

平成26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26-①)

施策名	競争政策の広報・広聴等 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	24年度	25年度	26年度	27年度要求額	
	予算の状況(千円)	当初予算(a)	29,320	25,930	25,437	
		補正予算(b)	0	0		
		繰越し等(c)	0	0		
		合計(a+b+c)	29,320	25,930		
執行額(千円)	25,041	19,998				
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)	-					

測定指標	一日公正取引委員会開催件数	実績値					評価対象年度	達成
		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	25年度	目標達成
		1	4	8	8	8		
	年度ごとの目標値	-	3	8	8	8		
	消費者セミナー開催件数	実績値					評価対象年度	達成
		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	25年度	目標達成
		-	38	39	50	49		
	年度ごとの目標	-	25	41	41	42		
	独占禁止法教室開催件数	実績値					評価対象年度	達成
		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	25年度	目標達成
		47	82	96	112	141		
	年度ごとの目標値	32	44	75	76	86		
地方有識者との懇談会開催件数	実績値					評価対象年度	達成	
	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	25年度	目標達成	
	88	84	82	82	88			
年度ごとの目標値	91	91	85	83	80			
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	施策の進捗状況(実績)					評価対象年度	達成	
	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	25年度	相当程度進展あり	
	別紙のとおり。							
年度ごとの目標値								

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) 前記測定指標のうち、一日公正取引委員会開催件数、消費者セミナー開催件数、独占禁止法教室開催件数及び地方有識者との懇談会開催件数について目標を達成した。しかし、「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、一定の実績を示しており、取組が相当程度進展したと考えられるが、競争政策に対する国民的理解の増進という目標を達成したとまではいえないため。
--------------	--

評価結果	施策の分析	<p>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ために必要かつ有効であり、また、その活動は効率性があったと評価できる。</p> <p>しかし、ウェブアンケートの結果によると、公正取引委員会の認知度は高いとはいえ、一日公正取引委員会を始めとする各種の取組の認知度も低いものとどまっている。また、地方有識者や協力委員からの意見をみても、取組の拡大と内容の充実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。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【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・広聴活動を推進していく。</p> <p>【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。そのため、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・広聴活動を推進していく。</p> <p>しかし、一日公正取引委員会、消費者セミナー、独占禁止法教室など、開催回数は目標以上となっているが、各種取組の認知度は高いとはいえ、地方有識者や協力委員からは、「消費者は、独占禁止法違反がもたらす弊害を分かっていないので、分かりやすく説明していく必要がある。消費者に対する身近で地道な活動が大きな成果につながっていくので、活発に消費者セミナーを開催してもらいたい。」「独占禁止法は、消費者又は社会人として社会に出て行くと重要な法律で、独占禁止法教室によって初めて独占禁止法や公正取引委員会のことを知る学生もいるので、学生向けに積極的に広報してもらえればと思っている。」といった各種取組の実施の更なる拡大を求める声が出ている。そのため、例えば、社会科担当教員等教育関係者が参加する会合において独占禁止法教室を広報するなど、各種取組に関し、開催件数を増加することによる参加者数増加を実現し、認知度を高めていく必要がある。</p> <p>また、取組の内容の充実の観点からは、一日公正取引委員会については、実施すべき独占禁止法講演会等を確実に実施すること、消費者セミナーなど参加者が事例を身近に感じてもらえるように説明の仕方や資料作成を工夫するなど、各種取組の内容面等の改善に努める必要がある。</p>

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・広報活動は、誰を対象としているか、広報手段・広報内容は適切か、広報活動により対象者の行動はどうか重要であり、例えば、「消費者セミナー」と称する会議で、消費者トラブルの情報を知りたいと思って集まった者に対して、独占禁止法一般の説明ばかりしたのでは参加者の期待には応えられないであろうし、独占禁止法教室であれば独占禁止法が重要であるというメッセージが受講者に届くようにすることが必要である。(田辺委員) (広報活動のターゲットとすべき対象者を明確にし、広報内容等を対象者のニーズに合うものとなるよう広報活動を行っていく旨を回答した。) ・ウェブアンケート調査の対象者の選択として、潜在的に公正取引委員会に興味があると思われる学者や教育関係者を多く選ぶこと自体は悪くない。しかし、例えば、アンケートの対象者に主婦が入っていないのに、対象者の総称を「一般国民」と表記することは不適当と考える。(田中委員) (意見を踏まえて修正を行った。) ・SNSについては、情報発信の得意な職員が、読者の関心を持ってもらえるような情報を発信させることを試みてはどうか。(田中委員) (意見を踏まえ、今後検討することとしたい旨回答した。) ・社会科や公民の教育関係者が集まる機会は、年間の学習計画の中に独占禁止法教室を組み込んでもらうのにとても良い機会なので活用すべきである。(小西委員) (意見を踏まえて修正を行った。)
-----------------	---

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	<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 調査対象者:消費者セミナー参加者(有効回答数)内容理解度868名、満足度869名 調査方法:選択式、自由記載式 作成者:公正取引委員会 調査期間:平成25年4月12日～平成26年3月8日</p> <p>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 調査対象者:独占禁止法教室参加者(中学生、高校生、大学生)(有効回答数)内容理解度8,719名、満足度8,826名 調査方法:選択式、自由記載式 作成者:公正取引委員会 調査期間:平成25年4月16日～平成26年3月17日</p> <p>③一日公正取引委員会参加者の意識に係るアンケート 調査対象者:一日公正取引委員会参加者(有効回答数)602名 調査方法:選択式 作成者:公正取引委員会 調査期間:平成25年6月4日～平成26年2月18日</p> <p>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 調査対象:公正取引委員会が報道発表等を行った広報活動に関する新聞記事225記事 調査方法:記事ごとに面積を実測し、「media-data2013年版」(メディアリサーチ社発行)の各媒体広告料金のうち「記事中」の広告料の最小単位を割り出して算出した単価を乗じて推計 作成者:株式会社ジャパン通信社</p> <p>⑤独占禁止懇話会第194回会合議事概要(平成25年4月24日報道発表資料) ⑥独占禁止懇話会第195回会合議事概要(平成25年7月3日報道発表資料) ⑦独占禁止懇話会第196回会合議事概要(平成25年12月11日報道発表資料) ⑧独占禁止政策協力委員から寄せられた主な意見(平成25年度上半期)について(平成25年10月16日報道発表文) ⑨独占禁止政策協力委員から寄せられた主な意見(平成25年度下半期)について(平成26年4月16日報道発表文) ⑩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1月22日報道発表文) ⑪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)1,017名:給与所得者(264名)、教育関係者(242名)、学生(175名)、経営者(132名)、法曹関係者(79名)、その他(125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26年3月26日から同月28日まで</p> <p>(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>
---------------------------	--

