においてワンパッケージで行う『一日公正取引委員会』という取組は、広報活動として有効である。」といった意見も出されている。

これらのことから、本取組は、有効なものであったと評価できる。

#### (I) 公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信

##### a 報道発表等

公正取引委員会の活動が、新聞を通じて広く報道されれば、国民の公正取引委員会の活動に関する認知度が高まるとともに、独占禁止法等に関する理解が増進すると考えられることから、報道発表等の有効性は、日刊新聞の報道量を指標とすることによって評価することができると考えられる。

このため、独占禁止法等の違反事件処理や各種実態調査など公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事のうち、平成26年度ないし平成28年度において公正取引委員会が把握したものについて、広告費換算の推計を行った<sup>4</sup>。

平成26年度ないし平成28年度における新聞記事の広告費換算額等は、表21のとおりである。

表21 公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事の掲載件数及び広告費換算推計値

	平成26年度	平成27年度	平成28年度
掲載件数	178件	260件	216件
換算推計値	約2億8416万円	約3億6633万円	約3億7317万円

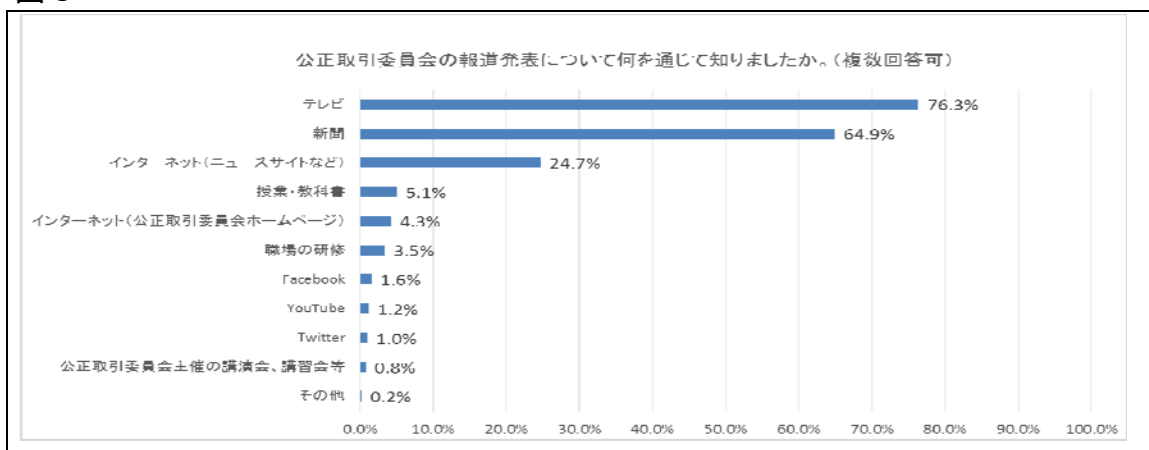
平成26年度ないし平成28年度に報道された新聞記事の掲載件数及び広告費換算推計値は、平成26年度が178件・約2億8416万円、平

<sup>4</sup> 専門の事業者に広告費換算の推計を委託し、各媒体の広告出稿料金を基に1段×1cm当たりの広告料金を算出し、掲載された記事の面積に当該広告料金を乗じて広告費換算額を算出した。

成27年度が260件・約3億6633万円，平成28年度が216件・約3億7317万円となっている。平成28年度において，平成27年度と比較して報道件数が減少している一方で広告費換算推計値が増加している要因は，企業結合審査案件や実態調査に係る報道が広くなされたことによるものである。

また，広報・広聴活動の有効性について把握するために実施したウェブアンケート調査<sup>5</sup>の結果によれば，公正取引委員会の報道発表を何らかの媒体で見た（聞いた）ことがあると回答した者（490名）に対して，何を通じて知ったか質問したところ，64.9%（318名）が新聞報道で知ったと回答している（最も多かったのは，テレビの報道で知ったと回答した者の76.3%（374名）であった。）（図3）。

