

「生理の貧困」とフェムテック

The Relation between “Period Poverty” and Femtech

青 野 健 作

1. はじめに

1990年代、インターネットの普及に伴って、X-tech というワードが普及するようになった。例えば、金融業界では FinTech という名のもと、「金融」×「テクノロジー」により様々な金融サービスが生み出された。それは単に新しいサービスが生まれたというのではなく、イノベーションを通じて、金融業界に個人のエンパワーメントが起こり、組織中心の中央集権型ビジネスから非中央集権化（民主化）が進み、パラダイムシフトが起こる中で社会課題の克服に繋がる現象が起こるようになった。具体的には、バブルの崩壊、リーマンショック、コロナショックなど様々な金融危機を迎え、アルゼンチンのデフォルトやジンバブエのハイパーインフレーションに代表されるように、国家や金融機関による中央集権型のパラダイムに対する不信感が募り、短期的な視点より長期的・持続可能な視点での経営戦略が求められるようになった。それと同時に、中央集権型のパラダイムから、個人のエンパワーメントによるイノベーションが普及することで、非中央集権型のパラダイムの一つである、ブロックチェーンの技術に基づいた暗号資産による peer-to-peer の価値交換が行われる時代が到来するようになった。それに合わせて、新たに Facebook（現在、Meta Platforms）がリブラ構想を立ち上げるなど、国家などに従属しない新たなパラダイムが到来している。

このような流れの中で、既存の業界のビジネス（教育、食品、農業、広告、保険等々）と先進的な Technology が結びつき、様々な X-Tech が各業界で普及するようになった。そのような中、ドイツの月経管理アプリ「Clue」を開発した女性起業家が 2012 年頃に「フェムテック (Femtech)」という造語を提唱し、ビジネスを通じて、女性の健康課題に取り組み、同アプリが女性の生きづらさを解消する手段として注目されるようになった。このフェムテックだが、多岐にわたる女性の健康課題（月経、妊娠・不妊、更年期など）の解決を目指す一方で、「fem」の言葉を用いることに関連して、議論の焦点がフェミニズムの文脈で論じられるようになった。そこでは、フェムテックがビジネスの分野の延長線上で普及している点とのジレンマがあり、必ずしもフェムテックの全体的な正しい理解に繋がるとは言えなかったように思われる。他方で、イノベーションの理論からフェムテックを分析した場合、どのようなパラダイムシフトが起こり、社会課題が解決されるようになったかが不明確であったようにも見受けられる。また、ジェンダーギャップ指数の低い日本において、フェムテックが十分に浸透していないような印象もある。そのような中で、2015 年に国連全加盟国によって SDGs（持続可能な開発目標）が採択され、ジェンダーの問題も重要な社会課題として解決に向けた取り組みが期待されている。他方で、国連の報告書によると、ジェンダー平等が達成されるのに約 300 年を要するという試算が公表されているのも事実である¹。そして、そのような社会課題の一つとして、近年問題になっているのが「生理の貧困」である。

筆者は、拙稿「「生理の公平」と SDGs」（2024 年）において、「生理の貧困」に関する社会の認識をより明確にすることを目的に、「生理の貧困」という用語が世界でどのように誕生し、海外及び日本で拡散されたかを考察した。そして、SDGs の採択と同じ時期に「生理の貧困」が社会課題として顕在化してきたことを踏まえて、「我々の世界を変革する：持続可能な開発

1 Progress on the Sustainable Development Goals, The Gender Snapshot 2022, Department of Economic and Social Affairs, United Nation (2022). 同報告書 10-11 頁には、法的保護における男女格差を解消し、差別的な法律を廃止するのに最長で 286 年を要すると見積もられており、その他にも、職場で女性が男性と同等に管理職を占めるのに 140 年、各国議会 で男女の議員数が平等になるために少なくとも 40 年を要すると見積もられている。

のための 2030 アジェンダ（以下、「2030 アジェンダ」）²）及び SDGs における「貧困」のイメージと日本での貧困に対する捉え方について検討を行った。そこからは、日本では「相対的貧困」という課題があり、その相対的貧困の中に「生理の貧困」が含まれることで、金銭ベースの貧困観で「生理の貧困」が捉えられる可能性がある点に触れた。その中で、SNS 等を通じて「生理の貧困」が一種の「バズワード（流行語）」のような広がりを見せたことを踏まえて、この問題の根本的な要因及び対策を各地域に根差して探っていく必要があると指摘するとともに、その最重要な視点は「まちづくり」と「教育」であると結論付けている²。

このような背景のもと、本稿では、「生理の貧困」とフェムテックとの関係について取り扱う。具体的には、フェムテックは「生理の貧困」の解消に繋がるのかという視点について検討を行う。この論点は、「フェムテックがジェンダー平等に資するのか」、もしくは、「フェムテックはイノベーションを起こすことができるのか」等の問題にも繋がると考えられる。イノベーションはこれまで経済学・経営学の視点での研究が多くなされていたが、社会のパラダイムをシフトする現象や社会課題を解決するといった、必ずしも経済学・経営学の視点だけでは捉えきれない領域がイノベーションにあることも事実である。したがって、SDGs の文脈や社会学的な視点からもイノベーションを検討していくことは、イノベーションの全体像を把握する上でも重要な視点であると考えられる。そして、イノベーションの社会学的な視点の延長線上でフェムテックを捉え直すことで、フェムテックの新たな視点が見出せるのではないだろうか。このような問題意識に基づいて、本稿では、SDGs とイノベーションの関係にも留意しながら、フェムテックと「生理の貧困」の関係について分析・検討する。

2 詳細については、青野健作「「生理の公平」と SDGs」（創価女子短期大学紀要第 55 号、2024 年）を参照。

2. イノベーションとSDGs

イノベーションの理論は、シュンペーターの『経済発展の理論』で定義されている³。第2章の経済発展の根本現象には、「解決不能な問題」があるのではなく「未解決な」問題がある点を指摘した上で、「新結合」を説く。すなわち、新しい生産物の創出、新しい生産方法の導入、新しい市場の開拓、新しい資源の獲得、新しい組織の実現が新結合によって行われることを説明している。そして、経営学では、一般的に、「新結合」とは「既存の知」と別の「既存の知」の新しい組み合わせで生まれると説明されている。これがイノベーションの説明として一般的に引用されているものであり、いわば「価値の創造」こそがイノベーションであると言い換えることができるだろう。このイノベーションは、「持続的なイノベーション」と「破壊的なイノベーション」に分類されるが、日本では間違った解釈（翻訳）がなされていたことに留意すべきである。すなわち、経済企画庁編『（昭和31年度）経済白書—日本経済の成長と近代化』（1956年）によると、「投資活動の原動力となる技術の進歩とは原子力の平和的利用とオートメーションによって代表される技術革新（イノベーション）である。…（中略）…技術革新とはいうけれど、消費構造の変化まで含めた幅の広い過程である。外国では技術革新をさらに拡張して、技術の進歩と、これに基づく内外の有効需要の構造変化に適応するように自国の経済構造を改編する過程を、トランスフォーメーションと呼んでいる」と説明している。したがって、日本では、「イノベーション＝技術革新」と翻訳されたことにより、新結合（新しい知）を通じて社会課題を解決し新たなパラダイムを生むような世界観をもってイノベーションが理解されておらず、「技術」を革新することに重きを置いてきたように見受けられる。その上で、「既存の知」と「既存の知」を組み合わせることによって新しい価値を生む事例はどのようなことが考えられるだろうか。例えば、馬車から自動車へのパラダイムシフトを起こしたフォードを始め、いわゆる「ガラケー（携帯電話、ガラパゴス携帯）」からiPhoneへのパラダイムシフトを起こしたApple、検索エンジンにより世界中の情報の共有を目指すGoogle、世界中の人々との繋がりを生んだFacebook、顧客第一のビジ

