

「奨学ナプキン」1年間の集大成となる最終アンケートを実施 9割以上が「奨学ナプキン[®]」によって生活の変化を実感 支援の輪をさらに広げるため、2023年度奨学生の募集を決定！

「生理痛を理由に学校を休めるようになってほしい」など、学生の“生理休暇”取得に対するホンネも明らかに

「エリエール」ブランドの生理用品「エリス」を展開する大王製紙株式会社（本社：東京都千代田区）は、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うプロジェクト「meet my elis」を2022年4月7日（木）に始動しました。プロジェクトの一環として、小学生から大学生まで、生理用品の入手に困っている2,000名の学生を対象に、生理用ナプキンを1年間無償でプレゼントする「奨学ナプキン」を実施。2023年3月現在、20の企業・団体に賛同表明をいただいています。

今回は、1年を通じて行ってきた「奨学ナプキン」の効果や生理に関する課題を明らかにし、今後、より適切なサポートを行うことを目的に、「奨学ナプキン」や生理に関する最終アンケート調査を実施しました。調査では、1年間の奨学生期間を経て、9割以上が生活の変化を感じたと回答。「集中力」や「睡眠」など、学生生活の質の向上に寄与しているという前向きな声が多く挙げられました。一方、「生理痛を理由に学校を休めるようになってほしい」など、学生の“生理休暇”取得について社会に変化を求める奨学生のホンネも明らかになりました。

「エリス」は、本プロジェクトから得られた声をもとに、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うきっかけ作りをさらに進めていくため、2023年4月11日（火）から2023年度の奨学生を募集します。



■「奨学ナプキン」最終アンケート調査

奨学生に選ばれた学生を対象に、1年間実施してきた「奨学ナプキン」プロジェクトや生理に関するアンケートを実施。小学生から大学生まで計1,076名の方に回答いただきました。

<調査結果トピックス>

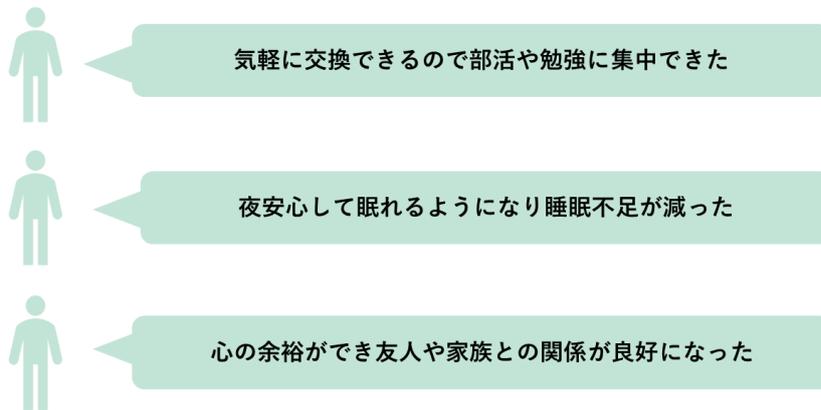
- ① **1年間の奨学生期間を経て、9割以上が「生活の変化を実感した」と回答！**
「集中力」や「睡眠」など、学生生活の質の向上にも寄与していることが明らかに
- ② **奨学生の2人に1人が生理に関する社会の理解に「変化を感じる」と回答**
「奨学ナプキンをきっかけに友人と生理について話せるようになった」など前向きな声が多数
- ③ **生理について今後の社会に変化を求める声が顕在化**
「生理痛を理由に学校を休めるようになってほしい」など、学生の“生理休暇”取得についてのホンネも明らかに

① 1年間の奨学生期間を経て、9割以上が「生活の変化を実感した」と回答！

「集中力」や「睡眠」など、学生生活の質の向上にも寄与していることが明らかに

1年間の奨学生期間を終え、ナプキンを受け取った奨学生に生理期間中の生活の変化の有無について改めて尋ねたところ、全体の約9割以上が「生活に変化があった」と回答しました。具体的な変化を尋ねたところ、「気軽に交換できるので部活や勉強に集中できた」「夜安心して眠れるようになり睡眠不足が減った」など前向きな声が多く見られ、「奨学ナプキン」を通して学生生活の質の向上にも前向きな変化が見られたことが分かりました。

