

評 価 書

1. 評価対象施策

競争政策の普及啓発等
デジタル市場における競争環境の整備

2. 担当課室

官房参事官（デジタル担当）、デジタル市場企画調査室

3. 評価の実施時期

令和 8 年 4 月～ 8 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 4 年度から令和 7 年度までの各年度における主な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」欄参照）。

また、令和 7 年度行政事業レビューにおいては、担当課室において評価対象施策等のボトルネックの特定とその解消策の検討を行ったところ、令和 8 年度行政事業レビューにおいては、以下のとおり、当該ボトルネックの改善状況を把握・分析し、更なる施策等のボトルネックの特定とその解消策の検討を行っており（別紙の「事業所管部局による点検・改善」欄参照）、これらの結果を踏まえ評価を実施した。

点 検 結 果	○令和 7 年度に実施した行政事業レビューでの点検結果に対する対応（令和 7 年度に検討したボトルネックの改善状況の把握・分析） 【デジタル市場企画調査室】 実態調査報告書の存在・内容・提言について、令和 7 年 10 月に開催されたカナダ競争年次サミット・G 7 競争サミットや令和 8 年 2 月に開催された第 2 回デジタル競争グローバルフォーラムにおいては、各国の競争当局や海外事業者が参集する場で報告書の内容を共有し、国際的な視点から活発な意見交換を実施した。このように、海外当局等への積極的な情報発信を通じて海外に拠点
------------------	--

	を持つ事業者や国際機関へ直接アプローチした結果、報告書の考え方が広く浸透し、ウェブサイトへのアクセス数維持など、国内外の調査対象市場関係事業者における認知の更なる促進につながった。 【官房参事官（デジタル担当）】 令和7年12月に全面施行されたスマホソフトウェア競争促進法について、関係事業者に対する周知広報活動として、従来から行ってきた説明会の実施等に加えて、より多くの消費者にアウトリーチできるようにメディア広報も活用して、効果的かつ大規模な周知広報活動を行い、同法の理解・認知度の向上を図ったところ、このうちインターネット広告の表示回数について、当初目標は約600万回であったが、結果は約878万回と目標を大幅に上回り（達成率146%）、関係事業者、スマホユーザーなどを含む国民の同法に対する理解・認知度の向上に、相当程度の効果が認められた。以上から、メディア広報により、同法に関する申告や情報提供等を行いやすくなる環境の整備につながったことで、公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正に一定程度寄与したと考えられる。
	○令和8年度に実施した行政事業レビューでの点検結果（更なる施策等のボトルネックの特定） 【デジタル市場企画調査室】 ・アウトプット206（※1） 令和8年度においても、実態調査を通じて把握した課題に基づき、引き続き、事業者間の取引改善に資する具体的な提言等を行うことで、公正な競争環境の確保に資する取組を推進していく。 ・アウトプット207（※2） 現在の周知活動は、主要な業界団体や専門的な知見を持つ特定層への働きかけが中心となっており、認知の範囲が限定的なものに留まっている可能性がある。その結果、本来周知すべき潜在的な新規参入事業者に対して、必要な情報が十分に到達していない懸念がある。
改善の方向性	【デジタル市場企画調査室】 ・アウトプット206 引き続き事業者間の取引の自主的な改善を促す提言を行う。また、生成AI関連市場については市場の変化が極めて早く、スピード感を持った調査を求める声もあることから、デジタルアナリストの知見を活用し、生成AI等の技術を組み込んだ情報収集・分析支援システムの構築・活用の検討を進める。具体的には、調査の準備・着手段階において、調査対象市場関係事業者の特定や市場シェアの推移、海外当局の動向といった膨大な一次情報を収集・整理すると

	いった業務、また、新規の調査対象のみならず過去の実態調査で取り上げた複数分野の市場動向に関する継続的に把握するといった業務について、生成ＡＩにより効率化することを目標にシステムの構築の検討を進める。 ・アウトプット 207 より広範な事業者層へ波及させるための具体的な手法を講じる。具体的には、デジタル分野に特化した専門メディアへ実態調査について報道してもらえるように働きかけるほか、生成ＡＩ検索等の普及に伴う変化に対応し、検索エンジンやＡＩツールに最適化されたウェブサイトへの掲載を行うことで、潜在的な参入事業者への認知の拡大に努める。 【官房参事官（デジタル担当）】 スマホソフトウェア競争促進法は全面施行されて間もなく、関係事業者や消費者への広報がまだ不十分であると考えているため、同法の理解・認知度の向上に一定の効果が認められたインターネット広告だけでなく、専門の外部事業者の意見も踏まえた上で、都市圏における大規模な交通広告や多様なテーマを題材としたＰＲ動画や分かりやすさを重視した解説動画の充実化など複数の広報手法を組み合わせることも積極的に検討し、引き続き大規模な周知活動を行い、同法の理解・認知度の向上を図りたい。
--	--

（※１）実態調査報告書を公表し、事業者間の取引慣行の自主的な改善に向けた提言や新たなルール整備に向けた提言を行う。

（※２）実態調査報告書の内容を調査対象市場関係事業者等に周知する。

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「外部有識者による点検」欄）。

【デジタル市場企画調査室】 デジタル分野については、現状こういった状況にあるのかを把握する必要があり、他の分野以上に実態調査が重要であると感じた。（多田委員）
【官房参事官（デジタル担当）】 - スマホソフトウェア競争促進法については、施行、普及を始めとするステップがあると思うが、継続的な経過が見られるようなデータを集め、継続的に定点チェックができるよう可能なところから始めるのがよいと思う。（池谷委員） - スマホソフトウェア競争促進法については、利益を得るのが一般消費者であることが特徴であり、改善の方向性に記載されているような広報を更に徹底するという進め方でよいと思う。（多田委員）

- ・ 本施策のアウトカムについて、定量的な指標で測るのは難しいかもしれないが、例えば、数年後に委託調査などを行うことで、成果がどう生じているかを見ることができるよう思う。その点についてどのように考えているか。（田辺委員）
（御指摘の調査については、今後、実施したいと考えているところである旨回答。）
- ・ スマホソフトウェア競争促進法について、関係事業者から公正取引委員会に対して違反行為に係る通報を受けるのは一つの狙いだが、長期的にはそうした通報は減っていくことが望ましい。これをどういった形で整理すればよいのが課題である。そこで、局面に応じてロジックモデルを柔軟に作り替えていくということを検討いたしたい。一般的に、法律が制定されて普及するまでには一定の時間がかかり、それまでは普及啓発に努めることとなる。他方、一定程度普及した後の段階では、法の精神が社会的に浸透し、通報等がなくなるような形が望ましい。このように局面ごとの視点は異なることから、ロジックモデルについては柔軟に変化させるものと捉えてはどうか。この際、ロジックモデルの裏側で、ロードマップのようなものを作成し、この段階まではこれを行い、次の段階ではこれをやるというように、ステップごとに分けて考えると取り組みやすいのではないか。（南島委員）

