

女性活躍を推進するための生理用品設備設置と コミュニケーションをデザインする教育事業

2022. 07. 21



LAQDA
PROJECT

Powered by わたしの暮らし研究所株式会社

〒104-0061 東京都中央区銀座 1-22-11 銀座大竹レジデンス 2F

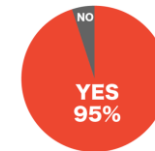
2F Ginza Otake Residence, 1-22-11 Ginza, Chuo-ku, Tokyo 104-0061

事業テーマ・背景

弊社では、2019年から複数の企業において生理用品を設置する実証実験を実施。アナログなケースやスマホアプリ連動の筐体など、複数の躯体を使った実証実験を実施した結果、以下2点がわかった。

①生理用品の設備がオフィストイレにないことで困っている人が100%に近い状態で存在する

Q1. 生理用品を持っていない状態で生理ははじまり、困った経験がありますか。



(2019-2020年 LAQDA 実証実験アンケートより n=200)

②生理用品の設置検討することは、企業内のコミュニケーションを活性化し「多様性に配慮できる合意形成システム」を構築できる素晴らしい機会である

どうすれば、“みんな”で考えられるようになるのか
一職場の生理用品設備の共創的解決に向けた検討一

Thinking about Menstruation, Regardless of Gender:
Co-creative Solutions for Sanitary Products in the Workplace in Japan

沢田直美¹

Naomi Sawada¹

¹わたしの暮らし研究所株式会社
¹Research Institution of My Life

Abstract: 生理用品ディスペンサーというツールを通して、相互が入れ替わり不可能な立場関係にある当事者と非当事者のコミュニケーションがどうあるべきかを、複数の方法で検証した。使用者が当事者だけに限られる設備であっても、社会システムを変えなければ設置できないケースは多く、非当事者をどう巻き込むかが課題となる。当事者同士、また当事者と非当事者間のコミュニケーションについて、どのような関わり代、また枠組みがあり得るのかを研究した。

1. はじめに

今の私を支える大きな出来事として、日本ロレアル主催の“IoT x Beauty Hackathon”(2017)[1]での優勝特典の、IoT生活用品の開発経験を挙げたい。女性向けの化粧品パッケージを開発する中で、いわゆる「女性向け」とされている生活製品を研究する機会があった。その際、どれだけの製品が本当に女性の立場になって開発されているのかわからず疑問に思った。女性の生活の負担になっている部分は見過ごされており、当事者が自分で企画し開発するしかないのではないか、と痛切に感じた。



図1: 生理用品にまつわるユーザー行動

参照) 人工知能学会第二種研究会資料/2021 巻 (2021) CCI-008 号/書誌

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsaisigtwo/2021/CCI-008/2021_02/_article/-char/ja/

