

IGS Project Series No. 22

2021 年 7 月 16 日開催

IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）記録集
生理の貧困

Proceedings of IGS Online International Seminar
Period Poverty

お茶の水女子大学ジェンダー研究所

Institute for Gender Studies

Research Organization for the Promotion of Global Women's Leadership

Ochanomizu University

2021 年 7 月 16 日開催

IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）記録集

Proceedings of IGS Online International Seminar

生理の貧困

Period Poverty

2022 年 2 月

お茶の水女子大学

ジェンダー研究所

—目次—

1. 2021年7月16日開催 IGS オンライン国際セミナー（生殖領域） 「生理の貧困」を開催するにあたって	5
2. 報告： カースティン・マックロード（エディンバラ・ネピア大学准教授） 報告タイトル：生理の貧困をテーマにした ドキュメンタリーフィルム“Bleeding Free”から	8
Bleeding Free: A Documentary Film About Period Poverty	14
スライド	22
登壇者紹介.....	35
長島美紀（プラン・インターナショナル・ジャパン） 報告タイトル：生理からみる日本のジェンダー課題 機会損失・スティグマをめぐる私たちの問題.....	36
Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation: The Challenges Posted by Lost Opportunities and Stigma	41
スライド	47
登壇者紹介.....	60
3. 参加者からの質問と討論	62
4. 参加者からの感想とコメント.....	68
5. 開催報告（日・英）	72

2021年7月16日（金）開催
IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）

『生理の貧困』を開催するにあたって

豊かに見える現代社会の中で、経済的な理由から、生理用品を手に入れることに苦労している女性たちがいます。また月経の影響を受けて、大事なチャンスを逃す女性も少なくありません。月経はほとんどの女性にとって一生のうちの一定の期間、ほぼ定期的に経験する身近な生理学的現象であるにもかかわらず、私たちはこの月経に関連する問題に十分に注意を払ってきたでしょうか。

ジェンダー研究所が2020年11月に開催したオンラインセミナー「月経教育と女性の生涯の健康」では、月経は女性の健康と重要な結びつきを持っているのに、月経に関する教育が学校教育でも社会の中でもまだ不十分である現状が多様な方面から報告されました。セミナーに参加した方からも多くの反響をいただき、その中に女性だけでなく、社会全体がもっと月経の知識を持ち、月経に関する問題に向き合うべきだという意見もありました。そこで、女性の月経に関するIGSセミナーの第2弾として、最近マスメディアなどでも取り上げられることの多い「生理の貧困」に焦点を当て、多くの専門家や一般の方たちと、この問題について考え議論したいと、このセミナーを企画しました。

若い女性たちの中には、貧困のため、月経という女性として避けることのできない生理現象が原因で、就職や人生におけるステップアップのための大事な機会を喪失している人が少なくありません。そこでイギリスの研究者で、映像制作のスペシャリストでもあるエディンバラ・ネピア大学のカースティン・マックロード氏と、日本の研究者であり活動家でもあるプラン・インターナショナル・ジャパンの長島美紀氏を招いて、この問題をジェンダーの視点から議論しました。2人は英国と日本の月経の影響でさまざまな問題をかかえる女性たちを紹介し、この問題の複雑さや根深さを私たちに提示してくれました。お茶の水女子大学をはじめ、多くの大学や教育機関、公共の場でも、生理用品の無償提供を検討するようになってきています。マックロード氏にご報告いただいたエディンバラでは政府が生理用品の無償提供を行っており、日本においても学ぶべきことが多くあるように思います。

このセミナーが、貧困と女性の健康や、貧困と女性の機会喪失についてご参加いただいた方々の考える場となり、今後の活動の展開の一助となればと思います。

2022年2月
IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）企画および報告書編集作成責任者
お茶の水女子大学ジェンダー研究所
特任講師
仙波由加里

2021年7月16日開催
IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）

生理の貧困 Period Poverty

IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）

Period Poverty 生理の貧困

最近マスメディアなどでも取り上げられることの多い「生理の貧困」という問題。本セミナーでは、これをテーマに、イギリスの研究者および映像制作のスペシャリストであるカースティン・マックロード氏と、日本の研究者であり活動家でもある長島美紀氏を招いて、月経に関連してさまざまな問題をかかえる女性たちに目を向け、ジェンダーの視点から議論したいと思います。



カースティン・マックロード（エディンバラ・ネピア大学）
Kirsten MacLeod, Ph.D. (Associate Professor at Edinburgh Napier University)

生理の貧困をテーマにしたドキュメンタリーフィルム“Bleeding Free”から
Bleeding Free: A Documentary Film About Period Poverty



長島美紀（プラン・インターナショナル・ジャパン）
Miki Nagashima Ph.D. (Plan International Japan)

生理からみる日本のジェンダー課題：機会損失・スティグマをめぐる私たちの問題
Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation:
The Challenges Posed by Lost Opportunities and Stigma

司 会

仙波由加里（お茶の水女子大学ジェンダー研究所）
Yukari Semba Ph.D. (IGS, Ochanomizu University)

言語：英語（日本語逐次通訳付き） 通訳者：松村直樹 (Colts Works)

2021年7月16日(金) 17:00～19:00(JST)
9:00～11:00(GMT)

オンライン開催
(ZOOM Webinar)

事前申込・登録制（参加無料）
右のQRコードか当研究所のHPからお申し込みください

お問合せ：ジェンダー研究所 igsoffice@cc.ocha.ac.jp



お茶の水女子大学ジェンダー研究所
<https://www2.igs.ocha.ac.jp/>

生理の貧困をテーマにした ドキュメンタリー映画“Bleeding Free”から

Bleeding Free: A Documentary Film about Period Poverty



カースティン・マックロード
エディンバラ・ネピア大学准教授

Kirsten MacLeod, Ph.D
Associate Professor at Edinburgh Napier University

要 旨

本プレゼンテーションでは、私たちが作成し、つい最近、初上映したドキュメンタリー映画、『*Bleeding Free*』と、その映画がテーマとしている生理の貧困に関連する現状や課題をいくつか提示します。この映画はエディンバラ・ネピア大学の学生と一緒に制作したもので、その中心となっているテーマは、貧困が若い女性や少女たちの教育と人生のチャンスにどのような影響を与えているかです。

この映画では、大学に設置する生理用品ディスペンサーを設計した3人のスコットランド人学生の活動を軸に描きました。スコットランドには生理用品を必要とするすべての女性と少女が生理用品を利用できるようにするという政府の方針がありますが、この方針に影響を受けての活動でした。映画の中では、政府の政策レベルから、教育機関内で選挙運動をしている学生や女子学生まで、生理の貧困に対する意識を高めるためのさまざまなアプローチを取り上げています。女性のサッカー選手の経験や、高レベルのスポーツをする女性たちが月経の時にどのように対処しているかなど、女性と少女の日常の経験に焦点を当てて描いています。またこの映画では、ウガンダでの活動も取り上げました。ウガンダで行われている女子に再利用可能な生理用ナプキンの作り方を教える学校でのプロジェクトから、女性が生理用パッドを製造し販売する事業の立ち上げまでを支援するコミュニティファシリテーターや高齢者の参加の様子、月経に関する健康教育へのサポート等、さまざまなアプローチを紹介します。映画を通して過酷な時代の貧困の経験から、あらゆるイニシアチブがコミュニティ内に組み込まれ、男性を巻き込みながら、広いコミュニティの賛同を得て、持続的な成功と影響力を持つ必要があるという重要なメッセージを発信します。

Abstract

In this presentation Kirsten will talk about the 2021 documentary film, *Bleeding Free* and some of the themes it presents in relation to period poverty. The film was produced by Kirsten and students at Edinburgh Napier University. Its central theme is the impact period poverty can have on the education and life chances of young women and girls.

Charting the story of 3 Scottish students who are designing period product dispensers for their university, the film includes the development of the Scottish government's policy of making period products available to all women and girls "who need them." In Scotland the film looks at a range of approaches to raising awareness of period poverty– from a government policy level to students and schoolgirls campaigning within their institutions. It highlights the experiences of female footballers and how they cope with menstruation in high level sport, as well as the everyday experiences of women and girls. In Uganda the film offers an insight into different approaches to menstrual health education and support, from projects in schools teaching girls how to make re-usable sanitary pads, to community facilitators and elders who support women to set up businesses making and selling pads. A key message from the experiences of those challenging period poverty is that any initiatives must be embedded within communities and with the buy-in of that broader community, including men to have lasting success and impact.

報 告

はじめに

お茶の水女子大学 IGS の皆さん、本日はご招待くださりありがとうございます。今回このように講演をする機会を得ることができて、本当に光栄に思っております。この講演ではドキュメンタリー映画のご紹介をいたしますが、皆さん、それを観て、映画の上映会の開催等、ご興味を持たれましたら、是非とも私にご連絡ください。この講演の最後に、私の連絡先とウェブサイトのリンクをお知らせいたします。それでは早速、スライドを共有したいと思います。

今回の講演ですけれども、ドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"をご紹介します、イギリス、それと特にスコットランドとウガンダの生理の貧困に関する問題に焦点をあてます。これからお見せするいくつかのスライドの途中では、映画の一部を再生していきます。早速ですが、まずお見せる最初の動画は、この映画の冒頭のシーンになります。ではご覧ください。

<https://vimeo.com/manage/videos/574088073>

ドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"について

私は 2018 年から 2021 年にかけて、エディンバラのネピア大学の学生や同僚とともに、50 分間のドキュメンタリー映画 "Bleeding Free"を制作し、今年の 5 月に上映会を開きました。これは学部の垣根を越えて共同制作された映画でしたが、学生にとっては生理の貧困に対して社会的

な影響を与えることを、実作業を通じて学習する機会にもなりました。主要なスタッフは、デザイン、映画、テレビの学部の学生とその職員で編成された、「ブリーディング・サウォール」というグループ、そして「スチューデントフューチャーズチーム」の就職コーディネーターでした。デザイン学部の学生は、生理用品のディスペンサーの設計を担当し、映画とテレビの学部の学生は、このドキュメンタリー映画の広報とキャンペーンの資料作成を担当しました。

このような映画制作のプロジェクトの原動力となったのは、学校、大学での生理用品の無償提供という、2018年のスコットランド政府の取り組みでした。これはスコットランドの生理の貧困を排除するための、モニカ・レノン議員のキャンペーンの一環として発足した取り組みです。この取り組みは2016年に始まり、今回のプロジェクトが開始する頃には、モニカ・レノン議員は2017年に無償生理用品のスコットランド法案というものを提出し、そしてアバディーンという都市でのパイロットプロジェクトに関する審議が実施されていました。2018年の8月に、政府は、教育現場、そして支援団体に対する生理用品の無償提供を確約し、慈善団体や図書館、コミュニティセンターなどの全ての公共施設での製品の無償提供に資金を提供することになりました。このようなスコットランド政府の取り組みがきっかけとなり、ネピア大学の職員と学生はより広範囲な生理の貧困の問題に取り組み、自分たち自身で変化を促すプロジェクトに取り組むことを決めました。

スコットランドにおける生理の貧困

このスコットランドでは、モニカ・レノン議員のキャンペーンが開始するまで、生理の貧困というのは隠されていて、人が話すこともない、認められていないような現象でした。生理の貧困は生理用品を購入する余裕のない低所得者に影響を与えるだけでなく、一般の女性や少女たちも、生理用品を入手することが困難なために、教育現場や職場、そして公共の場所で様々な影響を受けています。また、生理の貧困は、ジェンダー差別、特に教育現場での若い女性や少女の人生における機会の喪失に直結し、影響を及ぼしています。ジェンダーのスティグマと社会的な不名誉として機能し、その存在が恒久的に続くのです。

スコットランドでは2018年に、2000人以上の若者を対象にした「ヤングスコット」と呼ばれる調査が実施され、以下のことがわかりました。まず教育を受けている人の26%、約4分の1が前の年に衛生用品の入手に苦労したと答えています。また、回答者の17%は、フードバンクなどの慈善団体や友人を頼りにしたことがあると答えています。また、5人に1人が経済的事情から、生理用品を使わずに過ごさなければならなかったと答えています。また、10人に1人は、衛生用品の購入よりも、食料品など他の重要な家庭用品を優先せざるを得なかったと述べていました。

2017年に、イギリスで「プラン・インターナショナル・UK」という団体が実施した、イギリスの14歳から21歳の1000人を対象とした調査があるのですが、この対象者の10%が生理用品を買う余裕がなかったと言っております。また15%、少女の7人に1人は、生理ショーツを購入する際に苦労したと報告しています。あと、少女の10人に1人以上、12%が、価格の問題のために生理ショーツを買えず、他の物で代用しなければならなかったと言っています。「自分の生理について教師と自由に話すことができます」というように答えた少女は22%、5人に1人とどまっていた。

教育の影響

では、映画で触れられている内容や場面から見てくる、広範な問題のいくつかについて話を進めていきたいと思います。まず教育に対する影響です。この映画では、生理用品を入手することができない場合の教育に対する影響について触れています。特にスコットランドでは、公共の場での入手の困難さが、スティグマだったりジェンダーにおける差別の原因になっています。イギリスでは少女の49%が、生理が原因で学校を終日休み、そのうちの59%が本当のことを隠したり他の言い訳を言ったりしていました。あと、少女の64%が生理のために体育の授業やスポーツのレッスンを欠席しており、そのうち50%の少女が本当のことを隠したり他の言い訳をしていました。

スコットランドで初めての生理用品の無償提供のパイロットプロジェクトが始まってから1年後、また同じような調査を行ったところ、回答者の89%は生理が来ることについてあまり心配しなくなったと答えています。また64%の回答者は、生理中でも通常の活動が続けることが困難ではなくなってきたと答えています。さらに25%は、生理用品を入手できるようになってからは、精神的な健康、あるいはウェルビーイングといったものが改善したと言っています。

ウガンダにおける「生理と女性」

今度はウガンダの例です。ウガンダの月経に関する教育の担当者とコミュニティのメンバーは、「少女は生理が始まると通学することを諦めなければならないという厳しい現実を経験している」と語っています。このことは、生理用品の入手が困難でトイレの施設も乏しく、自分の生理をちゃんと認められた形でコントロールすることができないからです。このような問題に直面している少女は、自分の学校や人生において多くの機会を失っています。ウガンダでは、中等学校に入学している少女はわずか22%で、91%の少女は小学校止まりです。農村部に暮らす少女は、学校に行く可能性が最も低い集団に属しています。研究者の調査によりますと、生理用品のコスト、あるいは生理をコントロールするときの困難さが原因で、少女が学校から締め出されていると分析されています。

政策の重要性

では、物事の変更に影響を与える政策の重要性について話をすすめたいと思います。この映画では変化を与える・影響を与える政策の重要性についても触れていますが、モニカ・レノン議員のキャンペーンの様子を紹介しています。この箇所の冒頭で、彼女は2018年のスコットランド議会で提案を提出し、衛生用品というのは必需品であって贅沢品ではないというように主張しました。スコットランドは、生理用品の入手を保障する世界で最初の国となり、年間推定870万ポンドの費用をこれに充てています。ウガンダでは、モニカ・ニラグハブア氏が、平等と変化を確実にする最善の方法として、世界中の政府に生理用品の無償提供を確約するように働きかけています。

知識の必要性

今度は知識という側面についてお話ししたいと思います。この映画では、社会的スティグマの影

響と、知識の欠如というものが組み合わさることで、どのようにこの生理用品の入手を困難にする障壁が生まれるのか、また、知識を得ることで少女をどのように守ることができるか、そういった側面についても触れています。またネピア大学の学生と、グラスゴーの女子学生の経験を描き、生理が始まったときに最初どのような経験をしたのか、そして生理に関する知識不足がどのようなものであったのかということも紹介しています。具体的には、イギリスでの調査が、以下のことを示しています。7人に1人、14%の少女は自分に生理が始まったときに何が起きているのかわからなかったと言い、また4分の1以上、26%の少女は、生理が始まったときにどうしたらいいのかわからなかったと回答しています。ウガンダのカンパラという場所で、月経教育を担当している人や女子生徒の語りから、少女も、また家族ですら生理が始まったときには何が起きているのかわからなかったと言っており、これも知識の欠如を表しています。しかし同時に、学校や家庭からの支援を受けている少女であれば、自信と安心感をちゃんと持つことができるということもわかってきています。

