

# 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

平成29年11月

公正取引委員会事務総局

## 目 次

第 1	調査の趣旨等	1
1	調査の趣旨	1
2	調査対象等	1
(1)	調査対象	1
(2)	調査方法	1
第 2	制服の概要	2
1	制服について	2
2	制服の市場	2
3	制服の流通	3
4	制服の販売価格の動向	4
第 3	制服の指定・仕様	5
1	制服の指定	5
2	制服の仕様	6
(1)	制服の仕様	6
(2)	自治体による制服の仕様の共通化	8
3	制服の仕様開示	8
(1)	制服の仕様開示	8
(2)	今後仕様開示の要求があった場合の対応	11
第 4	制服の仕様変更	12
1	仕様変更の概要	12
2	仕様変更の手続等	13
3	仕様変更の際に重視した点	14
第 5	学校と制服メーカーとの関係	15
1	制服メーカーの指定	15
2	学校と制服メーカーとの契約	16
3	指定する制服メーカーの見直し	16
4	制服メーカーから学校への金品の提供	18
第 6	学校と制服の販売店との関係	19
1	学校による販売店の案内	19
(1)	販売店の概要	19
(2)	指定販売店を案内する学校	20
(3)	取扱販売店を案内する学校	20
(4)	販売店を案内しない学校	21
2	学校による指定販売店等の選定	22
(1)	指定販売店等の案内理由	22
(2)	指定販売店等の選定基準	23

(3) 学校と指定販売店等との契約	24
3 指定販売店等の状況	25
(1) 販売店数	25
(2) 販売店数の変動	25
4 販売店の新規参入・見直し	27
(1) 販売店から学校への申入れ	27
(2) 今後販売店から申入れがあった場合の学校の対応	28
(3) 指定販売店等の見直し	29
5 販売店から学校への金品の提供	30
第7 制服の販売価格の決定	31
1 販売価格の決定者	31
2 学校による販売価格の交渉	32
3 仕様変更の際の価格条件	33
4 仕様変更時の学校による価格交渉の事例	33
5 制服メーカーによる販売店の販売価格への関与	34
6 販売店間における同一の販売価格	35
7 その他（販売店間における販売地域の割り振り）	36
第8 制服の販売価格	37
1 制服一式の販売価格	37
(1) 制服一式の販売価格	37
(2) 制服一式の種類別の販売価格	39
2 自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合の販売価格	40
3 学校が制服メーカーを指定している場合の販売価格	40
4 販売店の案内方法の違いによる販売価格	41
5 指定販売店等の販売店数の違いによる販売価格	41
6 学校が販売価格の決定に関与している場合の販売価格	42
7 学校が定期的に入札又は見積り合わせを行っている場合の販売価格	43
8 実証分析	44
第9 中古制服の活用	45
1 制服のリサイクル等	45
2 制服の中古販売	46
第10 制服の取引における公正な競争の確保	47
1 制服取引の市場環境	47
(1) 制服メーカー	47
(2) 制服の販売店	47
2 競争政策上の考え方	48
(1) 制服メーカー及び販売店の販売活動等に対する学校の関与	48
(2) 制服メーカーにおける取引実態・慣行	52

(3) 販売店における取引実態・慣行	5 3
3  まとめ	5 4
(1) 学校に対して期待する取組	5 4
(2) 制服メーカー及び販売店に対して期待する取組	5 5
(3) 公正取引委員会の今後の取組	5 5

## 第1 調査の趣旨等

### 1 調査の趣旨

公正取引委員会は、特定の分野における事業活動の実態等について、競争政策の観点から調査を行い、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、契約条件等がみられた場合、調査結果を公表し、事業者等による自主的な改善を促すこととしている。

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。

このような状況を踏まえ、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、今般、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することとした。

### 2 調査対象等

#### (1) 調査対象

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の制服に関する取引について調査を行った<sup>1</sup>。

#### (2) 調査方法

調査は、平成28年12月から平成29年7月にかけて、次の方法により実施した。

##### ア 書面調査

全国の公立中学校約1万校の中から、600校に対し、制服の指定・仕様、学校と制服の製造業者との関係、学校と制服の販売業者との関係、制服の販売価格等に関して、書面調査を行った（回答数447校／回収率74.5%）。

##### イ 聴取調査

次の45名に対して聴取調査を行った。

(ア) 制服の製造業者	4社
(イ) 制服の販売業者	7社 <sup>2</sup>
(ウ) 公立中学校	27校
(エ) その他	7名

<sup>1</sup> 公立中学校進学者は、学校の選択が原則として認められていないが、公立中学校の大部分は学校が指定する制服の着用を生徒に求めている。そのため、自主的な学校選択が可能な私立中学校等（国立中学校を含む。以下同じ。）進学者に比べ、制服選択の余地は限られ、制服価格がその生徒の家計に与える影響が比較的大きいと考えられる。

なお、制服は、一般に私立中学校等の間では、その仕様の差が大きく、学校間における価格のばらつきは、公立中学校間に比べ大きいといわれている。

<sup>2</sup> 制服の製造業及び販売業の両方を営んでいる事業者については、販売業の売上げの比率の方が大きかったことから、販売業者に分類した。

## 第2 制服の概要

### 1 制服について

入学者選抜を実施していない公立中学校（以下「学校」という。）は、服装規定、入学説明会資料等において、通学時や学校内で着用する衣類の形状、色・柄、装飾品、素材等を定め、制服<sup>3</sup>（特段の記載がない限り、詰め襟とスラックス、ブレザーとスカートといった冬服の学生服をいう。以下同じ。）として生徒に着用するよう指導している。

現在指定している制服の仕様を変更する場合は、学校や制服検討委員会などと呼ばれる組織（学校長、教職員、生徒の代表、PTAの代表等から構成される組織をいう。以下同じ。）によって仕様の変更が決められていることが多い。

なお、学校の再編に伴い、再編後の学校における制服の仕様を決める場合には教育委員会や校長会が決める場合もあるが、一般には少ない。

学校が指定する制服は、主に、男子生徒の場合、詰め襟、ブレザー（いずれもスラックスを含む。以下同じ。）があり、また、女子生徒の場合、セーラー服、ブレザー、イートン服<sup>4</sup>（いずれもスカート等<sup>5</sup>を含む。以下同じ。）があるが、制服の製造業者（以下「制服メーカー」という。）は、いずれの種類の制服も製造することができるといわれている。

制服は、一般に、学校単位の小ロット生産であり、スケールメリットが小さい商品である。また、制服は一般的な既製服とは異なり、通常、制服を着用する生徒の保護者から、①制服を購入した後の生徒の成長に伴うサイズ直し、補修などのアフターサービス、②在学中の3年間着用できる品質、③入学式に着用可能となるための確実な納品が求められるといわれている。さらに、④制服の仕様は定期的に変更されることは少なく、長期間同じ仕様となる場合が多いため、制服を指定する学校は、一定期間、同じ仕様の制服を常時提供できることを制服メーカーに求めている。

### 2 制服の市場

制服等の市場規模<sup>6</sup>は、約1100億円とされているところ、制服メーカーの大手4社（以下、単に「大手4社」という。）で、制服等の市場におけるシェアの7割以上を占めているとみられる（図表1）。

学校（公立中学校）の制服の市場における制服メーカー各社のシェアは明らかではないが、本件書面調査により提出を受けた学校が案内する制服の販売業者の制服の販売に関する案内文書等を見ると、大手4社の制服を販売している制服の販売業者が多数を占め、また、制服は前記1の①から④の特性が求められることから、既製服の製造業者が制服の市場に参入することは少なく、学校の制服の市場においても大手4社が高いシェアを有しているものと考えられる。

制服は、洋品店、スポーツ用品店、学生服専門店、量販店、百貨店といった販売業者（以

<sup>3</sup> 制服ではなく、標準服、奨励服、基準服など呼び方が異なる学校もある。

<sup>4</sup> イートン服とは、襟のないジャケットをいう。

<sup>5</sup> 女子生徒の制服は、スカートではなく、スラックスを選択可能な学校もある。

<sup>6</sup> 制服等の市場規模は、中学校、高等学校等における制服、夏服の学生服、体操服等を含んだものである。

下「販売店」という。)で販売されているほか、最近では、インターネット通信販売(以下「ネット通販」という。)や中古販売店でも制服が販売されている。

制服の仕様は学校ごとに異なるため、制服の販売については、学校が指定する制服の仕様が独自のものであるか否かにかかわらず、学校ごとで販売店間による競争が行われている。

図表1 制服等の市場における大手4社の売上高シェア

制服メーカー	売上高シェア
大手4社	70.9%
その他	29.1%

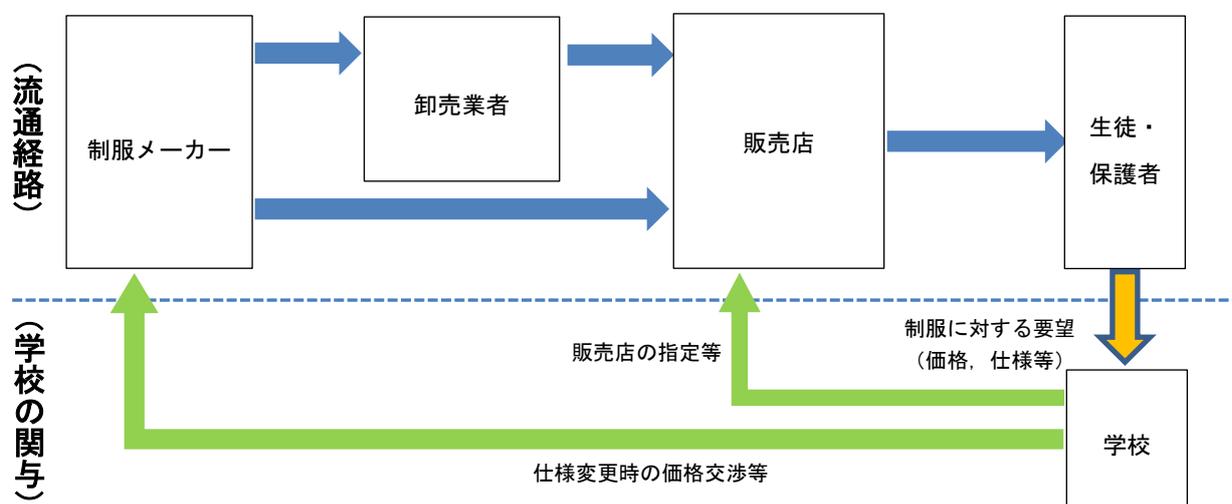
注：売上高シェアは、聴取調査、制服メーカー各社の決算書等を基に当委員会が集計した推計値である。

### 3 制服の流通

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<sup>7</sup>(図表2)。

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。

図表2 制服の流通

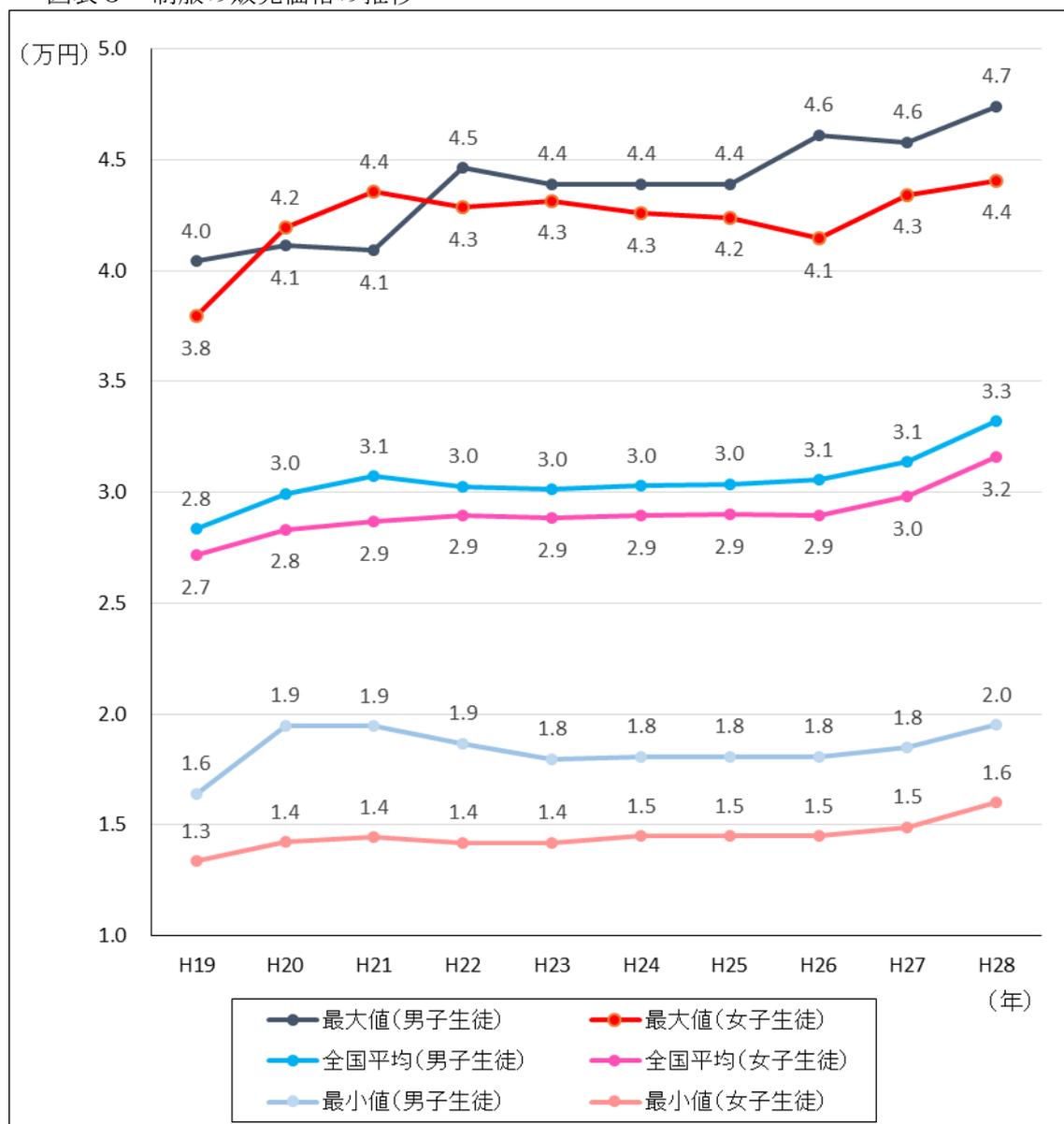


<sup>7</sup> なお、卸売業者から生徒・保護者に直接販売されることもあるが、事例としてはごく一部に限られるため、本件調査の流通経路には記載していない。このほか、ネット通販については、大手のネット通販業者でも制服等の市場における売上高シェアは僅少であるといわれており、また、制服の下取り・再販売を行う中古販売店も同様に売上高シェアが僅少であるといわれているため、本件調査の流通経路には記載していない。

#### 4 制服の販売価格の動向

総務省統計局が公表している小売物価統計調査年報によると、10年前と比べ、制服の販売価格は上昇傾向にある（図表3）。近年では、制服に用いる生地のも製造業者による生地価格の値上げの影響を受けて、制服の販売価格についても、平成27年から平成28年にかけて上昇したといわれている。

図表3 制服の販売価格の推移



注1： 公立中学校の冬服を対象とし、男子生徒の制服については詰め襟、女子生徒の制服についてはセーラー服で、都道府県庁所在市ごとに集計が行われている。ただし、一部都道府県庁所在市においては、ブレザー（男子生徒、女子生徒）又はイートン服（女子生徒）で集計が行われている。

注2： 全国平均は、都道府県庁所在市の各平均価格を平均したものを指す。また、最大値及び最小値は、都道府県庁所在市の各平均価格のうち、最大のものと最小のものを指す。

出所： 総務省統計局「小売物価統計調査年報（小売物価統計調査（動向編））」を基に当委員会作成。

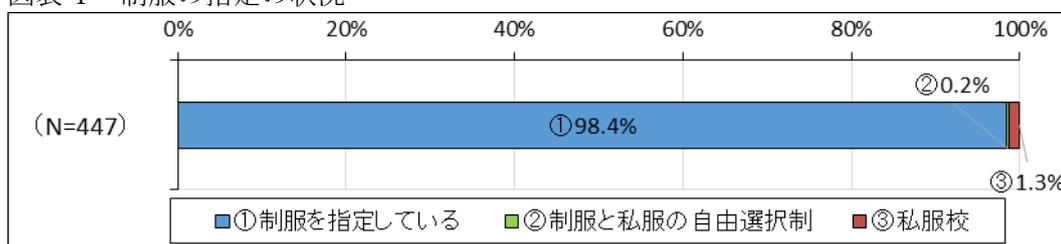
### 第3 制服の指定・仕様

#### 1 制服の指定

制服を指定していると回答した学校は98.4%，制服と私服の自由選択制と回答した学校は0.2%，制服を指定せず私服を着用してもよいと回答した学校は1.3%であり，全国のほとんど全ての学校で制服が指定されていた（図表4）。

学校が制服を指定する理由としては，「秩序維持，生徒指導のため」が71.9%で最も多く，次いで，「学校への所属意識を高めるため」が65.8%，「生徒や保護者の経済的負担を軽減するため」が58.5%であった（図表5）。また，私服の着用を認めている学校においては，制服を指定しない理由として，生徒の自主性や個性を伸ばすためとする回答が複数みられた。

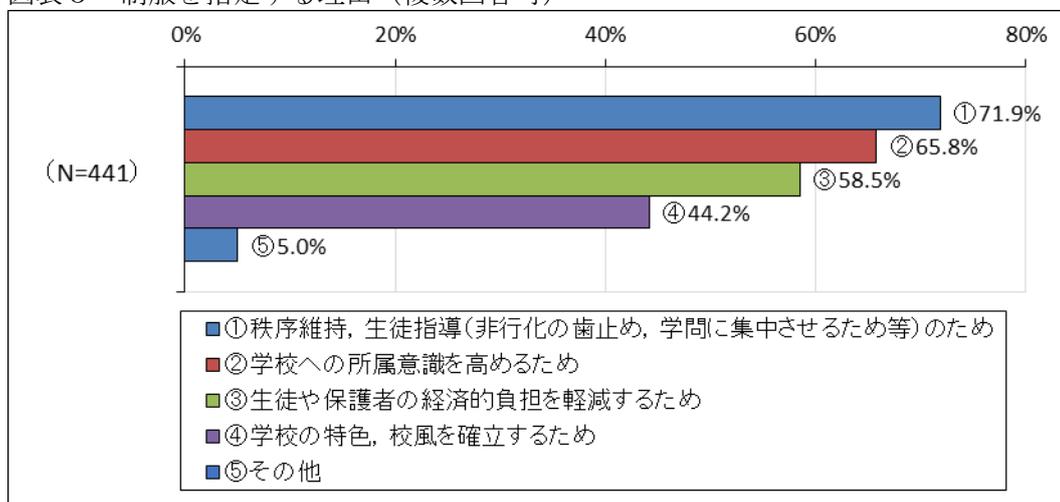
図表4 制服の指定の状況



注：四捨五入の関係により，各項目の和が合計値に合わないことがある（以下同じ。）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

