

東京都消費者教育アクションプログラム

平成27年度版

平成27(2015)年4月



東京都

目 次

東京都消費者教育アクションプログラムについて	1
■ 効果的な消費者教育の展開に向けた取組	
1 多様な主体との連携	2
2 区市町村への支援	4
■ ライフステージごとの取組	
3 若者の消費者被害の防止	6
4 高齢者の消費者被害の防止	8
5 子供の安全の確保	10
東京都消費者教育アクションプログラム取組実績(平成26年度)...	12

東京都消費者教育アクションプログラムについて

- 「東京都消費者教育推進計画」では、都における消費者教育の効果的な推進を図るため、大学・企業の集積などにより若者が多く集まることや一人暮らしの高齢者が多いことなどの東京の特性も踏まえ、特に重点的に取り組む世代・テーマ等として、以下の5つを設定しています。

このプログラムでは、世代・テーマ等ごとに、都が実施する具体的な取組を掲載します。

◎ 特に重点的に取り組む世代・テーマ等

■ 効果的な消費者教育の展開に向けた取組

- 1 多様な主体との連携
- 2 区市町村への支援

■ ライフステージごとの取組

- 3 若者の消費者被害の防止
- 4 高齢者の消費者被害の防止
- 5 子供の安全の確保

- プログラムの内容については、「東京都消費者教育推進協議会」の意見を踏まえ、毎年度、見直しを行います。

また、「効果的な消費者教育の展開に向けた取組」については、推進計画の中間年度である平成27年度の到達目標を設定し、施策の進捗状況を確認しながら実施することとします。

■ 効果的な消費者教育の展開に向けた取組

1 多様な主体との連携

都内では、行政の消費生活部門、教育機関や消費者団体だけでなく、事業者・事業者団体、民間ADR機関など、多様な主体が消費者教育に取り組んでいます。

消費者教育は、環境教育、食育、金融経済教育等とも関連が深く、対象領域が大変幅広く広がっています。例えば、インターネットやスマートフォンの利用に伴うトラブルに対処するための消費者教育や生活設計にも役立てることができる金融経済教育については、子供から社会人まで幅広い年代で求められています。行政だけで対応していくには限界があります。そこで、消費者教育等を担う、それぞれの主体が得意としている分野のノウハウを有効に活用していく必要があります。「消費者市民社会」という新しい概念の普及についても、既に取り組を開始している消費者団体や弁護士会等との連携により進めていくことが必要です。

これまでも、都は消費者団体等と連携しながら消費者教育の充実を図ってきたところですが、今後は、事業者・事業者団体、大学、民間ADR機関など、連携の機会が少なかった主体との連携を特に強化し、更に効果的な消費者教育に取り組んでいきます。

[平成27年度の到達目標]

新たに連携する団体等の数・・・30団体

※ 既連携実施団体数（到達目標設定時） 48団体

内訳：消費者団体31、事業者・事業者団体1、大学7、試験研究機関2、その他7

[具体的な取組]

○大学等との連携による消費者教育

- ・大学からのインターンシップ生による若者向け悪質商法防止キャンペーンの企画
- ・新入生ガイダンス等での出前講座の実施

○事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発の実施

- ・経営者に従業員向け消費者教育の必要性を理解してもらうため、事業者団体等の広報誌等に東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）派遣の情報を掲載
- ・経営者向けのセミナーで、消費者教育をテーマとした講演を実施
- ・事業者・事業者団体等の従業員向け消費者教育に関する自主的な取組を促すため、積極的な取組をしている団体等の取組をホームページ等に掲載し、紹介

○事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として企業に派遣
- ・新入社員、中堅社員や退職前の社員向けなど対象者ごとに様々なテーマの講座を実施
- ・消費者教育の意義を理解してもらう契機とするため、講師派遣料は初回無料

○事業者・事業者団体、試験研究機関等との連携による都民向け講座

- ・事業者団体や試験研究機関等と連携し、金融経済教育等をテーマとして都民を対象とした啓発講座等を実施



新入学生対象の悪質商法の被害防止講座(平成 26 年度)