【デジタル市場企画調査室・官房参事官（デジタル担当）共通】

- ・ 行政事業レビューシートのロジックモデルが掲載されている頁については、右のアウトカムに行くほど、枠内に文章が収まらず全てを読めないため、内容が不明であるので、内容が分かるように書き方を工夫してほしい。（田辺委員）
- ・ 2025 年度の執行率が 60%程度なのは、どのような理由によるものか。（南島委員）
（デジタルアナリストの採用について、2025 年度においてはもともと 10 名を採用する予定であったこと、採用のタイミングが後ろ倒しになったりしたほか、途中で退職した場合もあり、デジタルアナリストに向けて支払う給与が余ってしまったということが要因の一つである旨回答。）
- ・ 公正取引委員会の行っている取組として成果が出ているものもたくさんあると思うので、行政事業レビューシートには、そういったPRについては、目立つよう記載した方がよい。（南島委員）

7. 政策評価の結果

本施策においては、スマホソフトウェア競争促進法について、メディア広告や国際会議の場を活用した関係事業者等への周知・広報活動や海外当局等との連携強化により、また、デジタル分野における実態調査とその周知・広報活動により、規制対象事業者等による問題となる行為の早期是正並びに関係事業者、消費者等による申告や情報提供等を行いやすい環境への整備に向けた有効な取組であったと評価できる。

今後は、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ことができる」と評価する。

デジタル市場における競争環境の整備

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 事務総局経済取引局 総務課デジタル市場企画調査室					
	作成責任者	池澤大輔 鈴木健太					
	その他担当組織	公正取引委員会 事務総局官房					
基本情報	予算事業ID	006439	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2026		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			3－5 デジタル市場における競争環境の整備		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	【デジタル市場企画調査室】 デジタル分野における公正かつ自由な競争環境を確保し、事業者の創意工夫が発揮される環境を構築するとともに、消費者の利益を最大化することを目的とする。 【官房参事官（デジタル担当）】 公正取引委員会がスマホソフトウェア競争促進法を実効的に運用するための取組を行うことで、スマートフォンの利用に特に必要な特定ソフトウェア分野に係る市場における規制対象事業者による問題となり得る行為を早期に是正し、新規参入等を通じた競争の促進を図るなどの公正かつ自由な競争環境の整備を行い、もって、一般消費者にとって、将来にわたって多様なサービスの選択肢を確保し、良質なサービスを享受することができる環境を整備することを目的とする。				
	現状・課題	【デジタル市場企画調査室、官房参事官（デジタル担当）】 近年、デジタル分野においては、デジタルプラットフォーム事業者が、業種・業態の垣根を超え、多岐にわたるサービスを提供している。デジタルプラットフォームは、プラットフォームを介して両面に市場を有する、ネットワーク効果が働く、限界費用が低い、規模の経済性が働く等の特徴があることから、特定のデジタルプラットフォームへの集中が生じやすく、独占・寡占に至る場合もある。また、データの集積・利活用が更なるサービスの拡充をもたらすことから、デジタルプラットフォームの参加者には高いスイッチングコストが生じ、ロックイン効果が働くことがある。こうしたデジタルプラットフォームの特徴から、優越的地位の濫用、他のデジタルプラットフォーム事業者の排除、競合する利用事業者の排除等、競争政策上の弊害やその懸念が生じている。このような競争政策上の弊害やその懸念に対応するためには、デジタルプラットフォームを取り巻く競争環境の実態を把握し、独占禁止法上の考え方を整理することや、スマホソフトウェア競争促進法を迅速かつ効果的に運用していくことなどにより違反行為の未然防止を図るとともに、デジタル分野における競争環境を整備していく必要がある。				
	事業の概要	【デジタル市場企画調査室】 デジタル分野において、事業者の地位やシェア等の市場構造、競争圧力の有無等を調査し、競争環境について評価を行うとともに、違反行為の未然防止や実態調査において調査対象とする市場に関与する事業者（以下、本シートにおいて「調査対象市場関係事業者」という。）における競争制限的な取引慣行の自主的な改善に向けた取組の促進を図るほか、必要に応じて新たなルール整備に向けた提言を行う。また、報告書の内容について普及啓発活動を行う。 【官房参事官（デジタル担当）】 スマホソフトウェア競争促進法について、規制対象事業者との対話を通じた問題行為の是正や改善を図るとともに、法律を実効的に運用する観点から国際連携強化の取組や、国民や同法の影響を受ける関係事業者への効果的な周知・啓発を図る。				
	事業概要URL	https://www.jftc.go.jp/dk/digital/index.html				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律	令和六年法律第五十八号	第一条ないし第三十条、第四十六条	--	--	
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024年改訂版」（令和6年6月21日閣議決定）	https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/ap2024.pdf				
	「経済財政運営と改革の基本方針2024」（令和6年6月21日閣議決定）	https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf				
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: https://www.jftc.go.jp/dk/digital/index.html https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/apr/240426_digitaloffice.html https://www.jftc.go.jp/msca/index.html ・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

