

# 2021年度「#月経を語ろう」プロジェクト報告書

～「東海キャンパスにおける試験的な生理ナプキン設置」結果より～



2021年12月

日 本 福 祉 大 学

国 際 福 祉 開 発 学 部

小國和子ゼミナール（専門演習）

学生氏名：

石橋真奈美 伊藤悠真 江本幸佳 光部大智

小林美月 佐藤太信 正代樹 陳雯 鶴田翔太郎

寺本愛菜 HANS NICO PRAWIRO 安井伊吹 湯ノ口翔太

## はじめに

この報告書は、日本福祉大学国際福祉開発学部3年生専門演習のゼミ活動の一環で行ってきた「#月経を語ろう」プロジェクトの2021年度のまとめとして作成されました。

持続可能な開発目標（SDGs）推進のもとで、月経衛生対処(Menstrual Hygiene Management: MHM)の必要性が語られるようになり、日本国内でも「生理の貧困」への注目が集まり、公共施設や教育機関における生理ナプキン設置の試みも広がってきています。

このような中、2021年度小國ゼミでは、男子学生8名を含む13名のメンバーが、自分達自身の経験も含めて、月経をめぐるさまざまな課題を身近なものとして捉えるための調べ学習や生理用品に関するフィールドワーク等を行ってきました。前期の取り組みの結果として、後期には、自分たちが通うキャンパスで生理ナプキン設置を試験的に行い、需要や課題を明らかにしたいという計画が学生から出されました。作成された計画書をもとに学部及びキャンパス運営会議上でもお認め頂き、2021年9月22日から約2か月間、問題の実態把握と課題解決の両方を目的とするアクションリサーチとしての生理ナプキン設置の取り組みが行われました。

総予算はゼミ活動援助金上限1万円という制約の下で、学生達は工夫して実験的な視点を養い、毎週のナプキン補充作業はもちろんの事、その都度の状況についての観察と、使用者を主な対象とするアンケートを通じた情報収集を地道に続けてきました。

2021年度後期前半は、オンライン授業が比較的多く、対面授業の為にキャンパスを利用する学生の人数が結果として限られていましたが、それでも期間中に400個以上の生理ナプキンが使用されました。また使用者を中心とするアンケートでは51名からの回答があり、その殆ど全員が、「自由記述欄」に、継続的な設置への率直な要望や学部の特色を背景とする意見を寄せてくれました。

本プロジェクトは次年度も後輩に引き継がれる予定であり、本報告書も中間報告的な位置づけのものとなりますが、今回把握された東海キャンパスにおけるニーズに関する実態の一端が、多少なりとも今後の月経衛生対処(MHM)に関する各キャンパスの取り組み促進の一助となれば幸いです。

2021年12月 小國 和子

# 目 次

はじめに 小國和子

## 1. 生理ナプキン設置活動の背景と概要

(執筆担当：小林美月、佐藤太信、鶴田翔太郎、湯ノ口翔太)

## 2. 生理ナプキン使用量の結果

(執筆担当：執筆担当：江本幸佳、陳雯、HANS NICO PRAWIRO、安井伊吹)

## 3. 利用者アンケートの結果

(執筆担当：正代樹 石橋真奈美 寺本愛菜 光部太智 伊藤悠真)

## 4. まとめ～わかったこと・伝えたいこと～

おわりに 小林美月・安井伊吹

付録：インスタグラムでの投稿と反応、会計報告書、アンケート項目、使用量記録表など

# 1. 生理ナプキン設置活動の背景と概要

(執筆担当：小林美月、佐藤太信、鶴田翔太郎、湯ノ口翔太)

## 1-1. 活動の背景

わたしたちは、SDGsの一環で注目されている月経衛生対処や生理の貧困、ジェンダー課題の解決に向けてゼミで活動を行なっている。これまでのゼミ活動では、新聞社説をもとに「学校に生理用使い捨てナプキンを置くべきかどうか」について議論を行ったり、実際に生理用品がどのように、またどのくらいの価格帯で売られているのかを知るために、大学付近のお店と大学生協へ行き調査を行ったりしてきた。生理用品販売店でのフィールドワークの際には男子学生がレジに並び購入するなど、「生理の貧困」を女性だけの問題として捉えず、共に理解を深め、語りやすくしていくことを目指して活動してきた。

これらの活動を通して、東海キャンパスにおいてももし「生理の貧困」課題があるのであれば、生理用品を置くことでより快適な学生生活を送ることができる学生が増えるのではないかと考えるようになった。経済的に余裕がない学生以外にも、突然生理がきてしまい生理用品を持っていない学生にも需要があるだろうと考えられた。このため、まずは実験的に一定期間、ナプキンを設置し、アンケートを実施して東海キャンパスに通う女子学生の実態の一端を掴もうと、この活動企画に至った。

## 1-2. 目的

学内（東海キャンパス）における「生理の貧困」の実態の一端を把握し、キャンパスにおける生理用ナプキン支援の必要性などを今後検討していく上で参考になる情報を収集する。

またその過程において、現在の「生理の貧困」対策がどのような方法で実施されているのかを調べ、理解を深める。

## 1-3. 方法

まずは事前調査として以下のような情報収集を行った。

### ・ 事前調査

- ①東海キャンパスに通う女子学生の学年別の人数と、曜日ごとの通学学生数情報を東海キャンパスの事務室職員に聞いておく。
- ②愛知県の公立中学校などで設置されたナプキンは、各トイレに何個くらいであるかなど、「置き方」の例を調べて参考にする。
- ③学内で緊急で必要になったときに、生協で買っているのではないか、という仮説に基づき、

生協職員さんに、一か月でいくつくらい売れているかを聞いてくる。また同様に、保健室に生理用ナプキンが置いてあるのではないかと考え、もらいに来る学生の有無などについて保健室でもお話を伺った。

④置く商品の条件を決めて、幾つかの種類を置く（羽ありと羽なし、多い日用、昼用等）

上記の事前調査を踏まえて、設置は次の通りとした。

- ・ 設置場所：3 階の女子トイレ



図 1-1 北側に設置したレターボックス  
2021-09-22 撮影者：小林



図 1-2 南側に設置した個室用箱  
2021-9-22 作成者：江本

- ・ 設置方法の理由：個室か化粧台のどちらに設置した方が使いやすいのかを検証するために異なる設置方法を採用。
  - ・ 設置期間：9月22日から11月23日<sup>1</sup>まで
- この期間中、毎週、ゼミ日に状況をチェックし、予算の範囲内で補充を行うとともに、置き場所や置き方によってどのような問題が生じるかを観察する。
- ・ 使用者の声を収集する方法：Google form でアンケートを作成し、QR コードを読み取って携帯で回答を求める。

<sup>1</sup> 当初は10月末までの1か月間を想定していたが、後期前半は特にオンライン科目が多く来校者が少なかったが後半に入って学生数が増え始めたこと、使用についても最初の1週目より2週目以降の方が安定的に需要があったことなどから、徐々に周知されてきていると判断し、2か月間に延長した。

## 1-4. アンケートの手順

生理用品を設置した付近にポスターを貼り、Google form を読むための QR コードとリンクを掲示して回答を集める。質問項目としては、所属学部、学年、設置場所、種類、感想や意見、メッセージ等である(詳細は本報告書「3. アンケート結果」を参照のこと)。

広報ポスターは、生理ナプキンを設置した 3 階のみならず、学生が授業および食事などで利用する 1 階～から 4 階までの南北女子トイレ内の洗面所スペースに貼付した。

