

國學院大學學術情報リポジトリ

自治体における女性広報誌発行の現状（下）：
担当者アンケート調査を中心に

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2024-02-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 田中, 和子, 女性と新聞メディア研究会, 諸橋, 泰樹, 青木, 玲子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.57529/0002000129

自治体における女性広報誌発行の現状(下)

— 担当者アンケート調査を中心に —

田 中 和 子
女性広報誌研究会

V 調査結果からみる回答者の意識

- 1 回答者の属性
 - 2 男女共同参画への取り組みとジェンダー意識
 - 3 男女共同参画に関する情報行動
 - 4 女性広報誌に関する意識
 - 5 女性広報誌発行および女性行政に関する意識
- ## VI 女性広報誌の問題点とこれからの課題
- 1 女性広報誌発行における問題点
 - 2 問題点の解決にむけて

【前号(上) 目次】

- I はじめに
- II 女性広報誌発刊の経緯と変遷ならびに研究動向
 - 1 女性広報誌発刊の経緯
 - 2 女性広報誌研究の動向
 - 3 女性広報誌の変遷
- III 女性広報誌担当者アンケート調査に対する回答状況
- IV 調査結果からみる女性広報誌の発行実態
 - 1 女性広報誌の発行主体と担当者
 - 2 女性広報誌の形態
 - 3 女性広報誌の発行基盤
 - 4 女性広報誌の作られ方

V 調査結果からみる回答者の意識

日本における女性広報誌の発行実態を明らかにすることを企図する本調査研究においては、前号(上)で考察した女性広報誌の形態・発行基盤、誌面づくりの留意点等に加え、回答を寄せた女性広報誌担当者のプロフィール、ジェンダーについての意識、情報収集行動、女性広報誌とその発行および女性行政についての意識に関しても調査を行った。本号(下)では、これらの調査結果を分析したのち、前号(上)および本号(下)を通して今回の調査で得た知見をふまえて、これからの女性広報誌のあり方について探ってみたい。

1 回答者の属性

(1) 性別・年齢構成

まず、アンケートに回答を寄せた二〇七誌の回答者の性別構成をみると、図 28 に示したように、女性が一五五人で、七四・九%を占め、男性は五〇人、二四・一%、性別不明二人、一・〇%と、四人に三人は女性である。前号(上)に示されているように、女性広報誌の企画・編集にかかわる全スタッフの女男比は八対二で、行政担当者だけを取り出すと約七対三であったこと⁽¹⁾に、ほぼ対応している。地方公務員全体の女男比は四対六であることから、女性広報誌を

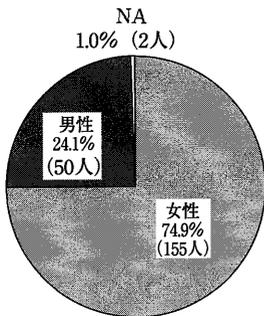


図28 回答者の性別 (N207)

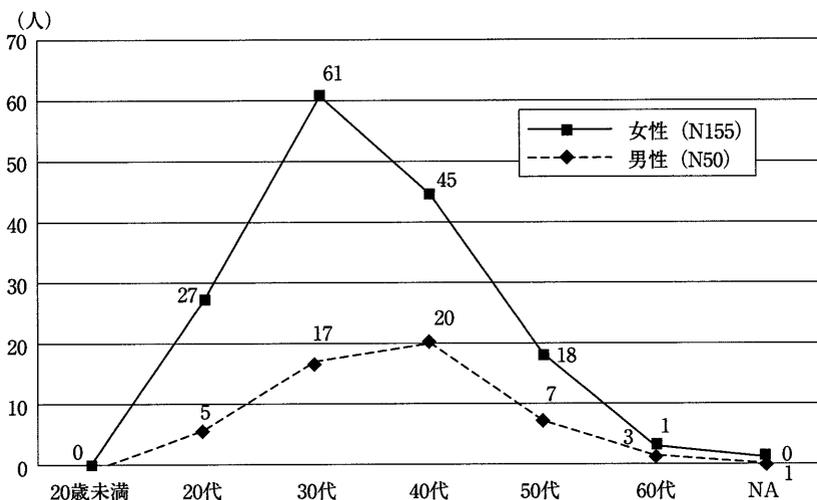


図29 女男別年齢構成 (単位：人)

回答者の所属部署名は多岐にわたっており、自治体

である。
女性の割合は、七五・三％
常勤が多い。常勤に占める
わずかに常勤が少なく、非
常勤が多い。常勤に占める
女性の割合は、七五・三％
である。

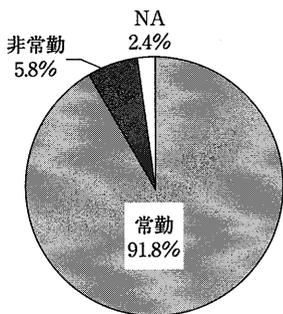


図30 就業形態

(2) 就業形態・所属部署

回答者の就業形態を示したのが図30である。これによると回答者の九一・八％が常勤で、非常勤は五・八％にとどまっている。性別による就業形態の違いは、図31のようにほとんどみられず、女性の方が男性よりわずかに常勤が少なく、非常勤が多い。常勤に占める女性の割合は、七五・三％である。

企画・編集する部署に女性が意識的により多く配置されていることは間違いないだろう。

女男別にみた回答者の年齢構成は、図29に明らかのように、女性は三〇代をピークに四〇代、そして次に二〇代が続くのに対し、男性は四〇代がピークで、三〇代がそれに続く。このように、女性の方が男性より若めの年齢構成となっている。

によって様々な名称が使われている。最も多かった部署名は、企画部（企画財政部・企画財政部・企画財政課・企画課などを含む）で三〇件ほどみられ、女性センター（男女共同参画センターなど含む）と市民部（市民局・市民生活部・市民環境部などを含む）がそれぞれ二〇件ほど、以下総務部、男女共同参画室などが続いた。

(3) 担当年数

回答者の女性広報誌担当年数は、図 32 に示されているように、一年未満の人が三三・三％と最多で、これに一年から二年の間の二四・六％を加えると、六割近くが二年未満の経験であった。平均すると一・五八年ほどの広報担当期間となり、年一回ないし二回の発行ペース（前号（上）でみたように、女性広報誌の三分の二が年一、二回の刊期で発行されている⁽²⁾）からすると、やや人員の「回転」が早いという印象を受ける。短期間の在籍で広報誌発行に馴れていない中、また他の業務もある中で、の刊行の苦勞がうかがえる。

図 33 は、女男別にみた広報誌担当年数である。男性では、一

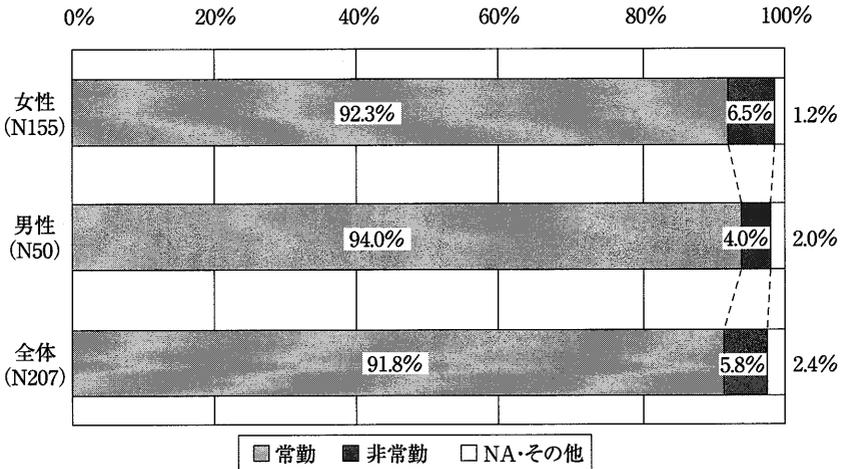


図 31 女男別就業形態

※「全体(N207)」には「性別不明」(2人)が含まれている(以下同)

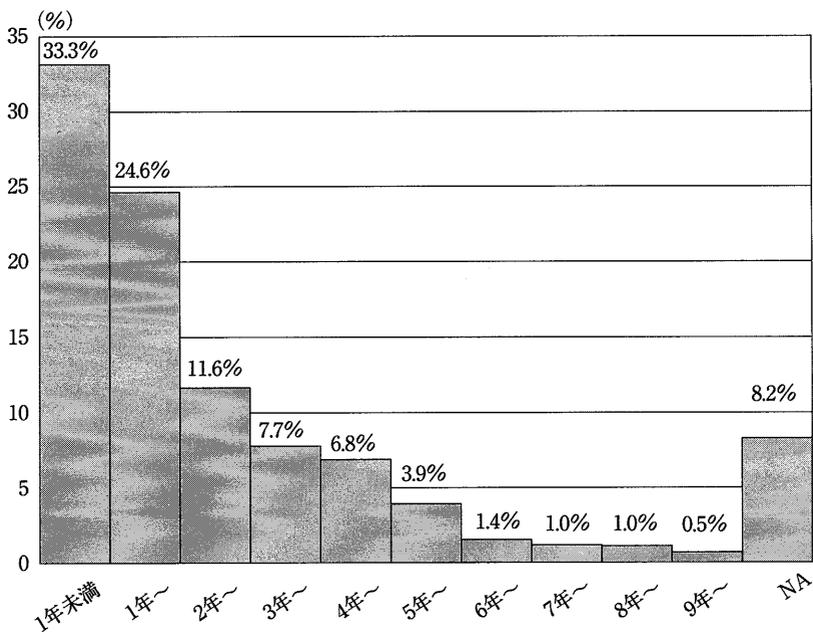


図32 担当年数

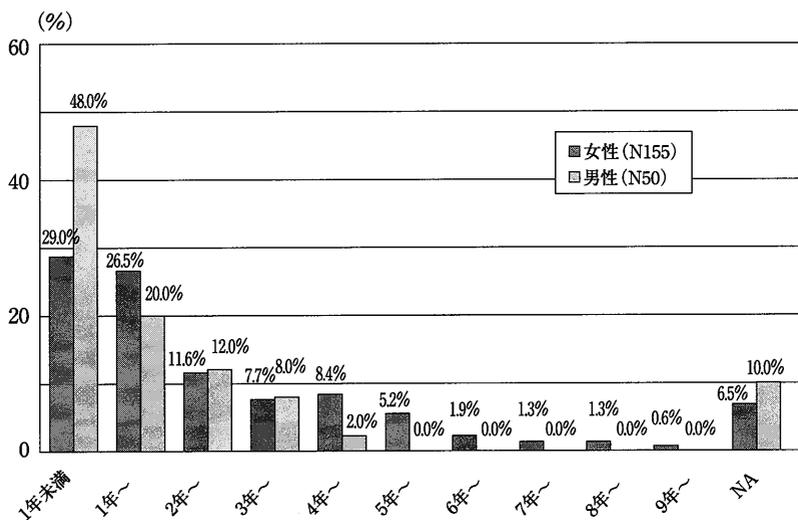


図33 女男別担当年数

年未満が四八・〇%と半数近くに達しているのに対し、女性は一年未満が二九・〇%と三割弱にとどまり、三年以上担当しているものも合わせて二六・四%と、三割弱存在する。女男別平均担当年数を出してみると、女性は一・八一年、男性は〇・八四年となり、女性は男性よりも一年ほどこの事業に従事している期間が長いことが明らかとなった。

女性広報誌担当者が、女男を問わず庁内のさまざまな部署を経験すること、また逆に他部署のさまざまな人びとが女性広報誌担当部署に配属され、女性広報誌の企画・編集を経験することは、必要なことではあろう。しかしながら、一方では、やっと男女共同参画やジェンダーについての理解が深まり、問題がわかってき、地域住民ともネットワークが広がり、広報誌編集のスキルも身についた頃に異動となるのでは、ジェンダーや女性広報に関する豊富な経験と知識を身につけた専門的な人材は育たない。スタッフは複数人（行政と公募、委託その他を含めて平均六・三人、行政のみでは二・二人）⁽³⁾ いるのだから、少なくとも、経験者を必ず一人残すなど、蓄積された知識・技術が無駄なく受け継がれていくような異動体制の創出が必要ではないだろうか。

