

ことが3年間継続した。商業施設とのコミュニケーションもコミュニティ誌 Sal+の配布により推進し、また Sal+ は知識や検査行動、コンドーム使用行動に影響を及ぼしていることが質問紙調査から示された。

MASH 大阪の予防介入は1999年のベースライン調査でニーズを把握し、過去1年のHIV受検行動が19%、特にコンドームを全く使用しない者は9%と極めて低いことが明らかとなり、MSM対象の臨時HIV/STI検査を含めた総合啓発イベント「SWITCH」を2000年から3年間実施した。その結果、過去1年間のHIV検査受検率は目標の30%台に2002年には達した。厚生労働省エイズ動向調査によれば、大阪のHIV感染者報告数は男性同性間感染が1999年以降著しい増加を示しているが、おそらく検査行動の変化が影響しているものと思われる。今後もこの受検行動が向上していくことになれば、大阪ではエイズ発症後に感染が判明する患者報告数を減少させることが期待される。SWITCHを終了した後も過去1年間のHIV検査受検率は維持され、2004年度の調査では過去最高の36%となった。これはコミュニティ誌 Sal+に、研究班での成果(梅毒の感染状況など)や大阪土曜日常設検査を掲載紹介するなど、情報提供が貢献してきたものと思われる。

大阪でのこれらの変化は、これまでの5年にわたるMASH大阪の工夫と持続的な取り組み、そしてその効果を評価する調査を研究者と協働する体制を続けてきたことにより観察できたことである。このことはMSMにおけるHIV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展望をもって取り組む必要があることを示している。

東京では、新宿2丁目バー経営者と連携しバー利用者へのコンドームや他の啓発資材を配布するアウトリーチがデリバリー・ヘルス・ボーイ(通称、デリヘルボーイ)によって実施された毎週6~10人でアウトリーチを継続することは容易ではないが、協力店舗数は124軒から142軒に増え、4000~4500個/月を配布し、徐々にその活動が認められるようになった。ゲイ雑誌に特集記事として掲載されたことは、他の地域への啓発活動の認知を高める効果をもたらしたと考える。こうした活動を維持するには、人材リクルートに加え、ボランティア活動参加による個人経費負担を考慮することが必要である。

コンドームの無料配布はすべきかという議論もよく

あるが、日本ではコンドームは避妊具として認識されており、HIVや性感染症の予防のツールとしてそのプレゼンスを高めるという点では必要な方法と思われる。また、MSMへのコンドーム配布を積極的に展開したことはこれまでの研究では見当たらない。そして、東京での年間5万個配布は必ずしも十分な量とは言えない。

東京では、本年度新たに「HIV陽性者と共に生きる」をテーマにした啓発プログラム「Living Together計画」がNPO法人ぶれいす東京の発案に協働する形で進められた。このプログラムは陽性者の啓発への参加でもあり、MSM以外の層にも活用できる方法と言える。また、地方においても陽性者の生活や治療のことが理解される方法として活用できるものと思われる。

名古屋のHIV抗体検査会は受検者数が年々増加し、MSM対象の検査のニーズの高さが示されている。この検査会を繰り返し利用するリピーターも増えてきており、検査会の継続の期待も見られる。HIV感染対策としてみた場合、こうした臨時の検査会に依存するようになっていくことは必ずしも望ましいことではない。MSMが利用しやすくなるように地域の保健所等での検査環境を早急に整備していく必要がある。このためには、行政のHIV検査担当者がMSMとの接触機会を増やし保健所での対応について検討するための情報を得るなどが必要と考える。このことは保健所を対象にしたカウンセリング・相談の調査において、MSMとの接触があった保健所はほぼ20%であったことから、こうした公的機関でHIV検査にかかわる専門家の多くがMSMとの接触経験が無いことがわかる。地域のHIV検査担当者がMSM対象の検査会に参加することを試みることもMSMを理解する機会として必要なことと考える。公的な機関が担っているHIV検査体制を活用する上でもCBOと行政の連携が望まれる。

地方都市ではMSM対象のHIV/AIDS啓発は皆無に近い状態で、本研究班の福岡での試行は他の地域の事業モデルとなることが期待される。当事者CBOの活動を支援する連携組織として、HIV診療機関、保健所、福岡市、福岡県、他のNGO、研究者で構成する「福岡セクシュアルヘルス対策懇談会」が当初から発足したことは、行政や医療者の関わりを比較的容易にすること、また地域のMSMへの対策をCBOと共に検討することが容易になるなどが期待される。しかし、この体制を有効にするためには、それぞれの

参加者がその専門性をもって役割を果たすことが必要である。組織は機能しなければ、ただの図でしかない。福岡モデルでは、CBO が積極的に行政に連携をはかり、行政も地域の MSM への HIV 対策としてその役割を担い、また保健・医療者の専門性を活用するように連携組織が機能していくことになれば、その成果は MSM における HIV 感染対策として、より具体的なモデル提示ができるようになる。

