中学公民プリント（書き取り）
市場経済 No.1

名前 ＿＿＿＿＿＿＿＿

得点 ／19

1. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
2. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
3. 少数の大企業が市場の大部分を支配している状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
4. 企業間の公正で自由な競争を守るために制定された法律を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
7. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
9. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
10. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
11. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
12. 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かない状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
13. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
14. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
16. 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、製造者の何がなくても損害賠償を請求できるようにしたか？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
17. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
18. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
19. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿

いちごドリル プリント

つづきの無料プリント
「市場経済」のプリント一覧がひらきます

答え合わせ・解説 No.1 市場経済

言えた　／19

① 書く
鉛筆で答えを書く

② 隠して言う
赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

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	クーリングオフは「頭を冷やす」という意味があります。	クーリングオフ	□
2	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。	価格の硬直性	□
3		寡占	□
4	独占禁止法は、企業が不当に結託したり、独占的な地位を悪用して消費者に不利益を与えたりすることを禁止する法律です。	独占禁止法	□
5	消費者基本法は、消費者の利益を守るための最も基本的なルールを定めた法律です。	消費者基本法	□
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。	電話勧誘販売	□
7	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。	カルテル	□
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。	公正取引委員会	□
9	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。	プライス・リーダーシップ	□
10	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。	供給曲線	□
11	この8日間という期間は、消費者が契約内容を冷静に検討し、専門機関へ相談するために必要な最小限の時間を考慮して設定されています。	8日間	□
12	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。	市場の失敗	□
13	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。	供給量	□
14	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。	需要量	□
15	消費者庁は、消費者の安全や安心を確保するための政策を総合的に推進する機関です。	消費者庁	□
16	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。	過失	□
17	公正取引委員会は、独占禁止法の番人として、企業による談合やカルテル、不当な取引制限などを調査・処罰します。	公正取引委員会	□
18	需要とは、ある特定の価格で、買い手が購入したいと考える商品の量のことです。	需要	□
19	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。	独占	□

言えなかった用語ノート

中学公民プリント（書き取り）
市場経済 No.2

名前 ＿＿＿＿＿＿＿＿

得点 ／19

1. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
2. 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かない状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
3. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
4. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
5. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
7. 企業間の公正で自由な競争を守るために制定された法律を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
8. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
9. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
10. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
11. 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、製造者の何がなくても損害賠償を請求できるようにしたか？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
12. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
13. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
14. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
15. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
16. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
17. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
18. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
19. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿

いちごドリル プリント

つづきの無料プリント
「市場経済」のプリント一覧がひらきます

答え合わせ・解説 No.2 市場経済

言えた　／19

① 書く
鉛筆で答えを書く

② 隠して言う
赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

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	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。	価格の自動調節機能	□
2	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。	市場の失敗	□
3	クーリングオフは「頭を冷やす」という意味があります。	クーリングオフ	□
4	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。	カルテル	□
5	需要とは、ある特定の価格で、買い手が購入したいと考える商品の量のことです。	需要	□
6	この8日間という期間は、消費者が契約内容を冷静に検討し、専門機関へ相談するために必要な最小限の時間を考慮して設定されています。	8日間	□
7	独占禁止法は、企業が不当に結託したり、独占的な地位を悪用して消費者に不利益を与えたりすることを禁止する法律です。	独占禁止法	□
8	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。	供給曲線	□
9	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。	供給量	□
10	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。	公正取引委員会	□
11	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。	過失	□
12	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。	均衡価格	□
13	公正取引委員会は、独占禁止法の番人として、企業による談合やカルテル、不当な取引制限などを調査・処罰します。	公正取引委員会	□
14	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。	電話勧誘販売	□
15		製造物責任法	□
16	カルテルとは、本来ライバルである企業同士が直接話し合い、価格を高く保ったり、生産量に制限を設けたりする行為です。	カルテル	□
17	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。	価格の硬直性	□
18	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。	需要量	□
19	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。	独占	□

言えなかった用語ノート

中学公民プリント（書き取り）
市場経済 No.3

名前 ＿＿＿＿＿＿＿＿

得点 ／18

1. 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？ ＿＿＿＿＿＿
2. 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？ ＿＿＿＿＿＿
3. 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？ ＿＿＿＿＿＿
4. 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？ ＿＿＿＿＿＿
5. 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、製造者の何がなくても損害賠償を請求できるようにしたか？ ＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿
7. 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？ ＿＿＿＿＿＿
8. 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？ ＿＿＿＿＿＿
9. 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？ ＿＿＿＿＿＿
10. 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？ ＿＿＿＿＿＿
11. 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？ ＿＿＿＿＿＿
12. 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？ ＿＿＿＿＿＿
13. 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かない状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿
15. 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？ ＿＿＿＿＿＿
16. 企業間の公正で自由な競争を守るために制定された法律を何という？ ＿＿＿＿＿＿
17. 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？ ＿＿＿＿＿＿
18. 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？ ＿＿＿＿＿＿