図3



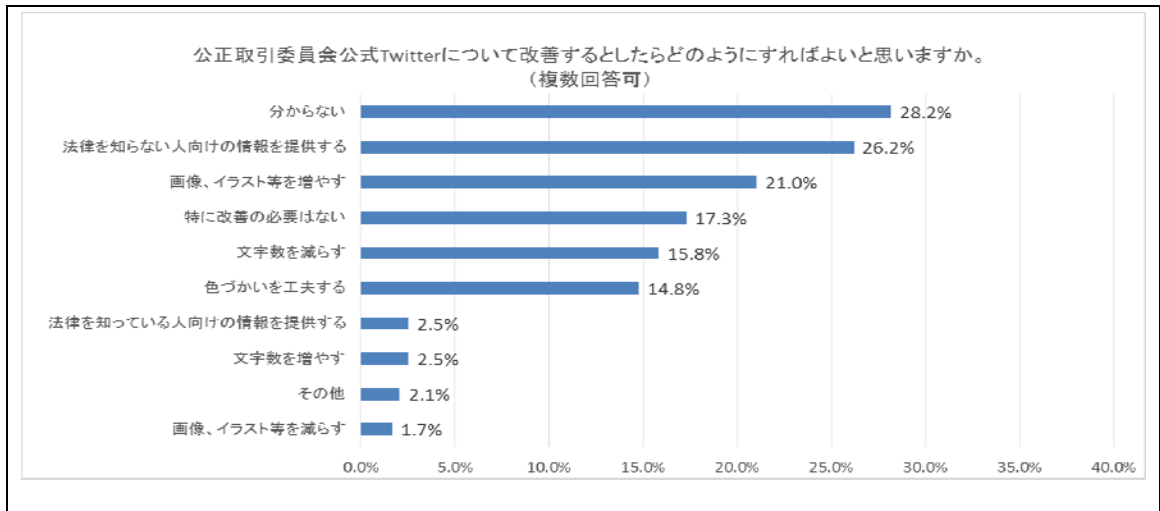
#### b ソーシャルメディア等

SNSについては，Twitterの閲覧者数（フォロワー数）が，表18のとおり，平成26年度末で5,443名，平成27年度末で16,614名，平成28年度末で31,435名と順調に増加している。他方，協力委員からは「一般の人，特に20代から30代の世代に独占禁止法への関心をもってもらうためには，もっとSNSを活用すべきである。一般の人が関心を持ちそうな情報を分かりやすくして，FacebookやTwitterに掲載してはどうか。」といった意見が寄せられている。また，ウェブアンケート調査の結果によれば，Twitterの改善点として，「法律を知らない人向けの情報を提供する」と回答した者が26.2%（268名）と最も多く，「画像，イラスト等を増やす」と回答した者が21.0%（215名），「文字数を減らす」と回答した者が15.8%

<sup>5</sup> ウェブ調査会社に調査を委託し，平成29年3月14日から同月16日までの間，1,023名（給与所得者208名，教育関係者154名，学生150名，経営者102名，法曹関係者85名，職業条件なし324名）を対象に，インターネット上でアンケート調査を実施した。

(162名)、「色づかいを工夫する」と回答した者が14.8% (151名) となっている (図4)。

図4



#### c. パンフレット及び動画

各種パンフレットについては、地方有識者との懇談会、講演会、説明会等の独占禁止法等の内容を説明する機会に事業者等に配布して活用している。

また、公正取引委員会ウェブサイトにおける各種パンフレットのダウンロード件数は、表19のとおり、平成26年度においては95,136件、平成27年度においては96,439件、平成28年度においては140,038件であり、年々増加している。

公正取引委員会ウェブサイト及びYouTube公正取引委員会チャンネルに掲載している各種動画の再生回数は、表19のとおり、平成26年度においては22,289件、平成27年度においては35,997件、平成28年度においては66,348件であり、年々増加している。

協力委員から寄せられた意見の中には、動画について「文章だと難解な印象を受けてしまう法制度の仕組みや意味が分かりやすく解説されていた。」「ドラマ仕立ての各種法令に関する動画は非常に分かりやすく秀逸である。」といった感想が寄せられている一方で、「公正取引委員会の動画チャンネルは充実していると思うが、アクセス数が少ない。」「アクセス数が更に増えるようにこのチャンネルの存在についてもっと広報すべきと思う。」といった意見も寄せられている。また、ウェブアンケート調査の結果においても、公正取引委員会について「よく知っている」又は「知っている」と回答した者(475名)であっても、公正取引委員会が作成した動画があることを知っていたと回答した者は7.6%(36名)に過ぎない

ことから、各種動画の認知度を高めるための工夫が必要である。

d 消費者向け及び子供向けコンテンツ

公正取引委員会ウェブサイトに掲載している一般消費者向けコンテンツのアクセス件数は、表20のとおり、平成26年度においては7,610件、平成27年度においては6,569件、平成28年度においては10,594件であった。

公正取引委員会ウェブサイトに掲載している子供向けコンテンツのアクセス件数は、表20のとおり、平成26年度においては5,777件、平成27年度においては6,532件、平成28年度においては15,964件であり、年々増加している。特に平成28年度は、前年度に比べ、2倍以上に増加している。

