



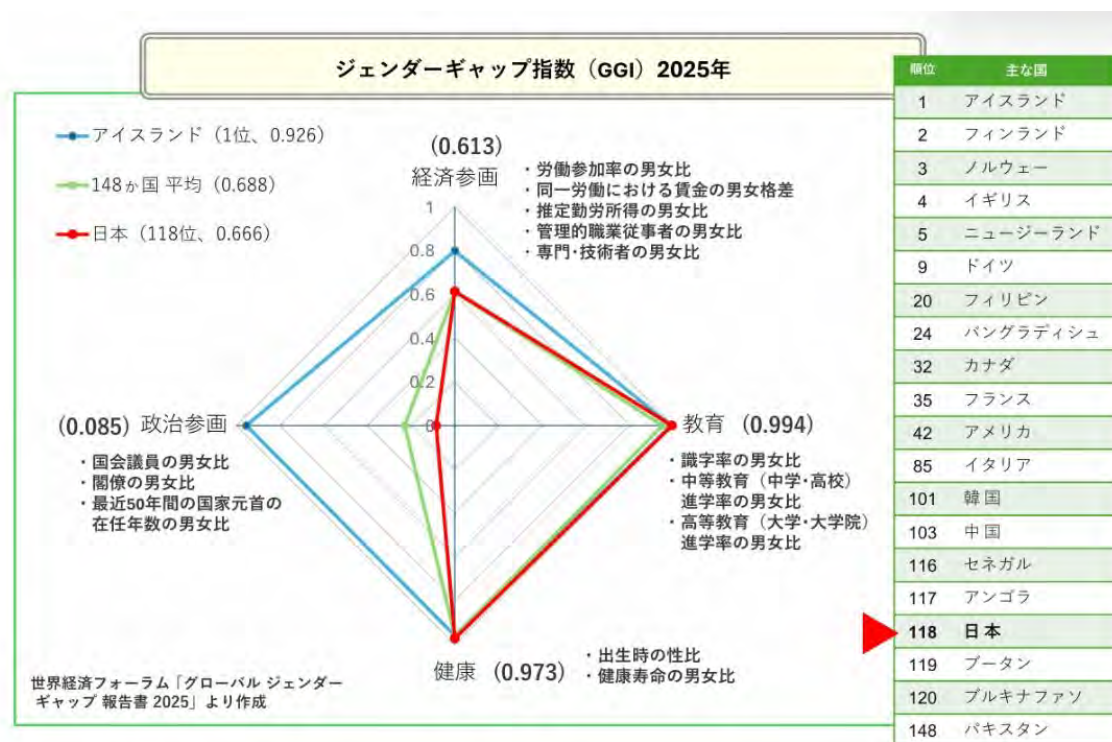
日経 ウーマン エンパワメントプロジェクト

2026年度のご提案 (2026.2.10)

ジェンダー平等経営で、多様性を組織の力に。企業の成長エンジンに。

世界経済フォーラムが発表している「ジェンダーギャップ指数2025」において、日本の順位は148カ国中118位です。これはG7中最下位であるだけでなく、韓国や中国、ASEAN諸国よりも低い順位です。経済分野の日本の順位は112位。**管理職に占める女性の割合の低さや男女間賃金格差の大きさが、大きな課題**となっています。国内では、「2020年代の可能な限り早期に指導的立場の女性を3割に増やす」という目標が掲げられていますが、世界はすでに、取締役会など意思決定層の多様性を確保する段階にあります。国連もSDGsで「ジェンダー平等と女性のエンパワメント」を重要目標に定めています。

なぜ、組織に多様性が必要なのでしょう。それは変化の激しいビジネス環境においては、新たな視点や異なる意見を取り入れ、**組織のイノベーション創出力や変化対応力を高めることが欠かせない**からです。SDGsの根幹である「ジェンダー平等」への取り組みは、企業の社会的責任やガバナンスとも深く関わっています。



(2) 日本はなぜ順位が低いのか？

日本が特に男女間で差が大きい分野は経済と政治だ。経済は所得や賃金格差の大きさが労働に参加したり、昇格したりといった機会の差も評価。日本は56.8% (120位) で前年から0.7ポイント差が縮んだが、女性管理職比率の項目は数値が17.1% (130位) と国際的にも不平等さが目立つ。厚生労働省の調査による日本の女性管理職比率は12.7%と依然低い。

依然としてG7や東アジア諸国の中では低水準

国名	順位
アイスランド	1 (1)
フィンランド	2 (3)
ノルウェー	3 (2)
ニュージーランド	4 (4)
スウェーデン	5 (5)
ドイツ	7 (6)
英国	14 (15)
フランス	22 (40)
カナダ	36 (30)
米国	43 (43)
イタリア	87 (79)
韓国	94 (105)
中国	106 (107)
日本	118 (125)

(注) 146カ国中。カッコ内は前年順位
(出所) 世界経済フォーラム「Global Gender Gap Report 2024」

すべての人々が自分らしく、生き生きと輝ける社会を目指して。

このような環境の変化のなかにあっては、ジェンダー平等や多様性を企業経営の視点で考えていくことが欠かせません。

そこで2020年、日本経済新聞社と日経B Pが共同で「**日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト**」を始動。1年を通じて複数回実施する大型イベント「ジェンダーギャップ会議」や、新聞・ウェブメディア・雑誌などの媒体を大いに活用し、企業様のブランド発信、採用戦略、人材育成のお手伝いをしてまいりました。

日本経済新聞朝刊、日経WOMAN、日経ウーマンWeb、日経ビジネスでの掲載のほか、コンソーシアム（加盟企業同士での勉強会やネットワーキング）など、日経グループの総力を挙げて取り組みます。

企業成長につなげるためのコミュニケーションの一助としてご活用いただければ幸いです。



企業経営におけるジェンダーの取り組み

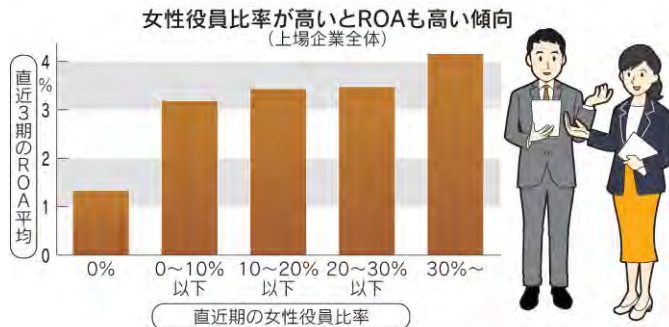
経営や業績における意思決定でも多様性は欠かせません。

男女の賃金格差是正、経済産業省からの「共働き・共育て支援」施作などが打ち出され、ジェンダーギャップ解消に向けた企業の取り組みが求められています。

Topics①

女性役員比率と総資産利益率（ROA）

上場企業において、女性役員比率が高いほどROAの直近3期平均も高い傾向で、効率的に利益を稼げている。



女性役員比率が3割以上でROAも高い企業

企業名	直近3期のROA平均	企業名	直近3期のROA平均
1 インソース	28.1%	11 SHIFT	12.9%
2 ZOZO	27.8	12 ドーン	12.6
3 クラシコム	20.3	13 ビーブル	12.6
4 日本オラクル	17.7	14 アイ・ピー・エス	12.2
5 ボードルア	17.7	15 システムサポート	11.3
6 HOYA	16.6	16 AI CROSS	11.1
7 ヤーマン	16.4	17 リクルートホールディングス	9.9
8 エムスリー	16.2	18 ビジョン	9.7
9 トランザクション	15.7	19 ティップ	9.7
10 メディア総研	13.6	20 電通総研	9.3

(注) 継続比較可能な主な上場企業が対象。2月14日時点。日経NEEDS調べ

Topics②

男性育休取得率

仕事と育児や介護の両立に関する改正法案が閣議決定。男性の育休取得率の公表義務対象を、1000人超の企業から300人超に拡大し、取得率の目標値も100人超の企業は公表が義務化。