3 シュンペーター（塩野谷祐一郎・中山伊知郎・東畑精一訳）『経済発展の理論（上）』（岩波文庫、1977年）。

ネスモデルを確立した Amazon などが代表的な事例として挙げられるだろう。

このように、「既存の知」と「既存の知」を組み合わせた結果として、どのような社会的な現象が起こったのだろうか。まず挙げられるのが、「人間のライフスタイルの変容」である。これは、ビジネスモデルが「組織・プロダクト」から「個人のエンパワーメント」に変化した結果として生み出されたものであり、プロダクト重視からユーザー体験（UX）にパラダイムが転換されたことから生じる。そして、シュンペーターが指摘するような、「未解決の問題」が解決されることになる。それは、個人が「潜在的に」有していた課題だが、顕在化していないが故に社会課題とはなっていないものである。しかし、ユーザー体験を重視する考えが進んだ結果、例えば、馬車から自動車にパラダイムが転換することで、人類の移動方法・移動距離が変容した。また、固定電話機や「ガラケー（携帯電話）」だったものが、スマートフォンに変わることで、これまで潜在的に抱えていた課題（「潜在的な不満」とも言えるだろう）が解決され、結果的に人類のライフスタイルが変容した。例えば、スマホで電車やバスの乗車が可能になったり、スマホのカメラで写真を撮ってデータを保存したり、スマホの画面でゲームができて、ショッピングもできたり、LINE 等の SNS で意思疎通ができるようになったり、YouTube の投稿で広告収益やその影響力で物販を行うことで、個人として視聴者でもありながらも、テレビ業界などの競合相手になり得るなど、これまで明示的・顕在的な社会課題ではなかったものの、人間の中に潜在していた未解決の問題を解決することで新しい価値の創造が行われた。したがって、「技術革新」という理解だけでは、イノベーションを把握することにはならないことに留意しなければならない。また、経営理論だけでは論じられないイノベーションの別の側面がある。それは「人物観」である。パラダイムシフトを起こした代表例である GAFA と言われる企業は、その原点に創業者のビジョン・ミッションがあることにも留意しなければならない。例えば、ラリー・ページ（Google）、スティーブ・ジョブズ（Apple）、マーク・ザッカーバーグ（Facebook）、ジェフ・ベゾフ（Amazon）にはそれぞれビジョン（世界観）があった。例えば、Google は、「世界中の情報を整理し、世界の人々がアクセスできて使えるようにする」という世界観があって、世界中

の情報が世界に行き届いていないからこそ起こる問題（例えば、戦時中の国内の情報規制など）に対して、明確なビジョンを持った上で、Google という検索エンジンを開発している。「製品やサービスありき」ではなく、その「世界観・ミッション・ビジョン」があった上で、そのミッション等を果たすために必要なものとして「プラットフォームビジネス」である Google という検索エンジンサービスが誕生したということができる。そして、創業者のビジョンの背景には、メンター（Mentor）の存在も挙げられる。イノベーションの分野ではメンタードリブな側面もあり、創業者のビジョンを支える人的な関係（メンター）にも触れなければならない。そして、個人のエンパワーメント（ユーザー体験）を重視した結果、既存の大企業（組織）が破壊されることもある（イノベーション・ジレンマ）。さらに、このようなイノベーションの考え方が、また人間の生き方にも関連することにも留意しなければならない⁴。このように、イノベーションがこれまで経営理論の研究対象として論じられたもの以外で、社会学的な視点でイノベーションの特徴等を分析すると、以下のような点が整理される。

- ・価値の創造（新結合）
- ・人間のライフスタイルの変容
- ・ユーザー体験重視（プラットフォーム）
- ・未解決の（潜在的な）問題の解決（社会課題の解決）
- ・個人のエンパワーメント+エコシステム
- ・既存産業（組織）の創設的破壊（イノベーション・ジレンマ）
- ・創業者の世界観（ビジョン）とメンターの存在
- ・イノベーション・オブ・ライフ（人間の生き方）

これらは、経営学・経済学の視点だけでは捉えきれない領域でもあり、客観的にデータ化できないため研究対象になりにくかった側面もあるだろう。しかしながら、このような視点を SDGs の文脈で考察すると別の視点が浮か

4 クレイトン・M・クリステンセン、ジェームズ・アルワース、カレン・ディロン（櫻井裕子訳）『イノベーション・オブ・ライフーハーバード・ビジネススクールを巣立つ君たちへ』（翔泳社、2012年）参照。

び上がってくる。すなわち、「個人のエンパワーメント」に焦点を当てたイノベーションは、「一人」に焦点を当てるという意味では、SDGsの「誰も置き去りにしない (No one will be left behind.)」という基本理念と接点がある。また、SDGsの目標1～16の全てに共通しているのが、目標17のパートナーシップで目標を達成することであり、これが、エコシステムによるイノベーションに通じる側面である。このように、イノベーションとSDGsは、全く異なったもののように見受けられるが、「社会課題」の解決という側面で共通の接点を見いだすことができる。国連が採択した成果文書である「2030 アジェンダ」で列挙されているSDGsは、国際的に優先的な課題を「見える化」したものである。マクロ的な視点では、17のゴールと169のターゲットが掲げられているが、ミクロ的な視点では「誰も置き去りにしない」という基本理念が根底にあり、いわゆる「一人を大切にする (個人のエンパワーメント)」という視点がある。そして、SDGsとイノベーションの関係については、「2030 アジェンダ」のパラグラフ67 (民間企業活動) によると、以下のように記述されている。

「民間企業の活動・投資・イノベーションは、生産性及び包摂的な経済成長と雇用創出を生み出していく上での重要な鍵である。我々は、小企業から協同組合、多国籍企業までを包含する民間セクターの多様性を認める。我々は、こうした民間セクターに対し、持続可能な開発における課題解決のための創造性とイノベーションを発揮することを求める。

「ビジネスと人権に関する 指導原則と国際労働機関の労働基準」、「児童の権利条約」及び主要な多国間環境関連協定等の締約国において、これらの取り決めに従い労働者の権利や環境、保健基準を遵守しつつ、ダイナミックかつ十分に機能する民間セクターの活動を促進する。」

このパラグラフ67によると、国連全192カ国が、SDGsに掲げられた持続可能な開発における課題解決のために、「民間セクター」による「イノベーション」に大きな期待を寄せていることが分かる。SDGsに掲げられる「貧困」や「飢餓」のほか、「まちづくり」や「質の高い教育」、「環境問題」など様々な持続可能な開発のための課題があるが、この課題を解決するため

に、創造性とイノベーションを発揮することが民間セクターに求められているのである。したがって、SDGsの目標5に掲げられた「ジェンダー平等」であっても、イノベーションによる解決が求められることも考えられる。ここで、「フェムテック」がイノベーションであるならば、SDGsの文脈で考えると「フェムテック」がジェンダー平等を達成するための重要な鍵になると考えることもできるだろう。なお、近年、米国スタンフォード大学のロンダ・シービング教授によって提唱された「ジェンダード・イノベーション」(科学・技術分野における研究や開発のプロセスに、積極的にジェンダー分析を組み込んでいくことでイノベーションと発見を実現するという概念)も登場し、フェムテックの対象を幅広くとらえた上位概念としてビジネスの分野でも期待されていることにも留意しなければならない。こうして、次章では、「フェムテック」に関する理解を深めるためにも「フェムテック」の社会的な意義にも触れつつ、その課題(限界)についても考察する。

3. フェムテックの意義と課題

(1) 問題の所在(フェムテックの起源)

「フェムテック」という言葉の起源はどこにあるのだろうか。そして、その後、「フェムテック」という言葉がどのように社会に影響を及ぼすようになったのか。この概念を正確に理解するためには、その起源とともにその言葉の社会的な影響を踏まえた上で、その意義と課題について分析・考察することが必要である。それによって、そのコアな部分と輪郭が浮かび上がってくるのではないだろうか。本章ではこのような問題意識の下で、フェムテックの意義について、フェミニズム、イノベーション、SDGs等の様々な角度から検討を行う。

「フェムテック」という言葉は、議論はあるものの、一般的にドイツのClueの創業者が提唱したと言われている⁵。2012年、生理周期管理アプリを

5 1980年代にTampaxというタンポンメーカー(Tambrands社)がソ連に進出する際のプロジェクト名として初めて「フェムテック」という言葉が使われたという研究もある。この点について、当時の社会主義・資本主義・女性の平等や社会進出などの歴史的な背景を踏まえて、「フェムテックは、資本主義が進出する際に女性の様々な権利を奪いながら身体性を変質させていくイデオロギーのひとつである」という重要な指摘もなされ