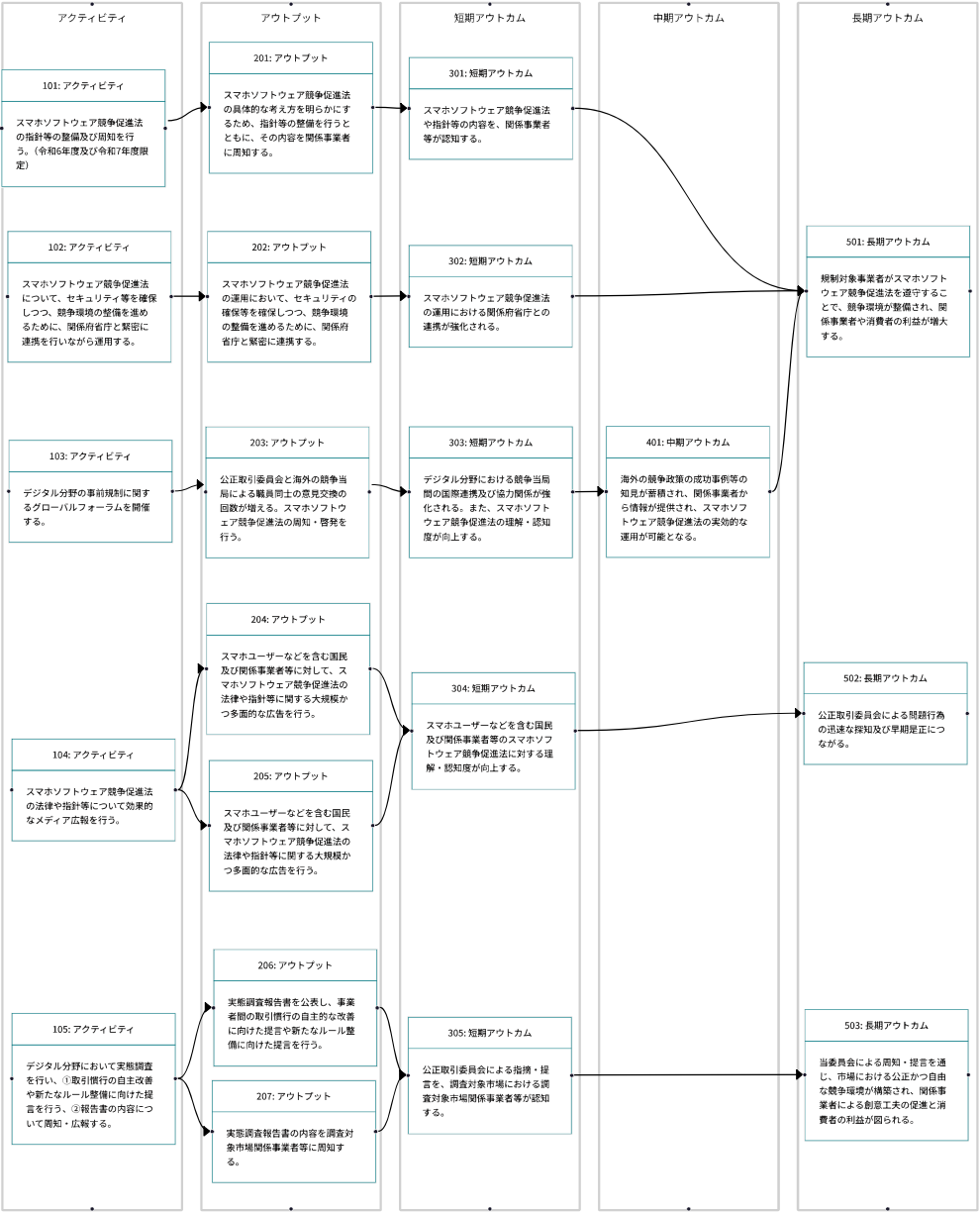
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		--	81,000	126,858	191,717	248,793
	当初予算		69,654	60,565	102,298	124,813	--
	補正予算		--	61	62,055	--	--
	前年度から繰越し		--	--	15,988	70,000	--
	予備費等		△471	287	△7,451	--	--
	計		69,183	60,913	172,890	194,813	--
	執行額		57,009	39,654	100,420	--	--
	執行率		82.4%	65.1%	58.1%	--	--

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	--	142,000		--	
		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 / 経済実態等調査費	--			82,698	164,658
		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 / 非常勤職員手当	--			34,684	35,139
		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 / 審査活動旅費	--			3,299	3,299
		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	--			2,304	2,304
		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	--			1,243	1,243
		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	--			585	585
		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 / 参考人等旅費	--			0	65
		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 / 経済協力開発機構 拠出金	--	新規項目等による要求		0	41,500
		前年度から繰越し --	--			70,000	--

主な増減理由	--	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 101-201-301-501

アクティビティ	スマホソフトウェア競争促進法の指針等の整備及び周知を行う。(令和6年度及び令和7年度限定)			
アウトプット	活動目標	スマホソフトウェア競争促進法の具体的な考え方を明らかにするため、指針等の整備を行うとともに、その内容を関係事業者 に周知する。	活動指標	スマホソフトウェア競争促進法や指針等に係る説明会実施件数
	定性的なアウトカムに 関する成果実績	--	実績／目標／見込みの 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		2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	10	20	0
	活動実績／成果実績(回)	19	66	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	スマホソフトウェア競争促進法が効果的に機能するためには、規制対象事業者が、同法の禁止行為や遵守義務を踏まえて適切に対処するとともに、当該事業者と競争関係にある事業者や当該事業者と取引を行う事業者といった関係事業者が、公正取引委員会に対して円滑に情報提供を行うことが重要である。そのためには、これらの規制対象事業者を含む関係事業者が、同法の禁止行為や遵守義務の具体的な考え方を適切に把握する必要があることから、関係事業者における認知状況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	スマホソフトウェア競争促進法や指針等の内容を、関係事業者 等が認知する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに 関する成果実績	例えばアプリ事業者等の関係事業者との面談の際にスマホソフトウェア競争促進法について「聞いたことがない」という反応を受ける場面は基本的になく、同法の禁止行為や遵守義務の内容を含めた同法に関する認知は一定程度進んでいるものと認識している。	実績／目標／見込みの 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	関係事業者には、規制対象事業者や当該事業者と競争関係にある事業者や当該事業者と取引を行う事業者が含まれていることから、事業者の総数を特定することが困難である。また、本事業の目的は、表面的な認知に留まらず、法律や指針の内容の深い理解が必要であることから、数値目標による定量的な評価にはなじまない。	アウトカムを複数段階 で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	スマホソフトウェア競争促進法の規制内容を認知した関係事業者等が、それを踏まえて対応を行うことにより、スマートフォンの特定ソフトウェアに係る市場の競争制限的な状況が改善され、「事業の目的」に記載した同市場における公正かつ自由な競争環境が整備されることから、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	規制対象事業者がスマホソフトウェア競争促進法を遵守することで、競争環境が整備され、関係事業者や消費者の利益が増大する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	スマホソフトウェア競争促進法により、関係事業者による規約変更や新たなサービスの提供、市場への新規参入など、特定ソフトウェア市場の公正かつ自由な競争環境の整備につながる動きがみられる。	実績／目標／見込み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	スマホソフトウェア競争促進法の規制内容が、規制対象事業者の対応や、関係事業者や消費者の利益の増大にどのように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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-501

