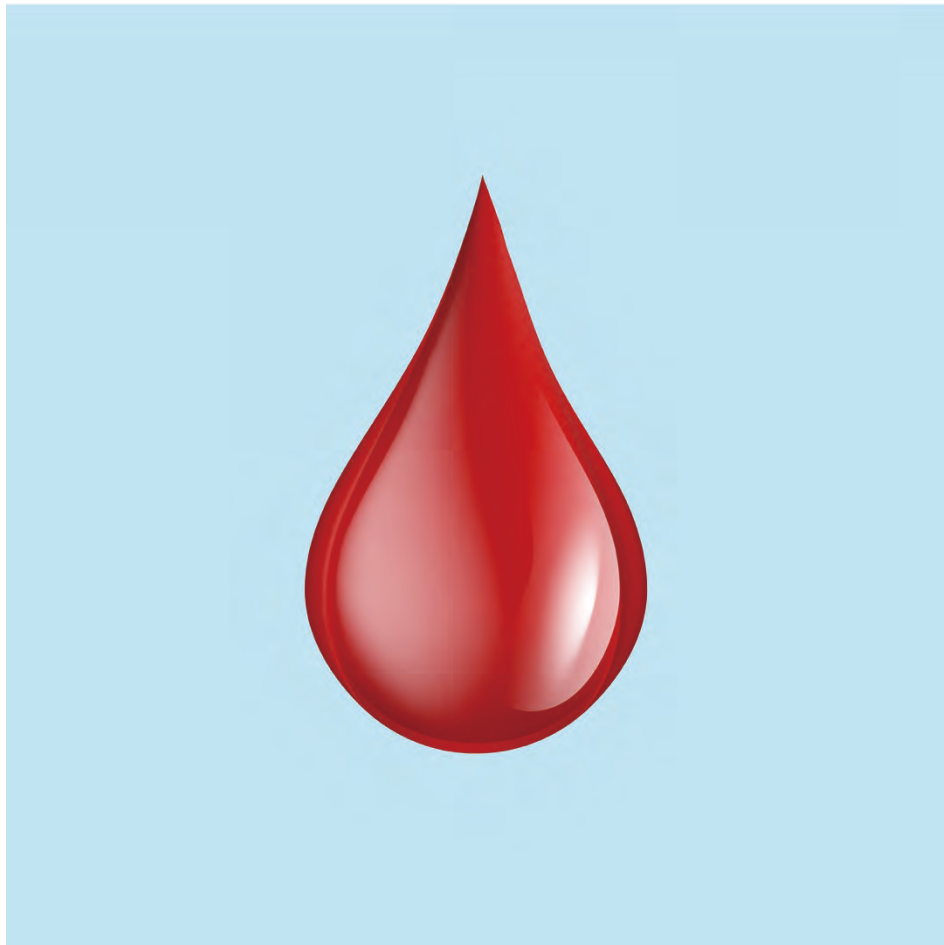


日本のユース女性の 生理をめぐる意識調査結果



2021年 4 月

はじめに P02

1. 回答者の属性 P04

1-1 年齢構成

1-2 所属

1-3 居住形態

2. 収入と生活費の内訳 P06

2-1 収入(仕送り・お小遣いを含む)状況

2-2 支出状況

3. 生理用品の購入にかかる費用 P11

3-1 生理用品の購入状況

3-2 生理用品の購入の逡巡

3-3 購入できない場合の対処

3-4 生理による行動の制約

4. 生理をめぐる論点 P17

4-1 初潮を迎えたときの経験

4-2 生理での経験

4-3 相談相手

4-4 生理について感じること

結論 P24

はじめに

2021 年 3 月、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン(以下、プラン・インターナショナル)では、15 ～ 24 歳の女性(以下、ユース女性)2,000 人を対象に、生理と生理に関係する日常生活に関する調査を実施した。

この調査はイギリスおよびアメリカにおける調査に続くものである。2017 年と 2020 年にプラン・インターナショナル UK で「Period Poverty (生理と貧困)」に関する調査を実施、2017 年の調査では回答者の 10%が「生理用品を買えなかったことがある」と回答した^{※1}。新型コロナウイルス(以下、COVID-19)が女性に与えた影響に関する 2020 年の調査では、7 割以上の回答者が「生理用品購入が難しくなった」と回答した他、半数以上が生理用品の価格上昇を報告した。

調査は生理をめぐるスティグマ^{※2}にも焦点があてられた。イギリスの調査では 48 %は生理を「恥ずかしい」と考えており、71%は生理用品などを購入するときに「恥ずかしい」と感じていた。2021 年にプラン・インターナショナル USA が公表した調査では、生理を迎えて「自分に自信を無くした」(58%)、「怯えた」(47%)とネガティブな反応を示していることが明らかにされている^{※3}。

アメリカでの報告書では、日本も含めた 27 カ国を対象にした「生理についてオープンに話せるかどうか」の意識調査の結果も報告している。調査によれば、日本は「オープンに話せる」としたのが 32%、3 人に 2 人が生理について「オープンに話せない」と考えていることが指摘された。この数字は 27 カ国中 25 位の低さであり(27 カ国平均 62.2%)、G7 諸国でも最低だった^{※4}。このことは、日本では生理に関する議論が未だ発展途上であることを示している。日本で紙ナプキン「アンネ」が発売されたのは 1961 年、欧米諸国に遅れての商用化だったが、商用化が比較的遅かった背景には、生理に対する不浄感・タブー意識が強かったことが指摘されている^{※5}。発売開始から 70 年経った今も、生理について公に議論することを躊躇する意識は根強く残っている。

日本国内における先行調査としては、2021 年 3 月に公表された「#みんなの生理」の「生理と貧困」に関する調査結果が存在する。高校、短期大学、四年制大学、大学院、専門・専修学校などに在籍していて、過去 1 年間に生理を経験した女性を対象にアンケートを実施、過去 1 年で生理用品を入手するために他のものを

※1 : Plan International UK, "Plan International UK's research on period poverty and stigma", <https://plan-uk.org/media-centre/plan-international-uks-research-on-period-poverty-and-stigma> (最終閲覧日 : 2021 年 3 月 24 日)

※2 : 他者や社会集団によって「一般と異なる」として個人に押し付けられた差別や偏見の対象として使われる属性やその属性に付随するネガティブなイメージ。

※3 : Plan International USA and Always®, "It's Time to Talk!: Menstrual Health & Hygiene in the U.S. Executive Summary", <https://always.com/en-us/itsstimetotalk> (最終閲覧日 : 2021 年 3 月 24 日)

※4 : Plan International USA and Always®, "It's Time to Talk!: Menstrual Health & Hygiene in the U.S. Executive Summary", March 2021, P.7.

※5 : 田中ひかる「生理用品の社会史」(KADOKAWA、2019 年) 参照。

我慢するなど、金銭的理由で生理用品の入手に苦労したことがある若者の割合が 20.1%にのぼる実態が明らかにされている※6。他方、先行調査では貧困との関係性に焦点が当てられ、生理用品以外の日用品や生活にかかる諸費用の中で、生理用品の購入がどの程度の優先順位がつけられているのか、また生理をめぐるスティグマについては十分に検討されたわけではない。

これらの先行調査を踏まえて、プラン・インターナショナルでは、日本のユース女性の生理をめぐる状況について、アンケート調査を実施した。調査は 2021 年 3 月に株式会社パイルアップの協力を得て、15 歳以上 24 歳までのユース女性で「生理がある」と回答した 2,000 人を抽出、合計 15 問の設問に回答してもらった。本レポートはこの調査結果を分析したものである。

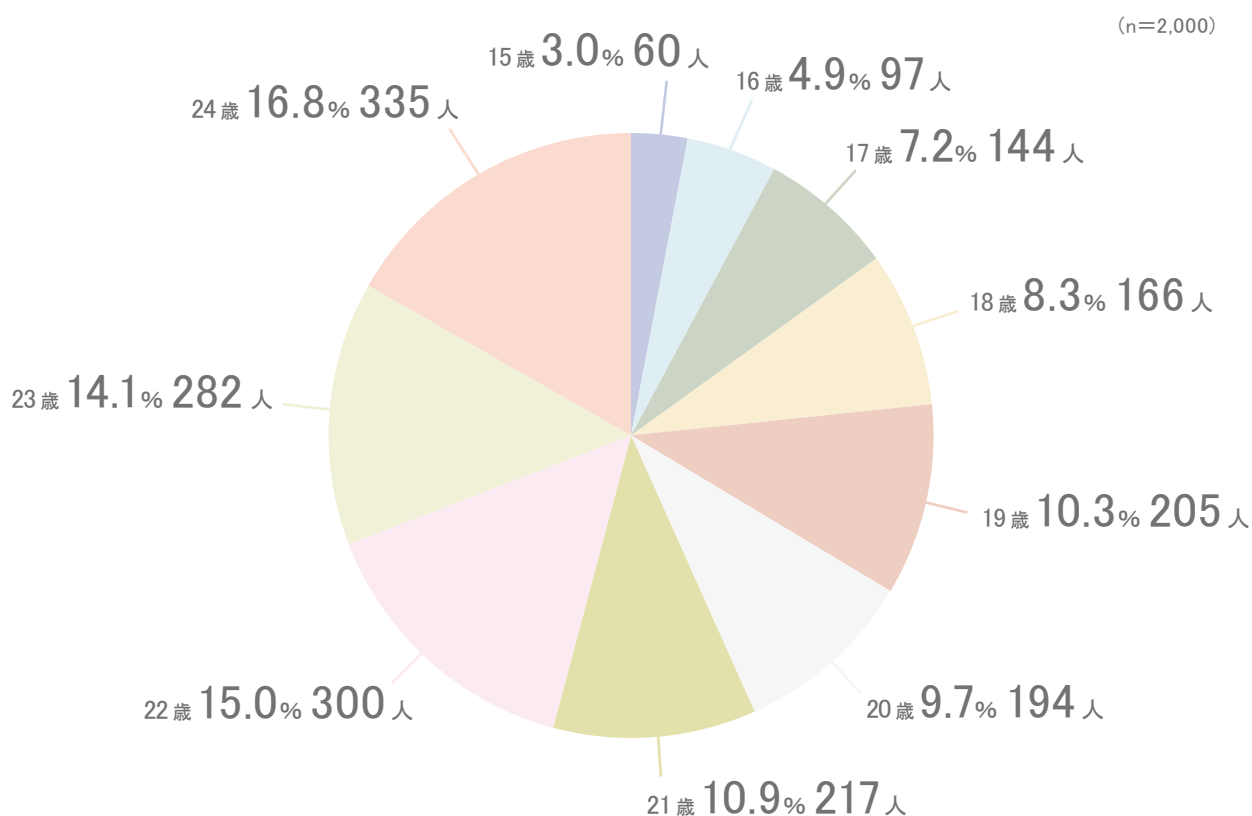
※6 : # みんなの生理「日本にも「生理の貧困」5 人に 1 人の若者が「金銭的理由で生理用品を買うのに苦労した」」<https://bit.ly/3JJsTjm>（最終閲覧日：2021 年 3 月 24 日）