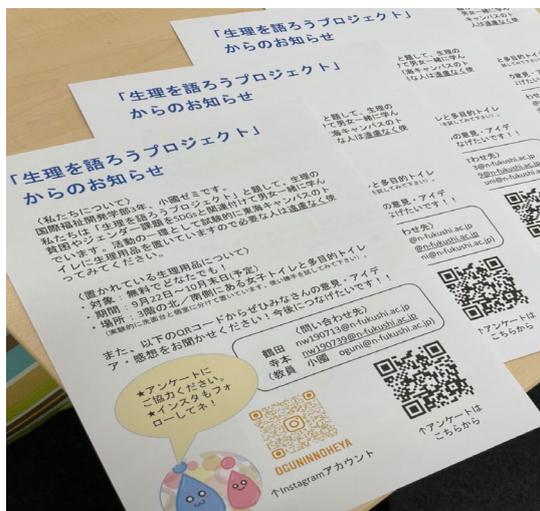


図 1-3 実際に設置したポスター  
2021-9-16 撮影者：小國



図 1-4 実際に使用したアンケート  
2021-9-22 作成者：寺本

## 1-5. 分析とフィードバック

やりっぱなしとにならないよう、使用量およびアンケート結果の両方について、期間中の結果をグラフ等にまとめ、報告することとする。以下は、計画時点で考えていた、分析とフィードバック内容である。

- ・結果から、どのような実態や問題がわかったかを考察する。
- ・結果を踏まえ、どのような対応や支援が東海キャンパスで今後あることが望ましいかをゼミで話し合い、意見をまとめる。
- ・まとめた報告についても、QR コードで読めるようにデータ化し、トイレに貼ってフィードバックするとともに、ご協力いただいた学部事務にも報告書として提出する。

以上が今回の活動概要である。次章からは、実際に設置してみた結果と、アンケート回答についてまとめる。



(設置するナプキンの個包装を準備している様子)

2021-09-22 撮影者:江本

## 2. 生理ナプキン使用量の結果と考察

(執筆担当：江本幸佳、陳雯、HANS NICO PRAWIRO、安井伊吹)

### 2-1. 結果の概要

私たちは3階の多目的トイレ、北側トイレ、南側トイレの生理ナプキンの使用状況についてグラフで表した。

表 2-1：設置場所ごとの使用数の推移と総計

	多目的トイレ	北側トイレ洗面所	南側トイレ個室	合計
9月29日	0	15	9	24
10月6日	0	37	20	57
10月13日	0	25	16	41
10月20日	0	46	16	62
10月27日	0	39	9	48
11月10日	0	48	27	75
11月17日	1	27	27	55
11月24日	2	30	30	62
合計	3	267	154	424

北側のトイレでは洗面所の共用スペースに、南側のトイレでは6つの個室にそれぞれ設置した。毎週水曜日のゼミ日に、各箇所の在庫をチェックし、補充を行った。

結果として、9週間の間に使用されたナプキンの数の総計はすべての種類と場所をあわせて424個であり、うち、北側の洗面所で267個、南側トイレの6つの個室の合計が154個、多目的トイレが3個であった。

合計から見ると、北側トイレの方が、使っている人が多い。南側は6つの個室トイレ内に21cmの羽あり、羽なしの2種類を置き、北側は個室に置くのではなく、共用洗面スペースにレターボックスを置き、複数のサイズのナプキンを設置した。北側で使用者が多い理由のひとつは、設置した数の違いを反映していると考えられるが、加えて、設置状況が認知されてからは、ナプキンの種類が北側の方が多い（次に示す通り、最も人気のあった「多い日用36センチ羽なし」が北側のみの設置）ため使用量が増えたのではないかと考える。また、女子学生の多い看護学部棟が北側にあることも関係しているかもしれない。

ナプキンを置き、使用状況を調べたことにより、ほかにも様々なことに気づくことが出来た。ここでは多目的トイレの使用状況について説明する。多目的トイレに9週間設置した結果、11月17日までの週に羽なしが1個、11月24日までの週に羽ありが2個使用されただけだった。多目的トイレは使用が少なく、9週間の間に3個しか使用されていなかった。こ

これは、そもそも多目的トイレの利用頻度の低さからくると考えられた。

最も使用量の多かった北側トイレについては次にまとめて見てみる。

## 2-2. 北側トイレでのナプキン使用状況

次に、洗面所の共用スペースに複数種類を多く設置した北側トイレにおけるナプキンの使用状況の詳細について、グラフから読み取る。

北側トイレでは、21cm（羽なし、羽あり）、24.5cm（羽あり）、36cm（羽あり）の4種類をレターボックスの引き出しに入れて、サイズがわかるようにマスキングテープで色分けして洗面所に設置した（時節柄、感染対策の一環で、ナプキンは、手洗いをした上で透明な袋で個包装した）。その結果、図2-1のとおり、設置していた9週間のすべての週で使用者がいたことが分かる。

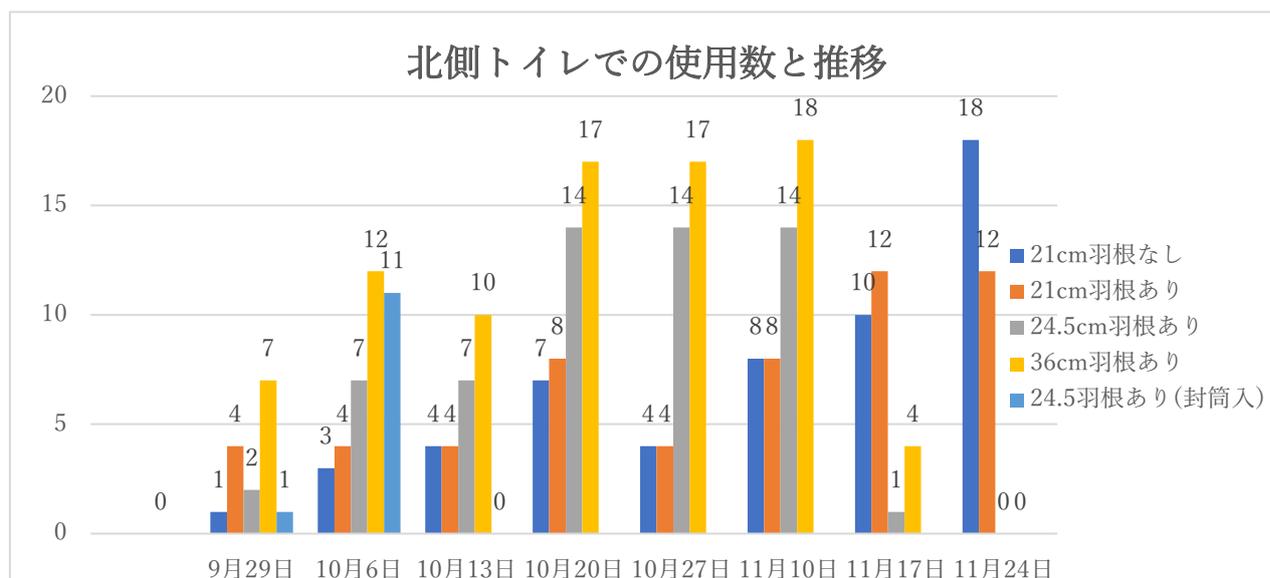


図2-1：北側トイレ 週ごとの種類別使用数の推移

注意：最後2週は、新規購入せず在庫のみで対応(36cm羽根ありは11月17日時点で在庫4、最終週在庫なし)。

また、チラシやSNS配信そして使用者による口コミのおかげからか、設置した初日から最後の日まで、使用状況が増えていったことが今回グラフから読み取れる（最終2週は在庫のみのため同列に扱えない）。9月29日からの前半の期間には、学部によってはオンライン授業が多く、来ていた学生数自体がコロナの影響により減っていたため、使用量が少なかったことが考えられるが、登校する学生が増えるにつれて、使用する学生も増えたのであろうことが分かった。

そして、9月29日から11月24日までの種類別使用量の推移を示した図2-1を見ると、

特に、36cm(羽あり)の使用状況が多いことがグラフから読み取ることが出来た。この関心にに基づき、全期間中の北側トイレでの使用数を、種類別の円グラフにまとめたものが図2-2である。もともと36cmは多い日の夜用で、メインの設置としては想定していなかったが、実際には最も補充が求められた。

