

厚生労働科学研究費補助金  
エイズ対策研究事業

# 男性同性間のHIV感染予防対策と その推進に関する研究

—平成14年度～16年度 総合研究報告書—

主任研究者 市川 誠 一

平成17(2005)年3月

厚生労働科学研究費補助金

エイズ対策研究事業

# 男性同性間の HIV 感染予防対策と

## その推進に関する研究

平成 14 年度～16 年度 総合研究報告書

主任研究者 市川 誠一

平成 17 (2005) 年 3 月

# 目 次

## I. 総合研究報告

### 総括

男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進に関する研究.....	1
主任研究者 市川誠一(名古屋市立大学大学院看護学研究科)	

### 研究対象地域ごとの総合研究報告

東京における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進.....	21
市川誠一(名古屋市立大学)、佐藤未光(Rainbow Ring /MASH 東京代表)	
名古屋における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進.....	34
内海 真 (高山厚生病院/国立病院機構名古屋医療センター)	
大阪における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進.....	47
鬼塚哲郎(京都産業大学/MASH 大阪)	
大阪における予防啓発の評価に関する研究.....	57
木村博和(横浜市衛生局保健部)	
福岡における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進.....	79
山本政弘(国立病院機構九州医療センター)	

II. 研究成果の刊行に関する一覧表 .....	89
--------------------------	----

III. 研究成果の刊行物・別冊 .....	91
------------------------	----

## I . 総合研究報告

厚生労働科学研究費補助金 エイズ対策研究事業  
(総合)研究報告書  
男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進に関する研究

主任研究者：市川 誠一(名古屋市立大学大学院看護学研究科)

## 研究要旨

本研究では、東京、名古屋、大阪、福岡地域で、ゲイコミュニティにおける啓発普及プログラムを開発し、啓発資材の認知と予防意識への影響、コンドームの入手、常備、常用の効果を評価しつつ、HIV 感染予防対策上の課題を整理し、予防施策に有効な対策を提言することを目標とした。初年度(平成 14 年度)は東京および名古屋地域、2 年目から大阪、福岡地域を加えた。

### 1. 東京地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

ゲイコミュニティへの啓発普及を促進するために Rainbow Ring、MASH 東京との連携を構築し、当事者参加による啓発資材開発とその普及を試行した。東京地域では、ゲイバーとの協力によるコンドームアウトリーチ、クラブイベントでの啓発、ハッテン場との協力による啓発、また東京都との協働による若者向けやハッテン場向けの講習会などのプログラムを行った。当事者参加の予防啓発は、訴求性の高い啓発資材、啓発方法を具体化し、商業施設を中心とするゲイコミュニティとの連携を推進した。特にデリヘルボーイによる啓発資材アウトリーチはバー等の商業施設との連携を高め、加えてゲイ雑誌等のメディアからの支援、クラブイベントの主催者との連携、NPO 法人ふれいす東京との協働などが、啓発普及を促進するものとなった。財団法人エイズ予防財団により試行的に始まったコミュニティセンター「akta」は当事者のもとでコミュニティに開かれた場として運営され、予防啓発を進めていく上で重要な役割を担っており、今後の対策を進めるには本格的な事業化が望まれる。

### 2. 名古屋地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

ALN と名古屋医療センターの医療者は MSM に対する予防啓発を目的として協働組織を確立し、2000 年 6 月から予防啓発活動を実践してきた。その主なものは、予防啓発パンフレットの配布、予防啓発ポスターの配布、インターネットを介した予防啓発、性と HIV 感染症に関する意識調査、月 1 回の HIV/STD 勉強会の開催、メッセージ付コンドームのゲイバーとハッテン施設への配布、無料 HIV 抗体検査会とゲイ・レズビアンを対象とした啓発イベントの同時開催、静岡県における予防活動の支援、予防啓発映画の作製、ゲイバーのマスターに対する ALN の活動の評価調査、他の HIV/AIDS 予防啓発団体との協働活動、啓発拠点の設置と広報活動である。

これまでの活動は一定の成果を生み出しているが、名古屋地域における MSM の新規 HIV 感染症者や新規エイズ患者の減少という形では結実しておらず、あらたな予防啓発方法の立案と実践が求められている。

### 3. 大阪地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

MASH 大阪はクライアント(堂山・ミナミ・新世界の商業施設を利用する MSM)への戦略的な介入を可能とするためにコミュニティ・ディベロップメントの視点を導入した。2003 年度に、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、2004 年度には複数の介入段階を含むプログラムを複合介入プログラムとして再設定して積極的な導入をはかった。HIV/STI 予防が第 1 優先課題ではないクライアントコミュニティの構成員の大多数に対して、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・エンタテインメント・アートなどでくるんで提示することがより効果的であるとする戦略に基づいている。関連介入プログラムの執行はドロップインセンター[dista]の事業によって加速され、間接介入プログラムの中核となるコンドームキット配布(コンドーム大作戦)はその目的を 2004 年度までに達成し、複合介入プログラムの中核であるコミュニティペーパー配布は大阪の MSM における予防行動の推進に関連していることが示唆された。

### 4. 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

地方都市の MSM は、プライバシーやコミュニティが未成熟であるなど、多くの問題を抱えており、当事者参加型の予防啓発活動は存在せず、有効な予防啓発が行われているとは言えない。本研究では地方都市福岡において当事者主体による啓発を開始するために、先に支援体制として行政、医療機関、研究者などの支援組織「福岡セクシュアルヘルス対策懇談会」を結成し、次いで当事者主体の啓発活動を行う CBO・Love Act Fukuoka(LAF)を立ち上げた。この支援組織と LAF の結成により、福岡地域において啓発活動が開始するようになった。他の都市部では検査機会拡大を目的に臨時検査がイベントと一緒に行われているが、こうした臨時検査は地方都市では種々の問題点を伴うために困難である。そこで福岡地域においては行動環境の改善、検査アクセス改善を目的に、匿名性、利便性、恒常性を高めるために、既に機能している保健所と協力して MSM の検査環境を改善すべく保健所研修等に取り組んだ。

## 5. 予防啓発の評価に関する研究

新宿地区、大阪地区でクラブイベント参加者を対象に共通項目による HIV 検査受検行動、性行動等および啓発資材の認知の質問票調査を実施した。それぞれの地域の分析数は500～600で東京は隔年、大阪は1999年から毎年実施してきた。調査参加者への説明と調査実施をCBOが担当し、研究者が分析した結果はCBOを介して調査参加者(コミュニティ)に還元するようにしている。2004年度の大阪での調査(回収数643人、うちMSM607人)について、予防プログラム曝露群と非曝露群間のコンドーム使用頻度や購入状況、HIV抗体検査の受検状況、HIV/STI予防に関する知識、HIV感染に対する意識等について比較し、MASH大阪の予防プログラムとの関連を検討したところ、ニュースレターSaL+配布プログラムがコンドーム常用率に影響を及ぼす可能性が示唆された。またHIV検査受検行動(過去1年)は、新宿地区の調査(2003年)では25.4%で変化が見られない一方、大阪では36%と1999年の19%に比べて上昇していた。また、両地域共にコンドーム常用率の上昇が見られる一方、インターネット出会い系サイトの利用が高く、この層への予防啓発の検討が望まれる。

啓発普及プログラムとの関連や予防行動に関連する要因等をより的確に把握すること、またクラブイベントの少ない名古屋、福岡において啓発効果を評価するために、新たな調査方法を検討することが必要と思われる。

## 6. インターネットによるMSMのHIV感染予防行動と心理・社会的要因に関する研究

2062人の研究参加者の回答から、①HIV/STIの一般的な知識、②アナルセックス時のコンドーム常用率、③セルフ・エスティーム、抑うつ、特性不安、孤独感などの心理的側面の分析、④HIV検査行動、⑤5-meo等の使用状況、⑥心理カウンセリング受診等へのアクセスなどを分析した。過去1年間のHIV抗体検査受検割合は全体で23.7%、東京、大阪、名古屋の都市部で受検率が比較的高く、10代および50代以上に受検率が低率であった。性感染症の既往は全体で23.1%、都市部でその割合が高かった。アナルセックス経験者の過去6ヶ月間のコンドーム使用は年齢が若いほど常用割合が低く、セックスの相手の人数が多いほど常用割合は高かった。また、セックスに心理的なことを投影している人のコンドーム使用割合は低率であることが示され、MSMを対象とした予防介入を実施する際に、心理的問題をも視野に入れた予防介入プログラムが必要と考えられる。

## 7. HIV抗体検査受検者の動向とカウンセリング相談に関する研究

2003年の東京都南新宿検査・相談室における男性受検者数は2002年(5184人)より1392人増加し、土日検査を開始した効果が見られた。HIV抗体陽性検体は84件(1.28%)、そのうち同性間性的接触は76人(90.5%、但し、感染症法報告分)であった。アンケート回答者(8083人)のうち、男性は5599人(69.3%)で、MSMは1527人(男性の27.3%)であった。当検査機関はHIV感染の早期発見の場としてMSMに活用されている。

また、大阪土曜日常設検査の2002年10月～2004年3月末までの受検者総数は1757人で、その内質問紙調査協力者は1550人、MSM回答者数261人であった。HIV抗体陽性と判定されたものの殆どがMSMで、HIV陽性者全員にHIV専門の医療機関を紹介している。この検査機関は大阪におけるMSMに対して早期検査・医療の提供の場となっており、希望に応じて予防介入や相談を試行している。

