

日経 *Woman* × ニッポン放送
FM93 AM1242

共同企画Podcast番組

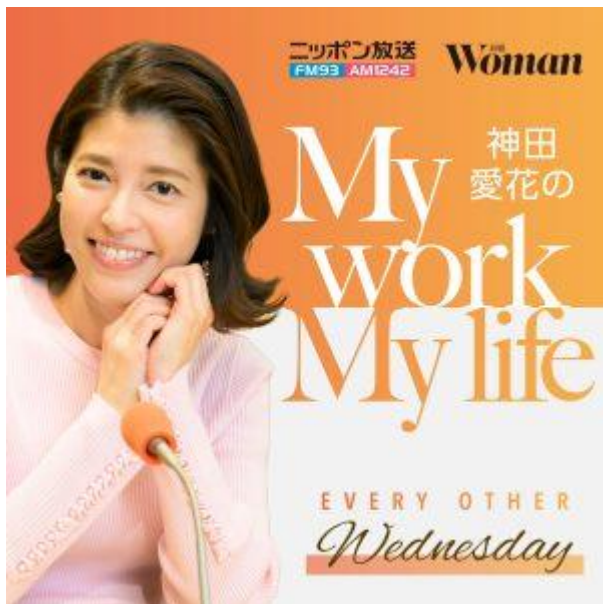
神田愛花のMy work, My life
Podcast番組企画書

2026年5月



働く女性を応援するポッドキャスト番組
「神田愛花のMy work, My life」配信中！

ニッポン放送 × 日経 Woman
FM93 AM1242



女性のキャリアを支援し、女性リーダーの未来を切り開くメディア「日経ウーマン」とニッポン放送がタッグを組み、働く女性に寄り添う新たなポッドキャスト番組『神田愛花のMy work, My life』が2026年1月14日(水)より、配信中。

フリーアナウンサーとして情報番組からバラエティまで、幅広く活躍し支持を集める神田愛花がパーソナリティを担当。各界で活躍するゲストを迎え、キャリア形成、ライフスタイル、社会との向き合い方など、働く女性が直面するテーマを掘り下げ、仕事と人生をより豊かにするヒントを届けます。

番組では、ゲストのキャリアにおけるターニングポイントや価値観に焦点を当て、等身大のトークから共感と気づきを導きます。

日経ウーマン誌面の特集と連動する回もあり、音声と誌面の両面から立体的な情報提供を行ってまいります。



番組概要

日経ウーマン×ニッポン放送

“神田愛花のMy work,My life”

日経ウーマンとニッポン放送がタッグを組み、活躍される女性たちをゲストに迎えてお届けする30分Podcast番組。

■出演者 パーソナリティ(神田愛花)+ゲスト 1名の計2名

■配信媒体 ニッポン放送Podcast Station,Apple,Amazon Music,Spotify

■配信頻度 隔週水曜日 AM7時頃配信

■番組尺 通常回 約30分×2エピソード

■ターゲット層 F1層、F2層(20～40代の働く女性)

■番組URL <https://podcast.1242.com/mymy/>

■番組内容

様々な分野で活躍する女性達をゲストに迎え、キャリア、ライフスタイル、社会との関わりなど多様なテーマで、働く女性に寄り添い、未来をひらくヒントや共感を届ける。

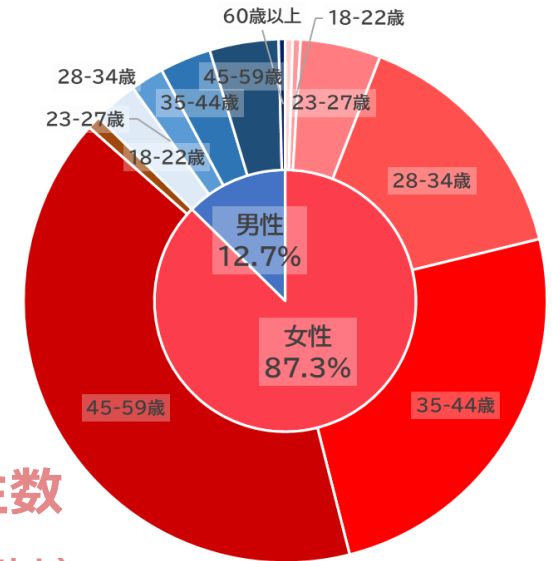
第1週

「これまでのキャリア～仕事における分岐点」を軸に、ゲストのキャリアなどを深掘り。

第2週

日経ウーマンの特集に沿ったテーマでトークを展開。

番組リスナー属性



月間Podcast再生数
1.3万回 (2026年3月時点)

