

ったこともあり、アドボカシー/ケア活動団体は極めてローカルなクライアントを対象とする会員制組織に近い運営形態を取るいっぽう、全国展開するゲイ雑誌は、特定の地域のニーズに応えるような情報の流通には必ずしも適切なメディアとはいえなかった。このような状況においては地域の課題を共有すること自体が困難であり、したがって大阪地域において厳密な意味でのコミュニティは形成されるには至っていなかった。

このような状況に一石を投じたのがエイズの登場である。大阪地域の「ゲイコミュニティ（ひとまず、ゲイ向け商業施設にアクセスする人たちの総体と規定しておく）」にとってエイズが深刻かつ緊急の課題として認識されたのは、大阪地域においてMSMのHIV陽性者が急増した1997年のことであった。しかしこの時点でそのことを認識していたのはハッテン場など商業施設のオーナー、行政の担当者、HIV疫学の研究者およびエイズNGOの一部のメンバーのみであり、独自のメディアを持たない大阪の「ゲイコミュニティ」の構成員はそうした情報へのアクセスをもっていなかった。また商業施設のオーナー、行政の担当者、HIV疫学の研究者およびエイズNGOのメンバーにしても「コミュニティ」にどの程度HIVが広がっているかについては極めて限られた情報しかもっていなかった。2000～2002年に開催された臨時検査イベントSWITCHを経て初めて、「コミュニティ」におけるHIVの広がりが具体的な数字をともなった事実として認識されたのである。

このように、SWITCHを執行した結果、「コミュニティ」がセクシュアル・ヘルスに関してどのような課題を抱えているかが浮き彫りになった（表1）。

【表-1 大阪のゲイコミュニティの課題】

課題	エビデンス
【梅毒の拡がり】 受検者の14.6%～19.4%が梅毒TPHA陽性	SWITCH2000～2002の結果
【HIVの拡がり】 受検者の1.3%～3.3%がHIV抗体陽性	同上
【B型肝炎の拡がり】 受検者の15.4%～19.7%がHBV抗体陽性	SWITCH2000～2002の結果
【不十分な受検行動】	2002年度フォ

過去1年間のHIV検査受検率が34%	ローアップ調査
【低いコンドーム使用率】 不特定相手とのアナルセックス時のコンドーム毎回使用率56%。特定相手45%。	同上
【薬物使用の拡がり】 5メオなどの合法(脱法?)ドラッグ使用経験率	2003年度フォローアップ調査

こうした課題を「コミュニティ」にどう還元するか、これが平成14(2002)年夏以降のMASH大阪の最大の課題となった。言い換えると、ここに至ってはじめてMASH大阪は、どのような戦略を通して「コミュニティ」に介入していくかという課題に直面する。そして選択された戦略の骨子は以下の通りである：

- 1) クライアントを「堂山・ミナミ・新世界地区のゲイ向け商業施設にアクセスし、MASH大阪の情報に暴露する(触れる)人々の総体」と位置付け直す。
- 2) これらの人々はHIV/STI予防という共通の課題を抱え、かつその課題を克服するための事業を自ら行っているから(言い換えると、MASH大阪の構成員の多くはクライアントでもあるから)、これらの人々はある一定のコミュニティを構成していると考えられる。このコミュニティをクライアント・コミュニティと名付ける。(以下の「コミュニティ」はこの意味で用いる。)
- 3) MASH大阪の課題は、コミュニティに何を、どう介入するかのみならず、コミュニティ自体を拡大し、活性化することを含む。なぜなら、長引く不況、インターネットの普及、若者における飲酒行動の変容などにより、コミュニティは今後縮小に向かうと予測されており、MASH大阪の事業の目的であるHIV/STI予防を推進するためにはコミュニティの拡大と活性化が欠かせないと考えられるからである。
- 4) コミュニティの拡大・活性化を推進するプログラムを今後積極的に企画・運営していく。これらのプログラムを関連介入プログラムと名付ける。いっぽうこれまで執行してきたプログラムは、個人レベル・グルー

プレレベルのプログラムをまとめて直接介入プログラム、資料を通して介入するものを間接介入プログラムと位置づける。

5) 上記の三つのカテゴリーを用いた予防介入戦略の構築を試みた。その結果、以下の3段階の介入モデルを得た。

(1) 第1段階：関連介入プログラムの執行を通して、コミュニティの構成員全員に対し、まずコミュニティが存在すること、同時にそのコミュニティがセクシュアル・ヘルスの増進に関して課題を抱えていること、またそうした課題を解決するための事業がコミュニティ内で執行されていることを伝える。このプログラム群の二次的な目標はコミュニティへの帰属意識を涵養することである。

(2) 第2段階：間接介入プログラムの執行を通して、課題とその解決に向けてのプログラムを具体的なかたちで提示する。この際、情報をHIVに予防に特化せず、STI全般の予防の働きかけとすることが重要である。なぜなら、HIV予防に特化した情報はクライアント

の一部から忌避される可能性が常にあるからである。

(3) 第3段階：直接介入プログラムを通して、個人のニーズにそった介入を行う。

なお、(1)が(2)に、(1)と(2)が(3)に先行している場合、より効果が大きいと想定される。

上記のカテゴリーにそって2003年度に執行された介入プログラムを整理すると：

1) 関連介入プログラム：(1) ニュースレター配布(プログラム名<SAL+>、一部間接介入プログラムを含む)、(2) クラブパーティ<basement[g]roove>の開催(一部直接介入プログラムを含む)、(3) dista 関連コミュニティ・プログラム(英会話教室、手話教室、フリーマーケット、カフェなど)、(4) ホームページ。

2) 間接介入プログラム：(1) コンドームキット配布(プログラム名<コンドーム大作戦>)、(2) ハッテン場プロジェクト(プログラム名<HATTEN+>)、(3) 啓発資料配布、(4) 予防関連企画展の開催

3) 直接介入プログラム：(1) STI勉強会(プログラム名<Intro>)

以下、それぞれのプログラムの執行状況を報告する。

* * * *

1 関連介入プログラム

HIV/STI 予防を直接の目的とせず、コミュニティの拡大化・活性化をめざすプログラム。

1) ニュースレター<SAL+>配布

3年に渡る SWITCH のプログラムがいったん終了した2002年秋、SWITCHを通して得た情報をコミュニティに還元することを最優先の課題とするコンセンサスが生まれ、編集体制を整備する取り組みが始まった。その結果、2002年12月にサマースイッチの報告を主な内容とする<SAL+>ゼロ号が完成、以後毎月1回の発行を行っている。配布の対象は大阪地域のすべてのゲイ向け商業施設である。2003年度に入り、試行錯誤を経ながらも、<SAL+>はコミュニティ・ペーパー的色彩を強めていく方針が打ち出された。その理由として：(1) 大多数のクライアントにとって HIV/STI

予防は第1優先課題ではないので、これに関わるメッセージを前面に押し出すとメディア自体が忌避される恐れがある、(2) コミュニティは独自のメディアを持っておらず、<SAL+>がその役割を果たす可能性がある。したがってコミュニティ活性化をめざすのであればコミュニティに関わる情報を中核とすべきと判断される、の二点があげられる。

(配布実績)

2004年1月現在、バー164軒、ショップ7軒、ハッテン場25軒、合計196軒を対象に<SAL+>を配布している(表-2)。

(自己評価および今後の展望)

配布自体は順調に推移したが、前述の通り<SAL+>は予防介入プログラムとしての記事を含みつつ全体としては関連介入のツールであり大阪地域の

ゲイコミュニティを活性化することをその目的としているため、その成果を評価することは容易ではない。街の声はおおむね好意的であり、コミュニティのメディアとしての役割を僅かずつではあるが果たしつつあると評価できる。しかしながら今後コミュニティペーパーの役割を果たすために

は、紙面のさらなる充実と多様化、財政的自立などが課題となる。2004年度は現在の路線を引き継ぎつつ紙面の充実をはかり、2005年度には大幅な紙面刷新、広告等による財政基盤の確立をめざしたい。

【表-2 ニュースレター<SAL+>配布】

期間	実働日数	配布された施設数	配布された部数	働いたボランティアのべ数
2003年4月	4日	182店舗	5875部	15名
5月	4日	180店舗	5210部	15名
6月	6日	190店舗	5575部	14名
7月	2日	186店舗	5550部	6名
8月	5日	187店舗	4975部	17名
9月	7日	191店舗	5550部	25名
10月	7日	188店舗	5150部	16名
11月	3日	187店舗	5650部	9名
12月	1日	196店舗	6000部	7名
2004年1月	2日	195店舗	5750部	7名
2003年4月～ 2004年1月	41日 (月平均4日)	月平均188店舗	月平均約5500部	129名 (月平均13名)

2) クラブパーティ<basement[g]roove>の開催
平成14(2002)年度8月をもってクラブパーティ<basement[g]>がいったん終了。今年度に入り大阪市の委託事業としてNPO法人CHARMとの共同開催のかたちで、期間限定プログラムと

して名称を少し変更し復活させた。パーティの形式はこれまでと同様、全体としてコミュニティ活性化を志向しつつ一部に予防介入プログラムを取り入れたものであった。入場者等の実績は表-3にある通り。

【表-3 クラブパーティ<basement[g]roove>利用者数】

期間	スタッフ数(=DJ+出演者+製作スタッフ)	入場者数	備考
2003年7月	26名	183名	啓発資材配布 トークによる予防介入プログラムあり
8月	26名	89名	啓発資材配布 トークによる予防介入プログラムあり
10月	24名	84名	啓発資材配布 MCによる予防介入プログラムあり
11月	25名	66名	啓発資材配布 トークによる予防介入プログラムあり
12月	26名	110名	啓発資材配布 MCによる予防介入プログラムあり
全体	127名	532名(月平均106名)	