保健所を対象に行った質問紙調査から、カウンセリング・相談は回答のあった205保健所の殆どで実施していた。相談内容は「受検動機」、「感染可能性の行動や不安」が主で、「行動の変容」については半数が「あまり実施していない/実施していない」の回答であった。また、MSMの受検者があったと回答した保健所は26.2%、相談内容に性的指向を挙げていたのは20.4%と少なかった。

厚生労働省は、MSMを含む個別施策層ではそれぞれの層のニーズを把握しつつ予防介入事業を戦略的に展開していくこととエイズ予防指針に示している。本研究は、当事者による啓発資材の開発と普及活動はMSMへの訴求性が高いこと、商業施設と連携するアウトリーチプログラムは啓発普及を推進する基盤となることを示した。また、MSMを対象にしたコミュニティセンターがエイズ予防財団の事業として東京、大阪、名古屋で試行され、センターは啓発活動の拠点となり、プログラムの工夫により無関心層を呼び込むなどの成果が得られている。

大阪では啓発資材のアウトリーチにより知識、検査行動、性行動に変化がみられている。この変化は5年にわたるCBOの工夫と持続的な取り組みによるものである。このことはMSMにおけるHIV感染対策の推進にはCBOの役割が重要であること、研究者、医療者、行政がそれぞれの専門性で役割を果たす連携が必要であること、そしてこれらの協働を長期的な展望をもって取り組むことが必要であることを示している。本研究班での予防プログラムはゲイCBOが開発し普及に取り組んだもので、殆どがボランティアである。これらのCBOの活動には、人材の確保、活動場所、活動費の継続など多くの課題を抱えている。行動変容を引き起こし、受検行動を促し、コンドーム使用率を上昇させ、最終的に性的健康を増進させるには、当研究事業に加え「対策事業」としての取り組みが必要である。そしてそれには、地域の行政・研究者・ボランティアの三者がそれぞれの資源と技能を出し合い、協働体制を構築しつつこれに当たるのが必須の要件と考える。

感染者/患者の増加が続き、HIV検査受検者中のHIV抗体陽性割合が3-5%、梅毒TPHA陽性割合も15-20%と高いことが明らかになった現在、国、自治体によるMSMを対象としたエイズ対策事業は急務であり、ゲイCBO/NPO、研究者等で構成する対策検討プロジェクトを設けるなど、感染拡大防止の対応が望まれる。

### 分担研究者

内海 眞(高山厚生病院・院長/国立病院機構  
名古屋医療センター・客員研究員)  
鬼塚哲郎(京都産業大学/MASH大阪代表)  
山本政弘(国立病院機構九州医療センター)  
木村博和(横浜市衛生局)

### 研究協力者

浦尾充子(京都大学大学院医学研究科)、  
佐藤未光(RainbowRing/MASH 東京)  
岳中美江(名古屋市立大学大学院/CHARM)、  
長谷川博史(JaNp+)  
日高庸晴(京都大学大学院医学研究科)

### 研究協力団体

Angel Life Nagoya、Love Act Fukuoka、  
MASH 大阪、MASH 東京、Rainbow Ring

## A. 研究目的

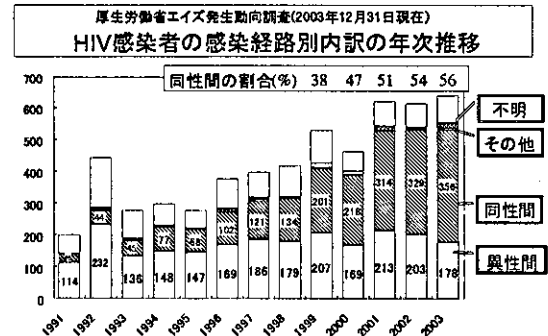
厚生労働省エイズ動向調査によれば、男性同性間の性的接触による HIV 感染者、エイズ患者の報告数は 1996 年以降増加が続いており、近年では東京に加え大阪、名古屋でも著しい増加、福岡等の地方都市部でも増加の兆しにある。HIV 感染者では 2001 年から報告数の過半数を男性同性間による感染が占め(図 1)、特に 15-24 歳の若年層、25-39 歳の年齢層で過半数を占めている。また、我々は東京、大阪、名古屋の MSM(Men who have sex with men)の HIV 抗体検査受検者では HIV 陽性率が 2-5%、梅毒抗体陽性率が 15-20%であることを報告してきた。これらの疫学情報は、男性同性愛者を対象にした予防、医療、福祉面での HIV 感染対策が可及的な課題であることを示している。

MSM における HIV/STI 流行に対しては、1) MSM に訴求性の高い啓発資材と有効な普及方法の開発、2) 予防啓発が届きにくい層に予防意識を啓発する資材と普及方法の開発、3) ハッテン場等の商業施設においてコンドーム使用を促進する効果的な啓発手法の構築、4) ゲイ CBO(地域ボランティア団体)やゲイコミュニティと連携した有効な啓発普及体制の構築、5) 地域における MSM 対象のエイズ施策を構築するための行政-CBO 間の連携、6) HIV/STI 検査機会の拡大やセクシュアリティを理解した受検時の予防介入確保などを検討し、HIV 感染拡大防止への対策構築に向けた取り組みを進展していく必要がある。

本研究では、東京、名古屋、大阪、福岡地域で男性同性愛者等が利用する商業施設やメディアなどを

介して、ゲイコミュニティへの啓発普及プログラムを当事者の視点で開発、試行し、啓発資材の認知と予防意識、行動への影響を評価しつつ、HIV 感染予防対策上の課題を整理し、有効な対策を提言する。

図1 エイズ発生動向は男性同性間のHIV感染対策の必要性を示している



## B. 研究方法

### 1. 対象地域

感染者・患者報告数の多い東京圏、増加傾向にある名古屋、大阪、福岡地域を対象とした。ゲイコミュニティの規模、脆弱性の程度、ボランティア活動の規模等を考慮し地域別に研究を実施した。

### 2. 研究体制

資材開発・推進はそれぞれの地域ボランティア団体(CBO)が担当し、ゲイメディア、ゲイビジネス等の関係者の協力を得つつ、ネットワークを構築し普及促進を図る方法を探った。啓発資材、普及方法の評価調査は研究者が担当した。地域の MSM 対象エイズ施策の継続性を図るため、地域自治体との連携も行った。

### 3. 年次計画

2002 年: 情報収集、ネットワーク構築及び啓発試行期

当事者参加の研究体制基盤を整え、訴求効果ある啓発資材の開発、普及方法を検討・試行する。

2003 年: 啓発ネットワーク拡大期及び啓発介入実行期

商業施設などコミュニティとの協力体制基盤を整え、訴求効果のある啓発普及に向け協働で試行する。

2004 年: 啓発ネットワーク定着期及び啓発介入評価期

CBO による啓発プログラムの普及継続とその効果について評価し、課題を整理する。

### 4. 啓発資材の普及等に関する評価調査

クラブイベント参加者質問票調査、インターネット利用者調査、HIV 抗体検査受検者質問票調査等を実施した。東京、大阪、福岡では MSM 向け啓発資材の訴求効果、コンドーム常用、HIV 検査受検行動への啓発効果についてクラブイベント参加者を対象に

した調査で評価した。名古屋では啓発イベント NLGR/HIV 抗体検査会参加者についてアンケート調査を実施した。調査結果はコミュニティに還元した。

#### (倫理面への配慮)

ゲイ・バイセクシュアル男性は、社会の偏見・差別が強く、調査や啓発活動を進める場合はこれらを配慮する必要がある。本研究では、当事者と連携して調査、啓発等の内容を検討し、対象者を含めゲイコミュニティへの倫理的配慮を持ちつつ研究を進めた。コンドーム啓発プログラムをゲイコミュニティに浸透させるには、バー、クラブ、ハッテン場等の施設の協力が必須で、主旨等を説明し相互理解、信頼関係を構築した。

### C. 研究結果

#### I 各地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進に関する研究

##### 1. 東京地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

市川誠一(名古屋市立大学)、  
佐藤未光(Rainbow Ring/MASH 東京代表)、  
Rainbow Ring、MASH 東京

東京地域のゲイコミュニティに対する啓発普及を目的として、当事者参加による予防啓発活動・啓発資材の開発とその普及について試行した。成果は以下のとおりである。

地域ボランティア(CBO)、イベント企画、メディア、商業施設等に所属する当事者との協力体制を推進するために、Rainbow Ring 及び MASH 東京との連携を継続し、東京を中心とした予防啓発活動の展開を図った。Rainbow Ring はコミュニティ・ネットワークを構築し、それを活用した情報収集及び予防啓発プログラムを開発し実行した。また、MASH 東京は 医療・検査などの専門的な情報をコミュニティに還元するための資材の作製をした。

性感染症に関するワークショップ「MASHROOM」を 3 回にわたって実施し、希望者には予防相談員による相談を提供した(2002 年、2003 年実施)。「go-com」(東京都との協働)は 10 代から 20 代前半の若いゲイ・バイセクシャルの男性を対象とした少人数(6~10 人)形式の HIV/STD 勉強会で、月例で開催した(2003/7 月-2004/9 月)。

季刊紙「S/H」は、医療や検査情報、感染の動向、検査キットについてなど、タイムリーな情報を掲載し、バーおよびハッテン場等商業施設などに配布した。

新宿 2 丁目のバーに毎週コンドームアウトリーチを行う「デリヘルプロジェクト」は、コンドーム以外の資材の配布、Rainbow Ring の広告塔としての機能を併せ持ち、若いスタッフの受け入れ口にもなっている。配布人員は各回 6-12 人、122-145 軒の店舗に対し、74 回で 96,320 個のコンドームを配布した(図 2)。