パーソナリティ:神田愛花

1980年生まれ。元NHKアナウンサー。学習院大学理学部卒業後、NHKを経てフリーに転身。現在はフジテレビ『ぽかぽか』のMCを務めるなど、バラエティや情報番組を中心に幅広く活躍中。確かな知性と、飾らない等身大のキャラクターが魅力。仕事やライフスタイルに対する率直な発言が、多くの働く女性から共感と支持を集めている。



Podcast 配信実績と今後の配信予定



1月:きゃりーぱみゅぱみゅさん

Episode1:エビデンスを作り続ける女でありたい
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=1>

Episode2:きゃりー流”時短術”も。
仕事と子育ての両立方法は？
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=2>



4月:ホラン千秋さん

Episode7:自分の現在地を知るってすごく大事
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=7>

Episode8:とにかく家が好き
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=8>



2月:村上佳菜子さん

Episode3:気づいたら 氷の上で滑ってた
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=3>

Episode4:”いつでも動ける身体にしとく”が
私のテーマ
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=4>



5月:井桁弘恵さん

Episode9:自分で戦略を考え、拡がりを見据えて動いた
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=8>

配信予定



3月:山口真由さん

Episode5:勉強よりは競争が好きなタイプだった
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=5>

Episode6:”ネチネチ”は前に進む原動力
<https://podcast.1242.com/mymy/?ep=6>



6月:長谷川あかりさん

配信予定

1月配信(キャリアぱみゅぱみゅさん回) のメディア展開例

番組公式SNS

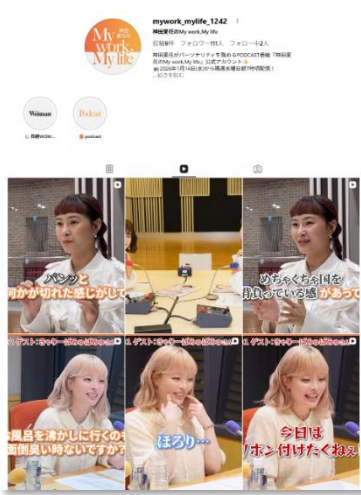
X:主に最新話のエピソードリンクと各回のサムネイル画像で告知

https://x.com/mymy_1242?s=20



IG:日経ウーマンアカウントと共同投稿で、主にリール動画を投稿

https://www.instagram.com/mywork_mylife_1242



TikTok:リール動画を投稿

<https://www.tiktok.com/@nikkeiwoman>



日経ウーマン誌面・WEB

日経ウーマン(月刊誌)・日経ウーマン(Web)でタイアップ記事化し掲載

日経ウーマン(月刊誌)



*タイアップ回ページのデザインレイアウトは、番組の世界観を入れながら、内容に合わせアレンジいたします。

日経ウーマンWebのバナーやHTMLメールでも番組へ誘導



日経ウーマン (Web)



