

「ジェンダーの視点から考える 表現のガイドライン」

をまとめました

広島県では、性別による思い込みを無意識に使っている場合、その表現や情報が県民の皆様の意識等に影響を与え、社会全体の固定観念を形成することにつながりかねないことから、ジェンダー平等の視点に立った情報発信に取り組んでいます。

そしてこの度、広報物における表現上の注意点など「ジェンダーの視点から考える表現のガイドライン」としてまとめました。

性別にかかわらず誰もが自分らしく生きることのできる社会の実現のため、県民の皆様や企業・団体等においても、広くご活用いただきたいと考えています。

ガイドラインの概要

■ 策定方法

広島県男女共同参画審議会及び（独法）国立女性教育会館の意見を踏まえて作成しました。

■ 内容 ※詳細は別紙のとおり

- 表現上の注意点についてイラストを用いて説明
 - ・登場する人物の性別に偏りはないか
 - ・性別によって役割のイメージを固定化していないか
 - ・男女が対等な立場で描かれているか
 - ・外見や性的側面を強調した表現をしていないか
- 性別による固定的な言葉の使い方の見直しについて、具体例を用いて説明
- 広報・制作物を作成する際のチェックポイントを掲載

■ 対象

県の広報物を対象としていますが、県民の皆様や企業・団体等においても御活用ください。

■ 周知・公開先

市町や商工関係団体等へ周知するほか、県ホームページに掲載します。
(<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/42/jender-guideline.html>)



「ジェンダー」の視点から考える 表現のガイドライン

～ 広報物等の作成にあたって～



総務局広報課
環境県民局わたらしい生き方応援課

目次

- **はじめに** P 2
- **表現上の注意点** P 3
 - 1 性別がいずれかに偏っていませんか？
 - 2 性別によってイメージを固定化していませんか？
 - 3 女性と男性が対等な立場で描かれていますか？
 - 4 外見や性的側面を強調した表現をしていませんか？
- **見直したい表現例** P 7
 - 5 性別によって異なった表現を使っていませんか？
- **チェックリスト** P 8

● ガイドラインのねらい

本県では、性別に関わらず、誰もが、互いに人権を尊重しながら、その個性と能力を十分に発揮し、社会のあらゆる分野において共に参画し責任も分かち合うことのできる男女共同参画社会の実現を目指し、「わたらしい生き方応援プランひろしま」（第5次男女共同参画基本計画）を策定し、男女共同参画に関する施策を推進しています。

しかし、依然として家事・育児等の無償労働時間は女性に偏りがあるほか、男女の賃金格差が大きいことなど、ジェンダーギャップの背景には、「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」といった性別による固定的役割分担意識があることが指摘されています。

無意識に使っている言葉や表現・情報が、性別による思い込みを反映したものであった場合、県民一人ひとりの考え方や意識に影響を与え、社会全体の固定観念を形成することにつながりかねません。

このため、「わたらしい生き方応援プランひろしま」では、県の発信する広報において、性別によって偏った表現とならないよう、男女共同参画の視点に配慮した広報について周知するとともに、その実効性を高めることとしています。

必要な情報を正確に伝えることと合わせて、性別による固定観念に基づく偏ったものにならないよう、ジェンダー平等の視点に立った情報発信を県が率先して行う必要があるため、本ガイドラインを作成しました。また、今後、ジェンダーを取り巻く社会情勢の変化等に応じて、適宜内容の見直しを行ってまいります。

なお、本ガイドラインは、県の広報物等を対象としていますが、性別に関わりなく誰もが個性と能力を十分に発揮することのできる男女共同参画社会の実現のため、県に限らず、県民や事業者の皆様にも広くご活用いただきたいと考えています。

● ガイドラインの対象

広報紙、ポスター、パンフレット、新聞・雑誌等への掲載広報、ホームページ、メールマガジン、SNS、白書その他の刊行物、記者発表資料、テレビ、ラジオ、DVDなどの広報媒体における文章やイラスト、写真、音声、映像など全ての情報が対象です。