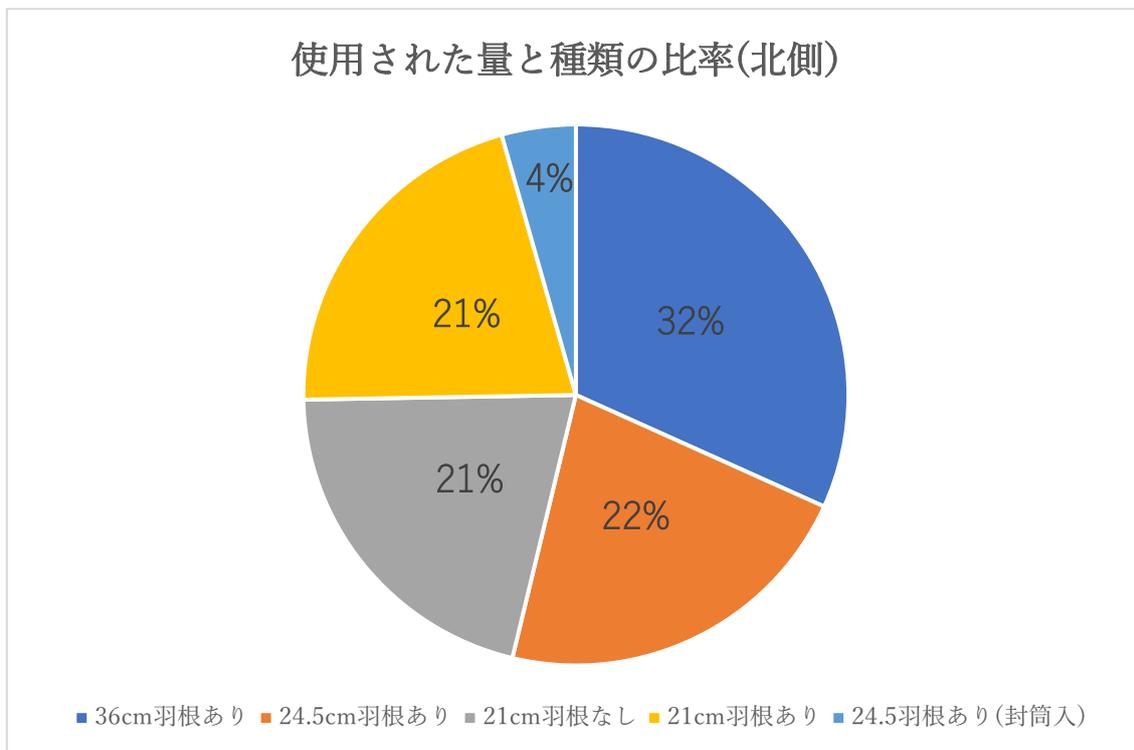


図2-2：使用されたナプキンの種類別比率

### 2-3. 羽あり／羽なしの違いと使用量

次に図2-3は、多目的トイレを含む、南北の全ての設置場所で使用された複数サイズの全てのナプキンを、「羽あり」「羽なし」の二種類に分けて整理しなおしたグラフである。このグラフから、圧倒的に羽ありが人気だということが分かった。9週間を通して使用された、各種羽ありナプキンの合計は307個、羽なしの合計は110個だった。私たちのゼミでは最初に話し合いの中で、羽ありの方が人気あるのでは？と話していたのだが、これほど顕著な違いがでるとは想定していなかったのが驚いた。

この違いは、毎週、巡回してナプキンを補充している時から感じられた。南側のトイレ個室では21cm同一サイズのみにして羽あり、羽なしの二種類のナプキンを設置したが、6か所あるすべての個室において、羽ありの使用量のほうが多かった。以上より、羽ありのほうがみんな安心だからか、羽ありのほうが人気だという事を知ることが出来た。

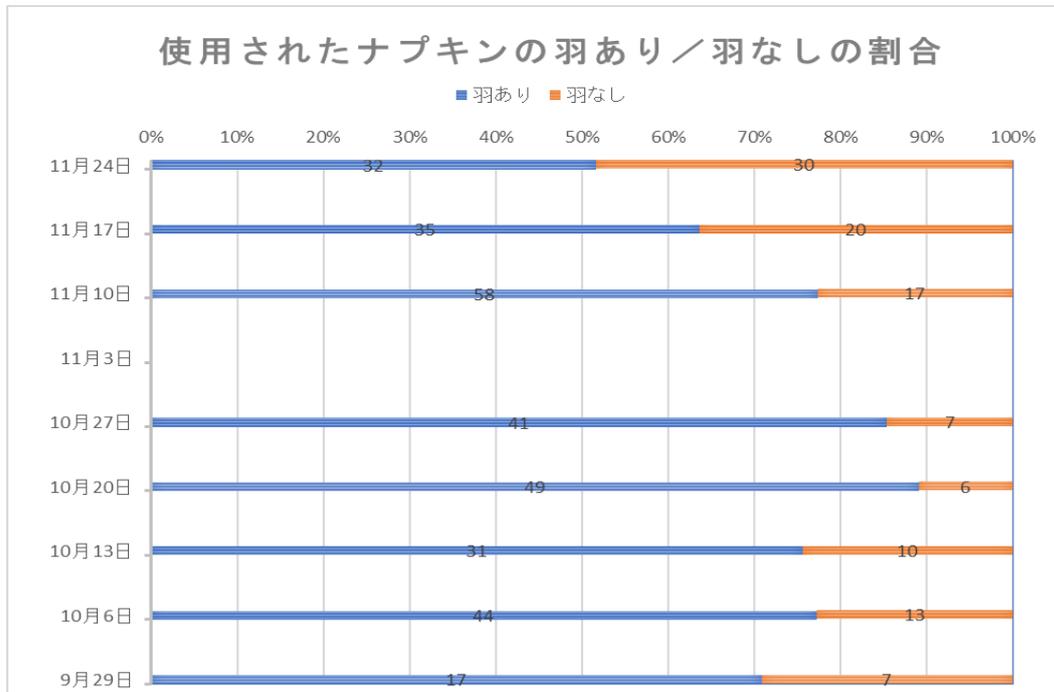


図 2-3: 使用されたナプキンの羽あり/羽なしの割合

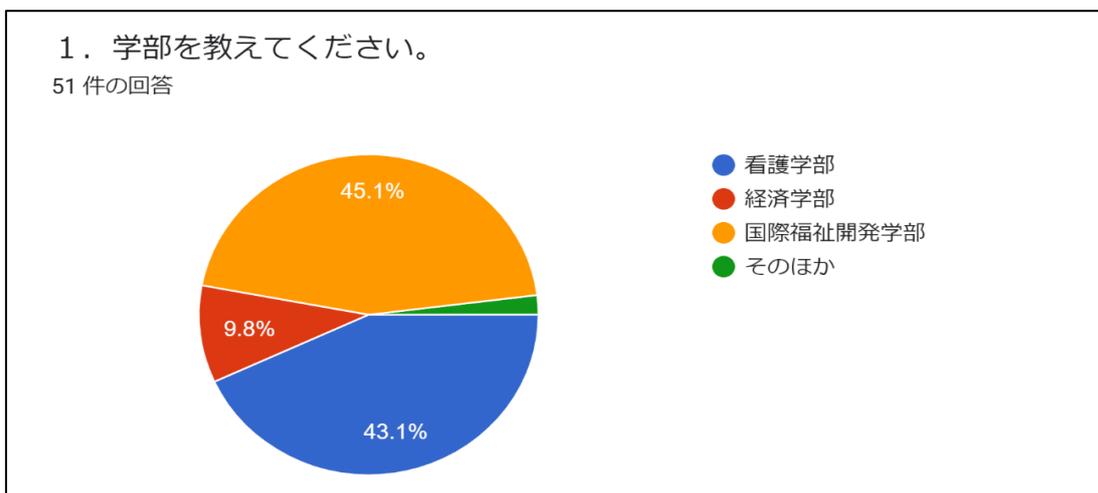
### 3. 使用者アンケートの結果と考察

(執筆担当：正代樹 石橋真奈美 寺本愛菜 光部太智 伊藤悠真)