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 笠原 宏	政策評価実施時期	平成26年4月～7月
-------	-------	--------------------	----------------	----------	------------

		施策の進捗状況(実績)				
		21年度	22年度	23年度	24年度	25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[4回]	① 同左[2回]	① 同左[4回]	① 同左[2回]	① 同左[3回]
		② 報道発表件数[278件]	② 同左[267件]	② 同左[253回]	② 同左[258件]	② 同左[286件]
		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[9億2231万円]	③ 同左[4億5657万円]	③ 同左[8億3677万円]	③ 同左[5億2245万円]	③ 同左[3億9036万円]
		④ メールマガジン登録件数[4,088名]	④ 同左[4,508名]	④ 同左[4,797名]	④ 同左[5,070名]	④ 同左[5,382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[2,700,101件]	⑤ 同左[2,453,330件]	⑤ 同左[2,489,509件]	⑤ 同左[1,938,070件]	⑤ 同左[2,114,771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及び独占禁止法動画サイトへのアクセス件数[193,986件]	⑥ 同左[286,420件]	⑥ 同左[317,197件]	⑥ 同左[515,846件]	⑥ 同左[180,667件]
		⑦ —	⑦ —	⑦ 一日公正取引委員会参加者の評価[86%](注1)	⑦ 同左[79%]	⑦ 同左[91%]
		⑧ —	⑧ 消費者セミナー参加者の内容理解度[85%](注2)	⑧ 同左[88%]	⑧ 同左[83%]	⑧ 同左[84%]
		⑨ —	⑨ 消費者セミナー参加者の満足度[71%](注2)	⑨ 同左[73%]	⑨ 同左[74%]	⑨ 同左[70%]
		⑩ —	⑩ 独占禁止法教室参加者の内容理解度[87%](注2)	⑩ 同左[89%]	⑩ 同左[88%]	⑩ 同左[91%]
⑪ —	⑪ 独占禁止法教室参加者の満足度[87%](注2)	⑪ 同左[89%]	⑪ 同左[87%]	⑪ 同左[88%]		
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) 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

(注2) 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

1. 評価対象施策

競争政策の広報・広聴等
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 25 年度）

3. 評価の実施時期

平成 26 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) 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・下請法等の普及啓発や相談対応の一層の充実を図るため、独占禁止法講演会、下請法講習会、官製談合防止法研修会、消費者セミナー、独占禁止法教室、報道機関との懇談会、相談コーナーなどを 1 か所の会場

で集中的に開催するものであり、平成22年度から全国各地で開催している。平成25年度においては、北海道釧路市・山形市・水戸市・静岡市・奈良市・鳥取市・徳島市・大分市の8か所で開催した（北海道釧路市、山形市及び奈良市においては、後記(4)の地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会と同時開催）。

一日公正取引委員会の取組について、参加者に対してアンケート調査を行ったところ、表2のとおり、「非常に良い取組である」が18%、「良い取組である」が73%となっている。

表1 一日公正取引委員会開催件数 (単位：回)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
1	4	8	8	8

表2 一日公正取引委員会に対する参加者の評価 (回答者数=602名)

非常に良い取組である	良い取組である	余り必要ない	必要ない	未回答
18%	73%	3%	0%	6%

(2) 消費者セミナー

一般消費者に独占禁止法等の内容や公正取引委員会の活動について、より一層の理解を深めてもらうため、対話型・参加型のイベントとして、平成22年度から開始している。平成25年度は全国49か所において開催した。

消費者セミナー参加者に対してアンケート調査を行ったところ、内容理解度については、表4のとおり、「理解できた」が25%、「おおむね理解できた」が59%となっており、満足度については、表5のとおり、「満足」が22%、「おおむね満足」が48%となっている。

表3 消費者セミナー開催件数 (単位：回)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
—	38	39	50	49

表4 消費者セミナー参加者の内容理解度 (回答者数=787名)

理解できた	おおむね理解できた	どちらとも言えない	やや理解できなかった	理解できなかった	未回答
25%	59%	10%	3%	0%	3%

表5 消費者セミナー参加者の満足度（回答者数=792名）

満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
22%	48%	24%	2%	1%	3%

(3) 独占禁止法教室

競争政策に対する生徒及び学生の理解の増進を図るため、平成14年度以降、中学校・高校・大学の授業に公正取引委員会の委員や職員を講師として派遣し、競争の重要性、公正取引委員会の役割等に係る講義を行うことを内容とする「独占禁止法教室」を開催している。

平成25年度においては、表6のとおり、中学校54回、高校14回及び大学（短期大学及び専修学校を含む。）73回の計141回（1校で複数回開催する場合もある。）の独占禁止法教室を開催しており、前年度と比較して26%増加している。これは、中学校及び大学からの開催依頼が増えたものである。

なお、独占禁止法教室参加者に対してアンケート調査を行ったところ、内容理解度については、表7のとおり、「理解できた」が51%、「おおむね理解できた」が40%となっており、満足度については、表8のとおり、「満足」が59%、「おおむね満足」が29%となっている。

表6 独占禁止法教室開催件数（単位：回）

	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
中学校	26	28	32	41	54
高校	2	8	9	14	14
大学	19	46	55	57	73
合計	47	82	96	112	141

表7 独占禁止法教室参加者の内容理解度（回答者数=8,719名）

	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
中学生	67%	29%	3%	0%	0%	1%
高校生	58%	36%	4%	1%	0%	1%
大学生	22%	60%	15%	3%	0%	0%
全体	51%	40%	7%	1%	0%	1%