1回のご出演で、
立体的なメディア
展開を実現！

*協賛回の露出は、PR表示が付きます

SNS実績例



28.3万回再生



77.3万回再生



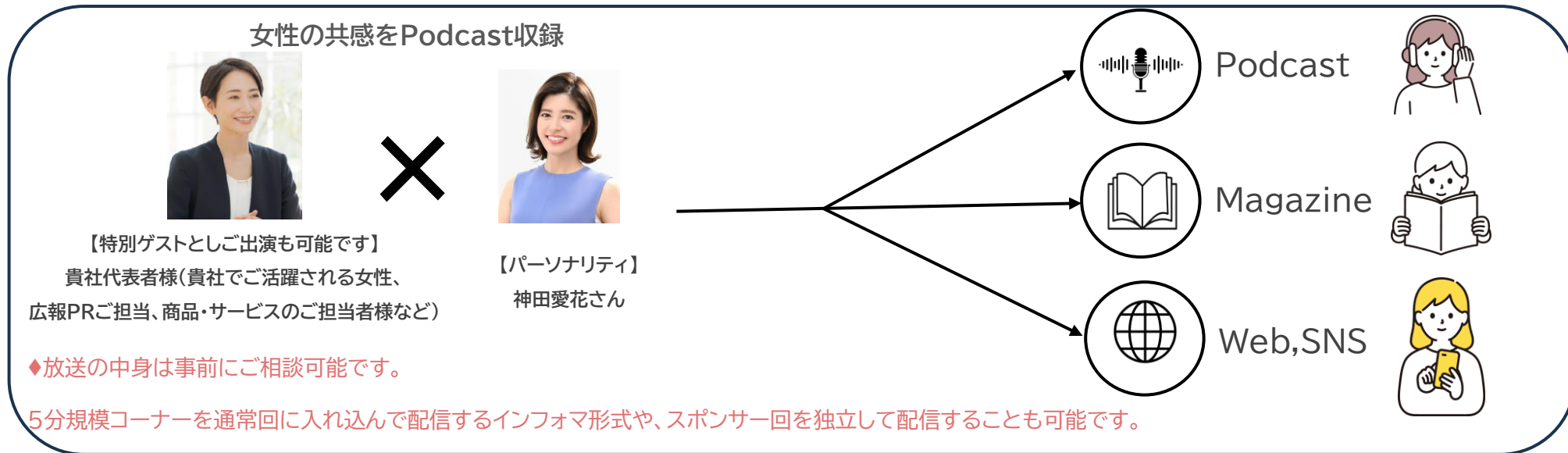
37.8万回再生

上記以外のリール以外も含めると、Instagramリール総再生数 **134万回再生!**
TikTok総再生数 **11.7万回再生!**

本番組ご協賛の案内

本番組へのご協賛(企業タイアップ)が可能です。通常回では、様々な分野で活躍される方(主に女性を想定)などをゲストにお迎えしております。

タイアップ回では、御社のサービスや、女性活躍推進の取り組みなどをPodcast上で取り上げます。また、雑誌・SNSとの連動で1回のご出演で、立体的なメディア展開を実現します。



【音声】Podcast/ニッポン放送

主軸であるPodcastでは、御社のサービスや女性活躍推進の取り組みなどを番組内で取り上げます。

【誌面】日経ウーマン(雑誌)

「写真付き対談記事」として誌面に掲載。収録風景やアフタートークをタイアップ記事化し、信頼性を担保します。

【Web】日経ウーマン Web、各種SNS

バナーやメール、SNSでの動画配信で、Podcastを強化。また、WEBタイアップは外部誘導も活用し拡散。

ご協賛のポイント

神田愛花が御社の『情熱』と『戦略』を紐解き、女性達の共感を醸成



◆日本の働く女性達を応援し続けてきたメディア日経ウーマンが、数々の人気番組で圧倒的発信力を持つニッポン放送とタッグを組むことで、貴社の発信したいメッセージを核に、女性達の共感を呼ぶコンテンツを企画プロデュース。

◆F1・F2層に絶大な支持を得る神田愛花が、御社の取り組み・サービスをPRいたします。

◆Podcastを軸に、Web、雑誌、SNSへと展開。音声の熱量、誌面の信頼性、Web・SNSの拡散力を組み合わせることで、働く女性の日常のさまざまな接点に、自然なかたちでメッセージを届けます。

◆Podcastはフロー型の広告とは異なり、番組が続く限りアーカイブとして残り続けます。回を重ねるごとに再生数が積み上がり、時間を味方につけて価値が伸びていく点も大きな特長です。

