

第1回IRレポート 6月26日付

(株)mond



生理だから、泳げない。
生理だから、走れない。
生理だから、できない。
でも、生理を理由にはできない。

生理で諦めたくないあなたに、新しい選択肢を。

CONTENTS

mondについて	—3
事業内容	—15
活動報告	—18

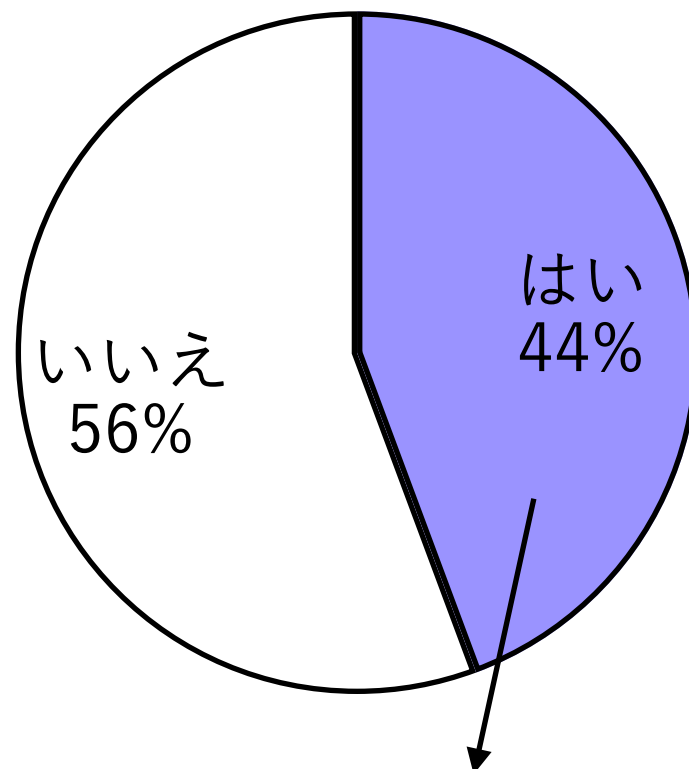


01

mondについて



生理によって全力で
取り組めないことがあったか



- ・勉強やテストに集中できない
- ・体育、部活に集中できなかった
- ・プール、温泉、海に入れなかった

生理についてのアンケート
対象:品女生約200名

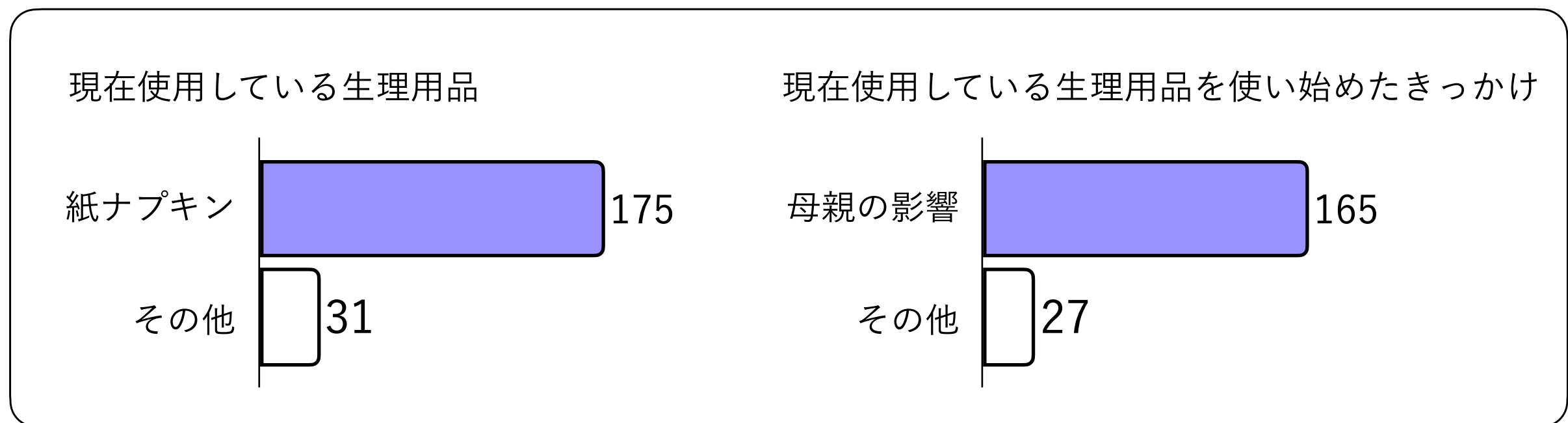
まず、自分たちが生理現状について知るために、
校内でアンケートを行いました。

このアンケートから、

**多くの女子中高生が生理によって、
機会を損失したことがある**

ということが分かりました。





生理についてのアンケート
対象:品女生約200名

また、現在使用している生理用品と、それを使い始めたきっかけについてのアンケートから、

多くの女子中高生が現在紙ナプキンを使用しており、主体的に生理用品を選んでいない

ということが分かりました。

勉強やテストに
集中できない



ナプキンが蒸れる



タンポン

プール、温泉、海