○消費者団体、事業者・事業者団体、民間ADR機関等との連携による消費者教育を担う人材の育成

- ・消費者団体・事業者団体・民間ADR機関、大学等とも連携を図りながら、講座や情報提供を通じた人材育成や活動支援を実施
- ・私立学校関係団体と連携して、私立学校の教員を対象とした研修を実施
- ・消費者教育の意義や「消費者市民社会」の概念等について理解を深めてもらえるよう配慮しながら、人材育成を実施

○消費者団体・事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業に関する情報発信

- ・都の持つ情報発信ツール（ツイッター、フェイスブック等）を活用して、消費者団体や事業者団体実施する消費者教育や啓発事業（講座の実施、教材の作成など）に関する情報を発信
- ・フェイスブックが消費者問題に関心がある都民が情報交換・交流できる場となるよう周知を実施

2 区市町村への支援

区市町村では、学校現場との連携による子供への消費者教育や、高齢者の見守りネットワークを活用した高齢者及び家族への啓発など、地域のネットワークをいかした取組が行われています。

そこで、都は、東京都消費生活条例に基づく区市町村への協力の一環として、区市町村における教材作成等の取組へのノウハウの提供、人材の育成等の支援とともに、消費者教育推進地域協議会の設置など、地域における推進体制づくりへの支援等を実施していきます。

[平成27年度の到達目標]

消費者教育推進地域協議会又はそれに類する連携のための組織を設置している
区市町村の数・・・10区市町村

[具体的な取組]

○区市町村の消費者教育推進への支援

- ・ 区市町村の消費者講座の開催や啓発資料の作成等について、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）の派遣や、都が連携している事業者団体・民間ADR機関等の紹介など、都が持つ消費者教育のノウハウに関して、情報提供などの支援を実施

○区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援

- ・ 事業者団体や民間ADR機関等の関係機関と連携し、区市町村の消費者教育を担う人材の育成を支援
- ・ 区市町村の推薦する者を消費者問題マスター講座受講生として優先的に受入れを行うほか、区市町村のニーズを踏まえた区市町村支援策について検討

○消費者教育モデル事業

- ・ 区市町村による地域の特性をいかした先駆的な取組、他の区市町村で今後の展開が可能な取組などをモデル事業として選定し、事業についての助言等を行うとともに成果の普及を実施
- ・ 消費生活センターが設置されていない多摩地域の市町村が新たな取組を行う場合には、モデル事業として選定し、事業実施を支援



消費者教育推進地域協議会の設立に向けた消費生活シンポジウムの開催(平成26年度 新宿区)



地域包括支援センター介護予防講座での出前寄席を活用した消費者教育(平成26年度 大田区)

○区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置への支援

- ・消費者教育推進地域協議会など、地域の関係機関による推進体制づくりが進むよう、区市町村に対し、連携先の候補となる機関や消費者教育モデル事業における他区市町村の連携事例の紹介等を実施

■ ライフステージごとの取組

3 若者の消費者被害の防止

東京には大学や企業が集積していることなどから、全国から多くの若者が集まっています。

若者については、インターネット通販などのインターネット取引に伴うトラブルや、SNSをきっかけとして悪質商法の被害に遭う事例がよく見られます。

そのため、若者が多く集まるイベントでの普及啓発のほか、大学の新生向けのガイダンスや企業の新入社員向けの研修など、若者が集まる機会を活用した消費者教育の実施を働きかけていきます。

被害防止に向けた消費者教育・啓発を行うに当たっては、若者が社会の一員として、消費行動を通じて、よりよい社会の形成に積極的に関わっていこうとする姿勢を育てることに配慮して取り組んでいきます。

[具体的な取組]

○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン

- ・キャンペーンキャラクターの「ボク、カモかも…。」「オレ、サギだもん」「相談インコ」を活用し、年間を通じて、様々な媒体や若者が集まる場所・イベントで啓発を実施（1月から3月までが強化月間）
- ・啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布、啓発グッズの作成・配布、交通広告、映画館でのCM上映、着ぐるみによるプロモーションなど