表8 独占禁止法教室参加者の満足度（回答者数=8,826名）

	満足	おおむね満足	普通	やや不満	不満	未回答
中学生	72%	20%	8%	0%	0%	0%
高校生	62%	25%	12%	0%	0%	1%
大学生	36%	45%	17%	1%	0%	1%
全体	59%	29%	11%	1%	0%	0%

(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の有識者）との懇談会は、各地の事業者、消費者等に競争政策についてより一層の理解を求めるとともに、幅広い意見・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、昭和47年度以降、全国各地において開催している。

平成25年度は、地方有識者との懇談会を合計88回開催しており、そのうち、地方有識者と公正取引委員会の委員等との懇談会（以下「地方有識者と委員等との懇談会」という。）を全国8都市（北海道釧路市・山形市・長野市・富山市・奈良市・山口市・高松市・長崎市）で8回開催し、併せて、委員等による講演会を開催都市の経済団体等の後援等を得て開催することにより、経済団体等の会員の競争政策についての理解を深めた。また、地方有識者との懇談会のうち、地方有識者と公正取引委員会の地方事務所長・支所長等の事務総局職員との懇談会（以下「地方有識者と地方事務所長等との懇談会」という。）を80回開催した。

表9 地方有識者と委員等との懇談会開催件数（単位：回）

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
9	9	9	10	8

表10 地方有識者と地方事務所長等との懇談会開催件数（単位：回）

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
79	75	73	72	80

(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

ア 独占禁止懇話会の開催

独占禁止懇話会は、公正取引委員会が広く各界の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、公正取引委員会の委員長及び委員が、会員である学界、産業界、中小企業団体、消費者団体等を代表する25名の有識者から直接、意見を聴取するとともに、意見交換を行う懇談会である。昭和43年以降、毎年開催しており、平成25年度は3回開催した。

表11 独占禁止懇話会開催件数 (単位:回)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
4	2	4	2	3

イ 独占禁止政策協力委員制度

競争政策への理解の促進と地域経済社会の実情に即した政策運営に資するため、平成11年度から、独占禁止政策協力委員制度を設置し、各地域の有識者150名に独占禁止政策協力委員（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・要望の聴取を行い、施策の実施の参考としている。

平成25年度においては、各協力委員から、上半期及び下半期の年2回、表12のとおり、事前にテーマを定めて、意見・要望の聴取を行った。

表12 協力委員への意見聴取テーマ

- ・公正取引委員会の今後の活動について
- ・競争環境の整備に係る調査・提言について
- ・広報・広聴活動について
- ・消費税率の引上げに伴う公正取引委員会の取組について
- ・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
- ・下請法、優越的地位の濫用規制の普及・啓発について など

ウ 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、企業結合に係る審査結果、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おり、平成25年度においては、計286回の報道発表を行った（表13）。

また、毎週水曜日には、事務総長定例記者会見を行っている（表14）。

このほか、平成19年度からは、報道発表、事務総長定例記者会見の概要等を内容とするメールマガジンの配信を開始している。平成25年度末

のメールマガジンの登録者数は5,382名である（表15）。

そして、平成9年以降、報道発表、事務総長定例記者会見等各種の情報をウェブサイトに掲載している。平成25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アクセス件数は2,114,771件となっている（表16）。

表13 報道発表件数 (単位：回)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
278	267	253	258	286

表14 事務総長定例記者会見件数 (単位：回)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
39	38	41	40	45

表15 メールマガジン登録者の推移 (単位：名)

21年度末	22年度末	23年度末	24年度末	25年度末
4,088	4,508	4,797	5,070	5,382

表16 公正取引委員会ウェブサイトのトップページアクセス件数 (単位：件)

21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
2,700,101	2,453,330	2,489,509	1,938,070	2,114,771

エ 各種広報資料の作成・配布

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・下請法等や公正取引委員会について説明するパンフレットや中学生向け副教材等の各種パンフレット資料を作成し、講演会、懇談会、独占禁止法教室の参加者等に配布している。

また、ウェブサイト上にも、これらの各種パンフレットのほか、ミニドラマ等を用いて独占禁止法・下請法の内容を分かりやすく説明する動画やイラスト等を用いて一般消費者に身近な独占禁止法違反事例等を紹介する一般消費者向けコンテンツ、マンガ形式で独占禁止法等の内容を紹介する子供向けコンテンツを掲載することにより、インターネットにアクセス可能な国民が広くこれらを活用できるようにしている。

平成25年度における各種パンフレットのダウンロード件数は137,778件、動画のアクセス件数は32,443件、子供向けコンテンツのアクセス件

数は4,251件、一般消費者向けコンテンツのアクセス件数は6,195件であった（表17）。

表17 各種パンフレットダウンロード・動画等アクセス件数（単位：件）

	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
各種パンフレットダウンロード数	184,864	238,366	270,728	438,302	137,778
動画アクセス数	9,122	17,506	21,867	51,054	32,443
子供向けコンテンツアクセス数	—	14,420	13,185	13,536	4,251
一般消費者向けコンテンツアクセス数	—	16,128	11,417	12,954	6,195

（注1） 「各種パンフレット」とは、「知ってなっとく独占禁止法」、「優越的地位の濫用」、「大規模小売業告示」、「物流特殊指定」、「わたしたちの暮らしと市場経済」（中学生向け副教材）、「入札談合等関与行為防止法について」、「知るほどなるほど下請法」、「ポイント解説下請法」、「知って得する下請法」、「コンテンツ取引と下請法」、「農協と独占禁止法」及び「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。

（注2） 「動画」とは、「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[日本語版]）、「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[日本語版]、ショートバージョン[日本語版]）及び「そうだったのか！よくわかる下請法」（フルバージョン[日本語版]、ショートバージョン[日本語版]）である。

なお、平成25年10月からの消費税転嫁対策特別措置法の施行に関連し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、転嫁拒否等の行為の未然防止のための周知活動などの取組の一環として、同法の概要や対策を解説したリーフレット、パンフレット及びポスターを作成し、表18のとおり、商工会議所・商工会等に配布を行ったほか、表19のとおり、消費税率引上げの直前である平成26年3月に、新聞広告等の方法により同法の内容について集中的な広報を実施した。