#### 3-1. アンケート回答

私たちは、東海キャンパス棟の中でも学生が日ごろ利用する教室のある2～4階の真ん中に位置する3階の南北トイレにおいて、生理用ナプキンを設置した。

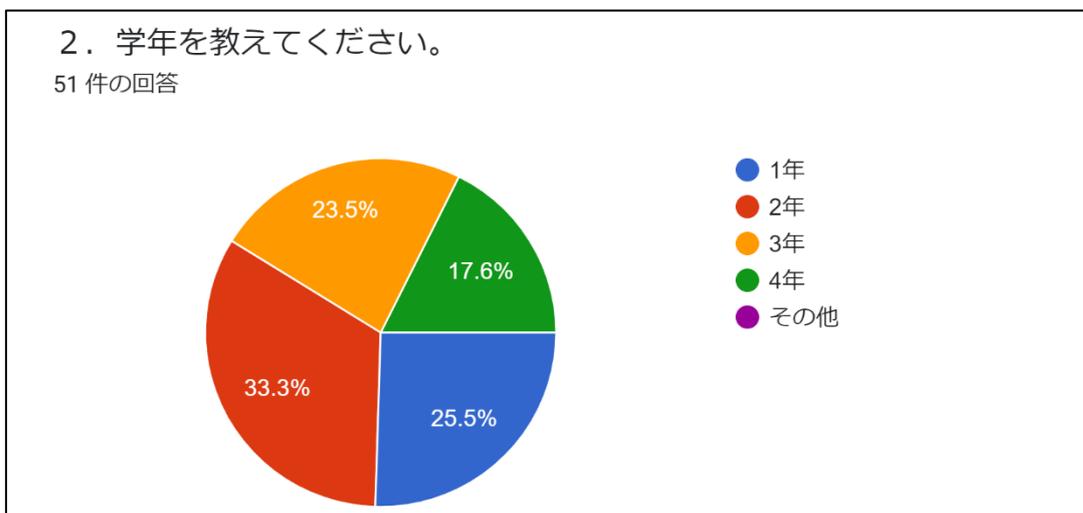
1の概要での説明の通り、東海キャンパスに生理ナプキンを置いている間、同時にQRコードでアンケートに答えてもらった。結果として、全期間9週間の間に51名の方が回答してくれた。比較的全期間にわたって対面授業が多くあった国際福祉開発学部の学生からの回答が一番多く(23人)、その次に看護学部(22人)、経済学部(5人)、そのほか(1人)という結果である。



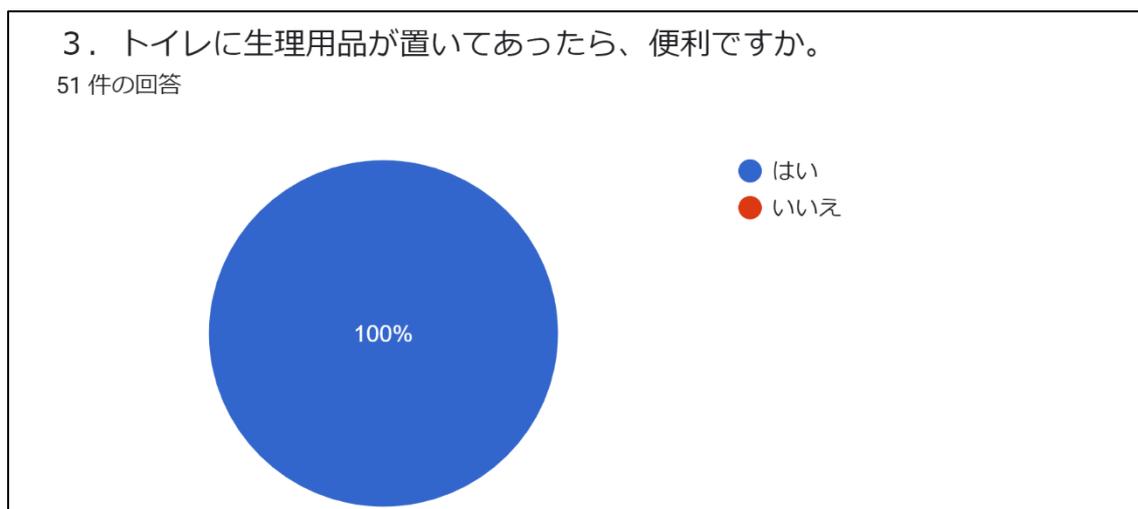
学部規模は国際福祉開発学部が最も小さいが、男女比率で見ると看護学部、国際、経済の順となり、2021年6月10日付の東海キャンパス3学部における女子学生数は、看護351名、国際164名、経済122名であり、結果としてもこの比率はおおよそ実態を反映していると思われる。

また、学部における男女比(経済学部は男子が多く、看護学部は女子が多い)に加え、設置期間の前半、経済学部はオンライン授業が多かったためにキャンパス来校数が減っていたことも影響していると考えられる。オンライン科目が多かったという点では看護学部も同様であるが、後半期間の回答者の多くが看護学部であり、後で紹介する自由記述でも見るように、看護学部学生の本課題に対する関心の高さが伺える。

次に、学年別回答を示す。以下のとおり、学年は、あまり偏ることがなく全学年にわたって回答してくれていた。

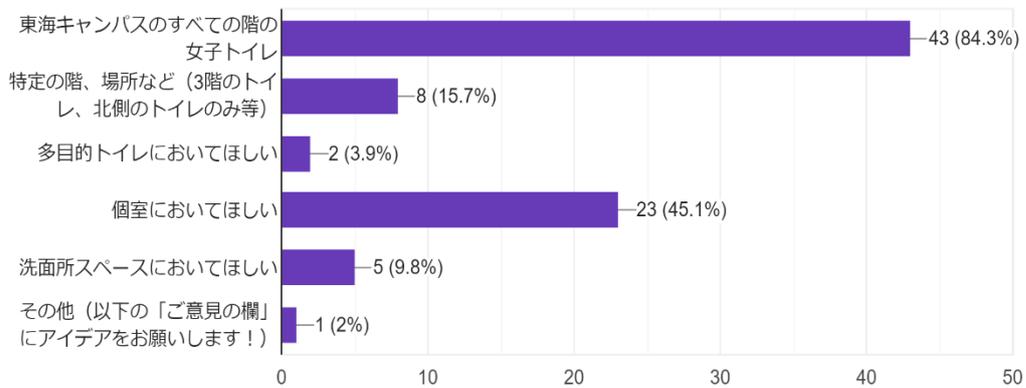


第三に、トイレに生理用品が置いてあったら便利かという質問に対して、すべての人が便利であるという回答であった。



今回の試験的設置では、東海キャンパスの3階のトイレ(南北女子トイレおよび多目的トイレ)のみに生理ナプキンを置いた。そこで、今後はどこの場所に生理ナプキンを置いてほしいかという第四の質問に対して、「東海キャンパスのすべての階の女子トイレにおいてほしい」という答えが圧倒的に多かった。続いて、個室においてほしいという意見が多かった。逆に、多目的トイレや洗面所のスペースに置くという意見は少ないという結果が出た。これは、後に出てくる自由記述の「突然生理になった時に、個室があると安心する」や「洗面所から取るのが恥ずかしいので個室においてほしい」という声とも合致する。その他の意見では、よく使う教室がある階が良いという意見も出た。