「セーフターセックスキャンペーン」(2002 年-2003 年)は、世界エイズデーをはさむ 1 ヶ月間に開催されたクラブイベントと連携し、イベントの参加者に向けてオリジナル啓発キット(コンドーム他)を配付した。ゲイ対象の既存のイベントと連携して参加者を対象に啓発する手法は東京地域では有効な方法と考える。

東京近県を含む約 80 に及ぶハッテン場等の商業施設との連携には、先に施設との協力関係を構築するためにキャンペーンをおこない(2002 年、2003 年)、引き続き施設オーナー等を対象とした脱法ドラッグに関する講習会およびポスターの配布をおこなった。2004 年は利用顧客に対する意見交換会「カフェ・ハッテン」を定期的開催し、そこで収集した意見をもとに啓発資材「FUCKS!」を作製し、施設に配布した。

My First Safer Sex 展(2003 年実施)は、30 人の「はじめてセーフターセックスを意識したこと(時)」の文章と顔写真をセットにしたパネル展をコミュニティセンター開設、新宿 2 丁目祭りにあわせて行った。この企画は異性愛の若者にも通ずるもので、その後神奈川県、東京都等からも展示依頼があった。

「Living Together 計画」(2004 年)は、NPO 法人「ぶれいす東京」との協働事業である。写真展、感染者の手記のリーディングの会、Living Together Lounge(音楽とリーディングのタベ)等を定期的開催し、「感染者と共に生きる」を視点に入れながら予防啓発を推進している。

コミュニティセンター「akta」は予防啓発活動の拠点であると同時に、コミュニティセンターとしての利用も



増え、来場者には啓発資材など多数の情報を提供しており、啓発活動とコミュニティとの相互連携を推進している。開設からの延来場者数は10,844名である。

訴求性のある啓発資材の開発や普及、コミュニティに見える予防啓発活動を展開するためには、コミュニティメンバーとの連携が必要不可欠である。3年間の啓発活動を通して、商業施設やイベント関係者、メディア関係、各種団体やCBO、デザイナーや写真家などのアーティストやモデル等との協力関係・信頼関係が着実に形成されてきた。特にコミュニティセンター「akta」は、コミュニティメンバーと啓発活動との相互連携を図るための重要な場となった。ゲイコミュニティにアプローチする啓発体制が推進されつつあり、MSMに訴求性のある啓発資材の開発と普及方法に一定の成果を得ていると考える。

## 2. 名古屋地域における男性同性間のHIV感染予防対策とその推進

内海 眞(高山厚生病院/国立名古屋病院)

Angel Life Nagoya

男性同性間性的接触によるHIV感染は、名古屋地区では1999年ごろから目立ち始めた。名古屋医療センター(旧国立名古屋病院)の医療者はその当時からHIV感染症患者に対する院内での診療活動のみならず、MSM(Men who have Sex with Men)を対象とした予防活動もまた必要であると感じていた。一方、名古屋地区のMSMの間にもHIV感染症患者が増え始めたのを身近に感じ、予防対策を講じなければならぬと考える人たちが増え始めた。彼らは2000年4月にAngel Life Nagoya(ALN)を組織し、MSMの視点と立場で予防活動を始めようとしていた。名古屋医療センターの医療者とALNのメンバーは自然な形で協働し、2000年6月から実際にMSMを対象とした予防活動を開始した。2002年4月から本研究班の研究事業に合流・参画した。

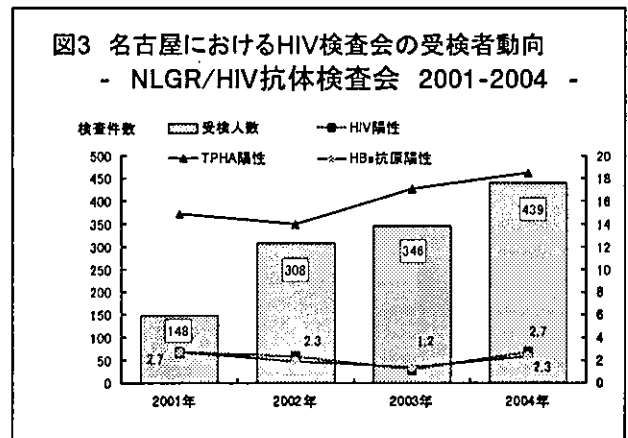
この協働組織は他のNGOや医療者、さらには行政側の担当者等とも緩やかな連携を保ち、MSMを対象とした以下のHIV感染症の予防啓発活動を進めてきた。1) 予防啓発パンフレットの配布、2) 予防啓発ポスターの配布、3) インターネットを介した予防啓発、4) 性とHIV感染症に関する意識調査、5) 月1回のHIV/STD勉強会の開催、6) メッセージ付コンドームのゲイバーとハッテン施設への配布、7) 無料HIV抗体検査会とゲイ・レズビアンを対象とした啓発イベントの同時開催、8) 静岡における予防活動の支援、9) 予防啓発映画の作製、10) ゲイバーのマスターに対

するALNの活動の評価調査、11) 他のエイズ予防啓発団体との協働活動、12) 啓発拠点の設置と広報活動、である。

勉強会は2000年6月から現在まで継続しており、毎回30名前後の参加者がある。基本的知識と高度な知識の習得の2部構成になっており、毎月第3日曜日に開催されている。

メッセージ付コンドームの配布は2000年6月から開始され、当初はゲイバーのみであったが、2002年7月からは4軒のハッテン施設への配布も可能になり、毎月のコンドーム配布量は500個/月から3500個/月に増加した。一時期一部のハッテン施設には最高月2000個/軒配布することもあったが、現在ではハッテン施設自身がコンドームの必要性を認識され、施設側から自主的にコンドームを用意するため配布量は半減した。

啓発イベントと併設した無料HIV抗体検査は2001年から開始され、現在まで4回実施された。受検者は第1回目から順に148、304、346、439名と増加し、本検査会がMSMの人たちに受け入れられた受検機会となっている(図3)。HIV陽性者はそれぞれ4、7、4、12名で、HIV感染症の早期診断の機会となり得た。本検査会のHIV検査は、スクリーニング検査としてはイムノクロマト法とPA法を用い、必要に応じてP24抗原を測定し、確認検査としてウエスタンブロット法とPCR法によるHIV-RNA定量検査を併用している。検査の感度並びに精度に関しては非常に優れたものになっている。



勉強会、コンドーム配布、啓発イベントと検査会を継続することは、ゲイバーのマスターのALNの活動に対する理解を深めることにつながった(調査結果から)。ゲイバーのマスターの理解を獲得することは極めて重要である。なぜなら、マスターのMSMに対す

る影響力は大きく、HIV 感染症の予防啓発のキーパーソンになり得るからである。また、検査会並びに啓発イベントは検査会場になるホテル側のスタッフのみならず地域の人々の理解を得なければ実施不可能であるが、幸い関係の人々の理解を得ることができた。このことは HIV 感染症に対する理解にもつながることになり、大きな収穫であった。検査会で実施したアンケート調査で、現行の保健所を中心とする HIV 検査体制の改善を望む声が非常に多いことが判明した。そこで、名古屋市に夜間検査の実施を要望した。抗体検査会には名古屋市の関係職員もボランティアとして参加し、その彼らが強力に市当局に夜間検査の必要性を訴えたことが2003年4月からの名古屋市による夜間検査の実施につながった。イベントを併設した検査会は上記の成果を生み出したが、問題点も存在する。まず、検査が友人によって強要されるケースが存在すること、採血の際に針刺し事故による感染事故が発生した場合にボランティアの医療者に補償ができないこと、等が挙げられる。これらを解決する方策を今後考えていかなければならない。

静岡県では MSM グループと行政側との協議が進み、行政サイドで MSM を対象にした HIV 関連情報を盛り込んだホームページの立ち上げと、情報提供と相互の交流を目的としたオフィスの開設が準備されつつある。また、勉強会やコンドーム配布も開始された。2004年12月1日の世界エイズデーには、名古屋地区でエイズ関連のボランティア活動を行っている6団体と協働で集会とパレードを実施した。250名以上の参加者があり、ALN と他の団体との協働は、予防活動における内容と規模の広がり期待できる。

2004年8月に「3N」と名づけられた啓発拠点を開設した。HIV 関連の情報発信と相互の情報交換の場所として機能することを期待している。利用者はコンスタントに来場しているがその数は多くはなく、「3N」の広報の推進と MSM に魅力ある拠点作りがさらに一層必要である。

以上の数年間に亘る予防啓発活動は一定の成果を生み出したものの、名古屋地区における MSM の新規感染者や新規エイズ患者の減少という形では未だ結実していない。これまでの活動に対する批判と反省に加え、新たな予防啓発活動の立案と実践が求められている。

### 3. 大阪地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

鬼塚哲郎(京都産業大学/MASH 大阪代表)  
MASH 大阪、他

1999年に実施したベースライン調査および2000年～2002年に実施した臨時検査イベント SWITCH によって、大阪のゲイコミュニティは表1に示すような HIVSTI 感染対策のニーズを抱えていることが明らかとなった。こうした課題を「コミュニティ」にどう還元するか、2002年夏以降、MASH 大阪の最大の課題となった。MASH 大阪は、コミュニティに何を、どう介入するかのみならず、コミュニティへのかかわりについても工夫を重ねてきている。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、商業施設を中心としたコミュニティは縮小に向かう傾向にあると予測されており、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も欠かせないことと考えられる。

【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
【受検行動は増進】 過去1年間のHIV検査受検率が 34%	2002年度 フォローアップ 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23.5%	2003年度 フォローアップ 調査

