

國學院大學學術情報リポジトリ

自治体が発行する女性広報誌に関する調査研究： 女性広報誌の内容分析を中心に

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/10.57529/0002000130

自治体が発行する女性広報誌に関する調査研究

——女性広報誌の内容分析を中心に——

田 中 和 子

女性広報誌研究会

- I はじめに
- II 背景となる女性行政の推移と女性広報誌発行の時期区分
 - 1 女性行政の推移
 - 2 女性広報誌の発行時期区分
- III 女性広報誌の属性
 - 1 女性広報誌の収集方法
 - 2 女性広報誌の分析方法
 - 3 女性広報誌の属性
- IV 女性広報誌の表紙
 - 1 女性広報誌の誌名
 - 2 女性広報誌の表紙イメージ
- V 女性広報誌の記事分野
 - 1 誌面内容の分野別傾向
- VI 女性広報誌の特集記事
 - 1 男女共同参画特集
 - 2 その他の特集
- VII 分析結果のまとめ
 - 1 活発に行われている女性広報誌の発行
 - 2 多くの女性広報誌が「男女共同参画」を意識
 - 3 地域性を重んじる女性広報誌
 - 4 調査時点からの男女共同参画情勢の変化と女性広報誌
- VIII これからの女性広報の課題
 - 1 女性広報誌の役割とは
 - 2 女性広報誌から女性広報へ

I はじめに

一九九九年に男女共同参画社会基本法が、成立・施行された。同法は、国と自治体が広報活動を通じて、基本法の理念に対する国民の理解を深める措置を講じなければならぬと定めている(第一六条)。

女性広報誌研究会は、各自治体が男女共同参画の理念を地域の人びとにどのように伝え、また、自らの男女共同参画社会づくりのための政策・施策についての広報活動をどのように行なっているかを研究するため、二〇〇〇年秋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、これらの公的機関が定期刊行している男女共同参画、女性問題・男女平等問題などに関する地域向け広報誌(以下女性広報誌)を収集し、①女性広報誌担当者に対するアンケート調査および②女性広報誌の内容分析を行った。①の担当者アンケートについては、すでに「自治体における女性広報誌発行の現状——担当者アンケート調査を中心に——」(上)(下)として『国学院法学』誌上において報告した⁽¹⁾。

本稿では、後者、すなわち女性広報誌について広報誌タイトル、表紙のイメージ、記事内容、男女共同参画特集、その他の特集記事などを中心に内容分析し、明らかになった知見を踏まえて、これからの女性広報誌のあり方についても考察したい。

II 背景となる女性行政の推移と女性広報誌発行の時期区分

1 女性行政の推移

本調査を行った二〇〇〇年は、「男女共同参画社会基本法」が成立した翌年であり、「二〇〇〇年ニューヨーク会議」が開催された年でもあった。

すでに一九七五年の国際女性年・国連女性の一〇年を通じて、「女性の地位向上」は世界の共通課題となっていたが、日本は、一九七九年に国連で採択された女性差別撤廃条約を一九八五年に批准した。この間、男女雇用機会均等法や国籍法等の女性差別を禁止する国内法の整備や家庭科を男女共修とする学習指導要領の改訂が行われ、条約の中心概念である「固定化された男女役割分担の撤廃」は、自治体の女性行政の中心課題となった。

一九九五年の国連北京女性会議では、「北京行動綱領」が採択され、女性の地位向上のための一二課題がより明確に示された。各自治体では、市町村レベルでの女性行動計画の策定や女性広報誌の創刊がピークに達するなど、一九九五年をエポックとして、日本の女性行政はさらなる新しい展開を見せたが、一九九九年には、男女共同参画社会基本法の制定によって、男女共同参画社会の形成が、「二十一世紀の我が国社会を決定する最重要課題」と位置づけられた。

「国の施策に準じた施策」と「区域の特性に応じた施策」を地方公共団体の責務とした基本法の成立を契機に、女性行政のキーワードは、「男女共同参画」となり、自治体の女性政策担当部署や女性センターの名称の多くが、

男女共同参画課や男女共同参画センターへと変更されることになった。

二〇〇〇年には、三五の都道府県が男女共同参画条例を制定し、その後市区町村においてもこの動きが広がり、男女共同参画条例の制定や基本計画の策定およびそれらの実施が、現在に至るまで女性行政の中心課題となっている。

2 女性広報誌の発行時期区分

こうした女性行政をめぐる状況の推移に関連させつつ、女性広報誌の発行時期を分類してみると、次の四期に分けることができよう。

第一期（一九七七年～一九八五年）——女性行政啓発時代

第二期（一九八六年～一九八九年）——女性問題・女性行政推進時代

第三期（一九九〇年～一九九九年）——女性行政ネットワーク時代

第四期（二〇〇〇年以降）——男女共同参画時代

各期の女性広報誌の特徴については、すでに発表した論文において概観した⁽²⁾ので、ここでは繰り返さないが、本調査が対象とした広報誌は、第四期のものである。この時期を画したのは、一九九九年六月の男女共同参画社会基本法の施行であるが、それに伴い地方公共団体においても、前述のような国の施策に準じかつ地域の特性に応じた施策が推進されることとなった。

しかしながら、市民の多くにとって「男女共同参画」は、初めて聞く言葉であり、男女共同参画社会が、いったいどのような社会であるか、そのイメージはつかみにくい。

広報とはもともと public relations の訳語で、行政や企業による住民や顧客との関係づくりを意味する。すなわち行政や企業の事業活動に対する住民や顧客の理解・協力を得るための、環境づくりや合意形成を行うことを目的として、一般的なマス・メディアや独自の媒体を用いるなどのコミュニケーション・メディアを使って実施されるのが広報である。

そこで、女性広報誌には、男女共同参画の理念とその課題を市民にわかりやすく説明する役割が課せられるところとなるが、同時に、そうした課題の達成に向けた市民と行政の協働のために、双方向コミュニケーションをはかる媒体としての役割も担うことになる。今回誌面分析の対象とした女性広報誌は、一九九九年度最終号という、まさしく女性広報誌が男女共同参画を伝えはじめた時期のものであり、男女共同参画に関する特集を組むものも、四誌に一誌みられた。

III 女性広報誌の属性

1 女性広報誌の収集方法

今回の女性広報誌の内容分析にあたっては、次のような二段階でサンプル誌を収集した。第一は、二〇〇〇年一〇月の「女性広報誌担当者アンケート」（以下担当者アンケート）実施に際し、回答とともに送付を依頼した、二〇〇〇年三月までに発行された一九九九年度最新号である。この担当者アンケートは、女性広報誌を発行している

国、都道府県、区市町の女性政策担当部署および女性センター（男女共同参画センター）二七五カ所の「女性広報誌担当者」に対し、郵送法により行ったが、二〇七カ所から回答を得た。

第二に、回答が寄せられなかったところ、現物の送付がなかったところ、また、適切な号数の広報誌が送られてこなかったところなどは、東京ウィメンズプラザの情報資料室が広範に収集し、閲覧に供している女性広報誌の当該号をコピーし、充当した。その結果、一九九九年度最新号合計二七四誌を収集することができた。

もとよりこれらのサンプルが、二〇〇〇年当時全国で発行されていた女性広報誌の全てを網羅しているとは考えられない。しかしながら、行政資料の収集に定評のある東京ウィメンズプラザ所蔵のもの³⁾を補填し、二七四誌のサンプルが集まったことから、この時期に発行されていた女性広報誌のかなりの部分を手に入れることができたと思われる。

今回の女性広報誌の内容分析の中心は、こうした二〇〇〇年時点での収集誌をもとにしたものであるが、その後の男女共同参画施策の進展による女性広報誌をめぐる情勢⁴⁾の変化を踏まえた上で、本論の最終部分では、今後の女性広報誌および女性広報のあり方についても考えてみたい。

2 女性広報誌の分析方法

本研究における女性広報誌の分析では、大きく分けて次の三つを行った。

第一は、女性広報誌の表紙イメージの分析である。庁舎や公共機関などに置かれて、自由配布されることの多い女性広報誌は、目立ちやすさ、手にとりやすさなど一般的な広報誌の条件をそなえることが必要であるとともに、

女性政策の啓発という側面から、ひと目で男女共同参画や女性問題を扱ったものであることを理解してもらう必要がある。女性広報誌の表紙がそのような演出をほどこしているか否かを一誌ごとに分析シートに記入する方法によって、人物写真やイラスト等に表象された「男女共同参画イメージ」の量的分類を試みた。

第二は、オーソドックスなコンテンツ・アナリシスの手法にもとづいて、全ての記事（表紙・題字などのほか写真・イラスト・図版なども含む）の内容を分野分類し、その量をカウントする、全体的な内容分析である。どの分野の情報が多いかを見ることを通じて、女性広報誌全体の誌面内容傾向のほか、各誌ごとの特徴、発行主体・発行地域ごとの特徴などを明らかにすることを試みた。具体的には広報誌名や発行主体ならびに四五にわたる誌面分野にさかれたページ量を記入する分析シートを作成し（本論末尾の【付録】参照）、一広報誌ごとに、各ページごとの分野の記事から成り立っているか、〇・一ページ単位でカウントしていった。たとえば、一ページ目「表紙」一・〇ページ、二ページ目「女性と教育・学習」〇・三ページ、「本・ビデオの紹介」〇・七ページ」などと数えられたページ量の総和は、広報誌一誌あたりの総ページ量（たとえば八ページ）となる。さらに各誌の相対比較のために、各誌の総ページ量を一〇〇%とした百分比を算出した。

第三は、収集した女性広報誌内で組まれている男女共同参画特集の分析である。一九九九年に成立・施行された男女共同参画社会基本法をある程度のスペースを割いて特集した広報誌が当時かなりあると予想され、それらがどのような内容や形式で特集を行っているかを明らかにしたかった。一誌ごとの分析シートを作成し、男女共同参画特集の内容分類やそこにおける登場人物の属性分析などを行い、量化した。

そのほか、発行主体や判型、ページ量など女性広報誌の基本的属性の分析、誌名の分析、共同参画特集以外の特集記事の分析、一九九四年の「生涯学習情報研究会」調査（以下一九九四年調査）⁶における一八四誌の内容分析と

の比較、二〇〇〇年一〇月の女性広報誌担当者アンケート調査との比較などを適宜行った。分析シートに記入する作業は、国学院大学社会学ゼミの学生・卒業生を中心とする女性広報誌研究会の研究協力者たちが常時複数人で行い、さらに執筆者たちがチェックした。

なお、分析対象誌は、前述したように、担当者アンケートの返送に際して送られてきたものおよび東京ウイメンズプラザで補った「一九九九年四月から二〇〇〇年三月までに出た一九九九年度の最新号」である。しかし、年間一回しか出ないものに対して年数回出ているもの、二〇〇〇年三月に出たものに対して一九九九年四月に出たもの、また四ページのものに対して三二ページのものなど、サンプルにはばらつきがある。さらに、分析した当該号の内容や表紙にしても、前号は全く違ったものであったかもしれないし、また、当該号には男女共同参画特集が掲載されてなかったとしても、前号で既に組まれていた可能性もある。本稿におけるデータには、そういった特性があることを、あらかじめ記しておきたい。

3 女性広報誌の属性

(1) 発行主体

収集された女性広報誌二七四誌が、国、都道府県、区市町の女性政策担当部署や男女共同参画担当部署（以下女性政策担当部署）から発行されているのか、または女性センターや男女共同参画センター（以下女性センター）から発行されているのか、発行主体を見たところ、図1のようになった。女性政策担当部署から刊行され

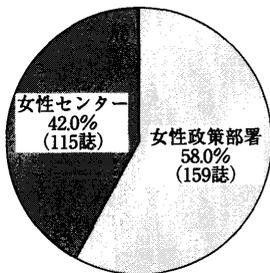


図1 発行主体 (N274誌)

ている女性広報誌は一五九誌、五八・〇％で、女性センターから刊行されている女性広報誌は一一五誌、四二・〇％であった。担当者アンケート（回答二〇七）結果における発行部署は、女性政策担当部署が六七・一％、女性センターが三二・九％であったから、今回の結果も勘案して類推すると、全国における女性広報誌刊行の六〇七割を女性政策担当部署が、三〇四割を女性センターが、それぞれ担っていると考えてよいだろう。

一八四誌の女性広報誌を内容分析した一九九四年調査によると、女性センター刊行によるものは三八誌、比率にすると二一％であった。したがって、この間に女性センター刊行のウェイトが増したことがうかがえる。

女性広報誌の発行を地域ブロック別に見ると、図2に見られるように、国（全国）が三誌、一・一％、北海道七誌、二・六％、東北一六誌、五・八％、関東（東京を除く）六一誌、二二・三％、東京五六誌、二〇・四％、北陸・中部三七誌、一三・五％、近畿四七誌、一七・二％、中国一一誌、四・〇％、四国一二誌、四・四％、九州・沖縄二四誌、八・八％となった。上位の関東、東京、近畿の三地域を合わせると六割に達する。この傾向も担当者アンケートの

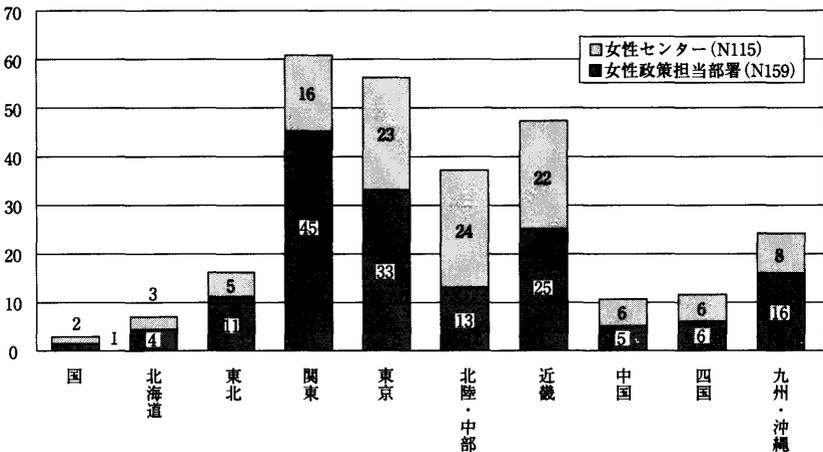


図2 地域ブロック別発行部署（単位：誌）

結果とほぼ同じである。また、発行部署を見ると、東北、関東、九州・沖縄などで女性政策担当部署の発行比率が高く、東京も女性政策担当部署発行の方がやや多い。一方、北陸・中部では女性センターの発行比率が高く、北海道、近畿、中国、四国などでは、女性センターと女性政策担当部署の比率が拮抗している。大まかに言えば、「女性センター数の西高東低傾向」を反映して、西の方の女性広報誌は女性センター発行が多い。これらの傾向も、担当者アンケートとほぼ近似していた。

発行主体を自治体区分で分類してみると(図3)、国が三誌、一・一%、政令指定都市(札幌、仙台、千葉、川崎、横浜、名古屋、京都、大阪、神戸、広島、北九州、福岡の一二都市、さいたま含まず)が一八誌、六・六%、道が三誌、一・一%、都が四誌、一・五%、府が三誌、一・一%、県が六七誌、二四・五%、区(東京都)が二七誌、九・九%、市が一四五誌、五二・九%、そして町が四誌、一・五%となった。

このように、市の発行する女性広報誌が過半数を、都道府県の発行する女性広報誌が三割を占めている。

(2) 女性広報誌を発行する女性政策担当部署

先述したように、女性政策担当部署が刊行する広報誌は一五九誌(六

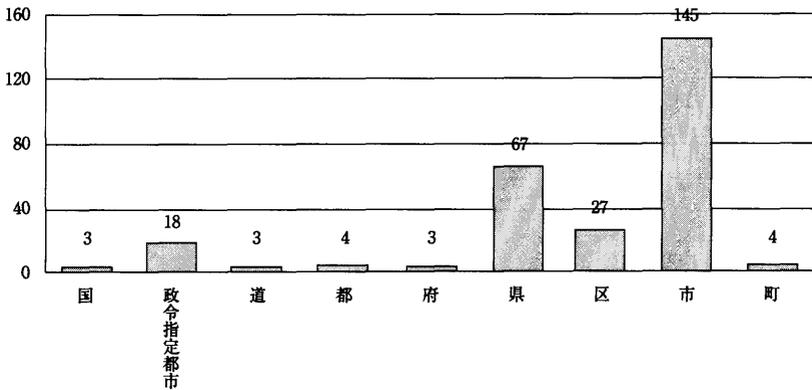


図3 自治体規模別発行分布(単位:誌)

表1 発行主体の部(局)

(単位:誌)

総務 (15)	総務部	15
企画 (26)	企画部	15
	企画調整部	3
	企画財政部	3
	企画県民部(局)	3
	企画管理部	1
	企画総務部	1
生活 (14)	生活環境部	6
	生活文化部	4
	生活部	2
	生活交流部	1
	女性生活部	1
市民 (21)	市(区)民部(局)	15
	市民生活部	4
	市民総務部	1
	市民共生部	1
県民 (4)	県民生活部	1
	県民生活環境部	1
	県民環境部	1
	県文化環境部	1
環境 (8)	環境生活部	7
	環境部	1
文化 (3)	文化部	1
	文化振興部	1
	文化児童部	1
政策 (3)	総合政策部	1
	政策経営部	1
	政策管理部	1
児童女性 (2)	児童女性部	2
人権 (6)	人権文化部	2
	人権部	1
	人権対策部	1
	人権推進部	1
	人権啓発室	1
教育委員会(12)	教育委員会	11
	生涯学習部	1
福祉部 (2)	福祉部	2
公室 (5)	市長(知事)公室	5
地域 (2)	地域センター部	1
	地域振興部	1
社会 (3)	社会部	2
	社会生活部	1
その他 (4)	その他	4
不明 (29)	部局不明	29
合計		159

*()内は各関連部(局)の合計

割)、女性センターが刊行する広報誌は一一五誌(四割)であった。このうち行政の女性政策担当部署が直接刊行している一五九誌の発行部(局)を見てみると、表1および図4のようになり、企画部をはじめとする「企画」関連の部が二六誌、一六・四%、次いで市民部など「市民」関連の部が二二誌、一五・七%、以下「総務」一五誌、九・四%、「生活」一四誌、八・八%、「教育委員会」一二誌、七・五%、「環境」八誌、五・〇%、「人権」六誌、三・八%などが続く。

つぎに、部(局)のあとに続く課(室)を分類すると表2および図5のようになる。最多は、「女性・女性政策」関連の課で五四誌、三四・〇%、次に多かったのは、青少年女性課や女性児童課に代表されるような「女性」と「児童・青少年」がセットになったセクションで、二二誌、一三・八%、以下、男女共同参画課など「男女」や「参

表 2 発行主体の課(室) (単位: 誌)

男女・参画 (18)	男女共同参画課(室)	10
	男女平等推進室	3
	男女共生(推進)課	2
	男女共同参画推進室	1
	男女参画課 参画推進課	1 1
女性・女性政策 (54)	女性政策(推進)課(室)	28
	女性行政(推進)課(室)	7
	女性課	4
	女性企画課(室)	3
	女性生活課	2
	女性室	2
	女性施策推進課	1
	女性参画推進室	1
	女性総合センター	1
	女性・平和課	1
	女性・コミュニティ課	1
	女性政策・国際課	1
県民生活女性課	1	
婦人室	1	
女性・青少年・児童(22)	青少年女性課	10
	女性青少年課	9
	女性児童課	2
	児童女性課	1
企 画 (18)	企画課	9
	企画調整課	6
	企画財政課(室)	2
	企画政策課	1
生活・市民・県民 (12)	生活(文化)課	3
	県民(生活)課	3
	市民生活課	2
	市民文化課	1
	市民活動推進課	1
	市民活動支援課 県民文化政策課	1 1
自治・コミュニティ(10)	自治文化課	2
	自治振興課	2
	コミュニティ推進課	1
	コミュニティ・文化課	1
	交流課	1
	地域振興課	1
	産業文化課	1
	都市文化課	1
政 策 (2)	総合政策課	1
	政策室	1
人 権 (5)	人権啓発課	4
	人権・女性啓発課	1
社会教育 (5)	社会教育課	4
	生涯学習課	1
総 務 (3)	総務課	3
広 報 (2)	文化広報課	1
	広報広報課	1
そ の 他 (3)	その他	3
不 明	課不明	5
合 計		159

