

るため、1999年11月から2000年1月にわたり全国規模で実施した無料のSTD電話相談（STD情報ライン）を検討事例とした。集計により全国の都道府県から電話相談があり、幅広い年齢から相談があったことが明らかになった。また、相談者の中で協力してくれる人に対し電話での聞き取りに基づく質問票調査をおこなったところ、利用者のSTD罹患経験者の占める割合が高く、STD感染について切実かつ情報を必要とする層が情報ラインを利用していることが明らかになった。

②男性同性愛者向けの性感染症に関するインターネットを利用した情報提供サービスであるSTD情報ページのための準備を行った。STD情報ページの作成にあたっては、STD情報ラインを通じて得た利用者のニーズおよび置かれている環境・状況の把握、さらにはSTD感染をもたらす背景を活用した。

(3)情報普及

啓発介入における最も基本的な取り組みとして、資材開発（パンフレット「僕らのとなりのHIV」）の作成過程の分析・検証、アンケート調査の結果還元リーフレット「OURS」の作成および配布等を行った。①パンフレット「僕らのとなりのHIV」を行政及び複数のNGOによって共同で作成した過程を検証した。作成にあたっては、NGOによる日常の相談活動、普及啓発活動の経験から導きだされた観点を活かしながら、男性間の性的接触に明確に焦点を当てた予防情報を重点的に掲載した。なお、本資材は、男性同性愛者向けの予防啓発媒体として過去最大の発行数となっている。また、本資材の普及が知識、HIV検査受検行動、性行動にどのような影響を与えているかを知るために、研究2で実施した質問票調査を用い、パンフレットの所有と非所有を比較することによって効果を検証した。その結果、本資材によってエイズについての一般知識および感染リスク行為についての認識の上昇、およびHIV/STD検査意思の上昇ならびに受検行動につながったが、性行動においては啓発の効果が見られなかった。複雑な要因が絡み合う行動変容という次元においては、啓発資材による知識の提供に加え、他の介入プログラムとの連動が必要と思われる。

②動くゲイとレズビアンのが実施した知識・性行動調査の結果を協力者およびコミュニティに対し、調査結果の還元を目的としたリーフレット・OURSを2,000部作成し、配布した。③STD情報ラインならびにSTD情報ページ普及を目的として、4種類の媒体（ポスター、カード、およびゲイマガジン広告）を作成した。④情報・資材普及の現状及び介入の効果を明らかにするために、質問票調査を実施した。屋内のハッテン施設でのコンドーム入手割合は今年度44.6%で、14年度の目標値を65%に、屋内のハッテン施設でのセイファーセックスの情報の認知割合は今年度61.6%で、14年度の目標値を80%に、『僕らのとなりのHIV』の所有割合は今年度51.5%で、14年度の目標値を70%に、ゲイ向けのエイズ/STDの電話相談認知割合は今年度73.4%で、14年度の目標値を90%に設定した。

(4)資材普及

資材普及とは、生活・コミュニティ環境を対象として、コンドームの設置、潤滑剤の設置を促すことによって、環境を変えセイファーセックスを普及する手法である。平成12年度は、資材普及に取り組むにあたり、店舗の経営者と共同で行う方法などを検討した。

A. 研究目的

本研究班全体の目的は、アプローチ困難な人口層である男性同性愛者／両性愛者／MSM（以下、同性愛者等）に対して、普及啓発を合理的に行うための最も効果的な事業体制について、NGO間のネットワーク機能と行政サービスとの連携によって実践事例を検証しながら研究・提言するものである。

本分担研究（研究3）は、研究班の全体計画の中で実践事例として行われる予防啓発手法について担当している。

具体的には、現時点でとりくみが行われている同性愛者等への予防啓発プログラムの検証を行うと同時に、研究2が担当している予防啓発理論の研究およびリスク・アセスメントの成果を反映した予防啓発手法を新たに研究開発する。最終的にはその手法の実践についての効果評価を行うことで、より有効な予防啓発手法をモデルとして提言するものである。

B. 研究方法

同性愛者等を対象としたHIV／エイズの予防のための啓発手法を開発するにあたり、啓発対象ごとのおかれている状況をふまえ、啓発のための方法論を構築した。具体的には、啓発対象を「個人」と「環境」にわけ、介入プログラムの開発を試みた。

「個人」を対象とするものは、コミュニティにあるニーズに沿って企画を実施し参加者間の相互作用を重視した集団型プログラムと、主に1対1の啓発手法をとる個別型プログラムとした。

「環境」を対象とするものはHIV／エイズやHIV検査についての知識やメッセージの普及を行う情報普及と、コンドームや潤滑材などの普及を目指す資材普及とした。

さらに、対象ごとに設定された啓発手法の妥当性の検証及び改善点を明らかにするために、研究2で実施した質問票調査を用いながら効果評価を行うための枠組みを構築した。

C. 研究結果

<啓発介入モデルの類型化と構築>

啓発介入の方法論を「個人」と「環境」毎に、パイロットモデルを構築した。類型化したモデルは4つで、「個人」を対象とするものとして、「集団型プログラム」「個別型プログラム」、「生活・コミュニティ環境」を対象としたものとして、「情報普及」「資材普及」とした。以下、順番に4つのモデルについて述べる。

【1. 集団型プログラム】

(1) 集団型プログラムのコンセプト

① 集団型について

集団型プログラムとは、HIVリスク要因を個人が抱えている知識、認識、態度、行動、スキルなどの要素をターゲットとするもので、なおかつ一定規模の集団によるワークショップやイベント、学習会などの場において啓発する手法として位置付けている。

②リーチアウトというコンセプト

また、「出会いイベント」および「LIFEGUARD2001」は、動くゲイとレズビアンのが予防啓発事業として取り組んでいるアプローチ手法の1つである「リーチアウト」というコンセプトでもある。この「リーチアウト」は、コミュニティにあるニーズにそって企画をし、そこに既存のサービス・プログラム（電話相談、等）には参加していない層を呼び込み、新たな参加を得て、よりコミュニティ内のサービスや行政サービスへのアクセスを促進する。これは私たちゲイのコミュニティで HIV/STD についての健康促進の環境が少しずつ作られつつあることを知ってもらうこと、検査や相談などを利用する上での抵抗感を無くしてもらうことを目的としている。

(2) 集団型プログラムにおける「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」

平成 12 年度に実施した集団型プログラムにおけるエイズ予防啓発内容を「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」として立案し、各イベント、ワークショップで共用できるものとして開発した。各イベント、ワークショップでは、ゲーム等の細かな設定やネーミング、コミュニティ内における場づくり、および呼びかけ方法、対象に違いはあるが、啓発内容の骨子はこのフォーマットに準じて企画されている。

<啓発内容>

「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」における啓発内容は以下の 4 つである。

- ・ HIV 感染の基本的知識の確認
- ・ HIV 感染リスクの認識
- ・ HIV 抗体検査の基本的理解と受検時の心構え
- ・ HIV 感染リスク行動の予測シミュレーション

<「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」での 2 つの流れ>

「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」のテーマは「コミュニケーション」と「セーフターセックス」である。各企画ごとに、「質問をする」「答える」などのコミュニケーション行為が段階的に配置され、その中に HIV/STD の「基礎知識」、「リスク認識」、「行動予測」の視点が採り入れられている。