図表5 制服を指定する理由（複数回答可）



出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

なお，制服を指定する学校の回答によると，保護者からの意見は，「制服よりも私服の方がお金が掛かる」，「制服は見た目上の経済的な格差が表れない」，「勉強に集中できる」，「冠婚葬祭などでも利用できる」があるとして，制服の指定に関する否定的な意見は少ないとしている。ただし，保護者は，制服の販売価格に関しては敏感であり，また，制服の仕様が古い学校は，保護者からデザインや機能性などの仕様変更を求める意見があるとしている。

他方，私服の着用を認めている学校の回答によると，保護者からの意見は，「私服と制服

でどちらの費用負担が大きくなるかは家庭の方針次第」という意見があるとしている。

## 2 制服の仕様

### (1) 制服の仕様

学校が指定する制服の種類については、男子生徒の場合は、詰め襟及びブレザー、女子生徒の場合は、セーラー服、ブレザー及びイートン服に大別される(図表6)。各種類における指定の状況は、男子生徒の制服については、詰め襟が76.6%、ブレザー<sup>8</sup>が23.1%であり、詰め襟が大部分を占めていた(図表7)。また、女子生徒の制服については、セーラー服が54.6%、ブレザーが35.8%、イートン服が9.3%であった。

学校が指定する制服の具体的な仕様の内容は、学校独自の仕様(学校が制服メーカーによる企画競争等の選定手続を経て独自の制服を採用したなど、広く一般には製造、販売されていない制服の仕様をいい、以下「独自仕様」という<sup>9</sup>。)を定めるもの、色・種類のみを定めるもの等、学校間でまちまちである。詰め襟には、日本被服工業組合連合会が一定の仕様を定めた標準型学生服<sup>10</sup>があり、当該標準型学生服を制服の仕様として定めている学校も全国的に多くみられたが、女子生徒の制服には、標準型学生服のように統一された仕様の制服はなかった。

学校が指定する制服について、独自仕様の割合は、男子生徒の制服では、ブレザーが82.4%、詰め襟が13.6%であり、ブレザーの独自仕様の割合が高い傾向がみられた(図表8)。また、女子生徒の制服では、独自仕様の割合は、ブレザーが70.3%、イートン服が46.3%、セーラー服が36.1%であり、男子生徒の制服と同様、ブレザーの独自仕様の割合が高い傾向がみられた。

図表6 制服の写真(一例)



出所 : 瀧本株式会社提出資料。

<sup>8</sup> 男子生徒及び女子生徒のブレザーには、スーツやブレザーに類似した制服も含めて集計している。

<sup>9</sup> なお、独自仕様以外とは、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等広く一般に製造、販売されている制服の仕様のことを指す。

<sup>10</sup> 変形学生服が横行した時代に、日本被服工業組合連合会が、標準型の詰め襟として、襟の高さ、丈の長さ等の基準を定めたもの。当該基準に合致した詰め襟には同連合会の認証マークが付されている。

図表7 指定する制服の種類

男子生徒			女子生徒		
種類	学校数	割合	種類	学校数	割合
詰め襟	338	76.6%	セーラー服	241	54.6%
ブレザー	102	23.1%	ブレザー	158	35.8%
			イートン服	41	9.3%
その他	1	0.2%	その他	1	0.2%
合計	441	100%	合計	441	100%

注：種類欄の「その他」は、シャツ、セーター及びスラックス又はスカートを着用するよう指定している（以下同じ。）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

図表8 制服の種類別における独自仕様の割合

【男子生徒】

	独自仕様		独自仕様以外		合計	
	学校数	割合	学校数	割合	学校数	割合
詰め襟	46	13.6%	292	86.4%	338	100%
ブレザー	84	82.4%	18	17.6%	102	100%
その他			1	100%	1	100%

【女子生徒】

	独自仕様		独自仕様以外		合計	
	学校数	割合	学校数	割合	学校数	割合
セーラー服	87	36.1%	154	63.9%	241	100%
ブレザー	111	70.3%	47	29.7%	158	100%
イートン服	19	46.3%	22	53.7%	41	100%
その他			1	100%	1	100%

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

また、制服に付随する品目として、シャツ、ブラウス、ネクタイ、リボン、ベストなどについても仕様を定めて指定する学校もあった（図表9）。

図表9 制服に付随する品目の指定状況

男子生徒		女子生徒	
品目	指定の割合	品目	指定の割合
シャツ	43.5%	シャツ, ブラウス	36.3%
ネクタイ	16.6%	ネクタイ, リボン	56.2%
ベスト	2.9%	ベスト	17.7%
セーター	4.5%	セーター	4.5%
コート	0.9%	コート	1.6%
その他	1.6%	その他	1.6%

注：指定の割合は、制服を指定する学校（441校）のうち表中の各品目を指定していると回答した割合。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## (2) 自治体による制服の仕様の共通化

制服の仕様は学校ごとに定められているところ、少なくとも7つの市では、学校単位ではなく、自治体単位で制服の仕様の共通化が行われていた<sup>11</sup>。

制服の仕様の共通化は、①過去において、学校が指定する制服と異なる変形学生服を着用する生徒が増えたため、正しい制服の着用を徹底させることを目的としたもの、②同一市内で転校した場合は制服の買換えをしなくて済むように行ったもの、③市内で仕様を共通化することにより、スケールメリットが発生し、保護者に対する販売価格が抑えられるとして行ったもの、④市内の制服が異なる学校の統廃合を契機としたものなどがあり、学校に限らず教育委員会や校長会なども関与して仕様の共通化が行われた事例もあった。

## 3 制服の仕様開示

制服メーカー又は販売店が新たに特定の学校の制服の製造や販売を行うためには、その学校の制服の仕様を把握する必要があるところ、学校における仕様書の保有状況及び仕様開示の状況、外部からの仕様開示の要求に対する学校の対応については、以下のとおりであった。

### (1) 制服の仕様開示

#### ア 制服の仕様・デザイン

現在指定している制服について、仕様書（制服メーカーが作成した仕様書に限らず、学校が作成した仕様書やそれに類するものも含む。）を保有していると回答した学校は9.8%であり、大部分の学校は仕様書を保有していなかった（図表10）。

図表10 制服の仕様書の保有状況



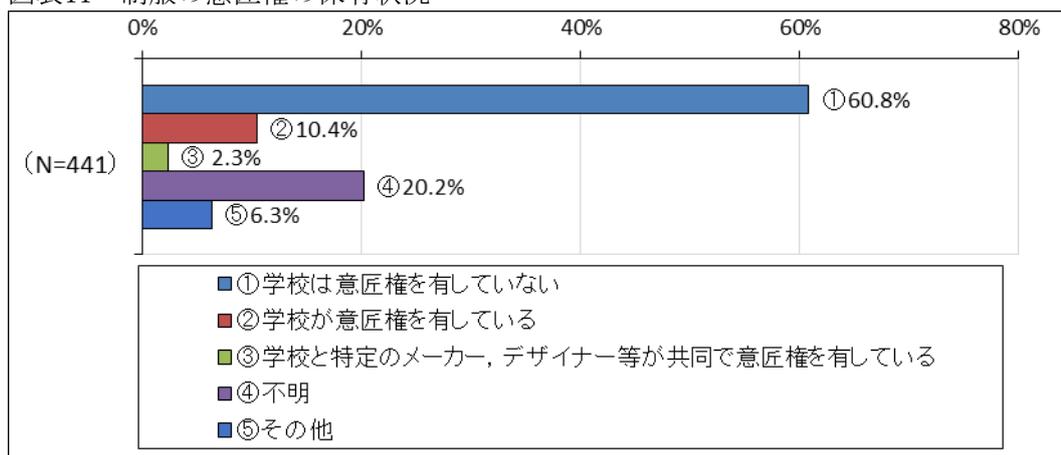
出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

<sup>11</sup> 制服の仕様は共通化しているものの、ボタン、リボン、シャツなどを変えている学校もある。

また、現在指定している制服の意匠権（物品の形状・模様・色彩に関するデザインの権利）について、60.8%の学校は保有していないと回答した（図表11）。

なお、制服メーカーの話によると、学校が制服メーカーに新制服のデザインを依頼し、ある制服メーカーがデザインした制服が採用された場合、一般に新制服のデザインに係る意匠権は学校に譲渡されているとのことであった。

図表11 制服の意匠権の保有状況



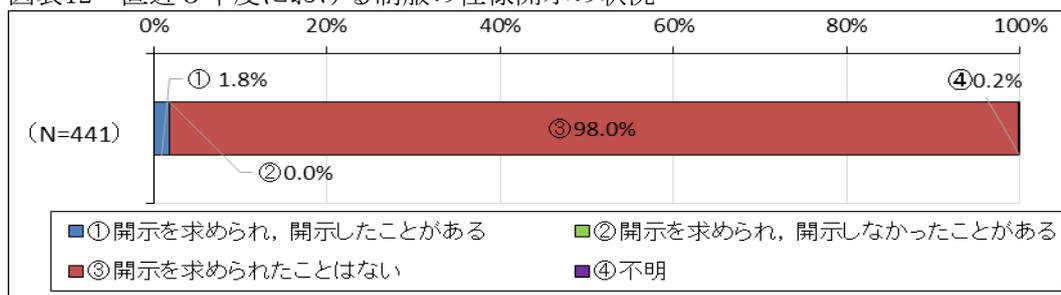
出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## イ 制服の仕様開示の要求の有無

直近5年度（平成24年4月から平成29年3月までの期間をいう。以下同じ。）において、新規参入を行うために、制服メーカー又は販売店から制服の仕様の開示を求められ、仕様書を開示したり制服の現物などを提示するなどした学校は1.8%であったが、制服の仕様開示を求められた際に、仕様の開示を拒否した学校はなかった（図表12）。

なお、制服の仕様の開示を求められたことのない学校は98.0%であった。仕様の開示を求められたことのない学校が多数を占めているのは、仕様を標準型学生服の詰め襟等と定めている学校では、学校に仕様の開示を求めなくても製造等が可能であるためと考えられる。また、定期的にコンペティション（企画競争をいい、以下「コンペ」という。詳細については後記第4の1参照）等を行って一定期間制服の製造を行う特定の制服メーカーを決めている学校では、当該コンペ等に参加した事業者は、一定期間制服の仕様に変更がないことを知っているため、特段仕様の開示を求めないためと考えられる。

図表12 直近5年度における制服の仕様開示の状況



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

制服の仕様開示に関しては、以下のような事例があった。

**【制服メーカー等からの求めに応じて仕様を開示した事例】**

- 制服メーカー及び販売店が当校を訪れ、当校の制服の製造販売をしたい旨を申し出たので、当校が予備として保管している制服を提示した。その後、当校は、制服の試作品の確認などを行った上で、制服の製造販売を許可した。
- 既存の制服について、仕様が古くなったため、制服検討委員会において、既製品の制服の中から新たな制服を決定した。新たに決定した制服については、複数の業者による価格競争、制服の安定供給を目的として、新制服として指定する既製品を製造するA社（制服メーカー）から承諾を得た上で、参入するために仕様の開示を希望したB社（地域の制服メーカー）に仕様を開示し、A社及びB社が当校の新制服の製造を開始している。

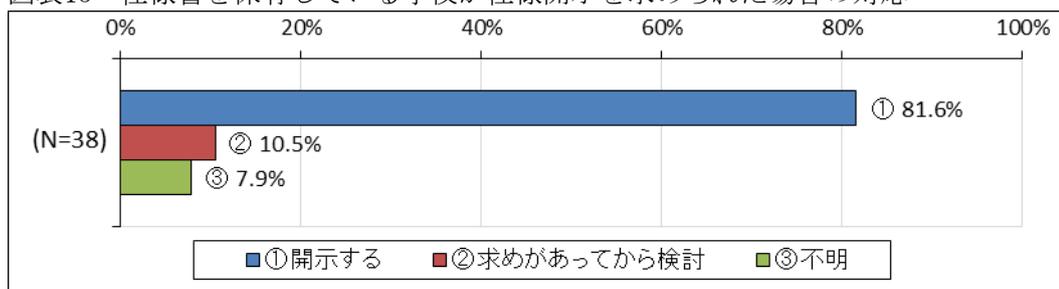
**【自ら仕様を開示している事例】**

- 制服検討委員会では、販売店には、学校長名で文書等により仕様書を開示する旨を規定している。これは、当校の制服を取り扱う販売店の中で当校の制服の仕様を变形させて販売していたところがあったため、当校の制服の仕様を明確にし、販売店に周知したという事情がある。

## (2) 今後仕様開示の要求があった場合の対応

学校が制服メーカー又は販売店から制服の仕様の開示を求められる事例は少ないものの、仕様書を保有する学校において、今後、制服メーカーや販売店から制服の仕様の開示を求められた場合、仕様書を開示すると回答した学校が81.6%で最も多く、次いで、開示を求められてから検討すると回答した学校が10.5%であった（図表13）。

図表13 仕様書を保有している学校が仕様開示を求められた場合の対応

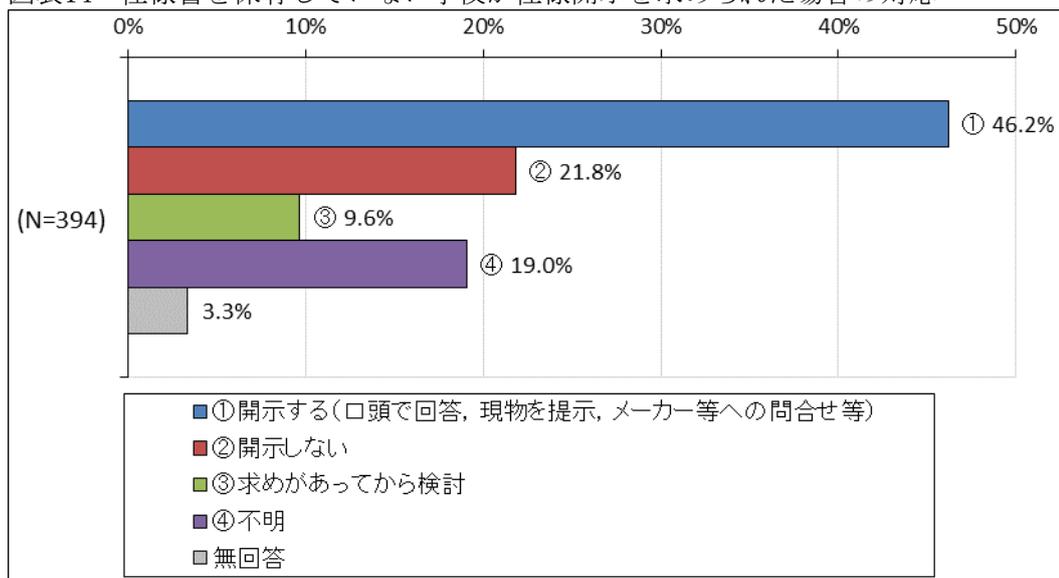


出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

また、仕様書を保有していない学校において、今後、制服メーカーや販売店から制服の仕様の開示を求められた場合、制服の現物を提示する、口頭で伝える、制服メーカーに確認した上で伝えるなどの方法で開示すると回答した学校が46.2%で最も多く、次いで、開示しないと回答した学校が21.8%であった（図表14）。

開示しないと回答した学校は、その理由として、仕様書を保有していないので、開示することができない（仕様書がなく物理的に開示できないとの回答に留まるものであり、開示を拒否するとまでは回答していない。）が大部分を占めていた。

図表14 仕様書を保有していない学校が仕様開示を求められた場合の対応



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 第4 制服の仕様変更

制服の仕様変更は、新たに制服メーカー又は販売店が参入する機会の一つとなるところ、仕様変更の有無、仕様変更の手続、仕様変更の際に重視した点については、以下のとおりであった。

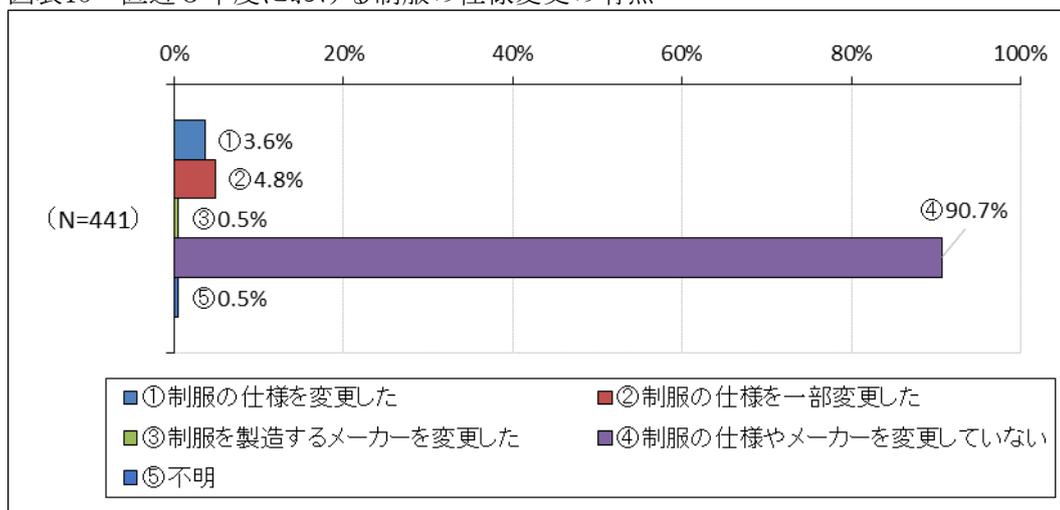
### 1 仕様変更の概要

学校は、①学校の周年記念事業の一環、②制服の仕様が異なる学校の統合、③生徒、保護者等からの仕様が古くなった制服を変更してほしいという要望、④学校選択制を踏まえて多くの生徒を集めたい、などの理由により、制服の仕様変更（仕様の一部変更や制服メーカーの変更を含む。以下同じ。）を行っている。制服の仕様変更は、直近5年度において、8.9%<sup>12</sup>の学校で行われていた<sup>13</sup>（図表15）。

制服の仕様変更は、制服検討委員会を設置して、新制服を導入する数年前から検討を行い、複数の制服メーカー等が参加するコンペを開催するなどして実施されている。その後、制服メーカーから提案を受けた制服のデザイン、機能性、販売価格、制服メーカーの生産能力等の検討、生徒、保護者、学区に所在する小学生等へのアンケートの実施をするなどして、新制服を決定する例が多い。

