

学校制服の取引実態に関する事後検証報告書

令和 5 年 10 月
公正取引委員会

目次

第1	趣旨	3
第2	これまでの学校制服に係る取組及び事後検証の視座	5
1	平成29年報告書	5
(1)	公取委の提言事項	5
(2)	事後検証の視座	6
2	令和2年命令	7
(1)	排除措置命令等の内容	7
(2)	事後検証の視座	9
第3	全国公立中学校・高校の制服取引状況	10
1	アンケート概要	10
(1)	送付先及び回答数	10
(2)	アンケートの概要	10
2	報告書提言の実施状況（中期アウトカムの検証）	10
(1)	学校制服の指定状況	11
(2)	平成29年報告書における提言内容の実施状況	16
3	制服価格の効果検証（長期アウトカムの検証）	24
(1)	価格状況	24
(2)	制服価格の効果検証	27
4	小括	35
第4	豊田6校の状況	37
1	アンケート概要	37
(1)	送付先	37
(2)	アンケートの概要	37
2	豊田6校における対応状況（中期アウトカムの検証）	37
(1)	留意事項に係る対応	37
(2)	指定販売店の構成	37
(3)	その他の取組	38
3	価格の効果検証	38
(1)	販売店ごとの価格の動向に関する分析（中期アウトカムの検証）	39
(2)	価格下落状況の分析（長期アウトカムの検証）	41
4	小括	45
第5	結論	46

第1 趣旨

（背景・目的）

公正取引委員会は、平成 29 年 11 月に「公立中学校における制服の取引実態に関する調査報告書」を公表し、競争政策の観点から、学校制服の取引に関して学校等に対して期待する取組を提言した（以下「平成 29 年報告書」という。）。その後、公正取引委員会は、令和 2 年 7 月に、愛知県豊田市において豊田 6 校（後述）の制服を生徒に販売する販売業者に対して、独占禁止法第 3 条に違反する行為を行っていたとして、排除措置命令等を行った（以下「令和 2 年命令」という。）。以上のとおり、平成 29 年報告書の公表から一定の期間が経過したことに加え、その後も学校制服の取引について公正取引委員会から独占禁止法に基づく命令が行われている状況であるなど、学校制服が競争政策の観点から引き続き注視すべき分野であることを踏まえ、今般、上記に関連した学校制服に係る取引状況や価格の状況を事後的に明らかにすることとした。

（効果検証の視点）

本事後検証に当たっては、後述するロジックモデルを設定し、実態調査報告書を公表してその提言を全国の学校に対して周知した「アドボカシー」活動と、命令によって販売店による価格カルテルを排除した「エンフォースメント」活動という、公正取引委員会の二つの取組を通じて、提言等に係る学校の実施状況や学校制服価格にどのような影響があったか、という効果検証の視点から分析を実施した。

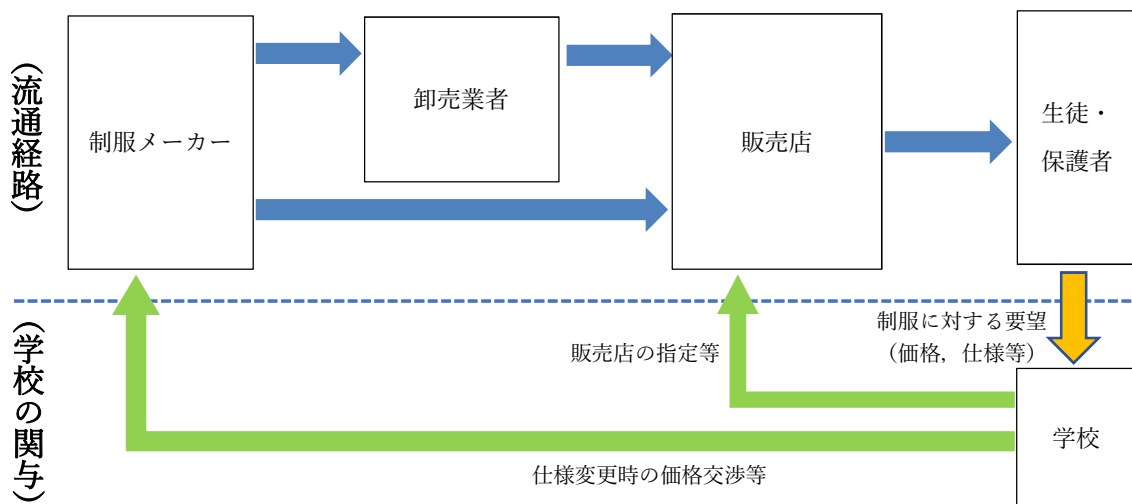
（事後検証の方法等）

これらを確認するために、公正取引委員会は、①全国の公立中学校及び公立高校及び②愛知県豊田市に所在する県立高校 6 校に対してアンケート調査を行い、当該アンケートで得たデータを用いて検証を行った。本報告書では、以下、第 2 で公取委におけるこれまでの学校制服に係る取組を、第 3 で全国の公立中学校及び公立高校に対するアンケート調査を踏まえた事後検証の結果を、第 4 で愛知県豊田市に所在する県立高校 6 校に対するアンケート調査を踏まえた事後検証の結果を記載する。その後、第 5 で結論を述べる。

【参考】学校制服取引の概要（平成 29 年報告書）

学校制服は、一般に、制服メーカーが直接又は卸売業者（制服メーカーの販売子会社を含む。）を経由して、販売店に卸売を行い、生徒・保護者は販売店から制服を購入している（図表 1）。学校は、通常、自ら直接制服を購入することはないが、学校活動に必要な制服を生徒・保護者に購入させることにより生徒・保護者に一定の経済的負担を負わせているため、生徒や保護者の要望を考慮して、制服メーカー及び販売店に対して、制服の取引に関し一定の関与を行っている場合がある（詳細は平成 29 年報告書 3 ページ参照）。

【図表 1】制服の流通



（平成 29 年報告書 3 ページから抜粋）

制服の販売価格は「販売店が決定する」場合が比較的多い（35.3%）が、学校が販売価格の決定に関与する場合もあり、「学校が決定する」（1.2%）、「学校、販売店が協議の上決定する」（8.4%）、「学校、制服メーカーが協議の上決定する」（4.6%）、「学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定」（12.1%）という場合もある（詳細及び各割合は平成 29 年報告書 31 ページ参照）¹。

¹ 制服メーカーの販売活動に対する学校の関与に関する競争政策上の評価については、平成 29 年報告書 48～49 ページ参照）。

第2 これまでの学校制服に係る取組及び事後検証の視座

1 平成 29 年報告書

(1) 公取委の提言事項

公立中学校の生徒の通学服である制服は、入学に際し、学校が指定した制服を生徒の保護者に購入させることが一般的であるところ、その費用は入学に当たって準備する品目の中でも比較的高額なものとなっており、また、制服の販売価格は、近年、上昇傾向にある。こうした状況を踏まえ、公立中学校の制服取引において、制服を指定する学校が制服の製造業者及び販売業者に対して行う行為のほか、製造業者及び販売業者が行う行為について、独占禁止法又は競争政策上問題となるおそれのある取引慣行等の有無を明らかにするため、公正取引委員会は、公立中学校における制服の取引実態に関する調査を実施し²、平成 29 年（2017 年）11 月に同調査報告書を公表した。

同報告書では、調査結果を基に、学校に対して、制服の取引に関与する際には、制服メーカー間及び販売店間の競争が有効に機能するよう、以下の取組が行われることが期待される旨の提言を行った³。

【図表 2】学校に対して期待する取組（平成 29 年報告書）

○制服メーカー及び指定販売店等の選定について

- ア 学校においては、コンペ、入札、見積り合わせといった方法で制服メーカーや指定販売店等を選ぶこと
- イ 制服の仕様が学校独自であることを理由に制服メーカーを指定している場合においてその指定の必要性を確認すること
- ウ 新規参入希望者から制服の仕様開示を求められた際には特段の事情がない限り仕様の開示に応じること
- エ 販売店から参入希望の申入れが行われた際には合理的な理由のない限り回答の保留は行わないこと
- オ 学校が、指定販売店等を案内している状況では、指定販売店等を増やすこと

○制服の販売価格への関与について

² 入学者選抜（学力検査、適性検査等）を実施していない公立中学校を対象に、書面調査（全国の 1 万校の中から抽出した 600 校に対し、書面を送付。回答数は 447 校）及び聴取調査（制服の製造業者等 45 名に対して聴取を実施）を実施。

³ 平成 29 年報告書では、学校に対して期待する取組のほか、メーカー及び販売店に対して期待する取組として、「制服メーカー及び販売店に対しては、自ら独占禁止法違反行為を行う場合はもちろんのこと、学校の関与を契機として行われた行為であっても、当該行為が独占禁止法違反行為の要件に該当する場合には、直接法的責任を問われることに留意して、適正な取引が行われることを期待する」などと明記している。

学校が制服メーカーに対してコンペや見積り合わせを行う際に学校が制服の販売価格に関与する場合、

カ コンペや見積り合わせにおいて制服メーカーに求める提示価格を販売店への卸売価格とすること

キ コンペの参加要件の基準として、制服メーカーに対して、既存の制服又は他の中学校の制服の販売価格と同程度以下の想定販売価格を提示できることを定めること

ク コンペにおいて、新制服の販売価格を既存の制服の販売価格以下の価格にするよう要望することといった方法によること

ケ 学校が販売店に対して販売価格を抑制するよう依頼する場合には、販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で行われること

平成 29 年報告書及び上記提言について、公正取引委員会は、全国の市区町村教育委員会を通じて公立中学校に対する周知を依頼した。

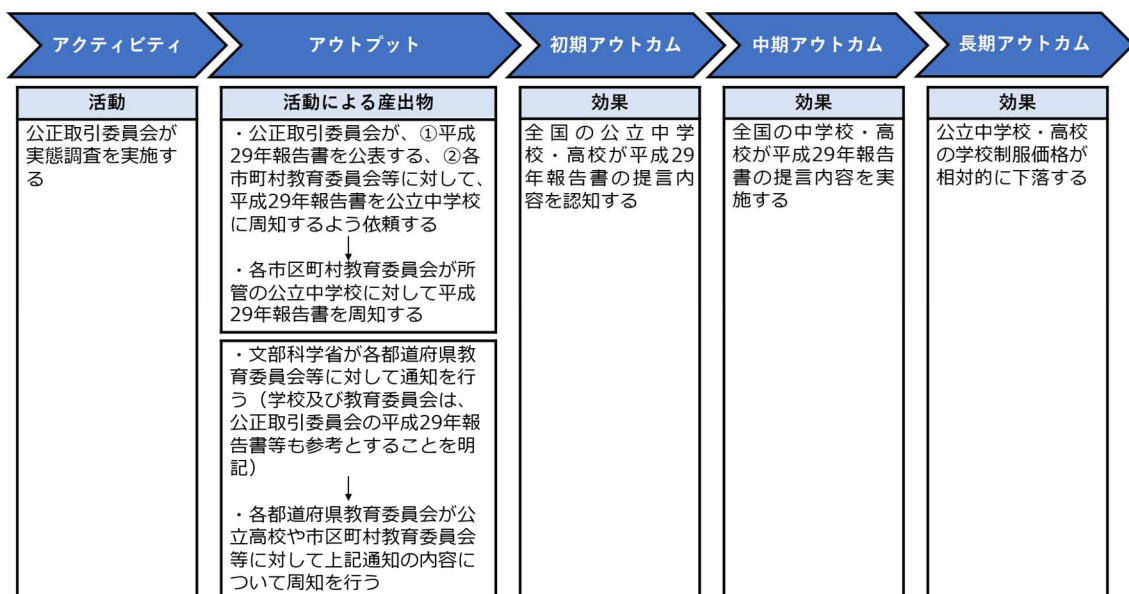
また、文部科学省が平成 30 年（2018 年）3 月 19 日に関係機関に対して発出した「学校における通学用服等の学用品等の適正な取扱いについて（通知）」では、保護者の経済的負担等軽減に係る留意事項として、学校及び教育委員会は、保護者等の経済的負担の軽減に向けた取組を行うに当たり公正取引委員会の平成 29 年報告書等も参考とすることが明記されている。同通知は各都道府県等教育委員会（県立高校を所管する）を含む関係機関に対して発出され、また、各都道府県教育委員会においては所管の学校及び域内の市区町村教育委員会に対して同通知の内容についての周知等を行うことが明記されている。

(2) 事後検証の視座

本件事後検証においては、公取委における前記(1)の提言を踏まえ、学校制服に係る取引状況や学校制服価格がどのように変化したかに着目した。その検証に当たっては、ロジックモデル（政策に投入されたインプットからアウトカムまでを論理的な「因果の流れ」として整理したもの⁴⁾）を作成し、当該ロジックモデルを参照することが有用であると考えられる。

⁴ 大竹文雄ほか『EBPM エビデンスに基づく政策形成の導入と実践』（2022）6 ページ、内閣官房行政改革推進本部事務局（2023.4.3）『EBPM ガイドブック～政策担当者はまず読んでみよう！行政の「無謬性神話」からの脱却に向けた、アジャイル型政策形成・評価の実践～』Ver1.2、57 ページ

【図表 3】平成 29 年報告書の事後検証におけるロジックモデル



上記ロジックモデルも踏まえ、本事後検証においては、特に、公取委の実態調査報告書の公表・周知以降、全国の公立中学校・高校が、当該報告書における提言内容を実施すること（中期アウトカム）、またひいては、それを通じて学校制服価格が相対的に下落すること（長期アウトカム）の2点に着目して検証を行った。

2 令和 2 年命令

(1) 排除措置命令等の内容

公正取引委員会は、愛知県豊田市において、愛知県立豊田北高等学校、愛知県立豊田南高等学校、愛知県立豊田西高等学校、愛知県立豊田高等学校、愛知県立豊野高等学校又は愛知県立豊田工業高等学校（名称は当時のもの。以下これら6校を「豊田6校」という。）の制服を生徒等に販売する販売業者に対し、令和2年（2020年）7月1日、独占禁止法の規定に基づき排除措置命令を行った⁵。

本件は、豊田6校の制服の販売業者が、独占禁止法第3条（不当な取引制限の禁止）の規定に違反する行為を行っていたものである。

命じられた排除措置の概要は以下のとおりである。

【図表 4】排除措置の概要（報道発表資料抜粋）

- (1) 排除措置命令の対象事業者（以下「名宛人」という。）は、それぞれ、次の事項を株主総会において決議しなければならない。
- ア 前記・・・(略) の合意が消滅していることを確認すること。

⁵ 学校別に、計6件の排除措置命令が販売店に対して行われている。

イ 今後、相互の間において、又は他の事業者と共同して、自社が指定販売店・・・(略)となっている愛知県立高等学校の制服の販売価格を決定せず、自主的に決めること。

ウ 今後、相互に、又は他の事業者と、自社が指定販売店となっている愛知県立高等学校の制服の販売価格に関する情報交換を行わないこと。

(2) 名宛人は、それぞれ、前記(1)に基づいて採った措置を、自社を除く名宛人及び自社が指定販売店となっている豊田6校に通知するとともに、一般消費者に周知し、かつ、自社の従業員に周知徹底しなければならない。