MASH 大阪では、2002年まで実施してきたコミュニティ・グループ・個人レベルの介入プログラムを見直し、コミュニティ・ディベロップメントの視点を導入し、①直接予防には関わらずコミュニティ活性化を志向

する関連介入、②資材を通して介入する間接介入、③介入する側がクライアントに直接対面する直接介入に再編し、複数のカテゴリーにまたがるプログラムを複合介入プログラムとして実施した。そして、介入プログラムをクライアントに伝えるためのツールもしくは仕組みとして、アウトリーチ体制、ホームページ、ドロップインセンターの三つが設定された。

これまでに実施したプログラムから主なものを示す。

### 1) 関連介入プログラム

#### ①ドロップインセンター関連コミュニティプログラム:

ドロップインセンターdistaが2003年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った。運営方針として、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、コミュニティセンター機能の三つを目的に、堂山地区の商業施設利用者、これまで堂山に足を向けなかった層を対象層とし、コミュニティセンターとしての機能を果たすために手話教室などの各種教室、カフェなどのプログラムを立案・運営するなどの方針をとった。

2004年度初頭に毎週100名の利用者獲得をめざし、利用者数に限っていえば来場者総数5301名(月平均482名)となり目標はほぼ達成できた。2003年度と比較して稼働時間月平均は1.4倍、利用者月平均は1.9倍となり、着実に利用者が増加している。しかし来場者が頻繁であるために、相談の機能を果たすことが難しくなるなど、現有のスペースでは、稼働時間、利用者数ともにキャパシティに達し運営に支障をきたしている。

#### ②ゲイタウンデビュープログラム(STEP)

MASH大阪と未接触のクライアントを対象とし、MASH大阪のことを知ってもらい、他のプログラムに参加してもらえるようにすることを目標にした。雰囲気壊さずに啓発資材を渡すための「お土産セット(コンドーム2個、SaL+最新号、distaパンフ、チャット・梅毒薬)」を作り、毎回配布するなど、ステップ参加者の一部はdistaリピーター、他のプログラムへの参加、MASH未接触の友達をdistaに連れて来くるなどの成果があった。

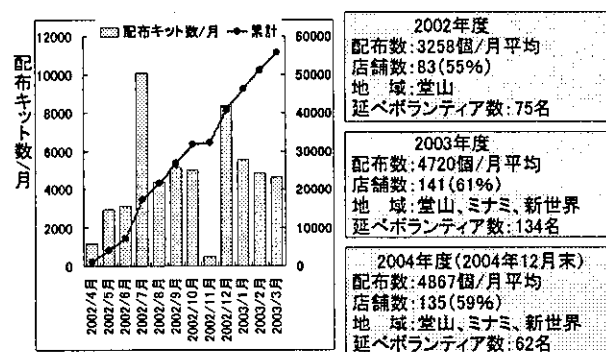
### 2) 資材を通しての間接介入

2002年度から新たなコンドーム大作戦 Part2を企画した。目的は、コンドームへのアクセス向上、コンドームへのイメージを変える(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こととした。啓発資材は、コンドームと潤滑剤をワンセットにしたもので、啓発色を抑え、持ち運びや

すさを優先した資材をメーカーと共同開発した。

年間5万個配布を目標に、堂山、ミナミ、新世界のバーや街頭でのアウトリーチを実施した。3年の間、目標数を配布し、コンドームのプレゼンスを高め、商業施設との連携を推進するなどの目標はほぼ達成した(図4)。このプログラムは目標をほぼ達成したこと、アウトリーチスタッフへの負担、コンドーム資材購入費等を勘案して本年度で休止する。

図4 MASH大阪のコンドームアウトリーチ実績



### 3) 直接介入プログラム

①月例STI勉強会[CHAT]は、延べ49名の参加者があった。②ハッテン場オーナー研修会には、8店舗から参加があり、5-meoなどの脱法ドラッグをテーマに情報提供、意見交換を行った。

### 4) 複合介入プログラム

#### ①コミュニティペーパー(SaL+)の配布

3年に渡るSWITCHのプログラムが終了した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が、新世界地区は一部の施設にとどまっている。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。2004年度の後半になり、セクシュアル・ヘルスに関わる情報の比重を若干高めた。商業施設のマップ、コミュニティ関連記事、HIV/STI関連記事、MASH大阪の還元情報を掲載し、月平均192店舗に5336部のSaL+を配布した。2004年秋に実施したフォローアップ調査の結果、SaL+の受取りと予防行動の関連が示唆された。

#### ②予防啓発イベント/Plus+

エイズおよびその他の性感染症に関して積極的に関心を持っていない人々に対して、テント・ブースの集合体による大きな意味での“お祭り”のイメージの中において、楽しい事とセットになったエイズおよびその他の性感染症に関する情報を、参加者が自然に受け取るしかけをつくり出す企画である。大阪市との協働で扇町公園にて開催した。Living Together 展、my first safer sex 展、エイズ予防財団、エイズNPO、陽性者団体、コンドーム企業のブース参加で、延べ2500名の参加があった。

③ホームページでの広報介入

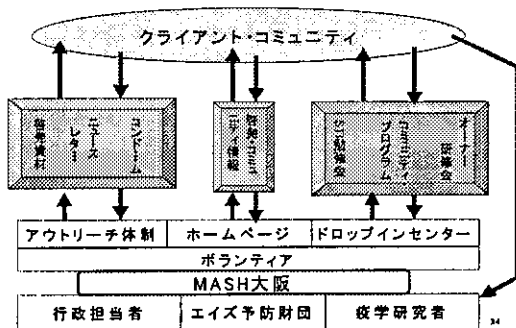
「MASH 大阪」と「dista」のサイトを立ち上げ、セクシュアルヘルスに関する情報は主に前者に、コミュニティ関連情報は後者に行っている。

5) 効果評価フォローアップ調査の実施

2004 年秋に実施した調査結果から、dista 認知率が2003年度の26%から44%に増加、SaL+入手率が38%から52%に増加、コンドーム使用率が3%～19%増加、コンドーム常用率が3%～5%増加、SaL+受け取り経験ありのクライアントのコンドーム常用率は受け取りなしクライアントのそれと比べて有意に高いことが示された。

MASH 大阪の発信する予防関連情報をクライアントコミュニティの隅々まで行き渡らせるためには、情報の流れ・ヒトの流れをより太く、より速くすることが必要であると思われる(図5)。

図5 MASH大阪の予防介入と連携



2003 年度、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が、2004 年度は複数の介入段階を含むプログラムを複合介入プログラムとして設定し、積極的な導入をはか

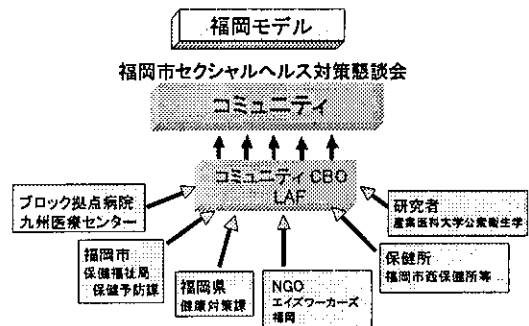
った。これは、クライアントコミュニティの構成員の大多数にとってHIV/STI 予防は第1 優先課題ではないので、予防のメッセージを前面に打ち出すのではなく、コミュニティ情報・エンタテインメント・アートなどでくるんで提示するのがより効果的であるとする戦略に基づいている。コミュニティペーパー配布は、クライアント集団における予防行動の推進に関連していることが調査で示唆された。大阪のこの変化はこれまでの5年にわたるCBOの工夫と持続的な取り組みによるものである。このことはMSMにおけるHIV感染対策の推進にはCBOの役割が重要であること、研究者、医療者、行政がそれぞれの専門性で役割を果たす連携が必要であること、そしてこれらの協働を長期的な展望をもって取り組む「対策事業」が必要であることを示している。

4. 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

山本政弘(国立病院機構九州医療センター)、LAF、他

地方都市では、地方出身者が多いこと、プライバシーの問題、コミュニティの未成熟性など幾つかの問題を抱えており、当事者参加型の予防啓発活動は存在せず、コミュニティに対して有効な予防介入が行われているとは言えない。本研究ではこの地方都市でもある福岡において当事者主体による啓発を開始するため、まず協力体制として行政、医療機関、研究者などの支援組織「福岡セクシュアルヘルス対策懇談会」(図6)を立ち上げ、支援体制を確立した上で、福岡のゲイコミュニティにおける当事者主体の啓発活動を行うCBO・Love Act Fukuoka(LAF)を結成した。

図6 福岡市セクシュアルヘルス対策懇談会 (福岡モデル)



この支援組織と CBO の結成、および活動の開始により、福岡地域においては初年度(2003 年度)から多くの啓発活動が行われ、実績を残すことができた。また同時に地方のコミュニティにおける性意識、知識、性行動、検査行動など調査解析も行った。都市部においては予防につながる検査機会拡大の目的に、検査イベントなどが行われているが、福岡のような地方都市では困難を伴う。そこで福岡地域においては行動環境の改善、検査アクセス改善の目的にして、より匿名性、利便性、恒常性が高く、地方都市で従来から機能している保健所において検査環境をより改善すべく、MSM への理解を高めるための研修を行った。

これまでに実施した主なプログラムを示す。

#### 1) 知識、行動変容への展開

##### ① Studio

コミュニティのコアメンバーを対象とする企画で、セクシュアリティ、感染予防に関する知識や情報の交換を目的にしている。

##### ② コミュニティペーパー「season」の発行

HIV/エイズ情報をコミュニティ情報にくるんで普及する季刊誌を作成した。全体の 80%に相当する 60 店舗に 2800 部/月を配布した。

##### ③ コンドームアクセス向上プログラム

コンドームのアクセスを容易にするためにオリジナルコンドームを福岡市内のバー53 店舗を対象にしたアウトリーチを開始した。1 回当たり 2200-2400 個を配布している。

