

1 協議の背景

国内の事故事例

○2007年以降、ブラインド等のひもが乳幼児の首に絡まり、窒息するなどの事故が7件報告。うち死亡事故は1件

2 ブラインド等のひもの安全対策に関する現況

国内のブラインド等の市場の動向

○ブラインド市場の約8割が国内生産を占め、買替え需要の周期は10年弱

国内のひもの安全対策

○日本ブラインド工業会では、警告マークの添付を徹底
○安全対策は各社判断で実施されているが、コードクリップの装着などユーザーに任されている部分もある。

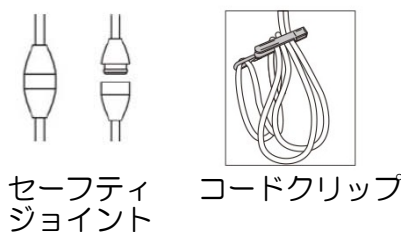
海外の規制状況

○ブラインド等のひもの安全性確保のために、欧州、米国で任意規格を、カナダ、オーストラリア、韓国で強制法規を導入
○政府や団体等が中心となり、消費者に対する注意喚起、安全器具の販売・配付、製造・設置事業者への働きかけ、安全性の高い製品の販売の促進など、幅広い取組を実施

【主な事故事例】

- ・カーテンの留めひもで首吊り状態になり、1ヶ月入院（1歳1ヶ月男児）
- ・ベッドから落ちた際に、たまたまブラインドのひもが首に食い込んで（推測）死亡（6ヶ月男児）

【安全器具】



3 ウェブアンケート調査・事故再現実験

ウェブアンケート調査

ひも部分のあるブラインドを所有する小さい子供のいる家庭（約1,000人）に対し、商品の使用実態や事故事例等を調査

- 購入の際に重視されるのは「デザイン」「価格」「使いやすさ」の順。「安全性」はあまり重視されていない。
- 警告マークによる周知については、約8割は「覚えていない」又は「マークはなかった」と回答
- 安全器具については、6割弱が「付属していなかった」又は「覚えていない」と回答
- 約15%で危害やヒヤリ・ハットを経験。3歳以下の事故、ひもで遊んでいて首を引っかける事例が多い。
- 「ソファやいすの上に登った状態で事故にあった」「安全器具が機能して助かった」「事故の際は安全器具を使用していなかった」などの事例が多い。
- 「事故が起きるまで危険を感じていなかった」という回答が多く、「(原因は)保護者や子供の不注意だった」と考える人や、苦情を申し出ない人が多い。

事故再現実験

ブラインドのひも等にかかる荷重と各社の安全器具の効果検証等を実施。あわせて、事故防止のためのひも等の高さやループの大きさの条件を整理
○ブラインド等のひも等が子供の首にかかって宙づり状態になった場合、最大で子供の全体重がかかり、最小で複数のひも等の本数で等分された体重がかかることがわかった。
○国内メーカー各社が付属するセーフティジョイントは、6ヶ月以上の子供が宙づり状態になるような事故については有効であることが確認できた。
○ポールチェーン固定具については、ループ部に頭が入らない有効な対策であるものの、取付方法が適切でない場合、効果が減少してしまうことが確認できた。

4 現状と課題

商品の安全対策等

- 安全器具による対策が講じられている商品が多数あるが、使用がユーザーに委ねられている、構造上取り付けられない等の課題がある。
- 国内において統一的な基準づくりが求められる。
- 消費者安全法における重大事故情報の集約の仕組みが十分に機能していないため、より実効性ある仕組みの構築に向けて、早急に対策を講じる必要がある。

商品の使用実態

- 現在の対策では、危険性の啓発・周知が十分でない。
- 10年近く使用されるものも多く、買替えによる対策の浸透を待つだけでは不十分
- 販売業者、取付業者による「安全性」に対する注意喚起が不十分
- 消費者に使用を委ねるタイプの安全器具は、利用の徹底が難しい。

「危害」「危険」「ヒヤリ・ハット」の経験事例と消費者の意識等

- 子供が「遊ぼうと思っても、遊べない状況」を作る対策が必要
- 3歳以下の事例が多いことから、「子供は自分ではリスクを知って行動できない」との意識を保護者等に普及させ、できる限りの危険要因を取り除くことが望まれる。
- 「ソファ」「ベッド」「いす」の上にいるなどの状態からの事故もあることから、こうした複合的な危険要因を取り除くことも重要
- 消費者の声が製造事業者等に届きにくく、商品改良等に結びつく機会が極めて少ない。

5 今後の取組についての提言

商品構造・デザイン等の安全対策の推進（製造事業者団体、販売事業者団体）

- 安全器具と一体化した商品の開発・普及を進めること
- ひも部分がない・ループが小さいなど、安全性の高い商品等の開発・普及を推進すること
- 既に使用されている商品に対応する安全器具の普及を推進すること

統一基準等の策定による安全対策の徹底（国、製造事業者団体）

- 業界による統一基準の策定を行うこと
- JIS化も視野に入れた規格化や適合商品に対する表示の検討を行い、消費者への周知・普及を図ること

消費者の安全意識の向上（製造事業者団体、販売事業者団体、国、都、関連する団体）

- 商品や店舗を通じ、消費者への積極的な注意喚起に取り組むこと
- 消費者等への広く積極的な注意喚起と効果的な普及啓発を行うこと
- 業態を超えた連携による意識啓発を行うこと（ハウスメーカー、内装業者、インテリアコーディネーター、販売事業者などによる、全国規模での継続的な意識啓発・対策周知）
- 消費者への注意喚起・普及啓発に当たっては、消費者団体等と連携し、消費者の視点を取り入れた効果的な取組を行うこと

事故情報等の収集と活用体制の整備（製造事業者団体、国）

- 業界としての苦情・相談窓口を設置し、事故情報データを収集・活用すること
- 国は商品等を起因とする重大事故情報の集約を徹底すること