(3) 名宛人は、今後、それぞれ、相互の間において、又は他の事業者と共同して、自社が指定販売店となっている愛知県立高等学校の制服の販売価格を決定してはならない。

(4) 名宛人は、今後、それぞれ、相互に、又は他の事業者と、自社が指定販売店となっている愛知県立高等学校の制服の販売価格に関する情報交換を行ってはならない。

また、公正取引委員会は、豊田6校を所管する愛知県教育委員会に対し、同日、愛知県立高等学校の生徒が着用する制服の販売に関して留意すべき事項を通知した。愛知県教育委員会に対する通知に係る概要は以下のとおり。

【図表5】愛知県教育委員会に対する通知に係る報道発表資料抜粋

- 1 本件審査において、豊田6校によっては、
 - (1) 指定販売店各社の制服の販売価格等を掲載した共通チラシを作成するよう指定販売店に依頼していたこと
 - (2) 制服に関する自校の要望等を特定の指定販売店を通じて他の指定販売店に伝達していたこと
 - (3) 指定販売店各社を一堂に集めた打合せ会を開催していたことが認められた。
- 2 愛知県立高等学校が制服について前記1の依頼等をする場合、指定販売店が、当該依頼等に応じるためのやり取りを行う際に、これを契機として制服の販売価格についての情報交換を行うおそれがあるため、公正取引委員会は、愛知県教育委員会に対し、所管の愛知県立高等学校にこれらの内容を周知するとともに、今後、同教育委員会所管の愛知県立高等学校が、指定販売店に対し、制服に関する依頼等をする場合には、その依頼等が指定販売店による制服の販売価格についての情報交換の契機とならないよう留意すべきである旨通知した。

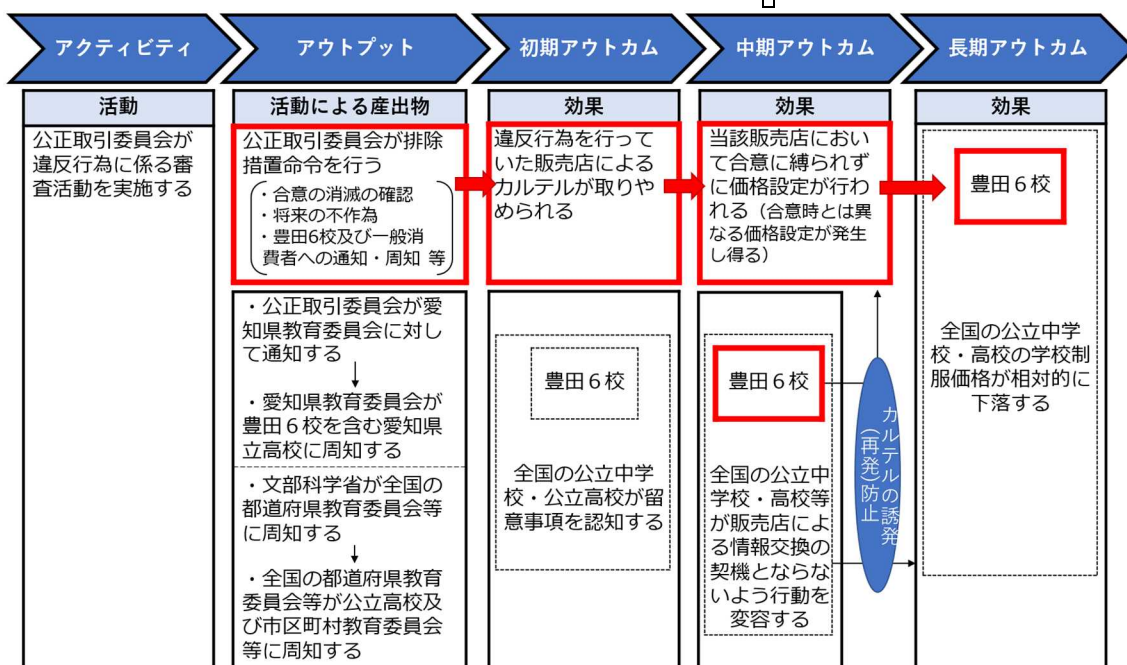
また、文部科学省は、令和2年7月8日、全国の各都道府県等教育委員会（県立高校を所管する）を含む関係機関に対して「学校における通学用服等の学用品等の適正な取扱いについて（周知）」を発出した。同周知では、上記の公正取引委員会からの指摘のとおり通学用服に関する依頼等が指定販売店による通学用服の販売価格についての情報交換の契機とならないよう留意すること、平成30年（2018年）3月19日の同省通知（前記1

(1) における学用品等の取扱いについての留意事項について引き続き十分に了知の上保護者の経済的負担の軽減について適切に取り扱われるようにすること、また各都道府県教育委員会において所管の学校及び域内の市町村教育委員会に対して周知すること等が明記されている。

(2) 事後検証の視座

本件事後検証においては、公取委における前記(1)の命令等を踏まえ、豊田 6 校の学校制服に係る取引状況や学校制服価格がどのように変化したかに着目した。その検証に当たっては、前記 1 同様、以下のとおりロジックモデルを作成しこれを参照することとした。

【図表 6】令和 2 年命令の事後検証におけるロジックモデル⁶⁾



上記ロジックモデルも踏まえ、本事後検証においては、特に、公取委のエンフォースメント活動以降、命令の名宛人となった販売店において、違反行為が行われていた際の合意に縛られずに価格設定が行われていること (合意時とは異なる価格設定が発生し得る状況となっていること。中期アウトカム)、また、これを通じて、豊田 6 校の学校制服価格が相対的に下落していること (長期アウトカム) といった点に着目して検証を行った。

⁶⁾ なお、後述するとおり、令和 2 年命令では、公正取引委員会による排除措置命令が行われる前に、立入検査等を通じて名宛人による違反行為の合意は事実上消滅したことが認定されている。

第3 全国公立中学校・高校の制服取引状況

1 アンケート概要

以下のとおり、令和4年（2022年）12月、全国の中学校・高校を対象とするアンケートを開始した。

(1) 送付先及び回答数

以下の学校に対して、アンケート回答依頼文を送付し、Web アンケートへの回答を依頼した。

- ・全国の公立中学校⁷から無作為に抽出した1,200校
- ・全国の公立高校から無作為に抽出した750校

このうち、公立中学校について933校（回収率77.8%）、公立高校について601校（回収率80.1%）から回答があった（全体回収率78.7%）。

(2) アンケートの概要

任意の協力の下、主に以下のデータの提供を依頼した。

- ① 公正取引委員会が平成29年報告書において行った提言（提言に係る事項）への対応状況
 - ・選択肢式で各提言に対する対応の有無を回答
 - ・提言事項を実施した場合はその開始時期（選択肢式で開始年度）を回答
- ② 過去8年間（平成27（2015）年度～令和4（2022）年度）の制服価格
 - ・年度ごとに、男女別・制服品目ごとの価格データ。
 - ・アンケート依頼先の学校のうち、制服の指定販売店を生徒に案内している学校に対して価格の回答を依頼しており、その際は、年度ごとに、当該年度の各学校の指定制服を扱う販売店のうち（各品目の合計額でみて）最も販売価格が安価な一店の販売価格の回答を依頼した。
- ③ 制服の取引状況（制服の指定有無、指定販売店の案内の有無、仕様変更等の状況等）

2 報告書提言の実施状況（中期アウトカムの検証）

本節では、(1)で学校制服の指定に係る基本的な状況を整理し、(2)で平成29年報告書の提言に係る学校の実施状況を検証する。

⁷ 入学者選抜の無い学校を対象とした。

(1) 学校制服の指定状況⁸

ア 制服品目の指定状況

令和4（2022）年度における制服の指定品目を確認したところ、以下のとおり。指定する制服の種類について、中学校については男子・女子それぞれ詰め襟及びセーラー服が多いのに対し、高校については男子・女子それぞれブレザーの割合が多くなっていた。また、制服に付随する品目の指定状況について、高校は中学校に比べより多くの品目を指定する傾向が見られた。

【図表7】指定する制服の種類（中学校）（複数選択可）

男子生徒（学校数=921）			女子生徒（学校数=920）		
種類	学校数	割合	種類	学校数	割合
詰め襟	630	68.4%	セーラー服	473	51.4%
ブレザー	320	34.7%	ブレザー	409	44.5%
			イートン服	56	6.1%
その他	9	1.0%	その他	19	2.1%

注：指定の割合は、制服を指定する学校のうち表中の各品目を指定していると回答した割合。図表8から10までについて同じ。

【図表8】指定する制服の種類（高校）（複数選択可）

男子生徒（学校数=594）			女子生徒（学校数=592）		
種類	学校数	割合	種類	学校数	割合
詰め襟	241	40.6%	セーラー服	74	12.5%
ブレザー	350	58.9%	ブレザー	505	85.3%
			イートン服	12	2.0%
その他	17	2.9%	その他	11	1.9%

【図表9】制服に付随する品目の指定状況（中学校）（複数選択可）

男子生徒（学校数=921）			女子生徒（学校数=920）		
品目	学校数	割合	品目	学校数	割合
			ブラウス	188	20.4%
シャツ	382	41.5%	シャツ	175	19.0%

⁸ (1)の内容のうち、中学校については、平成29年報告書でもその割合等を示しているものがいくつかあるが、平成29年報告書と本事後検証報告書ではアンケート対象の学校を異なる方法で抽出をしているため、本節に記載する状況と平成29年報告書に記載された状況とを比較する場合はその点に留意が必要である（両者の分布の差は抽出方法の違いによって生じている可能性がある。）。

			リボン	391	42.5%
ネクタイ	220	23.9%	ネクタイ	184	20.0%
ベスト	53	5.8%	ベスト	168	18.3%
セーター	51	5.5%	セーター	52	5.7%
コート	9	1.0%	コート	12	1.3%
その他	52	5.6%	その他	92	10.0%

【図表 10】制服に付随する品目の指定状況（高校）（複数選択可）

男子生徒（学校数=594）			女子生徒（学校数=592）		
品目	学校数	割合	品目	学校数	割合
			ブラウス	296	50.0%
シャツ	396	66.7%	シャツ	175	29.6%
			リボン	328	55.4%
ネクタイ	332	55.9%	ネクタイ	284	48.0%
ベスト	188	31.6%	ベスト	292	49.3%
セーター	219	36.9%	セーター	231	39.0%
コート	16	2.7%	コート	29	4.9%
その他	78	13.1%	その他	124	20.9%

イ 仕様の規定状況

令和 4（2022）年度における仕様の独自規定の状況は以下のとおり。特に高校については、独自の仕様規定を設けている学校の割合が多いことが分かる。

【図表 11】仕様の規定状況

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「制服の仕様（いずれかの品目）について、貴校独自の仕様（オリジナル）の規定を設けている（例えば、仕様を踏まえ、メーカーがゼロからデザイン等を作成しているなど）」	207 (22.45%)	375 (63.03%)
回答②「制服の仕様（いずれかの品目）について、貴校独自の仕様（オリジナル）の規定を設けているが、メーカーが有する既存の製品ラインナップから選択している」	253 (27.44%)	131 (22.02%)
回答③「制服の仕様（いずれかの品目）について、貴校独自の仕様（オリジナル）ではないが、一定の仕様（例えば、「日本被服工業組合連合会の認証マークが付された学生服」など）の規定を設けている」	204 (22.13%)	27 (4.54%)
回答④「制服の仕様について、学校としての仕様はなく、特定のメーカーの既製品を制服として指定している。」	202 (21.91%)	29 (4.87%)
回答⑤「その他」	56	33

	(6.07%)	(5.55%)
--	---------	---------

ウ 販売店の指定状況

令和 4（2022）年度における販売店の指定状況は以下のとおり。特に高校については、指定販売店を学校が生徒に案内している場合が多いことが分かる。

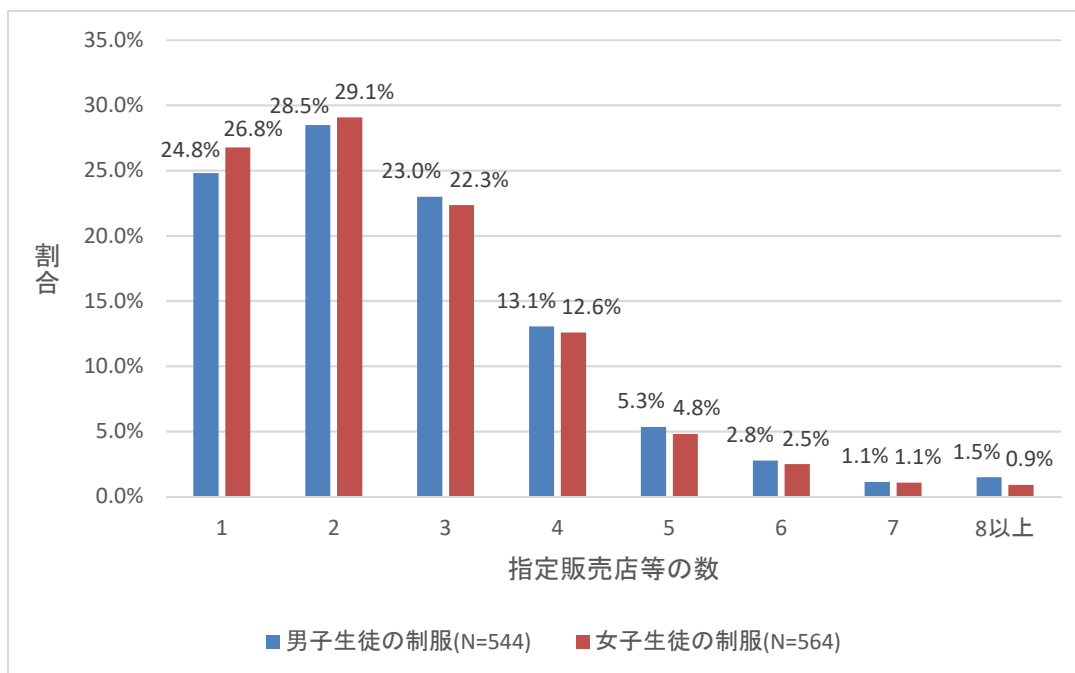
【図表 12】販売店の指定状況

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「貴校が指定する販売店（指定販売店）から制服を購入するよう案内している」	475 (51.52%)	505 (85.04%)
回答②「制服を取り扱う販売店の案内はするものの、貴校の仕様を満たすのであれば、貴校が案内する販売店以外で制服を購入してもよいと案内している」	280 (30.37%)	43 (7.23%)
回答③「販売店を案内していない（貴校が指定する制服の仕様を満たすのであれば、どこの販売店から購入してもよいとする等）」	142 (15.40%)	17 (2.86%)
回答④「その他」	25 (2.71%)	29 (4.87%)