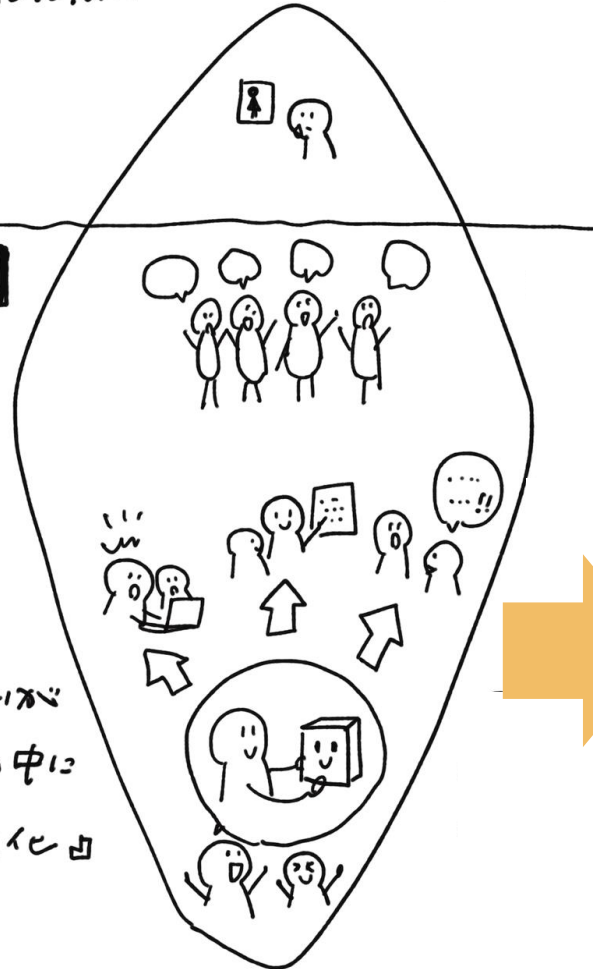
事業の目的→「みんなで問題を解決する」を考える

顕在事象

生理用品が「必要な人」が
いかにトイレに「よい」
事実

潜在事象

表に見えないが
『人の心の中に
起る変化』
を促す



【プロジェクトの成果物を
研究論文や記事として公開】

①意思決定に至るスキーム

②生理用品の理想のケース

オープンソース化し世界へ公開

【プロジェクトを実施】

①意思決定に至る
スキームを検討・確立

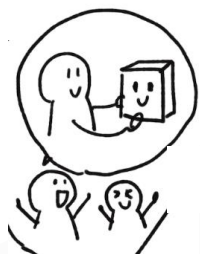
②生理用品のケースや
設置方法をみんなで考える

100年後の未来からのバックキャスト

「言いづらいこと」を当事者が相談でき、非当事者が「自分ごと化」する環境をつくる。
そのプロセスをツール化して社会に提供・還元する。

- ・ どうしたら当事者の問題を非当事者にも共有でき、「みんな」で考えることができるのか事例を蓄積

- ・ プロトタイプでツールつくる



- ・ 多様な人々を巻き込み、問題を考える「コミュニティづくり」を活性化

- ・ プロトタイプまわしながら、改良・改善。



