

男女共同参画の

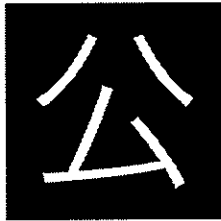
視点からの 公的広報の手引

みんなに届く広報のために

CONTENTS

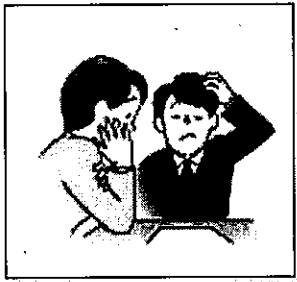
- 公的広報の作成に携わるみなさんへ 1
- 表現上の留意点
 - 1 男女いずれかに偏った表現になっていませんか? 2
 - 2 性別によってイメージを固定化した表現になっていませんか? ... 3
 - 3 男女を対等な関係で描いていますか? 4
 - 4 男女で異なった表現を使っていますか? 5
 - 5 女性をむやみに“アイキャッチャー”にしていますか? 6
- あなたの作る広報をチェックしてみましょう 7

平成15年3月
内閣府男女共同参画局



公的広報の作成に携わるみなさんへ

◆共感を得られる広報のために

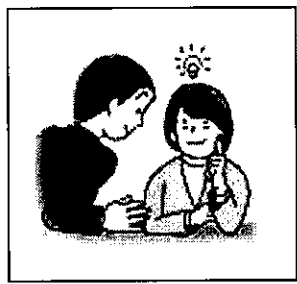


公的広報では、国民に必要な情報を正確に、分かりやすく伝えることが必要です。しかし、それだけで十分でしょうか？

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。

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創り出されます。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形成に向けた政府の責務



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。男女共同参画社会基本法において、政府は施策の総合的策定と実施の責務を有するとされています。

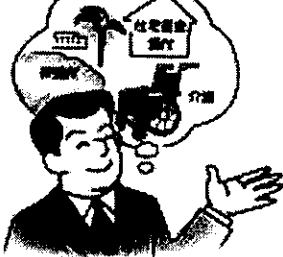
公的広報の作成に当たっては、基本法の趣旨を踏まえ、性別に基づく固定観念にとらわれない、男女の多様なイメージが社会に浸透していくような表現にすることが求められています。

1 男女いずれかに偏った表現になっていませんか？

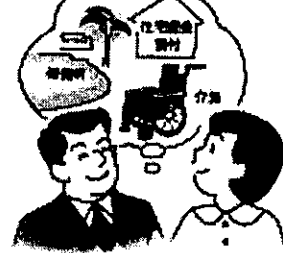
❁ 1-1 女性にも男性にも伝わりますか？

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

サラリーマンのための
〇〇制度ができました



会社で働く人のための
〇〇制度ができました



勤労者すべてを対象とした制度にもかかわらず、「一マン」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。

全国〇〇大会の開催



全国〇〇大会の開催



女性が参加できる行事であっても、左のイラストでは男性ばかり描かれているため、女性が参加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ばかり用いるのではなく、男女が仕事や家事・育児で協力したり、様々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。

こどもは遊びで元気になる
～健康づくり週間～



こどもは遊びで元気になる
～健康づくり週間～

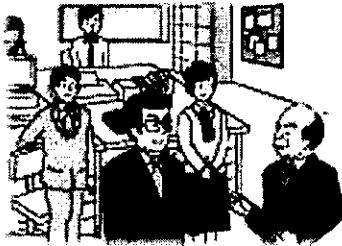


男の子は球技、女の子はなわ跳びなどと性別で分けて画一的に描きがちですが、現実には、男の子も女の子も様々な遊びをしています。

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、男性を中心的存在、指導者的な立場、守る側として、女性を周辺の存在、従属的な立場、守られる側として描かず、男女は対等で、地位や立場も様々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？

