

ブラインド等のひもの安全対策に係る現状と課題及び今後の取組についての提言（案）

1. ブラインド等のひもの安全対策に係る現状と課題

(1) 商品の安全対策等

ア 商品の安全対策

ブラインド等のひものうち、ブラインド類・スクリーン類については、業界団体（日本ブラインド工業会、以下「工業会」という。）において、警告マークによる周知、安全器具の装備がなされている。

しかしながら、コードクリップやコードフックなどの安全器具について、毎回の使用はユーザーに委ねられているといった問題点がある。ビーズチェーン固定具については、本協議会での調査により、取付方法が適切でない場合、リスク低減の効果が減少してしまことがわかった。また、操作が若干しづらくなるなどの声や、取付状況や商品によっては使用できない場合があるといった問題点があるが、いったん壁に取り付ければ一体型の安全器具と同様、毎回の手間は不要という利点がある。荷重によって外れるセーフティジョイントについては本協議会で実施した調査により、どの製造事業者のものも6ヶ月児の体重で外れることが確認できたが、ドラム式、ワンコントロール式等には構造上取り付けられない。

他に、ひも部分のない商品も存在するが、例えば、取っ手やプルコードで昇降するのは天井近くや床近くの位置からの操作性が悪く、機能や使用できる場所が限られたり、電動のものは高額であったりなど、普及に向けての課題がある。

また、カーテンの留めひもについては、マグネットやマジックテープ等の安全対策が施された商品が一部販売されているが、特に危険と考えられる細いひも状の留めひもについては輸入品が多く、これらを取り扱う業界団体がないことから、業界としての安全対策は特になされていないと考えられる。

イ 規格、法規制等

我が国では、ブラインド等のひもについての規格や規制は現段階でないが、海外においては、ブラインド類・スクリーン類のひもについて、規格や規制によって危険性を低減しようとする国もある。すでに規格や規制を実施している国について、規格や規制による明確な効果は確認できなかったが、これらの国では、規格や規制のほか、消費者への啓発にも積極的に取り組み、安全性の高い製品の開発・販売も促進されており、国内においても、統一的な基準づくりが求められる。

なお、カーテンの留めひもに関する規格や規制については、海外においても確認されていない。

ウ 重大事故情報の集約

生命・身体被害に係る重大事故等の発生に関する情報の通知については、消費者安全法第12条第1項の規定により、行政機関等から直ちに消費者庁へ情報が集約される仕組みになっている。

しかしながら、第1回東京都商品等安全対策協議会では、ブラインドのひもによる乳児の死亡事故について、消費者庁に通知されておらず、法による重大事故情報集約の仕組みが十分に機能していなかったことが明らかになった。

消費者庁は、商品等の安全対策に対する国としての責務を十分果たせるよう、法による重大事故情報集約の仕組みの徹底を図ることはもとより、いち早く詳細な重大事故情報を把握する立場にある医師や医療機関等から速やかに情報を収集するルートを整備し、早期の安全対策への取組みにつなげるなど、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。

(2) 商品の使用実態と消費者の意識

ア 注意表示・喚起

工業会では、2005年に警告マークを作成し、危険性の周知に努めているところである。しかしながら、ブラインド等のひもに関するアンケートにおいて、ブラインド類・スクリーン類のひもの危険を注意する表示について、「表示は無かった」「覚えていない」という回答が全体の約8割を占め、ヒヤリ・ハット等の経験のある人の半分以上が「それまで危険を感じていなかった」と回答していることなどから、現在の対策では、危険性の啓発・周知が十分でないことが明らかになった。

また、カーテンの留めひもでのヒヤリ・ハット等の経験のある人についても、約8割が「それまで危険を感じていなかった」と回答しており、危険性の啓発・周知が必要であることが明らかになった。

安全性についての自由記入欄でも、ニュースやチラシでの啓発、商品そのものへの注意表示、購入・入居時の説明など、注意喚起・説明・情報提供を望むコメントが多くあり、一層の注意喚起が必要である。

イ 消費者による購入・取付実態

今回のブラインド等のひもに関するアンケート調査結果から、子供のいる家庭の約3割においてブラインド類・スクリーン類が設置されていることがわかった。

また、ブラインド類・スクリーン類は10年近く使用する家庭が多いとされることから、製品に安全対策設計がなされた場合にも、買替えによる対策の浸透を待つだけでは不十分であることもわかった。