#### 2) 若年層 MSM 向けの啓発(Colors)

2002、2003 年度に引き続き、他の啓発活動に興味を示さない若年層のゲイ・レズビアンに対する啓発イベントとして3回目のクラブイベント(colors)を実施した。地元若年層に人気の高いゲストのパフォーマンスを通じて啓発メッセージを伝え、啓発意識を高めることを目的としている。2004 年度はアンケート調査も同時に実施した。

#### 3) インターネット利用層への啓発

近年、ゲイバーやハッテンバ等の商業施設にアクセスせず、また若年者向けのクラブイベント等にも参加せず、インターネットのみにてコミュニティと繋がっている層の存在が大きくなってきている。この層に対するアウトリーチはかなり困難を伴う上、啓発情報も十分には伝わっていないと考えられる。そこでこれらの層に対する啓発活動を試みた。ホームページ広報によるLAF講習会(5回)を実施し、延べ24名の参加

を得た。

#### 4) 検査アクセスの改善

地方都市においては MSM が自らのセクシュアリティを開示することは極めて困難である。一方、福岡地区においてはおよそ9割の検査担当者が業務上、個人生活上、ともにゲイとの接触経験が無く、また HIV 陽性者との接触経験も少ない。このような状況下において効果的な介入が困難なばかりでなく、受検者に対する無自覚な差別的言動や過干渉が現実におこっており、コミュニティ内での MSM の被差別不安由来の行動規制を引き起こし、検査アクセスを阻害している。そこで、模擬クライアントによる模擬受検と評価、実際の検査担当者対象の MSM のセクシュアリティ理解を促進する研修を行った。

MSM のセクシュアリティ理解を促進する研修プログラムでは、開発に際し研修による改善目標を次のように設定した。①セクシュアルマイノリティの社会的脆弱性の理解、②セクシュアルヘルス概念の理解、③セクシュアルマイノリティにとって受検しやすい検査環境のビジョン、④セクシュアリティに関する基本的理解、⑤非指示的(Non Judgmental)態度の形成、⑥性行動の多様性の理解、である。

上記要素を 90 分の講義形式のプログラムとして構成し、これをセクシュアルマイノリティ当事者グループが実施・運営することによって、概念的理解に加え、人格のある存在としてのセクシュアルマイノリティとの接触体験を創出した。

##### 【実施内容】

- ①セクシュアルマイノリティの社会的脆弱性について
- ②セクシュアリティの概念とその多様性
- ③MSM のセクシュアルヘルスと抗体検査
- ④MSM の性行動を知る
- ⑤性行動の分析と理解
- ⑥Vulnerable Community への予防介入のあり方
- ⑦予防行動(性的健康増進の支援として)

研修参加者に対し研修前後に同一の質問を行いプログラムの評価調査を行った。(①差別偏見が改善された 43.5%、②指示的介入姿勢が改善された 28.3%、③セックスポジティブになれた 18.7%、④HIV/STI を自分の問題としてとらえることが出来た 7.4%)。

#### 5) ロールプレイを含めたワークショップ研修

保健福祉センターにおいて、模擬受検の結果を含め、ロールプレイなどを含めた実地研修を行った。クライアントの心理を習熟しつつ、クライアント本位の検査事業が行われるべく、研修を行った。

## 6) 知識・意識・行動調査

大阪等の調査内容を揃えて 63 名に実施した。年齢構成は前年度と同様、20、30 代が中心で、ほとんどが福岡市内または県内居住者である。最近利用した施設は、ゲイバーが多く、その他ハッテンバ等の利用もあるが、出会い系サイトの利用が多いのも目を引く。男性とのアナルセックスは 65%が行っており、22%はコンドームを使用していなかった。過去 6 ヶ月間におけるアナルセックスでは、特定相手、不特定相手共に半数以上は毎回コンドームを使用しているが、特定の男性との場合はやや頻度が落ちるようである。また、脱法ドラッグの使用もみられている。HIV 抗体検査は前年度と同様、およそ 30%が受検しており、多くは保健所を利用している。

## 7) 他地域への連携

行政、医療者、研究者による支援体制を当事者を交えて構築した福岡モデルについて、近年の感染者増が顕著な沖縄県において、関係者(行政、医療者、当事者)に紹介した。沖縄県は離島であるために MSM の中でも啓発情報が届きにくい可能性がある。またリゾート地として全国から訪れる者が多いという点もある。福岡モデルの提示を機会に、沖縄独自の対策体制の構築とその支援体制が望まれる。

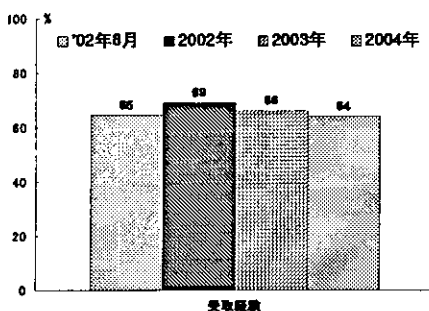
これらの活動は開始してわずか2年であるが、地方都市におけるゲイコミュニティに対する啓発普及のモデル、特に未成熟なコミュニティにおける啓発活動開始におけるモデルのひとつと言える。

## 5. 予防啓発の評価に関する研究

### 1) 大阪地区の介入評価

MASH 大阪では 1999 年から毎年 1 回クラブイベント参加者を対象にエイズ関連知識、検査行動、性行動、啓発資材の認知に関する調査を継続してきた。2004 年は、MSM607 人(平均年齢 28.8 歳)について

図7 コンドーム受取状況の年次比較(大阪)



分析した。2002 年から 2004 年の調査結果から、啓発ニュースレター SaL+ の受取率は 52%、啓発用コンドーム受取率は 61% で昨年と同率(図 7)、過去 1 年の HIV 検査受検率は 36% と昨年よりやや高いことがわかった。またコミュニティセンター「dista」は若い層の利用が高く、認知率も向上していた。

2004 年調査を、アウトリーチコンドームと啓発ニュースレター(SaL+)への暴露別に比較したところ、①啓発用コンドームの受取経験は過去1年以内の受検経験、感染リスクの自認、予防に関する知識との間に関連を認めたが、アナルセックス時のコンドーム常用やコンドーム購入経験とは明確な関連がなかった。②ニュースレター SaL+ の受取経験別ではコンドーム常用、過去1年以内の受検経験や医療機関での受検経験、感染リスクの自認、予防に関する知識との間に関連を認めた。③ニュースレター SaL+ 配布プログラムはコンドーム常用率に影響を及ぼす可能性が示唆された(図 8、9)。

図8 啓発ゴム受取別にみた正答率・認知度の比較

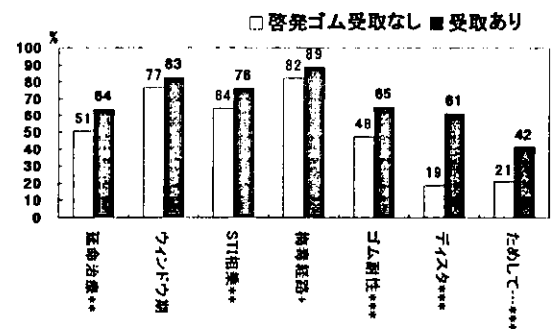
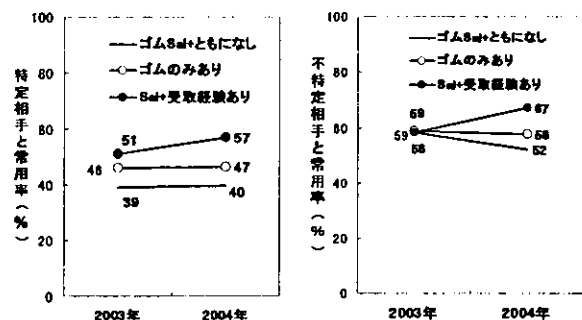


図9 コンドーム & SaL+ の受取経験別にみた常用率



### 2) 東京地域の効果評価調査

東京地域については 2003 年度末までに実施した調査の分析結果を報告する。首都圏の MSM に対する有効な HIV 予防対策の資料とするため、新宿の

イベントに参加した若い MSM を対象に、性行動や HIV に関する知識や意識、態度など基本的情報についての質問紙調査を行った。

イベント参加者は 1330 人、回答者は 574 人、分析対象者は 539 人であった。コンドームの使用頻度は年齢が高い人ほど多かった。商業系ハッテン場利用経験の有無別に知識、行動、意識を比較すると、経験あり群の方が予防知識の正答率や予防事業の認知率、アナルセックス時のコンドーム使用頻度、HIV 検査の受検者割合が多かったが、コンドーム使用がその場のムードや相手の見た目により左右されたり、STD の既往歴や HIV 感染の不安経験の頻度も多かった。また HIV 検査の未受検の理由として「結果を知るのがこわい」人が多かった。感染リスクの高い行動をとる人に対して、HIV 感染症や予防行動に関する正確な情報の提供が必要であると考える。

### 3) 東京、大阪におけるコンドーム常用率の変化

これまでに実施したクラブイベント参加者に対する質問紙調査から、アナルセックス時のコンドーム常用率の変化を観察した。大阪では 1999 年ベースライン調査から毎年 400-600 人の調査対象の調査協力を得ている。東京においても、2001 年、2003 年共に 500-600 人の調査協力を得ている。東京での予防

