

名古屋市職員のための

# 男女平等参画の視点からの

公的広報表現ガイドライン



## Contents

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| ○はじめに・対象 .....                       | 1  |
| ○キーワード .....                         | 2  |
| ○表現の留意点                              |    |
| ①性別によって役割やイメージを固定化した表現にしていますか？ ..... | 3  |
| ②男女を対等な関係で表現していますか？ .....            | 5  |
| ③男女いずれかに偏った表現にしていますか？ .....          | 6  |
| ④必要以上に性別によって表現を変えていませんか？ .....       | 7  |
| ⑤人物等の外見だけを強調した広報にしていますか？ .....       | 9  |
| ○広報物作成チェックポイント .....                 | 10 |

名古屋市

## はじめに

このガイドラインは、市がさまざまな広報をする際に、男女平等参画の視点から、より望ましい表現を用いることができるように、平成18年度に作成しました。その後、作成から15年が経過しており社会情勢等の変化に合わせ改訂するものです。

広報は、無意識のうちに日常の暮らしのなかに浸透し、それが繰り返されることによって、人々の意識形成に大きな影響をもたらします。例えば、「男は仕事、女は家庭」といった表現に繰り返し触れることによって、知らず知らずのうちに、人々の意識のなかに男女の固定的な役割のイメージが蓄積されていきます。

男女共同参画社会の実現には、固定的性別役割分担意識の解消は重要な課題です。公的機関の発信する情報は、その表現が模範的であると受け取られることが多いことから、**固定的な性別役割分担意識やイメージにとらわれず、一人ひとりの個性に基づく男女の多様なイメージが社会に浸透していくよう、表現を工夫しましょう。**

男女が仕事と育児・介護等の家庭生活や地域生活との両立を図り、ともに家族としての責任を果たしていくことも重要な課題のひとつです。市が率先して男女平等参画を推進していくためにも、**男女が仕事や地域活動、家事・育児などに、ともに参画し協力し合う場面を積極的に表現しましょう。**

また、男女平等参画の視点のみならず、その表現によって、**不快な思いをする人や傷つく人がいないかを考えるなど、多方面から検証してみることも必要です。**

なお、このガイドラインは、画像やイラストを使わないこと、また表現の言い換えを強要するものではありません。**男女平等参画の視点を取り入れた広報のための発想と工夫の手がかり**を例示として提供するものです。このガイドラインでいう**避けたい表現がなぜ望ましくないのかを理解しながら、状況に応じた、より望ましい表現を考えてみましょう。**

令和5年3月 男女平等参画推進室

※このガイドラインの改訂にあたって、すでに作成されている国や自治体のガイドライン等を参考にさせていただきました。

## このガイドラインの対象

名古屋市が発信するすべての情報です。

- ポスター・パンフレット等の印刷物
- 白書、報告書、計画書等の冊子類
- 新聞・ラジオ・テレビ等を通じて行う広報

- ホームページ、SNS、動画配信を通じて行う広報
- 配布用啓発物品 など
- ※業者に委託して作成する場合も対象となります。

## 男女平等参画推進のためのキーワード

### 男女平等参画推進の現状

市民の誰もが、お互いの人権を尊重し、責任も分かち合い、性別にかかわらず、その個性と能力を十分に発揮することができる社会の実現を目指し、名古屋市ではこれまで、男女平等参画推進なごや条例、名古屋市男女平等参画基本計画に基づき、様々な取組みを進めてきました。

しかし、令和4(2022)年度に内閣府の行った「性別による無意識の思い込み(アンコンシャス・バイアス)に関する調査研究」※では、男女ともに「男性は仕事をして家計を支えるべきだ」という考え方に同感する人が最も多い結果となっており、現状、性別による固定的な性別役割分担意識が根深く残っていることが明らかになりました。

#### 性別役割意識※

性別役割などの41項目について、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の4段階で聞いた。

| 男性 上位5項目 |                         | (%)  |
|----------|-------------------------|------|
| 1        | 男性は仕事をして家計を支えるべきだ       | 48.7 |
| 2        | 女性には女性らしい感性があるものだ       | 45.7 |
| 3        | 女性は感情的になりやすい            | 35.3 |
| 4        | デートや食事のお金は男性が負担すべき      | 34.0 |
| 5        | 育児期間中の女性は重要な仕事を担当すべきでない | 33.8 |

| 女性 上位5項目 |                         | (%)  |
|----------|-------------------------|------|
| 1        | 男性は仕事をして家計を支えるべきだ       | 44.9 |
| 2        | 女性には女性らしい感性があるものだ       | 43.1 |
| 3        | 女性は感情的になりやすい            | 37.0 |
| 4        | 育児期間中の女性は重要な仕事を担当すべきでない | 33.2 |
| 5        | 女性は結婚によって、経済的安定を得る方が良い  | 27.2 |

