

シミュレーションゲーム

1 クラスを家電量販店グループと消費者グループに分ける

家電量販店



消費者



2 家電量販店グループはより消費者を獲得できる競争カードを選ぶ



20%ポイント

3年間保証

3 A店は1万円値下げ、B店は20%ポイントなど販売方法を提示


シミュレーションゲーム ケーススタディ 公正取引委員会

各家電量販店には「〇ポイント、〇円値下げ、〇年保証」などの販売方法を用いた「競争カード」を配布します。グループ内で、どの「競争カード」も使って、企業の立場に立って購入しましょう。その後、消費者にどのグループからパソコンを買いたいか聞きます。

現在のパソコンの販売価格
100,000円（税込み）

	1回目		2回目	
	競争カード	消費者数 (人)	競争カード	消費者数 (人)
A店	1万円値引き	0人		
B店	20%ポイント	6人		
C店	3年間保証	5人		
D店	2万円値引き	10人		

4 消費者グループは販売方法を見て、どの店から買うか選択



C店から買いたい

A店から買いたい

5 競争カード（〇円値引き、〇年間保証など）で、競争がある市場のメリットを実感

- ・より安い価格で購入できる
- ・サービスが充実する など

↓

- ・消費者利益の確保
- ・日本経済の活性化・発展

6 裏の手カード（独占、カルテルなど）で、競争がない市場のデメリットを実感

- ・良い商品が開発されない
- ・価格が高いまま など

↓

- ・消費者に不利益
- ・日本経済の発展の妨げ

事例紹介


模擬立入検査

7 競争がない市場（カルテルなど）について身近な事例を紹介



修学旅行
カルテル

8 カルテルを行っているおそれのある家電量販店に模擬立入検査



これは協定書ですね！

「教育支援」サイト

<http://www.jftc.go.jp/demae/jyugyou.html>

