別添３

評　価　書

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

２．担当課室

官房総務課、局総務課、会計室

３．評価の実施時期

令和６年４月～６月

４．施策の実施状況（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）

令和２年度から令和５年度までの各年度における施策の実施状況は別添のとおり。

５．評価の観点、政策効果の把握の手法及びその結果

担当課室において、行政事業レビューシートを活用し、ロジックモデルを用いて施策のアウトカム等を検証することで、主に有効性の観点から評価を実施した（別紙の各「アクティビティ」～「長期アウトカム」欄。）。

また、担当課室において、以下のとおり、施策のボトルネックの特定とその解消策の検討を行った（別紙の「事業所管部局による点検・改善結果」欄）。

点検結果	【活動内容①】Ｘについては、フォロワー数、平均インプレッション数といった数値を参照しているところ、フォロワー数の増加率が昨年度に比べて鈍化しているとともに、平均インプレッション数がほぼ横ばいであり、公正取引委員会の取組に関心を持つ国民の増加率が鈍化していると考えられる。 【活動内容②】各地域で行う一日公正取引委員会のイベントのうち講演会など、積極的に参加を呼び掛けても参加者が集まらないものがあり、必ずしも地域のニーズを的確に捉えて開催できていない。 【活動内容③】アウトプット及びアウトカムの状況を踏まえれば、国民各層からの意見・要望を的確に把握し、聴取対象者から聴取した意見・要望を競争政策に反映することによって、独占禁止法や下請法の違反行為の未然防止を図ることに寄与したものと考えられる一方で、必ずしも十分に活用されていないと考えられる意見・要望も存在する。 【活動内容④】公正取引委員会では政府方針に掲げられた課題に係る

	様々な取組を行っているところ、動画の制作に時間がかかり、インボイス制度に係る動画しか制作できておらず、政府方針に掲げられた課題に係る他の動画が制作できていないため、事業者に対してこれらの取組に関する情報が十分に届いていない。 【活動内容⑤】中期アウトカムの定量的な評価指標として、研修後のアンケート結果を使用しているところ、年間２万件以上のアンケートの回収・集計作業を行っている。 そのアンケートは受講者に紙又は Word ファイルに入力してもらうことになっているところ、回収したアンケートは１件ずつ Excel ファイルに入力して集計作業を行っており、多くの時間を要している。そのため、アンケート結果の把握及び理解度向上のための改善点等のフィードバックに時間を要している。 加えて、研修が集中する時期（例えば 10 月、11 月）にアンケートの集計作業も集中することから年間業務の平準化が出来ない。
改善の方向性	【活動内容①】Ｘのユーザーが公正取引委員会の取組に関心を持つような投稿を継続して行っていくため、Ｘのユーザーに対して、公正取引委員会からどのような情報発信を求めるかなどを確認するアンケートを実施するなどして、Ｘのユーザーのニーズを確認する。 【活動内容②】各地域で行う広報イベントについては、参加者の関心に対応した広報活動のあり方について検討する。 【活動内容③】国民各層の意見・要望を的確に把握しつつ、聴取対象者から聴取した意見・要望がより一層活用されるよう、関係する課室に対して効果的に情報共有を行うための方策を検討する。 【活動内容④】政府方針に掲げられた課題に係る公正取引委員会の取組に関する情報を迅速かつ幅広く周知できるよう、動画の制作期間を短縮化し、動画の制作本数を増加させる。現在、動画制作業者に依頼する際には、絵コンテ等から業者に作成してもらっているところ、絵コンテ等は公正取引委員会側で作成するなどして、動画の制作期間を短縮化する。 【活動内容⑤】アンケートの集計作業の改善として、オンラインフォームでのアンケート入力を依頼することで、アンケートの集計作業の負担が軽減されるものと考えられる。 そのため、令和６年度から試行的にオンラインフォームでのアンケートを実施しているが、今後も、対面及び Web 配信の開催方法に関わらず、オンラインフォームでのアンケートの導入を積極的に進める。

６．第三者の知見の活用

政策評価・行政事業レビュー外部有識者合同会合における政策評価委員の主な意見は以下のとおりである（別紙の「外部有識者の所見」欄）。

【活動内容①、②、④】 ○　広報の中には、公正取引委員会の活動内容や独占禁止法等の一般的な内容だけでなく、特定の業界に向けた取組の内容等、多様な要素があるので、それらを上手く連動させた広報活動を行ってほしい。 【活動内容⑤】 ○　説明会等におけるアンケートは、是非オンラインフォームの導入を積極的に進めてほしい。	池谷委員
【活動内容①】 ○　Ｘのフォロワー数、平均インプレッション数といった量に加えて、いかに良好な反応を得られるかといった「質」も追求していってほしい。	多田委員
【活動内容①、②、④】 ○　多岐にわたる公正取引委員会の業務について、多様な手段を活用し、幅広い層に周知する努力がうかがえる。	中村委員
【活動内容②】 ○　過去に総務省と実施した実証的共同研究（競争政策における広報の効果測定に係る調査・分析）において得られた知見が活かされているのは良いことである。	南島委員

７．政策評価の結果

本施策は、競争政策について国民各層の理解の増進を図るとともに、独占禁止法や下請法、入札談合等関与行為防止法の違反行為の未然防止を図る上で有効な取組であったと評価できる。今後、前記５の「改善の方向性」に記載した取組を行うことで施策の更なる改善を図る。

別紙

競争政策の広報・広聴

基本情報

組織情報	府省庁	公正取引委員会				
	事業所管課室	公正取引委員会｜事務総局官房｜総務課				
	作成責任者	南雅晴 小室尚彦 福田秀一郎				
	その他担当組織	公正取引委員会｜事務総局経済取引局｜総務課 公正取引委員会｜事務総局官房｜総務課会計室				
基本情報	予算事業ID	006435	事業開始年度	事業開始年度不明	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	公正取引委員会	３競争政策の普及啓発等	３－１競争政策の広報・広聴		https://www.jftc.go.jp/soshiki/kyotsukoukai/seisaku/index.html	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		