コンセプトにおける 2 つの軸は以下のようなものである。

(A) 1 つは、「質問をする」「答える」などのコミュニケーションを段階的に促進するための軸を設定している。

- ↓ [1 対 1 の短い会話]
- ↓ [3 人一組の 3～4 分の会話]
- ↓ <ミニレクチャー>
- ↓ [1 対 1 の長い会話]

↓ [自由な会話]

(B) もう1つは、エイズの啓発内容は以下の要素を前提としており、それが段階的に配置するように設定している。

↓ [基本知識 (を正しく知る)]

↓ [リスク認識 (を持つ)]

↓ [行動予測 (をする)]

↓ [スキル (を持つ)]

↓ [行動 (を変える)]

(注) 「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」は、所要時間が3時間であり、イベント内で全ての要素を均等に盛り込むことは出来ない。「行動を変える」ところまでは、達成が困難なため、「リスク認識を持つこと」「状況によって自分がどう行動するか」の行動予測」をする体験をしてもらうことに重点を置いている。

③効果評価方法

本プログラムの効果評価方法としては、イベント/ワークショップ参加者に自記式質問票アンケートを実施する(質問票は研究2の巻末に添付)。

啓発事業事例1—「出会いイベント」

出会いイベントは、動くゲイとレズビアンのが平成8年12月より継続して実施している男性同性愛者向けのエイズ予防啓発イベントである。平成12年度末までの5年間で全26回関東地域で実施しており、延べ参加者数は1,226人となっている。

エイズは、生活の中にある問題であって、1つの疾病単独で存在するものではないこと、様々なコミュニティの抱える問題やテーマ、文化と密接に絡む問題といえる。動くゲイとレズビアンのは、男性同性愛者にとって、セイファーセックスと最も密接で優先されるテーマは「出会い」であると考えた。セイファーセックスの意識を高め、実践していく上では、出会いの情報、出会いの空間、出会いの関係性など、全てが密接な問題であり、これらのコミュニティにある問題やニーズとエイズ予防啓発を融合させて企画している。

第5期にあたる平成12年度は、オリジナル編を中心にその他、特別編(パートナーシップ編/職業編)を実施した。オリジナル編は「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」を全面的に用いている。特別編は「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」を部分的に用いている。

【平成12年度に実施した「出会いイベント」の種別と概要】

実施日	開催地	会場	種別
10月15日(日)	横浜	フォーラム横浜	オリジナル編
10月29日(日)	船橋	勤労市民センター	オリジナル編
11月12日(日)	渋谷	ブルームホール	オリジナル編
11月23日(祝)	池袋	東京芸術劇場	パートナーシップ編
12月05日(火)	中野	OCCUR OFFICE	職業編
12月17日(日)	大宮	ソニックシティ	オリジナル編

【「出会いイベント」の種別の解説】

<オリジナル編>

オリジナル編は、年齢に関わらず、もっとも広範囲な対象を設定し、コミュニティ参与の長短に関わらず参加できる企画である。テーマはより共通する接点として、出会いから、付き合い、趣味、デート、セイファーセックス、STDまでを幅広く取り扱っている。予防啓発内容は「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」を用いている。

<パートナーシップ編>

パートナーシップ編は、特定のパートナーを持つ男性同性愛者を対象とし、パートナー間での生活上の問題や、健康管理、セイファーセックスのあり方、コミュニケーションをテーマに企画したものである。同性愛者のパートナーシップは、親や家族、あるいは近所との交流の機会も少なく、また他の同性愛者のパートナーシップについてのロールモデルや実践例を知る機会が少ない。ともすると、2人の関係の中で閉鎖的になってしまう傾向も強く、様々なパートナーシップの実践と出会う、知り合うことも重要なことである。また、特定のパートナー間でセイファーセックスの実践が低くとどまっていることが分かっており、パートナーシップを持つ対象向けへの啓発をねらいとした企画である。

<職業編>

同性愛者は、社会の中で様々な職業に就いている。しかし、その同じ職業どうしでの出会いや交流の機会はなかなかなく、同じ職業どうしでじっくり話しをしてみたい、普段の生活上で抱えている問題を共有したい、今後目指す職業としてロールモデルと出会いたいというニーズは根強くある。エイズ予防啓発活動を実施していく1つの切り口として、同じ職業どうしでコミュニケーションをできる場を提供することで、啓発の場としていく手法を試みた。今回は、社会福祉職という接点から、レズビアン of 社会福祉学博士で、ジョイス・ハンター氏（コロンビア大学助教授）をゲストに迎えて実施した。

【出会いイベント・オリジナル編・各企画の紹介(ダイジェスト)】

平成12年度に実施した出会いイベントのうち、「出会いイベント・オリジナル編」の企画内容を記述する。特別編については、オリジナル編にもとづいて企画されているので割愛する。「出会いイベント・オリジナル編」は、3時間を想定し4つの部門で構成されている。

<第1部 おしゃべりルーレット>

参加者どうしが知り合うための自己紹介のトーク・ゲーム。

参加者に1対1になってもらい、短時間で、自由な問いを掛け合ってもらい、なるべく多くの人と話して打ち解けるようにゲームを行う。その日参加した人数で、時間内で可能な限りの組み合わせで話をしてもらう。

<第2部 おしゃべりトリオ>

(前半) ゲイとしての日常についての投げ掛け合い

ゲイライフに関わる、健康、旅行、音楽、食事、映画、本、イベント、生い立ち、などについて、参加者どうし3人1組で関心事や考え、経験についてコメントしあう。

(後半)「基本的知識の確認」「リスク認識」を持つレクチャー

後半に司会の進行にしたがって、HIV/STDの基礎知識の確認パズル及びリスク認識についてのミニレクチャーを行う。内容は以下の4点である。

- ①体液/箇所理論
- ②リスク行為グラデーション
- ③リスク行為の側(がわ)認識
- ④検査の理解(感染と抗体)と受検時の心構え

なお、出会いイベントでは、後述するLIFEGUARDに比べ前半に時間配分を多くしている。

<第3部 おしゃべりビンゴ>

参加者どうしで性的リスクに対するお互いの正直な反応を知るためのトレーニングをビンゴ・ゲームを併用して行っている。このゲーム企画は参加者どうしの1対1のキーワード・シミュレーションであり、どういった場合にリスクが生じるのかを、「相手(関係)」「空間(場所)」「状況」を変化させながら、自分(あるいは組む相手)の行動予測を行い「気づき、新発見」を体験する。この体験を「変化に対応できる能力」を持つキッカケとし、不確かな自己効力感(self-efficacy)をより確かな自己効力感(self-efficacy)に変化させることを狙いとしている。男性同性愛者のセィファーセックスへの現実を踏まえていない自己効力感(self-efficacy)を、実際の性行動での実践にむすびつけるためのトレーニングを行う。出会いイベントでは、このゲームを促進させる目的で、ビンゴを同時に行う。各自ビンゴ・シートを持ち、1人とキーワード・シミュレーションを終了する毎にビンゴシートを埋めていき、一列が出ると簡単な景品を引き換えることができる。