1. 回答者の属性

1-1 年齢構成

回答者の年齢構成は以下の通りである。調査では均等割りをしていないことや、オンラインでのアンケート調査という性格上、20 歳以上に回答が集中する結果となった。

表 1：回答者の年齢

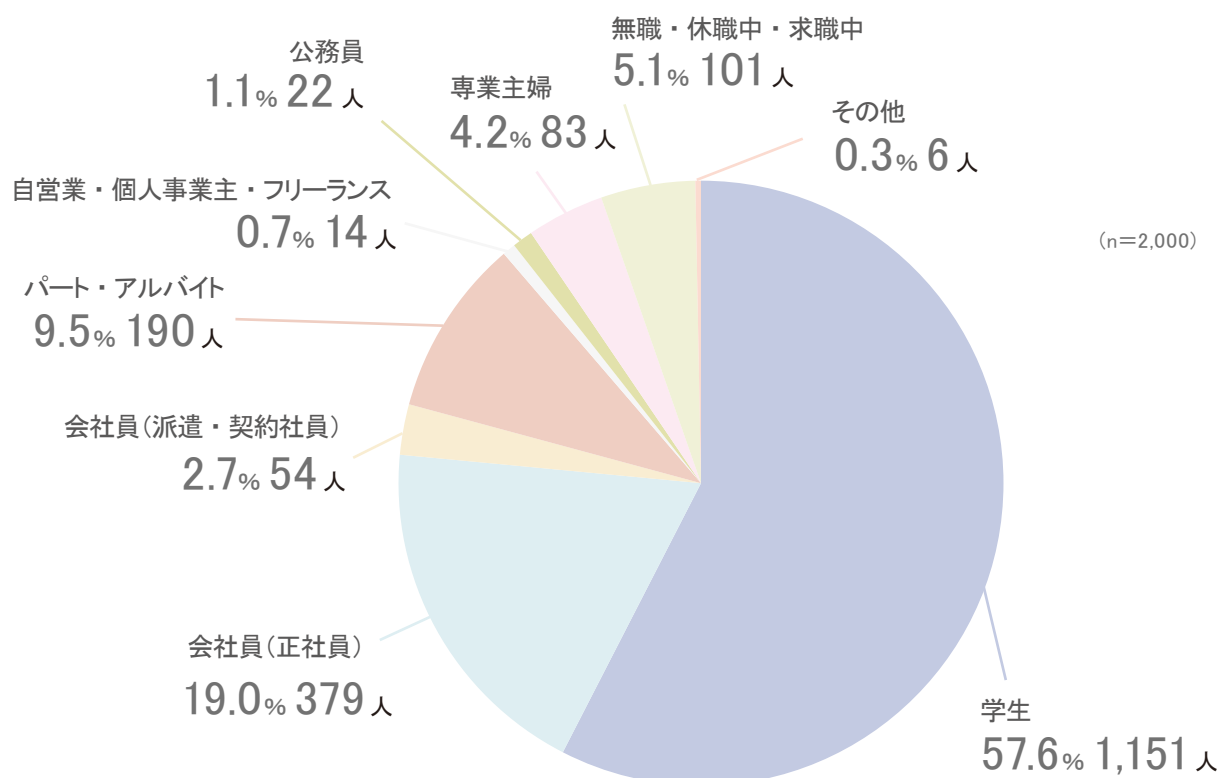


1-2 所属

回答者は対象者年齢が 15 歳以上としていることを反映して「学生」が半数以上となった。学生以外で多いのが「会社員(正社員)」379 人(19.0%)、次いで「パート・アルバイト」190 人(9.5%)となった。なお、「無職・休職中・求職中」と回答した 101 人の内訳は 16 歳 2 人、18 歳 3 人、19 歳 12 人、20 歳 10 人、21 歳 14 人、22 歳 15 人、23 歳 21 人、24 歳 24 人だった。18 ～ 20 歳は浪人生の可能性も推測されるが、その他は自発的・非自発的か否かは推測できないものの、職についておらず、生活状況が困難である可能性が高い。

「その他」の回答は専門職 3 人、家業手伝い 3 人であった。

表 2 : 回答者の肩書



1-3 居住形態

現在の住まいに関する質問では「親元（実家）で暮らしている」と回答した者は 1,394 人(69.7%)、「一人暮らしをしている」「寮・下宿・シェアハウスに暮らしている」合計 482 人(24.2%)と比較しても圧倒的に多い結果となった。これは回答者の過半数を占める学生 1,151 人中 905 人が親元（実家）で暮らしていることが影響していると考えられる。なお、親元（実家）で暮らしている学生以外の 489 人で大きな割合を占めていたのは、「会社員(正社員)」217 人が最も多く、ついで「パート・アルバイト」116 人、「無職・休職中・求職中」80 人だった。「無職・休職中・求職中」と回答した合計 101 人で一人暮らしや寮・下宿・シェアハウスに暮らしているのは 16 人に上ることが分かった。

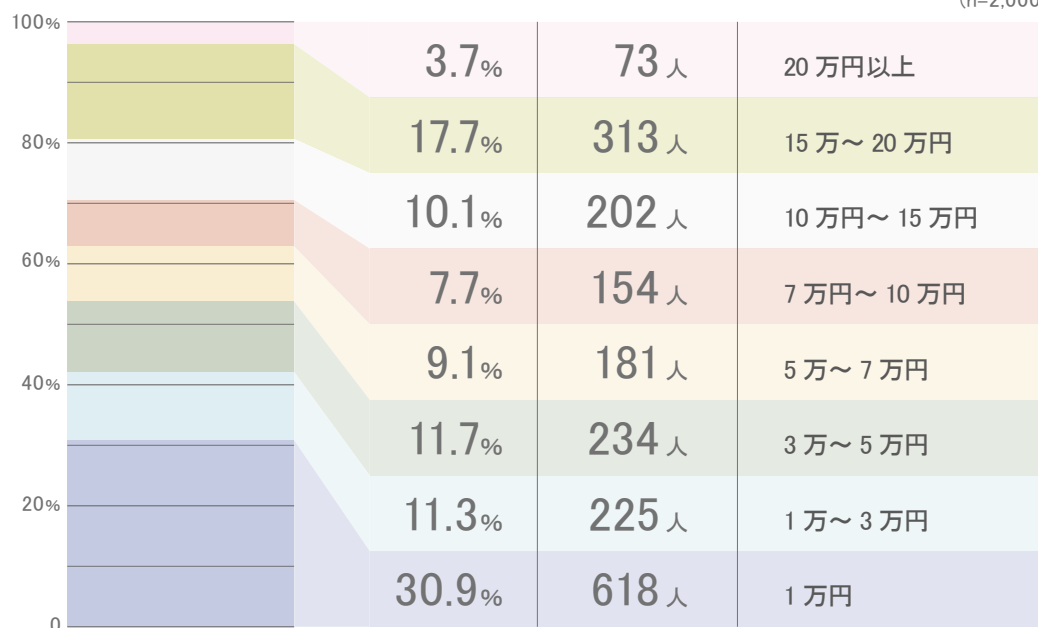
2. 収入と生活費の内訳

2-1 収入(仕送り・お小遣いを含む)状況

アンケートでは回答者のひと月の収入の平均を聞いた。学生の場合は、仕送りやお小遣いを収入に含めて回答してもらった結果が表3の通りである。

表3：ひと月の平均収入(仕送り・お小遣いを含む)

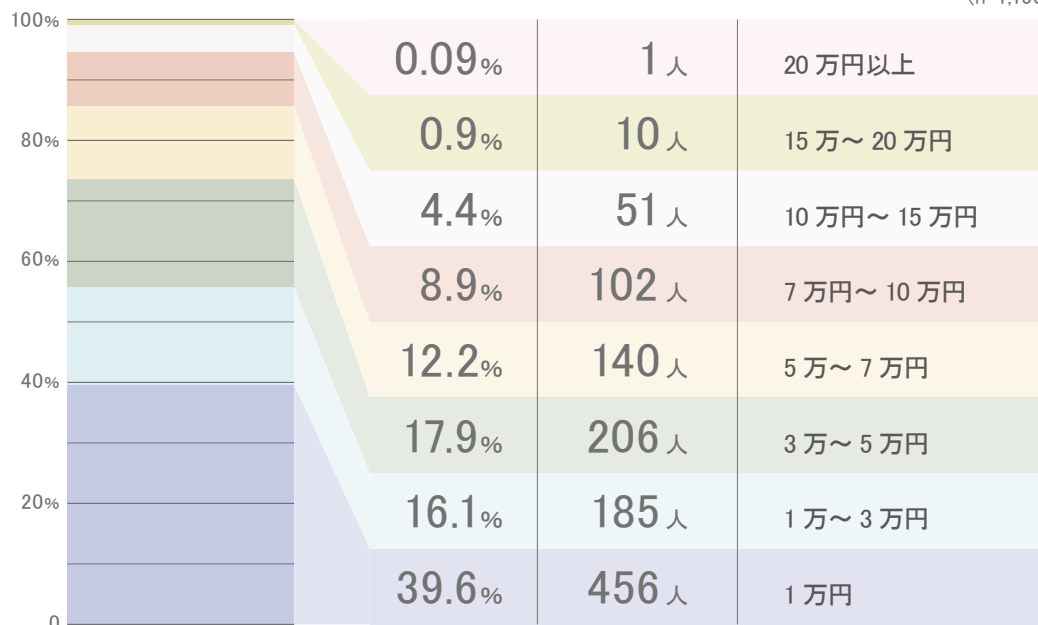
(n=2,000)



