

共感を得られる広報のために

男女共同参画の視点からの 公的広報の手引き



松山市

はじめに

すべての人が性別にかかわらず個人として尊重され、自らの意思によりその個性と能力を発揮することのできる社会の実現は、私たちの願いです。

松山市では、平成15年に「松山市男女共同参画推進条例」を制定し、平成29年には「第3次松山市男女共同参画基本計画」を策定し、男女共同参画社会の実現に向けた取り組みを行っています。

男女共同参画社会の視点に立った広報の必要性

男女共同参画社会をめざす中で、家庭、地域、職場での固定的な役割分担意識の解消が課題となっていますが、私たちが普段何気なく使っている言葉の中にも、男女共同参画の視点から見ると相応しくない言葉が無意識に使っていたり、メディア等より見聞きしたりすることがあります。

行政が発信する情報は、公共性が高く、市民に大きな影響を及ぼす可能性があることから、男女共同参画の視点に立ち、性別に基づく固定観念にとらわれない、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。

ガイドラインの活用をお願い

このガイドラインは、男女共同参画の視点から、どのような表現が問題なのか、より適切な表現にするにはどうしたらいいのか、公的広報の表現を考える際の参考となるよう作成しました。

公的広報や刊行物を作成する際には、この手引きを活用し、「男女共同参画社会」への理解を深めていただきたいと思います。

1. 性別でイメージを固定していませんか

多様なライフスタイルが可能となり、性別に関係なくさまざまな分野で女性が活躍している今日でも、性別による役割分担をイメージさせる男女の表現が見られます。女性や男性を固定的なイメージで必要以上に区別することが、男女の活動の選択を妨げる一因となっているのです。

性別によるイメージを強調したり、固定観念にとらわれたりせず、お互いが対等なパートナーとして仕事や家事・育児など、社会のあらゆる分野で共同する姿を表現しましょう。

こんな表現はありませんか？

- **女性はエプロンやスカート、男性はスーツや作業服**
性別で服装や髪型を固定化しないように表現しましょう
- **家事、育児、介護、地域の活動等を行うのは女性、男性は仕事中心**
男性も女性とともに家事や育児に参加している姿を描きましょう
- **技術者は男性、看護師は女性など性別で職業を固定化**
職種や職域によって男女が区別されることなく、さまざまな職業で男女が共同して働く姿を描きましょう
- **男の子は野球やサッカー、女の子は人形遊びやピアノ**
好みや行動は人それぞれ。性別で画一的に分けて描かないようにしましょう



2. 男女を対等な関係で表現していますか

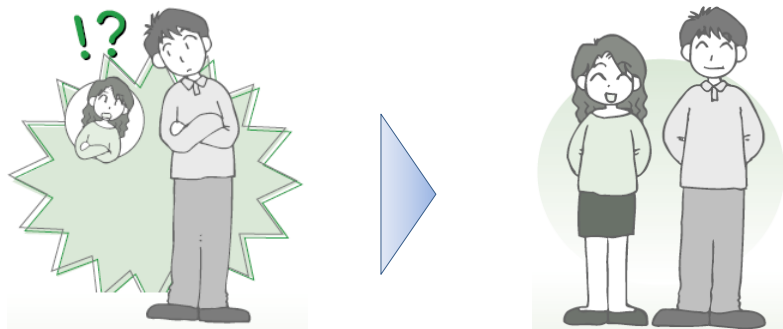
女性と男性に上下関係や能力の優劣はありません。しかし、いつも男性を中心的な立場で表現したり、ことさらに女性であることを強調した言葉などを使ったりしていませんか。どちらか一方を強調するような偏った表現は受け手に間違ったイメージを植え付けてしまいます。

男女が、社会のあらゆる分野で参画し、対等で協力関係にあることが感じられる表現にしましょう。

(1) 男女に優劣や上下関係があるような表現

こんな表現はありませんか？

- **男性がいつもリーダーとして中心に配置されている**
女性が中心的立場で活躍する場面も描きましょう
- **家族や職場などで女性より男性が大きく強調されている**
男性をことさらに強調せず、男女を同じ大きさに描きましょう
- **会議や集会のメンバーに女性がいない、または、男女の構成員の一方に差がある表現になっている**
会議や集会等の参加者を男女同じ割合になるよう表現しましょう
- **いつも女性が被害者や相談者など弱者の立場で描かれている**
男性相談者や女性アドバイザーなど男女平等な立場を描きましょう



(2) 性別を強調する表現

普段何気なく使っている言葉の中にも必要以上に男女を区別する表現がみられます。性別を強調する表現や対語のない表現は避け、敬称に配慮し男女を対等に表現しましょう。

こんな表現はありませんか？

➤ 女性が想定されていない（どちらか一方だけを表示している）

父兄
サラリーマン
営業マン
オンブズマン



保護者
会社員
営業スタッフ
オンブズパーソン

◆勤労者すべてを対象にした制度にも関わらず「～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「自分は対象ではない」と感じるかもしれません。