日経ウーマンとは

日本の女性達のキャリアを応援するため、1988年に創刊した月刊誌。発行部数5万部。

30~40代中心に熱心な読者を持ち、働く女性達の背中を押し続けている。



日経ウーマンは女性リーダーやこれから活躍する次世代リーダーのために、仕事と人生をより豊かにする情報を発信しています。

キャリア形成やスキルアップ、学びや教養など仕事に役立つ情報から、資産形成やストレスマネジメント、コミュニケーションなどオフに使える情報まで、働く女性に必要なテーマを毎号深掘りし、タイムリーにお届けします。また、誌面ではたくさんのロールモデルが登場し、生きたアドバイスを読者の皆様にお伝えします。

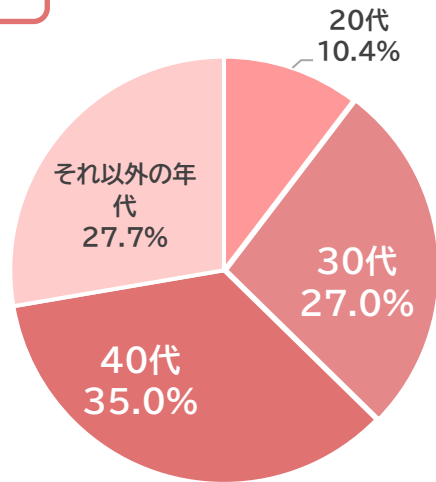
読者の中心は意欲的に働きたいという女性たち。「何歳になっても自分らしく輝きたい」「自分の強みを思う存分発揮したい」そんな女性たちを日経ウーマンは応援し続けます。

◆日経ウーマン媒体資料(ご参考)はこちら

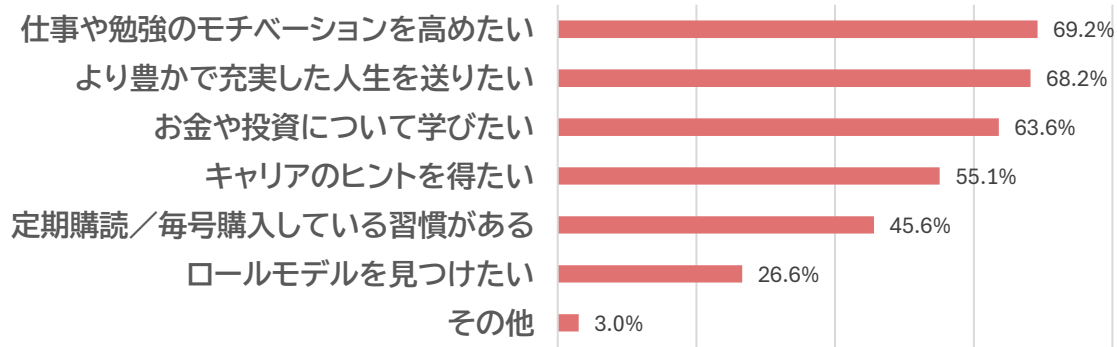
https://web-cache.stream.ne.jp/www11/nikkeibpw/adweb/_adwebba_wom.pdf

日経ウーマン読者プロフィール

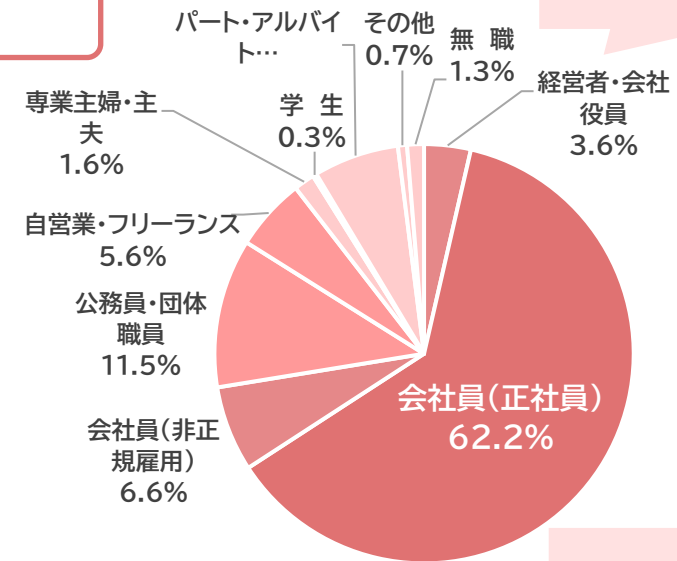
年代



日経ウーマンを読む理由



職業



20~40代の働く女性に支持されている。

読者の声

◆日経ウーマンに出演されているキャリア志向の女性の方々をみてとても励まされており、自分もこの人になりたい！と勝手ながらロールモデルとさせていただいております。これからも働く女性にフォーカスしたインタビューや申真衣さんの企画等、とても楽しみです。