学生に限定してひと月の平均収入を聞いたものが表4となる。「月額1万円以内」「月額1万～3万円未満」が最も多く、55.7%を占めていた。この点は回答者の多くが学生であり、親や保護者からのお小遣いのみが収入源となっているためと推測される。

表4：学生のひと月の平均収入

(n=1,150)

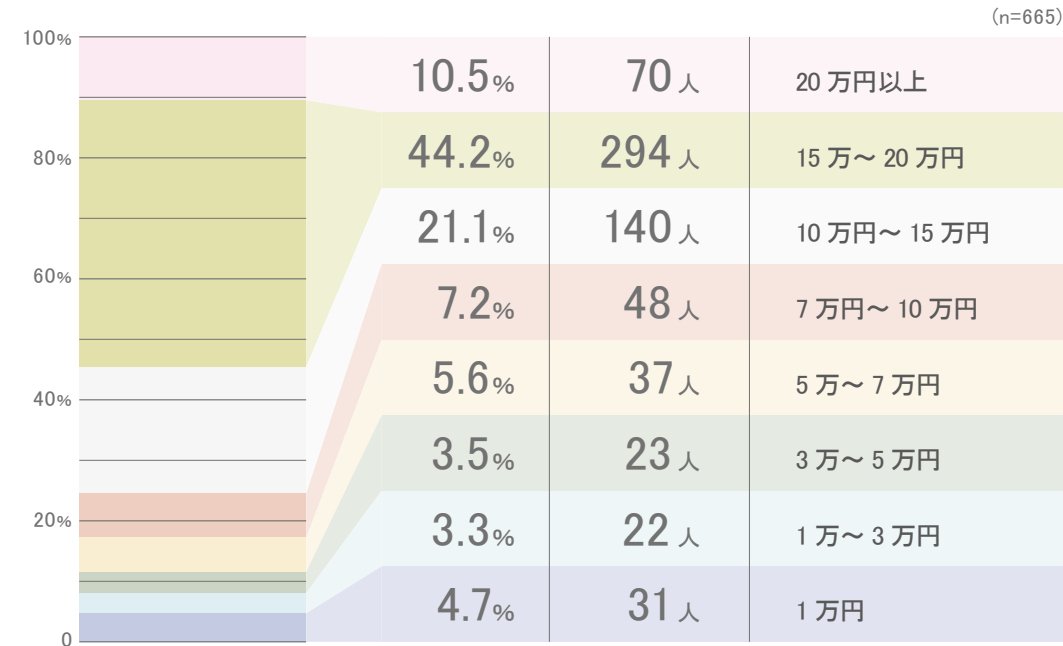


学生及び専業主婦、無職・休職中・求職中を除いた現在就労している 665 人に関するひと月の平均収入を示したものが表 5 となる。最も多いのは「15 ～ 20 万円以内」294 人 (44.2%) で次に「10 ～ 15 万」140 人 (21.1%) が続く。「10 万円以下」の収入であるとの回答は合計 24.3%であり、約 4 人に 1 人が 10 万円以下での収入で生活せざるを得ないことが見て取れる。

また、非就業者のうち専業主婦、「無職・休職中・求職中」を見ると、ひと月の平均収入が 10 万円以下となっている者は合計 184 人中 154 人であり、1 万円未満は 134 人となっている。

本調査では、世帯単位での収入状況に関する設問を設けていないため、生活状況が困窮しているとは断定することはできないものの、非就業者の場合自分の裁量で使えるお金は限定的であることが推測される。

表 5：就労者のひと月の平均収入



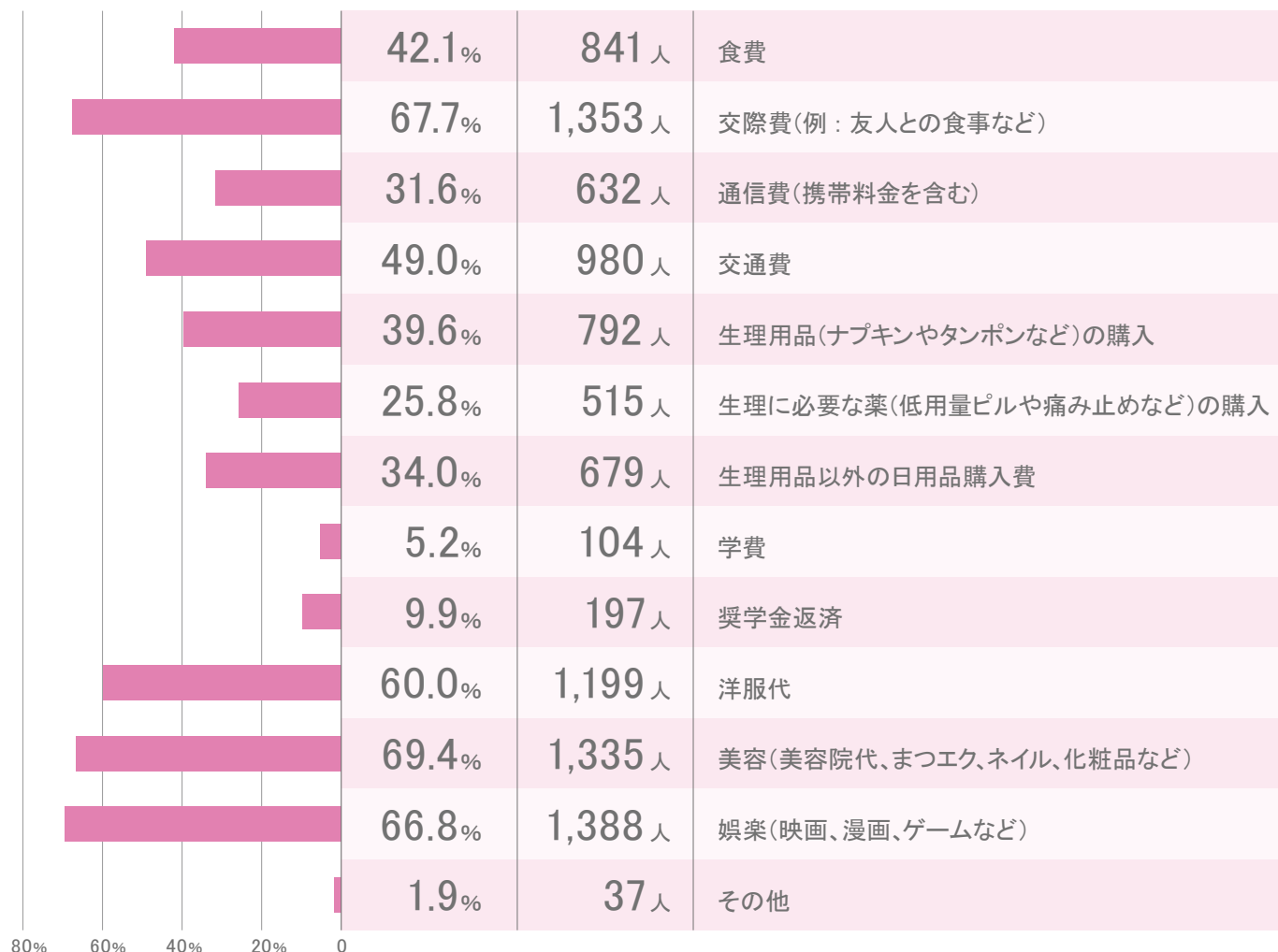
2-2 支出状況

アンケートで聞いた回答者のひと月の支出状況は表 6 の通りである。

表 6：自分で支出しているもの

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)

(n=2,000)