新制服が採用された場合、一般には制服メーカーから学校に仕様書が提供されるとともに、新制服のデザインに係る意匠権も制服メーカーから学校に譲渡されている。また、新制服を採用された制服メーカーは、学校との間で、制服の安定供給、仕様変更を行う場合の事前連絡などを規定した書面を交わすこともある。

図表15 直近5年度における制服の仕様変更の有無



注：仕様の「一部変更」とは、例えば、柄、素材等を変更することをいう。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

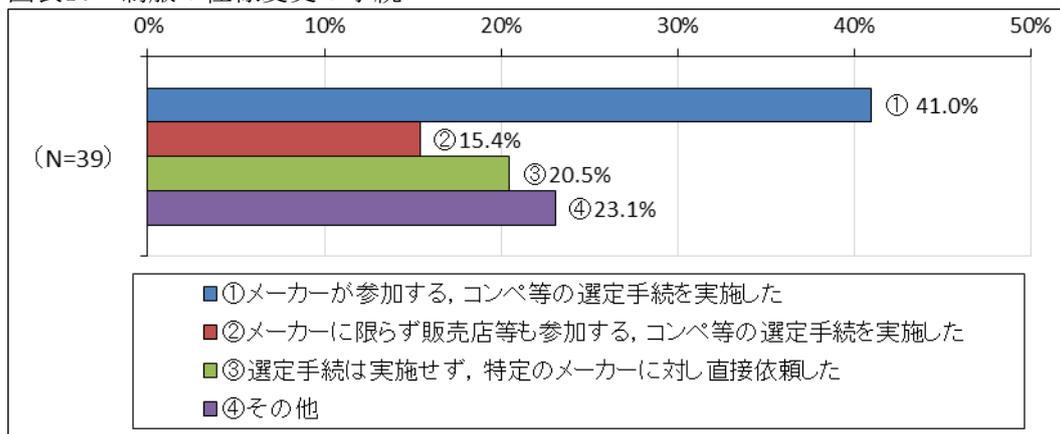
<sup>12</sup> 図表15に記載の選択肢のうち、①、②及び③と回答した学校の合計。

<sup>13</sup> 制服メーカーによると、制服の仕様変更を行う公立中学校は、年間100校弱であるとみられる。

## 2 仕様変更の手続等

制服の仕様変更に当たり、制服メーカー又は販売店が参加するコンペ等の選定手続を実施した学校が56.4%<sup>14</sup>、次いで、コンペ等の選定手続を実施せず、特定の制服メーカーに依頼した学校が20.5%であった（図表16）。コンペ等の選定手続を実施しない事例としては、セーラー服のファスナーの位置の変更など、仕様の一部変更が多くみられた。

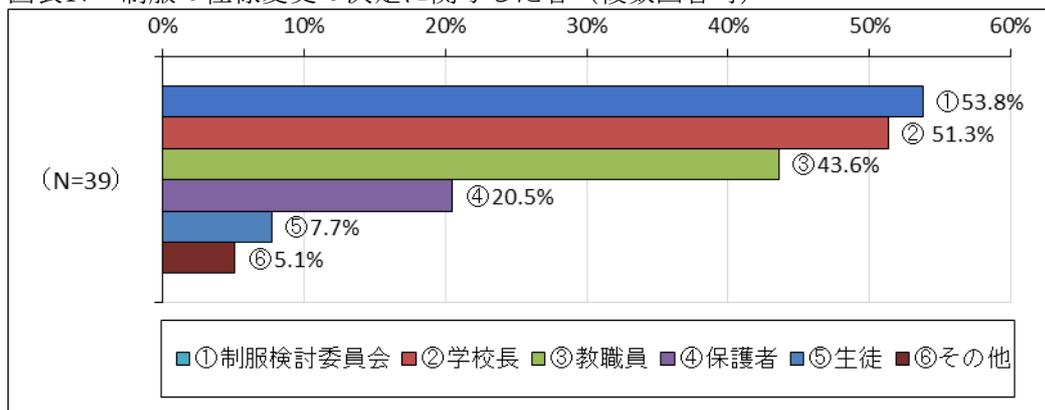
図表16 制服の仕様変更の手続



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

また、制服の仕様変更の決定に関与していた者は、「制服検討委員会」が53.8%、次いで、「学校長」が51.3%、「教職員」が43.6%であった（図表17）。

図表17 制服の仕様変更の決定に関与した者（複数回答可）



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

<sup>14</sup> 図表16に記載の選択肢のうち、①及び②と回答した学校の合計。

### 3 仕様変更の際に重視した点

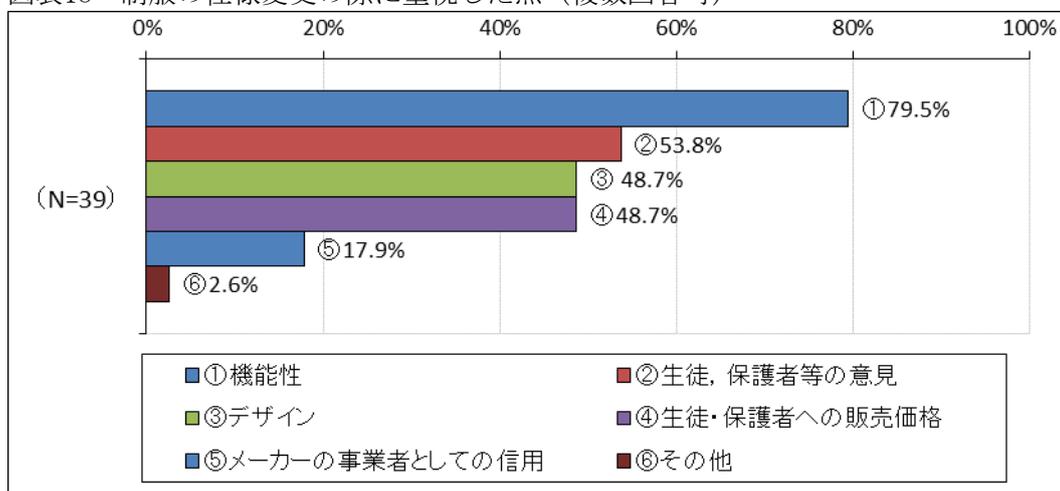
学校が制服の仕様変更の際に重視した点は、「機能性」が79.5%で最も多く、次いで、「生徒、保護者等の意見」が53.8%、「デザイン」及び「生徒・保護者への販売価格」が48.7%であった（図表18）。

機能性については、家庭で洗濯ができる素材、はっ水・速乾性のある素材、丈直しが容易にできる、ポケットが多くある、着脱しやすいなどの点が重視されている。

デザインについては、男子生徒、女子生徒共に独自仕様のブレザーへの仕様変更が多くみられた。

生徒・保護者への販売価格については、制服メーカー等に対し、現在指定している制服の生徒・保護者への販売価格を上回らないよう価格交渉を行う学校がみられた。

図表18 制服の仕様変更の際に重視した点（複数回答可）



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 第5 学校と制服メーカーとの関係

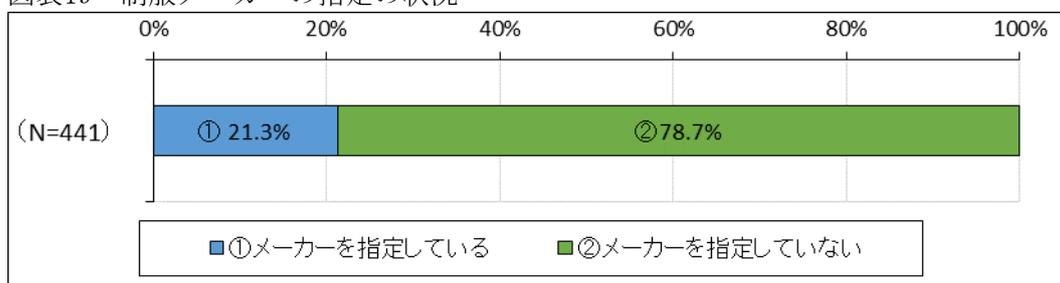
### 1 制服メーカーの指定

学校は、特定の制服メーカーを指定し、自校の制服の製造を依頼している場合があるところ、制服メーカーを指定している学校は、21.3%であった（図表19）。

学校が制服メーカーを指定する経緯については、制服の仕様変更に伴い、独自仕様の制服を採用したため、特定の制服メーカーに製造させるようになったという事例が多くみられたが、他方、過去の話であるため、制服メーカーを指定している理由は分からないとする事例が一部みられた。

また、学校は制服メーカーを指定していないが、販売店が特定の制服メーカーの制服しか取り扱っていないため、事実上、特定の制服メーカーが指定されている状態になっているとの回答もあった。

図表19 制服メーカーの指定の状況

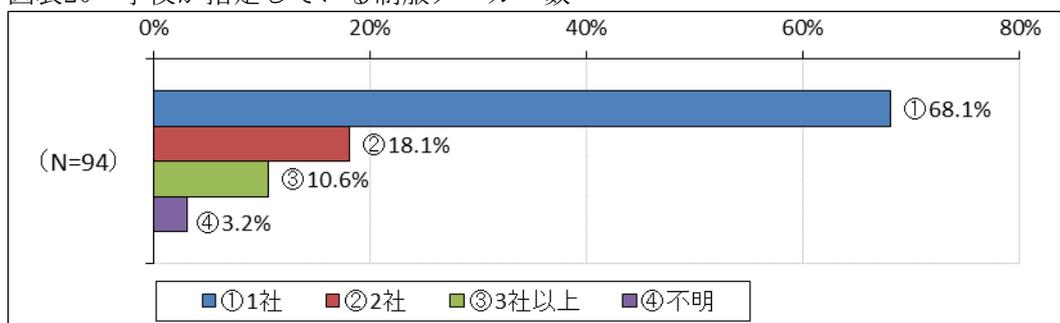


出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

制服メーカーの指定については、1社指定しているとする学校が68.1%と最も多く、次いで、2社指定しているとする学校が18.1%であった（図表20）。

なお、制服メーカーを2社指定していると回答した学校の中には、従来、制服メーカーを1社指定していたが、制服の生地価格の高騰を踏まえ、指定する制服メーカーを増やした方が、価格面での競争効果が期待でき、かつ、保護者の選択の幅が広がるとして、指定する制服メーカーを2社に増やしたという学校もあった。

図表20 学校が指定している制服メーカー数



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 2 学校と制服メーカーとの契約

制服メーカーを指定している学校のうち、制服メーカーとの間で契約書等の書面を交わしている学校は7.9%であった（図表21）。

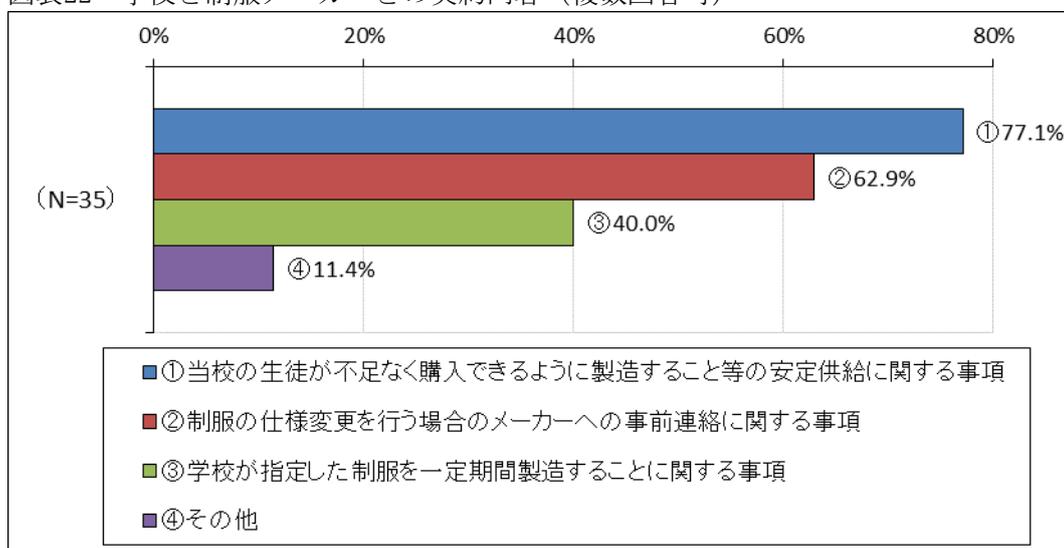
図表21 学校と制服メーカーとの間における契約書等の交付状況



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

契約の内容は、生徒が不足なく制服を購入できるように製造し、安定供給を行うこと（77.1%）、制服の在庫を考慮し、制服の仕様変更を行う場合には制服メーカーへの事前連絡を行うこと（62.9%）、学校が指定した制服を一定期間製造すること（40.0%）などを目的とするものであった（図表22）。

図表22 学校と制服メーカーとの契約内容（複数回答可）



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 3 指定する制服メーカーの見直し

制服メーカーを指定している学校は、指定した制服メーカーの見直しを行っていないことが多く、また、いつ、どのような経緯で制服メーカーの指定を行ったのか分からないまま、今も同じ制服メーカーを指定し続けている事例も一部あった。

なお、一部の学校では、制服メーカーを指定しているものの、制服の価格の適正化、手続の透明化などの観点から、学校や校長会が制服メーカーに対して定期的に見積り合わせを行って制服メーカーに価格を提示させ、最も安い価格を提示した制服メーカーを自校の制服

を製造する制服メーカーとして指定しているという事例がみられた。

学校等による制服メーカーの見直しに関しては、以下のような事例があった。

**【制服メーカーの見直しを行っていない事例】**

- コンペにより制服メーカーとして選定されたA社（制服メーカー）が当校の制服を独占的に製造している。同社とは、3年に1度見直す旨の書面を交わしているが、同社が不祥事を起こすなど、特段の事情がない限り、見直すことはない。
- 何十年も前から男子生徒、女子生徒ともブレザーを制服として指定し、製造する制服メーカーとしてB社（制服メーカー）を指定しているが、B社を指定した経緯は分からない。
- 当校の制服を製造する制服メーカーとして、女子生徒の制服は1社、男子生徒の制服は3社以上指定しているが、十数年制服が変わっていないので、指定した経緯は不明である。

**【制服メーカーの定期的な見直し（見積り合わせ等）を行っている事例】**

- 当校では、C社（制服メーカー）が製造する独自仕様のブレザーを制服として指定しているところ、生徒の保護者から、「なぜ子供の制服が3万円以上もするのか。学校と制服メーカーとで癒着しているのではないか」という旨の指摘があり、このような意見を踏まえてしっかりとした体制作りが必要であると考え、3年に1度、複数の制服メーカーに対し、見積り合わせを行う発注方法に変更することとした。

その後、C社を含む制服メーカー3社から見積りを提出してもらったところ、C社の価格が一番安く、引き続きC社の商品を採用することとした。

なお、制服メーカーに対する見積り合わせは、制服メーカーから販売店への卸売価格ではなく、販売店から保護者への販売価格で見積書を提出してもらっている。

- 当市の校長会では、特定の制服メーカーが独占して制服の製造販売を行うのは好ましくないと考え、校長会が主体となって、5年に1度、制服メーカー（制服メーカーの販売子会社）や制服メーカー系列の卸売業者などが参加するコンペを実施している。コンペの参加者は、市のホームページで募集を行い、また、繊維組合や過去のコンペの参加者に声をかけて募っている。

コンペでは、参加者から制服の販売価格（小売価格）、機能性が提示され、各学校の制服検討委員会が、主に販売価格、機能性を重視して、それぞれ、どの制服メーカーが提案した制服を採用するのか決定している。採用された制服を製造する制服メーカーとは契約書は交わしていないが、5年間は採用した制服メーカーの制服を購入するよう保護者をお願いしている。

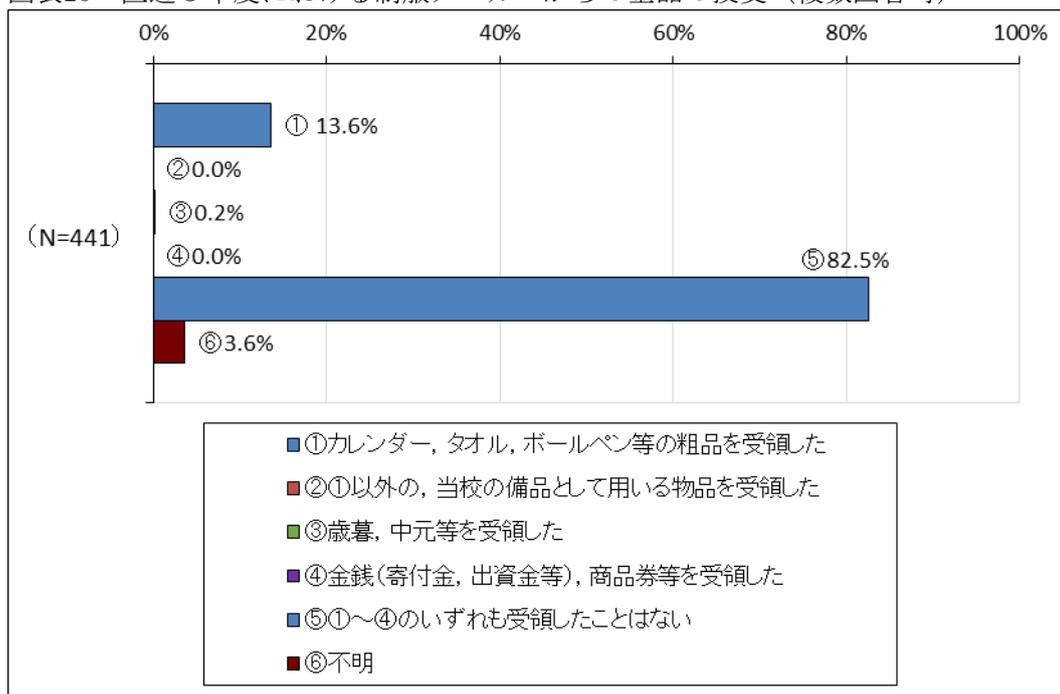
なお、制服等の学校指定用品の選定に関して、地域の教育委員会から通知を受けている学校もみられる。この通知では、学校指定用品については、保護者が負担して購入していることから、保護者の経済的な負担を軽減させる観点から、良質で安価となるよう努める必要があり、複数の業者から見積りを取る等を留意するといった内容が記載されている。

#### 4 制服メーカーから学校への金品の提供

直近5年度における制服メーカーから学校への金品の授受について、何も受領したことがないが82.5%、次いで、「カレンダー、タオル、ボールペン等の粗品を受領した」が13.6%であった（図表23）。