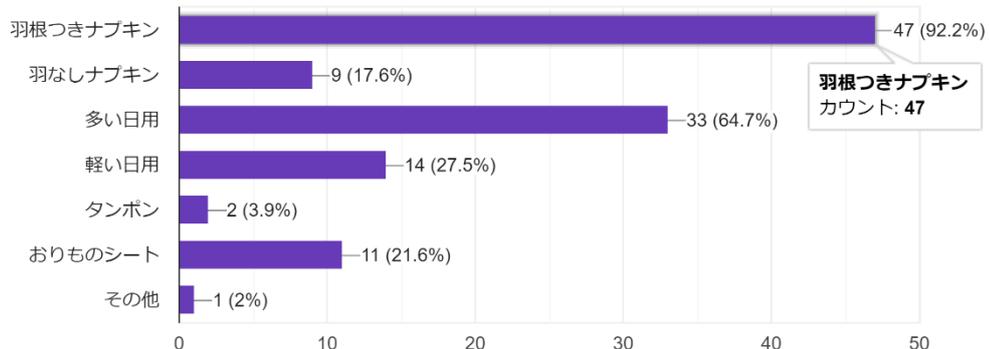
4. 今回は3階のトイレのみに置きましたが、今後設置するならどこに置いて欲しいですか。  
51件の回答（複数回答可）。



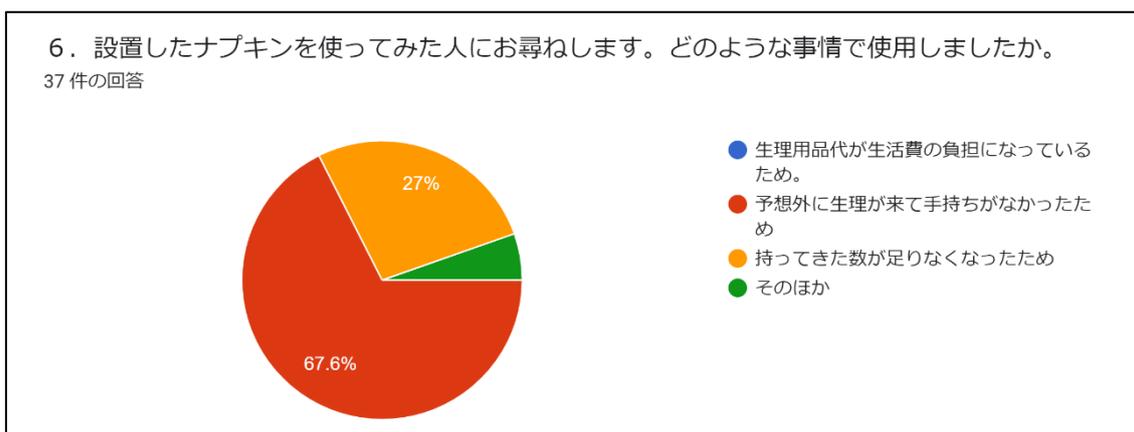
第五に、羽根つきナプキンと羽なしナプキンでは、圧倒的に羽根つきナプキンの方が人気だった。多い日用か軽い日用かについては、予想外に早く生理が来てしまった為利用するという人が多かったので、多い日用のナプキンの方が安心出来るのかもしれない。いつ来るか分からない不安からか、おりものシートも設置して欲しいという声もあったので、小さめの物も置くと良いと思った。

羽なしナプキンよりも羽根つきナプキンの方が人気だった理由について疑問に思った。今回のアンケートでは、その理由までは明らかにならなかったなので、今後の取り組みでは、なぜ羽根つきナプキンが好まれるのかも聞いてみたい。

5. キャンパスのトイレに設置するならどのような商品が望ましいですか。（複数回答可）  
51件の回答



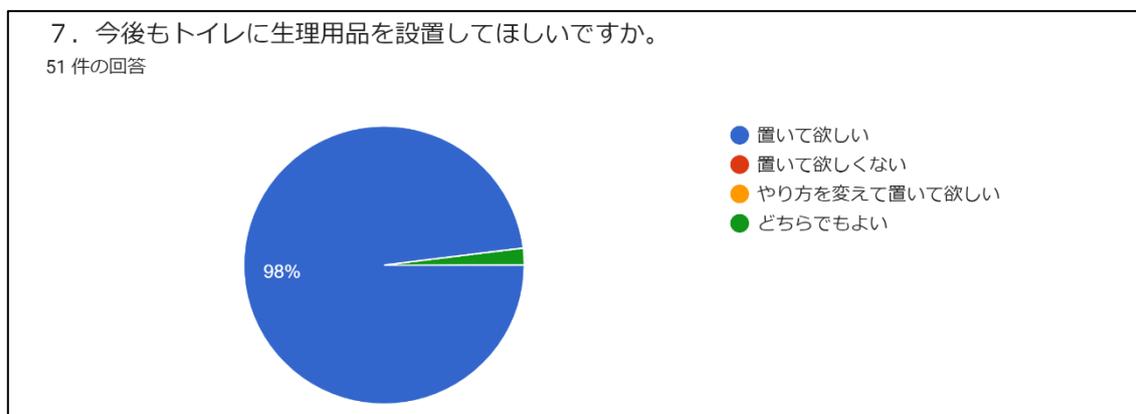
第六に、どのような事情で、使用したかというアンケートでは、予想外に生理が来て手持ちがなかった為という意見が67.6%で、持ってきた数が足りなくなった為という意見が27%、その他という意見も少数だがあった。近年では、新型コロナウイルスの影響で一人暮らししている女子大学生などが、金銭的な問題が原因で生理用品が買えずにいるというニュースを見る機会があったため、そういう理由での利用があるかもしれないと考えての試験的設置であった。しかしこのアンケートの結果を見る限りでは、「生理用品代が生活費の負担になっている為」という項目に入れている人は1人もいなかった。



「生理の貧困」の問題が結果として明示されなかったことは、良かったのかもしれないが、もしかすると、金銭面が原因で生理用品が買えない事を知られたくないから「生活費の負担になっているため」という選択肢を選びにくい人がいたという可能性もある。実際、週に1度の補充の際、北側トイレ中心に常に在庫すべて使用されて空になっていることがあった。このため、場合によっては複数個を持ち帰っているような例もあるかもしれないと考えられ、つまりそれだけ必要とする人がいるということではないかと話し合った。このことから、実態をアンケートで明らかにするためには、選択肢の表現に、一層の工夫が必要だと気付いた。

第七に、今後もトイレに生理用品を設置して欲しいかという質問に対しては、「置いて欲しい」という意見が50名(98%)で、「どちらでもいい」という意見が1名だった。

ほとんどの人が置いて欲しいという要望を持っており、ニーズは高いと考えられる。これは、この後の自由記述でも明らかである。



### 3-2. 自由記述回答より

アンケート結果の特徴の一つとして、回答者の多くが自由記述欄（回答必須ではなかった）に答えてくれていたということがある。これは、今回実際に使用した学生にとって、キャンパス内の生理用ナプキン設置へのニーズがそれだけ高かったことのあらわれのように感じられた。そして、自由記述の半数近くは、急に生理が来たときに生理ナプキンが置かれていて便利だったという声であった。逆を言えば、月経周期が安定していない人が比較的多いということかもしれない。

たとえば

「(前略) いきなり生理が来て困った経験もあるので、1日中過ごすことが多い学校での取り組みは嬉しい。」

という意見から、1日の大半を過ごす学校に置くことでどんなタイミングで生理が来ても対応できるという意義を実感した。

また、毎週、ゼミメンバーで定期的に在庫の確認と補充を行った結果、

「(前略) 常に置いてくれてあるという安心感はすごく心強いです。」

といったように利用者に安心感を与えることにつながった。

また、急に生理がきた場合以外にも、忘れたときや手持ちが無くなった時なども焦らず対応することができる。

事前にフィールドワークやインタビューで調べた通り、東海キャンパス内の生協ショップで生理用ナプキンが安価で販売されている。1階の保健室にも常備されている。また、キャンパスから徒歩3分以内に2軒のコンビニがある。しかしそれでも、回答からは、授業と授業の合間に買いに行くことは難しい、という声が寄せられた。特に遅くまで授業が詰ま