<第4部 おしゃべりタイム>

ゲームや歓談を含めた自由な時間としている。セィファーセックスに関するテーマを中心に、雑誌、パンフレットを展示したコミュニティ情報コーナー、コンドームなどを景品とした輪投げコーナー、コンドーム&潤滑剤の展示コーナー、セィファーセックス・ビデオの上映、フリードリック・コーナーにより構成されている。

<終了時 お土産の配付>

お土産として、啓発資材(パンフ&カード)、その他の勉強会の案内、セィファーセックス・キットを配布する。また交流の時間として、終了後も一定時間を参加者のために確保している。

<参考>当日配布物

- ・僕らのとなりのHIV/もっと知っておこう AIDS(冊子)
- ・ゲイのための便利帳①②③(冊子)
- ・OURS(前年の調査結果を報告した冊子)
- ・他団体のイベント情報(フライヤー)
- ・開催地の自治体で発行している検査情報のチラシ/冊子等<提供:開催地の地方自治体>

【広報手段】

第5期の出会いイベントの広報は、以下のような内訳で行った。

1. チラシ 発行数：13,000枚 配布先：バラエティ・ショップ、バー、ゲイナイト、サークル、他団体のイベント、CDショップ、他
2. ゲイマガジン広告 2誌に以下の広告掲載を行った。 A誌：11月号 B誌：11月号、12月号、1月号
3. ゲイマガジン記事 ゲイマガジン5誌に期間中平均2回記事を依頼し掲載された。
4. インターネット 実施期間中、出会いイベントについての専用ページを開設した。さらにゲイ関連4サイトでの広報を行ったほか、各種データベース型サイトへの情報掲載、および開催地域におけるゲイサイトでの広報を行った。
5. ダイレクトメール 過去4年間に出会いイベントに来場した参加者のうち、ダイレクトメール登録した500名にチラシを送付した。

【「出会いイベント」についての考察】

出会いイベントは、HIV/エイズという疾病だけではなく、コミュニティのニーズを非営利活動として掘り起こし、そのテーマへの関心によって場に参加をよびかけるリーチアウトという手法である。この5年間に1,200人の参加を得たことから、一定の有効性が確認されている。

出会いイベントのメリットとしては、HIV/エイズに意識的であったり、学習意欲を必ずしも持っていない参加者に啓発の機会を提供ができるということ。デメリットとしては、HIV/エイズ啓発に全ての時間をあてることができないため、より啓発内容および、設定したテーマとの関連性を高める工夫が必要となることである。

直接、男性同性愛者へ情報を伝える場として、男性同性愛者のより幅広い年齢層、属性に幅を持たせていくには、コミュニティ・ニーズの掘り起こしとともに啓発の機会を拡大していく可能性は重要と思われる。特に、同性愛者がコミュニティのニーズにもとづいたテーマでコミュニケーションを行う機会が不足している地方都市においては、より高いニーズがあることと思われる。

【出会いイベントの効果評価】

<回収率>

出会いイベントの効果評価のためのデータは、研究2において報告した質問票調査のうち、出会いイベント参加者のみを対象として分析したものである。なお、イベント参加者は169人で回答者数は146（回収率86.4%）、有効回答数は140であった。

<参加者について>

(1)年齢

24歳以下の割合が35人（25.4%）、25歳以上の割合が103人（74.6%）であった。

(2)居住地域

東京が 63 人 (45.0%) と最も多く、ついで神奈川 26 人 (18.6%)、千葉 18 人 (12.9%)、埼玉 17 人 (12.2%)、その他 15 人 (10.7%) であった。

(3)イベント参加媒体

イベントの存在を知った媒体として多かった上位 3 媒体は、ゲイ雑誌(46.4%)、友人から (20.7%)、チラシ (19.3%) であった。

	n=140	%
ゲイ雑誌	65	46.4
チラシ	27	19.3
友人	29	20.7
ダイレクトメール	11	7.9
インターネット	13	9.3
その他	5	3.6

(4)参加動機

イベントの参加動機として多かったのは、友人を見つけない (30.0%)、恋人を見つけない (14.3%)、友人に誘われて(12.1%)であった。

	n=140	%
恋人を見つけない	20	14.3
友人を見つけない	42	30.0
エイズについて知りたい	6	4.3
友人に誘われて	17	12.1
その他	21	15.0

(5)満足度

①知らなかった人と話げできたか

イベントに参加してこれまで知らなかった人とかなり話げできた人は 36.4%、少しできた人は 56.4%、ほとんどできなかった人は 2.9%、まったくできなかった人は 0%であった。

	n=140	%
かなりできた	51	36.4
少しできた	79	56.4
ほとんどできなかった	4	2.9
まったくできなかった	0	0

②満足したプログラム

イベントで行ったプログラムのうち、もっとも満足したプログラムについて尋ねたところ、第 3 部 (ビンゴ) 20.7%、第 1 部 (ルーレット) 18.6%、第 2 部 (トリオ) 17.1%、第 4 部 (タイム) 16.4%であった。

	n = 140	%
第1部 (ルーレット)	26	18.6
第2部 (トリオ)	24	17.1
第3部 (ビンゴ)	29	20.7
第4部 (タイム)	23	16.4

<イベント参加経験者と初参加者の比較>

ここでは、イベント参加経験者 (N=39) と、イベント初参加者 (N=98) を比較することによって、昨年度以前に実施したイベントの内容が参加した人の HIV/エイズについての一般知識、感染リスク行為についての認識、そして性行動にどのような影響を与えたのかを考察する。ただし、ここで考察する内容は、前年度以前に実施したイベントの効果評価であるため、平成 12 年度に実施したイベント内容についての効果評価ではないが、次年度以降の啓発内容の評価を行ううえで的手法として提示したい。

(1)一般知識

イベント初参加者と比較して、イベント参加経験者のほうが一般知識の正答率が高かった項目は、10 項目中 4 項目 (HIV 感染者を刺した蚊や虫で HIV 感染、フェラチオで STD 感染する、STD に感染すると HIV に感染しやすい、保健所で無料匿名で HIV 検査できる) であった。

	参加経験者 (n=39)		初参加者 (n=98)	
	n	%	n	%
HIV 感染者数は増加している	29	74.3	86	89.6
HIV 感染者を刺した蚊や虫で HIV 感染	32	82.1	77	79.4
出産による HIV 母子感染の可能性	34	87.2	90	93.8
フェラチオで STD 感染する	35	92.1	85	88.5
STD に感染すると HIV に感染しやすい	32	82.1	66	70.2
健康に見えても HIV 感染がある	36	92.3	87	95.6
STD に感染すると必ず発症する	19	48.7	74	77.9
感染後 2-3 日で感染してるかわかる	33	84.6	86	89.6
保健所で無料匿名で HIV 検査できる	34	87.2	83	85.6
夜間休日に HIV 検査できるところあり	33	84.6	85	87.6

(2)感染リスク行為認識

感染リスク行為認識については、5 項目中、ディープキス、口内射精、肛門内射精、コンドームなしのアナルへの挿入 4 項目においてイベント参加経験者の正答率が高かった。また残り 1 項目の軽いキスにおいては初参加者、参加経験者ともに正答率が 100% であった。

	参加経験者 (n=39)		初参加者 (n=98)	
	n	%	n	%
軽いキス	39	100	98	100
ディープキス	38	97.4	95	96.9
口内射精	36	92.3	90	91.8
肛門内射精	38	97.4	94	95.9
コンドームなしアナル挿入	39	100	88	89.8