* () 内は各関連課(室)の合計

「画」の文字を冠したところ一八誌、一一・三%、「企画」一八誌、一一・三%、「生活・市民・県民」一二誌、七・五%、「自治・コミュニティ」一〇誌、六・三%などが続く。かつて「女性問題」のセクシオンといえは「女性(婦人)課(係・担当)」か「女性(婦人)・児童・青少年課(係・担当)」であったが、それらの部署がまだ残る一方、九九年の男女共同参画社会基本法の施行を受けて機構改革や名称変更を行うところが出始めていたことを反映して、「男女共同参画課」があらわれはじめているところが興味深い。これら「男女・参画」「女性・女性政策」「女性・青少年・児童」の三部門で六割近くになる。

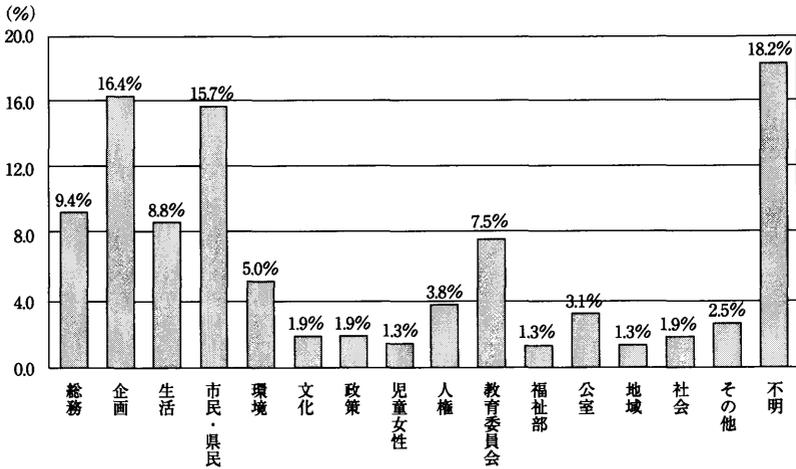


図4 発行主体の部(局) (N159)

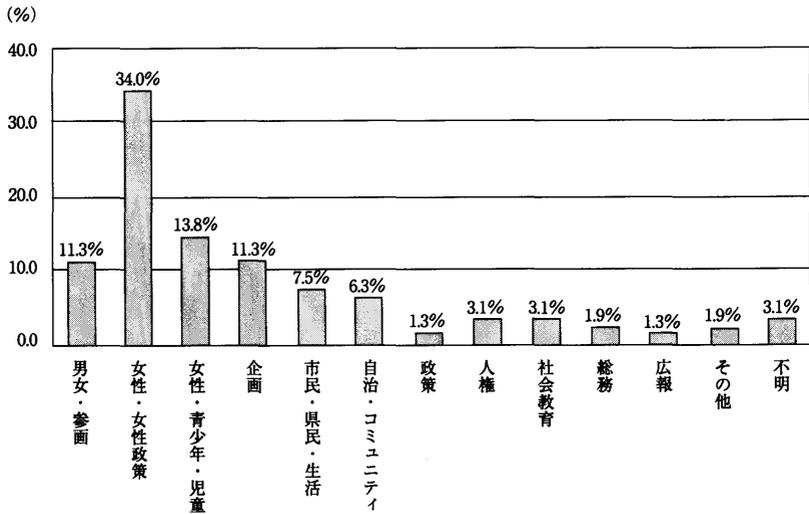


図5 発行主体の課(室) (N159)

部と課のつながりを見ると、「企画部女性政策課」のほか、「総務部男女共同参画室」「総務部男女平等推進室」「市民部女性政策課」などが多い。女性政策の部署は、ジェネラルな部署か企画部署、ないしは市民生活にかかわるセクションが多いところに特徴があると言えよう。ちなみに、女性広報誌の制作に携わっているスタッフは、担当者アンケートでは行政の職員が二・二人、公募委員二・二人、その他一・八人であった。

(3) 女性広報誌を発行する女性センターの運営形態

女性広報誌を刊行している女性センターが財団法人の運営形態をとっているかどうかの比率を示したのが図6である。自治体が運営する女性センター発行の広報誌が八五誌七三・九%であるのに対し、財団法人方式の女性センターが発行する広報誌は三〇誌二六・一%と、四誌に一誌の割合となっている。女性センターの財団運営方式は、このところ見直しが迫られている地域もあるようだが、今後の推移を見守る必要がある。

ところで、女性広報誌の創刊年および刊行サイクルについては、収集した広報誌の記載からだけではわからないものが大多数だったため、データ化できなかった。通巻号数は表紙等に記されているものの、「年二回刊」、「季刊」、「毎年*月発行」などといった記載はほとんどなく、また奥付に「*年創刊」といった情報も全くといっていほど見られなかった。公的広報は出版物であり、号数が蓄積されれば貴重な記録ともなるので、奥付等に創刊年や刊期などの書誌情報を是非記載してほしい。⁽⁷⁾ ちなみに担当者アンケートの結果では、最も古い女性広報誌は一九七七年創刊(一誌)で、一九九六年(二〇誌)をピークに七割が九〇年代の創刊であった。同調査によると、刊期

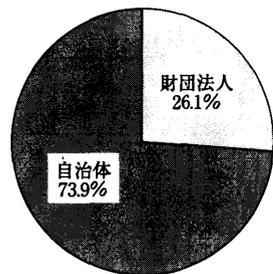


図 6 発行主体女性センターの運営形態 (N115)

は年二回の刊行が四五%、年一回が二〇%だった。今回内容分析を行った広報誌も、おそらく似たような傾向にあると思われる。また、九四年調査では、年二回刊が最多の三八%、次いで年三回一五%、年四回二〇%、年一回が一%であったことから、この間に年二回刊の広報誌の割合が増えると同時に、年一回刊の広報誌の割合も増えたと推測される。

(4) サイズ・ページ量

女性広報誌の判型は、図7に示したようにA四判が圧倒的多数で二七〇誌、九八・五%を占め、その他はコンパクトなA四判の縦半分サイズが二誌、〇・七%、新聞状のA三判が二誌、〇・七%であった。かつての主流サイズだったB五判、いわゆる「週刊誌サイズ」は皆無である。九四年調査ではA四判はまだ六〇%にとどまり、B五判からの移行途中だったが、現在では「世界標準」とされ、役所でも定型となっているA四サイズが女性広報誌にあってもすっかり定着した観がある。

ページ数は、図8に見られるように、八ページのものが一四九誌、五四・四%と過半数を占め、次いで四ページものが、四六誌、一六・八%、一二ページのものが二八誌、一〇・二%と、四の倍数のページが主流となっている。一六ページ以上のものは多くはないが、中には三六ページや四四ページといった大部なものもある。平均ページ数は、八・九ページとなった。担当者アンケート結果における平均ページ数は九・二ページであったのでは重要な。

九四年調査時の広報誌サイズは、八ページものが四四%で今回よりも一〇

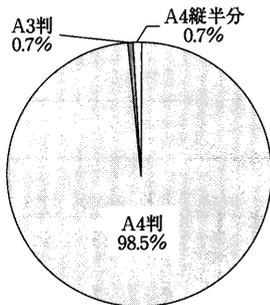


図7 判型の種類

ポイント少なく、また平均ページ数も八ページであった。わず
 かが当時より増ページになってきていると言えよう。

IV 女性広報誌の表紙

1 女性広報誌の誌名

広報誌のタイトルは、読者に手にとって読んでもらうための
 いわば「顔」であり、作り手たちの「理念」や「主張」のあら
 われでもある。分析対象となった二七四誌の誌名を、担当者ア
 ンケートと同様の以下の十一カテゴリーに分類した。

- 1 地名＋女性（ウーマン）
- 2 女性センター名
- 3 花・自然
- 4 男女平等・参画・共生
- 5 女性の自立・主体性
- 6 女性ネットワーク・コミュニケーション・フォーラム

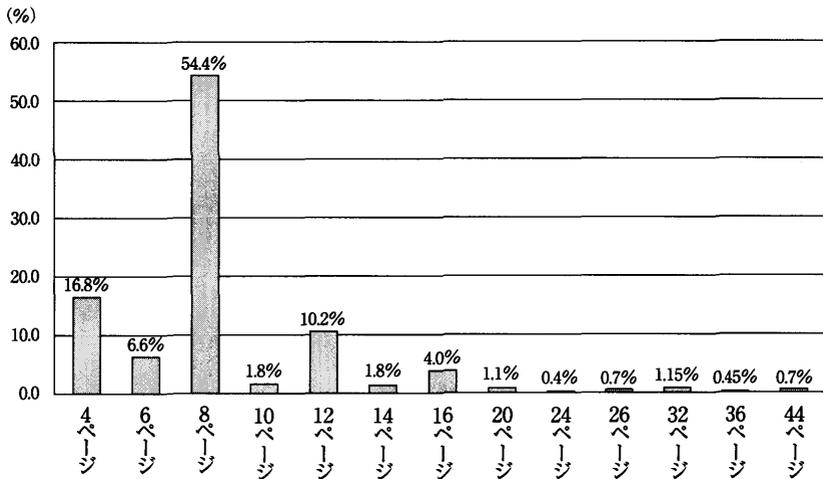


図 8 ページ量 (平均8.91ページ)

- 7 新しい動き・変化・未来
- 8 いきいきとした状況
- 9 調和
- 10 情報・ライブラリー
- 11 その他

その結果、図9に示したように、「男女平等・参画・共生」（たとえば、『えがりて』『パートナー』『With』『ハーモニ』』『ファイティ2』『ならんで』など）が最多の四三誌、一五・七％、次いで「女性施設名」（『アザレア』『エポック』『サンフォルテだより』など）が僅差で続き、四二誌、一五・三％、さらに「女性の自立・主体性」（『ファアラ』『パレット』『Step up』など）が四〇誌、一四・六％、「女性ネットワーク・コミュニケーション・フォーラム」（『ぼるねつ』、『コムズ』『かけはし』など）が三八誌、一三・九％で続いた。それぞれ一四％～一五％に達するこれら四カテゴリーを合わせると全体の六割を占めているが、以下、「新しい動き・変化・未来」（『あした』『新しい風』『MOVING』など）、「地名＋女性（ウーマン）」（『江東の女性』）とっりの

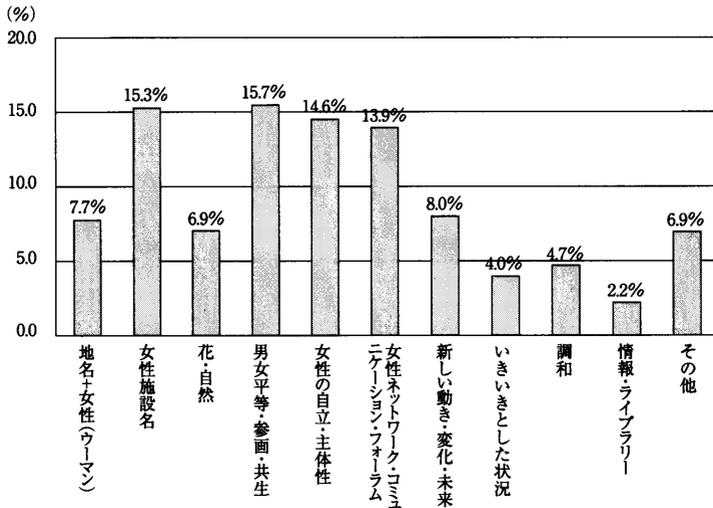


図9 女性広報誌名のカテゴリー分類

表 3 誌名の年次比較

	誌名カテゴリー	2000年 (N274)	1994年 (N158)
1	地名+女性(ウーマン)	7.7%(21)	27.2%
2	女性施設名	15.3%(42)	12.0%
3	花・自然	6.9%(19)	7.0%
4	男女平等・参画・共生	15.7%(43)	15.8%
5	女性の自立・主体性	14.6%(40)	13.3%
6	女性ネットワーク・コミュニケーション・フォーラム	13.9%(38)	13.9%
7	新しい動き・変化・未来	8.0%(22)	—
8	いきいきとした状況	4.0%(11)	—
9	調和	4.7%(13)	—
10	情報・ライブラリー	2.2%(6)	—
11	その他	6.9%(19)	10.8%
合 計		100.0%	100.0%

*2000年の()内の数値は実数

女性』『ういみん みえ』など、「花・自然」「ひまわり』『そよかぜ』『漣(さざなみ)』など、「調和」「ばらんす』『シンフォニー』『アンサンブル』など、「いきいきとした状況」(『Vivid You & I』『プリリアント』『びびふあい』など)、「情報・ライブラリー」(『海外女性情報』『さんさんライブラリー』など)が八二%台で続く。

一九九四年調査との比較で見ると、表3のように「地名+女性(ウーマン)」が大きく減じ、その分「新しい動き・変化・未来」「いきいきとした状況」などへとシフトしてきているように見える。

し、英語タイトルが一〇四誌と、日本語の誌名を上回っている。日本語以外は、英語、フランス語、イタリア語、サンスクリット語、スペイン語、ギリシャ語、ラテン語など八言語に及び、ほかは合成語や略語である。このように日本語タイトルは三五%にとどまり、あとの六五%は外国語等というわけだが、『びっと(少しずつ)』『Unjour(ある日)』『あらくな(息づか)』『FAMICI(仲間)』『La Vita(生命)』などそのままでは意味がわかりにくい外国語を女性広報誌のタイトルに用いるのは、新しさをねらったことなのか、それとも、男女平等や共同参画をストレートに表現するのではなく、ソフトな雰囲気をもたせながらイメージやフィードバックに訴えようとし

ているからなのだろうか。

『あすばるーん』（明日）と、集まって一つになる「すばる」【'dɛlkwi:】（ぐるぐら）】（出る杭）など合成語や造語のタイトルは、ことばをいくつかけ合わせるなどして、ひとつの言葉では説明しきれない複合的な意味を持たせようとしているようである。

それにしても、『ぐーちよきばー』『えすほあ』『E』『えいぶりる10（てん）』『パステル』など、誌名の由来や意味の記載がなければ意味がわからぬタイトルも多く、初めて手にとる人には何の広報誌なのか理解しにくい。ちなみに、これらのタイトルは順に、「ひとつの手のひらが色んな形をつくるように、別の面からみたら違う」「希望」「平等（E=equal）にちよつと届かない（半音低い）」「四月一〇日＝女性週間」「男の色、女の色を超えたあなたの色へ」という意味を持つ。かつてのようにターゲットを女性だけに絞るのではなく、男性にも平等意識や参画についての意識形成をうながす情報誌を志向する意図はわかるが、もしこういった誌名を使うのであれば、先に紹介した『ぶらくな』（サンスクリット語で「息づかい」）などのように、毎号タイトル脇や奥付にその由来や意味を記すなどして、誌名のコンセプトをアピールしたほうがよいだろう。

2 女性広報誌の表紙イメージ

(1) 表紙の構成

ビジュアルな表紙には、その広報誌のコンセプトや記事内容が、読者にひと目でわかるような表現がなされているはずである。二七四の女性広報誌の表紙が、各誌の理念や男女共同参画をどのように伝えようとしているのか、

それらの提示するイメージに関する分析を行った。

まず、表紙表現における、人物の有無やそれが写真なのかイラストなのかなどを分類した結果が、図 10 である。内訳は、人物写真八一誌、二九・六%、人物以外の写真四五誌、一六・四%、人物イラスト七九誌、二八・八%、人物以外のイラスト五六誌、二〇・四%、そして人物もイラストもなしの表紙(題字や記事のみ)が一三誌、四・八%となった。何らかの人物があしらわれている表紙は、写真・イラスト合わせて六割近くあることになる。また写真とイラストの比率は、イラストがわずかに多いが、ほぼ半々といったところである。

それらを細かく分類した結果が表 4 である。まず、人物写真(八一誌)の性別構成をみると、女性が登場する表紙は五二誌に対し、男性が登場する表紙は三一誌、延べ登場人物は女性八四人、男性五二人であった。いずれも女性の登場が多い。それ以外に性・年齢不明のもの、人物の数をカウントするのが不可能なもの、複数の写真を寄せ集めたものなどがあり、それらの内訳は表 4 に見る通りである。登場人数の女男別年代構成比率を女性一〇〇%・男性一〇〇%としてグラフであらわしてみたところ、図 11 のようになった。両性とも「中年」が多いが、男性で「中年」が女性よりも一六ポイントほど少なく、「高齢」が一五ポイントほど多くなっていることがわかる。表紙が人物写真を使った八一誌中、三〇誌の表紙に見られた複数写真の寄せ集めには、地域会議や地域フォーラムなどの催しの写真をいくつか組み合わせたものや、保育園でのさまざまな子どもたちの様子を写したものなどが含まれる。

写真による表紙のうち人物以外の写真(四五誌)は、表 4 に見られるように、花の写真、人物なしの景色、地域

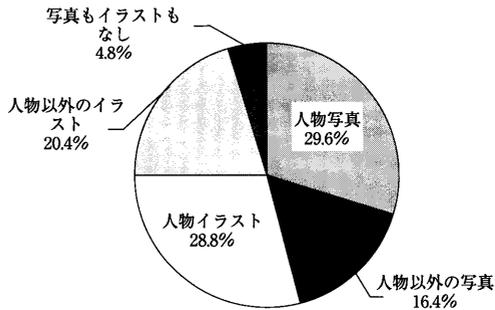


図 10 表紙の構成

表4 表紙の構成内訳

I 人物写真(81誌) 29.6%	女 性	52件	84人
	乳幼児	3件	3人
	若年	18件	25人
	中年	22件	51人
	高齢	5件	5人
	集団	4件	—
	男 性	31件	52人
	乳幼児	4件	4人
	若年	9件	14人
	中年	11件	23人
高齢	7件	11人	
集団	0件	—	
性別・年齢不明	1件	1人	
女男混合	4件	—	
複数写真寄せ集め	30件	—	
その他	2件	—	
II 人物以外の写真(45誌) 16.4%	花	8件	
景色(人物なし)	12件		
市民作品(物や絵画)	11件		
その他の芸術作品	14件		
III 人物イラスト(79誌) 28.8%	女 性	86件	123人
	乳幼児	19件	22人
	若年	42件	55人
	中年	12件	15人
	高齢	4件	5人
	不明	9件	26人
	男 性	78件	90人
	乳幼児	18件	21人
	若年	32件	40人
	中年	14件	14人
	高齢	6件	7人
	不明	8件	8人
	性別・年齢不明	9件	17人
女男混合	6件	—	
その他	4件	—	
IV 人物以外のイラスト(56誌) 20.4%	花	11件	
	景色(人物なし)	7件	
	模様	11件	
	市民作品	4件	
	その他の芸術作品	23件	
V 写真もイラストもなし(13誌) 4.8%	題字と記事	9件	
	題字のみ	2件	
	目次と記事	2件	

市民による絵画などの制作物、その他の芸術作品からなっている。その内訳をグラフ化したものが図12である。次に、表4により、人物イラスト（七九誌）の性別構成を見ると、女性が登場する表紙が八六件に対し、男性の