仕事と育児・介護の主な両立支援策

柔軟な働き方



① 3歳になるまで
テレワークという働き方を選べるようにすることが、企業の努力義務に
時短勤務の代わりに選べるように



② 小学校就学前まで
短時間・テレワーク・フレックスなどから2つ以上の制度を用意することが企業の義務に

残業免除

3歳になるまで→小学校就学前まで

看護休暇

子の行事なども理由に追加

育休取得率

実績値の公表義務
1000人超の企業→300人超の企業
目標値の設定と公表義務
100人超の企業

介護の両立支援策の周知

40歳になる全ての従業員に、介護休業などの支援制度を周知することが企業の義務に

Topics③

令和5年度「Nextなでしこ銘柄」

共働き・共育て支援（男女問わない両立支援）に関する設問を拡充し、取組を進める企業を最大30社程度選定し、3月下旬に発表予定。



※「Nextなでしこ 共働き・共育て支援企業」のロゴは選定時に公表予定です。

「3つの柱」で社会・企業のコミュニケーションを活性化します

1 | Input（勉強会・セミナー）

日経ウーマン エンパワースメント コンソーシアム

勉強会やセミナーを通じて女性のエンパワースメントやダイバーシティについての理解を深められるほか、参画企業とのネットワーキングも可能です。

2 | Output（発信）

ジェンダーギャップ会議登壇 メディアタイアップ ほか

大型イベント「SDGsフェス」の中で、ジェンダーに焦点を当てた会議を開催。先進企業の取組みを社会全体へ情報発信します。タイアップでは各社の活動をインタビュー記事で掘り下げます。

3 | Action（活動訴求）

紙面を通じたメッセージ訴求

8月の社長会当日と、3月の国際女性デーを山場に参加企業のメッセージを総括。ジェンダー平等、多様性、公平性に取り組む企業姿勢を、新聞紙面を通じて発信します。

25年度加盟企業 24社



アクサ



アバナード



アフラック生命保険



アモーヴァ・アセットマネジメント
(旧 日興アセットマネジメント)



エスエス製薬



NEC ネットズエスアイ



大林組



KPMG コンサルティング



コスモエネルギーホールディングス



ジェイエイシーリクルートメント



情報通信研究機構



スカパーJSAT



STELAQ



セゾンテクノロジー



日東電工



日本イーライリリー



日本M&Aセンターホールディングス



パーソルホールディングス



PwC Japanグループ



マネックスグループ



三菱UFJフィナンシャル・グループ



明治安田生命保険



メットライフ生命保険



レゾナック

スケジュール

1 | Input

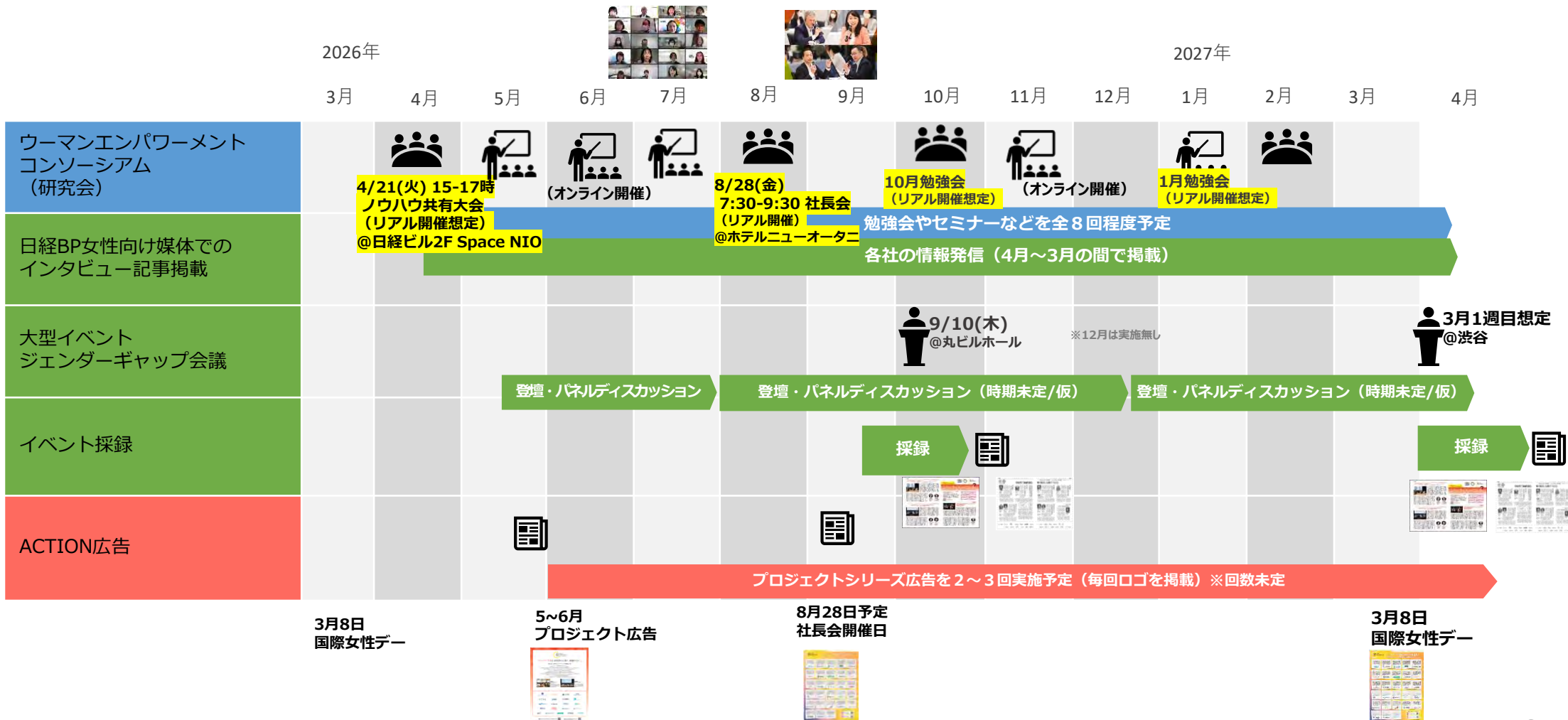
ウーマンエンパワーメントコンソーシアムでの勉強会、セミナー、ネットワーキング（オンライン&リアル開催）

2 | Output

9月・3月に実施予定の大型イベントでの講演やパネルディスカッションでの情報発信
雑誌/Webタイアップでの自社の活動発信

3 | Action

国際女性デーや社長会開催日やを山場とし、企業の取り組みを総括したメッセージをプロジェクトの
ACTION広告を年間2～3回程度掲載予定。 ※掲載月は変更の可能性があります



	内容	チャンピオン 1500万円	デラックス 500万円
Input 勉強会 媒体特典	「日経ウーマン エンパワーメント コンソーシアム」への参加 ※年8回程度。リアルまたはオンライン。社長会有り。	●	●
	Webメディア「日経ウーマンWeb」年間購読IDの提供（1年間）	50名まで	30名まで
	調査レポート「女性が活躍する会社Best100に関する報告書」	●	●
Output 大型イベント登壇 紙面での情報発信 WEBでの情報発信	「ジェンダーギャップ会議」登壇（9月、3月）のうちいずれか1回）	単独講演（30分）	プレゼンテーション登壇 （15分） NEW! または パネルディスカッション ※パネルは先着12社まで
	「ジェンダーギャップ会議」採録 日本経済新聞 朝刊 全国版（広告特集）	●	●
	同 日経ビジネスおよび日経ウーマン（雑誌）	各1ページ	¼ページ相当
	「ジェンダーギャップ会議」開催告知／募集サイトへの社名またはロゴ掲載	特別協賛	協賛
	①「日経ウーマンWeb」ネイティブタイアップ（Web・PR）1カ月掲載 ※詳細はp.16-18を参照	★選択	★選択
	②「日経WOMAN」2Pカラータイアップ（雑誌・PR）掲載 ※詳細はP.20-21を参照	★選択	★選択
	日経ビジネス、日経WOMAN（雑誌）への会員企業ロゴ一覧 定期掲載	●	●
	「日経ウーマンWeb」特設サイト内 会員ディレクトリ（会員ロゴ一覧）掲載	●	●
	タイアップ①or②の誘導：Web誘導・抜き刷り配布により、より広い読者層へのリーチを図ります。 ①の場合－日経ウーマンWeb(Web)ネイティブタイアップへの日経電子版誘導枠 50万円分 NEW! ※詳細の誘導メニューはp.22へ ②の場合－日経WOMAN(雑誌)抜き刷り 1,000部 NEW!	★選択	●
	エンパワーメントレポート(web) 実施（取材対象は1名） ※日経ウーマンエンパワーメントプロジェクトサイト内掲載 ※詳細はP.21へ	★選択 ※チャンピオンのみ	—
Action 広告発信	インタビュー記事またはタイアップ記事の2次利用権特別料金にて提供（オプション）50万円税別 ※期間は要相談	●	●
	メンバーシップ参画企業様のお取組みを、日経新聞朝刊にて紹介文形式で発信 （5月プロジェクト広告、8月の社長会、27年3月の国際女性デーのタイミングに合わせての掲載を予定）※詳細はP.23へ	●	●

