

男女共同参画の視点からの

市民に届くお知らせのために (よりよい公的広報の手引)

● 公的広報を作成する皆さんへ……………	1
・ 表現上の留意点	
① 男女いずれかに偏った表現になっていませんか？……………	2
② 性別によってイメージを固定化した表現になっていませんか？……………	3
③ 男女を対等な関係で描いていますか？……………	4
④ 男女で異なった表現を使っていませんか？……………	5
⑤ 女性をむやみに“アイキャッチャー”にしていませんか？……………	6
● 表現を工夫してみませんか？……………	7
● あなたのつくる広報をチェックしてみましょう……………	8
● よくある質問……………	10
● 参考資料……………	11



公的広報を作成する皆さんへ

共感を得られる広報のために

市広報やチラシ、ポスターなど公的な広報物は、市民に必要な情報を正確に、わかりやすく伝えることが必要です。しかし、それだけで十分でしょうか？伝えたいことをどう表現するかも重要です。内容以前に表現への反感を招くようでは、施策への理解や協力は得られません。

男性、女性、高齢者、年少者、障害者、外国人など多様な受け手を意識し、共感を得られるような表現を心がけなければなりません。

広報にプラスする男女共同参画の視点

男女共同参画の視点に立つと、自分が抱いていた広報の受け手のイメージが意外に狭いことに気づくでしょう。

受け手をよく理解することで、より豊かなコミュニケーションが作り出されます。新たな視点で表現することで、これまでの固定的な考え方にとらわれない、フレッシュで魅力的な広報が可能となります。

男女共同参画社会の実現に向けた市の責務

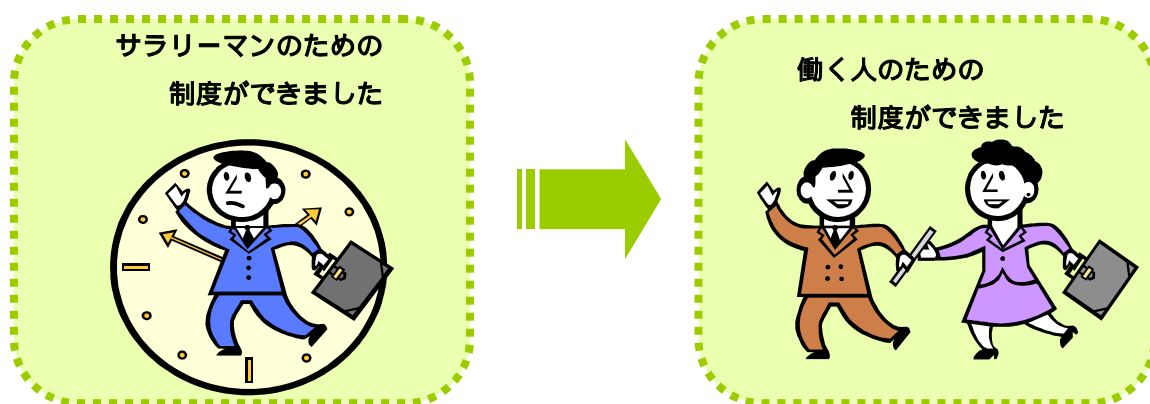
男女共同参画社会の実現は、21世紀の社会を決定する最重要課題です。「名張市男女共同参画条例」においても、市は、基本理念にのっとり、男女共同参画に関する施策を総合的に策定し、実施する責務を有するとされています。

公的広報の作成に当たっては、条例の主旨を踏まえ、性別による固定的な役割分担意識等を助長することのないよう、表示内容などに配慮し、男女の多様なイメージが社会に浸透していくような表現にすることが求められています。

