



超吸収型サニタリーショーツで、ジェンダー平等を実現する

株式会社 Be-A Japan
聞き手・構成・文 / 市川理香

高校生による“ジェンダー・プロジェクト”に参加。 テレビのニュース番組で話題に

6月10日午後、湘南学園中学校高等学校（以下湘南学園）の高校生男女2年生を中心としたジェンダーを考えるプロジェクト、「Over the rainbow project」が呼びかけて、「いま考えたい生理とカラダのこと～生理は天然色～生理を知ろう！」が開催されました。同校は元々生徒主体のプロジェクト活動が盛んな学校ですが、このプロジェクトは、リーダーの石崎菜理さん（現高2）が「学校内トイレに生理用品を置く」ことを目標の1つに掲げ、3月にスタートした新しいプロジェクトです。生理について理解を深めようというこの日の学習会は、外部講師を招いての本格的なもので、学校としても初めての試みだったといいます。7月にはLGBTQ当事者の講演会も開催しました。

6月の学習会は、「生理とは？」「生理によって、心身にどんな影響が起こるのか？」「生理用品、フェムテック製品にはどんなものがあるのか？」、さらに「更年期を迎えると、どうなるのか？」まで、大人でさえ知らずにすませてきた内容を含むものでした（P.47 もご参照ください）。TBSのニュース番組「報道特集」で取り上げられ、YouTubeでも大きな反響を呼び、「この授業をうちの学校でもやってほしい」「もっと早く知っていた」「男女双方で理解し合うことが大切」といったコメントが数多く寄せられています。このことは、日頃から、生理は人に言えない“ひめごと”という感じ方はおかしい、変えたいと思っていた人たち

だけでなく、初めてその歪さに気づいた人たちも大勢いたことを伺わせました。生理はSDGsの目標5番に掲げる「ジェンダー平等を実現しよう」にも関わる大切な問題。そして、SDGsを貫く人権という理念に通じることだと、学習会に関わった人たちに教えてもらった気がします。

そこで、学習会の講師を務めた、超吸収型サニタリーショーツの株式会社 Be-A Japan では、どのような思いで商品開発を行なっているのかを伺うべく、表参道の同社をお尋ねしました。

きっかけは、生理について親子で学べるセミナー

—「超吸収型サニタリーショーツのジュニアラインのモニターをしていていた中学生から、『学習会のことがTikTokにあがっていた!』と連絡がありました。それで初めて私たちが放送後のSNSでの反響を知ったのですが、その時点で13万件の“いいね”がついていて、コメントも多く、本当に驚きました」と株式会社 Be-A Japan 代表取締役 CEO の高橋くみさん。中高生からの学習会への反応はとても励みになったようで笑顔が弾けそう。40代、50代がFacebookなどで「こういうショーツが、自分たちが学生の頃に欲しかった」と商品を支持してくれたことにも手応えを得たようだ。保護者の立場からのコメントにも勇気づけられたと高橋さんは言う。

高橋さん：保護者の方からは、「自分たちの頃は、日本では性教育はほとんど行われていなくて、大人になった今も、生理のことは実はよく知らない。これからの日本で、今やっておかないと自分たちと同じ社会が続いてしまう」という声があがりました。昨年の夏から、小学校5・6年生を対象とした親子セミナーを開催してきました。湘南学園が初めて、高校生に向けた学習会でしたが、生徒の様子や、その後の反響の大きさから、次世代に向けたこの活動を、今後も継続していくべきだと強く感じました。

親子セミナーを始めたのは、あまりにも学校で生理のことを教えていないからです。教科書でも数ページくらいの扱いで、言葉も「月経」「初経」という子どもたちにあまり馴染みのない言葉が並び、世間一般で使う「生理」という言葉もほとんど使われていません。子宮の絵が書いてあるけれども、どこから経血が出て、そのうち血液は何%で、どのくらい続くのか、そういった基礎はありませんし、生理になったときどうすれば良いかという情報もないのです。そこで、生理が始まる平均年齢の12歳前後を対象を絞り込みました。

最初のきっかけは、大阪の梅田阪急で生理セミナーをしてほしいと言われたことです。学校では教えてくれない生理の知識を、親子で学べるイベントは大盛況でした。小学生のお嬢さんがいる40代のお母様は、「学校でも教えているけれど、母親として子どもにどう教えたら良いかわからないんです」とおっしゃっていました。