なお、制服メーカーから「歳暮、中元等を受領した」と回答した学校が1校あったものの、当該学校は制服メーカーの指定を行っていなかった。

図表23 直近5年度における制服メーカーからの金品の授受（複数回答可）



注： 「不明」と回答した理由は、記録がないため確認できないといったものであった。

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 第6 学校と制服の販売店との関係

### 1 学校による販売店の案内

#### (1) 販売店の概要

学校は、新入生及びその保護者に対して実施する入学説明会などにおいて、制服の仕様、制服の採寸方法、自校の制服を取り扱っている販売店の案内を行うことが多い。

学校による販売店の案内方法は、以下のとおり大別される。

- ① 学校が指定する販売店から制服を購入するよう案内する。
- ② 制服を取り扱う販売店の案内はするものの、学校の制服の仕様を満たすのであれば、学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する。
- ③ 販売店を案内しない（学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）。

上記①に該当する販売店（以下「指定販売店」という。）を案内する学校は、男子生徒の制服で117校、女子生徒の制服で150校、上記②に該当する販売店（以下「取扱販売店」という。）を案内する学校は、男子生徒の制服で200校、女子生徒の制服で173校、上記③のとおり販売店を案内しない学校は、男子生徒の制服で124校、女子生徒の制服で118校あった（図表24）。

なお、販売店は、特定の制服メーカーから制服の仕入れを行っている場合があるところ、学校が制服の仕様変更を行い、従来とは別の制服メーカーが新制服を供給することになった場合、学校及び制服メーカーは既存の制服を販売していた全ての販売店が引き続き新制服の供給を受けて販売することができるよう対応することがある。

図表24 販売店の案内状況

#### 【男子生徒】

	指定販売店		取扱販売店		案内なし		合計 (割合)
	学校数	割合	学校数	割合	学校数	割合	
詰め襟	50	14.8%	172	50.9%	116	34.3%	100%
ブレザー	67	65.7%	27	26.5%	8	7.8%	100%
その他			1	100%			100%
合計(校数)	117		200		124		441

#### 【女子生徒】

	指定販売店		取扱販売店		案内なし		合計 (割合)
	学校数	割合	学校数	割合	学校数	割合	
セーラー服	52	21.6%	96	39.8%	93	38.6%	100%
ブレザー	85	53.8%	57	36.1%	16	10.1%	100%
イートン服	13	31.7%	19	46.3%	9	22.0%	100%
その他			1	100%			100%
合計(校数)	150		173		118		441

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## (2) 指定販売店を案内する学校

前記(1)の図表24のとおり、ブレザーを制服として指定する学校は、指定販売店を案内する割合が高い傾向がみられた。これは、前記第3の2(1)の図表8のとおり、通常、ブレザーについては独自仕様が多く、広く一般に製造、販売されている制服ではないことが理由として考えられる。

指定販売店を案内する学校の中には、入学説明会終了後に体育館などで販売店による制服の受注・採寸が実施されている学校もみられた。

学校による指定販売店の案内に関しては、以下のような事例があった。

- 当校の制服は独自仕様のブレザーであるため、保護者が買いに行きやすいよう立地を考慮して案内している2販売店のいずれかから制服を購入してもらうこととしている。保護者からは他の販売店で制服を購入したいという意見は出ていない。
- 当校が制服の販売店を指定して案内している理由は、当校の制服は独自仕様のブレザーであるため、その販売店でしか取り扱われていない点と、適度に販売店が分散しており、購入者にとって立地が良い点にある。保護者への販売店の案内は、入学説明会において、「袋に販売店のチラシが入っていますので、後で見てください」とだけ伝えている。学校という公的な立場から、「どこの販売店で制服を購入してください」と言うと色々問題が生じる可能性があるため、慎重に伝えている。
- 当校の制服は独自仕様のブレザーであるところ、当校、制服メーカー、販売店との間で制服の製造及び販売に関する書面を交わしており、現在の制服は当校が案内している販売店でしか購入することができない。制服の販売店については、入学説明会で「この販売店で売っています」と案内している。

## (3) 取扱販売店を案内する学校

前記(1)の図表24のとおり、詰め襟やセーラー服を制服として指定している学校は、取扱販売店を案内する割合が高い傾向がみられた。これは、詰め襟やセーラー服の製造や販売を行う事業者が多いことが理由として考えられる。

取扱販売店を案内する学校は、制服の仕様を満たせば、学校が案内する販売店以外でも制服を購入してもよいとしているが、取扱販売店以外で購入してもよいことを明示的に保護者に伝えてない学校もみられた。

学校による取扱販売店の案内に関しては、以下のような事例があった。

- 当校が入学説明会で制服の取扱販売店として案内している販売店は3販売店であり、いずれも古くからある地元の業者である。当校が把握する限り制服を取り扱うことができる者はこの3販売店しかないため、当該3販売店を案内している。ただ、特に理由はないが、保護者に対して当該3販売店以外で購入してもよいと伝えてはいない。新入生の保護者から中古品の販売店について問い合わせを受けたことがあるが、中古品であっても同じ色、形の制服であれば問題はない。
- 当校が案内する販売店は、大手の2販売店及び地元の1販売店の3販売店であり、近隣の中学校も、大手の2販売店と、地元の1、2販売店を案内している。入学案内資料

には、「制服は当校の指定品と同じであればどこで購入しても結構です。参考までに販売店を案内します」と記載している。ただし、当校から積極的に「ここ以外で購入しても構いません」とは伝えていない。余計な情報を伝えると混乱する保護者もいるためである。

- 当校は入学説明会資料において制服の販売店名を紹介する程度であり、販売店の案内文書も持っていない。仕様を満たしていれば、中古販売店やネット通販業者から購入しても構わないが、入学説明会では積極的に説明していない。当校が指定販売店を設けない理由は、保護者の判断で購入先を選択してほしいという希望のほか、学校と販売店との癒着や利益供与を疑われないためである。
- 当校は、販売店として学区内の販売店を生徒の保護者に紹介しているが、大型スーパー、制服専門店など、どこからでも購入してよいことを併せて伝えている。

#### (4) 販売店を案内しない学校

前記(3)と同様に、詰め襟やセーラー服を指定している学校の中には、学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して、販売店を案内しない学校もみられた。

新入生の保護者は、同じ中学校に通う生徒の保護者から販売店について確認をしたり、販売店が配布している制服の販売に関する案内文書を見たりして制服を購入している。

制服の販売店を案内しない学校は、学校が指定する制服の仕様を満たすのであれば、どこ販売店から購入してもよいとしていることが多いため、生徒によって制服の形が多少異なっても構わないとする学校もみられた。

学校が販売店を案内しないことに関しては、以下のような事例があった。

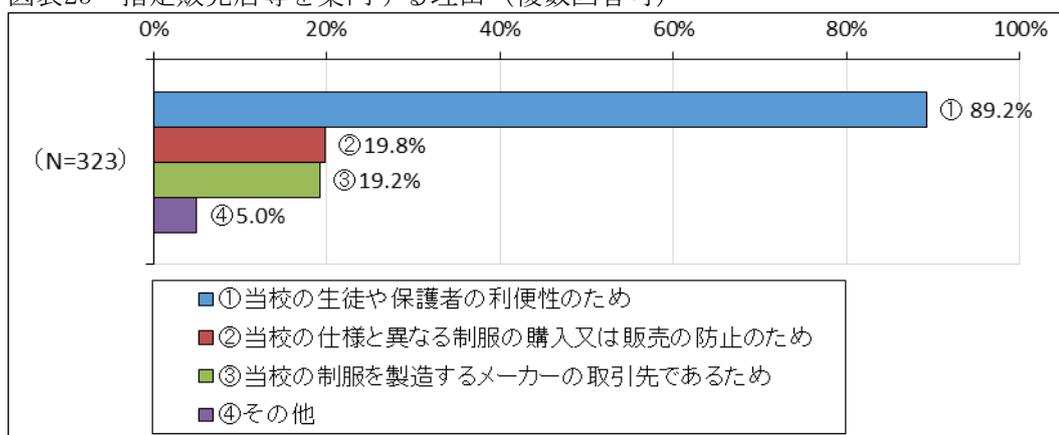
- 当校は、制服の販売店を案内していないが、問題は生じておらず、保護者からの苦情もない。保護者から個別に販売店について問い合わせがあった場合に限り、個人的に知っている店を伝えているが、問い合わせしてくるのは転入生の保護者くらいである。当校としては販売店を案内しないので、形が多少異なる制服を購入されても問題はないとしている。
- 当校では業者間の公平性を保つため、制服の販売店は一切紹介していないし、これからも紹介するつもりはない。
- 当校の制服は、どこでも買える詰め襟、セーラー服であるため、販売店を案内していない。近くの販売店で購入している家庭が多いが、他の市町村でも購入することができる。
- 当校では、入学説明会において、詰め襟、セーラー服の仕様について説明をしているが、実際の制服の購入については一切関わっておらず、生徒・保護者任せとなっている。

## 2 学校による指定販売店等の選定

### (1) 指定販売店等の案内理由

学校が指定販売店又は取扱販売店（以下「指定販売店等」という。）を案内する理由としては、「当校の生徒や保護者の利便性のため」（近隣で購入できるように配慮する等）が89.2%と最も多く、次いで、「当校の仕様と異なる制服の購入又は販売の防止のため」が19.8%、「当校の制服を製造するメーカーの取引先であるため」が19.2%であった（図表25）。

図表25 指定販売店等を案内する理由（複数回答可）



注：指定販売店等を案内している学校のみ集計を行っている。以下、図表26ないし33、35及び36について同じ。

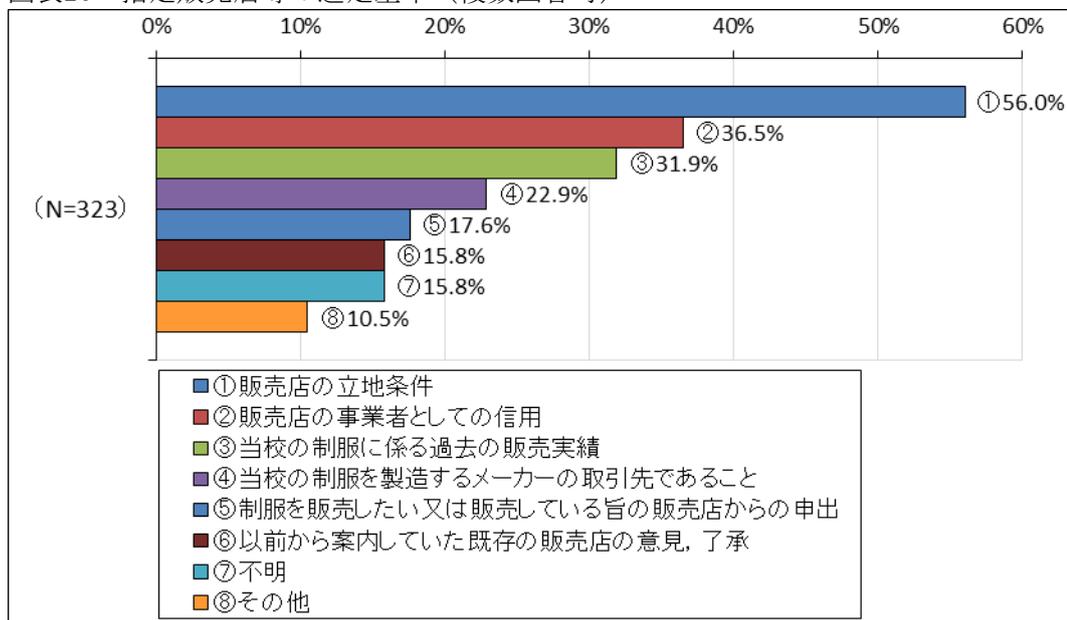
出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## (2) 指定販売店等の選定基準

学校が指定販売店等を選定する基準は、「販売店の立地条件」が56.0%と最も多く、次いで、「販売店の事業者としての信用」が36.5%、「当校の制服に係る過去の販売実績」が31.9%となっている。また、学校の判断によるものではなく、「以前から案内していた既存の販売店の意見, 了承」により指定販売店等の選定を行ったとする学校も15.8%あった(図表26)。

なお、現在の指定販売店等については、選定されたのは昔の話であり、誰が選定したのか分からないとする学校が半数近くあり、また、指定販売店等の選定に当たっては、学区内全ての販売店を指定販売店等として選定したとする学校もみられた。

図表26 指定販売店等の選定基準(複数回答可)



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

### (3) 学校と指定販売店等との契約

学校は、指定販売店等との間で、制服の安定供給等について取り決めている場合があるところ、指定販売店等を案内している学校のうち、指定販売店等との間で契約書等の書面を交わしている学校は8.0%であった（図表27）。

図表27 学校と指定販売店等との間における契約書等の交付状況

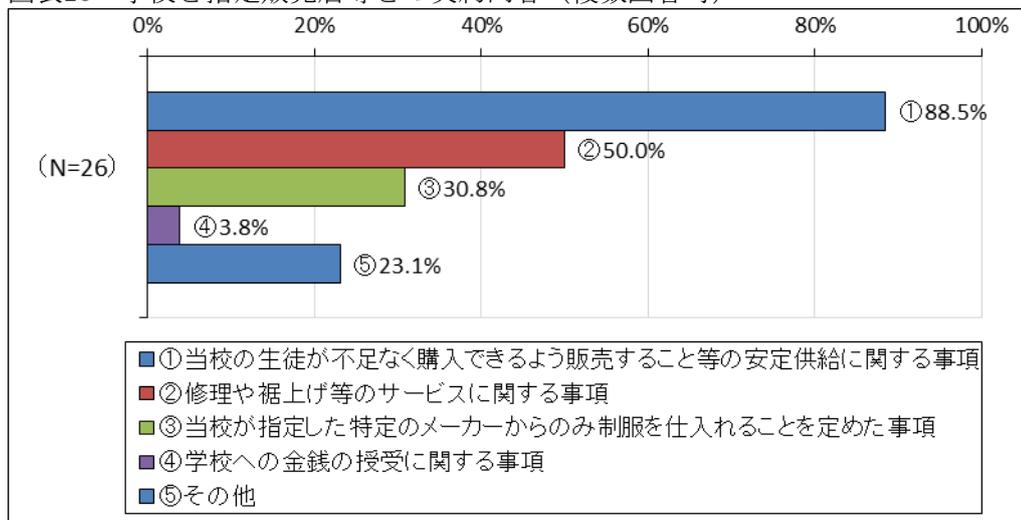


出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

契約の内容は、生徒への制服の安定供給を行うこと（88.5%）、修理や裾上げ等のサービスを行うこと（50.0%）、特定の制服メーカーからのみ制服を仕入れること（30.8%）などを目的とするものであった（図表28）。

なお、契約の内容として、学校への金銭の授受に関すること（3.8%）があったものの、これは、学校が指定販売店等として案内したことに対する当該販売店による経済的利益の供与ではなく、学校の購買部で商品を販売する際の人件費の一部を負担してもらうというものであった。

図表28 学校と指定販売店等との契約内容（複数回答可）



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

### 3 指定販売店等の状況

#### (1) 販売店数

学校が案内する指定販売店等の販売店数は、平均3販売店、最少1販売店、最大15販売店であった。また、学校が案内する指定販売店等の販売店数の分布を見ると、2販売店、3販売店、4販売店以上がほぼ同じ割合であった（図表29）。

図表29 学校が案内する指定販売店等の販売店数

	1販売店	2販売店	3販売店	4販売店以上
男子生徒の制服 (N=317)	19.6%	27.4%	24.3%	28.7%
女子生徒の制服 (N=323)	19.8%	26.9%	24.5%	28.8%

注：1事業者が複数の販売店（A社〇〇店、A社××店など）において販売している場合、当該事業者の販売店数は1販売店として集計を行っている（以下同じ。）。

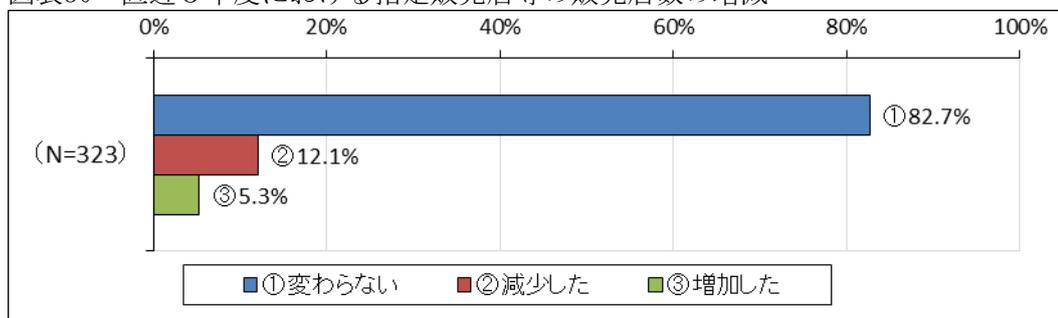
出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

#### (2) 販売店数の変動

直近5年度における学校が案内する指定販売店等の販売店数は、「変わらない」が82.7%、「減少した」が12.1%、「増加した」が5.3%であり、減少傾向がみられた（図表30）。

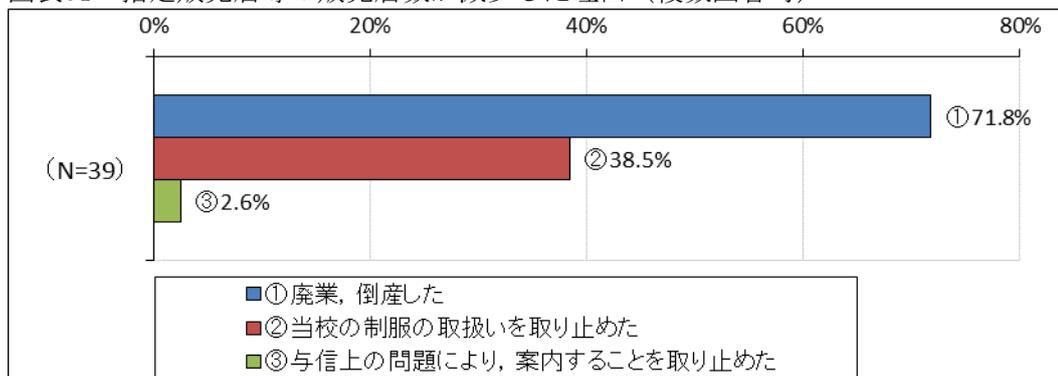
販売店数の減少理由は、「廃業、倒産した」が71.8%で最も多く、販売店数の増加理由は、「既存の販売店が当校の制服の取扱いを新たに始めた」及び「販売店の新規出店があった」が35.3%で最も多かった（図表31、図表32）。

