くらしに役立つ都民のための消費生活情報誌　東京都消費生活総合センター

東京くらしねっと

令和2年
1・2月号
No.263
2020年1月1日発行

今月の話題
「金融商品」の後悔しない選び方
～自分の「目的」に合った商品を選び、「理解できない」商品は避けましょう～

読者レポート
広告の上手な見方“うそ、大げさ、まぎらわしい”表現には注意を

安全シグナル
ガスこんろでの着衣着火に気をつけて

相談の窓口から
結婚相手紹介サービスに入会したが、希望した条件に合う人を紹介してもらえないので解約したい！

東京都消費生活総合センター
相談窓口のご案内
☎03-3235-1155
受付時間 月曜～土曜 9:00～17:00（祝日・年末年始を除く）
〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階　●JR・東京メトロ・都営地下鉄「飯田橋」駅すぐ

お近くの消費生活相談窓口につながります
消費者ホットライン 局番なし188

東京の消費生活に関する情報サイト 東京くらしWEB 検索
https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/

今月の話題

「金融商品」の後悔しない選び方

～自分の「目的」に合った商品を選び、「理解できない」商品は避けましょう～

金融広報中央委員会事務局（日本銀行情報サービス局内）
企画役 竹内 俊久（たけうち としひさ）

金融商品を買った後に、「こんな商品だと思わなかった」「思わぬ損をした」「トラブルに巻き込まれた」などと後悔しないためには、どうしたらよいでしょうか。

自分の「目的」に合った金融商品を選ぶこと、自分が「理解できない」商品は避けることが大切です。他にも注意すべき点がいろいろあります。

そこで、今回は、「金融商品を買う前に注意すべきポイント」をご紹介します。金融商品の選び方に少し不安があるという方、退職者や中高齢者の方などを主に想定しながらご説明します。

15のポイントをご紹介します。

① 「目的」を自覚する

金融商品を買うとき、お金を**「減らさないこと」（安全性）**と**「増やすこと」（収益性）**のどちらを重視するか、目的を決めましょう。

② 「安全で、利回りが高い商品」はないと知る

「安全性が高く、収益性も高い」という、都合のよい金融商品は**ありません**。この厳しい現実を肝に銘じましょう。なぜそうなのかについては、「もしそんな商品があれば世の中のお金が押し寄せて価格が上がり、収益性は低くなる」、「金融商品を買ったお金で行われる商売が、高い利益を絶対確実に上げ続けられることはない」などと考えてご理解ください。

③ 金融商品の特徴を知る

「預金」は、普通預金や定期預金なら預け先1行あたり1千万円とその利息（3行ならその3倍）までは預金保険で保護され、安全です。これらの預金は日常の貯蓄や決済に広く利用されており、手厚く保護されています。一方で、収益性は低くなっています。

「債券」は、発行者に直接お金を回すため、**発行者の信用がすべて**です。国が発行する**「国債」**が最も**安全性**が高いとされます（国がお金を返してくれるとの信用は一般に高い）。

「株式」は、**収益性**が高く、**安全性**は低い商品です。株式に投資されたお金は、会社の事業に使われ、利益が伸びれば一般に株価が上がり配当も増えます（株主の利益には上限はありません）。会社が破たんすれば株価は**ゼロ**になってしまいます（ただし株主の損失はそこまでです）。

④ 「高い金利」の預金は警戒

「預金」は安全性を重視すべき商品です。異例の**「高い金利」**を宣伝している金融機関があれば、なぜそのような高い金利を提供するのか（高い金利でないとお金を集められないのか）と疑ってみてください。

⑤ 「高い利回り」の債券も警戒

利回りが高い債券（社債、○○債）は、その分、**安全性は低い**ことを意味します。その商品を買ってよいお金か、目的を再確認しましょう。

⑥ 「株式」は、投資対象と投資時期を「分散」する

お金を**「増やすこと」（収益性）**を重視する場合、**株式**に投資すること

は目的に合っています。

ただし、1つの会社の株価は非常に大きく変動します（ゼロになることもあります）。株式を買う場合、**「投資対象」を分散**しましょう。

投資対象を分散してもなお、株価は大きく変動します（リーマンショック時の下落を思い出しましょう）。**投資する「時期」も分散**しましょう。

退職金を少数の銘柄に一気に投入するのはリスクが高い行為です。

株価が下落したときに自分はどの程度耐えられるかをよく考え、投資額はその範囲内にとどめましょう。

7 「投資信託」は中身に注目

投資信託は、お金を運用する「袋」と思ってください。袋の中身はさまざまです。デリバティブ（派生商品）でリスクが高いものが入っていたり、コスト（毎年かかる信託報酬など）が高いものもあります。