月経教育とキャンペーン

この映画の中では、ますます活発化している月経と健康に関する啓発運動やキャンペーン、教育や政策の変化の様子も描いています。ネピア大学の学生は、「ブラッディ・ビッグ・ブランチ」という企画を立ち上げました。その目的は、学生たちの生理の貧困に対する意識を高め、そして月経、生理にまつわるスティグマをなくすことです。また、グラスゴーにある聖ムンコ学校の女子生徒たちは、学校でキャンペーンを実施し、クラスメートの知識の向上に努めていました。生理に関して活発な活動を実施しているビクトリア・ヒーニー氏は、彼女の研究とキャンペーンについて語っています。また、社会的企業である「ヘイ・ガールズ」という団体は、生理用品を実際に生産し、また教育プログラムも提供しています。

一方ウガンダでも、月経、生理の健康教育に関しまして、様々なアプローチをとっています。例えば「ガール・アップ」という団体がありまして、そこのモニカ・ニラグハバ氏は、自信を醸成するためのプログラムを通じて、少女が自分で発言するための勇気と力を与え、あるいは男性や少年を含むコミュニティ全体に対して啓蒙活動を実施し、少女が自分で生理用ナプキンを作製する方法を教えています。あとは、「アイライズ・インターナショナル」という団体がありまして、ここでは学校やコミュニティグループと協力して、月経教育と支援を提供しています。また、「公衆衛生アンバサダー・ウガンダ」というところでは、若い世代が主導で運営をし、月経や公衆衛生に関するメッセージを学校に対して直接発信しています。あとは「デイズ・フォー・ガールズ」では、女性に対して生理用品ナプキンの作製方法を教えますし、コミュニティの講師を通じて、ソーシャルエンタープライズの起業にも貢献しています。この映画では様々なアプローチが紹介されていますが、その目的は、映画を観た人が今度は自信を持って生理について話し、自分たちの生活で変化を起こし、他者への支援を提供してもいいんだと、そういうことを感じてもらうようにするということです。また、このウガンダで進行中の、今までにはないような革新的な取り組みと、そういった取り組みが世界の他の国々にとっての模範になり得るということ、それも重要なテーマです。

それではここで、もう一つ、動画をご紹介します。その内容は、ネピア大学の学生による生理の貧困に対するキャンペーンと意識向上のための活動、そしてウガンダにおける再利用可能な生理用ナプキンやその他の用品を生産する、ソーシャルエンタープライズを運営する女性を紹介しています。<https://vimeo.com/manage/videos/574369591>

スティグマと羞恥心

次に、スティグマと羞恥心ということについてお話をします。この映画では、スコットランドとウガンダの両方で、生理を取り巻くスティグマと羞恥心についても触れています。実際、このモニカ・レノン議員の法案の目的の一つも、スティグマとの闘いがありました。イギリスでの研究では、生理と生理用品の入手に関してもスティグマというものが存在するということが明らかにされています。まず、イギリスの14歳から21歳の少女の半数近く、48%は、生理について羞恥心を持っていると答えています。あと、14歳から21歳の少女の71%は、生理用品を購入することは恥ずかしいことだというように感じています。ローさんという方は、1990年に月経、生理の存在を示す全ての証拠を隠されなければならないという前提を中心に、女性と少女が遵守すべき規則と行動というもの、それが月経のエチケットになっているということについて言及しました。こういったことを遵守するためには、多くの気遣いを伴います。女性と少女は経血を隠すだけでなく、経血を隠す生理用品自体も隠さなくてはなりません。しかも、生理中であるということ気付かれなないようにしなければなりません。ロー氏の言葉を借りると、これらの慣行というのはジェンダー階層の産物であり、階層の強化であるということになります。もっと最近の話になりますと、モファット氏とピカリング氏、この二人は月経、あるいは生理のスティグマとタブーが与える真の影響、そしてこの月経のエチケットを、二重負担であると論じました。両氏はこのような二重負担というのが、技術と組み合わせたとき、制度的にさらに大きな存在になると言っています。具体的には、サニタリーボックスや生理用品のディスペンサーなどの技術がなかったり、あるいは機能していない場合、女性と少女は社会的インフラの支援がないところで自分の生理を見えないようにしなければならない。つまり、第二の負担を経験することになります。アイルランドのサッカー選手の経験は、この問題の実際に示しています。サッカークラブでは衛生用品を提供する場所がなく、女子選手は生理用品を入手することができません。映画で紹介されている内容ですけれども、ネピア大学の学生は、政府の方針によって生理用品をすべて無償で提供されることが決まって、ディスペンサーを製作しました。これは今述べたような、負担に対応する前向きな方法です。学生や女子学生が行ったキャンペーンというものは公開されますし、それぞれの学校、大学でも実施状況を確認することができます。また、ソーシャルメディア上でもその内容は共有されています。ヘイ・ガールズという団体に属しているモリーさんは、アイライズ・インターナショナルのアクロさんと同様に、学校での授業を通じて、羞恥心というのは無用の産物だと伝えています。

男性たちの関わりと理解

ここでは、男性や少年からの側面についてもお話します。特に重要なのは、スティグマをなくそうと努力する中で、男性や少年、そしてコミュニティにも対話に参加してもらうということが

必要だということです。この映画に登場する何人かの人たちが、このことを指摘しています。この点はグラスゴーの女性生徒にとって、特に重要な意味を持ちます。なぜなら、ウガンダのガール・アップのモニカさんがいっておられるように、少年あるいはコミュニティ全体が少女の発言に反対したり、生理用品の入手を支援しないと、仮に少女が発言する勇気を持っていたとしても、それが意味のないことになってしまうからです。この映画ではまた、男性に欠けているのは月経を理解しようとする意志ではなくて、月経に関する知識であるということをユーモアを交えて紹介しています。

それでは、ネピア大学の男子生徒が生理について話し、その後高校生が男子生徒にキャンペーンへの参加を呼びかける様子をお見せしましょう

<https://vimeo.com/manage/videos/574364472>

まとめとして

ではまとめに入ります。生理用品を無償で提供するということは、生理の貧困を終わらせるのに役立つだけでなく、ジェンダー平等を促進することにも役に立ちます。この映画では、冒頭のタイトルから実例、あるいはスコットランドとウガンダの女性と少女のリアルな経験まで紹介してきましたが、映画の中で伝えたかったメッセージは、まず生理用品は全ての人に無償で提供されるべきであるということです。生理は恥ずかしいことではないし、隠される必要があるものでもありません。恥ずかしいもの、隠されるべきものというふうに思う限り、生理用品の入手の困難さ、女性の人生における機会の喪失や不平等は永遠に続いてしまいます。個人にも組織にも、できることは必ずあります。また、変化を実現させるということは可能です。このような変化を支援、促進するには、政治家をも巻き込んでいく必要があります。

皆さん、ご静聴ありがとうございました。

Presentation

Thank-you for inviting me to the Institute for Gender Studies at Ochanomizu University to speak. I am really honoured to be invited and to have the opportunity to talk with you. Please do contact me if you are interested in hosting screenings of the film! I will share details at the end and with the hosts of the Website and my contact details.

I will share my slides with you now.

SLIDE 1

In this presentation I will discuss the documentary film, *Bleeding Free* and use it to highlight issues relating to period poverty in the UK – specifically in Scotland and also in Uganda. I am going to share some slides and show clips from the film. This first clip I am showing is from

the beginning of the film.

CLIP1 : BEGINNING OF FILM: <https://vimeo.com/manage/videos/574088073>

SLIDE 2

Background the Film

I produced the 50-minute documentary, *Bleeding Free*, with students and colleagues at Edinburgh Napier University between 2018 and 2021, launching it in May of this year. It was a collaborative inter disciplinary production that embedded work based learning for students with social impact aims relating to period poverty. At its heart was the collective, *Bleedin Saor* made up of Design and Film & Television students and staff along with our placements coordinator from the Student Futures team.

The Design students were tasked with designing dispensers for period products in schools and universities and the Film & TV students to make publicity & campaigning materials and a documentary film.

SLIDE 3

Every Student Should Have A Free Period

The impetus for this project was the Scottish Government's initiative in 2018 to provide free period products in schools, colleges and universities. This came midway in what was MSP Monica Lennon's campaign to eliminate period poverty in Scotland.

This had begun in 2016 and by the time our project started Monica Lennon had lodged a **Free Period Scotland Bill – Draft** (11 August, 2017) and a consultation process was underway with a pilot project in the city of Aberdeen.

In August 2018 the government's commitment to free period product provision in education included supporting communities by funding free products for charities and in all public buildings such as libraries, community centres.

This Scottish Government initiative inspired the Napier staff and students to engage with the broader issues of period poverty and take on a project to promote change themselves.

Period Poverty in Scotland *was* a hidden, unspoken and unacknowledged phenomenon until Monica Lennon's campaign. **Period poverty** affects those on low incomes who cannot afford access to period products, as well as being part of a broader lack of access to period products in public places (such as the workplace and education) where women and girls often need period products.

SLIDE 4

Period Poverty Reflects & Impacts

Period poverty reflects & impacts GENDER INEQUALITY, THE LIFE CHANCES of women and

girls, especially in EDUCATION & is a function of and perpetuates gendered STIGMA and social shame.

SLIDE 5

Period Poverty in Scotland

In Scotland a **Young Scot** 2018 survey of more than 2000 young people found that:

- Around a quarter (26%) of respondents in education said they had 'struggled to access sanitary products' in the previous year.
- 17% said that they had at some point relied on charitable sources, such as food banks or friends.
- Nearly one in five respondents said that they had had to go without period products because of finances,
- one in 10 said they had been forced to prioritise other essential household items, such as food, over buying sanitary wear.

SLIDE 6

Period Poverty in The UK

- A **survey (by Plan International UK) in 2017** of 1,000 14-21 year olds in the UK reported that: 10% of those surveyed had been unable to afford sanitary products, while 15% (One in seven girls) had struggled to afford sanitary wear
- More than one in ten girls (12%) has had to improvise sanitary wear due to affordability issues
- Only one in five (22%) girls feel comfortable discussing their period with their teacher

I would like to draw out aspects and scenes from the film and discuss some of the broader issues they exemplify or represent.

SLIDE 7

Impact on Education

The film seeks to emphasise the impact on education that lack of access to period products can have – in Scotland especially through the stigma and lack of access in public places creating gender inequality.

- UK - 49 per cent of girls have missed an entire day of school because of their period, of which 59 per cent have made up a lie or an alternate excuse
- UK - 64 per cent of girls have missed a PE or sport lesson because of their period, of which 52 per cent of girls have made up a lie or excuse
- A year after the initial Scottish pilot project for free sanitary provision, '89% of respondents admitted they were less worried about having their period, 64% were more able to continue with day-to-day activities during their period, and 25% said having

access to products has improved their mental health and wellbeing.

SLIDE 8

Uganda-Education

In Uganda the testimony of menstrual educators and community members reveals the lived experience of the stark drop off for girls in education attendance when they begin menstruation. The challenges faced by girls with lack of access to products, to toilet facilities, and to the dignity to manage their periods, means many miss school and their life chances are significantly impaired.

- In Uganda, only 22 per cent of girls are enrolled in secondary schools compared with 91 per cent in primary schools, with those living in rural areas being the least likely group to go to school. Researchers believe that the cost of hygiene products and the difficulties in managing periods play a key role in keeping girls out of school.

SLIDE 9

The Importance of Policy to Affect Change

The film demonstrates the importance of policy to affect change. It loosely charts Monica Lennon's campaign, opening with her 2018 Proposal in the Scottish parliament where she asserts that, "**sanitary products are a necessity, not a luxury.**" Scotland is the first nation in the world to guarantee this access to menstrual products, costing an estimated £8.7 million per annum.

In Uganda, Monica Nyiraguhabwa calls on governments around the world to commit to free sanitary provision as the best way to ensure equality and change.

SLIDE 10

Knowledge

The film highlights how a lack of knowledge combined with the impact of social stigma can create barriers to accessing menstrual products and how our young girls want to be armed with that knowledge. The film draws on the experiences of Napier students and Glasgow schoolgirls who recount their first experiences of getting their periods and the lack of knowledge they had when menstruation began. UK data has shown that:

- One in seven (14 per cent) girls admitted that they did not know what was happening when they started their period and more than a quarter (26 per cent) reporting that they did not know what to do when they started their period

This lack of knowledge was further reflected in Uganda where menstrual health educators and schoolgirls in Kampala tell us stories of girls and even their families not knowing what is happening when girls begin menstruation.

We also witness however the confidence and assurance of girls who are supported by their families and schools.

SLIDE 11

Campaigning & Menstrual Health Education – the film reflects a growing movement of menstrual health awareness, campaigning, education and policy change.

- The students at Napier organise the Bloody Big Brunches that raise awareness of period poverty to their peers and with the aim of de-stigmatising menstruation.
- The schoolgirls at St. Mungo's School in Glasgow run a campaign at their school and educate their classmates;
- period activist Victoria Heaney speaks about her research and campaigning
- and social enterprises such as Hey Girls, produce period products and deliver education programmes.

SLIDE 12

Education & Social Enterprise

In Uganda we see different approaches to menstrual health education.

- Monica Nyiraguhabwa of Girl Up empowers girls through confidence building programmes, she educates communities, including men and boys and teaches skills for girls to make their own pads.
- At Irise International, they work with schools and community groups to deliver menstrual education and support;
- Public Health ambassadors Uganda is youth led, taking menstrual and public health messages directly into schools;
- Days for Girls train people in period pad production as well as initiating social enterprises through community trainers.

The film shows a range of approaches and aims to encourage audiences to feel confident in talking about periods, making a change in their lives and supporting others. It was important as well to represent the innovative work being done in Uganda and how initiatives there can set examples for the rest of the world.

FILM CLIP 2 Campaigns & Social Enterprises:

This clip shows the Napier students campaigning and raising awareness of period poverty; and in Uganda a woman who runs a social enterprise making re-usable sanitary pads and other goods.

<https://vimeo.com/manage/videos/574369591>

SLIDE 13

Stigma and Shame

The film highlights the stigma and shame surrounding menstruation in both Scotland and Uganda. Combatting stigma was an aim of Monica Lennon's bill.

Research in the UK demonstrated the stigma still surrounding periods and access to products

- Nearly half (48 per cent) of girls aged 14-21 in the UK are embarrassed by their periods
- 71% of 14-21 year olds felt embarrassed buying period products

Laws (1990) has framed as "menstrual etiquette" the rules and behaviors for women and girls which are centred around the premise that all evidence of menstruation must be hidden. This entails a lot of work - women and girls must conceal both blood and the products used for this concealment. And all the while ensuring menstruation is not mentioned. These practices are, for Laws, "***both a product and reinforcement of gender hierarchies.***"

Moffat and Pickering (2019) have discussed the real impacts of the stigma and taboo of menstruation and managing this menstrual etiquette as a '**double burden.**' They highlight how this intersects with technology and is reinforced institutionally - when technologies such as sanitary bins or product dispensers are absent or out of order, women and girls experience this 'second burden' of having to maintain the invisibility without the support of 'social infrastructure.'

SLIDE 14

Challenging Stigma

The Hibernian footballers exemplify this challenge with their experiences of a lack of sanitary facilities at the football club which lacks provision for women players.

In the film, the Napier students produce accessible dispensers with free for all period products (provided as a result of policy at Government level) - a positive response to tackling this burden. The students and schoolgirls' campaigns are public, visible in their institutions and further communicated on social media.

Molly from ***Hey Girls*** challenges the shame in her education sessions in schools, as does Agnes Akullo from ***Irise International***.

SLIDE 15

Men & Boys

And crucially, challenging stigma includes bringing men, boys and communities into the conversation. Several of our contributors make this point, and it is crucial for the schoolgirls in Glasgow as it is in Uganda for Monica of Girl Up, who states, that there is no point in just empowering the girls if the boys and wider community resent them or do not support their access to products. With humour the film also shows how our men lack knowledge, not the will to understand menstruation.

FILM CLIP3: MEN & BOYS: <https://vimeo.com/manage/videos/574364472>

This clip shows some of the Napier male students talk about periods, followed by the pupils at the high school and their efforts to include the boys in their campaign.

SLIDE 16

Conclusion

Free products not only help to end period poverty, they promote equality. The key message from our film, from the title to the examples and lived experiences of women and girls in Scotland and Uganda is that period products should be free for all. Menstruation is not something shameful or that need be hidden and where it is we perpetuate a lack of access, life chances and inequality. Individuals and groups can do something about this –change is possible and policy makers need to be involved to support and facilitate this change.

SLIDE 17

Thank-you.