図表30 直近5年度における指定販売店等の販売店数の増減



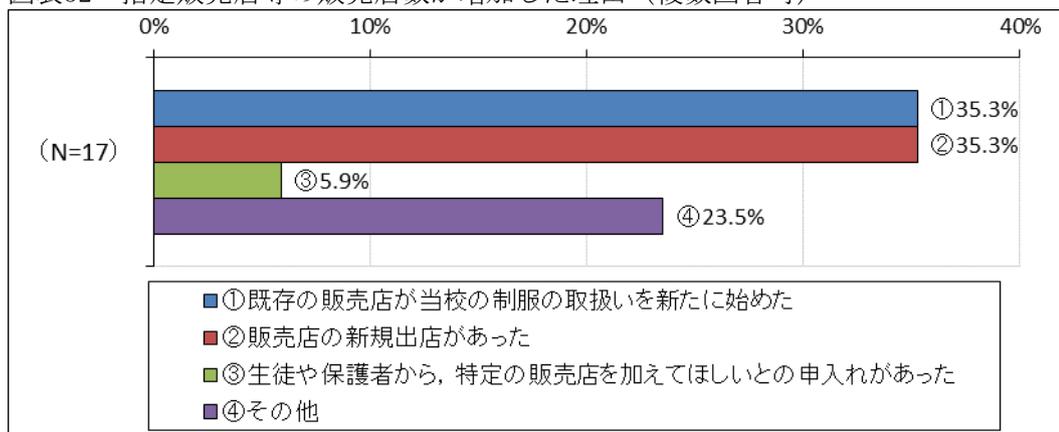
出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

図表31 指定販売店等の販売店数が減少した理由（複数回答可）



出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

図表32 指定販売店等の販売店数が増加した理由（複数回答可）



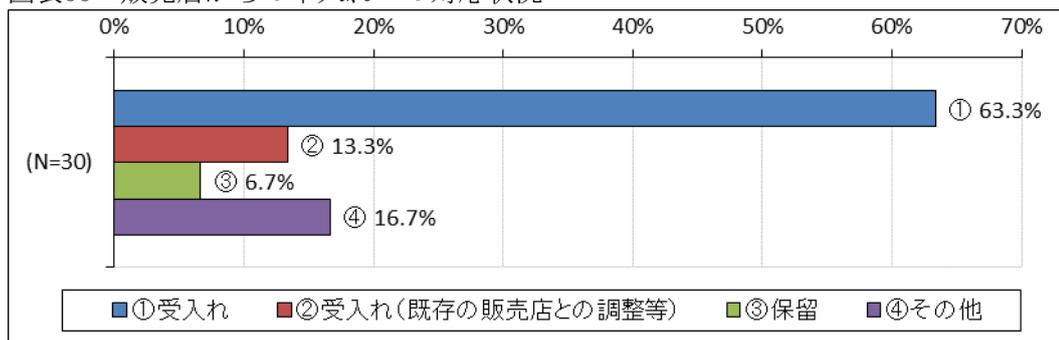
出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 4 販売店の新規参入・見直し

### (1) 販売店から学校への申入れ

直近5年度において、販売店が学校に対し、制服の販売店として案内してほしいと申入れを行った件数は30件あり、このうち、当該申入れを受け入れた学校が63.3%、当該申入れを受け入れたものの、既存の販売店との調整等を求めた学校が13.3%、多忙等の理由により申入れに対する回答を保留した学校が6.7%であった（図表33）。

図表33 販売店からの申入れへの対応状況



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

学校による販売店の案内対応に関しては、以下のような事例があった。

#### 【学校が新たに販売店として保護者に案内した事例】

- 制服の販売店から、当校の制服の取扱いをしているので保護者に案内してほしいとの要望があった。公平性の観点から、学校説明会の資料に当該販売店を追加し、口頭でも、どの販売店で購入しても構わない旨を保護者に伝えた。
- 制服の販売店から、当校の制服を販売させてほしい旨の申入れがあったので、校内の部会、委員会で検討し、校長決裁により当該販売店からの申入れを受け入れたところ、当該販売店が制服の販売を開始したので、当該販売店も保護者に紹介するようにした。
- 制服の販売店から入学説明会資料に当該販売店の名称を記載してほしい旨の要望があったので、追記した。

#### 【販売店として参入するに当たり既存の販売店との調整をした事例】

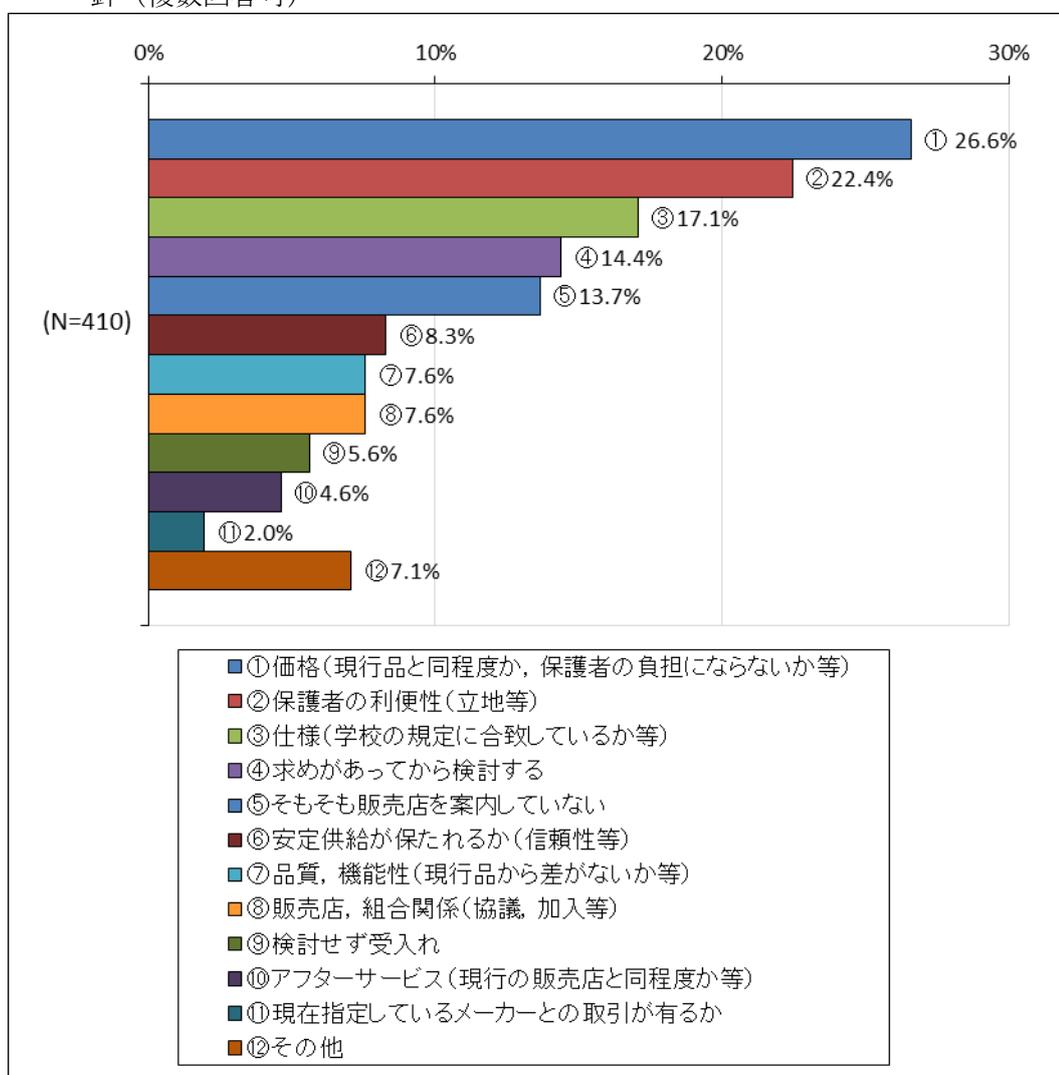
- 制服の販売店から当校の制服を取り扱いたいとの申入れがあったので、既に当校の制服を販売している取扱販売店が組合員となっている組合（任意組合）に挨拶するよう伝えたと、組合から当校に対し、当該販売店の参入についてクレームがあり、当校に申入れを行った販売店は、組合から「指定業者」と名乗らないでほしい旨の要望を受けた。

## (2) 今後販売店から申入れがあった場合の学校の対応

今後、販売店から自校の制服を取り扱っている旨を生徒・保護者に案内してほしいとの申入れがあった場合、どのような観点から検討するかについては、販売価格（26.6%）、利便性（22.4%）、仕様（17.1%）、安定供給（8.3%）、品質、機能性（7.6%）、アフターサービス（4.6%）といった制服の価格・品質、販売店の利便性・信頼性の観点から検討するという回答が多くみられた（図表34）。

他方、制服の価格・品質や販売店の利便性・信頼性ではなく、既に案内している販売店や複数の販売店が集まり組織された組合（法律の規定に基づいて設立されたものではない任意の組合をいい、以下「任意組合」という。）との協議、加入等を条件とする学校も一部（7.6%）あった。

図表34 販売店としての案内を希望する旨の申入れがあった場合における検討・対応方針（複数回答可）



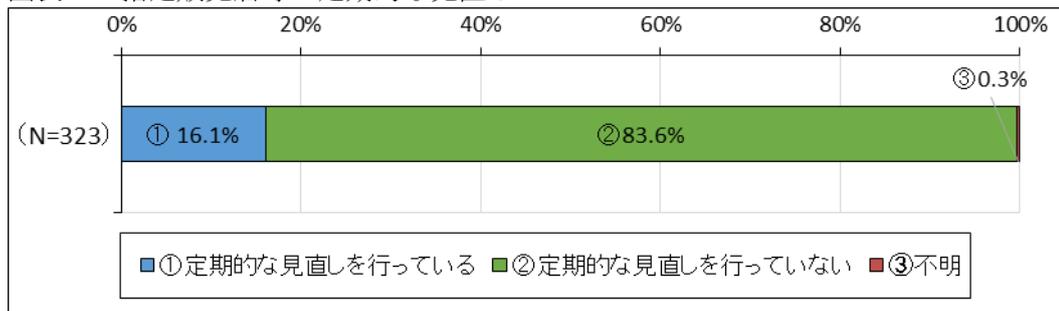
注：本図表では、直近5年度において、販売店から学校に対し、制服の販売店として案内してほしい旨の申入れが行われなかった学校について集計を行っている。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

### (3) 指定販売店等の見直し

指定販売店等の定期的な見直しを行っている学校は16.1%、定期的な見直しを行っていない学校は83.6%であり、大部分の学校は指定販売店等の定期的な見直しを行っていません（図表35）。また、指定販売店等の定期的な見直しを行っていると回答した学校でも、指定販売店等の経営状況や取扱商品の確認を行うなどのみで、直近5年度において、指定販売店等の変動はあまりみられなかった。

図表35 指定販売店等の定期的な見直し



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

指定販売店等の定期的な見直しが行われていない理由としては、①地域の販売店に限られている、②現状の販売店について不都合がない、③保護者からクレームが寄せられていない、④他の販売店からの参入の申入れがないなどの理由が挙げられている。

制服の販売店に限られ、参入が少ない背景としては、少子化により需要が減少していること、制服の販売店は、販売だけに限らず、生徒の保護者から、在学中の3年間、成長に伴うサイズ直しや補修などのアフターサービスが求められること、入学式に着用可能となるための確実な納品が求められることなどが考えられる。

なお、制服の価格の適正化、手続の透明化等の観点から、学校や教育委員会が制服の販売店に対して定期的に入札や見積り合わせを行い、最安値を提示した販売店に生徒・保護者への制服の販売を行わせている事例も一部あった。

学校等が案内する指定販売店等の見直しに関しては、以下のような事例があった。

#### 【指定販売店等の見直しを行っていない事例】

- 当校の近隣には現在案内している販売店しかなく、他に検討の余地がない。
- 現在の販売店については、特に問題はなく、学区に近くて保護者の利便性の面からもよい。また、今までに保護者から販売店に関する苦情もない。
- 販売店の参入がないので、特段見直す必要もない。
- 販売店について特に規定を設けておらず、取扱いを希望する店があれば受け入れているため、特に見直す必要がない。
- 制服の販売店を定期的に入れ替えて競争を活発化させるという発想はない。しかし、修学旅行であれば、毎年、旅行代理店から見積りを取り、内容、価格を見比べて契約先を決めていることに対して、制服の販売店を決めるために同様のことを行わないのは矛盾が生じているかもしれない。制服については、「代々この業者だから」とか、3年

間着用できるものを提供してもらわないと困るという事情があるので、価格についてあまり言えていないのかもしれない。

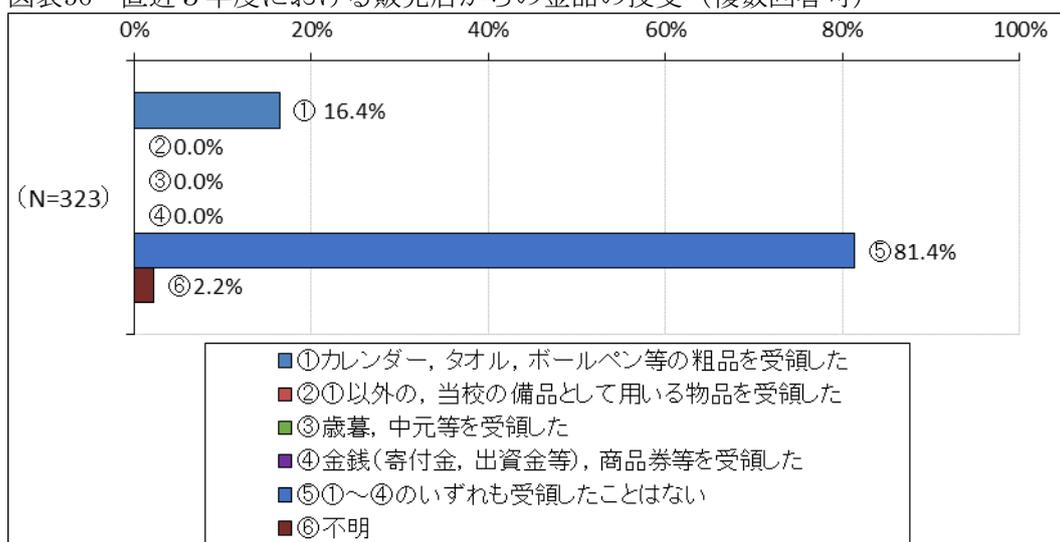
**【指定販売店等の定期的な見直し（入札、見積り合わせ等）を行っている事例】**

- 保護者の経済的負担の軽減，取引の透明性の確保等の観点から，独自仕様の制服を指定している市町村内の学校について，3年に1度，教育委員会が各学校の仕様書，予定価格等を取りまとめて，制服の指名競争入札を行っている。落札業者は，学校と契約書を交わし，当該学校の制服の販売店として，制服の採寸，落札価格による保護者への販売を行い，また，月に数回学校へ出向いて，制服のサイズ直し，補修といったアフターサービスを行っている。
- 教育委員会の指示を受け，3年に1度，制服の仕様書を開示の上，近隣の複数の制服取扱業者に見積りを依頼し，PTA，管理職等から構成される委員会を開催して，販売店を決定している。
- 5年に1度，販売店の入札を行い，学校，生徒，保護者から構成される制服検討委員会が，価格，デザイン，アフターサービス等の観点から検討を行い，校長に具申の上，販売店を決定している。

**5 販売店から学校への金品の提供**

直近5年度における販売店から学校への金品の授受については，何も受領したことがないが81.4%，次いで，「カレンダー，タオル，ボールペン等の粗品を受領した」が16.4%であった（図表36）。

図表36 直近5年度における販売店からの金品の授受（複数回答可）



注： 「不明」と回答した理由は，記録がないため確認できないといったものであった。  
 出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

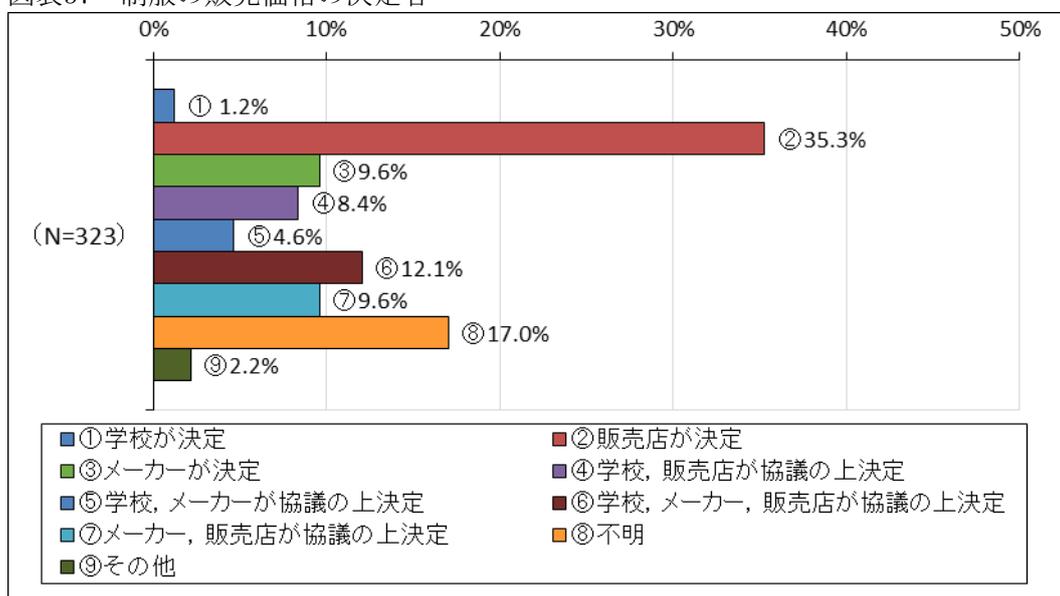
## 第7 制服の販売価格の決定

### 1 販売価格の決定者

制服の販売価格の決定者は、「販売店が決定」が35.3%で最も多かったものの、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」が1.2%、「学校、販売店が協議の上決定」が8.4%、「学校、制服メーカーが協議の上決定」が4.6%、「学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定」が12.1%であり、合計で26.3%の学校が販売価格の決定に関与していた（図表37）。