※タイアップメニューは①Web or ②雑誌のどちらか1つをお選び頂きます。※日経B・P・日本経済新聞社では上記メニュー以外で本プロジェクトや開催イベントをテーマとした編集記事を展開することがあります。

※メニューはご希望によりアレンジ可能です。日経電子版の追加誘導枠メニュー、国際女性デーに合わせた新聞・雑誌での企業広告出稿等につきましては、営業担当者にご相談ください。

※メニュー内容の変更の可能性があります。※原則、協賛出稿は日本経済新聞への単独出稿とさせていただきます。

※1/1、4/1、10/1など弊社が規定する特異日での出稿は含まれておりません。

※社名変更、合併広告、上場挨拶広告等、臨時ものの料金が含まれる出稿は含まれておりません。

※本プロジェクトは2026年4月から2027年3月までのプロジェクトとなります。

※本メニュー協賛の料金には、サイト運営、サイトロゴ掲載料、イベント告知掲載料、イベント運営料、運営事務局料、採録掲載料、純広告掲載料などが含まれております。

ご協賛決定の段階から各項目によって経費は発生いたしますので、項目ごとにご請求させていただきます。詳細は弊社営業担当者にお問い合わせ頂けますようお願いいたします。

※デラックス協賛は100万円、チャンピオン協賛は300万円が事業費（NET）となります。

※メディアプランで電子版メニューを選択された際は、「電子版広告費」として50万円計上いたします。

※採録記事では、編集プロセスの一部で生成AIの技術を活用する可能性がございます。生成結果はそのまま利用せず、編集者・記者が確認・加筆・修正したうえで掲載します。

※紙面体裁は、変更される場合がございます。

※契約広告主には、契約料金を適用させていただきます。※上記料金に消費税は含まれておりません。

※沖縄・長野印刷分は掲載されない場合がありますのでご了承下さい。

日経ウーマン エンパワーメント コンソーシアム

- 90分～120分の勉強会を、リアルまたはオンラインで年間8回程度開催
- 参加者は毎回5名程度まで（オンラインは15名まで）
- 各回ごとにテーマを設定。識者のレクチャーや最新事例の解説、Q&Aやディスカッションを行い、事例とノウハウを共有します
- 勉強会の動画アーカイブはいつでも閲覧可能です（一部を除く）
- トップマネジメント層が討論、メッセージを発信する「社長会」を年1回開催します



ダイバーシティ先進企業の事例を学べる

人事部、D&I担当者の育成ができる

社外とのネットワーキングができる

各種情報開示に実例として掲載できる



1 | Input (勉強会・セミナー)