開発する **Clue** を共同創業した一人である、デンマーク人のイダ・ティン氏が、創業当初から提唱していた概念であると言われている。同氏が、資金調達に際して、新たなビジネスカテゴリーとして生み出した造語であり、それ以降、大きな広がりを見せている。「フェムテック」という用語が生まれた背景として、例えば、2016年のサンフランシスコのカンファレンスでの出来事が明示的で分かりやすい。イダ・ティン氏は、インタビューの中で、家族計画にイノベーションが生まれにくいことに疑問を抱きつつ、女性が妊娠しやすい日を知る方法が分かれば世界が変わるというビジョンのもとで **Clue** という生理周期を管理するデジタル避妊アプリを開発するに至ったことに言及している。そして、同年のサンフランシスコで開催されたテックカンファレンスで、「女性の健康」に関する討論に参加した際に、女性の健康とテクノロジーで用いられている用語がバラバラであったことを危惧し、またこの分野のビジネスにおいて投資を得やすくするために共通の用語を用いる必要性を感じて、「フェムテック」という用語を提唱したのである。当時、FinTech（「金融」×「テクノロジー」）等の **X-Tech** が流通していたことにも起因して、「女性（Female）」と「テクノロジー（Technology）」を掛け合わせた概念として「フェムテック」が生まれたことが分かる。ただし、この造語の内容をより正確に本質的な視点から表現するのであれば、**Clue** が開発した「生理周期を管理するアプリ」という側面（及び「女性の健康」に関する社会課題を意識していた点）を考慮すると、「**Women's Health Tech**」という、「女性の健康に関するビジネスのサービスカテゴリー」と捉える方がより正確な表現ということもできるだろう。これに関して、イダ・ティン氏は、「ジェンダーギャップが生まれる要因の一つは、多くの男性が女性の身体について理解していない」点を挙げつつ、生理痛など女性特有の身体の悩みについてオープンに話されない雰囲気や文化的な障壁として触れ、「フェムテック商品やサービスが増えることで、女性の気付きが広がることを期待」している。そして、**Clue** が開発したサービスは、女性特有の健康課題を克服するアプリであったが、その先にジェンダーギャップ解消への期待や思いもあり、「フェムテック」という造語が生まれたことに留意しなければならない。す

ている（菊池夏野・標葉靖子・筒井晴香「政治・市場・運動のせめぎあう渦中から問う」現代思想5月号第51巻第6号19頁、2023年）。

なわち、投資効果などとも相まって、「実際のサービス内容（生理周期管理アプリ）」と「そのネーミング（「フェムテック」という用語）」には若干の「ズレ」があるようにも見受けられ、そのズレを埋めるべく、イダ・ティン氏の期待も込められていたということに留意する必要がある。

(2) フェムテックとフェミニズム

フェムテックは、女性のライフステージに沿った身体健康課題に応じて、様々な分野（月経、不妊、女性特有疾患、セクシャルウェルネス、妊娠・産後、更年期など）において大きな広がりを見せた。そして、「フェムテック」という造語が一種のバズワード（流行語）のように普及したことで、様々な議論が起こったのも事実である。フェムテックの頭文字に「fem」という用語を用いたことも関連して、フェミニズム（feminism）の領域においても、「フェムテック」がフェミニズムの議論の延長線上でどのような意義を有するのか問われるようになった。いわゆる、女性解放思想や社会運動論の総称とも言われるフェミニズムは、政治、文化、社会の中での性別による格差や性差別に影響されず、男女が平等な権利を行使できる社会の構築を目指した思想・運動として、学問分野として体系化されてきたものであり、社会に大きな影響を及ぼしている。この点について、フェミニズムとフェムテックの接点として、「女性の身体の主体化を目指すフェミニズム運動」があり得る。イダ・ティン氏が指摘していた「女性が自分の身体の悩みに気づいていない」という文化的な障壁とも関連して、1989年にアメリカで結成された「The Boston Women's Health Book Collective」が挙げられる。当時のフェミニズム運動の中で、女性たちは自分の身体についてあまりに知らないことから、自身の身体を自分たちで知ろうという運動があったのである。この流れは女性への暴力に反対する運動へと展開されたこともあり、こうした背景もあることから「フェムテック」にも大きな期待が持たれるようになったのも事実である⁶。他方で、フェムテックは、「ビジネス」と「テクノロジー」に起因していることから、フェムテックサービスがビジネス上の「投資」対

6 フェムテックとフェミニズムとの関係性について、渡部麻衣子「「フェムテック」とは何か？—その可能性と抱えるジレンマ」（竹崎一真・山本敦久編『ポストヒューマン・スタディーズへの招待—身体とフェミニズムをめぐる11の視点』堀之内出版、2022年）を参照。

象になる点、一部の女性のエンパワーメントに繋がるが、かえって女性間の格差を助長してしまう危険を内包している構造上の課題などが問題として挙げられる。こうして、フェミニズムの視点からも「フェムテック」には大きな期待が寄せられる一方で、その期待と現実の間に「ズレ」が生じることにもなる。

(3) フェムテックとイノベーション (X-Tech)

フェムテックは、X-Tech の流れの中で登場した用語でもある。1990 年代にインターネットの普及により、ビジネス業界において様々なパラダイムシフトが起こった。GAFA (Google、Apple、Facebook、Amazon) に代表される、テック企業がその最たる例に挙げられるが、インターネットの普及により、国境の概念が薄れ、個人のエンパワーメント (情報へのアクセス・発信力・ビジネス機会の増大など) が進み、更に、国家以外の新たなパラダイム (非中央集権化のビジネス) が到来し、世界的に影響力を与えるリーダーや国際交渉に影響力を与える非政府組織が増えてきたのも事実である。そのような流れの中で、X-Tech の名称のもと、FinTech (金融×テクノロジー)、EdTech (教育×テクノロジー)、FoodTech (食品×テクノロジー)、AgriTech (農業×テクノロジー)、InsurTech (保険×テクノロジー)、HealthTech (健康×テクノロジー) など多くの業界でイノベーションが起きている。ここに留意しなければならないのは、上記の例から分かるように、X-Tech の「X」に該当するのは、「既存の」産業構造上の業界 (金融、教育、食品、農業、保険、健康等々) であるという点である。そして、イノベーション (特に「破壊的イノベーション」) により、旧来のビジネス構造から新たなパラダイムシフトが生じており、例えば、金融業界では国家や組織に依存した中央集権型のシステムから、ブロックチェーンに代表される非中央集権型 (民主化) タイプの暗号資産に移行する上で FinTech のサービスが存在している。これに対して、「フェムテック」に関して言うと、これまでの市場構造上、「女性 (Female)」業界というものが存在していたのだろうか。確かに、女性の社会進出、男女の賃金格差などジェンダーギャップという視点から「女性の活躍推進」が謳われることはあった。他方で、ビジネス・イノベーションの領域で「女性 (Female)」業界という位置づけは若干特異な

存在であり、違和感を拭い去ることができない。にもかかわらず、フェムテックという名称から、フィンテック（FinTech）などその他 X-Tech と同様に、ある業界に大きなパラダイムシフトが起こることが期待されることにもなり得る。しかし、そのサービス内容自体は「女性の健康課題の克服に関するサービス」である以上、ここでもフェムテックというサービス内容と、投資対象であり収益化が前提となるビジネスにおいてイノベーション業界で期待されるパラダイムシフトとの間に「ズレ」が生じるのも事実である。中央集権から非中央集権（民主化）へとパラダイムシフトするビジネスとして、フェムテックがどのように位置づけられるかが不明確であるのは、その名称（及びそのサービス内容との「ズレ」）とも関連するのではないだろうか。

また、市場規模等の視点からもフェムテックは期待を寄せられている。ある日本の民間の調査によると、月経前症候群（PMS）による労働損失は4,911 億円と試算されている⁷。女性が働きやすい環境整備を進めることがSDGs 及び持続可能な企業活動を行う観点からも益々求められることが分かるだろう。そして、フェムテックの領域も多岐（月経、妊娠・不妊・産後ケア・更年期・婦人科系疾患・セクシャルウェルネス等）にわたる中で、日本における市場規模も2023 年には700 億円を超え、世界でも2023 年以降14兆円を超えることが見込まれるなど、今後のフェムテック動向には大きな期待が寄せられる一方で、日本と世界の差が開いていく可能性も否定できない（「技術革新」と「イノベーション」の関係）。こうして、フェムテックには大きな期待が寄せられているにもかかわらず、グローバル市場と日本との間でも「ズレ」が生じる可能性があることにも留意しなければならない。

(4) フェムテックとSDGs（ジェンダー平等）

SDGs の文脈においても、フェムテックの意義と課題は考えられ得る。SDGs は、経済・環境・社会の様々な問題に対して統合アプローチを採用している。そして、「2030 アジェンダ」においても、複数の分野間の取り組み

⁷ Tanaka E, Momoeda M, Osuga Y, Rossi B, Nomoto K, Hayakawa M, Kokubo K, Wang EC, *Burden of menstrual symptoms in Japanese women: results from a survey-based study*, Journal of Medical Economics, Vol.16, No.11, pp.1255-1266 (2013).