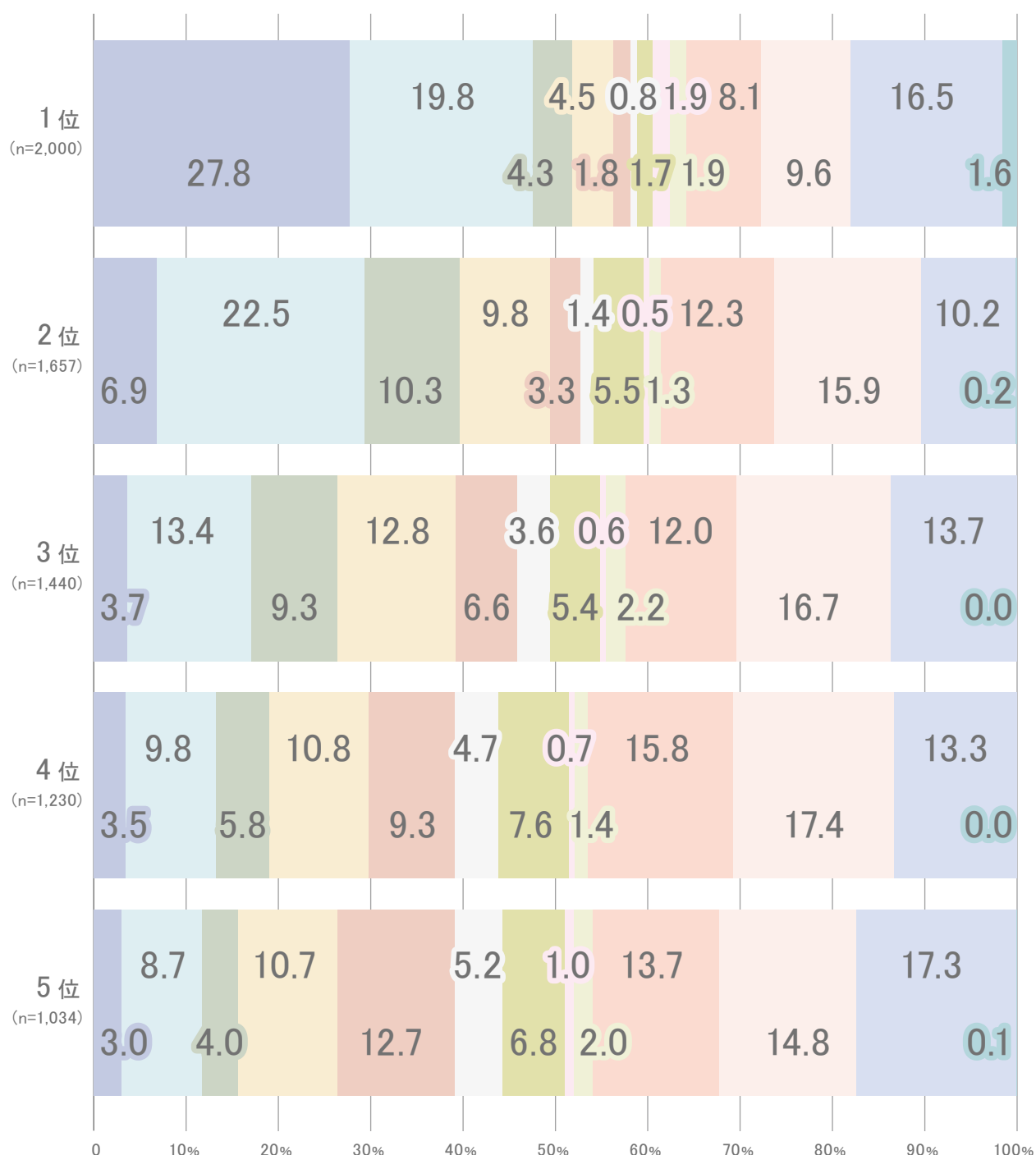
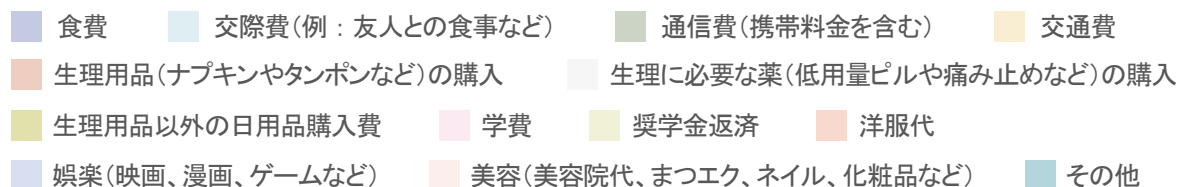


調査では、交際費や娯楽、洋服代、美容代を「自分で払う」と回答した者が 6 割を超えていた。それに対し「生理用品の購入」を選んだのは全体の 39.6%、「生理に必要な薬の購入」は全体の 25.8%となった。職業別に生理用品の購入を自分で行っている割合を見ると、学生 1,151 人中 298 人(25.9%)、就労者 665 人中 419 人(63.0%)、専業主婦および無職・休職中・求職中は 184 人中 75 人(40.8%)だった。また、生理に必要な薬(低用量ピルや痛み止めなど)の購入を自分で行っているのは学生 1,151 人中 187 人(16.2%)、就労者 665 人中 296 人(44.5%)、専業主婦および無職・休職中・求職中は 184 人中 32 人(17.4%)だった。

この費目に対して回答者には「あなたが支払うお金の使い道について、優先順位を1～5位まで教えてください」との質問を行ったところ、回答は表7の通りである。

表7：支出における優先順位

あなたが支払うお金の使い道について、優先順位を1～5位まで教えてください。



全体として「食費」を1位に挙げた回答者が最も多く556人(27.8%)だった。続いて「交際費」を1位に挙げた回答者が多く、395人(19.8%)であり、これは2位にした回答と合わせると合計767人となる(「食費」は2位と合わせると670人)。続いて多かったのは「娯楽」で1位の回答が330人(16.5%)、「美容」192人(9.6%)、「洋服代」162人(8.1%)となった。

「生理用品」を1位に挙げたのは36人(1位の回答の1.8%)であり、「その他」を含めた13の選択肢の中でも3番目に低い数字となった。ただし、「4位」の優先順位では13の選択肢中6番目、「5位」の優先順位では4番目とされており、優先順位は必ずしも低いとは言いきれないことが見て取れる。

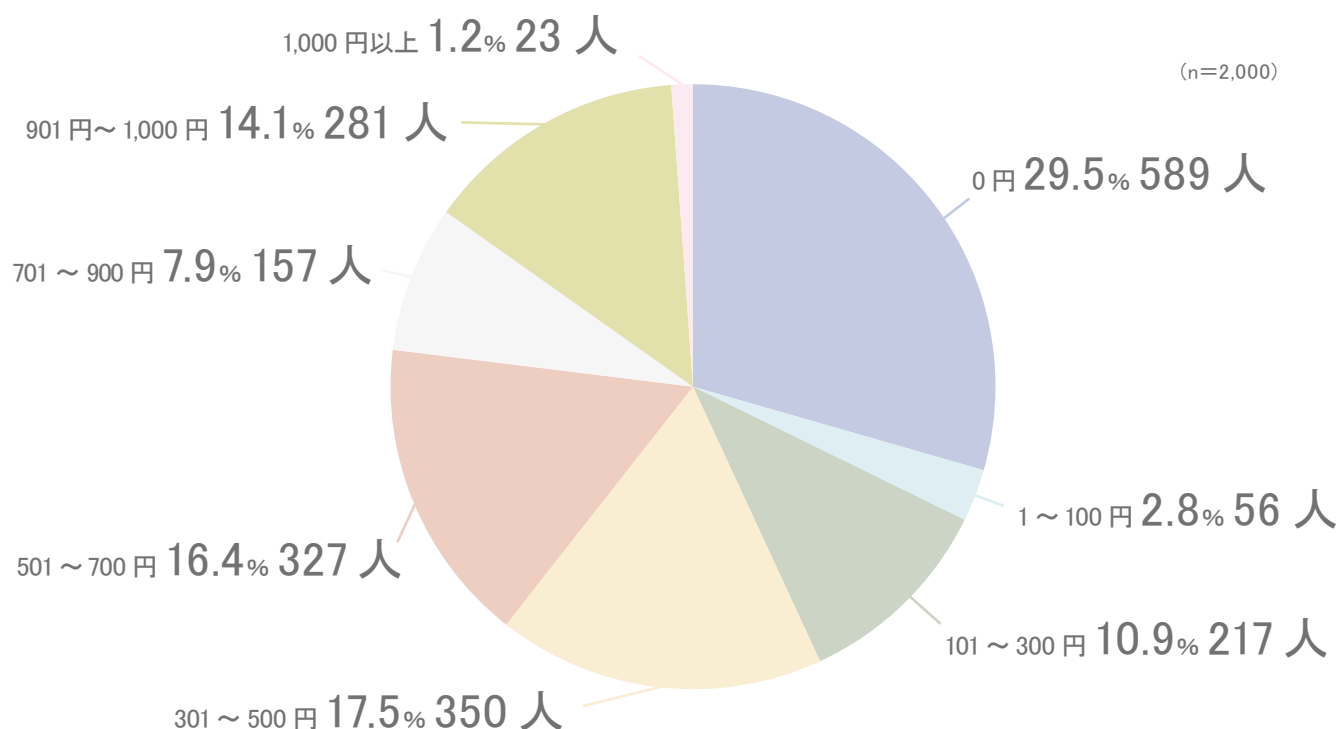
この優先順位を「親元(実家)で暮らしている」か、「それ以外」で分類してみると、「親元(実家)で暮らしている」1,394人中優先順位の1位から5位のいずれかに「生理用品の購入」を挙げた者は207人(14.8%)、「それ以外」の場合は606人中224人(40.0%)となった。親ないし保護者との同居の有無により、生理用品の購入を優先的に考えられるかに差があることが見て取れる。

3. 生理用品の購入にかかる費用

3-1 生理用品の購入状況

表 8 は生理用品の購入にかかる費用について質問した結果である。

表 8 : ひと月にかかる生理用品購入金額(低用量ピルや痛み止めを除く)



「0 円」と回答した 589 人 (29.5%) が最も多かったが、うち 550 人は「親元(実家)で暮らして」おり、親元(実家)以外で暮らしている残る 39 人中回答した 7 人も結婚していたり、同棲や姉妹で生活しているなどから、親や保護者、家族、同居者が購入していると考えられる。

次に割合として大きいのが「301 ~ 500 円」350 人 (17.5%)、「501 ~ 700 円」327 人 (16.4%) だった。このふたつの選択肢を選んだ回答者の職業は「学生」359 人 (53%)、「就労者」261 人 (38.6%)、「専業主婦」または「無職・休職中・求職中」57 人 (8.4%) だった。「学生」の場合生理用品を 300 ~ 700 円の価格帯で購入している者のうち、収入が「月額 1 万円未満」の者は 124 人 (34.5%)、「専業主婦」または「無職・休職中・求職中」のうちでは、収入が「月額 1 万円未満」の者は 57 人中 39 人 (68.4%) だった。また、「901 ~ 1,000 円」の価格帯をひと月の購入にかけている者も 281 人おり、そのうち収入が「月額 1 万円未満」の者は 66 人 (23.5%) に上る。

「1,000 円以上」と回答した 23 人 (1.2%) の平均購入額は 2,350 円であり、最も高い金額は「4,000 円」(24 歳パート・アルバイト) だった。23 人中ひと月の収入が 10 万円未満のものは 11 人であった。