Back to Un-SHARE SCREEN

k.macleod2@napier.ac.uk

Bleeding Free: <https://bleedingfree.wordpress.com>

Hey Girls: <https://www.heygirls.co.uk>

Days for Girls: <https://www.daysforgirls.org>

Girl Up: <https://www.girlupuganda.org>

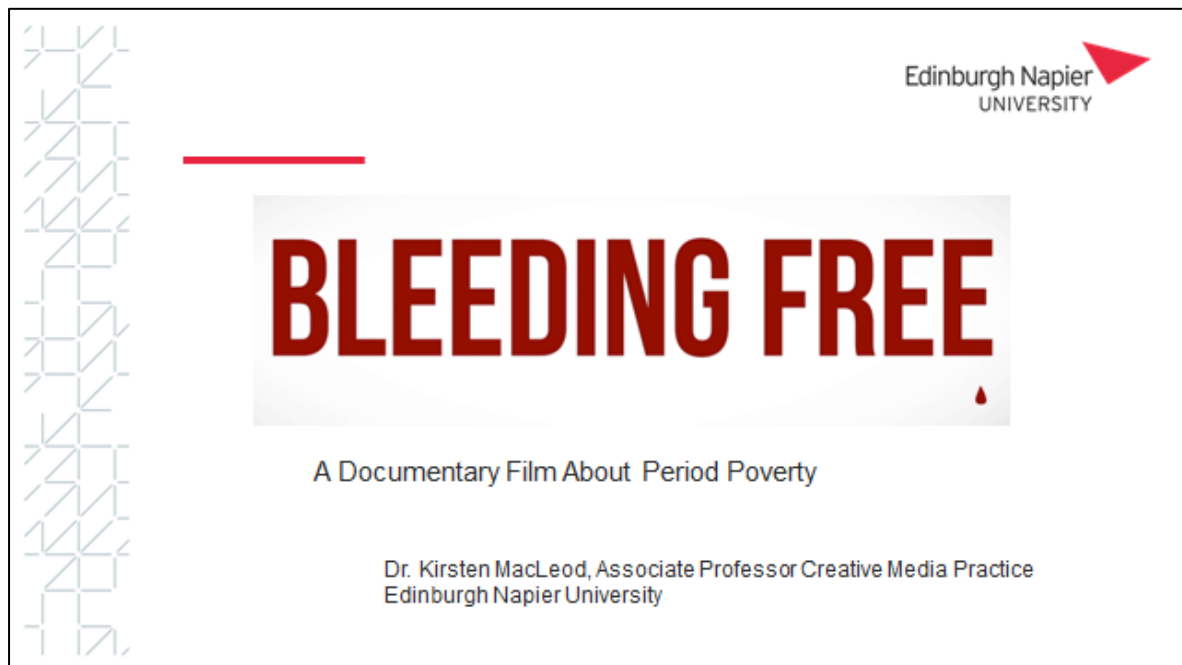
Irise International: <https://www.irise.org.uk/east-africa-work/>

Public Health Ambassadors Uganda: <https://phauganda.org>



Presentation Slides

Slide 1



Slide 2



Slide 3

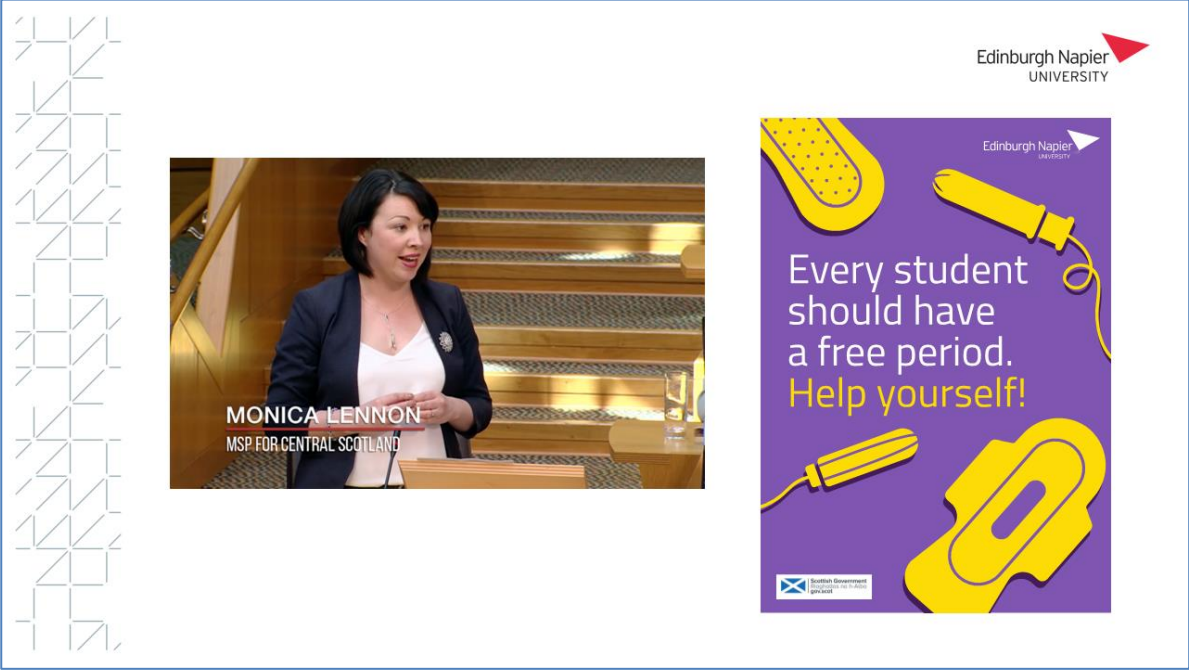


MONICA LENNON
MSP FOR CENTRAL SCOTLAND

Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Every student
should have
a free period.
Help yourself!

すべての学生が無償で生理用品を入手
できるべきです。
どうぞご自由にお取りください！




MONICA LENNON
MSP FOR CENTRAL SCOTLAND

Edinburgh Napier
UNIVERSITY


Every student
should have
a free period.
Help yourself!


Slide 4


Edinburgh Napier
UNIVERSITY

生理の貧困の反響と影響


- ジェンダー不平等
- 女性と少女たちの人生の機会(特に教育において)
- ジェンダーのスティグマと社会的に恥ずかしいこととして機能し、それを継続させる。






Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Period poverty reflects & impacts

- GENDER INEQUALITY,
- THE LIFE CHANCES of women and girls, especially in EDUCATION
- It is a function of and perpetuates gendered STIGMA and social shame.





Slide 5



スコットランドにおける生理の貧困

スコットランドで(ヤング・スコットが) 2018年に実施した2000人以上の女子を対象にした調査では、以下のことがわかった。

- 教育を受けているおよそ4分の1 (26%) の回答者が、前年に生理用品を入手するのに苦労していたと答えた。
- 17% が、ある時点でフードバンクや友人など慈善的なところを頼っていた。
- およそ5分の1 の回答者が、経済的な理由で、生理用品がないために、そうしたところに行かざるを得なかったと答えていた。





Period Poverty in Scotland

In Scotland a 2018 (**Young Scot**) survey of more than 2000 young people found that:

- Around a quarter (26%) of respondents in education said they had 'struggled to access sanitary products' in the previous year.
- 17% said that they had at some point relied on charitable sources, such as food banks or friends.
- Nearly one in five respondents said that they had had to go without period products because of finances.

Slide 6



英国における生理の貧困


- 英国で2017年に実施された14歳から21歳の女子1000人を対象とした調査では、次のようなことが報告された。
- 調査対象の女子の10%が生理用品を買うお金がなく、さらに、15%（約7分の1）が生理ショーツを買うお金がなく、苦勞していた。
- 女子の10人に1人以上（12%）が、経済的な問題で、生理ショーツを間に合わせで済ませなければならなかった。
- 教師と生理について安心して話せると感じている女子は、たったの5分の1（22%）しかいなかった。




Period Poverty in the UK

- A survey (by Plan International UK) in 2017 of 1,000 14–21 year olds in the UK reported that: 10% of those surveyed had been unable to afford sanitary products, while 15% (one in seven girls) had struggled to afford sanitary wear
- More than one in ten girls (12%) has had to improvise sanitary wear due to affordability issues
- Only one in five (22%) girls feel comfortable discussing their period with their teacher

Slide 7







Edinburgh Napier
UNIVERSITY

教育における影響

- 英国- 女子の49%が、生理のために丸一日、学校を休んでいた。
- 英国 - 女子の64%が、体育の授業やスポーツのクラスを休んでいた。(そのうちの52%が、うそをついたり、言い訳をして休んでいた。)
- スコットランドで最初の無償で生理用品を提供する試験プロジェクトを行った翌年、89%の女子回答者が生理のことを心配しなくて済むようになったと言っていた。
- 64%が生理期間中も日常的な活動がさらに継続できるようになったと言っていた。
- そして25%が、生理用品を入手できるようになったことで、メンタルヘルスやウェルビーイング(健康や幸福)が改善されていると答えていた。





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

IMPACT ON EDUCATION

- UK - 49 per cent of girls have missed an entire day of school because of their period
- UK - 64 per cent of girls have missed a PE or sport lesson because of their period (of which 52 per cent of girls have made up a lie or excuse)
- A year after the initial Scottish pilot project for free sanitary provision, '89% of respondents admitted they were less worried about having their period,
- ...64% were more able to continue with day-to-day activities during their period,
- ...25% said having access to products has improved their mental health and wellbeing.

Slide 8




Edinburgh Napier
UNIVERSITY

ウガンダ – 教育

ウガンダでは、女子の91%は小学校に通っているのに、中学校には22%しか通っていない。田舎で暮らす女子たちは、とくに学校に行っていない集団である。




調査によると、衛生用品のコストと生理の管理の難しさが、女子たちを学校に行けなくにする重要な要因になっていた。



Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Uganda - Education

In Uganda, only 22% of girls are enrolled in secondary schools compared with 91% in primary schools. Girls living in rural areas are the least likely group to go to school.



Research shows the cost of hygiene products and the difficulties in managing periods play a key role in keeping girls out of school.

Slide 9



Edinburgh Napier
UNIVERSITY

THE IMPORTANCE OF POLICY TO AFFECT CHANGE

変化を促すための政策の重要性

生理用品は必要不可欠なもので、贅沢品ではないのです。
(モニカ・レノン、2018年)





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

THE IMPORTANCE OF POLICY TO AFFECT CHANGE

変化を促すための政策の重要性

“sanitary products are, a necessity, not a luxury”
(Monica Lennon, 2018)

生理用品は必要不可欠なもので、贅沢品ではないのです。
(モニカ・レノン、2018年)



Slide 10




知識

英国 - 女子の7分の1 (14%)
が、生理がはじまったときに、
何がおこっているのかわから
なかったと言っている。

英国 - 女子の4分の1以上
(26%) が生理が始まったとき
に、どうしたらいいのかわから
なかったと言っている。







KNOWLEDGE

UK - One in seven (14%) girls
admitted that they did not
know what was happening
when they started their
period.

UK - More than a quarter (26
) did not know what to do
when they started their
period.



Slide 11

CAMPAIGNING & MENSTRUAL HEALTH EDUCATION

CAMPAIGNING & MENSTRUAL HEALTH EDUCATION

キャンペーンと月経健康教育







BLOODY BIG BRUNCH.

Slide 12

Education & Social Enterprise

Education & Social Enterprise

教育と社会企業





MONICA NYIRAGUHWABWE
Co-founder and Executive Director, Umoja











DORCUS OGIANG
Founder, Social Enterprise Umoja
I have girls, some of them are orphans and I couldn't be able to buy pads every month.

Slide 13



スティグマと羞恥心

- 英国の14歳から21歳の女子のおよそ半数(48%)が、生理によって恥ずかしい思いをしていた。
- 14歳から21歳の女子の71%が、生理用品を買うことを恥ずかしいと感じていた。
- “月経エチケット” (法律,1990)
- “製品とジェンダーヒエラルキーの強化” (法律,1990)
- ‘**二重の負荷**’ (Moffat and Pickering, 2019)



STIGMA AND SHAME

- Nearly half (48%) of girls aged 14–21 in the UK are embarrassed by their periods
- 71% of 14–21 year olds felt embarrassed buying period products
- “menstrual etiquette” (Laws,1990)
- “*both a product and reinforcement of gender hierarchies.*” (Laws,1990)
- ‘*double burden*’ (Moffat and Pickering, 2019)

Slide 14



Edinburgh Napier UNIVERSITY


Challenging stigma スティグマへの挑戦



LIA TWEEDIE & LEAH EDDIE
HIBERNIAN WOMEN FC



Slide 15





Edinburgh Napier UNIVERSITY

Men & Boys 男性および男子



Slide 16








Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Bleeding Free

<https://bleedingfree.wordpress.com>



Hey Girls: <https://www.heygirls.co.uk>
Days for Girls: <https://www.daysforgirls.org>
Girl Up: <https://www.girlupuganda.org>
Irise International: <https://www.irise.org.uk/east-africa-work/>
Public Health Ambassadors Uganda: <https://phauqanda.org>

Slide 17





Edinburgh Napier
UNIVERSITY

Thank you!

ご清聴ありがとうございました。

k.macleod2@napier.ac.uk

カースティン・マックロード氏 プロフィール

カースティン・マックロード氏は、エディンバラ・ネピア大学の映画・テレビ学部の准教授であり、BA (Hons) テレビのプログラムリーダーを務めている。マックロード氏は、映像人類学、テレビ放送、コミュニティメディア制作のバックグラウンドを持ち、研究対象は、コミュニティ、参加型および代替メディア、社会的影響のある映画製作、ジェンダー、地域の知識などである。AHRC / GCRF が資金提供するプロジェクト、Pacific Community Filmmaking and Gender, Impact and Public Engagement (2021-22) のリーダー、および ESRC が資金提供するプロジェクトの利益相反委員会の委員も務めており、COVID-19 の発生時の亡命希望者と難民を収容するための一時的な宿泊施設の使用について、デジタル手法と映画製作のアウトプットという方法を採用して調査している。彼女は、エディンバラ・ネピア大学の学生や同僚と一緒に作成した月経の健康教育と生理用品へのアクセスに関するドキュメンタリー映画『*Bleeding Free*』(2021) のエグゼクティブプロデューサー兼編集プロデューサーも務めた。

Kirsten MacLeod, Ph.D.

Profile

Kirsten MacLeod is Associate Professor in Film & Television at Edinburgh Napier University, where she is Programme Leader for BA (Hons) Television. She has a background in Visual Anthropology, broadcast television and community media production. Her research interests include community, participatory and alternative media, social impact filmmaking, gender and local knowledge. She leads on the AHRC/GCRF funded project, *Pacific Community Filmmaking and Gender, Impact and Public Engagement* (2021-22) and is a Co-I on ESRC funded project, *Investigating The Use Of Temporary Accommodation To House Asylum Seekers And Refugees During The COVID-19 Outbreak*, employing digital methods and filmmaking outputs. She is the Executive Producer and Edit Producer of *Bleeding Free (2021)*, a documentary on menstrual health education and access to period products, made with students and colleagues at Edinburgh Napier University.

生理からみる日本のジェンダー課題 機会損失・スティグマをめぐる私たちの問題

Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation: The Challenges Posted by Lost Opportunities and Stigma



長島美紀

プラン・インターナショナル・ジャパン

Miki Nagashima, Ph.D
Plan International Japan

要 旨

本報告では、プラン・インターナショナル・ジャパンで、2021年3月に実施した調査結果を紹介し、その結果に基づいて、日本における生理をめぐる現状と課題について提起します。本研究調査プロジェクト「日本のユース女性の生理をめぐる意識調査」では、日本の15～24歳の女性約2000人を対象に、生理と生理に関係する日常生活についての調査を実施しました。調査では10人に3人が「収入が少ない」「生理用品が高額」「親が買ってくれない」などの理由で、生理用品を購入できなかったり、ためらったりした経験があることが分かりました。生理用品や生理に関連する低用量ピルや痛み止めなどの薬の購入は、交際費や交通費、美容代などに比べると優先順位が低いことも明らかにされています。また、2人に1人が生理痛に苦しみ、10人に3人が生理で学校・部活・職場を遅刻・欠席・早退した、機会損失を経験していました。初潮を迎えたときに処理方法を教えたのは多くが「母親」であり、相談したい相手も「母親」との回答が多く見られます。このことは米国の調査で示されている、公に生理を語ることができない日本の現状にもつながると考えられます。

こうした本調査の結果を紹介しながら、生理の影響を受けて日本の女性たちが大事な機会を損失したり、月経に対するスティグマを抱えている問題について述べたいと思います。

Abstract

In this presentation, I will introduce the results of a survey conducted by Plan International Japan based on these survey results, and talk about some issues regarding menstruation.