アクティビティ	スマホソフトウェア競争促進法について、セキュリティ等を確保しつつ、競争環境の整備を進めるために、関係府省庁と緊密に連携を行いながら運用する。			
アウトプット	活動目標	スマホソフトウェア競争促進法の運用において、セキュリティの確保等を確保しつつ、競争環境の整備を進めるために、関係府省庁と緊密に連携する。	活動指標	関係省庁連絡会議実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)		2	2
	活動実績／成果実績(回)		2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	スマホソフトウェア競争促進法の運用においては、特定ソフトウェアに係る市場における公正かつ自由な競争の確保とスマートフォンの利用者における利便性や安全・安心の確保の両立を図ることが重要である。そのためには、関係府省庁と緊密に連携を進めることで、公正取引委員会はスマートフォンの利用者のセキュリティやプライバシー等に係る業務を所管する関係府省庁との緊密な関係性が構築されることが必要であることから、同法の運用に係る関係府省庁との連携の強化状況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	スマホソフトウェア競争促進法の運用における関係府省庁との連携が強化される。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	関係省庁とは、セキュリティの確保、プライバシーの保護、青少年の保護等の観点から周知資料を共同で作成するなどの連携を行った。	実績／目標／見込み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	スマホソフトウェア競争促進法の運用における関係府省庁との連携の強化の程度については、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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	関係府省庁との連携強化により得られた知見を基に、スマホソフトウェア競争促進法を実効的に運用することにより、スマートフォンの特定ソフトウェアに係る市場の競争制限的な状況が改善され、「事業の目的」に記載した同市場における公正かつ自由な競争環境が整備されることから、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	規制対象事業者がスマホソフトウェア競争促進法を遵守することで、競争環境が整備され、関係事業者や消費者の利益が増大する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	スマホソフトウェア競争促進法により、関係事業者による規約変更や新たなサービスの提供、市場への新規参入など、特定ソフトウェア市場の公正かつ自由な競争環境の整備につながる動きがみられる。	実績／目標／見込み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	スマホソフトウェア競争促進法の規制内容が、規制対象事業者の対応や、関係事業者や消費者の利益の増大にどのように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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-401-501

アクティビティ	デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムを開催する。			
アウトプット	活動目標	公正取引委員会と海外の競争当局による職員同士の意見交換の回数が増える。スマホソフトウェア競争促進法の周知・啓発を行う。	活動指標	グローバルフォーラムの参加人数（海外当局職員を含む）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【2025年度の「当初見込み／目標値(人)」の内訳】 GF対面参加者数：約100名 オンライン参加者：約400名
	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		2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	150	500	500
	活動実績／成果実績(人)	450	500	--
↓ 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、まず、グローバルフォーラムに参加した関係事業者等におけるスマホソフトウェア競争促進法の認知状況及び海外当局との国際連携の強化状況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	デジタル分野における競争当局間の国際連携及び協力関係が強化される。また、スマホソフトウェア競争促進法の理解・認知度が向上する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	デジタル分野では技術革新や競争環境の変化が急速に起きており、毎年行っているグローバルフォーラムの開催を通じて、各国競争当局の最新の規制状況や法の執行状況、生成AI等の最新の技術に対する考え方の把握ができ、併せて、デジタルプラットフォーム事業者への対応における規制当局間の国際的な連携を図ることができた。	実績／目標／見込み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	競争当局間の国際連携及び協力関係の強化や関係事業者におけるスマホソフトウェア競争促進法の理解・認知度の向上について、統一的な定量的指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	競争当局間の国際連携強化や、関係事業者等へのスマホソフトウェア競争促進法の周知及び啓発の促進により、公正取引委員会が同法を運用する上で有益な知見が集積された結果、スマホソフトウェア競争促進法がより実効的なものとなるため、これ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	海外の競争政策の成功事例等の知見が蓄積され、関係事業者から情報が提供され、スマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用が可能となる。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	デジタル分野における海外の競争政策の事例等の知見や関係事業者からの情報をスマホソフトウェア競争促進法の運用に活用している。	実績／目標／見込み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	有益な知見の集積等がスマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用に寄与する程度について、統一的な定量的指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり		国際的な連携の強化に基づくスマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用により、スマートフォンの特定ソフトウェアに係る競争が促進され、一般消費者にとって将来にわたって多様なサービスの選択を確保し、良質なサービスを享受することができる国際的な市場環境が創出されることから、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	規制対象事業者がスマホソフトウェア競争促進法を遵守することで、競争環境が整備され、関係事業者や消費者の利益が増大する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	スマホソフトウェア競争促進法により、関係事業者による規約変更や新たなサービスの提供、市場への新規参入など、特定ソフトウェア市場の公正かつ自由な競争環境の整備につながる動きがみられる。	実績／目標／見込み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	スマホソフトウェア競争促進法の規制内容が、規制対象事業者の対応や、関係事業者や消費者の利益の増大にどのように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	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-502

アクティビティ	スマホソフトウェア競争促進法の法律や指針等について効果的なメディア広報を行う。			
アウトプット	活動目標	スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等に対して、スマホソフトウェア競争促進法の法律や指針等に関する大規模かつ多面的な広告を行う。	活動指標	YouTube/TVerにおけるCMの表示回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	委託事業者からの報告
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)		5,000,000	8,000,000
	活動実績／成果実績(回)		7,526,822	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	当該広告における表示回数が増えれば、スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等の多くが、同法の規制内容や趣旨等を明確に理解し、認知度が向上することにつながるため、同法に関する理解・認知度の向上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	スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等のスマホソフトウェア競争促進法に対する理解・認知度が向上する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	例えばアプリ事業者等の関係事業者との面談の際にスマホソフトウェア競争促進法について「聞いたことがない」という反応を受ける場面は基本的になく、同法の禁止行為や遵守義務の内容を含めた同法に関する認知は一定程度進んでいるものと認識している。	実績／目標／見込み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	当該広報による関係事業者、スマホユーザーなどを含む国民のスマホソフトウェア競争促進法の理解・認知度の向上について、統一的な定量的指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	スマホソフトウェア競争促進法に対する理解・認知度が向上することで、公正取引委員会に対する申告や相談件数が増加し、当該申告数等が増加することで、公正取引委員会による効果的な情報収集につながり、ひいては、公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正につながることから、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	公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正につながる。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	関係事業者からの情報をスマホソフトウェア競争促進法の運用に活用している。	実績／目標／見込み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	公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正の程度については、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	--

アクティビティからの発現経路 104-205-304-502

アクティビティ	スマホソフトウェア競争促進法の法律や指針等について効果的なメディア広報を行う。			
アウトプット	活動目標	スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等に対して、スマホソフトウェア競争促進法の法律や指針等に関する大規模かつ多面的な広告を行う。	活動指標	Googleディスプレイ広告における広告の表示回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	委託事業者からの報告
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)		1,000,000	1,800,000
	活動実績／成果実績(回)		1,255,042	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	当該広告における表示回数が増えれば、スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等の多くが、同法の規制内容や趣旨等を明確に理解し、認知度が向上することにつながるため、同法に関する理解・認知度の向上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	スマホユーザーなどを含む国民及び関係事業者等のスマホソフトウェア競争促進法に対する理解・認知度が向上する。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	例えばアプリ事業者等の関係事業者との面談の際にスマホソフトウェア競争促進法について「聞いたことがない」という反応を受ける場面は基本的になく、同法の禁止行為や遵守義務の内容を含めた同法に関する認知は一定程度進んでいるものと認識している。	実績／目標／見込み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	当該広報による関係事業者、スマホユーザーなどを含む国民のスマホソフトウェア競争促進法の理解・認知度の向上について、統一的な定量的指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	スマホソフトウェア競争促進法に対する理解・認知度が向上することで、公正取引委員会に対する申告や相談件数が増加し、当該申告数等が増加することで、公正取引委員会による効果的な情報収集につながり、ひいては、公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正につながることから、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	公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正につながる。	成果指標	--
	定性的なアウトカムに関する成果実績	関係事業者からの情報をスマホソフトウェア競争促進法の運用に活用している。	実績／目標／見込み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	公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正の程度については、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	--