介入を評価するには、さらに多くの調査参加者が必要であると思われるが、コンドーム常用率は、大阪、東京共に上昇してきている(図 10、11)。

大阪では昨年から特定相手とのアナルセックス時のコンドーム常用率は上昇傾向にあり、本年度の調査からもその傾向が続いていることが観察された。また、本年度は、不特定相手とのアナルセックス時のコンドーム常用率にも上昇の傾向が示されている。大阪での MSM 対象の予防介入は MASH 大阪が中心に実施しており、他からの介入として考えられるものはゲイメディア関連のみと言える。おそらく、MASH 大阪の 2000 年から継続してきた活動の効果が 5 年目にして見られるようになってきたものと思われる。

大阪では、過去 1 年間の HIV 抗体検査受検率は、1999 年 19%であったが、2000 年から 3 年間実施した臨時 HIV 検査イベントにより 3 年目には目標の 30% 台まで上昇し、2004 年度の調査では 36% に達している。これは、おそらくニューズペーパー SaL+ での情報提供が影響しているものと思われる。この点に関しては、より詳細な調査が必要であり、今後の検討としたい。また、両地域共にインターネット出会い系サイトの利用が高く、特に大阪では昨年の同項目調査に比べて利用率が高まっていることが示された。新たな出会いの機会となるインターネット出会い系サイトの利用層についてその行動と予防啓発のニーズについて今後検討することが望まれる。

東京では当研究班の CBO 以外にも既存の NPO が啓発を実施しており、コンドーム常用率の変化は、これらの NPO などの活動の効果も貢献していると考えられる。Rainbow Ring が実施しているコンドームアウトリーチはこれまでに無い規模で取り組んでいるが、その効果に関してはさらに直接的に評価する調査が必要と思われる。

啓発普及プログラムとの関連や予防行動に関連する要因等をよりの確に把握すること、またクラブイベントの少ない名古屋、福岡において啓発効果を評価するには、新たな調査方法を検討することが必要と思われる。

図10 大阪/東京における特定相手とのアナルセックス時のコンドーム使用頻度

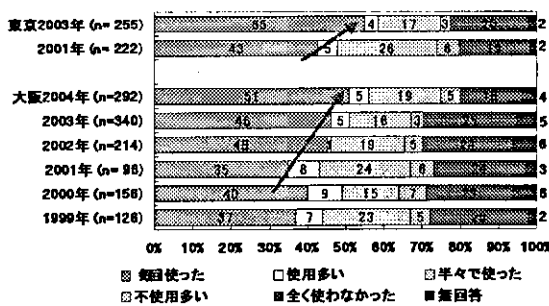
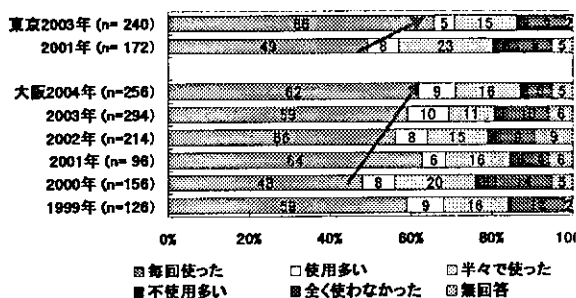


図11 大阪/東京における不特定の相手とのアナルセックス時のコンドーム使用頻度



## II インターネット利用層、HIV 検査受検者、保健所等におけるカウンセリング相談に関する研究

### 1. インターネットによる MSM の HIV 感染予防行動と心理・社会的要因に関する研究

日高庸晴(京都大学大学院医学研究科)、市川誠一(名古屋市立大学)、古谷野淳子(大阪府健康福祉部)、浦尾充子(千葉大学医学部附属病院)、安尾利彦(国立大阪医療センター/財・エイズ予防財団)、木村 博和(横浜市衛生局)、木原 正博(京都大学大学院医学研究科)

近年、インターネットを通じてセックス・パートナーを探すなどの傾向がみられる。これら MSM の特性の把握し、インターネットを通じた予防介入の試みが必要である。また、HIV 感染予防行動に関連する心理・社会的要因および MSM の生育歴の実態を把握する調査研究はほとんど行われていない。本研究では、インターネットを通じた情報提供や予防介入プログラム構築に資すること、インターネット利用 MSM の HIV 感染予防行動の実態やそれに関連する心理・社会的要因と背景を明らかにすることを目的としている。

これまでに男性とセックスの経験のある男性を対象として、Web 上に開設した本研究専用ホームページを介して無記名自記式質問票調査を実施した(実施期間:2003年2月28日~5月16日)。研究参加者には研究の目的と方法について Web 上で説明を行い、研究参加にあたっての同意確認を質問票回答前に行った。質問票の構成内容は、基本属性、インターネット利用環境、HIV/STI 一般知識、過去6ヶ月間のセックスやコンドーム使用状況、HIV 抗体検査受検状況や性感染症の既往歴、セックスに投影する心理に関する項目、5 種類の心理尺度などによって構成した。なお、自由記述式回答欄を通じて研究参加者の感想・意見を得た。

調査参加者 2062 人について詳細分析し、以下の結果を得た。

#### a) 属性

MSM 有効回答数 2,062 人のうち過去6ヶ月間における男性とのセックス経験割合は 89.3% (1,842 人)であった。研究参加者の居住地は東京周辺の関東地方で全体の 43%を占め、平均年齢は 29.0 歳 (SD =8.0)であり、最低年齢は 14 歳、最高年齢は 76 歳であった。年齢分布は 20 代から 30 代が全体の 8 割を占めた。自認する性的指向はゲイが 70.5%、バイセクシュアルが 20.8%であり、性的指向の親へのカミングアウト割合は 13.8%、友達へのカミングアウト割合

は 51.4%であった。

#### b) HIV/STI の一般的な知識の正答割合

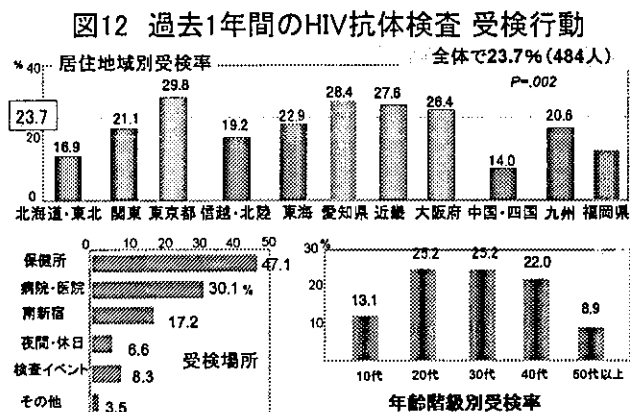
HIV/性感染症の一般知識の正答割合は 80%を越えていたが、「延命治療ができるようになったこと」(66.2%)、「性感染症にかかっていると HIV に感染しやすい」(56.0%)、および A 型/B 型肝炎の「ワクチンによる予防可能」(29.2~30.5%)の項目は正答割合が低かった。

#### c) 過去1年間の HIV 抗体検査受検状況

過去1年間における HIV 抗体検査受検割合は全体で 23.7%であり、居住地域と有意であった(P=.001)。東京都、東海地方、大阪府および近畿地方などの比較的都市部在住者の受検割合は 20%を超えており、他地域よりも高い割合であった(図 12)。地方都市においては MSM が受検しやすい環境や医療機関が十分でないことの現れとも考えられる。

また、受検割合は年齢階級とも有意であり(P<.001)、20~40 代の受検割合は 20%を超えていたが 10 代と 50 代以上は低かった。

HIV 抗体検査受検場所は保健所が最も多く(47.1%)、ついで病院・医院(30.1%)、南新宿検査・相談室(17.2%)、夜間・休日検査(6.6%)、検査イベント(8.3)の順であった。



#### d) 性感染症既往割合

これまでの性感染症既往割合は全体で 23.1%であり、居住地域と有意であった(P<.001)。東京都在住者(33.2%)、関東地方(21.8%)、大阪府(27.4%)の都市部在住者で高率であった。梅毒は 7.7%、淋病、B 型肝炎、クラミジア、HIV の順であった。HIV は 2.8%で、大阪や名古屋で実施した臨時検査での陽性割合とほぼ同値であった。

#### e) コンドーム使用状況

研究参加者 2,062 人のうち、過去6ヶ月間の男性と



の性交割合は 89.3% (1842 人)であった。このうち、HIV 陰性あるいは感染状況を知らず、かつ過去 6 ヶ月間にアナルセックスの経験があった人は全体の 65.3% (1,346 人)であった。この 1,346 人のコンドーム使用状況を年齢階級別に分析したところ、常用割合は 10 代が最も低く、年齢が上がるにつれて常用割合は増加傾向にあった (P<.001)。また、過去 6 ヶ月間のセックスの相手の人数別に分析すると、相手の人数が多い人ほど常用割合は高かった (P<.001)。

#### f) セックスに投影される心理とコンドーム使用の関連

過去 6 ヶ月間にアナルセックスの経験があった人のコンドーム使用状況に応じて、コンドーム使用群 (必ず使った + 使うことが多かった) と不使用群 (5 分 5 分の割合で使った + 使わないことが多かった) に二群化した。その結果、セックスに投影される心理に関する 5 項目 (「病気の予防も大切だけれど、予防以上に相手とナマでつながりたいと思うこと」「コンドームを使うと、気まずい感じになるのではないかと不安に思うこと」「セックスしてくれるなら、コンドームを使わないでもいいと思うこと」「好きな相手だから、コンドームを使いたくないと思うこと」「コンドームは相手との距離感を感じさせるものだと思うこと」とコンドーム使用状況は有意な関連があり、セックスに心理的なことを投影する人はコンドーム使用割合が低かった (P<.001)。