3) ドロップインセンター<dista>

昨年度開設したドロップインセンター<dista>が、本年度7月以降エイズ予防財団の助成金によって運営されることとなり、以下のような運営方針を定めた。(1) 目的：事業の拠点、クライアントが情報にアクセスする情報発信の場、およびコミュニティセンターの三つの目的を持つ。(2) 対象クライアント：堂山地区の商業施設利用者に加え、これまで堂山に足を向けなかった層。(3) プログラム：アウトリーチの拠点、会議室機能のほか、コミュニティセンターとしての機能を果たすためのプログラムとして英会話教室、手話教室、フリーマーケット、カフェなどのプログラムを立案し、運営していく。このほか、直接介入のプログラム<Intro>および間接介入のプログラムである企画展の会場ともなる。(4) 運営方法：有給の常駐スタッフを置き、平日 17:00-22:00、土曜 13:00-23:00、日曜 13:00-18:00 オープンとする。

(現状の分析と課題)

諸外国におけるドロップインセンターの役割は

(1) 患者・感染者への食事サービスの提供、(2) カウンセリング・サービスの提供、(3) 薬物注射針交換サービスの提供、(4) コミュニティへの情報発信・ネットワーキングの場の提供、などである。いっぽう dista に期待されているのはもっぱら (4) の役割が中心であり、方向性としてはコミュニティ活性化を志向するものである。その意味で、エイズ予防財団の助成金によって運営された7月以降、利用者および稼働時間が大幅に増加していることは評価できる。いっぽう稼働時間の増加(約6倍)に見合うだけの利用者の増加はなく(3倍弱)、コミュニティの認知もまだ充分とは言いがたい。しかしながら dista におけるコミュニティ・プログラムの展開(表-5、表-6 参照)は、ニュースレターの発行と並んで関連介入プログラムの核となるものと位置付けられており、「ふらっと来た人」を大幅に増加させることを目標に置いたプログラムの開発・執行が期待されている。

【表-4 dista 利用状況—全体】

期間	MASH 大阪業務利用者	イベント来場者	貸出し利用者	ふらっと来た人	合計	稼働時間
2003年4月	52名	69名			121名	29.5時間
5月	67名	27名			94名	38.0時間
6月	56名	79名			135名	36.0時間
7月	49名	92名	18名	70名	229名	186.5時間
8月	57名	127名	56名	92名	332名	208.0時間
9月	104名	133名	44名	77名	358名	216.5時間
10月	140名	193名	49名	101名	483名	208.0時間
11月	160名	100名	30名	106名	396名	226.0時間
12月	58名	94名	15名	69名	236名	177.0時間
2004年1月	47名	74名	24名	112名	257名	178.0時間
2003年4月～2004年1月	790名 (4-6月平均58名、7-1月平均88名)	988名 (4-6月平均58名、7-1月平均116名)	236名 (7-1月平均34名)	627名 (7-1月平均90名)	2641名 (4-6月平均117名、7-1月平均327名)	1503.5時間 (4-6月平均34.5時間、7-1月平均200.0時間)

【表-5 dista 利用状況—コミュニティセンター・プログラム】

プログラム名	頻度	来場者概数	備考
英会話教室	月2回	5～9名	隔週木曜日開催
手話教室	月2回	4～8名	隔週木曜日開催
フリーマーケット	月1回	15～25名	第1土曜日開催
カフェ	月1回	20名～90名	第3土曜日開催

【表-6 dista 利用状況—企画展】

プログラム名	期間	趣旨	来場者数	備考
My First Safer Sex 展	9月26日 ～ 10月5日	セクシュアル・ヘルスを自覚するに至るプロセスをアート的手法を用いて提示した	108名	ディレクション：張由紀夫・松原新
ブラジル/生に至る病	10月24日 ～ 11月3日	サンパウロのエイズ NGO で働いた渡邊文隆氏の経験を、氏自身の写真とテキストを通して提示した	23名	ディレクション：樋口貞幸

* * * * *

2 間接介入プログラム

アウトリーチによってクライアントに届けられる資料を通して介入するプログラム。

1) コンドームキット配布（プログラム名＜コンドーム大作戦＞）。平成 14（2002）年度 6 月に立ち上げた同プログラムの骨子は：

(1) 目的

- コンドームへのアクセスを向上させる
- イメージを変える：避妊から予防へ
- バー・コミュニティとの関係を深める
- 潤滑剤使用の定着をはかる

(2) 啓発資料

- コンドームと潤滑剤をワンセットにしたもの
- 啓発色を抑え、持ち運びやすさを優先
- メーカーと共同開発

(3) 配付方法

- コンドーム・ディスペンサーによる、バーでのお持ち帰り。
- ゴムっ子による、街頭およびイベント会場での手渡し配付

(4) 2003 年度の配布目標

- 大阪全体で 6 万個配布（前年度と同じ）。

(5) 配付実績（表-7・8）

(6) 自己評価と今後の展望

コンドーム大作戦は昨年度に引き続き順調に推移した。参加店舗のうち廃業した店舗もあったが、それを上回る数の新規参入が合ったため配布店舗数は漸増し、2004 年 1 月現在で 151 軒に達しており、これは MASH 大阪とコンタクトのあるバー 180 軒のうちの 84% を占めている。表-7・表-8 が示すように、今年度の目標配布数も達成される見通しが立ち、当初の目的であったアクセスの向上、コンドームイメージの変容、バー・コミュニティとの関係の深化はほぼ達成されたといえる。

しかしながらコミュニティレベルでの行動変容にはつながっていないことから、コスト・パフォーマンスの視点から資料のコストおよび配布するボランティアの労働力に見合うだけの成果が得られているかどうかについて議論があり、来年度引き続き執行するかどうか検討中である。

【表-7 コンドーム大作戦・ゴムっ子関連】

期間	実働日数	配布された場所	配布されたキット数	働いたボランティアのべ数
2003年4月	5日	5箇所	250個	18名
5月	4日	4箇所	250個	10名
6月	2日	2箇所	150個	10名
7月	3日	3箇所	300個+ α	7名
8月	5日	5箇所	529個	18名
9月	4日	4箇所	250個	18名
10月	2日	2箇所	200個	6名
11月	0日	0箇所	0個	0名
12月	0日	0箇所	0個	0名
2004年1月	1日	1箇所	50個	3名
2003年4月 ～12月	26日	27箇所	1979個+ α	90名 (月平均9名)

【表-8 コンドーム大作戦・ディスペンサー関連】

期間	実働日数	配布された施設数	配布されたキット数	働いたボランティアのべ数
2003年4月	4日	79店舗	4650個	14名
5月	5日	3店舗	150個	8名
6月	6日	137店舗	5660個	14名
7月	7日	116店舗	6110個	15名
8月	5日	133店舗	4800個	17名
9月	3日	133店舗	4385個	8名
10月	6日	140店舗	5750個	13名
11月	4日	125店舗	5950個	10名
12月	2日	136店舗	6010個	12名
2004年1月	2日	141店舗	3800個	9名
2003年4月 ～ 2004年1月	44日		47265個 (月平均4727個)	119名 (月平均12名)

2) ハッテン場プロジェクト (プログラム名<HATTEN+>

今年度より大阪地域に25店舗ある商業的ハッテン場(サウナ系、マンション系あわせて)への予防介入を開始した。プログラム執行のためハッテン場プロジェクトを立ち上げ、長期的目標として安全にセックスできる場所の提供を支援すること、短期的目標としてハッテン場のイメージを変えることをサポートすること、を設定したうえで、以下のようなプログラムを執行した:

(1) プロジェクト企画書・啓発ポスター(2種×250部)・アンケートの配布(2003年6月)。ア

ンケートの回答に基づき、次の展開を検討。

(2) <ためしてハッテン>プロジェクト

ポスター配布に続くプログラムとして、ハッテン場との関係を築くと同時にハッテン場のクライアントに自分に合った Condom を選ぶたのしみを知ってもらう目的で、<HATTEN+>の一環として<ためしてハッテン>プロジェクトを企画した。期間限定(12月1日～12月14日の2週間)のキャンペーンとし、大阪府下のハッテン場を対象に店内で6種類の Condom を置いてもらうこととした。協力要請のため、4名のボランティアが直

接オーナー・店長と会ってキャンペーンの説明を行い、25店舗全店から賛同を得た。広報はSAL+、ホームページ、キャンペーンフライヤーで行った。事業の推移に関しては表-9を、資材の配布実績は表-10を参照のこと。

なお、上記(1)(2)のプログラムを執行する過程においてハッテン場のオーナーたちと交渉を持ったことは、ハッテン場のオーナーというコミュニティのキーパーソンへの直接介入という側面を有している。

(施設側からの意見・質問・要望)

- コンドームの袋にギザギザが付いているとローションまみれの手でも開けやすい。
- ハッテン場では、よく床にゴムを置いてあるけど、暗い環境では見えにくい。壁に貼るのはよいアイデアと思う。
- コンドーム安く買える所があれば、教えて欲しい。
- ハッテン場向けコンドームをmashが開発し、市内のハッテン場に卸したらどうか？
- ローションはくさるのか？どれだけ薄めても良いのか？ボトルの使いまわしは衛生的か？
- 合ドラを使いすぎたお客さんにどう対応すればいいのか？

- SAFER SEX を呼びかけるポスターを貼りたいと思うが、会社からストップがかかる。
- クライアント向けアンケート調査も含め、今後協力していきたい。

(自己評価)