2 男女共同参画への取り組みとジェンダー意識

(1) 他自治体の女性広報誌への接触

回答者が他都道府県・区市町村の女性広報誌をどの程度みているかをたずねた結果が図34である。「よくみる」六八・一%と「たまにみる」二八・〇%を合わせると九六・一%に達しており、回答者たちは、他の自治体が発行する女性広報誌にかなりよく目配りしている。

「よくみる」人たち一四一人のあげた女性広報誌の自治体区分別内訳をみると(図34)、国、他道府県、他区市町村いずれも八割の高率である。関連法規のこと、今何がイッシーなのか、どういった切り口があるのかといったことや、ネタさがいし、執筆者がいし、編集レイアウトなど、いろいろ参考になっていると

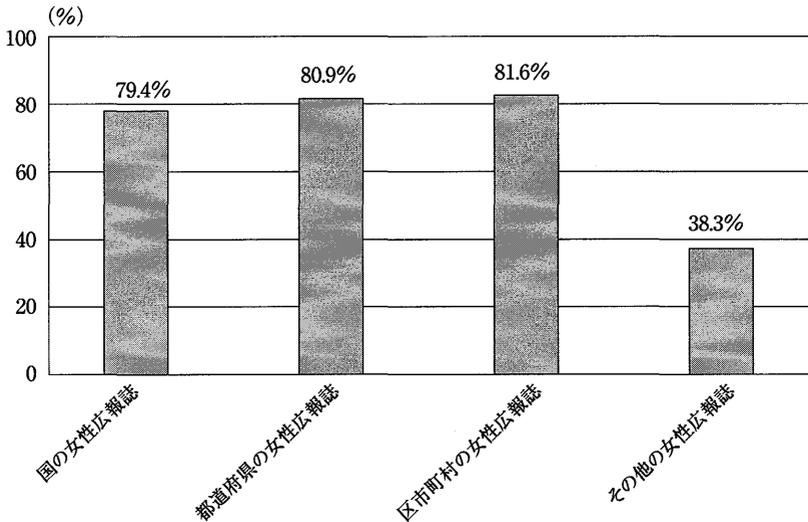
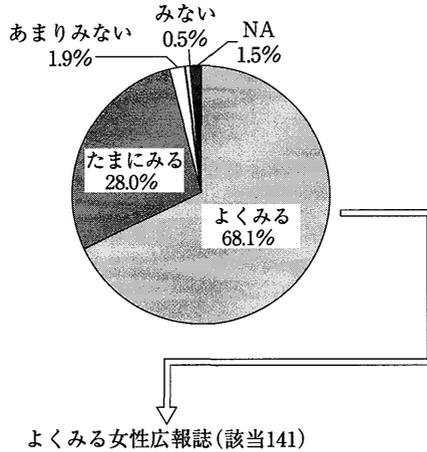


図34 他自治体の女性広報誌への接触度

考えられる。

ただし、他自治体の女性広報誌への接触には男女で差がある。図 35 に示されているように、女性は他自治体の女性広報誌を「よくみる」が七四・八%を占め、「たまにみる」が二三・九%であったが、男性は「よくみる」が五〇・〇%にとどまり、「たまにみる」が四二・〇%を占めている。このように、女性の方がより積極的に他媒体に接しているといえる。

(2) よくみられている女性広報誌

では、他自治体の女性広報誌のうち、実際によく読まれているのはどの広報誌だろうか。まず、よくみる国の女性広報誌として具体名があげられていたのは、総理府男女共同参画室(当時)発行の『えがりて』で、九二件と、すべての広報誌の中で最も頻繁に閲読されていた。その他、国立女性教育会館が発行する『ヌエックニュース』が一五人の回答者によってあげられ、また「送られてくるもの」を「よくみる」とする回答も一二件みられた。

つぎに、都道府県レベルの女性広報誌で多くあげられていた

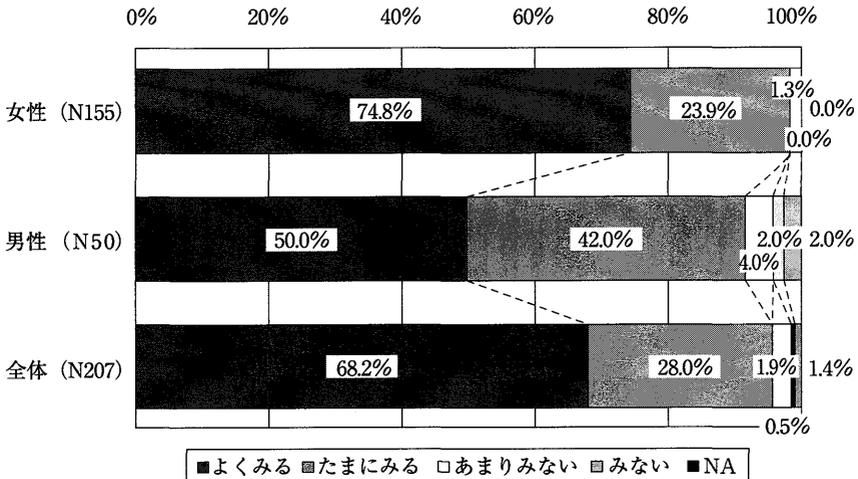


図35 男女別他自治体の女性広報誌への接触度

のは、東京女性財団(当時) および東京ウィメンズプラザ刊行の『あしたの東京』(一九九件)、『東京女性財団ニュース』(八件)、『東京ウィメンズプラザだより』(四件)、それに大阪府・ドーンセンター刊行の『DAWN』(二一件)であった。東京・大阪の二大都市の出す広報誌が多く読まれていることがみてとれる。この他に、『With You』(埼玉県、二〇〇〇年廃刊、九件)、『イーブンニュース』(兵庫県、六件)、『エソール』(広島県、五件)、『ウィル』(愛知県、四件)、『WAVE』(神奈川県、四件)などがあげられ、また、「送られてくるもの」を「よくみる」としたところが二〇件みられた。

区市町村レベルでは、「送られてくるもの」を「よくみる」と回答したところが二七件と最も多かった。また、具体的な誌名があげられたのは、『らぶらす』(世田谷区、九件)、『フォーラム通信』(横浜市、九件)、『CREO』(大阪市、六件)、『MOVING』(北九州市、五件)などである。

その他のよく読まれているものとしては、必ずしも自治体等が刊行する公的広報誌ではないが、『女性教養』(当時、現在『We learn』)(当時日本女子社会教育会館、現在女性学習財団)、『女性展望』(市川房枝記念会)、『女性情報』(パド・ウィメンズ・オフィス)が複数あげられていた。

(3) 印象に残っている女性広報誌

これらとは別に、これまでに見た女性広報誌の中で印象に残ったものを一つだけ書き出してもらい、合わせてその理由をたずねた。その結果、最も多かったのは、『SUN』(所沢市)で、七人の回答者によってあげられた。その理由を記した「一つのテーマで男女共同参画を多面的にとらえる手法が印象的」、「内容が豊富で読み応えがある」、「充実した内容」などの自由記述が示しているように、三二ページという豊富な誌面スペースを生かした充実した

内容が好印象を与えているようである。ついで二番目に多かったのは、六人からあげられた「らぶらす」(世田谷区)である。「イラストのタッチが親しみやすく、内容も読みやすい」「色づかい、カットがよく読みやすい。デザイン的である」などの記述にみられるように、デザインやカラーなどのセンスのよさや読みやすさが好感を持たれたようである。

このほか、「ウィル」(愛知県)、「フォーラム通信」(横浜市)がそれぞれ四人によってあげられていたが、前者は「ポリュームがあり内容が充実している」のように内容が、後者は「内容は理解しやすく、デザインも斬新」など、新聞のようなスタイルが評価されている。また『江東の女性』(江東区)、『コーヒー入れて』(三鷹市)もそれぞれ三人からあげられ、いずれもページ量とレイアウトのよさが、印象に残った理由とされていた。

今回調査対象となった女性広報誌が、前号(上)に示されていたように、全体としては八ページものが過半数を占め、また経験年数の比較的短い担当者によって企画・編集が行われている現状の中で、上位にあげられた女性広報誌は、ページ量の多さとレイアウトのよさが印象をよくしているようである。ページの豊富さが内容の充実度を上げ、レイアウトのセンスのよさが読みやすさを生む、ということなのだろう。

(4) 男女共同参画への関心

回答者が、女性広報誌を担当する以前から、男女共同参画(女性問題・男女平等問題)に関心があったかどうかをたずねたところ、図 36 に示されているように、「おおいにあった」が一七・四%、「少しあった」が三五・三%で、両方合わせて五割強であった。これに対し、担当するまで関心が「あまりなかった」人が三三・三%と三人に一人みられ、「まったくなかった」人も一二・六%と一割強存在した。

これを女男別にみると、図37に示したように、女性は、「おおいにあった」が二〇・六%、「少しあった」が三八・二%で、合わせて六割近くが関心派であったが、男性では、「おおいにあった」が八・〇%にとどまり、「少しあった」の二八・〇%と合わせた関心派の割合は四割に満たず、ここでもジェンダー・ギャップがみられた。男性の回答者が「男性である」がゆえに、配置転換されるまで男女共同参画に関心がなかったことは想像に難くないが、このような結果は、庁内において男女共同参画問題・ジェンダー問題がまだ主流化(メインストリーミング)されていないことの証左でもあろう。

(5) 男女共同参画に関する学習

図38は、男女共同参画に関して、回答者がどのような学習をしているかをたずねたものである。その結果、「男女共同参画社会基本法を読んだ」とする人は九九・〇%とほぼ全員で、また、「男女共同参画の研修を受けた」人は、八六・五%、「男女共同参画の学習を積極的に行っている」は八二・一%と、いずれも八割台に達している。

つぎに、女性広報誌の担当になる以前は男女共同参画に関心が薄かった層が、担当になるとともに学習を行うようになるのかどうかを知るため、この「男女共同参画の学習を積極的に行っている」とかという質問への回答と、先に示した以前からの男女共同参画への関心度とをクロス集計した(グラフは省略)。その結果、以前からの関心派(「おおいにあった」+「少しあった」)は、八八

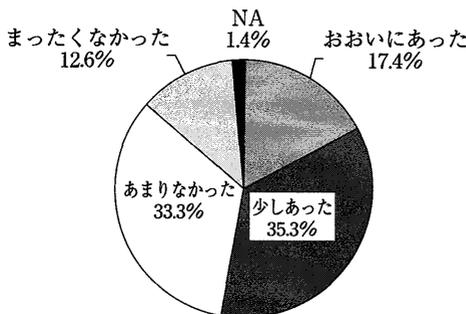


図36 女性広報誌担当前の男女共同参画への関心度

%が男女共同参画に関する学習をしている一方、無関心派（あまりなかった）+「まったくなかった」は、七七%が現在学習をしていることが判明した。このように、男女共同参画に無関心だった層も、以前から関心を持っていた層に比べれば割合はやや低いものの、ひとたび担当になれば、かなりの人が男女共同参画についての学習に積極的に取り組むようになるようである。

男女共同参画に関する
研修・学習の有無を女男

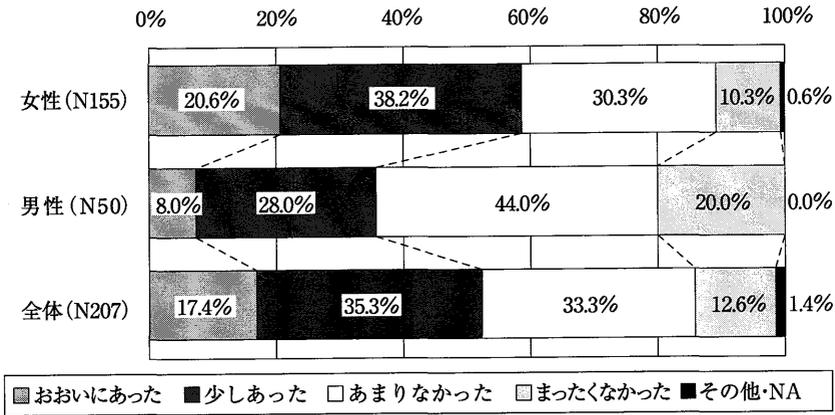


図37 女男別女性広報誌担当の男女共同参画への関心度

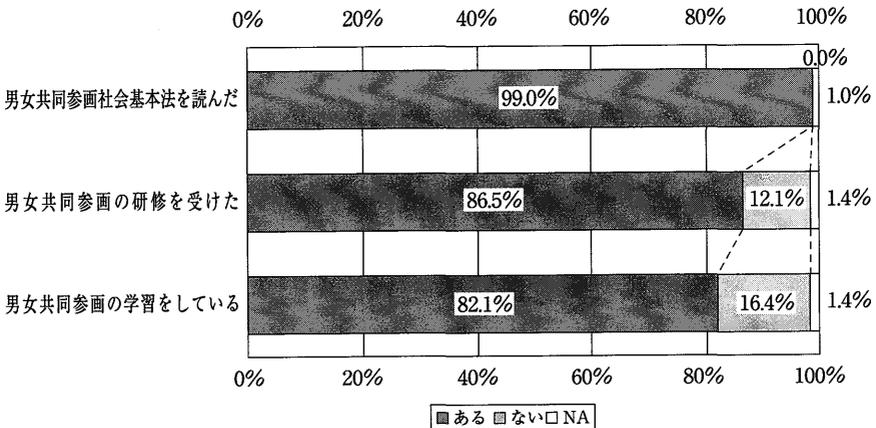


図38 男女共同参画に関する学習経験

69 自治体における女性広報誌発行の現状(下) (田中ほか)