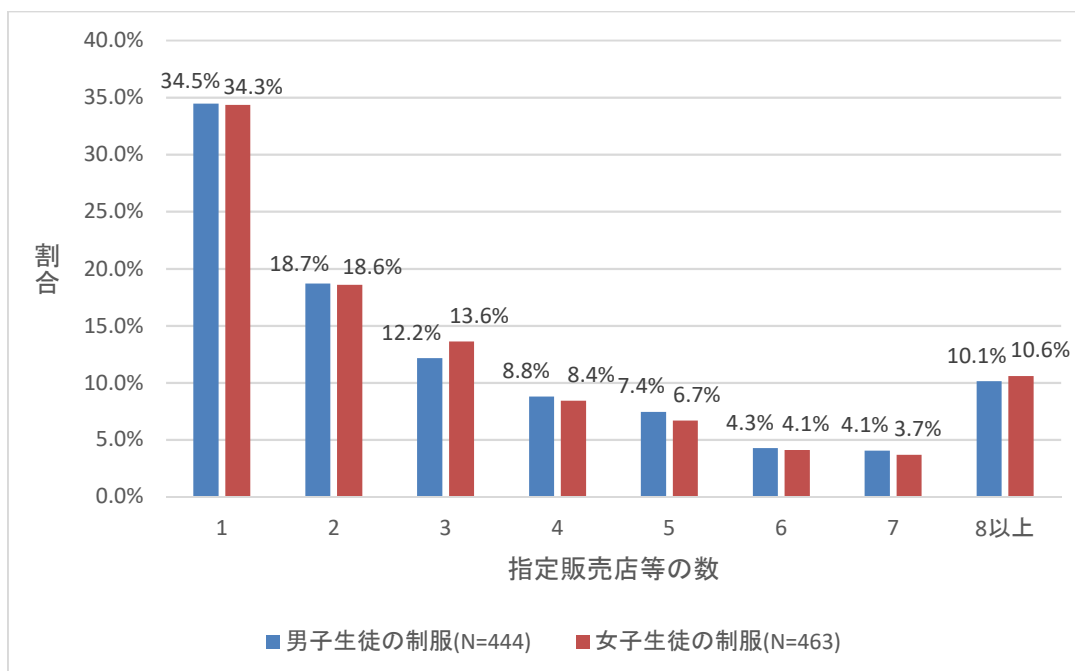
次に、生徒に販売店を案内している学校に対して、令和 4（2022）年度において生徒に案内している販売店の数を確認したところ、以下のとおりである。中学校については 2 店の販売店を案内している学校が最も多いのに対し、高校については、1 店の販売店を案内している学校が最も多い⁹。

⁹ なお、本設問については、アンケート開始当初、販売店数を男女別に分けない形式で設問を設けており、アンケート回答期間の途中で男女別に分ける形に設問の形式に変更した。当該当初期間に本設問に回答があった中学校 129 校について、指定販売店等の数が 1 店の学校は 33 校（25.6%）、2 店の学校は 40 校（31.0%）、3 店の学校は 21 校（16.3%）、4 店以上の学校は 35 校（27.1%）であった。また同様に回答のあった高校 72 校について、指定販売店等の数が 1 店の学校は 27 校（37.5%）、2 店の学校は 16 校（22.2%）、3 店の学校は 8 校（11.1%）、4 店以上の学校は 21 校（29.2%）であった。

【図表 13】 学校が案内する指定販売店等の販売店数（中学校）



【図表 14】 学校が案内する指定販売店等の販売店数（高校）



エ 仕様変更等

近年の仕様変更の状況を確認したところ、以下のとおり回答があった。中学校・高校それぞれ、制服の仕様について刷新（モデルチェンジ）又は一部変更を行っている学校が存在する。

【図表 15】仕様変更の状況

選択肢（複数選択可）	中学	高校
回答①「制服の仕様について刷新（モデルチェンジ）を行った」	116 (12.64%)	90 (15.15%)
回答②「制服の仕様について一部変更を行った」	96 (10.46%)	186 (31.31%)
回答③「制服を製造するメーカーを変更した」	22 (2.39%)	36 (6.06%)
回答④「学校としての仕様を廃止し、特定のメーカーの既製品を制服として指定した」	2 (0.2%)	2 (0.3%)
回答⑤「制服の仕様やメーカーに関する変更はしていない」	578 (63%)	257 (43.2%)
回答⑥「その他」	60 (6.5%)	38 (6.39%)
回答⑦「不明」	73 (7.9%)	23 (3.8%)

また、何らかの仕様変更を行った学校（図表 15 の①～④の回答を行った学校）に対して制服の仕様変更又はメーカーの変更により制服の販売価格に変更があったかを確認したところ、以下の回答があった。価格の変化状況は様々であるが、仕様変更やメーカーの変更が制服の販売価格の下落に結び付く事例があることが分かる。

【図表 16】仕様変更後の価格変化

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「仕様変更またはメーカーの変更に伴い制服の販売価格が上昇した」	62 (24.22%)	96 (32.54%)
回答②「仕様変更またはメーカーの変更に伴い制服の販売価格が下落した」	36 (14.06%)	62 (21.02%)
回答③「仕様変更またはメーカーの変更に伴う販売価格の変更はない」	84 (32.81%)	86 (29.15%)
回答④「不明」	74 (28.91%)	51 (17.29%)

(2) 平成 29 年報告書における提言内容の実施状況

平成 29 年報告書における公取委の提言に係る学校の対応状況は以下のとおり。

ア 各提言に係る実施状況

平成 29 年報告書における提言（前記第 2(1)参照）を以下の A～H に再分類し、それぞれの実施状況をアンケート対象の学校に対して確認した（実施時期については脚注 10 参照）。

以下図表 17～24 は、アンケートの結果（回答数）を示しており、また回答のうち各提言内容に係る対応を実施したことに相当するものを太字にしている¹⁰。

A. 販売店選定に当たっての入札・見積り合わせの実施

提言「学校においては、コンペ、入札、見積り合わせといった方法で制服メーカーや指定販売店等を選ぶこと」（図表 2 のア）に関して、販売店選定に当たっての入札・見積り合わせの実施状況は以下のとおり。特に高校において、入札、見積り合わせといった方法で指定販売店を選ぶこととしている学校が多いことが分かる。

【図表 17】販売店選定に当たっての入札・見積り合わせの実施

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「入札、見積り合わせといった方法で指定販売店を選ぶこととしている」	161 (17.56%)	334 (56.51%)
回答②「指定販売店を案内しているものの、その選定に当たり入札、見積り合わせといった方法は用いていない」	559 (60.96%)	227 (38.41%)
回答③「指定販売店を案内していない」	197 (21.48%)	30 (5.08 %)

B. メーカー指定の見直し

提言「制服の仕様が学校独自であることを理由に制服メーカーを指定している場合においてその指定の必要性を確認すること」（図表 2 のイ）に関して、メーカー指定の見直し状況は以下のとおり。中学校においては過半数の学校で従来からメーカーを指定して

¹⁰ それぞれの提言について、太字にされた選択肢の回答を行った学校に対して、以下選択肢の中からどの年度の学校制服の採用から当該提言に係る対応を実施したかを確認している。

①平成 26 年度以前、②平成 27 年度、③平成 28 年度、④平成 29 年度、⑤平成 30 年度、⑥平成 31 年度（令和元年度）、⑦令和 2 年度、⑧令和 3 年度、⑨令和 4 年度、⑩令和 5 年度、⑪平成 26 年度以前、27、28、29 年度のいずれか、⑫平成 30 年度、31 年度（令和元年度）、2、3、4、5 年度のいずれか、⑬不明

いないのに対して、高校についてはメーカー指定を行っている学校が多いが、メーカー指定の範囲・基準等の変更や廃止を行った学校が一部存在する。

【図表 18】 メーカー指定

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「従来メーカーを指定していたが、メーカー指定の必要性を確認した上で、メーカー指定範囲・基準等を変更した」	54 (6.01%)	75 (12.86%)
回答②「従来メーカーを指定していたが、メーカー指定の必要性を確認した上で、メーカー指定を廃止した」	9 (1.00%)	12 (2.06 %)
回答③「従来からメーカーを指定しているところ、メーカー指定の必要性を確認した上で、その指定先を維持している」	160 (17.80%)	217 (37.22%)
回答④「従来からメーカーを指定しているところ、メーカー指定の必要性については特に確認しておらず、その指定先を維持している」	177 (19.69%)	71 (12.18%)
回答⑤「従来からメーカーを指定していない」	463 (51.50%)	174 (29.85%)
回答⑥「その他」	36 (4.00%)	34 (5.83%)

C. 仕様開示

提言「新規参入希望者から制服の仕様開示を求められた際には特段の事情がない限り仕様の開示に応じること」（図表 2 のウ）に関して、新規参入希望者に対する仕様開示の状況は以下のとおり。中学校及び高校のいずれにおいても、仕様開示を求められた学校数は多くないものの、それらの事例では仕様の開示に応じているケースが多い。

【図表 19】 仕様開示

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「新規参入希望者からの仕様の開示を求められた事例では、仕様の開示に応じている」	106 (11.64%)	74 (12.54%)
回答②「新規参入希望者からの仕様の開示を求められた事例では、仕様の開示には応じていない」	8 (0.88%)	1 (0.17%)
回答③「新規参入希望者からの仕様の開示を求められた事例は近年把握していない」	797 (87.49%)	515 (87.29%)

D. 販売店による参加希望への回答状況

提言「販売店から参入希望の申入れが行われた際には合理的な理由のない限り回答の保留は行わないこと」（図表 2 のエ）に関して、販売店から参入希望の申入れが行われた

際の対応状況は以下のとおり。中学校及び高校のいずれにおいても、販売店から参入希望の申入れが行われた学校数は多くないものの、それらの事例では回答の保留は行っていないケースが多い。

【図表 20】販売店による参加希望への対応

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「販売店から参入希望の申入れが行われた事例では、回答の保留は行わなかった」	96 (10.51%)	102 (17.26%)
回答②「販売店から参入希望の申入れが行われた事例では、回答の保留を行ったことがある」	13 (1.42%)	12 (2.03%)
回答③「販売店から参入希望の申入れが行われた事例は近年把握していない」	667 (73.06%)	457 (77.33%)
回答④「指定販売店を案内していない」	137 (15.01%)	20 (3.38%)

E. 指定販売店の増減

提言「学校が、指定販売店等を案内している状況では、指定販売店等を増やすこと」（図表 2 のオ）に関して、指定販売店の増加状況は以下のとおり。指定販売店の数に変化が無いと回答した学校が多いものの、指定販売店の数を減らしたと回答した学校よりもそれを増やしたと回答した学校の方が多く、一定数の学校が指定販売店を増やしたといえる。

【図表 21】指定販売店の増減

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「指定販売店の数を増やした」	68 (7.41%)	68 (11.49%)
回答②「指定販売店の数に変化はない」	614 (66.88%)	436 (73.65%)
回答③「指定販売店の数を減らした」	31 (3.38%)	44 (7.43%)
回答④「指定販売店を案内していない」	205 (22.33%)	44 (7.43%)

F. メーカーの選定に当たってのコンペ

提言「学校においては、コンペ、入札、見積り合わせといった方法で制服メーカーや指定販売店等を選ぶこと」（図表 2 のア）に関して、メーカー選定に当たってのコンペの実施状況は以下のとおり。中学校ではメーカーを指定していない学校が多いが、高校では多

くの学校においてコンペ等によってメーカーを選ぶこととしていることが分かる。

【図表 22】 メーカーの選定に当たってのコンペ

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「コンペ等によってメーカーを選ぶこととしている」	201 (22.26%)	330 (55.93%)
回答②「メーカーの選定に当たりコンペ等は用いていない」	287 (31.78%)	131 (22.20%)
回答③「メーカーを指定していない」	415 (45.96%)	129 (21.86%)

G. 学校による価格への関与

学校が制服メーカーに対してコンペや見積り合わせを行う際に学校が制服の販売価格に関与する場合の提言に関して（図表 2 のカ〜ク¹¹⁾、上記 F で回答①「コンペ等によってメーカーを選ぶこととしている」と回答した学校に対して、メーカー選定における価格関与の状況は以下のとおり。中学校及び高校のいずれにおいても、何らかの価格関与を行っている学校が一定程度あることが分かる。

【図表 23】 学校が制服メーカーに対してコンペや見積り合わせを行う際の学校の関与（コンペ等によってメーカーを選ぶこととしている学校からの回答）

選択肢（複数選択可）	中学	高校
回答①「コンペや見積り合わせにおいて制服メーカーに求める提示価格を販売店への卸売価格とすることとしている」	74 (25.42%)	83 (23.31%)
回答②「コンペの参加要件の基準として、既存の制服又は他の中学校の制服の販売価格と同程度以下の想定販売価格を提示できることを定めることとしている」	73 (25.08%)	49 (13.76%)
回答③「コンペにおいて、新制服の販売価格を既存の制服の販売価格以下の価格にするよう要望している」	44 (15.12%)	45 (12.64%)
回答④「コンペや見積り合わせを実施しているが、①〜③の対応は実施していない」	78	147

¹¹ 再掲「学校が制服メーカーに対してコンペや見積り合わせを行う際に学校が制服の販売価格に関与する場合に、
カ コンペや見積り合わせにおいて制服メーカーに求める提示価格を販売店への卸売価格とすること
キ コンペの参加要件の基準として、制服メーカーに対して、既存の制服又は他の中学校の制服の販売価格と同程度以下の想定販売価格を提示できることを定めること
ク コンペにおいて、新制服の販売価格を既存の制服の販売価格以下の価格にするよう要望すること
といった方法によること」

	(26.8%)	(41.29%)
回答⑤「その他」	67 (23.02%)	64 (17.97%)

H. 独禁法違反行為誘発の可能性への対処

提言「学校が販売店に対して販売価格を抑制するよう依頼する場合には、販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で行われること」(図表2のケ)に関して、学校における対応状況は以下のとおり。中学校及び高校のいずれにおいても半数以上の学校が独占禁止法違反行為を誘発しない方法で依頼するよう、学校として意識していることが分かる。

【図表 24】 独禁法違反行為誘発の可能性への対処

選択肢（単一選択）	中学	高校
回答①「販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で依頼するよう、学校として意識したことはない」	417 (46.54%)	207 (36.00%)
回答②「販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で依頼するよう、学校として意識している」	461 (51.45%)	325 (56.52%)
回答③「販売店が共同して販売価格の決定を行うといった独占禁止法違反行為を誘発しない方法で依頼するよう、学校として意識した上で、具体的に対応をとっている」	18 (2.01%)	43 (7.48%)

イ 提言に係る対応を行った学校数の推移

上記アの各提言について（Hを除く）、提言に係る事項に対応した学校に対して（すなわち図表17から図表24の**太字**に該当する選択肢を回答した学校に対して）、どの年度の学校制服の採用から、当該提言に係る対応を実施したか（実施開始時期）を確認した¹²。

上記回答を踏まえ、提言に係る対応を行った学校数（累計）の年度ごとの推移を確認した。本節イでは、学校による提言への対応状況を総体的に捉えるため（また後記3(2)アの効果検証と関連付けるため）、以下のとおり販売店関連の提言とメーカー関連の提言の二つに分類（①又は②）し、各分類のうち何らか一つの提言を実施した学校数の累計推移を整理した。

①販売店関連の提言	②メーカー関連の提言
・販売店選定に当たっての入札・見積り合わせの実施（上記アのA） ・販売店による参加希望への回答状況	・メーカー指定の見直し（上記アのB） ・仕様開示（上記アのC） ・メーカーの選定に当たってのコンペ