Plan International Japan conducted “Awareness Survey of young women in Japan toward menstruation” in March, 2021. We surveyed 2,000 women aged 15 to 24 years about menstruation and daily life related to menstruation. In the survey, we found that 3 out of 10 people had experienced not being able to buy or hesitating to buy sanitary napkins for the following reasons: "Low income," "sanitary products are expensive," "parents do not buy them," and so forth. It was also found that the purchase of sanitary products and medicines such as low-dose pills and painkillers for menstruation has a lower priority than purchase of entertainment, transportation and beauty care. In addition, one in two suffered from menstrual cramps, and three in ten experienced losing some good opportunities due to being late or leaving early or even being absent from the school, club activities, or the workplace due to menstruation. Most of the subjects were taught treatment methods by their mother upon having the first period, and most of them answered that the person they would consult if needed was also the mother. Research in the United States shows that it is hard for young women to speak publicly about menstruation. The same thing might happen in Japan.

報 告

はじめに

カースティンさんのプレゼンテーションを、非常に興味深く伺いました。私は日本における「生理から見るジェンダー課題」として、生理による機会損失、それからカースティンさんのお話にも出てきました、スティグマをめぐる問題を取り上げたいと思います。どうぞよろしくお願いします。

プラン・インターナショナル・ジャパンについて

まず初めに、私どもの団体の紹介をさせていただきます。先程ご紹介いただいたように、私は現在、「公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン」に所属しています。プラン・インターナショナル・ジャパンは、1937年にイギリスで生まれた、国際NGOプラン・インターナショナルの日本の支部として活動を開始し、現在38年目になりました。現在、70カ国以上を対象に活動をしており、特に子どもの権利擁護、その中でもここ何年かは、特に女の子に焦点を当てて活動をしています。

なぜ日本で生理の貧困が問題になってきたのか

先程、カースティンさんの報告で、2017年にプラン・インターナショナルのUKが調査を行った生理の貧困に関する言及がありました。イギリスの生理の貧困はもちろんですが、日本でも生

理の貧困に関連した様々な課題が、最近では取り上げられるようになっていきます。背景のひとつに、子どもの貧困に関する関心の高まりがあります。2010年代以降に、7人に1人の子どもが貧困状態にあることが指摘をされ、それに伴い子どもたちが生活に必要な日用品が購入できないとか、学校内における貧富の格差という問題などが取り上げられるようになりました。

もう一つ、生理の貧困が取り上げられる背景として、近年深刻化している、「女性の貧困」問題が挙げられます。日本では、「女性が男性に比べて収入が低い」という男女間での収入格差や、女性が非正規雇用にしめる割合が高いことが、女性の貧困問題を後押ししていることもしばしば指摘されています。さらに、2019年末から新型コロナウイルスによるパンデミックの結果、「She-Cession」とも言われていますが、小売業や飲食業などに従事している女性が収入減や雇い止めに遭うことで経済的困窮に陥る事態が日本を含め世界各国で起きたことも背景に、この「生理の貧困」というキーワードが日本でも、浮上してきました。

日本における生理をめぐるタブー

生理の貧困について具体的なデータを紹介する前に、日本における生理をめぐるタブーという問題を考えてみたいと思います。生理は日本の歴史の中で「穢れ」とされ、忌むべきもの、避けるべきものと考えられていました。明治になってから、「生理を忌むべきもの」とすることは公には廃止されていますが、女性特有の出産を始め、生理に伴う出血は「血の穢れ」と表現され、不浄視する考えが、日本で根強く残りました。日本では、1960年代近くまで生理期間中の女性が隔離される月経小屋を使う地域もありました。生理期間中の女性を「穢れている」と考え、月経小屋の中で数日間を過ごしたり、物理的に隔離されていなくても「穢れているので料理をするために火を起すことはしてはいけない」とか、「食事を家族と別にしないといけない」といった、様々な形で隔離をされてきたことが指摘されています。

ちなみに女性を「穢れた存在」とみなし、特定の場所、神聖な場所には立ち入ることを禁じる行為は現代社会でも見られます。海外のニュースでも取り上げられましたが、2018年4月4日、日本の京都府舞鶴市で開催された「大相撲舞鶴場所」で多々見良三市長が土俵で挨拶を述べていた最中にクモ膜下出血を発症して意識を失い転倒した際、観客として会場に居合わせた女性看護師が駆けつけ、救命処置を行ったのに対し、相撲協会の行司が「女性は土俵から降りてください」「男性がお上がりください」との場内放送を行った他、女性たちが土俵から降りたのち、土俵には大量の塩がまかれたことから、女性差別ではないかとの批判が寄せられました。このことも経血をする女性を「穢れた存在」とみなす日本の社会的風潮が背景にあったと考えられています。こうした女性を穢れた存在だとみなす視線は、生理に対する私たちの意識や態度にも影響を与えていると考えられます。

日本では明治以降になって、欧米から伝えられた生理用品がメディアを通じて日本の女性たちに伝えられました。しかし、日本では現在主流になっているナプキンの発売が、欧米諸国よりも非常に遅く、1961年に「アンネナプキン」が発売されるのを待たないといけませんでした。アメリカのコーテックスの発売から実に40年後という非常に遅い時期での発売です。発売の時期が遅れたと理由のひとつには、生理そのものが穢れたものであり、女性個人が隠れて処理するものとみなされた結果、生理用品のマーケットがあるとは考えられていなかったということも指摘さ

れています。

ちなみに、現在の日本のナプキンが海外の商品に比べて非常に高機能だと言われるのですが、背景には 1990 年代に女性のアスリートが国際舞台で活躍することに伴って、激しいスポーツができるように生理用品の機能向上が目指された結果、飛躍的に機能が向上したと言われています。

今年(2021 年)に入ってから、自治体で生理用品の無償の配布が行われるようになりました。現在(2021 年 6 月現在)、全国で 255 の自治体が生理用品の配布を実施、または検討をすることを表明しています。他方、生理用品の無償配布をめぐるのは、SNS 上で否定的な意見が飛び交うことになりました。例えばですが、「携帯代が払えるのに生理用品が買えないのはおかしい」とか、「生理用品は大体数百円程度で買える、こんなのを買えないなんてそんな貧しいことはありえない」、「美容に対してはお金をかけられるのに、なぜ生理用品を買うことができないのか」といった、コメントが見られました。

生理に関する意識調査

属性：そういった状況を背景にして、プラン・インターナショナル・ジャパンは、今年の 3 月に日本のユース女性、15 歳から 24 歳までの女性 2,000 人を対象に、生理に関する意識調査を実施しました。ず初めに、回答者の属性ですが、今回調査の対象としたのは 15 歳から 24 歳で 6 割近くが学生でした。

収入：回答者の収入状況ですが、回答者の 6 割近くを占める学生の平均収入（あるいはお小遣い）は、1 万円から 3 万円が半数以上を占めます。就労者の収入状況で多かったのが、10 万円から大体 20 万円前後、大学卒業後に働き始めたとして、所謂初任給程度の収入を得ていると考えられます。自分の得ている収入（もしくはお小遣い）で何に支出をしているかという質問への回答を見ると多いのが、「洋服代」や「美容」、「娯楽」などが挙げられており、「生理用品の購入」に関しては大体 4 割の回答者が、それから生理に関連した「低容量ピルや痛み止めの薬などの購入」については、4 人に 1 人が購入していると回答しています。

生理用品購入の順位：私たちは、さらに自分で支出する品目の中で、優先順位を聞いています。回答者で、「生理用品」を 1 位に挙げたのは、13 項目中で 10 番目で、優先順位は決して高くありませんでした。優先順位は高いものを 1 位から 5 位までつけてもらいましたが、4 位になると「生理用品」が 6 番目に浮上し、5 位では 4 番目に浮上しており、優先順位としては極めて高くはないものの、買わないといけないものとそれなりに認識されていることが推測されます。

生理用品の購入費用：生理用品の購入はひと月に平均 301 円から 700 円程度支出をしています。回答者のうち 10 人に 3 人に該当する 717 人が、「収入が少ない」「生理用品が高額である」「親が買ってくれない」等の経済的な理由で、購入できない、或いは購入を躊躇したことがあると回答しました。「購入できなかった」「購入をためらった」と回答した人に対し、(購入できなかった場合)どのように対応したのか質問したところ、「ナプキンやタンポンなどを長時間使用した」、「生理用品を交換する頻度を減らした」「キッチンペーパーなどで代用した」と回答した人も多く見られました。

生理用品の購入をためらった理由として、「買うのが恥ずかしい」、「親に買ってと頼むことが恥ずかしい」など、「恥ずかしさ」を理由に生理用品の購入をためらうということも、一部の回答者

の中では見られました。

生理を理由とする遅刻・早退・欠席・欠勤：調査では、「生理が理由で学校や部活、職場を遅刻したり、欠席、早退したことがあるか」という質問もしました。回答者の30%以上が、生理が理由で学校や部活、職場を遅刻、欠席、早退した経験があると回答しています。「遅刻、欠席、早退した経験がある」と回答した人のうち、「低容量ピルや生理痛薬などを使えば自分の身体をコントロールでき、その結果遅刻や欠席、早退をしないで済むという効能は知っていて、これらの薬を購入している」と答えた人は、30%だけでした。低容量のピルや生理中の薬の購入に関する質問を見ても、「病院に行くのが恥ずかしいので購入できない」「親など周囲に反対されていて購入できない」と回答した人もいました。日本で低用量ピルを巡っては「性的に奔放」といった否定的なイメージが未だに日本社会で色濃く残っているのではないかと推測されます。

生理に対するイメージ：質問で生理へのイメージについて聞いたところ、一番多かったのが、「生理痛が辛い」との回答で、2人に1人が選択しました。また、「生理になりたくない」「生理を止めたい」と回答した人も、10人に3人に上っています。「バイトや学校、仕事を休まないといけないというのが辛い」「恥ずかしい、嫌だ」「腹が立つ」という回答もあり、生理そのものに対する嫌悪感というのが非常に根強いことが調査で見えてきました。

生理をめぐるスティグマ：次に、生理をめぐるスティグマの問題も紹介したいと思います。生理に関する経験を聞いたところ、半数近くが「生理の出血が服に付いたりシミになったりした」ことを挙げました。また学校や職場で、「教員や職場の人に生理であることを伝えないといけない」「学校や職場で生理であることを公表しないといけなかった」ことを、嫌な経験として挙げる人もいました。それ以外のものとして、例えばトイレやサニタリーボックス、汚物入れへの嫌悪感を挙げた人もいました。こうした嫌悪感が、外に出ることを躊躇したり、出血を気にして、バイトや職場、学校を休むことに繋がる可能性もあります。そして嫌悪感が、女の子にとっての機会損失に繋がることも、このレポートでは指摘しました。

生理について誰から習ったか：「生理について誰から教わったのか」という質問に対し、一番多かったのが「母親」で、10人に6人が選択していました。初潮を迎えたときに対処方法を教わるだけではなくて、生理全般に関する相談相手が「母親」であると回答した人も、6割に上りました。日本では、小学校で高学年の時に生理について教わる機会はあるはずですが、初潮を迎えたときや、生理で困ったときに相談する人が「母親」という状況は、生理に関して母から娘へと、非常にプライベートな空間でやり取りし、対処方法などを学んでいる状況が推測されます。日本で紙ナプキンが初めて発売されたのが1961年ですが、今回の回答者（15～24歳）の母親が初潮を迎えたときも紙ナプキンを使うことを多くが選択したと推測されます。しかしその上の、回答者にとって祖母にあたる世代になると、まだ紙ナプキンが商用化されていなかったり、商用化されていても使用している割合が低い時代であると考えられます。生理をめぐるこれまでの調査では、紙ナプキンが商用化された1960年代前後に月経期にあった女性の多くが、「初潮を迎えたときに誰にも教わったことがない」、あるいは「生理の処置の仕方は習ったことがない」と回答したと報告しています。日本では生理については歴史的にも「隠すべきもの」「忌むべきもの」「恥ずかしいもの」と捉えられてきたと指摘されていますが、こうした恥の感覚は祖母から母へ、母から娘へと、生理への対処方法と合わせて、世代間で共有されてきた可能性もあるのではないかと私た

ちは考えています。

プラン・インターナショナル・USA が 2021 年 3 月に公開した報告書では「生理についてオープンに話することができる」という質問への回答が紹介されています。27 カ国を対象にしたこの調査では、日本は 27 カ国中 25 位 (27 カ国平均 62% に対し日本は 32%) という結果がでました。

「学校で、セクシュアリティや恋愛について学んだことがあるか」という質問でも、同様に低い割合を示しています。この結果から言えるのが、生理について人前で話すことをためらってしまう、そして母と娘の間で生理について処置の仕方等について学んでいるので、生理について正しく理解するまでに至っていない。その結果、生理に対する忌避感や、恥の感覚が残り続けると考えられます。繰り返しではありますが、母から娘へと生理についての情報が伝達する中で、問題が公に可視化されず、存在しないもののように扱われてきてしまう。結果、生理に関する悩みや問題を抱えても、どこに聞けばいいのか、誰に聞けばいいのかわからない状況が生じることが考えられます。

まとめとして

最後に、調査についてまとめてみたいと思います。はじめに、日本では、「生理の貧困」という言葉に見られるように、生理と貧困がセットで語られやすいのですが、それだけではなく、生理が機会損失をもたらす可能性があることは考える必要があります。第 2 に、生理痛を軽減する方法、具体的に低用量ピルや痛み止めの薬を使用する方法を知っていても、「取っていない」との回答が多く見られました。第 3 に、母から子へという形で生理の対処方法が伝えられることで、「隠すべきもの」「穢れたもの」といった生理への意識が、母から娘へと受け継がれていることが推測されます。

他方、「生理の貧困」に関して、自治体での無償配布も含めて公に語られるようになりました。結果、生理をめぐる問題が可視化されているのも確かです。日本では、性教育について十分に、例えば生理について女子学生だけではなくて男子学生も共に一緒に勉強する機会は十分ではないことも考えられます。性について学校で学ぶ重要性というのも改めて調査を通じて感じました。

これで私のプレゼンテーションを終わりたいと思います。

Presentation

I was listening to Kirsten's presentation with great interest. Now I want to move to my presentation so that I can share the issues around menstruation in Japan. I would like to talk about gender issues in Japan regarding menstruation, and also I would like to talk about opportunity loss and stigma, as Kirsten mentioned in terms of the challenges. I want to quickly introduce where I am from. I belong to the Plan International Japan. Originally Plan International was launched in 1937 in the UK. The Plan International Japan has been functioning as a branch of this organization for the last 38 years. Our activities have been embracing over 70 countries

on the globe. Our main focus is children's rights, but recently our particular focus is more given to girls. Kirsten's presentation mentioned the research done by Plan International UK in 2017 about period poverty.

Like the UK, even in Japan, looking at the last over 10 years many challenges around period poverty have been raised. In particular, since 2010, the issues of child poverty have been neglected. Because of that, children are experiencing a limited access to daily necessities and also gaps between rich and poor students are expanding. Also the context of period poverty includes women's poverty, which is getting more attention. Because women tend to have lower income compared to men, and also not many women could get their full-time jobs, these factors boost women's poverty. Also very recently because of the pandemic of COVID-19, many women have to go through discontinuation of their work and that is another trend that influences period poverty. Also in Japan we have taboos around menstruation. Traditionally in Japan menstruation is regarded as defilement, so it is regarded as something that should be avoided and hated. Although the Meiji government said that they would officially negate the taboos of menstruation, at the same time, women's specific bleeding in child delivery and menstruation remained regarded as blood defilement. This concept is still deeply rooted.

Please take a look at the top picture on the right-hand side. This is a so-called menstruation hut that had to be used until 1964 in western Japan. This type of building was used to isolate women during their period because they were regarded as something polluted. They had to spend several days during their period and they were not allowed to use fire for cooking in their houses. They had to stay in this place so that they would not contaminate others. This kind of facility was seen in many places in Japan at that time. Women during period were not allowed to access certain sacred spaces in Japan. Now I am going to play a video which is about one special event in a small stadium. I believe that many of you still remember this because this got lots of attention from media.

This event happened in 2018 at one sumo match. One particular person who was a sumo wrestler felt sick and fell off. Then one female professional nurse tried to save his life, however, just because that nurse was female, there was an announcement that she had to stay away from the ring. Also after she left someone tried to throw salt to purify that spot. That news got lots of attention even outside Japan. The fundamental cause of this story is the concept that women are defilement or polluted. This concept even influences not only our awareness but also our activities or behavior. After the Meiji period many media such as magazines and so on started introducing different types of menstruation products. However, it was pointed out that the commercial release of period products to the market was pretty late in Japan.