(3)性行動

過去1年間に性行為をした割合は、イベント参加経験者が87.2%、イベント初参加者が85.7%でほとんど差がなかった。

特定のパートナーのいる割合は、参加経験者が35.3%であるのに対し、初参加者が52.4%で有意に高い傾向が見られた。フェラチオをした人のうち、口内射精をした人の割合は参加経験者が63.6%であったのに対し、初参加者は37.8%であった。アナル・インターコースをした人のうち、肛門内で射精した人の割合は参加経験者が20.0%であり、初参加者は54.6%であった。

過去1年間にその場限り相手とセックスをした人の割合は参加経験者が73.5%、初参加者が71.1%とほぼ同じ割合であった。フェラチオをした人のうち、コンドームなしの口内射精をした人の割合は参加経験者(0.0%)よりも初参加者(10.5%)の割合が高かった。また、アナル・インターコースをした人のうち、肛門内で射精した人の割合は、参加経験者、初参加者ともに0.0%であった。

	参加経験者 (n=39)		初参加者 (n=98)	
	n	%	n	%
過去1年間のセックス	34	87.2	84	85.7
特定パートナーあり	12	35.3	44	52.4
フェラチオあり	11	91.7	39	92.9
コンドームあり	1	9.1	2	5.1
口内射精あり	7	63.6	14	37.8
アナルあり	5	41.7	25	62.5
コンドームあり	3	60.0	14	58.3
肛門内射精	1	20	6	54.6
その場限りのパートナーあり	25	73.5	59	71.1
フェラチオあり	24	96.0	46	83.6
コンドームあり	2	8.3	8	17.4
口内射精あり	0	0	4	10.5
アナルあり	7	29.2	27	50
コンドームあり	6	85.7	20	76.9
肛門内射精	0	0.0	0	0.0

啓発事業事例2—「LIFEGUARD2001」

「LIFEGUARD2001」は、男性同性愛者を対象としたエイズ予防啓発事業であり、参加型のワークショップ形式のセミナーである。啓発内容は「HIV/STD 予防啓発フォーマット 00-01」にもとづき、クイズやゲームなどを採り入れ、参加者が楽しみながら自由な会話や実用的なエイズ/STDの情報を得られるプログラムとして企画した。事例1の「出会いイベント」の参加者の参加動機が友人を見つけたいことに比重があるのに対して、LIFEGUARDは一定エイズについて学びたいという参加動機を想定している。また、積極的に自治体との連携によって同性愛者等に情報を伝える手段として、行政サービス情報を普及する場とし、NGOと行政の連携についての考察を行っている。

【実施概要】

実施日時：2001年1月27日（土）16-19時

実施場所：川崎市健康検診センター研修室

主催：特定非営利活動法人 動くゲイとレズビアンの会（アカー）

後援：川崎市

<プログラム構成およびタイムスケジュール>

開場	15:30
開始	16:00
第1部……ワンポイント・トーク	16:20
第2部……ウォーミングアップ～身の回りからHIV/エイズ～	17:05
第3部……シュミレーション・ゲーム～どんなとき、どこまで、どうなる？～	18:05
第4部……セイファーセックス・ツール・ギャラリー	18:40
配布	19:00
終了	19:15
閉場	19:25

【「LIFEGUARD2001」・各企画の紹介(ダイジェスト)】

「LIFEGUARD2001」は、3時間の中に4つの部門で構成されている。

<第1部 ワンポイント・トーク>

自己紹介&打ち解けあうための「導入」ゲーム

第1部は、自己紹介としてのゲーム・トーク。参加者に1対1になってもらい、短時間で、シンプルな問いを掛け合ってもらい、なるべく多くの人と話して打ち解けてもらう。後で「性的リスク」などの話をする上で、参加者どうしが打ち解けあうための必要な過程である。

<第2部 ウォーミングアップ～身の回りからHIV/エイズ～>

(前半) ゲイとしての日常についての投げ掛け合い

(後半) 「基本的知識の確認」「リスク認識」を持つレクチャー

第2部の前半は、ゲイライフについての様々な情報や経験を紹介するトークを3人一組みで行う。

後半に司会の進行にしたがって、HIV/STDの基礎知識の確認パズル及びリスク認識についてのミニレクチャーを行う。内容は以下の4点である。

- ①体液/箇所理論
- ②リスク行為グラデーション
- ③リスク行為の側(がわ)認識
- ④検査の理解(感染と抗体)と受検時の心構え

なお、「LIFEGUARD2001」では、「出会いイベント」に比べ後半に時間配分を多くしている。

<第3部 シュミレーション・ゲーム～どんなとき、どこまで、どうなる？～>

「状況によって自分がどう行動するか」を知る「行動予測」

→感染可能性に対する自己効力感 (self-efficacy) トレーニング

第3部では参加者どうしで性的リスクに対するお互いの正直な反応を知るためのトレーニングをビンゴ・ゲームを併用して行っている。このゲーム企画は参加者どうしの1対1のキーワード・シミュレーションであり、どういった場合にリスクが生じるのかを、「相手(関係)」「空間(場所)」「状況」を変化させながら、自分(あるいは組む相手)の行動予測を行い「気づき、新発見」を体験する。この体験を「変化に対応できる能力」を持つキッカケとし、不確かな自己効力感 (self-efficacy) をより確かな自己効力感 (self-efficacy) に変化させることを狙いとしている。男性同性愛者のセイファーセックスへの現実を踏まえていない自己効力感 (self-efficacy) を、実際の性行動での実践にむすびつけるためのトレーニングを行う。

<第4部 展示やビデオでグッズを具体的に紹介 セイファーセックス・ツール・ギャラリー>

4部は、ゲームや歓談を含めた自由な時間としている。「コンドーム&潤滑剤」「コンドームの使用方法チャートパネル」「誤解しやすいコンドームのクイズ・パネル」、セイファーセックス・ビデオの上映や、雑誌、パンフレットの展示を行う。

<終了時 お土産の配付>

終了時には、お土産として、啓発資材 (パンフ&カード)、その他の勉強会の案内、セイファーセックス・キットを配布する。

(当日配布物)

- ・僕らとなりの HIV/もっと知っておこう AIDS (冊子)
- ・ゲイのための便利帳①②③ (冊子)
- ・OURS (前年の調査結果を報告した冊子)
- ・川崎市日曜検査室のチラシ<提供:川崎市>
- ・コンドーム<提供:川崎市>

【広報手段】

LIFEGUARD2001 の広報は、以下のような内訳で行った。

1. チラシ 発行数: 4,000 枚 配布先: バラエティ・ショップ、バー、ゲイナイト、サークル、他団体のイベント、CDショップ、他
2. ゲイマガジン記事 ゲイマガジン 5 誌に開催前の発売号に記事を依頼し掲載された。
3. インターネット 実施期間中、LIFEGUARD2001 についての専用ページを開設した。さらにゲイ関連 4 サイトでの広報を行ったほか、各種データベース型サイトへの情報掲載、および開催地域におけるゲイサイトでの広報を行った。
5. ダイレクトメール 過去 4 年間に出会いイベントに来場した参加者のうち、ダイレクトメール登録した 500 名にチラシを送付した。
6. 広報アウトリーチ 開催前の 2 週間に川崎市および関連交通域の周辺駅にあるゲイバーやショップに広報アウトリーチを行い、チラシ配布以外に直接口こみで参加者のリクルートを行った。

