

令和2年度公正取引委員会実績評価書（標準様式）

別添 1 - 1

（公正取引委員会2-①）

施策名	公正な取引慣行の推進 中小事業者を取り巻く取引の公正化					
施策の概要	下請法及び優越的地位の濫用規制（以下「下請法等」という。）に係る実態調査や講習会の開催などにより、中小事業者に係る取引の公正化を図る。					
達成すべき目標	下請法等の普及・啓発、実態調査などを行うことにより、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護する。					
施策の予算額・執行額等	区分		30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度要求額
	予算の 状況 （千円）	当初予算(a)	72,650	75,481	75,197	104,842
		補正予算(b)	0	0	0	
		繰越し等(c)	0	0		
		合計(a+b+c)	72,650	75,481		
	執行額(千円)		62,682	54,806		
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)						
令和元年6月21日 成長戦略フォローアップ(閣議決定) 令和元年6月21日 経済財政運営と改革の基本方針2019(閣議決定)						

測定指標	下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	28年度～令和元年度	相当程度進展あり
		別紙1のとおり。						
	年度ごとの目標値							
	下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	28年度～令和元年度	相当程度進展あり
		別紙2のとおり。						
	年度ごとの目標値							

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） 下請取引適正化推進講習会の開催により、講習参加者の下請法の内容についての理解が深まっていることが確認できている。下請法等に関する情報提供については、下請法違反勧告事件の公表に伴う公正取引委員会ウェブサイトへのアクセス件数や日刊報道量は勧告の対象となる事業者の知名度に左右されるものの、おおむね高い水準を維持している。さらに、ウェブサイト上のパンフレットや講習会テキストについても、平成30年度及び令和元年度において高水準のアクセス数が確認されている。このように、インターネットを活用して下請法等の普及・啓発を行ったことにより、相当程度進展したものと考えられる。 下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況については、荷主と物流事業者との取引に関する書面調査において、書面調査対象や調査票の質問事項を見直すことにより、有効に荷主に対して取引内容の検証・改善を求めることができおり、相当程度進展したものと考えられる。
	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、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために必要かつ有効であるとともに、SNSなどを通じた案内により公正取引委員会ウェブサイトに掲載したパンフレットと講習会テキストのアクセス件数が増加していることなどから、効率的であったと評価できる。

	次期目標等への 反映の方向性	【施策】 中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するため、引き続き、下請法等に係る講習会などによる下請法等の普及・啓発、実態調査などを行う。 【測定指標】 本件取組は、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために必要であり、相当程度の有効性及び効率性があつたと評価できることから、各測定指標とも、現在の目標を維持していくこととするが、以下の点について改善する必要がある。 ○ 下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況 下請取引適正化推進講習会は、アンケート結果からも確認できるように下請法等の普及・啓発に一定の成果を上げた評価ができる一方、下請法等の内容を既にある程度理解している者の参加が多く、下請法等の内容の理解度が低い者の参加が限られていた。そのため、下請法等の内容の理解度が低い者の講習会への参加を促すこととする。また、講習会に参加できない者に対しても下請法等の普及・啓発を行うべく、ウェブサイト上に掲載したパンフレットや講習会テキスト、実態調査報告書などについて、SNSを通じて定期的に案内するなどインターネット活用した下請法等の普及・啓発を推進する。
--	-------------------	--

学識経験を有する者の知 見の活用	○ 表2を見ると、講習会の参加者の約4分の3は講習会前に下請法を知っており、そうした中で、標準的な説明を行っていたれば、参加者は講習会後のアンケートで下請法が分かったと回答すると思う。そうだとすると、講習会にどれだけ意味があつたのか分からないのではないかと。参加者の理解度を向上させるためには、より具体的な事例等を入れて、説明を行った方がよいのではないかと。(中村委員) (下請取引適正化推進講習会以外に、各団体からの要請に基づき当該団体のニーズにあつた講習会を実施しているほか、下請法に係る想定事例を検討する応用講習会等を実施している旨回答した。) ○ 参加者の業種等に応じた講習会を実施しているのであれば、各講習会で伝えたいことが伝えられているかを比較できるように、一定のフォーマットを作って、アンケートを実施してみるのもよいかもしれない。(中村委員) ○ 下請法の講習会や実態調査等、定常的な業務をやるのであれば、講習会の件数やホームページへのアクセス件数等といったアウトプットに関する指標に絞ってもよいのではないかと。(南島委員) ○ 実績評価書に記載していない取組として、新型コロナウイルス感染症対策で、動画の作成等の対応を検討しているとの説明があつたが、この点について、今回の対応を将来に残しておくという意味でも、実績評価書に記載しておいてもよいのではないかと。(南島委員) (意見を踏まえ、実績評価書9頁の脚注1に加筆を行った。) ○ 今後、下請法の動画を作成するのであれば、講習会においても、基本の部分はその動画で説明をして、事例については担当官が説明するなど、講習会の中でも動画を役立てることができるのではないかと。(池谷委員) ○ 最近、大学でもオンライン講義用の動画の作成を行っており、動画は今後の資産として使えると考えている。対面だけではない方法を選択肢として用意しておき、随時アップデートも加えながら、講習会などで活用していくのがよいのではないかと。(多田委員) (予算や会場の設備等の観点から制約があるため、現実的な範囲で対応を検討することとしたい旨回答した。) ○ 講習会に、下請法の理解度が低い人を集めることが必要であると考えます。これまでの講習会前のアンケートで、下請法の理解度が低い人が多かった実施回の周知方法や会場の場所等を分析することで、どのような広報、どのような会場選定がそういった方を集めるのに適しているのかわかるのではないかと。(小林委員) (そういった分析ができるかも含めて、今後検討することとしたい旨回答した。)
---------------------	--

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	①「平成28年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組等」 作成者：公正取引委員会 作成時期：平成29年5月24日 ②「平成29年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組等」 作成者：公正取引委員会 作成時期：平成30年5月31日 ③「平成30年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組等」 作成者：公正取引委員会 作成時期：令和元年5月29日 ④「令和元年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組等」 作成者：公正取引委員会 作成時期：令和2年5月27日 (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。
-----------------------------------	--

担当部局名	企業取引課	作成責任者名 (※記入は任意)	企業取引課長 川上 一郎	政策評価実施時期	令和2年4月～7月
-------	-------	--------------------	-----------------	----------	-----------

測定指標	下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況	施策の進捗状況(実績)				
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
		以下を始め、下請法等の普及・啓発を図り、下請取引の公正化の推進に努めた。	以下を始め、下請法等の普及・啓発を図り、下請取引の公正化の推進に努めた。	以下を始め、下請法等の普及・啓発を図り、下請取引の公正化の推進に努めた。	以下を始め、下請法等の普及・啓発を図り、下請取引の公正化の推進に努めた。	以下を始め、下請法等の普及・啓発を図り、下請取引の公正化の推進に努めた。
		① 下請取引適正化推進講習会の開催数[33回]	① 同左[32回]	① 同左[33回]	① 同左[32回]	① 同左[33回]
		② 下請取引適正化推進講習会の参加者数[4,881人]	② 同左[4,385人]	② 同左[4,725人]	② 同左[4,245人]	② 同左[4,598人]
		③ 下請取引適正化推進講習会後の下請法(下請法の適用範囲及び親事業者の義務について)の理解度[92.6%](注1)	③ 同左[91.1%]	③ 同左[92.6%]	③ 同左[93.5%]	③ 同左[93.1%]
		④ 下請取引適正化推進講習会後の下請法(親事業者の禁止行為について)の理解度[94.0%](注1)	④ 同左[93.8%]	④ 同左[94.0%]	④ 同左[95.0%]	④ 同左[94.7%]
		⑤ 下請取引適正化推進講習会後の内容の活用予定[－%](注2)	⑤ 同左[－%]	⑤ 同左[－%]	⑤ 同左[－%]	⑤ 同左[－%]
		⑥ 公正取引委員会ウェブサイトに掲載された下請法関係のパンフレットへのアクセス数[180,715件]	⑥ 同左[189,013件]	⑥ 同左[165,721件]	⑥ 同左[274,716件]	⑥ 同左[258,840件]
		⑦ 公正取引委員会ウェブサイトに掲載された下請取引適正化推進講習会テキストへのアクセス数[36,760件]	⑦ 同左[44,103件]	⑦ 同左[50,111件]	⑦ 同左[89,470件]	⑦ 同左[88,806件]
⑧ 勧告事件の日刊報道量[485行](注3)	⑧ 同左[1,446行]	⑧ 同左[1,152行]	⑧ 同左[457行]	⑧ 同左[720行]		
⑨ 公正取引委員会ウェブサイトに掲載された勧告事件のアクセス数[72,556件](注4)	⑨ 同左[151,234件]	⑨ 同左[167,187件]	⑨ 同左[111,321件]	⑨ 同左[87,525件]		
年度ごとの目標値	下請法等の普及・啓発を図ることにより下請取引の公正化を推進する。					

(注1) 理解度については、アンケートにおいて「よく分かった」又は「概ね分かった」と回答した参加者の割合を記載。

(注2) 平成27年度から令和元年度までにおいては、当該方法による集計を行っていないことから空欄としており、令和2年度より当該方法による集計を行う予定である。

(注3) 対象となる新聞記事を1段にならし、全体の横の長さを計測した上で、1行を0.54cmとして、行数を計算している。

(注4) 勧告事件について、公表月から1年分のアクセス件数を集計したもの。

測定指標		施策の進捗状況(実績)				
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
		-	-	-	-	以下を始め、下請法等に係る実態調査などを行い、中小事業者に係る取引の公正化の推進に努めた。
下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況	① 荷主と物流事業者に係る書面調査の実施状況 [荷主:15,000名、物流事業者:17,666名]	① 同左[荷主:30,000名、物流事業者:40,000名]	① 同左[荷主:30,000名、物流事業者:40,000名]	① 同左[荷主:30,000名、物流事業者:40,000名]	① 同左[荷主:30,000名、物流事業者:40,000名]	① 同左[荷主:30,000名、物流事業者:40,000名]
	② 物流事業者との取引内容の検証・改善を求める荷主への文書送付件数 [659件]	② 同左[707件]	② 同左[596件]	② 同左[571件]	② 同左[864件]	② 同左[864件]
	③ 実態調査報告書の公表件数[1件]	③ 同左[2件]	③ 同左[1件]	③ 同左[0件]	③ 同左[1件]	③ 同左[1件]
	④ 実態調査報告書へのアクセス数[一件](注)	④ 同左[一件]	④ 同左[一件]	④ 同左[一件]	④ 同左[30,585件]	(令和元年6月14日)製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越(1)的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書の公表について[30,585件]
年度ごとの目標値		-				下請法等に係る実態調査などを行うことにより、中小事業者に係る取引の公正化を図る。

(注) 関連ファイルが掲載されたトップページのアクセス件数を集計したもの。平成27年度から平成30年度までにおいては、当該方法による集計を行っていないことから空欄としている。

実績評価書資料

担当課 企業取引課

1. 評価対象施策

公正な取引慣行の推進

中小事業者を取り巻く取引の公正化

【具体的内容】

下請法及び優越的地位の濫用規制（以下「下請法等」という。）に係る実態調査や講習会の開催などにより，中小事業者に係る取引の公正化を図る。

2. 施策の目標（目標達成時期）

下請法等の普及・啓発，実態調査などを行うことにより，中小事業者に係る取引の公正化を推進し，中小事業者の利益を保護する。（平成 28 年度～令和元年度）

3. 評価の実施時期

令和 2 年 4 月～7 月

4. 評価の観点

- (1) 本件取組は，中小事業者に係る取引の公正化を推進し，中小事業者の利益を保護するために必要か（必要性）。
- (2) 本件取組は，中小事業者に係る取引の公正化を推進し，中小事業者の利益を保護する上で有効か（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) 下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況
中小事業者に係る取引の公正化を推進し，中小事業者の利益を保護するためには，下請法等違反行為を迅速かつ効果的に排除することはもとより，違反行為を未然に防止することも重要である。このような観点から，下請取引適正化のための普及・啓発を行っている。

ア 下請取引適正化推進講習会の開催

毎年 11 月を「下請取引適正化推進月間」と定め，下請取引適正化推進講習会を開催するなど，下請法等の普及・啓発事業を集中的に行

っている。

下請取引適正化推進講習会については、下請取引の適正化を一層推進するため、親事業者の下請取引担当者等を対象に、下請法等の趣旨・内容を周知徹底することを目的として、中小企業庁と共同して全都道府県で開催している。

平成 28 年度ないし令和元年度において、公正取引委員会が開催した下請取引適正化推進講習会の状況は、表 1 のとおりである。

表 1 下請取引適正化推進講習会の開催状況（公正取引委員会主催分）
（単位：回、名）

	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
開催回数	32	33	32	33
募集定員	4,770	5,325	4,860	5,290
参加者数	4,385	4,725	4,245	4,598
参加率	91.9%	88.7%	87.3%	86.9%

また、下請取引適正化推進講習会の参加者に対しアンケート調査を実施したところ、講習会前の下請法の内容（下請法の適用範囲及び親事業者の義務並びに親事業者の禁止行為）の理解度は表 2 のとおりであり、講習会後の下請法の内容の理解度は表 3 のとおりである。

表 2 下請取引適正化推進講習会参加者に対するアンケート調査結果
（講習会前における下請法の理解度）

		十分に 知っている	ほぼ 知っている	ほとんど 知らない	全く 知らない
平成 28 年度	下請法の適用範囲及び親事業者の義務	12.5%	62.7%	19.3%	5.5%
	親事業者の禁止行為	13.4%	63.1%	18.5%	5.0%
平成 29 年度	下請法の適用範囲及び親事業者の義務	13.1%	63.5%	18.2%	5.2%
	親事業者の禁止行為	14.1%	63.5%	17.3%	5.1%
平成 30 年度	下請法の適用範囲及び親事業者の義務	13.8%	63.0%	17.6%	5.6%
	親事業者の禁止行為	14.8%	63.2%	16.6%	5.4%
令和元年度	下請法の適用範囲及び親事業者の義務	13.8%	62.8%	18.3%	5.2%
	親事業者の禁止行為	14.6%	62.7%	17.8%	4.9%

