

- | | |
|---|---|
| <p>1 独占企業の存在や公共財の供給などにより、市場経済の機能が十分にはたらない状態を何という？</p> <p>① 競争の促進 ② 価格の自動調節機能 ③ 独占の禁止 ④ 市場の失敗</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>2 市場において、買い手が買いたい量と売り手が売りたい量が一致したときに決まる価格を何という？</p> <p>① 市場価格 ② 独占価格 ③ 均衡価格 ④ 管理価格</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>3 企業が協力して不当に価格をつり上げるなどの行為を何という？</p> <p>① カルテル ② ダンピング ③ トラスト ④ コンツェルン</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>4 商品の価格が上がったときに、生産者がより多く販売しようとする数量のことを何という？</p> <p>① 需要量 ② 供給量 ③ 市場価格 ④ 均衡価格</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>5 価格と、生産者が販売しようとする数量との関係をグラフ上に示した線を何という？</p> <p>① 需要曲線 ② 供給曲線 ③ 価格曲線 ④ 市場曲線</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>6 クーリングオフ制度の対象となる、電話を使って消費者を勧誘し、契約を取り付ける販売形態を何という？</p> <p>① 通信販売 ② 連鎖販売取引 ③ 訪問販売 ④ 電話勧誘販売</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>7 製造物責任法において、消費者が製品の欠陥による被害を受けた際に、製造者の何がなくとも損害賠償を請求できるようにしたか？</p> <p>① 因果関係 ② 欠陥 ③ 損害 ④ 過失</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>8 市場における独占や不当な取引を監視し、競争を維持するためのルールである独占禁止法の運用を行う専門的な行政機関を何という？</p> <p>① 警察庁 ② 公正取引委員会 ③ 消費者庁 ④ 金融庁</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>9 寡占市場において、企業間で価格競争が起きにくく、一度決まった価格が下がりにくくなる現象を何という？</p> <p>① 価格の硬直性 ② 非価格競争 ③ 価格維持政策 ④ プライス・リーダーシップ</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>10 一社が市場を支配し、消費者に不利な価格設定を行う状態を何という？</p> <p>① 独占 ② 独占的競争 ③ 寡占 ④ 複占</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>11 訪問販売などで契約した後、一定期間内であれば無条件で契約を解除できる制度を何という？</p> <p>① クーリングオフ ② 損害賠償 ③ 製造物責任 ④ 特定商取引</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>12 市場において、価格の動きによって需要量と供給量が調整され、資源が最適に配分される仕組みを何という？</p> <p>① 価格の自動調節機能 ② 独占の弊害 ③ 価格の硬直性 ④ 市場の失敗</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>13 有力な企業が価格の先導役となり、他社がその価格に追随する現象を何という？</p> <p>① カルテル ② 管理価格 ③ 価格の硬直性 ④ プライス・リーダーシップ</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>14 製品の欠陥によって消費者が被害を受けたとき、製造者に損害賠償を求めやすくするために定められた法律を何という？</p> <p>① 消費者契約法 ② 製造物責任法 ③ 特定商取引法 ④ 割賦販売法</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| <p>15 商品の価格が変化したとき、それに応じて消費者が実際に買おうとする数量が増減することを何という？</p> <p>① 需要量 ② 均衡価格 ③ 市場価格 ④ 供給量</p> | <input type="text"/> <input type="text"/> |



① 隠す

赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

② 言う

解説を読んで、用語を口に出す

③ 印を付ける

言えたら□にチェック

問	解説	▼ここで折る	答え	言えた
1	市場の失敗 とは、独占企業による価格操作や、公園や道路のような公共財が供給されないなど、市場メカニズムだけでは解決できない問題が生じる状態です。		4 市場の失敗	☐
2	均衡価格 とは、需要量と供給量がちょうど一致するポイントで決まる価格のことです。		3 均衡価格	☐
3	カルテル とは、本来競合する企業同士が秘密裏に話し合い、価格のつり上げや販売地域の分担などを行う行為です。		1 カルテル	☐
4	供給量 とは、ある価格において売り手が販売したいと考える商品の量のことです。		2 供給量	☐
5	供給曲線 は、縦軸に価格、横軸に供給量をとったグラフ上に描かれます。		2 供給曲線	☐
6	電話勧誘販売 は、特定商取引法という法律で厳しく規制されています。		4 電話勧誘販売	☐
7	製造物責任法（PL法）では、製品に欠陥があることさえ証明できれば、製造者のミス（ 過失 ）を立証しなくても損害賠償を請求できます。		4 過失	☐
8	公正取引委員会 は、内閣府の外局として設置された行政機関です。		2 公正取引委員会	☐
9	価格の硬直性 とは、需要が変化しても価格が適正な水準まで下がらない状態を指します。		1 価格の硬直性	☐
10	独占 とは、一つの企業だけが市場を占め、支配する力を持つことをいいます。		1 独占	☐
11	クーリングオフ は「頭を冷やす」という意味があります。		1 クーリングオフ	☐
12	価格の自動調節機能 とは、品不足のときは価格が上がり、売れ残りのときは価格が下がることで、自然と需要と供給がバランスする仕組みです。		1 価格の自動調節機能	☐
13	プライス・リーダーシップ とは、市場で特に影響力の強い企業が価格を決定し、他の企業がその価格を基準に追随する現象です。		4 プライス・リーダーシップ	☐
14			2 製造物責任法	☐
15	需要量 は、特定の価格が提示されたときに、消費者が実際に買おうとする商品の量のことです。		1 需要量	☐

言えなかった用語ノート