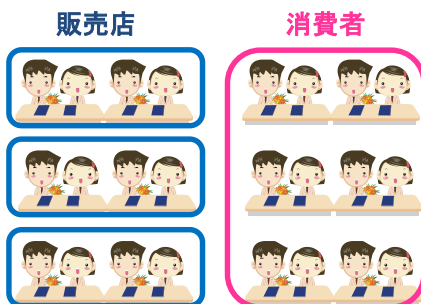


シミュレーションゲーム

1 クラスを携帯電話販売店グループと消費者グループに分ける



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 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がたくさ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
5,000円値下げ				
1年間保証	MTTコFE			
ケース無料	ハードバンク			
	ADDI			

myPhone 価格 5万円

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家電量販店に模擬立入検査



「教育支援」サイト

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