➤ 女性だけまたは男性だけに使われる言葉

女だてらに
男まさり
優男
女々しい



どちらにも使える表現を工夫するようにしましょう

➤ 名前の敬称、呼称を男女で区別する表現

男性は「〇〇氏」で
女性は「〇〇さん」



統一した敬称を使いましょう

主人、旦那、家内、奥さん

夫・妻・パートナー

➤ その他

保母
看護婦
保健婦



保育士（1999 法制定）
看護師（2001 法制定、2002 施行）
保健師（2001 法制定、2002 施行）

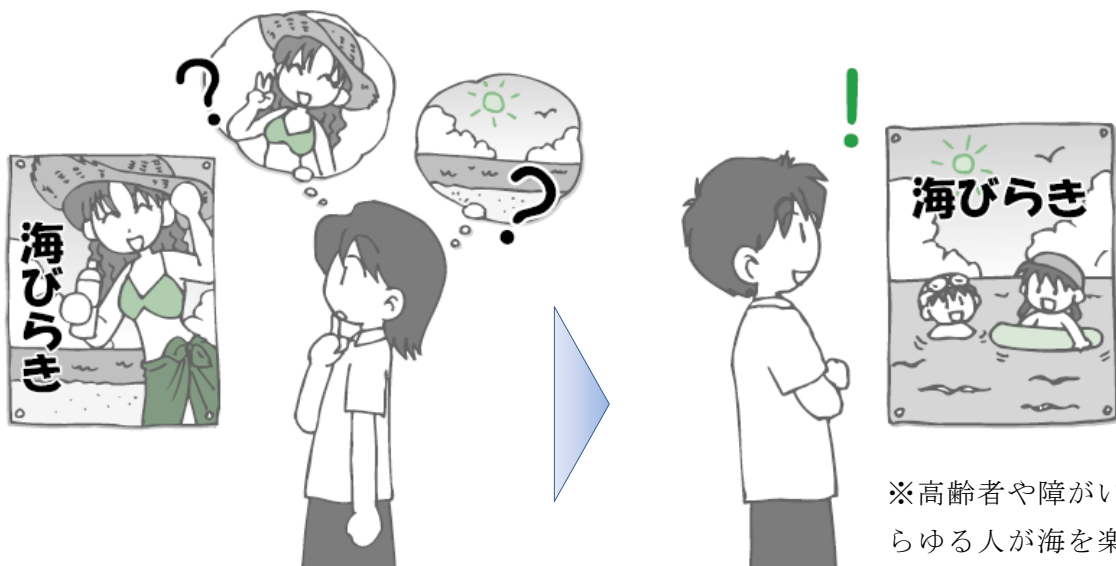
3. 女性をむやみにアイキャッチャーにしていますか

伝えたい内容とは関係なく、単に目を引くため、親しみを持たせるために女性を登場させたり、女性の体の一部を強調したりする場合（ポスターなど）がありますが、伝えたい内容が十分反映された内容とはいえ、女性を軽視した表現と受け取られることがあります。

「伝えたいものは何か」をよく考え、広報内容に沿った表現を心がけましょう。

こんな表現はありませんか？

- 人目を引くため、水着や胸元など女性の体の一部を強調した表現
内容に応じた素材を使いましょう
- 「〇〇週間」「〇〇の日」などの内容とは関係のない、女性が登場する写真やイラストを使用したもの
伝えたい内容は何かをよく考え、より効果的な表現方法を工夫しましょう



※高齢者や障がい者などあらゆる人が海を楽しむ様子を表現するとおおいでしょう

チェックリスト

ポスター、パンフレット、リーフレット、ホームページ等、広報刊行物にこのような表現を使用していませんか。また、これから作成する広報等にこのような表現はありませんか。作成前にチェックしてみましょう。

➤ 性別でイメージを固定していませんか

- 家事や育児をしているのは女性だけになっていませんか。
- 性別で職業を固定していませんか。
- 「男の子らしい」「女の子らしい」というイメージに捉われていませんか。

➤ 男女を対等な関係で表現していますか

- 男性を中心に据えたり、女性より大きく表現したりしていませんか。
- 会議や集会等の構成員や重要なポストに、男女で偏りのない表現になっていますか。
- 男性には「〇〇氏」、女性には「〇〇さん」など男女で異なった表現をしていませんか。

➤ 女性をむやみにアイキャッチャーにしていませんか

- 内容とイラスト等のイメージが正しく伝わりますか。
- 女性の写真やイラストに内容と整合性がありますか。

公的広報のためのガイドライン

平成17年4月

(平成26年3月、平成30年8月改訂)

制作：松山市 市民参画まちづくり課

松山市二番町四丁目7-2