私たちのセミナーでは、膣があることは必ず教えます。生理が始まった子も、どこから経血が出てくるのかきちんと知らないことが多いのが現状です。私の甥っ子に至っては、生理ってウンチが出る穴から血が出るヤツでしょって。全然違うじゃないですか。

正しい知識を得て、どんな生理用品があるのか、その用途を知り選択肢が広がれば、体育の授業を見学しなくても良くなったり、部活や大事なテストに集中できるようになります。例えば野球チームに入っているある女子は、生理と試合が重なると試合中2・3時間トイレに行けない、動きにくい、気になって集中できないという悩みを抱えています。どのくらいの量で、どういう状態になるのかを知っておくのは、パフォーマンスを発揮するためにも、とても大切なことだと思います。

世界初※! 「経血量を計測できる吸水ショーツ」。 クラウドファンディングでも多くの支援

※ 2022年6月23日発表時、自社調べ

—ショーツの開発は、苦勞の連続だったと言う。その商品も改良を重ねているようだ。PR/プロダクト担当の武市奈々子さんは、6月に行った新商品発表会にはテレビの取材も入り、朝の情報番組でも注目されたと教えてくれた。

武市さん：最初の超吸収型サニタリーショーツは、約4年半前から開発を始めました。でも最初の半年は、ひたすら製造工場探しに時間を費やしました。どこに行ってもなかなか請け負ってもらえなかったのです。一方で発売に先駆け始めたクラウドファンディングでは、数時間で目標100万円を超える勢いで、最終的には1億円を超えたのです。支援者数も9,000人以上にのぼり、想像を越える賛同をいただきました。このクラウドファンディングサービス（CAMPFIRE）のビューティー・ヘルスケア部門では、いまだに1位の記録です。多くの人が心の中ではなんとか解決したいと思っていたということの表れかなと感じました。支援者は女性の比率が高いかもしれませんが、男性支援者は、「妻のために」とか、「娘のために」と言われる方が多いです。お父さんが娘に買いたいという声も、よくよく聞けば、受験と重なる子も多く、入試当日も長時間トイレに行けないことで実力が発揮できないとかわいそうだから、母親と話し合って購入を決めたという例もあります。

勉強と違うことを同時に考えなくてはならない女子はたいへんですね。ある高校生が、高校受験の時、推薦入試でも一般入試でも生理と重なってしまい、父親に「なんでこんな時に生理になるんだ」と言われ、その時は母娘で「そんなコントロールできないんだから仕方ないじゃない」って笑ったけど、今思うとひどいこと言われたんだなと思うというエピソードを寄せてくれたのは象徴的です。その方は、受験会場の学校に行くのも初めてなので、早めに学校行ってどこにトイレがあるか確認し、大きめのナプキンを使って…という流れを、前日にシミュレーションしたと話していました。

我々の商品は高い技術に支えられて圧倒的に機能性にすぐれ、特許も取っています。吸収体の構造、抗菌・防臭機能、漏れない、蒸れにくいなど、安心感が違います。実際に我が社の超吸収型サニタリーショーツを使用した方は、これだけの量がショーツで守られていたのかと驚かれます。ところが、多くの女性は、ちょっとしたサニタリー期間の不調も産婦人科に相談するという発想がなく、自分基準で判断しているのが実情です。そこでこの度、ウェアラブルIoT技術を開発するミツフジ株式会社と共同で、世界初となる「経血量を計測できる吸水シート」を開発することにいたしました。

『Bé-A』というブランド作りへの思いが SDGsの実践につながった

高橋さん：人類が火星を目指すという今の時代でも、経血の量に関するデータはほとんどなく、使ったナプキンの枚数や色で体調を自己管理しています。日本で使い捨て生理用ナプキンが誕生して約60年経ちますが、変わっていないのです。だからこそ、経血量を測れる吸水ショーツ実用化にチャレンジするのです。健康管理に役立ち、産婦人科に行ったほうが良い基準がわかるので女性特有の疾患などが早期発見できること、ビッグデータとしての蓄積できることなど、医学的にも意味があるとアドバイザーの産婦人科の先生からも評価をいただいています。

一学習会では、ゴミの軽減にもなるという解説もあった。環境以外にも、女性のエンパワーメント、教育など、フェムテック商品はSDGsに掲げられた様々な課題とも関わるものだと、改めてわかる。