1 男女いずれかに偏った表現になっていませんか？

1 - 1 女性にも男性にも伝わりますか？

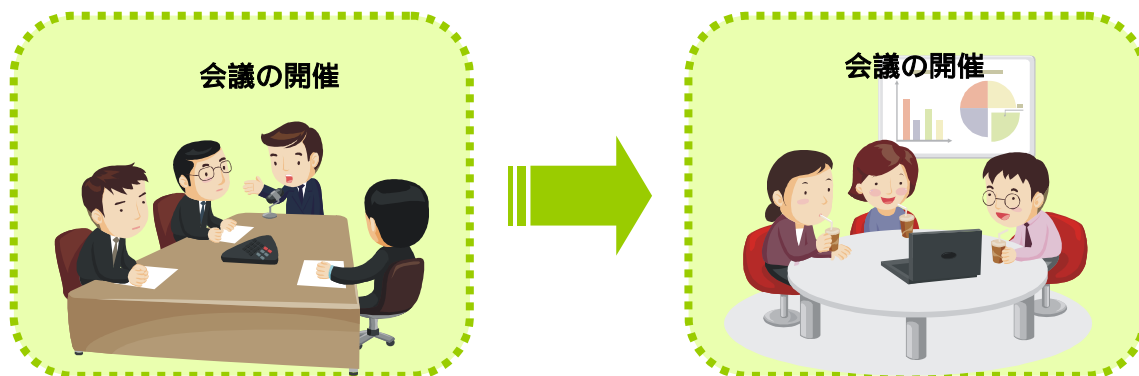
広報の受け手には男性も女性もいることを念頭において表現しましょう。広報の内容が男女双方に関係するにもかかわらず、どちらかが想定されていないかのような表現を使うと、伝えたい相手に正しく伝わりません。



勤労者すべてを対象とした制度にもかかわらず、「マン」という、男性をイメージする言葉やイラストを使うと、女性は、自分が対象ではないと感じるかもしれません。

1 - 2 男女が登場していますか？

広報の内容が男女双方にかかわる場合、登場する男女のバランスにも配慮し、いずれかに偏らないよう心がけましょう。

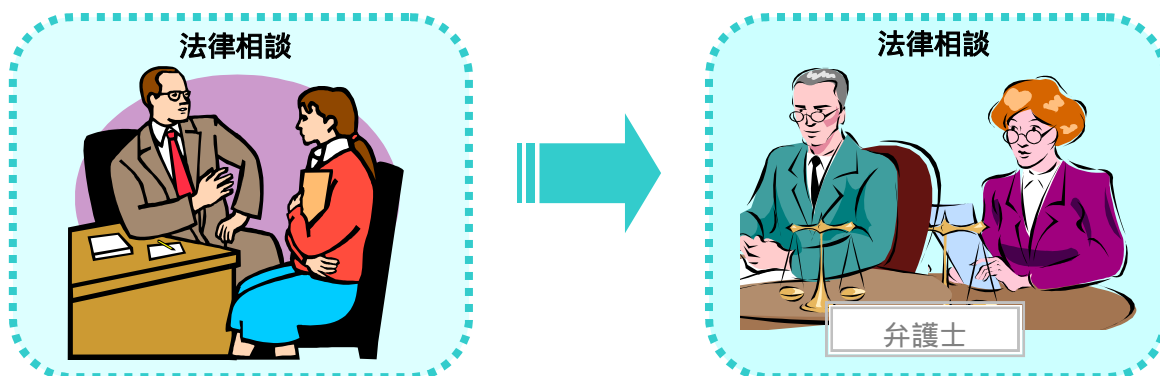


女性が参画できる内容であっても、左のイラストでは男性ばかり描かれているため、女性が参画しにくい印象を与えるかもしれません。

2 性別によってイメージを固定化した表現になっていませんか？

2 - 1 男女を固定的に描いていませんか？

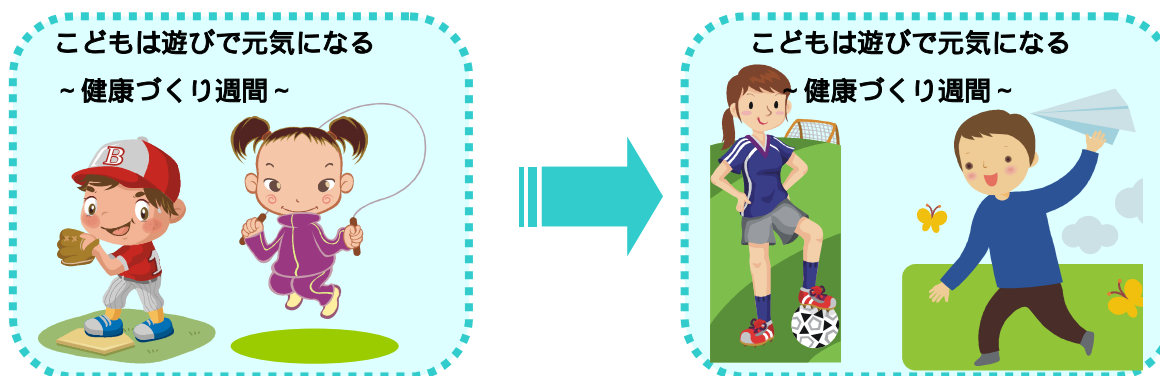
「男は仕事、女は家庭」といった性別による固定的な役割分担を強調したり、性別で職業を分ける表現を用いるのではなく、男女が仕事や家事・育児で協力したり、さまざまな職業に就いたりしている現実を反映させる表現を心がけましょう。