概要・目的	事業の目的	消費者、事業者、学生等幅広い国民層に対して、公正取引委員会の活動内容、独占禁止法や下請法の内容について幅広く情報提供を行い、国民各層からの意見、要望を的確に把握することによって、競争政策について国民各層の理解の増進を図るとともに、独占禁止法や下請法の違反行為の未然防止を図る。 また、適正な価格転嫁の実現、フリーランス取引適正化等の政府方針に掲げられた課題に係る公正取引委員会の取組を迅速かつ幅広く周知し、事業者に適切な価格交渉等を促すこと等により、労務費等の適正な価格転嫁等を通じた取引適正化等を推進する。 さらに、入札談合等関与行為防止法に係る発注機関を対象とした入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修の実施等を通じて、当該発注機関における入札談合等の防止に係る意識・取組内容の向上を図ることによって、発注機関に対して競争政策の定着を図り、競争的な市場環境を創出する。
	現状・課題	公正取引委員会は、各種広報イベント、公正取引委員会のウェブサイト及びSNS（X、Facebook）において情報発信を行っているものの、競争政策に対する国民の理解が十分には進んでいないと考えられる。また、公正取引委員会は、社会経済の急速な変化等に迅速かつ的確に対応した競争政策を行っていく必要があるところ、このように日々変化していく競争政策について随時国民の理解・支持を得ていく必要がある。このため、引き続き各種広報活動を積極的に実施していくとともに、国民各層の意見・要望を的確に把握していく必要がある。特に、適正な価格転嫁の実現、フリーランス取引適正化等の政府方針に掲げられた課題は、迅速かつ効果的に対処していかなければならず、これらに関する公正取引委員会の取組の周知・広報活動の一層の積極化が必要である。 発注機関における入札談合の未然防止について、入札談合は、独占禁止法が禁止する不当な取引制限の典型事例であり、最も悪質な独占禁止法違反行為の１つである。また、公共調達における入札談合は、入札参加者間の公正かつ自由な競争を通じて受注者や受注価格を決定しようとする入札システムを否定するものであり、予算の適正な執行を阻害し、納税者である国民の利益を損ねる行為ともなる。それにもかかわらず、入札談合事件は依然として後を絶たず、中には、発注機関職員が関与する、いわゆる「官製談合」事件も見受けられることから、発注機関に対する入札談合等の防止のための研修が必要である。
	事業の概要	①独占禁止法違反事件に対する法的措置、実態調査報告書等の内容について幅広く報道発表等を行い、これをウェブサイトに公表するとともに、国民の幅広い層に対してSNSにより報道発表等を積極的に発信している。 ②独占禁止法教室（将来の経済の担い手となる中高生・大学生を対象に、職員が講師として競争の重要性や公正取引委員会の役割等の講義を行うもの）、消費者セミナー（消費者を対象として対話型、参加型で実施するイベント）、一日公正取引委員会（独占禁止法等の講演会、相談コーナー等を一か所の会場で開催）等の広報イベントを実施している。 ③独占禁止懇話会（年３回程度、時宜を得た議題を設定の上、広く各界の有識者と意見交換を実施するもの）、地方有識者との懇談会（全国の様々な地域に所在する有識者との間で意見交換を実施するもの）、独占禁止政策協力委員制度（各地域の有識者約150名に独占禁止政策協力委員を委嘱し、意見要望の聴取を行い、政策実施の参考とするもの）等の広聴活動を実施している。 ④適正な価格転嫁の実現、フリーランス取引適正化等の政府方針に掲げられた課題のテーマごとに、公正取引委員会の取組に係る広報用動画を制作する。 ⑤発注機関における入札談合の未然防止について、入札談合等関与行為防止法に係る発注機関の職員が入札談合等防止のための意識を高め、その取組を向上させるとともに、入札談合等に関与することがないようにするため、入札談合等関与行為防止法・独占禁止法に係る研修を実施している。
	事業概要URL	https://twitter.com/jftc

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	（活動内容４について）	--
	新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画２０２３改訂版（閣議決定）	--
	（活動内容５について）	--
	令和４年５月20日　公共工事の入札及び契約の適正化を図るための措置に関する指針（閣議決定）	--
	平成19年１月26日　第166回国会施政方針演説	--

実施方法	直接実施 | その他

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	事業概要URL: （ＳＮＳ）https://twitter.com/jftc　等、（広報イベント）https://www.jftc.go.jp/houdou/kohokatsudo_2/dokkin/index.html　等、 （地方有識者との懇談会）https://www.jftc.go.jp/soshiki/kyotsukoukai/kenkyukai/tihoyusiki/index.html　等、（官談法） https://www.jftc.go.jp/event/kousyukai/kandanpoukensyu.html 等 ・令和５年度行政事業レビューにおいて、事業単位の見直しを行ったため、事業内容・予算額等に差異がある。

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2023	2024	2025
要求額	--	67,000	97,377
当初予算	37,284	55,090	--
補正予算	26,256	--	--
前年度から繰越し	--	25,706	--
予備費等	△180	--	--
計	63,360	80,796	0
執行額	33,666	--	--
執行率	53.1%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	42,900	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 庁費	–	26,099	24,500
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 職員旅費	–	11,750	10,724
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 競争政策推進委託費	–	6,918	49,577
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 経済実態等調査費	–	6,138	8,476
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 諸謝金	–	3,273	3,236
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 公正取引委員会 / 公正取引委員会 / 委員等旅費	–	912	864
前年度から繰越し –	–	25,706	–