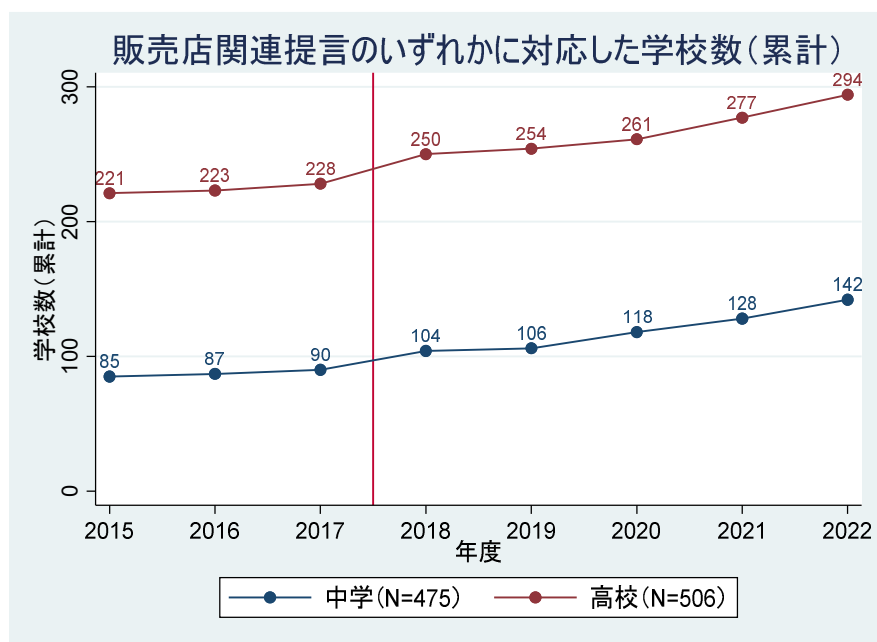
¹² 脚注10参照

(上記アの D) ・ 指定販売店の増減 (上記アの E)	(上記アの F) ・ 学校による価格への関与 (上記アの G)
---------------------------------	------------------------------------

A. 販売店関連の提言に係る対応状況

販売店関連の提言を何らか実施した学校数の累計の推移は以下のとおりである¹³。

【図表 25】①販売店関連のいずれかに対応した学校数 (累計)¹⁴



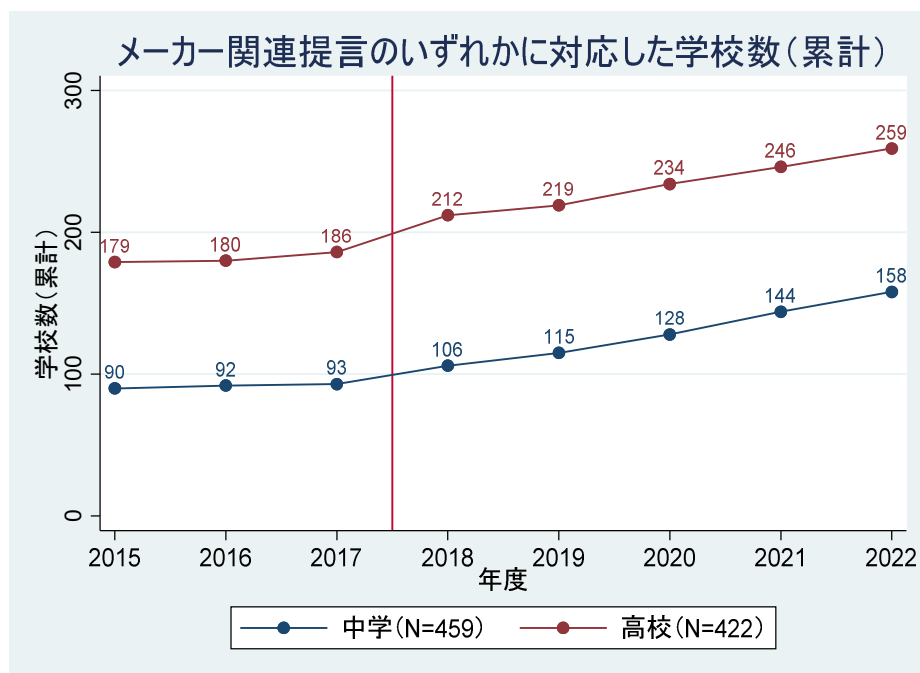
B. メーカー販売店関連の提言に係る対応状況

メーカー関連の提言を何らか実施した学校数の累計の推移は以下のとおりである。

¹³ 回答した年度以降の全ての年度において提言の内容を実施しているものとして計算している。また、「⑪平成 26 年度以前、27, 28, 29 年度のいずれか」の回答については平成 27 年度 (2015 年度) の学校制服の採用時点で当該提言対応を実施しているものとして、また「⑫平成 30 年度、31 年度 (令和元年度)、2, 3, 4, 5 年度のいずれか」の回答については平成 30 年度 (2018 年度) の学校制服の採用から当該提言対応を実施したものとして、それぞれ計算している。以下同じ。

¹⁴ ここでは、生徒に対して指定販売店を案内している学校の回答のみを反映している。

【図表 26】 ②メーカー関連のいずれかに対応した学校数（累計）¹⁵

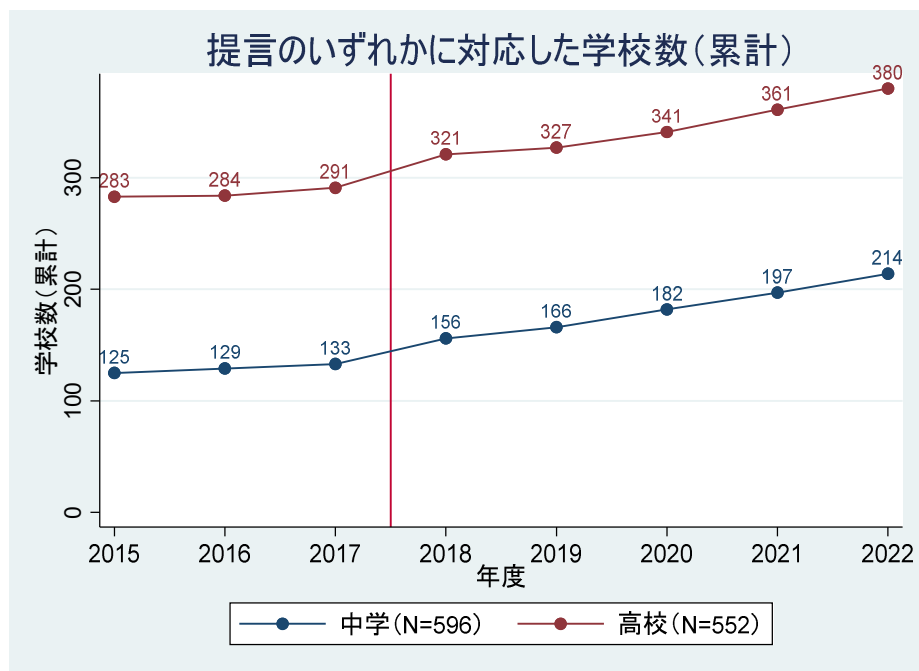


C. 何らか一つの提言に対応した学校の学校数

さらに販売店関連の提言又はメーカー関連の提言のうちいずれか一つ以上の提言に係る対応を行った学校数（上記 A 又は B のいずれかに該当する学校数）の累計の推移は以下のとおりである。

¹⁵ ここでは、制服のメーカーを指定している学校の回答のみを反映している。

【図表 27】 何らか一つの提言に対応した学校の学校数（累計）¹⁶



上記 A～C（図表 25～27）から、中学校・高校のいずれにおいても、平成 29 年報告書における提言に係る事項を開始した学校が年々増加していること、また、上記 C（図表 27）から、令和 4 年時点の状況として中学校のうち約 36%（596 校中 214 校）、高校のうち約 69%（552 校中 380 校）の学校において、提言に係る取組が行われていることが分かる。

次に、公正取引委員会が平成 29 年報告書を公表した後の平成 30（2018）年度以降の状況を確認する。学校が平成 29 年報告書を認知した後にこれらの提言に係る対応を実施するまでには一定の時間を要することも考えられるため、公表直後の平成 30（2018）年度の制服採用における学校の提言対応状況について一概に述べるのは困難であるものの、上記 A～C のグラフの傾きを通じてその推移状況を確認すると、平成 30（2018）年度以降はその傾きが大きくなっていることが分かる。このことからの平成 30（2018）年度以降は、それ以前と比べ、毎年より多くの学校がこれら提言に係る取組を開始していることがうかがえる。

¹⁶ ここでは、生徒に対して指定販売店を案内している又は制服のメーカーを指定している学校の回答を反映している。

3 制服価格の効果検証（長期アウトカムの検証）

本節では、前記第2の1のとおり、平成29年報告書に係る公正取引委員会のアドボカシー活動が学校制服価格に与えた影響を検証する（図表3のロジックモデルにおける長期アウトカム）。また前述のとおり、長期アウトカムの発現には、文部科学省が各都道府県教育委員会等に対して発出した通知を通じて平成29年報告書の周知が行われたというアウトプットも寄与していると考えられる。

以下、(1)で価格の推移を記述し、(2)で効果検証の結果を記載する。

(1) 価格状況

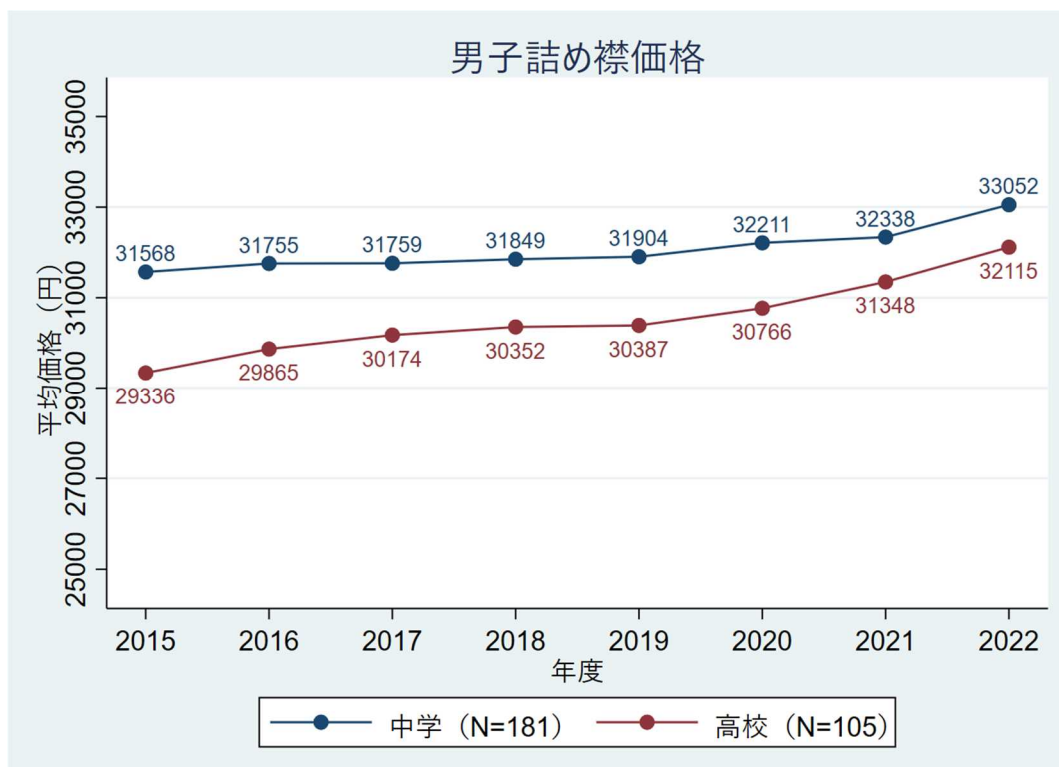
学校制服品目のうち主な品目（男子詰め襟、男子ブレザー、女子ブレザー、女子セーラー服、女子イートン服）の平均価格（税込み）の推移は以下のとおり（その他の品目の価格は別紙1）¹⁷。

これらの図表からは、上記のいずれの品目についても価格が上昇傾向にあることが分かる。

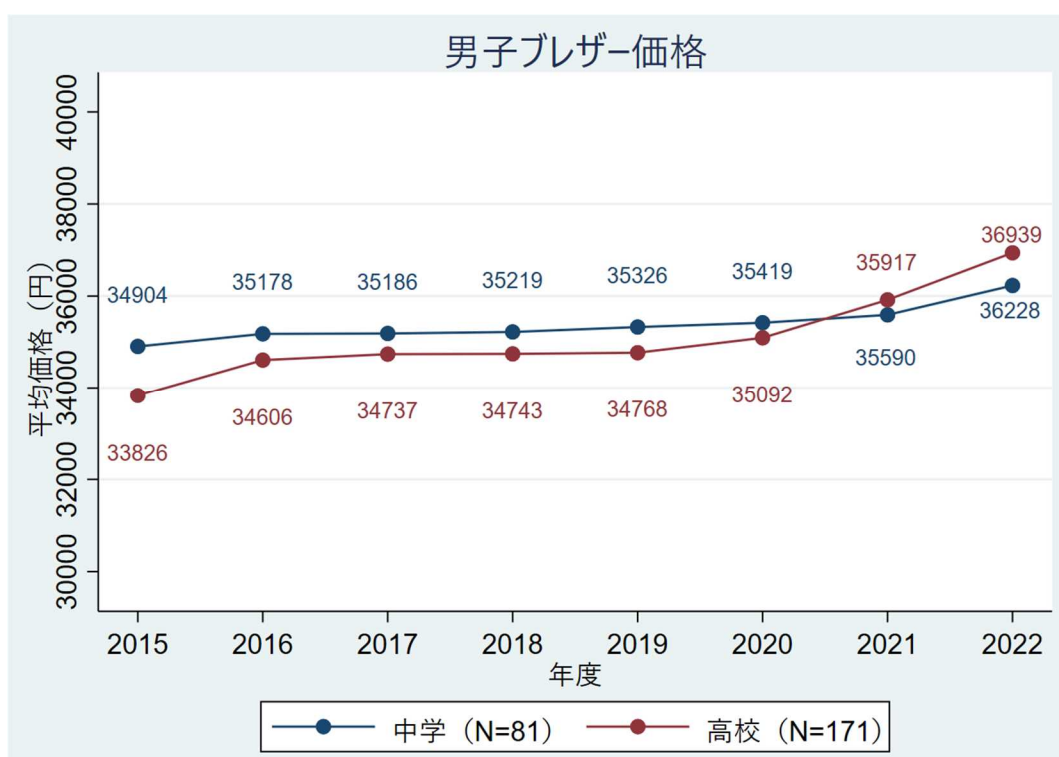
¹⁷ 第3の2（1）ウ「販売店の指定状況」において「貴校が指定する販売店（指定販売店）から制服を購入するよう案内している」又は「制服を取り扱う販売店の案内はするものの、貴校の仕様を満たすのであれば、貴校が案内する販売店以外で制服を購入してもよいと案内している」と回答した学校から価格データの回答を得ている。前記1(2)のとおり、回答の際は、年度ごとに、当該年度の各学校の指定制服を扱う販売店のうち（各品目の合計額でみて）最も販売価格が安価な一店の販売価格の回答を依頼した。

なお、以下図表28から図表32では、対象期間8年度分の全ての年度について価格を回答した学校のデータを用いて各年度の平均価格を算出している。こうした標本の限定を行わずに算出した各年度の平均価格は別紙1に記載している。

