

## 【独自調査】2024年「国際女性デー」新聞・雑誌・Webニュース報道分析

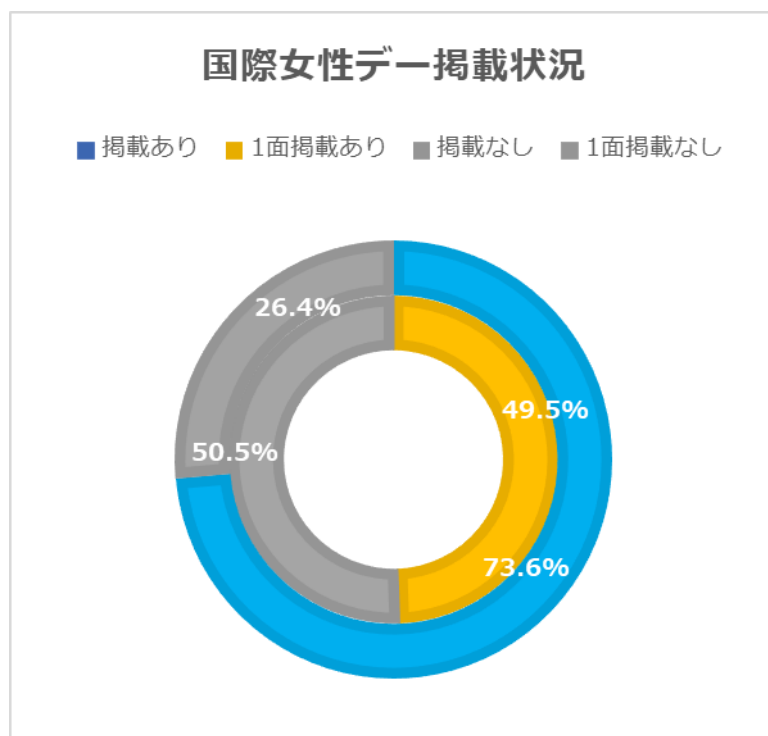
2024年6月 株式会社内外切抜通信社

クリッピング、報道分析サービスを提供する株式会社内外切抜通信社（東京都新宿区、代表取締役：近藤義昭）は、2024年3月8日「国際女性デー」の新聞、雑誌、Webニュース報道をクリッピングし、分析をおこなった。

### 【新聞】

3月8日発行の全国紙5紙、地方紙86紙、計91紙を対象に、「国際女性デー」の記載もしくは「国際女性デー」と記載のあるワッペン\*1のある記事をクリッピングし、記事数、1面での掲載、社説での言及、ワッペンの有無、広告企画を分析した。

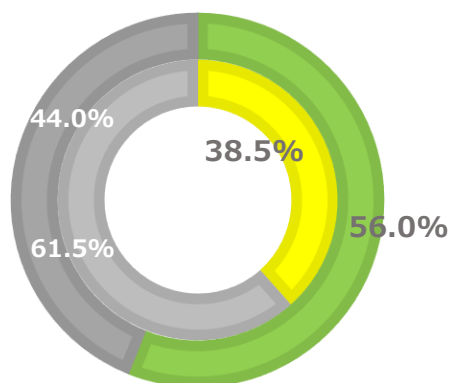
3月8日に国際女性デー関連記事の掲載があったのは91紙中67紙で、7割を超えた。45紙（49.5%）で国際女性デー関連の記事を1面に掲載した。



共同通信が配信する「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」\*2は、51紙で掲載され、国際女性デー関連記事の掲載紙数が増える大きな要因となった。「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」は35紙が1面に掲載した。

### 都道府県版ジェンダー・ギャップ指数掲載状況

■ 掲載あり ■ 1面掲載あり ■ 掲載なし ■ 1面掲載なし

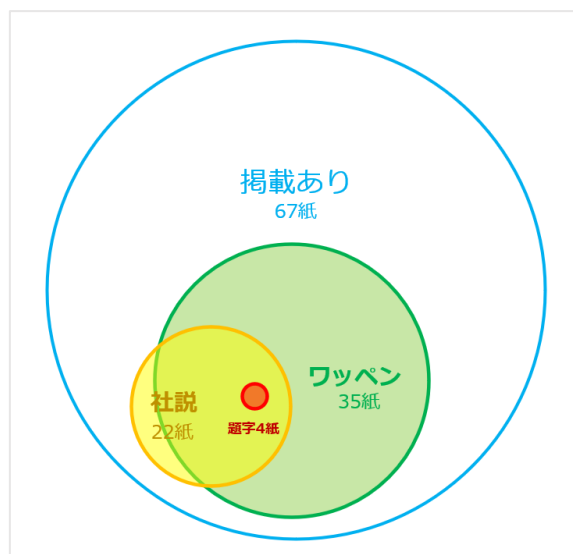


国際女性デー関連の記事数は、『朝日新聞』、『信濃毎日新聞』が24記事で同数1位、『東京新聞』、『琉球新報』が22記事で同数3位だった。全国紙が必ずしも記事数が多いわけではなく、地域に関わらず各社の取り組みの差が表れた。

掲載記事数

順位	媒体名	記事数
1	信濃毎日新聞（長野）	24
1	朝日新聞（東京）	24
3	東京新聞（東京）	22
3	琉球新報（那覇）	22
5	下野新聞（宇都宮）	20
6	沖縄タイムス（那覇）	17
7	高知新聞（高知）	15
8	神奈川新聞（横浜）	14
8	新潟日報（新潟）	14
8	北海道新聞（札幌）	14

ワッペンのあった媒体は 35 紙、社説で取り上げたのは 22 紙だった。題字をミモザ色にした媒体は 4 媒体あった。



#### <トピック>

- ・国際女性デー関連記事の掲載があった新聞は 91 紙中 67 紙で 7 割を超えた
- ・5 割近く（49.5%、45 紙）の新聞で国際女性デー関連記事を 1 面に掲載
- ・51 紙で「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」を掲載、うち、35 紙は 1 面に掲載
- ・記事数 1 位は『信濃毎日新聞』『朝日新聞』で 24 記事、3 位は『東京新聞』『琉球新報』22 記事で同数
- ・社説で取り上げたのは 22 紙、ワッペンのある媒体は 35 紙

#### ■調査概要

期間：2024 年 3 月 8 日（金）朝刊（夕刊紙の場合は夕刊）

対象：全国紙 5 紙東京発行最終版、地方紙 86 紙、計 91 紙\*3

方法：調査員が紙面を目視で調査し、「国際女性デー」の記載もしくはワッペンがある記事をクリッピング。特集内の別記事は見出し毎に 1 記事としてカウントした。首相動静、解説のない記念日一覧のみの記載は除外した。通信社配信の同一内容記事であっても、「国際女性デー」の記載もしくはワッペンのない記事は対象外とした。ワッペンがない場合でも関連記事として誘導があれば記事数にカウントした。

#### ■詳細

##### <記事数>

67 紙（73.6%）で国際女性デーの記事掲載が 1 記事以上あった。記事数では『信濃毎日新聞』、『朝日新聞』が 24 記事でトップ、『東京新聞』、『琉球新報』が 22 記事で同数 3 位、『下野新聞』が 20 記事で 5 位となった。

地方紙では、国際女性デーにあわせて発表され、共同通信から加盟社に配信された「地域からジェンダー平等研究会」（事務局は共同通信社）の「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」\*2 を掲載する媒体が多く、50 紙（全国紙を含めると 51 紙）で掲載があった。一方で、24 紙では国際女性デーの記事は掲載がなかった。

### <1 面>

1 面に国際女性デー記事の掲載があった媒体は 45 紙で、そのうち 35 紙は「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」を 1 面に掲載した。

「行政婚活 目的は『『出会い』だけ？ 出生率高める目標も設定』（『信濃毎日新聞』）、「女性活躍『当たり前』 県内企業 多様な取り組み」（『高知新聞』）などの独自企画、「女性用避難所 3 市町村のみ 本紙調査」（『琉球新報』）、「男性育休取得 6 市町ゼロ 22 年度調査」（『神戸新聞』）など、独自調査を掲載した媒体もあった。

全国紙では、『産経新聞』がミモザのラッピング広告で紙面を覆い、ひときわ目を引いた。『朝日新聞』は「単身の高齢女性 4 割貧困」、『毎日新聞』は「運転女性 負傷率 1.45 倍」といった調査記事を掲載、『産経新聞』の本紙は 1 面ではコラム「産経抄」での言及のみ、『読売新聞』は目次での記載のみ、『日本経済新聞』は掲載なしだった。