主な増減理由	広報活動の強化による増のため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	独占禁止法等の事件処理、実態調査等の報道発表等を公正取引委員会のウェブサイトに公表するとともに、公正取引委員会公式SNS（X、Facebook）により報道発表等の投稿を行い、国民に情報発信を行う。（令和２年度の活動実績は371）			
アウトプット	活動目標	ウェブサイト・SNSにおける情報発信を実施し、国民各層に対し競争政策について幅広く情報提供を行う	活動指標	Xによる投稿数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	–	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	450	450	450
	活動実績／成果実績(件)	402	448	571	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、公正取引委員会のウェブサイトや公正取引委員会公式SNSにより情報発信を継続的に行うことで、SNS等を利用している国民各層が競争政策の内容に触れる機会が増加していくため。

短期アウトカム	成果目標	公正取引委員会公式SNS等で発信している情報を契機として、SNS等の利用者が、競争政策の内容に触れる	成果指標	Xの１投稿当たりの平均インプレッション数（投稿の閲覧数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	SNSのインプレッション数は、公正取引委員会の投稿を利用者が実際に表示した回数（投稿の閲覧数）を示すものであるため、競争政策に対する認知状況を示す指標の一つとなる。令和５年度については、目標値13,000に対して、12,453と達成度は95.8%であった。SNS利用者の関心が高い個別事件の投稿により平均インプレッション数が大幅に引き上げられる傾向にあるところ、令和５年度の達成度については、昨年度と比べて、SNS利用者が関心を持つような個別事件の投稿が少なかったことによるものと考えられる。 　なお、令和４年度については、260万を超える異例のインプレッション数となった個別事件1件の投稿により、平均インプレッション数が大幅に引き上げられた。当該投稿を除外すると、令和４年度の平均インプレッション数は「12,649」となる。（令和２年度の平均インプレッション数は12,676.3）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	13,000	13,000
	活動実績／成果実績(件)	11,076.9	18,619.9	12,453	--
	達成率(%)	--	--	95.8	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の中期段階として、SNS等の利用者が競争政策に係る投稿等を繰り返し閲覧することが競争政策への関心の高まりにつながるため。

中期アウトカム				
	成果目標	公正取引委員会公式SNS等で発信している情報を継続的に閲覧することにより、SNS等の利用者における競争政策への関心を高める	成果指標	Xのフォロワー数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正取引委員会公式SNSのフォロワーは、公正取引委員会の発信している情報を継続的に閲覧していると考えられ、当該フォロワー数が増加することにより、競争政策に対する関心の高まりを示す指標の一つとなる。（令和２年度の成果実績は67,560） 　令和５年度については、目標値89,000に対して、86,438と達成度は97.1%であった。昨年度と比べて、SNS利用者が関心を持つような投稿が少なかったものと考えられる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	89,000	89,000
	活動実績／成果実績(件)	73,303	82,643	86,438	--
	達成率(%)	--	--	97.1	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の最終段階として、競争政策への関心を高めたSNS等の利用者が、SNS等の投稿を閲覧するだけでなく、自ら公正取引委員会のウェブサイトの報道発表等を閲覧することで、競争政策に対する国民各層の理解が増進すると考えられるため。

長期アウトカム	成果目標	競争政策に対する国民各層の理解が増進すること	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	報道発表等に関するSNSによる投稿については、報道発表等の内容を端的にまとめるとともに、関連する公正取引委員会のウェブサイトのページ等を併せて紹介することによって、SNSの利用者が自ら公正取引委員会のウェブサイトの報道発表等のページを閲覧することを促している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	競争政策に対する国民の理解の増進を測る定量的な指標は存在しないため、定性的なアウトカムを用いざるを得ないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-2

アクティビティ	国民各層を対象とした広報イベント（独占禁止法教室、一日公正取引委員会、消費者セミナー等）を実施する。（令和２年度の活動実績は134）			
アウトプット	活動目標	各種広報イベントを実施し、国民各層に対し競争政策について幅広く情報提供を行う	活動指標	独占禁止法教室の開催件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	–	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
当初見込み／目標値(件)	--	--	191	191	191
活動実績／成果実績(件)	173	220	233	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、公正取引委員会が独占禁止法教室、一日公正取引委員会、消費者セミナー等の国民各層を対象とした広報イベントを継続的に開催することにより、国民が競争政策の内容に触れる機会が増加すると考えられるため。

短期アウトカム	成果目標	広報イベントを通じて、国民が競争政策の内容に触れる	成果指標	独占禁止法教室の参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・独占禁止法教室への参加人数の増加は、競争政策の内容の認知した者の状況を示す成果指標の一つとなる。（令和２年度の成果実績は8,604人） ・最近における一日公正取引委員会の参加者数（令和３年度はコロナ禍により不開催）、は、令和２年度は174名、令和４年度は1,116名、令和５年度は990名である。 ・消費者セミナーにおける参加者数は、令和２年度は1,574名、令和３年度は1,446名、令和４年度は2,121名、令和５年度は2,844名である。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(人)	--	--	--	16,000
活動実績／成果実績(人)	11,277	16,530	19,140	--
達成率(%)	--	--	--	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の中期段階として、広報イベントに参加した者は、当該広報イベントを通じて、競争政策に対する関心を高めると考えられるため。