※今後、新たに生まれる広報媒体も対象としています。

● 「ジェンダー」とは

生まれについての生物学的な性別とは異なり、「男性像」「女性像」など、社会的・文化的に形成された性別のことをいいます。この「男性像」「女性像」は、社会（国・地域）や時代によって異なり、一様ではありませんが、ジェンダーは私たちの判断や行動に大きな影響を与えていると言えます。

1 性別がいずれかに偏っていませんか？

県が発信する情報は、多様性が認められているとともに、すべての人が平等であることが伝えられていなければなりません。県主催の行事等における登壇者や広報対象が、男女のいずれかを排除したり、いずれかに偏ったりしないようにしましょう。

※ ジェンダーギャップの解消等、行事等の目的によってテーマや対象・登壇者等が限定されるなど、やむを得ない事情がある場合を除きます。

登壇者は男性だけ？



多様な意見の反映が求められています。



やむを得ない事情がある場合を除いて、企画の段階から、イベント等の登壇者の性別に偏りがないように配慮しましょう。

会議は男性、お茶出しは女性の仕事？



様々な場面に女性の参画が必要で、役割に決まりはありません。



登場人物の性別のバランスに配慮し、役割にも偏りのないようにしましょう。

2 性別によってイメージを固定化していませんか？

服装・外見、興味・関心、性格・行動等は、性別にかかわらず多様です。「夫は外で働き、女性は家庭を守るべきである」といった性別による固定的な役割分担意識を強調することのないよう、多様な姿を描くようにしましょう。

育児は女性がするもの？



パートナー同士で共に
参画する姿を描きましょう。



性別にかかわらず仕事や育児・介護・家事等でお互いに協力する姿を描きましょう。

職業によって性別が偏ってる？



様々な職業で性別にかかわらず
活躍する方が増えています。



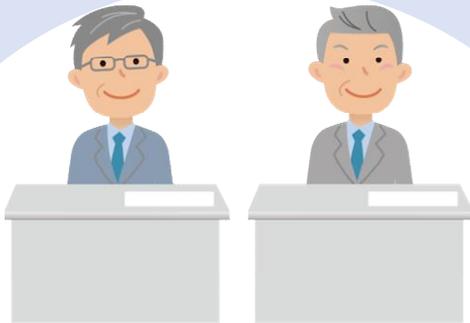
どのような職種でも性別の区別なく共同で働く様子表現しましょう。

3 女性と男性が対等な立場で描かれていますか？

常に指導的な立場が男性、従属的な立場が女性など、性別で「主従、上下、優劣、強弱」などの印象を与える表現は避け、女性と男性が地位も立場も対等な関係であることを表現しましょう。

管理職はいつも男性？

課長 部長



女性の管理職も増えています。

課長 部長



性別と立場、関係を結びつけた表現は避け、多様な表現を工夫しましょう。

被害者や相談者は
いつも女性？

〇〇相談の
窓口開設



被害者や相談者等の性別は
決まったものではありません。

〇〇相談の
窓口開設



相談者や困窮者、相談員の性別を固定化せず、性別のバランスを考えて配置しましょう。

4 外見や性的側面を強調した表現をしていませんか？

人物の外見・性的側面を強調してアイキャッチャーに使用していませんか？アイキャッチャーとは、広報媒体に注目させるための視覚的要素のことです。ポスター等を作成するとき、内容とは無関係に、単に目を引くためだけに外見・性的側面を強調して表現することは、本当に伝えたいことが薄れ、個人の尊厳を傷つける可能性があります。伝えたい内容にふさわしい表現にするようにしましょう。

女性の着衣で目を引く？



内容が一目で分かる表現にしましょう。



「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、本来伝えたい内容がより効果的に伝わる表現を考えましょう。

すべての人に配慮した表現を

● 性の多様性について

この冊子は、女性と男性のジェンダーを中心に内容を構成しています。しかし、実際には、性のあり方は一人ひとり違って、もっと多様な性が存在します。SOGI（性的指向及び性自認）など性のあり方について理解し、それぞれの個性が尊重される多様性のある社会を目指すために、性別による固定観念を考え直しましょう。