っている看護学部の学生からの声が切実であるようだ。生協の営業時間は授業時間より短いためいつでも買うことはできない。さらに、学校外にあるコンビニは距離があるため、授業と授業の10分間に買いに行くことは難しい。そのため常に学校のトイレにあると時間の心配なく使用することができ、緊急時に重宝されることが分かった。

次に多かった回答から、人目を気にせず使用したい人が多くいることを知った。今回は3階の南北トイレによって置く場所と方法(洗面所と個室)を変え、どちらの方が需要があるのかという実験も兼ねて設置した。個室に設置することで人の目を気にせず使用できる反面、置く場所が十分に確保出来ず、置ける種類と数が限られる。一方、洗面所に置くと豊富な種類と数が設置でき、必要な大きさの商品をとることができるが、取る場所を他の人に見られてしまうかもしれない。実際寄せられた意見は「急に生理が来た時に手持ちがなく、友達に借りるのも、学校に借りるのも恥ずかしくて言い出せないので、個室トイレに置いてくれてありがたかったです!」、「(前略) 個室に入ってから生理に気づくことがあるので、特に個室にナプキンがあるととても安心する。」、「外に置いてあると取るのを戸惑うから中にあるとより良いと思った」など個室に置くことを求めるものが多くあった。これらの声から、友達に聞くことや保健室に取りに行くことにも恥ずかしさを感じる場合があること、コンビニに買いに行く途中で人に見られる不安があることと、トイレ(特に個室内)に設置されていることでこれらの不安を解消できることが分かった。

他の観点として、どのような商品が好まれるかに関する声も寄せられた。今回、生理用品をより手に取りやすくするために、実際に私たちが使っている商品を選んだ。その結果、「私は敏感肌なのでいつもナプキンは「はだおもい(今回主に使用した商品名)」を使っているのですが、使っている商品が置いてあって個人的に嬉しかったです笑」という意見があり、私たちの意図が伝わったと感じた。もちろん詳細な好みは多様であるが、3-1の結果で示されたように、「羽根つき」「大き目」が安定的に「いざという時の1枚」として求められている、ということは今回の発見として言えるのではないかと考える。

その他にも「(前略) 3階のトイレだけでなく2階にも貼り紙を貼ってくださったので、生理用品が3階に置いてあることを知ることができました」という意見があった。今回の実験で学生が利用する1~4階すべてに、知ってもらえるように張り紙をしたことの効果を感じられた。加えてこのことから、例えば今後、大学として東海キャンパスのトイレに生理ナプキンを設置する際に、必ずしも全フロアでの設置が叶わなくとも、今回のように、「どこにあるのか」が周知されれば、「困ったら3階に行けば良い」と活用され、ニーズに応えられるのではないかと感じられた。

## 4. まとめ：わかったこと・伝えたいこと

1～3それぞれの内容を振り返り、改めてわかったこと、他の学生と共有したいことや大学に伝えたいことを以下の通り話し合った。

### 4-1 今回の取り組みでわかったこと

まず自由に感想を出し合ったところ、以下のような個別の意見が出された。

#### ① 実験とアンケートの結果から考えられること

- トイレでの生理ナプキン設置ニーズはあるということがわかった。
- 女子トイレにしか情報（チラシ）がないことで、今回の事で男性への理解は深まっていないのではないか。
- 男子学生で、この取り組みを知っている人はいるのか。
- 多目的トイレも設置したが、(今回は)需要がなかった（これは、使用者の中に障害当事者がいるかなど、キャンパス事情にもよると考えられるので、個別に検討が必要だと思う）。
- なぜ羽ありが人気なのか分からない。
- 予想外に夜用のナプキンが多く使用された。
- 様々なニーズにこたえるため何種類も置いたほうがいい。
- 「洗面所だと取りにくい」「コンビニに買いに行きにくい」など、女子同士でも羞恥心を持っている人がいることが分かった。
- 減り方や使われ方の速さを見て、置いてあるものに頼っている人もいるように感じた。
- どういう気持ちで使っている人が多いのか、補充しながら迷いがでてきた。本当に困っているのか、あるいは、大学にあるからといってこなくていいやという気持ちの人もいたのか、など気になった。
- でも、一気になくなったのは本当に困っている人がいるからかもしれないという意見も出た。そうともいえる。
- 授業が詰まっていてコンビニですら買う時間がない看護学生などは、アンケートにも答える余裕、時間がないかもしれない(←QRコードを持ち出せるようにするなど、アンケートに工夫が必要)。
- もっと広くニーズをしらべるために、ナプキンを置いていない期間もアンケートを実施するのはどうか。

## ② 他の学生と共有したいこと

- ナプキンが置かれたときには、本当に必要とする人に使ってほしい。
- アンケートに答えてくれた人は、自由記述にあるように、本当に困っていた人だと思う。いろいろな考えが知りたかったので、もっと多くの人にアンケートに答えてほしかった。
- 生理の貧困が話題になっているので、これからもこういったことについて、男女関係なく考えていってほしい。

## ③ 大学として消耗品としての設置が可能な場合に提案できること

- もし大学として設置する場合、種類を絞って需要の高いものを設置すると効果的ではないか（例えば今回は、羽根あり、多い日用がカバー力の点で人気だった）。
- 可能ならすべてのトイレにおいてほしいという声が多かった（が、どこに行けばあるか周知されていれば、特定のフロアだけでも、一定の需要に対応できることもわかった。1フロアであっても、情報発信の工夫が伴えば、周知され、結果的にそのことで助かる人はいるだろう）。
- 今回は予算の関係上、手作りの紙ボックスを使い、中身が見えなかったし、上から取り出す方式だった。しかし、もし大学として設置するならば、できれば中身の残数が見えるような入れ物で、かつ一つずつ取り出せるようなモノだと、使用する側にとっても、管理する側にとっても便利ではないか。
- まずは実態の一端をお伝えしたい。

## 4-2 活動の振り返り

- やってみるまで全然知らないことがたくさんあったし確実にプラスになったのでやってよかった(特に男子学生にとって)。
- 本当に困っている人はもしかするとアンケートに答えていないかもしれず、そういった人たちの意見が聞けなかったのかもしれないが、それでも、そういう人たちにナプキンを届けられて良かった。
- もっと簡単なアンケートにすればもっと答えてくれたかも知れない。やってみたことでわからないことが増えた。
- 男子学生に知ってもらえるような活動が出来なかった
- 予想以上に洗面所に置いたナプキンが減っていたので恥ずかしいと思う人が少ないのではないか。
- 特に女子学生の多い看護学部の学生のこともっと考えてアンケートを作ればよかった。また、始める前に看護学部の先生に伝えるなど、他学部の先生方にも情報を共有

して協力を依頼すればよかった。

- この活動をはじめる前は、最後には絶対にナプキンを置いたほうが良いと提案すべきだと思っていたが、実際に置いてみて実態の一端を知ると、どんな人がどんな目的で使ったのかが明らかになったとは言えず、モヤモヤが残る結果になった。使用結果とアンケートから、確実にニーズはあるが、誰が何を目的に使うのか、という点では疑問が残る。ただ置くだけでなく、渡し方を考えたり、どういう思いでやっているかを伝えるにはどうすればいいかなどを考え直すことにつながった。

## おわりに

今回の活動から、生理用品へのニーズは想像以上にあることがわかった。アンケートの結果から、学生のニーズは東海キャンパスの全学部であることが分かった。特に看護学部の学生の時間割や実習の関係上、休憩時間の10分では保健室でもらったりコンビニに買いに行ったりすることが出来ずに困っていたため、「このプロジェクトのおかげでとても助かった」という意見が、看護学部の学生から複数あったことが印象的であった。