【LIFEGUARD2001 と行政サービス認知に関する考察】

ライフ・ガード 2001 では、参加者に実施場所である川崎市の行政サービスについてのアンケート協力を依頼した。回収率は 73.3% (11 人/15 人中) であった。

会場である「川崎市健康・検診センター」では、毎週日曜日にエイズ検査を実施しているが、そのサービスについて知っていたかとの問いには、知っていた…4名 (36.4%)、知らなかった…7名 (63.6%) であった。

また、今まで「川崎市健康・検診センター」をエイズ日曜検査で利用したことがあるかとの問いには、利用したことがある…1名 (9.1%)、利用したことがない…10名 (90.9%) であった。

さらに、今まで「川崎市健康・検診センター」をエイズ日曜検査以外のサービスで利用したことがあるかとの問いには、利用したことがある…0名 (0.0%)、利用したことがない…11名 (100%) であった。

最後に、このようなゲイ向けの HIV ワークショップの開催も含め、行政に要望することについて記述で回答を求めたところ、以下のような回答が寄せられた。

○このような企画をすることを大変よいことだと思います。とても分かりやすく、楽しく過ごさせていただきました。

○HIV の他に、STD の無料検査もやってほしい。ゲイにフレンドリーな病院を教えてほしい、または、増やしてほしい。

○同性愛者への理解を深めてもらえるような、異性愛者も含めた交流会などを開いてほしい。

○同性愛者の人権問題をもっともっと前向きに、真剣に考えて欲しい。役人はとにかく柔軟な考え方ができないように思えるが、市民、国民の視点にたった考え方で、政策、施策をしてほしい。ゲイ向けはもとより、一般の人々にもゲイのエイズの知識などの啓発をしてもらいたい。

○ゲイを差別しない。そもそもゲイを「いないもの」としてあつかわない etc.

○もっとゲイの情報を提供してほしい。今回のようなイベントも、川崎市だけでなく、神奈川県全域に分かりやすい案内書を配付してほしい。

○検診前の準備や、検診後のフォローとしても、専門家との 1 対 1 の取り組みだけでなく、今回のような多くの同性愛者が参加できるプログラムを検討してください。今回のようなイベントを今後も実施していただきたい。

○川崎市の健康検診センターの日曜エイズ検査を利用したことがあります。できれば、エイズ以外の性感染症も同じように検査を行ってもらえるとたいへんよいと思います。

また、その他の設問において、これまでにエイズ検査を受けようと思ったことはあるかとの問いについては、ある…7名 (63.6%)、ない…4名 (36.4%) であった。

これまでにエイズ検査を受けたことはあるかとの問いには、ある…6名 (54.5%)、ない…5名 (45.5%) であった。

この一年でエイズ検査を受けたことはあるかとの問いについては、ある…4名 (36.4%)、ない…7名 (63.6%) であった。

【LIFEGUARD2001 の行政との連携についての考察】

予防啓発ワークショップ・セミナーを行政との連携で実施した。行政側からは、会場の提供と、啓発資材の提供、その他開催費用の支援があった。NGO からは、行政サービスの紹介とともに当事者参加型のプログラムのための広報、企画立案、運営を担当した。開催した会場は、年間を通して日曜日に HIV 抗体検査を実施している検診センターの研修室を借用した。

なお、当日は土曜日で、この企画が検査を目的とするものではない。年間を通して実施されている1つの利便性の高い行政サービスを必要な時に必要な人が利用できる環境づくりの一環といえる。

同性愛者が必要な情報を得る機会を行政が支援しているというメッセージが伝達されていることが、参加者からのこの企画への感想からも伺える。NGO による等身大の企画内容への共感と合いまって、身近な行政サービスの認知向上が同時に行われた事例といえる。

【2. 個別型プログラム】

(1) 個別型プログラムのコンセプト

個別型プログラムとは、HIV リスク要因にさらされている個人に対して知識、認識、態度、行動、スキルなどの側面で、リスクを軽減できるように働きかけることを目的としている点では、先に述べた集団参加型プログラムと共通している。しかし、集団型プログラムでは個人間の相互作用を促進することを通して啓発する手法をとるのに対し、個別型プログラムは、主に1対1の、一方向あるいは双方向で個人を対象とする啓発介入の手法をとる。そのときに活用される具体的な媒体は、①「STD 情報ライン」と②「STD 情報ページ (インターネット Web サイト)」といわれるものである。

啓発事業例3:「STD 情報ライン」

【「STD 情報ライン」の啓発理論】

当会では、これまで10年以上にわたり、同性愛者のための電話相談を行なってきた。それは、ピアという概念にもとづき、電話というツールを通して同性愛者が同性愛者の相談に対応するというものである。この経験を通じ、かつまた電話相談内容の分析等を通して、同性愛に関する情報がなく、また他の同性愛者に出会う機会がほとんどない同性愛者に対して、電話という回路は情報を提供する媒体としてきわめて有効であることが明らかとなっている。当会のこのような活動を通じて培われた「電話相談」という手法を、STD 情報普及のなかのひとつの手段として採用して、STD 情報から隔離されつつも、HIV や STD 感染のリスクにさらされている同性愛者のニーズに対応しようというのが、「STD 情報ライン」である。「STD 情報ライン」というオンライン媒体は、理想としては、コミュニティ内でいつでも、どこでも無料で「同性間における HIV/STD」についての基本的な情報にアクセスできる環境づくり、ニーズの発掘・収集を双方向的にシステム化することを目的としている。もちろん目下のところ、財政的および人的資源の限界か

ら、時間的制約があることも事実である。

この啓発媒体が「双方向的」という理由は、まず STD に関する電話相談という本来の機能、すなわち「相談サービス」を相談依頼者に提供することが一方で行なわれるのだが、他方で、これまで HIV 感染に関する性行動調査において展開してきた調査手法を用いて、相談依頼者の属性やニーズ、さらには STD に関する知識や情報媒体、さらに STD 罹患の状況に至るまで聞き取り、従来把握が困難とされていた同性愛者層に関する情報を同時に収集することも機能としてあわせもたれているからである。したがって、これは個別的に双方向的相互作用の媒体であるといえる。こうした双方向的相互作用のなかで、相談依頼者から得られた情報は、コミュニティの情報環境の充実化のために活用されることになる。

【規模および実績】

以上のようなコンセプトのもとで行なわれた「STD 情報ライン」調査結果をここで述べることにする。

目的：①男性同性愛者と両性愛者の STD 電話相談利用者層がエイズ/STD をめぐって置かれている状況を把握し、その属性の特徴を明らかにする。

②電話相談事業を通じた聴き取り調査の有効性と課題について検討する。

③特に「STD 情報ライン」利用者のなかでアンケート調査回答者の受検行動についての結果分析を行う。

対象および調査方法：動くゲイとレズビアンの会では、男性同性愛者/両性愛者向けに 1999 年 11 月から 2000 年 1 月（63 日間）にわたり全国規模で無料の STD 電話相談を展開した。その利用者に対して、相談に応じると同時に、承諾した人に対しては電話にて STD および HIV に関して「聴き取り」（アンケート）調査を行った。電話相談利用者は、のべ 548 件であり、そのうちの聴き取り調査回答者数は 191 名（回収率：34.9%）であった。

