

トレンダーズ、生理の悩みをSNSでサポートする 「はれまプロジェクト」を発足 女性の約80%が悩みやストレスを抱えている!? 約3人に1人は「生理用品や広告に、違和感アリ」

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」をミッションに掲げるトレンダーズ株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川涼子、東証マザーズ上場：証券コード 6069）は、生理にまつわる悩みやストレスを抱える方々をサポートする「はれまプロジェクト」を発足いたします。これに際し、20～40代女性527名を対象に、生理にまつわる意識調査を実施いたしました。



[調査概要]

- ・調査対象：20～40代女性527名
- ・調査期間：2020年10月19日～20日
- ・調査方法：インターネット調査

◆ 合言葉は「無理しなくてもいい」。「はれまプロジェクト」を発足

女性従業員が7割以上を占める（2020年10月時点）トレンダーズでは、個々の違いを互いに認めて活かすあう、「ダイバーシティ&インクルージョン（多様性の受容と活用）」を推進しています。これまで、月に1度の特別休暇付与や、全社員リモートワークの解禁、生理を含め体調不良の家族をサポートするための家族看護休暇など、ライフサポート制度の拡充に取り組んでまいりました。

一方、世界全体でのフェムテック市場への投資額は2018年に437億円となり、10年で17倍になったといわれています。こういった市場の伸びは、女性の体と心にまつわる問題が、会社の制度を整えるだけではカバーできないことを示唆しているといえます。

そこで、より多くの方にとって生きやすい世の中になってほしいと願うトレンダーズの女性有志メンバーが中心となって、生理にまつわる悩みやストレスを抱える方々をサポートする「はれまプロジェクト」を立ち上げました。「無理しなくてもいい世の中に」というミッションを掲げ、「ブルーでもなく太陽でもなく。カーテンから覗くちょっとした晴れ間のように、生理で悩んでいる人の支えになる」。そんな想いをこめて、プロジェクト名は“はれま”と命名いたしました。



人生にはたくさんの出来事がある。
その出来事に対して、
喜ぶことも、悲しむことも、怒ることだってあっていい。
私たちは感情を持つ生き物だから。

だからもしも、小休止したいっていう時があれば、
「今は無理せず休むこと」も選択肢の一つにしてい
周りの目を気にしすぎない。
少し休んだら、晴れ間が見えるかもしれないから。



「はれまプロジェクト」 ステートメント

具体的な活動内容として、まずはユーザーが匿名で投稿できる質問箱を開設。「気軽に相談できる場がない」という方々に寄り添い、悩みや不安を共有できるコミュニティを育てることで、みんなで「無理しなくてもいいんだよ」と言い合える雰囲気醸成を目指します。

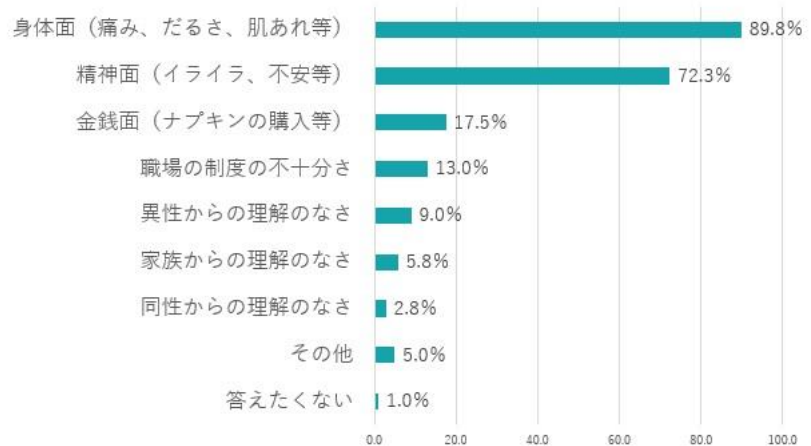
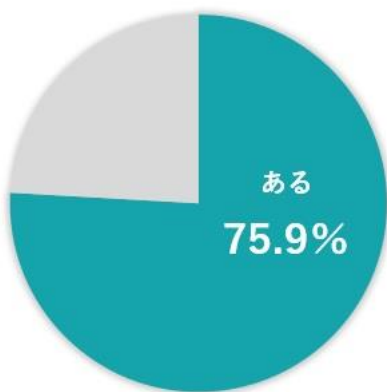
加えて、生理に悩みやストレスを抱えながらも、自分らしく体と心のケアを心がけている方々を取材。TwitterやnoteなどのSNSを通じて、誰でも参考にできる工夫やアイデアを発信していく予定です。