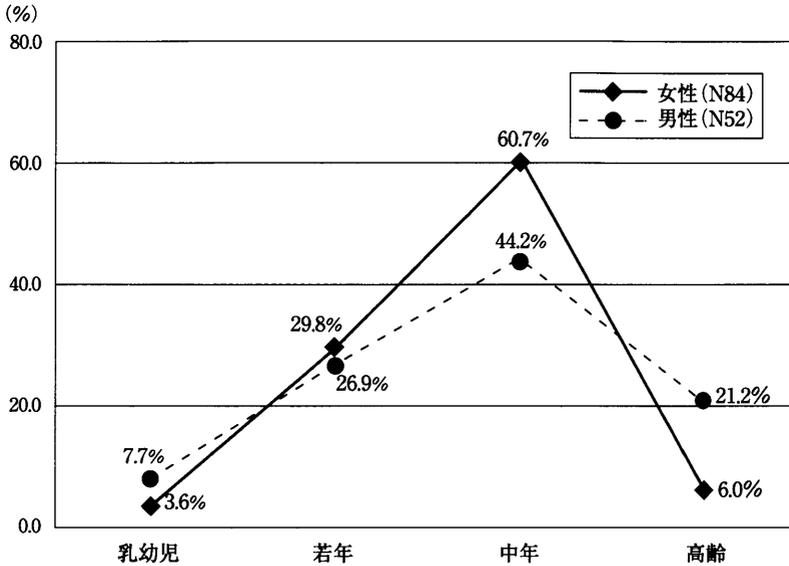


図11 表紙登場人物(写真)の年代構成比率

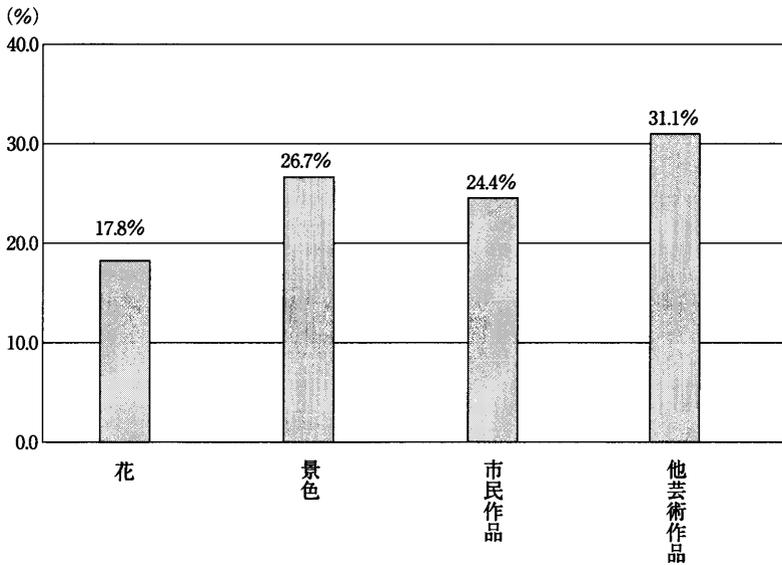


図12 人物以外の表紙写真の内訳 (N45)

登場が七八件、延べ人数で見ると女性一二人、男性九〇人で、いずれも女性の方が多い。この人数を年代別のグラフにすると、図13のように「若年」をピークに、ほぼ女男とも似たような構成となった。写真に比べイラストレーションは「若め」に描かれる傾向にあり、「若年」が半数近くを占める一方、「中年」や「高齢」が非常に少なく、また「乳幼児」が二割前後見られる点の特徴と言える。

また、表4の人物以外のイラスト（五六誌）には、花、模様などが多く見られた。その内訳をグラフ化したものが図14である。さらに表4の最下段に見られるように、写真もイラストもない、題字のあとにいきなり記事がはじまるような表紙の広報誌は合計一三誌（四・八％）あり、図15に示したように、題字と記事で構成されたものが九誌で七割を占めている。

(2) 男女共同参画イメージの演出
各誌の表紙における、男女共同参画の理念の演出の

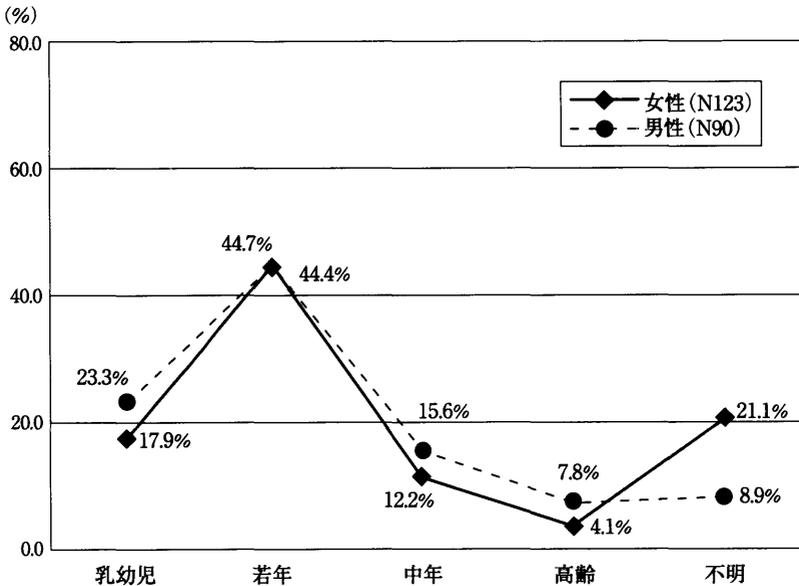


図13 表紙登場人物(イラスト)の年代構成比率

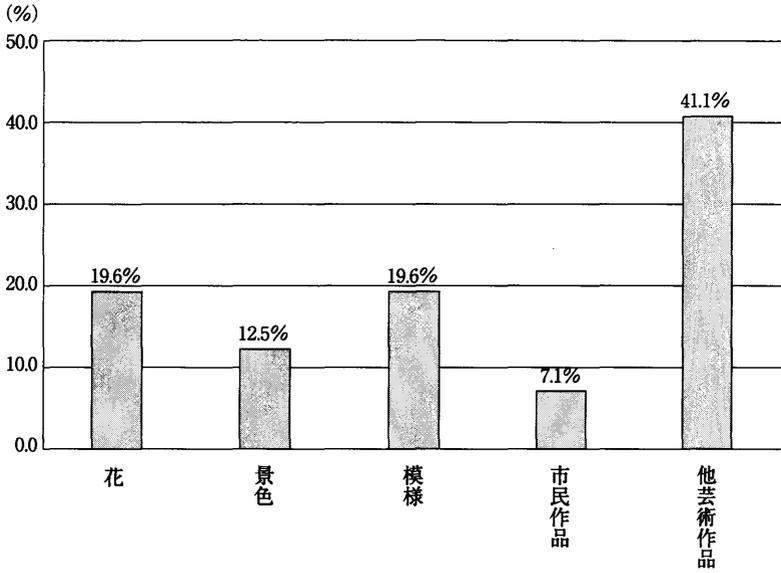


図14 人物以外のイラスト表紙の内訳 (N56)

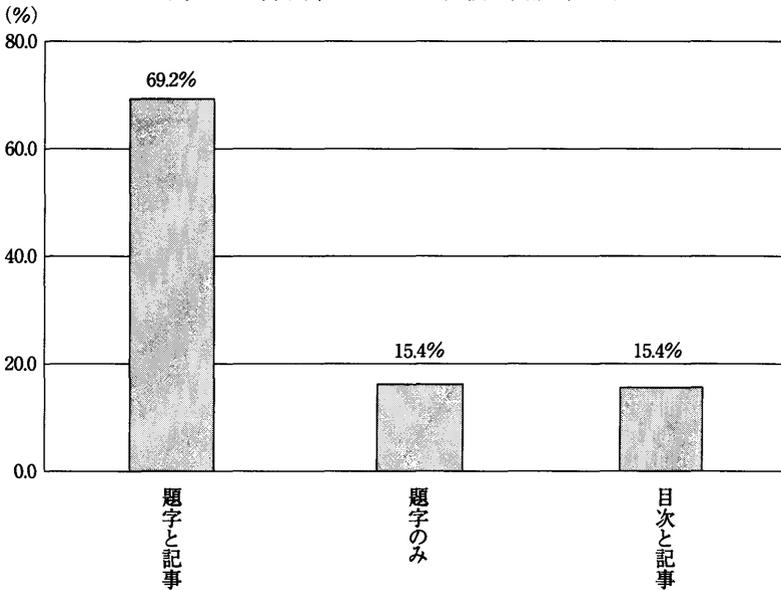


図15 写真もイラストもなしの表紙の内訳 (N13)

しかたを、男女共同参画を積極的に打ち出している「積極的提示型」の表紙、女性や男性を特に男女共同参画の概念と結びつけることなく登場させている「単純登場型」の表紙、女性と男性の既存の役割分業を踏襲した「従来役割型」の表紙、そして「特に演出なし」の表紙の四つに類型化した。その際、写真であるかイラストであるかなどといった表現方法の違いは問わなかった。その結果、図16に掲げたように、積極的提示型と言えるような表紙は八五誌、三一・〇％で約三分の一を占め、女性男性単純登場型は七三誌、二六・六％見られた。一方、男女共同参画の理念からは疑問に思われる従来役割型とも言うべき演出が一一誌、四・〇％見られたほか、特に演出のない表紙が一〇五誌、三八・三％と、三誌に一誌強見られた。

担当者アンケートでは、表紙デザインで留意していることの第一位に「親しみやすさ」が、次いで第二位に「男女共同参画」があげられ、以下「目立ちやすさ」「記事内容がわかること」の順で続いていたが、作り手たちも、表紙において男女共同参画のイメージを伝えようと努力していると言っている。以下、

八五誌あった「積極的提示型」表紙の演出内訳を見ると（図17）、最多は、女性の花火師、タクシードライバー、建設現場でのヘルメット姿、野球の審判、スキー指導者、指揮者、生徒会長などを登場させた「女性がこれまで男性領域とされていた分野に参画」しているシーン（一四・一％）であった。以下、女性が農作業や販売をしている写真、会社で仕事をしているイラストなど「女性が仕事」をしているシーン（二二・九％）、地域セミナーや共同参画都市宣言のイベントなどで女性に混じって男性も学習しているところが写っているなど「女男の講座・学習参加」のシーン（二〇・六％）、講座な

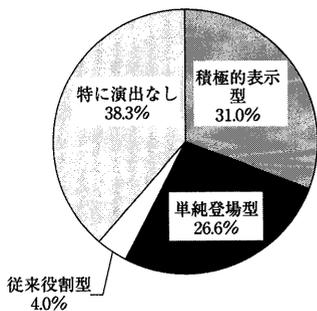


図16 表紙における男女共同参画イメージの演出

どで女性たちが積極的に学習している「女性の講座・学習参加」のシーン(八・二%)、男性が赤ん坊を抱いていたお風呂に入れているなどの「男性の育児参画」シーン(七・一%)、家族で洗濯物を干していたり、女男で料理を作っているなどの「女男の家事参画」(五・九%)、性別のあいまいな人物のイラストや赤いランドセルの男の子と黒いランドセルの女の子のイラストなど「性別ぼかし・入れ替え」(五・九%)が続いた。「その他」の演出としては、つり合った天秤の両サイドで女性と男性が座っているイラスト、リクルートスーツを着た若い女男の姿が新・均等法時代を髣髴とさせる写真などが見られた。図18で、「積極的提示型」の表紙のいくつかを紹介しておく。

次に、七三誌あった「単純登場型」表紙の内訳をみると(図19)、最も多かったのが「単に女男のカップル」が描写されているもの(三一・五%)で、次に「単に女性のみ」が描写されているもの(二三・三%)、「単に老若男女」が描写されているもの(二〇・五%)などが続く。女性と男性が数の上では公平に出ているいたり、女性が大きくあしらわれていた

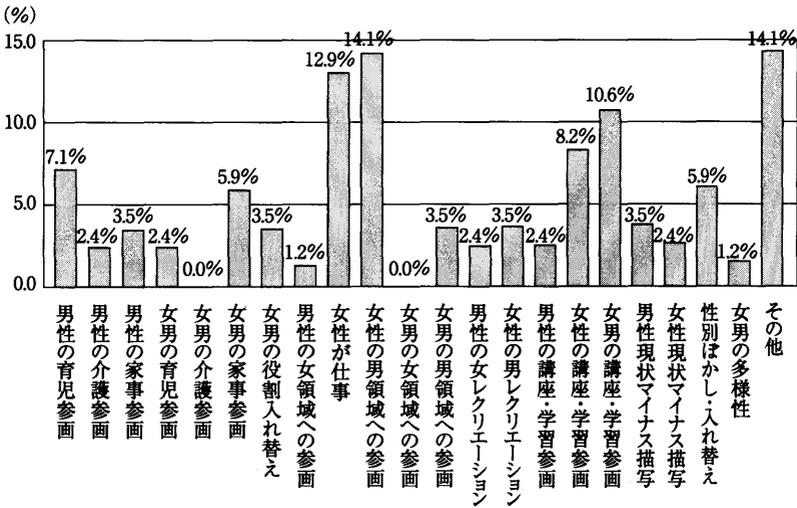
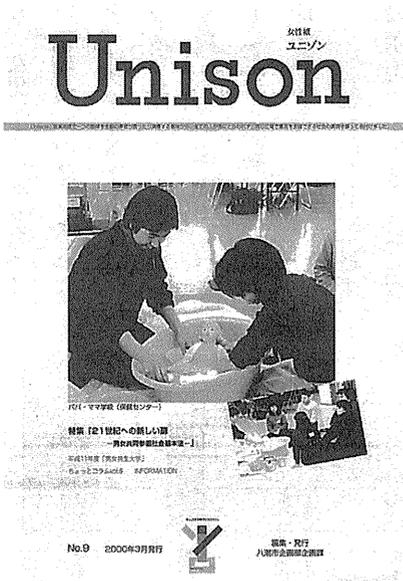


図17 積極的提示型の演出内訳 (重複カウント・N85)



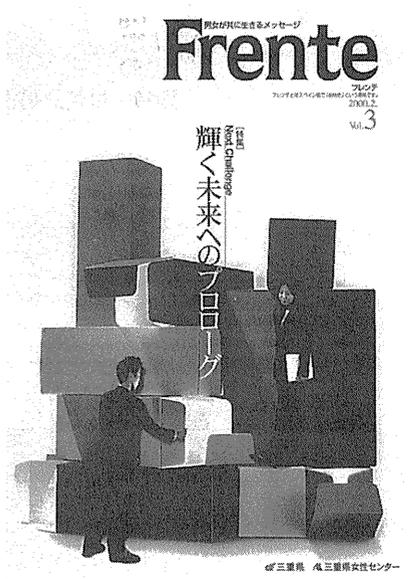
ユニゾン



コムズ



かがわ 女性ジャーナル



フレンテ

図18 積極的提示型の表紙例

り、女男が手を取り合っている抽象的なイラストなど、「男女平等」や「女性」をあらわそうとの意向だろうが、やや工夫やインパクトに欠ける表紙づくりとの印象がある。

一一誌に見られた「従来役割型」の表紙では(図20)、男性が地図を見て道を調べていたり、上司とおぼしき男性が女性と男性の部下に何かを語っているような「男性が仕事」をしているシーン(六三・六%)、赤ちゃんを抱いている若い母親に見られる「女性が育児をしているもの」(三

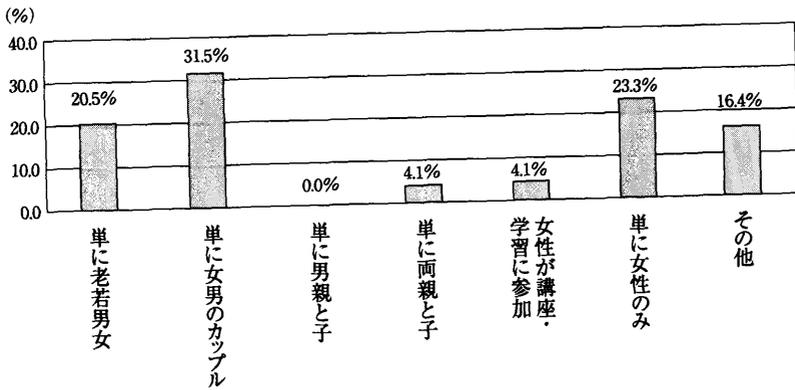


図19 単純登場型の演出内訳 (N73)

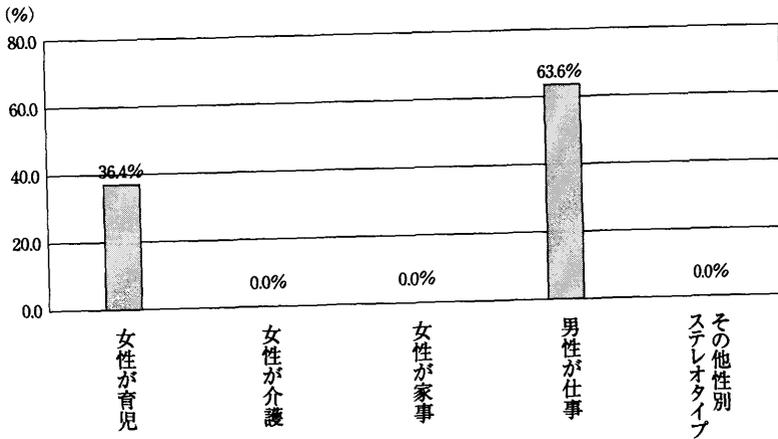


図20 従来役割型の演出内訳 (N11)

六・四％）などがあげられる。また、何の吟味もなしに女男を赤と青で色分けしているイラスト表紙も見られた。男女共同参画を指向し、啓発する役割を担う女性広報誌の「顔」である表紙に、こういった従来の性別役割分業を踏襲するような写真やイラスト、色を用いることは、避けるべきだろう。

一〇五誌と、決して少なくない数である「特に男女共同参画の演出なし」の表紙については（図21）、「人物以外のイラスト」（五〇・五％）、「人物以外の写真や絵画」（三五・二％）がその内訳の主たるものであった。

イラストにせよ写真にせよ、人物描写は身体的特徴、役割、色使いなどの点でどうしてもジェンダーが表出されがちで、ジェンダーにとらわれない表現が難しいという側面がある。そのため、花や模様、景色写真や絵画、また動物などを使う方が「無難」ではあるだろう。しかしながら、花や模様の表紙は「女性っぽい」演出ととられかねない。動物もジェンダーが象徴される場合がある。平均ページ強しかなない女性広報誌においては、その中の一ページを占める表紙は大切な情報である。誌名タイトルが『おるごくる』や『BONHEURI』のように、ストレートに男女平等・共同参画のメ

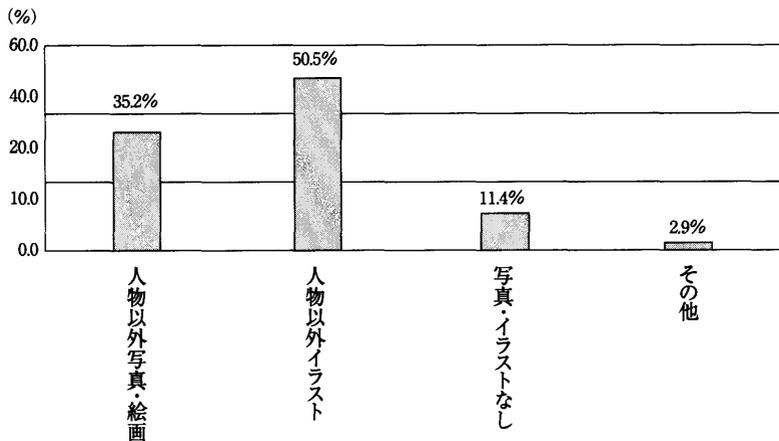


図21 特に男女共同参画の演出なしの内訳 (N105)