【結果(情報ライン全体)】

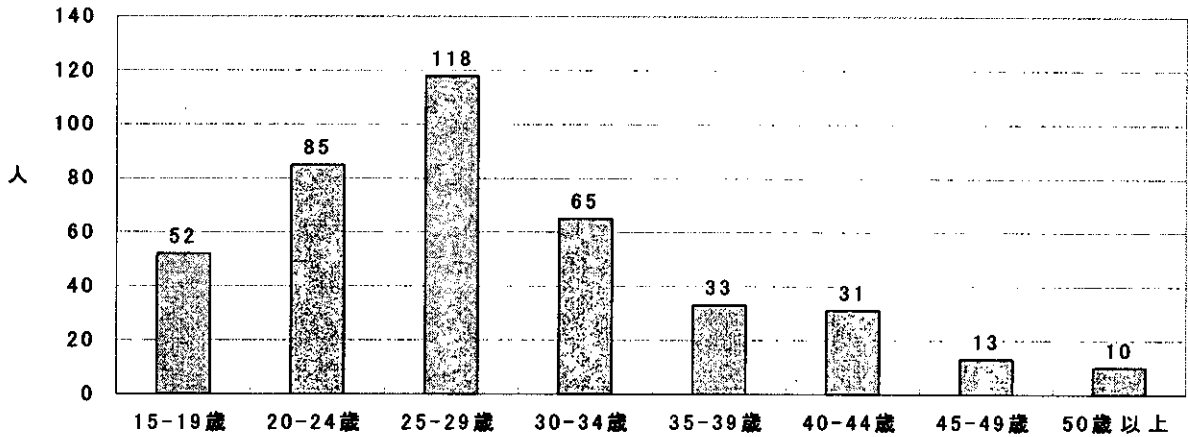
<情報源>

ゲイマガジンを通して電話相談を利用したのが 238 人、STD 情報カードを通してアクセスしたのが 117 人であった。

<年齢分布(グラフ1)>

このグラフは利用者の年齢別人数を表している。これを見ると 25 歳から 29 歳が一番多く、その次に 20 歳から 24 歳、さらに 30 歳から 34 歳、15 歳から 19 歳という順になっているのがわかる。STD ライン利用者は 20 代および 10 代によって大きな割合が占められている。このように年代層としては若い層が中心だが、40 代以上もある程度の利用者があり、比較的幅広い層に利用されているともいえる。

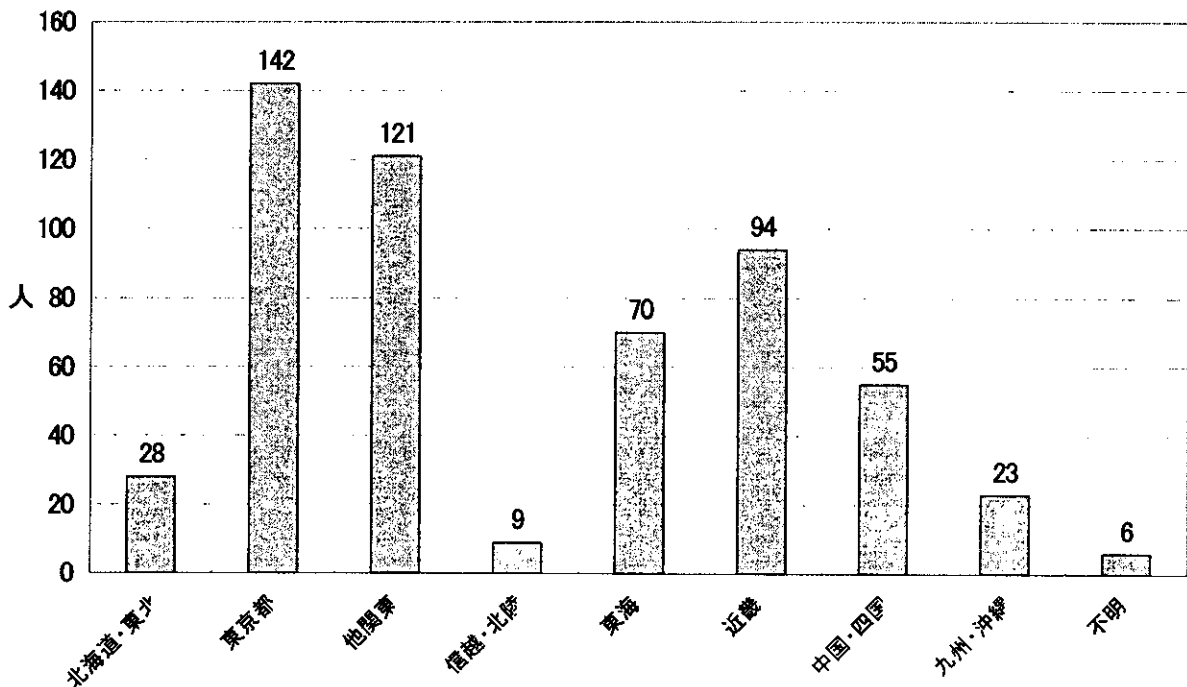
グラフ1. 利用者年齢別人数 (n=548)



<地域分布(グラフ2)>

このグラフは地域別で利用者を見たものであるが、東京および東京以外の関東圏が大きな割合を占めている。しかし、利用者層は東海・近畿・中国四国でも50件から70件あり、北海道・東北や九州・沖縄地域も20件以上あり、地域的にもある程度は広い層にアプローチしていると考えられる。

グラフ2. 利用者地域別人数(n=548)