### <題字>

『朝日新聞』、『琉球新報』、『沖縄タイムス』、『山梨日日新聞』の 4 紙は、題字を国際女性デーのシンボルであるミモザの黄色で飾っている。『福島民友』は題字横にワッペンを配置、『岐阜新聞』、『山陰中央新報』では題字の周囲に「国際女性デー」の文字を記載した。

媒体名	題字
朝日新聞（東京）	ミモザ色
琉球新報（那覇）	ミモザ色
沖縄タイムス（那覇）	ミモザ色
山梨日日新聞（甲府）	ミモザ色
山陰中央新報（松江）	テキスト
福島民友（福島）	ワッペン
岐阜新聞（岐阜）	テキスト

一般的に題字は新聞社の顔ともいえる存在で、特定の日だけ変更する場合は、複数セクションでの調整

が必要となる。題字をミモザ色にした4紙は記事の掲載数も上位となり、全体での注力がうかがえる。



## <社説>

国際女性デーに関する社説を3月8日に掲載したのは22紙(24.1%)だった。内容はジェンダー・ギャップ解消、女性活躍に言及したものが多かった。『中国新聞』、『秋田魁新報』では「広島男女格差指数 経済40位危機感共有しよう」「地域の男女格差 抜本的な改善策講じよ」と、地域内の男女格差に触れ、危機感を伝える。『毎日新聞』では3/7、『新潟日報』では3/9、『日本海新聞』では3/10など、数日ずれて掲載した新聞もあった。

### 社説一覧

媒体名	社説・論説タイトル
朝日新聞(東京)	別姓選べる社会 いい加減答え出す時だ
東京新聞(東京)	国際女性デーに考える フェミニズムが持つ力
琉球新報(那覇)	災害に備え女性の視点を(キーワードなし)
下野新聞(宇都宮)	論説とちぎ発 国際女性デー 格差解消へ 固定観念破れ
沖縄タイムス(那覇)	国際女性デー 権利のために声上げる
高知新聞(高知)	国際女性デー ジェンダー平等の浸透を
神奈川新聞(横浜)	国際女性デー 古い価値観捨て去ろう
山梨日日新聞(甲府)	論説 国際女性デー 人生の決定権を自分の手に
中国新聞(広島)	広島男女格差指数 経済40位危機感共有しよう
中日新聞(名古屋)	国際女性デーに考える フェミニズムが持つ力
熊本日日新聞(熊本)	国際女性デー 賃金格差の是正に動こう
長崎新聞(長崎)	格差解消へ前進続けよう 国際女性デー
秋田魁新報(秋田)	地域の男女格差 抜本的な改善策講じよ
日刊県民福井(福井)	国際女性デーに考える フェミニズムが持つ力
神戸新聞(神戸)	国際女性デー 「共感する力」を育てる社会に
西日本新聞(福岡)	困難女性支援法 官民で切れ目ない伴走を
日本経済新聞(東京)	女性が力を生かせる日本に
京都新聞(京都)	国際女性デー 「ガラスの天井」風穴を
産経新聞(東京)	国際女性デー 能力発揮しやすい社会に
北陸中日新聞(金沢)	国際女性デーに考える フェミニズムが持つ力
山陽新聞(岡山)	岡山県の男女格差 是正して女性の流出防げ
福島民友(福島)	国際女性デー 無意識の思い込み見直そう

## <ワッペン>

新聞では「ワッペン」と呼ばれるデザインを記事にあしらい、力を入れている記事や連載であることを示す。今回、国際女性デーに関連したワッペンを付けていたのは、35紙(38.4%)だった。

全国紙は4紙が「Think Gender」(『朝日新聞』)、「変わろう 変えよう 国際女性デー2024」(『毎日新聞』)、「3.8 国際女性デー2024」(『産経新聞』)、「国際女性デー」(『読売新聞』)のワッペンを使用していた。

地方紙では31紙がワッペンを使用。「3.8 国際女性デー OurVoices 性を考える」(『京都新聞』)、「ジェンダー平等とともに」(『東京新聞』／『日刊県民福井新聞』)、「ジェンダーをみつめて 国際女性デー2024」(『北海道新聞』)、「WeACT 3.8 国際女性デー」(『沖縄タイムス』)など、独自デザインのワッペンで紙面を飾った。



北海道新聞



高知新聞



秋田魁新報



京都新聞



信濃毎日新聞



福島民報

『朝日新聞』の「Think Gender」は2020年から、『山梨日日新聞』「#ジェンダーとともに」は2021年からなど、国際女性デーに限定せずワッペンを継続使用している媒体もある。

### <内容>

「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」(共同通信社配信)をはじめ、「運転女性 負傷率 1.45倍 本紙分析」(『毎日新聞』)、「男性育休取得 6市町ゼロ」(『神戸新聞』)などデータを使った記事や、「国際女性デー@沖縄 生き方わたし流」(『琉球新報』)、「先駆者の歩み 国際女性デーかごしま」(『南日本新聞』)など、地域で活躍する女性へのインタビュー記事が目立った。

通信社配信の記事は地方紙を中心に複数の媒体に掲載される。今回掲載が多かった中央競技団体の女性理事比率や、女性の働きやすさランキングは、国際女性デー当日の掲載を意識して3月6日～7日に発表されている。これらを「国際女性デー」のワードやワッペンなしで掲載している媒体もみられた。

- ・中央競技団体の女性理事比率 30%を超えた (共同通信社配信)

→日本スポーツ協会が国際女性デーにあわせて7日に発表

・「クオータ制」導入を訴える団体（超党派議員連）が国会内で集会を開いた（共同配信）

→国際女性デーを前に7日開催

・女性の働きやすさランキング（共同・時事通信社配信）

→英エコノミストが6日に発表

『北海道新聞』、『秋田魁新報』、『琉球新報』の1面コラムでは、女性史研究家で2月に亡くなったもろさわようこさんが取り上げられた。

『琉球新報』、『京都新聞』、『東京新聞』などは、自社の女性管理職比率に言及した記事を掲載している。

### <広告企画>

広告企画のボリュームと編集記事数は、必ずしも相関しているわけではなく、広告、編集セクションが別々に動いている媒体が多いことがうかがえる。

『信濃毎日新聞』、『沖縄タイムス』、『神奈川新聞』、『南日本新聞』、『熊本日日新聞』、『西日本新聞』、『宮崎日日新聞』、『茨城新聞』、『上毛新聞』では、複数ページにわたる国際女性デーの企画広告を掲載している。中でも『宮崎日日新聞』は、いきいき働く女性社員43人の紹介、地域シンポジウム、宮崎県男女共同参画センターの取り組み、20人の女性インタビューなど、8ページの広告特集を掲載した。

『産経新聞』のラッピング広告は、折り返すと男女が向かい合うデザインに変化、『西日本新聞』は「しまんと新聞ばっぐ」とコラボし、ミモザの紙面を活かしたエコバッグを制作できる。『毎日新聞』は1面のミモザの花の広告を中面の広告に貼り合わせて完成させる仕掛けを掲載した。

毎日新聞（左）、産経新聞のラッピング広告（右）



「国際女性デー×フェムテック inOkinawa」(『琉球新報』)、「くまにち国際女性デーキャンペーンイベン



ト」(『熊本日日新聞』)、「WOMEN Next 国際女性デー in ぐんま 2024」(『上毛新聞』)など、新聞社主催のイベントを実施した地域もあった。

『琉球新報』は自社のビルを、『熊本日日新聞』は熊本城天守閣をミモザの黄色でライトアップした。

### <双方向性>

読者との双方向性を活用した報道もみられた。『中国新聞』では、LINE と紙面で性別に関する無意識の思い込みについてアンケートを実施、『神戸新聞』では「性差による偏見」についての LINE アンケート、『岐阜新聞』は、LINE でつながる「あなた発！トクダネ取材班」に登録する 3,900 人に身近なハラスメントについて意見を募り、記事化した。『長崎新聞』では双方向型報道窓口「ナガサキポスト」で男女間の格差や性別役割分担に関する違和感を募集し、「『あなた』と考える国際女性デー」として記事化、ポッドキャスト「えねねぬ」でも取り上げた。