↑「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の合計

### ジェンダー平等

人には生まれつきの生物学的性別がある一方、社会通念や慣習の中には、社会によって作り上げられた「女性像」「男性像」があり、このような女性・男性の別を「ジェンダー(社会的性別)」といいます。

また、ジェンダー平等は、SDGs(持続可能な開発目標)の目標5にも掲げられていて、ひとりひとりの人間が、性別に関わらず、平等に責任や権利や機会を分かちあい、あらゆる物事を一緒に決めることができることを意味しています。女性と男性は社会的に平等です。

「性別」で機会が決められてしまう社会ではなく、個人の希望や能力によって生き方や働き方を選択できる社会を実現するために、ジェンダー平等の視点を考慮することが重要です。

### アンコンシャス・バイアス

無意識の思い込みのことを言います。過去の経験や、見聞きしたことに影響を受けて、自然に培われていくため、アンコンシャス・バイアスは誰にもあるものです。

しかし、アンコンシャス・バイアスに気づかずにいると、発信する情報が、知らず知らずのうちに相手を傷つけたり、性別による固定的役割分担を推奨していると捉えられてしまったりする等、様々な影響があるため、注意が必要です。

例えば「単身赴任＝父親」「子どもが病気で早退＝母親」などを当たり前と思っていませんか?「これは私のアンコンシャス・バイアスでは?」と立ち止まって考え直すことが重要です。

# 性別によって役割やイメージを 固定化した表現にいませんか？

## 家庭の様子 ～食事の準備編～



- ✕ 女性のみ、家事、育児、介護
- ✕ 女性だけエプロンをつける



- 男性も、家事、育児、介護に参加
- 男性もエプロンをつける

## 地域活動の様子 ～防災炊き出し編～



- ✕ 男性＝リーダー（しかも少数…）
- ✕ 女性＝裏方・補佐（しかも大多数…）



- 男女の役割が対等
- 幅広い年齢層を入れる

## 子どもを描くとき



- ✕ 男の子＝球技、女の子＝なわ跳び
- ✕ 男の子＝寒色系の服装でズボン姿
- ✕ 女の子＝暖色系の服装でスカート姿



- 男の子と女の子が一緒に遊ぶ
- 暖色系の服装の男の子、ズボン姿の女の子

## 職業を描くとき



- ✕ 男性＝技能や体力を要する職業
- ✕ 女性＝外見の美しさや心配りを期待される職業



- 女性の医師や弁護士、工事関係者
- 男性の美容部員や保育士を入れる

### セクシュアリティの 基本知識

#### 多様なセクシュアリティについて

セクシュアリティとは、性のあり方を意味し、「性自認」、「生物学的性」、「性的指向」、「性表現」の4つで構成されると言われています。

#### 性自認

自分自身の性別をどのように認識しているか。

#### 性的指向

どのような性別の人を恋愛・性的対象とするのか。

#### 生物学的性

身体的構造の性を指します。多くの場合、生まれもった外性器・内性器により判断されます。

#### 性表現

服装、しぐさ、言葉づかいなどをどのように表現するのか。

#### LGBTとは？

| 性的指向                                                                                                   |                     |                      | 性自認                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|
| レズビアン<br>Lesbian                                                                                       | ゲイ<br>Gay           | バイセクシュアル<br>Bisexual | トランスジェンダー<br>Transgender  |
| 性自認が女性で恋愛・性的対象が女性の人                                                                                    | 性自認が男性で恋愛・性的対象が男性の人 | 恋愛・性的対象が男性と女性の両方の人   | 出生時に割り当てられた性別とは異なる性別を生きる人 |
| Questioning(クエスチョニング)とQueer(クィア)の頭文字「Q」を加えた「LGBTQ」という言葉も使うようになりました。性的指向・性自認が定まっていない人や、あえて定めていない人を指します。 |                     |                      |                           |

ジェンダーの表現を考える際には、すべての人がSOGIを持っていることを正しく理解し、性的少数者（同性愛者、両性愛者、トランスジェンダーやその他の多様な性自認や性的指向を持つ人）を包摂した表現にすることが必要です。

#### ソジ・ソギ SOGIとは？

| 性的指向                     |                 | 性自認 |
|--------------------------|-----------------|-----|
| Sexual Orientation       | Gender Identity |     |
| S                        | O               | G I |
| すべての人が持つ性的指向・性自認を表す言葉です。 |                 |     |