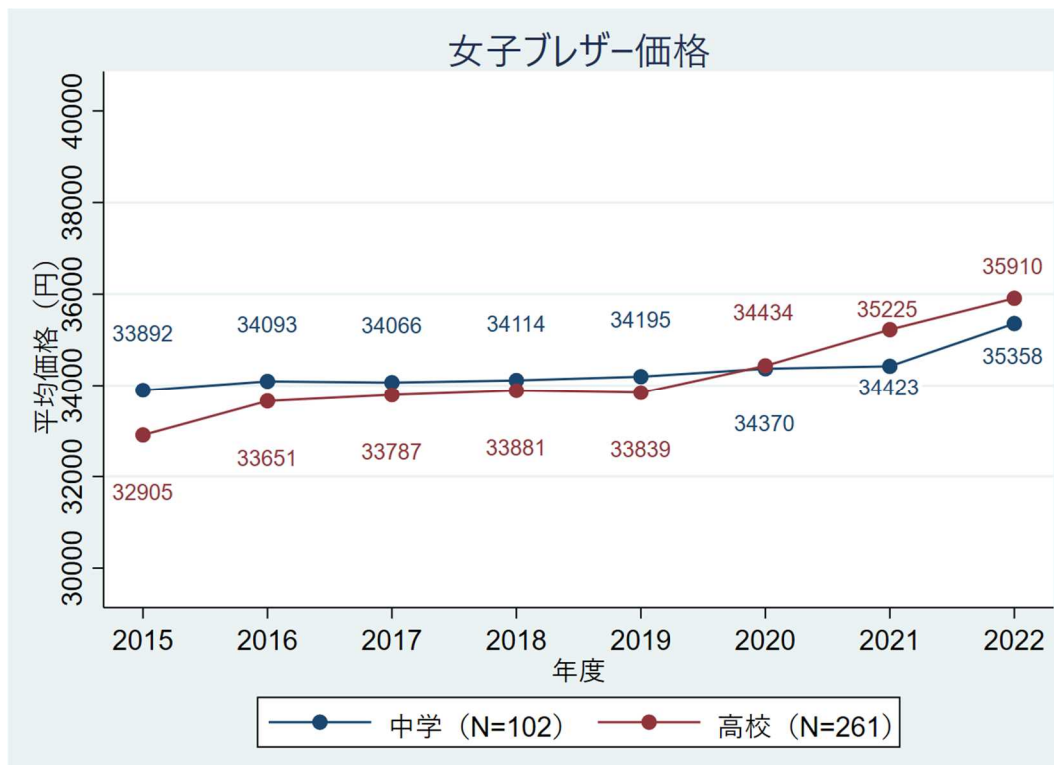
【図表 28】 男子詰め襟（平均価格（税込み）の推移）



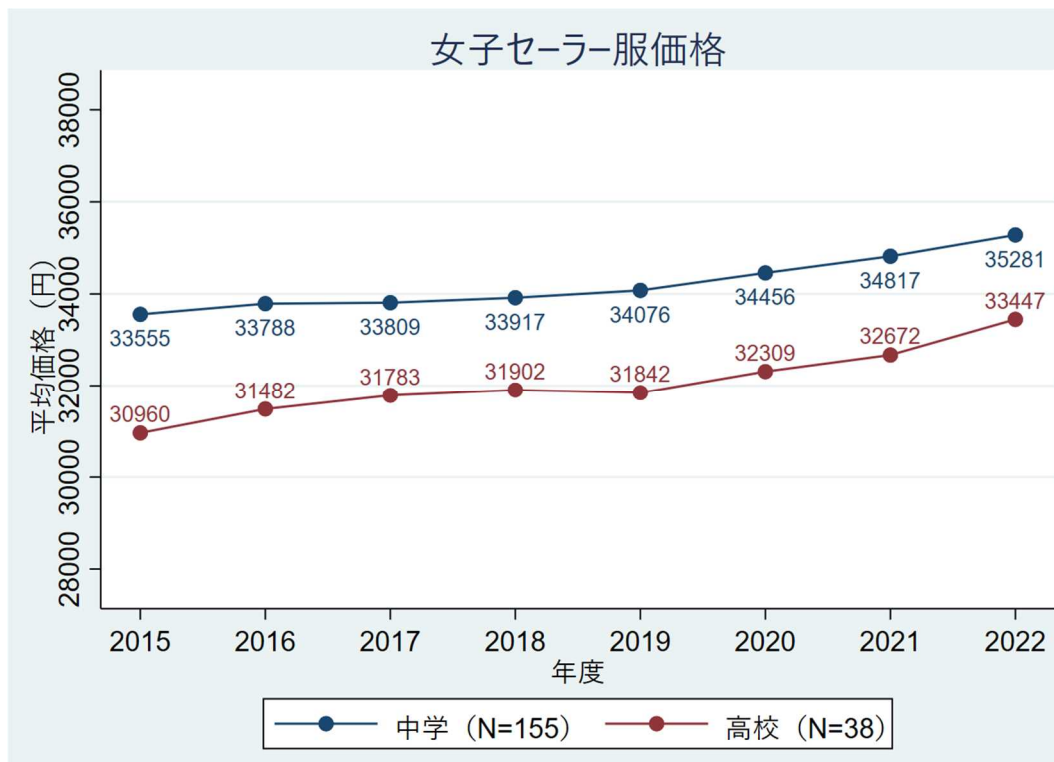
【図表 29】 男子ブレザー（平均価格（税込み）の推移）



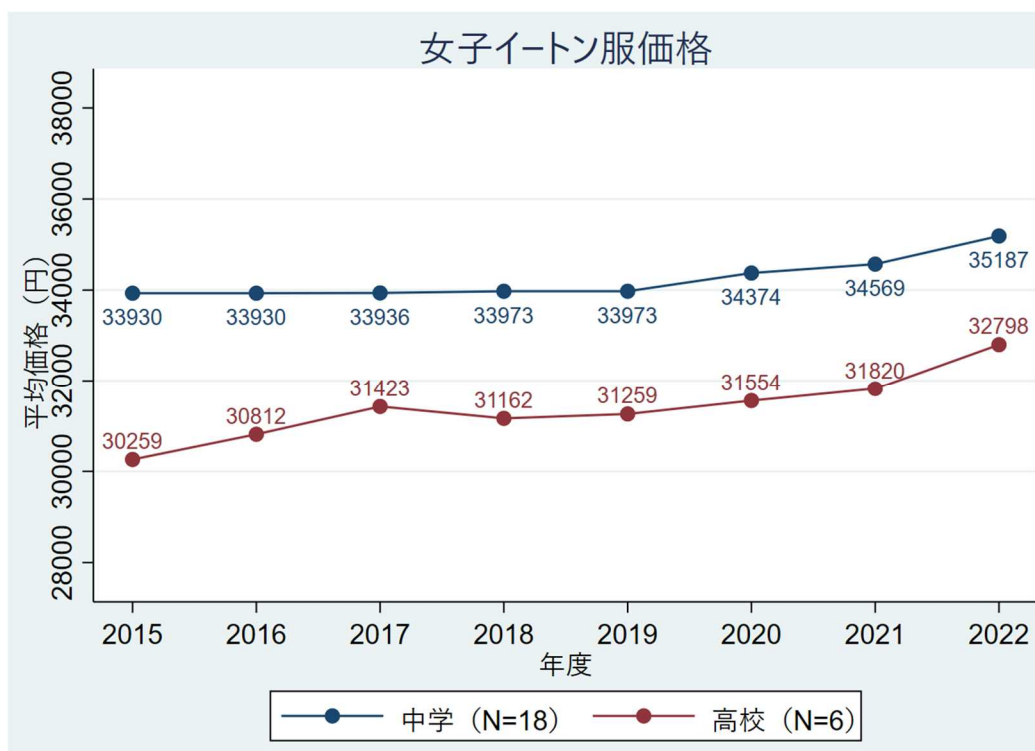
【図表 30】 女子ブレザー（平均価格（税込み）の推移）



【図表 31】 女子セーラー服（平均価格（税込み）の推移）



【図表 32】女子イートン服（平均価格（税込み）の推移）



(2) 制服価格の効果検証

前記(1)から学校制服価格は全般的に上昇傾向にあることが分かるが、学校制服価格は生産コストや消費税率の変動など様々な要因で決定されるため、その平均価格の動向を観察するだけでは上記を評価するのは困難であり、これらの価格変動要素の影響を取り除いて分析を行う必要がある。

本節では、差の差分析と呼ばれる手法を用いて公正取引委員会のアドボカシー活動が学校制服価格にどのような影響を及ぼしたかを検証した。一般的に、差の差分析は、ある特定の介入を受けたグループ（介入群：treatment group）と受けなかったグループ（統制群：control group）それぞれの、当該介入前後の指標データを用いて、介入群の介入前後の当該指標の差から、統制群の介入前後の当該指標の差を引くことにより、当該介入の効果のみを取り出そうとする分析手法である¹⁸。本事後検証では、アンケートで得た学校制服価格等の価格データを用いた差の差分析を実施することで、アドボカシー活動の学校制服価格に対する影響を確認した。

以下では、分析手法・結果の概要を記載する。

なお、第3の3(2)の経済分析の実施に当たっては、東京大学エコノミックコンサルティ

¹⁸ 差の差分析により正しく効果検証を行う前提として、介入群と統制群のグループの指標データは、介入前は同様のトレンドにあり、また介入後のトレンドの違いは介入のみによって生じている必要がある（いわゆる平行トレンド又は共通トレンドの仮定）。

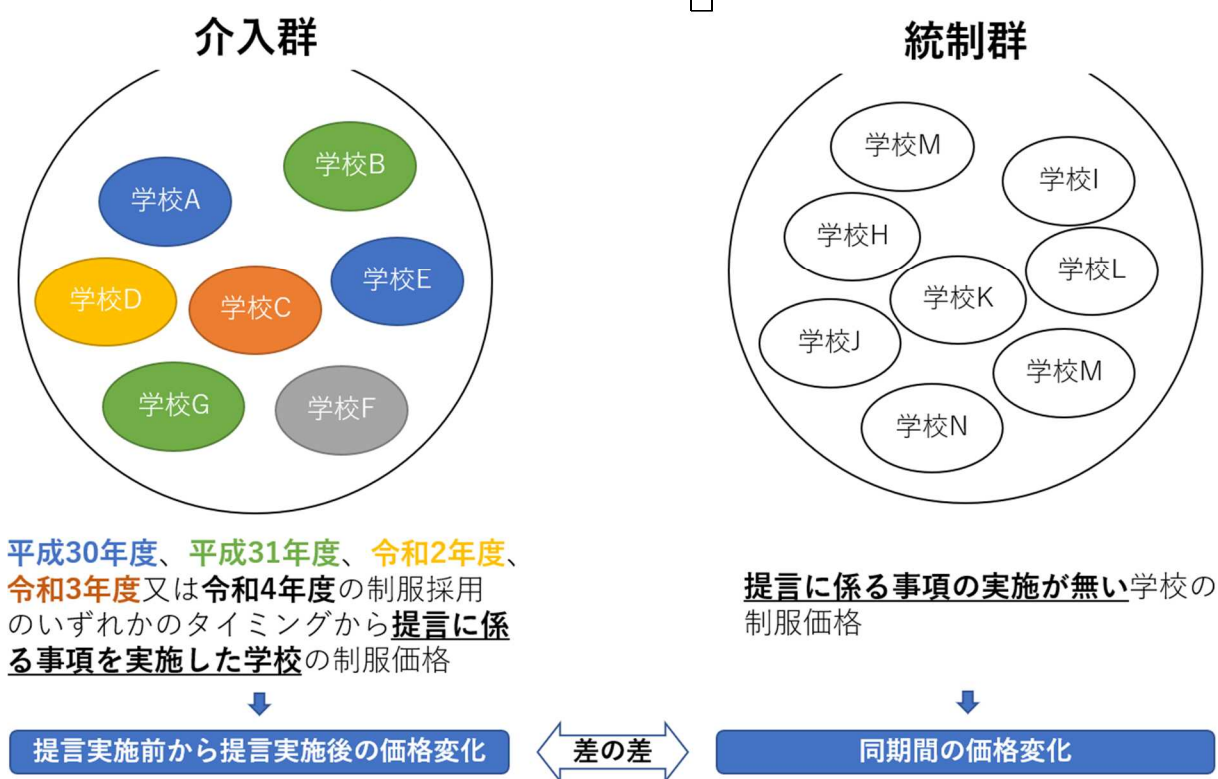
ング株式会社に経済分析業務を委託した。詳細な分析結果は別紙2のとおり。

ア 提言実施の効果

本節では、公正取引委員会が平成 29 年報告書において提言した事項を学校が実施したことにより、学校制服価格にどのような影響が生じたかを検証した。

具体的には、平成 30（2018）年度以降に提言を実施した学校のグループを介入群、提言を実施しなかった学校のグループを統制群と設定し、介入群の学校における提言の実施以降の両者の価格状況の変化を、差の差分析を用いて分析した。

【図表 33】 分析のイメージ（提言実施の効果の検証）¹⁹



（分析方法の詳細）

- 介入群の学校それぞれで提言に係る事項を実施した年度が異なることを念頭に分析を行う必要があることから、通常の差の差分析と異なり、介入時期が異なることを考慮した Staggered 差の差分析と呼ばれる手法を用いている。また、提言実施からの経過年数ごとに提言実施の効果が変化することを想定した分析を実施した（いわゆるイベ

¹⁹ 上記の介入群と統制群の設定においては、元々学校制服の取引に関する問題意識が高い学校が介入群に多く振り分けられている可能性がある（介入群と統制群の振り分けがランダムではない可能性がある。）。したがって、介入群と統制群の価格変動の差の要因は平成 29 年報告書における提言実施の効果に限られない可能性があり、分析結果の解釈は慎重に行う必要がある。

ントスタディ・デザイン)²⁰。

- 提言を実施した学校（介入群）のサンプルサイズを確保する観点から、中学校と高校のサンプルを分けずに分析を行った。また分析は品目別に行われるところ、品目については、介入群について十分なサンプルサイズを確保することのできたブレザー価格（男子及び女子）を用いて分析を実施した。
- 介入群の設定に当たり、介入群のサンプルサイズを確保するため、以下3パターンの介入群を設定し、それぞれ別々の分析を行った²¹²²。

介入群パターン・A 前記2(2)イ C と同じ要領で、いずれかの提言のうち一つでも実施すれば当該学校は提言を実施したグループ（介入群）として扱った（以下ア）。

介入群パターン・B 前記2(2)イ A と同じ要領で、販売店に関する提言を一つでも実施すれば当該学校は提言を実施したグループ（介入群）として扱った（以下イ）。

介入群パターン・C 前記2(2)イ B と同じ要領でとメーカーに関する提言を一つでも実施すれば当該学校は提言を実施したグループ（介入群）として扱った（以下ウ）。

（分析結果の概要）

以下では、上記の三つの介入群のパターンごとに、差の差分析の結果を示す。グラフの読み方は以下のとおり。

- ・ 縦軸は、分析で推定された効果を示している。ここでいう効果とは「介入群における価格の変化（差）」と「統制群における価格の変化（差）」の差（すなわち差の差）である。また、ここでの差の差は価格そのものではなく価格の「変化率」を用いて表してい

²⁰ 前提として、ここでは、平成 29（2017）年 11 月の報告書公表以降、同報告書が全国の公立中学校及び公立高校に対して周知された結果、各学校が提言の内容を認知し、その結果、提言された内容に係る事項を実際に実施したという前後関係を一律に想定している。学校が提言の内容を認知した後、それに係る事項を実際に実施するまでに要する期間は学校によって異なると考えられるが、例えば、①平成 29 年報告書公表直後の平成 30（2018）年度から提言の実施を開始した学校のデータについては、「提言開始から 0 年後」（平成 30（2018）年度）から「提言実施から 4 年後」（令和 4（2022）年度）まで、また②令和 3（2021）年度から提言の実施を開始した学校のデータについては「提言開始から 0 年後」（令和 3（2021）年度）から「提言実施から 1 年後」（令和 4（2022）年度）までの価格データとして、それぞれ提言実施の効果測定に用いられることとなる。