ブラインド類・スクリーン類の購入先は、ハウスメーカー・内装業者等、実店舗がそれぞれ約4割ずつを占めており、購入の際に重視されているのは、「デザイン」「価格」

「使いやすさ」の順となっている。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と考えられる。

一方で、ネット・通信販売での購入が購入先の約1割を占めること、また、自分や家族で取り付けるケースが約4割に上ることから、安全器具の使用やチェーン固定具の適切な設置などについて、販売業者や取付業者のみではなく、行政機関やメーカー等から消費者へ直接、注意喚起を行っていくことも重要である。

ウ 消費者による安全器具の使用実態

ブラインド類・スクリーン類の安全器具について、「付属していなかった」、「覚えていない」との回答が6割弱を占め、「コードクリップやコードフックが付属していた」と回答した人のうち約4割の人が面倒などの理由から毎回は使用していないことがわかった。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と考えられる。

(3) 「危害」「危険」「ヒヤリ・ハット」の経験事例と消費者の意識等

ア 事故事例

ひも部分のあるブラインド類・スクリーン類を所有する、小さい子供のいる家庭の約15%で、「危害」「危険」「ヒヤリ・ハット」の経験があった。

このうち、首や頭部を引っかける・絡まる（未遂を含む）ケースが4割弱を占め、残りが手や足、体を引っかけるケースであった。首や頭部の場合は、ひもで遊んでいて引っかける・絡まるケースが多く、手足体の場合は、近くで遊んでいて引っかける・絡まるケースが多い傾向にある。首や頭部への引っかかり・絡まりは、重篤な事故につながりやすいことから子供に気を付けるよう注意するのではなく、「遊ぼうと思っても、遊べない状況」を作る対策が必要である。

また、ゼロ歳児を含め3歳以下の事例が多いことから、自分ではリスクを知って行動できない子供への対策として、出来る限りの危険要因を取り除くことが望まれる。

なお、「危害」「危険」「ヒヤリ・ハット」が起きたときのブラインド類・スクリーン類のひもの床からの高さは0センチのものが多く、首・頭部の事故に着目すると数センチ～60センチ、及び100センチ以上のものが多い。100センチ以上のケースでは「ソファ」「ベッド」「いす」の上にいるなどの状態からの事故がほとんどであったことから、こうした複合的な危険要因を取り除くことも重要である。

商品にコードクリップやコードフック等の安全器具が付属していても、それを使用していない状況での事故も10件報告されている。「たまたまかけ忘れていた」「子供が自分で取り外した」「折れてしまっていた」などの理由によるものであるが、ユーザーの利用

に委ねるタイプの安全器具は使用の徹底が難しく、危険性が残るといえる。一方で、セーフティジョイントがあったために大事に至らなかったとの事例も複数あった。

事故のほとんどが、ひも等のループ状の部分への引っかかりによるものであるが、ローマンシェードの裏の細いひも、ポールから出たひもなどのケースも少数ながら報告されている。また、ブラインド類・スクリーン類に比較し頻度は低い（カーテン所有者の2.4%）ものの、カーテン留めひもによる事故事例も報告されていることから、こうした危険性についても注意が必要である。

イ 事故についての消費者の意識

ヒヤリ・ハット等の経験のある人に事故の原因を聞いたところ、保護者や子供本人の不注意だったとの回答が多く、商品の構造や注意表示等に原因があったとする回答は比較的少数であった。このためか、ブラインド類・スクリーン類によるヒヤリ・ハット等経験者の95%の人がどこにも苦情を申し出ていないとの回答となっている。

一方、ヒヤリ・ハット等の経験のない人からも「親が気をつけていればよいだけの話」「子供に対する危機管理（の問題）」というコメントがあった。消費者の声が製造事業者等に届きにくく、商品の改良等に結びつく機会が極めて少ないと言える。

また、ヒヤリ・ハット等の経験のある人の3人に1人が、「子供本人の不注意であった」と回答していることから、「子供は自分でリスクを知って行動することができない」との意識を、保護者や周囲の大人に普及させることが重要であり、そうした前提に立って、商品を選択したり、触れないようにしたりなどの安全対策を講じていくことが必要である。

