2014.9.24

**朝日新聞社広告局御中**

kouhou@asahi.com

**9月23日付広告に関する抗議ならびに質問**

牟田和恵

大阪大学大学院人間科学研究科

〒565-0871大阪府吹田市山田丘1-2

私は、セクシュアル・ハラスメント（セクハラ）や性暴力に関して研究・活動をしている者ですが、9月23日付の貴社の広告について、抗議を申し述べるとともに貴社のお考えを伺いたく、本便を送付いたします。

2014年9月23日付朝日新聞第5面（大阪本社版・10版）に、MADURO誌創刊広告として全面広告が掲載されましたが、その中に、

気分が楽になったらCAとたわむれてみましょう。彼女が話しかけてきたら、（ホントは聞こえてるけれど）聞こえないふりをして、「ナニ？」と言いたげに顔を近づけましょう。こんなに堂々と見知らぬ**姫―ナに12㎝**まで接近することって他にないです。あとは百戦錬磨のワザを見せつけてやってくださいまし。

との文言があります（強調は原文）。しかも、広告全体から見て、こうした行動は、「やんちゃ」なもので、おしゃれな中高年男性がすべきことであるように表現されています。これは、読者に、キャビンアテンダントに対してのセクハラを奨励していることに他ならないのではないでしょうか。

しかも、この広告は、企画・制作が朝日新聞社広告局であると、当該広告面の左上に記載されております。ということは、朝日新聞社には、こうしたセクハラ奨励広告の掲載を許容している以上に、積極的に作り出している重大な責任があるのではないでしょうか。

言うまでもありませんが、日本においてもすでに四半世紀にわたって、セクシュアル・ハラスメントが女性の人権・労働権を侵害する重大な問題であることが社会的に浸透してきました。そしてまた、本年6月から発覚した東京都議会での問題のように、まだまだ解決の容易ではない、根深い問題であることが広く知られております。そのなかで、このような、セクハラすることを奨励するような広告を大々的に掲載することの社会的影響は非常に大きいのではないでしょうか。なぜこのような、反社会的ともいえる広告が制作・掲載されたのか、貴社にはぜひとも、責任あるマスメディアとして、この広告に関する回答と措置を求めます。あわせて、このようなセクハラを推奨・許容するような広告や記事の掲載が二度と行われないこと、そして、セクハラ問題の防止と解決に貴紙が取り組んでいかれるよう、期待いたします。

なお、同主旨の抗議と質問を、MAZURO誌発行株式会社yanG／yanG Co., Ltd. 社　ならびにボーズ株式会社あてにも行っております。

本便は、即時性の便宜のため、電子メールという簡便な手段で申し入れしておりますが、別便郵送にて送付させていただきますことを申し添えます。

以上

追記：私がこれまで、セクハラ問題に関して著しておりますもののうち、いくつかを以下に記載いたします。以上の私の意見に疑義がございましたら、参考にしていただければ幸甚です。

（著書）

2013『部長、その恋愛は、セクハラです！』集英社新書

2008『新版知っていますか？セクシュアル・ハラスメント一問一答』（共著）解放出版社

2008　“The Making of Sekuhara: Sexual Harassment in Japanese Culture”, in Liu Jieyu and Stevi Jackson with Woo Juhyun (eds), *East Asian Sexualities: Modernity, Gender and New Sexual Cultures*, Routledge.

2000『セクシュアル・ハラスメントのない世界へ』（共著）有斐閣

（新聞記事）

2014年7月2日朝日新聞文化面「変化できぬオヤジたち」