を統合的に発展させており、「インターリンケージ (interlinkage)」という概念を用いることによって、むしろ多数の領域を一つの国際文書に統合する試みを行っている⁸。この点に関して、「2030 アジェンダ」のパラグラフ 67 (民間企業活動) によると、「民間企業の活動・投資・イノベーションは、生産性及び包摂的な経済成長と雇用創出を生み出していく上での重要な鍵である。…我々は、こうした民間セクターに対し、持続可能な開発における課題解決のための創造性とイノベーションを発揮することを求める」と記されている通り、イノベーションによって、持続可能な開発における課題解決が期待されていることも分かる。つまり、SDGs の文脈でフェムテックを考察すると、フェムテックが有するイノベーションの可能性は、SDGs で掲げられたジェンダーギャップの解決にも資することが期待され得るのである。この点、国連報告書によるとジェンダーギャップの解消には約 300 年を要するとも言われている。その上で、日本では、このフェムテックが国家戦略の一環として「女性の活躍推進」の文脈でも議論されている。例えば、2020 年 10 月、自民党内で「フェムテック振興議員連盟」が発足した。当議員連盟は婦人科のオンライン診療や、月経周期を把握できるアプリの開発など女性に関わる技術の振興を支え、女性が生きやすい社会の構築とともに新たな市場の創造を促す提言策定を目指すものとして発足している。また、2021 年 3 月には経済産業省の「働き方、暮らし方の変化のあり方が将来の日本に与える効果と課題に関する調査報告書」の中で、フェムテック産業に関する詳細な実態調査が報告されている。そして、令和 3 年～6 年度「フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金」を実施している。さらに、2021 年 6 月に閣議決定された「成長戦略フォローアップ」の中で、「女性特有のライフイベントに起因する望まない離職を防ぐため、フェムテック製品・サービスの利活用を促す仕組みづくりを 2021 年度から支援する」という方針が明記されるなど、フェムテックは、国の成長戦略としても位置付けられるように

8 「2030 アジェンダ」の「前文」においても「持続可能な開発目標の相互関連性及び統合された性質は、この新たなアジェンダ (以後「新アジェンダ」と呼称) の目的が実現されることを確保する上で極めて重要である。もし我々がこのアジェンダのすべての範囲にわたり自らの野心を実現することができれば、すべての人々の生活は大いに改善され、我々の世界はより良いものへと変革されるであろう」と記載されている通り、「相互関連性 (インターリンケージ)」の重要性にも言及されている。

なった。そして、2023 年度も政府決定文書でフェムテック推進が明記される中で、「経済財政運営と改革の基本方針 2023（骨太方針）」では、包摂社会の実現に向けた女性活躍の中で、「…DV 対策、性犯罪・性暴力対策、困難な問題を抱える女性への支援に関する法律の円滑な施行、事業主健診の充実、フェムテックの利活用やナショナルセンター機能の構築を含めた女性の健康支援、WPS 等により女性が尊厳と誇りをもって生きられる社会を実現する」と明記されている。また、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 成長戦略等のフォローアップ 2023」では「女性の健康の包括的な支援を推進するため、月経困難症や更年期障害等の女性に特有な健康課題の把握や、エビデンスに基づく的確な支援を行うための研究等を引き続き進めるとともに、関連ある医学会において女性の健康に係る指針の策定を行う。また、企業・地方自治体でのフェムテック製品・サービスの利活用の実証を支援し、実証事例を横展開する」と明記されるとともに、「女性活躍・男女共同参画の重点方針 2023（女性版骨太の方針）」において、事業主健診の充実等による女性の就業継続等の支援の中で「フェムテックを利活用し、企業、医療機関、自治体等が連携して行う実証事業への支援を引き続き行うとともに、その全事業について共通指標による効果測定を実施し、心身の不調による低パフォーマンス状態の改善や、キャリアへの影響等を分析し公表する」と明記されるなど、フェムテックが女性の活躍推進の文脈で位置づけられていることが分かる。そして、「女性活躍・男女共同参画の重点方針 2024（女性版骨太の方針 2024）」では、「女性の生涯にわたる健康への支援として、性差を踏まえた「ジェンダード・イノベーション」を取り入れつつ、フェムテックの推進や医療人材の育成等に取り組む」旨が明記されている。こうして、フェムテックは、「女性の活躍推進」という国家の成長戦略に位置づけられるほど期待をされていることが分かる。他方で、フェムテックという用語は普及するものの（2021 年が「フェムテック元年」と言われており、新語・流行語大賞にもノミネートされている）、日本では理系に進学する女性の割合が低かったり、女性エンジニア率が低かったり、女性起業家が少なかったりするなど、国家の成長戦略と現実との間に「ズレ」が生じていることも事実である。

(4) 小括（フェムテックの意義と課題）

本章では、フェムテックの意義と課題について、フェミニズム、イノベーション、SDGs、国家戦略、市場規模等の観点からその意義と課題について分析を行った。ここから分かることは、そもそも、女性の健康課題の克服アプリとして登場した **Clue** の創業者の発想の下で生まれた「フェムテック」という造語だが、そのサービスの本質は、いわば「**Women's Health Tech**」に源流があったようにも見受けられる。したがって、そもそもこの用語が普及する際のスタートラインで、誤解が生じざるを得なかった要因が内包されていたのではないかと考えられる。しかしながら、このフェムテックには、将来的にジェンダーギャップを克服する契機になるという期待も込められており、実際に女性の身体を自らが知っている状態を作ること、その波及効果としてジェンダーギャップの解消に繋がる社会現象（運動論）が生まれることも考慮した上で、フェムテックという名称が普及してきたという高い貢献度があることも事実である。したがって、この用語の持つ意義は、フェミニズム分野、イノベーション業界、SDGsの文脈（ジェンダー平等）、政治（国家戦略）、市場規模（ビジネス）など様々な分野で付加価値が与えられ、医者、女性起業家、政治家、自治体、企業、学者（経済学、女性学、社会学など）、学生等々から多角的・重層的に多くの期待が寄せられ、その意義づけについて分析され、その中で課題についても検討されるようになったのである。すなわち、フェムテックは、各業界の期待と相まって様々な意義が混在したことにより、本来の意味から「肥大化」したと捉えることができる。そして、各業界がそれぞれフェムテックに期待をし、そして各分野の課題（期待との「ズレ」）が浮かび上がってきたのも事実である。さらに、日本における一大ムーブメントの中で、流行語大賞の候補になったように一種のバズワードにもなり、フェムテックが社会現象として前進してきたと捉え直すこともできるだろう。こうして、フェムテックの意義と課題について一つ一つ検討していく中で、フェムテックが持つ多様な側面を整理して理解することが重要になると考えられる。日本では、かつて「イノベーション」を「技術革新」と翻訳し、イノベーションを的確に把握できていなかった歴史もある。日本企業も製品（プロダクト）を製造する技術に関しては世界最高峰であったが、イノベーションを生む「価値の創造（個人のエンパワーメン

トに向けたパラダイムシフト／プラットフォームビジネス)」に関しては世界（特にGAFAを始めとする米国のテック企業）と大きく差をつけられてしまった。今後、「フェムテック」という新たな業界においても、日本が政治やビジネスにおいても世界をリードするために、その意義と課題を十分に踏まえて、どうすれば良いのかを考えていかなければならないのではないだろうか。そのためには、上記ステークホルダーの中でも、特に次世代への「教育」の必要性が益々求められると考えられる。このような視点から、次章では教育実践報告を紹介する。