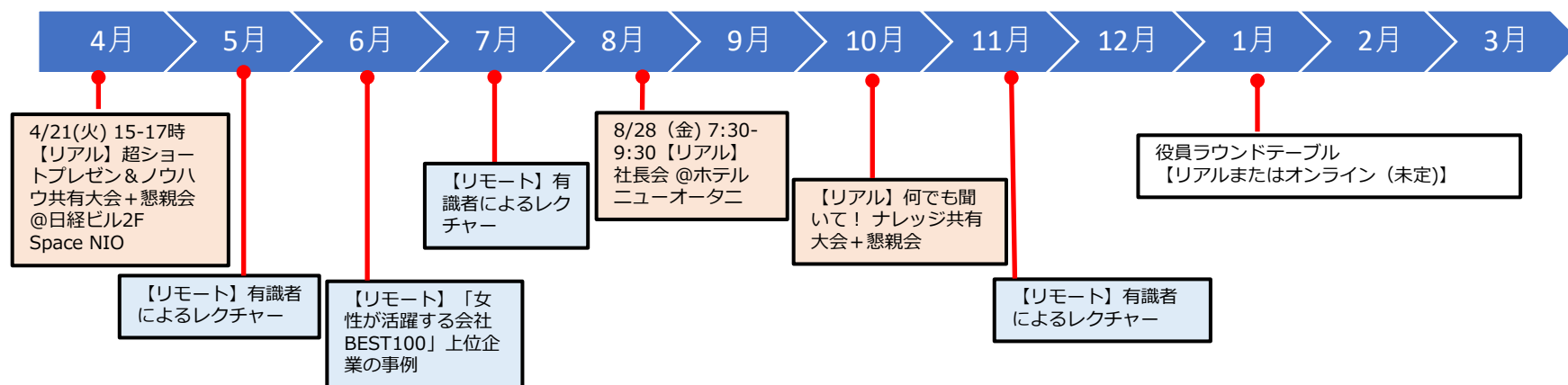
日経ウーマン エンパワーメント コンソーシアム

※開催時期・内容は変更の可能性があります

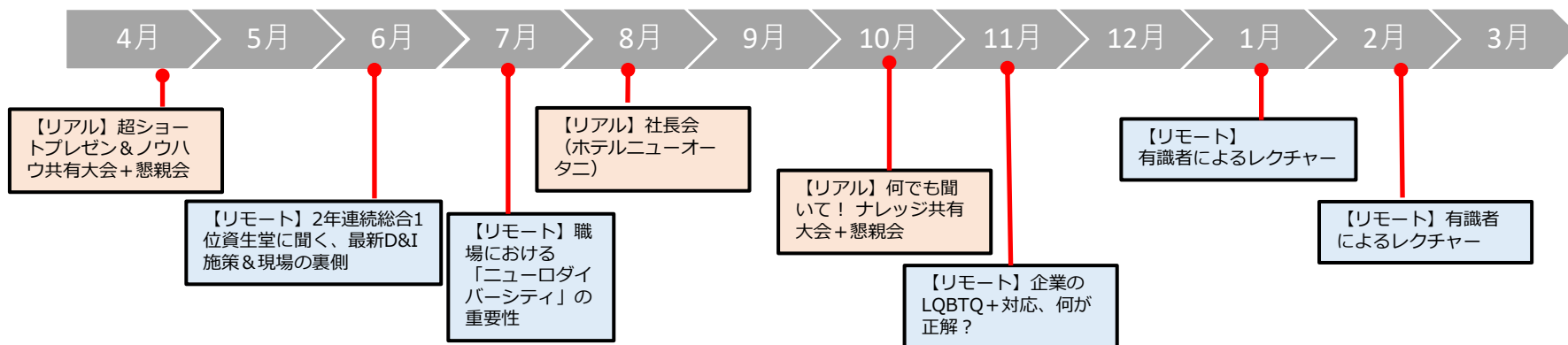
<2026年度 活動予定(仮)>

全8回のうち、**3回をリアル**、5回程度をオンラインで実施予定です。

下記は開催イメージです



2025年度 活動実績

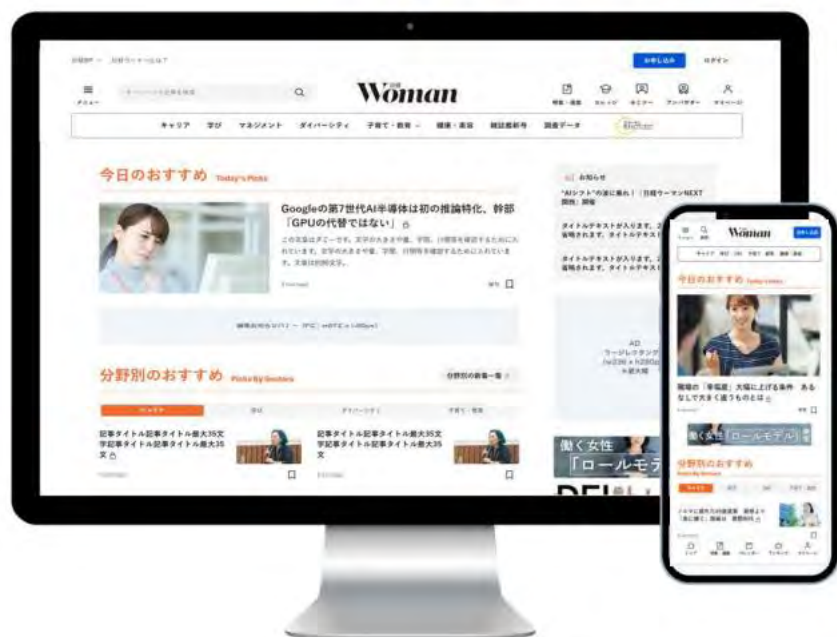


日経ウーマンWeb 年額プラン提供 ※4月より媒体名が日経xwomanから日経ウーマンWebにリニューアルします！

「日経ウーマン Web」基本情報

日経
Woman

37万人のキャリアに前向きな女性達に、役立つ情報を発信



日経ウーマン Webは、
キャリアに前向きな女性達を応援するサイトです。

37万人の登録会員に向けて、
キャリアや学び・マネジメント、ダイバーシティ、
子育て・教育、子育て・教育など、働く女性にとって
必要な情報やサービスをワンストップでお届けしています。



<https://woman.nikkei.com/>

月間PV:約212万、月間UU:約101万

登録会員数：約37万人

2 | Output (発信)

「ジェンダーギャップ会議」登壇

「日経SDGsフェス」に合わせて年間2回開催され、専門家や先進企業が議論する「ジェンダーギャップ会議」に登壇いただけます。9・3月開催のうち、登壇はいずれか1回です。

時期： 2026年9月10日（丸ビルホール）開催予定、3月1週目（渋谷）開催予定

ターゲット： 経営者、ビジネスパーソン全般

採録： 日本経済新聞（朝刊2P掲載予定）、日経ビジネス、日経ウーマン

過去の参加者数

●2024年9月

参加者総数/1303名（会場聴講102名含む）

事前登録者数/1608名

●2024年12月

参加者総数/1268名（会場聴講73名含む）

事前登録者数/1127名

5段告知

「ジェンダーギャップ会議」視聴者属性

※2025年開催実績

女性の視聴者や以下属性の視聴者が多い傾向です。

役職：一般社員、課長クラス

職種：総務人事、経営者・役員

業種：金融・証券・保険、卸売り・小売業

D&Iや女性活躍に関心があるビジネスパーソン、意思決定者層に幅広くリーチできます。

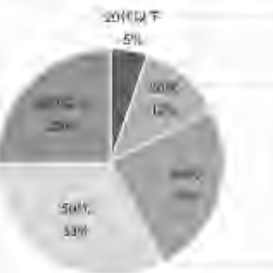
性別

項目名	件数
男性	478
女性	586
合計	1064



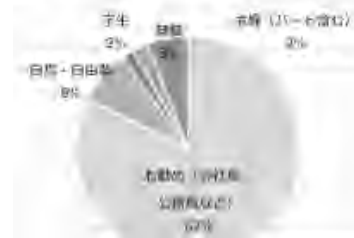
年代

項目名	件数
20代以下	58
30代	132
40代	271
50代	358
60代以上	274



職業・業種等 (職業)

項目名	件数
お勤め(会社員、公務員など)	885
自営・自由業	84
学生	19
主婦(パート含む)	24
無職	65



職業・業種等 (業種)

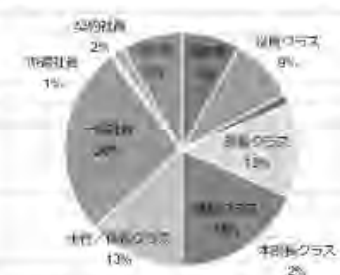
項目名	件数
農林水産・鉱業	5
建設	56
自動車・輸送機器	21
電気・電子機器	48
機械・電気	15
素材	28
食品・医薬・化粧品	60
その他製造	61
エネルギー	19
卸売・小売業・商業(卸含む)	71
金融・証券・保険	114
不動産	31
通信サービス	16
情報処理、IT、ソフトウェア	56
運輸	24
コンサル・会計・法律関連	78
放送・広告・出版・マスコミ	37
公務員(教員を除く)	33
教育・教育学習支援関係	56
医療	8
介護・福祉	2
飲食店・宿泊	8
人材サービス	19
旅行	3
その他	100
合計	969

職業・業種等 (職種)

項目名	件数
経営者・役員	129
経営企画	86
総務・人事	194
財務・経理	13
一般事務	83
情報処理・情報システム	17
広報・宣伝	34
企画・調査・マーケティング	87
営業・販売	88
生産・製造	5
資材・購買	4
配送・物流	3
技術・設計	17
研究・開発	26
編集・制作	9
専門職(経営・士業関連)	8
専門職(医療関連)	8
専門職(会計関連)	8
専門職(法律関連)	10
専門職(教育関連)	30
その他	132
合計	969

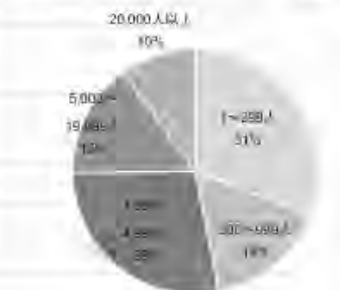
職業・業種等 (役職)

項目名	件数
経営者	80
役員クラス	87
本部長クラス	14
部長クラス	125
課長クラス	178
主任/係長クラス	129
一般社員	254
派遣社員	5
契約社員	15
その他	81
合計	969



職業・業種等 (従業員規模)

項目名	件数
1~9人	88
10~49人	73
50~99人	35
100~299人	82
300~499人	51
500~999人	106
1,000~2,999人	189
3,000~4,999人	102
5,000~9,999人	82
10,000~19,999人	64
20,000人以上	87
合計	969



日経BP 女性向け媒体タイアップ (いずれかを選択)

日経ウーマンWeb (WEB) ネイティブタイアップ【PR】



OR

日経WOMAN (雑誌) 2Pカラータイアップ【PR】

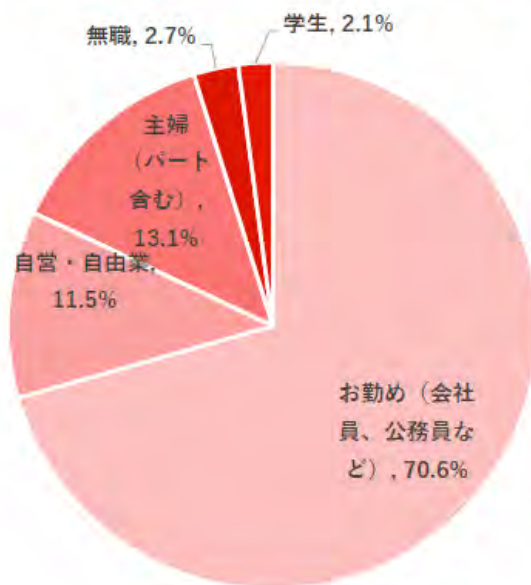


日経ウーマンWeb 媒体概要

日経ウーマンWebは、キャリアに前向きな、女性達を応援するサイトです。

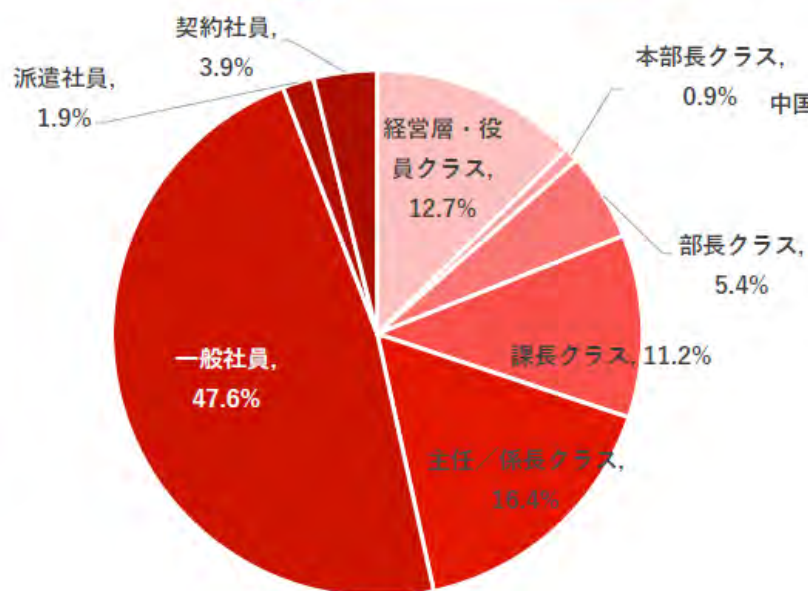
仕事や学び・教養、健康・美容、育児・教育、暮らし・マネーなど働く女性にとって必要な情報やサービスをワンストップでお届けしています。