表18 消費税転嫁対策特別措置法のリーフレット等の配布状況

	主な配布先	配布数
リーフレット	消費税転嫁対策特別措置法の調査票に同封 下請法の下請事業者向けの調査票に同封 地方自治体	約470,000部
パンフレット	商工会議所・商工会	約350,000部

	中小企業団体中央会 地方自治体	
ポスター	商工会議所・商工会 中小企業団体中央会 事業者団体等 地方自治体	約76,000部

表19 消費税率引上げ直前時期における集中的な広報

方法	実施時期	具体的な掲載媒体等
新聞広告	3月24日～28日	全国紙
	3月19日～31日	全国のブロック紙及び地方紙計46紙
ラジオ広告	3月17日～20日	日本全国のAM36局で各3回
インターネット広告	3月19日～31日	ポータルサイト, 各種通信社, 新聞, ビジネス誌等のニュースサイト
鉄道車両中吊り広告	3月17日～31日 の間の2日間～ 7日間	全国の主要鉄道路線

6. 評価

(1) 必要性

ア 各種広報活動

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いて、独占禁止法・下請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、このような機会を通じて競争政策に対する国民的理解の増進や独占禁止法等の違反行為の未然防止を図るといった効果が期待できる。

消費者セミナーは、一般消費者の競争政策に対する理解の増進を図ることにより、①自衛効果（違反被疑行為を見付けて公正取引委員会に措置を求める、談合など税金の無駄遣いを監視する。）、②けん制効果（消費行動を通じて企業の違反行為を抑止する。）、③予防効果（消費者が民間企業の従業員や株主でもある場合に違反行為の実行を差し控えさせる。）といった効果が期待できる。また、消費者セミナーは、消費者団体等からの要望を踏まえて実施しているところ、平成25年度の開催回数は大幅に増加した前年度と同程度で推移するなど、平成22年度に取組を開始して以降、開催回数が増加傾向にあることから、消費者セミナーのニー

ズは高いものと評価できる。

独占禁止法教室は、消費者であり、かつ、将来、経済活動に参加する生徒や学生に対し、早い段階で独占禁止法の役割について理解を深めてもらうことにより、自衛効果、けん制効果及び予防効果が期待できる。また、独占禁止法教室についても、各学校からの要望を踏まえて実施しているところ、平成14年度に取組を開始して以降、毎年、開催回数が増加していることから、独占禁止法教室のニーズは高いものと評価できる。

これらの取組は、いずれも、公正取引委員会の法運用の透明性を確保し、競争政策に対する国民的理解の増進を図ることになることから、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 各種広聴活動

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していくことにより、我が国の経済社会の実情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要請することが必要である。

ウ 報道発表等

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公正取引委員会の個別の活動について、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ものである。また、ウェブサイトによる情報発信は、情報通信社会における広報活動において、欠かすことのできない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独占禁止法や公正取引委員会の活動等に関する各種の情報を入手できるようにするものである。報道発表及びウェブサイトによる情報発信とも、公正取引委員会の法運用の透明性を確保し、競争政策に対する国民的理解の増進を図ることになることから、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。

エ 各種広報資料の作成・配布

独占禁止法等や公正取引委員会の活動についての意義、基本的な枠組みについて国民の理解を得るためには、独占禁止法等の内容や公正取引

委員会の概要等について分かりやすく解説する各種広報資料が必要である。このような分かりやすい広報資料を通じた広報活動は、公正取引委員会の活動を国民により一層効果的に理解してもらい、また、国民から競争政策に対する的確な意見・要望が提案されるために重要な意味を持つものである。

(2) 有効性

ア 各種広報活動

(7) 一日公正取引委員会

一日公正取引委員会については、開催目標どおり8回開催しており、目標を達成した。

一方、延べ参加者数は1,603名であり、前年度と比較して29%減少した。この要因として、一部の開催において、独占禁止法講演会、下請法講習会、消費者セミナー等を実施しなかったことが挙げられるが、そのほかに開催都市8か所の人口規模が前年度と比較して合計で25%縮小したことも影響したと考えられる。

参加者に対して、アンケート調査を行ったところ、91%が「非常に良い取組である」又は「良い取組である」と回答しており、引き続き高い水準となっている。

また、アンケート調査においては、「公正取引委員会の活動が具体的に理解できて大変良かったと思う。」「今までは理解できなかった独占禁止法について多少知識が得られたので、これからは独占禁止法に関するテレビ等の報道にも関心が持てるようになると思う。」「独占禁止法や官製談合防止法の違反リスクを再認識することができたので良かった。気を付けて職務に取り掛かるとともに、他の職員に対しても気を付けるようアドバイスできたらと思う。」などの意見が出されていることから、有効な取組であると評価できる。

(4) 消費者セミナー

消費者セミナーについては、開催目標は42回であったが、49回開催し、目標を達成した。

消費者セミナーの参加者数は1,184名であり、前年度と比較して10%増加した。参加者に対して、消費者セミナーの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、理解度については、84%の参加者が「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答した。一方、満足度については、70%の参加者が「満足」又は「おおむね満足」と回答しているものの、前年度の74%と比べ低下しており、「普通」又は「やや不満」と回答した者からは、「我々の生活に密着している

とは思えなかった。」「もっと身近な情報を提供すべき。」といった意見がみられ、工夫が必要と考えられる。

他方、参加者からは、「直接我々の生活に関係のない法律だと思っていたが、独占禁止法を守ることが消費者の利益に直結していることを知り、大変勉強になった。」「公正取引委員会の働き、公正で自由な競争のメリットがよく分かった。」「私たちの生活から距離があると思っていた独占禁止法について少しばかり理解することができた。日常生活でも常に問題意識を持ってより良い消費生活が送れたら良いと思う。」などの意見が出され、一般消費者の競争政策への理解が深まり、期待した効果が得られている。