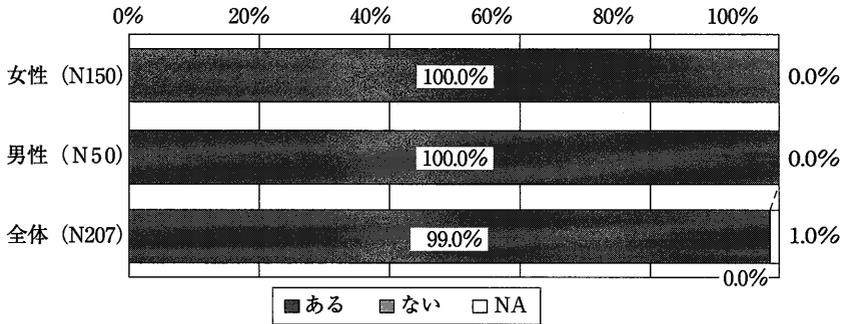


図39 女男別男女共同参画社会基本法を読んだことの有無

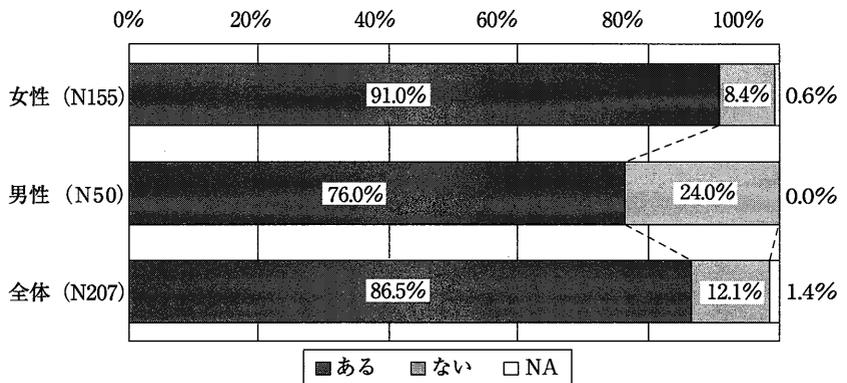


図40 女男別男女共同参画研修受講の有無

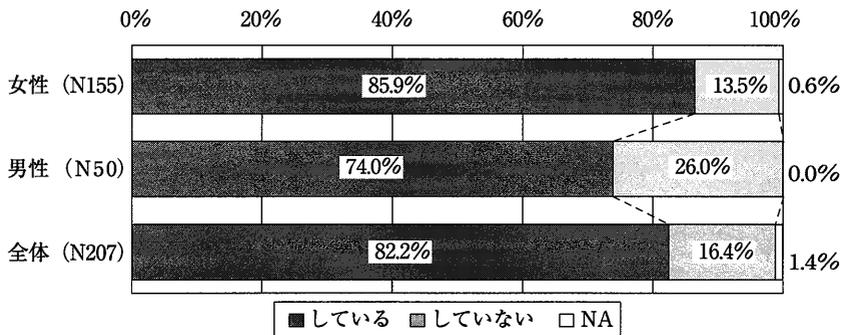


図41 女男別男女共同参画の積極的学習の有無

別にみたのが図 39、図 40、図 41 である。「男女共同参画社会基本法を読んだことがある」女性は、九一・〇%と高率なのに対し、男性は七六・〇%にとどまっている(図 40)。また、「男女共同参画の学習を積極的にしている」女性は一八・九%であるのに対し、男性は七四・〇%にとどまっており(図 41)、ここでも男性がより低率の傾向がみられる。

(6) ジェンダー意識

女性広報誌の企画・編集に携わる担当者が、どのようなジェンダー意識を持っているのかを探るため、設問に、「子どもが小さいうちは、母親が家にいるのがよい」「女の子は女の子らしく、男の子は男の子らしく育てるのがよい」「家事は夫婦で半分ずつやるのがよい」の三つを用意して、それらの賛否をたずねた。その結果、図 42 にみられるように、「子どもが小さいうちは、母親が家にいるのがよい」に関しては、八一・二%が、また「女の子は女の子らしく、男の子は男の子らしく育てるのがよい」に関しては、九〇・八%が反対の意向を表明した。一方、「家事は夫婦で半分ずつやるのがよい」については、七三・九%が肯定的意向を示した。おおむね七く九割の回答者が、性別役割を固定化する考え方について批判的な考えを表明しており、総じてジェンダー平等の意識は高い方であるといつてよいだろう。

しかしながら、女男別では、ジェンダー意識に差がみられる。図 43、図 44、図 45 は、上記三問への回答結果を女男別にみたものである。まず、「子どもが小さいうちは、母親が家にいるのがよい」に関しては、女性では、「そうは思わない」という回答が八九・〇%を占めたのに対し、男性では六〇・〇%にとどまっており、男性において育児は女性の仕事であるとの考えがより強いことが明らかとなった。つぎに「女の子は女の子らしく、男の子は男の

子らしく育てるのがよい」に関しては、女性は九四・二%が「そうは思わない」と回答をしたのに対し、男性のそれは八四・〇%で、一〇ポイントの差がついた。また、「家事は夫婦で半分ずつやるのがよい」に関しては、女性の七八・七%が肯定しているのに対し、男性の肯定は六二・〇%と、開きがみられた。いずれの回答においても、女男の考え方の間に一〇〜二九ポイントほどの開きがあり、女性より男性の方に、ジェンダー平等に対して保守的な傾向がみられるようである。

3 男女共同参画に関する情報行動

(1) 情報収集媒体

多くの行政職にあつては、担当業務に関連した法令、国や他の地方自治体の動き、民間メディアの報道内容、地域住民のニーズなどに関するさまざまな情報を収集することが求められる。男女共同参画行政事業の一環である女性広報誌の担当者も、例外ではあるまい。

そこで、回答者たちが、男女共同参画についての情報を、ど

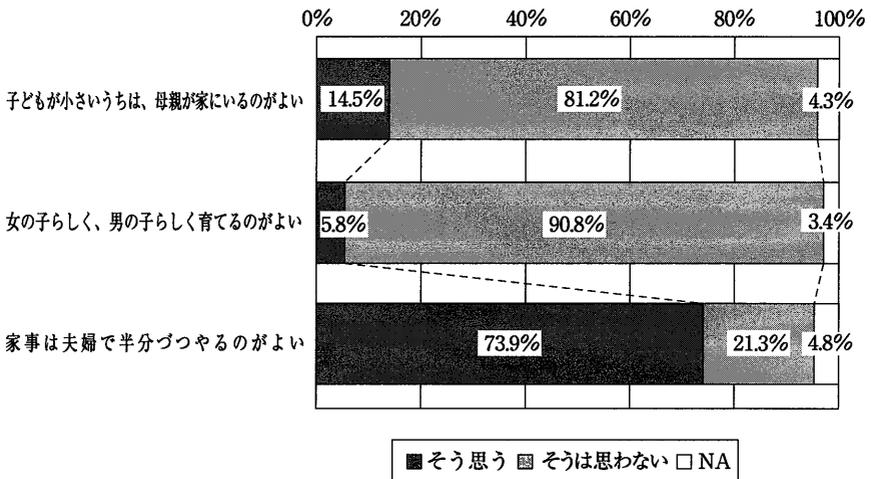


図42 回答者のジェンダー意識

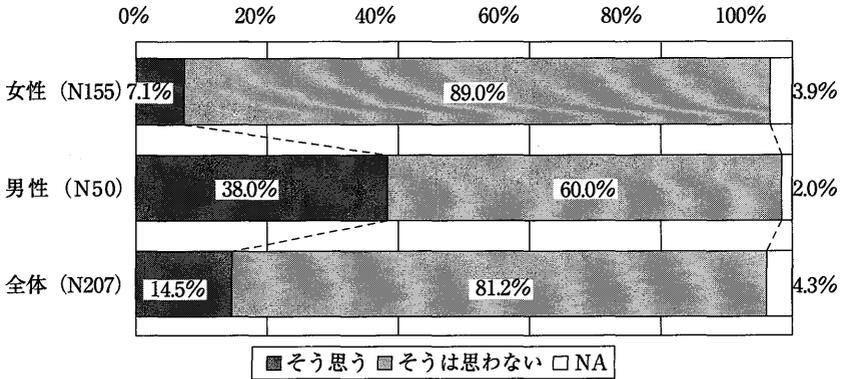


図43 女男別子どもが小さいうちは、母親が家にいるのがよい

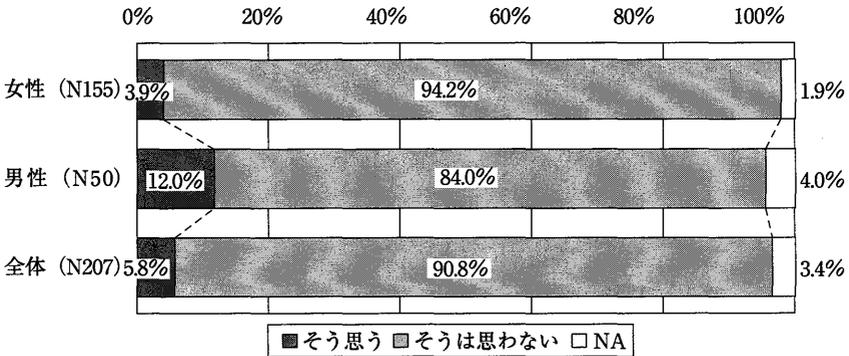


図44 女男別女の子は女の子らしく、男の子は男の子らしく育てるのがよい

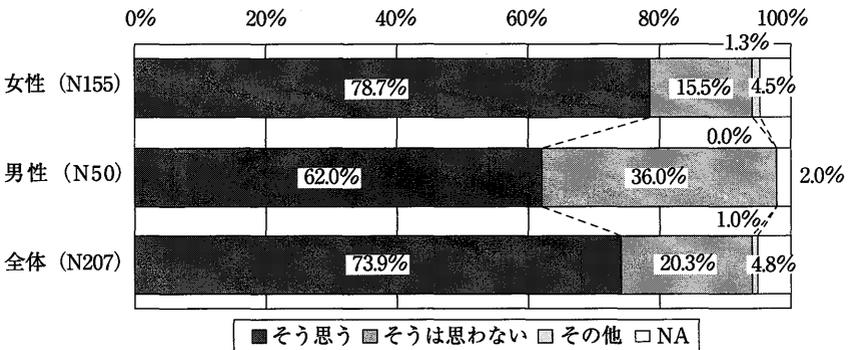


図45 女男別家事は夫婦で半分ずつやるのがよい

のような媒体から得ているのかをたずねた（主なもの三つ以内の複数回答）。その結果、図46に示されているように、上位にあげられたのは、新聞（六七・六％）、行政広報誌（五九・九％）、書籍（四〇・一％）、政府刊行物（三八・六％）、切り抜き情報誌（二五・六％）であった。これを女男別にみると、図47に掲げたように、書籍、政府刊行物、切り抜き情報誌は女性に用いられる割合がより高く、新聞、行政広報誌、ウェブサイトは男性に用いられる割合がより高い。