協力委員から寄せられた意見の中には、子供向けコンテンツについて「ホームページは分かりやすさが大切であり、そのための方法の一つとしてマンガを使うことが有効だと考えているが、公正取引委員会の『どっきん』というマスコットキャラクターによるクイズコーナーは面白い。」といった感想が寄せられている。

e まとめ

これらのことから、公正取引委員会の活動及び独占禁止法の内容等の情報発信のための各種の取組は、有効なものであったと評価できる。

イ 広聴活動

(7) 独占禁止懇話会

独占禁止懇話会は、表13のとおり、平成26年度ないし平成28年度において、いずれも3回開催し、独占禁止懇話会の会員である各界の有識者から、会合ごとに設定した公正取引委員会の活動に関するテーマについて意見を聴取することに加え、公正取引委員会から有識者に対して、独占禁止法改正法案、独占禁止法違反事件の処理状況等について説明を行うことによって、公正取引委員会の取組に対する理解を増進することができた。この結果、各界を代表する有識者と公正取引委員会との間で、競争政策に関する相互理解を深めることができた。

(4) 地方有識者との懇談会

地方有識者との懇談会開催回数は、表9のとおり、平成26年度においては91回、平成27年度においては96回、平成28年度においては86回であり、いずれの年度においても目標（平成26年度81回、平成27年度

82回、平成28年度83回)を達成した。

地方有識者からは、上記(2)アで記載した意見等を含め、公正取引委員会に対する意見・要望等が数多く出されるなど活発な意見交換が行われ、地方有識者と公正取引委員会との間で、競争政策についての相互理解を深めることができた。

なお、地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会に併せて開催した講演会の参加者に対するアンケート調査を行ったところ、表10～12のとおり、公正取引委員会の活動に対して「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった」と回答した参加者の割合は87.7%、独占禁止法等の内容について「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった」と回答した参加者の割合は83.9%、公正取引委員会の役割について「賛同できた」又は「おおむね賛同できた」と回答した参加者の割合は87.3%と、いずれも高い水準となっている。

#### (ウ) 独占禁止政策協力委員制度

平成26年度ないし平成28年度に行った協力委員からの意見・要望の聴取については、意見聴取テーマを事前に定めたことにより、テーマとした公正取引委員会の各種取組に関して協力委員の理解を深めることができたほか、上記(2)アで記載した意見等を含め、多くの具体的な意見・要望を聴取することができた。

#### (エ) まとめ

このように、地方有識者や協力委員から聴取した意見・要望は、施策の実施において参考とするため全局的に共有されるなど、公正取引委員会の競争政策の運営に重要な役割を果たしているほか、有識者における競争政策の理解の増進を図ることができたと考えられることから、独占禁止懇話会、地方有識者との懇談会及び協力委員制度は有効な取組であったと評価できる。

### (3) 効率性

平成26年度ないし平成28年度における公正取引委員会が公表した各種活動を報道した新聞記事の広告費換算額は、表21のとおり、平成26年度約2億8416万円、平成27年度約3億6633万円、平成28年度約3億7317万円であった。この金額は公正取引委員会の競争政策の広報・広聴に係る各年度の予算総額(平成26年度約2544万円、平成27年度約2423万円、平成28年度約2420万円)と比べると、平成26年度は約11倍、平成27年度は約15倍、平成28年度は約15倍に当たる金額であることから、公正取引委員会が行った広報活動は、その予算額に比較してより

多くの効果を上げたと評価できる。

また、一日公正取引委員会として講演会、講習会等の複数のイベントを時間割を組んで同一会場で開催することによって参加者が関心に応じてイベントに参加できるようにしていることや、地方有識者や協力委員から意見を聴取する際に独占禁止法教室等の広報・広聴活動の内容や意義を説明し、これらの開催への協力を依頼するなど、複数の広報・広聴活動等を相互に活用していることは、効率性の観点からも評価できる。

#### (4) 総合的評価

##### ア 目標達成度合いの測定結果

###### (7) 各行政機関共通区分

相当程度進展あり

###### (イ) 判断根拠

測定指標のうち、一日公正取引委員会開催件数及び参加人数、消費者セミナー開催件数、独占禁止法教室開催件数並びに地方有識者との懇談会開催件数については、いずれも数値目標を達成している。

また、「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を通じた意見・要望の把握を通じた競争政策に対する理解の増進状況」については、一定の実績を上げており、取組が相当程度進展したと考えられる。