若者向け悪質商法被害防止キャンペーンポスター



キャンペーン新キャラクター「相談インコ」



映画館での啓発 CM (イメージ)

○若者向けに悪質商法の手口を分かりやすく紹介する効果的な取組

- ・若者が集まる場（専門学校等の教育機関、企業社員研修等）で若者を狙う悪質商法の手口や断る方法を分かりやすく紹介することにより、効果的な啓発を実施
- ・インターネットを活用した動画等による啓発を実施

○大学生等が集まる機会を活用した出前講座

- ・大学の新生向けガイダンス、学内イベント等に、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として派遣
- ・大学の教職員と連携し、授業・ゼミ単位での出前講座を実施

○新社会人向け消費者教育教材の提供や出前講座

- ・初めて社会人となった若者に向けた生活に必要な実践的知識をまとめた教材を企業等の新入社員研修等で活用してもらえるよう提供
- ・企業の新入社員研修等に、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師として派遣

○スマートフォン用ゲームアプリの活用

- ・若者に対する新たな情報発信手法として開発したスマートフォン用ゲームアプリを活用し、消費生活関連情報を迅速に提供
- ・テロップの表現に工夫を加えるなど、より効果的な情報発信を実施

○ホームページ「東京くらしWEB」による消費生活関連情報の提供

- ・今後、スマートフォン等モバイル端末からのアクセス増加が更に見込まれることから、利用者の端末環境に左右されることなく常に閲覧しやすいページ作りが可能なレスポンシブデザインを「東京くらしWEB」に導入※

※ レスポンシブデザイン：パソコンやスマートフォンなど様々な端末の画面に最適な表示を可能にするWEBデザインの手法

4 高齢者の消費者被害の防止

東京の高齢者は4人に1人が一人暮らしで、全国で最も高い割合となっています。そのため、孤独感や不安感、判断力の低下などに付け込まれて消費者被害に遭ったり、被害の発見が遅れて深刻化する場合も見られます。

高齢者の被害防止のため、高齢者自身への消費者教育とともに、高齢者を守るという視点から、家族や介護事業者などへの消費者教育を実施していきます。

[具体的な取組]

○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン

- ・ 高齢者や高齢者を見守る周囲の人を対象に、年間を通じて、様々な媒体や機会を活用して啓発を実施（9月が強化月間）
- ・ 新聞広告、交通広告、啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布



悪質商法被害防止キャンペーンポスター



悪質商法被害防止キャンペーンリーフレット

○高齢者見守り人材向けの出前講座

- ・ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者、民生・児童委員や高齢者見守りネットワーク関係者など的高齢者を見守る立場の人が対象
- ・高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、対処方法などを内容とする講座を更に拡大して実施

○高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席

- ・東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）による出前講座、大学の落語研究会や社会人ボランティアによる出前寄席の実施
- ・高齢者が集まるサロンや公衆浴場等において実施
- ・高齢者向けに生活に必要な実践的知識をまとめた教材を出前講座等で活用してもらえるよう提供

○高齢者向けに悪質商法の手口等を分かりやすく紹介する効果的な取組

- ・高齢者が集まる場（介護施設、町内会、老人会、公衆浴場等）で、高齢者を狙う悪質商法の手口や断る方法を分かりやすく紹介することにより、効果的な啓発を実施
- ・防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室等との連携による啓発も実施

○生活協同組合等と連携した高齢者向け消費者教育セミナーの実施

- ・生活協同組合や消費者団体等と連携して、高齢者の消費者トラブルなどをテーマとした高齢者向けのセミナーを開催
- ・高齢者を見守る周囲の人にも参加を呼びかけ、「消費者市民社会」について考え理解を深める機会としても活用

○地域における高齢者見守りネットワーク支援

- ・高齢者を見守る立場の人に向けた出前講座の活用の働きかけや、先進事例の紹介等、見守りネットワークの取組を支援するメニューを提供するとともに、区市町村の見守りネットワークの状況の調査等を実施