また、長年、女性インサイトの分析を行ってきたトレンダーズのノウハウを活かし、生理用品を販売する企業のマーケティング活動も、積極的に支援してまいります。

◆ 約 8 割もの女性が生理に悩みやストレス…広告への違和感は約 3 割に

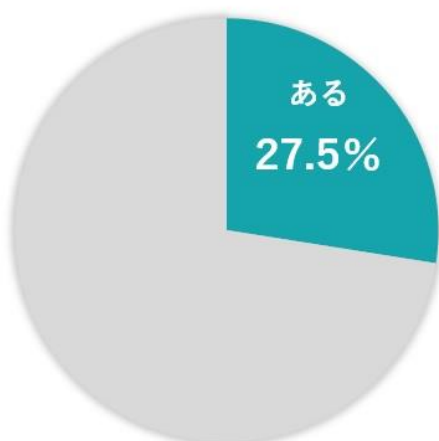
本プロジェクトの発足にあたり、527 名の女性を対象に意識調査を実施し、生理に対してどのような社会的課題があるのかを探ってみました。その結果、約 8 割もの女性が「生理に悩みやストレスを感じている」（75.9%）と回答。具体的な悩みとしては「身体面」（89.8%）だけでなく、「精神面」（72.3%）も非常に高い数値に。他にも「金銭面」（17.5%）、「職場の制度の不十分さ」（13.0%）、「異性からの理解のなさ」（9.0%）など、問題が多岐にわたっていることがわかりました。

生理の悩みやストレス



続いて生理用品について質問してみると、約 3 割が「生理用品の広告に対し、違和感を抱いた経験がある」と回答（27.5%）。具体的な違和感をフリーアンサーで聞いたところ、「見た目が可愛すぎる」、「手に取りづらい」というパッケージデザインに関することや、「経血の色が青い」、「下着が白いものばかり」という実態と異なる広告表現に関する違和感の声が集まりました。なかでも非常に多く見られたのが、「笑顔でキラキラしすぎている」、「明るく頑張らなきゃいけないと迫られているようだ」といったものや、「生理痛の表現が軽すぎる」、「そんなにつらいことじゃないのだと誤解されそう」というイメージに関する意見です。現実と広告とのギャップにとまどいを感じる方はもちろん、なかには憤りさえ抱く方もいるようです。

世の中の生理用品や広告に違和感を抱いた経験



▼違和感の理由

- ・見た目が可愛すぎる
- ・手に取りづらい
- ・経血の色が青い
- ・下着が白いものばかり
- ・笑顔でキラキラしすぎている
- ・明るく頑張らなきゃいけないと迫られているようだ
- ・生理痛の表現が軽すぎる
- ・そんなにつらいことじゃないのだと誤解されそう

※フリーアンサーより一部抜粋

調査の結果から、従来の広告表現に違和感を持つ方が、一定数存在していることが明らかになりました。多様な価値観が尊重される社会の実現に向けては、こういった層のインサイトを汲んだ新しい商品やプロモーションが必要だといえます。

◆ 「気軽に相談できる場がない」が7割以上…課題が浮き彫りに

また、生理だけではなく、人間関係や家事など、様々なシーンで「無理をしている」と感じる女性が86.0%もいることが判明しました。理由としては「他に代わる人がいない」（45.3%）、「他人に心配をかけたくない」（39.5%）のほか、「無意識のうちに」（37.5%）という回答も。なんと約4割もの女性たちが、自覚のないまま無理をしているという現状が明らかになりました。しかし、「気軽に相談できる人や場所は、あまりない」と答えた人は7割以上に上り（71.7%）、つらさを感じながらも我慢せざるを得ない女性たちが多い現状が浮き彫りになりました。

「はれまプロジェクト」では今後、活動を通して自然と「無理しなくてもいいんだよ」と言い合える世の中へと変化を促していく予定です。頑張ることも、無理しないことも自分で選べる。そんな価値観を広めてまいります。

【トレンドーズについて】

「トレンドを捉え、新しい時代を創る」のミッションのもと、独自のノウハウによりトレンド予測・分析を行うトレンドマーケティングカンパニー。女性活躍を含め、個々の違いを互いに認めて活かしあう、「ダイバーシティ&インクルージョン（多様性の受容と活用）」を推進しています。マザーズ上場企業初の平成27年度「なでしこ銘柄」に選定されたほか、「Forbes JAPAN WOMEN AWARD」において、「総合ランキング（従業員数規模別）300名未満の部」で2年連続入賞しています。（2016年度は第3位入賞。2017年度は第5位入賞）

Web サイト：<https://www.trenders.co.jp/>

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

トレンドーズ株式会社 <https://www.trenders.co.jp> 東京都渋谷区東3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル8F

担当：佐藤由紀奈（さとうゆきな） / お問い合わせメールアドレス press@trenders.co.jp