2. ブラインド等のひもの安全対策に係る今後の取組についての提言（案）

本協議会は、ブラインド等のひもの安全対策を講じるため、今後、消費者、国・関係機関、事業者、東京都が今後取り組むべき事項について、次の通り提言する。

この提言に基づき、各分野においての取組が行われることにより、「ブラインド等のひも」による縊頸（いっけい）事故の未然・再発防止につながるものとする。

(1) メーカーにおける商品構造・デザイン等の安全対策

ア 安全器具と一体化した商品の開発・普及（製造事業者団体）

商品にコードクリップやフック等の安全器具が付属していても、それを使用していない人の割合が高く、また使用されていない状況での事故も報告されていることから、メーカーは、消費者の利便性も考慮し、最初から安全器具と一体化した商品開発を進めていくこと。

チェーン固定具での安全対策を行う場合は、取付方法がリスク低減の効果に影響を与えるため、消費者やハウスメーカーなどの取付者へ適切な取付の周知徹底を行うこと。

なお、カーテン留めひもにおいて、マグネットやマジックテープ等の安全対策が施された商品の普及に努めること。

イ 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（製造事業者団体）

子供の行動は予測できない、子供はリスクを知って行動できないという認識に立てば、ひも部分をなくすことが最も確実な対策であると言える。ひもがなければ、安全器具による対策も不要となる。

ループ状のひもそのものがないコードレス商品が開発され、国内外で販売され始めている。操作性や取付場所などに課題は残るが、メーカー各社において、このような商品をはじめとする安全性の高い商品の開発を進めていくこと。

また、ひも部分のある商品においても、ループ状部分をなくす、ループ状部分を小さくする、ひもの位置を高くするなどの首等に引っかかりにくくする設計上の工夫をするなど、メーカーにおいては、今回の再現実験・理論検証の結果、海外の規格等も参考にし、安全設計を推進していくこと。

ウ 既に使用されている商品用の安全器具の普及の推進（製造事業者団体、販売事業者団体）

今後、安全性を高めた商品の普及が期待されるが、ブラインド等は10年近く使用する家庭が多いとみられ、商品の買替えによる浸透のみでの安全対策には限界があるため、現在、設置され使用されているブラインド等への対策として、コードクリップや固定具、セーフティジョイントが普及するよう、配付・販売していくこと。

(2) 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)

上記のような、商品の構造・形状や安全器具にかかる対策を徹底させるため、業界による統一基準を策定した上で、それに適合した商品へのマーク貼付等を通し消費者への周知・普及を図ること。

工業会の主導による実施で、市場商品の過半をカバーできることが想定されるが、より高い効果を得るために、主要メーカー以外の商品や輸入品についても安全対策が行きわたるよう努めること。

なお、基準や規格を策定するに当たっては、公的な規格化も視野に入れるとともに、海外マーケットにも対応できるよう、海外規格等とのハーモナイゼーションにも配慮すること。

基準や規格を策定した後は、消費者の使用環境(家族構成、設置場所等)も様々であることもあり、その効果について十分検証を行っていくこと。

ただし、カーテンの留めひもについては、現状では、留めひも全般を取扱う業界団体がないことなどから、まずは、いずれかの団体がイニシアチブをとり、注意喚起の実施や安全対策の検討を行っていくこと。

(3) 消費者の安全意識の向上

ア 商品や店舗を通じた消費者への積極的な注意喚起(製造事業者団体)

現時点での、消費者への危険性の周知が十分とは言い難いため、具体的な安全対策の情報も合わせた注意喚起と情報提供の他、使用中も認知できるような添付など、消費者の意識に浸透しやすい注意喚起方法の改善に取り組むこと。

また、事業者団体に所属していないメーカーや輸入品も含めた、情報提供及び注意喚起を行っていくこと。

イ 行政等による消費者への広く積極的な注意喚起・効果的な普及啓発(国、都、関連する団体)

消費者へ、下記の観点から、広く注意喚起や安全対策の周知を行うこと。

ループ状のひも、長いひも状のもの(ブラインド等のひも、電気コード等)には、縊頸(いっけい)や手足の引っかかりの危険があることを認識すること。

子供の行動は予測できないこと、子供はリスクを知って行動できないことを認識すること。

商品の購入の際は、デザインや価格だけではなく、安全性にも配慮して選択すること。

子供はひもで遊びやすいことを踏まえ、リビングや子供部屋等にできるだけ、ひも状のものを設置しないこと。(カーテンの留めひもについては、別の場所に保管する、ループとしないなど)