表 3 下請取引適正化推進講習会参加者に対するアンケート調査結果
(講習会後における下請法の理解度)

		よく 分かった	概ね 分かった	あまり分か らなかった	全然分から なかった
平成 28 年度	下請法の適用範囲及 び親事業者の義務	26.6%	64.6%	8.3%	0.6%
	親事業者の禁止行為	30.0%	63.9%	5.7%	0.4%
平成 29 年度	下請法の適用範囲及 び親事業者の義務	28.7%	64.6%	6.5%	0.2%
	親事業者の禁止行為	30.9%	63.3%	5.5%	0.3%
平成 30 年度	下請法の適用範囲及 び親事業者の義務	30.2%	63.1%	6.2%	0.5%
	親事業者の禁止行為	33.4%	61.6%	4.7%	0.3%
令和元年度	下請法の適用範囲及 び親事業者の義務	30.7%	62.4%	6.5%	0.4%
	親事業者の禁止行為	33.6%	61.1%	5.1%	0.2%

イ 下請法等に関する情報提供

(7) パンフレット等の作成・配布等

公正取引委員会は、下請法等の理解を深めてもらうために下請法等のパンフレットや下請取引適正化推進講習会テキスト(以下「講習会テキスト」という。)を作成し、各講習会で配布・説明しているほか、公正取引委員会ウェブサイト上にも掲示するなどして多くの事業者等が利用できるようにしているところ、当該パンフレット及び講習会テキストへのアクセス件数は表 4 のとおりである。

表 4 パンフレット等へのアクセス件数 (単位: 件)

	パンフレット (下請法)	パンフレット (優越的地位の濫用規制)	講習会テキスト
平成 28 年度	189,013	56,290	44,103
平成 29 年度	165,721	52,823	50,111
平成 30 年度	274,716	42,158	89,470
令和元年度	258,840	42,885	88,806

(注) パンフレットのアクセス件数は下請法、優越的地位の濫用規制関係それぞれの全パンフレットのアクセス件数である。

(イ) 勧告事件の日刊報道量

平成 15 年改正下請法施行以降、下請法に基づく勧告を行った全ての事件について、違反事実・勧告内容の概要等を公表しているところ、平成 28 年度ないし令和元年度における勧告事件（平成 28 年度 11 件、平成 29 年度 9 件、平成 30 年度 7 件、令和元年度 7 件）の全てが日刊新聞において報道されている。

各年度の報道量は表 5 のとおりである。

表 5 日刊新聞報道量

(単位：行)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
日刊新聞報道量	1,446	1,152	457	720
公表1件当たりの平均報道量	132	128	65	103

(ウ) 勧告事件の公表

上記(イ)のとおり、平成28年度ないし令和元年度における勧告事件については、全て公表し、公正取引委員会ウェブサイトに関係資料を掲載したところ、当該資料へのアクセス件数は表 6 のとおりである。

表 6 勧告事件に係る公表資料へのアクセス件数

(単位：件)

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
アクセス件数	151,234	167,187	95,941	87,525

(注) 勧告事件に係る公表資料へのアクセス件数は、各勧告事件を公表した月から起算して1年間におけるアクセス件数を集計したものである。

(2) 下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況

中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために、下請法等に係る実態調査などを行っている。

ア 荷主と物流事業者との取引に関する書面調査

荷主による物流事業者に対する優越的地位の濫用を効果的に規制する観点から、平成 16 年に物流特殊指定を定め、荷主と物流事業者との取引の公正化を図っている。物流特殊指定の遵守状況及び荷主と物流事業者との取引状況を把握するため書面調査を実施しており、当該調査の結果、物流特殊指定に照らして問題となるおそれがあると認

められた荷主に対して、物流事業者との取引内容の検証・改善を求める文書を発送している。当該書面調査の実施状況及び物流事業者との取引内容の検証・改善を求める文書の送付件数は表7のとおりである。

表7 荷主と物流事業者との取引に関する書面調査の実施状況等

		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
書面調査の 実施状況	荷主宛て	30,000名	30,000名	30,000名	30,000名
	物流事業者宛て	40,000名	40,000名	40,000名	40,000名
取引内容の検証・改善を求める 文書の送付件数		707件	596件	571件	864件

イ 下請法等に係る実態調査

企業取引の公正化を図る必要性が大きい分野について、実態調査を実施した上で実態調査報告書を作成・公表し、下請法等の普及・啓発等に活用している。

平成28年度ないし令和元年度において作成した実態調査報告書(平成28年度2件、平成29年度1件、平成30年度0件、令和元年度1件)の全てについて、公正取引委員会ウェブサイト上にも掲示して多くの事業者等が利用できるようにしている。このうち、令和元年度に公表した実態調査報告書へのアクセス件数は表8のとおりである。

表8 実態調査報告書へのアクセス件数 (単位: 件)

	アクセス件数	内訳
平成28年度	—	—
平成29年度	—	—
平成30年度	—	—
令和元年度	30,585	・(令和元年6月14日)製造業者のノウハウ・知的財産権を対象とした優越的地位の濫用行為等に関する実態調査報告書の公表について[30,585件]

(注) 関連ファイルが掲載されたトップページのアクセス件数を集計したもの。

平成28年度ないし平成30年度は、当該方法による集計を行っていないことから空欄としている。

6. 評価

(1) 必要性

中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するためには、下請法等の違反行為を迅速かつ効果的に排除することはもとより、違反行為を未然に防止する観点から、下請法等の普及・啓発を行う

ことが必要である。

(2) 有効性

ア 下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況
下請法等の普及・啓発のための各取組についての有効性は、次の(ア)及び(イ)のとおりである。

(ア) 下請取引適正化推進講習会の開催

表2のとおり、下請取引適正化推進講習会の参加者に対するアンケート調査結果をみると、講習会前に下請法の内容（下請法の適用範囲及び親事業者の義務並びに親事業者の禁止行為）について「十分に知っている」又は「ほぼ知っている」と回答した参加者の割合は、評価対象年度の平成28年度から令和元年度にかけて75～78%と非常に高い水準となっており、下請法の内容の普及は進んでいると評価できる。

また、講習会の結果、「よく分かった」又は「概ね分かった」と回答した参加者の割合は、表3のとおり、いずれの年度においても91～95%と高い水準となっている。

下請取引適正化推進講習会は、毎年約4,000～5,000名程度の参加者があり、参加率も高いことから、同講習会を実施することは事業者の要請も強く、また、参加者に対するアンケート調査結果から下請法の理解のために効果的であったと評価できる。

これらのことから、下請取引適正化推進講習会の開催は、下請法等の普及・啓発のために効果的であったと評価できるが、更なる普及・啓発に向けて、下請法等の内容の理解度が低い者の参加を促すとともに、講習会参加者以外への普及・啓発を進める必要がある。

(イ) 下請法等に関する情報提供

a パンフレット等の作成・配布等

パンフレットや講習会テキストは、下請取引適正化推進講習会で配布・説明しているほか、公正取引委員会ウェブサイト上にも掲示しているところ、表4のとおり、アクセス件数は、下請法関連のパンフレットが平成28年度189,013件、平成29年度165,721件、平成30年度274,716件、令和元年度258,840件、優越的地位の濫用規制関連のパンフレットが平成28年度56,290件、平成29年度52,823件、平成30年度42,158件、令和元年度42,885件、講習会テキストが平成28年度44,103件、平成29年度50,111件、平成30年度89,470件、令和元年度88,806件となっている。

パンフレットについては平成30年度及び令和元年度は、平成28

年度及び平成29年度と比べて優越的地位の濫用規制関連のアクセス件数が減少しているものの、下請法関連も合わせてみると平成30年度(316,874件)及び令和元年度(301,725件)は、平成28年度(245,303件)及び平成29年度(218,544件)と比べて、アクセス件数が増加している。また、講習会テキストについても、平成30年度及び令和元年度は、平成28年度及び平成29年度と比べて、アクセス件数が増加している。

このように、ますます多くの者に利用されていることから、パンフレット及び講習会テキストの作成・配布等が、下請法等に関する情報提供のために有効であったと考えられる。

b 勧告事件の公表

下請法違反勧告事件については、平成28年度11件、平成29年度9件、平成30年度7件、令和元年度7件の全34件を公表し、公正取引委員会のウェブサイトに関係資料を掲載した。これら関係資料への年度ごとの合計アクセス件数については、表6のとおり年度によって変動があるところ、1件当たりの平均アクセス件数で見ると、平成28年度10,082件、平成29年度8,359件、平成30年度5,996件、令和元年度6,252件となっており、平成28年度及び平成29年度は、平成30年度及び令和元年度に比べて高い水準となっている。また、勧告事件1件当たりの平均日刊報道量についても、表5のとおり、平成28年度及び平成29年度は、平成30年度及び令和元年度に比べて高い水準となっている。

これは、平成28年度及び平成29年度に知名度の高い事業者に対する勧告事件が注目を集めたことが要因と考えられる。このように、違反事実・勧告内容の概要等について大きく報道され、広く参照されることによって、勧告事件の内容、更には下請法の内容が広く社会に認知されることとなり、その結果、下請法違反行為の未然防止に有効となると考えられる。

イ 下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況

下請法等に係る実態調査などのための各取組についての有効性は、次のとおりである。

○ 荷主と物流事業者との取引に関する書面調査

荷主と物流事業者との取引に関する書面調査については、表7のとおり、平成28年度から令和元年度にかけて、毎年度、荷主30,000名及び物流事業者40,000名を対象として実施した。平成27年度は荷主

15,000名及び物流事業者17,666名を対象としていたのに対し、平成28年度から対象を拡大して実施している。このような書面調査は、単に問題事例の報告を促すだけでなく、その回答を通じて事業者に対してどのような行為が問題となり得るかを認識させる契機になり、物流特殊指定を中心に下請法等の普及・啓発につながると考えられる。

また、同じく表7のとおり、調査の結果、物流特殊指定に照らして問題となるおそれがあると認められた荷主に対して、物流事業者との取引内容の検証・改善を求める文書を、平成28年度707件、平成29年度596件、平成30年度571件、令和元年度864件送付している。平成29年度及び平成30年度の件数は前年度と比べ減少しているが、この要因は、書面調査の送付先の一部が重複しており、過年度の調査において検証・改善を求められて改善した事業者が当該年度の送付先に含まれていたことにあると考えられる。他方、令和元年度については、書面調査の質問事項を一部見直した結果、取引内容の検証・改善を求める文書の送付件数が増加しており、荷主による違反行為の未然防止に役立っている。

このように、荷主と物流事業者との取引に関する書面調査は、調査対象や調査票の質問事項を見直しながら実施しているところ、当該調査を通じた物流特殊指定に係る普及・啓発や、調査の結果行う取引内容の検証・改善を求める文書の送付は、違反行為の未然防止に有効であると考えられる。

ウ 有効性のまとめ

以上から、下請法等の普及・啓発を図ることや下請法等に係る実態調査などを行うことは、違反行為の未然防止につながり、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために有効であったと評価できる。

(3) 効率性

下請法等の普及・啓発のために事業者向けに実施する講習会の会場の選定方法について、一部を競争入札に切り替えるなどして費用の観点から効率的に実施している。

また、パンフレットと講習会テキストを公正取引委員会ウェブサイトに掲載して、事業者等が参照できるようにしている。ウェブサイトを通じた普及・啓発は、講習会に参加した事業者のみならず、より多くの者に発信できる効率的な手法であるところ、ウェブサイトにおけるパンフレット等の掲載については、講習会の参加者に案内するのみならず、SNSを通じて定期的に案内している。こうした取組もあり、パンフレットと講習会テ

キストのアクセス件数は、平成30年度及び令和元年度において高い水準に達している。そのほか、講習会に参加できない事業者のために下請法等について解説する動画を公開する¹などして、効率的に下請法等の普及・啓発を行っているものと評価できる。

(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

下請取引適正化推進講習会の開催により、講習参加者の下請法の内容についての理解が深まっていることが確認できている。下請法等に関する情報提供については、下請法違反勧告事件の公表に伴う公正取引委員会ウェブサイトへのアクセス件数や日刊報道量は勧告の対象となる事業者の知名度に左右されるものの、おおむね高い水準を維持している。さらに、ウェブサイト上のパンフレットや講習会テキストについても、平成30年度及び令和元年度において高水準のアクセス数が確認されている。このように、インターネットを活用して下請法等の普及・啓発を行ったことにより、相当程度進展したものと考えられる。

下請法等に係る実態調査などを行うことによる中小事業者の取引の公正化の推進状況については、荷主と物流事業者との取引に関する書面調査において、書面調査対象や調査票の質問事項を見直すことにより、有効に荷主に対して取引内容の検証・改善を求めることができしており、相当程度進展したものと考えられる。

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、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために必要かつ有効であるとともに、SNSなどを通じた案内により公正取引委員会ウェブサイトに掲載したパンフレットと講習会テキストのアクセス件数が増加していることなどから、効率的であったと評価できる。

ウ 次期目標等への反映の方向性

(7) 施策

¹ なお、令和2年度において、新型コロナウイルス感染症対策のため対面での講習会が難しくなることを踏まえて、講習会の内容をまとめたe-ラーニングや動画を作成し、公開した。

中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するため、引き続き、下請法等に係る講習会などによる下請法等の普及・啓発、実態調査などを行う。

(イ) 測定指標

本件取組は、中小事業者に係る取引の公正化を推進し、中小事業者の利益を保護するために必要であり、相当程度の有効性及び効率性があつたと評価できることから、各測定指標とも、現在の目標を維持していくこととするが、以下の点について改善する必要がある。

○ 下請法等の普及・啓発を図ることによる下請取引の公正化の推進状況

下請取引適正化推進講習会は、アンケート結果からも確認できるように下請法等の普及・啓発に一定の成果を上げたとは評価できる一方、下請法等の内容を既にある程度理解している者の参加が多く、下請法等の内容の理解度が低い者の参加が限られていた。