5 子供の安全の確保

家庭や地域を含め、子供の身の回りには、様々な危険が潜んでいます。

できるだけ早い時期から子供自身が、自分の安全を守る知識を身に付けられるよう、子育て中の親が集まるイベント等で体験型の消費者教育を行います。

また、乳幼児は自分でリスクを知って行動することができません。このため、保護者や周囲の大人が、子供の身の回りの危険性について認識することが必要であり、ヒヤリ・ハット調査など潜在的な危険性を掘り起こす調査を実施し、その結果を発信していきます。

[具体的な取組]

○子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発

- ・社会科見学や家族連れが多く訪れる東京消防庁防災館で、商品やサービスに関する危害・危険について講演を実施するとともに、模型・パネル等の展示を実施
- ・東京都消費生活総合センターを活用するほか、子育て中の親が多く集まるイベントや区市町村が開催する消費生活展等と連携し、家の中に潜む危険や子供服の危険について、ビジュアル的に再現する模型・パネル等の展示を実施
- ・安全に配慮した商品見本市「セーフティグッズフェア」を開催し、安全・安心なデザインの商品展示のほか、企業向けセミナー等を実施するとともに、展示された商品や機能をホームページ「東京くらしWEB」上で紹介

○子育て支援団体等とのネットワークを活用した啓発

- ・子育て支援団体等との協働により、子供の安全をテーマとした体験型のワークショップや、模型・パネル等の展示を実施



住宅模型で危険な場所をチェック

○幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等

- ・ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成した乳幼児等を対象とする事故防止ガイドを都内の保育園、幼稚園等へ配布
- ・必要に応じて新たな調査を実施し、調査結果に基づき、ホームページ「東京くらしWEB」、ツイッター、消費生活情報誌「東京くらしねっと」等での注意喚起などを実施



ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成した事故防止ガイド



注意喚起リーフレット
「抱っこひもからの転落事故に気を付けて！」

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績（平成26年度）

■効果的な消費者教育の展開に向けた取組

<平成27年度の到達目標>

到達目標内容	実績(平成27年3月末現在)	到達目標数(平成27年度)
新たに連携する団体の数 【参考】平成25年9月現在 既連携実施団体数 48団体 (消費者団体31、事業者・事業者団体1、大学7、試験研究機関2、その他7)	45団体 (事業者・事業者団体19、 民間ADR機関13、試験研究機関2、 大学8、その他3)	30団体
消費者教育推進地域協議会又はそれに類する連携のための組織を設置している区市町村の数	3区市町村 (千代田区・江東区・葛飾区)	10区市町村

<具体的な取組>

テーマ	施策名	取組実績(平成26年度)	
		主な取組	回数・時期等実績
1 多様な主体との連携	大学等との連携による消費者教育	大学との連携により、新入生ガイダンス等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を出前講座の講師として派遣	37回 (13大学、受講者数7,649人)
	事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発の実施	事業者団体の会員が多く集まる会議において、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)による出前講座のモデル講義を実施し、社員研修等従業員向け消費者教育への活用の呼び掛けを実施	1回
		事業者・事業者団体等へ「飯田橋四コマ劇場」(シニア向け消費者読本)を送付し、社内研修等での活用を依頼	17団体
	事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座	事業者・事業者団体との連携により、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を企業の社員向け講座の講師として派遣	新入社員向け 13回 (受講者数1,779人) 中堅社員向け 62回 (受講者数3,589人)
	事業者・事業者団体、試験研究機関等との連携による都民向け講座	事業者団体等と連携し、一般都民向け講座を実施	3回 (金融経済教育、受講者数607人)
	事業者・事業者団体、民間ADR機関等との連携による消費者教育を担う人材の育成	教員のための消費者教育講座において、事業者団体、民間ADR機関が作成した消費者教育教材を収集・展示するとともに、各団体・機関が実施する出前授業に関する情報提供を実施	教材展示15団体 出前授業情報14団体 (26年7月、8月実施)
消費者団体・事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業に関する情報発信	フェイスブック、ツイッターを活用し、消費者団体や事業者団体が実施する消費者教育・啓発事業に係る情報、消費者教育教材に係る情報を発信	フェイスブックによる発信 34回 ツイッターによる発信 22回	