²¹ 個別の提言に係る効果の分析を行うことも考えられるが、学校が複数の提言を実施しているため個別の提言の効果のみを取り出して分析することは困難であるなどの理由により、効果の推定が困難である。

²² 介入群に含まれる学校は、平成 29（2017）年度の制服採用以前に提言を実施した学校はサンプルから除外している。また統制群の学校は、介入群パターン A、B 及び C のいずれの場合においても、平成 29（2017）年度の制服採用以前・以後いずれも、いずれの提言に係る事項も実施していない。

る。

- ・ 横軸の読み方は以下のとおり。本件では、提言を実行してからの経過年ごとに効果（差の差）を推定しており、提言を実施する直前の年（グラフの横軸「-1」）を基準として、提言を実行してからの経過年ごとに（横軸の「0」～「4」）、基準年からみた効果（差の差）を推定している。例えば、提言の実施を開始した年（提言実施1年目）の効果は横軸「0」に、提言実施3年目の年の効果は横軸「2」に示される。
- ・ なお、横軸の「-7」から「-2」で示される値は、提言を実行する前の「介入効果」であり、この変化率が「0」に近いとき、提言を実行する前の年度において介入群と統制群の間に同様の価格トレンドがあった（すなわち差の差分析で効果を推定するための平行トレンドの仮定が満たされている）ということが示唆される²³。

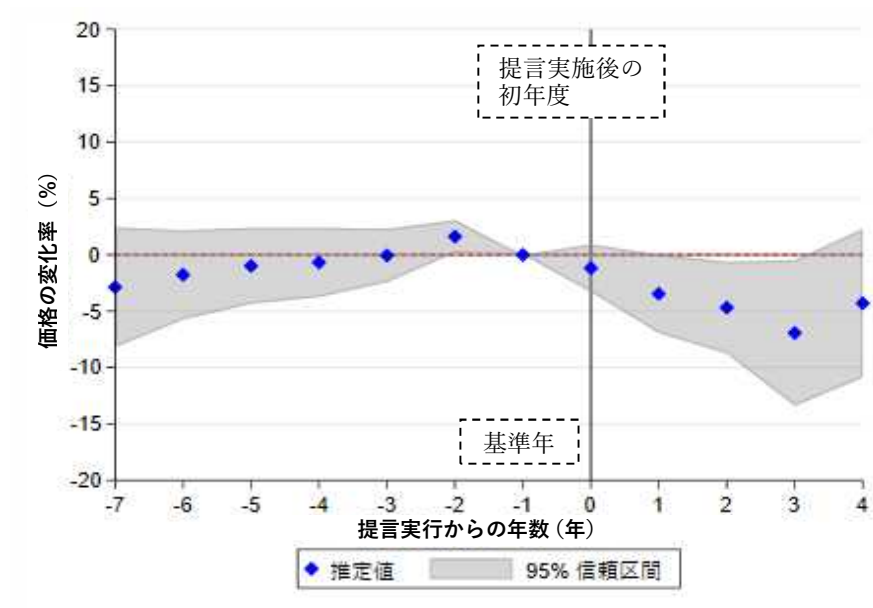
A. いずれかの提言を実施することの効果

何らかの一つ以上の提言を実施した学校を介入群とした場合に、提言実施前後の価格変化率の推定値を図表 34 にプロットした。提言実施1年前の価格変化率を基準（0%）とした場合に、提言を実施した1年後には介入群のブレザー平均価格は統制群と比較して約 3.5%低下している。提言実施から2年後～3年後には価格の変化率はさらに大きく、それぞれ約 4.7%の低下、約 6.9%の低下となっており、これらは統計的に有意な値であった²⁴。提言を実施した年の価格の変化率の下落幅は小さいが、提言実施から1年後～3年後にかけて価格の変化率は右肩下がりになっている。提言実施から4年後には価格の変化率の下落幅は縮小している。

²³ 以下図表 34～36 では、横軸の「-7」から「-1」で示される変化率の値がいずれもおおむね 0 の近傍に位置しており、平行トレンドの仮定が満たされていることが示唆される。

²⁴ 1 年後は 10%水準、2 年後及び 3 年後は 5 %水準で有意な結果であった（有意性の詳細は別紙 2 の 14 ページ参照）。

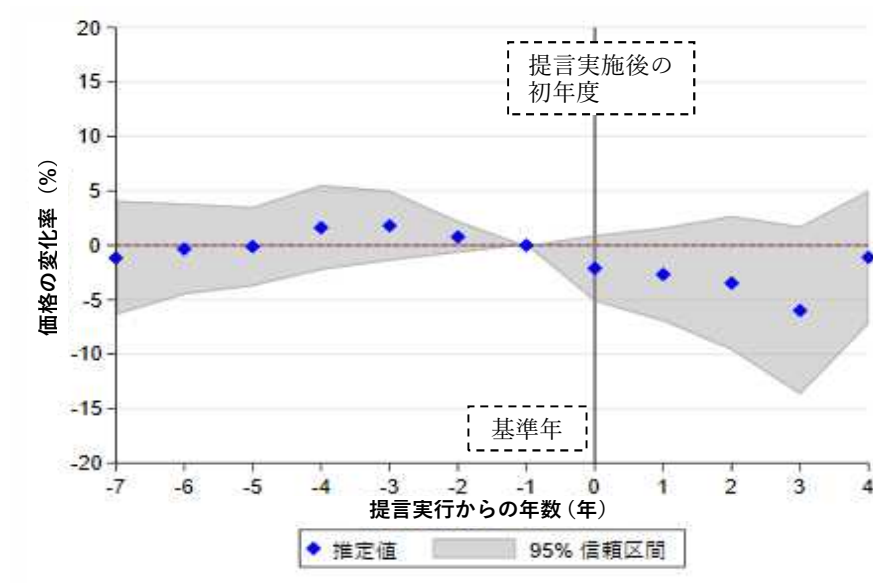
【図表 34】 いずれかの提言を実施することの効果（変化率（差の差）の推移）



B. 販売店に関する提言を実施することの効果

次に、「販売店に関する提言」を何らかの一つ以上実施した学校を介入群とした場合、実施効果の推定結果では、提言実施1年前の価格変化率を基準とした場合に、提言実施後にブレザー価格の変化率は、統計的に有意に低下していることは見られなかったものの（有意性の詳細は別紙2の14ページ参照）、図表35から、価格の変化率は提言実施後に下降していることが分かる。

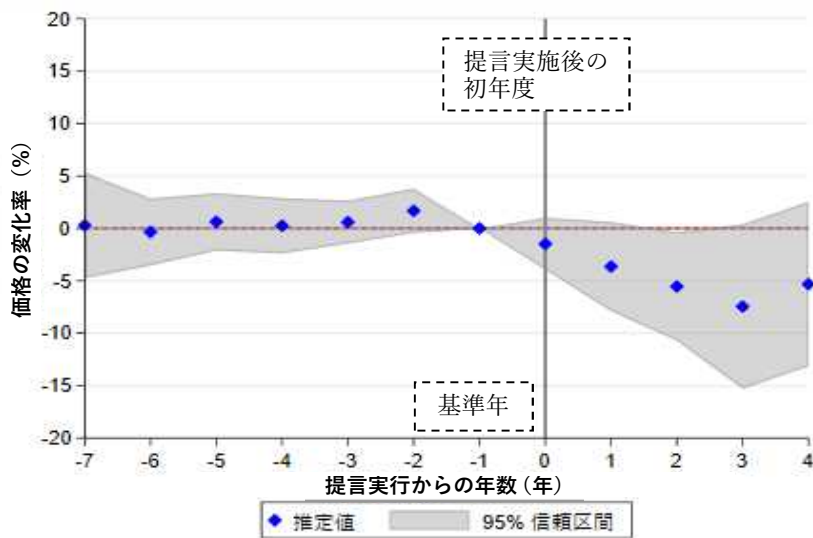
【図表 35】 販売店に関する提言を実施することの効果（変化率（差の差）の推移）



C. メーカーに関する提言を実施することの効果

「メーカーに関する提言」を何らかの一つ以上実施した学校を介入群とした場合、図表 36 のとおり、実施効果の推定結果では、提言実施 1 年前の価格変化率を基準とした場合に、提言を実施した 1 年後に価格の変化率は約-3.6%、2 年後に約-5.5%、3 年後に約-7.4%となっており、これらは統計的に有意な結果であった²⁵。メーカーに関する提言を実施した学校のブレザー価格変化率は提言実施後に低下していることが分かる。

【図表 36】 メーカーに関する提言を実施することの効果（変化率（差の差）の推移）



イ アドボカシー活動を通じて発生した全体的な価格効果（他の服製品価格との比較）

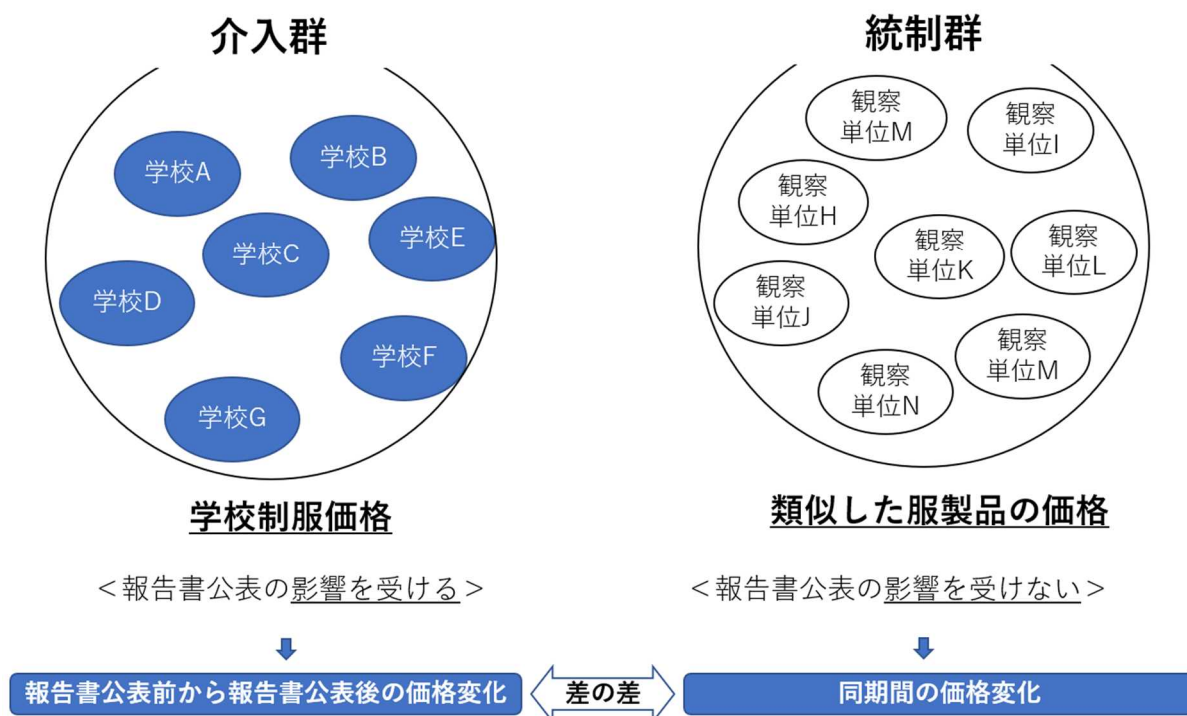
本節では、全国の学校制服価格とその他の服製品の価格を比較することで、平成 29 年報告書の公表に係るアドボカシー活動が学校制服価格全体にどのように影響したかを検証する。図表 3 のロジックモデルでは、平成 29 年報告書の公表後、学校がその提言に係る事項を認知して実践することで（中期アウトカム）、その学校の学校制服価格が相対的に下落（長期アウトカム）する経路を記述しており、前記アはその検証を行ったものである。他方で、学校制服価格の下落は、平成 29 年報告書の公表を踏まえ、それを契機に、①学校が上記提言に係る取組以外の取組を自発的に行う、又は②制服メーカーや制服販売店がそのイニシアティブにおいてより競争的に行動するなど、上記ロジックモデルとは異なる経路を通じて発現することも想定される。そこで本節では、平成 29 年報告書の公表（アウトプット）を契機に全国の学校制服価格全般がどのように変化したかを、提言事項を実施した学校の制服価格に限定せずに総体的に把握することで、平成 29 年報告書の公表に係るアドボカシー活動が学校制服価格に対して及ぼした全体的な効果を検証す

²⁵ 1 年後は 10%水準、2 年後は 5 %水準、3 年後は 10%水準で有意な結果であった（有意性の詳細は別紙 2 の 14 ページ参照）。

る。

検証の方法として、平成 29 年報告書公表の影響を受けることのない(学校制服以外の)服製品の価格を、学校制服価格(提言事項を実施した学校の制服価格に限定しない。)との比較対象に用いる。具体的には、平成 29 (2017) 年度以前に学校制服価格と同様の価格トレンドを見せ、また仮に平成 29 年報告書の公表が無ければ平成 30 年度以降も学校制服価格と同様の価格トレンドが見られたと考えられる服製品の価格を統制群と設定し、学校制服価格(介入群)と比較することで、公取委による平成 29 年報告書の公表後の平成 30 (2018) 年度以降に、学校制服価格にどのような変化がみられたかを差の差分分析を用いて検証した。

【図表 37】 分析のイメージ (アドボカシー活動を通じて発生した全体的な価格効果)



(分析方法の詳細)

- ・ 具体的な介入群及び統制群のデータとして、アンケート調査によって取得した学校制服価格を介入群、小売物価統計における「背広服」又は「婦人用スーツ」の価格を統制群と設定した。
- ・ 収集したデータでは介入群と統制群の平成 29 (2017) 年度以前の価格データに明確な平行トレンドが見られなかったことから、「Synthetic 差の差分分析」と呼ばれる手法を用い、平成 29 (2017) 年度以前の両者の価格データに平行トレンドがみられるようにデータの合成を行った上で分析を実施した(詳細は別紙2 付録参照)。また、報告書公表からの経過年数ごとに提言実施の効果が異なることを想定した分析を実施した。
- ・ 分析は品目別に実施したところ、以下では、前記アと同様に、男女ブレザーを用いた

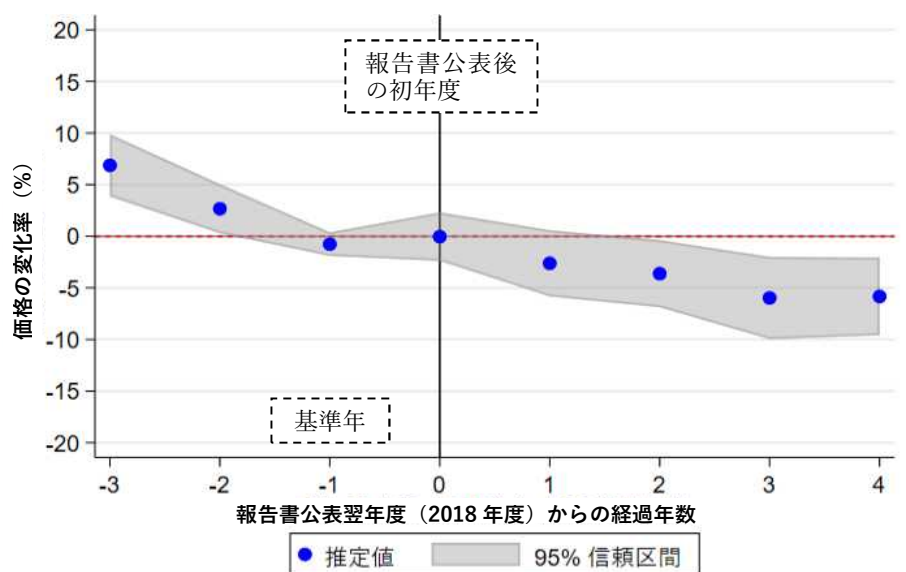
分析結果について記載する。また以下では、介入群のサンプルは中学校と高校のサンプルを分けずに分析を行った²⁶。