4. 教育実践報告

(1) 問題の所在

2015年にSDGsが採択され、2030年までのカウントダウンも始まっている。地球市民としての自覚を醸成する教育が果たす役割も、今後、益々重要になってくると思われる。例えば、SDGsが採択される前の2002年、「持続可能な開発に関する世界首脳会議」でESD（持続可能な開発のための教育）が提唱され、同年の国連総会で採択された「国連持続可能な開発のための教育の10年」や、2013年のユネスコ総会で採択された「持続可能な開発のための教育（ESD）に関するグローバル・アクション・プログラム」といった国際的な取り組みがなされている。SDGsでは17の目標と169のターゲットが掲げられる中で目標4「質の高い教育」が掲げられている。他方で、ESDの視点では、社会の様々な課題解決のための目標の一つとして位置づけるのではなく、SDGsに代表される持続可能な開発目標全ての実現に寄与するものが「教育」とであると位置づけられる。持続可能な社会を創っていく人材を育成するためのESDという考え方は、SDGsの達成にも非常に重要な貢献を果たしていくことが大きく期待される。持続可能な社会を構築する上で、ESDとSDGsという考え方が相互補完的に貢献し合っていくのであれば、高等教育機関である大学が果たすべく使命も益々大きくなっていくのではないだろうか。本章では、このような問題意識に基づいて、教育機関である大学での教育実践を報告することで「生理的貧困」と「フェムテック」に関する新しい視座を提供する。

(2) 教育実践報告（創価女子短期大学）

創価女子短期大学では、「女性のエンパワーメント」をテーマに、SDGsを推進する諸活動の中の一つとして、「生理の貧困」について取り組んできた。ここでは、創価女子短期大学の実践報告として、筆者のゼミナールの取り組みについて概説する。

2021年4月に始まったゼミナール（ゼミ1期生）の活動の中で、「生理の貧困」という社会課題をどのように解決できるかを考え、研究調査を開始した。国際ビジネス学科に所属する学生と共に、「生理の貧困」をビジネスの側面で解決することが可能かという視点を持った。そして、この問題と向き合うために大切にしたいのが「ビジョン」であった。まさに世界を代表するGAFAの創業者のビジョンなどを研究する上で、例えば、Googleのビジネスモデルを研究した。「世界中の情報を整理し、世界中の人々がアクセスできて使えるようにする」という企業のミッションから、「Google利用者（無料で情報にアクセスが可能）」・「広告会社（大勢の人間が集まるプラットフォームに広告を出すことが可能）」・「Google（世界中の情報を整理してアクセスを可能にし、広告ビジネスを展開することが可能）」の三者がwin・win・winになるビジネスモデル（プラットフォームビジネス）を研究した。そして、「生理は100人100通り」であり、人生100年として捉えた場合、その約4割は生理と向き合っていくことになり、まさにコロナ禍で学生生活を過ごす彼女たちにとって、喫緊の課題であると捉えていた。そして、生理のことをタブー視する現状を打破し、どのような社会にするべきかを考えた結果、「生理のことをオープンに語れる世界に」というビジョンを掲げることとなった。世界を代表する企業の創業者のビジョンなどを研究し、社会への課題解決を行っていくためのビジョンを検討していく中で、彼女たちが考え抜いた「生理の貧困」の問題点は、経済的なものではなく「生理へのタブー視」と捉えたのである。そして、「生理は100人100通り」であることを考慮して、生理用品の無償配布という一律の解決策ではなく、トイレの個室で各人の状況に応じて対応できるOiTr（生理用品を無料で提供するディスペンサー）に着目することとなった。オイテル株式会社が提供するOiTr（生理用品の無料ディスペンサー）は、まさにGoogleと類似したビジネ

スモデルであり、「生理用品を必要とする女性（トイレの個室内で他の人に気づかれずに無料で生理用品にアクセスが可能）」・「広告会社（トイレの個室内で利用者に教育的な広告を提供することが可能）」・「オイテル株式会社（同社のコンセプトである不均衡の是正に寄与することが可能）」といった win・win・win が成立するプラットフォームとなっている。同年6月に、「都民による事業提案制度」⁹を通じて、都内の女子大・女子短大に OiTr の設置を提案したが、不採択に終わった。しかし、教育効果としては、この都民提案制度に採択されるか否かも重要であるが、この取り組みで最重要視したのはビジョンであった。あくまでコンテストに採択されるか否かは二の次であり、ビジョンである「（生理へのタブー視に対して）生理のことをオープンに語れる世界に」という原点に立ち戻ることとなった。そして、トイレトペーパーと同じ感覚で生理用品にアクセスすることができるような社会にしていくためにどうすれば良いかをグループディスカッションを通して検討することとなったのである。そして、まずは自らが通う創価女子短期大学内の女性トイレに OiTr を導入するよう提案に至り、オイテル株式会社の担当者との意見交換を重ねながら、学内の実地調査から見積もり調査などをつつ、学内関係者と協力し合った。そして、2021年11月18日に関東の女子大・女子短大で初めてとなる、OiTr の導入に至ったのである。この活動が起点となり、以前より交流のあった公益財団法人・東京富士美術館（SDGs委員会）との意見交換を行い、OiTr の設置の経緯などをアドバイスする中で、全国の美術館で初めて OiTr が設置されることとなる。その後、大学の HP や Instagram での拡散には限界があると感じたことから、マスコミ各社に情報伝達する中、タウンニュース八王子（2022年1月6日号）で彼女たちの取り組みが掲載されることとなった。そして、自ら「生理の貧困」に関する YouTube 動画を制作するなど普及啓発活動を行った。彼女たちの取り組みは、2022年3月に開催された社会人基礎力育成グランプリ（主催：一般社団法人社会人基礎力協議会）において、日本一となる「人生100年時代の社会人基礎力大賞」の受賞に結実することとなった。

9 「都民による事業提案制度」は、従来の発想に捉われない新たな視点から都政の喫緊の課題を解決することを目的として、東京都で平成29年度（2017年度）から実施されている。「都民が提案し、都民が選ぶ」ことで、都民の声を直接施策に反映させる、都政参画の新たな仕組みとなっている。

(3) 考察

これらの取り組みから分かったことは、OiTr というフェムテックサービスは、女性の社会課題（生理の貧困）という課題を克服する上で、非常に重要な役割を果たすという点である（例えば、自治体が行う無償配布の場合、周囲の目を気にして生理用品を受けとることができず、十分に機能していないケースも考えられる）。ただし、フェムテックサービスが、「生理の貧困」の背後にあるジェンダーギャップ（可視化されにくい差別的な問題）の克服に対して直接的な解決に繋がるわけではないことも事実である。そして、彼女たちの取り組みを通じて、フェムテックはあくまで「手段」であって、それを「ゴール」にすることが大事ではないということを実践的に学ぶことができた。その後、2022 年 4 月から始まった新たなゼミナール（ゼミ 2 期生）では、取得率の低い「生理休暇」の普及を目指した「働く女性のウェルネス向上事業」を東京都に提案した。これが 684 件の応募の中から得票第 2 位（2,259 票）となり、令和 5 年度（2023 年度）に事業化されることが決定し、4,900 万円の予算が計上されることとなった（東京都産業局では、働く女性の心身の健康を向上させていくための特設サイト「働く女性のウェルネス向上委員会」というホームページを立ち上げて、女性の健康課題別体験談や企業の取り組み事例をはじめ、専門家コラムや短編動画などが掲載され、女性特有の健康課題を知って学べる普及啓発の事業内容となっている）。また、2023 年 4 月から始まったゼミナール（ゼミ 3 期生）の活動では、「学校での生理休暇」の普及や、米国で開発されたトイレットペーパー式の Egal という生理用ナプキンの普及など、「生理の貧困」への解決に向けた様々なアイデアが生まれている。こうして、フェムテックサービスは、「教育」というレンズを介して、社会課題解決に向けた実践的な学びになったとき、学生（女性）のエンパワーメントに繋がり、社会課題を解決する第一歩となり得るのではないだろうか。今後もこの問題については様々な角度から研究・諸活動が行われることが望まれ、女性が住みやすいまちづくりに向けた研究・教育や社会での取り組みが更に進むことが大いに期待される。