ツページを読み取れないもの場合には、男女共同参画に関連する何らかのビジュアルな演出を工夫することが必要であろう。

また、写真やイラストなど全部で一五誌の表紙に見られた市民作品についてだが、どの自治体も特に女性の作品を積極的に載せるように努めているようだ。写真、絵画、陶芸、染め物など、地元の女性の制作者たちを開拓し、積極的に起用するという意味が込められており、また「地域性」や「親しみやすさ」を出すために有効な手法ではあろう。しかしながら、男女共同参画推進のための情報提供誌の表紙であるということから考えれば、これをさらに一歩進めて、これまでの女性像・男性像を打ち破るような写真やイラスト等の芸術作品が市民によつて創造され、それが表紙に活用されるような手だてが講じられることが望まれよう。

(3) 地域特性の演出

表紙で地域の特性を伝えようとしている広報誌がどれくらいあるかをカウントしたところ、図 22 に掲げたように、「地域特性を伝えようとしている」表紙は三〇誌、一〇・九％見られた。具体的には、地域の祭りや地域の文化財、地域の特産品、農業風景、その土地の景勝、また女性センターの様子などを写したものが多かった。しかし、山形だから山形新幹線、山梨だからぶどう園、茅ヶ崎だから海辺、といった表紙は、すでに指摘したように、「手に取りやすさ」「親しみやすさ」はあるかもしれないが、「女性広報誌」の内実を「見ただけで」理解させるためにはやや難点がある。地域性と男女共同参画をミックスした表現が、もっと工

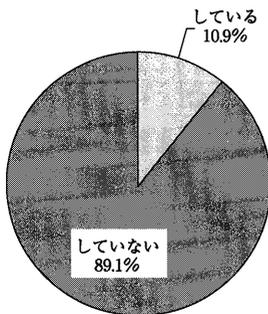


図 22 表紙で地域特性を伝えようとしているか (N274)

図 22 に掲げたよう

夫されてもよいだろう。

(4) 男性への働きかけと読者への呼びかけ

表紙上で、男性の読者にメッセージを届けようと企図している広報誌がどれくらい見られるかをカウントした結果が図23である。「男性への働きかけあり」とみなされる表紙は四八誌、一七・五%であった。

具体的には、先の「積極的提示型」の内容とも多少重なるが、男性の育児、介護、料理のシーンが載っているものが多い。また、男性の保育士、女子大から共学になった大学の男子一期生などが登場するもの、中年の男性がメンツ（面子）、ストレス、ローンなど、いろいろな重荷を背負っているマンガ表現なども見られた。イラストに描かれた男性がフキダシで「仕事だけで人生終わってもいいのかなあ、定年後どう過ごしたらいいのかなあ」と言っていたり、題字脇のサブタイトルや特集記事の文言で男性に呼びかけるものもあるなど、写真やイラストなどのビジュアル表現にとどまらず、多様な表現方法や内容が見られた。男性に読んでもらうためには、配布場所も大きく関係するだろうが、男女平等や共同参画に男性も無関係ではないことを、こういった表紙でアピールしてゆくことが重要であろう。担当者アンケートでも、八六%の担当者が、男性の読者をターゲットにしていると回答している。

次に、記事内や添付はがきなど、読者に対して感想や投稿を呼びかける情報やスペースがあるかどうかをカウントしてみたところ、図24に見られるように、一一八誌、四三・一%の広報誌に何らかの読者意見の聴取方法が存在していた。一方、特にそのようなスペースが見当たらなかった広報誌は一五六誌、五六・九%であった。

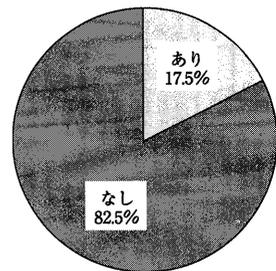


図23 表紙での男性への働きかけ

読者への呼びかけで最も多かったのは、最終ページの奥付などの誌面上で意見や感想を寄せるよう求めるもので、広報誌全体の二九・六%、八一誌におよぶ。この他には、読者コーナーでの投稿の受付、返信はがきの差し込み、はがきの印刷、編集担当部署に意見や感想を送るためのホームページ・eメールのアドレスの記載などが見られた。

一例をあげると、たとえば「藍の女性」(徳島県)は、「アンケートカード」と名づけられた料金受取人払いのはがきをページ中に印刷し、宛先が書かれた表面では、当誌の入手経路をたずね、裏面では県女性政策室実施事業への参加経験の有無や参加事業名、今後の事業への要望などをたずね、読者メッセージなども書き込めるようになっていた。その印刷はがきの隣には、前号に寄せられたメッセージが六人分掲載されていて、返信してみたいと思わせるようになっていた。

先の担当者アンケートでも、回答者の三五・三%が何らかの読者からの意見を反映する方法をとっているところがあり、その内訳は、読者スペースを設けているところが三九・七%、はがきの差し込みが二八・八%、読者アンケートを実施

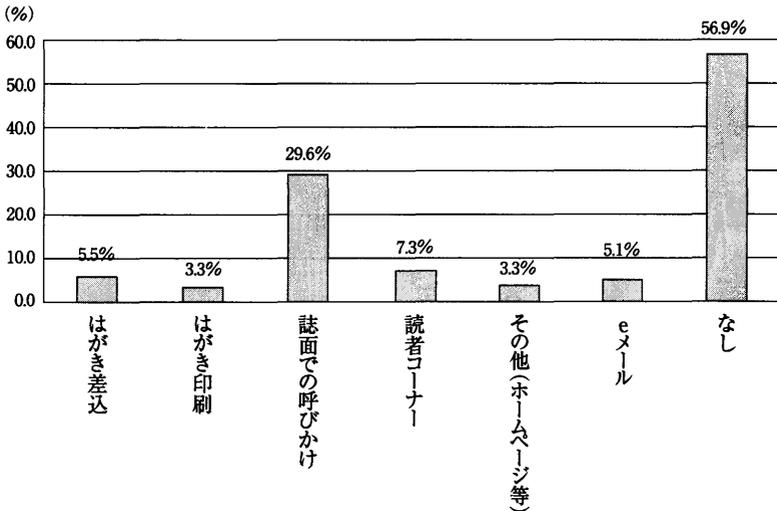


図24 読者からの意見聴取の方法 (重複カウント)

しているところが一九・二％で、その他にもファックスやeメール等で意見募集をしているところが見られた。読者への働きかけを試みても、現実にはなかなか反応がないというのが実情のようだが、読者との相互的コミュニケーションのためにも、そして今後の女性政策をめぐる市民との協働作業のためにも、こういった仕組みづくりや呼びかけを一層工夫することが、大切であろう。

V 女性広報誌の記事分野

1 誌面内容の分野別傾向

(1) 分野分類による内容分析の方法

これまででは、女性広報誌の表紙を中心に分析を行い、その内容を見てきた。それでは、広報誌の本文の情報は、どのような分野から成り立っているのだろうか。

収集した女性広報誌の一九九九年度最新号、すなわち二〇〇〇年三月までに発行された最新号全二七四誌について、一誌ごとに、量的な内容分析をほどこした。具体的には、表紙から最終ページまでを、文章、イラスト、写真、表、グラフ等の形式にかかわらず内容で判断し、同一の分類基準で四五分野に分類した。分類にあたっては〇・一ページ単位で誌面の分野をカウントし、一誌あたりの総ページを一〇〇％とした各分野のパーセンテージを算出した（本論III 2 「女性広報誌の分析方法」および本論末尾の【付録】「女性広報誌誌面分析表」参照）。総ペー

ジ数は、二七四誌全体で二四四〇ページに達した。

この手法は、コンテンツ・アナリシスと呼ばれるオーソドックスな内容分析法で、あらかじめ情報内容の分野分類をコーディングしておき、各分野がどのくらいの割合を占めているか、たとえば新聞の場合は面積や段数、雑誌の場合はページ量、テレビの場合は放映時間(秒数)などを数え、結果を絶対数や百分比などであらわす。パーセントレージ表示は、総時間数やページ量が異なるサンプル同士を相対比較するのに適している。比較にあたっては、日時などの条件を統制したり、代表性のあるサンプルを抽出したりしなければならぬが、今回の場合は、一九九九年度の最新号という条件で収集した全誌を比較した。

(2) 誌面分野の全般的傾向

図 25 は、調査した二七四誌の誌面分野の比率を一誌ごとに算出して、全誌分足しあげ、それを二七四で割って誌面分野比率の平均値を算出し、棒グラフで示したものである。各分野の棒グラフの高さが、誌面内容のページ量比率をあらわし、値を全て足すと一〇〇%となる。

内訳は、「地域の女性政策・男女共同参画」一一・八%を最多に、「表紙・題字」の一〇・六%、「女性と労働」六・八%、「施設案内」五・二%、「催し物案内」五・一%、「日本の女性政策・男女共同参画」五・〇%、「育児・子どもの教育」五・〇%、「ジェンダー」四・一%、「女性と暴力」三・九%、「本・ビデオの紹介」三・三%、「高齢社会・介護」三・一%、「女性の生き方」三・一%、「事業報告」三・〇%、などが続いた。

以上の結果から、まず見てとれるのは、地域の女性政策や男女共同参画に関する情報提供に最大の編集関心が払われており、一番多い誌面分量がさかれているということである。八ページの場合、その中の一ページ近く

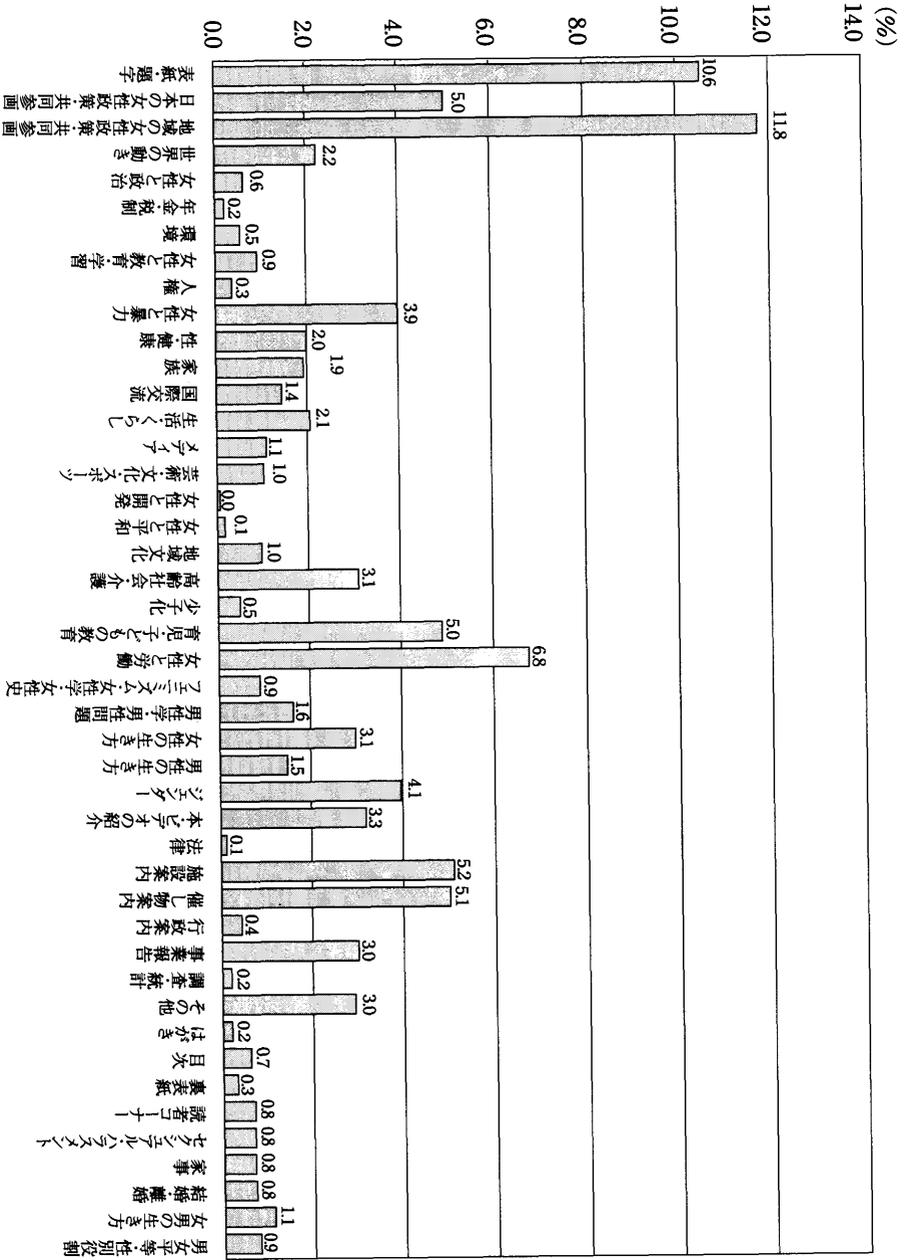


図25 誌面分野比率の全体平均 (27/4誌)

が地域の女性政策・男女共同参画の記事に費やされている計算となる。地域の広報誌であるという女性広報誌の性格を濃く反映した結果と言えよう。

それ以外では、労働、国の政策、育児・教育、ジェンダー、暴力、高齢社会、女性の生き方などが上位にあがって地域の女性政策とともに「定番」記事となっている一方、施設の案内、女性講座・講演などの催事情報、本・ビデオの紹介、事業報告など、「情報」関連記事も少なからぬウェイトを占めていることがわかる。

それに対し、「年金・税制」「人権」「女性と開発」「女性と平和」「法律」「調査・統計」などの分野が誌面に占める比率はごくわずかであった。しかしながら、年金や税制、人権や法律などへの社会的な関心の高まりに伴い、これらは今後情報量が増えて行く分野であろうと考えられる。また、「調査・統計」が少なかったのは、男女平等意識調査など調査・統計の具体的なテーマが明確な場合、当該の分野に分類したことによる。

(3) 発行主体別に見る誌面分野の傾向

図 26 は、女性政策担当部署から刊行されている女性広報誌一五九誌、女性センターから刊行されている女性広報誌一一五誌、それぞれの誌面内容をグラフ化したものである。

女性政策担当部署および女性センターが発行する女性広報誌において、ともに上位二位までを占めているのは、「表紙の題字」と「地域の女性政策・男女共同参画」であるが、これらを除いたそれぞれの上位分野は、女性政策担当部署発行の広報誌では、「女性と労働」(七・七%)、「育児・子どもの教育」(六・四%)、「ジェンダー」(五・六%)、「女性と暴力」(四・一%)、「生活・くらし」(二・九%)の順になっているのに対し、女性センター発行の広報誌では、「催し物案内」(九・四%)、「施設案内」(八・四%)、「女性と労働」(五・六%)、「本・ビデオの紹

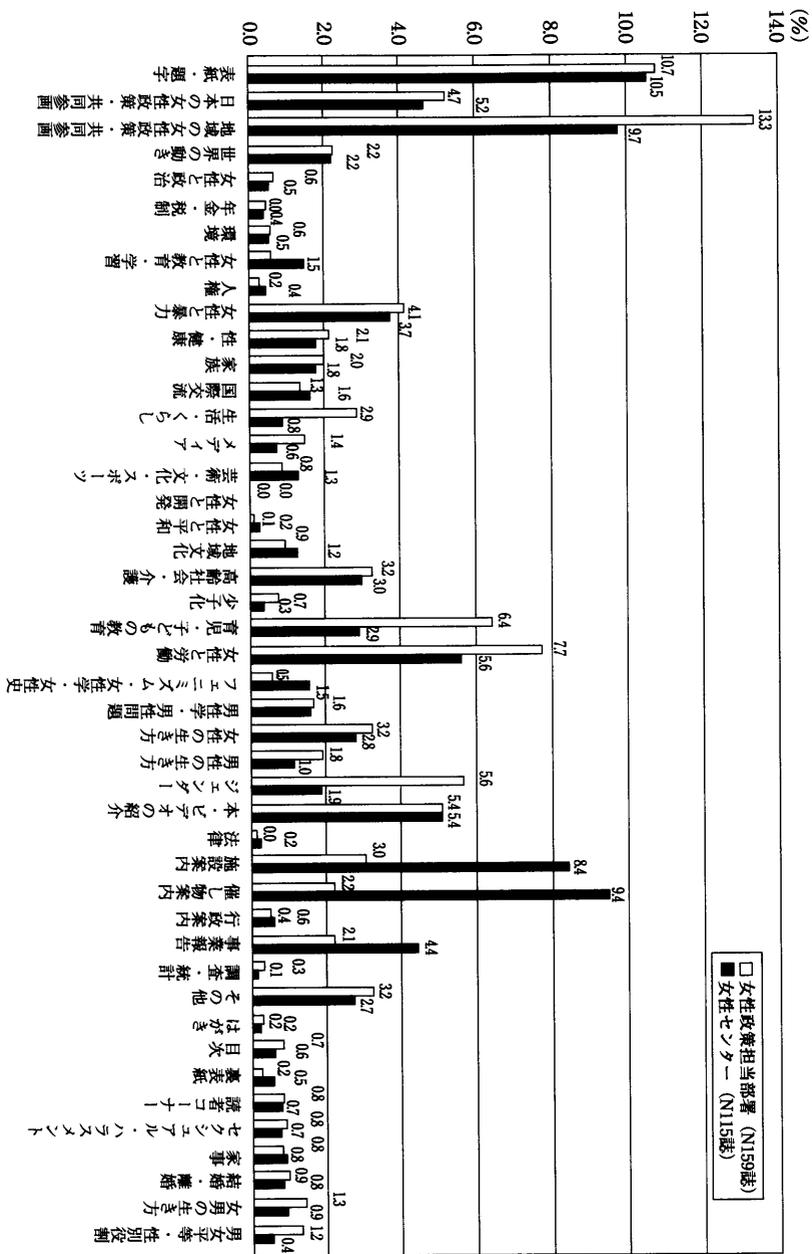


図26 発行主体別誌面分野比率の平均

介」(五・〇%)、「事業報告」(四・四%)の順となっている。このように、発行主体の違いにより誌面内容分野に違いが出ており、女性政策担当部署発行の広報誌では、広く「女性問題」全般が議題として設定されているのに対し、女性センターのそれは「情報性」にかなりのウエイトが置かれていることが読み取れる。

(4) 地域ブロック別に見る誌面分野の傾向

表 5 は、発行地域ブロック別に見た誌面内容の平均である。数値の詳細を見るため、また比較のしやすさのために、ここではグラフにせず一覧表の形にした。

まず、全体平均では一位であった「地域の女性政策・男女共同参画」には、地域差が見られ、北海道で二五・四%、次いで東北で二二・一%を占めているのに対し、関東と東京

(単位：%)