正社員が約7割



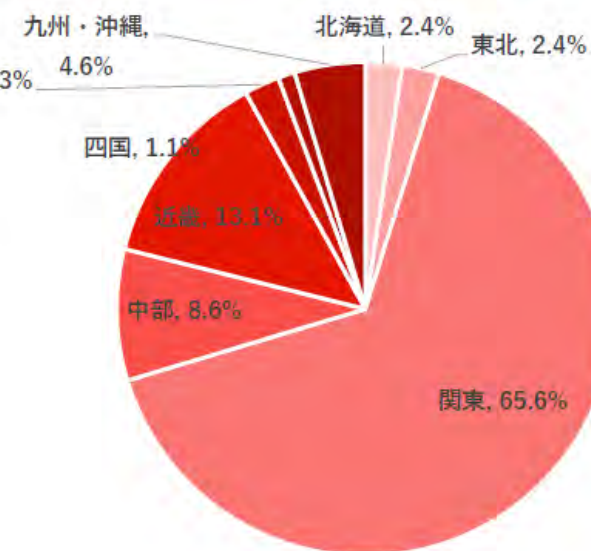
職業

半数近くが役職者！



役職

関東圏を中心に、大都市で働く読者



居住地域

日経ウーマンWeb タイアップ(PR) 掲載事例 ※掲載時は日経xwoman

日東電工様

<https://woman.nikkei.com/atcl/column/23/060200133/032400112/>

日経xwoman

キャリア ライフ 子育て・教育 ダイバーシティ

11月17日で読める！初回キャンペーン 2/24 読者100人会 参加者募集 今年4月「日経ウーマンWeb」に新展開

10月17日 10月17日 10月17日

ものづくりの現場で活躍する女性たち

Nittoで輝く女性が切り拓く未来 [PR]

貴女が卒業した日東電工(Nitto)に入社、ものづくりで活躍する2人の女性社員が、キャリアがどう変わったのか？

10月17日 10月17日 10月17日

プロフィール

金子法子さん
関東事業所 基礎機能材料事業部門 生産統括本部 第4製造部 製造技術課 技術主任

工業高等専門学校で物質工学を専攻し、卒業後、Nittoに入社。入社以来関東事業所にて製品開発に従事していた。2021年に製造技術部門へ異動。2024年からは所長補佐の立場も兼任。10歳、7歳、5歳の3人の子供を育てながら子育てと仕事に日々奮闘している。

池田真由さん
関東事業所 基礎機能材料事業部門 生産統括本部 第4製造部 製造企画課

工業高等専門学校にて電気電子工学を専攻。卒業後、Nittoに入社。現在は関東事業所にて製造企画課に所属。関東事業所の「働き方改革プロジェクト」メンバーでもある。



「日経ウーマンWeb」に掲載された金子法子さんのインタビュー記事のスクリーンショット。

フレックスタイム制度を活用し、可能な限り定時に退社

3人の子育てとキャリアの両立はどのように工夫されているのでしょうか？

金子 製造部門から半の製造技術部門への異動は、子育てとキャリアの両立を考慮しての決断でした。製造部門では、顧客の予定や納品スケジュールが最優先です。子育てで時間的な制約がある側面では、自分が納得する結果を出しづらくジレンマを感じていました。

「働き続けることの意味は、どこにあるのか？」と自問自答するなかで、自己評価が下がってしまったのです。そこで製造とは違う働き方を考えるようになった。製造技術部門への異動を打診されました。結果的に時間のコントロールがしやすくなり、しっかり結果が出せる働き方ができるようになって、やりがいを感じています。

貴社と両立するために工夫していることはありますか？

金子 基本的に定時の16時45分に退社するようにしています。その分、1日の仕事に販売担当をつけて集中して仕事に取り組んでいます。周囲にも自分の働き方のスタイルを事前に伝えることで、理解と協力を得るようにしています。

帰社勤務ではないのですが、当社の「育児介護フレックスタイム制度」も活用しています。これは、子どもが小学校まで卒業するまで利用でき、月40時間まで、1日あたりの労働時間を短縮できる制度で、とても助かっています。短縮した分の給付金もカットされますが、欠勤にはならないので、昇進・評価に影響しません。私の部門は出社が基本ですが、子どもの病気など急な急用に合わせて帰社勤務も活用したり、在宅勤務で勤務を行いましたりと柔軟な働き方ができています。

京成では、同じくNittoの社員である夫も営業や育児と一線にやってくれています。我が家は「できる人が家事育児もやる」のが基本方針。私生活もあるもので、日ごろから夫側で役割分担は決まらず、そのときどきに合わせて柔軟に対応しています。



「日経ウーマンWeb」に掲載された池田真由さんのインタビュー記事のスクリーンショット。

次ページから読める内容

- ものづくりの現場で働き続ける女性社員のロールモデルに
- 製造現場のデジタル化・スマート化を進める
- 現場経験ゼロから、現場とデジタルの橋渡し役へ
- 他部署のメンバーと一緒に事業開発案件の働き方改革
- 現場から求められる存在に。次は後進たちのロールモデルに

アクサ・ホールディングス・ジャパン様

<https://woman.nikkei.com/atcl/cons/051300011/033100253/>

日経xwoman

キャリア ライフ 子育て・教育 ダイバーシティ

11月17日で読める！初回キャンペーン 2/24 読者100人会 参加者募集 今年4月「日経ウーマンWeb」に新展開

10月17日 10月17日 10月17日

多様な能力を伸ばす企業を目指して

「意思決定の場の多様性は公正な判断に不可欠」 アクサCHRO [PR]

アクサの川野多美子CHROに、キャリアのターニングポイントと180度転換の理由

10月17日 10月17日 10月17日

1817年にアムステルダムで生まれ、世界の国々で地域や保険・投資運用の事業に貢献するアクサグループ、インクルージョンとダイバーシティ（I&D）を全社的に推進する重要な柱として取り組むアクサグループの日本法人、アクサ・ホールディングス・ジャパンの常務執行役員CHRO（コーポレートリソースオフィサー）、川野多美子さんは、ご自身のキャリアで変えていく現場におけるI&D推進の意義とアクサのカルチャーについて詳しく聞いた。



「日経ウーマンWeb」に掲載された川野多美子さんのインタビュー記事のスクリーンショット。

女性として活躍の場が見え、入社3年目でキャリアに悩む

これまでで悩んだ瞬間にお答えください。

川野 多美子さん（以下、川野） 大家の働きに入社した企業では、女性として活躍の場が見えず、入社3年目でキャリアに悩んでいました。そんなときに、知人を通じて人事コンサルタントに会い、相談したら「あなたの会社はどうか」と指摘してもらい、コンサルタントとして入社しました。そこから3年間で、ずっと人事領域で仕事をしています。

人事コンサルティング会社では、経験もない中で「すべて知識は身につけたい」と考えて、MBA（経営学博士）を取得しました。キャリアを転換することなく、仕事しながら、カナダのマギル大学のMBAプログラムに申し込みました。MBAプログラムは、カナダで履修プログラムを自分で受けられるもので、私は1期生でした。会社が終わってから、みんな夕方方に集まって夜中までケーススタディ、演習も豊富で、夏休みもコンサルティング会社で働いていました。