(ウ) 独占禁止法教室

独占禁止法教室については、開催目標は86回であったが、141回開催し、目標を達成した。大幅な件数の伸びは中学校及び大学において顕著であるところ、いずれも積極的な周知活動が奏功したものであるが、特に中学校については学習指導要領(社会科・公民)で市場経済のしくみ等について理解させることを定めている中で、社会科や公民の教育関係者が出席する会合に出席して独占禁止法教室について積極的に案内したこと、大学については実務家による講義を取り入れる傾向が広がったこと等が、開催回数の増加につながったものと考えられる。

独占禁止法教室の参加者数は12,279名であり、昨年度の9,173名から34%増加しており、件数の増加(26%増)より増加の幅が多くなっている。参加した生徒・学生に対して理解度及び満足度についてのアンケート調査を行ったところ、理解度については、91%の生徒・学生が「理解できた」又は「おおむね理解できた」と回答し、満足度については、88%の生徒・学生が「満足」又は「おおむね満足」と回答しており、参加した生徒・学生の理解度及び満足度ともに高いレベルにあることが確認できる。

また、参加した生徒・学生からは、「今まで公正取引委員会と独占禁止法について、漠然としたイメージしか持っていなかったが、今日の講義によって、少なくとも独占禁止法についての知識は増えたとし、公正取引委員会の活動に対する興味も湧いた。」「シミュレーションなどを通じて独占とは具体的にどのようなものであるかがよく分かった。また、模擬立入検査によって、公正取引委員会の人実際に立入検査する状況をリアルに見ることができて、とても貴重な体験ができて良かった。」「公正取引委員会、独占禁止法、市場についての説明だけでなく、具体的な事例が挙げられていたので、事件を身近に感じる事ができて、とても勉強になった。」「独占禁止法は、私たちの生活

と直接的にはあまり関係のないものだと思っていたが、消費者の権利を守ってくれる大切な法律なのだということが分かった。」「私たちが安く、より良い商品を買うことができるのは、多くの会社が競争しているおかげということが分かった。」などの意見が出され、生徒・学生という早い段階から独占禁止法の役割について理解を深めることに役立ったと評価できる。

(E) まとめ

前記(ア)ないし(ウ)の取組に対し、協力委員からは、「消費者は、独占禁止法違反がもたらす弊害を分かっていないので、分かりやすく説明していく必要がある。消費者に対する身近で地道な活動が大きな成果につながっていくので、活発に消費者セミナーを開催してもらいたい。」「広報活動として中学生や高校生を対象に出前授業を行っているが、若いうちから、独占禁止法等に関する『知識』を得て、それを遵守すべき『意識』を醸成しておくことは重要なことである。」との意見が出されている。

これらのことから、一日公正取引委員会、消費者セミナー及び独占禁止法教室は、競争の重要性や公正取引委員会の活動状況等に対する一般消費者、生徒・学生の理解の増進につながり、今後の競争政策の有効かつ適切な推進を図るために有効であると評価できる。

イ 各種広聴活動

(7) 独占禁止懇話会

独占禁止懇話会においては、独占禁止懇話会の会員である各界の有識者から意見を聴取した結果、「(消費税) 転嫁カルテルを認めることにより、事業者間で本体価格についてまで情報交換をしてしまうことも懸念される。カルテルへの監視の目をより一層厳しくしてほしい。」「違反行為を行う側だけでなく、違反行為を受ける側にも講習を行うといった対応をする必要はないのか。」「公正取引委員会が取り上げた過去の官製談合事件には全て発注機関の幹部等が関与しているようだが、これから幹部への研修を増やしていくことを考えているか。」等、今後の公正取引委員会の運営にとって有益な意見が出され、さらに、公正取引委員会から当該有識者に対して、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については、開催目標は80回であったが88回（地方有識者と委員等との懇談会が8回、地方有識者と地方事務所長等との懇談会が80回）開催し、目標を達成した。

地方有識者との懇談会においては、公正取引委員会から、地方有識者に対し、競争政策に係る最近の主要な話題等を説明するほか、地方有識者からは、公正取引委員会に対する意見・要望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、競争政策に関する相互理解を深めることができた。

(ウ) 独占禁止政策協力委員制度

上半期及び下半期の2回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、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

地方有識者や協力委員から出された意見・要望については、全局的に共有し、随時、各種取組に反映させるなど、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。

なお、地方有識者及び協力委員から出された意見・要望への対応例は、表20のとおりである。

このように、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を通じて、競争政策に対する有識者の理解の増進を図ることができたと考えられる。

表20 地方有識者及び協力委員から出された意見・要望への対応例

意見・要望	対応状況
広報効果が期待される団体等に対して積極的に働きかけて広報活動を行ってほしい。	平成25年度は、弁護士会、各地の検察官との懇談会・講演会に加えて、独占禁止法等の普及・啓発、法令順守意識の向上につながると考えられる団体等（日本公認不正検査士協会、日本CSR普及協会近畿支部等）に対して講演会等を実施した。
下請法及び優越的地位の濫用については、その内容を十分に知らないことが違反行為につながるため、きめ細かい普及・啓発活動が必要である。	平成25年度においては、下請法及び優越的地位の濫用について、業種別講習会、移動相談会、管理職・担当者別の講習会を開催するなどした。

意見・要望	対応状況
<p>広報活動において、マスメディアを積極的に活用すべきである。</p>	<p>平成25年度においては、独占禁止法、下請法、企業結合規制の運用状況等について公表した際、報道機関の記者との懇談会を開催して内容について理解を深めた。また、各地方事務所等においても管轄地域内の案件について記者発表を積極的に行ったこと等により、前年度と比較して記者発表の回数が22%増加した。</p>
<p>平成25年10月から施行された消費税転嫁対策特別措置法について、平成26年4月からの消費税率の引上げに伴う転嫁拒否等の行為を未然に防止するための広報活動を積極的に実施してほしい。</p>	<p>説明会の実施等の広報活動や書面調査等による情報収集を行い、主な指導事例の公表を行うなどした。</p> <p>また、消費税率の引上げに伴い、説明会の実施、広報物の作成、消費税率引上げ時期における集中的な広報等を実施した。</p>

