

— 「奨学ナプキン®2025」1年間の総括となる最終アンケートを実施 —
「ナプキンの交換を躊躇しなくなった」「かぶれなどの悩みが改善した」という声が多数！
支援の輪をさらに広げるため、2026年度奨学生の募集を決定！
約6割が「生理について話すことが恥ずかしいと感じたことがある」と回答

衛生用紙製品 No.1 ブランド※1 の「エリエール」を展開する大王製紙株式会社（本社：東京都千代田区）は、生理用品ブランド「エリス」において、多様性を尊重し、ひとりひとりの生理に寄り添うプロジェクト「meet my elis」を2022年から始動しています。プロジェクトの一環として、さまざまな理由から生理用品の入手に困っている学生を対象に、生理用ナプキンを1年間無償で配布する「奨学ナプキン」を実施しており、2025年度も2,000名の学生へ支援を行いました。

今回、1年を通じて行ってきた「奨学ナプキン」の効果や生理に関する意識の変化や課題を明らかにするために、「奨学ナプキン」や生理に関する最終アンケート調査を実施しました。



調査では、「奨学ナプキン」を受け取るようになったことで、「枚数を気にせず交換できるようになった」「替えたい時にいつでも替えられるようになり、心に余裕が持てるようになった」「交換頻度が上がり、かぶれなどの悩みが減った」と交換頻度の改善による快適さを実感する声が多数寄せられました。一方で、生理への社会の理解に関する問いについては「変化を感じている」と回答した人は半数にも満たない結果となりました。さらに「生理について周囲に話すことを恥ずかしいと感じたことがある」と回答した人は約6割（59.7%）に上り、個人差に関する不安や生理をデリケートな話題として認識する傾向があることが明らかになりました。

「エリス」は、生理に関する課題の多さを実感する中で、さらに支援の輪を広げる必要があると考え、来年度も継続して実施することを決定しました。2026年4月8日（水）から2026年度の奨学生を募集します。

■「奨学ナプキン2025」最終アンケート調査

奨学生に選ばれた学生を対象に、「奨学ナプキン」プロジェクトや生理に関するアンケートを実施。小学生から大学生まで計999名の方に回答いただきました。

<調査結果トピックス>

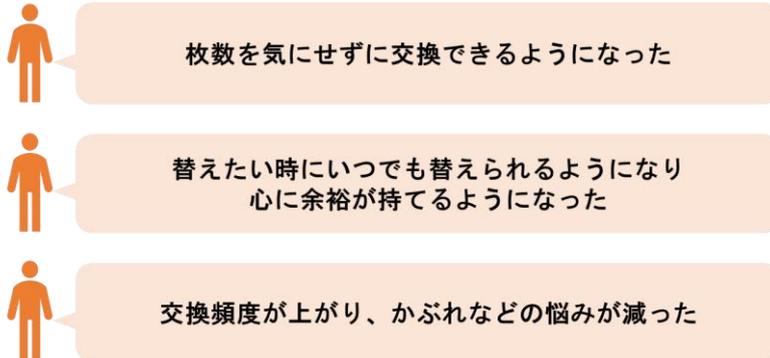
- ① **「奨学ナプキン」を受け取るようになったことで、「ナプキンの交換頻度が上がった」という回答が多数**
これにより、「かぶれなどの悩みが減った」「かぶれ、においがなくなった」など肌悩みの軽減にもつながっている
- ② **生理に関する社会の理解について、変化を感じている人は49.5%と半数にも満たない結果に**
「男女問わず、生理への理解を深めてほしい」との声も
- ③ **約6割（59.7%）の人が「生理について周囲に話すことを恥ずかしいと感じたことがある」と回答**
話しづらさの原因は、個人差に関する不安や生理がデリケートな話題であることが明らかに

2025 年度「奨学ナプキン」最終アンケート調査結果

① 「奨学ナプキン」を受け取るようになったことで、「ナプキンの交換頻度が上がった」という回答が多数

ナプキンを受け取り始めてから多くの奨学生が「ナプキンの交換頻度が上がった」と回答。「枚数を気にせずに交換できるようになった」「替えたい時にいつでも替えられるようになり心に余裕が持てるようになった」など、前向きな声が挙がりました。さらに、「交換頻度が上がり、かぶれなどの悩みが減った」「かぶれ、においもなく快適に過ごしています」など、交換頻度の改善から肌悩みの軽減にもつながっていることがうかがえます。