などに入れなかった



水中で漏れる



タンポン

体育、部活に
集中できなかった



ナプキンがズレる



スポーツ用ナプキン

その時々合った生理用品を選ぶことで、
生理による機会の損失を減らすことができます。

これらのことから、

多くの女子中高生が主体的に自分に合った生理用品を選んでいないため、生理によって機会損失をしている。



と仮定しました。

私たちが生理用品の選択肢を提供することで、
女子中高生の生理による機会損失を減らしたい。

これを叶えるのが、

株式会社 mond

「生理期間を過ごしやすい」



生理用品について、ほかにはどんな問題があるのか調べてみると、

「レジ袋5枚ほどのプラスチック量で、紙ナプキン1枚が作られる」

「海からごみとして生理用品が見つかることがある」

「一人の女性は一生の間に、9,600枚ほどの生理用品を捨てる」

出典:<https://www.greenpeace.org/japan/sustainable/story/2021/03/26/50868/>

などの**環境問題**があることが分かりました。

環境問題を解決することは、**SDGs**を達成することにも繋がります。



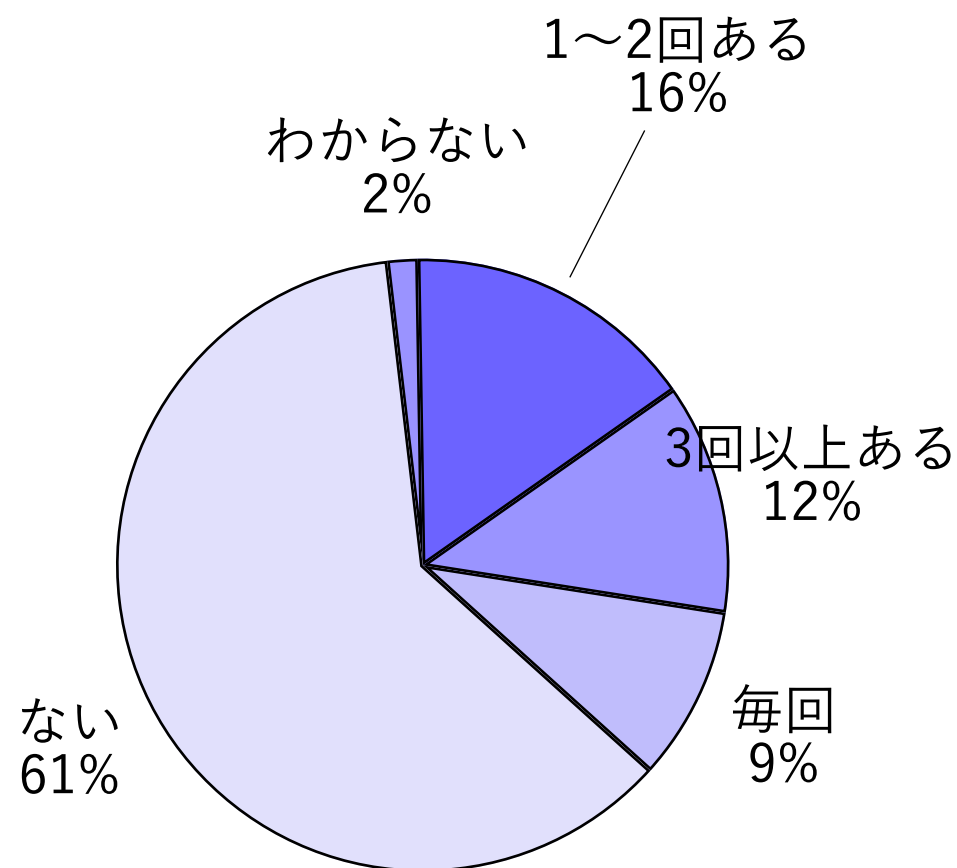
「生理用品が高い」と社員から意見が出たことから、
学生を対象に行われたアンケートを見てみると、