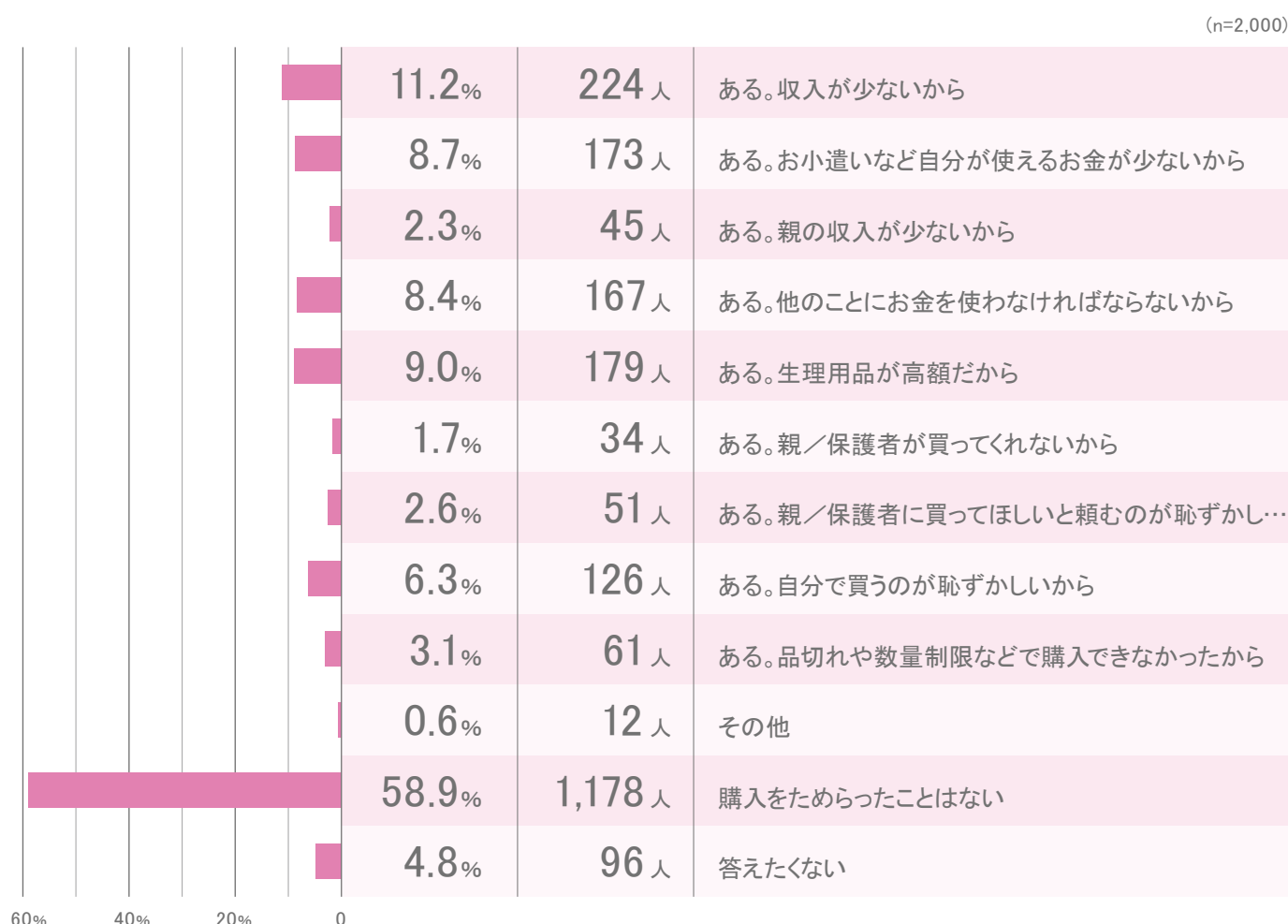
このことは、アンケート回答者の一部の中で、生理用品の購入がひと月の収入の中で比較的大きな割合を占めていることが推察される。

3-2 生理用品の購入の逡巡

生理用品の購入にかかる費用について「生理用品を購入・入手することができなかったり、ためらったこと」について、理由も含めて尋ねた結果が表 9 である。回答者の過半数にあたる 1,178 人 (58.9%) が「購入をためらったことはない」と回答したが、「答えたくない」(96 人)、「その他(親が買っている、買ったことがないなど)」(12 人中 9 人)を除く 717 人 (35.9%) は、「何らかの理由で購入や入手をためらったり、購入できなかった」と回答した。

表 9：生理用品の購入・入手をためらったことがあるか

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)



購入や入手をためらったり、購入できなかった理由として、「収入が少ないから」224 人(11.2%)、「生理用品が高額だから」179 人(9.0%)、「お小遣いが少ないから」173 人(8.7%)と収入や価格を理由に挙げる人が、「購入や入手をためらったり、購入できなかった」と回答した人の 8 割を占めていた。自分でナプキンやタンポンなど生理用品を購入すると回答した 792 人中、「収入が少ないから」を理由に購入をためらった人は 131 人 (16.5%)、「お小遣いなど自分が使えるお金が少ない」ことを理由に挙げた人は 85 人

(10.7%)、「親の収入が少ない」を理由に挙げたのは 16 人 (2.0%)、「生理用品が高額だから」を理由に挙げたのは 106 人 (13.4%) だった。任意の回答では「バイトしておらず、親の負担を増やすのが申し訳ないから」(17 歳学生) という意見も出された。

他方、「(購入・入手できなかつたり、ためらったことが) ある。親／保護者を買ってほしいと頼むのが恥ずかしいから」(51 人)、「(購入・入手できなかつたり、ためらったことが) ある。自分で買うのが恥ずかしいから」(126 人) と、「恥ずかしい」を理由に挙げた 177 人は、購入や入手をためらったり、購入できなかった 717 人の 24.7% を占めていた。

「親／保護者を買ってほしいと頼むのが恥ずかしいから」と回答した 51 人のうち、「学生」が 32 人 (62.7%) だったが、「会社員(正社員)」9 人、「パート・アルバイト」5 人など、就労している者でも「頼むのが恥ずかしい」と回答していた。また、「自分で買うのが恥ずかしいから」と回答した 126 人は、「学生」が 76.2% を占めていたが、それ以外でも「会社員(正社員)」11 人、「会社員(派遣・契約社員)」1 人、「パート・アルバイト」6 人、「専業主婦」3 人、「無職・休職中・求職中」9 人となっており、自分自身で購入することを「恥ずかしい」と感じる者が回答者全体の 8.9% を占めていた。このことは、学生や就労者に関わらず、ユース女性の中の一定数が生理用品の購入を「恥ずかしい」と考えていることがわかる。

3-3 購入できない場合の対処

前述のように、アンケートに回答した 2,000 人のうち 717 人は、生理用品の購入や入手をためらったり、諦めた経験があったが、生理用品を購入・入手することができなかつたり、ためらったときの対処法に関する回答が表 10 である。回答総数 726 人中最も多かったのが「ナプキン／タンポンなど長時間使ったり、交換する頻度を減らしたりした」513 人 (70.7%) であり、回答全体の約 7 割となった。次いで「トイレットペーパーやキッチンペーパーなどで代用した」275 人 (37.9%) との回答が見られた。

「ナプキン／タンポンなど長時間使ったり、交換する頻度を減らしたりした」513 人の内訳をみると年齢構成では 20 歳以上が 354 人と 69.0% を占める。この 354 人のうち学生は 141 人、就労者は 164 人を占めており、収入が 10 万円未満だったものは 354 人中 215 人だった。

その他で自由回答に最も多くみられたのは「親に購入してもらった」(25 回答中 7 人) という回答であり、その他「介護用オムツ代用」(24 歳専業主婦)、「安売りの日に買いに行く」(23 歳会社員(派遣・契約社員))、「親にもらった」(22 歳専業主婦)、「ポイントで購入した」(24 歳無職・休職中・求職中) との意見が見られた。「安売りの日に買いに行く」と回答したユース女性は、一人暮らしをしていて収入が月額 10 万円～15 万円未満だった。彼女の生理用品購入にかかる費用がひと月 1,500 円であり、この金額は家計の負担になることが推察される。

表 10：生理用品を購入・入手することができなかつたり、ためらったときの対処法

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)

(n=726)

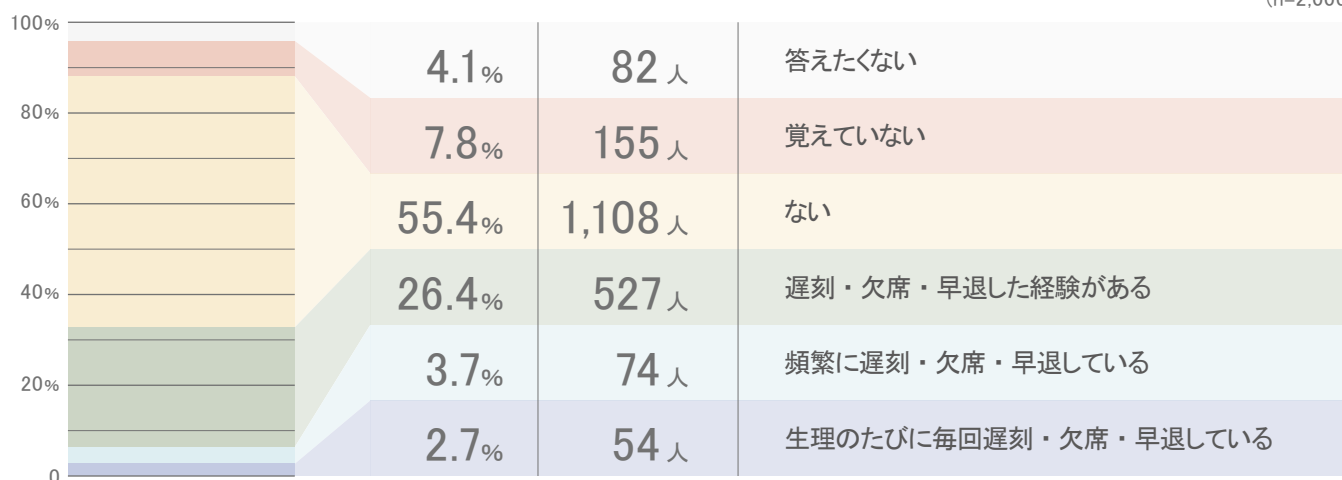
37.9%	275人	トイレットペーパーやキッチンペーパーなどで代用した
70.7%	513人	ナプキン／タンポンなど長時間使ったり、交換する頻度を減らしたりした
5.2%	38人	タオル・ガーゼなど布を使いまわした
3.4%	25人	その他