中期アウトカム	成果目標	広報イベントを通じて、参加者が競争政策への関心を高める	成果指標	独占禁止法教室開催後のアンケートにおいて、競争の重要性等の理解に関する質問で「理解が深まった」等と回答した参加者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・上記成果実績は、中高生及び大学生向けの独占禁止法教室に関するアンケートにおいて、競争の重要性等に対する理解の向上に関する質問事項について、「理解が深まった」、「やや深まった」と回答した参加者の割合であり、広報イベント参加者の競争政策への関心の高まりを示す成果指標の一つとなる。（令和２年度の成果実績は90%） 令和５年度においては、成果実績93.6%、達成度117%であり、目標を達成している。 ・一日公正取引委員会（令和５年度）で実施している独禁法講演会に関するアンケートにおいて、競争の重要性等に対する理解の向上に関する質問事項について、「理解が深まった」、「やや深まった」と回答した参加者の割合が80%以上になることを目標としていたところ、当該回答をした参加者の割合は91.4%であり、目標を達成している。 ・消費者セミナーに関するアンケートにおいて、競争の重要性等に対する理解の向上に関する質問事項について、「理解が深まった」、「やや深まった」と回答した参加者の割合が80%以上になることを目標としていたところ、当該回答をした参加者の割合は、令和２年度が85%、令和３年度が88%、令和４年度が88.5%、令和５年度は88.8%であり、いずれの年度も目標を達成している。 ・過去に、総務省と実施した実証的共同研究（競争政策における広報の効果測定に係る調査・分析）において、広報施策改善に向けた示唆として得られた知見は、現在も引き続き事業に活かされており、参加者の理解度の向上に貢献していると考えられる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	91	94	93.6	--
	達成率(%)	113.8	117.5	117	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の最終段階として、広報イベントを繰り返し開催し、競争政策に対する関心を高めた参加者が増加することにより、当該参加者の中で、自ら公正取引委員会のウェブサイトの報道発表等を閲覧したり、SNSの報道発表等に関する投稿を閲覧したりする者も増加していき、それによって、競争政策に対する国民各層の理解が増進すると考えられるため。

長期アウトカム	成果目標	競争政策に対する国民の理解が増進すること	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	各種広報イベントでは競争政策の内容を説明するだけでなく、公正取引委員会のウェブサイトや公正取引委員会公式SNSも紹介することで、参加者自ら公正取引委員会のウェブサイトの報道発表等を閲覧したり、SNSの報道発表等に関する投稿を閲覧したりすることを促している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	広報イベント参加者の増加が、競争政策に対する国民の理解の増進に具体的にどの程度結びついたかについては、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-3

アクティビティ	国民各層を対象とした広聴活動（独占禁止懇話会、地方有識者との懇談会、独占禁止政策協力委員制度等）を実施する。（令和２年度の活動目標及び活動実績：活動実績58、当初見込み85）

アウトプット	活動目標	各種広聴活動を実施し、国民各層から意見、要望を把握する	活動指標	地方有識者との懇談会の開催件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	–	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
当初見込み／目標値(件)	85	87	87	87	87
活動実績／成果実績(件)	64	106	102	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、地方有識者との懇談会等による聴取対象者とのコミュニケーションを通じて、地方有識者等から意見・要望が提出され、それを的確に把握する公正取引委員会が受益者となることから、公正取引委員会が聴取対象者の意見・要望を的確に把握することを短期アウトカムの成果目標として設定した。

短期アウトカム	成果目標	広聴活動における聴取対象者とのコミュニケーションを通じて、聴取対象者の競争政策に対する理解の増進を図るとともに、聴取対象者の意見・要望を的確に把握する	成果指標	地方有識者との懇談会に出席した有識者の人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・公正取引委員会は、地方有識者との懇談会等において、出席した有識者から意見を聴取しており、聴取した意見の数が直接的な指標となるところ、当該意見数を算定することは困難であることから、出席した有識者の人数を成果指標とした。（令和２年度の成果実績は590） ・令和５年度においては、地方有識者との懇談会について、1,400人の出席を目標としていたところ、1,613人が出席し、目標を達成している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(人)	--	--	1,400	1,400
活動実績／成果実績(人)	1,025	1,574	1,613	--
達成率(%)	--	--	115.2	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の最終段階として、公正取引委員会が、地方有識者等の聴取対象者から意見・要望を的確に聴取した上で、その意見・要望を競争政策に反映することにより、競争政策に対する国民の理解が増進することになるため、これを長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	聴取対象者から聴取した意見・要望を競争政策に反映する	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・地方有識者等の聴取対象者からの意見・要望は、公正取引委員会事務総局全体で共有するとともに、公正取引委員会の競争政策に反映している。 ・聴取対象者からの意見・要望として、例えば、「労務費をきちんと転嫁できるように監視・調査をお願いしたい」、「ニュースの掲載料についてデジタルプラットフォーマーによる価格設定が不透明である」、「参入障壁の有無等、電気自動車に関連する実態調査を行ってほしい」といった様々な分野の実態調査を求める意見・要望があり、これを競争政策に反映させて積極的に実態調査を行うなど、聴取対象者から寄せられた意見・要望を競争政策に反映している（令和５年度は、独占禁止法上の優越的地位の濫用に係るコスト上昇分の価格転嫁円滑化の取組に関する特別調査（R5.12公表）、労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（R5.11公表）の策定、ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査（R5.9公表）、高速道路における電気自動車（EV）充電サービスに関する実態調査（R5.7公表）等を実施した。）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	地方有識者等の聴取対象者からの意見・要望に関する競争政策への反映状況については、定量的な成果指標を示すことができないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-4-4

アクティビティ	適正な価格転嫁の実現、フリーランス取引適正化等の政府方針に掲げられた課題のテーマごとに、公正取引委員会の取組に係る広報用動画を制作し、普及啓発する。			
アウトプット	活動目標	制作した広報用動画を公正取引委員会公式YouTubeチャンネル等に投稿し、公正取引委員会の取組について、積極的な広報活動を行う	活動指標	YouTube、X、Facebookによる投稿数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	–	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度	2025年度
当初見込み／目標値(投稿数)	20	40	40
活動実績／成果実績(投稿数)	3	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、制作した広報用動画を事業者が視聴することにより、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組に対する事業者の認知度が高まると考えられるため。