アクティビティからの発現経路 105-206-305-503

アクティビティ	デジタル分野において実態調査を行い、①取引慣行の自主改善や新たなルール整備に向けた提言を行う、②報告書の内容について周知・広報する。
---------	--

アウトプット	活動目標	実態調査報告書を公表し、事業者間の取引慣行の自主的な改善に向けた提言や新たなルール整備に向けた提言を行う。	活動指標	独占禁止法上問題となり得る行為等について、独占禁止法や競争政策の観点から改善に向けた提言やルール整備に向けた提言を行った調査報告書の公表件数

	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	（１）アクティビティの修正について ・令和７年度行政事業レビューシートにおけるアクティビティ103（実態把握・周知）とアクティビティ104（実態把握・提言）は、内容が重複していたため、一つのアクティビティとして統合した。統合にあたっては、実態調査後のアウトプットを「提言」及び「周知」と整理し、実態調査から施策反映までの成果を一元的に管理する構成に修正した。 （２）令和７年度行政事業レビューシートのうちアクティビティ104の活動指標（以下、「旧指標」）の修正 実態調査は、デジタル分野における取引実態の把握と独占禁止法上の考え方の提示を通じ、違反行為の未然防止や事業者の自主的な改善を促すことを目的としており、当初から一律のルール整備を前提とするものではない。したがって、調査目的に即した成果を適切に測定するため、指標をルール整備に関する提言に限定せず、「事業者間の取引慣行の自主的な改善に向けた提言」（以下、「新指標」）を加え、統合的に評価することとした。 （３）旧指標について昨年度までの実績 （2022年度） ・当初見込み/目標値 1件 ・活動実績/成果実績 1件 （2023年度） ・当初見込み/目標値 0件 ・活動実績/成果実績 0件 （2024年度） ・当初見込み/目標値 0件 ・活動実績/成果実績 0件 （令和７年度） ・当初見込み/目標値 0件 ・活動実績/成果実績 0件 （４）「新指標」について2022年度の値 （2022年度） ・当初見込み/目標値 2件 ・活動実績/成果実績 2件
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		2	1	1	2
	活動実績／成果実績(件)		2	1	1	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	取引慣行の改善に向けた提言・ルール整備に向けた提言を通じて、調査対象市場関係事業者等の自主的な改善が促されるとともに、規範の明確化による法的な予見可能性が向上されるため、効果発現の初期段階として、調査対象市場関係事業者等における認知状況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	公正取引委員会による指摘・提言を、調査対象市場における調査対象市場関係事業者等が認知する。		成果指標	-	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	実態調査の公表後、関係団体等への説明や講師派遣を実施し、報告書の存在・内容に関して周知に努めた。令和7年度の説明会実施件数は目標を下回っているものの、令和7年10月に開催されたカナダ競争年次サミット・G7競争サミットや、令和8年2月の第2回デジタル競争グローバルフォーラムといったより広範かつ国際的な影響力を持つ場で報告書の内容を共有した。なお、公正取引委員会ウェブサイトに掲載した実態調査報告書へのアクセス件数は、令和3年度11,469件から着実に伸び、令和6年度には5万件を超えた。令和7年度は減少傾向にあるが、最新の報告書へのアクセスは1.5万件越えを維持しており、調査対象市場関係事業者等の間では依然として関心が高いことが推測される。		実績／目標／見込み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	調査対象市場関係事業者には、主要なプラットフォーム事業者のほか、多種多様な規模・形態で参入する事業者が含まれていることから、事業者の総数を特定することが困難である。また、本事業の目的は、表面的な認知に留まらず、提言内容の深い理解が必要であることから、数値目標による定量的な評価にはなじまない。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
↓ 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、公正取引委員会による提言等を認知した関係事業者等がそれを踏まえて対応を行うこと、また、ルールが整備されることにより、提言を行う前に見られたような市場の競争制限的な状況が改善され、「事業の目的」に記載した公正かつ競争的な市場環境が創出されることから、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	当委員会による周知・提言を通じ、市場における公正かつ自由な競争環境が構築され、関係事業者による創意工夫の促進と消費者の利益が図られる。	成果指標	-
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・「クラウドサービス分野の取引実態に関する報告書」において指摘したデータ転送料の設定について、諸外国においても競争政策上の重要な論点となっている。このような状況を踏まえ、令和6年以降、主要なクラウドサービス事業者が、他社サービスへの移行に伴うデータ転出料の無償化や大幅な削減を相次いで公表するに至った。 ・実態調査報告書の周知及び提言、さらには国際的な意見交換を通じ、調査対象市場における問題意識の共有を広範に実現した。 具体的には、ウェブサイトへのアクセス件数が高水準（「生成AIに関する実態調査報告書ver.1.0」（令和7年6月公表）が1.5万件を超えている）を維持していることに加え、関係団体からの具体的な相談対応や、グローバルフォーラム等を通じた国内外への提言浸透を図ったことで、事業者の予見可能性を高め、自主的な取引慣行の改善を促す土壌を整備した。 こうした取組は、公正な競争環境の構築に寄与するものであり、調査対象市場関係事業者の健全な事業活動を支え、多様なサービスの提供を通じた消費者利益の最大化に繋がる市場環境の形成を着実に推進した。	実績／目標／見込み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	公正取引委員会による周知及び提言を踏まえた調査対象市場関係事業者による自主的な取引慣行の改善状況、ルールの整備状況、当該ルールが調査対象市場関係事業者による対応や消費者の利益の増大にどのように結びついたか等については、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	--