For example, a menstruation pad called Anne Napkin was released to the market in 1961, which is 40 years later than the launch of pad sales by Kotex in the United States. In the 1990s actually Japanese sanitary napkin became very highly functional because at that time the female athletes became very active and that is why the functions of Japanese sanitary napkins became so high quality. Also another suggestion from a research study is that Anne napkin, Japan's first sanitary napkin, got released so late is because menstruation itself was regarded a polluted event. That's why people at that time thought that releasing such a product to the market was something unbelievable.

But now this year, local authorities started free distribution of sanitary products. For example, in total 255 local authorities in Japan have been distributing or planning distribution of sanitary products as of June 2021. However, there have been many negative comments or push backs on SNS about this free distribution.

Some pushbacks include, for example, “you could pay for mobile phone fees. Why can't you pay for your sanitary products by yourself? I cannot believe that you cannot pay for just several hundred yen to buy sanitary products,” or “if you can spend your money for cosmetic products, why don't you use the same amount of money to buy your sanitary products?” Such pushback got very popular on SNS. So, looking at this kind of phenomenon, Plan International Japan conducted certain research called “Awareness Survey of Young Women in Japan Regarding Menstruation,” in March, 2021. I want to quickly introduce the highlights of this research.

Firstly, I want to share the attributes of the respondents. The scope of the survey includes people from 15 to 24 years old. As you could imagine 15 means the age of students so 60% of the respondents are actually school students. As I said 60% of the respondents are students and they are looking at their income. Their most income representation is somewhere between ¥10,000 and ¥30,000 per month. Looking at the professionals' monthly income on average the most typical average would be somewhere between ¥100,000 and ¥200,000. This is almost equivalent to the same amount as you could get the first salary after graduation from your college.

After knowing their average monthly income, we asked the next question -- for what do you use your income mostly? That is answered in the bottom table. Their expenses are mostly for buying clothes or for entertainment or cosmetic products, but 40% of them said that they used their income mainly for period products while one fourth or 25% of them said that they used their income for buying pills or pain relievers. After this we added one more question -- how do they put priorities on the items they purchase using their income? There are 13 shopping items listed. Those who said that period products would be the first priority out of 13 items is just

1.8% that is the 10th ranking out of 13 items, so not many women actually buy period products every month. We actually ask the respondents to put priorities up to five priorities so in case of fourth priority period products would be ranked as numbers six and in case of fifth priority period products would be ranked as number four. So their priorities are not really high; however, it doesn't necessarily mean that they would never buy period products. Also we asked whether they could not buy sanitary products or they had some hesitation about buying period products.

We also asked how much they spend a month on average to buy sanitary products. They said on average we found it's somewhere between ¥301 and ¥700. Three respondents out of 10 said that they didn't have enough income, or that they thought sanitary products were too expensive to buy, and their parents did not support them financially.

Then we asked those who could not buy sanitary products what they were going to do? Then they said that they would use pads or tampons for extensive times where they tried to change them less frequently whereas others said that they used something alternative such as kitchen paper. Some respondents said why they felt uncomfortable buying such products. They said that they felt embarrassed about buying such products by themselves. It is going to be a very embarrassing experience to have to ask their parents or guardians to buy such products for them. Then on the slide I want to share another question we asked whether they have experience of taking time off or being absent or leaving earlier at their schools or school activities or workplaces because of menstruation? More than 30% in the top diagram of the respondents said that because of menstruation, they experienced leaving early, arriving late or not going at all to their schools, school activities, or workplace.

There is a large overlap between the respondents cited as missing school or work and the following group. Nearly 30% of all respondents said they knew how low-dose pills or pain relievers would work to better control their menstruation. However, some of them say that because a hospital, for example, is too far or they don't have any transportation to access such places to buy such medicine and also they feel embarrassed to go to such hospitals that's why they don't buy the products. Also their parents for example are not supportive about the usage of such pain relievers. This would lead us to assume that there's a strong influence behind the negative view on this kind of pain relievers or pills. Another question we asked was to try to understand what kind of image or view they have on menstruation. One out of two respondents said that menstruation was very hard to bear.

Three out of 10 said that they didn't want menstruation to start, or they want to stop their menstruation. Others said that menstruation was a tough experience because they had to take time off from their part-time jobs or schools or regular work, also others said that they felt

embarrassed, or they strongly disliked menstruation. They even got angry about menstruation, so I think the root of this kind of feelings and views – they hate to have very strong negative feeling of this kind of emotions.

Now I want to talk about stigma around menstruation. We asked what kind of bad experience they had about their menstruation. Nearly half of the respondents said they got a stain from menstruation bleeding on their clothes. Another bad experience that they had was having to communicate their menstruation to teachers or colleagues at schools and workplaces. Their menstruations were shared to others at schools or workplaces unintentionally. Many said that they hated to use of the public bathroom or sanitary box or sanitary bin. Because of this kind of hatred, they do not want to go outside, in addition to their concerns with bleeding from their menstruation. They may not want to go to schools, workplaces or for their part-time jobs potentially. The report of these surveys suggested this hatred could lead to opportunity loss for girls and women.

Now I want to introduce or share another question we asked. Who did you learn from about menstruation? Six out of 10 said that it was their mothers. Nearly 60% of the respondents said that they learned how to cope with menstruation from their mothers. They said that they got advice about menstruation from their mothers. Although at elementary schools' opportunities were given to learn about menstruation but usually when women experienced their first period and if they encountered any problems about it, they would go to their mothers first, which means that menstruation knowledge would be always shared from mothers to their daughters in such private spaces. So, Japan's first commercial product of sanitary napkin was released in 1961, so the mothers of the current young women probably experienced using such new products.

However, if you look at a generation older than those mothers in 1961, they didn't have enough access to such commercial sanitary napkins, for example, so in fact those senior women said that they didn't have anyone they could talk to about their first menstruation. So, our deduction from this survey is that when mothers transfer their knowledge about how to cope with menstruation to their daughters through multiple generations at the same time probably the stigma or concept of having to hate, hide such menstruation also is carried over from generation to another generation.

Now I'm showing a slide about the result of a survey conducted by Plan International, the USA, back in March, 2021. In the middle of this slide you see the result of a question -- how open can you be about talking about your menstruation? You see the ratios to the answer. Out of 27 nations Japan is ranked as lowest in terms of open communication about menstruation.

Another question about whether you learn about sexuality or sexual relationship at schools, again Japan is ranked quite low. Again there is a very strong the hesitation for open communication about menstruation in Japan.



Although they learned about how to cope with menstruation from their mothers, they wouldn't have any opportunities to learn it in a more professional or more specialized way. I think that is one reason why menstruation is regarded as something to be hidden and avoided like stigma. Again this kind of communication in a closed place from mothers to daughters, this kind of situation makes problems around menstruation as something invisible or as something that doesn't exist really. Because of that when women encounter some issues or problems around menstruation, they do not know where they can go, or they don't know who they need to talk to about their problems.

This is my wrap-up slide as a conclusion of this survey. One of the findings we got through this survey is that often menstruation is combined in the context of poverty; however, menstruation poverty actually could lead to opportunity loss, which is the real issue. Another finding is that although many women say that they know there are some effective tools to control their menstruation such as pills or pain relievers; they don't actually use such tools and the methods. While mothers share their knowledge about how to deal with menstruation with their daughters, they also share the concept that menstruation should be hidden because that is defilement, so that concept is also carried over to the daughters. But at the same time, recently, local authorities are paying more attention to period poverty, and that is why many of them decided to make free distribution available. This kind of openness actually helps such issues to be more visible. As a last finding through this survey, sex education at schools in Japan may not be sufficient enough, which means that menstruation learning may not be well given well to both boys and girls at schools. So probably we have to put more light on how important sex education could be in Japan for excluding period poverty.

Now I want to wrap up my presentation.
Thank you very much for listening to me.



Presentation Slides



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リーダー 長島美紀

生理からみるジェンダー課題
～機会損失・スティグマをめぐる私たちの問題～



Miki Nagashima, Leader of Advocacy Group
Plan International Japan



Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation:
The Challenges Posed by Loss Opportunities and Stigma


公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパンについて

- ◆ 1937年誕生（国際本部：イギリス）し国連に公認・登録された国際NGO
- ◆ 世界70カ国以上で活動を展開


日本の活動

1983年 フォスター・プラン日本事務局として創立
 1986年 外務省から財団法人として認可される
 1988年 外務省から特定公益増進法人に認定される
 2006年 団体名を「フォスター・プラン」から「プラン・ジャパン」へ
 2008年 世界の女の子の権利を促進する「Because I am a Girl」を開始
 2011年 内閣府から公益財団法人として認可される
 2016年 団体名を「プラン・ジャパン」から「プラン・インターナショナル」へ

正式名称	公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン
代表者	理事長 池上 清子
所在地	東京都世田谷区
職員数	職員 75名 ボランティアスタッフ 約 550名 2020年6月現在
活動国数	70カ国以上
チャイルド数	約132万人




15歳で結婚。
14歳で出産。
息は、まだ知らない。




支援を届けた
子どもの数

4,049万5,433人




活動した村の数

5万5,499




プロジェクトの
実施数

1,984



ジェンダー平等と
子どもの保護に関する
トレーニングを実施

325万3,489人



政府や自治体、
企業、支援団体、
住民組織と連携

3万4,814人

**2019年度
実績**

©Plan International

About Plan International Japan


- ◆ Plan International was established in 1937. It is an International NPO officially approved by the (Headquarter: the UK)
- ◆ Plan International is active in over 70 countries across the world

As of June, 2020


History of Plan International Japan

1983: Established as the Foster Plan Japan Secretariat
 1986: Approved as a foundation by the Ministry of Foreign Affairs
 1988: Approved as a public interest corporations by the Ministry of Foreign Affairs
 2006: Foster Plan was renamed Plan Japan
 2008: Plan Japan started the project "Because I am a Girl" to promote girls' right
 2011: Plan Japan was approved as a public interest incorporated foundation by the Cabinet Office
 2016年 Plan Japan was renamed Plan international

Official Name	Public Interest Incorporated Foundation Plan International Japan
Executive Director	Kiyoko Ikegami
Location	Setagaya-ku, Tokyo
Staff	Regular Employee: 75 Volunteer staff: About 550
Active in countries	More than 70 countries
Number of child	About 1.32 million




15歳で結婚。
14歳で出産。
息は、まだ知らない。




支援を届けた
子どもの数

4,049万5,433人




活動した村の数

5万5,499




プロジェクトの
実施数

1,984



ジェンダー平等と
子どもの保護に関する
トレーニングを実施

325万3,489人



政府や自治体、
企業、支援団体、
住民組織と連携

3万4,814人

**2019年度
実績**

©Plan International

「生理の貧困」に関する調査背景

1. 2010年代以降の「子どもの貧困(7人に1人)」への関心の高まりと子ども・思春期の若者への日常への影響に対する注目(日用品購入の抑制、学校内における貧富など)
2. 女性の貧困と社会的排除(孤独・無縁化)
 - 勤労世代における離別(死別)女性・母子世帯と高齢の未婚女性の高い貧困率
 - 人口の単身化(離婚率、生涯未婚率の増加)、高齢化と「貧困の高齢化」に伴う「女性の貧困化」の進行への懸念
 - 低所得と不十分な社会参加、女性の正規雇用からの排除

日本の子どもの貧困



2021/7/16

©Plan International

4

Background of Survey on *Period Poverty*

1. From around 2010, the issue of “child poverty” has been focused in the society, and it has been paid attention to how child poverty affects children and adolescents in their daily lives (refraining ap between rich and poor students on campus)
2. Women’s poverty and social neglect
 - High poverty rate of divorced (or bereaved) women in the working generation, single mother households and unmarried female elderly.
 - Increased divorce rate, lifetime non married rate, and poverty rate of the elderly.
 - Low income of women and there is a tendency of women’s worker exclusion from regular employment.

Child Poverty in Japan



2021/7/16

©Plan International

5

日本の生理をめぐる「タブー(禁忌)」

- 平安時代：『貞観式』で「穢れ」とされ、日本最古の医学書『医心方』でも「月の穢れ」とされる
- 室町時代～：『血盆経（けつぽんきょう）』という中国伝来の偽経が広まり、出産や月経の血で大地を汚すという女性の不浄観が浸透、「女人禁制」へつながる
 - 霊山などへの女性の立ち入り禁止
 - 大相撲は土俵の聖域化を進めて権威を高め、女人禁制など禁忌を創出。
- 1872（明治5）年に明治政府が發布した「今より産穢懼り及ばず候事」という法令によって、月経禁忌は公には廃止されたが、女性特有の出産や月経に伴う出血を『血の穢（けが）れ』として不浄視する考えは残った
 - 月経中の「穢れた」女性を隔離する月経小屋という隔離施設も西南日本を中心に存在
 - お産と月経はケガレとされ、家の火を穢さないように煮炊きの火を別にせねばならず（別火）、水を穢さないように水汲みも自分ではできなかった。
 - 土俵への女性が上がることを禁止



1984(昭和59)年まで使われていたという徳島県高松市の「月経小屋」。
Tomoe Hakuho / Via youtube.com



AWBnews3救命女性に「土俵を下りて」海外でも速報広がる(18/04/06)

2021/7/16 ©Plan International

6

“Taboo” related to menstruation in Japan

- Heian era : It was described in *Ishinhō* which is the oldest medical textbook in Japan that menstruation was polluting
- Muromachi era- : The teaching of the Blood Bowl Sutra (Ketsubonkyō), originating from China around the 10th century, spread throughout Japan. The emphasis was on women and their polluting blood at birth and during menstruation, people believed that it would defile the land and water and offend the gods. This view was leading to women's ban.
- 1872: The Meiji government made explicit steps to erase the notion of menstruation as polluting by the official code, however, the notion of menstrual blood as polluting remained. This notion was reflected in 'moon hut' (tsukigoya 月小屋), and in the custom of preparing their own food using a separate cooking fire and eating separately from their family during menstruation.



1984(昭和59)年まで使われていたという徳島県高松市の「月経小屋」。
Tomoe Hakuho / Via youtube.com



AWBnews3救命女性に「土俵を下りて」海外でも速報広がる(18/04/06)

2021/7/16 ©Plan International

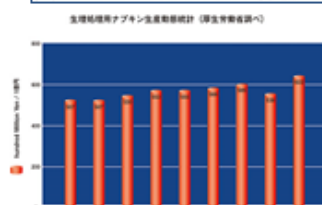
7

明治以降の日本における生理をめぐる状況

田中ひかる『生理用品の社会史』(KADOKAWA, 2019)より

- 明治期以降の婦人雑誌での「月経」の紹介(タンポン式の否定)、大正期以降のナプキン式の奨励。
- 処置の歴史が遅れた背景としての経血への根深いタブー意識と多産による月経回数そのものが少ないという現状
 - 平均寿命が短く、子どもを産む回数も多く、また栄養状態が豊かではなかったため、生涯の月経回数は50~60回で、現代の女性の9分の1ほどの回数だったと推測が長く続いたことが挙げられる。
- 戦中・戦後は脱脂綿の供給規制によるアクセスそのものが長く制限された。
- 1961年にアンネナプキンが販売(アメリカでコーテクス発売から40年後)。
- 1963年 ユニ・チャームの前身大成化工がナプキンの製造開始
- 1968年 タンポンの輸入開始、国産タンポンも製造販売される。
- 1970年代のタンポンによるTSS(トキシックショック症候群)の発生の影響を受けた使用率の影響(有経女性2割、10代女性1割)。
- 1990年代以降の女性アスリートの活躍による生理用品の飛躍的向上。

生理処理用品生産数が74億9000万枚(2017年)、初経から閉経まで平均1万枚以上使用。
月経への新たな意味づけ(「汚物」入れ、「プラスチックナプキン」への批判から、布ナプキンへの奨励等)
現在日本は生理用品に消費税10%が加えられている。

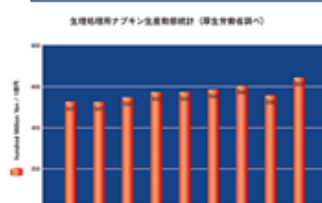


グラフ出典: <https://www.jppls.or.jp/data/data4.html>

Views of Menstruation from the Meiji Period (Tananak 2019)

- Menstruation featured in women's magazines, and women were encouraged to use napkins after the Taisho era.
- Usage of napkins was restricted due to supply restrictions on cotton wool during and after the WWII.
- 1961: Anne napkin went on sale. (40 years after the launch of napkin sale by Cortex in the United States)
- 1963: Taisei Kako Co. Ltd.(Now Unicharm Co.) began manufacturing napkins
- 1968: Started to import tampons and launched manufacturing them in Japan.
- 1970s: Occurrence of TSS due to the use of tampons
- After 1990s: Dramatic improvement of sanitary products by female athletes' contribution.