女性と労働	フェミニズム・女性学・女性史	男性学・男性問題	女性の生き方	男性の生き方	ジェンダー	本・ビデオの紹介	法律	施設案内	催し物案内	行政案内	事業報告	調査・統計	その他	はがき	目次	裏表紙	読者コーナー	セクシュアル・ハラスメント	家事	結婚・離婚	女男の生き方	男女平等・性別役割	合計	
16.7	2.1	0.0	7.4	0.0	1.0	0.0	0.0	7.0	2.9	0.0	2.8	0.0	0.4	0.0	2.4	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
2.3	0.0	0.0	2.3	1.3	0.0	3.6	0.4	2.8	3.4	1.8	4.5	0.0	2.9	0.0	1.2	0.5	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
4.8	0.0	0.0	3.5	0.5	2.0	0.5	0.1	3.4	6.6	0.7	5.3	2.3	3.0	0.0	0.9	0.5	0.2	2.1	0.0	0.0	3.6	0.4	0.0	100.0
4.8	0.5	1.6	3.4	1.8	5.2	1.5	0.1	4.6	4.5	0.0	3.0	0.3	4.7	0.3	0.6	0.1	1.1	0.3	1.3	2.0	0.6	0.1	0.0	100.0
8.8	1.6	1.7	3.9	1.4	1.9	2.7	0.0	7.1	3.6	0.5	1.8	0.0	2.2	0.1	0.8	0.5	0.4	1.3	1.3	1.2	1.4	0.4	0.0	100.0
5.3	0.7	0.6	2.3	0.7	4.9	4.8	0.1	4.8	8.8	0.5	6.7	0.1	2.6	0.2	0.5	0.3	0.7	0.0	0.0	0.0	1.9	1.8	0.0	100.0
5.4	1.5	3.4	2.7	1.8	6.2	6.1	0.1	6.6	6.3	0.6	1.3	0.0	2.5	0.2	0.5	0.1	1.1	1.2	1.3	0.7	1.0	1.3	0.0	100.0
13.0	0.7	2.2	1.7	3.6	5.6	7.2	0.0	5.2	4.2	0.5	5.1	0.0	3.6	0.3	0.2	0.1	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	100.0
10.2	0.7	0.8	0.9	0.9	1.3	3.0	0.5	4.9	2.9	0.6	3.3	0.0	2.4	0.3	0.5	1.3	1.0	2.1	0.0	0.2	0.6	1.0	0.0	100.0
9.4	0.4	1.3	3.1	2.1	4.8	1.9	0.0	1.8	3.2	0.4	0.9	0.0	2.7	0.1	1.0	0.3	0.5	0.4	0.0	0.3	0.6	1.5	0.0	100.0
6.8	0.9	1.6	3.1	1.5	4.1	3.3	0.1	5.2	5.1	0.4	3.0	0.2	3.0	0.2	0.7	0.3	0.8	0.8	0.8	0.8	1.1	0.9	0.0	100.0

は一〇％前後とほぼ平均並み、一方、近畿と中国ではそれぞれ四・一％、六・五％とかなり低い。概して地域の女性政策に関しては、東高西低の掲載率という傾向が見られる。次に、二番目に多かった「女性と労働」は、国の一六・七％を筆頭に中国で一三・〇％、四国で一〇・二％、また九州・沖縄で九・四％となっており、地域女性政策とは逆に西高東低となっている。「日本の女性政策・男女共同参画」に関しては、国が第一位で、一一・四％を占めるほか、四国の八・七％、東京の七・一％が目立っている。

これらのほか、「施設案内」で国が、「催し物案内」で北陸・中部が、「育児・子どもの教育」で関東が、「ジェンダー」で近畿が、「女性と暴力」で四国が、「本・ビデオの紹介」で中国が、それぞれ他のブロックより掲載率が高くなっており、おのおのの地域性が

表 5 地域ブロック別の誌面分野比率の平均（アミかけは分野ごとにみた各地域の最高値）

	表紙・題字	日本の女性政策・共同参画	地域の女性政策・共同参画	世界の動き	女性と政治	年金・税制	環境	女性と教育・学習	人権	女性と暴力	性・健康	家族	国際交流	生活・くらし	メディア	芸術・文化・スポーツ	女性と開発	女性と平和	地域文化	高齢社会・介護	少子化	育児・子どもの教育
国平均	8.8	11.4	5.6	2.8	1.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.8	0.9	0.0	6.2	2.9	3.9	1.8	0.0	0.0	0.0	1.0	1.3	0.8
北海道平均	10.5	1.8	25.4	0.0	0.2	3.6	0.0	0.0	0.0	5.9	4.6	0.5	10.5	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.1
東北平均	11.9	1.1	22.1	2.3	0.0	0.0	0.9	1.4	0.4	4.4	1.3	5.6	1.9	1.6	0.4	0.1	0.0	0.0	1.3	1.3	0.1	1.8
関東平均	11.7	5.1	11.9	3.0	2.0	0.0	0.0	1.0	0.1	3.1	1.9	3.1	0.7	2.0	1.1	0.7	0.0	0.0	0.9	3.0	0.4	7.7
東京平均	9.5	7.1	9.4	2.0	0.7	0.0	0.1	0.5	0.1	7.1	1.9	2.6	0.8	3.0	1.0	1.0	0.0	0.1	0.5	3.0	0.5	4.7
北陸・中部平均	10.0	4.1	15.0	0.4	1.2	0.5	1.4	1.6	0.8	1.1	1.2	2.2	1.2	1.3	0.1	1.8	0.0	0.0	1.6	2.3	0.8	3.2
近畿平均	11.1	4.0	4.1	0.6	0.9	0.0	1.4	1.1	0.2	3.8	2.6	0.0	1.2	2.7	2.5	2.0	0.0	0.0	0.7	3.6	0.1	6.2
中国平均	11.3	2.4	6.5	4.4	1.1	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.2	0.3	3.8	0.8	0.0	0.0	0.0	0.9	1.1	5.2	4.5	1.1
四国平均	11.3	8.7	18.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	3.1	2.4	0.0	0.6	1.3	0.8	0.7	0.0	0.0	1.1	1.2	0.0	2.9
九州・沖縄平均	9.4	5.2	17.2	5.7	0.0	0.0	0.3	0.2	0.9	2.8	2.8	1.0	1.2	2.8	0.2	0.6	0.1	0.9	2.2	6.2	0.0	4.4
全体平均	10.6	5.0	11.8	2.2	0.6	0.2	0.5	0.9	0.3	3.9	2.0	1.9	1.4	2.1	1.1	1.0	0.0	0.1	1.0	3.1	0.5	5.0

うかがえる。

(5) 地域ブロック別サンプル誌に見る誌面分野の傾向

次に、個別の女性広報誌がそれぞれどのような誌面構成になっているのかをより具体的に把握するために、国、北海道、東北、関東、東京、北陸・中部、近畿、中国、四国、九州・沖縄の一〇地域ブロックごとに広報誌を各一誌ずつ選び、それらの誌面内容分野を棒グラフ化した図を用いながら、個別に見ていくことにしよう。通常こういった場合は、たとえば発行部数の多さや創刊年の古さ、閲読率の高さなどの規準により選定された、最も代表性があるとされる広報誌が用いられる。しかしながら、今回はそういったデータがないので、各地域ブロックの中で最も号数を重ねていた女性広報誌を一誌ずつ選ぶことにした。

図 27 から図 36 までは、各地域ブロックごとのサンプル誌の誌面を四五の分野に分類した各分野のページ量を一〇〇分比で表示したものである。

1) 「えがりて」(国 男女共同参画室)

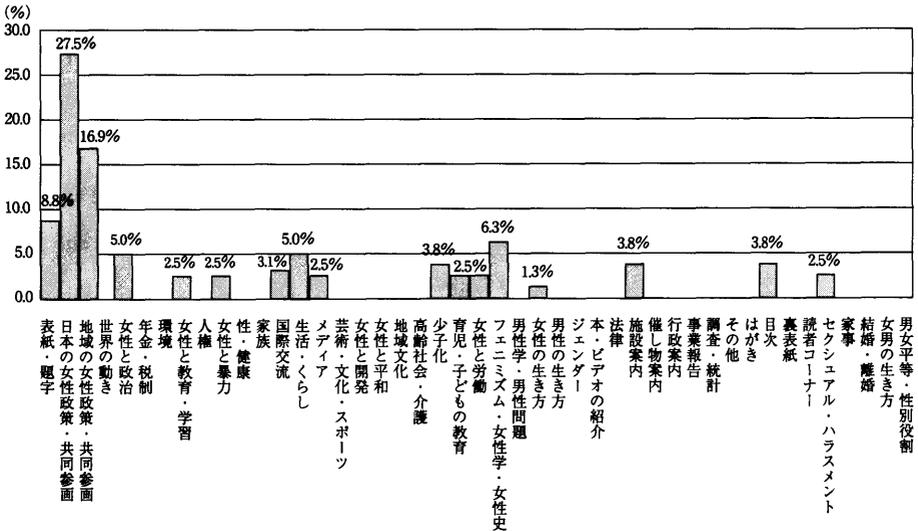


図 27 「えがりて」130号 (総理府男女共同参画室) (8 ページ)

図27の総理府男女共同参画室が発行する『えがりて』は、当該号が一三〇号を数え、総ページ数は八ページである。誌名の語源は、フランス語で、「平等」の意味であり、全体の三分の二を占めている外国語等の女性広報誌名の典型例となっている。

最多の情報は「日本の女性政策・共同参画」に関するもので、二七・五%がこれにあてられている。表紙には、男女共同参画審議会総会で挨拶する当時の青木幹雄・男女共同参画担当大臣が写っている（その隣には岩男寿美子・男女共同参画審議会会長が写っているが、キャプションに名前はない）。記事内容は、「日本の女性政策・共同参画」が二七・五%を占めているが、その内訳は男女共同参画推進本部の活動状況を知らせるものと、二〇〇〇年度の男女共同参画推進関係予算額(案)の概要を一覧したものである。予算額(案)は八兆三二三四億四〇五四万円であった。次いで「地域の女性政策・共同参画」が一六・九%あり、熊本県の男女共同参画地域フォーラム、長崎県の新世紀創造フォーラム、神戸市の男女共同参画をめざす市民のつどい二

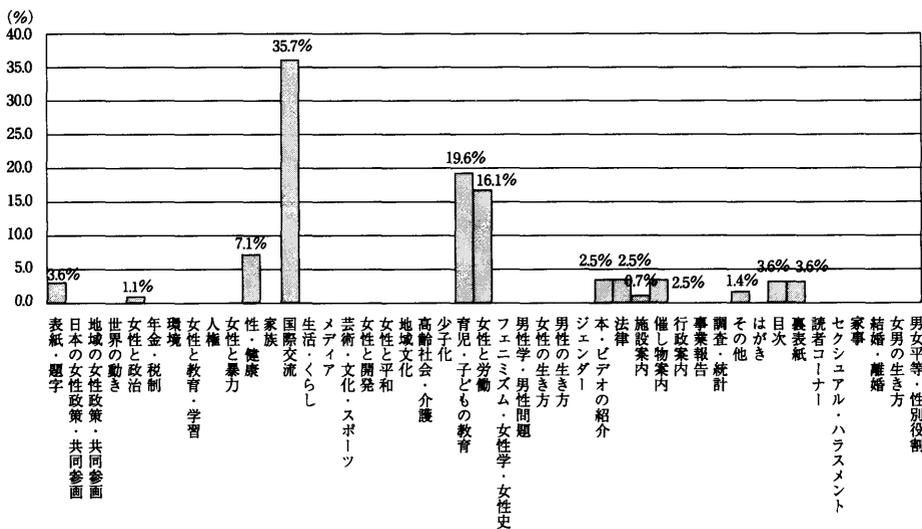


図28 「さっぱろウィング」73号(札幌市女性センター)(28ページ)

〇〇〇などイベント開催についての記事や、女性では初めての知事となった大阪府の太田房江知事を紹介する記事などから構成されている。『えがりて』は、担当者アンケートにおいても、二〇七人中最も多い九二人に「よく読む女性広報誌」としてあげられていたが、この号を見る限り、中央の事業の内容と地方のイベント動向についてはよくわかるのだが、男女共同参画に関連する法律・制度やその時点での論点などについて深く学び、議論するための材料とするにはやや物足りない感がある。

2) 『さっぽろウイング』(北海道 札幌市)

図 28 の札幌市女性センターが発行する『さっぽろウイング』は、判型を A 4 判の縦半分に分類したが、実はそれよりも縦の長さが詰まりぎみのサイズである。通巻で七三号を数え、総ページ数は二八ページを誇っている。特集として、前年に行われた講座「土曜ティータムサロン」のテーマ「家事と育児が両立する社会を目指して」が、表紙に謳われている。図 28 に見られるように、もっとも多くのページがさかれた分野は「国際交流」で三五・七%を占め、

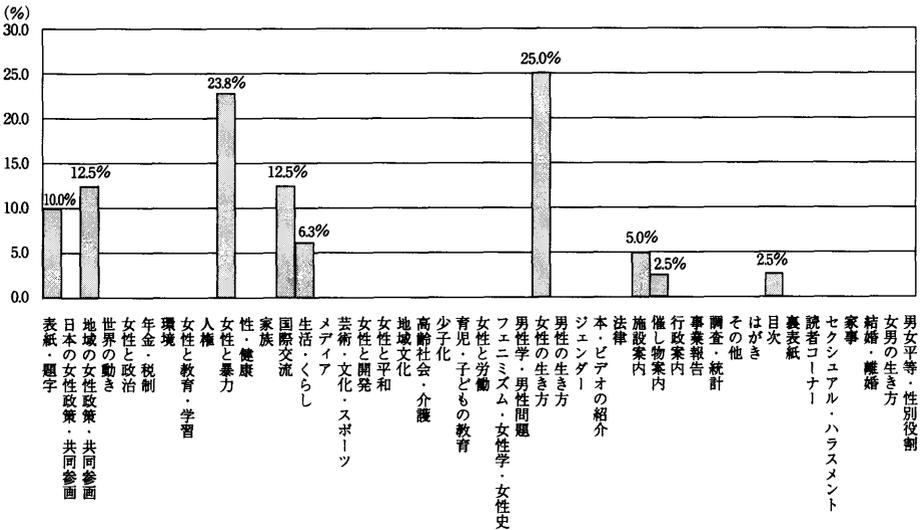


図 29 「あの・なはん」 49号 (盛岡市企画部青少年課) (8 ページ)

これは他誌にはない大きな特徴である。昨年三回にわたって実施された「異文化フォーラム」の模様を記事化したもので、韓国、フィリピン、中国、米、ドイツ、フィンランド、ロシアなど多彩な人たちが「アジア諸国の子育て事情」「高齢社会の暮らし方」「家族のかたち」などについて話し合う内容である。次いで、主として特集記事がここに分類された「育児・子どもの教育」と「女性と労働」がそれぞれ一九・六％、一六・一％を占め、育児休業給付制度について詳しくふれているほか、札幌市の女男別家事実施状況のデータが掲載されたり、これから再就職をしようという人のためのヒントが述べられたりしている。全般に、小判ながら、掲載ページの多さもあつて、読み応えのある冊子となっている。

3) 「あの・なはん」（東北 盛岡市）

図29の盛岡市企画部青少年女性課が発行する「あの・なはん」は、岩手弁で「あのねえ」の意味で、総ページ数は八ページ。四九号と、東北地方では最も号数を重ねている。「女性の生き方」二五・〇％、「女性と暴力」二三・八

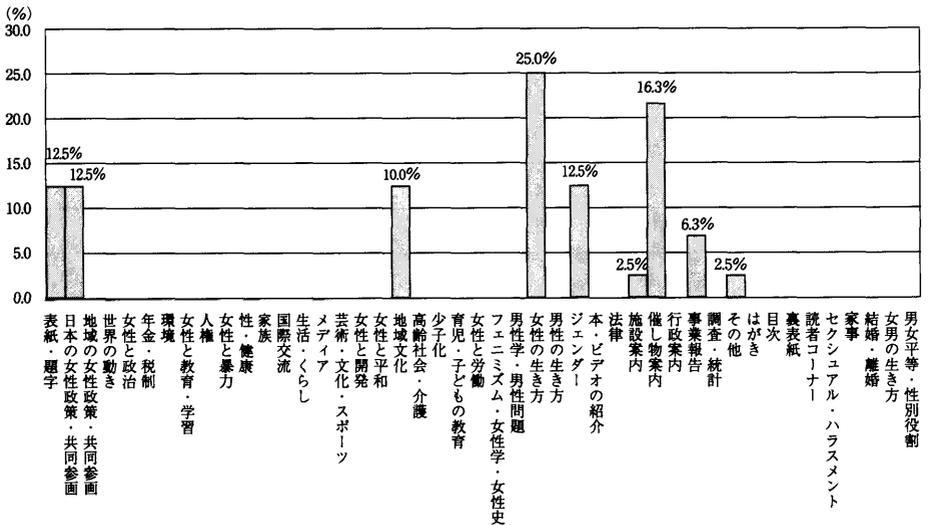
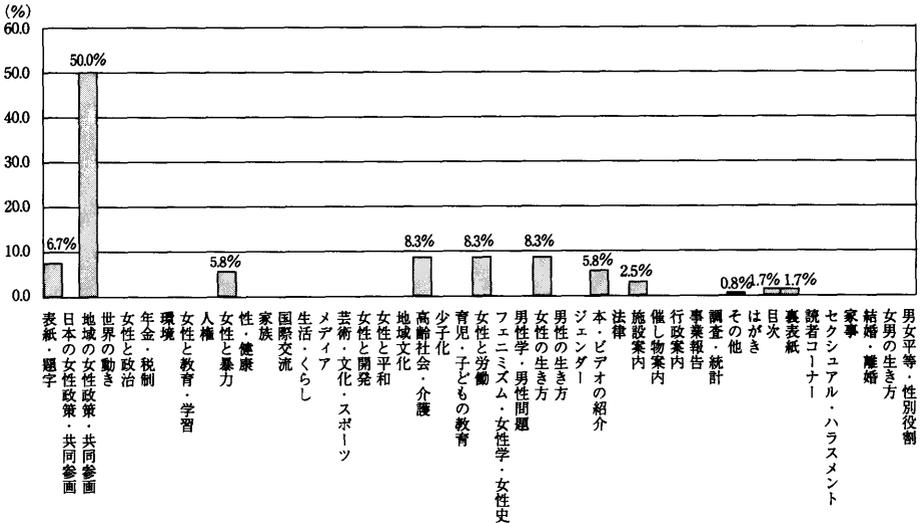


図30 「ハあモニイ」110号（厚木市市民部女性政策課）（8ページ）

%が主たる誌面分野であるが、前者は、座談会「21世紀への序奏 私のターニングポイント」という地域女性たちの人生の転機についての記事からなり、後者は「いきいきとあなたらしく生きるために」パートナーとの関係から」という見出しの、ドメスティック・バイオレンス(以下DV)についての記事である。座談会は、「いのちの電話」の相談員を始めてから福祉の勉強のために大学に三八歳で入りなおした人、四四歳で乳がんの告知を受けて乳がん患者の自助グループを発足させた人などが登場し、人生の転機に関する読みごたえのある記事となっている。また、DV記事に関しても、事例をあげ、DVの内容、DVのサイクルを解説し、県の婦人相談所、警察署の電話番号を載せるなど、実際に利用可能な情報を得ることができるような誌面づくりとなっている。

4) 『ハあモニ』(関東 厚木市)

図30の厚木市市民部女性政策課の出す『ハあモニ』は、六一誌もの女性広報誌が出ている関東地区の中でも通巻一一〇号と最も息の長い広報誌であり、全国的に見ても



号数の多い部類に属する。サブタイトルに「女(ひと)と男(ひと)のスマイル情報源」とある八ページのこの冊子の誌面分野は、湘南神奈川中央交通のバスターミナルで働く地域女性を紹介した「女性の生き方」が二五・〇％で第一位を占め、第二位には、女性政策課主催の「旅行取扱主任資格講座」「パソコン教室」「高齢者介護講座」「話し方講座」「心理学講座」などを含む、この年度の「催し物案内」一六・三％がくる。

5) 『中野の女性』(東京 中野区)

図31に掲げた東京の中野区地域センター部女性・青少年課が発行する『中野の女性』は、七四号、一二ページで、「地域の女性政策・共同参画」が五〇・〇％を占めている。その内容は、第二次中野区女性基本計画の策定に向けた論点整理に関するインフォメーションが主で、基本理念と基本課題の概要、意見交換会の日程のほか、中野区の地域団体会長の女男比データ、中野区婦人団体連絡協議会のメンバーの談話なども掲載されていた。

6) 『漣(さざなみ)』(北陸・中部 愛知県)

