

男女平等の視点による 表現のガイドライン

～市の刊行物等の作成にあたって～

平成29年3月策定
平成30年3月改訂
令和5年7月改訂

目次

はじめに	2
広報に携わる際の視点	2
男女共同参画社会の実現に向けて	2
① 登場する人物の性別が偏っていませんか？	3
② 性別による役割分担を固定化していませんか？	4
③ 性別でパターン化していませんか？	5
④ 性別で優劣をつけていませんか？	6
⑤ 外見や性的側面を強調した表現をしていませんか？	7
⑥ 性別によって言葉を使い分けていませんか？	8～9
表現のガイドラインチェックリスト	10

※このガイドラインの作成にあたっては、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しています。

はじめに

国分寺市では、平成19(2007)年6月に国分寺市男女平等推進条例を制定しました。この条例では「すべての人が性別にかかわらず個人として尊重され、認め合い、支え合いながら、ともに生きることのできる男女平等社会の実現」を掲げています。

また、同条例第8条第5項では、外部に情報を提供するときに固定的な性別役割分担意識を助長する表現を行わないように配慮する義務を規定し、ポスターや広告などで情報を発信するときに、人権を尊重した表現を行うよう、すべての人に自主的に配慮することを求めています。

特に、市などの公的機関が作成する刊行物等は、その表現が社会的基準とみなされやすく、社会に与える影響も大きいいため一般的な広報以上に十分な配慮が求められます。

しかし、私たちが無意識のうちに使う表現には、潜在的なジェンダーにまつわる固定概念「無意識の偏見(アンコンシャス・バイアス)」を含んでいる可能性があります。それらは、個々では差別的な表現とは思えなくとも、積み重なることで一定の方向性をもった表現となりかねません。

男女共同参画や多様性の視点を取り入れ、必要な情報を正確に、どなたにも分かりやすく伝える表現を生み出すために、本ガイドラインをご活用ください。

広報に携わる際の視点

「市が作成し、発信する市報、ポスター、パンフレット、チラシ等の紙媒体やホームページ、フェイスブック、ツイッター等の電子媒体(以下「公的広報等」という)」は、人々の意識形成にさまざまな影響を与えます。その表現については慎重でなければなりません。広報活動の際は、以下の6点に気をつけましょう。

1. 性別が偏っていないか
2. 性別でパターン化していないか
3. 性別で役割分担を固定化していないか
4. 性別で優劣をつけていないか
5. 性別や外見で人目を引いていないか
6. 性別で言葉を使い分けていないか

本ガイドラインを参考に、これまで何気なく使ってきた表現を見直し、多様性やさまざまな人々の人権を尊重する表現を作り出しましょう。

男女共同参画社会の実現に向けて

令和3年12月10日、国分寺市は「すべての人を大切にするまち宣言」を制定しました。いかなる理由による差別も受けることなく、すべての人が個人として尊重され、多様な生き方を相互に認め合える共生社会の実現を促進するため、表現を見直してみましょう。

キーワード

アンコンシャス・バイアス:自分自身では気づいていない「ものの見方やとらえ方のゆがみや偏り」のこと。自分自身では意識しづらく、ゆがみや偏りがあると認識していないため、「無意識の思い込み・偏見」とも言いません。(例)子育ては母親がするもの、男性は外でお金を稼ぐことが仕事 など

①

登場する人物の性別が偏っていませんか？

リクルートといえば男性？

親子参加といえば女性(母親)対象？

若者の就業支援セミナー



親子向け講座



介護支援制度について



介護といえば女性の役割？

若者の就業支援セミナー



親子向け講座



広報の対象となる人を、きちんと表現しましょう

介護支援制度について



■登場する人物の性別が偏らないようにしましょう

使われているイラストの登場人物に偏りがあると、表現されていない人々は対象でないかのように見えてしまいます。

登場する男女のバランスも考慮し、一つの性別に偏らないよう心掛けましょう。

ただし、「父親向け子育てセミナー」、「女性の再就職支援」など、もともと男女に偏りがあり、それを解消する目的で対象の性別を特定した事業を行うものがあります。それらは性別による偏りを解消し、男女平等へつなげる取組であり、差別的な取り扱いには当たりません。