### <ポッドキャスト>

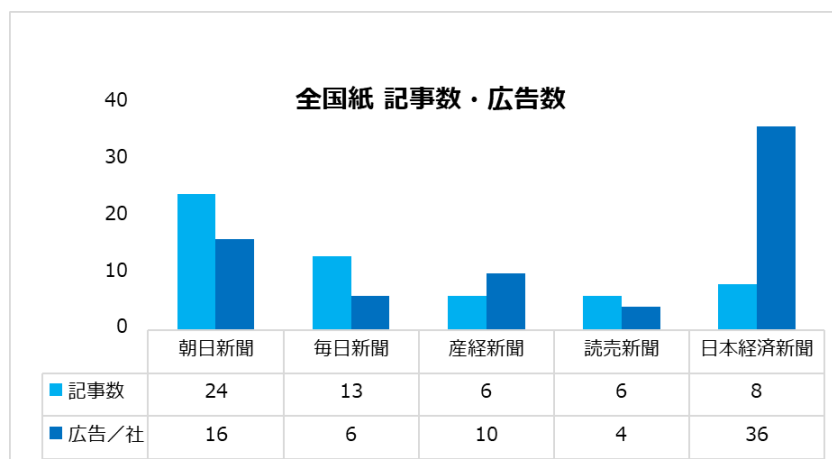
新聞社は近年、音声配信ポッドキャストに取り組んでおり、国際女性デーに関連した企画も配信された。共同通信社「きくりポ」は、6 回にわたって国際女性デーを特集。沖縄タイムス「サクッと沖縄」、琉球新報「ラジオ部」、北海道新聞「ポッドキャスト」とは、相互にゲスト出演し、「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」について、沖縄や北海道の地域事情を交えて話し合った。

秋田魁新報「まんずねまれ」、長崎新聞「えねねぬ」でも記者が登場し、取材背景や記事の内容を掘り下げた。毎日新聞「今夜、BluePost で」では、男性記者 3 名がゲスト出演し、2019 年度との社内の意識の違いや、8 日掲載の記事について紹介している。

### <全国紙>

全国紙 5 紙に限定すると、記事数では『朝日新聞』が 24 記事、『毎日新聞』は 13 記事、『日本経済新聞』8 記事、『産経新聞』、『読売新聞』が 6 記事掲載した。広告社数では『日本経済新聞』が 36 社でトップとなった。

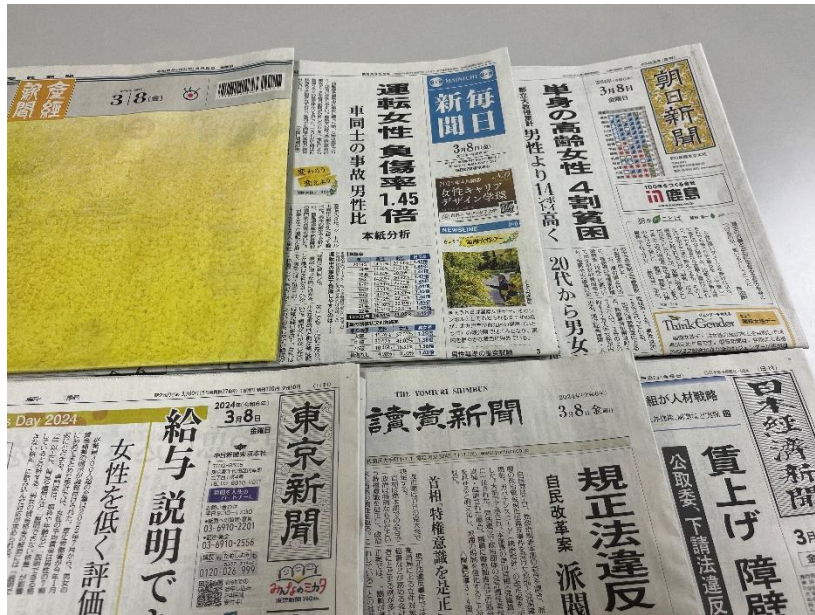
項目	朝日新聞（東京）	毎日新聞（東京）	産経新聞（東京）	読売新聞（東京）	日本経済新聞（東京）
1 面	題字／目次／記事／ 天声人語／書籍広告	NEWSLINE／目次／記事／ 雑報広告／突き出し広告／ 題字下広告	ラッピング広告 記事は「産経抄」内の記載のみ	目次に項目があるのみ	1面には記載なし
社説	別姓選べる社会 いい加減答え出す時だ	なし	国際女性デー 能力発揮しやすい社会に	なし	女性が力を活かせる日本に
記事数	24記事	13記事	6記事	6記事	8記事
ワッペン	Think Gender	変わろう 変えよう 国際女性デー2024	3.8 国際女性デー2024	国際女性デー	なし
広告・協賛	16社	6社	10社	4社	36社



『産経新聞』は、ミモザの花をあしらったラッピング広告で本紙を包み、広告は協賛含め 10 社の掲載があった。1 面記事下にタカラベルモントのタイアップ広告、本紙中面にはあいおいニッセイ同和損保、FUJIBO、田辺三菱製薬のタイアップ広告がそれぞれ 15 段で掲載された。一方で 1 面の記事としては「産経抄」で取り上げたのみとなった。記事は文化、生活関連中心に 6 記事が掲載された。

『朝日新聞』は 24 記事、広告 116 社の掲載があり、記事、広告両面で意欲的だ。題字をミモザで彩る、社説、天声人語、広告特集を組む、オンラインでも特設ページを開設するなど、全体としての取り組みがみられた。記事の内容も 1 面で高齢女性の貧困、グローバルサウスの国会議員プムジレ・ムランボヌク氏（南アフリカ）を取り上げるなど、ジェンダーを取り扱う際に付随する交差性（インターセクショナルティ）への目配りがみえる。

『毎日新聞』は昨年までの連載「声をつないで」をリニューアル、「変わろう 変えよう」という、能動的な連載名となった。自動車事故の際の負傷率の男女差に関する分析を 1 面と 3 面で大きく展開した。その他も賃金格差、赤ん坊遺棄の男性責任、インドのタクシー運転手と女性の自立、ピンク＝女性の今昔など、見出し 3 段以上の記事が 8 記事あり、読み応えのある内容となった。一方で、コラムや連載では国際女性デーを取り上げたものがなかった。社説は 3/7 に国際女性デーに触れた上で夫婦別姓を取り上げていたが、8 日には掲載がなかった。6 社の広告が掲載された。



『読売新聞』は、女性五輪選手、パラ選手など、スポーツ面での記事が大きかった。1面では目次の記載のみ、広告は4社だった。

『日本経済新聞』は「女性活躍」「投資」といった視点からの記事があり、各1ページの特集内に7記事、他は社説での掲載のみとなった。1面への掲載はなく、本紙全体での取り組みという印象は薄い。広告は、合同広告含め36社となり、全国紙の中で最も多かった。

#### <まとめ>

国際女性デーに新聞紙面を盛り上げる動きは、2017年に米国で大きなうねりをみせ、日本にも波及した#MeToo運動や、性被害を訴えた裁判に相次いで無罪判決が出たことへの抗議から始まった2019年のフラワーデモなどを取材し、問題意識を持った女性記者を中心に、近年広がりを見せてきた。今年も7割の新聞で国際女性デーの関連記事が掲載され、5割近くが1面に掲載した。社説での言及や題字をミモザ色にするなど、紙面全体での取り組みもみられた。記事の署名などから男性記者が関わったと推察される記事も増え、一部の記者だけで孤軍奮闘する状態から変化しつつある様子がうかがえる。

また、「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」が各地方紙で大きく取り上げられているように、数値やデータを用いた記事が目立った。「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」は国際女性デーに関する記事がこの記事のみの媒体や、ワッペン作成がない媒体でも1面で掲載されたり、中面で大きく扱われたりしており、国際女性デーへの関心の薄い媒体からもこの指数は注目されたといえる。

LINEを使ったアンケートの記事化、取材記者によるポッドキャストでの解説、他の新聞社のポッドキャストとのコラボレーションなど、新しい試みもみられた。

国際女性デー専用制作された広告も数多く掲載され、複数ページに渡る企画広告を掲載する地方紙も

あった。紙面を覆うラッピング広告や、広告を加工してエコバッグを作れるなど、仕掛けを設計しているものもあり、各紙の工夫がみられた。また、新聞社が主催となり、イベント、シンポジウムなどを開催する動きもみられた。一方で、記事数と広告出稿量は必ずしも連動していなかった。