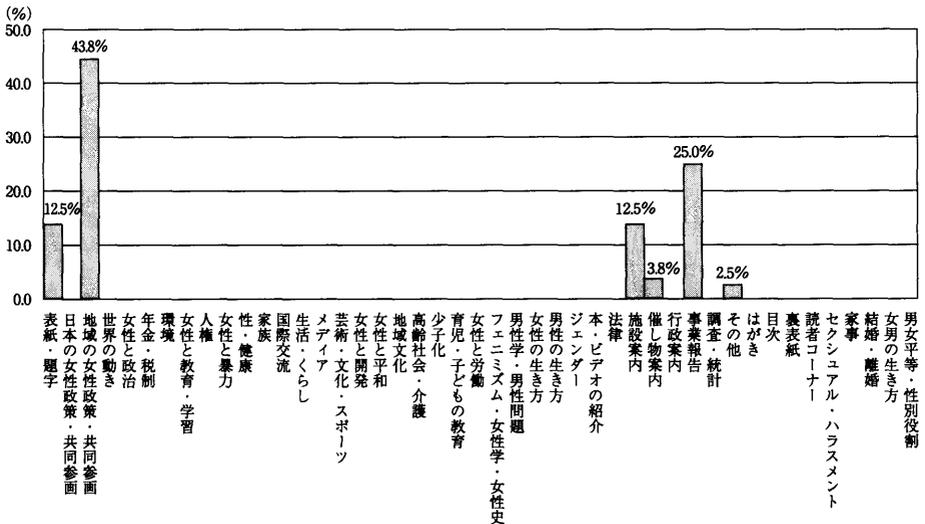


図32 「漣(さざなみ)」76号(愛知県女性勤労サービスセンター)(8ページ)

図32は愛知県の女性勤労サービスセンター発行の『漣(さざなみ)』で、旧『婦人労働だより』から数えると、北陸・中部地域トップの通算七六号である。しかし、行革による事業見直しに伴い、センターを閉館することとなり、この号が終刊号となった。八ページの誌面のうち、「地域の女性政策・共同参画」が半数近い四三・八%を占め、次いで多かったのが「事業報告」の二五・〇%であった。これら二つの分野の記事はみな女性勤労センターの歴史を振り返る特集と関連しているが、前の所長や講師としてかわった人たちの寄稿文や事業年表から成り立っている。同センターの事業は、愛知県女性総合センター(ウィルあいち)の女性勤労サービスコーナーへと移行した。

7) 『フレスール』(近畿 岸和田市)

図33の岸和田市立女性センターニュースである『フレスール』は、フランス語で「元気はつらつ」の意味を持ち、近畿地域で最も多い六二号、四ページのものである。二つ折のつくりのため表紙が一八・八%とかなり多くを占めるが、地元の女性史学習会、調理師免許取得準備講座、女性

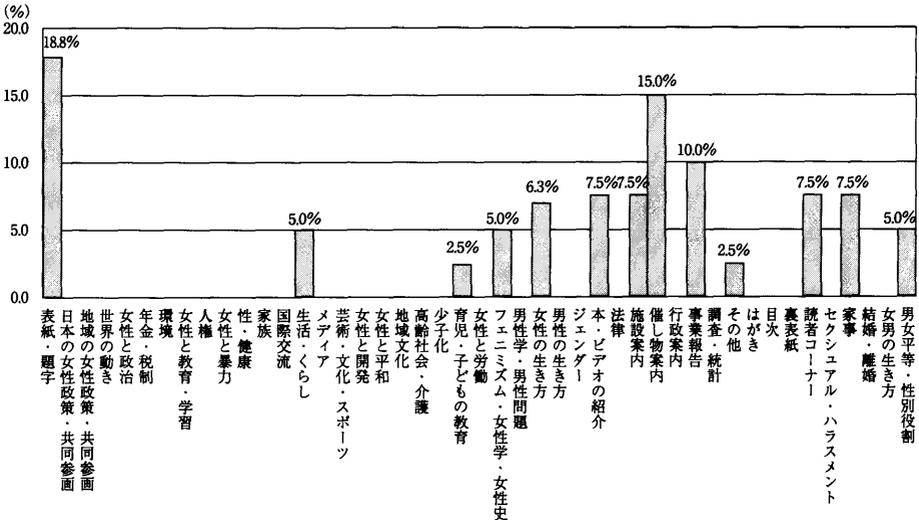


図33 「フレスール」62号(岸和田市立女性センター)(4ページ)

週間事業としての無料法律相談など「催し物案内」一五・〇%、「事業報告」一〇・〇%のほか、各々七・五%を占める「本・ビデオの紹介」「施設案内」「読者コーナー」「家事」などに、エッセイやコラム風のつくり、書き方が取り入れられ、きめ細かな編集がなされている。

8) 「エソール」（中国 広島県）

図34、広島県の財団法人広島県女性会議刊行の『エソール』も『プレスール』と同じく語源はフランス語で、「飛躍・発展」の意味と題字脇に記されている。全八ページからなる同誌は、三五号と、中国地域では最も号数を重ねている。誌面内容は、地方の女性広報誌には珍しく「日本の女性政策・共同参画」が二三・八%、「国際交流」が二二・五%を占めている。前者は、第一期ひろしま女性大学における東京女性財団理事長・東京ウィメンズプラザ館長（当時）の記念講演を要約したもので、ちょうど男女共同参画社会基本法に関するわかりやすい解説のような役目を果たしている。後者は、「広島県ハワイ州女性友好交流訪問団」の報告で、ハワイ州女性の地位向上委員会、ホノ

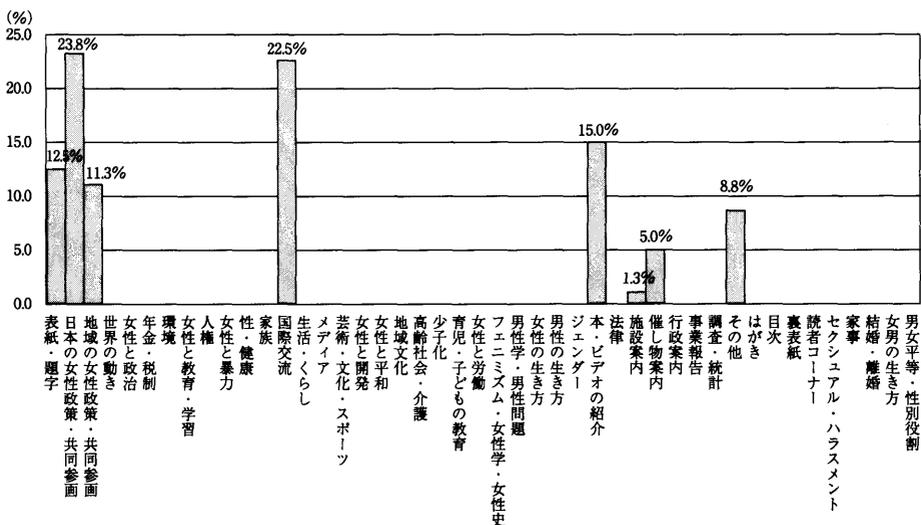


図34 「エソール」35号（助広島県女性会議）（8ページ）

オメイションを主な内容とする「本・ビデオの紹介」などが目立った。

10) 「あい」（九州・沖縄 沖縄県）

図36の沖縄県総務部知事公室女性政策室発行の「あい」は、九州・沖縄地域で最も号数の多い七八号を数えるページの広報誌である。他誌にはあまり見られない「世界の動き」が三七・五％とトップを占め、その内容は、二〇〇〇年七月に沖縄で開催される八カ国と欧州連合の首脳会談「九州・沖縄サミット」に参加する各国の女性事情について、ビジュアルなデータとともに紹介した記事が主な内容となっている。日本の女性の国会議員の少なさ、M字型の労働力率、日本で特に開きが大きいHDI（人間開発指数）とGEM（ジェンダー・エンパワーメント測定）の落差など、読者によくわかるようにデザイン化されている。次いで多いのが、各地の女性プランの策定やイベント開催や動きについての報告、農業分野での女性の参画が進展していることを記した記事などからなる「地域の女性政策・共同参画」で、一五・〇％であった。

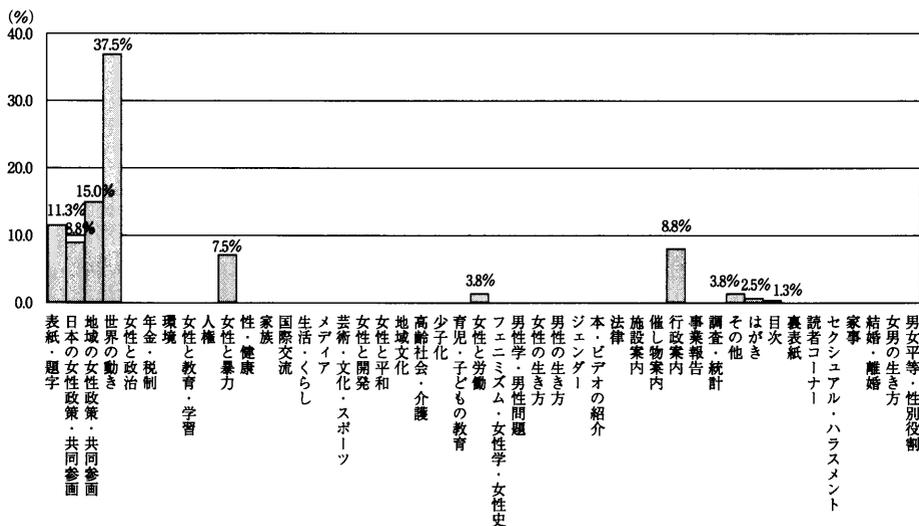


図36 「あい」（沖縄県総務部知事公室女性政策課）（8ページ）

これらのサンプル一〇誌に関しては、のちに「定番」記事」と「情報」関連記事」の配分を見る際に、もう一度ふれることにする。

2 女性広報誌のタイピング

(1) 「国の女性政策」と「地域の女性政策」の配分

今回調査対象とした女性広報誌は、国のものを除いて、地方自治体の広報誌であるということから、「地域の女性政策・男女共同参画」分野の掲載が多いのは当然と言えようが、それと「日本の女性政策・男女共同参画」分野の掲載配分は、どのようなになっているだろうか。

国の女性政策と地域の女性政策を、一〇の地域ブロック平均ごとにマッピングしたのが図 37 である。それによると、「日本の女性政

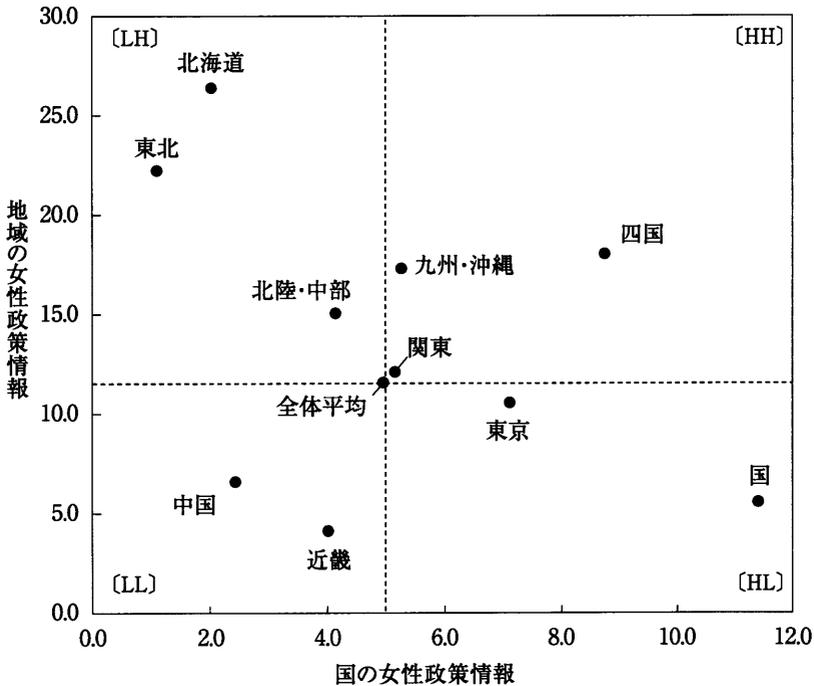


図 37 国の女性政策情報と地域の女性政策情報の配分

策・男女共同参画」五・〇%、「地域の女性政策・男女共同参画」一一・八%の「全体平均」を境に広報誌のタイプを四象限に分けることができそうである。

この四象限に各地域ブロックの広報誌をあてはめてみると、国の政策・地域の政策ともに高い掲載比率をもつH群の女性広報誌には四国と九州・沖縄の広報誌が、国の政策に関する掲載比率は低い地域政策について高い掲載比率をもつLH群には北海道、東北、北陸・中部の広報誌が、国の政策の掲載が多く地域の政策掲載が少ないHL群には国と東京の広報誌が、そしてどちらの情報も少ないLL群には中国と近畿の広報誌が、それぞれ布置された。関東の広報誌は平均とほとんど同じである。ここでも地域による特性が浮かび上がった恰好である。

(2) 「定番」記事」と「情報」関連記事」の関係

さらに、四五の誌面分野の中から先に全体平均のところでは言及した「定番」記事（「地域の女性政策・男女共同参画」「女性と労働」「日本の女性政策・男女共同参画」「育児・子どもの教育」「ジェンダー」「女性と暴力」「高齢社会・介護」「女性の生き方」と「情報」関連記事（「施設案内」「催し物案内」「本・ビデオの紹介」「事業報告」）を取り出し、各々の合計比率を算出し、この二軸で各地域ブロック平均をマッピングしてみた。

その結果、図38に示したように、「定番」記事の掲載量と「情報」関連記事の掲載量の関連を示す右下がりの回帰直線の近くに、それぞれのブロックが布置された。相関係数はマイナス〇・八三七で、強い負の相関があらわれている。

この図によると、二七四誌の平均値を軸として、東北、北海道、関東、国、そして東京がひとかたまりで存在する。これらの地域は、「定番」記事と「情報」ものが、バランスを保ちながら掲載されているグループと言える。

う。それに対し、上部の方に、北陸・中部、中国、近畿の各ブロックがひとかたまりとなつてマッピングされている。これらは「情報」の方に軸を置いたグループである。一方、四国、九州・沖縄は、双方がやや離れて位置しているものの「定番」記事に重きを置いた広報誌群であることが示唆される。

どうやら催事や施設関連の「情報」指向のある西ブロック（それは女性センターが多いことも作用しているよう）と、中間をゆく東・北ブロック、そして労働や女性政策など「定番」記事をより多く掲載する南ブロックにグルーピングできそうである。

(3) 地域ブロック別サンプル誌の「定番」記事」と「情報」関連記事

同様に、先に各地域ブロックごとに選んだ女性広報誌サンプル一〇誌をマッピングしてみよう。

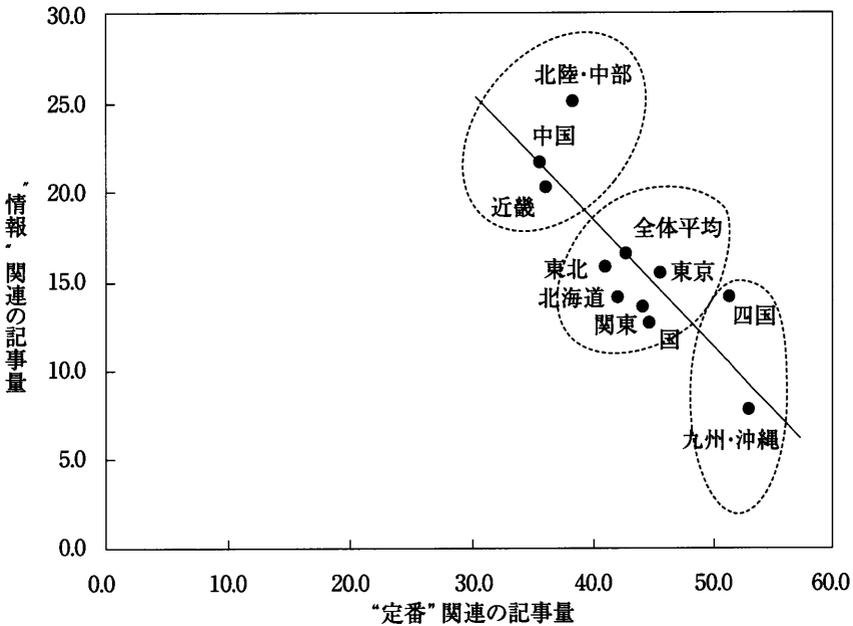


図38 地域ブロック平均別「定番」記事と「情報」関連記事の相関

その結果は、図39に示したとおりである。「定番」記事四三・六%、「情報」関連記事一七・〇%の「全体平均」を境に四象限に分けてみると、「定番」「情報」ともに高い掲載比率をもつHH群には「漣」（愛知県女性勤労サービスセンター）と「ハあモニイ」（厚木市）が布置され、「定番」が少なく「情報」が多いLH群には「フレースール」（岸和田市立女性センター）と「エソール」（広島県女性センター）が布置され、「定番」は多いものの「情報」は少ないHL群には「中野の女性」（中野区女性センター）、「あの・なはん」（盛岡市）、「えがりて」（総理府）、「藍の女性」（徳島県）が布置され、そしてどちらの掲載率もさほど高くないLL群には「あい」（沖縄県）と「さっぼろウイング」（札幌市女性センター）が布置された。このように、地域ブロックサンプル〇誌の布置状況は、強い相関が見られた先の地域ブロックごとの布置図（図38）と異なり、かなり拡散したものとなっている。

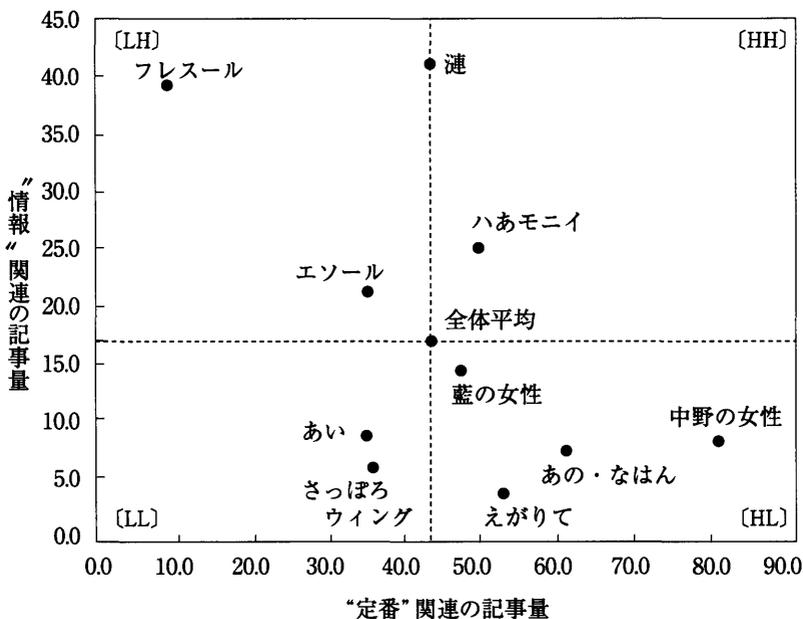


図39 地域ブロックサンプル10誌の「定番」記事と「情報」関連記事の分布

VI 女性広報誌の特集記事

1 男女共同参画特集

(1) 掲載比率、掲載ページ量

本調査では、女性広報誌の表紙のイメージおよび誌面全般の内容分析と並ぶ第三の柱として、各誌の特集の分析を行った。収集した女性広報誌の当該号において、「男女共同参画」に関する特集を組んでいたのは六五誌で、図40に示したように、全二七四誌中の二三・七%にあたる。もちろんそれ以前の号で既に男女共同参画特集の掲載を終えていたり、当該号発行以降に特集を行ったところもあるはずであるから、この掲載比率をもつて掲載比率の高低を評価することはできない。ちなみに、担当者アンケートでは、調査時点で男女共同参画特集を既に組んだことがあると回答した広報誌が五九・四%と過半数を超えており、中には複数回特集していたところも見られたほか、今後特集する予定のところが一五・九%あった。それに対し、今後とも共同参画特集をするつもりのない広報誌は、四誌に一誌にとどまっていた。