POINT  
02

## 男女を対等な関係で表現していますか？

常に、男性を中心的な存在、指導的な立場、守る側として、女性を補助的な存在、指導される立場、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。

### 職場



- ✕ 男性＝上司、リーダー、先頭
- ✕ 女性＝部下、教えられる人



- 女性の上司、リーダーを入れる

他にも…

#### Q & A

- ✕ 男性＝いつも教える人
- ✕ 女性＝いつも質問する人

#### 講演会

- ✕ 男性＝いつも講師
- ✕ 女性＝いつも受付

### 儲け話に落とし穴



- ✕ 男性＝加害者、強者
- ✕ 女性＝被害者、弱者



- 男性と女性の被害者にする

他にも…

#### 体格・身長など

- ✕ 女性を男性より必要以上に小さく描く

女性は男性よりも小さい存在という印象に…

#### 配置(写真やプロフィール)

- ✕ 男性＝上部
- ✕ 女性＝下部

明確な理由がなく、無意識に男性を上配置していませんか？

POINT  
03

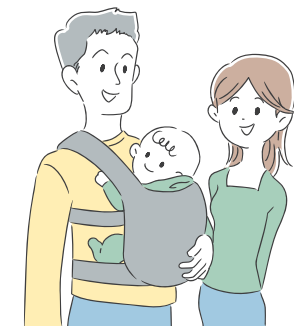
## 男女いずれかに偏った表現にいませんか？

すべての人に伝える内容であるにもかかわらず、女性または男性のいずれかに偏った表現になっていませんか。すべての人を対象とする場合は、できるだけ、年齢、性別、職業など、多様な人がいることを念頭に置いて表現しましょう。

### 女性と男性どちらも対象なのに…



- ✕ 女性のみ対象と捉えられるかも



- 子どもをもつ親すべてが対象と分かる

### 一つの場面で男性しか登場しないのですが…

安易な男女の逆転は控えましょう。  
かえって違和感につながることも…

発信する情報の全体で、男女のバランスを取りましょう。(例：パンフレットの全ページ、ポスターのシリーズ全体)

こんな工夫も…



実際は女性(男性)の参加が少ない行事  
積極的な参加を促すためあえて  
女性(男性)を取り上げて広報する



### 多様な家族形態を描こう

両親と子どもで構成される家族だけではなく、子どものいない夫婦、ひとり親家庭、高齢の親と単身の子どもの同居、同性カップルなど、様々な家族形態があります。ポスターなどで複数の家族が登場する場合は、いろいろな家族のかたちを描くなど、配慮をしましょう。

## 必要以上に性別によって 表現を変えていませんか？



### 避けた表現例

男性(女性)しか含まれないと誤解されかねない言葉を使っていますか？

カメラマン  
サラリーマン／営業マン  
兄弟／父兄／OB (old boy)  
帰国子女



### 望ましい表現例

フォトグラファー・写真家  
会社員／営業担当者  
兄弟姉妹／保護者／出身者・卒業生  
帰国児童(生徒・学生)

女性のみを表す(男性に対する表現がない)言葉を使っていますか？

女子アナ／女子大生／女医  
OL (office lady)・  
キャリアウーマン



アナウンサー／大学生／医師  
会社員

男性が一般的で  
女性が特殊という  
印象を与える  
ことがあります。

法律上の名称変更、民間の職業名称変更に対応していますか？

保母／看護婦／保健婦  
スチュワーデス



保育士／看護師／保健師  
客室乗務員・キャビンアテンダント

男女ともに統一した敬称・呼称になっていますか？

女性：(名前)ちゃん／男性(名字)さん  
女の子：○○ちゃん／男の子：○○くん



(名字)さんに統一  
○○さんに統一

男女間の主従・優劣関係や、固定的な性別役割分担意識につながる言葉を使っていますか？

主人・旦那・奥さん・家内  
○○夫人  
内助の功・女房役  
人妻  
嫁・婿・嫁ぐ・入籍する



夫・妻・配偶者・パートナー  
○○さんの妻  
○○さんの協力  
既婚者  
息子の妻・娘の夫・結婚する

普段何気なく使っている言葉や表現にも、男性中心の社会構造や男女の固定的な役割分担を助長する可能性があるものもあります。

発信する表現が、社会の変化に対応しているか、人権に配慮しているか、確認しましょう。

### Q & A

Q1

全体のうち女性(または男性)〇人という表記は問題ですか？

A1

一方の数が中心で、他方の数が例外という印象を与えてしまいます。  
男女別の内訳を併記するのが望ましいです。  
(例) 全体〇〇人(女性〇〇人・男性〇〇人)