テーマ	施策名	取組実績(平成26年度)	
		主な取組	回数・時期等実績
2 区市町村への支援	区市町村の消費者教育推進への支援	自前の出前講座を実施している区市町村が当該自治体においてテーマ、日程、対象者等調整が困難な場合に、都が東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣し、講座の実施を支援	20回 (受講者数477人)
		多摩消費生活センターにおいて、多摩地区の市町村と共催して消費生活講座を開催するとともに、必要に応じて講座企画に関する情報提供等を実施	共催講座開催 18回 (受講者数622人)
	区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援	地域で見守り活動を行っている方等に消費者問題に関する体系的な知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申込みのあった受講生の受入れを実施	11区市から23人を受入れ
	消費者教育モデル事業	・8区市において先駆的な取組や他の区市町村で今後の展開が可能な取組を実施 ・都は、各区市に対し、事業の内容に対応した、消費者教育教材の提供、出前講座の経費負担等による支援を実施 ・平成25年度の事業実績報告書を配布するとともに、消費生活に関する総合サイト「東京くらしWEB」で取組事例を紹介するなど情報提供を実施	8区市 (新宿区、墨田区、江東区、大田区、葛飾区、三鷹市、西東京市、福生市)
区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置への支援	消費者教育推進地域協議会設置に向け、消費者教育モデル事業の選定対象区市に対し都協議会への傍聴呼び掛けを実施	平成26年10月 平成27年1月	

■ ライフステージごとの取組

<具体的な取組>

世代	施策名	取組実績(平成26年度)	
		主な取組	回数・時期等実績
3 若者の消費者被害の防止	若者向け悪質商法被害防止キャンペーン	若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター掲示・リーフレット配布、交通広告の実施、映画館でのCM上映、高校卒業生・大学生へ啓発用ノートの配布、特別相談「若者のトラブル110番」の実施等)	平成27年1月～3月実施
	若者向けに悪質商法の手口を分かりやすく紹介する効果的な取組	若手芸人を支援する民間ウェブサイト「芸人ラボ」とタイアップし、悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントをネット動画で公開する消費者教育を実施	公開収録イベント(平成26年12月) ネット動画配信(平成27年1月)
	大学生等が集まる機会を活用した出前講座	・大学の新生ガイダンス等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)等を講師として派遣したほか、大学所在地の自治体とも連携し、身近な消費生活センターの相談員によるトラブル事例や対処法の紹介を実施【再掲】 ・大学の教職員と連携し、授業・ゼミ単位での消費者被害防止のためのミニ出前講座を実施	37回【再掲】 (13大学、受講者数7,649人) (うちミニ出前講座9回)
	大学生協等と連携した大学生向けセミナー	東京都生活協同組合連合会との協働事業として、大学生協等と連携し、若者(大学生を含む)向け消費者教育セミナーを企画、実施	2回 (受講者数73人)
	新社会人向け消費者教育教材の作成・提供や出前講座	・企業の新入社員研修等に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣【再掲】 ・新社会人等に向けて、悪質商法、消費者トラブル、くらしに役立つ知識をまとめた若者向け消費者読本「飯田橋四コマ劇場」を作成し、企業等の新入社員研修等で活用してもらえるよう提供	13回【再掲】 (受講者数1,779人) 平成27年3月から配布