そのため、下請法等の内容の理解度が低い者の講習会への参加を促すこととする。また、講習会に参加できない者に対しても下請法等の普及・啓発を行うべく、ウェブサイト上に掲載したパンフレットや講習会テキスト、実態調査報告書などについて、SNSを通じて定期的に案内するなどインターネットを活用した下請法等の普及・啓発を推進する。

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。

○ 表2を見ると、講習会の参加者の約4分の3は講習会前に下請法を知っており、そうした中で、標準的な説明を行っていれば、参加者は講習会後のアンケートで下請法が分かったと回答すると思う。そうだとすると、講習会にどれだけ意味があつたのか分からないのではないか。参加者の理解度を向上させるためには、より具体的な事例等を入れて、説明を行った方がよいのではないか。 (下請取引適正化推進講習会以外に、各団体からの要請に基づき当該団体のニーズにあつた講習会を実施しているほか、下請法に係る想定事例を検討する応用講習会等を実施している旨回答した。) ○ 参加者の業種等に応じた講習会を実施しているので	中村委員
---	-------------

あれば、各講習会で伝えたいことが伝えられているかを比較できるように、一定のフォーマットを作って、アンケートを実施してみるのもよいかもしれない。	
○ 下請法の講習会や実態調査等、定常的な業務をやるのであれば、講習会の件数やホームページへのアクセス件数等といったアウトプットに関する指標に絞ってもよいのではないか。 ○ 実績評価書に記載していない取組として、新型コロナウイルス感染症対策で、動画の作成等の対応を検討しているとの説明があったが、この点について、今回の対応を将来に残しておくという意味でも、実績評価書に記載しておいてもよいのではないか。 （意見を踏まえ、実績評価書 9 頁の脚注 1 に加筆を行った。）	南島委員
○ 今後、下請法の動画を作成するのであれば、講習会においても、基本の部分はその動画で説明をして、事例については担当官が説明するなど、講習会の中でも動画を役立てることができるのではないか。	池谷委員
○ 最近、大学でもオンライン講義用の動画の作成を行っており、動画は今後の資産として使えると考えている。対面だけではない方法を選択肢として用意しておき、随時アップデートも加えながら、講習会などで活用していくのがよいのではないか。 （予算や会場の設備等の観点から制約があるため、現実的な範囲で対応を検討することとしたい旨回答した。）	多田委員
○ 講習会に、下請法の理解度が低い人を集めることが必要であると考え。これまでの講習会前のアンケートで、下請法の理解度が低い人が多かった実施回の周知方法や会場の場所等を分析することで、どのような広報、どのような会場選定がそういった方を集めるのに適しているのかわかるのではないか。 （そういった分析ができるかも含めて、今後検討することとしたい旨回答した。）	小林委員

令和2年度公正取引委員会実績評価書(標準様式)

別添2-1

(公正取引委員会2-②)

施策名	公正な取引慣行の推進 下請法違反行為に対する措置				
施策の概要	書面調査等により情報を収集し、下請法に違反する疑いのある行為について所要の調査(実地調査、招致調査等)を行い、違反行為が認められた場合には、必要な措置(法的措置〔下請法第7条に基づく勧告〕又は指導)を講ずる。				
達成すべき目標	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処することにより、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護する。				
施策の予算額・執行額等	区分	30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度要求額
	当初予算(a)	119,638	110,638	127,555	174,807
	補正予算(b)	0	0	0	
	繰越し等(c)	0	0		
	合計(a+b+c)	119,638	110,638		
	執行額(千円)	110,659	91,490		
施策に係る内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	成長戦略フォローアップ(令和元年6月21日閣議決定) 経済財政運営と改革の基本方針2019(令和元年6月21日閣議決定)				

測定指標	勧告事件の処理期間	実績値					評価対象年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	28年度～令和元年度	進展が 大きくない	
		50.0%	36.4%	55.6%	42.9%	42.9%			
	年度ごとの目標値		10か月以内						
	指導事件の処理期間	実績値					評価対象年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	28年度～令和元年度	相当程度 進展あり	
		96.9%	96.0%	96.0%	96.5%	97.2%			
	年度ごとの目標値		3か月以内						
	下請法に違反する親事業者による 下請代金の支払遅延, 減額等への 対処状況	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成	
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	28年度～令和元年度	相当程度 進展あり	
別紙のとおり。									
年度ごとの目標値									

評価	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)	「下請法違反事件の処理期間」については、勧告事件の処理期間の目標達成率は56%未満であり進展が大きくはなかったものの、下請法事件処理件数のほとんどを占める指導事件の処理期間の目標達成率は96%以上であり、総じて相当程度進展があったものと考えられる。 また、「下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等への対処状況」については、措置件数の増加などにより一定の効果を挙げており、取組が相当程度進展したと考えられる。
	施策の分析	本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために必要であり、かつ、相当程度の有効性及び効率性があつたと評価できるが、勧告事件の処理期間の短縮のために、担当職員に対する研修等のさらなる強化及び調査手法についての検討が課題として挙げられる。

四 結 果	【施策】 下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するため、引き続き、書面調査等による情報収集を行い、下請法違反行為に迅速かつ的確に対処する。
次期目標等への 反映の方向性	【測定指標】 本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために必要であり、相当程度の有効性及び効率性があったと評価できることから、各測定指標とも、現在の目標を維持していくこととするが、勧告事件の処理期間について以下の点を改善する必要がある。 下請法は、独占禁止法と比較して簡易な手続を規定し、迅速かつ効果的に下請事業者の利益の保護を図るものであるところ、平成28年度の勧告事件11件中7件、平成29年度の勧告事件9件中4件、平成30年度の勧告事件7件中4件、令和元年度の勧告事件7件中4件が目標処理期間の10か月以内に処理できなかった。このため、処理期間の短縮に向けて以下の取組を進める必要がある。 ① 担当職員に対する研修を強化し、引き続き「下請法違反事件処理マニュアル」の整備を図るとともに、事件処理において特に検討を要した点や対応を工夫した点について、報告会を開催するなどにより情報の共有化を図る。 ②過去の事件を検証することにより調査期間の短縮のための取組を検討し、実施する。

学識経験を有する者の知見の活用	○ 平均処理期間の計算において、処理期間があまりに長いものなど、外れ値を除いて計算するとより適切に効果を把握することができるのではないか。(中村委員) (外れ値を除外した計算については、今後検討することとしたい旨回答した。) ○ 書面調査の実施がやはり重要であることが理解できた。書面調査については、特に下請事業者対象分についてオンラインによる回答もできるといのではないか。(多田委員) (下請事業者向けの定期調査は紙であるが、オンラインで申告が可能である旨回答した。) ○ 勧告事件について、標準的な事件に当てはまらない例外的な事件については、「10か月」という処理期間の目標値とは異なるものにしてはどうか。例外的な対応が許されない状況だと目標が職員の間で十分に共有されないのではないか。(南島委員) (今後検討することとしたい旨回答した。) ○ 勧告事件の処理期間について、目標処理期間を超えた理由として、他律的な要因をあげているが、コントロールが可能な自律的な要因によりどこまで期間を短縮できるのか分析・検討してはどうか。(小林委員) (今後プロセスごとに原因を分析し検討することとしたい旨回答した。) ○ 勧告事件の処理期間について、処理にかかった期間をプロセスごとに比較して、期間が長くなってしまった原因を分析することが必要。現状のままではうまく評価しきれていないように思う。(池谷委員)
------------------------	--

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	①「平成28年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」 作成者：公正取引委員会 作成時期：平成29年5月24日 ②「平成29年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」 作成者：公正取引委員会 作成時期：平成30年5月31日 ③「平成30年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」 作成者：公正取引委員会 作成時期：令和元年5月29日 ④「令和元年度における下請法の運用状況及び企業間取引の公正化への取組」 作成者：公正取引委員会 作成時期：令和2年5月27日 (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。
----------------------------------	--

担当部局名	下請取引調査室	作成責任者名 (※記入は任意)	下請取引調査室長 山岡 誠朗	政策評価 実施時期	令和2年4月～7月
-------	---------	--------------------	-------------------	--------------	-----------

測定指標	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等への対処状況	施策の進捗状況(実績)				
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
		下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処した。	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処した。	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処した。	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処した。	下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処した。
	① 下請取引に係る書面調査の実施状況 [親事業者数: 39,101名, 下請事業者数: 214,000名](注1・2)	① 同左 [親事業者数: 39,150名, 下請事業者数: 214,500名]	① 同左 [親事業者数: 60,000名, 下請事業者数: 300,000名]	① 同左 [親事業者数: 60,000名, 下請事業者数: 300,000名]	① 同左 [親事業者数: 60,000名, 下請事業者数: 300,000名]	① 同左 [親事業者数: 60,000名, 下請事業者数: 300,000名]
	② 違反事件の処理件数(勧告)[4件]	② 同左[11件]	② 同左[9件]	② 同左[7件]	② 同左[7件]	② 同左[7件]
	③ 違反事件の処理件数(指導)[5,980件]	③ 同左[6,302件]	③ 同左[6,752件]	③ 同左[7,710件]	③ 同左[7,710件]	③ 同左[8,016件]
	④ 不利益の原状回復を受けた下請事業者数[7,760件]	④ 同左[6,514件]	④ 同左[11,025件]	④ 同左[10,172件]	④ 同左[10,172件]	④ 同左[7,469件]
	⑤ 措置により原状回復された下請事業者の不利益[13億2622万円](注3)	⑤ 同左[23億9931万円]	⑤ 同左[33億6716万円]	⑤ 同左[6億7068万円]	⑤ 同左[6億7068万円]	⑤ 同左[27億7651万円]
	⑥ 自発的申出件数[52件]	⑥ 同左[61件]	⑥ 同左[47件]	⑥ 同左[73件]	⑥ 同左[73件]	⑥ 同左[78件]
	⑦ 自発的申出により不利益の原状回復を受けた下請事業者数[4,524件]	⑦ 同左[2,551件]	⑦ 同左[1,068件]	⑦ 同左[804件]	⑦ 同左[804件]	⑦ 同左[1,926件]
	⑧ 自発的申出により原状回復された下請事業者の不利益[9億9147万円]	⑧ 同左[6億4449万円]	⑧ 同左[18億4795万円]	⑧ 同左[1億843万円]	⑧ 同左[1億843万円]	⑧ 同左[5849万円]
年度ごとの目標値		下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処する。				

(注1) 下請法では、委託取引の内容及び取引を委託する事業者の資本金、受託する事業者の資本金等によって「親事業者」及び「下請事業者」を定義している。

(注2) 下請取引においては、親事業者の下請法違反行為により下請事業者が不利益を被っている場合であっても、その取引の性格から、下請事業者からの自発的な情報提供が期待しにくい実態にあることから、親事業者及びその下請事業者を対象として、定期的に書面調査を行っている。

(注3) 公正取引委員会の措置に基づき、親事業者が下請事業者が被った不利益について原状回復措置(減額した下請代金の返還等)した額の総額。

実績評価書資料

担当課 下請取引調査室

1. 評価対象施策

公正な取引慣行の推進

下請法違反行為に対する措置

【具体的内容】

書面調査等により情報を収集し、下請法に違反する疑いのある行為について所要の調査（実地調査、招致調査等）を行い、違反行為が認められた場合には、必要な措置（法的措置〔下請法第7条に基づく勧告〕又は指導）を講ずる。

2. 施策の目標（目標達成時期）

下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等に対して迅速かつ的確に対処することにより、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護する（平成28年度～令和元年度）。

3. 評価の実施時期

令和2年4月～7月

4. 評価の観点

- (1) 本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために必要か（必要性）。
- (2) 本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために有効か（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) 下請法違反事件の処理期間

平成28年度ないし令和元年度における勧告事件及び指導事件の処理期間は、表1及び表2のとおりである。

表 1 勧告事件における調査開始後10か月以内の処理の割合及び処理期間

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
勧告件数	11件	9件	7件	7件
うち10か月以内の処理件数	4件	5件	3件	3件
10か月以内の処理件数の比率	36.4%	55.6%	42.9%	42.9%
勧告事件平均処理日数	426日	351日	358日	355日

表 2 指導事件における調査開始後3か月以内の処理の割合

平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
96.0%	96.0%	96.5%	97.2%

(2) 下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等への対処状況

ア 下請取引に係る書面調査の実施状況

下請取引においては、親事業者の下請法違反行為により下請事業者が不利益を被っている場合であっても、その取引の性格上、下請事業者から親事業者の違反行為が公正取引委員会等に情報提供されることが期待しにくい。そこで、公正取引委員会では、親事業者及びその下請事業者を対象に定期的に書面調査を実施して、違反行為の発見に努めている^(注)。平成28年度ないし令和元年度における書面調査の実施状況は、表3のとおりである。

(注) 親事業者向けの書面調査は、業種、資本金の規模等を勘案しつつ、年度ごとに下請取引を行っていると思われる事業者を抽出して実施。下請事業者向けの書面調査は、親事業者から提出された下請事業者名簿から抽出して実施。

表 3 書面調査の実施状況

(単位：名)

	調査対象親事業者数	調査対象下請事業者数
平成28年度	39,150 (0.1%)	214,500 (0.2%)
平成29年度	60,000 (53.3%)	300,000 (39.9%)
平成30年度	60,000 (0.0%)	300,000 (0.0%)
令和元年度	60,000 (0.0%)	300,000 (0.0%)

(注) 括弧内は、対前年度増加率である。

イ 下請法違反事件の処理状況

(7) 新規着手件数

平成28年度ないし令和元年度における新規着手件数及び端緒情報の内訳は、表4のとおりである。

表4 下請法違反事件の新規着手件数及び端緒情報の内訳 (単位：件)

	端緒の種類			合計
	書面調査	申告	中小企業庁長官からの措置請求	
平成28年度	6,477 (98.3%)	112	0	6,589
平成29年度	7,173 (98.7%)	97	1	7,271
平成30年度	7,757 (98.2%)	141	0	7,898
令和元年度	8,360 (98.1%)	155	0	8,515