生理処理用品生産数が74億9000万枚(2017年)、初経から閉経まで平均1万枚以上使用。
月経への新たな意味づけ(「汚物」入れ、「プラスチックナプキン」への批判から、布ナプキンへの奨励等)
現在日本は生理用品に消費税10%が加えられている。



グラフ出典: <https://www.jppls.or.jp/data/data4.html>

日本における生理用品の無償配布の取り組み

- 自治体による無償配布の開始
 - 2021年5月28日現在全国で255の自治体で学校などで生理用品の配布を実施または検討
 - 防災備蓄の生理用品などを無償で配布
 - 東京都豊島区の場合は受け取り時の本人確認が不要で、口頭で求めなくても済むように、窓口においてあるカードを指し示すだけでよいという細かい配慮をしている。

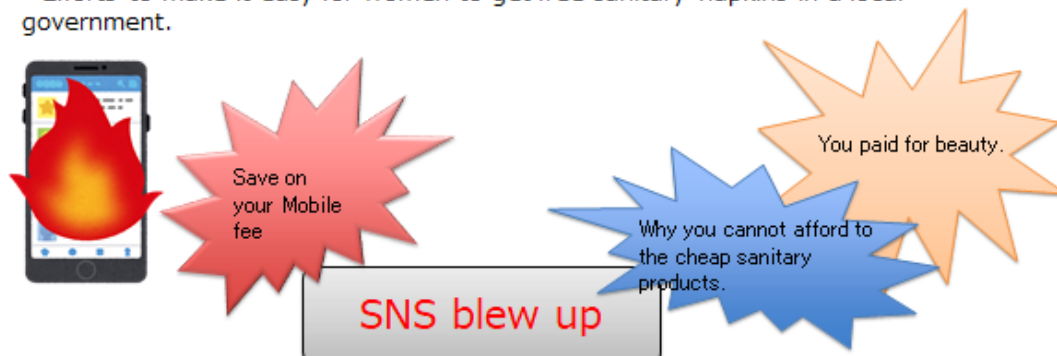


2021/7/16 ©Plan International

10

Free distribution of sanitary products in Japan

- Started free distribution by the local governments
 - As of May 28, 2021, 255 local governments nationwide have implemented or considered distributing free sanitary napkins at schools, etc.
 - Distribute free sanitary napkins for the purpose of disaster prevention stockpiling
 - Efforts to make it easy for women to get free sanitary napkins in a local government.



2021/7/16 ©Plan International

11

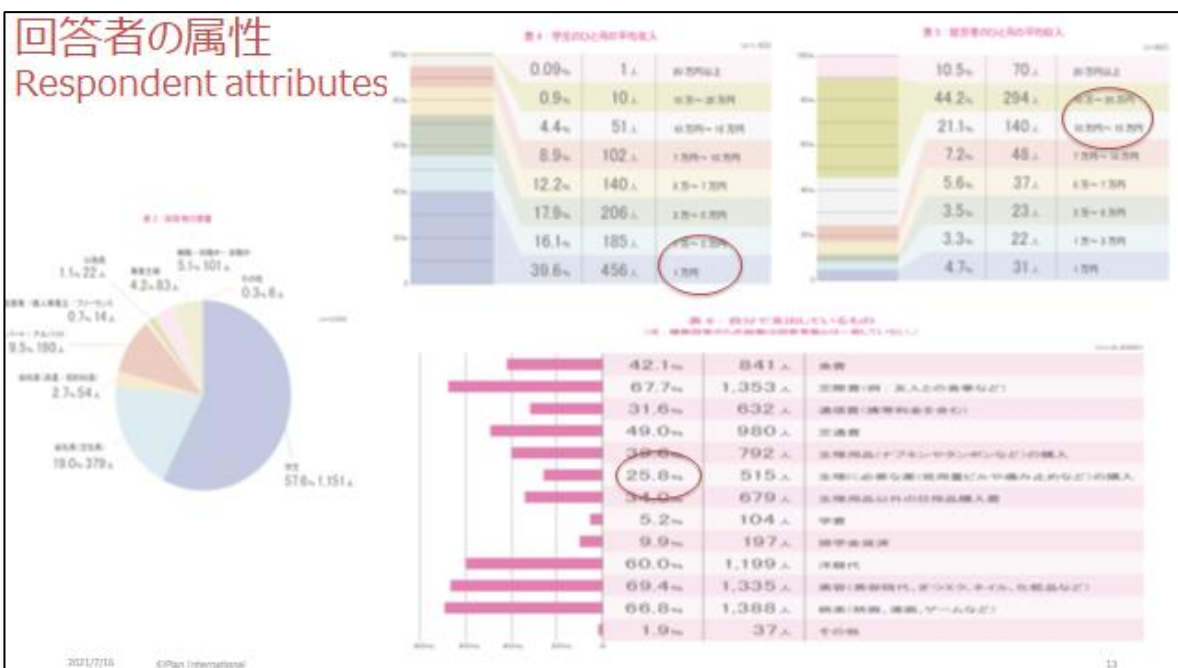


2000人の調査から見える、女性の機会損失としての「生理の貧困」

「日本のユース女性（15～24歳）の生理をめぐる意識調査結果」
Awareness Survey of Young Women in Japan Regarding Menstruation

2021/7/16 ©Plan International 12



生理用品・生理に必要な薬購入の優先順位は低い

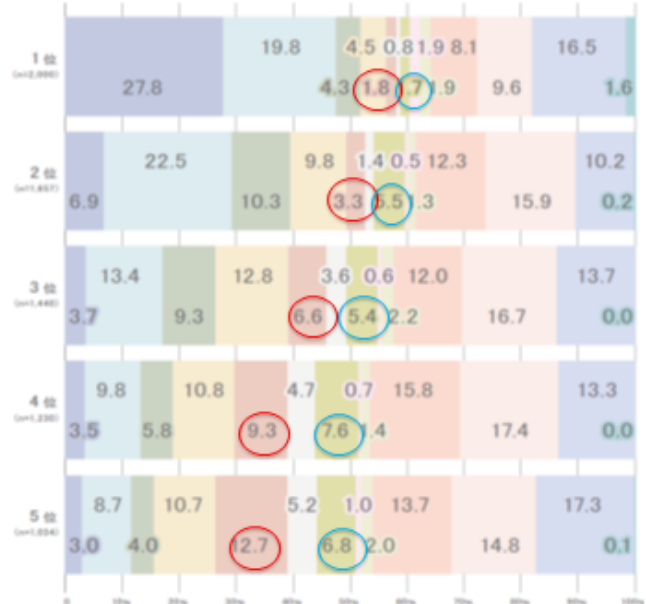
The priority of purchasing sanitary products and medicines necessary for menstruation is low.

表7：支出における優先順位

あなたが支払うお金の使い方について、優先順位を1～5位まで教えて下さい。

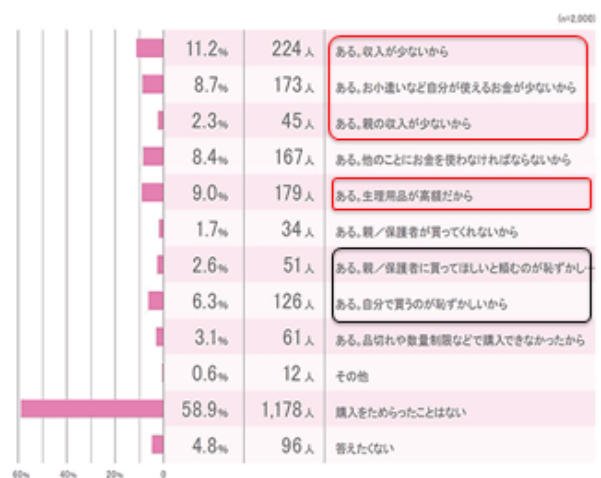
食費 交際費(交・友人との食事など) 通学費(通学料金を含む) 交通費
生理用品(ナプキンやタンポンなどの購入) 生理に必要な薬(経痛薬など)や痛み止めなどの購入
生理用品以外の日用品購入費 学費 奨学金返済 洋服代
娯楽(映画、漫画、ゲームなど) 美容(美容院代、まつエク、ネイル、化粧品など) その他

- 「生理用品」を1位に挙げたのは1.8% (13項目中10番目)、「薬」は1.7% (11番目)。
- 「4位」の優先順位では生理用品は6番目 (9.3%)、薬は7番目 (7.6%)
- 「5位」の優先順位では生理用品は4番目 (12.7%)、薬は7番目 (6.8%)



10人に3人が生理用品を購入できない／購入をためらった経験がある 3 out of 10 people can't buy sanitary napkins / have hesitated to buy

- 生理用品購入費用はひと月平均301～700円程度。
- 10人に3人 (回答者の717人) が「収入が少ない」「生理用品が高額」「親が買ってくれない」などの理由で、生理用品を購入できない、購入をためらった。
- 購入できなかった場合、「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」のは70.7%。その他キッチンペーパーなどで代用している (37.9%)
- 回答者の一部には「自分で買うのが恥ずかしい」「親／保護者に買ってほしいと頼むのが恥ずかしい」といった、「**恥ずかしさ**」を理由に生理用品の入手をためらう意識がある



10人に3人が生理が理由で 学校・部活・職場を遅刻・欠席・早退した経験がある

- 「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%。
- 30.8% of respondents knew the benefits of low-dose pills and painkillers, but they did not buy them.
- 「病院などに行くのが恥ずかしい」「周囲の反対」により購入していないと回答：ピルへの否定的なイメージの反映か？

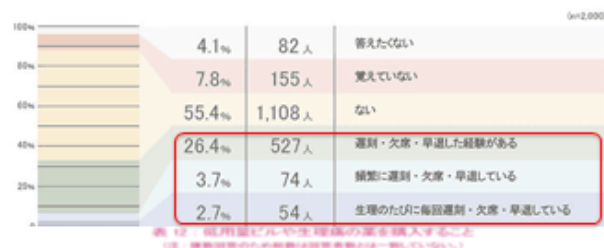


表 13 「低用量ピルや痛み止めの薬を購入しない理由」
(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致しない。)

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

生理への否定的なイメージが強い

- 2人に1人が「生理痛が辛い」と回答**
Half respondents answered that menstrual pain was terrible.
- 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**
Three out of 10 girls answered they hated period or want to stop their period.
- バイトや学校、仕事を休まないといけず辛いことも
- 「恥ずかしい／嫌だ」、「腹が立つ」など、嫌悪感や否定的な意識を持つ若年層の女性が一定数いる

表 14 「生理に関するイメージ」
(注：複数回答のため総数は回答者数とは一致しない。)

イメージ	割合	人数
バイトや部活、授業、仕事などを休まなければならない辛い	15.9%	318人
バイトや部活、授業、仕事などが休めて嬉しい	4.1%	81人
生理になったとき人に会いたくない	23.7%	474人
生理痛が辛い	48.7%	974人
PMS(月経前症候群)が辛い	26.1%	522人
PMS(月経前症候群)を分かってもらえない	12.6%	252人
母親・姉妹とは話せるが父親・兄弟と話せない	9.0%	180人
家族には話せない	4.6%	91人
どの家族とも話さず一人で悩む	6.2%	124人
友人に話せない	2.7%	54人
恋人に話せない	2.8%	55人
恥ずかしい／嫌だ	10.9%	218人
腹が立つ	18.2%	363人
生理になりたくない・生理を止めたい	30.1%	602人
生理があることは女性として嬉しい	3.3%	65人
その他	1.1%	21人
何も感じない	14.9%	297人
答えたくない	5.0%	100人

スティグマ：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。

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誤りごとを理解してもらえなかったこと
13.3%	266人	「生理だからとステイキングで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
48.5%	969人	経血（生理の出血）が服などにいつたり、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店を見たとき
26.1%	521人	トイレの汚物入れ・サンitizer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経血や色のついたゼリー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

生理を不浄のもの・忌避すべきものとする意識が
世代間で伝えられている可能性

日本は人前で 生理について語ることを ためらう傾向が強い

「生理について人前で話せる」と回答した割合は27か国中27位 (32%、27か国平均62.6%)
「学校でセクシュアリティや恋愛を学んだ」と回答した割合は27か国中22位 (61%、27か国平均71.3%)

人前で話せない
専門的に学んでいない
「隠すべき、忌むべき、恥
ずべき」概念

問題を「みえないもの」
「ないもの」にしてしまう
「どこに」「誰に」相談してよいのか
分からない

生理についてオープンに話せる割合

Portugal	84%
Mexico	82%
Croatia	78%
Brazil	77%
Spain	75%
France	72%
Belgium	72%
Germany	72%
Sweden	71%
Vietnam	70%
Poland	69%
Netherlands	68%
India	67%
Italy	66%
Romania	66%
Canada	66%
South Africa	64%
Czech Republic	63%
United Kingdom	63%
Australia	62%
Turkey	57%
United States	54%
Indonesia	43%
South Korea	36%
Japan	32%
Russia	25%
China	25%

学校でセクシュアリティや恋愛について 学んでいる割合

Sweden	87%
Mexico	85%
Spain	84%
Portugal	82%
South Korea	80%
Poland	80%
Belgium	79%
Germany	79%
Vietnam	79%
Croatia	78%
Czech Republic	77%
India	74%
Netherlands	73%
Canada	72%
United Kingdom	71%
Italy	71%
Romania	71%
South Africa	70%
France	69%
Australia	66%
United States	64%
Japan	61%
China	61%
Brazil	57%
Indonesia	54%
Turkey	52%
Russia	49%

Plan International USA and Nepal: It's a Time to Talk: Menstrual Health & Hygiene in the U.S. March 2021. P.7

2021/7/16

©Plan International

20

Japanese have a tendency to hesitate to talk about menstruation

「生理について人前で話せる」と回答した割合は27か国中27位 (32%、27か国平均62.6%)
「学校でセクシュアリティや恋愛を学んだ」と回答した割合は27か国中22位 (61%、27か国平均71.3%)

人前で話せない
専門的に学んでいない
「隠すべき、忌むべき、恥
ずべき」概念

問題を「みえないもの」
「ないもの」にしてしまう
「どこに」「誰に」相談してよいのか
分からない

生理についてオープンに話せる割合

Portugal	84%
Mexico	82%
Croatia	78%
Brazil	77%
Spain	75%
France	72%
Belgium	72%
Germany	72%
Sweden	71%
Vietnam	70%
Poland	69%
Netherlands	68%
India	67%
Italy	66%
Romania	66%
Canada	66%
South Africa	64%
Czech Republic	63%
United Kingdom	63%
Australia	62%
Turkey	57%
United States	54%
Indonesia	43%
South Korea	36%
Japan	32%
Russia	25%
China	25%

学校でセクシュアリティや恋愛について 学んでいる割合

Sweden	87%
Mexico	85%
Spain	84%
Portugal	82%
South Korea	80%
Poland	80%
Belgium	79%
Germany	79%
Vietnam	79%
Croatia	78%
Czech Republic	77%
India	74%
Netherlands	73%
Canada	72%
United Kingdom	71%
Italy	71%
Romania	71%
South Africa	70%
France	69%
Australia	66%
United States	64%
Japan	61%
China	61%
Brazil	57%
Indonesia	54%
Turkey	52%
Russia	49%

Plan International USA and Nepal: It's a Time to Talk: Menstrual Health & Hygiene in the U.S. March 2021. P.7

2021/7/16

©Plan International

21

調査から見えること



生理は貧困だけではなく、機会損失をもたらす

生理を軽減する方法を知っていても取られていない

穢れたもの、隠すものという意識が「母から娘へ」受け継がれている

公に語ることは、問題を「可視化」させること

性について学校で学ぶ重要性

- フランスの場合1996年より中学の性教育の義務化、コンドーム配布や2000年には早期性教育が幼稚園で開始など、20年以上の教育機関の性教育の取り組みが生理用品の無償

2021/7/16 ©Plan International

Our Findings



Menstruation brings not only poverty but also opportunity loss

Even if girls know how to reduce the uncomfortable symptoms by menstruation, they cannot take its advantage.

The mothers still think that menstruation should be hidden, and their way of thinking is inherited to their daughters.

The problem is visualized by speaking publicly.