さて、男女共同参画特集に最も多いページ量を費やしていたのは、群馬県生活環境部の発行する『ステップ』（総ページ数二四ページ）で、一五ページが使わ

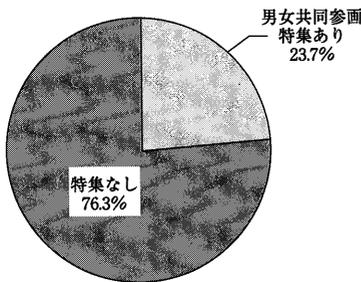


図40 男女共同参画特集掲載率

れていた。また、それに続いたのは江東区地域振興部発行の『江東の女性』（総ページ数二〇ページ）で、一四ページの共同参画特集を組んでいた。一方、共同参画特集の中で最も少なかったページ量は〇・七ページで、一誌見られた。特集ページ量ごとの分布で見ると、最も多かったのは二ページのものが二一誌、三二・三%、次いで四ページのものが一〇誌、一五・四%、三ページのが七誌、一〇・八%見られた。六五誌の男女共同参画特集ページを全部合計すると総ページ量は二五二・五ページとなり、一誌あたりの共同参画特集の平均ページ量は三・九ページとなった。

(2) 掲載ページ量比率

図41は、これら特集を行っていた女性広報誌を、特集ページ比率（対総ページ比）の高い順に並べたものである。一誌あたり八七・五%を共同参画特集にあてていたのは千葉県原市女性施策懇話会『キャッチボール』と、箕面市人権文化部『ミス、みのお』の二誌で、次に比率が高かったのは府中市女性センター『スクエア21』で、八三・一%を占めていた。特集ページ比率ごとの分布で見ると二五・〇%の広報誌が一八誌、二七・七%、五〇・〇%の広報誌が一四誌、二一・五%見られた。六五誌を平均した共同参画特集ページの対総ページ比は四〇・七%となる。

図42は、地域ブロックごとの男女共同参画特集ページの平均比率（対総ページ比）を見たものである。北海道が平均五〇・〇%で最も高く、次いで近畿、東京が続く。それに対し、南の、四国と九州・沖縄は、平均を一〇ポイント以上下回っている。

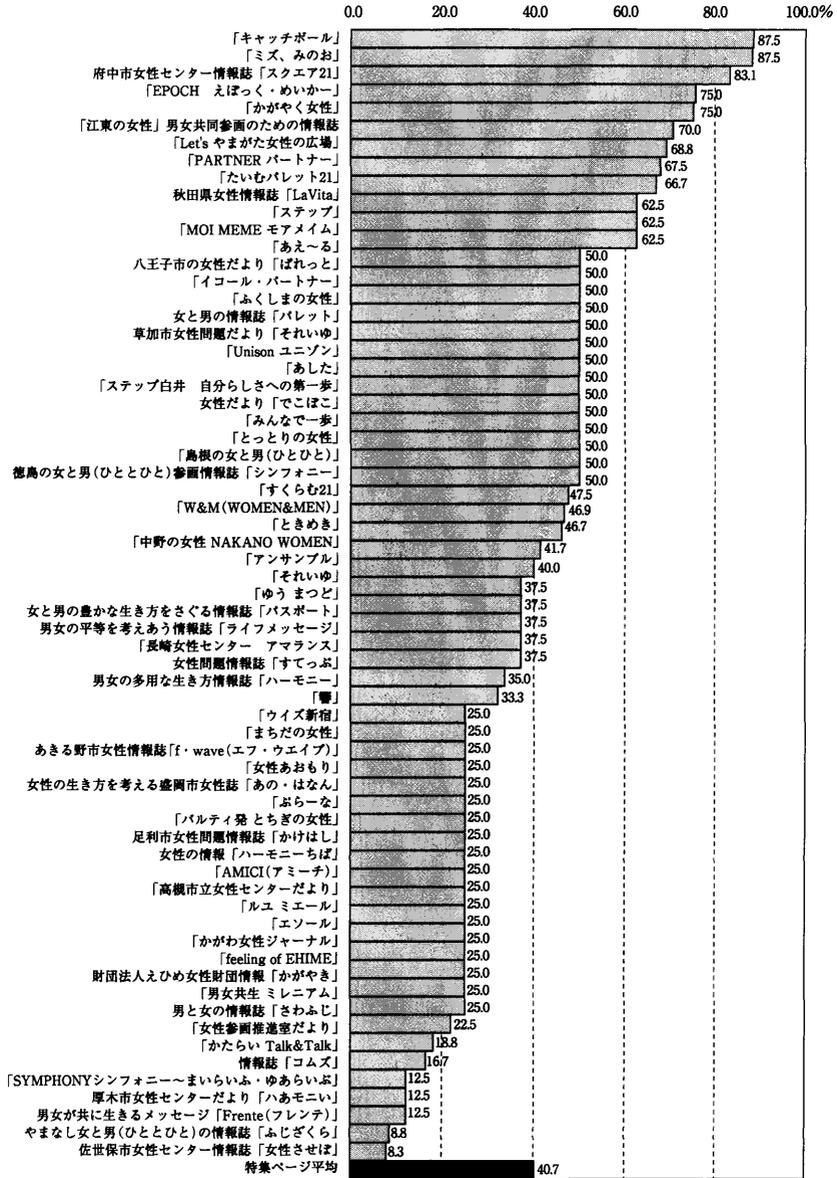


図41 女性広報誌別男女共同参画特集ページ比率 (N65)

(3) 内容構成
 各誌の男女共同参画特集の記事類が、どのような分野や形式から成り立っているのかを項目分けしたのが図43である（重複カウント）。

まず、最も多く掲載されていたのは、地域で実施された男女共同参画社会に関する講演やシンポジウム、講座、また男女共

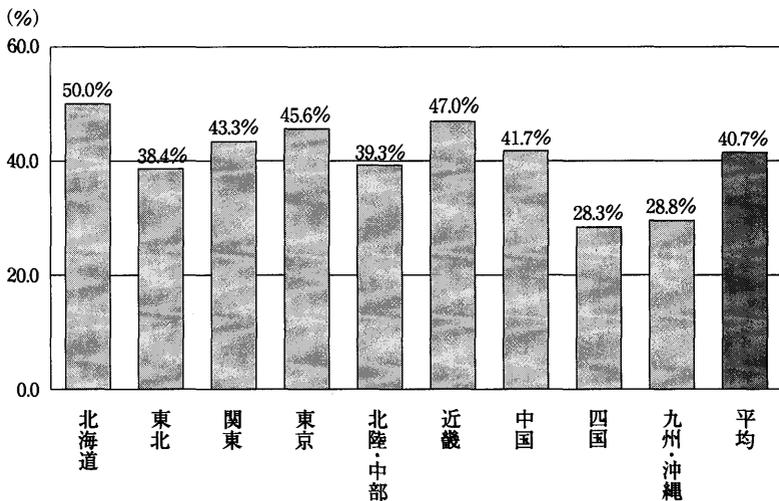


図42 地域ブロック別共同参画特集ページ比率平均 (N65)

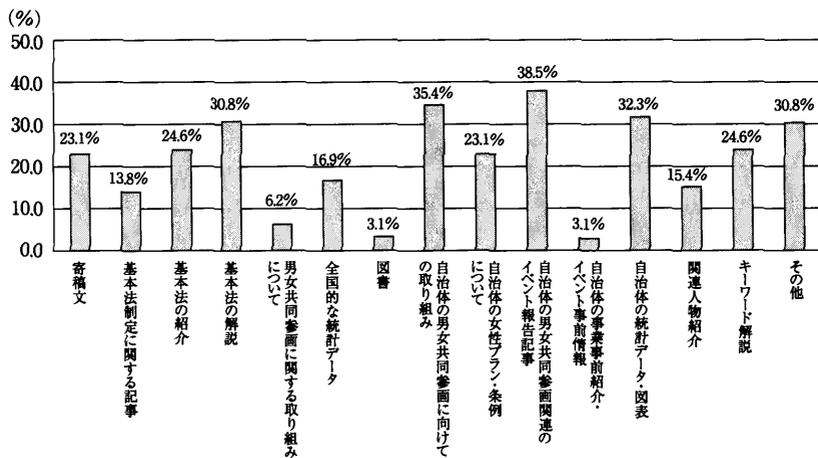


図43 共同参画特集の構成（重複カウント・N65）

同参画都市宣言を記念したイベントなどの事業を事後的に記事化した「自治体の男女共同参画関連のイベント報告記事」で、二五件、三八・五%であった。次いで多かったのは、地域における女性政策やその取り組みについて記事化した「自治体の男女共同参画に向けての取り組み」で、二三件、三五・四%見られた。以下、地域の共同参画の進展の度合いなどを見る「自治体の統計データ・図表」二一件、三二・三%、「男女共同参画社会基本法の解説」二〇件、三〇・八%、「男女共同参画社会基本法の紹介」一六件、二四・六%、「キーワード解説」一六件、二四・六%などの内訳となった。やはり地元の共同参画関連の記事が多いと言えるだろう。このほかで目立つものとしては、「自治体の女性ブラン・条例について」「寄稿文」などがあげられる。

次に、具体的に特集記事タイトルを見てみると、「自治体の男女共同参画関連のイベント報告記事」の例として「男女共同参画シンポジウム しんじゆく発男女平等宣言 新しい道くらせん」の階段を上るように」「(ウィズ新宿)」、「第11回広島女性大学開講! 女と男共につくる21世紀——男女共同参画社会をめざして」(「エソール」)、「スペシャルレポート 男女共同参画社会へ向けての香川行動計画Ⅱ普及推進地域フォーラム西讃ブロック」(「かがわ女性ジャーナル」)などがあげられる。

「自治体の男女共同参画に向けての取り組み」としては、「市町村における男女共同参画社会づくり」(「Let'sやまがた女性のひろば」)、「府中市は『男女共同参画都市』を宣言しました」(「スクエア21」)、「飯能市の女性行政の動き」(「アンサンブル」)などがあげられる。また、「自治体の統計データ・図表」としては、男と女の意識アンケート集計結果掲載号(「キャッチボール」)、「男女共同参画についての意識調査の結果」(「ゆうまつど」)、「男女共同参画意識調査速報」(「とつとりの女性」)などがあげられる。さらに、「男女共同参画社会基本法の解説」「男女共同参画社会基本法の紹介」としては、「男女共同参画社会基本法とその成立の意義と課題」(「PARTNER パート

ナー）、「男女共同参画社会基本法 超カンタンに理解できる裏ワザ」(『F・wave』)、「できました男女共同参画基本法」(『女性させほ』)、「必見 男女共同参画社会基本法が制定されました」(『SYMPHONY シンフォニー』) いろいろ・ゆあらいふ」などが見られた。

「自治体の女性プラン・条例について」の特集タイトルは、「あおり男女共同参画プラン21が策定されました!」(『女性あおり』)、「市民の市民による行動指針『アクションゆう』策定」(『ゆうまつど』)、「新男女共同参画プランなごや 骨子がまとまりました」(『ライフメッセージ』)、「三重県男女共同参画推進条例(仮称)制定に向けて」(『Frente』) などである。

(4) 「地方の責務」に関する言及

ところで、男女共同参画社会基本法は、第8条において、男女共同参画社会形成についての基本理念にのっとりて男女共同参画社会の形成の促進に関する積極的改善措置を含む施策を総合的に策定し、実施する「国の責務」とともに、第10条において職域、学校、地域、家庭その他の社会のあらゆる分野において、基本理念にのっとり、男女共同参画社会の形成に寄与する「国民の責務」を努力義務として定めている。

また、地方自治体については、第9条で、「地方公共団体は、基本理念にのっとり、男女共同参画社会の形成の促進に関し、国の施策に準じた施策及びその他のその地方公共団体の区域の特性に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する」と規定している。それが、第14条における都道府県や市町村など地域における男女共同参画社会の形成促進に関する施策についての男女共同参画計画等の策定義務や策定努力につながっているわけだ。

したがって、地域の女性広報誌が男女共同参画について特集する際には、第9条や14条について、何らかの形で

ふれる必要があるだろう。

今回の調査では、男女共同参画特集を組んでいた広報誌のうち「地方の責務」について何かしら言及していたのは、図 44 に示したように、六五誌中三〇誌、四六・二%と半数弱であった。

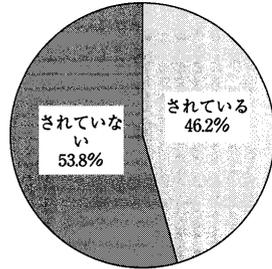


図 44 「地方の責務」への言及の有無 (N65)

(5) 登場人物

男女共同参画特集においては、関連イベントや寄稿文、また地域のキーパーソンの紹介などで、具体的な人物が登場することが多い。特集中で何らかの人物が出現した広報誌は六五誌中三七誌(五六・九%)であった。登場者数は一二三人で、一誌あたり三・三人登場していることになる。これらの登場人

表 6 男女共同参画特集に登場する人物 (N65) (単位：人)

	大学教員・研究者	国の共同参画担当	自治体の共同参画担当	ジャーナリスト	地元団体・委員会のメンバー (共同参画委員会)	会社員	弁護士	首長・行政担当(校長・教育委員会)	タレント	作家	地域の生徒	その他	肩書なし	合計
寄稿文(依頼原稿)	8	0	2	0	11	0	2	0	0	0	7	0	4	34
講演録等(イベントで)	13	3	3	6	7	1	1	2	2	2	0	2	9	51
関連人物紹介	1	0	0	1	11	9	0	3	0	0	0	13	0	38
合計	22	3	5	7	29	10	3	5	2	2	7	15	13	123
比率	17.9%	2.4%	4.1%	5.7%	23.6%	8.1%	2.4%	4.1%	1.6%	1.6%	5.7%	12.2%	10.6%	100.0%

* 65誌中37誌に人物あり

** 「その他」の内訳は農業、ボランティア、イベント参加者の声、車掌、介護士、「〇夫妻」「共働き夫婦」「熟年夫婦」など

物の属性を調べてみたところ、表6のようになった。全体を通じて最も多い属性は「地元の会・ネットワークなど団体のメンバーや地元の男女共同参画委員」で、二九人、二三・六％。次に多かったのが「大学教員・研究者」で、二二人、一七・九％であった。

記事の内訳を見ると、講演やシンポジウム、講座などイベントにおける登壇者の話をまとめたものが五一件で四割を占めた。これに次ぎ、地域の男女共同参画に関連する人物紹介が三八件、依頼原稿と思われる寄稿文が三四件見られた。寄稿文の寄稿人物は「地元団体・委員会のメンバー（共同参画委員含む）」（二一人）、「大学教員・研究者」（八人）、「地域の生徒」（七人）によるものが多く、イベント講演録は「大学教員・研究者」（一三人）が最も多かった。地元の国公立大学の教員が最も多く登場しているが、東京の大学教員も少なくない。関連人物紹介では、「地元団体・委員会のメンバー」（二一人）、「会社員」（九人）などが多く、また「その他」（一三人）が多かったが、「その他」の人たちも地域の人たちと言っていいだろう。男女共同参画特集への登場人物は、おおむね地域の人物か、全国的に名の知られたタレント性の強い人物に二分されるようである。

2 その他の特集

(1) 特集ページの掲載比率、掲載ページ量

年一、二回から、せいぜい数回の刊行にとどまる女性広報誌は、記事内容を読者に印象づけ、記憶にとどめてもらうため、特集制をとるところが多い。収集された二七四誌には、前節で見た男女共同参画に関する特集のほか、さまざまな特集が組まれており、実に二四四誌が男女共同参画以外の何らかの特集を組んでいた。

特集が複数掲載されている広報誌もあったので、本調査では重視度の高いと思われる順に第一特集から第三特集までをカウントした。その結果、第一特集を掲載していた女性広報誌は右記のように二四四誌、八九・一%にのぼったのに対し、第二特集を組んでいたものは一七誌、六・二%、第三特集まで組んでいたものは三誌、一・一%見られた。

第一特集のページ量の分布を見ると、二ページのもものが七二誌、二九・五%、四ページのもものが五五誌、二二・五%、三ページのもものが二四誌、九・八%となっている。第一特集が載っていた二四四誌の掲載ページ量平均は三・六八ページであった。最大のもものは二九ページを費やしている。所沢市発行の『SUN』で、内容は、「男女共同参画型 二〇〇〇年版『食物語』」というタイトルの、「すべての人に関係し、暮らしの基本にあるのが『食』です」というコンセプトのもと、戦前から三代代にわたる食の年表や男性の食事づくり体験などが掲載された読みごたえのある特集であった。また新宿区総務部発行の「しんじゆくフォーラム」は二四ページが特集に使われており、タイトルは「男と女の年代記」というもので、男女別に一〇歳きざみのライフ・サイクルが対照的に紹介されていた。なお、特集一において最少のページ量は、〇・八ページであった。

一七誌で組まれていた第二特集は、最大七ページ、最少一ページのもので、平均は二・〇九ページとなり、全誌平均八・九一ページの二割強を占める。また三誌あった第三特集は、いずれも二ページのものであった。

(2) 特集の分野

特集のカウントにあたっては、それぞれのトピックがどのような分野のものであるかを、先の内容分析と同じ四五分野を用いて分類した。繁雑になるので、第一特集のみ、いずれの分野の記事なのか表 7 で紹介しておこう。一

表7 特集ページの分野（上位順）

（重複カウント・N244）

順位	分野	件数	比率
1	地域の女性政策・共同参画	59	24.2%
2	女性と労働	37	15.2%
3	日本の女性政策・共同参画	33	13.5%
4	育児・子どもの教育	32	13.1%
5	ジェンダー	25	10.2%
6	高齢社会・介護	24	9.8%
7	女性と暴力	20	8.2%
8	女性の生き方	18	7.4%
9	施設案内	15	6.1%
10	性・健康	11	4.5%
10	家族	11	4.5%
10	男性の生き方	11	4.5%
13	世界の動い	10	4.1%
13	本・ビデオの紹介	10	4.1%
15	生活・くらし	8	3.3%
15	男性学・男性問題	8	3.3%
17	家事	7	2.9%
18	メディア	6	2.5%
18	フェミニズム・女性学・女性史	6	2.5%
20	少子化	5	2.0%
20	結婚・離婚	5	2.0%
20	女男の生き方	5	2.0%

* 「共同参画特集」以外の特集。

** 「表紙・題字」「ハガキ」「目次」「裏表紙」を除く。

たしのネットワー
 夢をかたちにわ
 井）、「自立の、

（「ステップ白
 施策なぜ必要？」

けはし）、「女性
 の共生社会」（「か

を拓け！ 女と男
 には「新しい時代

策・共同参画」に
 ついては、具体的

つの特集が複数の分野にまたがっている場合、重複カウントを行い、また記事分野ではない「表紙・題字」「はがき」「目次」「裏表紙」の項目は除いた。

男女共同参画関連以外の特集で最も多かった分野は、「地域の女性政策・共同参画」で、二四四誌中五九誌（二四・二％）の広報誌がこれに言及していた。以下、「女性と労働」（一五・二％）、「日本の女性政策・共同参画」（二三・五％）、「育児・子どもの教育」（二三・一％）、「ジェンダー」（二〇・二％）などが続いている。コンテンツ・アナリシスで明らかとなったテーマ分野と同じ傾向が見られると言えよう。

「地域の女性政策・共同参画」については、具体的には「新しい時代を拓け！ 女と男の共生社会」（「かけはし」）、「女性施策なぜ必要？」（「ステップ白井」）、「自立の、夢をかたちにわたしのネットワーク