5. 「生理の貧困」とフェムテック

「生理の貧困」という用語が日本に普及して数年が経過している。「生理の貧困」とフェムテックの関係を考察する上で、その用語について背景から踏まえて検討していく必要があるだろう。この用語はどのようにして生まれたのだろうか。この点に関して、2016年9月27日、英国の全国紙「The Guardian」で「Period Poverty（生理の貧困）」という用語が初めて取り上げられたことに端を発する。当時の英国は、緊縮財政の中で経済的に困窮する人々が増える中、政情においても、スコットランドの独立運動や英国のEU離脱など社会的にも激動の時代であり、困窮する女性に対してフェミニズム運動が台頭してきた背景もある。同紙によると、低賃金と不安定なゼロ時間労働契約により、生理中の女性がトイレットペーパー等を代用することや、家庭内暴力から逃れてきた母親と娘たちへの救済の必要性を訴えている。そして、女性が、生理用品の代わりに、新聞紙、靴下、トイレットペーパーを使わなければならない事実を受けて、健康上の理由からも深刻な問題として捉えられているが、これを「尊厳の問題」として見るべきであるという慈善団体の主張を掲載している¹⁰。こうして、全国紙で初めて「Period Poverty」という言葉が用いられて以降、英国の全国紙のみならず地方紙をはじめ、ニュースやソーシャルメディアを通じて、「生理の貧困」が社会課題として取り上げられるようになったのである。同年10月21日、英国で「I, Daniel Blake」という映画が公開され、第69回カンヌ国際映画祭で最高賞（パルム・ドール）を受賞するなど多くの注目を集めた。英国の社会保障問題を取り上げた本映画では、シングルマザーがスーパーで生理用品を万引きして捕まってしまうシーンがあり、「生理の貧困」の問題への関心を惹起する一つの契機ともなった。その後、2017年に生理中の若者を支援するチャリティー団体レッドボックスが設立され、2022年8月15日、英国のスコットランドで、必要な全ての人に生理用品を無償提供する法律が施行されることとなった。これは世界で初めての事例となる。

10 The Guardian, *MSPs debate giving free sanitary products to women on benefits; Topic discussed for first time in Holyrood, as Trussell Trust Scotland calls on SNP to address 'period poverty'*, September 27, (2016).

このような英国の流れが世界で大きく拡散されることになった。例えば、2018年、米国に本拠を置く世界最大の一般消費財メーカーであるプロクター・アンド・ギャンブル（P & G）は、同社の生理用品ブランド「Always」に関連して、米国、英国、カナダを中心に「# EndPeriodPoverty」キャンペーンを実施した。各地のNPOと連携し、多くのメディア報道やインフルエンサーによるSNSの投稿が行われ、この問題の認知度向上と共に、同社のブランド売り上げも21%向上することとなった。このように、「生理の貧困」に苦しむ女性が多くいるという事実を世界中に拡散させる啓発活動として「Period Poverty」というワードが拡散されたのである。この流れの中で、日本でも任意団体「#みんなの生理」が2021年2月にSNSを通じたアンケート調査を実施し、「日本の若者の5人に1人が金銭的な理由で生理用品を買うのに苦労した」という結果が判明した。同年3月4日の衆議院予算委員会で「生理の貧困」が質問に挙がり、同アンケート結果が引用される形で問題意識が醸成される。その後、豊島区、中野区、横浜市などをはじめ生理用品の無料ディスペンサー OiTr が導入されるようになり、「生理の貧困」対策のために国の予算拡充が決定し、東京都議会でも、都の備蓄（27万3,000枚）の生理用品が活用できることを決定するなど、急速な動きが見受けられた。内閣府男女共同参画局においても生理の貧困に関する調査を行っており（2021年5月、7月、2022年7月）、厚生労働省も「生理の貧困」に関する実態調査を行っている（2022年2月）。ビジネスの分野でも2020年よりユニ・チャームが「みんなの生理研修」を実施し、企業が生理休暇を有給化する動きも出てきた。また、2022年4月より大王製紙が生理用ナプキンを生理用品の入手に困っている学生を対象に1年間無償でプレゼントする「奨学ナプキン」を実施するなど、日本では大きな広がりを見せていることが分かる。

これら一連の流れを振り返ると、スコットランドに端を発した「Period Poverty」という用語は、Alwaysのブランド向上にも関連して、SDGs ビジネス戦略の一環として、インフルエンサーによる影響力及びSNS等を通じて、一種のバズワード（流行語）として拡散されたということが分かる。さらに、日本では、「Period Poverty = 生理の貧困」と翻訳されたことにより、その

真意よりも先んじて大きなインパクトを持って広がりを見せるようになった。「生理の貧困」の要因は、経済的困窮のみならず、親のネグレクトや虐待、生理ヘイト、父子家庭で生理用品が用意されず、必要だとも言い出せない環境、性教育や知識の不足など様々な要因が挙げられていた。こうした「声なき声」が潜在していた中で、コロナショックと相まって、ジェンダーギャップ指数が世界でも最低レベルの日本において、スコットランド発の「Period Poverty= 生理の貧困」が急速に広がりを見せた点に留意しなければならない。すなわち、スコットランドで社会課題となっていた「貧困」というイメージが先行しつつ、日本では、それ以外の様々な要因（ジェンダーギャップ、コロナショック、親のネグレクト、生理ヘイト、父子家庭、性教育・知識不足等々）がミックスされ、未消化のまま急速に日本独自の議論・活動がなされていることを理解する必要がある。だからこそ、日本では生理用品の「無償配布」という視点が軸になってしまい、この問題の根底にある本質的な男女格差の意識（ジェンダーギャップ指数）に対する社会の理解が浸透していない状態で、「スマホを持つ金銭的な余裕があるにもかかわらず、なぜ生理用品は買えないのか」という誤解・偏見が生まれてしまった。したがって、この問題に関して、「貧困」という言葉に引きずられてしまうと、「生理用品の無償配布」という発想に結びつきやすくなってしまい、フェムテックの視点からも OiTr が「生理の貧困」と直接的に結びつくことが容易に想像されるのである。他方で、「生理の貧困」の本質的な課題を、「非正規雇用の問題、性教育の問題、離婚によるシングルマザーによる経済的困窮の問題、意思決定の場に女性の存在が少ないという「男社会」の問題、家庭内暴力の問題、生理をタブー視する文化、男女による知識格差」などのジェンダーギャップという社会課題に目を向けた場合（すなわち、「生理の貧困」の問題を「まちづくり」や「教育」が本質的な課題であると捉え直す場合）、フェムテックが果たす役割も新たな視点で捉え直す必要性が生まれるだろう。

このように、「生理の貧困」も一種のバズワード（流行語）のように急速に日本に広がりを見せたが、その翻訳の仕方（Period Poverty=「生理の貧困」）と日本における独自の視点（ジェンダーギャップ指数など）を踏まえた議論をしないで、言葉通りの受け止め方だけをしてしまうと、一種の誤解が

生まれる背景も読み取ることができるのではないだろうか。こうして、「生理の貧困」に対する理解が深まっていないことと同時並行的に、上述した通り、「フェムテック」にも様々な課題（肥大化した「フェムテック」）があることも踏まえなければならない。「生理の貧困」も「フェムテック」も、いずれも急速に世間に広がりを見せたバズワード（流行語）の類であったことを踏まえて、その用語の用いられた背景まで踏み込んで考えたとき、この両者の関係に新たな視点が浮かび上がってくるのではないだろうか。すなわち、「経済的に生理用品にアクセスすることが困難な状態」を「生理の貧困」と捉えるのであれば、OiTrのようなフェムテックは有効な打開策になり得るだろう。他方で、「生理の貧困」を「生理の公平」という視点からジェンダーギャップまで目を向ける場合、フェムテックに期待されるのは、人類の意識を転換できるようなパラダイムシフトを起こす視点であり、「教育」や「まちづくり」によるパートナーシップで問題を解決できる「エコシステム（プラットフォーム）」の形成こそがフェムテック業界の課題になってくるのではないだろうか。また、フェムテックのサービスの内容が「女性の健康課題を克服するサービスカテゴリー」という捉え方をするのであれば、この（Women's Health Tech という原義での）「フェムテック」には「生理の貧困」を解決するだけの力は持ち合わせてないと分析することもできる。ただし、イダ・ティン氏が期待を込めてネーミングした「フェムテック」には、将来的に「生理の貧困」及び「生理の公平」という社会課題の克服に「繋がる」ものであると捉え直すことができ、その「繋げる」役目として重要な役割を果たすのが「教育」であると捉え直すことができるのである。

6. おわりに

本稿では、SDGs とイノベーションの関係を経論的に検討しつつ、その具体的な各論として、「生理の貧困」とフェムテックとの関係を考察した。「生理の貧困」が世間から誤解される概念である一方で、「フェムテック」も日本においてその意義が十分に浸透しきれていない印象がある。こうして、「生理の貧困」も「フェムテック」も十分な理解がなされていないまま、政府や企業など各ステークホルダーが様々な取り組みを行っているように見受けられる。こうした現状に問題意識を持ち、本稿ではフェムテックが「生理