#### \*1 ワッペン

紙面の見出し付近に掲載するイラストや文字をあしらったマーク。連載や力を入れている企画などの際に作成する

#### \*2 「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」

「地域からジェンダー平等研究会」が2022年から毎年、3月8日の国際女性デーに合わせ、都道府県ごとの男女平等度合いを示す指数と順位を算出し、事務局の共同通信社がデータを配信している。世界経済フォーラムが公表する男女平等度の指標「ジェンダー・ギャップ指数」と同じ手法を用い、「政治」「行政」「教育」「経済」の4分野を分析している。

統括監修は三浦まり上智大法学部教授、統計監修は竹内明香上智大経済学部准教授、事務局は共同通信社がつとめる。

\*3 「調査対象媒体一覧」

媒体名	発行社	都道府県	分類	媒体名	発行社	都道府県	分類
毎日新聞（東京）	㈱毎日新聞社東京本社	東京都	全国紙	信濃毎日新聞（長野）	信濃毎日新聞社(株)	長野県	地方紙
朝日新聞（東京）	㈱朝日新聞社東京本社	東京都	全国紙	市民タイムス（松本）	㈱市民タイムス	長野県	地方紙
読売新聞（東京）	㈱読売新聞東京本社	東京都	全国紙	南信州新聞（飯田）	㈱南信州新聞社	長野県	地方紙
日本経済新聞（東京）	㈱日本経済新聞社東京本社	東京都	全国紙	長野日報（諏訪）	㈱長野日报社	長野県	地方紙
産経新聞（東京）	㈱産業経済新聞社東京本社	東京都	全国紙	岐阜新聞（岐阜）	㈱岐阜新聞社	岐阜県	地方紙
東京新聞（東京）	㈱中日新聞東京本社	東京都	全国紙	静岡新聞（静岡）	㈱静岡新聞社	静岡県	地方紙
北海道新聞（札幌）	㈱北海道新聞社	北海道	地方紙	伊豆新聞（伊東）	㈱伊豆新聞本社	静岡県	地方紙
函館新聞（函館）	㈱函館新聞社	北海道	地方紙	熱海新聞（熱海）	㈱伊豆新聞本社	静岡県	地方紙
室蘭民報（室蘭）	㈱室蘭民報社	北海道	地方紙	伊豆日日新聞（伊豆の国）	㈱伊豆新聞本社	静岡県	地方紙
釧路新聞（釧路）	㈱釧路新聞社	北海道	地方紙	中日新聞（名古屋）	㈱中日新聞社	愛知県	地方紙
十勝毎日新聞（帯広）	㈱十勝毎日新聞社	北海道	地方紙	中部経済新聞（名古屋）	㈱中部経済新聞社	愛知県	地方紙
苫小牧民報（苫小牧）	㈱苫小牧民報社	北海道	地方紙	東愛知新聞（豊橋）	㈱東愛知新聞社	愛知県	地方紙
東奥日報（青森）	㈱東奥日報社	青森県	地方紙	伊勢新聞（津）	㈱伊勢新聞社	三重県	地方紙
陸奥新報（弘前）	㈱陸奥新報社	青森県	地方紙	夕刊三重（松阪）	㈱夕刊三重新聞社	三重県	地方紙
デーリー東北（八戸）	㈱デーリー東北新聞社	青森県	地方紙	京都新聞（京都）	㈱京都新聞社	京都府	地方紙
津軽新報（黒石）	㈱津軽新報社	青森県	地方紙	神戸新聞（神戸）	㈱神戸新聞社	兵庫県	地方紙
岩手日報（盛岡）	㈱岩手日報社	岩手県	地方紙	奈良新聞（奈良）	㈱奈良新聞社	奈良県	地方紙
盛岡タイムス（盛岡）	㈱盛岡タイムス社	岩手県	地方紙	紀伊民報（田辺）	㈱紀伊民報	和歌山県	地方紙
岩手日日（一関）	㈱岩手日日新聞社	岩手県	地方紙	日高新報（御坊）	㈱日高新報社	和歌山県	地方紙
河北新報（仙台）	㈱河北新報社	宮城県	地方紙	紀州新聞（御坊）	㈱紀州新聞社	和歌山県	地方紙
石巻かほく（石巻）	㈱三陸河北新報社	宮城県	地方紙	わかやま新報（和歌山）	㈱和歌山新報社	和歌山県	地方紙
石巻日日新聞（石巻）	㈱石巻日日新聞社	宮城県	地方紙	日本海新聞（鳥取）	㈱新日本海新聞社	鳥取県	地方紙
三陸新報（気仙沼）	㈱三陸新報社	宮城県	地方紙	山陰中央新報（松江）	㈱山陰中央新報社	島根県	地方紙
秋田魁新報（秋田）	㈱秋田魁新報社	秋田県	地方紙	島根日日新聞（出雲）	㈱島根日日新聞社	島根県	地方紙
北羽新報（能代）	㈱北羽新報社	秋田県	地方紙	山陽新聞（岡山）	㈱山陽新聞社	岡山県	地方紙
山形新聞（山形）	㈱山形新聞社	山形県	地方紙	津山朝日新聞（津山）	㈱津山朝日新聞社	岡山県	地方紙
荘内日報（鶴岡）	㈱荘内日報社	山形県	地方紙	中国新聞（広島）	㈱中国新聞社	広島県	地方紙
福島民報（福島）	㈱福島民報社	福島県	地方紙	山口新聞（下関）	㈱みなと山口合同新聞社	山口県	地方紙
福島民友（福島）	㈱福島民友新聞社	福島県	地方紙	宇部日報（宇部）	㈱宇部日報社	山口県	地方紙
夕刊いわき民報（いわき）	㈱いわき民報社	福島県	地方紙	徳島新聞（徳島）	(社)徳島新聞社	徳島県	地方紙
茨城新聞（水戸）	㈱茨城新聞社	茨城県	地方紙	四国新聞（高松）	㈱四国新聞社	香川県	地方紙
下野新聞（宇都宮）	㈱下野新聞社	栃木県	地方紙	愛媛新聞（松山）	㈱愛媛新聞社	愛媛県	地方紙
上毛新聞（前橋）	㈱上毛新聞社	群馬県	地方紙	高知新聞（高知）	㈱高知新聞社	高知県	地方紙
桐生タイムス（桐生）	㈱桐生タイムス社	群馬県	地方紙	西日本新聞（福岡）	㈱西日本新聞社	福岡県	地方紙
埼玉新聞（さいたま）	㈱埼玉新聞社	埼玉県	地方紙	佐賀新聞（佐賀）	㈱佐賀新聞社	佐賀県	地方紙
千葉日報（千葉）	㈱千葉日报社	千葉県	地方紙	長崎新聞（長崎）	㈱長崎新聞社	長崎県	地方紙
神奈川新聞（横浜）	㈱神奈川新聞社	神奈川県	地方紙	熊本日日新聞（熊本）	㈱熊本日日新聞社	熊本県	地方紙
新潟日報（新潟）	㈱新潟日报社	新潟県	地方紙	大分合同新聞（大分）	(南)大分合同新聞社	大分県	地方紙
柏崎日報（柏崎）	㈱柏崎日报社	新潟県	地方紙	宮崎日日新聞（宮崎）	㈱宮崎日日新聞社	宮崎県	地方紙
北日本新聞（富山）	㈱北日本新聞社	富山県	地方紙	南日本新聞（鹿児島）	㈱南日本新聞社	鹿児島県	地方紙
富山新聞（富山）	㈱富山新聞社	富山県	地方紙	南海日日新聞（奄美）	㈱南海日日新聞社	鹿児島県	地方紙
北國新聞（金沢）	㈱北國新聞社	石川県	地方紙	沖縄タイムス（那覇）	㈱沖縄タイムス社	沖縄県	地方紙
北陸中日新聞（金沢）	㈱中日新聞北陸本社	石川県	地方紙	琉球新報（那覇）	㈱琉球新報社	沖縄県	地方紙
福井新聞（福井）	㈱福井新聞社	福井県	地方紙	八重山毎日新聞（石垣）	㈱八重山毎日新聞社	沖縄県	地方紙
日刊県民福井（福井）	㈱中日新聞福井支社	福井県	地方紙	宮古毎日新聞（宮古島）	㈱宮古毎日新聞社	沖縄県	地方紙
山梨日日新聞（甲府）	㈱山梨日日新聞社	山梨県	地方紙				

