

世界のソーシャル・ビジネス

アジア・オセアニア編
ニュージーランド



ディグニティ社が提供する生理用品「オイ」。顧客は、約5人分のパッドやタンポン入りのパックを月50NZドル(約4000円)で、10-25人分を200NZドル(約1万6000円)で購入

貧困児童に生理用品、「不登校」を減らす

「生理だから、学校に行けない」——。ニュージーランドの貧困家庭の子どもの中には、生理用パッドやタンポンが買えず、毎月学校を欠席する女子学生がいる。そんな若い女性を助けようと、2016年11月、新卒女性2人組が「ワン・フォー・ワン」モデルで生理用品を提供するディグニティ社を創設した。

(ニュープリマス=クローディア=真理)

ニュージーランドで貧困下に置かれる子どもの割合は3人に1人。近年ユニセフなどから指摘を受ける高さだ。昼用の生理パッドは1枚あたり40セント(約32円)強だが、困窮家庭にとつて、娘だけが使い捨てするものより、家族全員のための食料品を買う方が大切だ。

パッドやタンポンを新聞紙や布などで代用する女子学生もいる。しかし、それでも登校など外出はしづらい。毎月約1週間欠席すれば、勉強は遅れ、学校を中退する生徒もいる。無資格での就職は難しく、生活保護に頼ることになる。生理用品1つとはいえず、1人の人生を左右しかねない。

男女格差解決の第一歩を

ディグニティ社の創設者は

ミランダ・ヒッチングスさんとジャシタ・グラセカラムさん。生理用品を買えず、学校を欠席する女子学生を助けたいと、2016年11月に大

大学在籍時は、生理用品の値段が頭痛の種だったというジャシタさん(左)とミランダさん



学内で行われたビジネスアークセラレーターに参加、起業した。

同社はワン・フォー・ワン・モデルを取り入れている。企業が月ぎめで社員用に生理用品を購入した数だけ、それを必要とする高校にも配る。製品はオーガニックコットン製の国内産ブランドだ。現在顧客は2社。今までに計1000箱の生理用品が女子学生の手にわたった。

女子学生への支援と並び、2人が注力するのは職場での女性の待遇改善だ。男女格差は、給与のみならず、昇給の機会などにも及ぶ。ニュー

ジーランド証券取引所上場企業の83%のトップは男性。女性の不公平な立場は理解されにくい。

生理用品という目に見えるものの支給を通し、企業は男女の不平等問題を社員に知らせ、理解を深めることができる。性別など社員の多様化が進む企業はそうでない企業より14%多く利益を上げること、各社員の健康を気遣う企業には能力のある社員が残り、生産性も伸びることは、米国のリサーチで明らかだ。

顧客のフリック・エレクトリック社では、導入時から、女性を支援できる点、環境に配慮できる点で男性社員も好意的だ。今では、事務用品と同じ感覚で、生理用品が配布されているという。米国などでは、生理用品を社内支給する企業が増加中だが、ニュージーランドではまだまだだ。2人は「これを職場の新基準にしたい」と意欲的だ。