クづくり」(「女性にしのみや」)、「愛媛県初の女性議員に聞く」(「かがやき」)などの特集タイトルをあげることができる。「女性と労働」では、「仕事と家庭の両立を支援する『ファミリーフレンドリー』企業」(「with」)、「女性も仕事を続けたい」(「ならんで」)、「ひむか流わたしたちのしごと&会社&地域おこし」(「フリリアント」)といったユニークなタイトルが並ぶ。また、「日本の女性政策・共同参画」では、「女性二〇〇〇年会議に向けて」(「エール いしかわの女性へ」)、「21世紀は男女共同参画社会」(「FAMICU」)などの特集タイトルがあげられる。

VII 分析結果のまとめ

1 活発に行われている女性広報誌の発行

今回、全国の自治体女性政策担当部署および女性センターが刊行する女性広報誌二七四誌を内容分析した結果から、担当者アンケートに続いて、多くの知見を得ることができた。

まず第一に、女性広報誌のプロフィールを見ると、発行主体の女性政策担当部署と女性センターの比率はおよそ六対四であり、前者は企画部や市(県)民部の女性政策課などの名称を持つところが多い。後者のセンターは、七割強が自治体直営で、三割弱が財団法人であった。発行主体の地域分布状況を見てみると、関東、東京が多いものの、次には近畿、北陸・中部、九州・沖縄などが続き、西の地方も活発に広報活動を行っている。また発行自治体では、「市」が過半数を占めた。女性広報誌の平均ページ数は八ページ強である。各誌の刊期を明らかにすること

はできなかつたが、担当者アンケートの結果では、多くの女性広報誌が年二回か一回の発行であった。このような、ページの薄さと刊行サイクルの少なさから、女性広報誌が「女性広報」としての機能をどこまで果たし得ているのか、議論の余地は残るだろう。

誌名は、一九九四年調査では地名プラス女性を誌名にしたものが三割近く見られたのに対し、今回はそれらが大きく減り、「動き」や「生き生き」「調和」といったニュアンスを持つ横文字やひらがなのタイトルが増えた。男女平等や男女共同参画を伝えるにあたって、ストレートな表現を避け、イメージやフィードバックに訴え、ソフトに伝えようという無意識的な防衛機制が働いているようにも感じられる。

2 多くの女性広報誌が「男女共同参画」を意識

第二に、一九九九年に施行された男女共同参画社会基本法を受けての、「男女共同参画」の浸透が既にこの時期に始まっていたことがあげられる。

そのことを示す調査結果の一つに、発行部署に、「男女共同参画課（室）」を中心に男女・共生・参画を称するところが一八カ所見られたことがある。

次に、ページごとの情報分野を量的に調査したところ、「地域の女性政策・男女共同参画」が全体で一割を占め、「国の女性政策・男女共同参画」も五%あった。

また、集取した女性広報誌の四誌に一誌が男女共同参画に関する特集を行っていた。共同参画特集ではない特集の中に、男女共同参画についての情報が入っているものもあった。

さらに、広報誌の表紙の三割が、ビジュアル表現を通じて「共同参画イメージ」を積極的に出そうと工夫していた。

こうしたことから、今回調査した一九九九年年度末には各自治体にある程度、男女共同参画に対する気運が醸成されてきたと言えそうである。

ところで二七四誌全体における誌面分野のコンテンツ・アナリシスの結果は、「地域の女性政策・男女共同参画」を最多に、「女性と労働」「施設案内」「催し物案内」「育児・子どもの教育」「国の女性政策・男女共同参画」「ジェンダー」「女性と暴力」といった「オーソドックス」なテーマか「インフォメーション」が上位だった。もちろん誌面分野の内容は、広報誌ごと、地域ごとに異なる。たとえばオーソドックスなテーマを「定番」記事とし、インフォメーション関係を「情報」関連記事として、それら二者間の掲載量の関係を地域ブロックごとに見ると、北陸・中部、中国、近畿の関西地方では「情報」関連が、四国、九州・沖縄では「定番」関連が強く、国、東京、関東、東北、北海道などはその中間に位置していた。

六五誌見られた男女共同参画特集に登場する人物は、地元団体・委員会等の委員、地元および東京の大学教員などが主流であった。

3 地域性を重んじる女性広報誌

第三に、女性広報誌は、男女共同参画社会基本法のあらましや、国の動き、世界の動きなどを伝えるよりも、地域広報としての性格が強いということがあげられる。地方自治体の広報誌としては当然の傾向と言えよう。前述し

たように、誌面分野では「地域の女性政策・男女共同参画」が最多であり、さらに催事案内、施設案内、事業報告など、地域情報も多い。男女共同参画特集でも、もっぱら自治体のイベント報告、自治体の取り組み、自治体の統計データなど、やはり地域における共同参画の記事が上位の扱いになっていた。これら共同参画特集において、男女共同参画基本法にある「地方の責務」について言及している広報誌は半数弱見られた。

もちろん、全ての広報誌が地域に力を入れているわけではない。たとえば、「国の女性政策・男女共同参画」と「地域の女性政策・男女共同参画」の関係を地域ブロックごとにマッピングしてみると、北海道、東北、北陸・中部は地域の政策が多く、四国と九州・沖縄は地域の政策と国の政策がともに多い。一方、国と東京は国の政策が多く、中国と近畿はどちらも少ない。東京二三区や多摩地区という地域の女性広報誌としてのレーゾンデートルとは何か、中国、近畿の地域性とは何か、といった問いが残ろう。これらに関しては、二七四誌全誌を、発行主体、地域ブロック、四五の誌面分野などとの関係で構造化する多変量解析にかけるなどすれば、さらに興味深い知見が得られるだろうが、今後の課題としたい。いずれにしろ、「女性政策」に関する「地域の広報」とはどうあるべきかといった根源的な課題が残った。

4 調査時点からの男女共同参画情勢の変化と女性広報誌

本研究は、男女共同参画社会基本法が施行されてからあまり時期を経ていない二〇〇〇年時点の女性広報誌を対象として行われたものである。これまでほとんど実態調査がなされてこなかった分野であるだけに、担当者アンケート調査と今回の紙面内容分析は、貴重な知見をもたらしたと考えられる。調査結果からもわかるように、当時は

誌名や発行部署の名称など、「女性」から「男女共同参画」へ移行しようという過渡期だったと思われる。また、ウェブによる配信も今ほど行われてはいない時期だった。しかし、調査時点から数年を経た現在、女性政策や女性広報誌をめぐる状況は変わりつつある。

第一に、国や自治体の男女共同参画政策が、ある程度定着してきたことがあげられる。男女雇用機会均等法の改正、DV法の制定、ストーカー規制法の制定など関連法規の整備も進んできており、男女共同参画プラン、行動計画、そしてそれらに法的根拠を与える男女平等条例などが、多くの自治体で作られたり改定されたりしている。こうした裾野の広がりや政策の浸透により、女性広報誌がどのように変わってきているか、調査が求められるところだろう。

第二に、定着の一方で国の男女共同参画行政の「揺れ」がある。本稿で詳説する紙幅はないが、本調査を行いはじめた前後から、いわゆるジェンダーへの「バックラッシュ」が目立ちだし、国や自治体の女性政策がターゲットになって、批判・非難される事態が生じ、場合によっては男女平等条例に、その趣旨と反する内容が盛り込まれたり、条例の上程そのものが頓挫してしまった自治体もある。こういった歴史的情勢の変化もあって、女性政策そのものが大きな転換期にあると言わねばならない。それに伴って女性広報誌にも変化が予想される。現在、女性広報誌がどの程度発行されているのか、その内容はどのようなものとなっているのか、さらにフォローしなければならないと考えている。

第三には、メディア環境の変化がある。経費をそれほど使わないインターネットのウェブによる広報が広まるにつれて、プリント・メディアによる女性広報からウェブを通じての女性広報に注目が集まっている。中でも女性センターは、自らのホームページを持つところが増え、イベント情報や施設案内を広報している。まだ数は少

ないもののメールマガジンの発信も始まっている。経費的にも、時間的にも、また手間や配布の上でも、これまでのような紙媒体の「広報誌紙」のメリットやスタイルを上回る電子メディアがこれからは主流化していくだろう。現在はその過渡期にあるので、そのこともフォローしておく必要がある。

このように、「女性広報誌」から「女性広報」へと変わってゆくことについては、次の最終章でもふれることにしたい。

VIII これからの女性広報の課題

1 女性広報誌の役割とは

女性広報誌研究会は、女性広報誌担当者アンケート調査および今回報告した女性広報誌の内容分析という、二つの調査研究を行った。その結果、女性広報誌の基本的属性、女性広報誌の作られ方、担当者のジェンダー意識や制作の苦勞、表紙のイメージ、誌面内容、男女共同参画特集およびその他の特集の内容などが明らかとなった。その上で、分析を終えた今、改めて女性広報誌の目的や役割、機能、そしてメディア形態などについて、再考しなければならぬ点があると感じている。

両調査研究から明らかになった女性広報誌の情報内容は、おおむね、①地域の女性政策・男女共同参画政策についての情報提供、②その基盤となる国の女性政策・男女共同参画政策についての情報、③労働、育児といった継続

的に取り組まれてきた問題や女性と暴力、介護など新たに焦点化されるようになった課題の提示、そして④男女共同参画に関する地域のイベントや関連図書・ビデオなどの情報、の四つの分野から成り立っている。①②の政策関連情報の提供と、③④のジェンダーをめぐる、いわば「何でもあり」の情報提供という両輪による展開が、実態としての女性広報誌面の特徴である。「あれもこれも」で、ポイントが絞り切れていないくらいはあるが、基本的には今後もこの両輪で女性広報誌の内容が構成されていくことになるだろう。

このように、女性広報誌の主要な役割は、広く市民に女性政策・女性問題に関する情報を伝達することにあるが、その他の役割にも着目する必要がある。それらは、①地域の公募委員などとコラボレートしながら広報誌の企画・編集・発行を自治体が行うことにより、市民自身がエンパワーメントする役割、②自治体が読者である地域住民の女性問題の実態を把握し、政策ニーズを汲み上げる役割、③自治体庁内や議会でのジェンダー・メインストリームングを実現するための各部署間における連携機会を促進する役割などである。

女性政策・施策の推進は、ひとり行政だけでできるものではない。地域住民の意見やニーズを汲み上げ、人びとの参加をうながし、市民とともに推進する必要がある。市民との双方向的コミュニケーションは、女性行政の要であると言えよう。しかしながら、当の地域住民が女性広報誌に対していかなる認識を持ち、どの程度閲読しているのか、その実態や女性広報誌の影響力については必ずしも明らかとなっていない。今回の調査研究では、制作担当者と広報誌本体は調査したものの、人びとがその情報をどのように受け止め、問題を共有し、男女平等の実践に結びつけているかについての調査は行うことができなかつた。女性広報誌の接触・利用・効果に関する量的・質的調査を今後実施する必要があるだろう。

2 女性広報誌から女性広報へ

女性広報誌は、市民と行政が男女共同参画に関する情報を共有し、共通の理解を促進するための基盤となるものである。

しかしながら、年二回程度の発行、一号あたり八ページ程度の活字媒体の広報誌では、その情報量、頻度、スピード、どれをとってもあまりに不充分である。取材・編集・発行作業の時間と時間の面からも、また予算の面からも、大きな限界がある。確かに女性広報誌の発行は、女性政策・女性問題情報の伝達や公募編集委員のエンパワーメントといった機能を有するのみならず、事業として「目に見える」ものであり、また刊行物を出した達成感もあり、さらにある程度の予算を消化できることから、最も行われやすい事業となってきた。だが、昨今の行財政改革の波の中で、女性広報誌発行の成果や対費用効果を行政評価し、見直す自治体も出てくるだろうと予想される。予算も人員もスリム化が進行する現在、これ以上の女性広報誌予算の獲得は、多くの場合、ほぼ望み薄であると見てよいだろう。

こうした状況の中で既存の紙媒体を用いてまずできることとしては、たとえば、都道府県市区町村など自治体が月一、二回発行し、新聞折り込みや自治会などを通じて全戸配布される市報・区報に、ジェンダーや男女平等問題のページを常設するような方法があるだろう。市報・区報の中には、「男女共同参画室(係)から」といった女性政策担当部署による定期コラムのスペースを有しているものが散見されるが、そのスペースを常設化し、また量も増やして一定の分量のページを確保するのである。そうすれば、速報性が必要な情報を随時提供し、連載記事を企画

することも可能となるだろう。

自治体の市報や区報の閲読率が高いのは、無料講座やイベント情報など、「お得情報」があるからだといわれる。女性広報誌においても無料相談や資格取得などに関する情報を載せるとともに、男女平等に関する本などのプレゼント応募葉書を添付する等、「お得感」を持たせる工夫が必要だろう。

また、今回収集・調査した女性広報誌の中には、女性センターの市民運営委員や図書情報係がワープロ編集し、内部印刷で作っているような媒体も見られた。業者による本格的な広報誌もさることながら、こういった手づくりの広報誌をこまめに出すことも、広報誌読者が、必要な情報により速くより頻繁に接することを可能にするための、一つの方策たりうるだろう。

一方で、今までのような発行頻度やページ量などに限界のある紙媒体による女性広報誌発行の必然性そのものを再考して見る必要があるだろう。現在、メディアのあり方や個人のメディア行動はデジタル・メディア中心へと大きく変容しつつある。そのような中、これまでのような紙媒体のみならず、インターネットによるウェブサイト（ホームページ）展開やメールマガジンの発行、また、今まで範疇に入ってこなかったラジオ放送、コミュニティテレビ、ブロードバンドなどさまざまなメディアを駆使し、収集情報の加工、編集技術の向上を図りながら、発信方法・配信方法を多様化することによって、情報量や速報性、到達度を高める工夫が求められる。女性広報誌のみに啓発や情報提供を担わせるのではなく、メディアミックスの発想を取り入れることが必要である。

さらに女性広報担当者は、新たな媒体を他に求めるだけでなく、行政自体が構築している「行政広報」の基盤組織である広報公聴担当部署ならびに各部・各課が発行・提供している広報媒体など、より広範な行政内の広報関連組織や人的ネットワークを視野に入れて、それらの有効活用を模索することが必要だろう。それをきっかけとし

て、各部署を横断する全庁的なジェンダー・メインストリーミングの機運を高めていくことが重要である。

これらの変革を通じて、今後時代は紙媒体の「女性広報紙」から、多様なメディアや行政広報組織を利用した「女性広報」へと向かうだろう。

最後に、本稿は行政広報誌の分析が主目的であったため十分に展開できなかったが、男女平等の機運づくりは、古くは民間の女性グループや研究者たちが担ってきたのであり、そこから発行されたミニコミや研究誌、構築されたネットワークが果たしてきた役割には大きいものがあつたことに触れておきたい。NGOやNPOとして、行政から独立したオルターナティブ・メディアがより多く創出されて対抗的言論が活性化し、行政と民間が相互に刺激を与え合うことが可能となれば、NGO・NPOなど市民の言論や運動も、また行政の女性広報も活発化して、女性政策はより実り多いものとなるだろう。

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』第四一巻第三号、二〇〇三年一月、二五〜六一頁、および田中和子・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(下)——担当者アンケート調査を中心に——」『国学院法学』第四一巻第四号、二〇〇四年三月、五七〜一一頁。また、これらに先立って、調査結果の概要を、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』二〇〇二年一月号、三〜六頁、および女性広報誌研究会「女性広報誌は男女共同参画を伝えているか——誌面内容の分析を通じて——」[We learn]二〇〇二年一月号、三〜六頁、として発表している。

(2) 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——」前掲誌、三一〜三六頁。

(3) 東京ウィメンズプラザでは、一九八四年以降より総理府婦人問題担当室(現内閣府男女共同参画局)が毎年行っていた「婦人行政施策の推進状況調査」に基づいて女性広報誌を網羅的に収集し、報告している。

(4) 二〇〇〇年以降、発行される女性広報誌の数は増加傾向にあると思われる。また、廃刊されたり発行主体が変わったり、形態が変わったものも少なくない。たとえば国の女性広報誌である『えがりて』は二〇〇三年の一五〇号をもって廃刊し、現在は「男女共同参画推進本部ニュース」となり、発行主体も当時の総理府男女共同参画室から現在では内閣府男女共同参画局になっている。また、第一期に創刊された東京都中野区の女性広報誌「中野の女性」は、二〇〇〇年一〇月に廃刊となった。一方、新聞サイズの大判で定評のあった横浜市女性協会の「FORUM 通信」は、現在では冊子スタイルに判型を変えている。まさにメディアは「生き物」である。

(5) コンテント・アナリシスの手法のうち、量的な分野分類分析の手法を解説した文献として、井上輝子・女性雑誌研究会「女性雑誌を解説する——日・米・メキシコ比較研究」垣内出版、一九八九年、鈴木裕久「マス・コミュニケーションの調査研究法」創風社、一九九〇年、岩男寿美子「テレビドラマのメッセージ——社会心理学的分析」勁草書房、二〇〇〇年、萩原滋・国広陽子編「テレビと外国イメージ」勁草書房、二〇〇四年、および日吉昭彦「内容分析の展開」『マス・コミュニケーション研究』二〇〇四年、第六四号、五〜二四頁、などを参照。

(6) 生涯学習情報研究会（代表・平沢茂、メンバーに青木玲子ほか）『地方公共団体等の刊行する女性広報誌の実態に関する実証的研究』（財）東京女性財団一九九四年度女性研究報告書、一九九五年三月。

(7) 収集した女性広報誌の中で、最も号数を重ねていたのは、『えがりて』（総理府男女共同参画室）で一三〇号であった。ほか、「フォーラム通信」（横浜市女性協会）と「女性センターだよりハアモニイ」（厚木市）がそれぞれ一〇号を数え、「Wave」（神奈川県立かながわ女性センター）一〇一号、「ヌエック News」（国立婦人教育会館）八八号、「パルティ」（とちぎ女性センター）八七号などが、上位の部類であった。刊行サイクルにもよるが、これらは創刊が古いと推測される。

* 本稿は、女性広報誌研究会（代表 田中和子）が、財団法人東京女性財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、あおきいこ・越谷市男女共同参画支援センター職員

【付録】

女性広報誌誌面分析表

女性広報誌研究会 記入者()

現誌名		号数	発行年月日
サブ誌名		刊期	
語義		総頁数	判型 A4 ()
発行先		発行元コード	
編集		創刊年	
印刷	1モノクロ 2二色刷り 3三色以上		

誌面構成

(基本的に0.1ページ単位でカウント 1/3の場合は0.33/0.33/0.34 1/4の場合0.25)

コードNo.	分野	ページ量	対全ページ比	コードNo.	分野	ページ量	対全ページ比
0	表紙・題字			23	フェミニズム・女性学・女性誌		
1	日本の女性政策・男女共同参画			24	男性学・男性問題		
2	地域の女性政策・男女共同参画			25	女性の生き方		
3	世界の動き			26	男性の生き方		
4	女性と政治			27	ジェンダー		
5	年金・税金			28	本・ビデオの紹介		
6	環境			29	法律		
7	女性と教育・学習			30	施設案内		
8	人権			31	催し物案内		
9	女性と暴力			32	行政案内		
10	性・健康			33	事業報告		
11	家族			34	調査・統計		
12	国際交流			35	その他		
13	生活・暮らし			36	はがき		
14	メディア			37	目次		
15	芸術・文化・スポーツ			38	裏表紙		
16	女性と開発			39	読者コーナー		
17	女性と平和			40	セクシュアル・ハラースメント		
18	地域文化			41	家事		
19	高齢社会・介護			42	結婚・離婚		
20	少子化			43	女男の生き方		
21	育児・子どもの教育			44	男女平等・性別役割		
22	女性と労働			合計			100.0%

特集	タイトル	
	分類コード(上記と同、複数可)	ページ量
呼びかけ	1 はがき差入 2 はがき印刷 3 誌面での呼びかけ 4 読者コーナー 5 その他()	

* インタビューや対談は内容で分類

** 内容が複数にわたる場合は、それぞれの分野に面積に応じて分類する

*** 「特集」は3つまで記入