- ・ オープンソースにして全世界へ提供

- ・ 当事者が正しく主張できるツールキットが継続して役割を果たし続ける

- ・ ツールキットの使い方も継承されていく

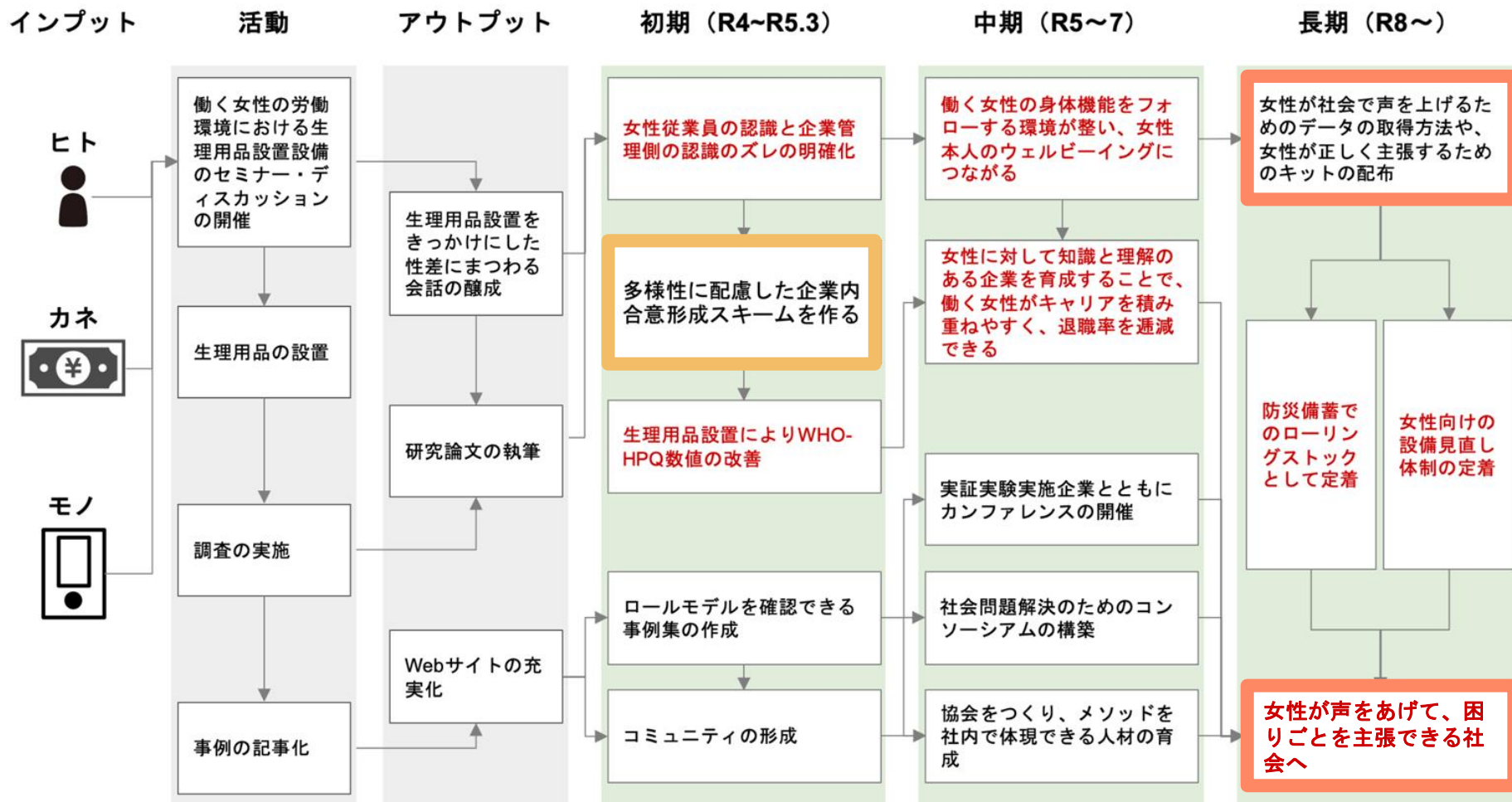


初期

中期

長期

事業目標





実施内容

実施事項	サービス 購入者	ユーザ	定量的指標（KPI）
1. ヘルスリテラシーを上げ、当事者と 同僚、管理職のコミュニケーションを 活性化させる女性活躍推進セミナー	企業	・従業員（男女問わず） ・管理職 ・生理用品設備設置導入者	・セミナー実施 ・導入企業数：10社 ・参加者数：600名
2. 生理用品をはじめとするトイレの 必要物品導入の設備設置コンサルテ ィング・調査・分析サービス	企業	・従業員（男女問わず） ・管理職 ・生理用品設備設置導入者	・実証実験実施 ・実施数：5社 ・参加者数：200名
3. 生理用品導入企業 コミュニティ運営	企業	企業内生理用品設置担当者 （人事・総務および有志）	・コミュニティ参加企業数： 20社（過去参加企業含） ・情報発信数：年24回
4. 青少年教育で活用できる教育ツ ール作成	教育機関	・小学生 ・中学生 ・高校生 ・大学生	TBD