(注) 括弧内は、合計に対する書面調査の割合である。

(イ) 処理件数

平成28年度ないし令和元年度における下請法違反被疑事件の処理件数は、表5のとおりである。

表5 下請法違反事件の処理件数 (単位：件)

	処理件数				
	措置		小計	不問	合計
	勧告	指導			
平成28年度	11	6,302	6,313	290	6,603 (5.3%)
平成29年度	9	6,752	6,761	307	7,068 (7.0%)
平成30年度	7	7,710	7,717	382	8,099 (14.6%)
令和元年度	7	8,016	8,023	292	8,315 (2.7%)

(注) 括弧内は、対前年度増加率である。

ウ 措置によって直接保護された下請事業者の利益

平成28年度ないし令和元年度において、公正取引委員会の措置によって原状回復された下請事業者の利益は、表6のとおり、平成28年度は総額23億9931万円相当、平成29年度は総額33億6716万円相当、平成30年度は総額6億7068万円相当、令和元年度は総額27億7651万円相当であった。そのうち、自発的申出により原状回復された下請事業者の利益は、表7のとおりであった。

表6 下請事業者が被った不利益の原状回復の状況 (単位：名，万円)

		平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元 年度
下請代金の 減額	減額分の返還を行った親事業者数	131	140	120	104
	減額分の返還を受けた下請事業者数	4,060	7,659	4,593	4,087
	減額分の返還の年度総額	184,452	167,800	18,367	176,191
返品	商品の引取りを行った親事業者数	2	11	7	11
	商品の引取りを受けた下請事業者数	17	107	59	106
	親事業者が引取りを行った商品の年度総額	33,957	360	1911	66,438
下請代金の 支払遅延	遅延利息の支払を行った親事業者数	144	138	165	132
	遅延利息の支払を受けた下請事業者数	2,076	3,015	4,901	2,931
	遅延利息の支払の年度総額	6,958	19,675	42,288	32,026
不当な経済 上の利益提 供要請	利益提供分の返還を行った親事業者数	8	8	7	8
	利益提供分の返還を受けた下請事業者数	98	47	346	229
	利益提供分の返還の年度総額	2,190	633	1,750	2,556
受領拒否	商品を受領することとした親事業者数	－	3	1	1
	商品の受領が行われることとなった下請事業者数	－	162	1	1
	親事業者が受領することとした商品の年度総額	－	147,624	162	208
割引困難な 手形の交付	金利負担額を支払った親事業者数	1	1	2	1
	金利負担額を受けた下請事業者数	5	5	8	10
	親事業者が支払った金利負担額の年度総額	44	158	5	109
購入・利用 強制	購入等強制相当額の返還を行った親事業者数	7	2	5	4
	購入等強制相当額の返還を受けた下請事業者数	221	10	152	94

	購入等強制相当額の返還の年度総額	2,359	6	225	61
不当な給付 内容の変更 及びやり直 し	不利益相当分の返還を行った親事業者数	3	-	2	2
	不利益相当分の返還を受けた下請事業者数	3	-	3	4
	不利益相当分の返還の年度総額	1,498	-	24	49
有償支給原 材料等の対 価の早期決 済	負担分の返還を行った親事業者数	5	4	9	3
	負担分の返還を受けた下請事業者数	24	19	95	5
	負担分の返還の年度総額	58	168	2,088	6
買いたたき	差額分の返還を行った親事業者数	1	1	3	2
	差額分の返還を受けた下請事業者数	10	1	14	2
	差額分の返還の年度総額	8,411	289	244	3
合計	親事業者数	302	308	321	268
	下請事業者数	6,514	11,025	10,172	7,469
	原状回復額	239,931	336,716	67,068	277,651

表7 自発的申出により原状回復された下請事業者の不利益等

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
自発的申出件数	61件	47件	73件	78件
自発的申出により不利益の原状回復を受けた下請事業者数	2,551名	1,068名	804名	1,926名
自発的申出により原状回復された下請事業者の不利益	6億4449万円	18億4795万円	1億843万円	5849万円

6. 評価

(1) 必要性

下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するためには、下請事業者に及ぼす不利益が大きい事件等について積極的に勧告して公表し、それ以外の事件については迅速に指導を行い、下請事業者が被った不利益について原状回復を図るなど、下請法違反行為に迅速かつ的確に対処する必要がある。

(2) 有効性

ア 下請法違反事件の処理期間

下請法違反事件に対する迅速な処理は、下請事業者が被っている不利益が早期に回復されることから、下請取引の公正化の推進及び下請事業者の利益の保護に有効である。

勧告事件については、表１のとおり、目標処理期間の10か月以内に処理した事件の割合は、平成28年度が36.4%（11件中4件）、平成29年度が55.6%（9件中5件）、平成30年度が42.9%（7件中3件）、令和元年度が42.9%（7件中3件）となっている。平成28年度の30%台から平成29年度には50%台に割合が上がったものの、平成30年度及び令和元年度は40%台となっており、目標を100%達成することはできなかった。他方で、平均処理日数はおおむね12か月以内に収まっており、目標と大きく乖離しているわけではなく、下請取引の公正化の推進、下請事業者の利益の保護に向けて、一定の効果はあったといえる。

勧告事件処理について、目標処理期間の10か月超を要した事件は平成28年度が11件中7件、平成29年度が9件中4件、平成30年度が7件中4件、令和元年度が7件中4件と、おおむね半数程度であった。目標処理期間を超えた原因・理由は、

- ① 関係人と下請事業者との取引の内容が定型化されておらず、下請事業者又は商品によって区々であったため、当該下請事業ごと又は商品ごとに実態解明をする必要が生じ、事実関係の立証に時間を要した案件があったこと
- ② 関係人が原状回復額の算定に係るチェック表をあらかじめ定めた期限までに提出しない、関係人の事情により関係人が供述調書の作成に協力的でない等、関係人が調査に協力しないことが原因で事実関係の立証に時間を要した案件があったこと
- ③ 関係人が当委員会の調査結果について不服を申し立て、意見を提出したため、当委員会において関係人から提出された意見等に対する考え方の整理を行い、当該考え方を関係人に説明し納得を得るために時間を要した案件があったこと

等主に他律的なものであった。

なお、勧告事件については、調査部門の職員の証拠の収集・分析等の事件調査に係るノウハウの向上・蓄積を行ったり、調査手法の見直しを行うことで処理期間の短縮につなげることができると考えられる。この点、従前から、担当職員に対する研修を実施し、「下請法違反事件処理マニュアル」の整備を図るとともに、事件処理において特に検討を要した点や対応を工夫した点について、報告会を開催するなどにより情報の共有化を図ってきたところ、当該取組の成果が十分であったとはいえない。その理由としては、研修の所要時間を十分に確保できなかったこと、十分に共有が図られていない情報があったことなどが考えられる。また、調査手法については、過去の事件を検証して調査手法の見直しにつなげることが考えられる。したがって、担当職員に対する研修の取り組みを更に強化するとともに、過去の事件を検証する取組を実施することが必要となるものと考えられる。

他方、指導事件については、目標処理期間の3か月以内に処理を行った件数の割合が、平成28年度が全体の96.0%、平成29年度が全体の96.0%、平成30年度が全体の96.5%、令和元年度が全体の97.2%と上昇傾向にあるとともに、常に90%台後半の高い割合を維持できており、おおむね目標が達成できているといえる。

以上のように、下請法違反事件は、おおむね迅速に処理できており、下請取引の公正化の推進、下請事業者の利益の保護に有効であったと評価できる。

イ 下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等への対処状況

(7) 下請取引に係る書面調査の実施

表4のとおり、下請法違反事件に着手する際の端緒情報の内訳は、公正取引委員会が親事業者及び下請事業者を対象に行った書面調査によるものが、平成28年度は6,477件、平成29年度は7,173件、平成30年度は7,757件、令和元年度は8,360件であり、いずれの年度も新規着手件数の98.1%以上となっている。

下請法違反事件の新規着手件数のうち申告を端緒とするものの件数が非常に少ないことから、被害を受けた下請事業者は、取引への影響を憂慮し、行政機関に相談することを躊躇する傾向があるといえ、書面調査による情報収集は、下請取引の公正化の推進、下請事業者の利益の保護に有効であったといえる。

(4) 下請法違反事件の処理

従来から下請法違反事件については積極的な処理に努めており、勧告件数及び指導件数の合計（以下「措置件数」という。）は、平成28年度から令和元年度のいずれの年度も昭和31年の下請法施行以降最多を更新している。

措置件数の内訳をみると、勧告事件は平成28年度の11件から、平成29年度は9件、平成30年度は7件、令和元年度は7件と減少しているが、指導事件は、平成28年度は6,302件、平成29年度は6,752件、平成30年度は7,710件、令和元年度は8,016件と、毎年度300件以上増加している。勧告は、違反の対象となった下請事業者数、当該下請事業者が被った不利益の額などを総合的に判断して、下請事業者の受けた不利益が重大と認められた場合に行うのに対し、指導は、発注書面の記載不備、比較的少額の支払遅延、減額等の事案について、迅速に指導し、下請事業者の不利益を早期に回復することを目的としている。勧告件数が減少しているのは、この期間において、結果的に、勧告に結び付く事案が少なかったということにすぎず、措置件数が過

去最多を更新し続けていることは、それだけ多くの下請事業者の不利益が回復されたことを意味している。

これらのことから、平成 28 年度ないし令和元年度の下請法違反事件の処理は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益の保護に有効であったといえる。

(ウ) 措置によって直接保護された下請事業者の利益

表 6 のとおり、平成 28 年度ないし令和元年度において、親事業者が講じた原状回復措置により保護された下請事業者の利益は、平成 28 年度は総額 23 億 9931 万円相当、平成 29 年度は総額 33 億 6716 万円相当、平成 30 年度は総額 6 億 7068 万円相当、令和元年度は総額 27 億 7651 万円相当となっており、4 年間の合計で 92 億 1366 万円相当と多額になっている。このように、公正取引委員会の下請法違反事件の処理により、多額の不利益が直接下請事業者に還元されていることから、下請法違反事件の措置は、下請事業者の利益の保護に有効であったといえる。

このうち、自発的申出に係る原状回復措置により保護された下請事業者の利益は、平成 28 年度は総額 6 億 4449 万円相当、平成 29 年度は総額 18 億 4795 万円相当、平成 30 年度は総額 1 億 843 万円相当、令和元年度は総額 5849 万円相当となっており、4 年間の合計で 26 億 5936 万円相当であり、全体の相当部分を占めている。また、自発的申出が、制度上、早期の原状回復措置に資するものであることを踏まえると、自発的申出による原状回復については、下請事業者の利益の保護に有効であったといえる。

(3) 効率性

前記(2)アのとおり、指導事件については、表 2 のとおり、そのほとんどが目標処理期間内の 3 か月以内に処理されているのに対し、勧告事件の一部は目標処理期間の 10 か月以内に処理できていない。この要因として、研修、「下請法違反事件処理マニュアル」の整備等を通じたノウハウの向上・蓄積等が不十分であったことも考えられることから、担当職員に対する研修等をさらに強化し、また、調査手法の改善について検討することにより、事件処理の効率性を向上させる必要がある。

さらに、本件取組について費用面から分析すると、平成28年度ないし令和元年度の 4 年間における下請法違反事件の処理に係る予算は約48億円であるところ、下請法違反事件への措置によって直接保護された下請事業者の利益額（原状回復額）は、当該 4 年間で92億1366万円相当となっており、下請取引の公正化の推進及び下請事業者の利益の保護という目的に対し、少なくとも事件処理にかけた予算の約 2 倍の効果があったものといえ

る。

また、自発的申出による原状回復については、原状回復を受けた事業者数や保護された下請事業者の利益額に関して年度ごとに変動がある一方で、申出件数は、平成30年度及び令和元年度は、平成28年度及び平成29年度と比べて増加しているなど、継続して利用されており、下請事業者の利益の保護が効率的に実現されているものと考えられる。

(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

(1) 判断根拠

「下請法違反事件の処理期間」については、勧告事件の処理期間の目標達成率は56%未満であり進展が大きくはなかったものの、下請法事件処理件数のほとんどを占める指導事件の処理期間の目標達成率は96%以上であり、総じて相当程度進展があったものと考えられる。

また、「下請法に違反する親事業者による下請代金の支払遅延、減額等への対処状況」については、措置件数の増加などにより一定の効果を挙げており、取組が相当程度進展したと考えられる。

イ 施策の分析

本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために必要であり、かつ、相当程度の有効性及び効率性があったと評価できるが、勧告事件の処理期間の短縮のために、担当職員に対する研修等のさらなる強化及び調査手法についての検討が課題として挙げられる。

ウ 次期目標等への反映の方向性

(7) 施策

下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するため、引き続き、書面調査等による情報収集を行い、下請法違反行為に迅速かつ的確に対処する。

(1) 測定指標

本件取組は、下請取引の公正化を推進し、下請事業者の利益を保護するために必要であり、相当程度の有効性及び効率性があったと評価できることから、各測定指標とも、現在の目標を維持していくこととするが、勧告事件の処理期間について以下の点を改善する必要がある。

下請法は、独占禁止法と比較して簡易な手続を規定し、迅速かつ効果的に下請事業者の利益の保護を図るものであるところ、平成 28 年度の勧告事件 11 件中 7 件、平成 29 年度の勧告事件 9 件中 4 件、平成 30 年度の勧告事件 7 件中 4 件、令和元年度の勧告事件 7 件中 4 件が目標処理期間の 10 か月以内に処理できなかった。このため、処理期間の短縮に向けて以下の取組を進める必要がある。

- ① 担当職員に対する研修を強化し、引き続き「下請法違反事件処理マニュアル」の整備を図るとともに、事件処理において特に検討を要した点や対応を工夫した点について、報告会を開催するなどにより情報の共有化を図る。
- ② 過去の事件を検証することにより調査期間の短縮のための取組を検討し、実施する。

