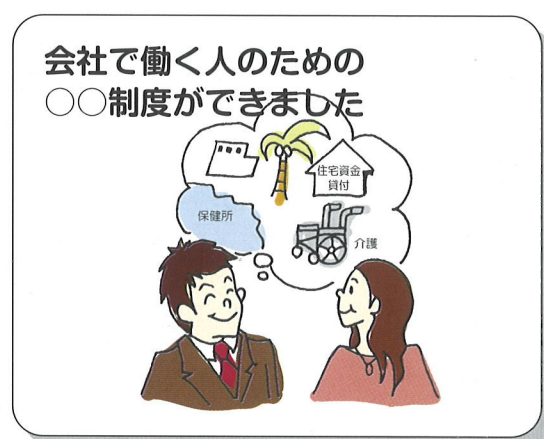
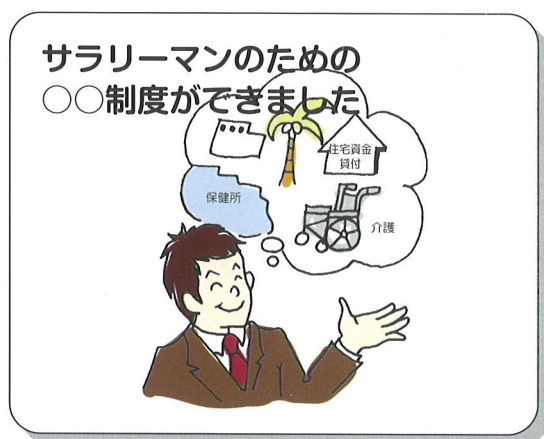


# 1

## 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。



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。



## 広報の受け手を よく認識しましょう。

公的広報は、男女を問わず、すべての人に関わるものであり、すべての人に等しく伝わらなければなりません。女性も広報の受け手であることを念頭に置き、両性を想定した表現を工夫しましょう。

### 1-1 女性（又は男性）が想定されていない

広報の内容が男女双方を対象とするにもかかわらず、あたかも片方だけが対象であるかのような表現になっていないか注意しなければなりません。

例えば、男性の多い職種の職員募集を広報する場合、女性の採用もあるのに、ポスターの登場人物は男性だけにしてしまうといったことです。

また、男性をイメージさせる言葉を使う際にも注意が必要です。女性の受け手が自分とは対象ではないと誤解することのないようにしなければなりません。

例えば、場合に応じて「フレッシュマン→新人」、「潜水夫→ダイバー」、「OB→出身者」、「父兄→保護者」など、性別を特定しない言葉を使う工夫も必要です。

\*既に欧米では「～マン (man)」語を「～パーソン (person)」の語尾に替えたり、新たな言い方を作るなどして、女性・男性双方を含む言葉を使用しており、国や公的機関がガイドラインで規定しています。

\*日本でも、男女雇用機会均等法の改正により、求人広告においては、男性のみ（営業マン、ウェイター、カメラマン等）あるいは女性のみ（ウェイトレス、スチュワーデス、看護婦等）を表す職種の名称を用いてはならないことになっています。

### 1-2 男性と女性のバランス

男女の登場割合や多様な描写に配慮して、描かれた施策が男女いずれかには関係がないという誤った印象を与えないようにしなければなりません。

例えば、行事の開催に関する広報で、男性ばかりを登場させると、女性が参加しにくい行事と思われることがあります。

そのため、できるだけ男女を同等に扱うようにし、男性あるいは女性だけを登場させる場合であっても、パンフレットの全体やポスターのシリーズを通じてバランスを取るなどの配慮をするようにしましょう。

また、実際に女性（又は男性）の参加が少ない場合でも、積極的な参加を促すためには、あえて広報ではより多くの女性（又は男性）を取り上げるといった工夫も必要です。