- (1) 協力を求めたお店が全部参加してくれ、ハッテン場との関係作りという面では、ある程度成果が得られた。
- (2) 担当のハッテン場を決め、ハッテン場への企画書の配布、ハッテン場への説明、資材の配布、回収を通して、なるべく同じ人物が行ったことで顔を覚えてもらった。企画書に、担当者の名前、連絡先等を記入していったことも信頼につながった。
- (3) 説明、資材配布、回収時、事務的なやりとりで終わる所、いろいろな相談をうけたり、愚痴を聞いたり、意見をいただいたりする所と温度差があった。関係が冷めないうちに、次のプロジェクトをするのが大切と感じられた。

(次年度の展開)

前述の施設側からの意見・質問・要望をふまえ、質問に答えるための情報交換会の開催(年度内の予定)、クライアントの性意識・性行動調査の実施などを計画している。

【表-9 ハッテン場プロジェクト<HATTEN+>の流れ】

期間	配布された施設数	活動内容	働いたボランティアのべ数
2003年5月		プロジェクト立案	
6月	22店舗	<HATTEN+>企画書1部ずつ配布 啓発ポスター2種類ずつ配布	9名
9月		<ためしてハッテン>立案	
10月	25店舗	<ためしてハッテン>企画書1部ずつ配布 店舗訪問と協力要請	4名
11月	25店舗	資材(壁貼りパネルほか)製作 広報(フライヤー、ニュースレター) 第1回資材配布	約100名 4名
12月	25店舗	第2回資材配布および回収	4名

【表-10 <ためしてハッテン>配布実績】

店舗の種類	地域	配布された資材
サウナ系 (6店舗)	キタ ミナミ	1店舗につき： ● コンドーム 12個付き壁貼りパネル×12枚 (6種類×2) × 2週間=288個 ● 樹脂製小ケース (コンドーム 72個入り)
マンション系 (19店舗)	キタ ミナミ 新世界	1店舗につき： ● コンドーム 12個付き壁貼りパネル×6枚 (6種類×2) ×2 週間=144個 ● 樹脂製小ケース (コンドーム 72個入り)
全体		壁貼りパネル分 3888個、小ケース分 3312個 あわせて 7200個のコンドームを配布

3) 啓発資材配布

上記以外に啓発資材・関連資材として配布されたもの：

- 梅毒予防菜
- basement[g]roove フライヤー5種
- 勉強会広報フライヤー 3種

* * * * *

1 直接介入プログラム

介入する側がクライアントと直接対峙するプログラム。クライアントがひとりの場合とグループの場合とがある。個人のニーズに対応しなければならないため、介入する側にスキルが要求されるが、成功すれば大きな効果が期待できる。このレベルで執行されているプログラムは 1) STI 勉強会<Intro>、2) ハッテン場プロジェクトにおけるオーナーとの交渉、および 3) クラブパーティ<basement[g]roove>におけるトークであるが、2) は間接介入プログラムの項目に、3) は関連介

- dista 広報フライヤー 1種

これらの資材の配布数は記録されていないが、フライヤーはそれぞれ約 3000部、葉は約 5000部が配布された。

入プログラムの項にゆずる。

2003年1月から、大阪府との共催事業として医師を交えたベーシックな情報伝達を目的とする勉強会<Intro>を発足させた(表-11)。

(現状の分析と今後の展望)

広報のため一定の資源(ニュースレター、専用フライヤー、ホームページなど)を費やしているにもかかわらず参加者数が低いレベルにとどまったことから、勉強会形式の啓発プログラムに対するニーズは比較的小さいと判断し、来年度に向けてプログラムの見直しを行う予定。

【表-11 STI 勉強会<Intro>】

期日	参加者数	スタッフ数
2003年4月	4名	2名
5月	3名	2名
6月	6名	4名
7月	2名	3名
8月	2名	3名
9月	1名	3名
10月	4名	3名
11月	0名	2名
12月	3名	2名
2004年1月	2名	2名

D. 結論

1. 社会福祉学におけるコミュニティワーク理論によれば、ある集団の内部である一定の課題が意識され、その課題が何らかのメディアをとおして共有され、課題の克服のため何らかの組織が機能し始めるとき、その集団を核としてそのまわりにコミュニティが形成されていく。こうした考え方を大阪地域の MSM 集団に当てはめると、課題が意識されたのはこの地域の MSM における HIV 感染者が急増し始めた 1997 年、大阪府の行政担当者、疫学研究者、ハッテン場オーナー数名およびエイズ NGO ボランティアが出会い、対策を検討しはじめた時にさかのぼる。2000-2002 年に開催された臨時検査イベント SWITCH およびフォローアップ調査の実施によって課題の具体的内容が次第に明らかとなったが、課題の共有が本格的に開始されたのは 2002 年 12 月、ニュースレター〈SAL+〉0 号が発行されたときであった。このとき、大阪のゲイ向け商業施設を利用し、そこで MASH 大阪の情報にアクセスする人たちを核として実体的なコミュニティが形成され始めたといえる。

2. 本年度の研究事業を推進していく過程において、昨年まで依拠していた個人・グループ・コミュニティの三つの介入レベルを想定した予防介入モデルは、クライアント・コミュニティが実体として機能していることを前提としている。しかしながら大阪地域においては、コミュニティはようやく形成されつつあるところであり、この形成プロセスを加速させるプログラムが必要である。このようなプログラムのことを、コミュニティワーク理論の用語を援用し、関連介入プログラムと呼ぶことにした。また個人レベル・グループレベルのプログラムはいずれも介入する側・される側が直接対峙する意味で直接介入と名付けた。

3. 介入モデルとして 1) 関連介入を通してクライアントが自分たちのコミュニティの課題を認知し、2) 間接介入を通して課題の内容と解決策を理解し、3) 直接介入を通して自分個人のニーズを把握する、という進行的 3 段階の介入モデルを設定した (表-12)。

4. 関連介入プログラムの執行は、ドロップインセンターの本格的オープンによって加速され、英会話教室、手話教室、フリーマーケット、カフェ、企画展などのプログラムが執行された。

5. 関連介入プログラムとして執行されたプログラムのうちのいくつか --- 〈SAL+〉〈basement[g]roove〉および企画展 --- は直接もしくは間接介入的プログラムを内包していた。これは、クライアントコミュニティの構成員の大多数にとって HIV/STI 予防は第 1 優先課題ではないので、予防のメッセージを前面に打ち出すのではなく、コミュニティ情報・エンタテイメント・アートなどでくるんで提示するのがより効果的であるとされる戦略に基づいている。

6. プログラム執行のツール・モデルを表-13 で示した。また 2003 年度の MASH 大阪の事業のあらましを表-14 で提示した。

E. 研究発表

論文発表

1 市川誠一、木村博和、鬼塚哲郎、松原 新、佐藤未光、井戸田一郎：MASH による啓発活動、総合臨床、50：2805-2810、2001

学会発表 (シンポジウム)

2 厚生労働省 HIV 感染症の疫学研究班、MASH 大阪、MASH 東京、(財)エイズ予防財団：MSM における HIV/STD 感染とその予防に向けて、第 15 回日本エイズ学会総会サテライトシンポジウム、東京、2001.11.30

2 Garrett Prestage (Univ. of New South Wales)、河村昌伸 (Angel life NAGOYA)、鬼塚哲郎 (MASH 大阪)：ゲイコミュニティと AIDS、第 16 回日本エイズ学会総会シンポジウム、名古屋、2002.11.29

学会発表 (一般演題)

1 木村博和、市川誠一、鬼塚哲郎、松原 新、辻宏幸：MSM に対する大阪地域でのコンドーム・アウトリーチの効果、第 17 回日本エイズ学会総会、神戸、2003.11.29

2 木村博和、市川誠一、鬼塚哲郎、辻宏幸：大阪の MSM 向け臨時 HIV/STI 検査・予防相談の 3 年目の受検者の特性、第 62 回日本公衆衛生学会総会、京都、2003.10.24

3 Onitsuka, T. Matsubara, A. Tsuji, H. Satoh, T. Kimura, H. Onizuka, N. Ichikawa, S.: Analysis on MASH-Osaka Project~the first HIV Prevention Intervention Project in Japan, the 6th International Congress on AIDS in the Asia and the Pacific, Melbourne, 2001.10.8