キーワード

ジェンダー:ジェンダーとは、生まれつきの生物学的性別と異なり、社会通念や慣習の中にある男性像、女性像など、社会によってつくられた性別のことをいいます。これらは社会的につくられた「性別にまつわる固定観念」であることを意識していくことが大切です。「ジェンダーバイアス」は、その固定観念にとらわれた状態をいい、「ジェンダーフリー」は、その固定観念から自由になった状態を意味します。

②

性別による役割分担を固定化していませんか？

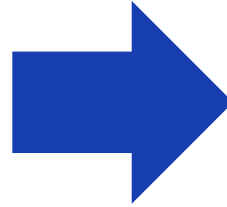
男性が主体的役割、
女性は補助的役割？



性別によって役割
は決まりません



仕事は男性、
家事は女性？



男性も女性も、
生活を担う共同
経営者です



医者は男性、
看護師は女性？



服装を含め、性別に
よって職業・職種は
決まりません



■性別で仕事や役割を固定化しないようにしましょう

性別によって役割や職業を固定化せず、個人の特性や能力を尊重した多様な在り方を描写しましょう。

「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、性別に関わらず、人々が仕事や家事・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掛けましょう。

■男女平等の視点から表現を考える際のポイント

- 特別な理由なく、家事＝女性、仕事＝男性などと結びつけない
- 家事や育児、介護などの場面に男性を登場させる
- 性別によって特定の職業・職種・服装に偏りがある画像は用いない

キーワード

性別役割分担意識：男女を問わず個人の能力等によって役割の分担を決めることが適切であるにも関わらず、「男は仕事・女は家庭」「男性は主要な業務・女性は補助的業務」などのように、男性・女性という性別だけを根拠として役割を分ける考え方のことをいいます。

③

性別でパターン化していませんか？

男子はズボン、女子はスカート？



男の子は外遊び、女の子はおままごと？



実際には、性別に関する固定的なイメージに当てはまらない、多様な人々がいます。



■性別に関連するイメージで描写していませんか？

服装、好きな事、性格、ライフスタイル等は、性別によって決まるものではなく、一人ひとり異なります。女性はスカート、男性はズボンといった、性別による固定的なイメージで表現せず、幅広いイメージで表現しましょう。

■男女平等の視点から表現を考える際のポイント

- 女性＝スカート・ワンピース、男性＝ズボン、といったイメージにとらわれない
- 女性を対象とした広報で暖色系、男性を対象とした広報で寒色系、とこだわらない
- 男の子は活発、女の子は大人しい、といった性質を決めつけない など

キーワード

LGBTQ: レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダー、クエスチョニング、クィアの頭文字からなる言葉です。「性的マイノリティ」と同義の言葉として用いられる場合もあります。しかし、性のあり方はグラデーションであり、ここで紹介している用語だけで全てを網羅できるものではありません。また、全ての人の性のあり方(セクシュアリティ)を人権として考えていく際に使われる「SOGI(ソジ)、SOGIE(ソジイー)」という言葉もあります。

④

性別で優劣をつけていませんか？

女性は窓口対応？



性別と立場、関係を結び付けず、多様な表現を工夫しましょう



指導者はいつも男性？



誰もが協力して目標を達成する姿を描きましょう



■性別で立場を決めつけないようにしましょう

性別による能力や適性の優劣はありません。常に男性が中心・優先となっている表現が累積することで、女性が男性よりも能力が劣り、補助的な役割であるかのような印象を与えてしまいます。

男性を中心的な存在・指導者的立場・守る側として、女性を周辺的な存在・従属者的な立場・守られる側として描くと、男女の立場に強弱があるかのように見えてしまいます。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掛けましょう。