(2) 情報収集に利用する施設・サービス

つぎに、回答者たちが、男女共同参画に関する情報を収集するため、上記の媒体とともにどのような施設やサービスを利用しているかをたずねた（主なもの三つ以内の複数回答）。その結果、図48にみられるように、男女共同参画についての講座・講演会が六〇・九％と半数以上を占め、ついで所管内の女性施策担当者（四〇・一％）、所管内の女性センター（三四・八％）、地域の女性政策担当者（二九・五％）、地域の女性センター（二九・五％）があげられた。その他（三・九％）として具体的にあげられたのは、「インターネット」や「NGOで活動している人」などである。

これを女男別にみると、図49に示されているように、男女共同参画についての講座・講演会、地域の女性センター、所管内の女性センターは女性に利用される割合がより高く、所管内の女性政策担当、地域の女性政策担当は男性に利用される割合がより高い。概して女性の方が、情報収集にあたってフットワークが軽く、多様な施設・サービスをより多く利用し、情報収集にあたっていているようである。

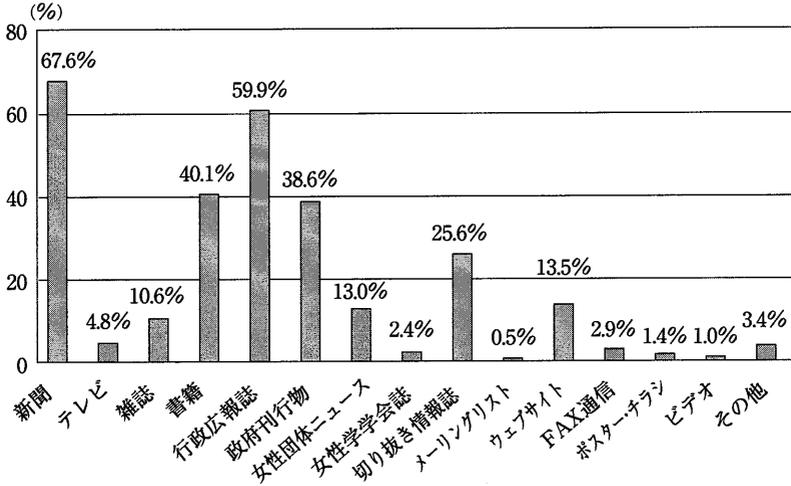


図46 男女共同参画情報収集媒体

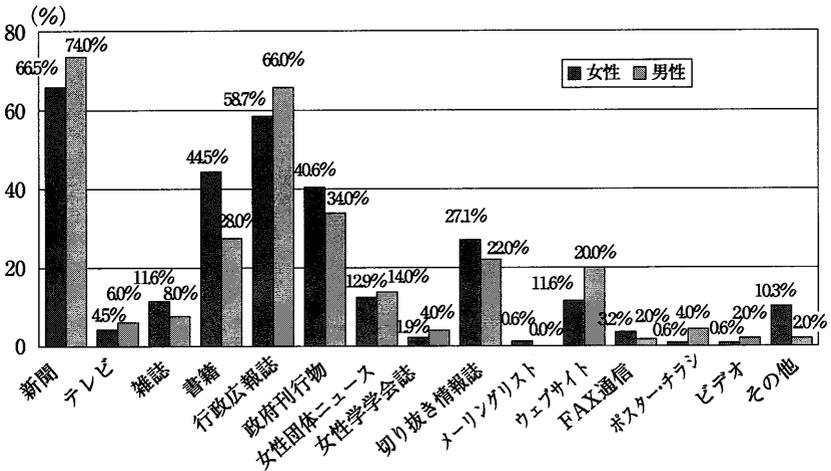


図47 女男別男女共同参画情報収集媒体

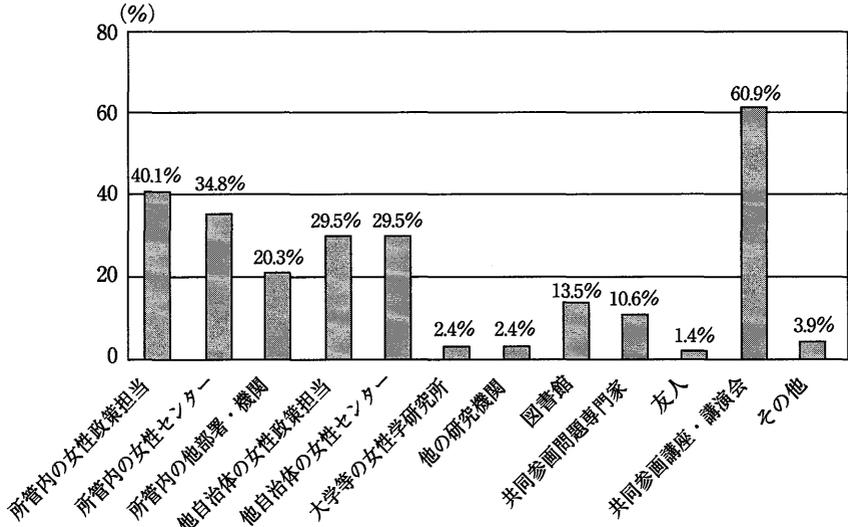


図48 男女共同参画情報収集のための利用施設・サービス

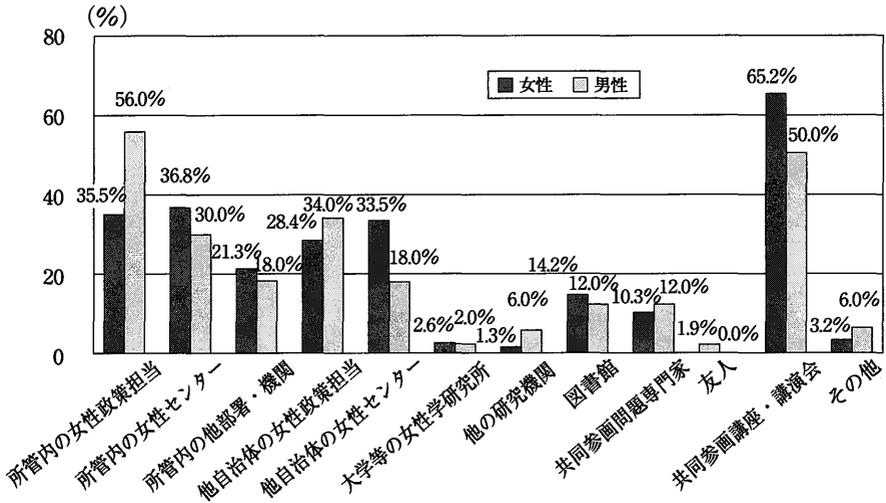


図49 女男別男女共同参画情報収集のための利用施設・サービス

4 女性広報誌に関する意識

(1) 充実させたい情報

女性広報誌の担当者は、男女共同参画(女性問題・男女平等問題)情報の中でも、どのようなテーマに関する情報を充実させたいと考えているのだろうか。本調査では、三五のテーマの中から、優先度の高い順に五つまで選んでもらった。

図 50 は、一位にあげられたテーマに五点、以下二位に四点、三位に三点、四位に二点、五位に一点を与えて計算した集計結果を示したグラフである。これをみると、「地域の女性政策・男女共同参画」が五九六点と他項目に抜きん出てトップにあげられており、女性広報誌が何よりもその地域における男女平等・男女共同参画の実現を最重要目標と位置づけていることがわかる。以下、二位に「ジェンダー」(三七一点)、三位に「国の女性政策」(二六一点)、四位に「女性と暴力」(二三九点)、そして五位に「女性の生き方」(一九一点)があげられている。

つぎに、充実させたい情報のテーマとしてこれらに続いてあげられたのは、「女性と労働」(二五八点)、「人権」(二二四点)、「男性の生き方」(八四点)であった。一方、政治、年金・税制、高齢社会などをあげた人は少なく、また施設案内、催し物案内、行政案内などの案内情報も優先度は高くなかった。

さらに、どのテーマに関する情報を充実させたいと考えているかを女男別にみてみると(グラフは省略)、上位五位は、女性では「地域の女性政策」(四四七点)、「ジェンダー」(二九七点)、「国の女性政策」(一八七点)、「女性と暴力」(二七五点)、「女性の生き方」(二四五点)の順、男性では、「地域の女性政策」(一四九点)、「ジェンダ

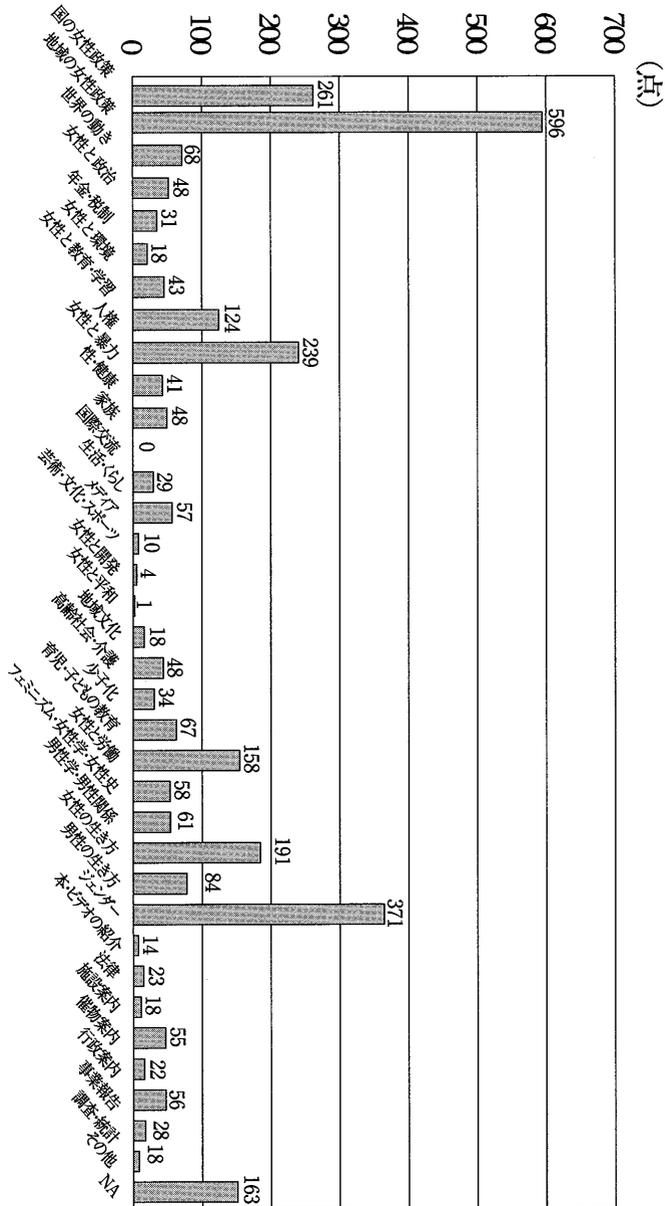


図50 充実させたい情報 (単位：点)

「(七四点)、「国の女性政策」(七四点)、「女性と暴力」(六四点)、「女性の生き方」(四六点)の順となり、充実させたい情報の優先順位には、性別による違いはみられなかった。ただし、女性では、「ジェンダー」と「国の政策」の得点間に大きな開きがあり、「ジェンダー」のウェイトが高かったのに対し、男性では、「ジェンダー」と「国の政策」とが同じ得点で、ウェイトが等しい点が異なっていた。

なお、充実させたい情報のテーマとして、一位にあげられたものの単独での集計も行ったが(グラフは省略)、前述の加重計算したものとほぼ同様の傾向を示している。具体的にみると、最も多くあげられたのは「地域の女性政策」で四〇・六%、ついで「ジェンダー」二〇・三%、以下、大きく離れて「国の女性政策」七・七%、「女性の生き方」五・八%、「女性と暴力」五・三%が続いた。

(2) 女性広報誌の周知度・有用性

それでは回答者たちは、自らが企画・編集・発行している女性広報誌の周知度や有用性について、どのような認識を持っているのであろうか。

まず、広報誌の周知度に関しては、図 51 に示したように、「広報誌は、地域でよく知られている」かとの問いに六四・七%、回答者のおよそ三分の二が「そうは思わない」と回答したのに対し、「そう思う」とした者は三〇・九%にとどまった。このように、女性広報誌の地域での周知度はあまり高くないと考えられているようである。