アクティビティからの発現経路 105-207-305-503

アクティビティ	デジタル分野において実態調査を行い、①取引慣行の自主改善や新たなルール整備に向けた提言を行う、②報告書の内容について周知・広報する。				
アウトプット	活動目標	実態調査報告書の内容を調査対象市場関係事業者等に周知する。		活動指標	実態調査報告書に係る説明会実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	※「活動・成果目標等」欄のうち令和5年度（2023年度）までの「当初見込み/目標値」欄においては、事業の性質上、数値の入力が困難であったが、当該欄には数値を入力することが必須であるため、便宜上、実績値と等しい数値を入力している。 ※令和4年度（2022年度）の「当初見込み／目標値(件)」及び「活動実績／成果実績(件)」はいずれも19であった。
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	17	12	20	10
	活動実績／成果実績(件)	17	19	9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	説明会の実施を通じて、報告書が示す市場の実態や問題点が専門的知見から直接解説され、調査対象市場関係事業者等の深い理解と当事者意識が醸成されるため、効果発現の初期段階として、「調査対象市場における調査対象市場関係事業者等が実態調査報告書の内容を認知すること」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	公正取引委員会による指摘・提言を、調査対象市場における調査対象市場関係事業者等が認知する。	成果指標	-
	定性的なアウトカムに関する成果実績	実態調査の公表後、関係団体等への説明や講師派遣を実施し、報告書の存在・内容に関して周知に努めた。令和7年度の説明会実施件数は目標を下回っているものの、令和7年10月に開催されたカナダ競争年次サミット・G7競争サミットや、令和8年2月の第2回デジタル競争グローバルフォーラムといったより広範かつ国際的な影響力を持つ場で報告書の内容を共有した。なお、公正取引委員会ウェブサイトに掲載した実態調査報告書へのアクセス件数は、令和3年度11,469件から着実に伸び、令和6年度には5万件を超えた。令和7年度は減少傾向にあるが、最新の報告書へのアクセスは1.5万件越えを維持しており、調査対象市場関係事業者等の間では依然として関心が高いことが推測される。	実績／目標／見込み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	調査対象市場関係事業者には、主要なプラットフォーム事業者のほか、多種多様な規模・形態で参入する事業者が含まれていることから、事業者の総数を特定することが困難である。また、本事業の目的は、表面的な認知に留まらず、提言内容の深い理解が必要であることから、数値目標による定量的な評価にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	-
↓ 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、公正取引委員会による提言等を認知した関係事業者等がそれを踏まえて対応を行うこと、また、ルールが整備されることにより、提言を行う前に見られたような市場の競争制限的な状況が改善され、「事業の目的」に記載した公正かつ競争的な市場環境が創出されることから、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	当委員会による周知・提言を通じ、市場における公正かつ自由な競争環境が構築され、関係事業者による創意工夫の促進と消費者の利益が図られる。	成果指標	-
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・「クラウドサービス分野の取引実態に関する報告書」において指摘したデータ転送料の設定について、諸外国においても競争政策上の重要な論点となっている。このような状況を踏まえ、令和6年以降、主要なクラウドサービス事業者が、他社サービスへの移行に伴うデータ転出料の無償化や大幅な削減を相次いで公表するに至った。 ・実態調査報告書の周知及び提言、さらには国際的な意見交換を通じ、調査対象市場における問題意識の共有を広範に実現した。 具体的には、ウェブサイトへのアクセス件数が高水準（「生成AIに関する実態調査報告書ver.1.0」（令和7年6月公表）が1.5万件を超えている）を維持していることに加え、関係団体からの具体的な相談対応や、グローバルフォーラム等を通じた国内外への提言浸透を図ったことで、事業者の予見可能性を高め、自主的な取引慣行の改善を促す土壌を整備した。 こうした取組は、公正な競争環境の構築に寄与するものであり、調査対象市場関係事業者の健全な事業活動を支え、多様なサービスの提供を通じた消費者利益の最大化に繋がる市場環境の形成を着実に推進した。	実績／目標／見込み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	公正取引委員会による周知及び提言を踏まえた調査対象市場関係事業者による自主的な取引慣行の改善状況、ルール整備状況、当該ルールが調査対象市場関係事業者による対応や消費者の利益の増大にどのように結びついたか等については、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	--
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	--		

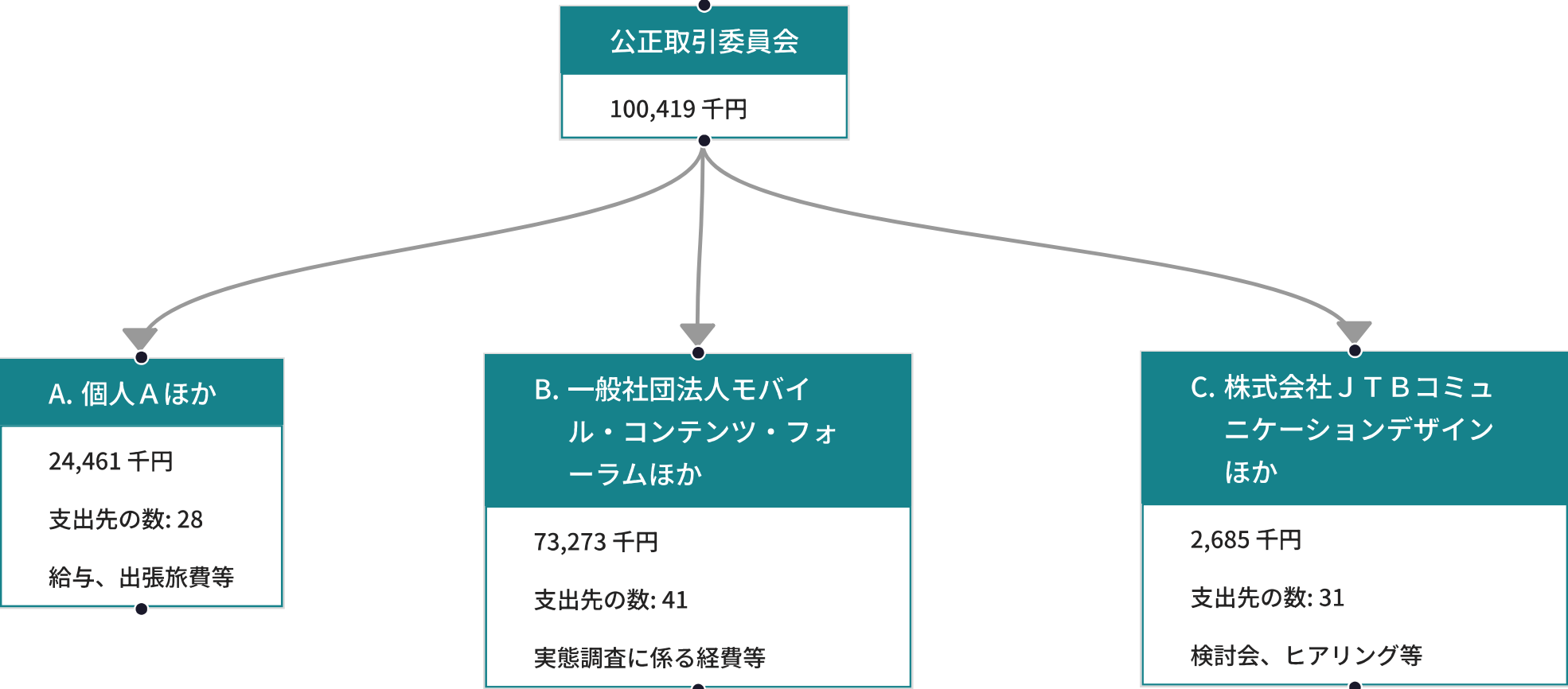
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	【デジタル市場企画調査室】 ○令和7年度に実施した行政事業レビューでの点検結果に対する対応 ・実態調査報告書の存在・内容・提言について、改善の方向性（様々な手法による周知を図る）を踏まえ、令和7年10月に開催されたカナダ競争年次サミット・G7競争サミットや令和8年2月に開催された第2回デジタル競争グローバルフォーラムにおいては、各国の競争当局や海外事業者が参集する場で報告書の内容を共有し、国際的な視点から活発な意見交換を実施した。このように、海外当局等への積極的な情報発信を通じて海外に拠点を持つ事業者や国際機関へ直接アプローチした結果、報告書の考え方が広く浸透し、ウェブサイトへのアクセス数維持など、国内外の調査対象市場関係事業者における認知の更なる促進につながった。 ○令和8年度に実施した行政事業レビューでの点検結果 ・アウトプット206 令和8年度においても、実態調査を通じて把握した課題に基づき、引き続き、事業者間の取引改善に資する具体的な提言等を行うことで、公正な競争環境の確保に資する取組を推進していく。 ・アウトプット207 現在の周知活動は、主要な業界団体や専門的な知見を持つ特定層への働きかけが中心となっており、認知の範囲が限定的なものに留まっている可能性がある。その結果、本来周知すべき潜在的な新規参入事業者に対して、必要な情報が十分に到達していない懸念がある。 【官房参事官（デジタル担当）】 令和7年12月に全面施行されたスマホソフトウェア競争促進法について、関係事業者に対する周知広報活動として、従来から行ってきた説明会の実施等に加えて、より多くの消費者にアウトリーチできるようにメディア広報も活用して、効果的かつ大規模な周知広報活動を行い、同法の理解・認知度の向上を図ったところ、このうちインターネット広告の表示回数については当初目標は約600万回であったが、結果は約878万回と目標を大幅に上回り（達成率146%）、関係事業者、スマホユーザーなどを含む国民の同法に対する理解・認知度の向上に、相当程度の効果が認められた。以上から、メディア広報により、同法に関する申告や情報提供等を行いやすくなる環境の整備に繋がったことで、公正取引委員会による問題行為の迅速な探知及び早期是正に一定程度寄与したと考えられる。
	目標年度における効果測定に関する評価	--