4 鬼塚哲郎、市川誠一、他：大阪地域における

MSM への HIV/STD 予防啓発のニーズとプログラム、第 60 回日本公衆衛生学会総会、香川、2001.11.01

SWITCH2001 における臨時予防相談・検査を実施して、第 15 回日本エイズ学会総会、東京、2001.12.01

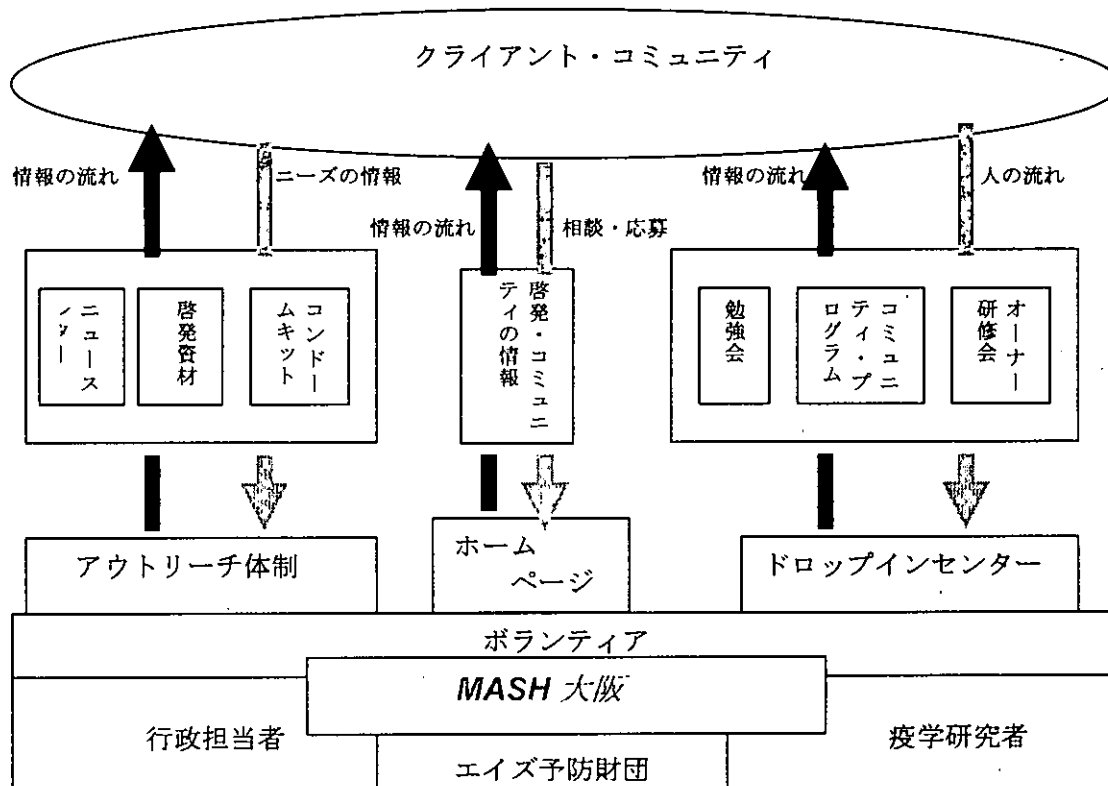
5 鬼塚哲郎、市川誠一、他：MASH 大阪・

* * * * *

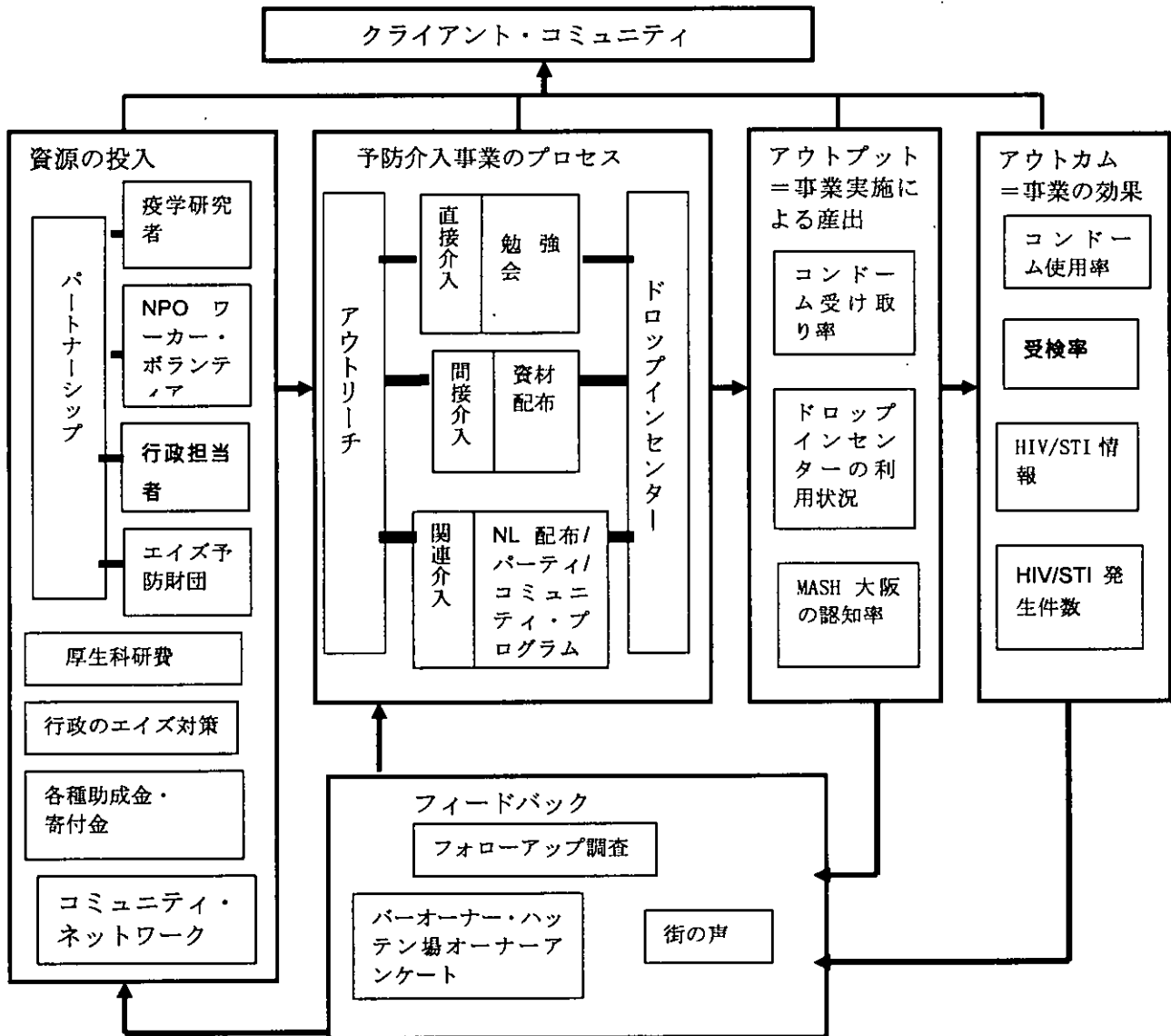
【表-12 2003 年度 MASH 大阪の介入モデル】

【プログラムレベル】	【プログラム】	【アウトプット】	【アウトカム】
関連介入	<ul style="list-style-type: none"> ・ニュースレター配布 ・クラブパーティ開催 ・dista 関連プログラム 	<ul style="list-style-type: none"> ・課題の認知 	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティへの帰属意識の涵養
間接介入	<ul style="list-style-type: none"> ・コンドーム大作戦 ・ハッテン場プロジェクト ・企画展の開催 	<ul style="list-style-type: none"> ・課題の内容の理解 ・解決策の認知 	<ul style="list-style-type: none"> ・予防への行動変容
直接介入	<ul style="list-style-type: none"> ・STI 勉強会 	<ul style="list-style-type: none"> ・クライアント個人のニーズの把握 	<ul style="list-style-type: none"> ・予防への行動変容

【表-13 介入ツールのモデル】



【表-14 2003年度 MASH 大阪の事業モデル】



福岡地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

分担研究者 市川 誠一(名古屋市立大学)

研究協力者 山本政弘(国立病院九州医療センター)

長谷川博(JaNP+)

森田朋樹、新納利弘、野中隆宏、濱田史朗、島昌宏、西島克哲、田中健一、

鮫島樹一郎 (Love Act Fukuoka)

研究要旨

本年度より、地方都市におけるゲイコミュニティに対する啓発普及のモデルとして、福岡地域のゲイコミュニティに対する啓発普及の試行を行った。当事者主体による啓発のため、福岡のゲイコミュニティにおいて NGO Love Act Fukuoka(LAF)が活動を開始し、また協力体制として行政、医療機関、研究者などの支援組織「福岡セクシャルヘルス懇談会」を立ち上げた。

初年度の成果は以下のとおりである。

- 1) 知識および行動変容、コンドームアクセスの展開、行動環境の改善、検査アクセスの展開を目的として、啓発活動をゲイコミュニティ主体で試行した。
- 2) 今後の研究成果評価のため、福岡のゲイコミュニティにおける性意識、知識、性行動、検査行動などのベースライン調査を行った。

A.背景と目的

近年、HIV 感染者・AIDS 患者報告数は増加の一途をたどっている。特に東京、大阪、名古屋などの都市部で急増が認められるが、近年その増加の波は次第に地方へも波及しつつある。図1に九州地方におけるHIV感染者・AIDS患者報告数を示したが、都市部に比較して絶対数は少ないものの、明らかな増加傾向にある。特に男性同性間の性的接触による HIV 感染者・AIDS 患者報告数は、東京、大阪、名古屋などの都市部でのみならず、福岡などの地方都市においても増加してきている。図2に国立病院九州医療センターにおける受診患者数の年次変化を示すが、平成9年以降、性的接触による感染、特に男性同性間の性的接触による感染者の増加が目立ち、最近では全患者の約半数にのぼる患者が男性同性間の性的接触により感染している。このことから、福岡地域におけるゲイコミュニティにおいて早期に有効な啓発活動を開始しなければ、大都市と同様の感染者の増加が起こる可能性は高いと思われる。

その一方で予防啓発活動に関しては、東京、大阪、名古屋などの都市部ではすでに当事者参加型の活動が開始され、大きな成果をあげているが、福岡などの地方都市ではほとんど皆無と言ってよい状態である。これは地方においてはコミュニティ自体が未成熟

であり、コミュニティへの帰属意識が弱くまとまりのないこと、コミュニティはほとんど地元出身者によって占められ、プライバシー上の問題があり目立つ活動のやりにくいこと、キーパーソン不在、行政や医療あるいは NGO などのサポート組織との連携に乏しいこと、知識の普及が不十分のため、HIV 感染症は他人事と感じているなどが理由としてあげられるであろう。

今回我々は代表的な地方都市である福岡において、ゲイコミュニティ主体の啓発活動を試行し、今後感染者の増加が見込まれる地方都市における啓発事業のモデルとなるべく活動を行った。