その一方で、女性広報誌の有用性に関しては、「地域の男女平等意識の形成に役立っている」と考える回答者は八五・五%と多く、また「行政職員の男女平等意識の形成に役立っている」とする者も、七二・四%にのぼっている。もしこのように、女性広報誌が地域における男女平等意識の形成に役立っているとの前提に立つならば、今後

は、女性広報誌を地域に浸透させるためのあらゆる手だてを考え出すことが、重要な課題となるだろう。前号(上)で紹介したように、全戸配布をしている自治体は三〇にとどまったが、男女共同参画社会基本法に明文化されている「地方の責務」を果たすためにも、自治体による地域の人たちへの有効な広報対策が望まれる。

図52、図53、図54は、女男別にみた女性広報誌の地域での周知度および有用性に関する回答者の認識である。興味深いのは、「地域で知られている」か否かに関して、「そう思う」人が、女性においては二七・七%にとどまるという、より「悲観的」傾向が、男性においては四二・〇%いるという、より「楽観的」傾向がみられた点である。このように、女性広報誌に対する住民の認知度に関する認識には、女男差が生じている。

一方、「地域の平等意識形成に役立っている」か否かについては、「そう思う」が女性で八七・一%、男性で八四・〇%と、ほとんど差がみられなかった。また、「行政職員の男女平等意識の形成に役立っている」か否については、「そう思う」が、女性七四・九%に対して、男性六八・〇%と、女性の方が庁内における平等意識醸成にあたっての女性広報誌の有用性について、肯定的な評価を下す割

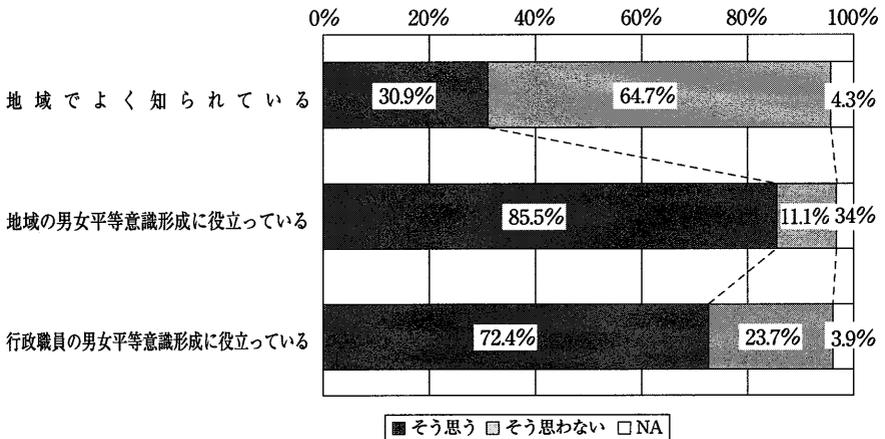


図51 女性広報誌の周知度および有用度

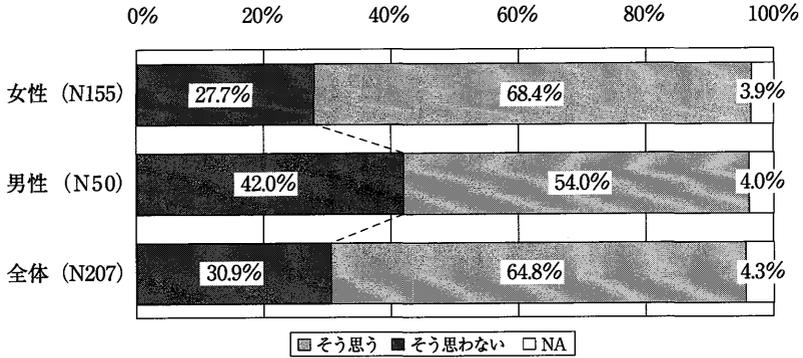


図52 女別女性広報誌は地域でよく知られている

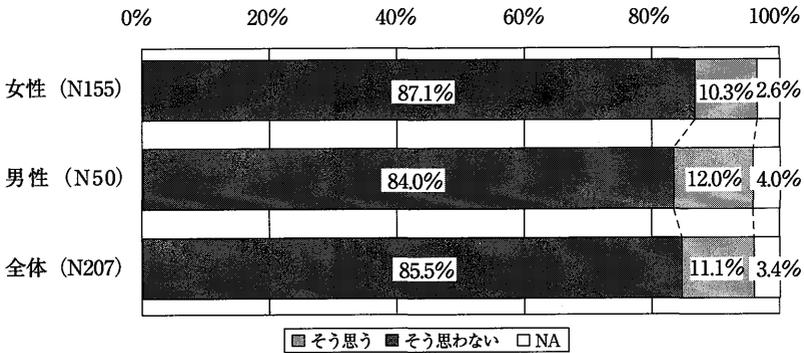


図53 女別女性広報誌は地域の男女平等意識形成に役立っている

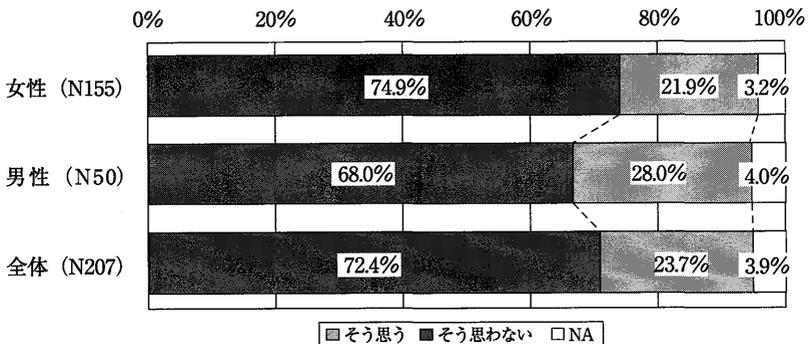


図54 女別女性広報誌は行政職員の男女平等意識形成に役立っている

合がより高かった。

(3) 編集・発行にあたっての苦勞

先にも述べたように、回答者は、平均担当年数が、一・五八年と、女性広報誌の企画・編集経験がかならずしも長くはない。そうした回答者に、広報誌の企画・編集・発行に際して苦勞していることはどのようなことかを、七項目に分類してたずねると同時に、苦勞の具体的な内容を記述してもらった。

その結果、図55にみられるように「企画・編集の技術面」での悩みが最も多く、回答者の半数にあたる四九・三%があげ、以下「人材面」四一・一%、「予算面」三九・一%、「時間(締切り、納期など)」三四・三%が続いた。

「企画・編集の技術面」での苦勞に関する具体的な記述としては、編集割り付けや書体など、レイアウト、デザイン等の専門知識・専門技術の不足に関するものが最も多く、また見出しづくりや言語表現の難しさ、読んでもらうための工夫の難しさ、企画の難しさやトピックへのアプローチの難しさ

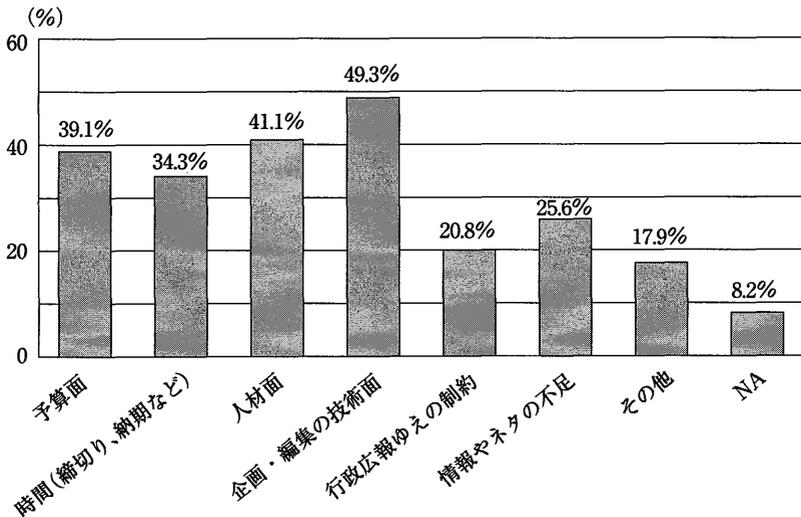


図55 企画・編集・発行にあたり苦勞していること

などがあげられていた。「職員も未熟であり、特に企画編集などに携わったことのない者ばかりのため、毎回不安だらけの発行である」「市民公募のボランティアスタッフでの対応は、専門性を求めていく上で限界がある」などは、その典型的な記述である。

つぎに、「人材面」での苦労に関する自由記述では、公募編集委員の応募が少ないための選定・人員確保の困難さをあげるものが最も目立った。ついで、担当者が少ないための忙しさや企画・編集上のいきづまり、女性問題および編集技術に関する専門性をもったスタッフの不足、また公募委員とのおよび公募委員間の意識の違いに由来する協働の難かしさ、などがあげられている。

第三に、「予算面」に関しては、予算不足による発行部数の制約についてふれるものが、自由記述の大多数を占めていた。全戸配布をしたいができない状況、予算が削られて全戸配布をやめなければならなくなった状況などが綴られている。また、予算不足ゆえの発行回数少なさ、ページ数の少なさ、カラーページの少なさ、印刷の質の低下などにも言及がなされており、中には内部印刷に切り替えたというところもみられた。このほかに、取材費や謝礼が出せないことなどについての悩みも綴られていた。

第四に、「時間」に関しては、公募編集委員との時間調整の大変さが多くあげられている。公募の外部委員には、日中仕事をしている人や、逆に日中しか空かない人など、さまざまな人がいるため、そのスケジュール調整が大変であり、また業務時間内に編集会議をもつことが難かしい場合がある。自由記述では、そういった困難さが述べられていたほか、他の業務をこなしながらの編集・発行の大変さ、年二回から四回の発行に追われがちなことなども多く言及されていた。

このほか、回答者の四分の一があげていた「情報やネタの不足」に関しては、市民活動についての情報不足、人

材ネットワークの乏しさなどが、また、二割の人があげた「行政広報誌ゆえの制約」に関しては、中立性への配慮、誰にでも受け入れられるような内容にするための配慮、内容が堅くなりがちなことなどが、苦勞する点としてあげられていた。

以上の回答からは、スタッフ不足と厳しい予算状況の中で、半ば「素人」の市民と協働し、他の業務と兼務しながら定期発行を継続していかねばならない苦勞が推察される。最も多かった技術面での困難さに関していえば、たとえば、国や大都市の女性センターなど、予算的にも、人材ネットワークの上でも比較的余裕のあるところが、より小規模な自治体の担当者や公募市民向けに、編集スキル研修を行うようなことはできないだろうか。また、女性広報誌の企画・編集方法をわかりやすく解説したテキストを作れば、より多くの担当者の利用に供することができると考えられる。

5 女性広報誌発行および女性行政に関する意識

(1) 自由記述内容の内訳

今回のアンケート調査においては、最終の部分で、女性広報誌の発行および女性行政に関して、回答者が日頃考えていることを自由に記述してもらった。その結果、全部で六八件の自由記述が寄せられた。記載率は三二・九％で、回答者の三人に一人が記述を行ったことになる。

内容は、女性広報誌発行に関するものと女性行政に関するものとに大きく二分され、一記述中に複数の内容が含まれるものは、一内容一件としてカウントしたところ、女性広報誌に関するものが六二件、女性行政に関するもの

が一三件となった。

女性広報誌発行に関する自由記述は、さらに六つに分類することができ、その内訳は、①読者層の拡大に関するもの二八件、②配布機会の拡大に関するもの八件、③誌面内容の工夫に関するもの八件、④市民のエンパワーメントに関するもの八件、⑤ジェンダー問題の難しさに関するもの四件、⑥その他六件であった。

女性行政に関する自由記述一三件に関しては、意識改革の難しさに関するもの、庁内の取り組みに関するもの、そして行政の仕組みと女性施策に関するものにおおむね三分された。

(2) 女性広報誌発行に関して

① 読者層の拡大

女性広報誌の発行に関する回答者たちの最も切実な願いは、自分たちが企画・編集・発行する広報誌を、いかに多くの人たちに読んでもらうかということのようである。女性広報誌発行に関する記述のうちの三割が、読者層の拡大について言及していた。