比較的低コストで多数の株式に分散投資できる株価指数連動型の上場投資信託（ＥＴＦ）なども提供されています。

買う前に、中身とコストをよく確認しましょう。

8 「保険」は不足分の保障を

保険は、「何に」備えるのか、目的を確認しましょう。社会保険（健康保険など）や貯蓄ではカバーできない大きな損失に備えるのが一般的です。たとえば自動車事故の対人賠償額は自賠責だけでは不足します。

一方、子の独立や配偶者の死去に伴い自分の生命保険を見直すなど、点検も大切です。

保険を貯蓄、投資の目的にも利用する場合、効果的かどうか、他の商品と比べて確認しましょう。

保険を見直すときは、長所と短所を書面に書いてもらい、専門家の助言を有料で利用するのも有益です。

9 理解できない商品は買わない（複雑な商品は避ける）

大切なお金を、自分が理解できない金融商品に回すのは禁物です。

金融商品には複雑な仕組みのものがたくさんあります。仕組みを理解できない商品を買うのは危険です。思わぬ損をするもとになります。

商品説明の小さい文字も読んでみて、意味がわからない言葉が並んでいたら、「説明を受けて何とか理解しよう」とするより、「最初から避ける」方が安全です。

10 コストを重視する

金融商品を買ったり、保有し続けたり、売却するときには、コスト（売買手数料、信託報酬ほか）がかかるのが通常です。コストが高いと、運用の成果は下がります。

コストを確認しましょう。複雑な商品の場合、コストが高かったり、コストが見えないこともあります。

11 中途解約について確認する

中途解約できるか、いくらお金が返ってくるかなどを必ず確認し、書面に書いてもらっておきましょう。

12 信頼できる会社から買う

大切なお金を預けるのは、信頼できる会社だけにしましょう。

あやしい会社が突然電話をかけてきて、「元本を保証します」「確定利付きです」などと説明しても、信じてはいけません。お金をすぐに渡してしまうのは危険です。有名人が宣伝したり、雑誌が紹介していても、うのみにしてはいけません。

世間で信頼されている会社でも、安全性の低い商品を扱っています。社員が不正行為を働いた事例もあります。会社、商品、販売員のそれぞれをよく見ましょう。

13 ひとりで説明を聞かない

金融商品の説明は二人以上で受けましょう。ご高齢の夫婦の場合は、家族などに同席してもらいましょう。

14 販売者以外から情報を得る

金融商品の売り手は、どうしても「買ってほしい商品」の情報提供に力を入れます。しかし、それが買い手にとっての「良い商品」であるとは限りません。むしろその逆である場合が多いものです。

その商品の評判について、インターネットなどで調べてみましょう（調べてもらいましょう）。

中立的な立場または購入者の立場から情報提供してくれる専門家から情報を得るのも有益です。

15 信頼できる人に相談する

少しでも迷ったら、信頼できる人に相談してみたうえで、買うかどうか、冷静かつ慎重に決めましょう。

読者レポート

広告の上手な見方

“うそ、大げさ、まぎらわしい”表現には注意を

読者委員 山野（やまの） 希実江（きみえ）

私たちの身の回りには「広告」があふれています。

広告は商品やサービスの情報を得る大切なツールですが、中には問題があるものもあります。

そこで、私たち消費者が広告の内容や表現について、“何かおかしいな“と思った時に、相談をすることができる日本広告審査機構（JARO）を取材しました。

山野委員（中央）と、JAROの今泉さん（左）、松本さん（右）

JAROの活動について

JAROは、1974年10月に設立された広告・表示に関する民間の自主規制機関です。

1970年頃の広告は、消費者を誤認させて購入・契約させようというものが多くありました。このままでは広告が信頼されなくなってしまうと危機感を持った広告関係企業が自ら集い、誤解をまねく広告をなくし消費者から信頼される良い広告を育てたいという思いから設立されたそうです。

