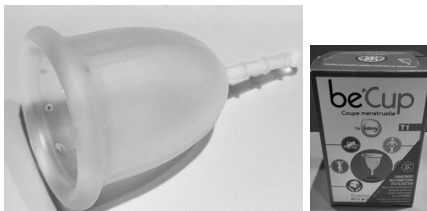


東京2020大会を見据えて 第10回 スポーツと生理用品

田中 ひかる



アンナナプキンの発売「新聞広告」(1961年)
『生理用品の社会史 タブーから一大ビジネスへ』より
(田中ひかる著、ミネルヴァ書房)



フランスの月経カップ(2018年筆者撮影)

今回は、日本における「スポーツと生理用品の関係」に注目したい。

使い捨てナプキンの元祖「アンナナプキン」が発売されたのは、一九六一年のことである。それ以前、女性たちは経血処置に脱脂綿を使っていた。動くはずれたり転がり落ちたりすることもあった脱脂綿に比べると、ナプキンは頼りがいがあった。しかし発売当初のナプキンはそれほど厚みがあったため、体育の時間にブルマーを穿かねばならなかった女子生徒たちは、

周囲の視線を気にしなければならなかった。

その後、複数のメーカーからさまざまなサイズの新ナプキンが発売されるようになり、一九七〇年代後半に、吸収体が高吸収性ポリマーが使用されるようになると、薄型化も一気に進んだ。レオタード姿でさえナプキンをつけていることが悟られなくなった現在、ブルマー自体も過去のものとなった。

経血漏れやスタイルを気にせずにする生理用品の登場が、女性のスポーツへの参加を促した

ことは言うまでもない。特に集中力が不可欠なアスリートにとって、ナプキンの登場、そして高性能化は福音だった。

アスリートにおいてはタンポンの使用率も高かったと思われる。一九六四年に、エーザイが東京オリンピック用に合わせて「セロポン」というタンポンを発売したのも、スポーツに適していることをアピールしたからである。ちなみに、「セロポン」は付属のスティックでタンポンを挿入する「スティック式タンポン」だった。結局タンポンはあまり普及することなく、ナプキンの性能向上と反比例するかのよう衰退の一途をたどる。一九七〇年代には一〇社以上がタンポンを販売していたが、現在は一社のみである。

今日では、タンポンよりも長時間の挿入が可能な月経カップを使用するアスリートや、低用量ピルで月経自体をコントロールするアスリートも増えてきている。もはや、経血処置はアスリートにとって足枷^{あしかぎ}ではなくなった。