B.研究方法

1. 研究体制

Love Act Fukuoka, G3などを当事者としての福岡におけるゲイ NGO として構築したが、地方都市においては上記のごとく多くの問題を抱えており、当事者 NGO 単独では十分な効果を得られる可能性は少ない。そのため、長期的な支援体制をとるべく、市や県などの行政、保健所(保健福祉センターなど)、医療機関、支援組織としての従来からある NGO、研究者などによる福岡セクシャルヘルス懇談会を構築した。(図3)

東京、大阪、名古屋など先進都市部においては、当事者主体で活動が進行し、それを行政や医療機関、研究組織が支援するという体制がとられているが、地方では上述したようにコミュニティ自体が未成熟であり、コミュニティへの帰属意識が弱くまとまりのないこと、コミュニティはほとんど地元出身者によって占められ、プライバシー上の問題があり目立つ活動のやりにくいこと、キーパーソンの不在など当事者が当初より主体となって活動を行うには困難が伴う。このため福岡地域においては、まず行政、保健所、医療機関などによる支援組織（福岡セクシャルヘルス懇談会）を構築して、支援体制を固めた上で当事者による啓発活動を開始した。

このことは、福岡のようにコミュニティ自体が未成熟な地方においては有効な方法と考えられた。

2. 福岡地域平成 15 年度予防啓発活動

平成15年度は福岡地域においては、大きく分けて次の3つの活動を行った。

- 1) 知識および行動変容へ向けての展開
- 2) 行動変容特にコンドームアクセスの展開
- 3) 行動環境の改善、検査アクセスの展開

3. 現在の福岡ゲイコミュニティにおける性知識、行動などのベースライン調査

以上のような活動における今後の効果判定のため今年度はベースラインにおける福岡ゲイコミュニティにおける性知識、行動などの調査を行った。

対象) イベント等に参加したコミュニティ構成者 60名

方法) 無記名のアンケート方式

C. 研究結果

1. 平成 15 年度予防啓発活動

1) 知識および行動変容へ向けての展開

同じコミュニティの中でも年齢の違いや帰属意識の違い、予防啓発への関心度の違いなどで、いくつものグループに分かれており、同一プログラムによる予防啓発活動では逆効果になることもある。福岡における啓発活動では対象となるターゲット、それぞれに対して個別のプログラムを計画した。

(1) 「Studio」

知識の習得を主体とした、コアメンバー向けの啓発活動である。月次の一般ゲイ向け、セクシャ

リティや感染予防についての知識や意見を交換し合う。特徴としては、一般ゲイが参加しやすい環境での開催、講演型の知識の押し付けでなく、自由に学べる雰囲気、種々のイベントを盛り込むことにより、マンネリ化を避ける、セクスポジティブなスタンス、HIVに限定せず、セクシャルヘルスプロモーションとしての知識の共有、ピアとしての立場、予防相談、スピーカーの養成、コミュニケーション技術の向上などがあげられる。

平成15年度は5回開催、参加のべ人数は104名にのぼる。(表1)

特に今年度はバスハイクを兼ねた「Travel & Studio」を11月23日に施行した。往復のバスの中で参加者間のコミュニケーションをはかりながらの知識習得を目的としている。

(2) Wave 2003

コミュニティ活性化プログラムに沿った展開で、その特徴としては、啓発活動を主体とせず、コミュニティ活性化を主体として、コミュニティ全体を対象とする、自尊心の向上、コミュニティへ帰属意識の醸成を促す、コミュニティ活性化プログラムの中で自然な形で知識の習得を目指す、提供されたセクシャルヘルス情報を自分の問題としてとらえることを促し、セクシャルヘルスの維持・向上のための行動変容に向けて動機付けを行うことなどがあげられる。

参加人数は約 500 名にのぼった。

(3) Colors (2)

若年者にターゲットを絞ったクラブイベントで、その特徴は、主な対象を性活動が活発で、通常の啓発活動に興味を示さない若年者にしたこと、自尊心の向上、コミュニティへ帰属意識の醸成を促す、MIX とし、ゲイだけではなくレズビアンも対象としたこと、提供されたセクシャルヘルス情報を自分の問題としてとらえることを促し、セクシャルヘルスの維持・向上のための行動変容に向けて動機付けを行う、性感染症の存在の周知、予防方法の周知などである。

参加人数は 210 名であった。

2) 行動変容特にコンドームアクセスの展開

知識の習得とともにコンドームへのアクセスを容易とするような活動が必要である。今年度はコミュニティ構成者のコンドームへの忌避感の軽減を目的として、以下のようなイベントの際、知識の習得（豆知識）を伴ったコンドーム配付を行った。

平成15年6月8日:ゲイバレーボール大会、
参加者 約250名
平成15年11月3日:ゲイテニス大会
参加者 約200名

3)行動環境の改善、検査アクセスの展開

セクシャルヘルスの維持・向上へと行動変容の意思を持った対象者が実現可能な環境を整備すると同時にその意思を継続できるよう支援を行うことを目的とする。エイズ医療においても早期発見、早期治療が必要であり、自己の健康状態を知ることはその後の予防にも直結する。また専門家による相談事業等へのアクセス環境を改善することも必要である。

以上のことより、今年度は特に保健所における検査環境の改善を目指して以下の活動を行った。

平成15年6月25日福岡市エイズ相談および抗体検査従事者研修会、平成15年12月10日福岡市や県のエイズ相談および抗体検査従事者を対象とした研修会において、担当者がゲイ・バイセクシャルの心理や性を理解した上で適切に対応できるよう理解を促し、今後のエイズ相談および抗体検査においてのゲイコミュニティ構成者が行動変容をしやすい環境整備を求めた。平成15年7月29日保健所との懇親会、市内7保健所の検査従事者との懇親会を実施。プライバシー保護に関してや日々の業務からの意見など、検査環境の向上についての話し合いを行い、今後の検査環境の改善を求めた。(参考資料にこのとき使用したスライドを付記)

2. 現在の福岡ゲイコミュニティにおける性知識、行動などのベースライン調査

アンケート回答者はほぼ20代が中心で、セックスの相手は図4、図6のごとくである。MSMであることを周囲にカミングアウトできている回答者は少なく、多くは親にさえ告知していない状況である。(図5)このことは、やはり地方という地域性によりMSMに対する偏見、差別などが多く残っていることによるものと考えられる。

過去6ヶ月のセックスの相手は平均2人ではあるが、中には21人以上というものもいた。(図7)またセックスの回数も月平均1~4回という回答が最も多かったが、中には31回以上というものもあった。(図8)

コンドーム使用に関しては、必ずつけるべきという回答が半数以上にみられ、コンドーム使用に関する意識はある程度あるものとみられた。(図9)実際の性行動に関しては図10のごとくであり、それぞれの性行動におけるコンドームの使用率を図11~14に示す。

意識のわりには実際の性行動における使用率は低く、フェラるときは特に約8割が全くまたはほとんど使用していなかった。アナルタチの場合は68%が、ウケの場合は約50%が、ほぼ使用していた。

図15に最近のアナルセックスの相手の内訳を示すが、ハッテン場その他、不特定な相手も多くみられた。

抗体検査受検率はわずかに26%であり、受検しない理由としては、「自分は安全」と思うなど意識の問題もみられたが、「検査の時間帯に受検できない」など、保健所における検査体制の問題も多くみられた。(図16)なお受検場所はほとんど保健所であった。(図17)

E. 考察

1. 平成15年度予防啓発活動

平成15年度は上記のごとく、ターゲットをしぼって、当事者参加型の種々の啓発活動を試行した。特に地方における長期にわたる啓発活動のモデルとなるべく、行政などとの連携のもとに行っている。今後はさらに啓発活動を継続し、評価を行う予定である。

福岡地域の男性同性間における予防啓発活動の大きな特徴としては、未成熟なゲイコミュニティに対して、行政、医療者などによる支援体制をまず確立した上で、当事者主体の予防啓発活動を開始した点があげられる。まだ端緒にすぎたばかりであるが、初年度より上記のごとく、多くの活動を実施しえたことはこれらの手法がかなり有効であったことを物語ると思われる。このことはゲイコミュニティが未成熟で、当事者主体の予防啓発が困難な地方において予防啓発を行う際のひとつのモデルとなると考えられる。

2. 現在の福岡ゲイコミュニティにおける性知識、行動などのベースライン調査

ベースライン調査では、イベント参加者などが主な対象であり、比較的予防意識の強いものの割合が多いと考えられ、コミュニティ全体の結果を表しているわけではない。にもかかわらず、実際の性行動におけるコンドーム使用頻度は低いと思われる。今後さらなる予防啓発の必要性が示唆された。また同時に周囲にゲイであることを隠すものが多いなど、地方における差別、偏見の根強さも示唆された。

今回は予備調査的意味合いが強く、今後はさらにコミュニティ全体の意識調査や予防啓発の先進都市である、東京、大阪、名古屋などの研究結果との比較も必要であろう。

さらに抗体検査の受検行動に関しても、未だ十分であるとは考えにくく、行動環境の改善、検査アクセスの展開が必要と考えられた。特に地方においては保健所担当者の知識や意識が不十分なゆえか、配慮に欠けた対応になりがちであり、保健所における検査体制の改善が必要である。このため、当グループの長谷川が中心となって、研修等を行っている。

F. 研究発表

論文発表

1. Significant decrease in the serum haptoglobin level after the antiretroviral therapy in patients infected with human immunodeficiency virus-1

Masahiro Yamamoto, Ryusuke Nakao, Tomoya Miyamura, Hirotoishi Shimada, Eiichi Suematsu
J AIDS Research 5(2);71-75, 2003