帰国後、米国の金融機関に入社し、新卒で経験と積み、民間で15年ほど勤めました。ずっと人事領域です。その中で、30代後半で人事部長、40代半ばで取締役になりました。大学院での学びが、1つ目のキャリアのターニングポイントだとすると、部門長や取締役になり視野が広がったのが、もう1つ目のターニングポイントだったと思います。その後、他業界を経て、3年前にアクサに入りました。

帰国にポジションが上がっていますね。

川野 ポジションが変わると触れる情報や接する人たちが変わってくる。視野や見える景色が変わってくる。それを「面白い」と感じていました。人事の領域にずっと関わっているのも、「会社にポジティブなインパクトをもたらしたい」と考えているからです。どんなに素晴らしい企業情報も、それを実行するのは人であり、会社の成功には人が不可欠です。一人ひとりのパフォーマンスが向上することで組織全体が強くなり、そして、その結果として会社全体が成長していきます。責任が広がっていくことにより、会社に与えるインパクトが拡大していると感じています。

子育て中にも過度な配慮が無い職場で成長

子育てしながら、キャリアを頑張ったのですか。

川野 米中期間中にいた時に出産し、息子が0歳のときに復帰しました。子どもがいることへの過度な配慮がない環境だったため、復帰後も常にニューヨークに出席していました。「子供がいるから無理でしょ」とは決して言われなかったです。淡々と仕事をし、必要な経験を経ることができたのは良かったです。

貴社での実務的なアクシデントにどう対応したのですか？

川野 必要な時はベビシッターや両親に保育園のお迎えなど、サポートしてもらったこともありましたが、ニューヨークに出席中、真夜中に保育園から「熱が出たので迎えに来てください」と電話がかかってきたこともあり。このときは、両親に迎えに行ってもらいました。今は在宅勤務やオンライン会議の普及など、柔軟な働き方ができる時代ですが、当時は実務的なアクシデントに対する備えがない、なかなか難しい現場がありました。



「日経ウーマンWeb」に掲載された川野多美子さんのインタビュー記事のスクリーンショット。

次ページから読める内容

- 多様性の目的は「意思決定の場での公正な判断ができること」
- 早期にデジタル人材を育成し、研修と機会を提供
- 女性の価値を必ず認める「ダイバーシティ・フレキシブル」
- ワークとライフを両立させる「ワーク・ライフ・インテグレーション」
- どんな風に働きたいのかをイメージし、インプットし続ける

日経ウーマンWeb タイアップ誘導プラン

【ネイティブ広告記事ページ】

① 新着記事欄
② インフィード
③ ピックアップ（旧セクション）
④ レクタングル
⑤ スマホ・パネル
⑥ スマホ・アンカー
⑦ ニュースレター（HTML）
⑧ 公式Facebook投稿
⑨ 公式X投稿

広告誘導期間は原則4週間
平日任意の日程で公開可能
記事のアーカイブ有り(無料)
想定PV：3,000～4,000PV前後

誘導枠	デバイス	掲載箇所	掲載期間・回数等	広告入稿サイズ
①新着記事欄	PC/スマホ	TOPページ及び各種新着フィード	記事公開日に1回	※広告誘導枠ではありません
②インフィード	PC/スマホ	一部ページを除く全ページ	広告誘導期間中ローテーション表示 * 記事公開日1日後から掲載開始	画像：240×135（60KB以内）※文字要素の記載不可 テキスト：全半角問わず28文字以内（改行指定不可） （* 広告主名の表示は無くなります）
③ピックアップ（旧セクション）	PC	一部ページを除く全ページ	広告誘導期間中ローテーション表示	②と同様
④レクタングル	PC	PCの一部ページを除く全ページ	広告誘導期間中ローテーション表示	画像：300×250（150KB以内）
⑤スマホ・パネル	スマホ	SPの一部ページを除く全ページ	広告誘導期間中ローテーション表示	画像：320×180（60KB以内）
⑥スマホ・アンカー	スマホ	SPの一部ページを除く全ページ	広告誘導期間中ローテーション表示	画像：320×100（60KB以内）
⑦ニュースレター（HTML）	—	ニュースレター内インフィード	広告誘導期間中6回（日経ウーマン Today's Topic4回+子育て・教育必読ガイド by日経ウーマン2回、DEI最前線 by日経ウーマン1回）	画像：240×180（60KB以内）※文字要素の記載不可 テキスト：全半角問わず28文字以内（改行指定不可） 広告主名
⑧公式Facebook投稿	—	Facebookページ	記事配信ごとに2回	※投稿原稿と運用は媒体側任意となります
⑨公式X投稿	—	Xアカウントフィード	記事配信ごとに2回	※投稿原稿と運用は媒体側任意となります

①⑧⑨のメニューは広告誘導ではないため、広告レポートには掲載されません。

日経ウーマンWebタイアップ記事の誘導を日経電子版でも補うことで、日経電子版のコア読者層であるビジネスパーソンからの流入を図ります。レクタングルの広告枠のいずれかにランダムに掲載されます。ビューアビリティ（広告の可視性）の高い配信により、全てのインプレッションでユーザーに確実にメッセージをお届けします。

《誘導プラン案》500,000円

想定PV：300～400程度

誘導メニュー	掲載期間	掲載料 (imps)*	掲載場所	
Run of NIKKEIレクタングル	1ヶ月間	500,000/1円*	日経電子版トップページおよび記事面ページ、 セクショントップページ、日経会社情報DIGITAL、 日経リスティング、日経のその他サービス、 日経電子版モバイル、日経電子版アプリ (第三者配信の場合は電子版アプリには配信されません)	
サイズ	形式・容量	アニメーション	ALTテキスト	備考
300×250 pixel	HTML5 150KB以内 GIF/JPEG/PNG 150KB以内 300×250 または 600×500 pixel	可 (35秒以内停止)	不可	※「Run of NIKKEI」および 「ターゲティング レクタングル（サイトカテゴリー）」で第三者配信の場合、 アプリには配信されません。

【入稿規定】

- ・レクタングル・テキスト原稿は ds.nyuko@nex.nikkei.co.jp と営業担当者へ掲載開始日および配信日の5営業日前（土・日・祝日を除く）までに、メール添付で入稿してください。

【日経電子版誘導枠 免責事項】

- ・27年2月末～4月初旬～は繁忙期となるためこの期間は1imp/1.2円となり、上記のimp数より掲載量が減ります。
この時期の在庫状況は予め営業担当までご確認をお願い致します。
- ・新規広告主の場合は弊社所定の審査が必要です。必要な書類をご用意いただくことがありますので、次頁記載の「問い合わせ・申し込み」アドレスにご連絡ください。
- ・最低掲載期間は連続した5日間とします。
- ・インプレッション保証の広告商品につきましては、掲載期間中の毎日の配信および日ごと・時間ごとの均等配信は保証いたしません。
- ・万一表示の不具合等があった場合、翌営業時間内の対応となります。この間の掲載の不備については免責とさせていただきます。
- ・掲載されたスクリーンショットは提供しません。
- ・広告主様へのレポート項目は、配信数とクリック数、CTRが標準です。顧客満足度およびサービスの向上のため、掲載原稿についての調査を実施することがあります。
- ・ユーザーの閲覧環境によっては、広告が配信できない、正しく表示されない、またはクリックしてもリンク先へ誘導できない可能性があります。
- ・日経電子版iOSアプリではリンク先をアプリ内ブラウザで表示しています。そのため、サイト内に新規タブや新規ウィンドウで画面遷移が発生するような構成の場合、その画面遷移が正常に動作しない可能性があります。
- ・天災、または停電・通信回線の事故など、不可抗力により広告掲載を中止する場合があります。
- ・報道内容やユーザビリティ改善のための画面構成変更に伴い、広告掲載場所が変更になる場合があります。
- ・ブラウザ表示サイズによっては、PCでモバイル用広告が、モバイルでPC用広告が表示されることがあります。