弁護士はいつも男性でしょうか？現実には、弁護士の約1割、司法試験の合格者の約4分の1が女性です。

2 - 2 いろいろな個性を表現しましょう

好みや行動は人それぞれです。固定的な性別イメージだけで表現せずに、多様な現実を反映させ、男女それぞれを幅広いイメージで表現しましょう。

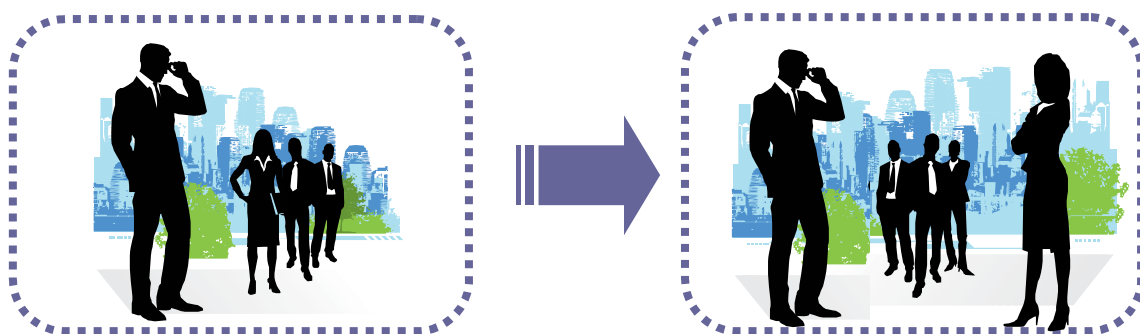


男の子は球技、女の子は縄跳びなどと性別で分けて画一的に描きがちですが、現実には、男の子も女の子もさまざまな遊びをしています。

3 男女を対等な関係で描いていますか？

3 - 1 男性がいつもリーダーでしょうか？

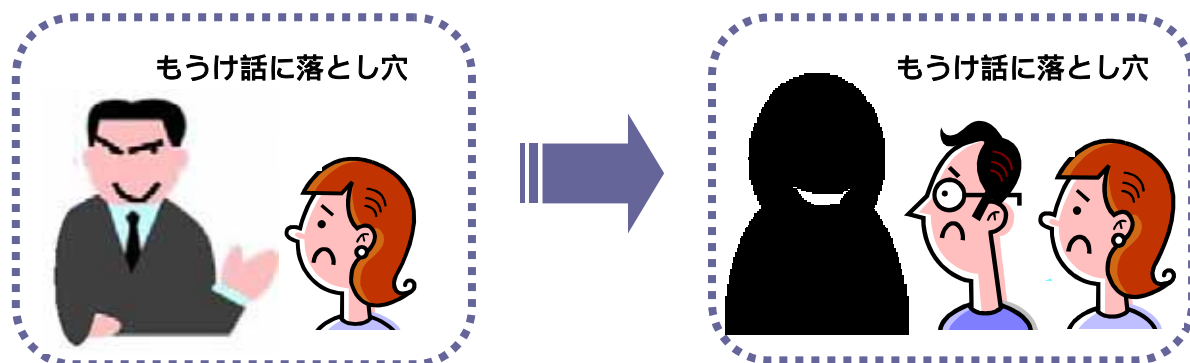
常に男性を中心的な存在、指導者的な立場、守る側として描いていませんか？また、女性を周辺の存在、従属的な立場、守られる側として描いていませんか？男女は対等で、地位や立場もさまざまであることを示す表現を心がけましょう。



性別と立場、関係を結びつけた表現にしないで、多様な表現を工夫しましょう。

3 - 2 被害者はいつも女性でしょうか？

強者を男性、弱者を女性で描いたり、加害者を男性、被害者を女性で表したりするのでなく、性別と結びつけないさまざまな表現で描くよう心がけましょう。



被害者には女性も男性もいることに配慮しましょう。

4 男女で異なった表現を使っていますか？

4 - 1 「女性」を言葉の頭につけた用語を使う必要はありますか？

職業や地位に触れるときに、女性の場合だけ「女医」「女流作家」など、職業名に女性であることを示す表現は、女性を例外的に扱うものと思われ、平等な扱いとは受け取られないことがあります。性別への言及があえて必要なのか考えましょう。