3-4 生理による行動の制約

表 11 は、生理が理由で学校や職場を休んだり早退した経験があるかについてたずねたものである。回答者の 55.4%にあたる 1,108 人は「ない」と回答したが、「遅刻・欠席・早退した経験がある」527 人 (26.4%)、「頻繁に遅刻・欠席・早退している」74 人 (3.7%)、「生理のたびに毎回遅刻・欠席・早退している」54 人 (2.7%)で、回答者のうち 10 人に 3 人が、生理によって遅刻・欠席・早退した経験があることが分かった。

表 11：生理が理由で学校や職場を休んだ経験

(n=2,000)



月経前、3～10日の間続く精神的な不調あるいは身体的不調は月経前症候群(PMS)として認知されつつあるが、低用量ピルでPMSや生理痛などの月経困難症を和らげられることがあることを「知っている」と回答したのは1,308人(65.4%)、およそ10人に6人が知っていた。生理によって遅刻・欠席・早退した経験がある655人のうち低用量ピルの効力を「知っている」と回答したのは486人(74.2%)、「遅刻・欠席・早退した経験がある」者のおよそ4人に3人が、薬の服用によって生理を理由とした体調の変化を改善する方法を知っており、さらにそのうち202人が実際に低用量ピルや痛み止めなどを購入していた。

「遅刻・欠席・早退した経験がある」者のうち実際に低用量ピルや痛み止めの効能を知りつつ購入に至っている者は30.8%である。このことは、PMSや生理痛の対処法は知っているものの、購入することで積極的に遅刻・欠席・早退せざるを得ない体調を管理しようという意識がそれほど深く浸透していないことを示している。

低用量ピルや生理痛の薬を購入しているかどうかに関する設問(表12参照)では、「購入する必要を感じない」831人(41.6%)に次いで、「自分で購入」424人(21.2%)、「親／保護者が購入している」287人(14.4%)との回答が見られた。他方で「購入できない」と回答した者は518人(25.9%)おり、そのうち「価格の高さ」225人(11.3%)、「新型コロナによる収入減」70人(3.5%)と経済的理由を挙げた者が300人近く(14.8%)となった。

また、「病院などに行くのが恥ずかしい」として購入できないと回答した者が117人(5.9%)、「周囲の反対」により購入していないと回答した者が46人(2.3%)いた。この点は生理をめぐるスティグマや、日本ではコンドームによる避妊法が主流であり、低用量ピルの場合日本における「ピルを使用する女性＝性に奔放な女性」というイメージで語られがちだった1960～80年代の議論を彷彿させるものである。

2019年の調査では、日本における低用量ピルの普及率は2.9%に留まっている※7とされているが、本アンケート調査では低用量ピルや痛み止めを購入したことがあるとの回答は515人(25.8%)だった。この数字は痛み止めも含まれるため正確な低用量ピルの購入者数を割り出すことは不可能ではあるものの、ユース女性のうち低用量ピルや痛み止めの購入を、自身の生活費の優先順位の1位から5位に位置づけた回答者は203人いたことから、日本の生理を経験している女性総人口の中でもユース女性が低用量ピルの購入意欲が相対的に高いことが考えられる。2020年以降のオンライン診療の解禁によって、対面せずに低用量ピルを購入することが可能になったことから、今後この購入を選択するユース女性も増えることが期待される。

※7: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). Contraceptive Use by Method 2019: Data Booklet (ST/ESA/SER.A/435), p.18. <https://bit.ly/3u4rM0X> (最終閲覧日: 2021年3月25日)

表 12：低用量ピルや生理痛の薬を購入すること

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)

(n=2,000)

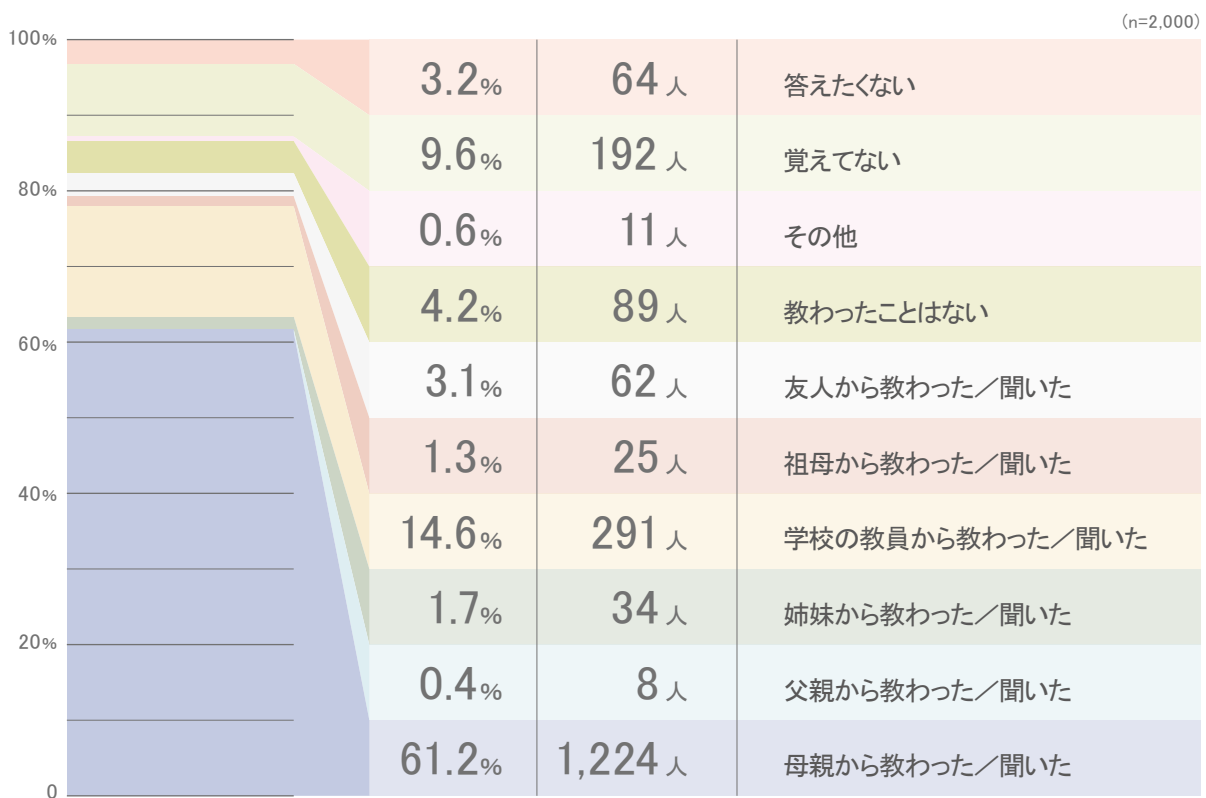
21.2%	424人	自分で購入している。
14.4%	287人	親／保護者が購入している。
11.3%	225人	高いため購入できない。
3.5%	70人	新型コロナによる収入減で購入できなくなった。
3.0%	60人	病院などが遠い・交通手段がないため購入できない。
5.9%	117人	病院などに行くのが恥ずかしいため購入していない。
2.3%	46人	親など周囲に反対されて購入できない。
41.6%	831人	購入する必要を感じない。
6.3%	125人	答えたくない

4. 生理をめぐる論点

4-1 初潮を迎えたときの経験

初潮を迎えたときの経験や感じたことを聞いた結果が表 13 である。「母親から教わった／聞いた」と回答した者が 1,224 人 (61.2%) で、10 人に 6 人は「母親から教わった」ことが分かる。「その他」の回答のうち「ネットから」が 4 人いたほか、「漫画」「テレビ」などメディアからの情報がリソースとなっている者が計 6 人いた。なお、年齢によって誰から教わったのかの差はなかったことから、ユース女性の主な情報源が「母親」「学校の教員」だと考えられる。

表 13：初潮を迎えたときに生理について誰に教わったか



現在生理については、例えば東京都の性教育の手引きによれば、小学校第4学年の「体の発育・発達」に関する授業の中で初めて取りあげられ、第5学年で生理の処理の仕方やマナー等を指導されている^{※8}が、2008年に行われた調査では平均初潮年齢は12.2歳であるが、10%は小学校4年時には初潮を迎えていた^{※9}。学校で教わる前に初潮を迎えたために、学校以外の場で生理の処理方法を教わった者が一定層いたと推察される。

日本で紙ナプキン「アンネ」が発売された1961年、アンネナプキン発売時に月経期にあった女性の多くは「初潮を迎えたときに誰にも教わったことが無い」と回答している^{※10}。ユース女性にとって祖母に近い世代に該当する世代が処理の方法を教わっておらず、その祖母から生理の対処方法を教わった母親から、現在のユース女性が生理の対処方法などを学んだとするならば、その知識は限定的にならざるを得ないことや、長い歴史の中で生理を「忌むべき、秘すべき、恥すべき」^{※11}ものと捉えられてきた生理に対する眼差しが伝えられたことが推察される。

※8：東京都教育委員会「性教育の手引（小学校編）」（2019年）第2章参照。https://www.kyoiku.metro.tokyo.lg.jp/school/content/files/about/text_s.pdf（最終閲覧日：2021年3月26日）

※9：大阪大学「発達加速現象の研究—第12回全国初潮調査結果—平成23年2月第13回全国初潮調査資料」、<http://hiko.hus.osaka-u.ac.jp/hinorin/introduction.pdf>（最終閲覧日：2021年3月26日）