なお、販売価格の決定者に関する回答は、学校の認識によるものであり、当委員会において確認を取ったものではない。

図表37 制服の販売価格の決定者



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

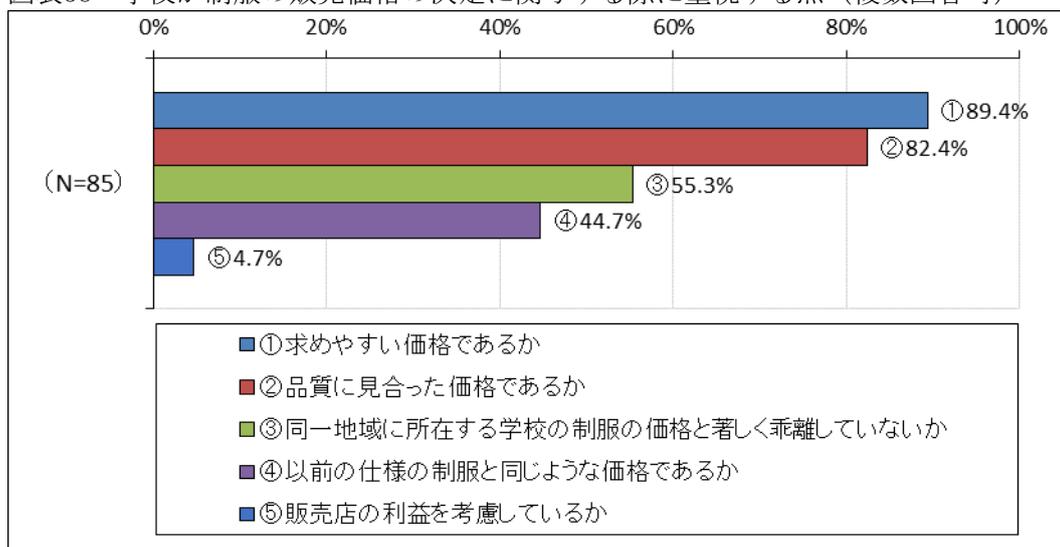
学校が価格決定に関して回答した事例は、以下のとおりである。

販売価格の決定者	主な事例
①学校が決定	村内の販売店が全て撤退し、近隣地区にも販売店がないため、学校が制服メーカーから卸売を受け、生徒・保護者に販売を行っている。
②販売店が決定	保護者は、販売店から制服を購入しているため、販売店が販売価格を決定している。
③制服メーカーが決定	制服メーカーから提示された制服の価格、品質、機能性等を総合的に判断し、当校の制服を製造する制服メーカーとして指定した。
④学校、販売店が協議の上決定	学校が販売店に対して見積り合わせを行い、最も価格の安い販売店を選定した上で、保護者に対して当該販売店を案内している。
⑤学校、制服メーカーが協議の上決定	学校が制服メーカーに対して見積り合わせを行い、最も価格の安い制服メーカーを選定した上で、保護者に対して当該制服メーカーを案内している。

⑥学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定	学校が制服の仕様変更を行った際に、制服メーカー及び販売店と価格交渉を行い、価格を決定している。
⑦制服メーカー、販売店が協議の上決定	制服メーカーと販売店が来校し、販売価格の値上げの申入れを行ったため、制服メーカー及び販売店が販売価格を決定している。

学校が制服の販売価格の決定に関与する際に重視する点は、「求めやすい価格であるか」が89.4%、次いで、「品質に見合った価格であるか」が82.4%、「同一地域に所在する学校の制服の価格と著しく乖離していないか」が55.3%であった（図表38）。

図表38 学校が制服の販売価格の決定に関与する際に重視する点（複数回答可）



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 2 学校による販売価格の交渉

学校による制服の仕様変更時における販売価格の交渉には、制服メーカー等に対してコンペを行い、新制服の提案を受ける際に、販売価格の条件提示を行うなどして価格交渉を行うというものがある。

また、学校による既存の制服における販売価格の交渉には、学校が制服メーカー等に対し、定期的に入札又は見積り合わせを行うものや、制服メーカー等が学校に対して制服の販売価格の値上げに関する説明を行った際に、価格交渉を行うものなどがある。

他方、学校が価格交渉を行うことは、特定の事業者との癒着を疑われかねない、学校は中立的な立場で自由競争を支援する立場なので、販売価格に関与するのは好ましくないとする学校もみられた。

学校と制服メーカー等との既存の制服における販売価格の交渉に関しては、以下のような事例があった。

### （学校が決定）

- 既存の販売店が制服の販売を終了し、他に制服を販売する販売店がなくなったため、当校が制服メーカーから制服を仕入れて保護者に販売するようになった。

(学校、販売店が協議の上決定)

- 保護者が混乱しないように、当校から販売店2社に対して、現状の価格を据え置くことや販売価格を合わせるようお願いをしている。

(学校、制服メーカーが協議の上決定)

- 販売店の保護者に対する販売価格について、制服メーカー3社に対して見積り合わせを行い、当校の制服を製造することに決まった制服メーカーとの間で、契約期間内に販売価格を変更しないことを取り決めた契約書を交わしている。

(学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定)

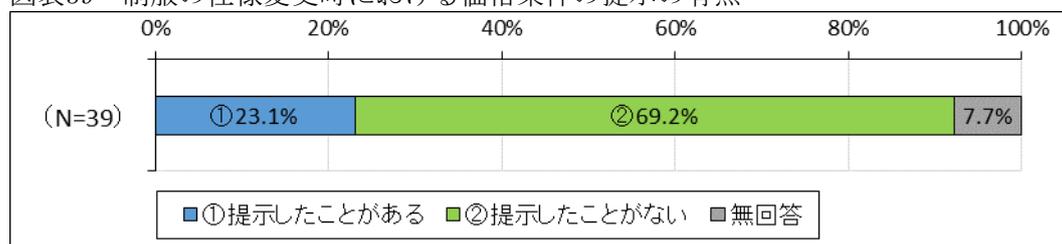
- 制服メーカー及び販売店との三者で別途定める価格表に基づき制服を販売する旨を取り決め、販売店はその価格表に基づき制服を販売している。

### 3 仕様変更の際の価格条件

制服の仕様変更に当たり、価格の条件を提示した学校は23.1%であった(図表39)。

また、69.2%の学校は、価格の条件を提示したことがないと回答している。ただし、学校は仕様変更の際に制服メーカーから販売価格の提示を受けており、例えば、新制服の仕様書と併せて見積書の提出を求めて、余りにも販売価格が高い場合には交渉を行うなどしていた。

図表39 制服の仕様変更時における価格条件の提示の有無



出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

### 4 仕様変更時の学校による価格交渉の事例

仕様変更時における学校による価格交渉に関しては、以下のような事例があった。

- 制服を指定してから年月が経過し、制服のデザインが古くなり、また、最近では安く機能的な制服も販売されていることから、保護者等の意見を踏まえ、制服の仕様を変更することとした。制服の仕様変更に当たっては、複数の制服メーカーのコンペを行い、デザイン、価格、アフターサービス等を考慮して、A社(制服メーカー)が提案した制服を採用することとした。

採用された新制服を販売店が保護者に販売する場合には、販売店間で不公平が生じないようにするため、統一価格で販売できるようA社に依頼した。これを受け、A社と販売店との間で交渉がなされ、当校が指定する価格で統一して販売された。

- 学校選択制への移行等を踏まえ、魅力的な制服にすることで多くの生徒を集めるために、制服を刷新することとした。複数の制服メーカーによるコンペの結果を受け、教職員、PTA役員を対象にアンケートを実施し、B社(制服メーカー)に決定した。コンペに当

たっては、制服メーカーに対し、できるだけ既存の制服と同じ販売価格を維持してほしいと要望したが、機能性を向上させることや、独自仕様の制服は製造ロット数が少なくなるため、既存の制服よりも販売価格が高くなるとの説明を受けた。

当校の制服の各販売店における販売価格が同一価格であることについて、当校は販売店の販売価格の決定には関与していないが、全ての販売店が同じB社の制服を販売しているため、当然同じ価格になると思っていた。

- 変形学生服の防止の観点から、制服の仕様変更を行うこととした。コンペでは、保護者の経済的負担を軽減するため、制服検討委員会がコンペに参加した制服メーカーに対して、新制服の販売価格の上限を既存の制服の販売価格より安くするように要望した。また、新制服の販売価格については、当校から販売店に対して小売価格を提示した結果、当校の制服の販売店は、いずれも当校が提示した価格で販売している。
- 制服のデザインが古いため、制服検討委員会を立ち上げ、制服メーカーによるコンペを開催し、校内で見本を展示するなどして新制服を決定した。制服の仕様変更の主な目的は制服の価格を安くしたいというものではなかったが、コンペを実施するに当たり、「価格については、既存の標準服及び他の市立中学校と同程度」の販売価格を提示できることを参加要件としている。

## 5 制服メーカーによる販売店の販売価格への関与

制服メーカーが作成し、学校に持参した制服の販売に関する案内文書をみると、各販売店の販売価格が同一となっていた事例や、制服メーカーが学校に説明した値上げにより、販売店が販売価格を設定している事例がみられた。

制服メーカーによる販売店の販売価格への関与に関しては、以下のような事例があった。

- 当校の入学説明会で配布する制服の販売に関する案内文書は、制服メーカー3社がそれぞれ作成して、年末に当校に持参してきたものである。

それぞれの制服メーカーが作成する制服の販売に関する案内文書には、販売店名と制服の価格表が記載されており、同じ制服メーカーであれば、どの販売店でも同じ価格で販売している。各販売店において同じ価格で販売されている理由について確認したことはないが、当校は制服の販売価格に関することは販売店ではなく制服メーカーから説明を受けているので、おそらく、制服メーカーが保護者がどの販売店で同じ制服メーカーの商品を購入しても価格差が出て不公平にならないように配慮しているのではないかとと思う。
- 当校は、過去にコンペを行い、A社（制服メーカー）の商品を採用しているところ、A社から、制服の生地価格の値上げに伴い、制服の販売価格の値上げをしたいとの話があった。当校は、A社と価格交渉を行った上で、A社に保護者向けの値上げに関する説明文書を作成してもらった。この説明文書は、制服メーカー及び当校の制服を販売する販売店の連名となっているが、今回の値上げ交渉に販売店は関与していない。

## 6 販売店間における同一の販売価格

学校が指定販売店等を複数案内している場合において、制服について販売価格が販売店間で同一となっている事例が一定数みられた（図表40）。

図表40 指定販売店等を複数案内している場合において販売価格が同一価格である割合

### 【男子生徒】

	指定販売店		取扱販売店	
	学校数	うち、同一価格（割合）	学校数	うち、同一価格（割合）
詰め襟	35	17 (48.6%)	106	37 (34.9%)
ブレザー	49	29 (59.2%)	25	16 (64.0%)
合計	84	46 (54.8%)	131	53 (40.5%)

### 【女子生徒】

	指定販売店		取扱販売店	
	学校数	うち、同一価格（割合）	学校数	うち、同一価格（割合）
セーラー服	36	17 (47.2%)	63	15 (23.8%)
ブレザー	58	35 (60.3%)	46	28 (60.9%)
イートン服	8	5 (62.5%)	9	4 (44.4%)
合計	102	57 (55.9%)	118	47 (39.8%)

注：制服の種類には、上記に該当しないもの（その他）もあるが、数が限られているため、集計から除外している。また、本図表では、指定販売店等を案内している学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計215校、女子生徒・計220校）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

指定販売店等の販売価格が同一価格となる背景としては、前記2のとおり、学校が販売価格の決定に関与することによって同一価格になっていると考えられるが、これ以外にも、学校が保護者に制服の販売店を案内するために、任意組合が構成員（各販売店）連名の「価格表」を作成している事例や、複数の販売店間で連名の「価格表」を作成している事例がみられたほか、学校が制服メーカー及び販売店との三者で別途定める価格表に基づき制服を販売する旨を取り決め、販売店はその価格表に基づき制服を販売している事例がみられた。

指定販売店等の販売価格が同一となっていることに関しては、以下のような事例があった。

- 組合が作成し小学校を通じて新入生の保護者に配布されている制服の販売に関する案内文書に記載されている価格は各組合員の販売店で同一価格になっているが、当校は制服の販売価格の決定に関与していないので、当校から同組合に同一価格になっている理由を問い合わせたことはないし、また、同一価格になっていることについて保護者から苦情等が寄せられたこともない。保護者は近隣の販売店で制服を購入するので、おそらく、組合がそういった事情を考慮して、どこの組合員の販売店でも同じ価格で購入できるように配慮したのではないかとと思われる。
- 組合の各組合員の販売価格は同一価格であり、同組合は組合員同士の競争を回避するための組織なのかもしれない。当校から組合に対し、同一価格で販売してほしいとお願いし

ていない。当校が所在するような販売店が1つか2つしかない地区で競争原理を働かすのは難しいかもしれない。

- 当校は入学説明会の際に、当校の制服の販売店が当番制で作成した、各販売店の連名による販売店共通の価格表が記載された制服の販売に関する案内文書を保護者に配布している。なぜ各販売店の価格が同一価格なのか、いつから同一価格であるのかは分からない。開校時、どこへ行っても同じ価格で買えるように学校が依頼していたのかもしれないし、販売店間で調整しているのかもしれない。当校としては遠くても安い店、近いけれども高い店といった差があると、かえって保護者の利便性を損ねてしまうのではないかと考えられるので、どこの店で購入しても同じ価格の方が望ましいと考えている。
- 当校、制服メーカー及び販売店との三者で別途定める価格表に基づき制服を販売する旨を取り決め、販売店はその価格表に基づき制服を販売している。

## 7 その他（販売店間における販売地域の割り振り）

学校や販売店が新入生の保護者向けに配布している制服の販売に関する案内文書を見ると、任意組合の構成員（各販売店）の販売地域が定められているとみられる事例がみられた。販売店の販売地域に関しては、以下のような事例があった。

- 保護者向け制服の販売に関する案内文書は、組合から、品名（制服の種類）、販売価格、各販売店（組合員）が販売を行う地区（新入生の出身小学校の名称）等が記載された文書を受領し、当校が作成したものである。学校としては、保護者はどこの販売店から制服を購入してもよいと考えるが、平成28年度と同29年度で販売店名が異なっていることから、組合員間で入学する生徒数に応じて販売を行う地区の調整を行っているのかもしれない。
- 当校の入学説明会では、当校と組合の連名による制服の販売に関する案内文書を配布している。当該案内文書は、入学説明会前に組合が作成し、組合から当校に届けられている。当該案内文書には、複数の組合員の販売店名が記載されているが、当校の制服については、当番店とされているA販売店から購入するよう記載されている。ただし、当番店は毎年変更するものではなく、市内の別の中学校では当該案内文書に記載されているB販売店が当番店となっていたことから、当番店とは中学校ごとに固定された担当店のようなものと思われる。

## 第8 制服の販売価格

### 1 制服一式の販売価格

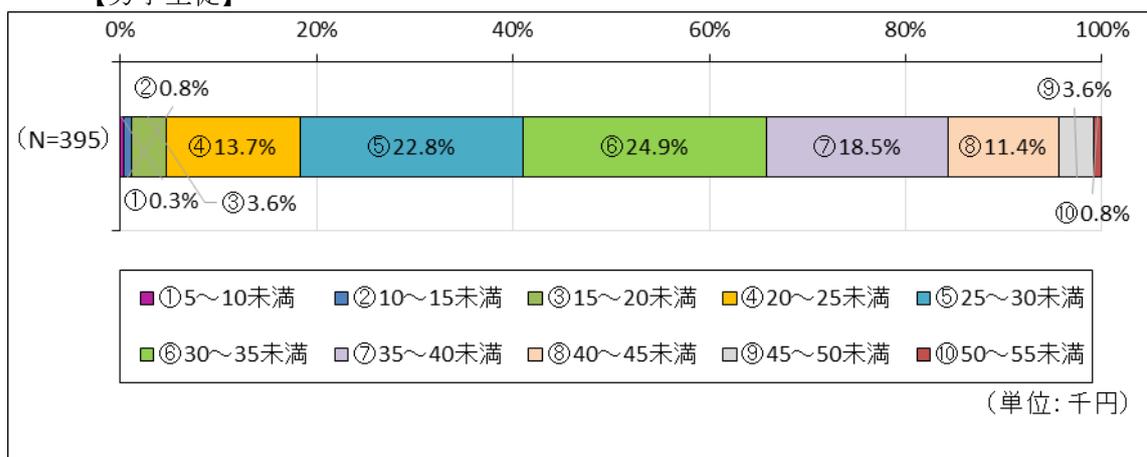
#### (1) 制服一式の販売価格

制服一式（制服に加え，制服に付随する品目であるシャツ，ブラウス，ネクタイ，リボンなどの学校が指定する品目を含む。以下同じ。）の販売価格は，男子生徒，女子生徒ともに，最も多い販売価格帯は3万円以上3万5000円未満，次いで，男子生徒の制服一式の場合は，2万5000円以上3万円未満，女子生徒の制服一式の場合は，3万5000円以上4万円未満であった（図表41）。

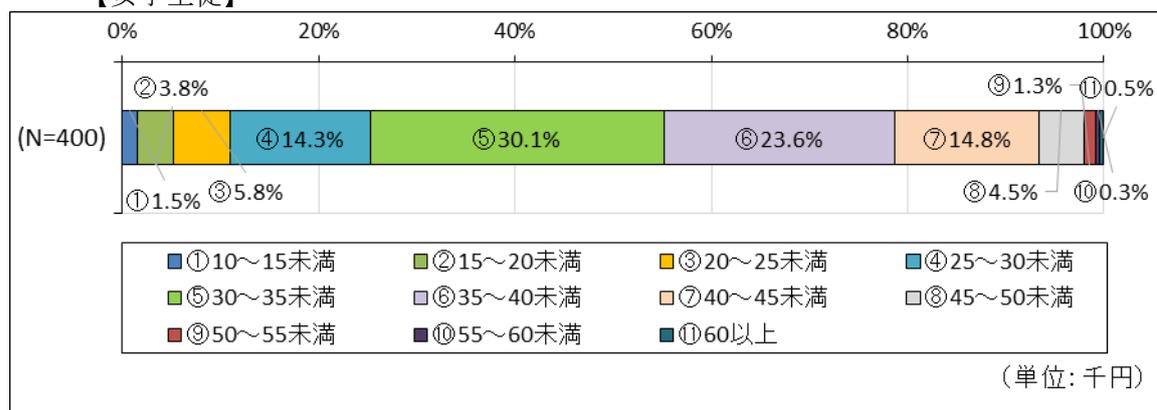
なお，制服一式の販売価格は，販売店の経費・利益等を除き，素材（例えば，ウールとポリエステル比率等），機能性（例えば，家庭で洗濯ができる，はっ水加工，成長に合わせて丈を伸ばすことができる等），装飾品（例えば，学校独自のボタン，校章等のエンブレムの有無等），製造工程数（例えば，ワイシャツの比翼仕立て等）などによって価格差が生じる。

図表41 制服一式の販売価格

#### 【男子生徒】



【女子生徒】



注1： 本図表では、指定販売店等を案内している学校及び販売店を案内しない学校のうち、実際の販売価格又は5,000円ごとに設定した区分で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計395校，女子生徒・計400校）。

注2： 本集計の販売価格は、最も多くの生徒が着用している制服の中で最も安い制服の販売価格で集計しているが、最も多くの生徒が着用している制服の種類が不明の場合には、最も安い制服の販売価格で集計を行っている（以下同じ。）。

