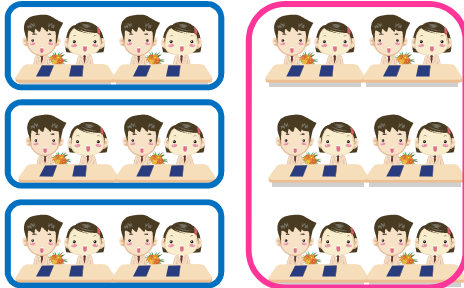


シミュレーションゲーム

1 クラスを携帯電話の
販売店グループと消
費者グループに分け
る

販売店

消費者



2 販売店グループはより
消費者を獲得できる競
争カードを選ぶ



3 A店は1万円値下げ、
B店はケース無料な
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
Japan Fair Trade Commission

販売店グループには、「〇円値下げ」「〇年保証」などの販売方法を書いた競争カードを配ります。
どの競争カードを使えばmyPhoneがたっくん売れるか考えましょう。

消費者は、どの販売店からmyPhoneを買いたいか考えましょう。

競争カード	1回目		2回目	
	競争カード 人数	競争 カード 人数	競争カード 人数	競争 カード 人数
myPhone				
価格 5万円				
競争カード	5,000円 値下げ			
	1年間 保証			
	ケース 無料			
	MTTコフE			
	ハードバンク			
	ADD1			

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



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

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



模擬立入検査

8 カルテルを行っている
おそれのある企業に
模擬立入検査

(生徒さんに審査官, 先生に違反
会社の社長を演じてもらいます。)



「独占禁止法教室」