※10：坂井素子「紙ナプキンの誕生による月経経験の変化—アンネ世代の証言からさぐる」『文化環境研究』第7号（2014年11月）、68-78頁参照。

※11：横瀬利枝子「生理用品の需要とその意義」『人間科学研究』第22号第1巻（2009年）、32頁。

4-2 生理での経験

「生理に関して嫌な思いをしたことがあるかどうか」をたずねた設問への回答が、表 14 である。最も多いのが「経血(生理の出血)が服などについたり、シミになったりしたこと」969 人(48.5%)で、次に「替えの生理用品がなくて困ったとき」691 人(34.6%)と生理の経血や生理用品等物理的に困難な状況が起きたことで嫌な思いをしたという回答が多くみられた。

表 14：生理に関して嫌な思いをしたことがあるか

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)

(n=2,000)

22.6%	451人	学校や職場で、教員や同僚に生理であることを伝えなければいけなかった
4.8%	91人	学校や職場で、生理についてからかわれたこと
4.2%	84人	学校や職場で、生理であることを自分の意思に反して公表されたり、公表させられたりしたこと
4.4%	87人	親／保護者に生理について怒られたり責められたりしたこと
5.2%	104人	親／保護者に生理に関する困りごとを理解してもらえなかったこと
13.3%	266人	「生理だからヒステリック」「生理だからイライラしている」など生理や女性に対する偏見を感じたことに
48.5%	969人	経血(生理の出血)が服などについたり、シミになったりしたこと
34.6%	691人	替えの生理用品がなくて困ったとき
17.6%	351人	生理用品を借りなければいけなかったとき
2.4%	47人	生理用品や生理の薬の広告を見たとき
26.1%	521人	トイレの汚物入れ・サニタリーボックスが汚いと感じたとき
17.7%	354人	学校や職場のトイレを使うとき
16.3%	326人	外出先の公共のトイレを使うとき
5.2%	104人	生理用品を購入するときに紙袋や色のついたビニール袋に入れられたこと
0.9%	18人	その他
2.1%	41人	答えたくない
23.1%	461人	嫌な思いをしたことはない

回答で経血などの身体的な問題への忌避感に次いで多かった回答が、学校や職場での生理に関する経験である。「学校や職場で、教員や同僚に生理であることを伝えなければいけなかったこと」451人(22.6%)、「学校や職場で、生理についてからかわれたこと」91人(4.8%)、「学校や職場で、生理であることを自分の意思に反して公表されたり、公表させられたりしたこと」84人(4.2%)などが挙げられた。

この中には、例えば学校で初潮を迎えたときに教員に伝えることや、職場での生理休暇の取得など「生理であることを伝えないといけない」状況に対する嫌悪感がある。厚生労働省は2014年の生理休暇の請求率が0.9%と公表した^{※12}。厚生労働省の報告に先駆けて2007年に全国労働組合総連合が実施した「女性労働者の健康・労働実態及び雇用における男女平等調査報告書」では生理休暇を請求しない理由に、「職場の人手不足(で請求できない)」のほか、「恥ずかしい、知られたくない」という意見が4人に1人から出されていた^{※13}。14年前の調査と比較しても生理になることを「恥ずかしい、知られたくない」という恥の意識が今なお根強いことが見て取れる。

また、回答で多くみられた意見に、トイレやトイレのサニタリーボックス(汚物入れ)を使用することへの忌避感が挙げられた。「トイレの汚物入れ・サニタリーボックスが汚い」521人(26.1%)と感じたのは4人に1人であり、「学校や職場のトイレを使うとき」354人(17.7%)、「外出先の公共のトイレを使うとき」326人(16.3%)と、トイレを使用せざるを得ないことを「嫌だ」と感じるものが推察される。

サニタリーボックス・汚物入れについては「汚物入れ」という言葉を用いることで「生理は不潔なもの」という意識を女性に刷り込むという指摘もされており^{※14}、使い捨てナプキンやタンポン、「汚物入れ」そのものへの嫌悪感と生理になることそのものへの嫌悪感も作り出すことも推察される。

公共や職場や学校のトイレを使用することをためらったために、月経中にタンポンなどを取り替えられなかった場合、生理用品によるレンサ球菌毒素系ショック症候群のリスクが高まることが指摘されている^{※15}。公共トイレを忌避することは、自分自身の身体にも悪影響を及ぼしかねない。

「恥ずかしい」「トイレを使用することをためらう」「サニタリーボックス・汚物入れを汚いと思う」という意見に加え、少数意見ながら見られたのが、「生理用品や生理の薬の広告を見たとき」47人(2.4%)、「生理用品を購入するときに紙袋や色のついたビニール袋に入れられたこと」104人(5.2%)だった。また任意の回答でも、「レジに男性の店員しかいなかったとき」(23歳会社員(正社員))、「消費税の値上げによりあまり生理用品が買えなくなった。薬の量も減らした、そのために学校の授業に集中出来なくなり、先生に怒られたこと」(15歳学生)、「教員に生理痛が酷い時に理解してもらえなかったとき」(19歳学生)、「生理痛があったり、不快感がある時」(22歳学生)などの意見も見られた。

※12：厚生労働省「『平成27年度雇用均等基本調査』の結果概要」(2016年7月26日) <https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/dl/71-27-07.pdf#page=24> (最終閲覧日：2021年3月25日)、23頁。

※13：全国労働組合総連合「女性労働者の健康・労働実態及び雇用における男女平等調査報告書」<https://www.zenroren.gr.jp/jyousei/2008/data/tyousa/01-04.pdf> (最終閲覧日：2021年3月25日)、46-40頁。

※14：田中、前掲書、注5。

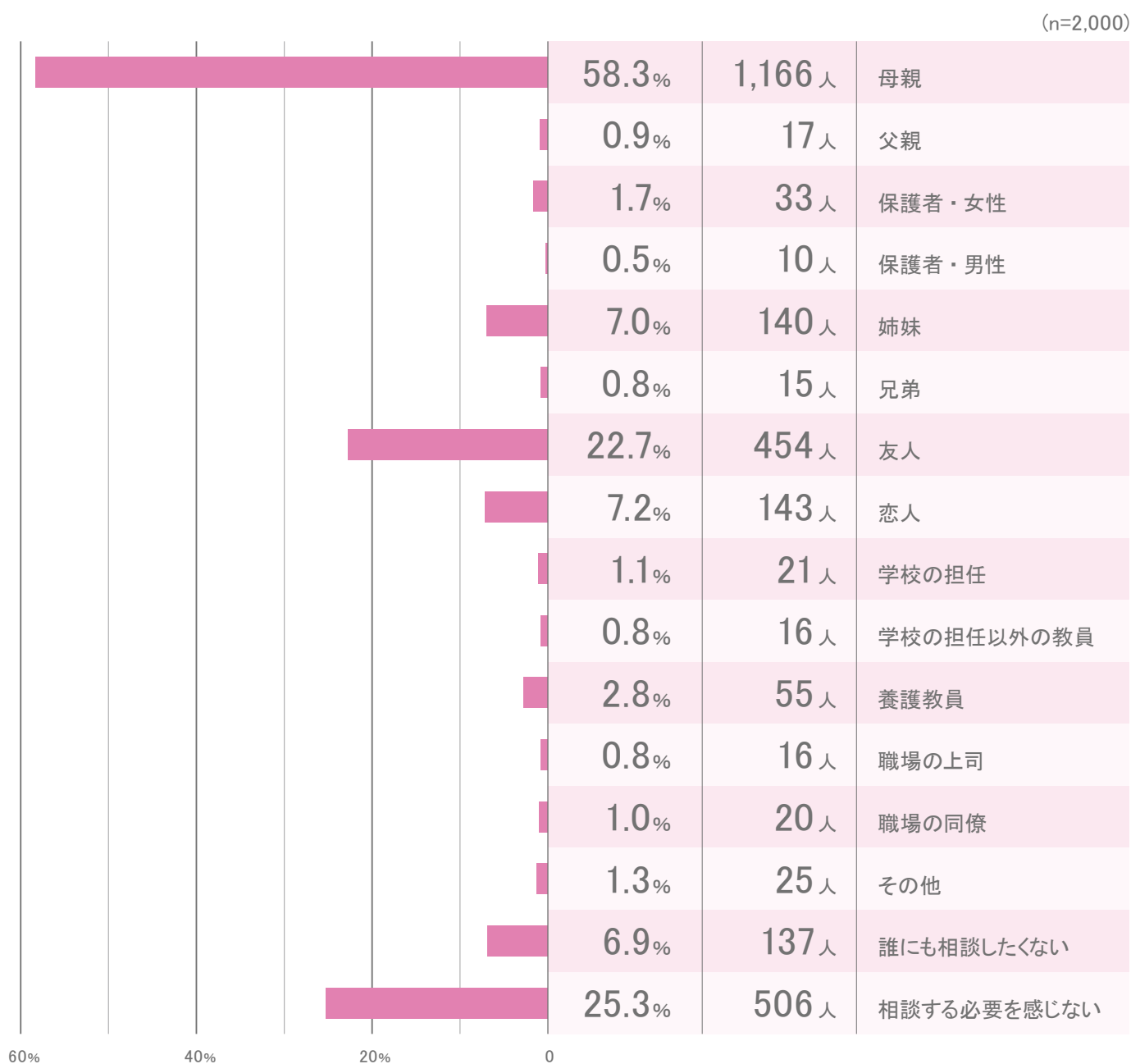
※15：キャロライン・クリアド＝ベレス 著、神崎朗子訳「存在しない女たち：男性優位の世界にひそむ見せかけのファクトを暴く」(2020年、河出書房新社)、66-7頁。

4-3 相談相手

「生理についてあなたは誰かに相談した／相談したいと思ったことはありますか？」という問いに対する回答は表 13 である。回答では「母親」1,166 人(58.3%)が最も多く、次いで「友人」454 人(22.7%)、「恋人」143 人(7.2%)となっている。母親とは対照的に「父親」「保護者・男性」との回答は 1.4%であった。

表 15 : 生理について相談した／相談したい相手

(注 : 複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)