の「貧困」を解決することができるかという視点を問題の所在に置きつつ、その背後にあるSDGsやイノベーションとの関係にも論点を置いた。そこからは、「誰も置き去りにしない」という基本理念や目標17「パートナーシップで目標を達成しよう」、もしくは「2030アジェンダ」のパラグラフ67（民間企業活動）とイノベーションの社会的な視点（個人のエンパワーメント、社会課題の解決、エコシステムビジネス等々）が根底で結びついていることを指摘するに至った。そして、「生理の貧困」の背景にある意義と同様に、「フェムテック」の多義性にも触れつつ、両者の捉え方次第でフェムテックが生理の貧困の解決に繋がり、その架け橋となるのが「教育」であると結論付けた。この「教育」には、女性の理系進学率やアントレプレナーシップ教育のみならず、生理に関する知識不足（男女の知識格差）などが含まれることにも留意しなければならない。いずれにしても、「生理の貧困」も「フェムテック」も、一種のムーブメントが起こる際に気を付けなければならないのは、その用語の真意を十分に把握することである。

SDGsは経済・社会・環境など分断化された様々な社会課題に関して、その相互関連性を意識して統合アプローチを採用している。したがって、SDGsの時代を生きる上で、今後に求められる人材像の一つとして「文理融合」人材の育成が大いに期待される。SDGsに掲げられた問題の一つでもある「生理の貧困」や「フェムテック」という複雑多岐にわたる社会課題に対して、医学的な見地のみならず、社会人文学（教育、地方自治、女性学、経営学、ビジネス、歴史学等々）の視点の双方を併せ持った考えが求められるのではないだろうか。本稿では既存の研究を踏まえた上で、SDGsの文脈において新たな視点で「生理の貧困」と「フェムテック」との関係について考察した。今後も、各分野において文理融合に関する研究が進み、社会課題の解決に繋がるビジネスが生まれ、ジェンダー平等に向けた世の中が進むことを期待したい。

参考文献

- De Benedictis, S., “*Periods of austerity: The emergence of ‘period poverty’ in UK news media*”, *European Journal of Cultural Studies*, (2022).
- Progress on the Sustainable Development Goals, The Gender Snapshot 2022, Department of Economic and Social Affairs, United Nation (2022).
- Tanaka E, Momoeda M, Osuga Y, Rossi B, Nomoto K, Hayakawa M, Kokubo K, Wang EC, *Burden of menstrual symptoms in Japanese women: results from a survey-based study*, *Journal of Medical Economics*, Vol.16, No.11, pp.1255-1266 (2013).
- The Guardian, *MSPs debate giving free sanitary products to women on benefits; Topic discussed for first time in Holyrood, as Trussell Trust Scotland calls on SNP to address ‘period poverty’*, September 27, (2016).
- 青野健作 「「生理の公平」と SDGs」(創価女子短期大学紀要第 55 号、2024 年)
- 青野健作 「「生理の公平」と八王子 ―女性が住みやすいまちづくり―」(まちづくり研究はちおうじ第 18 号、2023 年)
- 青野健作 「[巻頭言] 創価女子短期大学× SDGs」(創価女子短期大学紀要第 54 号、2023 年)
- 秋保さやか 「現代カンボジア農村における月経をめぐる規範と実践 ―女性のライフコースの変容に着目して―」(国際開発研究第 28 巻第 2 号、2019 年)
- 朝日新聞 『(共生の SDGs コロナの先の 2030) 毎日 5 億人、脅かされる「尊厳」』(2021 年 11 月 14 日)
- アビジット・V・バナジー、エステル・デュフロ (村井章子訳) 『絶望を希望に変える 経済学社会の重大問題をどう解決するか』(日本経済新聞出版、2020 年)
- 飯田麻結 「フェムテックにフェミニズムを取り戻す」(現代思想第 51 巻第 6 号、2023 年)
- 井口裕紀子 「現代アメリカにおける SNS フェミニズムからフェムテックを考える」(現代思想第 51 巻第 6 号、2023 年)
- 入山章榮 『世界標準の経営理論』(ダイヤモンド社、2019 年)
- 入山章榮 『ビジネススクールでは学べない世界先端の経営学』(日経 BP、2015 年)
- 入山章榮 『世界の経営学者はいま何を考えているのか ―知られざるビジネスの知のフロンティア』(英治出版、2012 年)
- 岩崎博論・佐々木康裕 『パーパス 「意義化」する経済とその先』(ニュースピックス、2021 年)
- エリック・リース 『リーンスタートアップ ムダのない企業プロセスでイノベーション

ンを生みだす』(日経 BP、2012 年)

隠岐さや香「「わかりやすい」フェムテックが抱える落とし穴」(竹崎一真・山本敦久編『ポストヒューマン・スタディーズへの招待 ―身体とフェミニズムをめぐる 11 の視点』(堀之内出版、2022 年))

蟹江憲史『SDGs (持続可能な開発目標)』(中公新書、2020 年)

蟹江憲史編『持続可能な開発目標とは何か ― 2030 年へ向けた変革のアジェンダー』(ミネルヴァ書房、2017 年)

川崎唯史「フェムテックと「女性の健康」」(現代思想第 51 巻第 6 号、2023 年)

河南順一『Think Disruption アップルで学んだ「破壊的イノベーション」の再現性』(KADOKAWA、2020 年)

菊地夏野・標葉靖子・筒井晴香「政治・市場・運動をせめぎあう渦中から問う」(現代思想第 51 巻第 6 号、2023 年)

橘川武郎『イノベーションの歴史―日本の核心的企業家群像』(有斐閣、2019 年)

クレイトン・M・クリステンセン、エフォサ・オジョモ、カレン・ディロン(依田光江訳)『イノベーションの経済学 ―「繁栄のパラドクス」に学ぶ巨大市場の創り方―』(ハーバーコリンズ・ジャパン、2024 年)

クレイトン・クリステンセン、ジェフ・ダイアー、ハル・グレガーセン(櫻井裕子訳)『イノベーションの DNA [新版] ―破壊的イノベーターの 5 つのスキル』(翔泳社、2021 年)

クレイトン・M・クリステンセン、エフォサ・オジョモ、カレン・ディロン(依田光江訳)『繁栄のパラドクス ―絶望を希望に変えるイノベーションの経済学』(ハーバーコリンズ・ジャパン、2019 年)

クレイトン・クリステンセン、マイケル・ホーン、カーティス・ジョンソン(根来龍之解説、櫻井裕子訳)『教育×破壊的イノベーション―教育現場を抜本的に変革する』(翔泳社、2018 年)

クレイトン・M・クリステンセン、タディ・ホール、カレン・ディロン、ディビッド・S・ダンカン(依田光江訳)『ジョブ理論 ―イノベーションを予測可能にする消費メカニズム』(ハーバーコリンズ・ジャパン、2017 年)

クレイトン・M・クリステンセン、スコット・D・アンソニー、エリック・A・ロス(玉田俊平太解説、櫻井裕子訳)『イノベーションの最終回』(翔泳社、2014 年)

クレイトン・クリステンセン、ジェフリー・ダイアー、ハル・グレガーセン(櫻井裕子訳)『イノベーションの DNA』(翔泳社、2012 年)