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。

○ 平均処理期間の計算において、処理期間があまりに長いものなど、外れ値を除いて計算するとより適切に効果を把握することができるのではないか。 (外れ値を除外した計算については、今後検討することとしたい旨回答した。)	中村委員
○ 書面調査の実施がやはり重要であることが理解できた。書面調査については、特に下請事業者対象分についてオンラインによる回答もできるとよいのではないかと。 (下請事業者向けの定期調査は紙であるが、オンラインで申告が可能である旨回答した。)	多田委員
○ 勧告事件について、標準的な事件に当てはまらない例外的な事件については、「10 か月」という処理期間の目標値とは異なるものにしてはどうか。例外的な対応が許されない状況だと目標が職員の間で十分に共有されないのではないかと。 (今後検討することとしたい旨回答した。)	南島委員
○ 勧告事件の処理期間について、目標処理期間を超えた理由として、他律的な要因をあげているが、コントロールが可能な自律的な要因によりどこまで期間を短縮できるのか分析・検討してはどうか。 (今後プロセスごとに原因を分析し検討することとしたい旨回答した。)	小林委員
○ 勧告事件の処理期間について、処理にかかった期間	池谷委員

をプロセスごとに比較して、期間が長くなってしまった原因を分析することが必要。現状のままでうまく評価しきれていないように思う。	
--	--

令和2年度公正取引委員会実績評価書(標準様式)

別添3-1

(公正取引委員会2-③)

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		30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度要求額
	予算の 状況 (千円)	当初予算(a)	27,375	24,651	23,943	30,388
		補正予算(b)	0	0	0	
		繰越し等(c)	0	0		
		合計(a+b+c)	27,375	24,651		
	執行額(千円)		25,829	21,080		
施策に関係する内閣の重要 政策(施政方針演説等のうち 主なもの)	—					

	1	独占禁止法教室における①同教室の開催件数、②同教室の参加者数(注1)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり
			①164件	①196件	①214件 ②15,880人	①236件 ②17,268人	①233件 ②18,529人		
	2	独占禁止法教室参加者における①同教室の内容に対する理解度、②同教室の内容に対する満足度、③同教室の講義を受けての競争の重要性等に対する理解の向上、④同教室の講義を受けての公正取引委員会等に対する関心の高まり、⑤同教室の講義を受けての行動予定(注2)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	目標達成
			①92% ②88%	①91% ②87%	①90% ②87% ③90% ④82%	①89% ②85% ③90% ④80% ⑤70%	①89% ②86% ③90% ④80% ⑤67%		
		年度ごとの目標値	—	—	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上	①85%以上 ②80%以上 ③80%以上 ④75%以上 ⑤60%以上		
	3	消費者セミナーにおける①同セミナーの開催件数、②同セミナーの参加者数(注1)	実績値					評価対象年度	達成
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり
			57件	77件	①92件 ②2,345人	①83件 ②2,825人	①82件 ②2,378人		

測定指標

4	消費者セミナー参加者における ①同セミナーの内容に対する理解度、②同セミナーの内容に対する満足度、③同セミナーを受けての競争の重要性等に対する理解度の向上、④同セミナーを受けての公正取引委員会等に対する関心の高まり、⑤同セミナーを受けての行動予定(注2)	実績値					評価対象 年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度		
		①88% ②78%	①88% ②71%	①85% ②75% ③79% ④77%	①86% ②73% ③78% ④75% ⑤62%	①84% ②74% ③74% ④71% ⑤61%		
		—	—	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上	①80% 以上 ②70% 以上 ③70% 以上 ④70% 以上 ⑤55% 以上		
5	一日公正取引委員会の開催状況	実績値					評価対象 年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	相当程度 進展あり
		8件 (1,686 人) (注3)	2,222人	1,773人	2,267人	2,459人		
6	一日公正取引委員会における① 一日公正取引委員会の取組への 評価、②一日公正取引委員会に 参加しての満足度(注4)	実績値					評価対象 年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	目標達成
		①87% ②77%	①87%	①90%	①85% ②77%	①86% ②80%		
	年度ごとの目標値	—	—	—	—	①80% 以上 ②70% 以上		
7	地方有識者との懇談会における ①開催件数、②講演会の参加者 数(注5)	実績値					評価対象 年度	達成
		27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～ 令和元年度	相当程度 進展あり
		委員等	9	8	8	9		
		地方事務 所長等	87	78	89	78		
		合計	①96 件	①86件	①97件	①87件		
		—	—	②568人	②537人	②550人		

	8	地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における①公正取引委員会の活動に対する理解の向上, ②独占禁止法・下請法の理解の向上, ③公正取引委員会の役割についての賛同(注6)	実績値					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			—	—	①89% ②83% ③88%	①90% ②87% ③89%	①91% ②89% ③93%			
	9	地方有識者との懇談会(地方事務所長等対応)の参加者における①同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上, ②同懇談会参加者の独占禁止法・下請法の理解の向上, ③同懇談会を参加しての行動予定(注7)	実績値					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			—	—	—	—	①90% ②89% ③53%			
	10	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等	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成	
			27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度	29年度～令和元年度	相当程度進展あり	
			別紙のとおり。							
	年度ごとの目標値									

- (注1) 1-②、3-②の測定指標は、平成29年度より測定することとした。
令和元年度においては、令和2年3月2日以降の新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う高等学校及び中学校の休校並びに集会等の開催自粛に伴い、3月に行う予定だった独占禁止法教室及び消費者セミナーのほとんど全てが中止となった。
- (注2) 2-①～2-⑤、4-①～4-⑤の測定指標については、公正取引委員会が独占禁止法教室又は消費者セミナーの参加者に対して実施したアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、2-①、4-①については講義内容等を理解できたかとの問に対し、「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、2-②、4-②については講義内容等に関する問に対し、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合、2-③、4-③については講義等を受けて市場経済の仕組みや競争の重要性について理解が深まったかとの問に対し、「深まった(そう思う)」又は「やや深まった(ややそう思う)」と回答した参加者の割合、2-④、4-④については講義等を受けて公正取引委員会の活動等に関心が高まったかとの問に対し、「高まった(そう思う)」又は「やや高まった(ややそう思う)」と回答した参加者の割合、2-⑤、4-⑤については参加後に講義等の内容を踏まえた活動を行うかとの趣旨の問に対し、「そう思う」又は「ややそう思う」との回答の割合を記載している。なお、2-③④、4-③④は平成29年度から、2-⑤、4-⑤については平成30年度下半期より、それぞれ測定した。
- (注3) 本測定指標は、平成27年度まで「開催件数」を測定することとしていたが、平成28年度以降、「参加人数」で測定することとしたため、参加人数を括弧書きで記載している。
- (注4) 測定指標については、公正取引委員会が一日公正取引委員会の参加者に対して実施したアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、①については一日公正取引委員会の取組についての評価の問に対し、「良い」又は「おおむね良い」(平成28年度以前については「非常に良い」又は「良い」)と回答した参加者の割合、②については一日公正取引委員会に参加して満足したかとの問に対し、「満足」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合を記載している。
- (注5) 「講演会の参加者数」は、有識者との懇談会(委員等対応)とともに開催される講演会の参加者数を記載した。また、同測定指標については、平成29年度より測定することとした。
- (注6) 8の測定指標については、有識者との懇談会(委員等対応)とともに開催される講演会の参加者に対して平成28年度以降実施しているアンケート結果を用いて測定を行っている。なお、8-①については講演会を聴講して公正取引委員会の活動内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった(やや理解が深まった)」と回答した参加者の割合、8-②については講演会を聴講して独占禁止法、下請法等の内容について理解が深まったかとの問に対し、「理解が深まった」又は「おおむね理解が深まった(やや理解が深まった)」と回答した参加者の割合、8-③については講演会を聴講して独占禁止法、公正取引委員会の役割について賛同できたかとの問に対し、「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を記載している。
- (注7) 9の測定指標については、有識者との懇談会(地方事務所長等対応)の参加者に対して平成30年度下半期より実施しているアンケート結果を用いて測定を行っている(開催先の同意が得られた場合にアンケートを実施している。)。9-①については懇談会に参加して公正取引委員会の活動内容について理解が深まったかとの問に対し、「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、9-②については懇談会に参加して独占禁止法、下請法等の内容について理解が深まったかとの問に対し、「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、9-③については懇談会参加後の具体的な行動を確認する選択肢に対し、「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した割合を記載している。

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、独占禁止法教室及び消費者セミナーの参加者における内容の理解度や満足度等、一日公正取引委員会に参加しての満足度等、年度ごとの目標値を設定した測定指標については、いずれも数値目標を達成している。 また、「独占禁止法教室の開催件数及び参加者数」、「消費者セミナーの開催件数及び参加者数」、「一日公正取引委員会の参加者数」、「地方有識者との懇談会の開催件数及び講演会の参加者数」、「地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「地方有識者との懇談会(地方事務所長等対応)の参加者における同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「独占禁止法等の内容及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等」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及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。
	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。 また、平成30年度及び令和元年度の2年間で広報活動の重点的な効果検証を行ったので、令和2年度以降は、今回の効果検証によって得られた示唆に基づき、以下のとおり、実施又は試行する期間とする。 a 消費者セミナー - 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、大規模になり過ぎないように配慮する。 - セミナー時間の調整も同様に難しい場合が多いと考えられるが、可能な限り、120分以内に抑えるように配慮する。 50代以下の参加者が中心の場合にはシミュレーションゲームを積極的に活用していく。 60代以上の参加者が多いセミナーでは、経験が比較的豊富な講師ができるだけ説明を行う、又は経験が少ない講師である場合はスキル等を事前に共有する。 - ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。 b 独占禁止法教室 - 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、30人程度になるように配慮する。 - ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。 - 中高生にはシミュレーションゲームを積極的に活用する。 - 中高生には、できる限り若い講師を派遣する。 c 地方有識者との懇談会 - 懇談会の参加者に対してメールマガジン等を紹介して、懇談会に参加した者がその後の情報収集等を行いやすくするなどにより、参加者の公正取引委員会に対する意識や関心の維持に努める。 - 所要時間の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、参加者の理解が最も高まる傾向がある60～90分間の開催となるよう配慮する。 - 長時間の確保が困難な場合には、事前に先方のニーズを確認し、短時間でも先方のニーズに合った説明を行うなどして当委員会の活動を理解してもらうように努める。 【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 SNSによる情報発信 Twitterのフォロワー数は順調に増加しているが、協力委員からは、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるのもっとよいと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見が寄せられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、SNSについて専門的な知見を有する外部専門家から助言を受け、より分かりやすい表現とすることとし、ショート動画や、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。 b 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、「内容が難しく、一般の消費者が気楽に見られるものではない。」といった意見や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。 令和2年以内に改正独占禁止法の施行を予定していることから、改正を反映した動画を制作する予定であるところ、気軽に視聴できるような内容の動画、例えば、3分程度のショート動画等を制作する必要がある。また、再生回数を更に増やすためにSNSによる情報発信、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、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。 c 子供向けページ 公正取引委員会ウェブサイトの子供向けページのアクセス件数がここ3年度で大幅に減少しているので、子供向けページに掲載しているコンテンツを見直すなどの工夫をしていく必要がある。 d 新型コロナウイルス感染症対策の検討 新型コロナウイルス感染症の影響により独占禁止法教室等の対面で行う広報活動が難しくなることを踏まえて、オンライン方式による広報活動を検討することとする。
--	---

学識経験を有する者の知見の活用	○ オンライン教材の活用を検討してはどうか。(小林委員) (動画だけでは一方通行になりがちなので、双方向のやり取りができる仕組みを取り入れられるかを含めて検討している旨回答した。) ○ 行動科学の研究では、講師に点数を付けて、その点数を当事者に伝え、全体的にやる気が上がるものの、点数の低い層の人はやる気が下がるというような研究結果が出ている。ハイパフォーマー講師の情報を横展開する際は、情報の伝え方に注意が必要である。(小林委員) ○ オンラインでは、シミュレーションゲームも実施できないと思うので、新しいタイプのオンライン教材の開発を行っていくことが課題である。(南島委員) (その点が課題であることは認識しており、今後検討することとしたい旨回答した。また、オンライン方式には少人数の方がなじむのではないかと考えているところ、大人数の場合でも効果をあげられるような活用方法を検討することも必要だと考えている旨回答した。) ○ ハイパフォーマーの源泉がどこにあるのかよく検討する必要があると思われる。動画の作成に当たり、ハイパフォーマーに講師を依頼するなど、ハイパフォーマーの良さを十分に活かせる形で横展開していく必要がある。(中村委員) ○ ハイパフォーマーの授業の様子を、話し方講座等を実施している事業者等に確認してもらってもよいのではないかと。また、ハイパフォーマーの良いところを取りまとめて、次回の内部研修に反映してはどうか。(池谷委員) (第三者にハイパフォーマーの話し方等を客観的に見てもらい、良い点を指摘してもらうというのは一つの手だと思う。今後、検討することとしたい旨回答した。) ○ 表13によると、公正取引委員会の役割に賛同できなかった・あまり賛同できなかった人を合わせた割合が増えているのだが、何か理由はあるのか。(多田委員) (賛同できなかった・あまり賛同できなかった人の割合が増えている理由について、分析はできていないが、芸能関係、地方銀行、地域交通等の関係で公正取引委員会の対応に不満があった者がいたのかもしれない旨回答した。)
-----------------	---

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	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29年度ないし令和元年度】 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29年度ないし令和元年度】 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29年度ないし令和元年度】 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29年度ないし令和元年度：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29年度ないし令和元年度報道発表文】 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29年度ないし令和元年度報道発表文】 ⑦有識者との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29年度ないし令和元年度報道発表文】 (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。
---------------------------	---

担当部局名	官房総務課	作成責任者名 (※記入は任意)	官房総務課長 原 一弘	政策評価実施時期	令和2年4月～7月
-------	-------	--------------------	----------------	----------	-----------