生理の貧困

十分に生理用品や生理に関する教育に
アクセスできない状態にあること

が日本でも起きていることが分かりました。

生理の貧困は、**コロナ禍でより深刻な問題**
となっています。



生理用品の交換頻度・回数を減らした

出典: <https://minnanoseiri.wixsite.com/website/post/>

日本にも「生理の貧困」5人に1人の若者が
「金銭的理由で生理用品を買うのに苦労した」

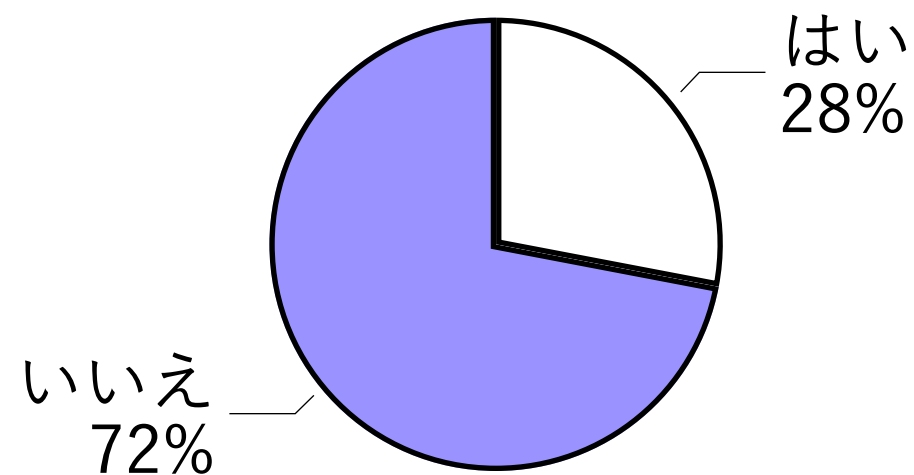
これらの環境問題や生理の貧困から、

生理用品が社会問題に繋がっている

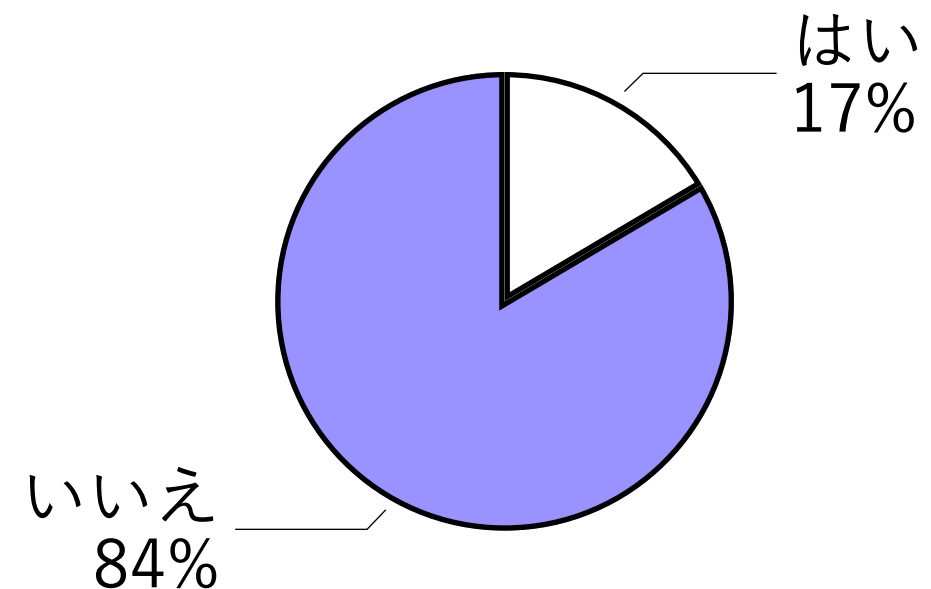
ことが分かりました。



**さまざまな生理用品をお客様に知っていただき、
使っていただく事で社会問題を解決したい。**



世の中の男性は生理を
理解してくれていると思うか



女性同士なら生理のことを
理解しあえると思うか

出典:<https://musee-marketing.com/topic/seiri/>

[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000047.000019904.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000047.000019904.html)

また、世の中が生理について理解していない、女性同士が生理を理解しあえていないという現状から起こる、「恥ずかしい」「話しづらい」などの**生理に対する意識**も問題であると考えました。

これらの問題は、「オープンな話題にしにくい風潮」「適切な情報源の見つけづらさ」「生理を理解すること興味や必要性を感じない」などの理由が生理への理解を阻んでいると考えられます。