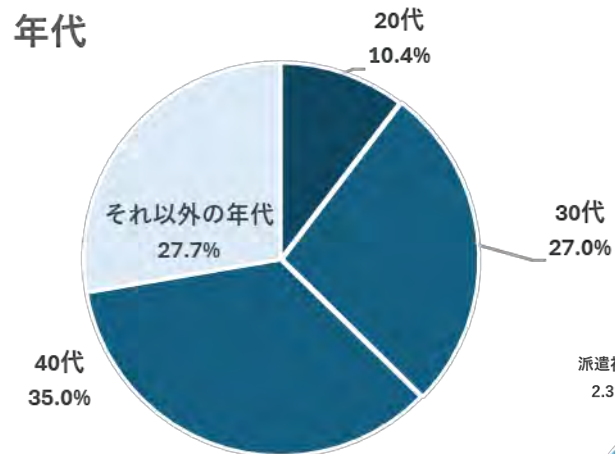
日経WOMAN 媒体概要

- ✓職場でリーダーとして活躍する、あるいはリーダーを目指す女性。
- ✓年代は、30-40代を中核に、働く全ての年代の女性達
- ✓役職者（係長、主任クラス以上）が44.2%
- ✓キャリアアップに前向き（80.6%）で、自身のキャリア価値を高めることに意欲的
- ✓過半数が転職に関心あり



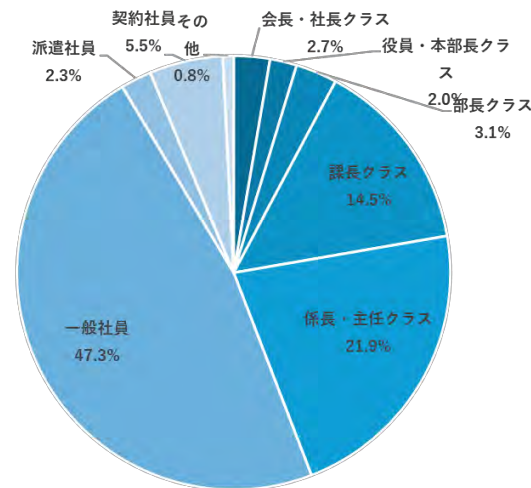
創刊：1988年4月
 発行部数：2023年（1～12月）ABC部数 39,998部
 版型：A4変型判
 発行日：毎月7日発売（年12冊）
 販売方式：全国書店・コンビニエンスストア
 定価：680-930円

年代



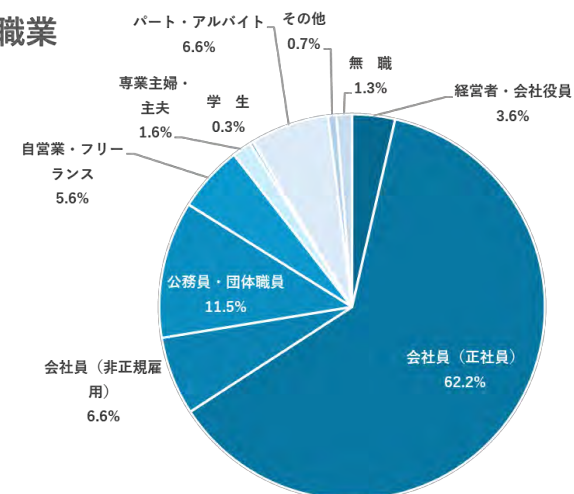
30～40代が中核読者。
 20代は1割程度。

役職



役職者(係長・主任クラス以上)44.2%

職業



明治安田生命保険様

21

エンパワーメントレポート ※チャンピオン協賛のみの選択メニュー

プロジェクトサイト内「エンパワーメントレポート」にて、貴社のダイバーシティへの取り組みや最前で働く従業員の姿を1名様分取材させていただきます。

※タイアップの誘導枠またはエンパワーメントレポートをご選択いただけます。



社会に貢献できる事業を残したい



戸田さんがアントレプレナーシップを思ふようになったきっかけは、高成長時代に受けた「60歳までの人生の設計図を画いてみよう」という思いがけなかった。祖父や叔父など、身近な存在が会社を起業していたこともあり、母も創業者で、経営、会社を立ち上げ、それを継ぐことで、将来的に社会に貢献できる」というものだった。そして大学時代、起業で見た目の経営者の言葉から「日本の成長には新産業の力が不可欠」と感じ、いつかは事業を立ち上げたいという決意はより強く変わったという。

自らが創った設計図を具現化するためには、大企業よりもゼロから事業を立ち上げる環境に身を置けるスタートアップで経験を得るが、自分の目的に必要なスキルを身に付けられずと考え、就職活動はベンチャー一択で決めた。まさか未来起業家と認識せず、一歩一歩高みながら、一緒に働きたいと思った起業家が立ち上げた会社は深く入社しました」と振り返る。最終的に掲げたのは、環境問題ビジネスで成長を遂げるベンチャー企業であり、大学で環境ビジネスを学んでいたことも、この選択を後押しした。

スタートアップでゼロイチを体験



日経新聞 朝刊 メッセージ発信連合企画

3月8日の国際女性デー、8月末開催予定の「日経ウーマン エンパワーメント コンソーシアム 社長会」に合わせて、女性活躍やダイバーシティ推進に向けた参画企業様のメッセージを日経新聞朝刊にてご紹介しします。
※協賛社数によってスペースは変動します。

2025年3月8日掲載例

2025年8月29日掲載例

(拡大図)



当社は、変化の激しい時代において持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現するため、ダイバーシティ推進を変革のドライバーに、イノベーション企業文化の醸成に取り組みます。

代表取締役社長 古出 真敏



エスエス製薬の解熱鎮痛薬ブランドEVE(イブ)は今年で発売40周年。人々が本来の力を発揮する健やかな社会の実現を目指して、生理痛や頭痛、そしてみえない社会の痛みまで向き合います。

代表取締役社長 ニクヒレッシュ・カルラ



日経ウーマンエンパワーメント
Nikkei Women Empowerment

ジェンダー平等経営で、多様性を組織の力に。企業の成長エンジンに。

参画企業からのメッセージ

ジェンダー平等経営とは、性別に関わらず、すべての社員が本来の力を発揮できるような環境を整えることです。多様な人材が活躍することで、企業の成長エンジンが回り、持続的な成長を実現できます。

エスエス製薬は、今年で発売40周年を迎える解熱鎮痛薬ブランドEVE(イブ)を通じて、女性の健康と生活の質の向上に貢献しています。また、ダイバーシティ推進を企業文化の根幹に据え、持続的な成長を実現しています。

エスエス製薬は、今年で発売40周年を迎える解熱鎮痛薬ブランドEVE(イブ)を通じて、女性の健康と生活の質の向上に貢献しています。また、ダイバーシティ推進を企業文化の根幹に据え、持続的な成長を実現しています。



日経ウーマンエンパワーメント
Nikkei Women Empowerment

ジェンダー平等経営で、多様性を組織の力に。企業の成長エンジンに。

イノベーションの推進とダイバーシティ、AI(人工知能)の活用など急変を迫るビジネス環境の下において、多様な人材の活躍が持続的な成長の鍵となります。日本企業においては、その第一歩が、女性活躍です。女性活躍推進法が制定された10年、企業と社会、企業と個人の両方で、経営者やリーダーとして活躍する女性が増えつつあります。一方で、ワーク・ライフ・バランスの両立やジェンダー平等が課題となっています。「ジェンダー平等推進」は、日本企業にとっての重要な課題です。日本経団連と日経ウーマンエンパワーメントコンソーシアムが、「日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト」を推進しています。本企画の目的は、多様な女性活躍の推進と、企業と社会の両方で、女性活躍の推進に貢献することです。

参画企業トップのメッセージ

NEC: 女性の活躍推進は、企業にとって重要な課題です。NECは、女性の活躍推進を企業文化の根幹に据え、持続的な成長を実現しています。

大林組: 女性の活躍推進は、企業にとって重要な課題です。大林組は、女性の活躍推進を企業文化の根幹に据え、持続的な成長を実現しています。

エスエス製薬: 女性の活躍推進は、企業にとって重要な課題です。エスエス製薬は、女性の活躍推進を企業文化の根幹に据え、持続的な成長を実現しています。

（ご参考） 2025年3月8日、7日 朝刊 全国版 国際女性デー関連紙面実績

※3/7(金)・3/8(土)国際女性デー当日



野村ホールディングス
(3/8)



太陽生命 (3/8)



日経ウーマンエンパワーメント
プロジェクト 女性デーメッセージ
(3/8)



エスエス製薬 (3/8)



高専Gコン2025 (3/8)



東京都 (3/8)



明治安田生命(3/7)