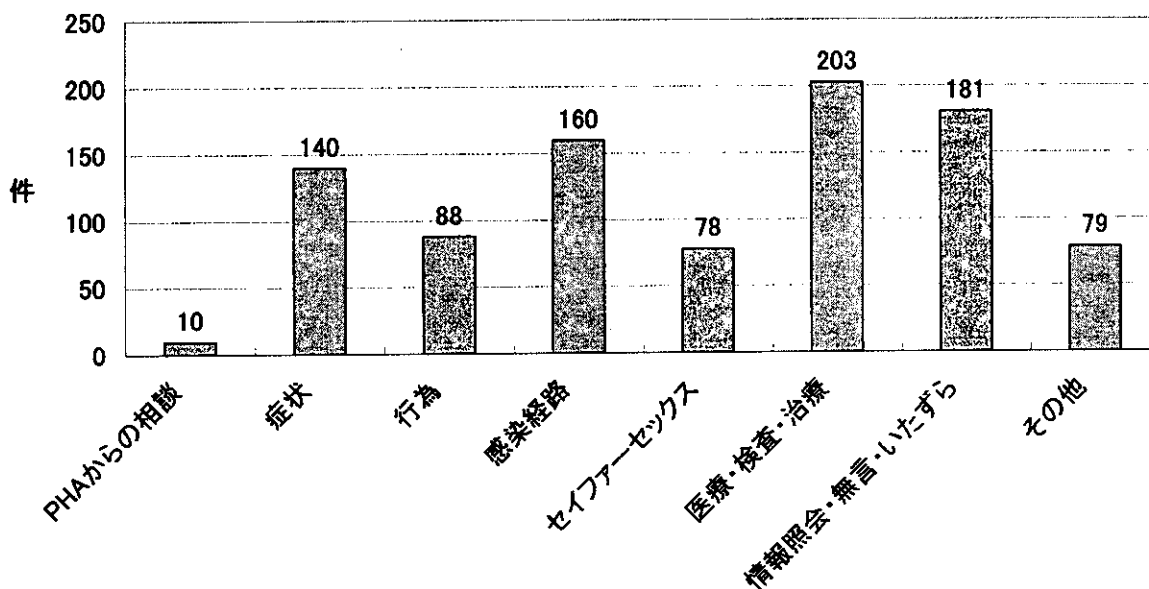


<相談内容(グラフ3)>

分類	件数
①PHAからの相談	10
②症状	140
③行為	88
④その他、不安理由	6
⑤感染経路	160
⑥場所・空間、性行動、SSできない背景	45
⑦パートナーとの関係と行動+職場・家族との関係	33
⑧治療	52
⑨医療	151
⑩その他	73
⑪STDに関係ない相談、情報照会	63
⑫無言	93
⑬間違い、いたずら	25

相談内容において、情報照会・無言・いたずらを別とすれば、もっとも割合が多いのが、「医療・検査・治療」に関するものであり、それに続いて「感染経路」に関するもの、さらに「症状」に関する相談である。さらにその後「(感染する) 行為」に関する相談が続く。すなわち STD ほどのような行為で感染し、感染したときにどのような症状が出て、どのような医療機関にかかればよいのかに関する相談のニーズが高くなっている。このことは、利用者層において STD に関する基本的な情報が行き渡っておらず、また病院やその他の医療機関、保健所等でもそのようなことを相談することが容易ではないことを意味している。また、この STD 電話相談で特徴的なことは、医療情報に関する相談に比較すると件数は少ないものの、同性間の性行為に関する相談も一定数存在し、さらにパートナーとの関係や職場や家族における人間関係に関するいわゆる日常生活における諸処の問題についての相談や、STD に関係のない相談や同性愛に関する情報照会のニーズに対しても対処している点である。このような STD 以外のニーズにも対応することは、ピアによる電話相談の特徴でもある。

グラフ3. 相談内容

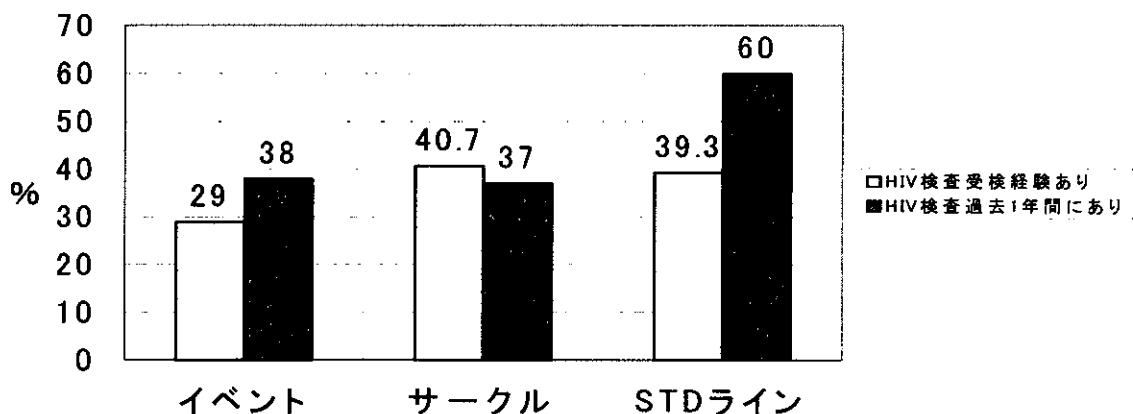


これより以下に掲載するデータは、基本的には電話相談利用者のうち、電話での聴き取り調査依頼に対して回答した 191 人を対象とするものである。その中で「HIV 受検経験有り」と回答した人は 75 人 (39.3%) であった。また過去一年間の受検経験に関しては受検経験者のうち 60% で、動くゲイとレズビアンのが平成 11 年度に実施した調査の対象者、すなわちイベント参加者 (38.0%)、サークル参加者 (37.0%) への同じ質問に対する回答結果と比して、STD サーベイ回答者の場合には過去一年の受検経験の割合がきわめて高くなっている。

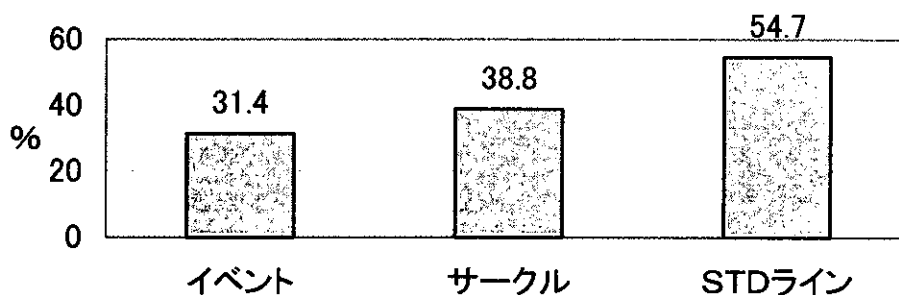
<抗体検査受検経験(グラフ4)>

HIV 抗体検査を受けたことのある人 (75 名) の中で、STD 罹患経験のある人の割合は、41 名で 54.7% となっており、有意に高い割合を示している。また STD 罹患経験のある人 (74 名) のなかで、HIV 抗体検査を受けたことのある人は 41 名であり、55.4% となっており、ここでも有意に高い割合を示している (グラフ 5)。したがって、HIV 抗体検査受検と STD 罹患経験はきわめて高い相関関係があるといえる。