20代 女性 会社員(一般社員)

◆日経ウーマンを読むことで毎月仕事を頑張る原動力になっています。朝読むとそれだけでキャリアウーマンになれたような気持ちになります。その感覚を日々持つことが実際のなりたい像に近づけると思うので、そんな気持ちにさせてくれる雑誌は他にないので、この先もずっと読み続けていきたいと思っています。これからも毎月楽しませていただきます！

30代 女性 会社員(係長・主任クラス)

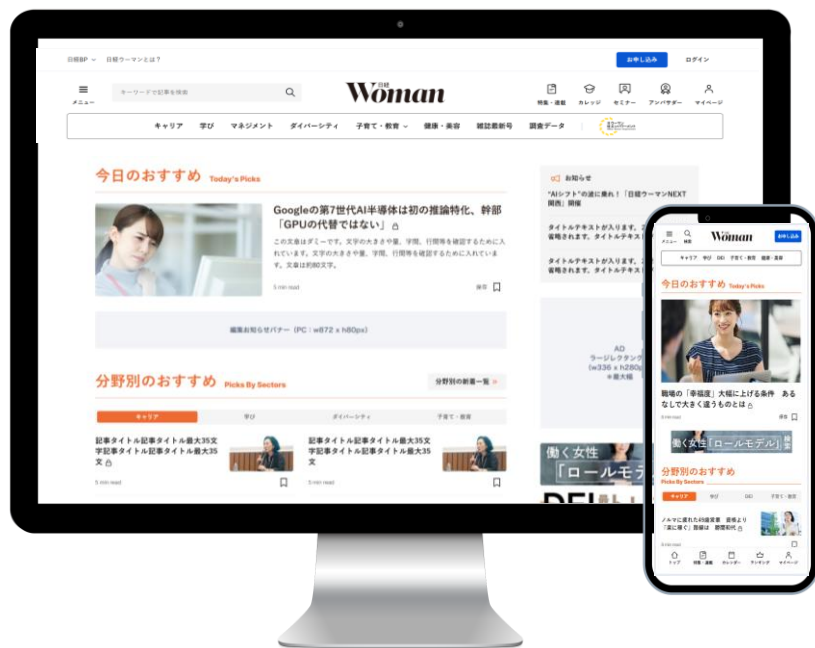
働く女性のロールモデルとなる存在を参考にしてている方が多い

◆日経ウーマン読者プロフィール詳細はこちら

https://www.nikkeibp.co.jp/ad/atcl/magazine/WOM/250900_so WOM readerprofile.pdf

日経ウーマンWebについて

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



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

2026年4月、ウェブメディア「日経xwoman(クロスウーマン)」は、月刊誌の「日経ウーマン」とブランド統合し、「日経ウーマン Web」として新装刊。

やりがいをもって働き、人生を豊かに生きたい女性たちを応援するコンテンツ発信に、より一層力を入れるとともに、企業のダイバーシティ推進に役立つ記事やサービスを大幅に拡充してまいります。