学会発表

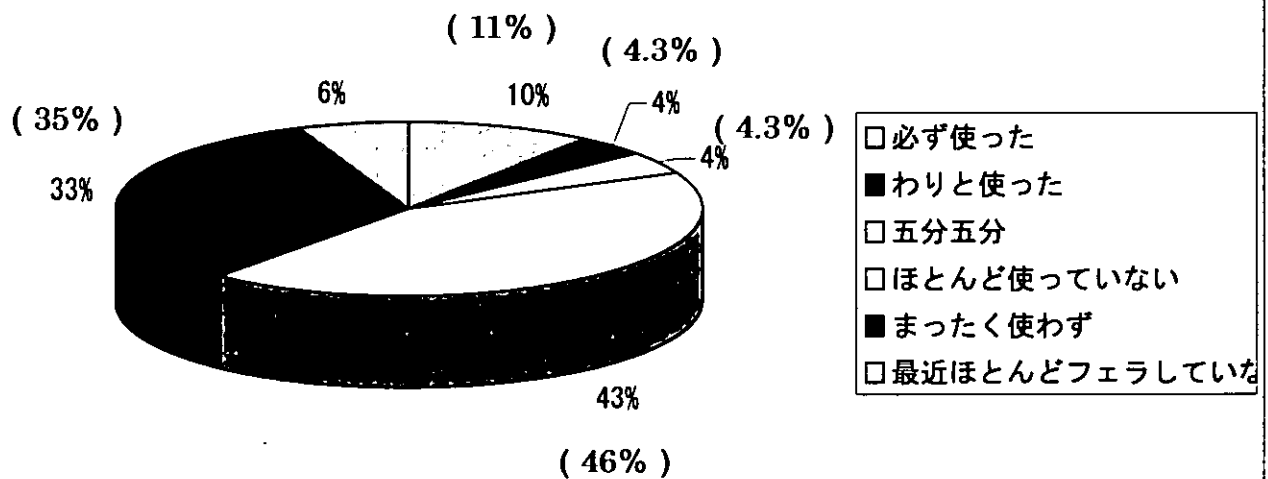
1. HIV 感染患者における CD27 陰性(ナイーブ)B 細胞についての検討