■男女平等の視点から表現を考える際のポイント

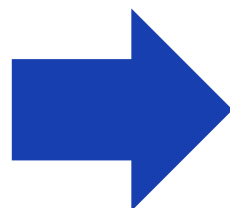
- 名簿や出席者紹介などは、五十音順など客観的な基準に従う
- 男性ばかりを上司や会議の長役として描写しない
- 会議などには男女が等しく参加している様子を描く

キーワード

ジェンダー平等:一人ひとりの人間が、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てゆくことをいいます。

5

外見や性的側面を強調した表現をしていませんか？



登場人物は交通対策とは関係ないけど、刺激的で人目を引くからOK？

公的広報においては、テーマに沿って、適した画像を選びましょう

■人物をむやみにアイキャッチャーにしていますか？

広報の手法のひとつに、視覚的要素で意図的にその注目度を高める「アイキャッチャー」を使用する手法があります。チラシやポスターを作成する際に、より多くの人に伝えるため、注目度を高める工夫は大切ですが、人物の外見(若さや性的側面など)だけに重点を置いて扱うことは、人物の外見を飾り物として捉える「性の商品化」につながります。

アイキャッチャーの使用は、注目度を高める広報の手法のひとつではありますが、市の発信する公的広報においては、「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、伝えたい内容に沿った表現を工夫しましょう。

■男女平等の視点から表現を考える際のポイント

人物の姿を使う場合は、その外見(若さや性的側面など)だけに重点をおいて扱うのではなく、「なぜ、使うのか」「この表現でよいのか」「使うことによる影響」などを一度考えてみましょう。

コラム

世の中には、意図的に注目度を高めようとした広報が、見る人を不快な気持ちにさせたり、尊厳を傷つけてしまったりすることで、意図せず「炎上」してしまう場合があります。公的広報においては、常に問題となった事例に留意し、伝えたい内容が最も伝わる効果的な表現となるよう工夫しましょう。

【炎上事例】

ポスターに露出の多い人物の写真を使う、表情や服装・ポーズなど性的側面を強調したイラストを使用する、性的な表現が多いコンテンツとコラボする、など

6

性別によって言葉を使い分けていませんか？

1. 性別で職業・役割を限定する表現

見直したい表現	置き換えた表現	
看護婦・看護師	看護師	時代とともに変化し、法律上の表現も改められました。
保母・保父	保育士	
保健婦	保健師	
助産婦	助産師	

2. 女性の場合のみ性別・年齢を強調する表現

見直したい表現	置き換えた表現	
女性医師・女医	医師	本来、男女で区別する必要はありません。 女性の場合に限り、性別などを助長する表現は、特別視をすることにつながります。
女子高生・女子大生	高校生・大学生	
OL, キャリアウーマン	会社員・職員・給与所得者	
ママさん〇〇	〇〇(ママさんをつけない)	

3. 男性を優先する、または男性を属性全体の代表と捉える表現

見直したい表現	置き換えた表現	
父兄	保護者	「男性＝属性の代表格」のようにイメージさせるため、多様な人々の総称としてはふさわしくありません。 ※外国では、職業等を表す言葉に男性名詞が入っているものが見直しが行われています。
オンブズマン	オンブズパーソン	
サラリーマン	会社員・職員・給与所得者	
合格者〇人(うち女性〇人)	合格者〇人(女性〇人, 男性〇人)	

キーワード

ジェンダー・ギャップ指数: 世界各国のジェンダー平等の程度を指数にしたもの。1を完全平等としたとき、1位のアイスランド0.912に対し日本は0.647で、世界146か国中125位(2023年時点、前年は世界146か国中116位)。先進国の中で最低レベル、ASEAN諸国より低い状況です。

6

性別によって言葉を使い分けていませんか？

4. 個人の個性を性別と連動させて捉える表現

見直したい表現	置き換えた表現	
女(男)のくせに 女(男)らしい	× 使わないように しましょう	個人の性質や好きなもの、 ライフスタイルなどは、性別 によって固定されるものでは ありません。
男勝り, 女だてら, 男顔負 け		
女々しい, 優男		
男の沽券, 熱血漢		