Importance of sex education

2021/7/16 ©Plan International

23



Thank you

登壇者プロフィール

長島 美紀（ながしま みき）

長島美紀氏は、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパンのアドボカシーグループのリーダーを務めている。政治学博士。早稲田大学大学院で先進国の難民受け入れ政策を研究した。なかでも、FGM(女性性器切除)を理由に難民認定申請をする事例についての研究をすすめながら、UNHCR 駐日事務所や難民支援を行う NPO でインターン／リサーチャーとして活動にかかわった。その後もさまざまな NGO や財団の運営や広報・キャンペーン、事業運営、政策提言活動に従事してきた。プラン・インターナショナル・ジャパンは、政策提言事業、特にジェンダー主流化、「女性の社会での活躍」を中心に提言活動を行っており、長島氏は同組織のアドボカシーグループのリーダーとして、また研究者として活躍している。本報告にも関連するプラン・インターナショナル・ジャパンが実施した『日本のユース女性の生理をめぐる意識調査』にも、長島氏は研究代表としてかかわった。

(https://www.plan-international.jp/activity/pdf/0413_Plan_International_Ver.03_01.pdf).

主な著作

長島美紀(2011) 『FGM（女性性器損傷）とジェンダーに基づく迫害概念をめぐる諸課題—フェミニズム交際法の視点からの一考察』，早稲田大学モノグラフ。

Miki Nagashima, Ph.D.

Profile

Miki Nagashima is an advocacy group leader of Plan International Japan. She received her Ph.D. in Political Sciences from Graduate School of Political Science, Waseda University. She researched refugee policies in developed countries at the graduate school. While she conducted research on cases of women applying for refugee status because they wanted to escape FGM (female genital mutilation), she was involved as an intern and a researcher at the UNHCR office in Japan and at NPOs for refugees. She has been engaged in foundation, business management, public campaigns, and advocacy activities especially for female refugees at various NGOs since then. The Plan International Japan focuses on policy advocacy projects, especially gender mainstreaming and "women's success in society." She was also a principal researcher of the research project "Awareness Survey of young women in Japan toward menstruation" conducted by the Plan International Japan.

(https://www.plan-international.jp/activity/pdf/0413_Plan_International_Ver.03_01.pdf).

Her publications include *FGM (Female Genital Mutilation) and Issues Concerning the Concept of Gender-Based Persecution: A Study from the Perspective of International Feminism Law* (Waseda University Press, 2011).

参加者からの質問と討論

仙波：それでは、ここから Q&A タイムに入っていきたいと思います。いくつか質問が来ていますが、最初に私のほうからお 2 人に 1 つずつ質問をしたいと思います。まず、マックロード先生 (KM)、ご講演、ありがとうございました。日本の状況というものを恐らくそんなに知らなかったのではないかと思います。長島先生のご報告を聞いて、どんな印象を持たれましたか。

KM：仙波さん、ご質問ありがとうございます。拝聴して、とても面白い内容だと思いました。特に、この経血、出血するということと社会的なスティグマが日本では密接な関係を持っているという部分が興味深かったです。あとはやはり古い考え方、スティグマというものが世代間で受け継がれているというお話もありましたけれど、若い世代の方が、もしこの生理の貧困ということも含めて生理についてもっと知りたい、理解したいという気持ちがあれば、状況は変わるのではないかと思います。

仙波：ありがとうございます。それでは、次に長島先生にお伺いします。プレゼンテーションの中でプラン・インターナショナル USA が調査を行ったことをご紹介されていましたよね。こういった調査は日本だけではなくて、各国で行われているものなのですか。特にプラン・インターナショナルのグループの中では、どのような国で行われているものなのですか。

長島：ご質問ありがとうございます。カースティンさんのレポートの中でも出てきましたが、プラン・インターナショナルで初めて生理の貧困について取り上げたのは UK 事務所で、2021 年にアメリカと日本でそれぞれ調査を行いました。生理を巡っては国によってテーマや、関心も異なるので、それぞれ独自の調査を行っています。

仙波：もう 1 つ長島先生にこの調査に関して、アメリカの調査の結果を見て思ったのですが、韓国であったり中国であったり、結構アジアでは、生理についてオープンに話せる環境ではないといったところが出ていましたよね。アジアはやはり月経というか、生理に対して話にくいような文化、そういったものがあるのでしょうか。

長島：「こうだ」とは言いにくいのですが、ひとつ考えられるのが、日本や朝鮮半島、中国大陸

は文化的にも歴史的にもつながりが強い中で、「生理の経血が汚れたものである」、そこから女性を汚れたものとする考えが広がったことがあるのではないのでしょうか。スライドでも少しご紹介しましたが、中国から渡ってきた仏教の経典の中でそのような考えが紹介されており、その経典が朝鮮半島や日本へ伝播する中で、生理や女性を穢れた存在とみなす思想のベースができあがったと考えることができるかと思います。

仙波：ありがとうございました。それでは、参加されている方たちからも質問が来ていますので、そちらにお答えいただきたいと思います。まずは、「欧米では性教育が進んでいるというイメージがあったのですが、イギリスの7人に1人が初めて生理が来たときに何が起こったのか分からなかったと答えていて意外でした。欧米の生理などの性教育はどのようなになっているのでしょうか。お答えいただけると幸いです。」というご質問です。これはカースティンさんにお答えいただきましょう。

KM：ご質問ありがとうございます。イギリスやスコットランドもそうですけれども、いろいろな性教育というものが今は提供されています。例えば小学校の高学年から、それから中学生の前半にかけて、いろいろな性教育のプログラム、しかもかなりオープンな内容というものが示されています。確かに性教育においては生理のことを科学的な根拠から、あるいは物理的なところから教えるということがあるかもしれません。しかし実際面として、生理が来たらどうするんだということ、そこには十分、焦点が当てられていないということはあるのかもしれません。

仙波：ありがとうございます。次は長島先生へのご質問です。「最後のスライドで、フランスでの性教育やコンドーム配付について触れていましたが、早期性教育によって性交渉を早めてしまうというネガティブな意見もあるのではないかと思います。それについてはどうお考えですか」というご質問です。

長島：ありがとうございます。わたしたちの団体には15歳から24歳までのユースグループがおり、独自に課題を調査しているのですが、先日学校における性教育の在り方について調査、発表をしたんですね。そのレポートでは、早い段階で性教育を実施すればするほど、

性に対する理解が深まること、そしてその結果、早い年齢で性行為をしようと思う人というのは、むしろ減るという海外での調査結果を紹介しています。性行為についての正しい知識を得ることで、「今の自分ではまだそういったこと（性交渉など）は早過ぎる」として、年齢を遅くするケースのほうが多かったり、「相手に妊娠をさせない」という意識を持ってコンドームを使用するなど、正しい性行動を取るようになると指摘されています。早い段階で性教育を受けることは、早い年齢での性行動につながる訳ではなくて、むしろ性について理解をすることで、「自分が適切な対応ができる年齢になるまで待つ」という選択肢をもつことにつながると私は考えています。

仙波：ありがとうございます。では、次はカースティン先生にお答えいただきたいと思います。

「イギリスやスコットランド、ウガンダでは生理についての教育は初等教育、中等教育、高等教育のどの段階から中心的に行われているのでしょうか」というご質問です。これにお答えいただけますか。

KM：まず、ウガンダの例ですが、我々のプロジェクトで調べたところ、まず初等教育、小学校の段階でのこういった生理の教育のプログラムが存在していました。例えば Public Health Ambassadors といった、そういった団体がウガンダにはありますけれども、小学校の低学年でしたら、まず全般的な衛生の話ですとか、清潔な水についてとか手洗いの慣行とか、そういった話があります。でも高学年になりますと、今度は生理とか月経とか、あるいは性教育というように移っていくという、すごくきちんと組まれていると感心した記憶があります。あとウガンダの教育制度ですが、初等教育を受ける年数という期間が、実は他の国よりも長くて、例えば初等教育の高学年になりますと、最大 14 年間通うことができます。そういったことも影響してるかもしれません。あとはイギリスとかスコットランドですと、こういった教育に関しましては、少しばらつきがあります。大体、初等教育の 6 年生あるいは 7 年生くらいから始まります。ただ、こういった性教育に関しましてはそれぞれの学校が独自の方針で行いますので、何か統一された始まる時期というものはないわけです。しかも、最近、その生理が開始するとか始まる、その年齢がどんどん若年層

に移っている、低年齢化しているということです、多くの場合、生理が始まってから、実際、この生理についての教育を受けるといったケースも増えています。

仙波：ありがとうございます。もう1つ同じ方から質問が来ているんですけども、カースティン先生、お願いします。「私は小学生のときに修学旅行に行くときに生理になったときのためにどうすべきかを、女性の教師から女子生徒のみを対象にそういった授業がありました。日本以外の国では男子も含めた教育がなされているのでしょうか。あるいは、そのような取り組みが行われようとしているのでしょうか」というご質問です。

KM：ご質問ありがとうございます。そうですね、一般的な話ですけども、男子生徒も女子生徒も例えば生理について学ぶという機会は与えられています。ただしその教育の深さだったり、広さということに関しましては統一されたものがないので、それぞれの学校の方針によって、その内容は本当に違います。ただ、最近の傾向としましては、やはり男子生徒に対しても女子生徒に対しても、同じようなレベルの生理に関する知識を与える方向に動いていると思います。このことはイギリスだけではなくて、ウガンダでも見られるような傾向です。

仙波：ありがとうございます。では時間も迫ってきたので、これが最後の質問になるかと思います。

「母から娘への伝え方だと生理用品の進化が伝わらない傾向があるのでしょうか」というご質問です。恐らく長島先生のご報告の中に、生理について少女たちにメインで教えるのが母親ということで、母親の生理に対する考え方、それから印象みたいなものによって、娘の感じ方も変わってくるといったようなことをお話しされていたので、これに関係している質問かと思います。長島先生、いかがでしょうか。

長島：ありがとうございます。やはり「母親から娘へ」という形で対処の仕方や、「生理とは何ぞや」ということが教えられる中で、もちろんそこで正しい知識も伝わるかもしれませんが、例えば母親が、生理用品の使い方も含めて生理について間違った知識を持っていた場合、それが正しいものとして子どもに伝わってしまう可能性がまずあると思うんですね。アンケートの調査でも「専門家から生理について聞きたい」という意見もありました。生

理について語る相手が母親であるとか、極めてパーソナルな関係の中で語られることが多いために、「もしかしてこれは間違っているのかも」「病気なのかも」と思っても、どこに相談をして良いのか分からない。相談するにしても、家族以外の人と話すことが慣れていないので「恥ずかしい」という思いから相談をためらってしまう。その点が問題として考えられるかなと思います。

仙波：ありがとうございました。まだ議論は尽きませんが、時間も来ましたので、この辺でセミナーを終了したいと思います。今日、皆さまからいただきました質問とか、またこれからいただくコメントも、後ほどお二人の先生にお渡ししたいと思います。月経という生理現象があるために、女性だけが大事な機会を喪失したり不安を抱える状況というのは、国に関係なく改善されていくべきだと私は思います。この状況をもっと改善するために私たちは何ができるのか考えていかないとはいけません。日本の中でも、それからスコットランドでもん活動していくべきですけれども、何か協力して改善するような方法を考えていければと思います。本日は皆様、セミナーへのご参加をありがとうございました。



参加者の感想

1. 具体的な事例、特に海外の事例が参考になった。
2. 生理の貧困という言葉から、金銭的な問題のみをイメージしていたのですが、今回のセミナーを拝聴して、生理を恥とする考えから生理用品、痛み止め等ケアアイテムを手に入れる行動が取れない問題や生理について母親と娘の間に話されることが主という話を伺えて、この言葉から様々なジェンダーを巡る問題が浮かびあがってくると思いました。私自身についても社会生活を送る上で、男性の多い場では生理を意識させるような行動は抑制して、悟られないよう気を遣って行動していますが、その行動の規範となる生理を隠すものとする意識こそが女性の社会参加だけでなく、自分自身や女性を否定しているような気持ちがして、悲しく感じました。そして、せめて今の子どもたちには男女関係なく生理について学ぶ機会を教育機関で作って欲しいと願います。イギリスの学生たちの取り組みや世界的な生理についての教育が男女共になされている傾向にあるというお話は、ポジティブな未来を感じられました。社会人になってから仕事以外の領域で研究者のお話を聞く機会はあまり持てなかったのですが、Zoom 利用で大学のセミナーを聞く機会が持てたことも学生時代のみずみずしい知的好奇心を持てた時代に戻れた感覚があり本当に嬉しかったです。ありがとうございました。
3. 内容はとてもよかったです。質問や感想が聴衆者にはわからず、何となく蚊帳の外なので、できれば、その内容も表示する方がいいと思います。
4. 長島さんのこの問題に対するコメントを他で知って、このセミナーでもう少し詳しく聞きたいと参加しました。短時間で、いくつもの情報を得ることができました。自分の職場で利用者に生理用品を配布することになり、いろいろと調べるうちに、これが貧困の問題というより、ジェンダー平等の問題なのだと初めて知りました。
5. 「生理の貧困」について日本における問題だけでなく、イギリスやスコットランド、ウガンダでのケースについて知ることができ、現状の深刻さを改めて実感することができました。新たな発見が多くあり、実のあるセミナーでした。ありがとうございました。
6. 生理の貧困は、最近日本でも話題で、自分も関心を強く持っていたため今の時期に開催していただけてよかった。途上国における生理の問題についても興味を持っていたので貴重な機会になった。ただ、生理が恥ずかしいものであるという考えを、すべて否定すべきなのかはわからない。恥ずかしいから問題があったときに他の人に聞きづらいといったことは改善すべきであるが、公の場で語りたくない人もいて、それは悪いことではないと思った。
7. 大変おもしろかったです。男性の関わりについての取り組みも海外にはあるので、そのようなことも知りたいなと思いました。ありがとうございました。
8. 生理用品は自分で購入しなくてはならないという認識が強かったので、公共配布の運動あることに驚きました。長島先生のお話を伺うに、日本では否定的な意見も多いようですが、「たかが数百円」も積もれば山となりますし、他者から見えないショーツの中より、見える美容に優先してお金を使ってしまう心理も、理解できるものだと思います。また、携帯代を節約しろという意見もありましたが、それをしなくてはならないのが女性だ

けであるという点に不平等性があると思い、ここに、特に男性の生理へ対する知識の欠如が表れているのではないかと感じました。カースティン先生のお話にあったように、すべての人が性別に関係なく生理に関する知識を身につけられるようにする必要があると思います。公共トイレにトイレットペーパーや手拭き用の紙が当たり前に備え付けてあるように、生理用品も当たり前に置かれているようになってほしいと思いましたし、そうなるよう自分には何ができるのか考えてみようと思います。本日はありがとうございました。

9. 不勉強ながらこれまでに「生理の貧困」という言葉を聞いたことがなかったので、興味を持ち参加いたしました。生理であることだけでなく、生理用品についても「恥ずかしい」「隠さなければ」という気持ちになることについて、これまで当然だと思っていましたがそう思わなくてもいいのが普通なんだ、とはっとしました。これ以外にも気づかされることが多く、海外の事例との比較からも日本の課題を知ることができ貴重な時間になりました。ありがとうございました。
10. 自国だけではなく、他国の状況も教えていただいたことで、比較しながら拝聴できたのでよかったです。毎回、質の高いセミナーに参加できて大変感謝しております。運営にかかわっておられるみなさまに御礼申し上げます。ただ、セミナーの中でたびたび「生理（出産）が女性特有である」という発言がみられましたが、生理は女性だけに起こるものではないので、「生理のある人」などに言い換えた方がよいと思いました。
11. Very interesting. I wonder if I could get the slides or today's record, because I could not join until 18(I have a class)
12. 4月にNHKのクローズアップ現代プラスで生理の貧困の番組を見て、この問題について関心を持ち始めました。生理が女性の機会損失につながるということについてもっといろんな人が知って議論できたらいいな、と思います。あと、性教育を早い段階で受けることで、逆に知識を身に付けることで、より慎重に考えるようになったり、性行為を遅らせたりすることが調査でわかった、ということは大変興味深かったです。
13. 生理の貧困という言葉は何度か聞いたことがあって、意味もなんとなく理解している、という程度でしたが、今回国内外の実践や調査を伺って、深く理解することができました。大変有意義な機会を、ありがとうございました！通訳さま含めみなさま大変クリアに話してくださって、とても聞き取りやすかったです。今後のセミナーに向けた改善要望としては、zoom開催だとスライドの文字がぼやけがちになるので（回線の安定性の影響もあると思います）、フォントを大きくしていただけますと幸いです。今回、私は有線ですいませんでしたが長島先生のスライドがほぼぼやけていたので、今後は演者さまとスライドの見え方についても協議いただけますと幸いです。いつも有意義なセミナーを誠にありがとうございました。次回以降も楽しみにしております。
14. 非常に興味深いセミナーをありがとうございました。生理の話が主に母親から伝えられているという現状で、学校での教育の重要性、とりわけ男女一緒に生理について学ぶことの重要性を改めて認識しました。一方、すでに社会に出ている世代に対し、どう新しい情報を伝えていくかが難しいなと感じています。他方、男女センターの方に先日インタビューをしたところ、親子では身体について話しづらく、センターのような家族以外の居場所を