		施策の進捗状況(実績)				
		平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
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・要望の把握を通じて競争政策に対する理解の増進状況	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[3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[337件] 各種広報活動(公表したもの)に係る新聞	② 同左[374回]	② 同左[367件]	② 同左[404件]	② 同左[401件]
		③ 記事の広告費換算額[3億142万円](注1)	③ 同左[3億5876万円]	③ 同左[6億1419万円]	③ 同左[6億8342万円]	③ 同左[7億4274万円]
		④ メールマガジン登録件数[5,575名]	④ 同左[5,771名]	④ 同左[6,015名]	④ 同左[6,167名]	④ 同左[6,401名]
		⑤ twitter フォロワー数[16,614名]	⑤ 同左[31,435名]	⑤ 同左[41,266名]	⑤ 同左[46,045名]	⑤ 同左[55,186名]
		⑥ twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数[2481.3](注2)	⑥ 同左[4545.6]	⑥ 同左[8595.8]	⑥ 同左[11162.7]	⑥ 同左[9877.5]
		⑦ twitterの1投稿当たりの平均エンゲージメント数[46.9](注3)	⑦ 同左[90.9]	⑦ 同左[160.0]	⑦ 同左[191.1]	⑦ 同左[253.3]
		⑧ 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[1,801,125件]	⑧ 同左[2,249,084件]	⑧ 同左[2,606,074件]	⑧ 同左[2,746,824件]	⑧ 同左[7,637,226件]
		⑨ 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[145,537件]	⑨ 同左[232,944件]	⑨ 同左[185,695件]	⑨ 同左[235,472件]	⑨ 同左[247,035件]
		⑩ 独占禁止法教室に係る報道件数[-件](注4)	⑩ 同左[-件]	⑩ 同左[56件]	⑩ 同左[68件]	⑩ 同左[33件]
		⑪ 一日公正取引委員会に係る報道件数[-件](注4)	⑪ 同左[-件]	⑪ 同左[11件]	⑪ 同左[17件]	⑪ 同左[18件]
		⑫ 地方有識者との懇談会に係る報道件数[-件](注4)	⑫ 同左[-件]	⑫ 同左[29件]	⑫ 同左[23件]	⑫ 同左[20件]
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) 平成30年度及び令和元年度の広告費換算額については、地方紙等に掲載された記事が含まれていない。

(注2) 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3) 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」等の合計であり、フォロワーが反応した回数である。

(注4) ⑩～⑫の測定指標は、平成29年度より測定することとした。

実績評価書資料

担当課 官房総務課

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 29 年度～令和元年度）。

3. 評価の実施時期

令和 2 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、高校生及び大学生等に対し、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。

中学生・高校生向けの独占禁止法教室では、企業間競争の重要性や独占

禁止法・公正取引委員会の説明を行うほか、シミュレーションゲーム、模擬立入検査・模擬事情聴取等を行っている。

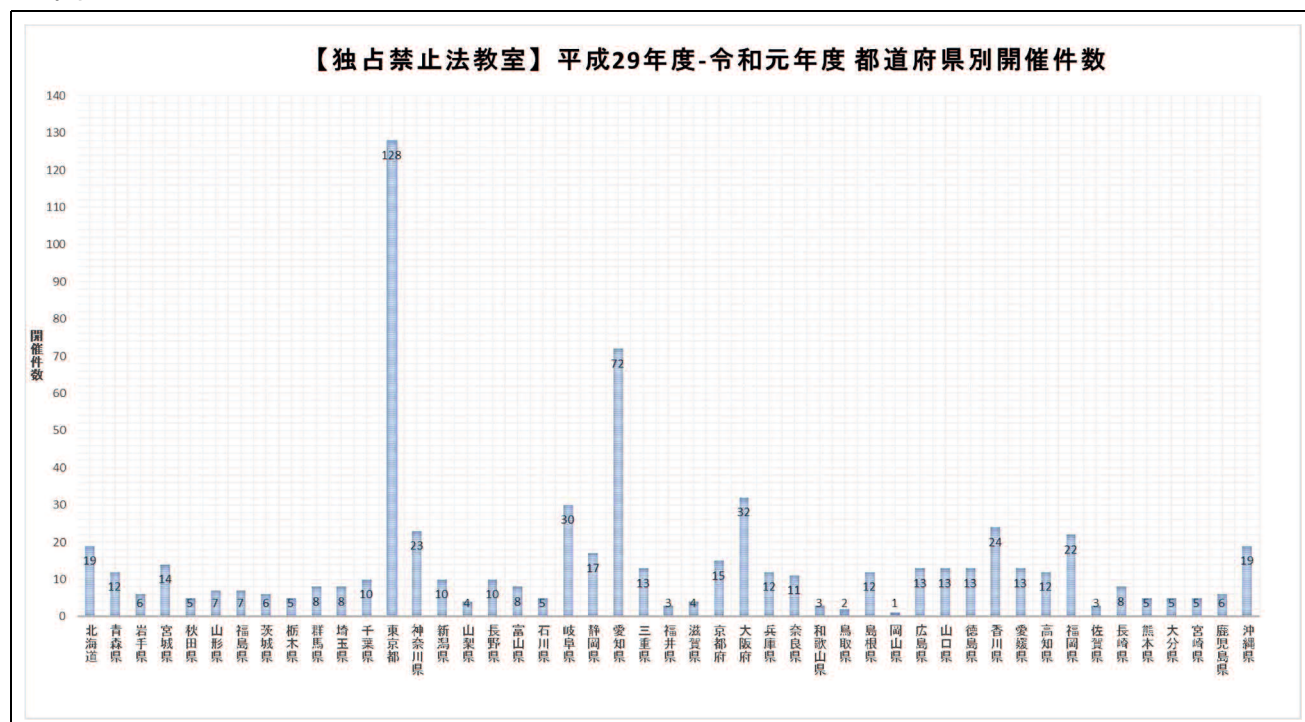
大学生向けの独占禁止法教室では、競争の意義、独占禁止法の内容、公正取引委員会の役割等について説明を行うほか、教員の意向に沿ってゼミ形式や英語による授業も実施している。

平成 29 年度ないし令和元年度の中学校、高校及び大学等における開催件数は、表 1 のとおりである。また、当該 3 年度の間における都道府県別の開催件数は、図 1 のとおりであり、全ての都道府県において開催している。

表 1 独占禁止法教室の開催件数及び参加者数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度 ¹⁾
中学校	58 件	61 件	57 件
高校	46 件	54 件	56 件
大学等	110 件	121 件	120 件
合計	214 件・15,880 人	236 件・17,268 人	233 件・18,529 人

図 1



¹⁾ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための学校の休校に伴い、3月に行う予定であった独占禁止法教室は全て中止となった。

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²。

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 29 年度	47.0%	42.6%	7.9%	1.5%	0.3%	0.7%
平成 30 年度	46.6%	42.3%	7.5%	1.9%	0.5%	1.1%
令和元年度	46.6%	42.7%	6.7%	2.0%	0.6%	1.3%

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 29 年度	67.8%	28.1%	3.0%	0.3%	0.2%	0.5%
平成 30 年度	67.7%	28.7%	2.4%	0.5%	0.2%	0.6%
令和元年度	68.6%	27.3%	2.0%	0.6%	0.4%	1.2%

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 29 年度	63.5%	31.9%	3.4%	0.4%	0.0%	0.7%
平成 30 年度	60.2%	34.0%	3.4%	0.6%	0.2%	1.6%
令和元年度	58.1%	35.3%	4.3%	0.9%	0.3%	1.1%

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 29 年度	27.3%	56.1%	12.9%	2.7%	0.4%	0.7%
平成 30 年度	25.0%	56.0%	13.3%	3.6%	0.9%	1.3%
令和元年度	25.6%	57.0%	11.1%	3.7%	1.0%	1.6%

² これらの他に、「競争の重要性等に対する理解の向上」、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」、「講義を受けての行動予定」の各測定指標があるが、「内容理解度」や「満足度」と同様の数値が得られており、大部のため記載を省略し「6. 評価」に結果のみ記載した。

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 29 年度	56.3%	31.1%	11.2%	0.5%	0.2%	0.6%
平成 30 年度	54.7%	30.7%	12.9%	0.5%	0.2%	1.1%
令和元年度	55.2%	30.5%	12.5%	0.5%	0.2%	1.1%

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 29 年度	74.1%	19.2%	5.8%	0.2%	0.2%	0.4%
平成 30 年度	72.5%	19.9%	6.8%	0.3%	0.2%	0.4%
令和元年度	74.9%	17.9%	6.1%	0.3%	0.2%	0.7%

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 29 年度	71.1%	21.3%	6.6%	0.2%	0.1%	0.6%
平成 30 年度	65.4%	23.4%	9.4%	0.3%	0.1%	1.3%
令和元年度	63.4%	23.6%	11.7%	0.2%	0.2%	0.9%

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 29 年度	39.2%	42.6%	16.5%	0.8%	0.3%	0.7%
平成 30 年度	36.8%	42.1%	18.9%	0.7%	0.2%	1.3%
令和元年度	37.8%	42.6%	17.0%	0.8%	0.3%	1.5%

(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。また、消費者セミナーの参加者の募集に係る活動は消費者団体や自治体の消費者行政担当部局に依頼している。

消費者セミナーでは、企業間競争の重要性や独占禁止法・景品表示法・公正取引委員会の説明を行うほか、シミュレーションゲームを実施している。

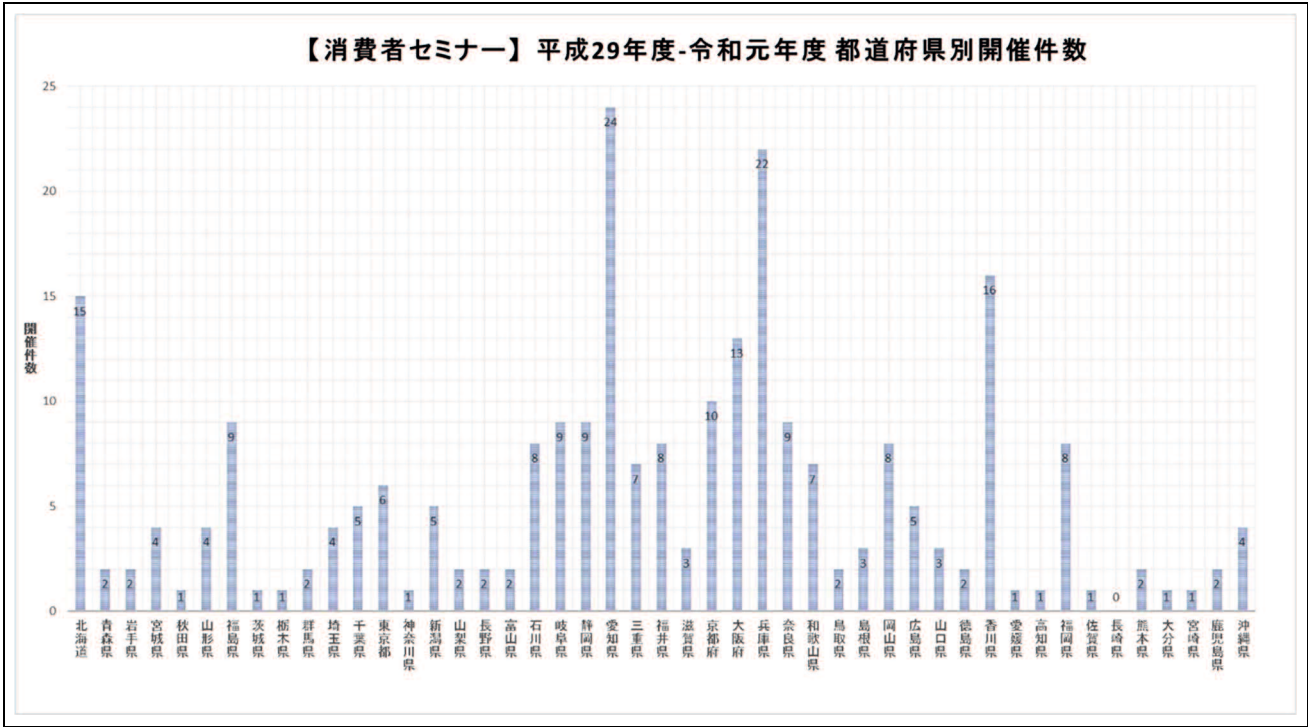
平成 29 年度ないし令和元年度の開催件数は、表 4 のとおりである。ま

た、当該3年度の間における都道府県別の開催件数は、図2のとおりであり、46都道府県で開催している。

表4 消費者セミナーの開催件数及び参加者数

平成29年度	平成30年度	令和元年度 ³⁾
92件・2,345人	83件・2,825人	82件・2,378人

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⁴⁾。

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29年度	26.8%	58.3%	6.7%	2.1%	0.6%	5.5%
平成30年度	27.9%	57.8%	8.1%	2.3%	0.4%	3.4%
令和元年度	26.5%	57.2%	7.9%	4.2%	0.7%	3.6%

³⁾ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための集会等の開催自粛に伴い、3月に行う予定であった消費者セミナーのほとんどが中止となった。

⁴⁾ これらの他に、「競争の重要性等に対する理解の向上」、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」、「講義を受けての行動予定」の各測定指標があるが、「内容理解度」や「満足度」と同様の数値が得られており、大部のため記載を省略し「6. 評価」に結果のみ記載した。

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 29 年度	27.8%	47.3%	18.0%	1.1%	0.2%	5.5%
平成 30 年度	25.6%	47.6%	20.5%	2.2%	0.6%	3.5%
令和元年度	29.8%	43.7%	20.9%	1.7%	0.2%	3.6%

(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 29 年度ないし令和元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 29 年度	8 件 1,773 人	旭川市、盛岡市、千葉市、 三重県四日市市、京都市、 島根県浜田市、松山市、熊本市
平成 30 年度	8 件 2,267 人	釧路市、山形市、長野市、石川県白山市、 福井市、鳥取市、高知市、鹿児島市
令和元年度	8 件 2,459 人	函館市、青森県八戸市、前橋市、 岐阜県大垣市、和歌山市、岡山市、 徳島市、大分市

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、評価は表 8－1 のとおり、満足度は表 8－2 のとおりであった。