（分析結果）

以下では差の差分析の結果を示す。グラフの読み方は以下のとおり、

- ・ 縦軸は、図表 34～36 と同様、本件で分析された効果（「介入群における価格の変化（差）」と「統制群における価格の変化（差）」の差）を「変化率」を用いて表している。
- ・ 横軸の読み方は以下のとおり。本件では、平成 29（2017）年 11 月に報告書が公表された翌年度（すなわち 2018 年度）からの経過年ごとに効果（差の差）を推定しており、2017 年度（グラフの横軸「-1」）を基準として、2018 年度からの経過年ごとに（横軸の「0」～「4」）、基準年からみた効果（差の差）を推定している。例えば、2018 年度における効果は横軸「0」に、2020 年度における効果は横軸「2」に示される。
- ・ また、横軸の「-3」から「-2」で示される値の読み方は図表 34～36 と同様である²⁷。

【図表 38】 アドボカシー活動を通じて発生した全体的な価格効果（変化率（差の差）の推移）



平成 29 年報告書の公表に係るアドボカシー活動が、ブレザー価格変化率に及ぼした全体的な効果の推定値を図表 38 にプロットした。図表 38 では、上記の効果が現れた初年

²⁶ 中学校及び高校別のサンプルを用いた検証結果については別紙 2 参照

²⁷ 図表 34～36 と異なり、横軸が「-1」のときの縦軸の値は 0 とはならない。これは上記「分析方法の詳細」に記載した「Synthetic 差の差分析」において介入群と統制群のデータに合成処理を加えることで起こる分析手法上の理由による。

を 2018 年度とし、価格の変化率を平成 30（2018）年度からの経年期間で示す。各推定値（介入群と統制群の価格の変化率の差）は報告書公表翌年度（2018 年度）から「0 年後」に 0.03%、「1 年後」に-2.6%、「2 年後」に-3.6%、「3 年後」に-6%、「4 年後」に-5.8%であった。報告書公表直後の 2018 年度（公表翌年度から 0 年後）～2019 年度（公表翌年度から 1 年後）は、上記の推定値は有意ではないが、2020 年（公表翌年度から 2 年後）～2022 年（公表翌年度から 4 年後）は有意で負の値であった²⁸。図表 38 から、2018 年度以降、ブレザー価格の変化率は負の値をとり、平成 29 年報告書公表に係るアドボカシー活動は全体的に制服価格を引き下げた可能性が示された²⁹³⁰。

上記のとおり、平成 29 年報告書の公表をタイミングとして、全国の学校制服価格が背広服や婦人用スーツに比べて相対的に下落していることが分かる。この分析は、全国の学校制服価格が平成 29 年報告書公表を契機にどのようなメカニズムによって下落したかを検証したものではないが、報告書公表という公正取引委員会のアドボカシー活動を通じて学校制服価格が相対的に下落している可能性を示唆するものである。

4 小括

前記 2 のとおり、平成 29 年報告書の提言内容の学校における実施状況について、平成 29 年報告書公表以降、一定程度の学校において、平成 29 年報告書における提言内容の実施が進んだといえる。

また、学校制服価格について、

- ・ 前記 3(1)のとおり、平成 29 年報告書公表後に提言内容を実施した学校の制服価格は、提言内容を実施していない学校の制服価格に比べて下落傾向にあることが確認された。平成 29 年報告書がその公表後に全国の公立中学校・公立高校に周知されたという前提

²⁸ 公表翌年度から 2 年後は 5 %水準、3 年後及び 4 年後は 1 %水準で有意な結果であった（有意性の詳細は別紙 2 の 28 ページ参照）

²⁹ ただし、報告書公表翌年度からの 2～3 年前（上記グラフの「-3」及び「-2」）の変化率が大きく、差の差分分析を実施する前提の平行トレンドの仮定が完全には確保されていない点には留意が必要である。

³⁰ なお、男女ブレザー以外の品目（男子詰め襟及び女子セーラー服）を介入群に用いて同様の分析を行ったところ、以下の推定値が得られた。

- ・ 男子詰め襟：報告書公表翌年度（2018 年度）から「0」年後に 0.6%、「1 年後」に-1.5%、「2 年後」に-1.8%、「3 年後」に-5.7%、「4 年後」に-4.7%であった（「3」年後から「4」年後にかけて統計的に有意であった）。
- ・ 女子セーラー服：報告書公表翌年度（2018 年度）から「0」年後に-0.7%、「1 年後」に-3.7%、「2 年後」に-6.6%、「3 年後」に-7.8%、「4 年後」に-9.3%であった（「1」年後から「4」年後にかけて統計的に有意であった）。

これらから、男子詰め襟及び女子セーラー服についても、2018 年度以降、価格の変化率（差の差）は負の値を取り、報告書公表が制服価格を引き下げた可能性が示された。

を踏まえると、平成 29 年報告書の公表・周知が上記の価格下落に結び付いていると考えられる。

- ・ 前記 3(2)のとおり、全国の学校制服価格（男女ブレザー）は、平成 29 年報告書公表以降は、背広服や婦人用スーツの価格と比べ下落傾向にあることがうかがえる。どのような因果関係によって全国の学校制服の価格が相対的に下落したかまでは明らかではないものの、報告書の公表のタイミングを契機に全国の学校制服価格が下落する傾向がみられたことから、公取委における報告書の公表・周知が全国の学校制服価格の相対的な下落に結び付いている可能性が示唆される。

これらの価格下落率は、金額に換算して、ブレザー（上下）一着の購入当たり、おおむね 2,000 円程度の価格下落額に相当すると考えられる³¹。

事後検証の観点からすると、これらの状況は、前記第 2 の 1(2)で設定したロジックモデルにおける中期アウトカム及び長期アウトカムが一定程度達成され、平成 29 年報告書の公表・周知（アドボカシー活動）が一定程度その成果を上げていることを示唆している。

³¹ ここでは以下のとおり概算を行っている。

提言実施前における男女のブレザー価格をおおむね 35,000 円とし、前記 3(2)ア（介入群パターン A）における有意な価格下落率のうち最も時期が遅いものが提言実施から 3 年後の 6.9%であること、前記 3(2)イの分析における有意な価格下落率のうち最も時期が遅いものが公表翌年度から 4 年後の 5.8%であることを踏まえ、価格下落額を 35,000 円に 6.3%を乗じて 2,200 円とおおまかに計算した。

第4 豊田6校の状況

1 アンケート概要

以下のとおり、令和4（2022）年12月、学校に対するアンケートを実施した。

(1) 送付先

令和2年命令において、名宛人となった販売店による違反行為の対象となっていた県立高校6校（豊田6校）に対して、任意の協力の下で回答を依頼し、全ての学校から回答を得た。

(2) アンケートの概要

任意の協力の下、主に以下のデータの提供を依頼した。

- ① 愛知県教育委員会に対する公正取引委員会の通知を踏まえた対応
- ② 過去6年間（平成29（2017）年度～令和4（2022）年度）の制服価格
 - ・ 年度ごとに、男女別・制服品目ごとの価格データ。
 - ・ 各校の指定制服を取り扱う全ての販売店ごとに価格を回答。
- ③ 制服の取引状況（指定販売店の案内の有無等）

2 豊田6校における対応状況（中期アウトカムの検証）³²

(1) 留意事項に係る対応

排除措置命令を行った際、公正取引委員会は、愛知県教育委員会に対し、今後同教育委員会所管の県立高等学校が指定販売店に対し制服に関する依頼等をする場合には、その依頼等が指定販売店による制服の販売価格についての情報交換の契機とならないよう留意すべきである旨通知した（前記第2の2参照）。

豊田6校各校においてその後に行った対応をアンケートで確認したところ、各校において、従来行っていた「指定販売店各社の制服の販売価格等を掲載した共通チラシを作成するよう指定販売店に依頼すること」、「制服に関する自校の要望等を特定の指定販売店を通じて他の指定販売店に伝達すること」又は「指定販売店各社を一堂に集めた打合せ会の開催」が現在は行われていないことが確認された。

こうした状況から、豊田6校において販売店による情報交換の契機とならないよう行動が取られており、ロジックモデルにおける中期アウトカムが達成されていることが分かる。

(2) 指定販売店の構成

豊田6校各校の制服を取り扱う販売店を年度ごとに確認したところ、違反行為に係る

³² 以下第4では、個別の学校名やその学校制服価格の特定を避けるため、豊田6校各校の各品目・各販売店に係る具体的な価格やその集計値（平均値、最低値等）、推移状況については記載していない。

合意が消滅した令和 2（2020）年度以降、それ以前と比べて各校の指定販売店の構成が変化し、中には、指定販売店として新規の販売店を追加した学校もある。

【図表 39】 豊田 6 校における令和 2（2020）年度以降の指定販売店の構成の変化（令和元（2019）年度以前との比較）³³

指定販売店の構成の変化	該当学校数
指定販売店の構成に変化が無かった	1 校
指定販売店のうち 1 店の取扱いが無くなった	3 校
指定販売店のうち 1 店の取扱いが無くなり、また、新規に指定販売店が 1 店増えた。	1 校
指定販売店のうち 1 店の取扱いが無くなり、また、新規に指定販売店が 2 店増えた。	1 校

(3) その他の取組

公正取引委員会の平成 29 年報告書における提言事項に関連して、豊田 6 校で実施している取組を確認したところ、以下のとおり対応が行われていた（本節(2)に關係する販売店関連のものを除く。）。

- ・ 「入札、見積り合わせといった方法で指定販売店を選ぶこととしている」と回答した学校が 1 校あった（令和 5 年度の制服の採用から実施）。
- ・ 「従来からメーカーを指定しているところ、指定するメーカー（指定先）を変更した」、「コンペ等によってメーカーを選ぶこととしている」及び「コンペの参加要件の基準として、既存の制服又は他の高校の制服の販売価格と同程度以下の想定販売価格を提示できることを定めることとしている」と回答した学校が 1 校あった（いずれも令和 2 年度から令和 5 年度までのいずれかの制服の採用から実施）。

3 価格の効果検証

以下では、豊田 6 校の学校制服価格の状況を検証する。検証に当たっては図表 6 で設定した中期アウトカム及び長期アウトカムに着目した上で、公取委のエンフォースメント活動が価格にどのような影響を与えているかを分析した。

分析の視角を設定するに当たり、令和 2 年命令における認定内容を参照する。図表 40 のとおり、排除措置命令（令和 2 年 7 月 1 日）の前に違反行為の合意が消滅していることを踏まえ、本節の検証では、合意の継続期における制服の価格と、合意の消滅期における制服の価格の 2 者を念頭に置き、両者の比較・分析を行う。その上で、本分析上の整理

³³ 各校において取扱いが無くなった販売店 1 店はいずれも共通の販売店で、これは当該販売店が制服販売事業から撤退したことによるものである。

として、認定された合意の消滅時期を考慮し、令和元（2019）年度（平成 31 年度）までの制服価格を合意の継続期における制服の価格、令和 2（2020）年度以降の制服価格を合意の消滅期における制服の価格として分析上の設定を行った。

【図表 40】排除措置命令における認定（令和 2 年命令）

・ <u>本件制服の販売価格を共同して引き上げる旨の合意の下に、本件制服の仕入価格の上昇が見込まれる場合等には、会合を開催するなどの方法により、本件制服の販売価格を決定するなどしていた。</u> ・ <u>合意に基づき、本件制服の販売価格を、おおむね引き上げていた。</u> ・ <u>令和元年 9 月 18 日、本件について、公正取引委員会が立ち入り検査を行ったところ、同日以降、合意に基づく行為は取りやめられている。このため、同日以降、同合意は事実上消滅しているものと認められる³⁴。</u>



（1）販売店ごとの価格の動向に関する分析（中期アウトカムの検証）

第一に、合意の消滅期における制服の価格に関して、各販売店において、違反行為の合意（制服の販売価格を共同して引き上げる旨の合意）と相反する価格設定の動きが見られたかどうかという観点から検証を行った。各販売店の価格設定状況を確認するため、豊田 6 校からアンケートで回収したデータを用いて、各学校の制服品目単位で、合意が消滅した令和 2 年度以降の、指定販売店ごとの価格の動きを観察した。検証には制服品目のうち最も主要な品目を用いることとし、豊田 6 校各校の、男子詰め襟又は男子ブレザー並びに女子ブレザー又は女子セーラー服をそれぞれ 1 制服として（6 校それぞれ 2 制服ずつ）、計 12 制服を扱った³⁵。

アンケートで回収した価格データ（平成 29（2017）年度から令和 4（2022）年度までの 6 年度分）のうち、合意消滅期間である令和 2（2020）年度以降の価格設定の状況は以

³⁴ 豊田 6 校のうち 5 校に係る排除措置命令では合意の消滅について上記のとおり認定されているところ、残る 1 校に係る排除措置命令では、「・・・は、平成 31 年 3 月 28 日、課徴金減免に係る報告及び資料の提出に関する規則・・・に基づき、公正取引委員会に対して・・・を提出するとともに、・・・の担当者に対して・・・合意に基づく行為を行わない旨の指示を行い、同日以降、同合意に基づく行為を行っていない。このため、同日以降、同合意は事実上消滅しているものと認められる」と認定されている。

³⁵ なお、女子ブレザーについては、女子ブレザー単品ではなくそれ以外の付属品目とのセット価格を回答した学校があり、当該学校については当該セット価格を用いて推移等を確認している。

下のとおりである³⁶⁾。

【図表 41】 各販売店における価格の設定状況（品目ごと）³⁷⁾

価格の状況	該当制服数
パターン①：令和 2（2020）年度以降、指定販売店のうち、ある販売店は 1 年度前と比較して価格を引き上げる一方、他の販売店は 1 年度前と比較して価格を据え置く動きがみられた。	5 制服
パターン②：令和 2（2020）年度以降、指定販売店のうちある販売店は 1 年度前と比較して価格を引き上げる一方、他の販売店は 1 年度前と比較して価格を引き下げる動きがみられた。	0 制服
パターン③：令和 2（2020）年度以降、指定販売店のうちある販売店は 1 年度前と比較して価格を据え置く一方、他の販売店は 1 年度前と比較して価格を引き下げる動きがみられた。	0 制服
パターン④：上記①及び②の動きがみられた。	1 制服
パターン⑤：上記①及び③の動きがみられた。	2 制服
パターン⑥：上記①、②及び③の動きがみられた。	4 制服
パターン⑦：上記①、②又は③のいずれの動きもみられなかった（全ての指定販売店が同年度に価格を引き上げている、又は全ての指定販売店が同年度に価格を据え置いている。等）	0 制服