Q2

「女性ならではの生活者の視点」という表現は問題ですか？

A2

「女性ならではの」という表現には、アンコンシャス・バイアスが潜んでおり、固定的なイメージによる「女らしさ」の押し付けにつながりかねません。  
生活者は女性に限りません。「生活者」と表現するのが望ましいです。

Q3

「女子力」「〇〇女子」「良妻賢母」「職場の花」「看板娘」のうち、控えたほうが良い表現は？

A3

答えはすべてです。男女間の主従・優劣関係が潜んでいる表現のため、使用を控えましょう。また、女性の場合のみに使用されている表現は控えましょう。女性と男性を入れ替えてみて違和感がある場合は注意が必要です。

Q4

「リケジョ」「育<sup>い</sup>メン」という表現は問題ですか？

A4

いずれかの性別が少なく、ジェンダーギャップ解消を図るための積極的な施策としてあえてこうした表現を用いることは一概に不適切とは言えませんが、使用にあたってはその必要性を十分検討しましょう。

性のあり方は多様であり、自分の存在がないことが前提とされた表現や会話で傷つく人がいる場合があります。性別を特定するような表現は避け、できるだけ当事者の気持ちを考慮した言葉を選ぶことも重要です。

(例) 「彼氏」「彼女」→「パートナー」

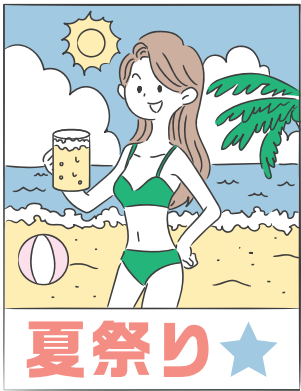
POINT  
05

人物等の外見だけを強調した  
広報にしていますか？

興味を引くために、伝えたい内容と無関係に、人物やキャラクターをアイキャッチャー※として用いることは、性を飾り物として扱っている印象を与える場合があります。  
人物やキャラクターの外見（若さや性的側面）のみを強調するのではなく、内容と表現のつながりが明確に説明できるのか考えてみましょう。

※アイキャッチャー…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。

不必要に外見（若さや性的側面）のみを強調していませんか？



女性（男性）の魅力で人目を引こうとしていませんか？



人物・キャラクターを起用する場合のチェックポイント

- ☒ 伝えたい内容とのつながりは何ですか？
- ☒ 容姿が、自然に伝えたい内容へ結びつく表現になっていますか？

☒ 広報物作成チェックポイント

| No | チェック欄 | チェックポイント                                            | 確認頁           |
|----|-------|-----------------------------------------------------|---------------|
| 1  | ✓     | 男性または女性だけで企画・作成していませんか？                             | 1 頁           |
| 2  | ✓     | （作成を業者に委託する場合）業者に、このガイドラインの趣旨を説明していますか？             | 1 頁           |
| 3  | ✓     | 家庭、地域、職業、スポーツ、遊び等で、男女の描かれ方が固定されていませんか？              | 3～4 頁         |
| 4  | ✓     | 服・持ち物の色・服のデザインが性別によって固定化されていませんか？                   | 3～4 頁         |
| 5  | ✓     | 年齢や職業など多様な男女が描かれていますか？                              | 3～4 頁         |
| 6  | ✓     | 男性が指導者、女性が相談者など、主従、上下、優劣、強弱の関係が男女で固定されていませんか？       | 5 頁           |
| 7  | ✓     | 登場人物・回数が男女いずれかに偏っていませんか？                            | 6 頁           |
| 8  | ✓     | 男女どちらかのみを表す表現、女性であることを強調する表現など、男女の扱いが異なる表現をしていませんか？ | 7～8 頁         |
| 9  | ✓     | 性別を入れ替えると通じない言葉はありませんか？                             | 7～8 頁         |
| 10 | ✓     | 興味を引くためだけに、外見（若さや性的側面など）を強調する表現をしていませんか？            | 9 頁           |
| 11 | ✓     | 複数の立場の、複数の人でチェックをしましたか？                             | 校了前に<br>確認を!! |
| 12 | ✓     | 女性から見て、男性から見て、違和感、疎外感、不快感のない表現になっていますか？             |               |

## 男女平等参画の視点からの広報表現ガイドライン

2023年(令和5年)3月

【編集】名古屋市広報物ガイドライン庁内検討会

【発行】名古屋市スポーツ市民局市民生活部男女平等参画推進室

〒460-8508 名古屋市中区三の丸三丁目1番1号

TEL 052-972-2234 FAX 052-972-4206

e-mail : a2233@sportsshimin.city.nagoya.lg.jp

ART WORK : KURUMI ABE