		【デジタル市場企画調査室】 ・アウトプット206 引き続き事業者間の取引の自主的な改善を促す提言を行う。また、生成AI関連市場については市場の変化が極めて早く、スピード感を持った調査を求める声もあることから、デジタルアナリストの知見を活用し、生成AI等の技術を組み込んだ情報収集・分析支援システムの構築・活用の検討を進める。具体的には、調査の準備・着手段階において、調査対象市場関係事業者の特定や市場シェアの推移、海外当局の動向といった膨大な一次情報を収集・整理するといった業務、また、新規の調査対象のみならず過去の実態調査で取り上げた複数分野の市場動向に関する継続的に把握するといった業務について、生成AIにより効率化することを目標にシステムの構築の検討を進める。 ・アウトプット207 より広範な事業者層へ波及させるための具体的な手法を講じる。具体的には、デジタル分野に特化した専門メディアへ実態調査について報道してもらえるように働きかけるほか、生成AI検索等の普及に伴う変化に対応し、検索エンジンやAIツールに最適化されたウェブサイトへの掲載を行うことで、潜在的な参入事業者への認知の拡大に努める。 【官房参事官（デジタル担当）】 スマホソフトウェア競争促進法は全面施行されて間もなく、関係事業者や消費者への広報がまだ不十分であると考えているため、同法の理解・認知度の向上に一定の効果が認められたインターネット広告だけでなく、専門の外部事業者の意見も踏まえた上で、都市圏における大規模な交通広告や多様なテーマを題材としたPR動画や分かりやすさを重視した解説動画の充実化など複数の広報手法を組み合わせることも積極的に検討し、引き続き大規模な周知活動を行い、同法の理解・認知度の向上を図りたい。
	改善の方向性	

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	【デジタル市場企画調査室】 - デジタル分野については、現状こういった状況にあるのかを把握する必要がある、他の分野以上に実態調査が重要であると感じた。（多田委員） 【官房参事官（デジタル担当）】 - スマホソフトウェア競争促進法については、施行、普及を始めとするステップがあると思うが、継続的な経過が見られるようなデータを集め、継続的に定点チェックができるよう可能なところから始めるのがよいと思う。（池谷委員） - スマホソフトウェア競争促進法については、利益を得るのが一般消費者であることが特徴であり、改善の方向性に記載されているような広報を更に徹底するという進め方でよいと思う。（多田委員） - 本施策のアウトカムについて、定量的な指標で測るのは難しいかもしれないが、例えば、数年後に委託調査などをすることで、成果がどう生じているかを見ることができるよう思う。その点についてどのように考えているか。（田辺委員） （御指摘の調査については、今後、実施したいと考えているところである旨回答。） - スマホソフトウェア競争促進法について、関係事業者から公正取引委員会に対して違反行為に係る通報を受けるのは一つの狙いだが、長期的にはそうした通報は減っていくことが望ましい。これをどういった形で整理すればよいのが課題である。そこで、局面に応じてロジックモデルを柔軟に作り替えていくということを検討いただきたい。一般的に、法律が制定されて普及するまでには一定の時間がかかり、それまでは普及啓発に努めることとなる。他方、一定程度普及した後の段階では、法が精神が社会的に浸透し、通報等がなくなるような形が望ましい。このように局面ごとの視点は異なることから、ロジックモデルについては柔軟に変化させるものと捉えてはどうか。この際、ロジックモデルの裏側で、ロードマップのようなものを作成し、この段階まではこれを行い、次の段階ではこれをやるというように、ステップごとに分けて考えると取り組みやすいのではないか。（南島委員） 【デジタル市場企画調査室・官房参事官（デジタル担当）共通】 - 行政事業レビューシートのロジックモデルが掲載されている頁については、右のアウトカムに行くほど、枠内に文章が収まらず全てを読めないため、内容が不明であるので、内容が分かるように書き方を工夫してほしい。（田辺委員） 2025年度の執行率が60%程度なのは、どのような理由によるものか。（南島委員） （デジタルアナリストの採用について、2025年度においてはもともと10名を採用する予定であったこと、採用のタイミングが後ろ倒しになったりしたほか、途中で退職した場合もあり、デジタルアナリストに向けて支払う給与が余ってしまったということが要因の一つである旨回答。） - 公正取引委員会の行っている取組として成果が出ているものもたくさんあると思うので、行政事業レビューシートには、そういったPRについては、目立つよう記載した方がよい。（南島委員）		
	公開プロセス結果概要	--		
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	所見	現状通り	詳細	--

所見を踏まえた 改善点／概算要 求における反映 状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	・頂いた御指摘を踏まえつつ、引き続き本事業を進めていく。 ・ロジックモデルについては、枠内に文章が収まるよう修正を行った。		
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	--			
その他の指摘事 項	--			