## 【雑誌】

2/20～3/10 発売の雑誌から「国際女性デー」を1ページ以上取り上げている記事、および、期間外でも調査員がピックアップした雑誌を分析対象とした。

国際女性デーについて掲載があったのは18媒体で、ジャンル別では、主に「女性」、「ファッション」、「総合」誌で特集掲載があった。

### 雑誌掲載一覧

	媒体名	ジャンル	出版社	総ページ数
1	VOGUE JAPAN	ファッション	(同)コンデナスト・ジャパン	85
2	wedge	総合	(株)ウェッジ	35
3	ELLE Japon	女性	(株)ハースト婦人画報社	27
4	CREA	女性	(株)文藝春秋	26
5	Harper's BAZAAR	ファッション	(株)ハースト婦人画報社	22
6	25ans	ファッション	(株)ハースト婦人画報社	19
7	AERA	総合	(株)朝日新聞出版	17
8	metropolitana	タウンガイド	(株)産業経済新聞社	13
9	日経WOMAN	女性	(株)日経BP	9
10	bis	女性	(株)光文社	7
11	国際開発ジャーナル	総合	(株)国際開発ジャーナル社	5
12	世界	総合	(株)岩波書店	3
13	週刊金曜日	総合	(株)金曜日	3
14	美人百花	ファッション	(株)角川春樹事務所	2
15	marie claire	女性	(株)読売新聞東京本社	2
16	リンネル	ファッション	(株)宝島社	1
17	素敵なあの人	ファッション	(株)宝島社	1
18	週刊ダイヤモンド	経済・マネジメント	(株)ダイヤモンド社	1

ファッション、女性向け媒体では、欧米で発行される雑誌の日本版『VOGUE JAPAN』『ELLE Japon』『Harper's BAZAAR』、セレブリティ志向の『25ans』など、ラグジュアリー系を中心に掲載された。コンサバティブな女性向けのいわゆる赤文字系（『CanCam』『JJ』など）、カジュアル路線の青文字系（『Sweet』『mini』など）での掲載はほぼなかった。

特集内容は、海外の最新事例と日本の現状との比較、歴史的観点の提示、SRHR（Sexual and Reproductive Health and Right・性と生殖に関する健康と権利）など、ジェンダーや女性を取り巻く環境について、社会構造的な問題を提起している。大型の特集を掲載した『VOGUE JAPAN』『Harper's BAZAAR』では、「国際女性デー」のワードは使っておらず、ハイコンテキストな、「わかる人に伝わる」内容になっている。

「総合」「経済・マネジメント」誌では、国際女性デーのタイミングでの特集は多くなかった。取り扱いのあった媒体では、女性活躍、働く女性についての特集が多く、インタビューが多くみられた。

### <トピック>

- ・国際女性デーについて特集掲載があったのは18媒体
- ・ジャンル別では、「女性」、「ファッション」、「総合」誌で特集掲載
- ・『VOGUE JAPAN』、『ELLE Japon』、『Harper's BAZAAR』など、ラグジュアリー系媒体で大型特集
- ・『CREA』、『metropolitana』でフェムテック特集

### ■調査概要

期間：2024年2月20日～3月10日発行

対象：雑誌1,177誌のうち、調査期間中発行の646誌、期間外の主要誌

方法：調査員が誌面を目視で調査し、「国際女性デー」に関連した内容を1ページ以上取り上げている記事をクリッピングした。「国際女性デー」の記載がない場合でも、意図していると思われるものはクリッピング対象とした。また、期間外発行の2024年1月、2月発行のものからも、調査員が独自にピックアップした。雑誌のジャンル分類は当社分類に準拠する。

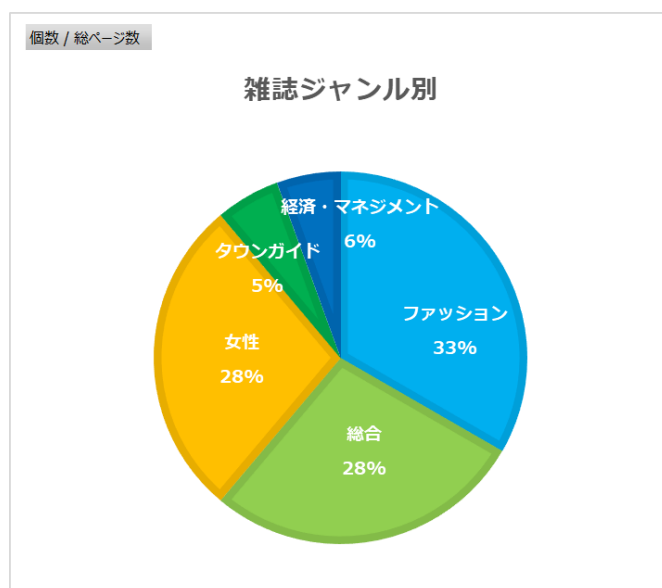
### ■詳細

#### <掲載ページ数>

国際女性デーについて特集掲載があったのは18媒体だった。ページ数では『VOGUE JAPAN』が85ページで1位、2位は『wedge』で35ページ、3位『ELLE Japon』、4位『CREA』、5位『Harper's BAZAAR』と続く。

#### <掲載ジャンル・傾向>

ジャンル別では、主に「ファッション」「女性」「総合」誌で特集掲載があった。



## <内容>

「ファッション」「女性」誌では社会構造的な問題を提起する特集が組まれた。海外の最新事例と日本の現状との比較、歴史的観点の提示、SRHR（Sexual and Reproductive Health and Right・性と生殖に関する健康と権利）など、ジェンダーや女性を取り巻く環境について、より深く思考を促す。コスメやフェムテック商品の紹介、映画や本などの紹介もあるが、商品や作品の背景となる知識も得られる内容となっている。



最も大型特集を組んだ『VOGUE JAPAN』は、編集長コラム「EDITOR'S LETTER」で“ウーマンパワー、全開！”を宣言。ファッション界のクリエイティブディレクターが男性ばかりの現状を指摘。今号一冊丸ごと女性をエンパワメントする内容とし、ファッション界の流れを変えたいと述べる。「私にパワーをくれる服」「ビューティーが、女性をエンパワメントする」として、ファッション、コスメの面からも特集している。

また、「『女らしさ』という言葉はもう NG？ 2002 年の特集から本当の自由を考える」では、22 年前の特集誌面を振り返りながら、当時と社会構造が変わっていない現状を分析する。その他、社会を変える女性たちの物語として、映画・ドラマ・書籍・コミック 15 選の紹介、大河ドラマ「光る君へ」の脚本家大石静に物語をつむぐ女性についてインタビューも掲載した。

『ELLE Japon』では、編集長コラム「Editor's Letter」で国際女性デーに触れ、女性の社会参加や地位向上、インクルージョンに密接に結びついた特集展開を説明している。特集「私らしい未来の働き方」では、情報社会の中でのキャリアプラン、副業やリスキング、AI の活用などを紹介、「激動するハリウッドのこれから」では、エンタメ業界の実状をレポート。女性映画監督が少ない現状や、ストリーミングを始めとしたエンタメ業界の先行きが不透明な中、女性や有色人種が割を食う現実を指摘する。



『Harper's BAZAAR』は、「未来のためにできること」として、人種やジェンダーの不平等、ケアエコノミーの持つ不平等性と搾取、オルタナティブなフェミニズム、過剰な資本主義、SDGsの課題、国際人権と日本の人権概念など、社会の不均衡な構造に切り込む。第二特集は「世界のSRHR、課題とその現在地」として、SRHRの欧州、米、韓国の現状をレポート。海外では当たり前のサービスに簡単にアクセスできない、SRHRに関する議論や法改正が国政のなかで後回しにされている、権利意識が浸透しにくい、といった日本の現状をあぶりだす。

