

- | | | |
|----|---|-----|
| 1 | 独占禁止法に基づき、企業の合併やカルテルなどの動きを監視する行政機関を何という？
① 会計検査院 ② 消費者庁 ③ 人事院 ④ 公正取引委員会 | □ □ |
| 2 | 市場において、消費者が商品やサービスを欲しいと考え、購入しようとする意欲のことを何という？
① 価格 ② 均衡 ③ 需要 ④ 供給 | □ □ |
| 3 | 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？
① 需要量 ② 供給量 ③ 市場価格 ④ 均衡価格 | □ □ |
| 4 | 複数の企業が話し合って製品の価格を決めたり、販売する量を調整したりして競争を避ける行為を何という？
① トラスト ② カルテル ③ 持株会社 ④ コンツェルン | □ □ |
| 5 | 消費者の利益を守り、その自立を支援することを目的として制定された法律を何という？
① 独占禁止法 ② 消費者基本法 ③ 割賦販売法 ④ 製造物責任法 | □ □ |
| 6 | 訪問販売で契約した際、クーリングオフの手続きが認められている期間は何日間以内と決まっている？
① 20日間 ② 30日間 ③ 14日間 ④ 8日間 | □ □ |
| 7 | 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？
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 | □ □ |
| 8 | 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？
① 均衡価格 ② 需要量 ③ 市場価格 ④ 供給量 | □ □ |
| 9 | 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？
① 通信販売 ② 連鎖販売取引 ③ 訪問販売 ④ 電話勧誘販売 | □ □ |
| 10 | 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？
① カルテル ② ダンピング ③ トラスト ④ コンツェルン | □ □ |
| 11 | 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？
① 警察庁 ② 公正取引委員会 ③ 消費者庁 ④ 金融庁 | □ □ |
| 12 | 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？
① 独占 ② 独占的競争 ③ 寡占 ④ 複占 | □ □ |
| 13 | 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？
① 市場価格 ② 独占価格 ③ 均衡価格 ④ 管理価格 | □ □ |
| 14 | 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？
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 | □ □ |
| 15 | 消費者トラブルの解決に向けた政策立案や相談支援など、消費者の権利を守るために設置された中央行政機関を何という？
① 警察庁 ② 公正取引委員会 ③ 金融庁 ④ 消費者庁 | □ □ |