Q. 奨学生としてナプキンを受け取るようになって、
生活の変化を具体的に教えてください。

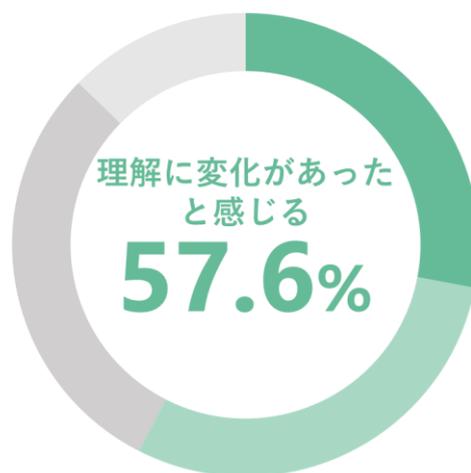


② 奨学生の2人に1人が生理に関する社会の理解に「変化を感じる」と回答

「奨学ナプキンをきっかけに友人と生理について話せるようになった」など前向きな声が多数

「奨学ナプキン」プロジェクト期間の1年間を経て、生理に関する社会の理解について変化の有無を尋ねたところ、全体の28.0%が「変化があったと感じる」、29.6%が「やや変化があったと感じる」と回答。奨学生の2人に1人が、生理に関する社会の理解に変化を実感していることが分かりました。その理由として、「口コミサイトで自分と同じような悩みを持つ人がいることを知った」「SNSで生理に関する投稿を見かけることが増えた」などの意見が挙げられ、インターネットを通して生理に関する発話が以前よりも増えたことを実感している人が多いことが明らかになりました。

Q. 奨学ナプキンプロジェクト期間の1年間を経て、
生理に関する社会の理解に変化があったと感じるか



- 変化があった
- やや変化があった
- どちらともいえない
- あまり変化があったと感じなかった・変化がなかった

N=1,076

③生理について今後の社会に“変化”を求める声が顕在化

「生理痛を理由に学校を休めるようになってほしい」など、学生の“生理休暇”取得についてのホンネも明らかに

最後に、「生理について今後社会に変わってほしいこと」について尋ねたところ、「“月経は甘え”のような風潮はなくなってほしい」「人により違う痛みなどの感覚、苦痛を理解してもらえる世の中になってほしい」などの生理に関する理解の必要性を求める声や、「生理痛を理由に学校を休めるようになってほしい」といった学生も生理休暇を取得できる環境づくりを求める声も聞かれました。また、「生理は毎月あるため、補助金制度を手厚くしてほしい」「無償で学校のトイレにナプキンを常備してほしい」などの金銭面やナプキン提供によるサポート強化を求める声も見られました。

Q. 生理について、今後社会に変わってほしいことがあれば教えてください。



これらの調査結果を踏まえ、1年間の「奨学ナプキン」プロジェクトを通して奨学生の生活に前向きな変化を与えていることが明らかになった一方、生理の有無を問わず社会が生理について理解し、オープンに話し合える環境を実現するには、今後とも継続的にアクションを起こし続ける必要があります。

そこで「elis」は、多くの前向きな意見をいただいた「奨学ナプキン」を通してより多くの方を支援すべく、2023年4月11日（火）から2023年度の奨学生を募集することを決定しました。今回のプロジェクトで明らかになった課題と向き合い、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うきっかけ作りをさらに進めてまいります。