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	個人Aほか	24,461	28	給与、出張旅費等		
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人A		4,868	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)		4,868	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人B		3,304	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)		3,304	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人C		3,012	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)		3,012	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人D		2,884	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)		2,884	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人E		2,362	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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		
	実態調査等 その他(実態調査等)	2,362	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 F	1,671	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)	1,671	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 G	1,623	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)	1,623	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 H	1,444	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)	1,444	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 I	1,209	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	実態調査等 その他(実態調査等)	1,209	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 J	653	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
実態調査等 その他(実態調査等)	653	--	--	--		

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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	1,431	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	出張 その他(旅費)	1,431	--	--	--
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	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラムほか	73,273	41	実態調査に係る経費等	
	支出先名	支出額	法人番号		
	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム	37,426	9011005002757		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7年度下半期スマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用のための事業の委託 随意契約（企画競争）	37,426	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社JTBコミュニケーションデザイン	12,666	2010701023536		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムの開催に係る会議運営業務 随意契約（企画競争）	12,666	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社日本経済社	10,000	6010001062000		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」に関する動画制作及び当該動画に係る広報実施業務 随意契約（企画競争）	10,000	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		

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 C J 株式会社	1,925	6010401056279		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	Microsoft365 PowerAppsの開発 随意契約（少額）	1,925	2	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社富士キメラ総研	1,661	9010001055406		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	書籍・レポートの購入 随意契約（その他）(特命随意契約)	1,078	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	書籍・レポートの購入 随意契約（その他）(特命随意契約)	583	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社トータル・サポート・システム	1,582	7050001004757		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	備品購入 随意契約（少額）	1,582	2	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社第一文真堂	1,297	5010401017488		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	什器購入 随意契約（少額）	1,160	3	--	--
	備品購入 随意契約（少額）	137	3	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	アイレット株式会社	996	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	AWSのライセンス調達 随意契約（少額）	996	3	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
UNIVERSITY OF OXFORD		701	8700150005381		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
受講料 その他(その他)		701	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
KDDI株式会社		581	9011101031552		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
Google Workspace Business Standardアカウントの調達 随意契約（少額）		581	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
その他		4,438	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
その他 その他(その他)		4,438	--	--	--
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	株式会社JTBコミュニケーションデザインほか	2,685	31	検討会、ヒアリング等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社JTBコミュニケーションデザイン		2,205	2010701023536		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムの開催 に係る航空券の手配等業務 随意契約（企画競争）		2,205	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		

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	
	個人 A	103	999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	検討会への出席（旅費、謝金） その他(旅費、謝金)	103	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人 B	52	999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	検討会への出席（旅費、謝金） その他(旅費、謝金)	52	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人 C	21	999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	検討会への出席（旅費、謝金） その他(旅費、謝金)	21	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人 D	20	999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	検討会への出席（旅費、謝金） その他(旅費、謝金)	20	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人 E	20	999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	検討会への出席（旅費、謝金） その他(旅費、謝金)	20	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		

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		
	個人 F	19	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	検討会への出席（謝金） その他(謝金)	19	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人 G	19	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	検討会への出席（謝金） その他(謝金)	19	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人 H	19	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	検討会への出席（謝金） その他(謝金)	19	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人 I	19	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	検討会への出席（謝金） その他(謝金)	19	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	その他	188	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	その他 その他(その他)	188	--	--	--	

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	個人 A	実態調査等	非常勤職員手当	給与等	--
	B	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム	令和 7 年度下半期スマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用のための事業の委託	経済実態等調査費	令和 7 年度下半期スマホソフトウェア競争促進法の実効的な運用のための事業の委託	--
	C	株式会社 J T B コミュニケーションデザイン	デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムの開催に係る航空券の手配等業務	委員等旅費	デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムの開催に係る航空券の手配等業務	--
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

--

【スマホソフトウェア競争促進法の整備】

- ・ スマホソフトウェア競争促進法（スマホ法）

URL : <https://www.jftc.go.jp/msca/index.html>

【スマホソフトウェア競争促進法の運用】

- ・ スマホソフトウェア競争促進法に基づく遵守報告書の公表について（令和8年2月17日）

URL : https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2026/feb/260217_sumaho_junshu_houkoku.html

【スマホソフトウェア競争促進法の周知】

- ・ よくある質問（デベロッパの方向け）

URL : https://www.jftc.go.jp/msca/index_yokuarusitumon.html

- ・ 解説動画「知ってる！？スマホ法」

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=3nu8B0chjmA>

- ・ 解説動画（30秒）「OS機能の利用制限」について」

URL : https://youtu.be/3rwHck9BYDg?si=_l1DP_p50nG-nMxe

- ・ 解説動画（30秒）「決済方法の利用制限・リンクアウト規制」について」

URL : https://youtu.be/_-3zZexF9No?si=L9If0IDOCBMOM8wI

- ・ 解説動画（30秒）「選択画面の表示について」

URL : https://youtu.be/r5xaZ0tz_jo?si=0sm_iv4izhay700T

- ・ パンフレット「選ぼう！じぶんブラウザ」

URL : <https://www.jftc.go.jp/file/choice.pdf>

【デジタル分野の事前規制に関するグローバルフォーラムの開催】

- ・ 第1回デジタル競争グローバルフォーラム：規制と国際連携（令和7年1月31日）

URL : <https://www.jftc.go.jp/dk/digital/globalforum2025/>

- ・ 第2回デジタル競争グローバルフォーラム；協調、イノベーション、そして成長のための政策形成及び法執行（令和8年1月30日）

URL : <https://www.jftc.go.jp/dk/digital/globalforum2026/>

【デジタル分野における実態調査】

○令和4年度

- ・ クラウドサービス分野の取引実態に関する報告書について（デジタルプラットフォーム事業者の取引慣行等に関する実態調査報告）（令和4年6月28日）

URL : <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/jun/220628.html>

- ・ モバイルOS等に関する実態調査報告書について（令和5年2月9日）

URL : <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/feb/230209mobileos.html>

○令和5年度

- ・ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書について(令和5年9月21日)

URL : <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/sep/230921newcontent.html>

- ・デジタル分野におけるアドボカシー機能の強化のための情報提供の集中受付期間の実施について(令和5年10月11日)

URL : https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/oct/231011_digital.html

- ・コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書について(令和6年3月6日)

URL : <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/mar/240306ctv.html>

○令和6年度

- ・「生成AIを巡る競争」に関する情報・意見の募集について(令和6年10月2日)

URL : https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2024/oct/241002_generativeai.html

○令和7年度

- ・生成AIに関する実態調査報告書ver. 1.0について(令和7年6月6日)

URL : <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2025/jun/250606generativeai.html>