読者の獲得については、「誰もが手にとって読んでみたいと思う広報誌としたい」のように、広く一般的な読者を指定した記述と、具体的な読者層を指定した記述の二種類がみられたが、後者の方が多かった。

前者の、特にどのような人たちというわけではなく、一般的により広く、一人でも多く読者を増やしたいとする記述の例としては、「いかに広く読んでもらえる広報誌にするか、男女共同参画についての啓発をいかに進めるかが課題である」「幅広く、多くの方々に、広報誌を読んでいただいて、自分たちの身近な問題として、とらえていただきたい」「読者層の拡大が課題となっている」などがあげられる。

一方では、「市民の意識啓発を目的として、女性広報誌が発行されています。底辺を広げることから、女性問題の基礎を繰り返し特集していくこととなります。その点、女性問題をよく勉強され、意識を強く持っている方にはもの足りない内容になっているかもしれないと、知識ギャップのある読者層を同時に対象としなければならぬ現実には戸惑う記述もみられた。女性広報誌の対象を広く措置しようとする、どうしても「広く浅く」の内容になってしまいがちである。このデイレンマを解決する一つの方法として、公的広報には男女共同参画に関する一般的な認知度を高める役割を第一義的に付与し、より高度な知識・情報を求める読者に対しては、他の専門的な媒体・機関を紹介することなどを通じて、発展的な学習を可能にする回路を作り出す工夫が、もつと模索されてよいだろう。

つぎに、具体的な読者層に言及して拡大を望む例としては、「男女共同参画というテーマ、概念を全く聞いたこともない人」「ジェンダーということばを知らない人たち」「男女共同参画に興味のない人」「男性」「若い人」「年配の人」などをあげることができる。女性広報誌の読者拡大には、これら男女共同参画非認知層の各セグメントを対象とした読者開拓が大事であるとらえられているようである。また、「本当にDVや差別に苦しんでいる女性には手がとどかない」「なかなか情報を欲する人に届いていない」という記述もみられ、読んでもらいたい人、本当に情報を必要としている人にはなかなか届いていないもどかしさが表出されている。

ところで、これら読者層の拡大を図りたいという記述の中には、「男女共同参画という内容だけに、市民の大多数の関心が低い」「全てのの人に共感をもつていただけのように」「無理なく理解してもらい」「いかにアレルギーなく読んでもらえるか」などの文言が少なからずみられる。読者に、男女平等やジェンダー問題などに対する一種の「構え」があることが、これらのことばづかいからうかがえ、こういった「構え」のある人びとをどう読者にして

ゆくかが、担当者として悩ましい問題であるようだ。

② 配布機会の拡大

読者層の拡大のため、また必要とする人に広報誌を行きわたらせるためには、媒体の効果的な配布方法や適切な発行部数が吟味されているかどうかも重要である。

配布機会の拡大に分類した自由記述は、「市民の認知度が低い。情報誌の配布方法を検討し、周知度を上げた」「学校の P T A などの組織を利用して配布していく方法が、意識をもってもらいながら配布数を増やしていく方法の一つと考えている」「予算、スタッフがもっと充実すれば年四回(季刊)くらいの発行が望ましい」などの、地域住民への周知度向上のための広報誌の配布方法・配布先・発行回数等について言及するものが中心となっている。なかには全戸配布の希望を表明した回答者も数名いた。

しかし、一方においては、既存の紙媒体における予算、ページ数、発行回数、配布場所などの制約から、今後は「必要なときにいつでも取り寄せできるようにするため、早くウェブサイトに掲載することができるようになればいいと思っている」「誰もが、いつでも、情報を入手できるような手段(インターネットの活用)を考えていきたい」「メディアが多様化している中で活字による広報誌では限界がある」といったデジタル媒体利用への意向を示唆する記述もみられた。

現在多くの自治体が、自らのウェブサイト(ホームページ)を有している。今後は、右に引用したような理由から、女性政策に関する広報のウェブ配信を行う自治体が増えてゆくと推測される。一から女性広報誌専門のホームページをデザインし、入力し、また、つくりあげたものを更新、メンテナンスしていくためにはかなりの予算が必要であろう。それに対し、制作した女性広報誌を P d f ファイル化し、すでにある自治体のウェブに掲載するだけ

ならば、比較的低予算ですむと考えられる。pdfファイルにするにしても、そのものとなる紙媒体の広報誌を少数でも作らなければならないだろうが、その場合、大量の印刷部数を確保する必要はない。そこで節約された予算だけ、紙媒体のページ数やカラーページの量を増やすことができるだろうし、配布場所をどこにするかに頭を悩ますこともなくなるだろう。また、読者は、自治体のホームページにアクセスすれば、いつでも女性広報誌のバックナンバーをみるができるため、広報誌を保存する必要がなくなる。

現状では、パソコンの所有率・普及率はまだ充分ではなく、またパソコン操作のスキルの修得が不十分で不得手な人がいるといった問題が存在するなど、女性広報誌のウェブ化が、「切実に情報が欲しい人」に確実に到達する手段となるには、まだかなりの時間を要しそうである。

③ 誌面づくり・誌面内容の工夫

「広報誌は、啓発の手段として大変有効だと思えますが、読んでもらえなくては何の意味もないと考えます。何を求められているのか、何を伝えなくてはならないのかを考え、『読みたくなる』広報誌を発行することが大切だと思います」という記述にみられるように、自由記述には、広報誌のテーマや切り口、編集の仕方など、誌面づくりや誌面内容について述べたものも多い。これら誌面づくり・誌面内容の工夫についての記述はおおよそ四つに分けられる。

第一は「わかりやすい誌面づくり」についてで、たとえば「男女共同参画の推進は、情報提供の充実がキーワードと思われる。今後もわかりやすい紙面づくりを目指し、市民への情報提供に努めたい」「ジェンダーという言葉を知らない人たちにも、わかりやすく、読みやすい広報誌にしたい」「時宜に応じたテーマについて、ジェンダー、男女共同参画の視点から、いかにわかりやすく表現できるか」などがそれぞれにあたる。

わかりやすさは、第二の「テーマ選び」ともかかわってくる。「広報紙で取り上げるテーマについて毎回頭を悩ませている。国内外の動きを素早くキャッチし、タイムリーに活字にすることも大切だが、地域の実情に合わせ、市民に、抵抗なく受け入れられる紙面づくりが必要だと思う」「どのようにすれば身近なところまで近づけるのか、さらには手にとっていただけのかを考えています」「なるべく身近な問題を取りあげる必要がある」などのように、「身近さ」がテーマ選びの要諦であるとの指摘がみられた。

上記はいずれも内容のわかりやすさ・身近さに関する言及だが、第三に「デザインのみやすさ」を第一義的に掲げ、「広報誌はまず手にとってもらうことが大事。内容はもちろん大切だが、デザイン面も重視して作成していきたい」といった記述もみられた。

さらに、第四に、広報誌の「継続発行」という特性をとらえて、「広報誌というのは、継続して発行できるといふ特徴があるので、正面から『男女共同参画』を解説してしまうのではなく、一号ごとに、切り口を変え、全体として読者に男女共同参画社会のイメージが伝わるものになりたいと思う」という意見もあった。

④ ジェンダー問題の難しさ

自由記述の中には、「性別を越えた視点の設定の難しさを感じます」「『差別と区別』『男女の特性』をどう考えるか、非常に難しい」といったような、ジェンダーというテーマがもつ難しさをあげるものもみられた。こうした記述には、回答者自身が、まだジェンダーや男女共同参画の問題について十分な認識や知識をもっていないという実情が反映されているように思われる。女性広報誌担当の部署へ配置されてきたものの、これまで自明視してきた自分の両性関係に関する考えと、男女共同参画を推進する担当者として持つべき視点との間の齟齬は必ずしも解消されておらず、それが『戸惑い』となって伝わってくる。

そうであるならばなおさらのこと、どの担当者が女性広報誌部門に人事配置されてきても戸惑わないような、庁内全体のジェンダー問題のメインストーリーミングおよび担当者のジェンダー研修が、切に求められるといえるだろう。ジェンダーのメインストーリーミングの必要性は、「女性行政は生活全般に及ぶもので非常に範囲が広く、広報誌を作る際も、テーマによっては他の部課との関連が深くなり、担当課との調整に気を使う」との記述にも、映し出されている。

⑤ 市民のエンパワーメント

女性広報誌による市民のエンパワーメントに関しては、市民が女性広報誌を読むことによってエンパワーされる側面と、市民が広報誌づくりに携わることがエンパワーメントにつながる側面の、双方に関する記述がみられた。

前者の例としては、「より多くの皆さんに読んでほしい、学習のきっかけ、自分づくり、家庭づくり、地域づくり、そしてネットワークづくりに役立てればよいと思う」「読んでもらえて気づいてもらいたい」「ささやかな情報誌であるが、読まれた方が『セミナーに参加してみよう』とか『この本が読んでみたいな』と読んでくださることを願っている」などのように、ジェンダー問題への気づきや行動に結びつくことが求められている。

また、後者の例としては、「編集作業に、市民の方に入っていたら、それだけで啓発になるのでよいと思います」「公募の市民スタッフがエンパワーメントして、今後地域で活動していく支援をしたい」など、企画・編集・発行に公募委員が入ることが、市民のエンパワーメントにつながるのだという指摘があげられる。

一方、「行政だけで作成するのではなく、市民の視点を大切にしていきたく、市民参加で作成していますが、編集委員の力量、やる気によって、他の作成方法もあるのではないかと思案中です」との記述もあった。公募編集委員の力量不足ややる気の稀薄さに悩む担当者の姿が浮かび上がってくる。

⑥ その他

その他の自由記述としては、「広報の役割は重要」「これからは市民参加で取り組みたい」「読者からの感想や意見がほしい」などのほか、つぎのような記述があった。

一つは、他の職場を定年後に女性広報誌担当となった回答者によるもので、「二〇〇〇年三月定年を迎え第二の職場として今仕事をしています。男女共同参画社会の形成の促進にセンター通信が少しでも役立つよう頑張っているわけです。男女が共に仕事と家庭、地域社会の一員としてバランスの取れた生活を築いていく。今の若い人たちはよい時代に仕事、結婚、出産……と恵まれているなあ!! と感じているこの頃です」と、自分が若かったころの状況と現状を比較した感懐が綴られている。

もう一つは、「専門性を持たない職員(全ての職員が三〜四年で替わるといふ人事異動の対象である)が文責を負うことは相当の困難を伴う」との記述である。既に指摘したような女性広報誌担当セクションの人事に関連して、短い担当期間の間にジェンダー問題を充分理解し、広報責任を果たすことの困難さを訴えるものとなっている。

(3) 女性行政に関して

女性行政についての自由記述は一三件で、女性広報誌に関する記述と比べると少なかった。それらはおおむね、意識改革の難しさに関するもの、庁内の取り組みに関するもの、そして女性行政の仕組みと女性施策に関するものに三分される。

まず第一に、意識改革の難しさについては、「男女共同参画社会実現のための意識改革の難しさを常に感じてい

る」「二一世紀は共生の時代」といわれていますが、今までの社会のしくみや個人の習慣の中で培われた常識に疑問を持つことは、大変難しいことだと思います。今後は、さらに学校現場における男女平等教育を進めていく必要を強く感じています」のほかに、「長い間培われてきた人の意識を変えることは困難なことです。頭で理解しても(学習すれば可)、現実に家庭や地域職場での行動変容まではまだまだ(女性も男性も)。私たちもあせらず、多くの県民のニーズを読みとる努力をしながら、間口・奥行きを深めるための事業展開をしてゆきたいと思っています」「女性政策という」と「男は仕事・女は家庭」という生き方を否定しているように感じる方もいるようですがそうではなく、固定的な役割分担を解消するとともに、様々な生き方の選択肢を広げる政策だということを市民の方々に感じてもらえるよう努力しています」など、意識改革の困難さの認識をふまえて、学校、家庭、職場、地域など、様々な場でこの問題に前向きに取り組みたいとの姿勢が読み取れる。

第二に、庁内の取り組みに関しては、「全庁的な取り組みが必要」「担当課は教育委員会から首長部局へ機構改革が必要。担当者としてやりにくい」「意識啓発のための予算アップ。教育機関との連携」などの指摘があった。これらの記述には、女性行政の効果的な推進は、単に女性政策担当部署だけでは困難であり、女性政策のメインストリーミングと諸部署の連携が不可欠であることが示唆されている。