現在では、広告に関連する企業889社が会員となり、「広告・表示の適正化」を目指して活動をしているそうです。

JARO は「公益社団法人 日本広告審査機構」の英文名

Japan
Advertising
Review
Organization

の略称です。

広告・表示に関する意見・相談を受け付けています

JAROでは、広告・表示に関する消費者からの意見・相談を受け付けています。相談はオンラインや電話、FAX、郵便などの方法でできるそうです。

よく寄せられる相談

●事実と違う「ウソ」の広告
- 広告の目玉商品が店頭にない
- 「今だけお得」って本当？ など

●「大げさ」な広告
- 飲むだけで痩せるサプリ
- 洗うだけでシミが消える石鹸 など

●「まぎらわしい」広告
- 「お試し」のはずが定期購入に
- トータルの価格はいくら？ など

また、広告に対する好意的な意見（「称賛」）も受け付けています。

称賛などを含む相談の数は増加傾向で、2018年度の総受付件数は、過去最高の11,051件でした。

相談件数（2018年度）	
苦情	8,386
照会	1,669
称賛	36
JARO関連	83
広告以外	877
計	11,051

苦情は
(1)広告・表示規制上の問題
(2)広告表現
(3)広告の手法　に大別

主に広告制作にあたっての事業者からの相談など

広告などに対する好意的な意見

苦情を媒体別にみると、「テレビ」「インターネット」「ラジオ」が上位です。この順位は2013年度から変わらないそうで、やはり身近な媒体の広告に対する意見が多いことが反映されているのだと思います。

苦情にしろ称賛にしろ、私たち消費者の意見を広告などに反映していくために、素直な意見を伝えていくことが必要だと感じました。

受け付けた相談への対応

消費者から受け付けた相談のうち、特にJAROで問題があると判断したものは、広告関係者の委員で組織する業務委員会で審議し、その結果を「見解（警告、要望、提言）」として発信します。

主に業務委員会での審議の対象となるのは「広告・表示規制（※）上の問題」で、2018年度はシミが消えるという化粧品、定期購入だとわかりにくい通販など26件の「見解（警告21、要望3、提言2）」を出したそうです。

また、審議の対象とまではならない場合でも、広告主に伝えて対応を求めることもあるそうです。

そのほか、企業や団体との情報連絡会、セミナー、社内勉強会などで、事例を用いて表示上の問題点などを解説することで、広告・表示の適正化につなげる活動も行っています。

※広告・表示において守らなければならないルール。法律、公正競争規約、業界団体が独自に取り決めたガイドラインなど

こんな広告には注意！

JAROでは、消費者向けに「正しい広告の見方」をテーマに講演を行うなど啓発にも取り組んでいます。

今回の取材でも、私たちが広告や表示を見る際に注意すべきポイントをいくつか教えていただきました。

●デメリットなどの記載に関して

商品のメリットは強調して記載されているが、デメリットや本当に大事なことは、小さな字で書かれていることが多いので注意する。

●効果や効能に関して

広告の健康食品を摂るだけで、運動や食事制限を行わなくても痩せられるなど、効果や効能を大げさにうたうものには注意する。また、医薬品ではないのにシミやシワが取れる、髪が増えるなどとうたう化粧品は広告・表示上のルールに違反しているので注意する。

●商品の比較検証サイトに関して

インターネットでは、広告主からお金が支払われているにもかかわらず、客観的第三者のように装い商品を比較したり推奨しているサイトが存在するので注意する。

●販売条件などの記載に関して

通信販売などの広告の中には、商品の発送時期や返品条件の記載が不十分であったり不明確なものがあるので、購入に先立ってきちんと確認する必要がある。

消費者が信頼できる広告へ

広告規制などは行政が行うものと思っていましたが、広告に関係する企業が自ら集い、設立した民間の自主規制機関が、広告・表示の適正化に取り組んでいることを知りました。

取材を通してJAROの担当の方が「広告へのご意見をお寄せください。みなさんの意見がより良い広告を作ります。広告する側と消費者が信頼し合えるように」と何度も言われていました。不適切な広告がなくなり、よい広告を育てていくためにも、おかしいと思ったらすぐに相談すること、良い広告に対しては称賛の意見を伝えることが大事だと感じました。

https://www.jaro.or.jp/

広告についてのご意見は
- オンライン（上記URL）
- 電話※・FAX
  TEL.03-3541-2811
  FAX.03-3541-2816
- 郵送
  〒104-0061
  東京都中央区銀座
  2-16-7 恒産第1ビル
  公益社団法人 日本広告審査機構
  「広告みんなの声」係

