

花王『職場のロリエ』  
「日本ネーミング大賞 2025」最優秀賞を受賞  
日本初\*1のナプキンの備品化™プロジェクト



花王株式会社の生理用品ブランド「ロリエ」が推進する、日本初\*1のナプキンの備品化™プロジェクト『職場のロリエ』が、このたび「日本ネーミング大賞2025」において、最優秀賞を受賞しました（主催：一般社団法人日本ネーミング協会）。

\*1 ブランド（ナプキンメーカー）として初めて職場でのナプキンの備品化を推進。

調査期間:2024年12月2日～25日 調査機関:株式会社未来トレンド研究機構 調査概要:市場調査、知財調査

「日本ネーミング大賞」は、ネーミングの重要性を広く社会に発信することで、ネーミングの「質と価値の向上」を図り、生活文化を豊かにし、産業の発展に寄与することを目的に賞賛すべき優れたネーミングを選出・表彰するアワードです。

#### ◆受賞理由

『職場のロリエ』は、「手軽そうで親しみやすさを感じる」「“会社”ではなく“職場”としたことが、多くの女性を見つめている証で、今後の活動にもエールを送りたい」など沢山の好評コメントをいただきました。また、女性初の内閣総理大臣が誕生したこの年の「日本ネーミング大賞」に相応しいという声も多く、支持・評価された理由となりました。

日本ネーミング協会は、「ネーミングは、時代の流れや社会課題に取り組むブランドアクションとして効果を発揮できる」と考えられており、『職場のロリエ』の活動が、今後もさらに広がっていく期待を込めて、“2025年に最も賞賛すべきネーミング”と評されました。

「日本ネーミング大賞」Webサイト <https://j-naming-award.jp/>

#### ◆受賞コメント

このたびは栄えある賞をいただき、大変うれしく思います。ネーミング開発に至っては、オフィス勤務の人だけでなく、工場、保育所、病院、学校など、働く人がいるすべての職場のトイレに当たり前にナプキンが備品化される世の中になってほしい、という思いを込めて「職場」というワードにこだわりました。

また、性別に関係なく興味を持ってもらうことを第一に、男性が扱いにくくならず、女性らしさを全面に感じさせないものにしました。これからも、「ロリエ」ブランドのパーパス“生理をもっと過ごしやすく”のもと、生理の期間も少しでも快適に過ごせる環境づくりに賛同してくださる企業とともに推進してまいります。（花王株式会社 サニタリー事業部 ロリエブランドマネジャー 加藤安友実）



### ◆『職場のロリエ』について

『職場のロリエ』は、企業の福利厚生の一環として、トイレトペーパーと同じように、職場のトイレにナプキンを備品として設置することを推進するプロジェクトです。突然生理が来ても安心して仕事ができる職場を増やすことをめざし、生理用品ブランド「ロリエ」が2022年に日本で初めて\*1開始しました。取り組み開始以降、オフィスだけでなく工場や建設現場など多様な職場へと導入が拡がり、導入企業数は550社\*2を突破。

働く人にとっては、急な生理時にもナプキンの心配する必要がなく、周囲の理解促進にもつながり、より働きやすい環境が整います。そして導入企業にとっては、社員が安心して働ける環境づくりの一助となります。

この取り組みは、花王が専用BOXを無償で提供し、導入企業に福利厚生の一環としてナプキンを購入いただく仕組みです。また同様に『学校のロリエ』も展開し、学校や自治体における健やかな学校生活のサポートをめざしています。

\*1 ブランド(ナプキンメーカー)として初めて職場でのナプキンの備品化を推進。

調査期間:2024年12月2日～25日 調査機関:株式会社未来トレンド研究機構 調査概要:市場調査、知財調査

\*2 2025年11月末時点(『学校のロリエ』含む)



### ◆『職場のロリエ』法人向けページ Web サイト



<https://www.kao.co.jp/laurier/project/shokuba/biz/>

導入検討企業さまに向けた、『職場のロリエ』の概要や取り組み、導入までのステップなどをわかりやすくご紹介しています。