短期アウトカム	成果目標	制作した広報用動画を通じて、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組に係る事業者の認知度を高める	成果指標	制作した広報用動画１本当たりのYouTube平均再生回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	制作した広報用動画のYouTubeにおける再生回数は、当該動画が視聴された回数を示すものであり、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組への事業者の認知度を測る指標となる。令和５年度については、目標値14,000回のところ、560回であった。これは、実際に制作したインボイス制度の公正取引委員会の取組に係る広報用動画が、Xで閲覧された際に自動再生される60秒以内のショート動画であったため、重ねてYouTubeに遷移して閲覧する者が少なかったためと考えられる。 　なお、本件動画に係るXの投稿のインプレッション数は約15万である。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	14,000	14,000
	活動実績／成果実績(回)	560	--
	達成率(%)	4	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の中期段階として、制作した広報用動画を視聴した者は、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組に対する理解が深まると考えられるため。

中期アウトカム				
	成果目標	制作した広報用動画を通じて、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組に係る事業者の理解を深める	成果指標	動画を視聴した者に対するアンケートにおいて、公正取引委員会の取組に対する理解に関する質問で「理解が深まった」等と回答した者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	動画を視聴した事業者に実施するアンケートにおいて、公正取引委員会の取組への理解が深まった旨を回答した者の割合は、適正な価格転嫁の実現等に関する公正取引委員会の取組への事業者の理解度を測る指標となる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	-	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	80
	活動実績／成果実績(%)	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	効果発現の最終段階として、広報用動画を視聴することにより、公正取引委員会の取組の理解を深めた事業者が、当該理解に基づき、取引先との価格交渉等を行うことで、適正な価格転嫁等が行われる取引環境が整備され、違反行為が未然に防止されると考えられるため。

長期アウトカム				
	成果目標	公正取引委員会の取組を理解した事業者が価格交渉等を行うことで、適正な価格転嫁等が行われる取引環境が整備され、違反行為が未然に防止される	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	広報用動画を視聴することにより、公正取引委員会の取組を理解した事業者が価格交渉等を行うことで、適正な価格転嫁等が行われる取引環境が整備され、違反行為が未然に防止される。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	適正な価格転嫁等が行われる取引環境が整備され違反行為が未然に防止されたことを定量的に把握することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 5-5-5-5-5

アクティビティ	入札談合等関与行為防止法に係る発注機関に対し、入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修を実施する。（令和２年度の活動実績及び当初見込み：活動実績158、当初見込み200）

アウトプット	活動目標	入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修の実施	活動指標	研修の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	–	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
当初見込み／目標値(回)	200	200	200	250	250
活動実績／成果実績(回)	217	261	307	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	入札談合等関与行為防止法に係る発注機関に対し、入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修を実施することで、どの程度の人数が入札談合等関与行為防止法・独占禁止法について理解する機会を得たかを図る指標として、研修の参加人数が20,000人以上を達成することを短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	発注機関の職員が研修に参加する	成果指標	研修の参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和４年度から令和５年度の間、いずれも成果目標を上回る実績であった（令和２年度及び３年度については、数値目標は設定していない。令和２年度の成果実績は15,993人）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	出典：研修後アンケート
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(人)	--	20,000	20,000	25,000
活動実績／成果実績(人)	26,623	29,693	41,530	--
達成率(%)	--	148.5	207.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修に発注機関の職員が参加することによって、発注機関の職員が入札談合等防止のための意識を高め、その取組を向上するために十分な理解を得る指標として、研修後のアンケートで、理解度90%以上を達成することを中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	理解度90%以上	成果指標	研修後のアンケートにおいて入札談合等関与行為防止法等への理解度が「深まった」又は「多少深まった」と回答した参加者の割合 （令和５年度の達成状況は、106.1%（成果実績95.5%））
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和４年度から令和５年度の間、いずれも成果目標を上回る実績であった（令和２年度及び３年度については、数値目標は設定していない。令和２年度の成果実績は95.5%）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	出典：研修後アンケート
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	–	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(%)	--	90	90	90
活動実績／成果実績(%)	95.5	95.9	95.5	--
達成率(%)	--	106.6	106.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修の実施を通じて、発注機関における入札談合等の防止のための取組を支援・促進し、入札談合等の防止に係る意識・取組内容が向上する。こうして発注機関における競争政策の定着を図り、入札談合等が未然に防止されることで、競争的な市場環境が創出されるため。

長期アウトカム	成果目標	発注機関における入札談合・官製談合の未然防止	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	上記のとおり、発注機関に対し、入札談合等関与行為防止法・独占禁止法の研修を実施することによって、発注機関における入札談合等の防止のための取組を支援・促進することにつながる。その結果、入札談合等について、一定以上の未然防止が図られていると考えられる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	発注機関における入札談合等の未然防止の状況を正確に把握する指標の設定は困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2024年度
当初見込み／目標値	--
活動実績／成果実績	--
達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	–
	URL	–
	該当箇所	–