※土日祝日を除く9:30～12:00、13:00～16:00

安全シグナル

ガスこんろでの着衣着火に気をつけて

冬に厚着をして寒さをしのぐ方も多いのではないでしょうか。

東京消防庁によると、こんろによる着衣着火は、厚着をする冬場や、服装の変化する季節の変わり目に多く発生しており、特に1月に多く発生しています。

こんな事故などが起きています！※1

男性60代は、やかんを火にかけ、沸騰するのを待つため、こんろに背を向けた際に、着衣の背部に着火し、受傷した（重症）。

女性60代は、こんろで調理をしていた際に、調理台の奥にあるコップを取るため、手を伸ばしたところシャツの袖に引火し、受傷した（軽症）。

事故防止のポイント※2

- ガスこんろの周囲には、燃えやすい物を置かないようにしましょう。炎が見えなくても、鍋などの近くでは着火の危険があります。鍋などの底から炎がはみ出さないよう、火力を調節しましょう。
- ガスこんろの上や奥の物を取るときなど、こまめに火を消し、衣服の袖や裾に燃え移らないよう注意しましょう。

※1 参考 東京消防庁 STOP！着衣着火
https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/lfe/topics/bouka/data/1_H30_tyakuityakka.pdf

※2 参考HP 東京くらしWEB　見えない炎で着火！？　～ガスこんろの近くには、燃えやすい物を近づけないで！～
HP https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/anzen/test/gaskonro_press.html

問い合わせ　東京都生活文化局 消費生活部 生活安全課 ☎03-5388-3055

お・知・ら・せ・掲・示・板

東京都消費者被害救済委員会報告

東京都消費者被害救済委員会は、消費生活総合センターなどの相談機関に寄せられた苦情・相談のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、「東京都消費生活条例」に基づき「あっせん」や「調停」を行う知事の附属機関です。平成31年4月から令和元年11月までの間に東京都消費者被害救済委員会に処理を付託した案件及び委員会から知事へ審議の経過と結果について報告があった案件は、次のとおりです。

4月25日	報告	アパレル関連商品転売の副業に係る紛争	あっせん解決
5月28日	付託	施設内360度写真のウェブサイト掲載に関する代理店契約に係る紛争	審議中
5月30日	報告	USBメモリを媒体とする投資関連学習教材の販売に係る紛争	調停解決
6月13日	付託	高齢者と複数店舗間のアクセサリー等の過量販売契約に係る紛争	審議中

他の案件も含めた各案件の詳細については、
「東京くらしWEB」東京都消費者被害救済委員会の実績でご覧いただけます。
■東京くらしWEB 相談したい 東京都消費者被害救済委員会
HP https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/sodan/kyusai/funsou.html

消費者へのアドバイス

- 簡単に稼げるなどと勧誘されても、すぐに契約せず慎重に考えましょう。
- 投資の知識はすぐに習得できるものではなく、確実に利益が得られるものでもありません。また投資は、一定の資金を失う可能性がありますので、慎重に検討しましょう。
- 事業者の対応に疑問を感じたら、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

問い合わせ　東京都消費者被害救済委員会事務局 ☎03-3235-4155

※お詫び　「東京くらしねっと」令和元年11･12月号（No.262）掲載の「今月の話題」において、誤りがございましたので、お詫びして訂正いたします。

【訂正箇所】3頁4段目2行目　（誤）一般家庭から不用品を収集・運搬するには、一般廃棄物収集運搬業の許可が必要です。 ➡ （正）一般家庭から廃棄物である不用品を収集・運搬するには、一般廃棄物収集運搬業の許可が必要です。

講座案内 受講無料

●対象は都内在住または在勤、在学（高校生以上）の方　●応募者多数の場合は抽選
●当日の参加申し込み不可　●定員に満たない場合は締切日以降も受付

●消費生活講座：今日からきっと！役立つくらしの知識

普段のくらしから、これからの気になることまで。各方面の専門家をお招きし、くらしに役立つ講座を開催します。充実した生活を送るためのヒントが満載です。

くらしフェスタ東京2019
東京都消費者月間協賛事業

2月3日(月) 14時～16時
未来をつくろう！ 今日からはじめるエシカル消費
■講師｜一般社団法人 日本エシカル推進協議会 名誉会長　**山本 良一** 氏

2月20日(木) 14時～16時
あなたも狙われてる？ スマホの向こうに潜むワナ　シニア向け
■講師｜一般社団法人 セキュリティ対策推進協議会（SPREAD）認定情報セキュリティサポーター　**籔内 祥司** 氏