クレイトン・M・クリステンセン、ジェームズ・アルワース、カレン・ディロン(櫻井裕子訳)『イノベーション・オブ・ライフ ―ハーバード・ビジネススクールを巣

- 立つ君たちへ』(翔泳社、2012年)
- クレイトン・クリステンセン、マイケル・レイナー(玉田俊平太解説、櫻井裕子訳)『イノベーションへの解』(翔泳社、2003年)
- クレイトン・クリステンセン(玉田俊平太監修、伊豆原弓訳)『イノベーションのジレンマ』(翔泳社、2001年)
- ケヴィン・アロッカ『YouTubeの時代—動画は世界をどう変えるか』(NTT出版、2019年)
- 西条玲奈「その「フェムテック」は誰向けの製品なのか」(現代思想第51巻第6号、2023年)
- ジェフ・ベズス、ウォルター・アイザックソン(関美和訳)『Invent & Wander —ジェフ・ベズス Collective Writings』(ダイヤモンド社、2021年)
- 標葉靖子「フェムテックは「科学技術への市民参加」のきっかけになりうるか?」(竹崎一真・山本敦久編『ポストヒューマン・スタディーズへの招待—身体とフェミニズムをめぐる11の視点』(堀之内出版、2022年)
- 篠原拓也『「生理の貧困」が投げかけるもの—その広さと論点』(一粒書房、2023年)
- シュムペーター(塩野谷祐一郎・中山伊知郎・東畑精一訳)『経済発展の理論(上)(下)』(岩波文庫、1977年)。
- ジョージ・ギルダー(武田玲子訳)『グーグルが消える日—Life after Google』(SBクリエイティブ、2019年)
- 菅野摂子「「女性の健康」の隘路とフェムテック」(現代思想第51巻第6号、2023年)
- 杉田映理・新本万里子(編)『月経の人類学—女子生徒の「生理」と開発支援—』(世界思想社、2022年)
- 杉田映理「フェムテックから月経教育を問う」(現代思想第51巻第6号、2023年)
- スコット・ギャロウェイ(渡会圭子訳)『the four GAFA 四騎士が創り変えた世界』(東洋経済新報社、2018年)
- スコット・ギャロウェイ(渡会圭子訳)『GAFA next stage ガーファ ネクストステージ』(東洋経済新報社、2021年)
- 鈴木裕人・三ツ谷翔太『フラグメント化する世界—GAFAの先へ—』(日経BP、2018年)
- 田口亜紗『生理休暇の誕生』(青弓社、2003年)
- 武石彰・青島矢一・軽部大『イノベーションの理由—資源動員の創造的正当化』(有斐閣、2012年)
- 竹崎一真・山本敦久編『ポストヒューマン・スタディーズへの招待—身体とフェミニズムをめぐる11の視点』(堀之内出版、2022年)
- 田中ひかる『生理用品の社会史』(KADOKAWA、2019年)

田中道昭『GAFA × BATH 米中メガテックの競争戦略』（日本経済新聞出版社、2019年）

田中道昭『アマゾン銀行が誕生する日 2025年の次世代金融シナリオ』（日経BP、2019年）

谷敏行『Amazon Mechanism イノベーション量産の方程式』（日経BP、2021年）

玉田俊平太『日本のイノベーションのジレンマ [第2版] —破壊的イノベーターになるための7つのステップ』（翔泳社、2020年）

チャールズ・A・オライリー、マイケル・L・タッシュマン（入山章栄監訳・解説、富山和彦解説、渡部典子訳）『両利きの経営 —「二兎を追う」戦略が未来を切り拓く』（東洋経済新報社、2019年）

デビッド・カークパトリック（滑川海彦・高橋信夫訳）『フェイスブック 若き天才の野望 5億人をつなぐソーシャルネットワークはこう生まれた』（日経BP、2011年）

内閣府男女共同参画局『令和5年版 男女共同参画白書』（内閣府男女共同参画局、2023年6月）

内閣官房・すべての女性が輝く社会づくり本部・男女共同参画推進本部『女性活躍・男女共同参画の重点方針 2024（女性版骨太の方針 2024）』（令和6年6月11日）

内閣官房『新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2023改訂版』（令和5年6月16日）

内閣官房・すべての女性が輝く社会づくり本部・男女共同参画推進本部『女性活躍・男女共同参画の重点方針 2023（女性版骨太の方針 2023）』（令和5年6月13日）

内閣府『経済財政運営と改革の基本方針 2023 加速する新しい資本主義～未来への投資の拡大と構造的質上げの実現～』（令和5年6月16日）

内閣府『経済財政運営と改革の基本方針 2021 日本の未来を拓く4つの原動力～グリーン、デジタル、活力ある地方創り、少子化対策～』（令和3年6月18日）

中嶋裕子「「生理の貧困」が浮き彫りにした諸課題：経済・心理・教育・社会的側面からの検討」（社会事業研究第62号、2023年）

林謙治・渡邊香編『知りたいフェムテックの進歩—女性の生活の質（QOL）をアップする新技術』（ロギカ書房、2022年）

ブラッド・ストーン（井口耕二訳）『ジェフ・ベゾス 発明と急成長をくりかえすアマゾンをいかに生み育てたのか』（日経BP、2022年）

ブラッド・ストーン（井口耕二訳・滑川海彦解説）『ジェフ・ベゾス 果てなき野望 アマゾンを創った無敵の奇才経営者』（日経BP、2014年）

マット・リドレー（大田直子訳）『人類とイノベーション—世界は「自由」と「失敗」で進化する』（ニュースピックス、2021年）

南博・稲葉雅紀『SDGs—危機の時代の羅針盤』（岩波新書、2020年）

みんなの生理（福井みのり）・ヒオカ・吉澤豊予子・田中東子・田中ひかる・河野真太郎『#生理の貧困』（日本看護協会出版会、2021年）

山田秀頌「「フェム」テックとトランスジェンダーの身体の接点—その可能性と限界について」（現代思想第51巻第6号、2023年）

吉岡範人『フェムテック—女性の健康課題を解決するテクノロジー』（幻冬舎メディアコンサルティング、2023年）

米川瑞穂編『ウェルビーイング向上のための女性健康支援とフェムテック』（日経BP、2022年）

リブラ研究会『リブラの正体—GAFAは通貨を支配するのか？』（日本経済新聞出版社、2019年）

リーアンダー・ケイニー（堤沙織訳）『ティム・クック アップルをさらなる高みへと押し上げた天才』（SBクリエイティブ、2019年）

ルーシー・デラップ（幾島幸子訳）『フェミニズム—グローバル・ヒストリー』（明石書店、2023年）

渡部麻衣子「政策的関心の対象としての「フェムテック」とその倫理的課題」（現代思想第51巻第6号、2023年）

渡部麻衣子「「フェムテック」とは何か？—その可能性と抱えるジレンマ」（竹崎一真・山本敦久編『ポストヒューマン・スタディーズへの招待—身体とフェミニズムをめぐる11の視点』堀之内出版、2022年）

参考ホームページ（※アクセス日は全て2024年11月18日）

朝日新聞デジタル「生理は一生に400回 フェムテックで負担は解決できるか」（2022年12月14日）<https://digital.asahi.com/articles/ASQDD5HWMQD2OXIE00R.html>

朝日新聞デジタル「「データは女性の武器に」フェムテックの生みの親が語る男女格差」（2024年3月17日）https://digital.asahi.com/articles/ASS3H53X3S2PULFA00R.html?_requesturl=articles%2FASS3H53X3S2PULFA00R.html&pn=7

お茶の水女子大学・ジェンダード・イノベーション研究所 <https://ocha-igi-mag.jp/>
オイテル株式会社 HP <https://www.oitr.jp/>

Clue HP <https://helloclue.com/>

経済産業省 HP「フェムテックを活用した働く女性の就業継続支援」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/diversity/femtech/femtech.html>

厚生労働省 HP「『生理の貧困』が女性の心身の健康等に及ぼす影響に関する調査」の結果について https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_24693.html

創価女子短期大学 HP「創価女子短期大学×SDGs「生理の公平を目指して！」」

<https://www.soka.ac.jp/swc/SwanDays/2023/02/10711/>

創価女子短期大学 HP「創価女子短期大学×SDGs「生理の貧困をなくそう！」」

<https://www.soka.ac.jp/swc/SwanDays/2022/02/10599/>

創価女子短期大学公式 YouTube チャンネ—SOKA Women's College「生理の貧困をなくそう（Period Poverty）【SDGs】」 <https://www.youtube.com/watch?v=8vUKTJS7JRA>

東京都労働産業局 HP「女性特有の健康課題を知る、学ぶ！働く女性のウェルネス向上委員会」 <https://women-wellness.metro.tokyo.lg.jp/>

内閣府男女共同参画局 HP「生理の貧困」

<https://www.gender.go.jp/policy/sokushin/>

P & G ホームページ「always #EndPeriodPoverty」

<https://www.pggoodeveryday>

madame FIGARO・jp「「フェムテック」の生みの親たちが語る、その未来。」（2024年3月8日） <https://madamefigaro.jp/society-business/240308-ida-amina.html>

#みんなの生理 Official <https://minnanoseiri.wixsite.com/website>

ランドリーボックス「「生理用品を軽減税率対象に！」大学生の私が署名を集めているわけ」 <https://laundrybox.jp/magazine/free-periods/>