

- OECD及び各国が協調して行う共同啓発キャンペーン。
- 各国で事故情報を共有し、一定期間（原則1週間）の間に、各国が同一事案について共同啓発を行う。（平成26年（2014年）から実施）。
- 平成28年（2016年）の対象製品は「ブラインド等のひも」

※ 平成26年（2014年）の対象製品はボタン電池、平成27年（2015年）の対象製品は洗濯用パック型洗剤。

## 2016年「ブラインド等窓カバーのひもの安全性」に関する国際啓発キャンペーン

2016年5月

### 安全メッセージとコミュニケーション戦略

#### 1) キャンペーンメッセージ

##### 安全性に関する注意喚起

(OECD/CCP/製品安全作業部会主催の) 国際消費者啓発キャンペーンは、なかなかなくならず、発見されにくい、(ブラインド類やスクリーン類、カーテン等の) ひも付窓カバーの深刻な危険性について消費者に周知し、幼児が住んでいる、もしくは訪ねてくるご家庭において、別荘や休暇を過ごす住居を含めて予防策を講ずるように促すことを目指しています。

子供、特に年齢3歳未満の子供が過ごす場所に、(ループ状になる等) 安全性に欠ける窓カバーのひもがあると、命にかかわることがあります。安全性に欠ける窓カバーのひもが子供の首に絡まると、以下のような結果が生じる可能性があります。

- ・ 気道閉塞による窒息
  - ・ 酸素欠乏による神経障害
- (以上により、)
- ・ 15秒以内に気絶
  - ・ 2～3分で死亡

##### 両親及び保護者への安全メッセージ

- ・ 子供、特に3歳未満の子供が過ごす場所に安全性に欠ける窓カバーのひもがあると、命にかかわることがあります。
- ・ 子供の首に、ひものループが絡まると、窒息する可能性があります。
- ・ 事故は9歳までの子どもまで発生しますが、大部分は、3歳未満の子供に発生しています。
- ・ 安全性に欠けるひものついた窓カバーが設置されていれば、家のどこでも窒息による死傷事故が発生する可能性があります。
- ・ 窒息事故の多くは、保護者が一般的に安全だと思っている子供のベットルームやリビングルームで起こります。
- ・ 窒息は、急に、静かに発生します。
- ・ 事故の起こりにくいブラインドやシェード(スクリーン)も販売されています。

##### 安全な使用

- ・ ご家庭にある全てのシェード(スクリーン)やブラインドについて、製品の側面、後面、後側に首などが引っかかりやすい状態でひもが出ていないか、念入りに調べましょう。
- ・ 子供が踏み台にして窓カバーのひもに手が届いてしまうため、窓の近くにベビーベッドやベッド、家具を置かないで下さい。これは、ご自宅においても訪問先においても注意が必要です。
- ・ 幼児のいるご家庭では、ひもの付属していない、又はひもが幼児の手に届かない、窓カバーをご使用く

(仮訳 20160519)

ださい。もしくは、ひもが幼児の手の届かないような安全装置を取り付けた窓カバーをご使用ください。

- ・ひもは幼児の手の届かない高い位置にあること、危険なループが形成されていないこと、を定期的に確認しましょう。ひもは高い位置で結ぶか、又は、簡単に入手できるクリート、ひも留め具、クリップのような安全器具を使いましょう。

## (2) キャンペーン中のコミュニケーション

### メディア/コミュニケーションツール

OECD キャンペーン期間中、各国で展開されるメディア/コミュニケーションツールには以下のものが挙げられます。

- ・メディア/プレスリリース
- ・ウェブコンテンツ
- ・短い動画
- ・ソーシャルメディアへの投稿、エンゲージメント
- ・オンライン広告
- ・ブログへの投稿
- ・関連雑誌及び新聞記事における声明
- ・保育園・幼稚園、病院、小児科医の団体、幼児に関連する事項を管轄する行政機関といった保育施設及び組織への送付文書及びコミュニケーション資料

米国（CPSC）では、どの国でも利用可能なインフォグラフィックやポスターの製作を検討しています。

### 協調と認知度

本キャンペーンにおいては、世界規模で高いレベルの認知度を得ることが重要です。このため、可能な限り統一したメッセージとすることが（OECD/CCP/製品安全作業部会の）目標となります。ハッシュタグを共有し、類似のメッセージを発信するソーシャルメディアの存在が増えることで、国際的認知度が高まります。

### ツイッター及びソーシャルメディア

本キャンペーンにおいては、ソーシャルメディアやツイッターでの情報発信について、共通のハッシュタグや画像を用いることとします。期間中、フェイスブック、ツイッター及び他のソーシャルメディア・サイトのプロフィール画像又はスラドショーとして、共通画像を掲載することが可能です。OECD/CCP/製品安全作業部会は、意見照会の結果、全ての国で使用される一般的でシンプルなキャンペーン・ハッシュタグとして、以下のハッシュタグを提案しています。

1. #Cortinasseguras (#SafeCurtains)
2. #SafeWindowCoverings

(仮訳 20160519)

※上記 1. Cortinasseguras は、スペイン語です。意味は () 内の英語と同様です。

ツイートのサンプル：

ブラインドなどのひも + 子供 = 死の危険。ブラインドなどのひもによる子供の事故を防ぐ国際キャンペーンに参加しよう。#SafeWindowCoverings (各国のサイトにキャンペーン画像やリンクを追加情報と併せて掲載します。)

ブラインドなどのひもによる子供の事故のない世界をつくる国際キャンペーンに参加しよう。#SafeWindowCoverings #SafeCurtains(各国のサイトにキャンペーン画像やリンクを追加情報と併せて掲載します。)

以前のキャンペーンと同様に、各国によるツイートやソーシャルメディアコンテンツでの発信、他のコンテンツとのリンクの共有又は複数回ツイート等で、世界的に多くの注目を集めることが可能となります。

# OECD概要

## 1. 沿革

1948年、米国による戦後の欧州復興支援策であるマーシャル・プランの受入れ体制を整備するため、欧州経済協力機構(OEEC)がパリに設立された。その後、欧州経済の復興に伴い、欧州と北米が対等のパートナーとして自由主義経済の発展のために協力を行う機構としてOEECは発展的に改組され、1961年に経済協力開発機構(OECD:Organisation for Economic Co-operation and Development)が設立された。

## 2. 加盟国（以下の35カ国）

### （1）原加盟国：

オーストリア、ベルギー、デンマーク、仏、独、ギリシャ、アイスランド、アイルランド、伊、ルクセンブルク、オランダ、ノルウェー、ポルトガル、スペイン、スウェーデン、スイス、トルコ、英、米、カナダ

### （2）その後の加盟国：

日本（1964年）、フィンランド（1969年）、豪（1971年）、ニュージーランド（1973年）、メキシコ（1994年）、チェコ（1995年）、ハンガリー、ポーランド、韓国（以上1996年）、スロバキア（2000年）、チリ、スロベニア、イスラエル、エストニア（以上2010年）、ラトビア（2016年）