<調査概要>

【対象者】 下記「奨学ナプキン」に当選した奨学生

<https://www.elleair.jp/elis/meetmyelis-shogaku/>

【調査期間】 2022年12月1日（木）～12月14日（水）

【調査手法】 アンケート調査

【サンプル数】 1,076名

2023年度「奨学ナプキン」概要

昨今、経済面や環境面などさまざまな理由で生理用品を手にするのが難しい「生理の貧困」が注目されています。そこで、ひとりひとりに寄り添うブランドに刷新した「elis」は、生理用品の入手にお困りの学生を対象に、1年分の生理用ナプキンを3回に分けて無償提供する「奨学ナプキン」の取り組みを2022年4月から実施しました。

多くの方からのご要望を受け、2023年4月11日（火）から特設サイトにて2023年度の奨学生を募集します。

【特設サイト】<https://www.elleair.jp/elis/meetmyelis-shogaku/>

※募集要項などの詳細は、2023年4月11日（火）に特設サイトで発表予定です。

■スケジュール ※以下は予定であり、変更になる場合があります。

– 2023 年 –

4 月 11 日（火）～5 月 19 日（金）：奨学生募集

6 月下旬頃：奨学生決定 2,000 名様へ生理用ナプキンをお届け（1 回目）

8 月頃：中間アンケート実施

10 月頃：奨学生 2,000 名様へ生理用ナプキンをお届け（2 回目）

12 月頃：最終アンケート実施予定

– 2024 年 –

2 月頃：奨学生 2,000 名様へ生理用ナプキンをお届け（3 回目）

■賛同企業・団体

「奨学ナプキン」は、2022 年 4 月のプロジェクト開始から 20 の企業・団体さまに賛同表明をいただいております。今後も多くの企業・団体さまからのご理解と共感をいただけるよう、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うきっかけ作りを続けてまいります。

【賛同企業・団体一覧】 ※以下は一例 ※順不同

ツルハドラッグ／くすりの福太郎／杏林堂薬局／アルカドラッグストア／ドラッグストア mac／

大賀薬局／有限会社ひまわり／NPO 法人 Mama's Café／特定非営利活動法人ぎふ多胎ネット／

.Style（ドットスタイル）／学校法人駒澤大学／4MOON／結企画工房株式会社／株式会社ポーラ化粧品／

スギ薬局／株式会社スギヤマ薬品／LOHACO（ロハコ）（運営：アスクル株式会社）／

(株)マツキヨココカラ&カンパニー／(株)マツモトキヨシグループ／(株)ココカラファイングループ

【参考】

「meet my elis」プロジェクトとは

「meet my elis」とは、2022 年 4 月にブランドメッセージを「だれかではなく、あなたのそばに。」に刷新したエリスが、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うために発足したプロジェクトです。

#meetmyelis

「個人を大切にするブランドの志を知ってもらい、自分に合う生理用品を見つけてもらう」ことを女性たちに理解・実感してもらいたいという想いから、「meet my elis」と名付けました。「meet」にはエリスの志/自分に合う商品との「出会い」、 「my」には女性向けではなく「わたし向け」の意味を込めています。ブランドまたは商品との「新鮮な出会い」を生み出すことを大切に、「奨学ナプキン」を始めさまざまな活動を行っていきます。

エリスについて

■だれかではなく、あなたのそばに。

エリスは、2022 年 4 月にブランドメッセージを「だれかではなく、あなたのそばに。」とし、ひとりひとりに寄り添うブランドに刷新しました。多くの女性により自分らしい毎日を過ごしていただきたいという願いのもと、エリスは常識にとらわれず、ひとりひとりの価値観やライフスタイルに寄り添っていきます。

素材ダウンロード URL（共通 PASS : meetmyelis）

画像素材：<https://bit.ly/3X0jJAV>

大王グループは、経営理念である『世界中の人々へ やさしい未来をつむぐ』を実現するため、「衛生、人生、再生」という「3 つの生きる」をビジョンに掲げて事業活動を通じた社会課題解決に取り組んでいます。「奨学ナプキン」の実施により、SDGs の目標「**5.ジェンダー平等を実現しよう**」「**17.パートナーシップで目標を達成しよう**」の達成に貢献することをめざします。今後も、商品やサービスを通じて、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めてまいります。