● 広報の注意点

自治体などが制作した動画や広報制作物が、性別による固定観念に基づく表現となっていたことなどを理由に、SNSなどで強い批判が寄せられ、制作物等を作り直した事案が発生しています。

多くの人を惹きつける表現にすることは必要ですが、広く発信する広報において、性別による固定観念を反映しないよう注意するとともに、SOGI（性的指向及び性自認）や障害者、外国人など、人権の視点に立った表現にすることが大切です。

5 性別によって異なった表現を使っていませんか？

職業や役職等によって、必要以上に性別を区別して表現することは避けたり、性別にかかわらず使える言葉にするなど、男女の固定化されたイメージにとらわれた表現には十分に注意しましょう。

以下、見直したい表現例を挙げています。広報物等を作成する際には、人権に配慮した表現を使用することが大切です。

見直したい表現例	工夫した表現例	理由
<ul style="list-style-type: none"> ・主人、旦那 ・奥様、家内 	<ul style="list-style-type: none"> ・夫、配偶者、パートナー ・妻、配偶者、パートナー 	男性を「主」、女性を「従」に捉えた表現
<ul style="list-style-type: none"> ・嫁、婿 ・舅、姑 	<ul style="list-style-type: none"> ・息子の妻、娘の夫 ・夫／妻の父、夫／妻の母 	かつての家族制度に基づいた表現
<ul style="list-style-type: none"> ・父兄 ・兄弟 	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者 ・兄弟姉妹、きょうだい 	男性優先または男性に偏った表現
<ul style="list-style-type: none"> ・サラリーマン、OL ・営業マン ・カメラマン 	<ul style="list-style-type: none"> ・会社員、従業員 ・営業職、営業担当者 ・写真家、フォトグラファー 	職業などを性別で限定・区別する表現
<ul style="list-style-type: none"> ・女医 ・女社長 ・女教師 ・女子アナ 	<ul style="list-style-type: none"> ・医師、医者 ・社長、経営者 ・教師 ・アナウンサー 	女性のみ性別を強調する表現
<ul style="list-style-type: none"> ・保母 ・看護婦 ・保健婦 ・助産婦 	<ul style="list-style-type: none"> ・保育士 ・看護師 ・保健師 ・助産師 	法律の改正により改められた表現
<ul style="list-style-type: none"> ・男泣き ・女々しい ・男勝り ・男気／女子力 ・看板娘 ・職場の花 ・女性／男性目線 ・女性／男性ならでは 	×使用しない	差別・偏見を生む表現

広報・制作物の表現に問題がないかチェックしてみましょう。

企画段階 チェックポイント		チェック
1	・ イベント等において、登壇者の性別に偏りはありませんか？ ※イベントの目的によって、やむを得ない事情がある場合を除きます。	✓

作成段階 チェックポイント		チェック
1	・ イラストや写真等、性別のバランスは考えられていますか？ ※ジェンダーギャップの解消等、行事等の目的によってテーマや対象が限定されている場合を除きます。	✓
2	・ 職業、スポーツ、遊び等で性別を固定化していませんか？ 例) 男性が理系、女性が文系 など	✓
	・ 性別によって役割を決めていませんか？ 例) 男性が仕事、女性が育児 など	✓
	・ 性別によって色・服装・性格などを固定化していませんか？ 例) 男性は青・短髪、女性はピンク・長髪など	✓
3	・ 女性と男性が対等な立場で描かれていますか？ 例) 男性がリーダー、女性が補佐的業務 など	✓
4	・ 外見や性的側面を強調した表現をしていませんか？ 例) 内容に関係なく女性や男性の外見を強調している など	✓
5	・ 必要以上に性別で異なる表現を用いていませんか？ 例) 女子アナ、女医、保母 など	✓

最終段階 チェックポイント		チェック
	・ 様々な年代、ジェンダー平等の視点から、違和感のない表現になっていますか？	✓
	・ 性別を入れ替えてみても、違和感のない表現になっていますか？	✓



発行:令和6年12月

※このガイドライン作成にあたっては、国や自治体が既に作成した手引き等を参考にしています。