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。



◆日経ウーマン Web 媒体資料はこちら

<https://www.nikkeibp.co.jp/ad/atcl/netmedia/NXW/260400 so WOM webmenu.pdf>

ニッポン放送のコンテンツ力

多彩なラインナップのラジオ番組・Podcast番組を制作しています。

オールナイトニッポン

2021年4月にスタートした
オールナイトニッポン最新ブランド



人気No.1アイドルの
人気オールナイトニッポン



MON	TUE	WED	THU	FRI
0:00 オールナイトニッポンX(クロス) オールナイトニッポンJAMで同時生配信 月: FRUITS ZIPPER! 火: 高橋文哉 水: JO1 木: 日向坂46・正源司陽子 金: 週替わり (第1週, 第2週, 最終週)				
1:00 オールナイトニッポン 月: 山田裕貴 火: サカナクション山ロー郎 水: 乃木坂46 木: ナインティナイン 金: 霜降り明星				
3:00 オールナイトニッポン0(ZERO) 17LIVEで同時生配信 月: キタニタツヤ 火: 松田好花 水: 佐久間宣行 木: マデカルラブリー 金: 三四郎				

SA

3:30 SixTONESの
オールナイトニッポン
サタデースペシャル
st@allnightnippon.com
#SixTONESANN

1:00 オードリーの
オールナイトニッポン
kw@allnightnippon.com
#annkw

週替わり 毎月最終①・ヤレーンズ
#ヤレーンズA

Podcast

全国34局ネット!
1部に負けないコンテンツ力



放送開始から57周年を迎えた
深夜ラジオの代名詞

オールナイトニッポン



スポンサー様活用方法

働く女性に向けた「信頼性×共感性」の高い音声コンテンツを通じて、
ブランドの好感度向上、採用ブランディング、D&I推進など、多方面からの価値創出が可能。
また、単なる広告出稿ではなく、“企業の価値観を届ける”新しいメディア戦略としてご活用いただけます。



ブランド好感度の向上

単なる商品の紹介ではなく、「どのような会社なのか」「商品・サービスの生まれた背景にある想い」などをリスナーに自然に伝えられる。

働く女性に向けた共感コンテンツの中で登場することで、「信頼性」と「親近感」のあるブランドイメージを獲得。

“広告っぽくない広告”としてネイティブアド効果が高い。

D&I / ESGアピール

女性活躍推進を、実績・制度ではなく「社員の声」で伝えられるため、真の実践企業としての姿勢を示せる。

D&Iや人的資本への投資姿勢を公に可視化する機会にもなる。

採用・リクルーティング施策としての活用

「こんな先輩と働きたい」「ここでキャリアを築きたい」という“憧れ”や“共感”を引き出すことで、潜在層の採用ブランディングが可能。

昨今の若手求職者は、「働く人」「カルチャー」を重視する傾向が強く、音声コンテンツはまさにその訴求に最適。

社内エンゲージメント／ロールモデルの可視化

自社社員が出演することで、社内にもポジティブな影響（誇り・モチベーション・帰属意識の醸成）を与える。

社員の多様なキャリアや、価値観が紹介されることで、社内D&I施策の実例紹介コンテンツにもなる。

ご協賛費用

プラン	①ニッポン放送Podcast		②日経ウーマン(誌面・Web)		③番宣メニュー一式	一式ご提供料金 (CM制作費・税別途)
	Podcast コンテンツ配信	radiko エントランスAD	日経ウーマン(雑誌) 誌面タイアップ掲載	日経ウーマン(Web) ネイティブタイアップ		
A	○ スポンサー回独立配信 (15分×2エピソード)	○ 80万~150万imp/日	○ 5.8万部	○ 10,000PV	○	750万円
B	○ スポンサー回独立配信 (15分×2エピソード)		○ 5.8万部		○	500万円
C	○ スポンサー回独立配信 (15分×2エピソード)			○ 10,000PV	○	500万円
D	○ ・番組内でのパブリシティ (5分×2エピソード) ・提供クレジット ・番組内でのCM放送 (1エピソードで1回) ・番組公式X・番組Instagram投稿 (計4回)					130万円

①ニッポン放送Podcast ご提供内容

ご提供要領

ポッドキャストコンテンツ配信

下記プランをベースにご検討いただく形となりますが、
こちら以外にも、ご希望のPodcast展開がございましたら、お気軽にご相談ください！

料金プランA・B・Cの場合

15分のスポンサー回を独立配信×2エピソード

通常回とは別でスポンサー回のみを独立配信させていただきます。2エピソード分(2回分)配信が可能です。

内容は御社の製品・サービス紹介や、ご担当者自身の深掘りなど、
ご希望にあわせて制作チームとともに調整させていただきます。御社のオフィスに伺って収録、
スポンサー様担当者ご出演、などご希望があれば様々な展開が可能です。※展開によっては費用は別途相談となる可能性があります。