5. 家制度に基づいた表現, 女性を従属的に捉える表現

見直したい表現	置き換えた表現	
女房役	リード役	男性は主, 女性に従という 印象を与えます。 上下関係が想像できたり, 性別が強調されたりする ような表現は避けましょう。
主人・旦那・亭主／奥さん・ 家内・女房	夫／妻・配偶者・パート ナー・つれあい	
嫁にやる・もらう・嫁ぐ・入 籍する	結婚する	
嫁・婿／舅・姑	息子の妻・娘の夫／妻(夫) の父, 妻(夫)の母	

6. 性別で呼称を使い分ける表現

見直したい表現	置き換えた表現	
〇〇氏／〇〇女史	性別に関わりなく統一 (例) 〇〇さん	男女いずれかに偏った表現 や, 一方の性別を連想させ る表現を避け, 特別な理由がない場合は, 男女統一した呼称を用いま しょう。
〇〇ちゃん／〇〇くん		

コラム

男女共同参画に関するフリーイラスト素材:
内閣府男女共同参画局では、性別による固定的役割分担や無意識の思い込み
(アンコンシャス・バイアス)解消の一助とするため、誰もが簡単に無料で利用できる、
さまざまな「職業」や「社会生活場面」を想定したイラストを公開しています。
(右記二次元コードからアクセス可)。



表現のガイドラインチェックリスト

ステップ1. 作成の前に	記載欄
伝えたい対象は誰ですか？	
伝えたい内容は何かですか？	



ステップ2. 作成時	改善するには	チェック欄
1 登場人物の性別に偏りはありませんか？	→ページ3を参照	
2 性別で登場人物の役割を決めつけていませんか？	→ページ4を参照	
3 性別で使用する色や登場人物の服装・性格などをパターン化していませんか？	→ページ5を参照	
4 男女に、主従・上下・強弱の関係があるような表現になっていませんか？	→ページ6を参照	
5 アイキャッチャーを使っていませんか？	→ページ7を参照	
6 特別な理由なく男女で異なる表現を使っていませんか？	→ページ8～9を参照	



ステップ3. 最終確認	チェック欄
誰にとっても、違和感・疎外感のない表現になっていますか？	
誰が見ても、伝えたい内容は伝わりますか？	
内容が印象深く伝わり、共感が得られる広報になっていますか？	

言葉や表現は時代とともに変わります。
すべての人に伝わる広報を生み出すために、
常に作成する表現を見直しましょう。

参考文献

1. 女子に対するあらゆる形態の差別の撤廃に関する条約(女子差別撤廃条約)(H12発効)
2. 内閣府男女共同参画局(H15)「男女共同参画の視点からの公的広報の手引き」
3. 内閣府男女共同参画局(R3)「無意識の思い込み(アンコンシャスバイアス)－事例集－」
4. 内閣府男女共同参画局(R3)「無意識の思い込み(アンコンシャスバイアス)に関する調査結果(概要)」
5. 内閣府男女共同参画推進連携会議(R3)「SDGsとジェンダー平等に関する副教材」
6. 内閣府男女共同参画局(H23実施)「男性にとっての男女共同参画」に関する意識調査報告書
7. 東京都(R2)「多様な性について知るBOOK」
8. 大阪府(R3)「男女共同参画社会の実現をめざす表現ガイドライン」
9. 神奈川県(H23)「男女共同参画の視点からの公的広報ガイドライン」
10. 港区(R1)「表現のガイドライン『ちょっと待った！そのイラスト』」
11. 西東京市(不明)「表現における男女平等ガイドライン事例集」
12. 横浜市(H22)「男女共同参画の視点からの公的広報ガイドライン」
13. 明石市(R3)「LGBTQ+／SOGIEの基礎知識」
14. 堺市(R2)「考えてみませんか？男女共同参画の視点からの広報物における表現ガイドライン」
15. 宝塚市(H31)「男女の表現についていっしょに考えてみませんか～男女共同参画の視点に立った表現ガイドライン～」

発行：国分寺市 市民生活部 人権平和課

国分寺市光町1-46-8 ひかりプラザ2階

電話：042-573-4378(内592)