女性の社長を「女社長」と呼べば礼を失してしまうでしょう。性を冠した用語を使用する際には、受け入れられる表現として適切なかの注意が必要です。

4 - 2 性に特有な表現は必要でしょうか？

男性又は女性だけに使われる表現には十分注意し、男女いずれに対しても使えるほかの言葉を探したり、別の言い方に変えたりするなどの工夫をしましょう。



「男だてらに」という言い方はしません。「対になる表現があるか」が特有な表現かを判断する一つの目安になります。

4 - 3 男女の呼称の区別は必要でしょうか？

男性を「氏」とする一方で、女性を「さん」とするなど、同じ広報で男女の呼称・敬称を区別する場合には、その必要性を考えましょう。



男性を「名張さん」と姓で示す一方で、女性を「花子さん」と安易に名前で示すことがあります。同じ場面において男女で区別する必要はありません。

5 女性をむやみに“アイキャッチャー” にしていますか？

5 - 1 女性を飾り物として使っていないですか？

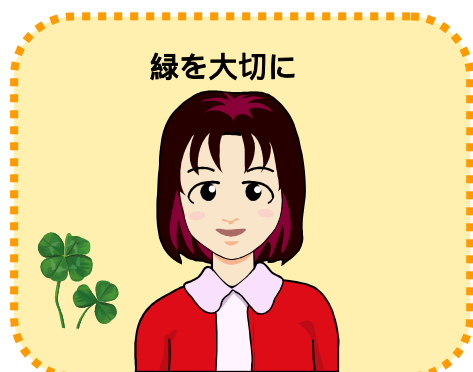
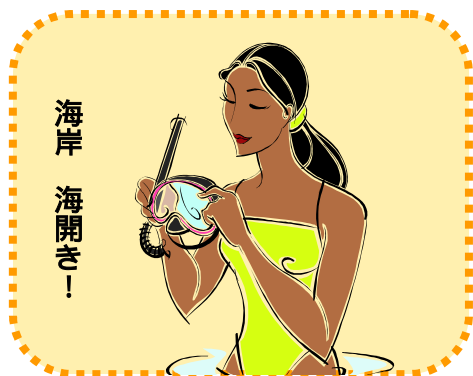
単に目を引くための親しみやすさを持たせるために、内容とは関係なく、女性の姿や身体の一部をポスターなどで使う場合がありますが、それでは伝えるべき内容が十分に反映された表現とは言えません。

安易に女性を アイキャッチャーとして起用せず、広報内容と表現が合った、より効果的な表現方法を工夫しましょう。

アイキャッチャー... 広告用の絵や写真など一目で商品やその広告主を連想させるもの。内容に
関係なく、広告に注目させるための視覚的要素のこと。広告の手法の一つ。

内容と無関係に、女性の水着姿や、身体の一部などを使うと、「性的側面を強調している」と受け取られるおそれがあります。

安易なアイキャッチャーに頼ることをやめ、「市民に伝えたい広報内容は何か、その対象はだれか」という原点に立ち戻って、効果的な広報表現を工夫しましょう！



表現を工夫してみませんか？

区 分	避けたい表現	こんなふうに表現してみても
男性を優先する 又は 男性のみを想定する表現	サラリーマン 父兄 カメラマン キーマン	会社員 保護者 写真家 キーパーソン
女性の場合に限って 性別、容姿などを 強調する表現	女医 女性記者 女流作家 美人秘書 美人アナ OL キャリアウーマン	必要な場合のみ「女性(の)」 医師 記者 作家 秘書 アナウンサー
家制度や家父長制度に 基づく表現	嫁・婿 主人 亭主 だんな 奥さん 家内 嫁ぐ 嫁をもらう 女房役	息子の妻 娘の夫 夫 配偶者 パートナー 妻 配偶者 パートナー 結婚する 補佐役
男女で異なる呼称を 使い分ける表現	男性を「君」 女性を「さん」 夫を姓又はフルネーム 妻は名のみ	ともに「さん」 ともにフルネーム
統計上の 公正を欠く表記	人(うち女性 人) 常に男性の数値を 先に掲載	人(男性 人 女性 人)又は 人(女性 人 男性 人) 統計の内容に応じた順序で表記
時代とともに 変化する表現	保母 保健婦 助産婦 看護婦	保育士(H11.4.1法施行) 保健師 助産師 看護師 (H14.3.1法施行)