高橋さん：海の使い捨てプラスチックゴミの第5位が生理用品なんです。レジ袋が第6位なので、それより多いということ、その量の多さがわかると思います。EUの調査では、海洋投棄ゴミの中でも生理用品の多さが明らかになっています。繰り返し使って使用することができる吸水ショーツは環境にも良いと思っています。

環境の面だけでなく、SDGsの目標5番、「ジェンダー平等を実現しよう」は、とても意識しています。世界には生理の時に学校に行けない女の子もいるし、トイレ問題も大きな問題です。日本でも、生理だからと諦めてしまうことは多々あります。生理痛だけではなく、漏れちゃうからスポーツするのをやめておこうという事は、現実にはありますよね。生理のことをオープンに話していくことで、ジェンダー平等を良い方向に持っていくことができるといいですね。もっともSDGsを意識したというよりも、Be-A〈ベア〉というブランドを作る時の思いが、結果としてSDGsにつながったということです。

私たちは吸水力がすぐに落ちるような商品なら出さないほうがいいと思っています。30回以上洗濯テストを重ねて耐久性を確認し、長く使える設計にしています。卵みたいと言われる商品のパッケージは、再生紙です。梱包会社からは「衛生用品なので、プラスチック袋に入れてから箱詰める」と言われたのですが、エコの観点からも直接、箱に入れていきます。使用前には新品ゆえに水を弾きやすいため、必ず一度洗うことをお願いしているので、そもそも箱以外の袋は不要なのです。こういう考え方は、だんだんと当たり前になってきましたが、商品化した2年前は「衛生用品ですけど、大丈夫ですか」と、とても驚かれました。

女性のライフサイクルを理解することが 平等な社会のベースになる

—湘南学園の学習会では、20代の男性教員が、生理用品が配られた時、「触っていいんですか」と受け取るのをためらっていた。知識を持つておくことは大切なのだと感じた場面だった。性教育についての議論も進む今、多くの学校現場では戸惑いを抱えているのかもしれない。

武市さん：知識がベースにあるかないかだけでも違いますよね。湘南学園の先生の反応は、今の社会では一般的だと思います。生理を知っているかいないかで反応は変わってきますね。

高橋さん：抵抗を感じる方にこそ、知っていただきたいです。生理教育は性教育の基本です。性教育で性交を教えないのに、SDGsのターゲットではエイズや性病についてが、解決すべきターゲットとして触られています（注）。幸い生理について話すことは、ハードルが低くなってきているので、できることからやっていくのが良いと思います。生理でも耳を塞ぐ人は、まだまだいますから、まずはできることから。妊娠しないから生理がくるのですが、そこから説明していくと難しくなるというように、理想と現実乖離があるので難しいです。

ただ、性教育は人権教育、それが一番のベースだと思います。男性が働きにくい社会にしたいわけではなく、女性の活躍を推進していく社会で性教育の役割は大きいと考えます。進学、就職、結婚、妊娠、出産などライフイベントは時代によって変化してきたのに、初潮、更年期のような女性のライフサイクルは変わりません。過去と何が違うかと言えば、初潮年齢が下がり、晩婚化や初産の高齢化、子どもを持たない選択など、女性の一生にこれほど長く生理がある時代はこれまでなかった、ということです。男女平等であるベースとして、女性のライフサイクルを理解することが社会にとって必要だと言えます。

（注）SDGsの目標3「すべての人に健康と福祉を」のターゲットには、「2030年までに、エイズ、結核、マラリア及び顧みられない熱帯病といった伝染病を根絶するとともに肝炎、水系感染症及びその他の感染症に対処する。」「2030年までに、家族計画、情報教育及び性と生殖に関する健康の国家戦略・計画への組み入れを含む、性と生殖に関する保健サービスをすべての人々が利用できるようにする。」などが設定されている。（ターゲットはともに外務省「持続可能な開発のための2030アジェンダ」仮訳より）

Be Ambitious.