注3： 販売価格には、消費税相当額を含む（以下同じ。）。

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

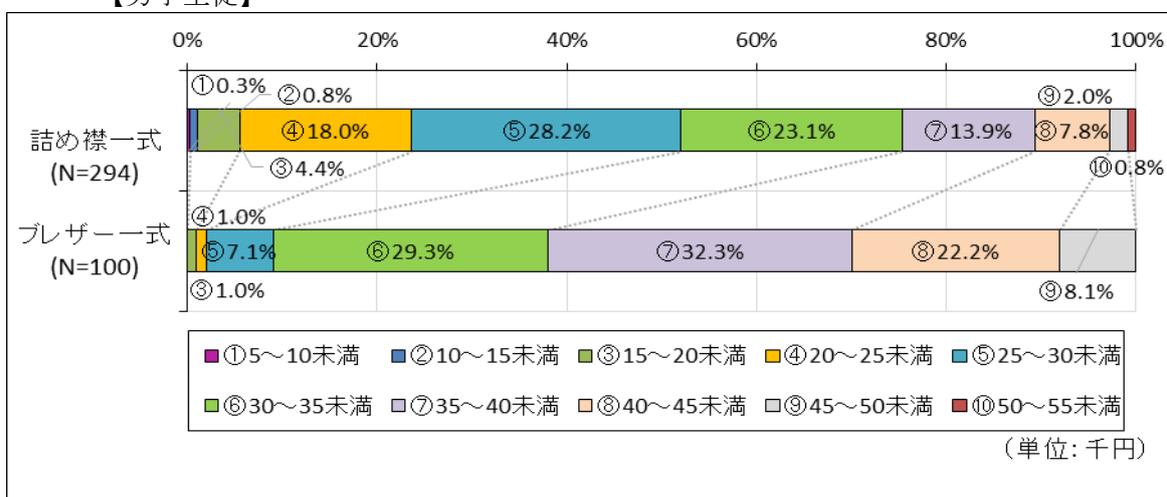
## (2) 制服一式の種類別の販売価格

制服一式の種類別に販売価格をみると、男子生徒、女子生徒ともにブレザー一式が高い傾向がみられた（図表42）。ブレザー一式の場合、制服の仕様として学校独自の形状、色・柄、エンブレム、ボタンなどが指定され、生産数量が少なくなることや、ネクタイ、シャツ、ベスト、セーターなども指定されることがあるため、詰め襟一式やセーラー服一式よりも販売価格が高くなるものと考えられる。

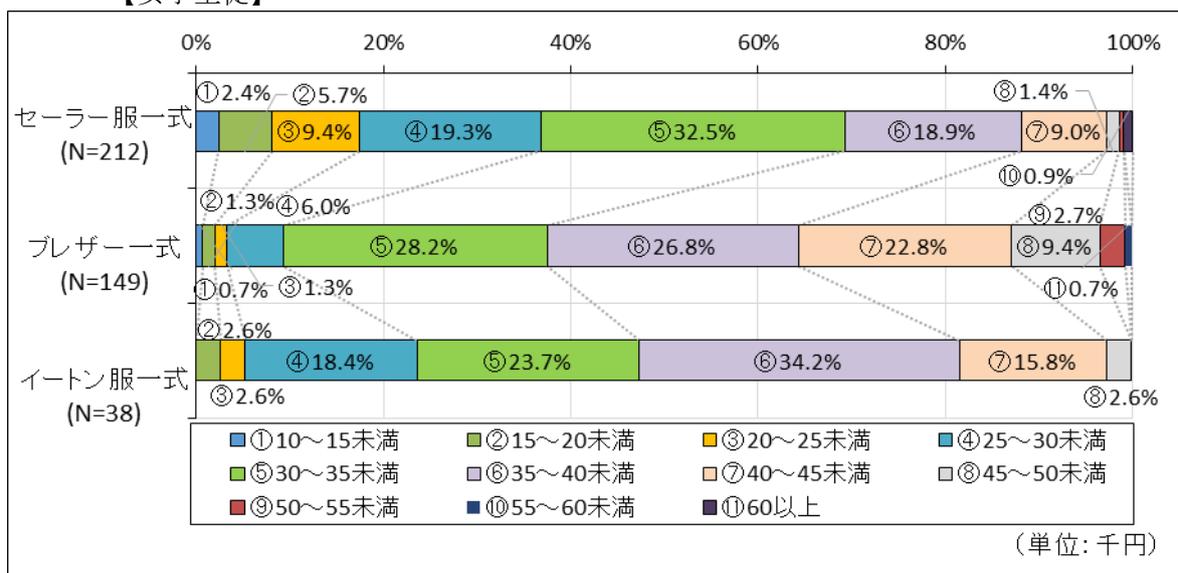
なお、独自仕様とすると制服一式の販売価格が高くなるため、既製品を採用していると回答した学校もあった。

図表42 制服一式の種類別の販売価格

### 【男子生徒】



### 【女子生徒】



注1： 制服の種類には、上記に該当しないもの（その他）もあるが、数が限られているため、集計から除外している。以下、図表43ないし48について同じ。

注2： 本図表では、指定販売店等を案内している学校及び販売店を案内していない学校のうち、実際の販売価格又は5,000円ごとに設定した区分で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計394校、女子生徒・計399校）。

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 2 自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合の販売価格

制服は学校ごとに仕様が定められているが、一部の市では、同一市内における学校の制服の仕様について共通化を行っているところ（前記第3の2(2)参照）、仕様の共通化を行っている自治体の平均販売価格は、行っていない自治体の平均販売価格よりも安い傾向がみられた（図表43）。

図表43 仕様の共通化を行っている自治体と行っていない自治体の平均販売価格

### 【男子生徒】

	仕様の共通化を行っている自治体		仕様の共通化を行っていない自治体	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	7	23,081円	187	29,316円
ブレザー	2	24,215円	95	33,017円

### 【女子生徒】

	仕様の共通化を行っている自治体		仕様の共通化を行っていない自治体	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	4	27,653円	133	29,888円
ブレザー	2	23,765円	134	32,288円

注1：自治体が仕様の共通化を行っている制服の種類には、イートン服もあるが、数が限られているため、本集計から除いている。

注2：本図表では、指定販売店等を案内している学校及び販売店を案内しない学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計291校、女子生徒・計273校）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 3 学校が制服メーカーを指定している場合の販売価格

学校は、特定の制服メーカーを指定し、自校の制服の製造を依頼している場合があるところ（前記第5の1参照）、制服メーカーの指定の有無で、平均販売価格に大きな差はみられなかった（図表44）。

図表44 学校による制服メーカーの指定の有無による平均販売価格

### 【男子生徒】

	制服メーカーの指定あり		制服メーカーの指定なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	42	29,076円	152	29,095円
ブレザー	47	32,532円	50	33,122円

### 【女子生徒】

	制服メーカーの指定あり		制服メーカーの指定なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	27	28,842円	110	30,063円
ブレザー	60	32,360円	76	32,007円
イートン服	5	26,969円	19	28,587円

注：本図表では、指定販売店等を案内している学校及び販売店を案内しない学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計291校、女子生徒・計297校）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

#### 4 販売店の案内方法の違いによる販売価格

学校は、入学説明会などにおいて指定販売店等を案内していることが多いところ（前記第6の1(1)参照），指定販売店と取扱販売店との間で、平均販売価格に大きな差はみられなかった（図表45）。

図表45 販売店の案内方法の違いによる平均販売価格

##### 【男子生徒】

	指定販売店		取扱販売店	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	47	29,866円	123	28,776円
ブレザー	66	32,185円	27	33,829円

##### 【女子生徒】

	指定販売店		取扱販売店	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	50	28,646円	69	30,416円
ブレザー	81	31,533円	49	32,699円
イートン服	12	27,942円	10	28,269円

注：本図表では、指定販売店等を案内している学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計263校，女子生徒・計271校）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

#### 5 指定販売店等の販売店数の違いによる販売価格

学校によって案内する指定販売店等の販売店数は異なるところ（前記第6の3(1)参照），イートン服を除き，案内する指定販売店等が4販売店以上の場合の平均販売価格は，案内する指定販売店等が1販売店の場合の平均販売価格よりも安い傾向がみられた（図表46）。

図表46 学校が案内する指定販売店等の販売店数別の平均販売価格

##### 【男子生徒】

	1 販売店		2 販売店		3 販売店		4 販売店以上	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	29	29,748円	43	29,765円	44	29,443円	54	27,871円
ブレザー	19	34,025円	28	31,275円	24	32,983円	22	32,902円

##### 【女子生徒】

	1 販売店		2 販売店		3 販売店		4 販売店以上	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	20	30,281円	28	29,827円	34	29,919円	37	28,999円
ブレザー	26	32,254円	36	31,500円	32	32,999円	36	31,330円
イートン服	5	27,306円	6	29,214円	6	27,278円	5	28,503円

注：本図表では、指定販売店等を案内している学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計263校，女子生徒・計271校）。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 6 学校が販売価格の決定に関与している場合の販売価格

学校が制服の販売価格の決定に関与する事例があるところ（前記第7の1及び2参照），イートン服を除き，学校が制服の販売価格の決定に関与する場合の平均販売価格は，関与しない場合の平均販売価格よりも安い傾向がみられた（図表47）。

図表47 学校による販売価格の決定への関与の有無による平均販売価格

### 【男子生徒】

	指定販売店				取扱販売店			
	学校の関与あり		学校の関与なし		学校の関与あり		学校の関与なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	21	28,702円	26	30,807円	23	27,940円	100	28,968円
ブレザー	36	31,177円	30	33,323円	9	33,315円	18	34,086円

### 【女子生徒】

	指定販売店				取扱販売店			
	学校の関与あり		学校の関与なし		学校の関与あり		学校の関与なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	17	28,443円	33	28,750円	9	27,835円	60	30,803円
ブレザー	47	30,458円	34	32,945円	12	32,455円	37	32,778円
イートン服	3	27,920円	9	27,949円	2	30,487円	8	27,715円

注1： 「学校の関与あり」は，前記第7の1において，学校が販売価格の決定に関与したと回答した学校に加え，それ以外の回答をした学校の中で，入札等を行うなど，学校が販売価格の決定に関与していると当委員会が判断したものも含む。

注2： 本図表では，指定販売店等を案内している学校のうち，実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計263校，女子生徒・計271校）。

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

## 7 学校が定期的に入札又は見積り合わせを行っている場合の販売価格

学校、教育委員会等が、制服メーカー又は販売店に対し、定期的に入札や見積り合わせを行い、最安値を提示した者に生徒・保護者への制服の販売を行わせている事例があるところ（前記第5の3及び第6の4(3)参照），定期的に入札等を行っている学校の平均販売価格は、行っていない学校（直近5年度において仕様変更を行った学校を除く。）の平均販売価格よりも安い傾向がみられた<sup>15</sup>（図表48）。

図表48 定期的な入札等の実施の有無による平均販売価格

### 【男子生徒】

	定期的な入札等の実施あり		定期的な入札等の実施なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
詰め襟	2	26,410円	172	29,215円
ブレザー	6	28,305円	78	33,461円

### 【女子生徒】

	定期的な入札等の実施あり		定期的な入札等の実施なし	
	学校数	平均販売価格	学校数	平均販売価格
セーラー服	2	29,265円	121	29,779円
ブレザー	5	27,852円	112	32,769円

注1： 定期的な入札等を実施している制服の種類には、イートン服もあるが、数が限られているため、本集計から除いている。また、定期的な入札等を実施していない学校のうち、直近5年度において仕様変更を行った学校については、本集計から除いている。

注2： 本図表では、指定販売店等を案内している学校及び販売店を案内しない学校のうち、実際の販売価格で回答した学校のみ集計を行っている（男子生徒・計258校、女子生徒・計240校）。

出所： 学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

<sup>15</sup> しかし、後記8⑥の実証分析の結果を踏まえると、定期的な入札等の実施の有無と制服の販売価格との間の因果関係は不明である。

## 8 実証分析

前記2ないし7のとおり，制服の販売価格について，仕様の共通化の有無，制服メーカーの指定の有無，販売店の案内方法の違い，販売店数等によって販売価格に差が生じるのか集計を行ったところ，これらの要因等による制服の販売価格への影響について，更に計量経済学的な分析（重回帰分析）を実施した。

（分析対象）

- ① 自治体が制服の仕様の共通化を行っているか否か（図表43）
- ② 学校が制服メーカーを指定しているか否か（図表44）
- ③ 学校が指定販売店を案内しているか否か（図表45）
- ④ 指定販売店等の販売店数（図表46）
- ⑤ 指定販売店等を案内している学校のうち，学校が販売価格の決定に関与しているか否か（図表47）
- ⑥ 学校が定期的に入札等を実施しているか否か（図表48）

（分析結果）

- ① 自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合には，行っていない場合に比べて，制服の販売価格が統計的に有意に安くなるという分析結果が得られた。
- ② 学校による制服メーカーの指定と制服の販売価格との間には，統計的に有意な関係が認められなかった。
- ③ 指定販売店と制服の販売価格との間には，統計的に有意な関係が認められなかった。
- ④ 学校が案内する指定販売店等の販売店数が増加した場合，制服の販売価格が統計的に有意に安くなるという分析結果が得られた。
- ⑤ 指定販売店等を案内している学校のうち，学校が販売価格の決定に関与した場合には，関与しなかった場合に比べて，制服の販売価格が統計的に有意に安くなるという分析結果が得られた。
- ⑥ 学校による定期的な入札等の実施と制服の販売価格との間には，統計的に有意な関係が認められなかった。

以上のとおり，上記①の自治体が制服の仕様の共通化を行っている場合，上記④の学校が案内する指定販売店等の販売店数が増加した場合及び上記⑤の学校が販売価格の決定に関与した場合には，制服の販売価格が統計的に有意に安くなる分析結果が得られた。

## 第9 中古制服の活用

### 1 制服のリサイクル等

学校は、制服一式以外にも体操服、上履き、スクールバッグなどを指定する例が多く（図表49）、制服を指定している学校において、制服一式以外の指定品目も含めた入学の際に必要な費用は平均5万9524円であった（図表50）。このような保護者の経済的負担を踏まえ、卒業生から制服を譲り受け、制服等のリサイクル、バザー（以下「制服のリサイクル等」という。）を行っている学校、PTAなどが47.8%であった（図表51）。しかし、提供される制服の数は一般に少ない。

学校等による制服のリサイクル等は、経済的に厳しい家庭、兄弟姉妹が多く制服の購入費用が負担となっている家庭、子供の成長に伴い制服を買い換えなければならない家庭、卒業間近に他校から転校してきたことにより制服を準備しなければならない家庭などに利用されている。

図表49 制服一式以外の品目の指定状況

品目	指定の割合	品目	指定の割合
体操服（上下一式）	84.3%	サブバッグ	28.6%
上履き	82.6%	靴	19.2%
ジャージ（上下一式）	76.3%	靴下	6.9%
スクールバッグ	63.5%	帽子	6.9%
体育館シューズ	55.3%	その他（ヘルメット等）	24.8%

注：指定の割合は、制服を指定する学校（441校）のうち表中の各品目を指定していると回答した割合。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

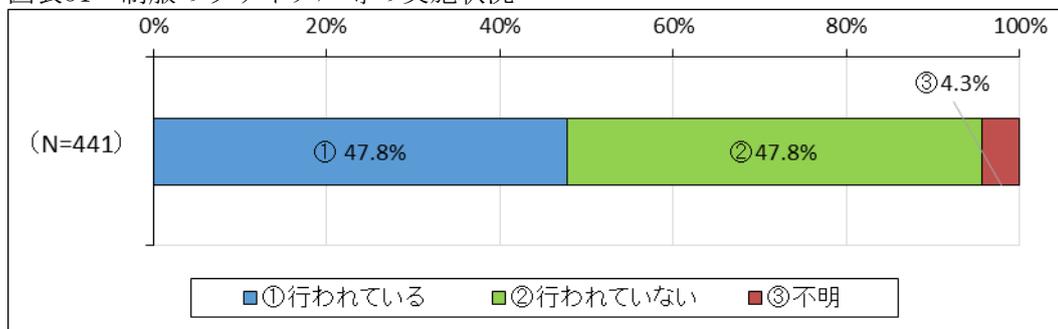
図表50 入学に当たり必要な費用

	最低額	平均額	最高額
制服を指定している学校	25,000円	59,524円	103,000円

注：入学に当たり必要な費用は、制服一式に加え、制服一式以外の指定品目の費用も含む。

出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

図表51 制服のリサイクル等の実施状況



出所：学校への書面調査の回答を基に当委員会作成。

制服のリサイクル等に関しては、以下のような事例があった。

- 当校では、PTAが主体となり、バザー活動を行っている。不要となった制服を回収し、在校生を対象に無償で提供している。例年、数着程度しか集まらず数は少ない。また、当校が主体となり、卒業式に卒業生から不要となった制服を譲り受け、転入生への貸出しを行うこともあるが、こちらも数は少ない。
- 当校が行っている制服のリサイクルは、制服が汚れた、又は破れてしまった場合に貸与する目的で寄贈をお願いしている。ただし、経済的に厳しく制服が用意できないという相談を受け、制服を無償譲渡した事例も何件かあった。
- PTAにより制服のリサイクル等が行われており、新入生となる小学6年生の保護者にも案内している。不要になった制服、体操服等はPTA会員から集めているが、様々なサイズの制服を揃えておくのに苦労しているようである。PTAは転校生など特別な事情がある生徒に対しては、求めているサイズがあれば無償で提供することもある。
- 制服のリサイクルはPTAが担当しており、学校説明会や入学説明会で案内しているが、規模は小さい。制服のリサイクルでは、一部の卒業生から寄付してもらった制服等を販売している。リサイクルは経済的に厳しい家庭や子供が何人もいて制服代が負担となっている家庭が利用していると思われる。

## 2 制服の中古販売

制服の中古販売店は、学校を卒業した生徒やその保護者から制服の買取りを行ったり、PTAのバザーで出品された商品のうち、売れ残ったものの買取りを行ったりするなどしている。買い取った制服は、クリーニング、補修、ネームの刺しゅうを外すなどして、新品の制服の1割から3割程度の価格で販売されているが、希望する商品がないことやサイズが合わないこともあり、購入できない場合も多い。

なお、中古販売店によると、最近では、経済的に厳しい家庭に配慮し、入学説明会において、中古販売店のチラシを配布する学校があり、また、これ以外にも、経済的に厳しい家庭の保護者が、学校や行政機関からの紹介を受けて、中古販売店に来店する例もあるとしている。

## 第10 制服の取引における公正な競争の確保

### 1 制服取引の市場環境

#### (1) 制服メーカー

ほとんど全ての学校では制服の着用が必要であり、制服の仕様は学校ごとに指定されている。

制服の種類は、男子生徒の場合は、詰め襟及びブレザー、女子生徒の場合は、セーラー服、ブレザー及びイートン服に大別されるが、指定される制服の具体的な仕様の内容は、学校独自の仕様を定めるもの、色・種類のみを定めるもの等様々であり、学校間で異なる場合が多い。

