

日本初^{*1}のナプキンの備品化TMプロジェクト「職場のロリエ」「学校のロリエ」が 「日本マーケティング大賞 奨励賞」を受賞

多種多様な業界で拡大し「職場のロリエ」導入企業数は400社^{*2}に

^{*1} ナプキンメーカー発信として初めて(2024年12月25日時点 株式会社 未来トレンド研究機構 調べ)

^{*2} 2025年4月末時点(「学校のロリエ」含む)



花王株式会社の生理用品ブランド「ロリエ」が推進している、ナプキンの備品化TMプロジェクト「職場のロリエ」「学校のロリエ」が、このたび「2024年 日本マーケティング大賞 奨励賞(主催:公益社団法人 日本マーケティング協会)」を受賞しました。推薦プロジェクト総数96件の中から、優れたマーケティング活動であるとして選出されました。

◆「職場のロリエ」・「学校のロリエ」について

今回奨励賞を受賞した「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働ける職場環境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。働く人にとっては、急な生理の際にナプキンの心配がなくなり、周囲の生理への理解が促進され、より働きやすくなる。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1つになる。働く人と企業の双方にうれしい環境づくりを、賛同してくださる企業と一緒に推進すべく、花王が専用BOXを無償で提供し、ナプキンは導入企業に福利厚生の一環として購入いただく取り組みです。また、同様に「学校のロリエ」は健やかな学校生活のサポートをめざし、学校や自治体に対して展開しています。

「職場のロリエ」は、建設・物流・金融・医療など、さまざまな業界で賛同いただき、2025年4月末時点で導入企業数は400社^{*2}となりました。

今後さらなる導入企業の拡大をめざすとともに、「職場のロリエ」の活動を通して、生理にまつわる困りごとを解消し、生理の期間も少しでも快適に過ごせる環境づくりを推進していきます。

^{*1} ナプキンメーカー発信として初めて(2024年12月25日時点 株式会社 未来トレンド研究機構 調べ)

^{*2} 2025年4月末時点(「学校のロリエ」含む)

◆受賞コメント

このたびは「職場のロリエ」「学校のロリエ」の活動に対し、荣誉ある賞をいただき大変うれしく思っています。トイレトペーパーと同じように、備品としてトイレにナプキンがあれば、突然生理がきても、安心して仕事に取り組めるはず。そんな未来を現実にするため、今後もさまざまな業界の方とこの活動を推進していきたいと思っています。(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」 WEB サイト

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

活動や導入企業のみなさま（一部抜粋）をご紹介します。

◆日本マーケティング大賞とは

「日本マーケティング大賞」は、企業・自治体・団体等の組織における新しいマーケティングやコミュニケーションの手法、もしくはビジネスモデルの開発を積極的に促すことで、消費者の生活の向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励し、マーケティングのprestigeを高めることを目的として 2007年に発表、第1回は2009年より実施されました。第17回目となる本年は、社会問題解決やSDGs（持続可能な開発目標）にマーケティングの役割が拡大している中、厳選な審査の中から上記が選出されました。