出典:<https://kyodonewsprwire.jp/release/202009284913>

生理に対する意識の問題は、

**女性も男性も生理への理解が深まっていない
社会が生理をタブー視している**

ことから起きている考えました。



**生理に関する正しい知識や理解する大切さを
知っていただくことで、世の中の風潮を変えたい。**

mondの三つの柱

お客様が自分に合った
生理用品を見つける

生理用品によって
社会問題を解決する

女性と男性両方の
生理の理解を深め、
偏った考えや意識を
変える

展示

紙ナプキン以外の生理用品の販売

SNS発信

02

事業内容



紙ナプキン以外の生理用品の販売

4種類の生理用品を販売します。

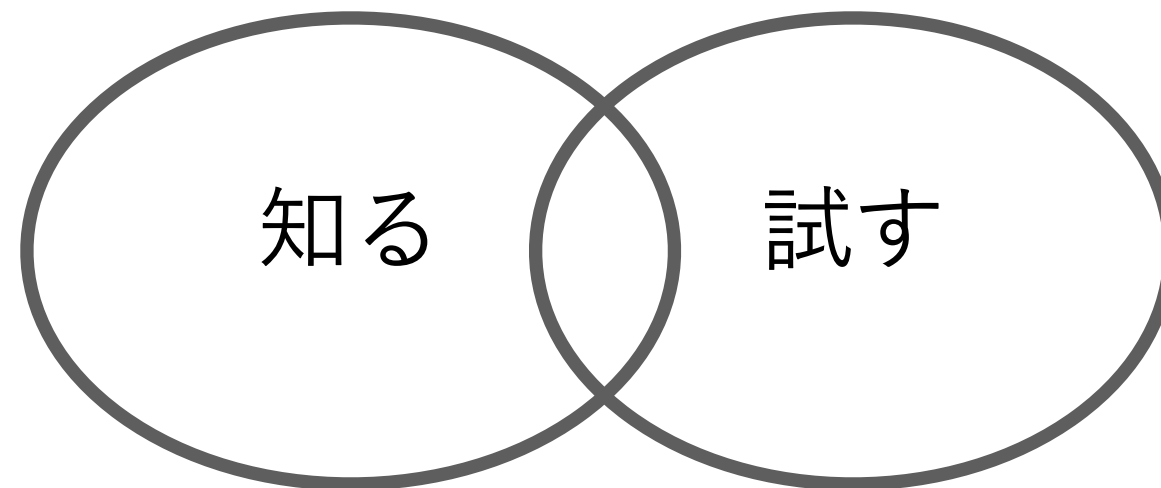
	布ナプキン	スポーツ用 紙ナプキン	タンポン	シンクロフィット
メリット	繰り返し使用できる 吸水性が高く蒸れにくい 皮膚に優しい	ズレにくい 身体にフィットする 吸水性・通気性が高い	最大8時間使用できる お布団・プールに入れる	トイレにそのまま流せる 吸水性が高い
こんな方におすすめ	肌が荒れやすい方	スポーツをしている方	忙しくてトイレに行く暇がない方	ナプキンだけでは心配な方

展示

1. 生理の正しい知識を知り、理解を深める
2. 生理用品を展示して、理解を深める
3. 生理用品それぞれのメリット・デメリットを知る

ことのできる展示を行います。

自分に合った生理用品を



今回の文化祭に来場していただくことのできない方の生理に対する理解を深めるために、**SNS**での情報発信も行います。

03

活動報告



4月

- ・ 個人企画書提出
- ・ 役職決定
- ・ 企業の方向性を決定

5月

- ・ 企業理念決定
- ・ ターゲット決定
- ・ 商品についての協議

6月

- ・ コラボ企業様と商品についての話し合い
- ・ 販売商品、価格決定
- ・ 企業名決定
- ・ 起業体験プレゼン



プレゼンを終えて

プレゼンの結果を受けて、
チャレンジ性 **実行性**
 が課題であることがわかりました。

理念性	70
貢献性	63
チャレンジ性	55
事業性	45
実行性	53

チャレンジ性

学校外の方にも見ていただける
 SNSでも活動しようと考えています

実行性

お客様に信頼していただける展示を
 作るために、その効果を知る目的で、
 社員が実際に生理用品を体験します。

プレゼン後の質疑応答に対する回答の補足

Q.生理用品はセット売りしないのか。(11ページ参照)

A.しません。

私たちは自分に合った生理用品を見つけていただくことを目的としているため、生理用品をセット売りすることは目的に背くことであると考えています。

Q.社会的な問題の解決はどのようにするのか。

A.紙ナプキン以外の生理用品を知っていただき、販売することで解決できます。

近年よく耳にする生理についての環境問題や生理の貧困(8ページ参照)は、生理用品を変えることで、解決できる場合もあります。

なので企業活動を通し、紙ナプキン以外の生理用品を選ぶきっかけを提供することで、社会問題を解決することができると考えています。