4-4 生理について感じる事

「生理についてあなたが感じる事を選んでください」という問いかけの回答は表 16 の通りである。

表 16：生理について感じる事

(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致していない。)

(n=2,000)

15.9%	318人	バイトや部活、授業、仕事などを休まなければならず辛い
4.1%	81人	バイトや部活、授業、仕事などが休めて嬉しい
23.7%	474人	生理になったとき人に会いたくない
48.7%	974人	生理痛が辛い
26.1%	522人	PMS(月経前症候群)が辛い
12.6%	252人	PMS(月経前症候群)を分かってもらえない
9.0%	180人	母親・姉妹とは話せるが父親・兄弟と話せない
4.6%	91人	家族には話せない
6.2%	124人	どの家族とも問題なく話せる
2.7%	54人	友人に話せない
2.8%	55人	恋人に話せない
10.9%	218人	恥ずかしい／嫌だ
18.2%	363人	腹が立つ
30.1%	602人	生理になりたくない・生理を止めたい
3.3%	65人	生理があることは女性として嬉しい
1.1%	21人	その他
14.9%	297人	何も感じない
5.0%	100人	答えたくない

設問の選択肢は生理になることで「つらい」「嫌だ」と感じるネガティブな選択肢(表の黒字)と「嬉しい」などのポジティブな選択肢(表の赤字)が設定されたが、肯定的な選択肢を選んだ回答者は各設問共に10%未満であり、回答者の多くはネガティブな選択肢を選んだ。

もっとも多いのは「生理痛がつらい」974 人(48.7%)で、回答者 2,000 人のうち半数近くが「生理痛がつらい」と感じたことがあると推察される。また、体調の変化に関連して PMS (月経前症候群) についても「PMS がつらい」522 人(26.1%)、「PMS を分かってもらえない」252 人(12.6%)と回答しており、およそ 4 人に 1 人が PMS に苦しんでいるが、約 8 人に 1 人が、PMS への理解不足を感じていた。任意の回答でも「外出時に痛みやお手洗いなどで思い切り楽しめない」(23 歳会社員(正社員))や「生理痛がひどいの、学校や病院実習を休めず辛かった」(22 歳学生)などの意見が見られたなど、生理や PMS への周囲の理解不足が指摘された。

また、「生理になりたくない・生理を止めたい」602 人(30.1%)、「恥ずかしい／嫌だ」218 人(10.9%)、「腹が立つ」363 人(18.2%)など、生理について否定的な印象を持つユース女性が一定の割合存在することがうかがえる。任意の回答でも「普通に嫌だし、できるなら男性になりたい」(15 歳学生)、「生理が来ないと不安」(18 歳学生)といった意見も見られた。

また、家族や友人、恋人に「話せない」、という選択肢については友人や恋人よりも「母親・姉妹とは話せるが父親・兄弟と話せない」180 人(9.0%)、「家族には話せない」91 人(4.6%)という回答を選択した者が多い結果となった。他方で「どの家族とも問題なく話せる」との選択肢を選んだ者も 124 人(6.2%)おり、生理をめぐる会話は回答者によって差異があることが見て取れる。

結論

2,000 人のアンケート調査を通じて得た結論は以下の通りである。

1. ユース女性のひと月にかかる生理用品の購入は 300 ～ 700 円程度であり、生理用品の購入の優先順位は中位程度である

- 生理用品の購入は実家（親元）で暮らしている場合は自分で購入していないケースが多い。一人暮らしなどをしているユース女性は自分で購入しているが、優先順位は中位程度である。しかし、一部のユース女性の中には、ひと月の収入に占める割合が高くなるために、購入が負担となるケースもみられる。

2. 回答者の 10 人に 3 人が生理用品の購入をためらったことがある

- 「購入をためらったことがある・購入できなかった」割合は、回答者の 35.9%に上る。理由として「収入が少ないから」(11.2%)、「生理用品が高額だから」(9.0%)、「お小遣いなど自分が使えるお金が少ないから」(8.7%)「他のことにお金を使わなければならないから」(8.4%)など、経済的理由が挙げられた。経済的理由以外に「恥ずかしいから購入できない、親に購入を頼めない」を理由に挙げたのは 8.9%だった。
- 「購入できない」、「購入をためらった場合」、長時間ナプキンやタンポンを使用したり代用品を使う事に対応している。長時間使用は感染症を引き起こす恐れがある。

3. 生理や PMS によって遅刻・欠席・早退した経験がある人で低用量ピルや痛み止めを購入している人は限られている

- 「遅刻・欠席・早退した経験がある」者のうち、実際に低用量ピルや痛み止めの効能を知りつつ購入に至っている者は 30.8%だった。このことは、PMS や生理痛の対処法は知っているものの、購入することで積極的に遅刻・欠席・早退せざるを得ない体調を管理しようという意識がそれほど深く浸透していないことを示している。

4. 生理についての情報源が限られている

- 初潮を迎えたときに誰に教わったのかについて「母親」「学校の教員」との回答が多かった。特に「母親」から教わったとする回答が 10 人に 6 人だった。
- 専門知識がない者からの生理の対処方法を教わることで、「生理を忌むべきもの」とする生理への忌避感がユース女性へ伝達されたことが推察される。

5. 生理になることへのネガティブな印象が強い

- 「嬉しい」などポジティブな回答は 13.6%だった。48.7%は「生理痛が辛い」と感じており、およそ 2 人に 1 人が生理痛を経験している。
- 生理をめぐる嫌悪感で最も強いのは経血をめぐる経験だった(下着や洋服に染み出る、など)。次いで生理をめぐって「学校や職場で伝えないといけないとき」「自分の意志に反して学校や職場で公表させられた時」の意見が出され、生理を意に反して公表せざるを得ないことへの嫌悪感が見られた。
- 公共トイレの使用やサニタリーボックス・汚物入れへの嫌悪感も見られる。4 人に 1 人がサニタリーボックス・汚物入れに嫌悪感を示していた。
- 生理については「恥ずかしい」「家族と話せない」などのスティグマが見られる。
- 10 人に 3 人が、「生理になりたくない・生理を止めたい」と考えている。

これらの結果から見て取れるのは、生理用品の購入についてユース女性の中で優先順位は決して高くはないものの、常につきまとう問題であることだ。生理全般について経血トラブルや生理痛、PMS など不快な経験をした者もあり、生理になったことを「嬉しい」と捉える雰囲気には程遠い。生理用品の購入をためらう者の中には金銭的な理由を挙げる者が多かったが、5 人に 1 人は「恥ずかしい」と考えていた。レジで袋に入れられる「特別扱い」への恥ずかしさや、男性店員に見られることへの恥ずかしさなど、購入する行為によって自分が「生理である」と第三者に公表せざるを得ないことへの羞恥を見ることができる。

このネガティブな印象の背景にあるのが、公共施設のトイレやサニタリーボックス・汚物入れへの嫌悪感だ。「汚い」「不浄」とみなしつつ、女性は 1 日に何度も生理用品の交換のためにトイレへ足を運ばないといけない。そして女性がトイレに滞在する時間は、一般的に男性よりも長い。公共トイレへのアクセスをできるだけ減らそうとする結果、外出を控えたり、長時間生理用品を使用することによる感染症の原因ともなりかねない。

「生理になりたくない・生理を止めたい」と回答した者が全体の 602 人 (30.19%) を占めていたことは、生理がどのようにユース女性に受け止められているかを示しているように思われる。生理痛や生理そのものへの嫌悪感は、生理をめぐる困難を示すものだといえるだろう。

近年ジェンダーをめぐる議論が活発になる中で、生理をめぐる論点も取り上げられるようになった。2020 年に相次いで出版された親や保護者向けの子どもへの性教育に関する書籍の出版もその流れに類するものと言えるだろう。他方、生理とは何か、その対処方法を教える側であるユース女性よりも上の世代にとって、生理につきまとうイメージは決して「オープンにして話すべきもの」とは言えない状況にある。

出産適齢期の女性のうち、20～25%はつねに生理中であり、閉経までに約40年間、約1ヵ月に1週間あまりの経血期間と前後のPMSを経験するとするならば、多くの女性にとって生理は日常であり、恥ずべきものでも隠すべきものでもない。1961年に発売された紙ナプキン「アンネ」は、それまで経血時に多くの身体的な制約を受けざるを得なかった多くの日本人女性を解放させた。他方、アンネとアンネに続く紙ナプキンやタンポンなど生理用品の販売によって、多くの女性たちがこれまで抱えていた生理による負担を軽減させたとは言え、生理をめぐる言説は今なお嫌悪感と忌避感、不浄のものとする意識が根強く残っている。

生理を忌避する背景のひとつには、思春期に入るユース女性の「同世代の男の子・男性に知られたくない」という意識もあることが想像される。前掲の性教育の手引きでは小学校第4学年男女共に生理について知るとされるが、さらに一歩進めて同世代間で「話しにくい」「恥ずかしい」の意識がなくなるための生理の仕組みや身体への影響を学ぶ機会が求められる。

出産適齢期である女性にとって日常である生理は当たり前であり、不浄のものではないという意識を持つことが重要である。そして日常は決して忌むべきものではない、という意識を持つことが、女性が女性自身の身体を肯定し、その身体をめぐる現象を積極的に受け入れ、そして社会に対しても、女性の多用な身体の変化に対応した取り組みを推進することを求める第1歩につながると確信している。

プラン・インターナショナルは、子どもの権利を推進し、貧困や差別のない社会を実現するために世界70カ国以上で活動する国際NGOです。創立は1937年。長年にわたり、子どもや若者、地域の人々とともに地域開発を進めてきました。すべての子どもたちの権利が守られるよう、とりわけ女の子や女性への支援に力を入れています。市民社会、政府機関や国際機関と連携しながら、世界を持続的に、前向きに変えていきます。

本報告書に関するお問い合わせ

公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン アドボカシーグループ

HP : www.plan-international.jp

TEL : 03-5481-6100

E-mail : advocacy@plan-international.jp