

## 「子供に対する歯ブラシの安全対策」に係る今後の取組案

## 第1 商品等の安全対策等（製造事業者団体、製造事業者）

## 1 歯ブラシの安全対策の強化（製造事業者団体、製造事業者）

## (1) 歯ブラシ自体の安全対策強化

歯ブラシは年齢に応じて、安全性と清掃効果をどの程度重視するかが課題であることから、子供の成長発達に応じた年齢別の安全対策を行う。

## ➤ 歯ブラシの改良

- ◇ 事故の多い年齢である1から3歳前半を対象とした、子供が一人みがきする歯ブラシについて、喉突き事故防止の安全対策を強化する。
- ◇ 清掃効果については、保護者の仕上げみがきで補う。
- ◇ 実験結果などを参考
  - 歯ブラシ自体に衝撃吸収性能を持たせる。
  - 歯ブラシ自体を口腔内奥に入りにくくする。

## ➤ 対象年齢設定の見直し

子供用の歯ブラシは子供の年齢や成長段階に応じた商品になっているが、「1歳半から5歳用」「乳歯期用」など対象範囲が広いものもある。事故の多い年齢である1から3歳前半については、特に安全性に配慮する必要があるため、対象年齢月齢の幅を狭くして、年齢に応じた安全対策を実施する。

## (2) パッケージ注意表記の強化

- すべての子供用の歯ブラシに注意事項を表記する。
- 分かりやすく目立つ表示にするなど工夫する。
- 特に、低年齢・低月齢向けの商品には、取扱いの注意事項のみでなく、歯ブラシによる子供の喉突き事故の危険性についても着実に伝わるように表記する。

## 2 安全対策基準の強化

- 歯ブラシに関する子供の事故防止のためには、消費者への注意喚起はもとより、商品側の喉つき防止対策の強化が必要
- これまでの各製造事業者の創意工夫による取組のみならず、業界自主基準や JIS などにより、子供用の歯ブラシの喉突き事故防止に関する安全基準を設け、安全に配慮する点を共通認識とすることにより、商品の安全対策を強化
- 具体的には、歯ブラシをのどに突き刺さらないようにする、又は、喉の奥に入らないなど、製品の安全性の強化に向けた事項を基準に盛り込むとともに、喉突き事故防止に関する注意事項を、必ず表記することを盛り込む。
- 子供の歯ブラシには、ブラシ部が植毛ではなく成形されたものもある。こうした植毛されていないものについても安全基準が求められる。

## 第2 消費者の安全意識の向上

### 1 消費者への積極的な注意喚起（製造事業者団体、製造事業者）

- 消費者の使用実態を踏まえ、消費者の行動に結び付く具体的な安全対策の情報提供のほか、消費者にとって分かりやすく、浸透しやすい注意喚起を積極的に行う。

### 2 消費者の行動に結び付く具体的な注意喚起（国、都、製造事業者団体、製造事業者、流通事業者、販売事業者、消費者団体、子育て支援団体等）

- 安全対策を施した歯ブラシの事故防止効果について周知し、特に事故の多い年齢である1歳から3歳前半に対しては使用を呼びかける。
- 安全対策を施した歯ブラシであっても、使用する際は保護者が見守りを心がける。
- 子供の歯みがきでは親の見守りが必要であること、特に事故の多い年齢である1歳から3歳前半では必須である旨注意喚起する。
- 注意が理解できるようになったら、子供に危険性について教える。
- 子供にも歯ブラシはおもちゃ代わりにしないことを教える。
- 歯ブラシを口に入れたまま遊んだり、歩いたり、走ったりしない。
- 仕上げ用歯ブラシ及び成人用の歯ブラシは低年齢の子供に持たせない。
- 事故のリスクを低減するため、歯みがきは床に座って行う、台の上に乗って行わない。
- 歯みがきを行う場所、生活環境を見直し、子供に対する事故のリスクを低減させるよう注意喚起する。
  - 居間では、ソファからの転落、家族とのぶつかり、カーペットやクッションへの躓きの危険
  - 洗面所では、踏み台からの転落の危険
  - 寝室では、布団での躓きの危険
- 歯ブラシだけでなく日用品についての注意啓発を合わせて行う。
- 商品の改善につなげるため、事故の報告を呼び掛ける。

### 3 消費者への効果的な普及啓発（製造事業者団体、製造事業者、流通・販売事業者団体、消費者団体、子育て支援団体、国、都等）

- 親の世代は入れ替わっていくことから、注意喚起は繰り返し継続する。
- 子供の成長は速く数か月で状況は変化するので、状況の変化に合わせたペースで繰り返し注意喚起を行う。
- 乳幼児健診等の機会を活用する。

- 妊産婦検診、父親・母親教室など出産前の機会を活用する
- 他にも多くの注意事項がある中で、歯ブラシに関する注意事項が確実に伝わるよう工夫をする。
- 地域の歯科医師会、小児歯科学会を通じた注意喚起

#### **4 消費者が安全な商品を選択できるよう販売時における広報（流通・販売事業者団体）**

- 事故防止啓発リーフレット等の売場に設置、購入した消費者に直接配付
- 店舗や通信販売サイトに事故防止啓発の広告を掲載
- 販売員に安全対策に関する研修を実施し、POP や陳列の工夫をすることで、歯ブラシによる事故の危険性や安全対策を施した歯ブラシを消費者に情報提供する。

### **第3 事故情報の収集と活用体制の整備**

#### **1 業界としての相談窓口の周知徹底と事故情報データの活用（製造事業者団体、製造事業者、流通・販売事業者団体）**

- 子供の歯ブラシの事故情報は、ヒヤリ・ハット経験を含め、報告や相談がされにくく、商品の改善や基準の改定につながりにくいことから、製造事業者団体は、事故情報をはじめ、商品の安全対策に係る情報を広く受け付ける窓口について更なる周知を行うとともに、受け付けた情報の共有や活用の仕組みを整えていく。
- 事故について、消費者の意識不足や誤使用や不注意とするだけで終わらせず、収集した情報を商品改善等につなげ、安全性の高い商品の普及に努める。
- 商品改善や生活様式の変化に伴い、使用実態も変わっていくことも想定されるため、事故情報の収集は継続的に行い、商品改善等の効果について定期的に検証することで、更なる事故の未然・拡大防止につなげていく。

#### **2 更なる安全対策に向けた事故情報の提供と効果検証への協力（国、都）**

- 今回の協議会報告の提言を受けて、歯ブラシの安全対策の推進が着実に図られたかなど、適宜的確に効果検証を行う。
- 国や都は、子供に対する歯ブラシの安全対策を着実に推進していくため、製造事業者団体等に対する事故情報等の提供や、商品改善等の効果検証に資するデータの提供などに積極的に行う。