疑問点としては、ナプキン補充後、一気にナプキンが減っていた日があり、これは本当に必要な人に届いているのだろうかと思うことがあった。また、ナプキンの補充は週に1度であったが、その回数では間に合っていないのではないかと感じる場面もあった。

当初の私たちの意見では、活動後も継続的に生理用品を絶対に置いたほうがいいと思っていた。その時のおもな問題意識は、「生理の貧困」だった。今回の設置実験は、そのための調査でもあった。しかし、アンケート結果の「使用する理由」にみるように、実際に置いてみて、モヤモヤが残る結果になった。しかし他方で、確実にニーズがあることは分かったため、これからもどのように学生のニーズを実現していけるかを更に考えていきたい。

ゼミ内でも今回の調査の結果の捉え方は学生によって異なり、反省点や次に繋げたい点などが多く出た。アンケートのやり方や設置場所、設置する商品の種類などの面で更に改善出来る点が見つかったので、この調査の反省を来年度のゼミ生に引き継いで、「月経を語ろうプロジェクト」の活動を来年も続けてもらうことを予定している。その際には今使っているインスタグラムのアカウントを引き継ぐことや、私たちの学年とも協力すること、大学からの協力も引き続き求めていくことなど、今年度より良い活動が出来れば、更に学生が生活しやすいキャンパスの実現にむけて良い活動が出来ると考えている。また、次年度には今年度の要改善点として残った、男子学生への理解を更に深めていけるといいのではないと思う。

それでも今年度は、上限1万円のゼミ援助金という非常に限られた予算の中で学生主体で工夫し、最大限の調査を実施することが出来た。今回の調査は簡易的なものではあったが、生理用品へのニーズは十分感じる事が出来た。これらの結果が、少しでも、今後のより良い東海キャンパス運営かつ東海キャンパスにおける「生理の貧困」の改善に向けて、有益な資料となることを願っている。

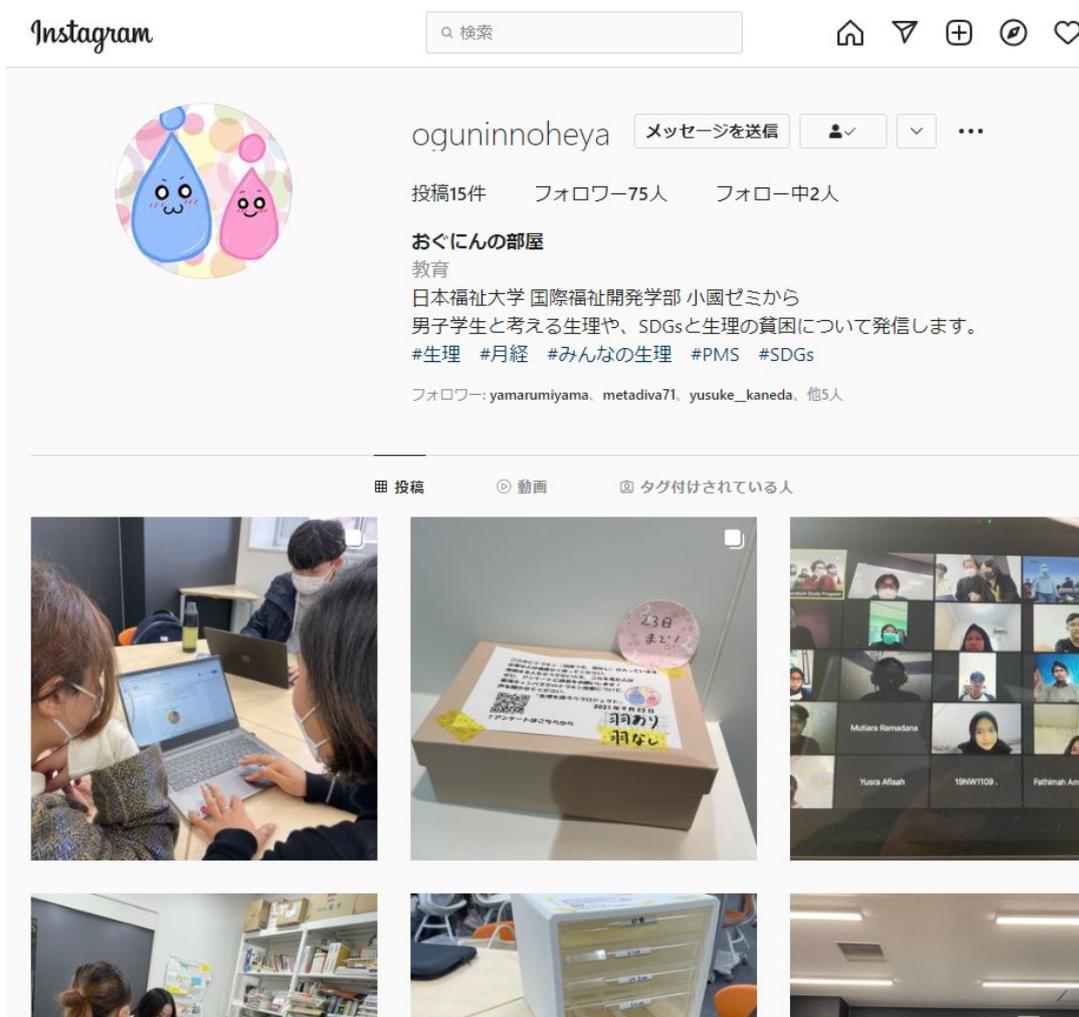
2021年12月 小林美月・安井伊吹

(尚、本報告書に関するお問い合わせは担当教員 [oguni@n-fukushi.ac.jp](mailto:oguni@n-fukushi.ac.jp) まで)。

## 巻末付録

### (1)開設したInstagramと活動中の反応

「#月経を語ろうプロジェクト」をゼミ活動として取り組み始めた際に、情報発信の場としてInstagramを立ち上げ、学生が投稿・管理を行ってきた。細々とした取り組みであるが、特に「男子学生もともに」「留学生もともに」月経を語る大切さや意味を考えるきっかけになれば、と考えている。

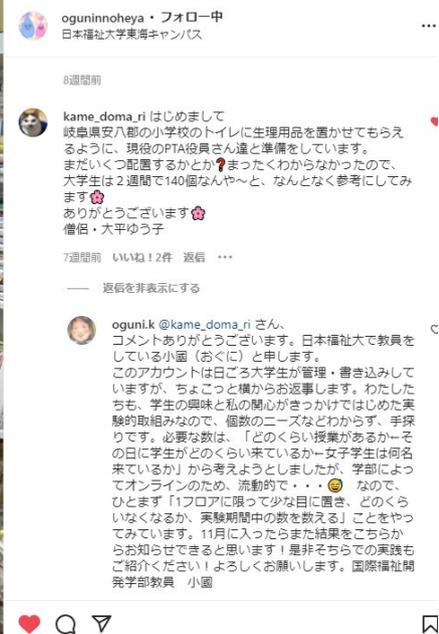


開設したInstagram

なお、特に今回の生理ナプキン設置の活動紹介に対しては、学外から少数ながらも反応が寄せられた。



設置した日の反応と学生によるやりとり



発信を始めて2か月目の感想と教員による補足

上の図は、初めて設置した日に書き込まれた「少ない！」という反応である。これに対して

は、学生が、これが試験実施であること、今回の試行結果で需要が明らかになれば、それを大学に報告しようと考えていることが書きこまれた。

下の図は、開始してから2か月目に入ろうとするところに寄せられた、岐阜県 PTA 関係者からのコメントで、小学校のトイレに生理用品を置く取り組みをするにあたり、わたしたちのインスタグラムを参考にしたということであった。少ないながらも学外からこれらの反応を得たことで、自分たちの取り組みが、今の社会で関心が高まっている共通課題を考えることにつながるものなのだという実感がわいた。