カード教材

2月28日(金) 10時～12時
くらしやすい社会へ！ 子供のためのカラーユニバーサルデザイン　保護者向け
■講師｜NPO法人 カラーユニバーサルデザイン機構 副理事長　**岡部 正隆** 氏

会場　東京都消費生活総合センター 17階 教室Ⅰ・Ⅱ　**定員**　各100名

申込方法　はがき・FAX（ご希望の講座名・開催日・住所・氏名（ふりがな）・年代・電話番号を記入）・電子申請

申込締切　1月20日(月) 消印・受信有効
※受講の可否について、1月27日(月)までに申込者全員にはがきで通知します。

2月3日・28日 託児あり
20日 託児なし
※託児（6か月以上・就学前の乳幼児）を希望する場合は、必要事項に加え乳幼児の年齢(月齢)を記入してください。

申込先・問い合わせ
東京都消費生活総合センター 活動推進課 学習推進担当
〒162-0823　新宿区神楽河岸1－1　セントラルプラザ16階
☎03-3235-1157
FAX 03-3268-1505
電子申請 HP https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/koza/center/koza200203.html

実験実習講座

講座	講師	会場・日時 消費生活総合センター（飯田橋）	会場・日時 多摩消費生活センター（立川）
「まぜるな危険」って何？ ～洗浄剤等の表示を学び 事故を未然に防ぎましょう～	日本化学工業会 化学製品PL相談センター 登坂 正樹 氏	2月27日(木) 13:30～16:00 ｜申込締切 2月13日(木)(消印有効) ｜定員 32名 2/21(金)までに、はがきにて抽選結果を通知	2月20日(木) 13:30～16:00 ｜申込締切 2月6日(木)(消印有効) ｜定員 16名 2/14(金)までに、はがきにて抽選結果を通知
お気に入りの衣服を長く楽しむために ～プロに学ぶクリーニングの 基礎知識と日常のお手入れ～	東京都クリーニング生活衛生同業組合 田中 祐作 氏	3月10日(火) 13:30～16:00 ｜申込締切 2月25日(火)(消印有効) ｜定員 32名 3/4(水)までに、はがきにて抽選結果を通知	3月4日(水) 13:30～16:00 ｜申込締切 2月19日(水)(消印有効) ｜定員 16名 2/27(木)までに、はがきにて抽選結果を通知

申込方法
はがき（63円）・FAX（①講座名 ②開催日 ③会場 ④住所※ ⑤氏名（ふりがな） ⑥年代 ⑦電話番号（携帯） ⑧情報の入手場所 ⑨講座への意見・要望を記入）　※④で都外在住の場合、勤務先・在学先の区市町村名を記載　例）東京都〇〇市在勤（在学）
電子申請　東京都　募集中の講座　検索　https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/koza/info.html

食育講座

講座	講師	会場・日時 多摩消費生活センター（立川）のみで開催します
～楽しく学んで、地産地消～ ‘TOKYO X’と地場産野菜を使って、「たま鍋」！ 調理実習と試食があります。	多摩のくらしを考えるコンシューマーズ・ネットワーク 五十嵐 ちづ子 氏 農林水産省 関東農政局 担当職員	2月28日(金) 13:30～16:00 ｜申込締切 2月7日(金)(消印有効) ｜定員 18名
～地場野菜も添えて、おいしく地産地消～ “牛乳”でこねる手打ちうどんにトライ！ 調理実習と試食があります。	コンシューマー技術教育研究会 福岡 ひとみ 氏	3月11日(水) 3月12日(木) 10:00～12:30 ｜申込締切 2月21日(金)(消印有効) ｜定員 各日18名

託児あり
※託児（6か月以上・就学前の乳幼児）を希望する場合は、必要事項に加え乳幼児の年齢（月齢）を記入してください。

申込方法
＜1講座につき、ひとり1枚の往復はがきのみ有効＞
往復はがき（往信面に①講座名 ②開催日 ③住所※ ④氏名（ふりがな） ⑤電話番号、返信面はあて先を記入）
※③で都外在住の場合、勤務先・在学先の区市町村名を記載　例）東京都〇〇市在勤（在学）

飯田橋会場への申込先・問い合わせ
東京都消費生活総合センター 実験講座担当
〒162-0823　新宿区神楽河岸1－1　セントラルプラザ16階
☎03-3235-1157
Fax 03-3268-1505

立川会場への申込先・問い合わせ
東京都多摩消費生活センター 実験講座または食育講座担当
〒190-0023　立川市柴崎町2－15－19　東京都北多摩北部建設事務所3階
☎042-522-5119
Fax 042-527-0764

相談の窓口から

結婚相手紹介サービスに入会したが、希望した条件に合う人を紹介してもらえないので解約したい!