ブラインド類・スクリーン類の近くには、ソファやベッドなどの高さのあるものを設置しないこと。

やむを得ず、子供のいる場所やソファやベッドの近くにひものあるブラインド類・スクリーン類を設置する場合は、固定具を用いて緩みをなくしたり、コードクリップやフックを用いて手の届かないようにするなどの対策を徹底すること。

ヒヤリ・ハットを含め事故が発生した場合は、同種の事故防止のため、消費生活相談窓口やメーカーに情報提供すること。

注意喚起や対策周知には、病院、保健所、保育園・幼稚園等の公的機関の活用も視野に入れ、都としても継続的な意識啓発・対策周知にも取り組んでいくこと。

また、保育所や病院、レストランなど、乳幼児が接する場所を提供する主体に対しても同様の呼びかけを行っていくこと。さらには、そうした場所に留まらず、乳幼児が接する可能性のあるあらゆる場所において、安全対策を普及させていくこと。

ウ 業態を超えた連携による意識啓発（製造事業者団体、関連する団体）

製造事業者は、注意喚起の際には、ハウスメーカー、リフォーム・内装業者、インテリアコーディネーター・窓装飾プランナー等、ホームセンター・家具店等販売事業者と連携し、継続的に全国規模で呼びかけていくこと。

ハウスメーカーにおいては、住宅展示場やモデルルームで、ブラインド等のそばにベッドやソファなど高さのある家具を置かない、子供部屋にはひも部分がない・ループがない製品等を設置するなどの配慮を行うこと。

ハウスメーカー、リフォーム・内装業者、インテリアコーディネーター等においては、新築・リフォーム時のアドバイスで、家族構成を考慮し、幼児のいる家庭にふさわしいインテリアを勧めること。ハウスメーカー、リフォーム・内装業者、インテリアコーディネーター等に関連する団体においては、会員やインテリアコーディネーター等への各種情報提供の機会を捉え、安全対策に関する知識を盛り込む等の取組を通じて、消費者に安全対策や意識を浸透させること。

ハウスメーカー等が住居を引渡したり、内装業者や販売店が取付を行ったりする場合には、危険性について周知させるとともに、安全器具の適切な使用方法を伝えること。

ホームセンター・家具店・ネット事業者等の販売店においては、店舗展示や web 画面を通じて、消費者に危険性の周知と安全対策の徹底を呼びかけること。特に、ホームセンター・家具店等の実店舗においては、販売員の教育カリキュラムの中に安全対策に関する知識を盛り込むなどして、直接、消費者に安全対策や意識を伝えていくこと。

(4) 事故情報等の収集と活用の体制整備

ア 業界としての苦情・相談窓口の設置と事故情報データの活用（製造事業者団体）

前述のように、事故情報が通報されにくく、商品開発の改善につながりにくい状況にあるため、ブラインド等のひもに限らず、商品の安全対策に関連する情報を広く受け付ける窓口や情報共有・活用の仕組みを整えていくこと。

事故について、保護者や子供の不注意だったとするだけで終わらせず、事故情報を収集し、商品の改善等につなげ、安全性の高い商品の普及に努めること。

イ 商品等を起因とする重大事故情報の集約の徹底（国）

消費者庁は、消費者安全法第 12 条第 1 項に規定する重大事故等の発生に関する情報の通知が徹底されるよう、関係機関への働きかけを強化すること。

関係機関への働きかけに当たっては、消費者庁が必要とする情報についての着眼点や事件事例を具体的に示すとともに、報告事項や記入例、記入様式等が掲載されたマニュアルを提示するなど、情報収集が円滑に行われるような対策を講じること。

消費者安全法第 12 条第 1 項に規定する関係機関のみならず、現場で詳細な重大事故情報を把握する医師や医療機関等から消費者庁に、予防対策につながる適切な情報が速やかに集約される仕組みづくりについて、法整備も含め検討すること。

集約された情報を活用し、事故の未然・拡大防止のための取組に早期につなげていくこと。