##### イ 施策の分析

測定指標全体を通じて評価すれば、本件取組は、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意見・要望を把握することを通じて、競争政策に対する国民的理解の増進を図る上で、必要かつ有効であり、またその活動は効率的であったと評価できる。

一方、ウェブアンケート調査の結果によると、公正取引委員会について「よく知っている」又は「知っている」と回答した者は46.4%（475名）、また、独占禁止法について「よく知っている」又は「知っている」と回答した者は58.3%（596名）であり、地方有識者や協力委員からも各種広報活動の取組の拡大を求める声があることから、引き続き競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、広報・広聴活動を推進していく必要がある。

##### ウ 次期目標等への反映の方向性

###### (7) 施策



競争政策に対する国民的理解の増進を図るため、現在の目標を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進する。

#### (イ) 測定指標

本件取組は、競争政策に対する国民的理解の増進を図るとともに、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために必要かつ有効であったと評価できることから、各指標とも、現在の目標設定の考え方を維持し、引き続き広報・広聴活動を推進することとするが、以下の点については改善する必要がある。

##### a 独占禁止法教室及び消費者セミナーの開催

独占禁止法教室及び消費者セミナーは、学生及び消費者の競争政策に対する理解の増進を図るために有効な取組であり、その開催回数は増加傾向にあるが、図1及び2のとおり、開催実績のない又は少ない府県がみられることから、例えば、当該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などの取組を行っていく必要がある。

##### b SNSによる情報発信

Twitterの閲覧者数（フォロワー数）は順調に増加しているが、協力委員からは、「もっとSNSを活用すべきである。一般の人が関心を持ちそうな情報を分かりやすくして、FacebookやTwitterに掲載してはどうか。」といった意見が寄せられているほか、ウェブアンケート調査の結果においても、公正取引委員会Twitterの改善点として、「法律を知らない人向けの情報を提供する」、「画像、イラスト等を増やす」といった改善点が挙げられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、より分かりやすい表現とすることや、画像、イラスト等を活用するなどの工夫をしていく必要がある。

##### c 動画

公正取引委員会が作成した各種動画については、協力委員から、評価する意見が寄せられている一方で、アクセス数が更に増えるようにすべきといった意見も寄せられている。また、ウェブアンケート調査の結果においても、各種動画の認知度は低い状況にある。

このため、地方有識者との懇談会、講演会等の場において各種動画の案内文書を配布したり、視聴の機会を設けるなどして各種

動画の認知度を高めていく必要がある。

## 7. 第三者の知見の活用

政策評価委員会における各委員の主な意見は以下のとおりである。

<p>○ 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は何か。</p> <p>（事業者に対しては独占禁止法等の違反行為の未然防止，学生や消費者，若年層の社会人等に対しては，公正取引委員会の認知や独占禁止法等の趣旨の理解等が重要である旨回答した。）</p>	田辺委員
<p>○ 一日公正取引委員会の開催エリアの選定を下請法が普及していない地域，過去に違反行為が行われた地域等，戦略的に実施していくことが効果的ではないか。</p> <p>（現状，地方事務所等の所在地以外の都市でバランスよく開催することとしているが，意見を踏まえ，開催エリアを選定する際に検討したい旨回答した。）</p>	中村委員
<p>○ SNSによる情報発信を報道発表を行った案件以外も行うなどして頻度を上げ，公正取引委員会の認知度を高めることも重要ではないか。</p> <p>（意見を踏まえ，公正取引委員会の認知度を高めるような発信に取り組んでいく旨回答した。）</p>	若林委員
<p>○ 広報活動の対象者の行動を分析し，仮説を設定しつつ実施していくなどして，より効果的に広報活動を実施していくことが必要である。</p>	柿崎委員
<p>○ 一日公正取引委員会は，独占禁止法や下請法の講習会等を1つのパッケージにしているが，どのように実施しているのか。また，その方法を分かりやすく記載していただきたい。</p> <p>（意見を踏まえ，実績評価書に所要の修正を行った。）</p>	小西委員
<p>○ 一日公正取引委員会の参加人数が平成28年度に増えているが，その理由があれば説明を追記いただきたい。</p> <p>（意見を踏まえ，実績評価書に所要の修正を行った。）</p>	小西委員
<p>○ 予算と広告費換算の比較のみで効率性を評価しているが，別の要素，例えば，広報・広聴活動の手数を少なくする観点等からも効率性を検証し，それを記載していただきたい。</p> <p>（意見を踏まえ，実績評価書に所要の修正を行った。）</p>	小西委員