第三の女性行政の仕組みと女性施策に関しては、「行政主導ではない地域のうねりから活性化していくような女性行政が必要だと思うが、その仕組み作りが非常に難しい」「女性行政の範囲は広く、様々な価値観の上に立ち、施策を絞りこむことが大変むずかしい」「一部の市民・議員だけでなく、庁内、市民に共感の得られる施策は何なのか頭が痛い」「女性施策の評価はなかなか困難で、社会の中での女性問題への理解・認識がどの程度であるのか実感しにくい」など、住民とも協働する女性行政の仕組みづくり、多様な価値観をふまえた施策内容の絞り込み、

女性施策に対する評価などの難しさについての所感が寄せられた。また、「『女性行政』『女性問題への取り組み』として従来取り組んできたことが、『男女共同参画』という言葉に混乱させられているような気がしている」という、「女性問題」から「男女共同参画」へと施策が変わったことに対する戸惑いの声も聞かれた。

VI 女性広報誌の問題点とこれからの課題

1 女性広報誌発行における問題点

本稿では、女性広報誌が、第一期「女性問題・女性行政啓発時代」（一九七七年～一九八五年）、第二期「女性問題・女性行政推進時代」（一九八六年～一九八九年）、第三期「女性行政ネットワーク時代」（一九九〇年～一九九九年）を経て、現在は第四期「男女共同参画社会実現へ向けて」（二〇〇〇年以降）にあるという流れをあとづけたのち、二〇〇〇年一〇月に、全国の自治体の女性政策担当部署および女性センターに依頼して行った、女性広報誌づくりの実態および担当者の意識に関するアンケート調査への二〇七件の回答に関する分析を、前号（上）および本号（下）の二回にわたり行ってきた。その結果明らかになった主要な問題点は、以下の七つに集約できよう。

- 1 スタッフ構成の女男比の偏りの問題
- 2 女性広報誌発行の予算の問題
- 3 女性広報誌の普及度向上の問題

4 担当者の意識の問題

5 企画・編集・制作のためのスキルの問題

6 市民との協働の問題

7 女性広報誌を支える女性政策の問題

本稿の最後にあたる本章では、これらの問題点を要約し、その解決にむけた方途について考えておこう。

2 問題点の解決にむけて

(1) スタッフ構成における女男比の偏りの是正

第一の問題点は、制作スタッフの女男比のアンバランスである。回答のあった二〇七件の行政・委託・公募・その他全スタッフを合わせた全一二九五人の女男比は、八一・八%対一八・二%と、男性は女性の四分の一で、男性のいない広報誌は八六誌(四割)にのぼった。そのうち、制作スタッフの中で最も人数の多い行政担当者(四六四人)の女男比は六六・八%対三三・二%、つぎに多い公募委員(四五二人)の女男比は九二・九%対七・一%である。こうした女男比のアンバランスは、アンケートへの回答者の女男構成にもみられ、大多数が行政職員であると思われる回答者の女男比は、七四・九%対二四・一%であった。

「女性」広報誌という性格上、女性のスタッフが多くなることは、ある程度仕方がない面もあるかもしれない。しかし、「男女共同参画」をうたうからには、構成員のジェンダー・バランスをできるだけ確保したい。女性政策担当部署や女性広報誌担当者には男性の職員を積極的に配置するよう努め、また公募委員に関しても男性の応募を

うながして確保するよう努めるなど、均衡のとれたジェンダー構成をめざすことが求められる。スタッフの異動に関しては、既に述べたように、女性広報誌の制作によく慣れてきた担当者たちが、年度替わりとともに一人もいなくなるようなことがないよう、経験者が必ず一人は残るといったような、継続性の確保可能な交替システムをつくる必要がある。

公募の市民スタッフに関しては、応募者の少なさ、公募委員間の能力差、会合時期の調整の大変さなどが、回答者からあげられていたが、このことに関しては市民との協業の問題として後ほどふれることにする。

(2) 予算の確保と裏付け

第二点めは、女性広報誌の財政的基盤となる予算の問題である。広報誌の年間予算は一五〇万円未満が六割を占め、平均すると一六八万円であった。自治体規模や人口、発行部数など様々な要因があるため、一概に多い少ないはいえないが、予算ゼロ円のところから一三一一万円のところまで、自治体間でかなりのばらつきがみられる。そのため、全戸配布をしたくてもできない、ページ量を増やしたり発行回数を増やしたりできない、業者印刷から庁内印刷に切り替えたなどの声も寄せられている。ちなみに、「企画・編集・発行にあたり苦労していること」という設問に対して、「予算面で」と答えた比率は四割にのぼった。

行・財政改革のかけ声の中で、女性広報誌発行の経済的基盤となる、男女共同参画関連予算が削減されることのないよう、何らかの根拠付けが欲しい。本調査では約八割が、女性広報誌の発行は地域の女性行動計画に明示されていると回答していたが、それらの行動計画に「予算を講じるものとする」といった文言を盛り込むなど、確かな裏付けを与えてはどうだろうか。もとより「部数至上主義」に陥る必要はなく、低予算であってもより効率的・効

果的な内容および配布方法を実現するための方策がもつと考えられてもよい。

(3) 女性広報誌の普及度の上

多くの地域住民に読んでもらいたい、男女共同参画についての認識をもってもらうことが、女性広報誌最大の使命であり、またつくり手の矜持でもある。自由記述回答には、「とにかく手にとって読んでもらうことが第一」「男女共同参画に興味のない人に読んでもらいたい」などのような、読者層の拡大に関する訴えが多く寄せられた。

しかしながら、一方で、女性広報誌の普及度について、「広報誌は地域で知られている」と思う回答者は三割にとどまっている。せっかく人員と予算、時間を投入しているのに、大多数の地域住民に女性広報誌は充分知れ渡っていないと、担当者自身が考えているのである。

普及の指標となる発行部数は、一万五〇〇〇部未満のところが一割を占め、平均は一万三五〇〇部であった。配布先に関しては、公的施設を中心に地域の人びとへの一般配布および庁内の各部署への配布、また他の自治体への配布が、いずれも七〇八割の広報誌でなされていた。また、全戸配布をしているところは一割強であった。こういった発行部数や配布実態が、人びとの女性広報誌認知率とどう関連しているのか、各自治体は広報政策およびその評価のためにも、継続的な世論調査を行って、実際に地元の女性広報誌の認知度とその推移を調べることが必要であろう。

一方で、担当者の九割近くが、「地域の男女平等意識に役立っている」とし、七割が「職員の男女平等意識形成に役立っている」としているように、女性広報誌は社会の平等意識の形成に有用だとの認識が示された。いったん手にとって読んでくれさえすれば影響力はある、ということだろう。予算の都合で発行部数や発行回数を簡単に

増やせない中にあっても、効率的な配布方法や、誌名を浸透させるための関連イベントの開催、他の媒体とのメディアミックスなど、知名度を向上させる方策が必要である。

男性の読者に関しては、女性広報誌の九割が意識しており、男性問題特集もよく組まれている。女性差別を廃し男女共同参画社会を創出するためには、男性への働きかけが重要であり、男性の読者を増やすことが、同時に女性広報誌の普及にも貢献することはいうまでもない。また、読者によるフィードバック方法についても女性広報誌の三五%が何らかの形で取り入れているが、読者からの豊富な「反応」を引き出すために、ハガキのはさみ込みやファックス番号、メールアドレスの記載だけでなく、色いろな仕掛けが求められる。読まれる広報誌づくりのためにも、読者モニター制度などをもうけて反応を引き出し、市民との双方向的なやりとりからニーズをつかむ工夫が、もつとなされる必要がある。

ウェブ配信は、調査時点で二割ほどがおこなっていたが、今後予定しているところを含めると半数を超える。前述したように、メディア・デバイスがまだまだ少なからずみられる現状では、多くの人に情報を行きわたらせるためには、活字媒体での配布が当面主流となろう。だが、コミュニケーション手段のデジタル化にともない、今後は、それほどの予算措置を伴わなくてもすむ、新しい広報活動の展開が期待される。

(4) 担当者のジェンダー意識の向上

四項目に、企画・編集し、制作する担当者たちのジェンダー意識の問題がある。

回答者たちは、国の刊行物をはじめ、他の地域の女性広報誌をよくみており、男女共同参画に関する情報収集行動も、新聞や行政広報誌の閲読、講座や講演会への参加など活発であった。女性広報誌を担当するまで男女共同参

画に関心が薄かった層も、いざ女性広報担当になるとともに勉強をしているようで、男女共同参画社会基本法を読んだり、研修を受講したりして学習を行っている。ただ、女性の担当者の方がこれらの行動に積極的であり、男性は「当事者性」にやや欠ける感がある。

回答者のジェンダー意識をみると、家事分担の平等分担に関しては七割が賛成し、また、子どもが小さいうちは母親が家にいるべき、子どもは女男で育て分けるべきという考えに関しては八〇九割がこれを否定するといったように、ジェンダー平等意識の比較的高い人たちが女性広報誌を制作しているといえそうである。ただし、ここでも男性の反応がやや低めの傾向がみられた。男性の職員が、男女平等意識をいかに自らのものとし得るかが、今後の女性広報誌の発行および男女共同参画政策遂行の重要な鍵の一つとなるだろう。

そのため、初心者だけでなく、定期的に担当職員や公募委員、さらには外部の制作会社・委託スタッフなどに対するジェンダー研修を行うことが必要であろうと思われる。編集レイアウトやイラスト挿入などは、外部の制作会社や印刷会社が行うところが少なくない。企画・制作を「丸投げ」するケースもみられる中、表紙が男女共同参画の趣旨に反していたり、女性の談話がピンク、男性の談話がブルーで色分けされたレイアウトや、女性がエプロン姿、男性が背広姿、といったイラストが使われるなど、いまだステレオタイプな表現を用いているものも少なくない。各自治体につくられつつあるジェンダー表現ガイドラインを、行政内部のみならず、業者に対しても徹底する必要があるだろう。

(5) 制作スキルの習得

女性広報誌の企画・編集・発行にあたって最も苦労している点としてあげられたのは、企画・編集の技術面に関

することで、回答者の五割が、広報メディア制作スキル向上を希求していた。自分自身の専門的な広報制作技術のなさに加えて、公募の編集委員たちの不慣れさを日々感じているのであろう。せっかく作っているのに反応が少く、あまり読まれていないらしいことも、もつと市民を女性広報誌にひきつける技術があれば、と思わせる動機になっっているのかもしれない。また、企画力や取材力、文章力への不安も少なくない。

確かに、公的広報の企画・編集・発行は、かなりの予算をとまうとともに制作スキルが求められもする。しかしながら、男女共同参画の推進・浸透が女性広報誌の最重要課題となる中で、技術的な問題が解決すればそれらが成功するとも単純には考えがたい。ジェンダー問題に対する優れた問題意識や感受性があれば（育てられれば）、企画はおのずと浮かんで、フットワークを使った取材が可能になるとも考えられる。これらの問題意識や感受性は、職員であれ、公募委員であれ、一朝一夕に育ち、身につくものではない。したがって、まず必要なのは、そのような問題意識や感受性をもたらすトレーニングなのかもしれない。制作スキルの研修は、前述したようなジェンダー研修が共時的に行われることによって、十全に有効性を発揮することができると言えるだろう。

今後充実させたい情報としては、地域の女性政策に関することが最も多くあげられ、地域の女性広報誌としての役割が強く認識されていた。「地域性」ということで表紙や特集に地元の人を登場させたり、地域のイベント情報を掲載したり、行動計画や条例の紹介を行ったりなど、地域読者の興味を喚起する紙面づくりが重要だが、同時に、国の施策や世界の流れに関してもバランスよく報じることが必要だろう。

前述したように、ジェンダーの視点を盛り込んだ女性広報誌編集・発行のノウハウをまとめた標準的テキストを作成するところ（ブックレットを出せるような財源のある自治体やNPOの女性シンクタンクなど）が出てきてもよいと考える。

(6) 公募委員のエンパワメントとコーディネーター

課題としてはほかに、読者モニター制度と同様、市民参加の一形態である公募による編集委員の活用問題がある。行政担当者の記述からは、公募委員の能力差や、多様なライフスタイルに帰因する編集会議日程や時間帯の調整に関する苦勞が多いなど、市民とのコラボレーションの難しさが浮かび上がった嗜好である。