ウ 報道発表等

公正取引委員会の活動が、報道発表を通じて新聞で広く報道されれば、国民の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、日刊新聞の報道量を指標とすることによって報道発表の有効性を評価することができると考えられる。

独占禁止法等の違反事件処理や各種経済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25年度において公正取引委員会が把握したものについて、株式会社ジャパン通信社に委託し、広告費換算の推計を行った(記事ごとに面積を実測し、「media-data2013年版」(メディア・リサーチ・センター株式会社発行)の各媒体広告料金のうち「記事中」の広告料の最小単位を割り出して算出した単価を乗じて推計)。

当該推計によれば、平成25年度に報道された新聞記事224件の広告費換算推計値は約3億9036万円であった。これは、平成25年度における公正取引委員会の競争政策の広報・広聴に係る予算総額約2593万円の約15倍に当たる金額である。平成25年度においては、入札談合事件に係る告発案件があったことや、消費税転嫁対策特別措置法の成立や同法に関する取組等があったことが特徴的であり、報道発表を行う際に記者発表を積極的に開催(平成25年度:60回)するなどしてマスメディアに対して積極的に情報提供した結果、日刊新聞における多数の報道につながったものと考えられる。よって、報道発表等は、競争政策に対する国民的理解の増進を図り、もって、競争政策の有効かつ適切な推進を図る上で有効であったと評価できる。

エ 各種広報資料の作成・配布

各種広報資料のうち、各種パンフレットについては、平成25年度においては、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の各種パンフレットのダウンロード件数は137,778件、動画のアクセス件数は32,443件、また、子供向けコンテンツのアクセス件数は4,251件、一般消費者向けコンテンツのアクセス件数は6,195件であった。

各種パンフレットのダウンロード件数は、前年度と比較して69%減少しており、動画のアクセス件数は前年度と比較して36%減少している。これは、掲載情報の整理、掲載階層の見直し、バリアフリー化への対応等のため、平成24年度末に公正取引委員会のウェブサイトを全面改修したことにより、各種パンフレット等の掲載場所がトップページから1階層下に移動したことによるものと考えられる。今後、報道発表のページに、パンフレットの紹介ページのリンクを掲載するなど、アクセス件数を増やす方策を採る必要がある。

オ ウェブアンケート調査

広報・広聴活動の有効性について把握するため、ウェブ調査会社に調査を委託し、平成26年3月26日から同月28日までの間、各種広報活動の主な対象者である給与所得者、教育関係者、学生、経営者、法曹関係者等（有効回答者数1,017名¹）を対象に、ウェブサイト上でアンケート調査を実施した。

(ア) 公正取引委員会、独占禁止法の認知度

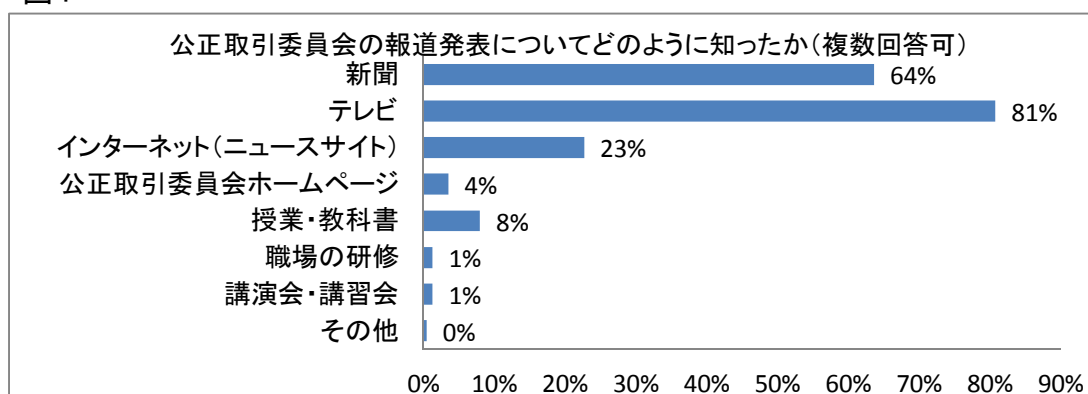
ウェブアンケートによれば、公正取引委員会を「よく知っている」又は「知っている」と回答した者は45%（456名）であり、独占禁止法を「よく知っている」又は「多少知っている」と回答した者は74%（756名）であった。公正取引委員会を「よく知っている」と回答した者のうち16%（11名）、独占禁止法を「よく知っている」と回答した者のうち14%（9名）を弁護士・法曹関係者層の者が占めており、他の職業層と比較して認知度が高い結果となった。

¹ 給与所得者 264 名、教育関係者 242 名、学生 175 名、経営者 132 名、法曹関係者 79 名、その他 125 名

(イ) 報道発表等

公正取引委員会の報道発表は、発表の当日に、公正取引委員会のウェブサイトに掲載しているが、ウェブアンケートによれば、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は61%（625名）であったが、公正取引委員会の報道発表についてどのように知ったか質問したところ、テレビの報道で知った者が81%（505名）と最も多く、次いで新聞報道で知った者が64%（398名）、インターネットのニュースサイトで知った者が23%（142名）などとなっている（図1）。また、公正取引委員会のウェブサイトで見たと回答した者は4%（22名）にすぎず、国民一般が自ら能動的にウェブサイトアクセスし、情報を入手する実態にあるとはいえない。そのため、報道発表の際に記者発表を開催するなどしてマスメディア、特にテレビ局に対して積極的に情報提供し、報道してもらうことが重要であることが分かる。