鄭湧,池松秀之,鍋島茂樹,村田昌之,有山巖,古庄憲浩,山本政弘,柏木征三郎,林純

第 77 回に本感染症学会総会

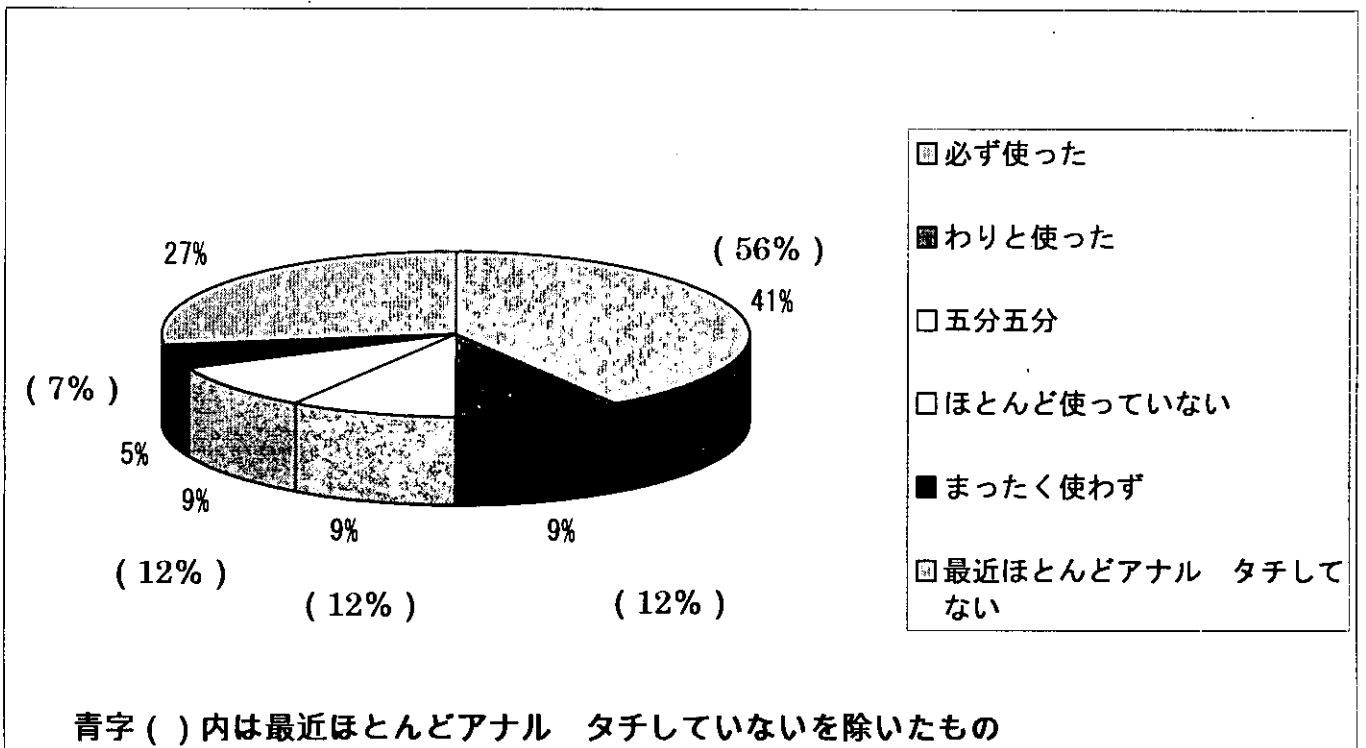
平成 15 年 4 月 18 日 福岡

過去6ヶ月間のフェラするときのコンドームの使用頻度



青字 () 内は最近ほとんどフェラしていないを除いたもの

過去6ヶ月間のアナル タチの時のコンドームの使用頻度



過去6ヶ月間のアナル ウケのときのコンドームの使用頻度

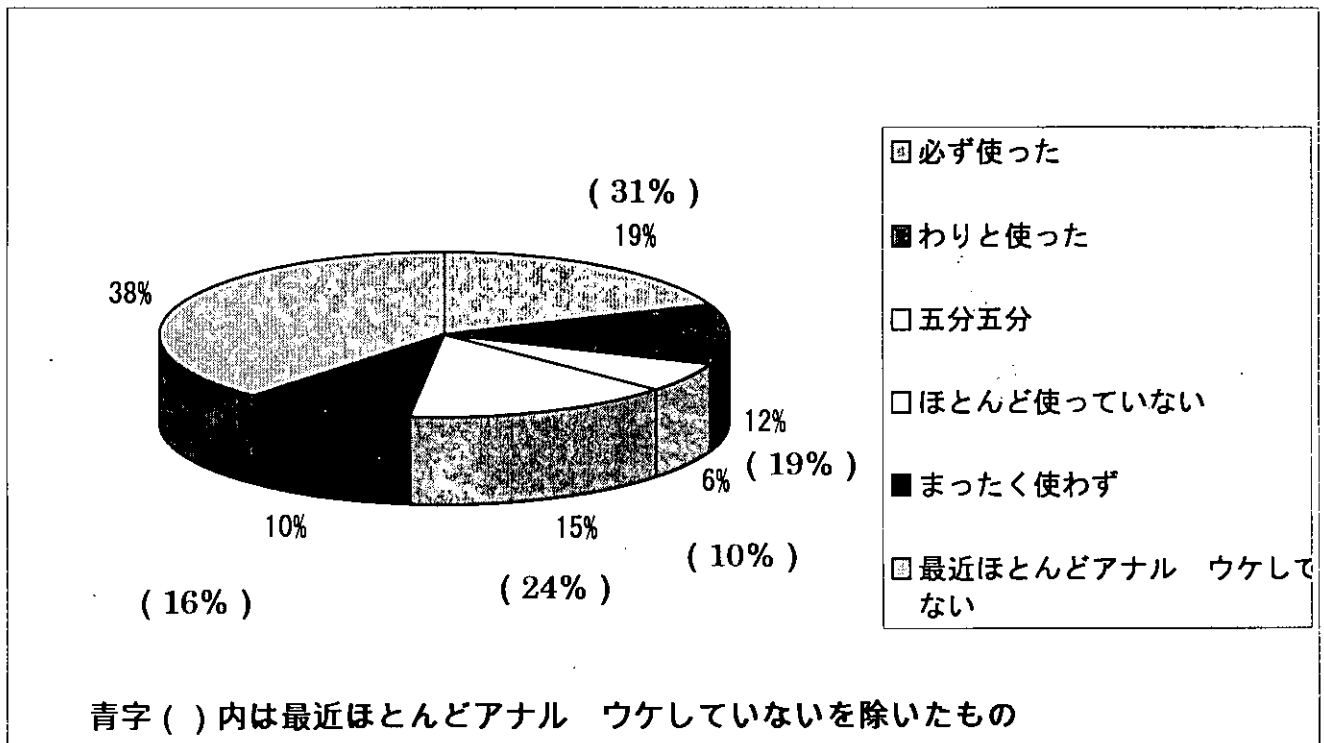


図1 九州におけるHIV感染者/AIDS患者累計報告数

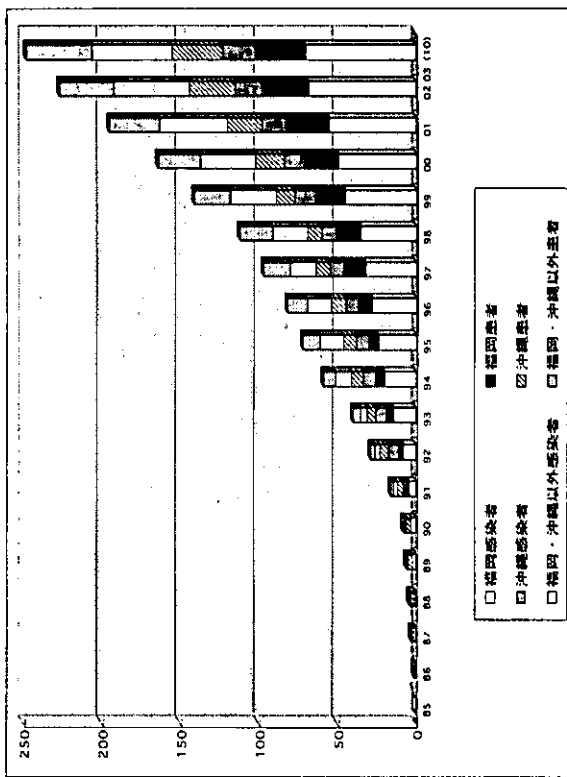


図2 国立病院九州医療センター感染症外来受診患者数

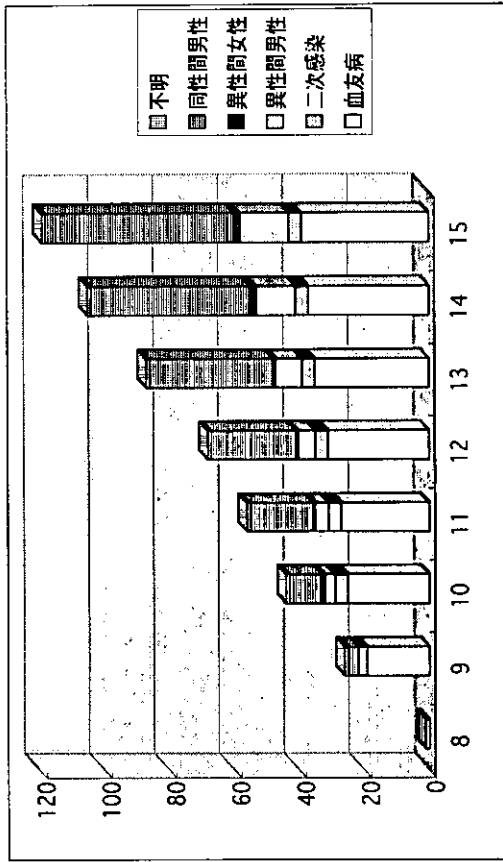


図3 福岡市セクシャルヘルス対策懇談会

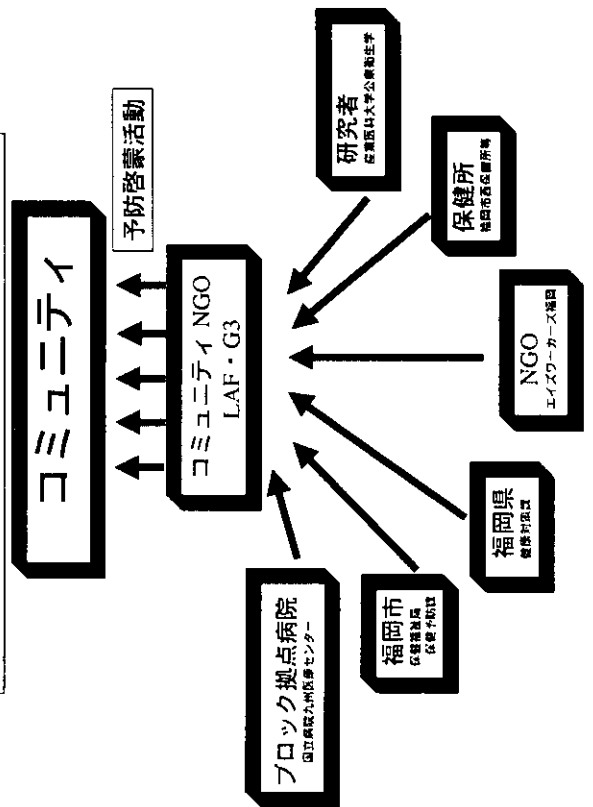
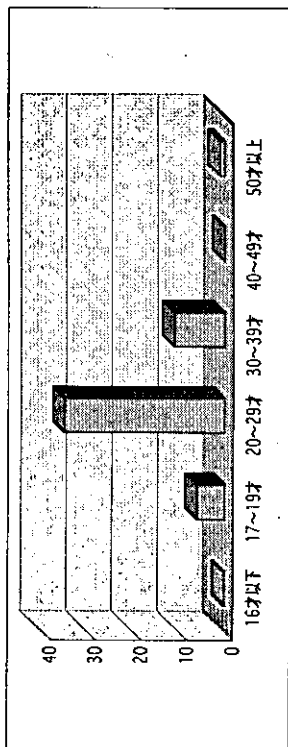


表1 「Studio」 実際の活動

実施日	特徴	参加者人数
第一回目 2003/07/06	バー会場	14
第二回目 2003/09/28	Live & Studio ゲイのミュージシャンによる演奏を含んだ集いとして実施。演奏も然ることながら、歌を通しての啓蒙の試み	15
第三回目 2003/11/23	Travel & Studio 観光バス内での啓蒙	11
第四回目 2003/12/05	X' mas & Studio	64

年齢構成



セックスしたい相手の性別

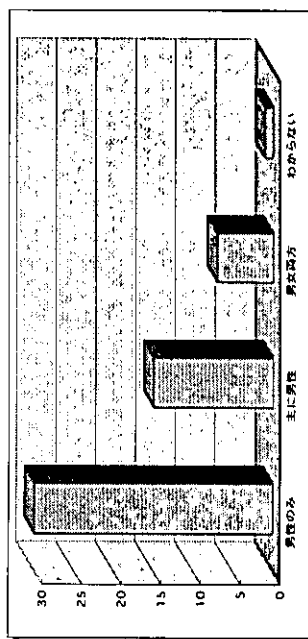
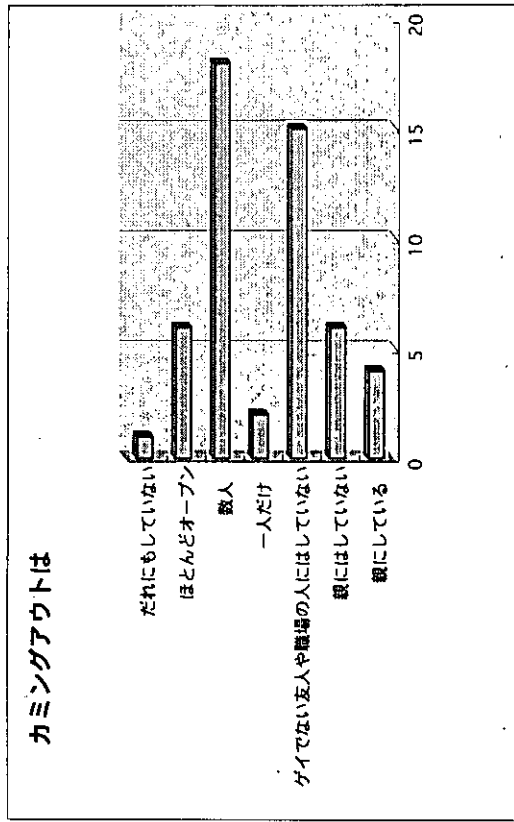
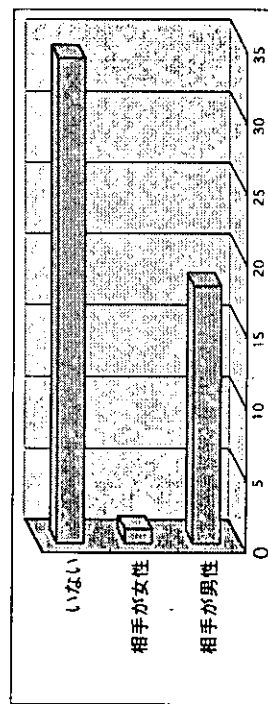