表 8－1 一日公正取引委員会の取組に対する参加者の評価

	良い	おおむね 良い	どちらとも いえない	あまり 良くない	良くない	未回答
平成 29 年度	60.0%	30.3%	4.4%	0.0%	0.0%	5.3%
平成 30 年度	55.5%	29.1%	5.2%	0.2%	0.0%	10.0%
令和元年度	54.7%	31.2%	3.9%	0.3%	0.1%	9.8%

表 8－2 一日公正取引委員会に参加しての満足度⁵⁾

	良い	おおむね 満足	どちらとも いえない	やや不満	不満	未回答
平成 30 年度	28.5%	48.9%	8.8%	1.1%	0.4%	12.4%
令和元年度	29.5%	51.0%	6.1%	0.3%	0.4%	12.6%

(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 29 年度ないし令和元年度における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 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
委員等	8 件	9 件	8 件
地方事務所長等	89 件	78 件	80 件
合計	97 件	87 件	88 件

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、公正取引委員会の委員等を講師として講演会を開催している。この講演会の参加者数は、表 10 のとおりである。

⁵⁾ 平成 30 年度から測定することとしたため、直近 2 年度の数値のみを記載した。

表 10 講演会の参加者数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
568 人	537 人	550 人

また、この講演会の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、公正取引委員会の活動に対する理解の向上度は表 11、独占禁止法・下請法の理解の向上度は表 12、公正取引委員会の役割への賛同は表 13 のとおりであった。

表 11 公正取引委員会の活動に対する理解の向上度

	理解が 深まった	やや（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
平成 29 年度	25.3%	63.6%	6.7%	2.0%	0.4%	2.0%
平成 30 年度	42.7%	47.8%	5.7%	2.2%	0.4%	1.2%
令和元年度	51.2%	39.5%	2.3%	5.3%	0.8%	0.8%

表 12 独占禁止法・下請法の理解の向上度

	理解が 深まった	やや（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
平成 29 年度	20.4%	62.6%	11.9%	2.6%	0.6%	2.0%
平成 30 年度	39.2%	47.6%	7.8%	3.5%	0.6%	1.4%
令和元年度	44.0%	45.0%	3.2%	5.5%	1.6%	0.8%

表 13 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 できなかつ た	賛同できな かった	未回答
平成 29 年度	33.4%	54.5%	9.1%	1.2%	0.2%	1.6%
平成 30 年度	46.9%	42.0%	8.6%	1.0%	0.2%	1.2%
令和元年度	50.9%	42.4%	3.8%	2.2%	0.2%	0.6%

さらに、地方事務所長等と地方有識者（各地経済団体等の役員）との懇談会の参加者に対してアンケート調査を実施したところ、公正取引委員会の活動に対する理解度の向上度は表 14、独占禁止法・下請法の理解の向上

度は表 15 のとおりであった⁶⁾。

表 14 公正取引委員会やその活動に対する理解の向上度

	理解が 深まった	やや（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
令和元年度	36.5	53.8%	7.5%	1.6%	0.1%	0.4%

表 15 独占禁止法・下請法の理解の向上度

	理解が 深まった	やや（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
令和元年度	32.8%	55.8%	8.1%	2.1%	0.3%	0.9%

- (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 29 年度ないし令和元年度の開催件数は、表 16 のとおりである。

表 16 独占禁止懇話会開催件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
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 年度から導入しているところ、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、

⁶⁾ 地方事務所長等と地方有識者との懇談会については、平成 30 年度下期からアンケートを実施したため、令和元年度の結果のみ記載している。

また、地方事務所長等と地方有識者との懇談会については、理解の向上度のほかに同懇談会参加後に懇談等の内容を踏まえた活動を行うかとの趣旨の質問をしており、「そう思う。」19.5%、「ややそう思う」33.7%、「どちらともいえない」27.1%、「ややそう思わない」2.8%、「そう思わない」0.7%及び「未回答」16.2%の回答を得ている。

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。

平成 29 年度ないし令和元年度は、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 29 年度ないし令和元年度における主なテーマは、表 17 のとおりである。

表 17 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 29 年度	・ 公正取引委員会に対する期待について ・ 地域の経済状況について ・ 実態調査などについて ・ 公正取引委員会と各団体との連携強化について ・ 経済社会環境の変化と競争政策の役割について ・ 中小企業・小規模事業者の取引条件改善、生産性向上等について ・ I T ・デジタル化の進展と競争政策の役割について
平成 30 年度	・ 公正取引委員会に対する期待について ・ 公正取引委員会の施策の効果について ・ 地域経済の実情と競争政策上の課題について ・ 優越的地位の濫用規制・下請法の規制について ・ 下請取引の適正化に関する行政評価・監視について ・ 消費税転嫁対策について
令和元年度	・ 変化する社会経済環境における公正取引委員会に対する期待について ・ 地域経済の実情と競争政策上の課題について ・ 公正取引委員会の施策の効果について ・ 優越的地位の濫用規制・下請法の規制について ・ 実態調査について ・ 消費税転嫁対策について

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、国民の理解を深めるために、幅広く報道発表を行っている。

また、公正取引委員会委員長は、記者を主な対象として、3、4か月

に1回の頻度で、公正取引委員会が直近で取り組んでいる活動をテーマとする懇談会を開催している。さらに、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29年度ないし令和元年度における報道発表件数は表18のとおりであり、委員長と記者との懇談会・事務総長定例会見の回数は表19のとおりである。

表18 報道発表件数

平成29年度	平成30年度	令和元年度
367件	404件	401件

表19 委員長と記者との懇談会・事務総長定例会見回数

	平成29年度	平成30年度	令和元年度
委員長と記者との懇談会	3回	4回	3回
事務総長定例会見	38回	37回	40回

公正取引委員会では、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ところ、平成29年度ないし令和元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20のとおりである。

表20 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29年度	平成30年度	令和元年度
2,606,074件	2,746,824件	7,637,226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。）のアカウントの運用を開始し、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29年度ないし令和元年度の年度末時点におけるメールマガジン登録件数は、表21のとおりである。また、Twitterアカウントのフォロワー数、Twitterの1投稿当たりの平均インプレッション数⁷及び

⁷ 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。

Twitter の 1 投稿当たりの平均エンゲージメント数⁸は、表 22 のとおりである。

なお、平成 30 年度から、SNS 等による情報発信業務について専門的な知見を有する外部専門家から助言を受けている。

表 21 メールマガジン登録件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
6,015 名	6,167 名	6,401 名

表 22 Twitter のアカウントのフォロワー数、Twitter の 1 投稿当たりの平均インプレッション数及び Twitter の 1 投稿当たりの平均エンゲージメント数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
Twitter のアカウントの フォロワー数	41,266 名	46,045 名	55,186 名
Twitter の 1 投稿当たりの 平均インプレッション数	8595.8	11162.7	9877.5
Twitter の 1 投稿当たりの 平均エンゲージメント数	160.0	191.1	253.3

(ウ) パンフレット及び動画配信

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 29 年度ないし令和元年度における各種パンフレットのダウンロード件数は表 23 のとおり、各種動画の再生回数は表 24 のとおりである。

⁸ 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」等の合計であり、フォロワーが反応した回数である。

表 23 各種パンフレット⁹のダウンロード件数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
135,331 件	188,121 件	204,468 件

表 24 各種動画の再生回数（※）

タイトル	公開期間等	平成 29 年度	平成 30 年度	令和 元年度
公正で自由な競争を目指して	平成 20 年～ （平成 28 年 3 月改定）	5,582 回	6,706 回	5,179 回
気を付けよう！取引のルール ―優越的地位の濫用規制―	平成 23 年～	1,791 回	1,533 回	1,410 回
そうだったのか！よくわかる下請法	平成 24 年～	3,968 回	4,964 回	3,702 回
知っておきたい！物流分野の取引ルール	平成 26 年～	499 回	383 回	384 回
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～	平成 28 年～	2,651 回	2,172 回	1,430 回
合計		14,491 回	15,758 回	12,105 回

※ ショートバージョン等も含めた再生回数

（エ）消費者向け及び子供向けページ

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のページのほか、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のページを設けている。

平成 29 年度ないし令和元年度における消費者向けページ及び子供向けページへのアクセス件数は、表 25 のとおりである。

⁹ 「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「農協と独占禁止法」及び⑨「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。

表 25 消費者向けページ及び子供向けページへのアクセス件数

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
消費者向けページ	11,508 件	17,232 件	22,907 件
子供向けページ	24,365 件	14,361 件	7,555 件

(6) 競争政策の広報活動の効果の把握及びより効果的な広報活動の実践（EBPM）

競争政策の広報活動のアウトカム（成果）とは、競争政策への理解度を向上させることなどを通じ、公正かつ自由な競争の実現、事業者の創意発揮など独占禁止法の目的を達成することである。平成 30 年度及び令和元年度には、このアウトカムの達成のためにより効果的な広報活動の実践に資するよう、広報施策（消費者セミナー、独占禁止法教室及び地方事務所等と地方有識者との懇談会）の効果の把握・分析、今後の施策の改善点の把握などを目的に、EBPM（Evidence-based Policymaking：証拠に基づく政策立案）を実施した。

平成 30 年度は、各広報活動の参加者アンケートに、理解度テスト、行動予定¹⁰に関する質問を入れ、正確な理解度やイベント参加後の行動予定の確認等を実施した。一部の消費者セミナーを、シミュレーションゲームを実施するセミナーと実施しないセミナーにランダムに割り振り、理解度等の違いを回帰分析によって比較した。地方事務所長等と地方有識者との懇談会では、当委員会の活動に対する参加者の関心や理解度を測定するため、参加者に対するアンケート調査を実施した。

令和元年度は、①各広報施策の属性（参加者数、シミュレーションゲームの有無、所要時間、講師の役職等）によって満足度や理解度、行動の変容等にどのような違いがあるのかを検証する重回帰分析、②高いパフォーマンスを挙げた講師の特定等の多様な分析手法を取り入れた。

その結果、以下のとおり、広報施策の改善につながる示唆を得た。

ア 消費者セミナー

- ・ 参加者数の増加は参加者の理解度を低下させる傾向があるため、セミナーが大規模になり過ぎないようにする。
- ・ 開催時間が 120 分を超えるセミナーでは満足度や関心が低下する傾向が顕著なので、セミナー時間を 120 分以内に抑えるようにする。
- ・ 参加者の層が 50 代以下の場合は、シミュレーションゲームを積極的に活用する。
- ・ 参加者の層が 60 代以上の場合は、シミュレーションゲームの効果

¹⁰ 行動予定に関する質問については、「独占禁止法違反等に関するニュースや新聞記事に今までよりも注目したい」などの問いに対して、「そう思う」、「ややそう思う」、「どちらともいえない」、「ややそう思わない」、「そう思わない」の 5 つの選択肢の中から 1 つ回答してもらった。

が小さく、講師が係員の時にアウトカムが低下する傾向があるので、60代以上が多いセミナーでは、できるだけ係長以上の講師を派遣し、かつ、説明に時間を割く。

- ・ 参加者の理解度、満足度、当委員会の活動への関心などが高いハイパフォーマー講師のスキルを明らかにし、それを特に係員レベルの講師に普及していくことで全体としてレベルアップを図る。

イ 独占禁止法教室

- ・ 参加人数の増加は参加者の満足度やクイズの正答数を低下させる傾向があるので、参加人数をできる限り30人程度までにとどめる。
- ・ 学生の理解度、満足度、当委員会の活動への関心などが高いハイパフォーマー講師のスキルを明らかにし、それを特に係員レベルの講師に普及していくことで全体としてレベルアップを図る。
- ・ シミュレーションゲームは、少なくとも中高生の満足度や理解度を大きく引き上げる傾向があるので、少なくとも中高生向け独占禁止法教室に積極的に導入する。
- ・ 中高生では講師年齢が上昇するほど満足度やクイズ正答率が低下する傾向があるので、できる限り若い講師を派遣する。

ウ 地方事務所長等と地方有識者との懇談会

- ・ 所要時間が60～90分の間の時に参加者の理解が最も高まる傾向があるので、所要時間はできる限り60～90分にする。
- ・ 過去の参加者の3割程度の者が、参加後に「公正取引委員会や独占禁止法等について情報収集を行った」及び「ミニミニ懇の内容や資料を社内（団体内）で共有した」の項目に「そう思う」又は「ややそう思う」と回答している。これは懇談会が一定程度行動変容につながっていると評価できる。
- ・ 懇談会の開催が参加者の意識の維持、行動変容につながっているのかを引き続き把握することが重要である。

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

(7) 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・必要性和、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、特に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本人の周囲で違反行為が発生するこ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、これ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）。

以上のように、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り、違反行為を未然に防止に資するものであり、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。

(4) 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）。

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も必要である。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ページや子供向けページは、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が、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ような地域の事業者、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及び参加者数は、表1のとおり、平成29年度においては214件・15,880人、平成30年度においては236件・17,268人、令和元年度¹¹⁾においては233件・18,529人となっており、また、当該3年度の間に全ての都道府県で開催された。

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2-1及び3-1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88%超（平成29

¹¹⁾ 脚注1で述べたとおり、令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための学校の休校に伴い、3月に行う予定だった独占禁止法教室は全て中止となったため、当初予定していた件数よりも少なくなっている。

年度 89.6%，平成 30 年度 88.9%，令和元年度 89.3%）であり，いずれの年度においても目標の 85%以上を達成した。また，「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 85%超（平成 29 年度 87.4%，平成 30 年度 85.4%，令和元年度 85.7%）であり，いずれの年度においても目標の 80%以上を達成した。

加えて，「競争の重要性等に対する理解の向上」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 89%超（平成 29 年度 89.6%，平成 30 年度 89.9%，令和元年度 90.4%）であり，いずれの年度においても目標の 80%以上を達成した。

さらに，「公正取引委員会等に対する関心の高まり」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 79%超（平成 29 年度 81.8%，平成 30 年度 79.4%，令和元年度 79.5%）であり，いずれの年度においても目標の 75%以上を達成した。