Q 結婚したいが異性と出会う機会がないため、2か月前、結婚相手相談所に行き、入会金3万円、初期費用5万円、月会費1万円の1年間のコースを契約した。入会後、紹介された人はいるが、希望した条件に合わない人だった。サービスに納得できないので解約したい。

A 年代を問わず結婚相手紹介サービスを利用する人が増えています。しかし、条件に合致した人を紹介されない、紹介者が少ないなどといった不満から、解約したいという相談も多く寄せられています。

サービス内容に不満がある場合、まずは事業者に申し出てみるとよいでしょう。もし、事前の説明と異なる部分があればその理由を確認しましょう。希望する条件が多い（厳しい）ため該当する人が見当たらなかったというケースもあるようですので、条件設定についても相談してみましょう。

解約を希望する場合、事例のように、**契約期間が2か月を超え、契約総額が5万円を超える結婚相手紹介サービスは、特定商取引法で定める「特定継続的役務提供」に該当します**ので、消費者は、**店舗販売であるか、通信販売であるかを問わず、契約書面交付日から8日間以内ならばクーリング・オフできます。**また、**クーリング・オフ期間経過後も中途解約ができます。**

なお、「特定継続的役務提供」に該当しない場合は、事業者の規約に従うことになります。

契約後のトラブルを避けるためにも、**事業者の選択に当たっては、事前に必ずサービス内容や解約時の条件などを確認しましょう。**会費以外にプロフィール用の写真撮影やカウンセリング、イベント参加などのオプションを勧めてくる事業者もいるので注意が必要です。疑問に思った点は納得いくまで説明を求め、契約の際は必ず書面を受け取りましょう。

困った時は、最寄りの消費生活センターへご相談ください。

相談窓口のご案内… ☎03-3235-1155

「出前寄席」新作発表会を開催します

くらしフェスタ東京2019
東京都消費者月間協賛事業

東京都消費生活総合センターでは、消費者被害の未然防止を図るために、落語・漫才・コントで悪質商法の手口とその対処法などを分かりやすく伝える「出前寄席」を実施しています。令和2年度の新しい演目を、いち早く皆さんにお披露目します。

出前寄席では都内大学の落語研究会や社会人ボランティアが協力しています。

講演 『悪質業者に気をつけろ!』 ■講師：弁護士 **瀬戸和宏** 氏

新作演目 ●うそっ？ 悪質業者とかわす契約書！？ ●レンジでボンッ！～製品事故にご用心～ ●これで大丈夫だぁ！ お婆ちゃんの悪質セールス撃退術 ほか落語、漫才、コント 計5作品

日時 令和2年2月13日(木) 13:30～16:00（開場13:00）

会場 東京都消費生活総合センター17階 教室Ⅰ・Ⅱ **対象** 都内在住・在勤・在学の方 **定員** 150名

申込方法 HP又は電話・FAX（①氏名・ふりがな ②住所 ③年代 ④電話番号）で、下記申込先へ。

申込締切 令和2年2月3日(月) 抽選の結果は2月7日(金)までに申込者全員にはがきで通知します。

申込先・問い合わせ
東京都消費生活総合センター 活動推進課 協働連携事業担当 ☎03-3235-4167
〒162-0823 新宿区神楽河岸1－1 セントラルプラザ15階 FAX 03-3235-1229
HP https:// www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/koza/center/koza200213.html

東京くらしねっと No.263 令和2年1月1日発行
編集発行：東京都消費生活総合センター
〒162-0823 新宿区神楽河岸1-1 TEL.03-3235-1157 FAX.03-3268-1505
デザイン：株式会社トライ 印刷：アートプランニング株式会社 印刷物規格表第1類 印刷番号(31)12

東京都消費生活行政 ツイッター フェイスブック ぜひフォローしてください。

リサイクル適性Ⓐ この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。
R70 古紙パルプ配合率70%再生紙を使用