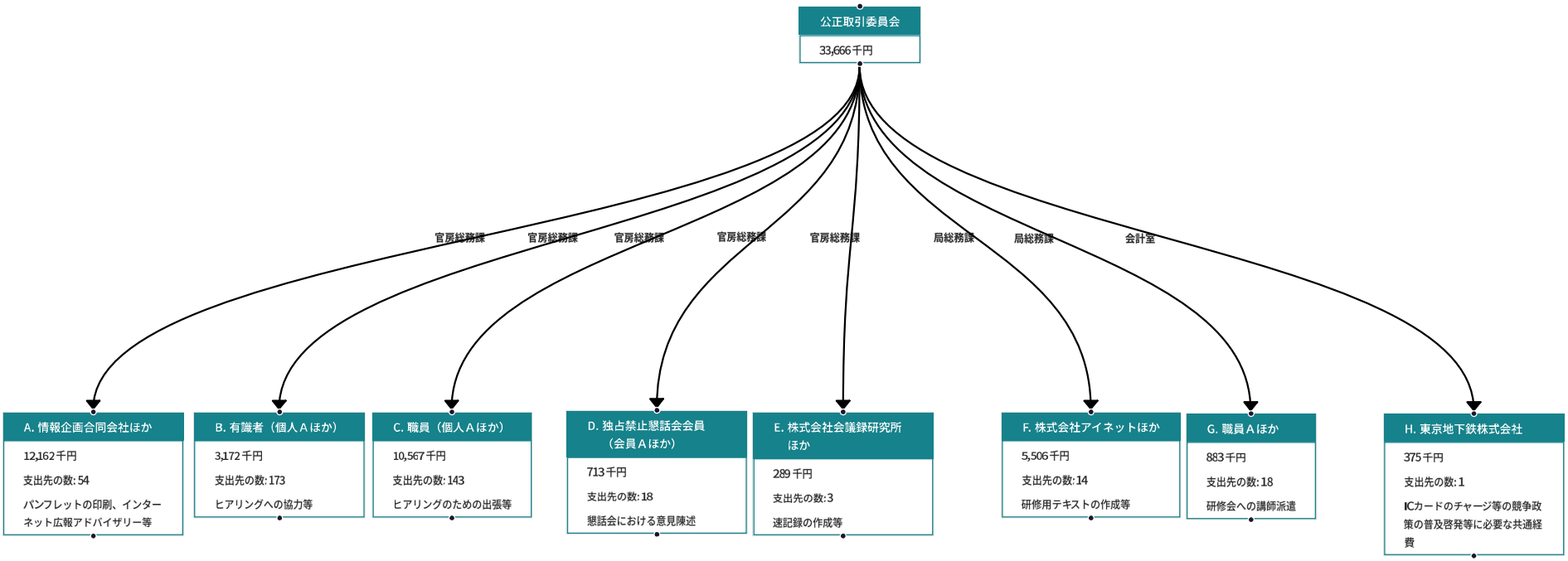
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	【活動内容①】Ｘについては、フォロワー数、平均インプレッション数といった数値を参照しているところ、フォロワー数の増加率が昨年度に比べて鈍化しているとともに、平均インプレッション数がほぼ横ばいであり、公正取引委員会の取組に関心を持つ国民の増加率が鈍化していると考えられる。 【活動内容②】各地域で行う一日公正取引委員会のイベントのうち講演会など、積極的に参加を呼び掛けても参加者が集まらないものがあり、必ずしも地域のニーズを的確に捉えて開催できていない。 【活動内容③】アウトプット及びアウトカムの状況を踏まえれば、国民各層からの意見・要望を的確に把握し、聴取対象者から聴取した意見・要望を競争政策に反映することによって、独占禁止法や下請法の違反行為の未然防止を図ることに寄与したものと考えられる一方で、必ずしも十分に活用されていないと考えられる意見・要望も存在する。 【活動内容④】公正取引委員会では政府方針に掲げられた課題に係る様々な取組を行っているところ、動画の制作に時間がかかり、インボイス制度に係る動画しか制作できておらず、政府方針に掲げられた課題に係る他の動画が制作できていないため、事業者に対してこれらの取組に関する情報が十分に届いていない。 【活動内容⑤】中期アウトカムの定量的な評価指標として、研修後のアンケート結果を使用しているところ、年間２万件以上のアンケートの回収・集計作業を行っている。 そのアンケートは受講者に紙又はWordファイルに入力してもらうことになっているところ、回収したアンケートは１件ずつExcelファイルに入力して集計作業を行っており、多くの時間を要している。そのため、アンケート結果の把握及び理解度向上のための改善点等のフィードバックに時間を要している。 加えて、研修が集中する時期（例えば10月、11月）にアンケートの集計作業も集中することから年間業務の平準化が出来ない。
	目標年度における効果測定に関する評価	令和５年度の達成状況については、各アクティビティの成果指標の項目に記載。
	改善の方向性	【活動内容①】Ｘのユーザーが公正取引委員会の取組に関心を持つような投稿を継続して行っていくため、Ｘのユーザーに対して、公正取引委員会からどのような情報発信を求めるかなどを確認するアンケートを実施するなどして、Ｘのユーザーのニーズを確認する。 【活動内容②】各地域で行う広報イベントについては、参加者の関心に対応した広報活動のあり方について検討する。 【活動内容③】国民各層の意見・要望を的確に把握しつつ、聴取対象者から聴取した意見・要望がより一層活用されるよう、関係する課室に対して効果的に情報共有を行うための方策を検討する。 【活動内容④】政府方針に掲げられた課題に係る公正取引委員会の取組に関する情報を迅速かつ幅広く周知できるよう、動画の制作期間を短縮化し、動画の制作本数を増加させる。現在、動画制作業者に依頼する際には、絵コンテ等から業者に作成してもらっているところ、絵コンテ等は公正取引委員会側で作成するなどして、動画の制作期間を短縮化する。 【活動内容⑤】アンケートの集計作業の改善として、オンラインフォームでのアンケート入力を依頼することで、アンケートの集計作業の負担が軽減されるものと考えられる。 そのため、令和６年度から試行的にオンラインフォームでのアンケートを実施しているが、今後も、対面及びWeb配信の開催方法に関わらず、オンラインフォームでのアンケートの導入を積極的に進める。