『25ans』は、毎年4月号(3月発売)の表紙モデルが、国際女性デーにちなみミモザの花束を持つ。2024年はモデルの中条あやみが表紙に登場した。「国際女性デー特別企画 エレ派の未来はWeでつくる!」として、14ページの特集を掲載。CHAIのマナ&カナインタビュー、女性リーダーの対談、本や映画紹介、女性運動の歴史、ハッピーウーマンフェスタを紹介した。特集内では、「女性が輝く社会をつくるAction 10」として、ジェンダー不平等を知る、ロールモデルを探す、政治参加、商品を選ぶ、寄付するなど具体的なアクションを提示。また、「イエローをまとめて女性を応援!」で黄色のファッションアイテムを紹介している。



『CREA』、『metropolitana』では、2021年から政府が「骨太の方針」等で推進するフェムテック (Female: 女性と Technology: テクノロジーからなる造語)、フェムケアを特集した。

『CREA』は、フェムケア商品の紹介に止まらず、フェムケアアイテムとの付き合い方として、流通におけるルールの未整備、オンライン診療のメリットデメリットにも触れる。フェムケア先進国として台湾のレポート、アフターピルと中絶薬の現状、リプロダクティブヘルス・ライツ、生理用ナプキンの歴史(平安時代~現代)など、商品紹介に止まらない、社会的視点からの特集を掲載した。

『metropolitana』は、ジャンルは「タウンガイド」だが、女性がターゲットのフリーマガジン。出版元である産経新聞社が2021年10月から「フェムケアプロジェクト」を主催しており、広告を中心に新聞紙面とも連携している。商品の紹介、男性育休対談などを掲載した。『リンネル』『美人百花』『VOGUE』

JAPAN』など、国際女性デーのシンボルであるミモザをイメージした黄色のコスメ特集もあり、関連商品が掲載されている。



「総合」誌では女性活躍、働く女性について扱ったものが多く、インタビューや現状分析の記事がメインとなった。『wedge』では、「ジェンダー平等と多様性で 男性優位の社会を変えよう」として、男女格差の現状と、今後の道筋について特集した。『AERA』では、過去の AERA 巻頭特集にみる女性の生き方の変化を分析している。

#### <他メディアへの波及>

「女性」、「ファッション」誌では、誌面掲載のほか、Web ニュースや SNS への波及もみられた。『Bis』では、金村美玖（日向坂 46）を起用した特集の掲載があり、国際女性デー関連商品が紹介された。『bis』の Web ニュースサイトや『Pop'n'Roll』でも掲載されたほか、金村自身のインスタグラムでも告知、それに対するファンの反響を集めた Web ニュース記事「日向坂 46 金村美玖、美脚を披露したミニスカコーデをファン絶賛『スタイル良すぎる』『めっちゃかわいい』」（『E-TALENTBANK』 2024/2/3 掲載）に波及した。

#### <まとめ>

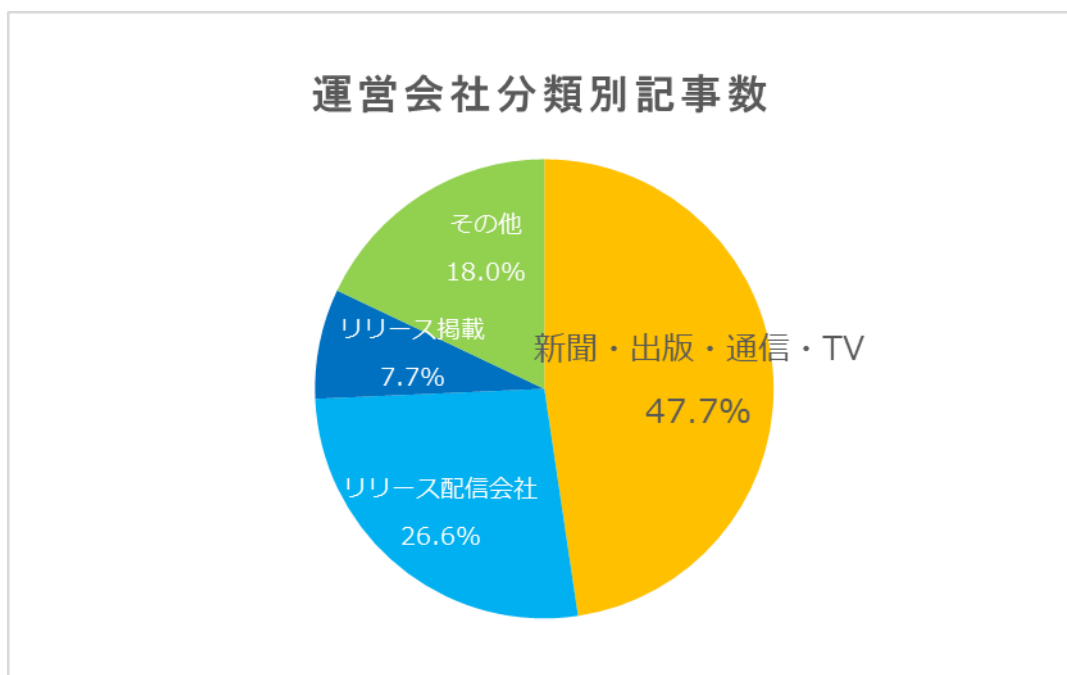
雑誌はターゲットとする読者層が明確なため、一部の女性、ファッション、総合誌で大きく特集が生まれ、それ以外の雑誌ではほとんど掲載がなかった。『VOGUE JAPAN』、『ELLE Japon』、『Harper's BAZAAR』、『25ans』など、ラグジュアリー系を中心に大型の特集が掲載された。特集を組んだ雑誌では、幅広い視野と深い知識を得られる内容となり、記念日を祝うに留まらず、知識を深め、商品を選ぶ視点の構築や政治参加など、踏み込んだ特集がみられた。

各紙それぞれの特集内容となっているが、しいて言えば、SRHR やフェムテックなどがトレンドといえそうだ。また、欧米のフェミニズムの紹介にとどまらず、アジアからの視点や、交差性など、欧米視点の相対化もトレンドといえるだろう。AERA や VOGUE では過去の記事との比較による問題提起もあった。

## 【Web ニュース】

「国際女性デー」及び「国際女性の日」を調査キーワードとして設定し、1月1日～3月8日までのWebニュースサイトの調査を実施した。

記事数は1,556件、3月8日当日の掲載が560件と35%を占め、掲載が集中している。掲載サイトをみると、プレスリリース配信サイトの『PR TIMES』での掲載が369件、その他のプレスリリース配信サイトを合わせると、406件となり、全体の26.6%となった。このようなプレスリリース配信サイト、および『JPubb』のようなリリースをそのまま掲載するサイトを除外すると、新聞社、出版社、TV局など既存メディアが運営するサイトが掲載数上位となった。



### <トピック>

- ・1～3月の掲載数は1,556件、掲載日は3月8日が最多
- ・掲載上位サイトは『PR TIMES』が369件で1位、『Jpubb』が50件で2位、『毎日新聞』が48件3位
- ・運営会社別は「PR TIMES」が383件で1位、「レッドクルーズ」が85件2位、「中日新聞社」が3位
- ・新聞、出版、通信、TV系の運営会社の記事が全体の47.7%を占める
- ・リリースの配信日は3/8が最も多く99件、次点は3/1の45件