グラフ4. 抗体検査の受検割合



グラフ5. 抗体検査受検経験者中のSTD罹患経験割合

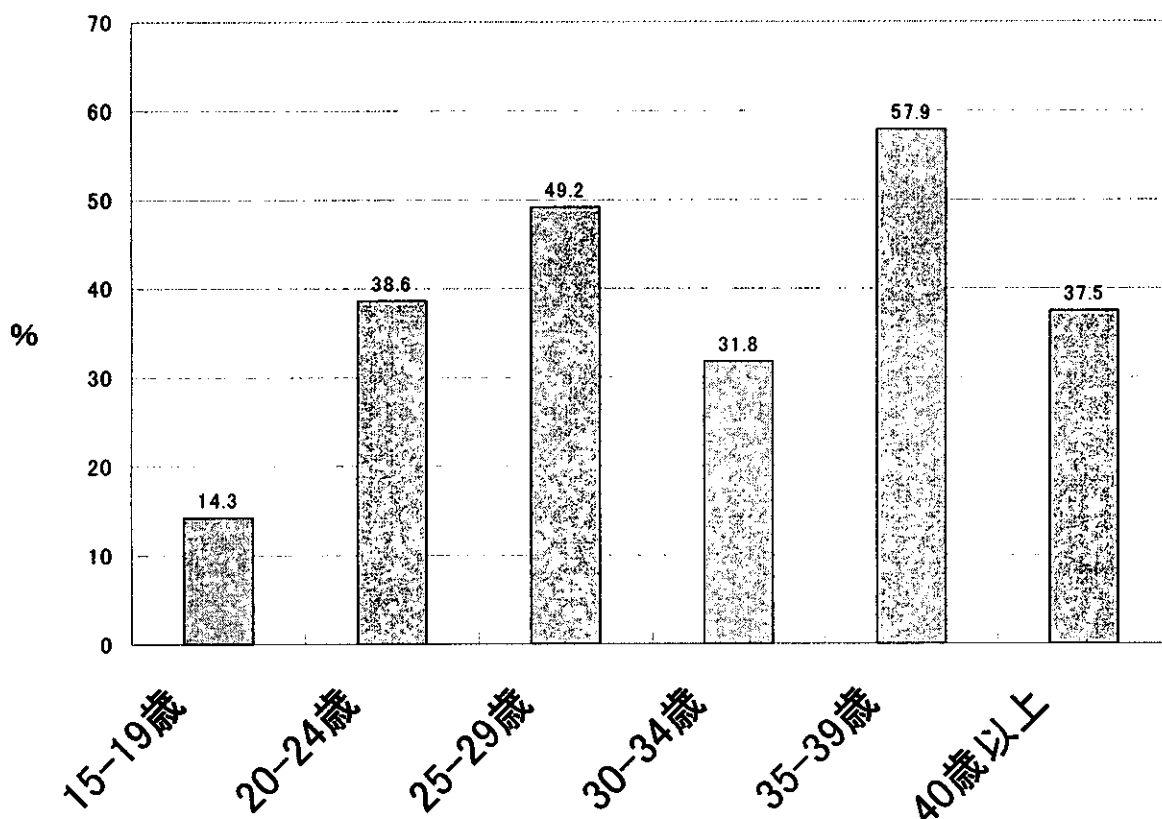


<年齢層と抗体検査受検経験(グラフ6)>

年齢層ごとに HIV 抗体検査を受けたことのある人の分布を見てみると、35~39 歳までがもっ

とも高く、57.9% (n=19)、つぎに25～29歳で49.2%(n=59)、20～24歳では38.6%(n=44)、40歳以上で37.5%(n=16)、30～34歳では31.8%(n=22)、19歳以下では14.3%(n=28)となっている。各年齢層ごとでは30代後半および20代後半、そして20代前半、30代前半という順で抗体検査を受けたことのある人の割合が高いことになる。それに比して10代の抗体検査受検率は低いと言えよう。

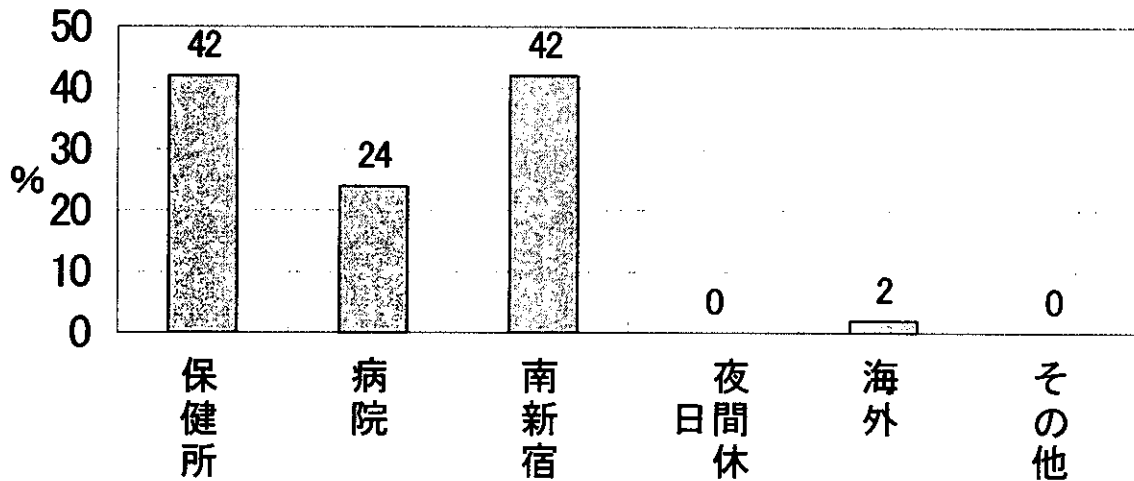
グラフ6. 年齢別受検割合



<地域と抗体検査受検経験(グラフ7)>

地域別に HIV 抗体検査を受けたことのある人の分布を見てみると、東北地方がもっとも高く100%(n=5)、次いで中部地方の43.5%(n=22)、さらに中国・四国地方の40%(n=15)、東京の38.7%(n=62)、(東京をのぞく)関東地方の38.3%(n=49)、近畿地方の35.3%(n=16)、北海道の33.3%(n=9)、九州・沖縄地方の20%(n=10)となっている。

グラフ. 受検場所(1年間)



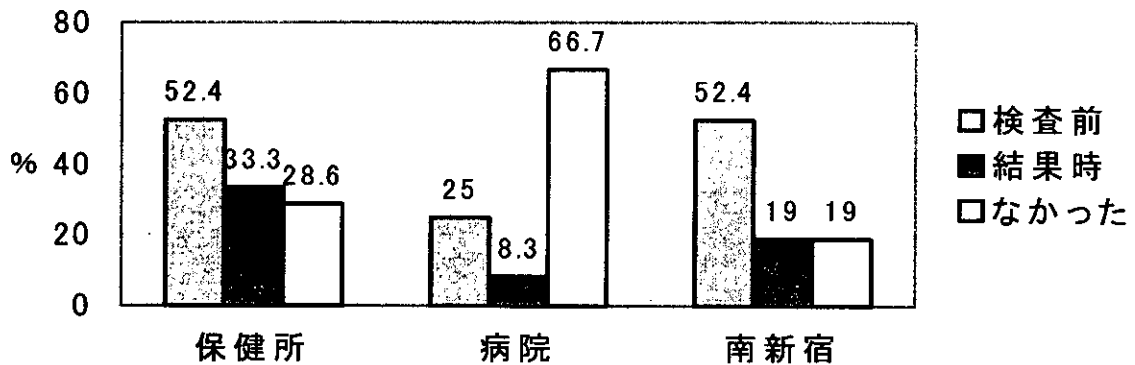
<HIV 抗体検査の受検場所>

抗体検査を受検した場所については、保健所が 42.0%、病院が 24.0%、南新宿検査室が 42.0%、海外が 2.0%であった。

<抗体検査の場所と相談機会(グラフ8)>

抗体検査の受検場所ごとで、相談する機会があったかどうかをきいてみると、保健所では検査前が 52.4%、検査後が 33.3%、相談の機会がなかったというのが、28.6%となっている。病院では検査前が 25%、検査後が 8.3%、相談の機会なしというのは 66.7%にも上っている。南新宿検査室では相談前が 52.4%、検査後が 19%、相談機会がなかったというのは 19%であった。保健所と南新宿では比較的相談の機会があるのだが、とりわけ病院での検査における相談機会がほとんどないということがわかった。

グラフ8. 受検場所と相談機会



<抗体検査の場所と不快な経験あるいは不安>

抗体検査の受検場所ごとで、検査のときに不快な経験あるいは不安があったかどうかをきいて