作ることが大切だと仰っていました。子どもに限らず大人であっても、そうしたことを話せる場所があればと考えています。

15. 途中質問があったように欧米の生理に関する教育はとても進んでいるという先入観があったので、カースティン先生のお話はとても興味深かったです。また、長島さんのお話も日本人でも知らない歴史や、性教育を早期にすることに対する弊害に関する研究結果を知ることができてとても勉強になりました。途中電波障害で聞けない箇所があったので、すべて聞けなかったのが残念です。
16. 生理の貧困が身体面、精神面だけでなく女性の機会損失ももたらすこと、生理への不浄視が母娘間で受け継がれていることがよくわかりました。早期性教育への懸念についての質問にもお答えいただけて納得しました。問題を「みえないもの」「ないもの」としないためにも各国で協力し、生理がオープンに語られる世界に近づけたらと思いました。
17. 生理の貧困について基本的なことから、今後の課題も知ることができて、大変勉強になりました。ありがとうございました。
18. 大変、勉強になりました。ありがとうございました。質問ご回答もありがとうございました。
19. 大変素晴らしいセミナー、ありがとうございました。世界各国における生理の貧困の現状について、学ぶことができました。次回も、ぜひ、参加させていただく予定です。
20. 具体的な調査結果から、世界にはいろんな状況に置かれて生理と向き合っている女性がいることが分かった。自分はこれまで生理がタブー視されていることにあまり疑問を持ったことがなかったが、それは私がたまたま生理に関わる大きな問題や悩みを抱えていないからだと思うので、もし今困っている人がいるのならばそのような人が減るような政策やキャンペーンがより広く行われて、生理への理解が進むといいなと思う。私は母と姉がいて、さらに女子大に通っていることもあって、話そうと思えば悩みを打ち明けたり、相談することがしやすい環境にあるが、父子家庭であったり、女子の少ない環境にいる人はもしかしたら一人で抱え込んでしまっているような気がして心配である。男性からの理解や、生理を公の場で恥ずかしさを持たずに話せるような環境づくりはもちろん必要であるが、それが当たり前になるにはすごく長い時間を要すると思うので、まずは今一人で悩んでいる人が気軽に話せるような学校等における環境の整備を進めてほしい。
21. 生理で学校の水泳の授業に参加できず見学していた時、クラスメイトの男子に生理のことをからかわれ、恥ずかしい思いをしたことがありました。セミナーを受けてこの苦い経験を思い出し、性教育がさらに進んで、生理は恥ずかしいものではないという認識が広まったら良いなと感じました。
22. とても興味深い内容でした。ありがとうございました。
23. 有意義な時間でした。ありがとうございました。
24. 普段はあまり触れることの出来ないスコットランドやウガンダの性教育や進んだ性への取り組みに触れることで自国の性に関する取り組みへの問題意識が高まりました。日本に根付いている血に対する禁忌や母娘間の教育が、生理をタブー視する今日の意識に繋がっているという意見を伺うことで今後の性に関する問題意識とその解決に方向性を見いだすこ

とができました。

25. 最近話題の 이슈 ということを楽しみにしておりました。UK のみならずウガンダの状況もわかり、勉強になりました。具体的なデータや動画をお示しいただき、分かりやすかったです。
26. 今日の報告は、60 年以上前の私の子供のころの話を聞いているかのようなようでした。私も少し標準より早く生理がきたので、母親から説明を受けました。彼女は比較的進んでいる方でしたが、一応整理について説明した後、こう付け加えました。「でも、このことは、別に隠すことではないけれど、あまり人と話すことではないので、黙っていいのですよ」と。その頃は生理用品もまだ出ていなかったもので、対処の仕方も脱脂綿などを利用するように教わりました。その後、比較的すぐにアンネ・ナプキンの広告が始まり、世の中の空気を変えました。あの広告の持つ力は大きかったと思います。
27. 日本とイギリスにおける「生理の貧困」について詳しく、また比較しながら興味深く内容を拝聴しました。とても学びが多かったです。一方で、具体的にどのような境遇の人が「生理の貧困」に陥っているのか知りたいと思いました。プライバシーなどの問題もあるとは思いますが、もし機会があれば日本やイギリスなどの具体的な「生理の貧困」のケースを聞くことができればと思います。企画いただいた皆様ありがとうございました。
28. 生理についてなかなか多くの人と話す機会がないので、外国の生理事情や性教育について、また日本での土俵に上がった女性に対する反応や生理についての統計などが知れて良かったです。ありがとうございました。
29. 大変興味深く伺った。日本だけではなく世界的に、生理に対する支援は十分ではないこと、また生理に対するスティグマも強いことが印象的だった。日本における生理の貧困対策は始まったばかりであり、今後は地方自治体の取組の有効性や性教育の充実なども併せて議論をしていく必要性を感じる。
30. 生理の貧困をめぐる状況について、イギリス、ウガンダ、そして日本の話を聞くことが出来、勉強になりました。多くの人が毎月経験しているはずの月経は、見えないものにされがちですが、そのあり方を問い直す試みが起こっていることがわかりました。本日は貴重な講演ありがとうございました。
31. 改めて生理への理解、配慮の必要性を感じました。お茶大でもトイレに生理用ナプキンを常備する署名活動が進められていて、社会が変わろうとしているのを身近に感じました。
32. 生理の貧困について自分の大学内のゼミで研究しているためすごく参考になり、理解も深めることができました、ありがとうございました。



開催報告

お茶の水女子大学ジェンダー研究所ホームページに掲載

https://www2.igs.ocha.ac.jp/igs_通信/2021/07/20210716-2/

《イベント詳細》

IGS セミナー（生殖領域）「生理の貧困」

【開催日時】 2021 年 7 月 16 日（金） 17:00～19:00（日本時間）／9:00～11:00（イギリス時間）

【会場】 オンライン（Zoom ウェビナー）開催

【講演】

カースティン・マックロード（エディンバラ・ネピア大学准教授）

Kirsten MacLeod, Ph.D. (Associate Professor at Edinburgh Napier University)

報告タイトル：

生理の貧困をテーマにしたドキュメンタリーフィルム“Bleeding Free”から
Bleeding Free: A Documentary Film About Period Poverty

長島美紀（プラン・インターナショナル・ジャパン研究者）

Miki Nagashima, Ph.D. (Researcher at Plan International Japan)

報告タイトル：

生理からみる日本のジェンダー課題:

機会損失・スティグマをめぐる私たちの問題

Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation:

The Challenges Posted by Lost Opportunities and Stigma

【司会】 仙波由加里（お茶の水女子大学 IGS 特任講師）

【言語】 英語・日本語（逐次通訳あり）

【参加者数】 154 名

【報告】

昨年 11 月に開催した IGS セミナー（生殖領域）「月経教育と女性の生涯の健康」でも、月経と女性の健康の問題を取り上げ、参加者から様々なフィードバックをいただいた。そして、ほとんどの女性が一生のうちに一定期間、経験する身近な生理学的現象でありながら、あまり議論する機会がなかった月経の問題を改めて認識させられた。加えて新型コロナの感染が拡大する中、最近では職場やアルバイト先を失ったり、家庭の経済的な理由から、生理用品を手に入れることに苦労している女性たちがいるという問題について、メディアでもしばしばとりあげられている。そこで、本セミナーでは「生理の貧困」（Period Poverty）をテーマに、イギリスのエディンバラ・ネピア大学の研究者および映像制作のスペシャリストであるカースティン・マックロード氏と、プラン・インターナショナル・ジャパンの研究者であり活動家でもある長島美紀氏を招いて、貧困と月経の問題をジェンダーの視点から討論した。

マックロード氏は、エディンバラ・ネピア大学の学生や同僚とともに 2018 年から生理の貧困をテーマにしたドキュメンタリー映画の制作を開始し、本セミナーの 1 か月前に映画『*Bleeding Free*』を完成させ、スコットランドで初上映した。本セミナーではその映画の一部を紹介しながら、生理の貧困が若い女性や少女たちの教育や人生のチャンスにどのような影響を与えているかを提示した。スコットランドでは 2020 年 11 月に The Period Products (Free Provision) (Scotland) Act 2021 が制定され、2021 年 1 月より施行されている。これは生理用品を必要とするスコットランドのすべての女性と少女が、とくに教育機関や公共の場において生理用品を無償で利用できるようにするという法律である。映画は、この法律の制定をきっかけに大学に設置する生理用品ディスペンサーを設計した 3 人のスコットランド人学生の活動を軸に描いている。政府の政策レベルから、学生や女子学生による教育機関内での活動まで、生理の貧困に対する意識を高めるためのさまざまなアプローチがあり、これを紹介した。また同映画の中では、ウガンダでの活動も取り上げ、女子に再利用可能な生理用ナプキンの作り方を教える学校内でのプロジェクトや、コミュニティファシリテーターや高齢者も参加して、女性が生理用パッドを製造し販売する事業を立ち上げる活動や、月経に関する健康教育へのサポート等さまざまなアプローチを紹介している。そしてこうした活動に男性も巻き込み、広いコミュニティの賛同を得て、持続的な成功と影響力を持つ必要があるとマックロード氏は述べた。

次に長島美紀氏は、プラン・インターナショナル・ジャパンで、2021 年 3 月に実施した調査結果に基づいて、日本における生理をめぐる現状と課題について述べた。中島氏は、まず生理が日本文化の中でタブー（禁忌）として長くとらえられてきた歴史的経緯を説明し、続いて「日本のユース女性の生理をめぐる意識調査」の結果の中で特に注目すべき点を紹介した。日本の 15～24 歳の女性約 2000 人を対象に実施した生理と日常生活についての調査の結果から、「収入が少ない」「生理用品が高額」「親が買ってくれない」などの理由で、生理用品を入手できなかったり、購入をためらった経験を持つ人が 10 人に 3 人もおり、また生理用品や生理に関連する低用量ピルや痛み止めなどの薬の購入は、交際費や交通費、美容代などと比べると優先順位が低いことが紹介された。また、2 人に 1 人が生理痛に苦しみ、10 人に 3 人が生理で学校・部活・職場での遅刻・欠席・早退、機会損失を経験していたことなどにも触れた。こうした調査の結果を踏まえて、生理の影響を受けて大事な機会を損失している若い女性が多いことについて言及し、月経に対するスティグマをあらため、隠すのではなく、公に語り、問題を可視化させることが重要であり、学校での性教育の必要性を主張した。

本セミナーは、男女を問わず、数多くの参加者からたくさんのフィードバックや質問をいただいた。この問題への関心の高さを改めて感じさせられることとなった。

記録担当：仙波由加里（お茶の水女子大学ジェンダー研究所特任講師）

開催報告

<https://www2.igs.ocha.ac.jp/en/report/2021/07/20210716-2/>

【International IGS Seminar】

Period Poverty

- Date/Time: July 16, 2021 17:00–19:00 (JST)/09:00–11:00 (GST)
- Venue: Online (Zoom Webiner)
- Presenter Kirsten MacLeod, Ph.D. (Associate Professor at Edinburgh Napier University)
“Bleeding Free: A Documentary Film About Period Poverty”
- Presenter Miki Nagashima, Ph.D. (Researcher at Plan International, Japan)
“Gender Issues in Japan as Seen through Menstruation:
The Challenges Posted by Lost Opportunities and Stigma”
- Moderator Yukari Semba, Ph.D. (Project Lecturer, IGS, Ochanomizu University)
- Language Japanese/English (Consecutive interpreting)
- Number of Attendatees 154

In November 2020, the IGS seminar on the theme of “Menstruation Education and Lifelong Health of Women” was held online and it received varying feedback from participants. We realized that we need more opportunities to discuss on the issues related to menstruation, which is a familiar physiological phenomenon for women and also part of their health. Amid the COVID-19 pandemic, the media has been recently paying attention to women who have lost their jobs. In addition, it has been reported that there are young women who face difficulty in obtaining sanitary napkins due to financial reasons. Therefore, we organized the IGS seminar to discuss on the issue of "Period Poverty," and invited Dr. Kirsten MacLeod and Dr. Miki Nagashima.

Dr. MacLeod began making a documentary film on the theme of period poverty with her students and colleagues from Edinburgh Napier University in 2018, and the completed film *Bleeding Free* was premiered one month before the seminar in the UK. She introduced a part of the movie and presented how period poverty affects the education and life opportunities of young women and girls. In Scotland, the “Period Products (Free Provision) (Scotland) Act 2021” was enacted in November 2020 and has been in power since January 2021. A policy has been framed by the Scottish government wherein it makes sanitary products available to

all Scottish women and girls “who need them,” especially in educational institutions and public places. The film started by showcasing the story of Scottish students who were designing period-product dispensers for their university. The film covered a variety of approaches, such as raising awareness about period poverty, government policy levels, and students and female students campaigning within their educational institutions. The film also features activities in Uganda, with in-school projects that teach girls how to make reusable sanitary napkins and show community facilitators and senior citizens the ways to support women to make sanitary pads. Dr. MacLeod introduced various approaches, such as activities leading to the start-up of the manufacturing and selling business, and providing support for health education related to menstruation. She believed that these activities need to involve men in order to get the support of the wider community for long-lasting success and influence.

The next speaker, Dr. Miki Nakajima, presented the current situation and issues of period poverty along with young women’s loss of opportunities in Japan. The findings were based on the results of the "Awareness Survey on Menstruation of Japanese Youth Women" which was conducted by Plan International, Japan in March 2021. Dr. Nakajima first explained the historical background of how menstruation has been regarded as a taboo in Japanese culture for a long time, and then presented the survey results. She and her colleagues surveyed 2,000 women aged 15 to 24 years about menstruation and their daily life related to it. From the survey, they found that 3 out of 10 women had experienced inability to buy or hesitation to buy sanitary napkins for the following reasons: "low income," "sanitary products are expensive," "parents do not buy them," and so forth. It was also found that the purchase of sanitary products and medicines, such as low-dose pills and painkillers, for menstruation has a lower priority than the purchase/consumption of entertainment, transportation, and beauty care. In addition, 1 out of 2 women suffered from menstrual cramps, and 3 out of 10 experienced missing out on several good opportunities because of arriving late, leaving early or being absent from school, club activities, or the workplace due to menstruation. Most of the subjects were taught treatment methods by their mother upon having their first period, and most of them answered that the person they would consult, if needed, was also their mother. Based on the survey results, Dr. Nakajima reiterated that many young women are losing important opportunities due to the influence of menstruation. She also mentioned the importance of speaking openly in public, visualizing the problem instead of hiding the stigma behind menstruation, and the need for sex education at school.

Many people, including men, participated in the seminar and we received a lot of feedback and questions. It showed us the high level of interest in the issue.

Report by Yukari Semba
Project Lecturer, IGS, Ochanomizu University

本報告書はお茶の水女子大学ジェンダー研究所から発行するものである。

2021 年 7 月 16 日開催

IGS オンライン国際セミナー（生殖領域）

「生理の貧困」

記録集

Proceedings of IGS Online International Seminar

Period Poverty

編集責任者：仙波由加里

Chief editor: Yukari Semba, Ph.D.

編集助手：稲垣明子

Assistant editor: Meiko Inagaki

発行元

お茶の水女子大学 ジェンダー研究所

〒112-8610 東京都文京区大塚 2-1-1

Tel: 03-5978-5846

igsoffice@cc.ocha.ac.jp

<http://www.igs.ocha.ac.jp/index.html>

発行：2022 年 2 月

〒112-8610 東京都文京区大塚 2-1-1
お茶の水女子大学 ジェンダー研究所

Institute for Gender Studies, Ochanomizu University
2-1-1 Otsuka, Bunkyo-ku, Tokyo 112-8610 Japan

TEL: 03-5978-5846 FAX: 03-5978-5845
igsoffice@cc.ocha.ac.jp
<http://www2.igs.ocha.ac.jp>