世代	施策名	取組実績(平成26年度)	
		主な取組	回数・時期等実績
3 若者の消費者被害の防止	スマートフォン用ゲームアプリの活用	ゲーム画面上部に流れるテロップを活用し、注意喚起情報や架空請求事業者名などの消費生活関連情報を迅速に配信	配信情報数255件
	ホームページ「東京くらしWEB」のスマートフォン向けサイトによる消費生活関連情報の提供	・新たに作成するページについては、原則として全てスマートフォン対応にするとともに、注意喚起情報など平成24年度以前に作成したページでも、アクセスの多いページについては、スマートフォン対応とし、サイトを充実 ・東京都消費生活行政ツイッターの注意喚起情報を「東京くらしWEB」スマートフォン対応ページにもリンクさせるなど、スマートフォン利用者への情報発信を強化	平成26年10月から
4 高齢者の消費者被害の防止	高齢者悪質商法被害防止キャンペーン	高齢者悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター・リーフレットの配布、介護事業者に「高齢者被害110番」「高齢者見守りホットライン」のステッカーの配布、新聞広告・交通広告の実施、広報誌への広告掲載、高齢者被害特別相談の実施)	平成26年9月
	介護事業者向けの出前講座	ホームヘルパー、ケアマネージャー等の介護事業者や民生委員など、高齢者を見守る立場の人を対象に、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、対処方法などを内容とする講座を実施	200件 (受講者数 6,002名)
	高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席	介護施設、老人会、町内会等において、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)派遣による出前講座、大学落語研究会及び社会人ボランティアによる出前寄席の実施	出前講座37回 (老人クラブ等34団体、受講者数 1,184人) 出前寄席143回 (参加者数8,964人)
	高齢者向けに悪質商法の手口等を分かりやすく紹介する効果的な取組	高齢者をターゲットに急増している悪質商法の手口を再現ドラマとして実演し、解説員が分かりやすく解説を行う受講者参加型の再現ドラマ付前講座を企画・実施	11回 (受講者数925人)
	生活協同組合等と連携した高齢者向け消費者教育セミナーの実施	東京都生活協同組合連合会との協働事業として、高齢者の消費者被害防止をテーマとした講演会等を企画・実施	3回 (受講者数310人)
	地域における高齢者見守りのネットワークづくり支援	各区市町村における高齢者見守りネットワークの状況調査を実施。その結果を踏まえ、都としての区市町村に対する支援メニューの取りまとめを実施	平成26年4月 (アンケート調査実施) 平成26年9月～12月 (ヒアリング調査実施)
5 子供の安全の確保	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	・キッズデザイン協議会、東京都立産業技術研究センターとの共催により、子供の安全に配慮した商品見本市である「セーフティグッズフェア withサイエンスアゴラ2014」を開催し、やけど防止、窒息防止など安全・安心なデザインで開発された商品の展示のほか、企業向けセミナー等を実施 ・展示商品等について「東京くらしWEB」で紹介	平成26年11月のべ参加者数4,540人
	子育て支援団体等とのネットワークを活用した啓発	子育て世代が多く集まる各種イベント、東京消防庁防災館、区市町村が開催する消費生活展等、多様な主体と連携し、家の中の危険や子供服の安全性など子供の事故防止に関する模型・パネル等の展示を活用して、より多くの保護者や子供に体験型の啓発を実施	本所防災館ゴールデンウィークこどもぼうさいたいけん(平成26年5月) 丸の内キッズジャンボリー(平成26年8月) くらしフェスタ東京(平成26年10月) 子供未来とくきょうメッセ(平成26年12月)
	子育て支援団体等とのネットワークを活用した啓発	「セーフティグッズフェア withサイエンスアゴラ2014」において、親子で楽しく安全・安心について学べる体験型ワークショップを実施	のべ18回
	幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等	ヒヤリ・ハット調査に基づき、「乳幼児の転落・転倒事故防止ガイド」を作成し、都内の幼稚園、保育所、保健所等へ配布、「東京くらしWEB」等で配信	平成26年10月作成 40,000部配布

東京都消費者教育アクションプログラム 平成27年度版

登録番号(27)7

平成27年5月発行

編集・発行 東京都生活文化局消費生活部企画調整課
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話 03(5388)3059 (直通)

印刷 株式会社 美巧社
香川県高松市多賀町1-8-10
電話 087(833)5811