図4

図5



恋人がいる



セックスフレンドがいる

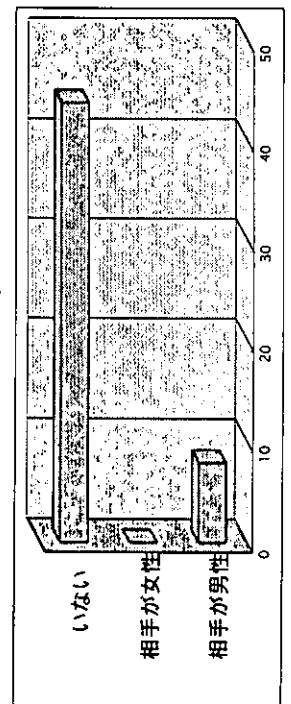


図6

図7

過去6ヶ月間のセックス相手の人数

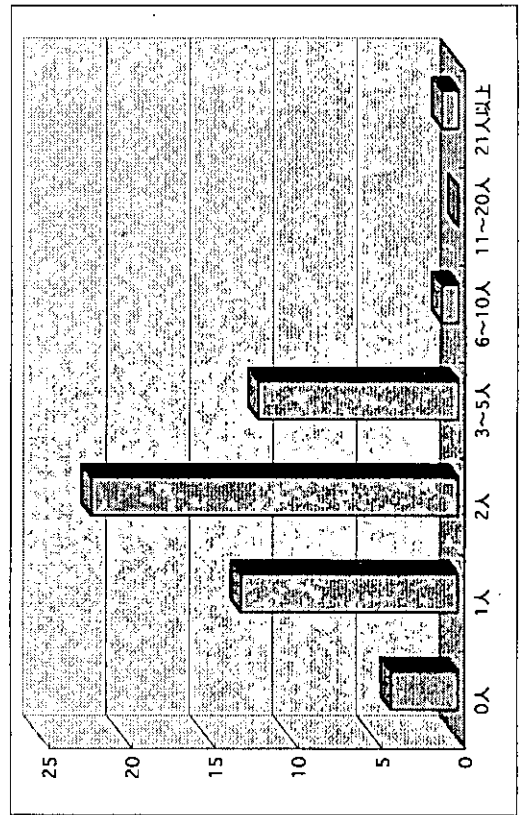


図 8

過去6ヶ月間の月平均のセックスの回数

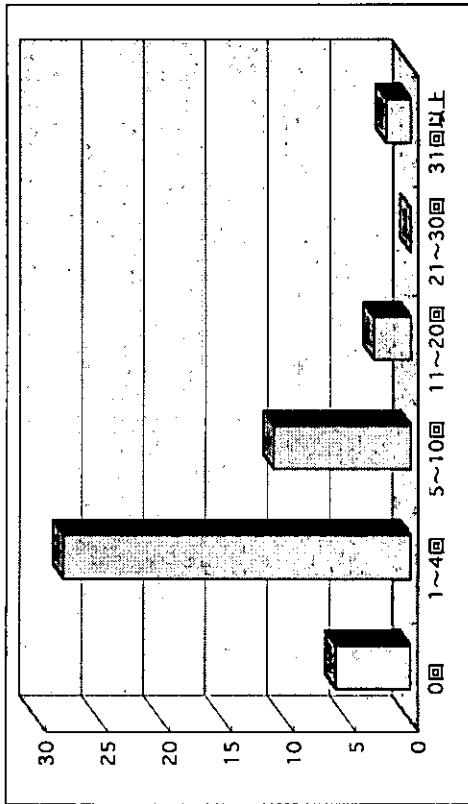


図 9

セックスの時コンドームは

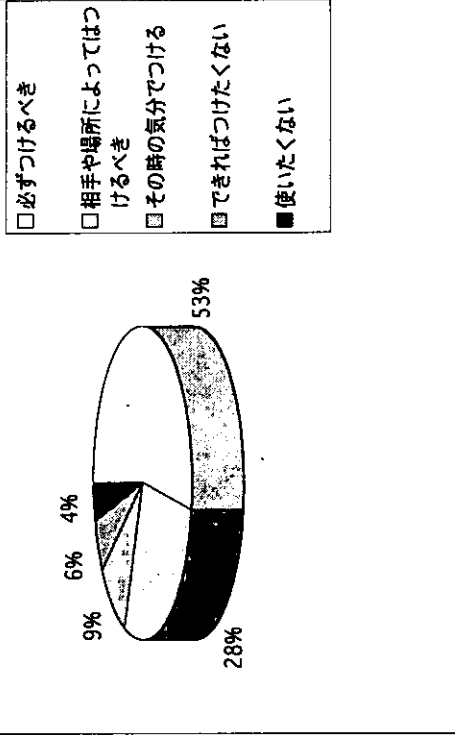


図 10

主な性行為

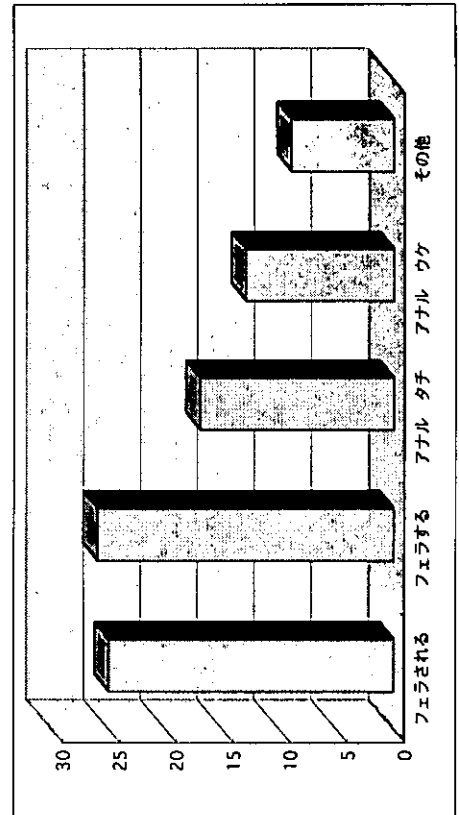
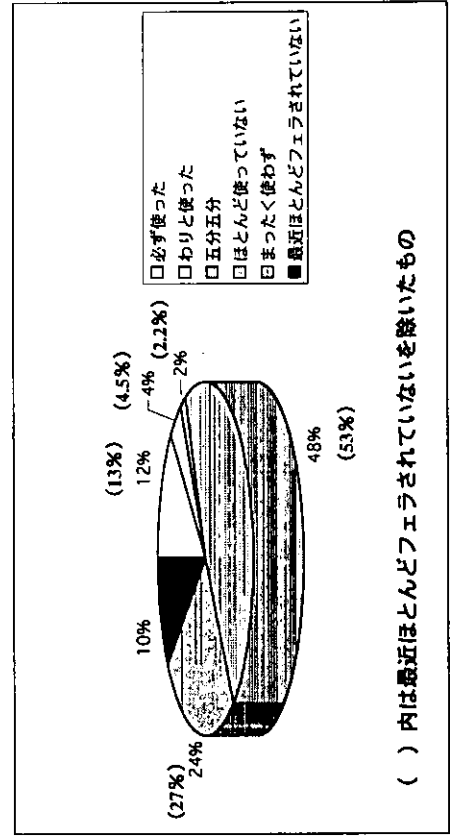


図 11

過去6ヶ月間のフェラされるときコンドームの使用頻度



() 内は最近ほとんどフェラされていないを除いたもの

図12

過去6ヶ月間のフェアラするときのコンドームの使用頻度

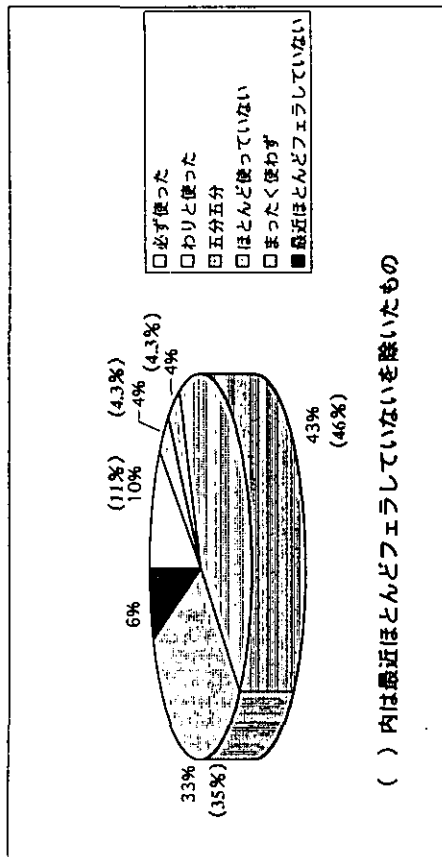


図13

過去6ヶ月間のアナル タチの時のコンドームの使用頻度

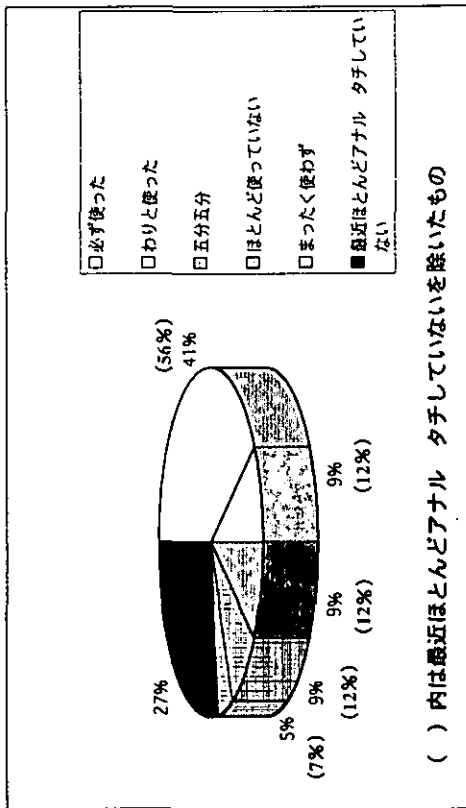


図14

過去6ヶ月間のアナル ウケのときのコンドームの使用頻度

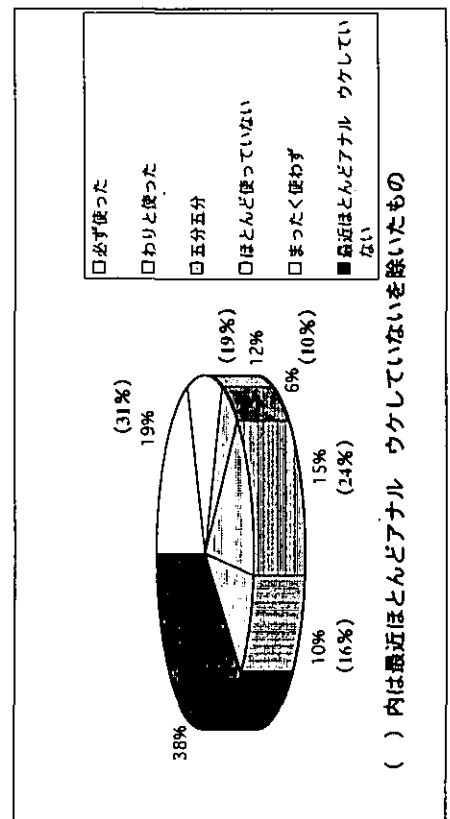


図15

過去6ヶ月間のアナルセックスの相手は