また、異性愛者を装う時の心理的葛藤を強く感じる人ほど、抑うつ、特性不安、孤独感が強く、セルフ・エスティームが低いこと、アナルセックス経験者の中で 5-meo 使用経験者はコンドーム常用割合が低いこと、62% が心理カウンセリング受診に関心があり、大半が性的指向についてもカウンセラーに話そうと思っているが、カウンセリング受診可能な医療機関に心当たりのある人は少ないことが示された。

## 2. HIV 抗体検査受検者に関する調査

### a.) 東京の定点医療検査機関におけるサーベイランス - 2003 年調査から -

小竹桃子 (東京都健康局医療サービス部感染症対策課)、前田秀雄 (同感染症対策課長)、山口 剛 (東京都南新宿検査・相談室)、橘とも子 (国立保健医療科学院)、市川誠一 (名古屋市立大学)

東京都南新宿検査・相談室 (以下当検査機関) の 2003 年の男性受検者数は、6576 人、2002 年 (5184 人) より 1392 人の増加となっており、土日検査を開始した効果が見られた。HIV 抗体陽性検体は 84 件 (1.28%) で、昨年 (81 件、1.56%) よりは低下していた。この陽性者に占める同性間性的接触の割合は、76

人 (90.5%、但し、感染症法報告分) であった (表 2)。

アンケート回答者 (8083 人) のうち、男性は 5599 人 (69.3%) で、そのうち MSM と考えられるのは、1527 人 (男性の 27.3%) であり、当検査機関が HIV 感染の早期発見の場として MSM に活用されていることが示唆される。

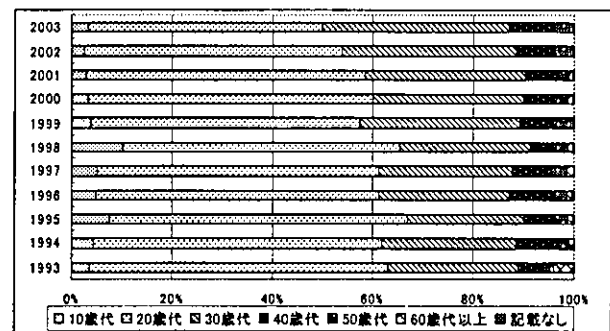
表 2 東京都南新宿検査・相談室における性別・検査数及び HIV 抗体陽性数・陽性率

	男						女			合計		
	検査数	HIV 陽性			検査数	HIV 陽性数	%	検査数	HIV 陽性数	%		
		数	%	同性間 (%)								
1993 年 (4 ヶ月)	1679	4	0.24	3(75.0)	803	2	0.25	2478	6	0.24		
1994 年	4975	12	0.24	9(75.0)	2172	2	0.09	7147	14	0.20		
1995 年	4041	15	0.46	11(61.1)	1659	0	0.00	5700	15	0.26		
1996 年	4617	27	0.60	23(85.2)	1885	2	0.11	6402	29	0.45		
1997 年	4428	35	0.79	29(82.9)	1705	5	0.29	6134	40	0.66		
1998 年	5108	40	0.78	31(77.5)	2706	2	0.07	7814	42	0.53		
1999 年	5693	44	0.79	32(72.7)	2725	5	0.18	8318	49	0.59		
2000 年	5873	46	0.78	41(89.1)	2586	2	0.08	8469	48	0.57		
2001 年	5693	87	1.18	54(78.1)	2291	4	0.17	7984	71	0.89		
2002 年	5184	81	1.56	68(84.0)	2184	1	0.06	7368	82	1.11		
2003 年	6576	84	1.28	76(90.6)	2742	3	0.11	9318	87	0.93		
合計	53663	458	0.85	377(82.3)	23459	25	0.12	77122	485	0.63		

MSM 受検者が当検査機関の存在を知ったのは、2002 年までは口コミが第 1 位であったが、2003 年はインターネットが最も多く (36.1%)、情報提供の媒体としてインターネットの認知度の高さがうかがわれた。

MSM の受検者の動向として、徐々に減少傾向であった 20 歳代が、今年初めて 50% を割り込み、代わって 30、40、50 歳代の受検者が増加してきた (図 13)。昨年と受検者数を比較してみると、10 歳代の受検者数の伸び (32 人 → 51 人、59% 増) が高く、絶対数として少ないものの、引き続き若い世代の MSM への当検査機関の周知を行う必要がある。

図 13 東京都南新宿検査・相談室の MSM 受検者の年齢層

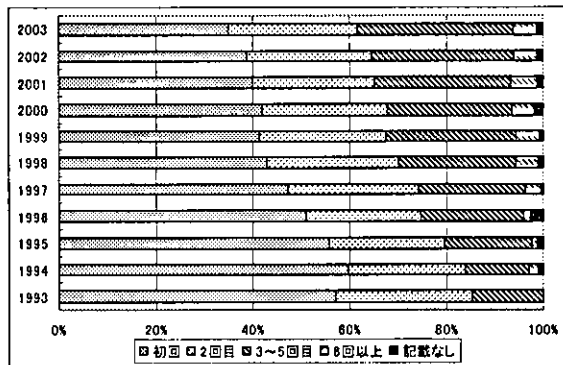


1993 年は 9-12 月分、1994 年は 1-3 月、9-11 月分

また、受検回数は、初回受検者が 35.5% と 2002 年よりもさらに減少し、3~5 回以上の受検者が 32.8% と増加している。今後初回と 3 回以上の受検者の割合

が逆転する可能性もある(図 14)。今後とも、抗体検査の意味、必要性を伝えるとともに、感染不安があれば初めてでも躊躇することなく受検し、複数回受検者には、感染リスクのある行動を繰り返すことのないよう、啓発を行うことが必要である。

図 14 東京都南新宿検査・相談室の MSM 受検者の受検回数



b) 大阪土曜日常設検査の受検者調査

岳中美江(名古屋市立大学大学院/CHARM)  
市川誠一(名古屋市立大学大学院)

MSM への予防介入による効果を受検行動の側面から評価するために、HIV 抗体検査機関における MSM の受検動向を把握し、MSM 受検者における予防行動の変化を捉える研究を検査機関と共同で実施した。大阪土曜日常設検査は、NPO 法人 CHARM が大阪府・大阪市から委託を受け、毎週土曜日午後 15:00 から大阪市北区堂山で HIV、性感染症検査を無料匿名で実施している。

この検査機関を本研究の対象に選んだ理由は、MASH 大阪が活動している地域に位置していること、MASH 大阪がこの検査機関を紹介していること、MASH 大阪が実施した臨時 HIV 抗体検査の終了後、まもなく検査を開始したこと、検査の体制(質的内容)が充実する工夫が見られること、受検者に対して質問紙調査を実施していること、などである。この検査機関での受検者動向を把握することで、おそらく MASH 大阪のクライアントの HIV/STI の感染状況や予防行動が観察できるものと思われる。

2002 年 10 月～2004 年 3 月末までの受検者総数は 1757 人で、その内質問紙調査の協力者 1550 人、MSM 回答数 261 人であった。HIV 抗体陽性と判定されたものの殆どが MSM で、質問紙調査の回収率から推定した MSM 受検者中の陽性割合は 5.1%であった。HIV 陽性者全員に HIV 専門の医療機関を紹介しているが、紹介医療機関への受診状況については、

確認体制が遅れたため 50%程度となっている。

MSM 受検者の年齢分布、居住地は、20-39 歳が 85%を占め、大阪を中心に近畿地域の居住者が殆どである。これらのことから、この検査機関は大阪における MSM に対して早期検査・医療の提供の場となっている。また、この検査機関では受検者に対して、相談体制をおき、希望に応じて予防介入を試行している。

MSM 受検者は検査の動機について、「ただ単に知りたかった」が MSM 以外の受検者に比べて低率であった(表 3)。一方で、「身近に感染者がいる」「定期的に受けている」が多いこと、これまでの HIV 抗体検査受検率、過去 1 年間の HIV 抗体検査受検率が高いことから、感染リスクを意識して受検している傾向にある。また、HIV 感染の可能性について、「可能性があると思う」は、MSM 受検者が 40.6%と MSM 以外の受検者 24.6%に比べて高かった。過去 6 ヶ月間の性交経験率は、MSM 受検者では 82.4%、その相手(複数回答)は、恋人や特定のパートナー 61.4%、バー/クラブで知り合った相手 44.7%、ネット出会い系で知り合った相手 27.0%、携帯出会い系で知り合った相手 16.3%であった。また、コンドーム常用率は、恋人や特定パートナーとでは 17.7%、その場限りの相手とでは 24.7%で低かった。

表 3 大阪土曜日常設検査における受検者の概要

	MSM N:261		MSM 以外 N:1289		合計 N:1550	
	n	%	n	%	n	%
受検動機(複数回答)						
体調が悪く不安	46	17.6	211	16.4	257	16.6
身近に感染者	35	13.4	38	2.9	73	4.7
新しい恋人できた	51	19.5	227	17.6	278	17.9
恋人と一緒に	26	10.0	124	9.6	150	9.7
妊娠した	0	0	6	0.5	6	0.4
ただ単に知りたい	100	38.3	660	51.2	760	49.0
定期的に受けてる	48	18.4	66	5.1	114	7.4
その他	18	6.9	148	11.5	166	10.7
過去の HIV 検査経験						
これまでに(生涯)	135	51.7	300	23.3	435	28.1
過去 1 年間の受検	87	33.3	155	12.0	242	15.6
過去 1 年の受検場所						
病院	10	11.5	44	28.4	54	22.3
保健所	28	32.2	52	33.5	80	33.1
市内夜間検査	17	19.5	24	15.5	41	16.9
MASH 大阪の						
SWITCH	25	28.7	10	6.5	35	14.5
その他	13	14.9	31	20.0	44	18.2

c)保健所におけるカウンセリング相談の実施に関する調査

浦尾充子(千葉大学医学部附属病院/京都大学大学院)、市川誠一(名古屋市立大学)