### ■調査概要

期間：2024年1月1日～3月8日

対象：当社で選定したWebニュースサイト4944サイト

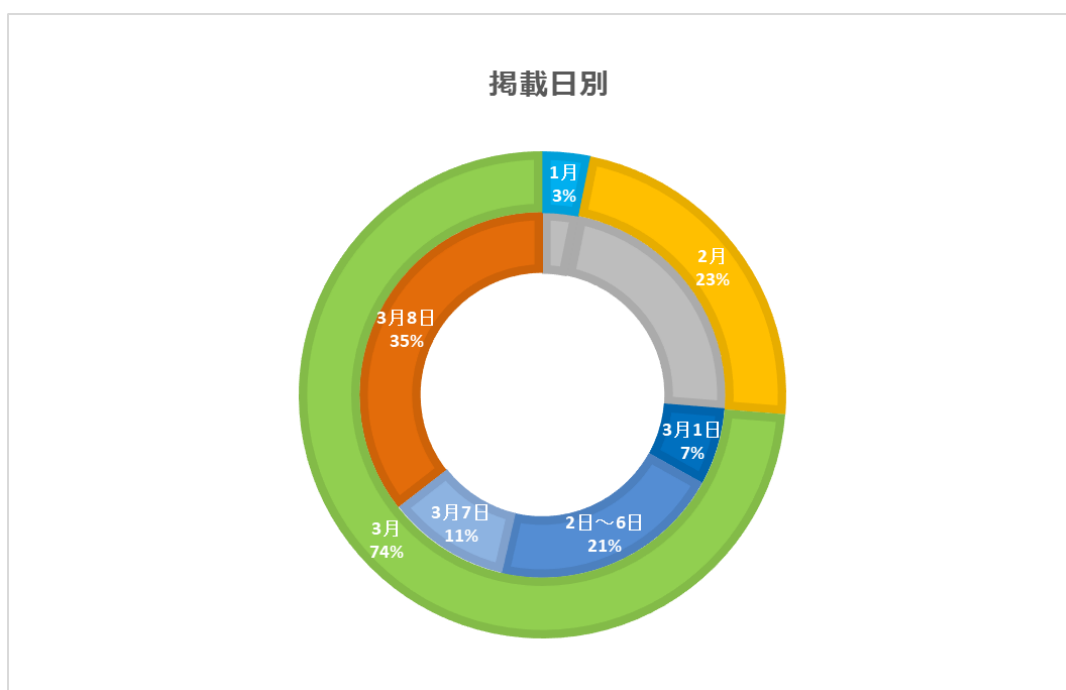
方法：「国際女性デー」「国際女性の日」の記載がある記事を、クリッピング。調査員が目視でノイズを除

去した。他サイトへの転載は除外し、元記事のみクリッピングしている。サイト、運営会社の分類については、当社のデータベースを参照した。

## ■詳細

### <記事数>

国際女性デーの記事数は1,556件だった。日別では、3月8日の掲載が560件で最多、次点は3月7日の171件、3月1日は107件で、月別では1月が50件、2月が364件、3月が1,162件だった。



### <サイト別>

調査対象の4,944サイト中で、掲載のあったサイトは340サイトだった。上位10サイトで712件の掲載があり、総掲載数の45.7%を占める。

掲載数上位サイトはリリース配信サービスの『PR TIMES』が369件で1位、2位は上場企業のプレスリリースを掲載する『JPubb』で50件、3位は『毎日新聞』48件、4位『朝日新聞デジタル』41件、『産経ニュース』38件と続く。

## サイト別記事数

順位	サイト名	運営元	運営元分類	記事数
1	PR TIMES	PR TIMES	その他	369
2	JPubb	レッドクルーズ	その他	50
3	毎日新聞	毎日新聞社	新聞社・出版社（中央紙）	48
4	朝日新聞デジタル	朝日新聞社	新聞社・出版社（中央紙）	41
5	産経ニュース	産経デジタル	新聞社・出版社（中央紙）	38
6	NHKオンライン	日本放送協会	TV局	37
7	マイ広報紙	オープン・コーポレイツ・ジャパン	その他	37
8	マチパブ	レッドクルーズ	その他	35
9	東京新聞	中日新聞社	新聞社・出版社（地方紙）	32
10	沖縄タイムス	沖縄タイムス社	新聞社・出版社（地方紙）	25

『PR TIMES』『JPubb』がプレスリリースそのままの掲載であることを考えると、編集記事としては、新聞、TV、出版のサイトが上位に並んだ。

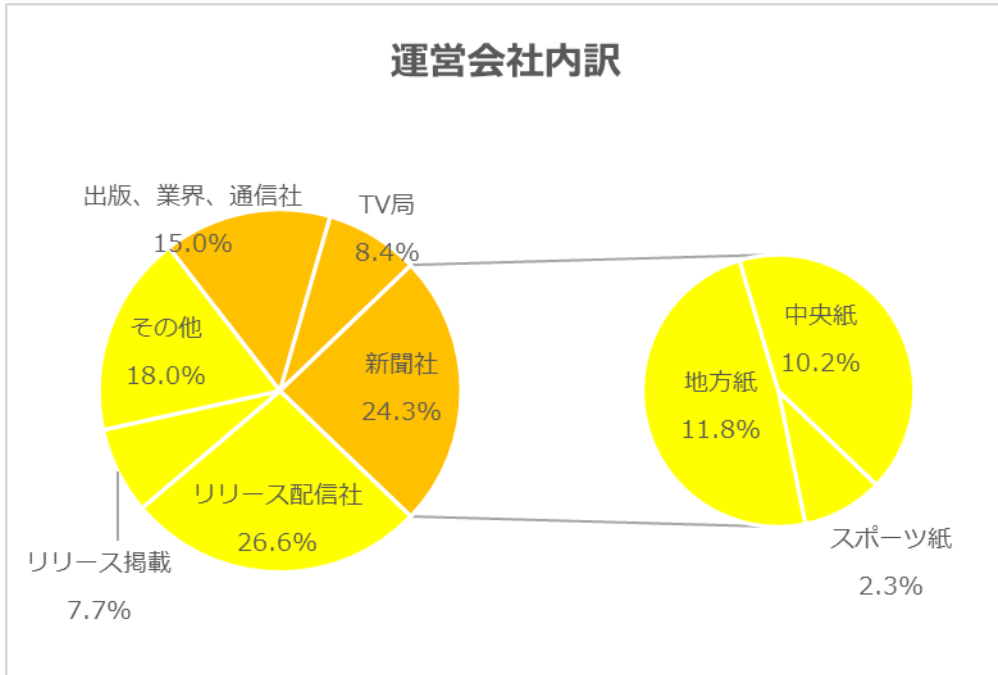
### <運営会社別>

運営会社別では、『PR TIMES』の他に『STRAIGHT PRESS』など5サイトを運営する「PR TIMES」が383件で1位、『JPubb』『マチパブ』を運営する「レッドクルーズ」が85件で2位、『中日新聞』『東京新聞』を運営する「中日新聞社」が49件で3位、以下、「毎日新聞社」48件、「朝日新聞社」44件、「産経デジタル」41件と続く。雑誌社では「集英社」が34件、「ハースト婦人画報社」が31件、「講談社」が12件だった。

### 運営会社別記事数

順位	運営元	分類	記事数
1	PR TIMES	その他	383
2	レッドクルーズ	その他	85
3	中日新聞社	新聞社・出版社（地方紙）	49
4	毎日新聞社	新聞社・出版社（中央紙）	48
5	朝日新聞社	新聞社・出版社（中央紙）	44
6	産経デジタル	新聞社・出版社（中央紙）	41
7	日本放送協会	TV局	37
8	オープン・コーポレイツ・ジャパン	その他	37
9	集英社	新聞社・出版社	34
10	ハースト婦人画報社	新聞社・出版社	31
11	LINEヤフー	ポータル	25
12	沖縄タイムス社	新聞社・出版社（地方紙）	25
13	日本テレビ放送網	TV局	19
14	朝日新聞出版	新聞社・出版社	17
15	読売新聞東京本社	新聞社・出版社（中央紙）	17
16	ノアドット	その他	16
17	メディアジーン	その他	14
18	Creative2	その他	14
19	トラストリッジ	その他	14
20	日刊スポーツ新聞社	新聞社・出版社（スポーツ紙）	13
21	時事通信社	新聞社・出版社	12
22	全国新聞ネット	新聞社・出版社	12
23	北海道テレビ放送	TV局	12
24	秋田魁新報社	新聞社・出版社（地方紙）	12
25	講談社	新聞社・出版社	12
26	oricon ME	その他	11
27	西日本新聞社	新聞社・出版社（地方紙）	11
28	ソーシャルワイヤー	その他	10
29	日本経済新聞社	新聞社・出版社（中央紙）	10
30	南日本新聞社	新聞社・出版社（地方紙）	9

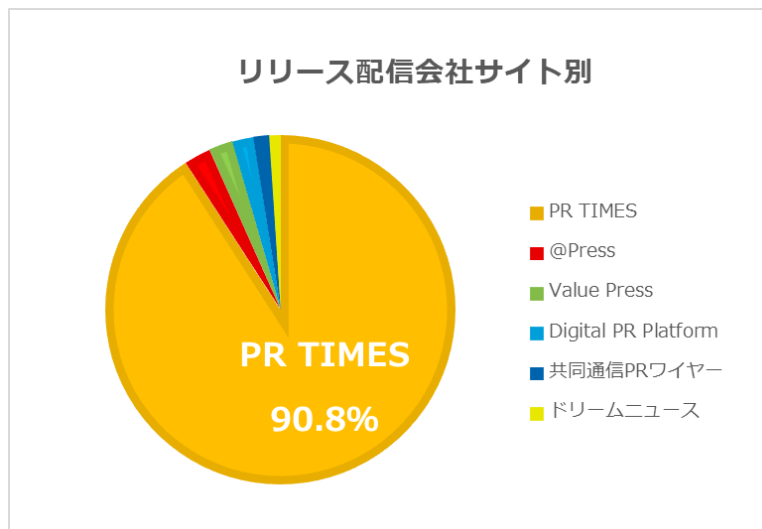
運営会社別でも、リリース配信会社の「PRTIMES」、リリースそのままを掲載する『JPubb』『マチパブ』を運営する「レッドクルーズ」、同じくリリース掲載の『マイ広報紙』を運営する「オープン・コーポレイツ・ジャパン」を除くと、既存メディアの運営するサイトが上位を占めている。