企業広告としてダイバーシティや女性活躍を発信する企業様が増えています。



日本コカ・コーラ



エスエス製薬



健康経営「国際女性デー」特集



みずほフィナンシャルグループ



リシュモンジャパン



NECソリューションイノベータ



JKA



日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 女性デーメッセージ



高専Gコン



野村ホールディングス



明治安田生命



エスエス製薬

企業広告としてダイバーシティや女性活躍を発信する企業様が増えています。

※敬称略



MS&AD



日本コカ・コーラ



第一三共ヘルスケア



女性の健康セミナー



野村ホールディングス



アサヒ飲料



～先進的企業のダイバーシティに関する取り組み～
みずほフィナンシャルグループ
マネックス証券
SMBC

企業広告としてダイバーシティや女性活躍を発信する企業様が増えています。

※敬称略



ツムラ



大和証券



日本コカ・コーラ



女性デー企画



太陽生命



沢井製薬



ニューバランス



W Society

(ご参考) 2023年 国際女性デー特別シンポジウム in NY

2023年3月6日～17日・NY。国連のサイドイベントとしてCommission on the Status of Women (CSW) が開催され、世界的にダイバーシティや女性活躍に注目が集まりました。このタイミングに合わせて本プロジェクトも、

「NIKKEI WOMEN EMPOWERMENT PROJECT INTERNATIONAL WOMEN's DAY SYMPOSIUM」

を開催。ロールモデルとなるリーダーから、ダイバーシティとリーダーシップ、テクノロジーと女性といったテーマで日米の事例を紹介いただきました（3月6日 13:00 ～17:00 ニューヨーク・Japan Societyにおいて約90名の参加）。

日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト
国際女性デーシンポジウム

2023 3.6 (MON) アークイブ配信中!

International Women's Day in NY

PROGRAM

オープニングリマックス
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 法野光子氏
キーノートスピーチ
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏

セッション1
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏
セッション2
Technology and Women empowerment
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏
セッション3
Diversity and Leadership
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏
セッション4
特別リワイヤンス 「私たちが、後」
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 中野美奈氏

3月6日～17日の2週間、ニューヨークでは国連女性の地位委員会 (Commission on the Status of Women: CSW) が開催されています。今回、このCSWのサイドイベントとしてCSW 初日に、女性のエンパワーメントやジェンダーギャップ、ダイバーシティをテーマにしたイベントをニューヨークで開催しました。

Awich さんからも力強いメッセージをいただいています。ぜひ特別なパフォーマンスをご堪能ください。

主催: 日本経済新聞社 NIKKEI 共賛: 日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト 後援: 内閣府

女性の活躍推進 米ニューヨークでシンポジウム

北米 +フォローする

2023年3月7日 7:09 (2023年3月7日 7:27更新)

保存

あい人 保存 印刷 共有 共有 共有 共有 共有



シンポジウムで議論する古本氏(右)。6日、米ニューヨーク

【ニューヨーク=弓真名】米ニューヨーク市で6日、女性の活躍推進や多様性を議論するイベント「日経ウーマンエンパワーメントシンポジウム (日本経済新聞社主催)」が開かれた。国連が年に1度開催する「女性の地位委員会」(CSW) に合わせたイベントで、政財界で活躍する国内外の男女が登壇し女性の地位向上に向けた取り組みについて話し合った。



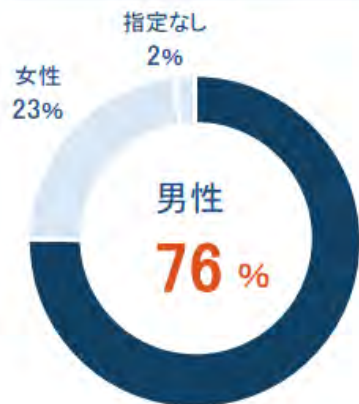
(ご参考) 日経電子版 媒体概要

日経電子版は日本最大級の経済メディアで、月間PVは2億以上、月間UBは約4500万に達します。

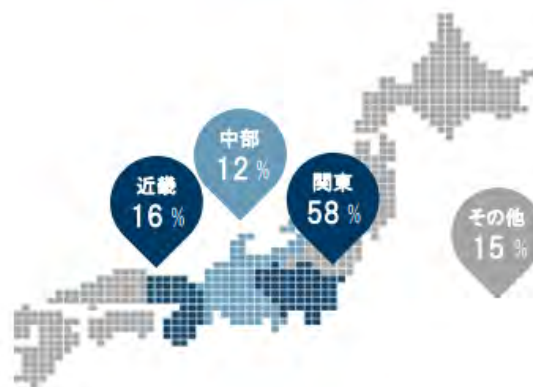
現在の会員数は583万、うち有料会員は81万人です。

電子版会員（無料会員を含む）の多くが大都市圏に住む30～50代男性、半数以上が世帯年収600万円以上です。

性別



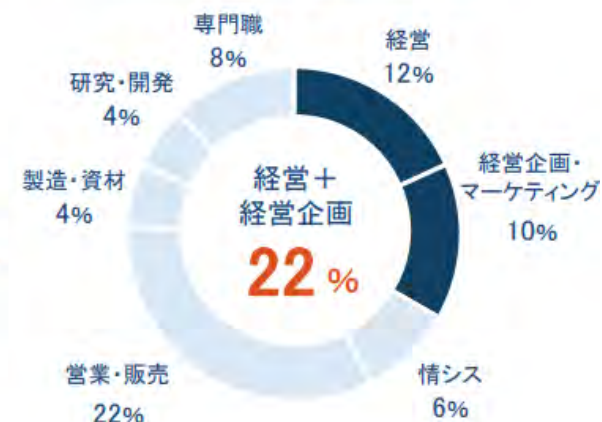
地域



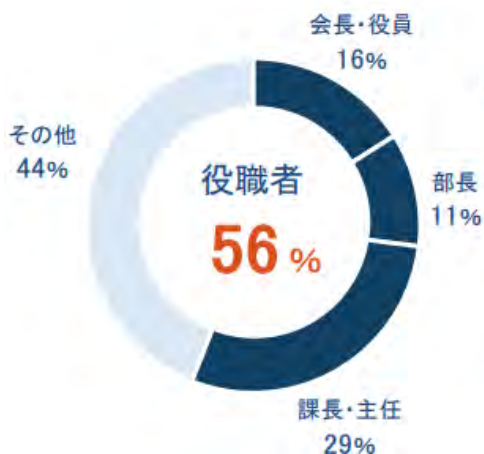
年代



職種



役職



世帯年収



従業員規模



① 新卒・中途採用につながるブランディング

会員企業のジェンダー平等&ダイバーシティ経営への取り組みを記事化しメディアに掲載します。また、特別料金にて記事を抜き刷りにしてご提供し、人材獲得ツールとしてご利用いただけます。日経グループのイベントでも配布いたします。

② 株主・投資家に対する活動の訴求

会員企業のジェンダー平等&ダイバーシティ経営への取り組みを記事化してメディアに掲載するほか、日経ビジネスなどへのロゴ掲載により、ジェンダー平等&ダイバーシティ経営の活動を株主・投資家に訴求できます。

③ 消費者に対する企業、商品のイメージアップ

会員企業のジェンダー平等&ダイバーシティ経営への取り組みを記事化しメディアに掲載します。また、特別料金にて、記事を抜き刷りにしてご提供し、人材獲得ツールとしてご利用いただけます。日経グループのイベントでも配布いたします。

④ 経営者・幹部の意見交換の場を提供

経営者・幹部が、先進企業など他社の経営者・幹部と意見交換できる場をご提供いたします。

⑤ 自社の活動のレベルアップ

研究会／交流会により、先進企業の制度、運営、育成方法を学べます。これにより自社のジェンダー平等&ダイバーシティ経営への取り組みをレベルアップできます。



お問い合わせ



- 日本経済新聞社 メディアビジネス
日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト事務局
wep3@nex.nikkei.co.jp (橋本)
- 日経BP
wep@nikkeibp.co.jp (平田・猪谷)
- お問い合わせ／資料請求
https://secure.nikkeibpm.co.jp/dform/form.php?form_no=2165

本企画書の内容は、変更される可能性があります。

あらかじめご了承をお願いいたします。