常に強者を男性、弱者を女性で描いたり、常に加害者を男性、被害者を女性で表したりするのではなく、性別と結びつけない様々な表現で描くよう心がけましょう。

儲け話に落とし穴



儲け話に落とし穴



加害者は男性、被害者は女性とワンパターンで描くのではなく、内容に応じて違った表現を工夫してみましょう。

4 男女で異なった表現を 使っていませんか？

❖ 4-1 「女性」をかぶせる必要はありますか？

職業や地位に触れるときに、女性の場合だけ性別を冠するのは、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を考えましょう。

「女社長」？



女性の社長を「女社長」と呼べば礼を失ってしまうでしょう。性を冠した用語を使用する際には、受け入れられる表現なのか注意すべきです。

❖ 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他の言葉を探したり、別の言い方に変えたりするなどの工夫をしましょう。

「女だてらに」？

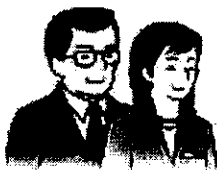


「男だてらに」という言い方はしません。「対になる表現があるか」が特有な表現かを判断する一つの目安になります。

❖ 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。

鈴木さん よし子さん？



男性を「鈴木さん」と姓で示す一方で、女性を「よし子さん」と安易に名前で示すことがあります。

5 女性をむやみに"アイキャッチャー"に していませんか？

5-1 女性を飾り物として使っていないですか？

単に目を引くためや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。

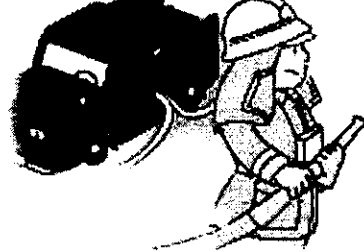
安易に女性をアイキャッチャー^(*)として起用せず、訴求内容と訴求対象に合った、より効果的な表現方法を工夫しましょう。

※広告に注目させるための視覚的要素のこと。広告の手法のひとつ。

火災予防週間
～気を付けて！火の始末～



火災予防週間
～気を付けて！火の始末～



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。しかも、本来の伝えたい内容が不明確な広報になっています。

そうかといって、無難な表現で済ませてしまうと、印象には残らず、広報効果が十分あるとはいえません。もっと豊かな発想で表現したいところです。

火災予防週間
～火事になってから禁煙するのですか～



安易なアイキャッチャーに頼ることをやめると、「訴求内容は何か、訴求対象は誰か」という原点に立ち戻って効果的な広報表現を工夫する努力が必要になります。

あなたの作る広報をチェックしてみましょう

※ これまでの「表現上の留意点」などの考え方に、あなたの広報がマッチしているか、ポイントを下にまとめました。

事前の検討の段階	
伝えたい内容（施策・行政サービス等）は何ですか？	
伝えたい対象は誰ですか？	
特に強調したい点（訴求ポイント）は何ですか？	



途中の作成の過程	
留意点1 (p.2)	男女双方が想定された表現になっていますか？ 男性と女性がバランスよく登場していますか？
留意点2 (p.3)	男女を固定的なイメージで描いていませんか？ 多様なタイプの男女が描かれていますか？
留意点3 (p.4)	男女に、主従、上下、強弱の関係があるように描いていませんか？
留意点4 (p.5)	男女で異なる表現、いずれかに特有な表現をしていませんか？
ポスターなどでタレント等を起用する場合 人物の起用は、伝えたい内容に合うものですか？ (p.6)	
ポスターデザインなど、業者に委託している場合 作成を依頼する業者に、この手引の趣旨を説明していますか？	



最後の確認の段階	
女性から見ても、男性から見ても、違和感、疎外感のない表現になっていますか？ (まわりの人たちに意見をきいてみましょう。)	
伝えたい内容が、誰が見ても分かりやすい広報になっていますか？	
内容が印象深く伝わる、共感が得られる広報になっていますか？	

男女共同参画の視点を取り入れて より良い公的広報を

この手引に関する御意見、お問い合わせは
内閣府男女共同参画局 推進課 まで
TEL : 03-5253-2111 (代表) FAX : 03-3592-0408
ホームページ : <http://www.gender.go.jp/>