担当者には、市民の力をつけ、市民の力を引き出し、コーディネーターする力量が求められている。会合日時に限っては、男性や若年層を含む多様な公募委員がかかわれるよう、専任職員の時間外シフトを組むなどして、設定の工夫がされなければならないだろう。

女性広報誌の最終的な責任や編集権は、担当部署ひいては自治体にあると考えられる。しかしながら、女性政策は行政側からの一方的な施策の実施であってはならないし、また、実際問題としても、行政側の限られたリソースでは、施策も広報も十分に行い得ないであろう。よきにつけ、あしきにつけ、市民へのアウトソーシングが必要となってきた。地域市民との二人三脚でなされるべき女性政策の一環として、女性広報誌づくりの場における公募委員のエンパワメントとコーディネーターは、これからの重要課題であるといえる。

(7) 女性政策の一環としての女性広報誌

女性広報誌は、地元自治体の女性政策(男女共同参画政策)を地域の人びとに伝える重要な情報手段であり、継続して発行することが必要である。女性広報誌発行を継続するためには、まず、女性政策全般を推進する基盤的な財政の裏付けが重要であり、その上で、女性広報誌発行の事業実績を維持するための各年度予算の計上と事業実施計画が必要となる。

女性政策全般の財政的裏付けを確保するためには、男女平等条約（男女共同参画条例）において、自治体の女性政策への取り組みが基本理念としてうたわれ、併せて女性政策への予算措置が、明文化されることが望ましい。また、女性広報誌発行という具体的な事業が継続して行われるためには、女性行動計画（男女共同参画計画）の中に女性広報誌発行事業を明確に位置づけ、年度毎の予算を確保し、人員、仕組みについて全庁的な理解と協力体制を確立することが必要である。

繰り返し述べてきたように、女性政策推進のためには、女性政策相当部署のみがそれを担うのではなく、ジェンダー・メインストリーミングを実現し、各部署間の連携を確固たるものにする必要がある。また、こうした庁内の連携にとどまらず、市民との連携を模索し、協働をおし進めていくことが不可欠である。

女性広報誌は、自治体の女性政策を市民に伝達する役割だけでなく、その政策の是非を市民に問いかけ、相互に議論をたたかわせながら共通理解を図っていく、双方向的コミュニケーションの媒体としての役割も担っている。これらの役割を、女性広報誌がどのように、また、どれだけ果たしているかを、本論（上）（下）で分析した「女性広報誌担当者アンケート調査」と同時に行った「女性広報誌紙面分析調査」から明らかにすることを、次稿の課題としたい。

注

(1) 田中和子・女性広報誌研究会「自治体における女性広報誌発行の現状（上）——担当者アンケート調査を中心に——」『国学院法学』第四一卷第三号、二〇〇三年、一月、三八〜三九頁。

(2) 同、四六頁。

(3) 同、三八〜三九頁。

(4) 同、四六頁。

(5) 同、五一頁。

(6) 総務省が行っている「通信利用動向調査」によると、二〇〇二年末時点でのパソコンの世帯所有率は七二%で、インターネット利用は個人利用率が五五%、世帯利用率が八一%に達している。しかしながら、年代や性によって、パソコン所有率やパソコン・インターネット利用率は異なっている。たとえば、五〇代のパソコン利用率は三五%、六〇代前半のそれは二三%、六〇代後半は一四%、七〇代は六%と、平均を大きく下まわる。

また、インターネット利用率は、五〇代五三%、六〇代前半三三%、六〇代後半一〇%となっている。女男別では、女性のインターネット利用率が五六%なのに対し、男性は六八%であり、ジェンダー・ギャップがみられる。

参考文献

青木玲子「広報誌の果たしてきた役割と課題——一八五誌の分析から」『女性施設ジャーナル』第二号、横浜市女性協会、一九九六年、四二〜四八頁。

青木玲子「女性行政と広報——住民参加を促す双方向性のある広報活動の展開を」『月刊広報』No. 806 日本広報協会 二〇〇二年一月、二二〜二六頁。

井出嘉憲『行政広報論』東京大学出版会、一九六七年。

大久保邦子「女性広報誌にみる作り方の変遷とその視点・国立婦人教育会館情報センターの資料から」『社会教育』No. 4912 全日本社会教育連合会、一九九四年一月、二二〜二二頁。

大沢真理編『21世紀の女性政策と男女共同参画基本法』ぎょうせい、二〇〇二年。

兼子 仁ほか編『広報公聴と情報政策』労働旬報社、一九八六年。

神戸市都市問題研究会『報・公聴の理論と実際』勁草書房、一九八〇年。

小山栄三『行政広報入門』ぎょうせい、一九七五年。

女性広報誌研究会「自治体の女性広報誌発行の現状と担当者の意識」『女性教養』No. 591 日本女子社会教育会、二〇〇二年一月、三〜六頁。

女性広報誌研究会「女性広報誌は男女共同参画を伝えているか——紙面内容の分析を通じて——」『We learn』No. 601 日本女性
学習財団、二〇〇二年一月、三〜六頁。

藤江俊彦『現代の広報戦略と実際』電通、一九九五年。

本田 弘『行政広報 その確立と展開』サンワコーポレーション、一九九五年。

三浦恵次『現代行政広報の社会学』福村出版、一九七二年。

三浦恵次『現代行政広報研究序説』学文社、一九八四年。

三浦恵次『地方自治体の広報活動』総合労働研究所、一九八六年。

横山文野『戦後日本の女性政策』勁草書房、二〇〇二年。

* 本稿は、前号(上)と同様、女性広報誌研究会(代表 田中和子)が、財団法人東京女団二〇〇〇年度民間活動支援事業の助成を得て行った調査研究の一部をまとめたものである。本調査研究の資料収集・集計にあたっては、稲田さと子、村田太郎、田中新、森田系太郎、田宮遊子、須藤典子各氏の助力をいただいた。

* 共同執筆者 たなかかずこ・国学院大学教員、もろはしいき・フェリス女学院大学教員、あおきれいこ・越谷市男女共同参画支援センター職員

Q 5 表紙のデザインを決める時、何を重視していますか。次の1～11のなかから重要だと思う順に3つあげ、その番号を()のなかに記入してください。

- | | |
|--------------|---------------|
| 1 目立ちやすさ | 7 国際性 |
| 2 親しみやすさ | 8 女性問題 |
| 3 美しさ | 9 男女共同参画 |
| 4 女性らしさ | 10 男性の読者 |
| 5 記事内容がわかること | 11 その他(具体的に) |
| 6 地域性 | |
- 1位() 2位() 3位()

Q 6 広報誌発行のための年間予算はいくらですか。
()円

Q 7 広報誌の主な送付先・配布先の番号に○をつけ、それぞれ配布部数を記入してください。

送付先・配布先	部数	送付先・配布先	部数
1 所管内女性センター		10 駅	
2 所管以外の女性センター		11 銀行	
3 庁内各部署・職員		12 郵便局	
4 庁・役所での一般向け配布		13 企業	
5 議員		14 女性団体	
6 他の県・区市町村の女性政策担当部署		15 報道関係	
		16 全戸配布	
7 学校		17 町内会自治会回覧	
8 公民館		18 定期購読者	
9 図書館		19 その他()	

- Q 8 広報誌を現在ウェブサイト（ホームページ）にのせていますか。
- 1 のせている（ 年から）
 - 2 現在のはのせていないが、今後のせる予定である
 - 3 現在のせておらず、いまのところのせる予定はない

- Q 9 あなたの自治体は「女性行動計画」を策定していますか。
- 1 している（最新の計画の策定年 年）
 - 2 していない

S Q 1 「1 策定している」場合、広報誌の発行について「女性行動計画」ないし「推進計画」に明示されていますか。

- 1 されている
- 2 されていない

3 広報誌の企画についておたずねします

- Q 10 読者対象(ターゲット)を特に定めていますか。
- 1 定めている
 - 2 定めていない

S Q 1 「1 定めている」場合、その読者対象(ターゲット)について具体的に書いてください。

()

- Q 11 男性の読者に読んでもらうことを意識していますか。
- 1 している
 - 2 していない

- Q 12 広報誌で、男性問題や男性学に関する特集記事をのせたことがありますか。

- 1 ある（その号数をすべて書いてください）
- 2 これまではないが、今後のせる予定
- 3 これまでのせておらず、今のところのせる予定はない

- Q 13 広報誌で、男女共同参画社会基本法についての特集をのせたことがありますか。

- 1 ある（その号数をすべて書いてください）
- 2 これまではないが、今後のせる予定
- 3 これまでのせておらず、今のところのせる予定はない

Q18 広報誌の企画・編集・発行にあたって、苦勞していること、困難を感じていることがありますか。次の 1～7 のなかで該当するものすべてに○をつけ、() のなかに具体的に書いてください。

- 1 予算面
()
- 2 時間 (締め切り、納期など)
()
- 3 人材面
()
- 4 企画・編集の技術面
()
- 5 行政広報ゆえの制約
()
- 6 記事にする情報やネタの不足
()
- 7 その他
()

SQ1 Q18で選んだ項目のなかで、最も苦勞していること、困難を感じていることを1つ選び、その番号を()のなかに記入してください。
()

4 回答して下さったご本人についておたずねします。

Q19 以下の a～c について答えてください。

- a 性別 1 女性 2 男性
- b 年齢 1 20歳未満 2 20代 3 30代 4 40代
 5 50代 6 60代 7 70歳以上
- c 就業形態 1 常勤 2 非常勤
- d 所属部署 (具体的に)
- e 広報担当年数 () 年 () カ月

Q20 あなたは、他都道府県・区市町村の女性広報誌をどれくらいみていますか。

- 1 よくみる 2 たまにみる 3 あまりみない 4 みない

SQ1 「1 よくみる」場合、それはどのような広報誌ですか。みているものの番号に○をつけ、誌名をすべてあげてください。

- 1 国の広報誌 (誌名))
2 都道府県の広報誌 (誌名))
3 区市町村の広報誌 (誌名))
4 その他の広報誌 (誌名))

Q21 あなたが今までにみた女性広報誌のなかで印象に残ったものがあれば、1つだけ、その誌名、発行所、印象に残った理由をあげてください。

1 誌名
2 発行所
3 理由

Q22 あなたは、広報誌を担当する以前から、男女共同参画（女性問題・男女平等問題）について関心がありましたか。

- 1 おおいにあった 3 あまりなかった
2 少しあった 4 まったくなかった

Q23 男女共同参画（女性問題・男女平等問題）に関して、次のa～cについて答えてください。

- a 男女共同参画社会基本法を読んだことがある
1 ある 2 ない
- b 男女共同参画（女性問題・男女平等問題）について研修を受けたことがある
1 ある 2 ない
- c 男女共同参画について積極的に学習している
1 している 2 していない

111 自治体における女性広報誌発行の現状(下) (田中ほか)

- | | | | | | |
|-----------------|-------------------|---------------|---------|-----|---|
| 1 国の女性政策・男女共同参画 | 2 地域の女性政策・男女共同参画 | | | | |
| 3 世界の動き | 4 女性と政治 | 5 年金・税制 | | | |
| 6 女性と環境 | 7 女性と教育・学習 | 8 人権 | | | |
| 9 女性と暴力 | 10 性・健康 | 11 家族 | 12 国際交流 | | |
| 13 生活・くらし | 14 メディア | 15 芸術・文化・スポーツ | | | |
| 16 女性と開発 | 17 女性と平和 | 18 地域文化 | | | |
| 19 高齢社会・介護 | 20 少子化 | 21 育児・子どもの教育 | | | |
| 22 女性と労働 | 23 フェミニズム・女性学・女性史 | | | | |
| 24 男性学・男性問題 | 25 女性の生き方 | 26 男性の生き方 | | | |
| 27 ジェンダー | 28 本・ビデオの紹介 | 29 法律 | | | |
| 30 施設案内 | 31 催物案内 | 32 行政案内 | 33 事業報告 | | |
| 34 調査・統計 | 35 その他(具体的に |) | | | |
| 1位(|) | 2位(|) | 3位(|) |
| 4位(|) | 5位(|) | | |

Q28 広報誌の発行や女性行政について日頃お考えになっていることをご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。