Q. 「奨学ナプキン」を受け取るようになって感じた生活の変化を教えてください。



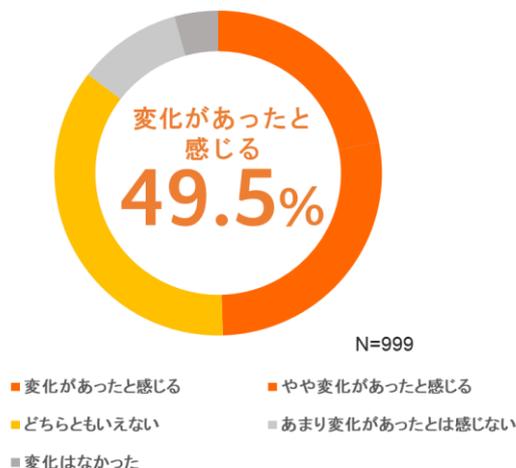
② 生理に関する社会の理解について、変化を感じている人は 49.5%と半数にも満たない結果に。

生理に関する社会の理解について、「変化があったと感じる」もしくは「やや変化があったと感じる」という回答は 49.5%と未だ半数にも満たない結果となりました。

変化を感じている人もそうでない人も、今後社会に変わってほしいこととして「学校に自由に使えるナプキンを置いてほしい」など、“公共の場でのナプキンの設置”や“ナプキンの無償化”を望む声のほか、「生理休暇が当たり前になってほしい」「生理休暇を取りやすい環境になってほしい」など制度の充実を求める声が多数見られました。

さらに、「（生理の重さや経血の量などが）人それぞれであることを、男女問わず理解してほしい」「男性だけではなく、毎月の生理が軽い女性にも（重い人の辛さを）理解してもらいたい」など、生理には個人差があることを男女問わず理解してもらいたいという回答も挙がりました。

Q. プロジェクト期間を経て、生理に関する社会の理解について変化があったと感じますか？



③ 約 6 割 (59.7%) の人が「生理について周囲に話すことを恥ずかしいと感じたことがある」と回答

生理について「周囲に話すことを恥ずかしいと感じたことがあるか」という問いに対し、59.7%が「はい」と回答。恥ずかしいと感じる理由として、「男性がいる時は話さない」「担任が男性だから言いづらい」といった異性に対しての話しづらさのほか、「体に関するデリケートな話題」「（生理のことは）触れてはいけないことという雰囲気がある」などデリケートな話題としての認識、「人によって重さや辛さが違うので、他の人と違う部分があったら恥ずかしい」などの個人差への不安が主な要因として挙げられました。

一方で、恥ずかしくないと感じる 29.4%の方からは「当たり前のことだから」「生理現象だから恥じることはない」「みんな似たような悩みを持っているから」といった声も寄せられており、生理について自然に受け入れられていることがわかる回答も挙がりました。

Q.生理について周囲に話すことを
恥ずかしいと感じたことがありますか。



Q.生理について周囲に話すことを
恥ずかしいと感じた理由を教えてください。



担任が男性だから言いづらい



(生理のことは)
触れてはいけないことという雰囲気がある



人によって重さや辛さが違うので、
他の人と違う部分があったら恥ずかしい

これらの調査結果から、1年間の「奨学ナプキン」プロジェクトを通して、奨学生のみなさまへ前向きな変化を与えていることが明らかになった一方、生理に関する社会の理解に対して課題が残る結果となりました。「エリス」は、今後も、多くの方を支援すべく、2026年4月8日（水）から2026年度の奨学生を募集します。今回のプロジェクトで明らかになった課題と向き合い、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うきっかけ作りをさらに進めてまいります。

<調査概要>

【対象者】 2025年度の「奨学ナプキン」奨学生

<https://www.elleair.jp/elis/meetmyelis-shogaku/>

【調査期間】 2025年12月1日（月）～12月14日（日）

【調査手法】 アンケート調査

【サンプル数】 999名

2026 年度「奨学ナプキン」概要

昨今、経済面や環境面などさまざまな理由で生理用品を手にするのが難しい「生理の貧困」が注目されています。そこで、ひとりひとりに寄り添う生理用品ブランド「エリス」は、生理用品の入手が難しい学生を対象に、1 年分の生理用ナプキンを無償提供する「奨学ナプキン」の取り組みを 2022 年 4 月から実施しています。

