

# 「大使」に女性なぜ多い？

地域観光資源や特産品の魅力を発信する「大使」が生産者や関係者でなく一般女性ばかりなのはなぜ？ 愛媛新聞「真相追求 みんなの特報班」（通称・みんな）に投稿が寄せられた。県内の「大使」応募条件を調べると、大半は性別や職種に制限がない。ジェンダー平等意識啓発や男女共同参画の行政施策で整えられてきた枠組みだ。一方、応募の9割以上が女性という事実もある。

（宇都宮理恵）

## 観光資源や特産品PR



みんなの特報班

2023年1月上旬、砥部町で行われた秋の砥部焼まつりのチャリティオークション会場、砥部焼を象徴する紺と白の衣装とたすきをまとい、笑顔でイベントを盛り上げる砥部焼まつり大使の女性2人の姿があった。是沢歩美さん(32)と武智三法さん(27)は公募で選ばれた。砥部焼の基礎知識や話し方の研修を受け「まつり」や砥部焼PRの顔として県内外でマスコット訪問、イベント出演をした。武智さんは活動を振り返り「大使になって知識が増え魅力も分かった。任期後も砥部焼について発信したい」と話す。

「砥部焼まつり大使」が初登場したのは05年度。応募条件は「砥部焼を愛する18歳以上で、当初から未婚・既婚、性別、職業不問だが、これは当時の社会背景があった。女性だけを審査対象にする「ミスコンテスト」に1990年ごろから批判が強まり、全国で見直しが進んだ。県内では2003年に県男

## 募集は性別不問 男性の応募増えず

女共同参画推進委員が「男女共同参画社会基本法や県男女共同参画推進条例の趣旨に合わない」となど県に対して「ミスコン」と関わらないよう助言。「ミスコン」は人権侵害と市民団体「男女平等市民オンブズスーム」(当時)の排除を求めた。県は主催・後援・審査員派遣・助成をしないなど「ミスコン」を市町村にも通知し出した。この年、JA全農えひめは「ミス愛媛みかん」の名称を「愛媛みかん(いよかん)大使」に変更。「身長157センチ以上の未婚女性」だけで役割がはっきりと伝

も「県内に住む18歳以上の男女」に改めた。前後して、松山市の観光PRを担ってきた「ミス松山」も、未婚女性に限らずいた募集枠を「18歳以上の女性」に広げ「松山マドンナ大使」に改称した。その後も「女性」という募集条件は続いていたが、今春就任する24年度大使の募集からは性別を問わないこととした。夏目漱石の小説「坊っちゃん」のヒロイン「マドンナ」を冠した名称は「長年親しまれてきたため(松山)マドンナ協会、山崎未に残した。現在では一条件にこだわらなければ誰でも歓迎、多くの人に応募してほしい」と、ほとんどの団体が開かれた姿勢になっている。

「愛媛みかん大使」の募集の状況はどうだろうか。応募の状況は性別別でみると、23年度の応募総数から推測するに、女性採用率がどうも高いと話す。

「交流サイト(SNS)で情報関係なく、したがって応募条件は発信できること」を「大使」の応募条件にする団体が増えている。「松山マドンナ大使」は自分たちで取材対象を探し、撮影・編集もしている。外村美琴さん(23)は「自分がいいと思ったものを県内外の人に知ってほしい」と個性を前面に出して発信中。「世界の人に松山を知ってほしい」という好永純直さん(20)は英語でも発信し、フォロワーの6%が国外在住者だ。

「大使」たちがアップしたSNSを見て初めてイベントに足を運んだ若い人もおり、「行政や関係者にはない視点をもたらしてくれている」(事務局の松山コンベンション協会と高く評価されている。SNS発信に振り切った「大使」もいる。県産農産物を使ったスイーツをPRする「えひめスイーツアンバサダー」は、自分のアカウントでテーマに沿って県内のスイーツ情報を発信するのがメイン業務。SNS発信をするのに性別は

## 活動や役割しっかり伝えて

「大使」の採用に関わっている関係者は「性別に関係なくコミュニケーションなど能力本位で適性を審査している」という。その上で「女性の応募が多いため、女性採用率がどうも高い」と話す。



砥部焼のチャリティオークションで観客に砥部焼を掲げる「砥部焼まつり大使」2023年1月上旬、砥部町千足



SNSで松山市の花・椿を紹介するため、スマートフォンで撮影する「松山マドンナ大使」=1月下旬、松山市道後湯之町

## SNSで広報の形変化

「大使」たちがアップしたSNSを見て初めてイベントに足を運んだ若い人もおり、「行政や関係者にはない視点をもたらしてくれている」(事務局の松山コンベンション協会と高く評価されている。SNS発信に振り切った「大使」もいる。県産農産物を使ったスイーツをPRする「えひめスイーツアンバサダー」は、自分のアカウントでテーマに沿って県内のスイーツ情報を発信するのがメイン業務。SNS発信をするのに性別は関係なく、したがって応募条件は発信できること」を「大使」の応募条件にする団体が増えている。「松山マドンナ大使」は自分たちで取材対象を探し、撮影・編集もしている。外村美琴さん(23)は「自分がいいと思ったものを県内外の人に知ってほしい」と個性を前面に出して発信中。「世界の人に松山を知ってほしい」という好永純直さん(20)は英語でも発信し、フォロワーの6%が国外在住者だ。

「大使」たちがアップしたSNSを見て初めてイベントに足を運んだ若い人もおり、「行政や関係者にはない視点をもたらしてくれている」(事務局の松山コンベンション協会と高く評価されている。SNS発信に振り切った「大使」もいる。県産農産物を使ったスイーツをPRする「えひめスイーツアンバサダー」は、自分のアカウントでテーマに沿って県内のスイーツ情報を発信するのがメイン業務。SNS発信をするのに性別は関係なく、したがって応募条件は発信できること」を「大使」の応募条件にする団体が増えている。「松山マドンナ大使」は自分たちで取材対象を探し、撮影・編集もしている。外村美琴さん(23)は「自分がいいと思ったものを県内外の人に知ってほしい」と個性を前面に出して発信中。「世界の人に松山を知ってほしい」という好永純直さん(20)は英語でも発信し、フォロワーの6%が国外在住者だ。

宇和島市の女性地域おこしグループ「まわりのBeppin塾」主催のコンテストで選ばれた「王子」も、21年からInstagramによる発信を活動の柱としている。

SNSは自ら発案して発信するスタイルに親和性が高へ、フォロワー数や閲覧数といった評価基準もはびきりしている。イベントや式典で主催者の指示通りに話したり振る舞ったりするこの多かった「大使」による広報の形は、SNSが変化をもたらしている。



## リクエスト募集中

愛媛新聞「真相追求 みんなの特報班」は取材リクエスト、LINE(ライン)の友だちを募集しています。QRコードから、LINE公式アカウント「【新】真相追求 みんなの特報班@愛媛新聞」に友だち登録し、リクエストをお願いします。記事へのご意見、ご感想もお待ちしております。ホームページ(HP)「愛媛新聞ONLINE」に、みんなの特報班ページ(https://www.ehime-np.co.jp/online/news/mintoku/)を設けています。HPや郵便でもリクエストを受け付けています。