

(2)

東京の秋葉原(※1)に行くと、電気屋がたくさん並んでいる。たしかに、客にとってはいろいろな店を一度に見られて都合がよいのだが、①同じような店ばかり並んでいたら商売にならないのではないかと、心配になる。

しかし、ある経済学者によれば、実は同じ店が並ぶのも商売のための一つの方法らしい。A地区に同じ種類の店、例えば電気屋がたくさんあると、電気屋が1軒しかないB地区と比べ、商品の種類や数が多く集まるので、②B地区の店に勝つことができる。そして、A地区の店は、助け合ってその地区の特色(※2)が出るようにする。A地区が有名になり客が集まると、今度はA地区の中のそれぞれの店が、自分の客を集めるために競争をするというのである。

このように、③競争と協調(※3)の両方を使いながら、発展してきたのが秋葉原の電気屋街だということだ。

(※1) 秋葉原：東京にある町の名前。電気屋がたくさんあって有名なところ

(※2) 特色：ほかと特に違うところ

(※3) 協調：互いに協力すること

31 この人は、①同じような店が並んでいることについて、はじめはどのように考えていたか。

- 1 競争が起こりやすいのでよい
- 2 客が店を選ぶことができるのでよい
- 3 競争になってしまうのでよくない
- 4 多すぎて店を選べないのでよくない

32 ②B地区の店に勝つことができるのは、なぜか。

- 1 A地区には人が多く集まるから
- 2 A地区には新しい店が並ぶから
- 3 B地区には人が多く集まるから
- 4 B地区には古い店しかないから

33 ③競争と協調の「協調」というのは、例えばどのようにすることか。

- 1 A地区とB地区の全部の店が協力して、一緒に物を安く売る
- 2 A地区とB地区にある全部の店が協力して、一緒に新しい店を作る
- 3 B地区の店がA地区に店を作るとき協力してもらう
- 4 A地区にある全部の店が協力して、一緒に物を安く売る