「エリス」は、今後も多くの方を支援すべく、2026 年 4 月 8 日（水）から特設サイトにて 2026 年度の奨学生を募集します。

【特設サイト】 <https://www.elleair.jp/elis/meetmyelis-shogaku/>

※募集要項などの詳細は、2026 年 4 月 8 日（水）に特設サイトで発表予定です。

■ 賛同企業・団体

「奨学ナプキン」は現在、25 を超える企業・団体さまに賛同表明をいただいております。今後も多くの企業・団体さまからのご理解と共感をいただけるよう、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うきっかけ作りを続けてまいります。

【賛同企業・団体一覧】 ※以下は一例 ※順不同

ツルハドラッグ／くすりの福太郎／杏林堂薬局／アルカドラッグストア／大賀薬局／有限会社ひまわり／
NPO 法人 Mama's Café／特定非営利活動法人ぎふ多胎ネット／.Style（ドットスタイル）／
学校法人駒澤大学／4MOON／結企画工房株式会社／株式会社ポーラ／スギ薬局／
株式会社スギヤマ薬品／LOHACO（ロハコ）（運営：アスクル株式会社）／（株）マツキヨココカラ＆カンパニー／
（株）マツモトキヨシグループ／（株）ココカラファイングループ／イオン九州株式会社／株式会社ビー・アンド・ディー／
ウエルシア薬局株式会社／印西市市民公益活動団体 Shake Hands／NPO 法人らいぶながさき／
ひとり親 Cheers／札幌看護医療専門学校/てとて広場

— 本件に関する一般の方のお問い合わせ —

「エリス奨学ナプキン 2025 事務局」

MAIL : info@elis-shogaku.jp

受付時間：10:00～17:00（土日祝日・年末年始を除く）

受付期間：2025 年 4 月 3 日（木）～2026 年 3 月 31 日（火）

※お問い合わせはメールでの受付のみとなります。内容によっては回答に日数を要する場合がございます。

【参考】

「meet my elis」プロジェクトとは

「meet my elis」とは、「だれかではなく、あなたのそばに。」をブランドメッセージに掲げるエリスが、多様性のある社会でひとりひとりの生理に寄り添うために発足したプロジェクトです。

#meetmyelis

「個人を大切にするブランドの志を知ってもらい、自分に合う生理用品を見つけてもらう」ことを生理のある方たちに理解・実感してもらいたいという想いから、「meet my elis」と名付けました。「meet」にはエリスの志/自分に合う商品との“出会い”、「my」には女性向けではなく“わたし向け”の意味を込めています。ブランドまたは商品との「新鮮な出会い」を生み出すことを大切にし、「奨学ナプキン」を始めさまざまな活動を行っていきます。

エリスについて

■だれかではなく、あなたのそばに。

エリスは、「だれかではなく、あなたのそばに。」というブランドメッセージを掲げ、多くの生理のある方により自分らしい毎日を過ごしていただきたいという願いのもと、常識にとらわれず、ひとりひとりの価値観やライフスタイルに寄り添っていきます。

大王グループは、経営理念である『世界中の人々へ やさしい未来をつむぐ』の実現に向け、「衛生：人々の健康を守ること」「人生：人生の質を向上させること」「再生：地球を再生すること」を成し遂げるという「3つの生きる」をビジョンに掲げ、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。「奨学ナプキン」の実施により、SDGs の目標「5.ジェンダー平等を実現しよう」「17.パートナーシップで目標を達成しよう」の達成に貢献することをめざします。今後も、商品やサービスを通じて、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めてまいります。

「エリエール」について

「エリエール」は、1979年にティッシュおよびトイレットペーパーの製造・販売を開始しました。

“やさしさを『カタチ』にする”という想いのもと、『ものづくり』や『社会への取り組み』を通して、やさしい未来の実現を目指しています。

現在では、「エリエール」を傘ブランドに、シェア No.1*を誇るトイレットペーパーや

ティッシュ、キッチンペーパーのほか、生理用品「エリス」、吸水ケア用品「ナチュラ」、

ベビー用紙おむつ「グーン」、大人用紙おむつ「アテント」、拭き掃除用品「キレキラ!」、身の回りの除菌に活躍する「除菌できるシリーズ」、高機能マスク「エリエールマスク」、ペット用品「キミおもい」など、誕生から介護まで日々の暮らしにそと寄り添うブランドを多数展開し、高品質な商品をお届けしています。



*:2024年1~12月 インターゲージ SRI+ ティッシュ市場/トイレット市場/キッチンペーパー市場 シリーズ計 累計販売金額