“Girls Be Ambitious.”の願いを込めて

—今回、湘南学園の生徒達は、生理について知るとともに、起業する生き方やソーシャルビジネスについても考え、刺激を受けたのではないだろうか。

高橋さん：私も、取締役の山本未奈子も、シングルマザーとして働く母親の姿を見て育ちました。ですから起業することへのハードルは低かったです。間違った美容理論を正していきたいと山本が美容ブランドを立ち上げたのが始まりです。私自身は一度、子どもを産んで育て、次の子どももほしいと思っていたので、仕事をやめました。働きたい気持ちはありましたので、それならと山本との起業を選びました。それはそれで大変で必死でした。女性だけの会社で、今年5月に2名が産休から戻ってきて、育休・産休のスタッフがいないなんて奇跡だねと笑ったくらい、常に誰かが育休、産休に入っている状態。そんな中で、働いている自分たち女性が、女性のために何ができるだろうかと考えて行き着いたのが超吸収型サニタリーショーツでした。

振り返って思うのは、子育てと経営との両方にそれぞれ100%の力を注ぐのは並大抵のことではありません。また、子どもの成長段階で、急な発熱、友達との関係、勉強など、問題が変わってきます。ですから社員の方々には、常に100%でなくても、時々肩の力を抜いてねと言っています。

家族が理解し合うためには、夫婦の関係性などご家庭それぞれに違いますが、向かい合うしかないかな。ソーシャルプレッシャーもありますので、難しい問題です。男性育休も当たり前になっていくといいですね。

—女性を応援するために自分たちができることを続けていく。それは生理の悩みを解決すること、生理について誰もが正しい知識を持てるようにすることという信念の原点は、社名のもとでもある、“Girls Be Ambitious.”だ。

高橋さん：生理が来るということ、100人100通りの症状があることを知っておいてほしいです。生理中はホルモンの値が上がっていくので反抗期のような態度に出ることもあります。そうしたことを大人が理解することが大切です。保護者自身の更年期と時期が重なることもあるので、ご自分の変化も理解して、お子さんのことも理解して、日々の生活を送ってください。

学校の先生方の世代では、他人と生理について話すことはあまりなかったと思いますが、先生方ご自身が生理を恥ずかしいことと思わないでほしいです。「ここにナプキンを“隠してある”」と教えるようなことをなくしていくのが大切だと思います。

私たちは生理のセミナーで、初潮から閉経までを教えています。情報は溢れているようでも、何が正しいかわからないので、大人対象のセミナーも行っていきたいと思っています。更年期にしても、ホットフラッシュやイライラだけではないことを知って、いたわり合いたいものです。

先生や親以外の大人と接することが少ないのが、高校生たちだと思います。今回、学習会を実施した湘南学園の生徒の皆さんには、みんなを応援しているという私たちの気持ちが伝わったのならうれしいです。産婦人科、助産師、そして私たち。それぞれの立場で伝えたいことがあります。生理を伝えることで、ジェンダー平等で女性が働きやすい社会を作ろうという視点で話していくことが、私たちにできる活動だと思います。

社名の「Bé-A〈ベア〉」は“Girls Be Ambitious.”少女も大志を抱いて欲しいという思いでつけました。やりたいことをこれ以上伝えられる言葉は思いつきませんでした。でも“Girls”はいつか外れたらいいな。みんながbe ambitiousでいられる社会が来るといいですね。

湘南学園

[Over the rainbow project] 「いま考えたい生理とカラダのこと ～生理は天然色～ 生理を知ろう！」

お互いを理解してより良い社会を目指す

学習会は、株式会社 Be-A Japan の高橋くみさんと CPO（最高商品開発責任者）の中村千春さんが講師となり実施されました。参加したのは、[Over the rainbow project]メンバーなど38人。始めは男女別室で、女子には生理用品の種類や使い方の説明、男子には実際に生理用品を使って吸水力を確かめるワークショップもありました。生理の仕組みや体や心の変化、更年期について学び、知っていたこと、知らなかったことを、明るく真剣に学んでいたのが印象に残っています。男子は「一緒にいた女子が急に生理になったらどうするか」、女子は「男子と一緒にいる時、急に生理になったら」「これから生理を迎える小学生女子に、何をどんな風に教えるか」「生理が来なくなったらどうするか」を想定して考える時間も。最後のパートは男女が一室に集まり、それぞれが学んだこと、感じたことを伝え合いましたが、体や心の変化に思いやりを持って対応したいという優しさは、日頃の信頼関係を伺わせるもの。「生理用品を学校に置きたいという目標は経済的なことからなのか」と思っていたけれど、今回の学習会で急に生理になることも知って、反対する理由はないと思った」という男子の意見も生まれました。女子にとっても、男子の髭の伸びる速さなどは新鮮な驚きでした。相手を理解し尊重することを考えた時間となったことは確かでしょう。



湘南学園での学習会の様子