#### <リリース配信サービス>

1,556 件中 26%にあたる 406 件が国内大手プレスリリース配信サービス 6 サイト（『PR TIMES』、『@Press』、『Value Press』、『Digital PR Platform』、『共同通信 PR ワイヤー』、『ドリームニュース』）のサイトでのリリースそのままの掲載だった。

掲載数が最も多かったのは、『PR TIMES』で、リリース記事 406 件中 369 件（90.8%）が掲載された。リリースの内容は、イベントやセミナーの開催、フェムテックやフェムケア、コスメ等の商品、宿泊施設やレストラン等の国際女性デーに関する企画といった商品の告知が大部分を占めたが、ジェンダー平等や女性活躍推進に対する自社の取り組みについての発信も目立った。



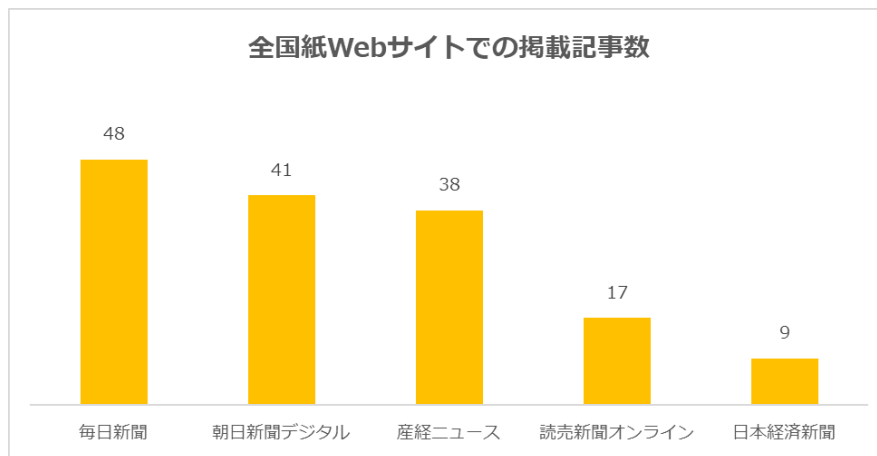
また、リリースの配信日は国際女性デー当日の3月8日が99件で最多となり、次点が3月1日の45件であった。

掲載日別記事数

サイト名	1月計	2月計	3月1日	3月2日	3月3日	3月4日	3月5日	3月6日	3月7日	3月8日	3月計
PR TIMES	17	142	39	1	1	19	13	22	25	90	210
@Press		3	1		1	1				4	7
Value Press	2	1	2			2		1		1	6
Digital PR Platform		2	2					1	1	2	6
共同通信PRワイヤー		2	1				1			2	4
ドリームニュース	2	1					1				1
総計	21	151	45	1	2	22	15	24	26	99	234

### <新聞社サイト>

全国紙のWebサイト中では、『毎日新聞』が最大の掲載数となった。紙面同様「変わろう、変えよう」のタイトルで国際女性デーに関連した連載を展開。期間中48件の記事が掲載された。『朝日新聞デジタル』41件、『産経ニュース』38件、『読売オンライン』17件、『日本経済新聞』9件となった。



地方紙サイトでは186件の掲載があり、「地域からジェンダー平等研究会」の「都道府県版ジェンダー・ギャップ指数」の調査結果についての掲載が多数見られたほか、各社で特集を展開した。特に『東京新聞』（32件）、『沖縄タイムス』（25件）での掲載が目立ち、『沖縄タイムス』では前述のジェンダー・ギャップ指数に関する記事のほか、県内の女性を取り巻く問題について国際女性デー当日を中心に連日報じている。

地方紙サイト掲載数

順位	サイト名	記事数	順位	サイト名	記事数
1	東京新聞	32	21	静岡新聞SBS	2
2	沖縄タイムス	25	22	岐阜新聞	2
3	中日新聞	17	23	日本海新聞	2
4	秋田魁新報	12	24	室蘭民報	2
5	南日本新聞	9	25	山陰中央新報	2
6	信濃毎日新聞	9	26	AGARA紀伊民報	2
7	中国新聞	8	27	神戸新聞	2
8	下野新聞SOON	7	28	岩手日報	1
9	ファンファン福岡	6	29	北海道新聞	1
10	上毛新聞	6	30	埼玉新聞	1
11	琉球新報	5	31	茨城新聞	1
12	西スポWEB OTTO!	3	32	京都新聞	1
13	神奈川新聞	3	33	Web東奥	1
14	高知新聞	3	34	宮崎日日新聞	1
15	よろず〜ニュース	3	35	アシタノ	1
16	新潟日報	3	36	福島民友	1
17	長崎新聞	2	37	熊本日新聞	1
18	西日本新聞	2	38	週刊大阪日日新聞	1
19	福島民報	2	39	愛媛新聞	1
20	山陽新聞	2	40	奈良新聞	1

<出版社サイト>

雑誌でも掲載のあった『bis』や『25ans』、『エル・オンライン』では、Web サイトでも特集が生まれ、国内外のジェンダーに関するトピックスや著名人によるインタビュー等が掲載された。雑誌誌面と連動した記事のほか、Web サイト独自の記事も掲載された。

<まとめ>

新聞、出版、TV といった、既存メディアが運営するサイトでの掲載が5割近くを占めた。プレスリリース配信会社サイトの掲載が26.6%、リリースそのままを掲載するサイトでの掲載が7.7%となった。国際女性デーのような社会課題に対して、企画、取材、インタビューなどの記事を複数掲載するのは、既存メディアが中心といえそうだ。

記事の配信日、リリースの配信日ともに3月8日当日に集中していた。



## ■国際女性デーとは

20世紀初めの労働運動や、女性参政権を求める運動が起源とされる。国連が1975年の「国際婦人年」に国際女性の日を策定する取り組みを始め、1977年に国連の日として国連総会で決議された。各地でデモや集会が開かれ、近年は企業や自治体などによるイベントも行われる。黄色いミモザの花がシンボル。女性の地位向上、権利獲得の取り組みを称えるとともに、未だ権利獲得の途上にある女性たちとの連帯を示し、世界平和を希求する。日本では1923年3月8日に東京・神田の青年会館で初の国際女性デーの集会「国際婦人デー講演会」が開かれ、1947年には戦後初の集会が皇居前広場でおこなわれた。

### <参考文献>

「国際女性デーは大河のように（増補版）」伊藤セツ著 御茶の水書房 2019年3月8日発行

「女性の権利と参政権」ケイ・バーナム著、相馬奈於訳 文研出版 2023年11月発行

「世界の女性問題」井上輝子監修 関橋眞理著 汐文社 2014年2月発行

## ■株式会社内外切抜通信社について

1939年創業のクリッピング、報道分析専門会社。約7,000媒体を調査員が目視により調査し、分析をおこなっています。新聞・雑誌、WEBはもちろん、TV、ラジオ、X（旧Twitter）、Instagramなど、様々なメディアに対応可能です。

### 【会社概要】

会社名：株式会社内外切抜通信社（ナイガイキリヌキツウシンシャ）

所在地：東京都新宿区大久保3-14-4 毎日新聞社早稲田別館2F

設立：1968年（創業1939年）

代表取締役：近藤義昭

事業内容：新聞・雑誌・WEB・TVクリッピング・モニター調査、メディア露出の効果測定、分析業務

URL：<https://www.naigaipc.co.jp/>

### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社内外切抜通信社

クロスメディア戦略部 河原有希子

TEL：03-3208-5134 Mail：kawahara@naigaipc.co.jp