あなたのつくる広報を チェックしてみましょう！

企画段階では

- 伝えたい内容（施策・行政サービス等）は何ですか？
男女共同参画の視点が取り入れられていますか？
- 伝えたい対象は誰ですか？
女性と男性の双方が想定された内容になっていますか？
（対象が限定されていない場合）
- 特に協調したい点は何ですか？
女性を人目を引くために利用しようとしていませんか？

現行段階では

イラストや写真などのチェック

- 男性と女性がバランスよく登場していますか？  P.2
- 職業やスポーツ、遊びなどが性別によって固定化していませんか？  P.3
- 加害者はいつも男性、被害者はいつも女性になっていませんか？  P.4
- 指導する側（上司）はいつも男性、指導を受ける側（部下）はいつも女性になっていませんか？  P.4
- 服や持ち物の色が性別によって固定化していませんか？
- 家事・育児・介護をしているのはいつも女性、仕事をしているのはいつも男性になっていませんか？
- さまざまな年齢、体格の人々が描かれていますか？

あなたのつくる広報をチェックしてみましょう！

表記のチェック

- 「女性」を言葉の頭につけた用語を使用していませんか？ ||| → P.5
- 女性と男性で異なる呼称や敬称を使っていませんか？ ||| → P.5
- 女性の容姿を強調した表現を使っていませんか？ ||| → P.6
- 家族の呼び方に注意しましたか？ ||| → P.7
- 名簿や順番で、常に男性が前で女性が後ろになっていませんか？
- 女性や男性のいずれかのみを示す表記になっていませんか？

業者に発注するときには

- この手引の主旨を説明し、理解してもらいましたか？

最後の確認

- 男性と女性を固定化したイメージで描いていませんでしたか？ ||| → P.3
- 女性と男性を入れ替えてみても違和感はありませんでしたか？ ||| → P.5
- 担当者だけでなく、男性・女性双方の多数の目で見、賛同を得られましたか？
- 判断に迷ったり、疑わしい表現はありませんでしたか？



よくある質問



イラストや言葉などささいな問題だと思うのですが？

イラストや言葉などの表現は繰り返されると、長い間に積み重なって、人々の意識に影響を与えます。

この手引は、表現を正すこと自体が目的ではありません。男女共同参画社会を実現するために必要な、これまでとは違うものの見方に気づくための手段の一つです。



文化や伝統を否定するのではないですか？

さまざまな表現を含む文化はこれまでも変わってきましたし、人為的に変えることもできます。また、表現をつくり出すことのできる優位な立場にあった人たちは、必要に応じて言葉などを変えてきました。そうでなかった立場の人たちの立場に立って、新しい表現をつくり出し、男女の不平等や役割分担を固定化することにつながる文化や伝統を、時代に即して変えていくことも必要ではないでしょうか。



広報効果が薄れるのではないですか？

この手引のねらいは、公的広報に男女共同参画の視点を入れるとともに、誤解の生じない効果的な公的広報をめざすものです。いたずらに枠にはめ、画一的な表現にするのではなく、女性と男性のそれぞれや、その関係について、より多様なイメージを生み出し、より豊かなコミュニケーションをつくり出そうという提案です。



表現の統制ではないですか？

この手引は、個々の表現の画一的な言い換えを強調するものではなく、その表現がなぜ問題なのか、どうすればより良い表現になるかを考えるための手がかりを提供するものです。しかし、公的広報には、男女共同参画社会の形成に向けた公的責任があることを認識する必要があります。

参考：平成12年度総理府委託調査「男女共同参画の視点から公的機関の広報ガイドラインに関する調査研究報告書」より

参 考 資 料

名張市男女共同参画推進条例 ～平成18年4月1日施行～（抜粋）

（広告物等の表現への配慮）

第10条 すべての人は、広く市民等を対象として、広告、ポスター、看板等で情報を提供しようとする場合、性別による固定的な役割分担意識及び男女間の暴力等を助長し、又は連想させる表現及び過度な性的表現を行わないよう配慮しなければなりません。

名張市男女共同参画基本計画 ～平成19年3月～（抜粋）

重点課題 男女共同参画の視点でのメディアにおける人権の尊重

施策の方向 3.5 男女の人権を尊重した表現の浸透

1.3.1 市の印刷物等の配慮

市の発行する印刷物等について、男女の役割の固定化や不平等等につながる記述・図版などの表現等に十分配慮します。

また、市民については、それらの表現に関する指針・手引書を作成します。

平成23年10月発行

名張市 生活環境部 人権・男女共同参画推進室

〒518-0492 名張市鴻之台1番町1番地

TEL 0595-63-7559 Fax 0595-64-2560

<http://www.city.nabari.mie.jp>