料金プランDの場合

5分コーナーを通常回に入れ込んで配信×2エピソード

※④プレゼントパブリシティ を含めたコーナー展開

通常回の最後にインフォマ形式で入れ込むことで、日頃からのリスナーに確実に聞いてもらえる仕組みとしています。
2エピソード分(2回分)配信が可能です。

内容は御社の製品・サービス紹介や、D&Iの取り組みご紹介など、ご希望にあわせて制作チームとともに
調整させていただきます。スポンサー様担当者ご出演も可能です。

※番組内容は放送基準に沿った形で御社とご相談しながら進めさせていただきます。
※制作したPodcast番組は「ニッポン放送Podcast Station」にラインナップされます。
※プランDの場合、ゲストの競合スポンサーの確認が入る可能性があります。

①ニッポン放送Podcast ご提供内容

ご提供要領

radikoエントランスAD

1日80~150万imp 番宣広告バナーをradiko内で表示。



- 掲載期間: 指定日の5:00~28:59
- 掲載条件: radikoアプリ立ち上げ時
- フリークエンシー
(1ユーザーあたりの接触回数)目安: 1回/人
- 対象者: 指定日にアプリを利用しているradikoユーザー全体
- 掲載内容: 番組アイコン+見出し(番組タイトル)+詳細テキスト
- 想定表示数: 1日 80-150万imp(前後)
- 費用: 30万円(税別途)

②日経ウーマン(誌面・Web) ご提供内容

日経ウーマン誌面(雑誌) タイアップ掲載(4C2P)

Podcast収録時の様子や+αのアフタートークの内容を誌面に掲載。

約5.8万部



※料金: 4色2ページ

※右肩、もしくは左肩に<PR>表記、左下に広告主のクレジット(問合せ先)が入ります。

※上記図は、参考イメージになります。

タイアップ回ページのデザインレイアウトは、番組の世界観を入れながら、内容に合わせアレンジいたします。

日経ウーマン(Web)ネイティブタイアップ掲載

日経ウーマン(Web)の編集記事と同じトナリでコンテンツを展開。親近感と信頼性をもってユーザーに記事を訴求します。

約10,000PV



※日経ウーマンWebの「神田愛花のMy work, My life」連載ページに格納されます

※本文ボリュームは3,000文字程度、写真/画像3点程度。

※タイトル末尾に[PR]がつきます

※「協力: 広告主名」のクレジットが入ります

※Aプランの場合、WEBコンテンツは雑誌流用となります。(※WEBの編集担当によるコンテンツ査読が入ります。)

※WEBタイアップは外部ブーストも活用します

ご提供要領

③ 番宣メニューご提供内容

当日撮影した2ショットの動画および静止画を告知素材として使用。Instagram/TikTok/Xを想定。

リール動画

日経ウーマン Instagram

リール動画

日経ウーマン TikTok

静止画

ニッポン放送 営業X・番組公式X

リール動画

番組公式 Instagram

フォロワー数:5.1万人

フォロワー数:2,600人

フォロワー総数:15.5万人

フォロワー数:800人



ご提供要領

全体で 約21万フォロワー

番宣PodcastAD

25万imp 番宣音源をニッポン放送 Podcast内で配信。

※ 番組はご一任ください。
※ 下記配信先番組はあくまでもイメージです。
※ ご出演回に関する番宣をニッポン放送のPodcast内で配信。

配信先番組イメージ

25万imp



番宣音源イメージ

様々な分野で活躍する女性たちをゲストに迎えてお届けするPodcast番組、「日経ウーマンPodcast」。



今回のゲストは株式会社〇〇から〇〇さんが登場！

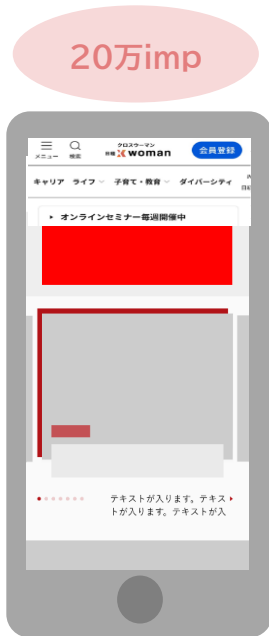
「日経ウーマンPodcast」は毎週火曜配信中！ニッポン放送ポッドキャストステーションで検索！