<table>
<tr><td rowspan="3">外部有識者による点検</td><td>点検対象</td><td>書面点検</td><td>最終実施年度</td><td>2024</td></tr>
<tr><td>対象の理由</td><td colspan="3">5年間外部有識者点検を実施していない事業</td></tr>
<tr><td>所見</td><td colspan="3">【活動内容①、②、④】広報の中には、公正取引委員会の活動内容や独占禁止法等の一般的な内容だけでなく、特定の業界に向けた取組の内容等、多様な要素があるので、それらを上手く連動させた広報活動を行ってほしい。（池谷委員）
【活動内容⑤】説明会等におけるアンケートは、是非オンラインフォームの導入を積極的に進めてほしい。（池谷委員）
【活動内容①】 Ｘのフォロワー数、平均インプレッション数といった量に加えて、いかに良好な反応を得られるかといった「質」も追求していってほしい。（多田委員）
【活動内容①、②、④】多岐にわたる公正取引委員会の業務について、多様な手段を活用し、幅広い層に周知する努力がうかがえる。（中村委員）
【活動内容②】過去に総務省と実施した実証的共同研究（競争政策における広報の効果測定に係る調査・分析）において得られた知見が活かされているのは良いことである。（南島委員）</td></tr>
<tr><td colspan="2">公開プロセス結果概要</td><td colspan="3">－</td></tr>
<tr><td>行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見</td><td>所見</td><td>現状通り</td><td>詳細</td><td>【活動内容①】ニーズを把握して取り組むのは良いことなので、丁寧に把握を行ってほしい。
【活動内容⑤】官製談合防止法の研修について、Web配信を原則とすることを考えても良いのではないか。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況</td><td>改善点・反映状況</td><td colspan="3">現状通り</td></tr>
<tr><td rowspan="2">反映額</td><td>会計</td><td>勘定</td><td>反映額 (千円)</td></tr>
<tr><td>－</td><td>－</td><td>--</td></tr>
<tr><td>詳細</td><td colspan="3">・所見を踏まえ、活動内容②の中期アウトカムの「定性的なアウトカムに関する成果実績」及び「改善の方向性」を修正した。
・行政事業レビュー推進チームの所見のとおり、引き続き本事業を継続する。
・近年、Web配信による受講が増加傾向にあるが、これは発注機関側がWeb配信（一部Web配信を含む）を希望するケースが増えているためである。一方、発注機関の中には、引き続き対面（一部対面を含む）による研修を希望するところも存在する。発注機関側のニーズもくみ取りながら研修を実施する必要があり、現段階でWeb配信を原則とすることまでは適当ではないが、対面及びWeb配信にはそれぞれのメリット・デメリットがあることを踏まえ、引き続き研修の実施方法等について検討してまいりたい。</td></tr>
<tr><td>公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ</td><td colspan="4">--</td></tr>
<tr><td>その他の指摘事項</td><td colspan="4">--</td></tr>
</table>

支出先

資金の流れ


公正取引委員会
33,666千円
官房総務課
官房総務課
官房総務課
官房総務課
官房総務課
局総務課
局総務課
会計室
A. 情報企画合同会社ほか
12,162千円
支出先の数: 54
パンフレットの印刷、インターネット広報アドバイザリー等
B. 有識者（個人Aほか）
3,172千円
支出先の数: 173
ヒアリングへの協力等
C. 職員（個人Aほか）
10,567千円
支出先の数: 143
ヒアリングのための出張等
D. 独占禁止懇話会会員（会員Aほか）
713千円
支出先の数: 18
懇話会における意見陳述
E. 株式会社会議録研究所ほか
289千円
支出先の数: 3
速記録の作成等
F. 株式会社アイネットほか
5,506千円
支出先の数: 14
研修用テキストの作成等
G. 職員Aほか
883千円
支出先の数: 18
研修会への講師派遣
H. 東京地下鉄株式会社
375千円
支出先の数: 1
ICカードのチャージ等の競争政策の普及啓発等に必要な共通経費

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　情報企画合同会社ほか	12,162	54	パンフレットの印刷、インターネット広報アドバイザリー等

支出先名	支出額	法人番号
情報企画合同会社	1,794	6011503003350

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
パンフレットの編集及び印刷 随意契約（少額）	948	0	0	–
「公正取引委員会の最近の活動状況」の印刷 随意契約（少額）	439	0	0	–
「公正取引委員会の最近の活動状況」の印刷 随意契約（少額）	407	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
株式会社朝日新聞社	1,478	6120001059605

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
クリッピング著作権使用許諾料 随意契約（その他）	1,478	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本経済新聞社	904	3010001033086

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
クリッピング著作権使用許諾料 随意契約（その他）	904	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
カゾフジャパン株式会社	871	5011401014459

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度インターネット広報アドバイザリー業務 一般競争契約（最低価格）	871	2	60.7	–

支出先名	支出額	法人番号

株式会社読売新聞東京本社	634	8010001079224		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
クリッピング著作権使用許諾料 随意契約（その他）	634	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社プルークス	550	9011001103699		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
広報用動画の制作 随意契約（少額）	550	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社日刊工業新聞社	508	4010001025355		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
クリッピング著作権使用許諾料 随意契約（その他）	508	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社ユーレックス・ジャパン	418	4021001033306		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事務用品の購入 随意契約（少額）	418	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社ＲＩＡ・ＪＡＰＡＮ	414	3160001006052		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公正取引委員会のキャラクターのぬいぐるみ作製 随意契約（少額）	414	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社産業経済新聞社	406	4010001017427		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
クリッピング著作権使用許諾料 随意契約（その他）	384	0	0	–
新聞記事等の利用料金 随意契約（その他）	22	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
その他	4,184	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 –	4,184	0	0	–

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　有識者（個人Aほか）	3,172	173	ヒアリングへの協力等

支出先名	支出額	法人番号
個人A	622	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
独占禁止法教室の講師に係る顧問への謝金等 その他(謝金)	622	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
個人B	38	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	38	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
個人C	36	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	36	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｄ	36	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	36	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｅ	34	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	34	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｆ	29	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	29	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｇ	28	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	28	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｈ	28	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
有識者ヒアリング その他(謝金)	28	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号

個人Ｉ	27	–			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
有識者ヒアリング その他(謝金)	27	0	0	–	
支出先名	支出額	法人番号			
個人Ｊ	27	–			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
有識者ヒアリング その他(謝金)	27	0	0	–	
支出先名	支出額	法人番号			
その他	2,267	–			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
その他 –	2,267	0	0	–	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
Ｃ　職員（個人Ａほか）	10,567	143	ヒアリングのための出張等		
支出先名	支出額	法人番号			
個人Ａ	533	–			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
国内出張 その他(旅費)	533	0	0	–	
支出先名	支出額	法人番号			
個人Ｂ	495	–			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	