現在、制服メーカーは大手4社で高い市場シェアを有しているが、少なくともこれらの制服メーカーでは、いずれの種類も製造することが可能であるといわれている。

なお、制服は一般にその仕様変更の頻度は多くなく、長期間同じ仕様となる場合が多いため、制服を指定する学校は、一定期間、同じ仕様の制服を常時提供できることを制服の供給者に求めており、一部の学校では特定の制服メーカーを指定し、自校の制服を供給させている場合もある。

#### (2) 制服の販売店

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、全国の販売店に卸売を行い、購入者である保護者は販売店から購入している<sup>16</sup>。

保護者は、学校が販売店を指定している場合、指定販売店<sup>17</sup>において購入しており、学校が販売店を指定しない場合は、取扱販売店<sup>18</sup>又は任意の販売店において、制服を購入している。

学校が指定販売店等<sup>19</sup>を案内する理由は、調査結果によれば、近隣での制服購入を可能とする「生徒や保護者の利便性」を挙げる場合が大部分を占めるところ、保護者は、学校が指定販売店制を採っている場合、指定販売店で購入しており、指定販売店は通常、制服を指定する学校の学区内及びその周辺地域に所在している。また、学校が取扱販売店を案内している場合や学校が販売店の案内をしていない場合でも、制服は購入時に、生徒の身長サイズに合うよう採寸等を行い、サイズ直し等を行った上で引き渡している場合が多く、購入後のサイズ直し等のアフターサービスも必要な商品であるため、通常、保護者は、生徒が通学する学校の学区内及びその周辺地域の販売店で制服を購入している。

そのため、保護者が制服を購入するために買い回る範囲は、指定販売店、取扱販売店又は任意の販売店のいずれから購入する場合も、通常、生徒が通学する学校の学区内及びそ

<sup>16</sup> なお、数は少ないものの、制服メーカーから仕入れた卸売業者が販売店を経由せず直接購入者に販売する場合もある(再掲)。

<sup>17</sup> 学校が制服を購入する販売店として指定して案内している販売店(再掲)。

<sup>18</sup> 学校が制服を取り扱う販売店として案内している販売店。なお、学校が定める仕様を満たすのであれば、学校が案内する販売店以外で制服を購入してもよい(再掲)。

<sup>19</sup> 指定販売店又は取扱販売店(再掲)。

の周辺地域となっている<sup>20</sup>。

前記(1)及び(2)を踏まえ、本報告書においては、制服の取引における制服メーカー及び販売店の販売活動に対して行う学校の関与が制服メーカー間及び販売店間の競争に与える影響を検討するほか、制服の取引における取引慣行上の問題点を検討する。

## 2 競争政策上の考え方

### (1) 制服メーカー及び販売店の販売活動等に対する学校の関与

#### ア 制服メーカーの販売活動に対する学校の関与

##### (7) 実態

調査結果では、制服の販売価格の決定に関する学校側の認識として、「学校、制服メーカーが協議の上決定」、「学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定」すると回答した学校が回答の16.7%を占め、一部の学校は、制服メーカーに制服の販売について直接働きかけを行っているとは認識している。

学校は、学校の周年記念事業の一環や学校統合等といった理由により、制服の仕様変更を行うことがあるところ、この仕様変更の手續において、制服検討委員会等学校関係者が協議を行い新制服の仕様の選定を行う場合には、複数の制服メーカー等を集め、コンペを行うことが多い。また、コンペの手續を採らず学校独自の判断で直接特定の制服メーカーに新制服の仕様の提案を求める場合もある。このいずれの場合においても、学校側は、制服の機能性、生徒、保護者等の意見のほか、保護者に対する販売価格を制服メーカーの決定の重要な判断要素としており、仕様変更を行った学校のうち23.1%の学校は制服の仕様変更に当たり価格の条件を提示したことがあると回答している。

また、一部の学校では、制服の仕様変更以外においても、制服価格の適正化、制服選定手續の透明性の確保の点などから、定期的に制服メーカーの見直しを行っているが、学校の中には、自校の制服の仕様を各制服メーカーに示した後、各制服メーカーに価格を見積り合わせの方法により提示させ、制服メーカーを選定している事例がみられた。

この制服の選定において、一部の学校では、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の想定販売価格を提示できることをコンペの参加要件として定めたり、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に要望したり、採用された新制服を販売店に販売する場合には、販売店で販売される価格は統一価格で販売できるように依頼したりするなどしていた。また、制服の見直しの際、実際に保護者が購入することとなる販売価格を提示させる事例がみられた。このほか、制服メーカー及び販売店との三者で別途定める価格表に基づき制服を販売する旨を取り決め、販売店はその価格表に基づき制服を販売

<sup>20</sup> 近年、ネット販売や中古販売店による販売もみられるが、その販売量は全体から見ると僅かである。また、学校等が行う制服のリサイクル等も希望する全ての生徒・保護者の需要を満たす程度の量は確保できていない。

している事例がみられた。

#### (4) 競争政策上の評価

学校が、制服の仕様変更を行う際に複数の制服メーカーを集めてコンペを行うことや、定期的に制服メーカーの見直しを行う際に自校の制服の仕様を示して見積り合わせを行うことは、生徒・保護者に対して安価で良質な制服を提供することとなれば、結果として、制服を購入する保護者の経済的負担の軽減につながると考えられることから、その取組は一定の必要性が認められる。また、コンペや見積り合わせの方法により制服を選ぶことは、制服メーカー間の競争を通じて受注者となる制服メーカーを決定するものであり、他の選択方法に比して、公正性、透明性が確保されることから、競争政策の観点からも望ましい。

学校が、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制服メーカーから販売店への卸売価格とすること、②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の想定販売価格を提示できることをコンペの参加要件として定めること、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に要望することがある。学校によるこれらの行為は、②については、これがコンペの参加要件としての基準に用いられる限りにおいて、③については、要望として行う限りにおいて、①を含めいずれも、これらによって、制服メーカーが販売店の販売価格の自由な決定を拘束する行為を誘発しないと考えられることから、独占禁止法との関係において問題とはならない。

しかし、販売店が単なる取次ぎとして機能しているものではない場合において、学校が、制服メーカーに対して、コンペや見積り合わせの際に制服メーカーの提示価格を実際に保護者が購入する際の販売店における販売価格にするように求めたり、また、学校、制服メーカー、販売店との三者で制服の販売価格を取り決めたり、さらに、学校が制服メーカーに対して販売店の販売価格を統一させるように求めることは、これらにより制服メーカーが販売店の販売価格の自由な決定を拘束する場合は、制服メーカーが独占禁止法上問題（再販売価格の拘束）となり得る行為を行うこととなる<sup>21</sup>。

このため、学校は、独占禁止法上問題となり得る競争制限的な行為を誘発しないよう留意する必要がある。

### イ 制服メーカーの参入に対する学校の関与

#### (7) 実態

一部の学校では、自校の制服の製造を特定の制服メーカーに指定している。学校

<sup>21</sup> 学校が制服メーカーとの間で、コンペや見積り合わせで販売価格を決定し、制服メーカーが販売店に当該価格で保護者に対して販売するよう指示する場合であっても、販売店が負う在庫管理等の危険負担が極めて低く、販売店は単なる取次ぎとして機能しており、実質的に制服メーカーが保護者に対して直接販売していると認められる場合は、制服メーカーが販売店に対して価格を指示しても、通常、違法とはならない。

が制服メーカーを指定する経緯としては、制服の仕様変更に伴い、学校独自の制服を採用したため、特定の制服メーカーに製造させることとした事例が多くみられたが、過去の話であるため、なぜ制服メーカーを指定しているのかその理由が自校においても不明であると述べる学校も一部みられた。

一般に制服は、学校単位の小ロット生産であり、スケールメリットが小さい商品であること、3年間の在学中着用できる品質に加え入学式に間に合うための確実な納品等が求められている商品であることから、一旦、学校から指定を受けた制服メーカーは、次のコンペ等まで継続的に制服を納入しているとされている。指定する制服メーカーの数は、調査結果では、制服メーカーを指定している学校のうち1社指定の学校が全体の68.1%を占めている状況にあるが、近年、制服の生地価格の高騰、指定する制服メーカーを複数にすることによる価格競争への期待等から、指定する制服メーカーを増やす動きもみられた。

なお、制服メーカーからの制服の仕様開示を求められた際の対応として開示拒否を行うとした学校はなかったが、今後、仕様開示を求められた際の対応として、一部の学校では、求めがあってから検討すると回答した。

#### (イ) 競争政策上の評価

ある特定の制服メーカーを指定している学校が、その指定の必要性がないにもかかわらず長期にわたり指定を変更しないことは、他の制服メーカーが参入する機会を失わせるものであることから、特定の制服メーカーを指定する場合は、その指定の必要性を確認し、指定の必要性が確認できない場合は、その指定を見直すことが望ましい。

また、制服の仕様は、開示することにより他の制服メーカーの参入の機会が増える可能性があることから、学校は、制服の仕様開示を求められた際には、開示することにより学校の運営に支障が生じるといった特段の事情がない限り、仕様の開示に応じることが望ましい。

### ウ 販売店の販売活動に対する学校の関与

#### (7) 実態

大部分の学校は、指定販売店等を保護者に案内している。

調査結果では、制服の販売価格の決定に関する学校側の認識として、「販売店が決定」しているとする割合が回答の35.3%と最も多かったものの、「学校、販売店が協議の上決定」、「学校、制服メーカー、販売店が協議の上決定」と回答した学校も回答の20.5%を占め、一部の学校では、販売店に制服の販売について直接働きかけを行っているとの認識している。

指定販売店制を採る一部の学校では、入札や見積り合わせの方法によりその販売店及び販売価格を決めている場合もあるが、広く行われている実態にはない。

また、一部の学校では、販売店に対して、制服の価格交渉において販売価格を据

え置くことや販売店間で販売価格を合わせるよう依頼を行っている事例がみられた。また、制服の仕様変更の際、制服メーカーが提示した販売価格を販売店に提示した事例がみられた。

#### (イ) 競争政策上の評価

学校が入札又は見積り合わせの方法により販売店及び販売価格を決めることは、生徒・保護者に対して安価で良質な制服を提供することとなれば、結果として、制服を購入する保護者の経済的負担の軽減につながると考えられることから、その取組は一定の必要性が認められる。また、このように決めることは、販売店間の競争を通じて販売店及び販売価格を決定するものであり、他の選択方法に比して、公正性、透明性が確保されることから、競争政策の観点からも望ましい。

学校が販売店に対して販売価格を抑制するよう一般的に依頼することは、学校が販売価格を抑制する観点から一定の必要性が認められる。しかし、学校から販売価格を抑制するよう依頼を受けた販売店が、その依頼によって共同して販売価格の決定を行う場合、また、学校が制服の仕様変更時に制服メーカーが提示した販売価格を販売店に提示し、販売店が共同して、当該価格を販売価格とすることを決定する場合、さらに、学校が販売店間で販売価格を合わせることを依頼し、これにより販売店が共同して販売価格を決定する場合は、販売店が独占禁止法上問題（不当な取引制限）となり得る行為を行うこととなる。

このため、学校は、独占禁止法上問題となり得る競争制限的な行為を誘発しないよう留意する必要がある。

### エ 販売店の参入に対する学校の関与

#### (7) 実態

直近5年度における一つの学校が案内する指定販売店等の増減は、「変わらない」と回答する学校が全体の82.7%を占めており、1学校における指定販売店等の数は、大部分の学校で変化はない。案内する指定販売店等を定期的に見直している学校もあるが一部にとどまっている。

学校が指定販売店等を選定する基準については、販売店の立地条件といった生徒・保護者の利便性等を挙げる学校が多かったが、一部の学校では、以前から案内していた既存の指定販売店等の意見、了承を挙げていた。

直近5年度において新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店からの申入れに対する学校の対応については、63.3%が受入れを行っているものの、一部の学校では、受入れに当たり既存の指定販売店等との調整等を求めたり、多忙等を理由に申入れに対する回答を保留したと回答している。

また、今後、新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店からの申入れに対する学校の対応については、一部の学校では、既存の指定販売店等や任意組合との協議、加入等を条件としているものもあった。

なお、指定販売店等の販売店数ごとの平均販売価格は、イートン服を除き、学校が案内する指定販売店等が1販売店の場合よりも4販売店以上の方が安い傾向がみられた。また、実証分析を行った結果、学校が指定販売店等を案内している場合、その案内する販売店数と制服の販売価格との間には統計的に有意な負の関係、すなわち学校が案内する販売店数が増えれば増えるほど、制服の販売価格は低下するという結果が得られた。

#### (イ) 競争政策上の評価

学校が指定販売店等の選定基準として既存の指定販売店等の意見、了承を求めることを設けることは、販売店の新規参入を阻害する要因となる。その上で、学校により指定販売店等の選定基準として既存の指定販売店等の意見、了承を求めることが設けられているときに、既存の指定販売店等が学校からの意見照会等に対して回答を不当に拒む場合、学校が新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店に対して既存の指定販売店等との調整等を求めたときに、既存の指定販売店等が当該販売店との調整等を不当に拒む場合は、いずれも既存の指定販売店等が独占禁止法上問題（競争者に対する取引妨害）となり得る行為を行うこととなる。また、学校が新たに指定販売店等としての案内を希望する販売店に対して既存の指定販売店等が構成員となっている任意組合との協議、加入等を求めたときに、任意組合が当該販売店との協議を拒む又は当該販売店の任意組合への加入を認めない場合は、任意組合が独占禁止法上問題（競争者に対する取引妨害、事業者団体の一定の事業分野における現在又は将来の事業者の数の制限）となり得る行為を行うこととなる。

このため、学校は、独占禁止法上問題となり得る競争制限的な行為を誘発しないよう留意する必要がある。

学校が参入を希望する販売店からの申入れに対する回答を保留することは、販売店の参入の機会を失わせることになるため、合理的な理由のない限り回答の保留は行わないことが望ましい。

学校が案内する指定販売店等の数と制服の販売価格との関係については、学校により案内されている指定販売店等が1販売店の場合よりも4販売店以上の方が制服の販売価格は安い傾向がみられたこと及び実証分析でも同販売店数と制服の販売価格との間に統計的に有意な負の関係が認められたことから、指定販売店等の増加が制服の販売価格の引下げに有効性を持ち得る点を留意し、制服の販売店から指定販売店等として案内してほしい旨の申入れが行われた際には、学校の運営に支障が生じるといった特段の事情がない限り、当該販売店からの申入れを受け入れるなどして指定販売店等の数を増やすことが望まれる。

## (2) 制服メーカーにおける取引実態・慣行

### ア 実態

一部の取扱販売店制を採る学校の入学説明会では、新入生の保護者向けに配布する

制服の販売に関する案内文書を制服メーカー各社が作成しているところ、当該文書には、各制服メーカーの制服を取り扱う複数の販売店名とともに制服の価格表が記載されており、実際に同一制服メーカーの制服であれば当該案内文書に記載された販売店では同一価格で販売されている事例があった。

#### イ 競争政策上の評価

制服メーカーが複数の販売店に対して保護者への販売価格を指示して当該販売価格及び販売店名を記載した案内文書を作成し配布することは、実質的に制服メーカーが保護者に対して直接販売していると認められる場合を除き、販売店の販売価格の自由な決定を拘束するものとして、独占禁止法上問題（再販売価格の拘束）となるおそれがある。

### (3) 販売店における取引実態・慣行

#### ア 実態

複数の取扱販売店が連名で統一販売価格が記載されている制服の販売に関する案内文書を作成し入学説明会で配布している事例、任意組合が制服の統一販売価格と取扱販売店となっている各構成員の一覧を記載した制服の販売に関する案内文書を作成し保護者に配布している事例がみられた。

また、一部の取扱販売店制を採る学校において、学校が新生の保護者向けに配布する案内文書に取扱販売店及び当該取扱販売店の販売受持ち地区を記載しているところ、当該文書は当該取扱販売店が構成員となっている任意組合からの連絡文書に基づき作成している事例がみられた。

#### イ 競争政策上の評価

複数の販売店が連名で統一販売価格が記載されている制服の販売に関する案内文書を作成し配布することは、販売店間で販売価格を共同して決定することにより制服の販売分野における競争を実質的に制限するものとして、独占禁止法上問題（不当な取引制限）となるおそれがある。

販売店が構成員となっている任意組合が、制服の統一販売価格と任意組合の構成員である各販売店の一覧を記載した制服の販売に関する案内文書を作成し配布することは、競争関係にある構成員間に現在又は将来の価格について共通の目安を与えることとなり、構成員である販売店の自由な価格形成を妨げることにより制服の販売分野における競争を実質的に制限するものとして、独占禁止法上問題（事業者団体による競争の実質的制限等）となるおそれがある。

また、学校が作成する新生の保護者向けの制服の販売に関する案内文書に取扱販売店である各構成員の販売受持ち地区が記載されるよう、取扱販売店が構成員となっている任意組合が学校に対して連絡するために各構成員の販売受持ち地区を決めることは、任意組合が保護者への制服の販売を円滑に行うために保護者に対して各構成員の販売地域を案内するというにとどまらず、任意組合が構成員の販売地域を一定地域内

に限定することになれば、市場を地域によって分割することにより制服の販売分野における競争を実質的に制限するものとして、独占禁止法上問題（事業者団体による競争の実質的制限等）となるおそれがある。

### 3 まとめ

#### (1) 学校に対して期待する取組

制服は入学に当たって準備する品目の中で比較的高額な商品であるところ、学校は、生徒・保護者から、安価で良質な制服が提供されるために努力することを期待されているが、学校には、こうした期待を踏まえた上で、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、本報告書を踏まえて下記の取組が行われることを期待する。

#### ア 制服メーカー及び指定販売店等の選定について

制服メーカー間や販売店間の競争を促すことは、生徒・保護者に対して安価で良質な制服が提供される可能性を高めることとなるため、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、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、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、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が望まれる。

また、学校が、指定販売店等を案内している状況において、新規の販売店から指定販売店等としての案内の申入れが行われた際には受け入れるなどして指定販売店等を増やすことは、制服の購入窓口の増加を通じて、生徒・保護者にとってより好ましい取引環境を作り出すこととなるため、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が望まれる。

#### イ 制服の販売価格への関与について

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は、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、②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、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することといった方法によることが望まれる。

また、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が望まれる。

## (2) 制服メーカー及び販売店に対して期待する取組

制服メーカー及び販売店においては、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。

## (3) 公正取引委員会の今後の取組

公正取引委員会は、制服の取引について、競争が促進されることによって生徒・保護者に良質で安価な制服が提供されることを期待している。また、学校も制服の購入者たる生徒の保護者の経済的負担を軽減させる観点から取組を行っているところ、公正取引委員会としては、学校関係者等に対して積極的に調査結果の周知を図るとともに、引き続き、学校における制服の取引の動向を注視し、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。