いちごドリル プリント

つづきの無料プリント
「市場経済」のプリント一覧がひらきます

答え合わせ・解説 No.3 市場経済

言えた　／18

① 書く
鉛筆で答えを書く

② 隠して言う
赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

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	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。	供給量	□
2	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。	価格の自動調節機能	□
3	消費者庁は、消費者の安全や安心を確保するための政策を総合的に推進する機関です。	消費者庁	□
4	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。	独占	□
5	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。	過失	□
6	この8日間という期間は、消費者が契約内容を冷静に検討し、専門機関へ相談するために必要な最小限の時間を考慮して設定されています。	8日間	□
7	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。	均衡価格	□
8	公正取引委員会は、独占禁止法の番人として、企業による談合やカルテル、不当な取引制限などを調査・処罰します。	公正取引委員会	□
9	カルテルとは、本来ライバルである企業同士が直接話し合い、価格を高く保ったり、生産量に制限を設けたりする行為です。	カルテル	□
10	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。	プライス・リーダーシップ	□
11	消費者基本法は、消費者の利益を守るための最も基本的なルールを定めた法律です。	消費者基本法	□
12	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。	価格の硬直性	□
13	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。	市場の失敗	□
14	クーリングオフは「頭を冷やす」という意味があります。	クーリングオフ	□
15	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。	電話勧誘販売	□
16	独占禁止法は、企業が不当に結託したり、独占的な地位を悪用して消費者に不利益を与えたりすることを禁止する法律です。	独占禁止法	□
17	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。	供給曲線	□
18	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。	需要量	□

言えなかった用語ノート

中学公民プリント（書き取り）
市場経済 No.4

名前 ＿＿＿＿＿＿＿＿

得点 ／19

1. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
2. 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かない状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
3. 公正取引委員会が、市場の競争が弱まらないか審査する、企業どうしが一つにまとまる行為を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
4. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
5. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
6. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
7. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
8. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
9. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
10. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
11. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
12. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
13. 企業間の公正で自由な競争を守るために制定された法律を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
14. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
15. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
16. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
17. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
18. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
19. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿

いちごドリル プリント

つづきの無料プリント
「市場経済」のプリント一覧がひらきます

答え合わせ・解説 No.4 市場経済

言えた　／19

① 書く
鉛筆で答えを書く

② 隠して言う
赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

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	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。	均衡価格	□
2	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。	市場の失敗	□
3	合併とは、複数の企業が一つに統合され、共同して事業を行うことです。	合併	□
4	公正取引委員会は、独占禁止法の番人として、企業による談合やカルテル、不当な取引制限などを調査・処罰します。	公正取引委員会	□
5	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。	独占	□
6	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。	需要量	□
7	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。	供給量	□
8	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。	電話勧誘販売	□
9	消費者庁は、消費者の安全や安心を確保するための政策を総合的に推進する機関です。	消費者庁	□
10	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。	供給曲線	□
11	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。	価格の自動調節機能	□
12	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。	価格の硬直性	□
13	独占禁止法は、企業が不当に結託したり、独占的な地位を悪用して消費者に不利益を与えたりすることを禁止する法律です。	独占禁止法	□
14	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。	プライス・リーダーシップ	□
15	カルテルとは、本来ライバルである企業同士が直接話し合い、価格を高く保ったり、生産量に制限を設けたりする行為です。	カルテル	□
16	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。	公正取引委員会	□
17	消費者基本法は、消費者の利益を守るための最も基本的なルールを定めた法律です。	消費者基本法	□
18	この8日間という期間は、消費者が契約内容を冷静に検討し、専門機関へ相談するために必要な最小限の時間を考慮して設定されています。	8日間	□
19	クーリングオフは「頭を冷やす」という意味があります。	クーリングオフ	□

言えなかった用語ノート

中学公民プリント（書き取り）
市場経済 No.5

名前 ＿＿＿＿＿＿＿＿

得点 ／19

1. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
2. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
3. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
4. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
5. 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、製造者の何がなくても損害賠償を請求できるようにしたか？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
6. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
7. 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かない状態を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
8. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
9. 企業間の公正で自由な競争を守るために制定された法律を何という？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
10. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
11. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
12. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
13. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
14. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
16. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
17. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
18. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿
19. 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？ ＿＿＿＿＿＿＿＿

いちごドリル プリント

つづきの無料プリント
「市場経済」のプリント一覧がひらきます

答え合わせ・解説 No.5 市場経済

言えた　／19

① 書く
鉛筆で答えを書く

② 隠して言う
赤シートで赤字を隠す。白黒なら右の列を折る

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	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。	公正取引委員会	□
2	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。	プライス・リーダーシップ	□
3	消費者基本法は、消費者の利益を守るための最も基本的なルールを定めた法律です。	消費者基本法	□
4	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。	独占	□
5	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。	過失	□
6	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。	価格の自動調節機能	□
7	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。	市場の失敗	□
8	需要とは、ある特定の価格で、買い手が購入したいと考える商品の量のことです。	需要	□
9	独占禁止法は、企業が不当に結託したり、独占的な地位を悪用して消費者に不利益を与えたりすることを禁止する法律です。	独占禁止法	□
10	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。	供給量	□
11	公正取引委員会は、独占禁止法の番人として、企業による談合やカルテル、不当な取引制限などを調査・処罰します。	公正取引委員会	□
12	クーリングオフは「頭を冷やす」という意味があります。	クーリングオフ	□
13	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。	カルテル	□
14	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。	需要量	□
15	消費者庁は、消費者の安全や安心を確保するための政策を総合的に推進する機関です。	消費者庁	□
16	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。	電話勧誘販売	□
17	カルテルとは、本来ライバルである企業同士が直接話し合い、価格を高く保ったり、生産量に制限を設けたりする行為です。	カルテル	□
18	この8日間という期間は、消費者が契約内容を冷静に検討し、専門機関へ相談するために必要な最小限の時間を考慮して設定されています。	8日間	□
19	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。	価格の硬直性	□

言えなかった用語ノート