図1

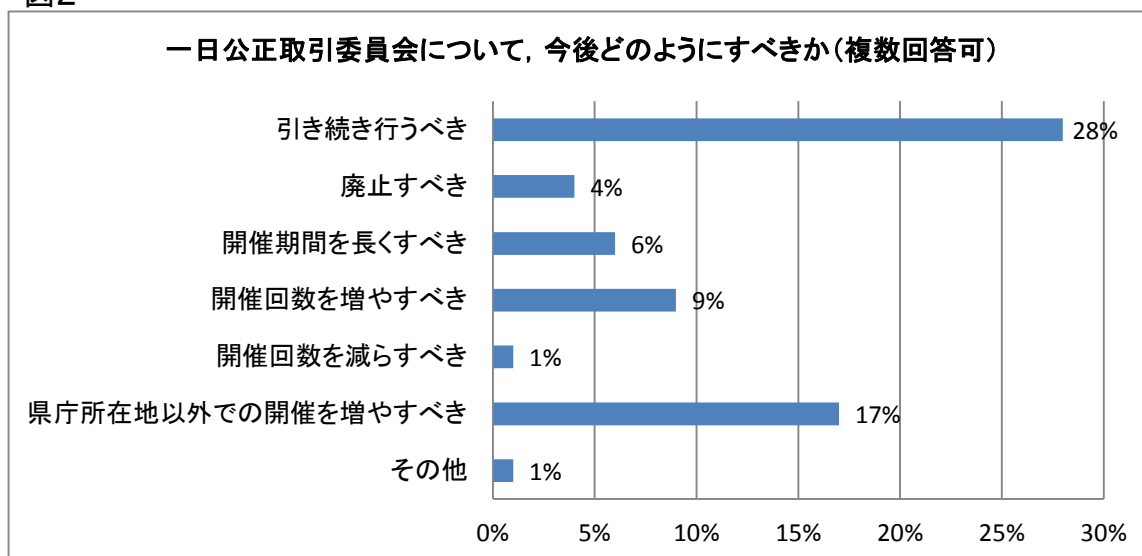


(ウ) 各種広報活動

一日公正取引委員会について、ウェブアンケートによれば、知っていると回答した者は2%（25名）、以前参加したことがあると回答した者は2%（16名）にすぎず、ほとんど認知されていないことが分かった。しかし、参加してみたいと回答した者は20%（204名）であったことから、認知度が向上することにより参加者の向上も見込めると考えられる。また、今後の一日公正取引委員会について、今後どのようにすべきかについて質問したところ、開催回数を増やすべきと回答した者9%（89名）や開催期間を長くすべきと回答した者6%（62名）と比べ、県庁所在地以外の都市でも開催を増やすべきであると回答した者が17%（177名）に上った（図2）。そのため、今後の開催においては、これらの意見を参考にして開催場所等を検討する必要がある。

る。

図2



独占禁止法教室について、ウェブアンケートによれば、名称を知っていると回答した者は10%（101名）であるが、学生層であっても独占禁止法教室の内容を知っていると回答した者が4%（7名）にすぎなかった。学生自身が依頼して実施するものではなく、自ら参加するということが困難な部分があるとはいえ、認知度を高めていく必要がある。独占禁止法教室について今後どのようにすべきか質問したところ、更なる拡大を望む意見として、開催回数を増やすべきであると回答した者が8%（82名）、一般市民を対象とした独占禁止法教室も開催すべきであると回答した者が23%（238名）であった。一般市民を対象にした対話型、参加型のイベントとしては、消費者セミナーがあるところ、この認知度が低いためこのような回答が多かったものと考えられる。

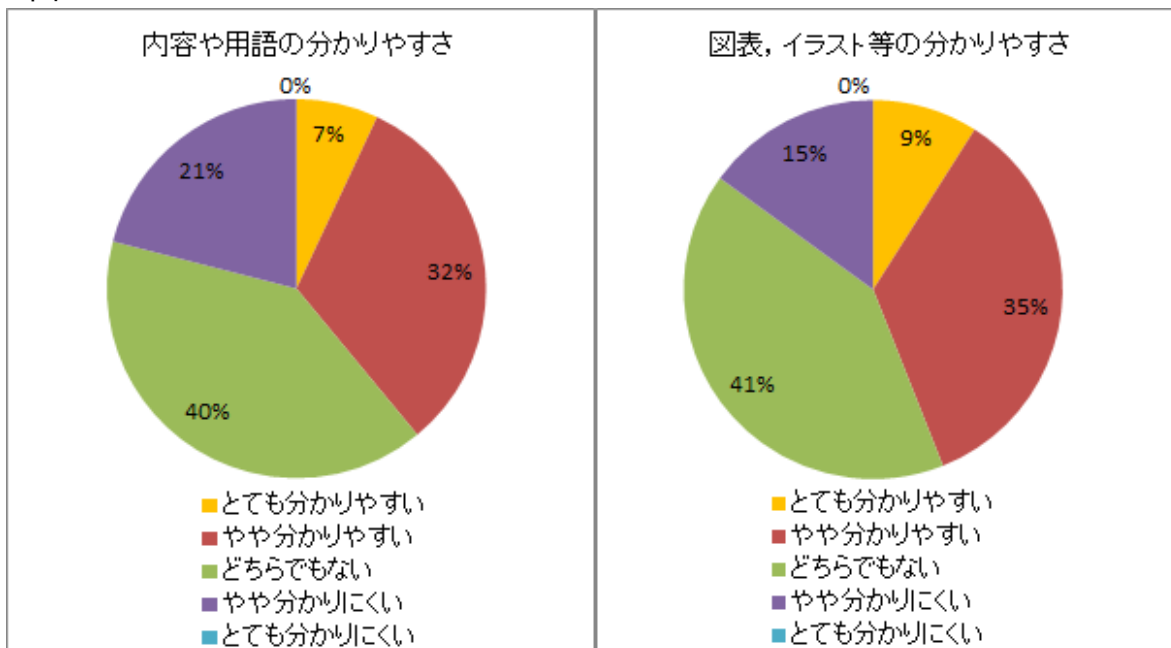
なお、教育関係者層では、開催回数を増やすべきであると回答した者が13%（32名）あり、それ以外の者より高い数値となっており、ニーズの高さがうかがえた。

(I) 各種広報資料の作成、配布

各種パンフレットを見たことがあると回答した者（75名）のうち、内容や用語について「とても分かりにくい」と回答した者はいないが、「やや分かりにくい」と回答した者が21%（16名）、図表、イラスト等についても「とても分かりにくい」と回答した者はいないが、「やや分かりにくい」と回答した者が15%（11名）となっている。しかし