その上，「講義を受けての行動予定¹²⁾」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は 67%超（平成 30 年度 69.6%，令和元年度 67.2%）であり，いずれの年度においても目標の 60%以上を達成した。

また，アンケート調査では，「シミュレーションゲームや模擬立入検査・模擬事情聴取などがあり，自分で実際に体験したことで，より理解が深まったし，とても楽しかったです。」といった感想や，「市場での競争があるから私たちはより良いものが買えるし，でも競争を行うことにより，問題が生まれてしまうこともあるから，そういう時のために，公正取引委員会が存在するのだと思った。市場経済の仕組みについてよく分かった。」などの意見が出された。このほか，協力委員からも「今後社会人になる中学生や高校生に対して，普段彼らにとって馴染みのない独占禁止法を分かりやすく伝える場として，非常に有益である。」，「講義だけでなく先生や生徒にも役を与えて，クラスを巻き込んだの授業づくりができてるのは非常に興味深い。」といった意見が出されている。

なお，独占禁止法教室に係る報道件数は，平成29年度は56件，平成30年度68件，令和元年度は33件となっている¹³⁾。

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。

¹²⁾ 平成 30 年度から始めた測定指標。「独占禁止法違反等に関するニュースや新聞記事に今までよりも注目したい」，「競争の意義や独占禁止法について周囲の人に話をしたい。」等の質問に対し，「そう思う」，「ややそう思う」等の選択肢の中で当てはまるものを 1 つ選んでもらった。

¹³⁾ 令和元年度の独占禁止法教室に係る報道件数が，前 2 年度と比べて半分程度となっているがその理由は不明である。

(イ) 消費者セミナー

消費者セミナーにおける開催件数及び参加者数は、表4のとおり、平成29年度においては92件・2,345人、平成30年度においては83件・2,825人、令和元年度¹⁴においては82件・2,378人となっており、46都道府県で開催された。

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83%超（平成29年度85.1%、平成30年度85.7%、令和元年度83.7%）であり、いずれの年度においても目標の80%以上を達成した。また、「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29年度75.1%、平成30年度73.3%、令和元年度は73.6%と、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

加えて、「競争の重要性等に対する理解の向上」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は73%超（平成29年度78.9%、平成30年度77.8%、令和元年度73.9%）であり、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

さらに、「公正取引委員会等に対する関心の高まり」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は71%超（平成29年度76.7%、平成30年度74.5%、令和元年度71.4%）であり、いずれの年度においても目標の70%以上を達成した。

その上、「講義を受けての行動予定¹⁵」について「そう思う」又は「ややそう思う」と回答した参加者の割合は61%超（平成30年度61.8%、令和元年度61.4%）であり、いずれの年度においても目標の60%以上を達成した。

また、アンケート調査では、「公正取引委員会の仕事は幅広く私達消費者の為に様々な側面からチェックして、違反の取り締まりをしている大切な業務だと理解しました。」といった感想や、「公正取引委員会の役割を知ることが出来ました。これからも消費者を守っていただきたいと強く願います。」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件数及びその参加人数は、表7のとおり、

¹⁴ 令和元年度においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止のための集会等の活動自粛に伴い、3月に行う予定だった消費者セミナーのほとんどが中止となった。

¹⁵ 平成30年度から始めた測定指標。

平成29年度においては8回・1,773人、平成30年度においては8回・2,290人、令和元年度においては8回・2,459人となっている。

参加者に対してアンケート調査を行ったところ、表8-1のとおり、参加者の評価は、いずれの年度においても「良い」又は「おおむね良い」取組であると回答した参加者の割合は84%超（平成29年度90.3%、平成30年度84.6%、令和元年度85.9%）であり、令和元年度において設定した目標の80%以上を達成した。

また、表8-2のとおり、満足度は、平成30年度及び令和元年度において、「良い」又は「おおむね満足」と回答した参加者の割合は77%超（平成30年度77.4%、令和元年度80.5%）であり、令和元年度において設定した目標の70%以上を達成した。

アンケート調査では、「独占禁止法が今まではぼんやり程度の認識でしたが、今日の講演で理解を深められました。」といった感想や、「具体的な事例を基に啓蒙活動を実施していただき感謝している。今回の講演内容を早速社内で共有させていただきます。」などの感想が出されている。

なお、一日公正取引委員会に係る報道件数は、平成29年度は11件、平成30年度は17件、令和元年度は18件となっている。

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29年度ないし令和元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¹⁶⁾。

平成29年度ないし令和元年度における新聞記事の広告費換算額等は、表26のとおりである。

表26 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

¹⁶⁾ 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。

	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
掲載件数	356 件	281 件	307 件
換算推計値	約 6 億 1419 万円	約 6 億 8342 万円	約 7 億 4274 万円

平成29年度ないし令和元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29年度が356件・約6億1419万円、平成30年度が281件・約6億8342万円、令和元年度が307件・約7億4274万円となっている¹⁷。

b ソーシャルメディア等

SNSについては、Twitterのフォロワー数が、表22のとおり、平成29年度末で41,266名、平成30年度末で46,045名、令和元年度末で55,186名と順調に増加している。他方、協力委員からは「FacebookやTwitterでの情報配信には子供向けの情報もあり、より多くの世代に公取委の活動を知ってもらえることができよと思う。」「公取委のタイムリーな取組が定期的送られてきてとてもよい。」といった意見が寄せられている一方で、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるととてもよいと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見も寄せられている。

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。

公正取引委員会ウェブサイト等に掲載している各種動画の再生回数は、表24のとおりである。掲載している動画の中には制作されてから既に5年以上経過したものもあり、新規の視聴者が少ないから、動画の再生回数が伸び悩んでいるものもある。

協力委員から寄せられた意見の中には、動画について「冊子を読むよりも理解しやすいので良いと思う。」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YouTubeチャンネルの動画は、内容が難しく、勉強したい人向けにはよいかもしれないが、一般の人が気楽に見られるものではないと感じた。」「閲覧は非常に少なく、今後、いかにして多くの人に見てもらえるかを検討されるとよいと思う。」といった意見も寄せられている。

¹⁷ 平成30年度及び令和元年度の掲載件数及び換算推計値については、地方紙等に掲載された記事が含まれていない。

d 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16のとおり、平成29年度ないし令和元年度において、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。

(イ) 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29年度においては97回、平成30年度においては87回、令和元年度においては88回となっている。

地方有識者からは、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11～13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「やや理解が深まった」と回答した参加者の割合は90.7%、独占禁止法等の内容について「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」と回答した参加者の割合は89.0%、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93.3%と、いずれも高い水準となっている。

地方事務所長等と地方有識者との懇談会の参加者に対するアンケート調査を行ったところ、表14及び15のとおり、公正取引委員会の活動について、「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」との回答が90.3%、独占禁止法や下請法の内容について「理解が深まった」又は「やや理解が深まった」との回答が88.6%と、肯定的な回答が90%前後となり、いずれも高い水準となっている。

また、地方有識者との懇談会に係る報道件数は、平成29年度は29件、平成30年度は23件、令和元年度は20件となっている。

(ウ) 独占禁止政策協力委員制度

平成29年度ないし令和元年度に行った協力委員からの意見聴取は、事前に聴取テーマを定め、協力委員に当該テーマを示した上で実施した。また、令和元年度は、このような取組に加え、定期的に当委員会の取組に係る情報提供を行い協力委員の関心を喚起するよう努めるとともに、特定のトピックに焦点を当てた意見聴取を行った。

以上のように、協力委員の関心事項や属性に応じて柔軟かつ機動的に意見聴取を行ったことで、協力委員の競争政策への理解が促進され、上記(2)アで記載した意見等を含む多くの具体的な意見・要望を聴取することができた。

また、当委員会の直近の取組に対する評価、当委員会が中長期的に取り組むべき先進的な課題等各地域の協力委員から聴取した意見については、当委員会内部で共有し、地域の経済社会の実情に即した競争政策の運営に活用できるようにした。

(エ) まとめ

有識者及び協力委員に対して当委員会の取組の説明を実施したこと及び地方有識者との意見交換を行い、当委員会の取組に対する理解・賛同を得たことによって、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。

また、地方有識者や協力委員との意見交換や意見聴取した意見・要望は、施策の実施において参考とするため委員長、委員のほか、事務総局幹部に報告し、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。

以上のことから、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29年度ないし令和元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26のとおり、平成29年度約6億1419万円、平成30年度約6億8342万円、令和元年度約7億4274万円であった。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29年度約2225万円、平成30年度約2571万円、令和元年度約2321万円）と比べると、平成29年度は約28倍、平成30年度は約27倍、令和元年度は約32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、独占禁止法教室及び消費者セミナーの参加者における内容の理解度や満足度等、一日公正取引委員会に参加しての満足度等、年度ごとの目標値を設定した測定指標については、いずれも数値目標を達成している。

また、「独占禁止法教室の開催件数及び参加者数」、「消費者セミナーの開催件数及び参加者数」、「一日公正取引委員会の参加者数」、「地方有識者との懇談会の開催件数及び講演会の参加者数」、「地方有識者との懇談会とともに開催される講演会の参加者における公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「地方有識者との懇談会（地方事務所長等対応）の参加者における同懇談会の公正取引委員会の活動に対する理解の向上等」、「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。

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。

また、平成30年度及び令和元年度の2年間で広報活動の重点的な効果検証を行ったので、令和2年度以降は、今回の効果検証によって得られた示唆に基づき、以下のとおり、実施又は試行する期間とする。

a 消費者セミナー

- ・ 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、大規模になり過ぎないように配慮する。
- ・ セミナー時間の調整も同様に難しい場合が多いと考えられるが、可能な限り、120分以内に抑えるように配慮する。
- ・ 50代以下の参加者が中心の場合にはシミュレーションゲームを積極的に活用していく。
- ・ 60代以上の参加者が多いセミナーでは、経験が比較的豊富な講師ができるだけ説明を行う、又は経験が少ない講師である場合はスキル等を事前に共有する。
- ・ ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。

b 独占禁止法教室

- ・ 参加者の人数の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、30人程度になるように配慮する。
- ・ ハイパフォーマー講師のスキルを全局的に共有する。
- ・ 中高生にはシミュレーションゲームを積極的に活用する。
- ・ 中高生には、できる限り若い講師を派遣する。

c 地方有識者との懇談会

- ・ 懇談会の参加者に対してメールマガジン等を紹介して、懇談会に参加した者がその後の情報収集等を行いやすくするなどにより、参加者の公正取引委員会に対する意識や関心の維持に努める。
- ・ 所要時間の調整は、先方の都合があるため難しいと考えられるが、可能な限り、参加者の理解が最も高まる傾向がある60～90分間の開催となるよう配慮する。
- ・ 長時間の確保が困難な場合には、事前に先方のニーズを確認し、短時間でも先方のニーズに合った説明を行うなどして当委員会の活動を理解してもらうように努める。

(4) 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 SNSによる情報発信

Twitterのフォロワー数は順調に増加しているが、協力委員からは、「我々にとって身近な、またこれだけは知ってほしいという情報をセレクトして配信してくれるともっとよいと思う。」「文章が堅く、もう少し分かりやすい言葉で書いてくれると読みやすい。」といった意見が寄せられている。このため、SNSによる情報発信に際しては、SNSについて専門的な知見を有する外部専門家から助言を受け、より分かりやすい表現とすることとし、ショート動画や、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。

b 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、「内容が難しく、一般の消費者が気楽に見られるものではない。」といった意見や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。

令和2年内に改正独占禁止法の施行を予定していることから、改正を反映した動画を制作する予定であるところ、気軽に視聴できるような内容の動画、例えば、3分程度のショート動画等を制作する必要がある。また、再生回数を更に増やすためにSNSによる情報発信、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、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。

c 子供向けページ

公正取引委員会ウェブサイトの子供向けページのアクセス件数がここ3年度で大幅に減少しているので、子供向けページに掲載しているコンテンツを見直すなどの工夫をしていく必要がある。

d 新型コロナウイルス感染症対策の検討

新型コロナウイルス感染症の影響により独占禁止法教室等の

対面で行う広報活動が難しくなることを踏まえて、オンライン方式による広報活動を検討することとする。

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。

○ オンライン教材の活用を検討してはどうか。 （動画だけでは一方通行になりがちなので、双方向のやり取りができる仕組みを取り入れられるかを含めて検討している旨回答した。） ○ 行動科学の研究では、講師に点数を付けて、その点数を当事者に伝えたと、全体的にやる気が上がるものの、点数の低い層の人はやる気が下がるというような研究結果が出ている。ハイパフォーマー講師の情報を横展開する際は、情報の伝え方に注意が必要である。	小林委員
○ オンラインでは、シミュレーションゲームも実施できないと思うので、新しいタイプのオンライン教材の開発を行っていくことが課題である。 （その点が課題であることは認識しており、今後検討することとしたい旨回答した。また、オンライン方式には少人数の方がなじむのではないかと考えているところ、大人数の場合でも効果をあげられるような活用方法を検討することも必要だと考えている旨回答した。）	南島委員
○ ハイパフォーマーの源泉がどこにあるのかよく検討する必要があると思われる。動画の作成に当たり、ハイパフォーマーに講師を依頼するなど、ハイパフォーマーの良さを十分に活かせる形で横展開していく必要がある。	中村委員
○ ハイパフォーマーの授業の様子を、話し方講座等を実施している事業者等に確認してもらってもよいのではないかと。また、ハイパフォーマーの良いところを取りまとめて、次回の内部研修に反映してはどうか。 （第三者にハイパフォーマーの話し方等を客観的に見てもらい、良い点を指摘してもらうというのは一つの手だと思う。今後、検討することとしたい旨回答した。）	池谷委員
○ 表 13 によると、公正取引委員会の役割に賛同できなかった・あまり賛同できなかった人を合わせた割合が増えているのだが、何か理由はあるのか。 （賛同できなかった・あまり賛同できなかった人の割合が増えている理由について、分析はできていないが、芸能関係、地	多田委員

方銀行，地域交通等の関係で公正取引委員会の対応に不満があった者がいたのかもしれない旨回答した。）	
---	--