保健所での HIV 抗体検査時におけるカウンセリング体制について、MSM を対象とした検査でのセクシュアリティにかかわる課題を整理し、MSM にとって受検しやすい環境と検査時の予防介入のあり方を検討するために、当研究班の対象地域である東京近県、東海地域、近畿地域、福岡地域の保健所を対象にカウンセリング・相談の実施状況について調査した。

調査項目は、相談担当職種、検査時のカウンセリングの有無と時期およびカウンセリング実施内容、2003 年度の受検者数と MSM 受検者数、ハッテン場・タチ・ウケなどの MSM で使用される用語の認知である。

保健所におけるカウンセリング相談は、質問紙調査に回答のあった 205 保健所の殆どで実施している回答であった。担当は保健師 83.5%、医師 73.8%が圧倒的に多く、他に目立ったのは看護師 14.1%、獣医師・薬剤師 6.8%であった。臨床心理士・カウンセラーは 5 件(2.4%)と低い。ほかに事務職・主事等、NGO、助産師が 2-3 件の回答であった。陽性を医師が担当するなど、チーム対応の様子も伺われた。

相談カウンセリングの実施は、検査前 86.4%、検査後陰性告知時/告知後 84.5%とほぼ同率であった。陽性時の対応は 67.0%と陰性告知時よりも少ないが、陽性の場合に対応をしていないとは考えにくいので、記入者が担当していないと解釈して、回答が少なくなった可能性もある。

抗体検査に伴うカウンセリング時に尋ねている内容は、「受検動機」、「感染可能性の行動や不安」が主で、「行動の変容について」は半数が「実施していない」「あまり実施していない」の回答であった。性については、およそ 80%の保健所で「踏み込んで聞けない」、「聞きたくない」という現場の抵抗感が感じられた。MSM 受検者にとっての受検環境を改善するために、質的な内容を含む検査体制のワークショップ、セミナー等を実施する対策が必要と思われる。

2003 年度の受検者数は、1000 人以上の保健所が 1.5%(全市を回答してきたものを含む)、100 人~999 人が 38.8%、50 人~99 人が 22.3%、1 人~49 人が 35.9%であった。しかし、MSM 受検者の来場があったことを回答したのは 26.2%で、受検者数 1~4 人の回答が 17.5%と最も多かった。また、相談内容に「性的指向」を挙げた保健所は 20.4%で、MSM 受検者を

認知している保健所の割合とほぼ同率であった。おそらく、受検者の多くはセクシュアリティを表明せず(表明できず)に受検しており、検査担当者が気づくことが少ないものと思われる。

表 4 保健所におけるカウンセリング・相談について (回答数 206)

	n	%
相談担当		
保健師	172	83.5
医師	152	73.8
看護師	29	14.1
助産師	3	1.5
検査技師	9	4.4
心理職	5	2.4
NGO	2	1.0
その他	25	12.1
検査時のカウンセリング		
検査前の相談	178	86.4
検査時の相談	80	38.8
検査告知時の相談(陰性)	174	84.5
検査告知時の相談(陽性)	138	67.0
その他	6	2.9
受検者数(2003 年度)		
なし	3	1.5
1-24 人	40	19.4
25-49 人	34	16.5
50-75 人	31	15.0
75-99 人	15	7.3
100-124 人	19	9.2
125-149 人	13	6.3
150-999 人	48	23.3
1000 人以上	3	1.5
MSM 受検者数(2003 年度)		
なし	59	28.6
1-4 人	36	17.5
5-9 人	11	5.3
10-49 人	5	2.4
50 人以上	2	1.0
無記入	93	45.1
MSM 用語認知		
ハッテン場	114	55.3
タチ	100	48.5
ウケ	101	49.0
バック	89	43.2
ラッシュ	23	11.2
ノンケ	44	21.4

III. 国民向けエイズ広報の普及に関する調査  
市川誠一(名古屋市立大学)

近年の HIV 感染症の動向から、政府は様々な媒体を活用して、国民対象のエイズ予防啓発を広報している。これらの媒体による広報の普及効果を知ること、エイズ対策構築の基礎資料に資するものと考え、2002 年、2003 年と政府広報への接触経験を調査し、各種媒体による普及効果を分析した。調査対象は、満 16 歳以上の男女で、全国から 2000 人余りを層化 2 段無作為抽出法にて選び、個別面接聴取法により実施した。回収率はおよそ 70%であった。

エイズに関する情報源及び知識では、2003年調査ではエイズに関する情報源として、テレビが50.8%と最も多く、次いで新聞が31.8%であった。パソコンのインターネットは2.7%、携帯電話WEBは0.5%であった。エイズに関する知識で「日本でHIV感染者が増えている」と選択した者は62.5%、「性感染症に罹っているとHIVに感染しやすい」は15.1%であった。これらは2002年調査とほぼ同様であった。

エイズ広報をテレビで見た者は39.2%、電光板ニュース2.3%、街頭ビジョン3.1%、映画館3.2%であった。各種エイズ広報への接触経験では、2003年の広報の雑誌「smart」「JJ」の掲載広告を見た者は3.3%、見たような気がする7.6%であった。男女共にほぼ同率で、男性では20歳代6.0%、女性では16—19歳8.2%であった。雑誌「POPTEEN」の掲載広告を見た者は1.0%、見たような気がする3.3%であった。女性16-19歳が4.1%と最も高い訴求性が示された。

2003年広報の電車内広告(東京、大阪で実施)を見た者は5.2%、見たような気がする8.0%であった。「見たような気がする」を含めた接触率は関東19.2%、京浜22.8%と高いが、近畿は10.5%、京阪7.0%と低い。また、野外広告板を見た者は2.4%で、14大都市では「見たような気がする」を含めると10.5%であった。女性に比べて男性が高く、中でも16—19歳、20歳代、40歳代、50歳代で高い傾向にあった。

2003年に東京都はポスター(マサト)を広報した。これを見た者は3.9%、また別に広報した東京都ポスター(感染増加)を見た者は1.4%であった。いずれも京浜地区での接触率が高く、「見たような気がする」を含めると各々27.5%、8.7%であった。2002年、2003年のサッカー選手によるエイズ広報をテレビCMで見た者は2003年13.4%で、2002年とほぼ同率で、他の広報に比べて高い傾向にあった。特に、男性の接触経験が高かった。

2003年調査でエイズへの関心が有ると回答した者は54.4%で、最も多かった理由は「日本でも感染者が増えているから」が72.4%で、2002年と同様であった。また、「自分も感染する可能性があると思うから」は9.4%、「感染が不安になったことがあるから」は4.5%で、男女の若い層に高い傾向であった。

テレビは情報媒体として多くの人々が利用しており、政府広報の認知はこのテレビによるものが最も高かった。また、若年層向けの雑誌の広報は、その年齢

層において接触率が高く、また携帯電話による広報は少ない接触率ではあるが同様に若年層に高い傾向があった。HIV感染症の報告数が増加している今日、こうした広報は資金的に高額であるが、対象層を絞った媒体と内容で取り組むことも必要と考える。国民向けの広報に加えて、MSM向けの啓発はそのメディア等の協力を得て行うことも必要と思われる。東京都南新宿検査・相談室の情報源として雑誌の割合も高く、これはゲイ雑誌に広告を掲載していたことが関連しているものと考えられる。

#### D. 考察

厚生労働科学研究費補助金によるMSM対象の研究は1990年当初から取り組まれている。しかし、当事者と協力して予防に向けての取り組みは1996年のハッテン場でのコンドーム介入を試みた研究が最初である。当時のゲイCBOは研究者、医療者に対して不信感があり、当事者に配慮を欠いた研究や社会の偏見がこの不信感の誘引と考える。本研究ではゲイCBOとの協働関係を構築し、当事者による啓発資材の開発と普及活動を試行した。こうした取り組みは1999年以降に徐々に始まったものである。

この3年間で、当事者による啓発資材の開発やその普及方法はMSMへの訴求性が高いこと、商業施設に連携したアウトリーチプログラムはコミュニティ形成に関連しかつ啓発普及を推進する基盤となったことが示された。当研究班でこれらの成果を得たのはゲイCBOとの協働がもたらしたものである。

わが国のHIV感染者報告数に占める男性同性間の割合は過半数を超えており、特に15-24歳、25-39歳の年齢層で顕著である。東京では1996年以降にHIV感染者の増加が始まり、次いで大阪が1998年以降、名古屋が2000年以降に増加が顕著になっている。この傾向は、受検行動に関連していると思われる。今後他の地方都市でも報告が増加するものと推測する。地方でMSMへの予防介入事業を展開する際には、ゲイコミュニティが未成熟であることをふまえ、コミュニティ形成が同時進行するように配慮することも必要と思われる。

各々の地域で、CBOは商業施設と連携しながら啓発資材のアウトリーチを展開してきた。大阪では2002年から開始したコンドームアウトリーチが、年間5万個以上の配布を目標に実施し、3年間これを達成してきた。そして、MASH大阪が活動している地域に集まるMSMのほぼ60%が配布コンドームを受け取っている