## (2)東海キャンパス生理ナプキン設置(3階のみ/9週間)にかかった経費 支出報告

購入日	購入物	支出額
9月15日	個包装用の透明な袋(2サイズ)、マスキングテープ(サイズ別に色分け)、個室用ボックス6個	¥1,320
9月15日	生理ナプキン(36センチ、21センチ羽根なし、羽根あり)	¥1,113
9月23日	個包装用の透明な袋、マスキングテープの追加	¥660
9月29日	生理ナプキン(36センチ、21センチ羽根なし、羽根あり)	¥1,274
10月6日	生理ナプキン(36センチ、21センチ羽根あり)	¥2,237
10月13日	個包装用の透明な袋の追加	¥440
10月20日	生理ナプキン(21センチ羽根あり、羽根なし)	¥748
	<b>支出合計</b>	<b>¥7,792</b>

## 留意点:

当初、様々なメーカー、サイズのもの置くことも考えたが、一貫して同じものを置くことで、サイズと羽根あり、羽根なしといった条件別の需要の違いをより明確にできるのではないかの判断から、今回は同一メーカーの商品を全期間にわたって補充することとした。商品の選択は、主に担当した学生自身の使用感と標準的な価格帯であることを根拠に行った。また、実際には、上記で購入した商品に加えて、前期の「生理ナプキンを男子学生が中心になって選んで買ってみよう」フィールドワークで購入した、24センチ、26センチ等他サイズの商品も設置に用いられた。

### (3)事前学習(前期)

関連するゼミ活動としては、

前期に事前学習として以下を行った上で、学生からの希望が出され、今回の計画となった。

- ・個別に関心を持つゼミ生のレポート発表
- ・新聞社説での関連記事についてのディスカッション
- ・テレビ CM からの気づき（以下に掲載）
- ・近隣店舗での男女混成グループによる「生理用品フィールド調査」の実施

#### 「生理用品のテレビ CM キャッチフレーズやイメージからわかることを調べてみよう」の一部

①製品名	③キャッチフレーズ	④CM の印象や特徴、気づいたこと。	⑤疑問に思ったこと
素肌のきもち 肌ふわりリッチ 朝まで超安心	ベタッと感0へ 敏感な肌にやさしい ぐっすり寝れる	・清潔感のある雰囲気 CM が多い ・人気の女優さんを起用していることが多い ・直接的なワードをあまり使わず間接的に表現 ・使いにくいところや違和感をフォローするようなキャッチフレーズが多い	「生理だけどもいつも通り頑張ろう」というようなメッセージが多く、休むという選択は無視されているように見えた
ソフィ SPORTS 躍動 ショーツ	驚くほどズレに強い ワイドウィンドでしっかり固定 汗を吸収するクールコア搭載 羽がしまえる二重構造	出演者の走るシーンが映されており、ズレにくいのをより強調している。(終始走っている) 肌触りなどの説明はなかった。	なぜ値段の記載をしないのか。 ズレにくいってだけの説明ではあまり惹かれないのではないのか。
はだおmoi スリムガード 朝までブロック	敏感肌に優しい肌おもい♪ つけてる感ゼロへ！ 朝までモレにくい！朝までムレにくい！	安心感をアピールする物が多いと感じた(夜用)それだけ生理期間の夜に不安を感じる女性が多いことが分かる。 白色など薄い色のズボンやスカートで軽々スキップで歩いたり運動をしいたりする。実際生理期間に白色のズボンで外に出かけるのは怖いと感じる。	経血が水色の理由は何なのか。血に色が近い紫やピンクではだめだったのか。 敏感肌に優しいというキャッチフレーズは良いと思うが、逆に肌に優しくない素材の物は現在あるのか。
スリムカード 朝までブロック DEO+	三倍さらっと吸収、ニオイまで消臭。	超快適、材料がなめらか。すぐ動きやすい感じがしました。もう一つは夜に使うもので、デザインが漏れにくい形になっているので、安心さを感じます。 最後のナプキンは吸収力が強い、月経のニオイまでも消臭できます。	
スリムガード 肌キレイガード 朝までブロック しあわせ素肌	超快適ドライシートで付けてる感ゼロへ！  モレもムレも W ブロック	薄さ、吸収力、フィット感、通気性、低刺激、ズレにくさなどを強調していた。 軽い日用、多い昼用、夜用があって使い分けがしやすそう。 スイートローズやラベンダーの香りがするナプキンもあって、女性が買いたくなるような色使いや香りなどの工夫が施されている。	サイトでも、厚さ、吸収力、着け心地を売りにしている事が分かるが、値段の記載はない。  コンパクトで持ち運びやすい、かつ表面の滑らかさなどを強調しているので、値段を重要視している女性は少ないのか？

スリムガード 朝までブロック 超熟睡	厚さがスリム。吸収力が2倍！！ 隙間ゼロ設計！漏れ徹底ブロック！ ごわごわしない極上のつけ心地	どこの会社も吸収力、つけ心地を強調してCMをしているように感じた。 朝用なのか、夜用なのか別々にCMをしていた。 漏れないアピールをどこの会社も言っているように感じた。 サイズもどこの会社も言うように感じた。	どこの会社も値段を言わないと思った。 同じ会社で朝用とか夜用とあるが他にもいっぱい商品を出すのはなぜか。
スリムガード ソフィ sports	つけてる感ゼロへ！ 驚くほど、ズレに強い。	吸水量を宣伝するときにすべて青い水をつかっている。 BGM や出ている女優さんの表情が明るい	吸水量や付け心地の紹介が多いがどのcmも値段のことは触れていなかった。 値段よりも使いやすさ、つけやすさで選んでいるのかなと思った。
スリムガード しあわせ素肌 朝までブロック	こんなにスリムでたっぷり吸収 独自のストレスフリー設計	・肌ざわり、吸収力、ずれにくい、などのを感じるものが多いと感じた。 ・昼用と、日用で違うことが分かった。 ・歩きやすくてとてもコンパクトになっている	どの会社も肌触りや吸収力などは、わかりやすく書いてあるのに値段は全く掲載されていない。
スリムガード	つけてる感ゼロへ	・薄いかつべたつかない ・CMは清純な雰囲気 ・製品が映っている時間が短い	・女性が起用されているCMがほとんど ・生理の時CMの演出ほど明るくならない →非現実的に感じる
スリムガード しあわせ素肌 朝までブロック さらピュア	こんなにスリムでたっぷり2倍吸収！ 朝まで伝い漏れ防ぐ！隙間を作らない！	ほとんどの商品に凹凸があり表面積を増やしてより吸収できるようになっていた。	値段がなかった。
スリムガード しあわせ素肌 朝までブロック さらピュア	こんなにスリムでたっぷり2倍吸収！ 朝まで伝い漏れ防ぐ！隙間を作らない！	肌触り、べたつかない、吸収力、ズレにくい、ふんわり、などの強みを紹介している物が多い印象だった。 朝用と昼用の物で強調している点に違いがあった。 (夜はズレにくさ、フィット感など) 持ち歩きやすいコンパクトな物もあり、小さい代わりに6倍吸収になっていた。	これだけ良い点が多いと値段が高そう、何度も買う物なので結局安い物に客が流れてしまうのではと思った。
スリムガード 朝までブロック	肌にいいことめいっぱい 喜びの朝、続々！	働く女性向けや寝ている時の心地を推していることが多い印象。デリケートな部分に対して敏感肌な子などさまざまな人に対応してる商品で良いものであるとおもう。	キャッチフレーズがたくさんあるのに、値段情報を載せないのは疑問に思った。語呂合わせなどでやらないのか

※メーカー名や個人情報は削除。