国内出張 その他(旅費)	495	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人C	364	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	364	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人D	321	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	321	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人E	310	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	310	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人F	283	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	283	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人G	269	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	269	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｈ	251	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	251	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｉ	245	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	245	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｊ	229	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
国内出張 その他(旅費)	229	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
その他	7,268	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 －	7,268	0	0	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
Ｄ　独占禁止懇話会会員（会員Ａほか）	713	18	懇話会における意見陳述

支出先名	支出額	法人番号
会員Ａ	63	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

会合への出席 その他(謝金)	63	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｂ	55	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	55	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｃ	48	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｄ	48	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｅ	48	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｆ	48	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｇ	48	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｈ	48	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｉ	48	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
会員Ｊ	48	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会合への出席 その他(謝金)	48	0	0	－

支出先名	支出額	法人番号
その他	211	－

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 －	211	0	0	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

E	株式会社会議録研究所ほか	289	3	速記録の作成等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社会議録研究所	144	6011101004370

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
速記録の作成 –	144	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
株式会社三省堂書店	115	7010001016830

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
定期刊行物の購入 随意契約（その他）	115	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人国際商事法研究所	30	7010005018765

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
定期刊行物の購入 随意契約（その他）	30	0	0	–

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F 株式会社アイネットほか	5,506	14	研修用テキストの作成等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アイネット	3,813	5010001067883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修用テキストの印刷 一般競争契約（最低価格）	3,813	7	79.6	–

支出先名	支出額	法人番号

株式会社メディア総合研究所	584	4011001041557		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
英訳 随意契約（少額）	584	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
第一法規株式会社	330	7010401017486		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
現行法規総覧電子版 随意契約（その他）	330	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社ウィザップ	256	6110001002086		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
コンプライアンスガイドの印刷 随意契約（少額）	256	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
ＳＭＢＣファイナンスサービス株式会社	165	2180001070519		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
モバイルSIMサービス 随意契約（少額）	165	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
ホテルグランドアーク半蔵門	102	–		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会場借料 随意契約（少額）	102	0	0	–
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社翻訳センター	101	1120001089458		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
機械翻訳サービス 一般競争契約（最低価格）	101	1	90	–

支出先名	支出額	法人番号
株式会社毎日新聞社	33	2010001029969

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修用テキストへの新聞記事転載許諾 随意契約（その他）	33	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
ユニアデックス株式会社	30	8010601024653

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ウェブ会議用ソフトウェアライセンス 随意契約（少額）	30	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
株式会社朝日新聞社	25	6120001059605

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修用テキストへの新聞記事転載許諾 随意契約（その他）	25	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
その他	67	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 –	67	0	0	–

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　職員Ａほか	883	18	研修会への講師派遣

支出先名	支出額	法人番号

職員Ａ		173	–		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	173	0	0	–
支出先名		支出額	法人番号		
職員Ｂ		146	–		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	146	0	0	–
支出先名		支出額	法人番号		
職員Ｃ		127	–		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	127	0	0	–
支出先名		支出額	法人番号		
職員Ｄ		103	–		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	103	0	0	–
支出先名		支出額	法人番号		
職員Ｅ		76	–		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	76	0	0	–
支出先名		支出額	法人番号		
職員Ｆ		72	–		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	72	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｇ	52	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	52	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｈ	51	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	51	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｉ	25	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	25	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｊ	13	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
研修会への講師派遣に係る旅費 その他(旅費)	13	0	0	–

支出先名	支出額	法人番号
その他	45	–

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

		その他 –	45	0	0	–

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H	東京地下鉄株式会社	375	1	ICカードのチャージ等の競争政策の普及啓発等に必要な共通経費

支出先名	支出額	法人番号
東京地下鉄株式会社	375	4010501022810

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ICカードのチャージ 随意契約（その他）	375	0	0	–

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	情報企画合同会社	パンフレットの編集及び印刷	庁費	パンフレットの編集及び印刷	948
B	個人Ａ	独占禁止法教室の講師に係る顧問への謝金等	諸謝金	独占禁止法教室の講師に係る顧問への謝金等	622
C	個人Ａ	国内出張	職員旅費	国内出張	533
D	会員Ａ	会合への出席	諸謝金	会合への出席	63
E	株式会社会議録研究所	速記録の作成	庁費	速記録の作成	144
F	株式会社アイネット	研修用テキストの印刷	庁費	研修用テキストの印刷	3,813
G	職員Ａ	研修会への講師派遣に係る旅費	職員旅費	研修会への講師派遣に係る旅費	173
H	東京地下鉄株式会社	ICカードのチャージ	庁費	ICカードのチャージ	375

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	–

その他備考

--

別添

・令和５年度　公正取引委員会年次報告
URL：https://www.jftc.go.jp/soshiki/nenpou/r5.html
（第４章第６　入札談合の防止への取組、第13章　広報・広聴等に関する業務）

・令和４年度　公正取引委員会年次報告
URL：https://www.jftc.go.jp/soshiki/nenpou/r4.html
（第４章第８　入札談合の防止への取組、第12章　広報・広聴等に関する業務）

・令和３年度　公正取引委員会年次報告
URL：https://www.jftc.go.jp/soshiki/nenpou/r3.html
（第４章第６　入札談合の防止への取組、第12章　広報・広聴等に関する業務）

・令和２年度　公正取引委員会年次報告
URL：https://www.jftc.go.jp/soshiki/nenpou/r2.html
（第５章第６　入札談合の防止への取組、第12章　広報・広聴等に関する業務）