③ 番宣メニューご提供内容

ご提供要領

日経ウーマン(Web)Podcastバナー掲載 :スマホ・パネル

アクセスの多いスマホのファーストビューおよび
記事直下にローテーションで表示される広告です。
Podcastに遷移するバナーを設定いたします。



20万imp

メニュー名	スマホ・ヘッダーパネル
掲載媒体	日経ウーマン Web
掲載面	スマホ全ページ *一部ページを除く
表示形式	ローテーション
原稿規定	画像:320×180(100)/gif、jpg、png (60KB以内)
掲載期間	任意
掲載開始日	任意の営業日
保証形態	インプレッション保証
料金	¥3.0/imp(※2026年4/1～新価格)
入稿〆切	5営業日前
備考	<ul style="list-style-type: none"> ※ 料金には別途消費税がかかります。 ※ 料金、枠数、仕様等は、予告なく変更する場合がございます。 ※ 申込み、入稿については別途資料でご確認ください。

日経ウーマン (Web) Podcastバナー掲載 :メールインフィード広告

情報収集に積極的な日経ウーマン Webの登録会員(有料会員+無料会員)に
配信するニュースレターです。
HTML形式により、サイトと変わらないビジュアルでメッセージを訴求できます。

メニュー名	インフィード(HTMLメール)
掲載面	ニュースレター(HTMLメール)
表示枠数	1通あたり最大4枠
原稿規定	画像:240×180/gif、jpg、png(60KB以内) テキスト:全・半角問わず28文字以内 広告主名(※長い社名は表示できない場合があります)
配信数/配信日	日経ウーマン Today's Topic : 配信数 約25万通 毎週 月～金配信
料金	¥200,000/1回
入稿〆切	5営業日前
備考	<ul style="list-style-type: none"> ※ 料金には別途消費税がかかります。 ※ 料金、枠数、仕様等は、予告なく変更する場合がございます。 ※ 申込み、入稿については別途資料でご確認ください。 ※ 最新の配信数は、別資料「メール媒体一覧表」をご覧ください。 ※ 配信日は年末年始・祝祭日をのぞきます。

25万通×2回配信



④プレゼントパブリシティ

料金プランDに適用

番組内で、プレゼントキャンペーンの告知を実施。
あわせて各種SNSでも告知を実施。

■展開イメージ

- ・番組内でのパブリシティ(5分程度×2エピソード)
※①ニッポン放送Podcast ご提供内容に準ずる。
- ・提供クレジット
- ・番組内でのCM放送(1エピソードで1回)
- ・番組公式X・番組Instagramでの投稿(計4回)

ご提供要領

番組公式X



番組公式Instagram



スケジュール

	N-2月	N-1月	N月	N+1月
Podcast	ご協賛・協賛内容決定	Podcast収録	★ Podcast配信① ★ Podcast配信②	
日経ウーマン誌面掲載		Podcast収録と同時にスチール撮影		★ 日経ウーマン誌面掲載
日経ウーマWeb掲載		Podcast収録と同時にスチール撮影		★ 日経ウーマンWeb掲載
番宣掲載		Podcast収録と同時にスチール撮影&切り抜き用動画収録	★ ・SNS掲載 (配信時告知や、収録の様子のリール動画) ・PodcastAD ・バナー掲載 (スマホパネル・メルマガ)	★ ・SNS掲載 (配信時告知や、収録の様子のリール動画) ・PodcastAD ・バナー掲載 (スマホパネル・メルマガ)

※Podcastの展開内容によっては、さらに期間を要する場合がございます。