図表 41 で示した状況から、合意の消滅後の令和 2（2020）年度以降は、豊田 6 校の主要な制服品目の全てについて、各販売店の価格設定において違反行為に係る合意状況（制服の販売価格を共同して引き上げる旨の合意）とは異なる状況が発生しているといえる。これに対して、合意の継続期間に当たる平成 30（2018）年度及び平成 31（2019）年度は、上記 12 制服のうち 2 制服についてはパターン③に相当する動きがそれぞれ 1 年度だけ見られたものの、それ以外の 10 制服については、各販売店の制服価格には上記図表 41 のパターン①からパターン⑥に相当するような動きはいずれも見られなかった。

上記事実から、合意の消滅後、各販売店において過去の合意に縛られずに価格設定が行われていることが示唆されたといえる。

³⁶⁾ 令和元年 10 月から消費税の引き上げが行われたところ、上記の合意の消滅やその学校制服価格への影響とタイミングが重なることを考慮し、税抜価格を用いて検証した。

³⁷⁾ 令和 2 年度から令和 4 年度の少なくとも一つの年度において、前年度からの比較においてそのような価格の動きがみられる品目をカウントしている。

(2) 価格下落状況の分析（長期アウトカムの検証）

次に、公取委のエンフォースメント活動の影響を確かめる手段として、豊田 6 校の制服価格が相対的に下落しているか否かという観点から検証を行った。

以下では、各学校の制服を取り扱う販売店における価格のうち、消費者にとって最も安く制服を購入できる価格に着目する観点から、各学校の各品目について、「年度ごとに、各学校の指定制服を扱う販売店のうち最も販売価格が安価な一店の販売価格」（当該年度の最低価格）に着目して分析を行う³⁸。

ア 学校制服価格の水準

まず、学校制服価格の上昇・下落状況を観察する。前記図表 41 で扱った 12 制服について、令和 2（2020）年度以降の各年度において、

- ・ 令和元（2019）年度と比べ、最低価格が上昇したか。
- ・ 1 年度前と比べ、最低価格が上昇したか。

を確認した。

令和元（2019）年度と令和 4（2022）年度の価格を比較した場合、これら計 12 制服のうち、計 7 制服において最低価格が下落、計 5 制服において最低価格が上昇していた。また前年度の価格と比較した場合、令和 2（2020）年度から令和 4（2022）年度にかけて、上記の計 7 制服においては少なくとも一度は最低価格が下落する年度があったが、それ以外の計 5 制服においては最低価格が下落した年度が一度も無かった。

【図表 42】 税抜価格の水準

		令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
制服 1	令和元年度との比較	→	↑	↓
	1 年度前との比較	→	↑	↓
制服 2	令和元年度との比較	→	↑	↑
	1 年度前との比較	→	↑	↑
制服 3	令和元年度との比較	↓	↓	↓
	1 年度前との比較	↓	↑	→
制服 4	令和元年度との比較	→	↑	↑
	1 年度前との比較	→	↑	→
制服 5	令和元年度との比較	→	→	↑
	1 年度前との比較	→	→	↑
制服 6	令和元年度との比較	→	→	↑
	1 年度前との比較	→	→	↑

³⁸ 脚注 36 同様、税抜価格を用いて検証した。

制服 7	令和元年度との比較	→	→	↓
	1 年度前との比較	→	→	↓
制服 8	令和元年度との比較	→	→	↑
	1 年度前との比較	→	→	↑
制服 9	令和元年度との比較	→	→	↓
	1 年度前との比較	→	→	↓
制服 10	令和元年度との比較	→	→	↓
	1 年度前との比較	→	→	↓
制服 11	令和元年度との比較	↓	↓	↓
	1 年度前との比較	↓	↑	↓
制服 12	令和元年度との比較	↓	↓	↓
	1 年度前との比較	↓	↑	↓

(注:「→」「↑」「↓」はそれぞれ、基準年度と比較して当該年度の税抜価格が「同水準である」「上昇した」「下落した」ことを示している。)

イ 全国平均額との差分

前記アを踏まえ、合意の消滅が令和 2（2020）年度以降の学校制服価格の下落・上昇状況にどのように影響したかを検証する。そのためには、学校制服価格の絶対水準の推移を確認するだけでなく、関連データを踏まえたより詳細な検証が必要である。

以下では、豊田 6 校の学校制服価格の下落・上昇状況と合意の消滅との関係を分析するため、豊田 6 校の学校制服価格と全国の学校制服の平均価格を比較した検証を行った。具体的には、以下のとおり、「豊田 6 校各校の各年度における制服価格」と「当該年度における同様の品目の全国の学校制服の平均価格」の差分（前者から後者を引いた金額）を計測し、その変動状況を観察・分析している。当該差分は、豊田 6 校の制服価格が全国の制服価格と比べて相対的に下落している場合、減少することとなる。

A. データ

上記の観察に用いる品目として、豊田 6 校と全国データとで品目を揃える必要があり、豊田 6 校の中で最も多くのサンプルを確保できる品目、すなわち豊田 6 校間で共通で採用されている品目を選ぶことが誤差の少ない分析を行う上で望ましいことから、男子詰め襟（豊田 6 校のうち 5 校で採用）及び女子ブレザー（豊田 6 校のうち 4 校で採用）を分析に用いる品目として採用した³⁹。

また全国の学校制服平均価格は、第 3 のアンケートで回収したデータを用いる。

³⁹ 脚注 36 同様、税抜価格を用いて検証した。

B. グラフ

豊田 6 校のうち男子詰め襟又は女子ブレザーを採用している各校（以下「豊田各校」という。）の、年度ごとの全国平均価格との差分を、男子詰め襟及び女子ブレザーそれぞれについてグラフにすると以下のとおりである。

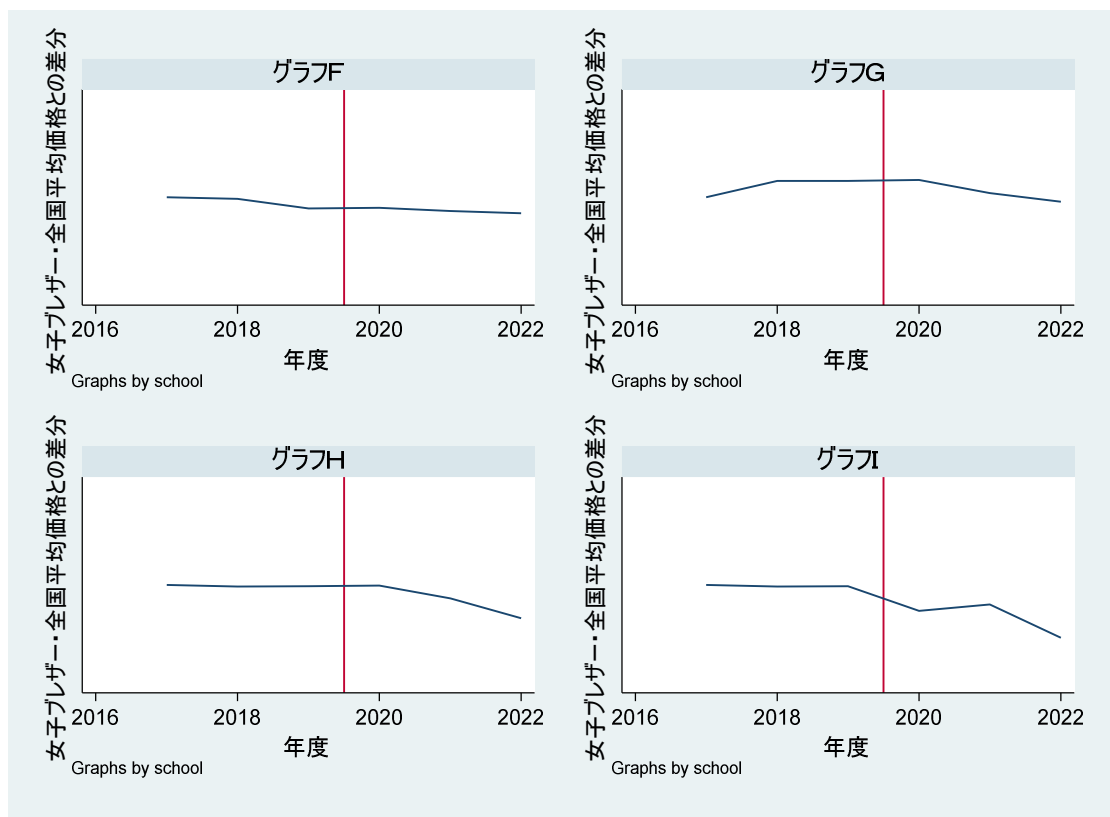
【図表 43】 豊田各校の男子詰め襟制服価格と全国平均価格の差分（学校ごと）



（注）縦軸は男子詰め襟制服の全国平均価格との差分（円）。ただし、個別の学校名やその最低販売価格の特定を避けるため学校名や縦軸の数値は省略している。また、グラフごとに平成 29（2017）年度の値が縦軸の中央に表示されるようにしており、縦軸の目盛りは共通ではない。

なお、豊田 6 校のうち 1 校は男子詰め襟の採用が無い。

【図表 44】 豊田各校の女子ブレザー制服価格と全国平均価格の差分（学校ごと）



(注) 縦軸は女子ブレザー制服の全国平均価格との差分（円）。ただし、個別の学校名やその最低販売価格の特定を避けるため学校名や縦軸の数値は省略している。また、グラフごとに平成 29（2017）年度の値が縦軸の中央に表示されるようにしており、縦軸の目盛りは共通ではない。

なお、豊田 6 校のうち 2 校は女子ブレザーの採用が無い。

上記の図表からは、全般的に、合意の消滅期間である令和 2（2020）年度以降、グラフが右肩下がりに推移しており、豊田各校の制服価格と全国の学校制服価格の差分が減少している傾向にあることが分かる。

C. 経済分析

上記の観察結果について、回帰分析の手法を用いてさらに検証を行った。具体的には、豊田各校の学校制服価格について、合意消滅期間における学校制服価格が合意継続期間における学校制服価格と比べて有意に下落しているという効果がみられるかどうかを前後比較分析によって検証したところ、その結果は図表 45 のとおり（詳細な分析結果は別紙 3）。⁴⁰

⁴⁰ 本経済分析では、公正取引委員会において、データの制約の範囲内で必要最低限の検証を実施した。具体的には、別紙 3 のとおり、前後比較分析と呼ばれる手法を用いて違反行為に係る合意消滅ダミーの推

【図表 45】 回帰分析の結果

被説明変数 (「豊田各校の制服価格」－「全国平均価格」)	男子詰め襟	女子ブレザー
合意消滅有無に関するダミーの係数の推計値 (標準誤差)	-995.0603 *** (219.1544)	-786.7671 *** (231.3547)
観測数	30	24

Note1) 定数項の記載は省略した

Note2) ***は 1%水準であることを示す。

経済分析の結果、合意消滅期間では、合意継続期間と比較したときに、豊田各校の制服価格と全国の学校制服価格の差分が統計的に有意に減少していることが分かった。この結果から、合意の消滅後、男子詰め襟及び女子ブレザーについて、全国制服価格との相対的な状況を踏まえると、豊田各校の制服価格が下落傾向にあるということが認められた。

4 小括

前記 2 から、豊田 6 校において販売店による情報交換の契機とならないようその行動が変容しており、販売店による価格カルテルの誘発を防止するよう行動が取られていることが確認された。

前記 3(1)から、豊田 6 校の学校制服を取り扱う販売店における販売価格について、公正取引委員会のエンフォースメント活動によって違反行為を行っていた販売店の合意が消滅した以降は、それが消滅する以前とは異なる形で、各販売店が価格を設定していることが確認された。このことは、合意の消滅後、各販売店において消滅した過去の合意に縛られずに価格設定が行われていることを示唆している。

前記 3(2)から、豊田各校の男子詰め襟及び女子ブレザーの価格について、公正取引委員会のエンフォースメント活動によって違反行為を行っていた販売店の合意が消滅した以降は、それが消滅する以前と比べ、全国平均価格との差分が有意に減少する効果が確認された。このことは、合意の消滅後、豊田各校の男子詰め襟及び女子ブレザーの価格が相対的に下落していることを示している。

これらのデータ状況から、令和 2 年命令に係る公正取引委員会のエンフォースメント活動の結果として、前記第 2 の 2(2)で設定したロジックモデルにおける中期アウトカム及び長期アウトカムが一定程度達成されたことが示唆される。また、こうした中期・長期アウトカムについては、公正取引委員会による愛知県教育委員会に対する通知を通じて、豊田 6 校において販売店による情報交換の契機とならないような行動変容等があったこと（前記 2 の中期アウトカム）も相まってその効果が現れていると考えられる。

計値を計測している。

第5 結論

（事後検証の結果と意義）

第3のとおり、平成29年報告書の提言事項の実施が学校において一定程度進むとともに、こうした提言事項の実施に学校制服価格を低減させる効果が確認された。また、第4のとおり、豊田6校において制服販売店の情報交換の契機とならないよう行動が変容するとともに、学校制服の販売店における不当な取引制限に係る合意の消滅後に豊田各校における学校制服価格が相対的に下落傾向にあることが確認された。

第3の3(1)のとおり学校制服価格全般は長期にわたり上昇傾向にある。近年は物価上昇の影響により家計の負担が大きくなる傾向にあることに鑑みれば、学校制服購入に係る保護者負担が軽減される意義は大きいと考えられる。

（学校関係者に対する期待）

本事後検証結果を踏まえると、学校関係者においては、制服メーカー間及び販売店間の競争が有効に機能するよう、平成29年報告書における提言事項の実施を引き続き進めていくこと、また、販売店による価格カルテルを誘発しないため、指定販売店への依頼等が指定販売店による制服の販売価格についての情報交換の契機とならないようにすることが有効・重要である。上記のとおり学校制服取引に係る学校の取組はここ近年で総じて進展していることが確認できたものの、提言に係る取組を実施した学校の割合に鑑みれば（直近時点では中学校で約36%、高校で約69%。23ページ参照）、学校における取組の実施は更に広がり得るものと思われる。

本事後検証報告書で行った分析・評価は、学校制服のうち特にブレザーや詰め襟の品目に焦点を当てたものであるが、それ以外の学校制服品目についても同様の指摘ができ、また、学校制服以外の学用品について販売店やメーカー等を指定する慣行が存在する場合、上記事項を実施することで価格低下がもたらされると考えられる。

学校関係者においては、上記を踏まえ取組を行うことが期待され、そうした取組によって、保護者負担の軽減が更に継続的・実効的に達成されるものと考えられる。

（事後検証の示唆と今後の取組）

上記に示された学校の対応や制服価格の低下といったアウトカムは、公正取引委員会による報告書の周知、排除措置命令、学校関係者に対する通知・要請といった、事案に応じた多様なアウトプットが組み合わさって発現したことが示唆される。特に、平成29年報告書の周知や令和2年命令に際した通知に当たっては、公正取引委員会によるイニシアティブに加え、文部科学省及び各教育委員会の自発的又は公正取引委員会による要請を踏まえた取組によってその周知に係るアウトプットが拡充されており、関係行政機関が果たした役割が大きいこともロジックモデルの検証を通じて明らかになった。

公正取引委員会としては、関係行政機関とも連携しつつ、学校関係者に対して積極的に本事後検証の結果やこれまでの提言等の周知を図ることによって、学校制服価格の低減

を通じた保護者負担の軽減に向けた取組を今後も進めていくこととする。

以上