※上記より実施事項の2において、女性に対し生理用品があるトイレを使用した場合の**プレゼンティーズムの変化**について、WHO-HPQ指標にてデータを取得。

※社内コミュニケーションの改善は、量的・質的調査を実施。

※青少年教育については、COI-NEXT「こころとカラダのライフデザイン共創拠点」とのプロジェクトと調整中。

実施体制

多様な関係者に多様な関わり方をしていただくとともに、
それぞれの見方や検討の仕方を示すことで
楽しくわかりやすい情報の提供を目指しています。



代表団体：
わたしの暮らし研究所株式会社

協力団体：
ふしぎデザイン
株式会社

協力団体：
NPO妊婦の暮らし

協力団体：
有限会社
山崎製作所

協力団体：
株式会社丸和

主に企業向けサービスで協業

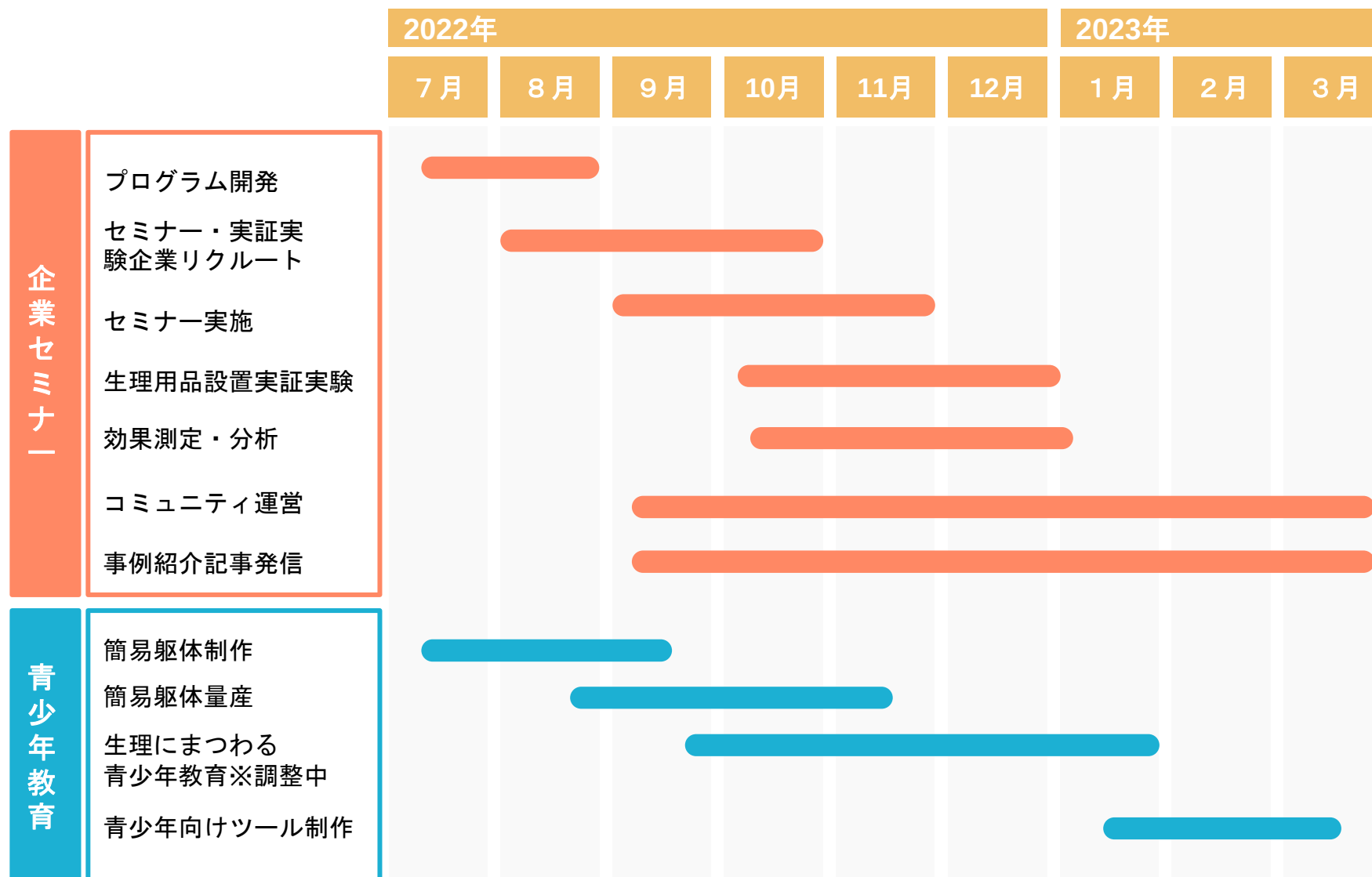
協力団体：
北海道大学
(調整中)

協力団体：
慶應義塾大学
(調整中)

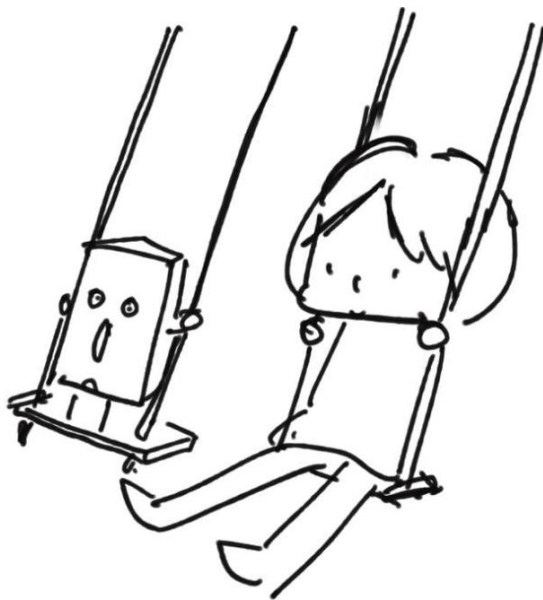
※ エクトと調整中

※学会の研究会発表用論文執筆については、名古屋工業大学の白松俊教授、
慶應義塾大学の常盤拓司特任准教授に学術指導を頂きます。

実施スケジュール



ご静聴ありがとうございました！



わたしの暮らし研究所

info@wk-k.com