ながら、各種パンフレットはあくまで法律や制度の概要等を解説するものであることから、正確性等を確保しつつ、概要等を解説する場合、一定程度複雑なものとならざるを得ない面があるが、図表、イラスト等の活用を図り、より分かりやすいものとする必要がある。

図3



また、SNSによる情報収集が一般的となっている中、ウェブサイト以外のインターネットを活用した広報手段として、31%（320名）がTwitterを、36%（368名）がFacebookを有効だと回答している。公正取引委員会のホームページを見たことがある人が4%にすぎず、他のインターネットによる広報を拡大する必要があると考えられるため、これらの回答を参考にSNSを利用した広報手段の導入を検討する必要がある。

(3) 効率性

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、約3億9036万円であった（表21）。この金額は、平成25年度における公正取引委員会の競争政策の広報・広聴に係る予算額である約2593万円の約15倍であることから、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。

なお、平成25年度においては、平成24年度に比して件数で34%、広告費換算で25%減少している。これを個別の活動ごとにみると、①独占禁止法関係（違反事件関係）については件数、広告換算費とも増加したものの、

平均の広告換算費は減少したほか、新たに行うこととなった業務である⑪消費税転嫁対策関係の記事は多く、平均の広告費換算も大きいことから、大きく報道されたことが分かる。また、④下請法関係（違反事件関係〔勧告〕）については、昨年度と異なり、知名度の高い事業者による案件がなかったことから、件数等も減少している。

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広告費換算額

	件数 (件)	広告費換算 (合計, 万円)	広告費換算 (平均, 万円)
①独占禁止法関係（違反事件関係〔排除措置命令, 警告, 告発, 審判開始決定, 審決等〕）	144	27,751	193
②独占禁止法関係（その他〔法改正, 運用状況等〕）	0	0	0
③独占禁止法関係（企業結合関係〔法改正, 企業結合事例〕）	11	789	72
④下請法関係（違反事件関係〔勧告〕）	11	1,027	93
⑤下請法関係（その他〔中小企業対策, 運用状況, 講習会等〕）	5	559	112
⑥国際関係（会合, 研修等）	0	0	0
⑦懇談会, 研究会	4	224	56
⑧実態調査報告書	2	235	118
⑨一日公正取引委員会, 消費者セミナー, 独占禁止法教室	9	798	89
⑩事務総長定例記者会見	0	0	0
⑪消費税転嫁対策関係	30	7,473	249
⑫その他（前記①ないし⑪以外の公正取引委員会関係）	8	180	23
合計	224	39,036	174

(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

(4) 判断根拠

測定指標のうち、一日公正取引委員会開催件数、消費者セミナー開催件数、独占禁止法教室開催件数及び地方有識者との懇談会開催件数について目標を達成した。しかし、「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、一定の実績を示しており、取組が相当程度進展したと考えられるが、競争政策に対する国民的理解の増進という目標を達成したとまではいえないため。

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ために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。

しかし、ウェブアンケートの結果によると、公正取引委員会の認知度は高いとはいえず、一日公正取引委員会を始めとする各種の取組の認知度も低いものにとどまっている。また、地方有識者や協力委員からの意見をみても、取組の拡大と内容の充実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・広聴活動を推進していく。

(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。そのため、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・広聴活動を推進していく。

しかし、一日公正取引委員会、消費者セミナー、独占禁止法教室など、開催回数は目標以上となっているが、各種取組の認知度は高いとはいえず、地方有識者や協力委員からは、「消費者は、独占禁止法違反がもたらす弊害を分かっていないので、分かりやすく説明していく

必要がある。消費者に対する身近で地道な活動が大きな成果につながっていくので、活発に消費者セミナーを開催してもらいたい。」、「独占禁止法は、消費者又は社会人として社会に出て行くと重要な法律で独占禁止法教室によってはじめて独占禁止法や公正取引委員会のことを知る学生もいるので、学生向けに積極的に広報してもらえればと思っている。」といった各種取組の実施の更なる拡大を求める声が出ている。そのため、例えば、社会科担当教員等教育関係者が参加する会合において独占禁止法教室を広報するなど、各種取組に関し、開催件数を増加することによる参加者数増加を実現し、認知度を高めていく必要がある。

また、取組の内容の充実の観点からは、一日公正取引委員会については、実施すべき独占禁止法講演会等を確実に実施すること、消費者セミナーなど参加者が事例を身近に感じてもらえるように説明の仕方や資料作成を工夫するなど、各種取組の内容面等の改善に努める必要がある。

7. 第三者の知見の活用

政策評価委員会（平成 26 年 8 月 5 日開催）における各委員の主な意見は以下のとおりである。

<p>○ 広報活動は、誰を対象者としているか、広報手段・広報内容は適切か、広報活動により対象者の行動はどうか変わったかが重要であり、例えば、「消費者セミナー」と称する会議で、消費者トラブルの情報を知りたいと思って集まった者に対して、独占禁止法一般の説明ばかりしたのでは参加者の期待には応えられないであろうし、独占禁止法教室であれば独占禁止法が重要であるというメッセージが受講者に届くようにするということが必要である。</p> <p>（広報活動のターゲットとすべき対象者を明確にし、広報内容等を対象者のニーズに合うものとなるよう広報活動を行っていく旨を回答した。）</p>	<p>田辺委員</p>
<p>○ ウェブアンケート調査の対象者の選択として、潜在的に公正取引委員会に興味があると思われる学者や教育関係者を多く選ぶこと自体は悪くない。しかし、例えば、アンケートの対象者に主婦が入っていないのに、対象者の総称を「一般国民」と表記することは不相当と考える。</p> <p>（意見を踏まえて修正を行った。）</p>	<p>田中委員</p>
<p>○ SNSについては、情報発信の得意な職員が、読者の関心を持ってもらえるような情報を発信させることを試みてはどうか。</p> <p>（意見を踏まえ、今後検討することとしたい旨回答した。）</p>	<p>田中委員</p>
<p>○ 社会科や公民の教育関係者が集まる機会は、年間の学習計画の中に独占禁止法教室を組み込んでもらうのにとっても良い機会なので活用すべきである。</p> <p>（意見を踏まえて修正を行った。）</p>	<p>小西委員</p>