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ている。本研究で実施したインターネット利用層への調査から、インターネットを通じた予防介入が必要であることも示唆された。わが国ではインターネットを介した予防介入およびその評価はまだ行われていない。この調査は量的にも多い質問数で、かつ心理的な側面の質問が加えられていた。にもかかわらず、2000 人を超える研究参加者があり、自由記述には研究への批判、期待、要望などが数多く寄せられていた。こうしたことは、この研究を通じて、HIV 感染のみならず、社会的な偏見、心理的側面も含めた医療環境の改善への取り組みが必要であることを表明しているものと考え。今後の HIV 感染対策を進めていく上で、この調査結果を多くの保健・医療者に示しつつ、有効に活用できるようにしていきたいと考える。

## E. 結論

### 1. 達成度について(自己評価)

年次計画はほぼ進行した。東京、名古屋、大阪、福岡の各 CBO は MSM が利用する商業施設等と連携してコンドームや啓発資材のアウトリーチを展開する啓発普及基盤を構築した。大阪では啓発資材のアウトリーチにより知識、行動への効果が見られた。

### 2. 研究成果の学術的・国際的・社会的意義について

ボランタリー・セクターとパートナーシップを構築して HIV 予防介入事業を展開した。そのプロセス、プログラム、アウトリーチ等の成果は MSM 対象の啓発方法等が把握できていない自治体へのモデルとなり、社会的意義が高いと考える。

### 3. まとめと提言

1) 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が示された。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も関連し、啓発普及を推進する基盤となった。

2) 東京、大阪、名古屋で MSM を対象にしたコミュニティセンターの運営がエイズ予防財団の事業として

試行された。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ことができています。

3) 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。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 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展望をもって取り組む必要があることを示している。

4) 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、その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。男性同性間での HIV 感染症は拡大しており、その対策には CBO の活動を維持する地域の事業施策が望まれる

5) 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ことが必須の要件と考える。

6) 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、感染拡大防止への対応が望まれる。

## F. 研究発表

主任研究者：市川誠一

(欧文)

1) Yutaka Matsuyama, Takuhiro Yamaguchi, Shuji Hashimoto, Miyuki Kawado, Seiichi Ichikawa, Tamami Umeda, and Masahiro Kihara: Epidemiological Characteristics of HIV and AIDS in Japan based on HIV/AIDS Surveillance Data: An International Comparison, The J. AIDS Research, 2004, 6(3), 184-193

2) Shuji Hashimoto, Miyuki Kawado, Yoshitake Murakami, Seiichi Ichikawa, Hirokazu Kimura, Yoshikazu Nakamura, Masahiro Kihara and Kazuo Fukutomi: Numbers of People with HIV/AIDS reported and Not reported to Surveillance in Japan, *J.Epidemiol*, 2004, 14(6), 182-186

3) Masahiro Kihara, Masako-Ono Kihara, Mitchell D. Feldman, Seiichi Ichikawa, Shuji Hashimoto, Akira Ebosida, Taro Yamamoto, Mitsuhiro Kamakura: HIV/AIDS Surveillance in Japan, 1984-2000; *JAIDS*, 2003, 32, s55-s62

(和文)

1) 日高庸晴、市川誠一、木原正博:ゲイ・バイセクシュアル男性の HIV 感染リスク行動と精神的健康およびライフイベントに関する研究、*日本エイズ学会誌*、2004、6(3)、165-173

2) 市川誠一:ゲイコミュニティとエイズ対策、*公衆衛生*、2003、67(12)、930-934

3) 市川誠一:MSM(Men who have sex with men)における HIV 感染予防介入プロジェクト MASH 大阪について、*日本エイズ学会誌*、2003、5(3)、174-181

4) 橋本修二、福富和夫、山口拓洋、松山 裕、中村好一、木村博和、市川誠一、木原正博:HIV 感染者数と AIDS 患者数のシステム分析による中長期展望の試み、*日本エイズ学会誌*、2002、4(1)、8-16

5) 木原正博、木原雅子、市川誠一:HIV 感染症の動向と今後の予測、*Modern Physician*、2002.03、22(3)、273-276

6) 市川誠一、木原正博、木原雅子、木村博和:HIV 感染症疫学の現状、*化学療法の領域*、2002、18(4)、495-501

7) 市川誠一、木原雅子、木原正博:エイズ啓発を振り返って、*日本性感染症学会誌*、2002、13(1)、26-31

8) 市川誠一:エイズ啓発を振り返って—予防の視点からの考察、*治療*、2002.7、84(7)、1915-1920

9) 山口拓洋、橋本修二、川戸美由紀、中村好一、木村博和、市川誠一、松山 裕、木原正博、白坂琢磨:エイズ治療の拠点病院における HIV/AIDS の受療者数、*日本エイズ学会誌*、2002、4(3)、91-95

10) 市川誠一、木原正博:感染者・患者動向からみた最近の疫学的感染状況、*INFECTION CONTROL*、2001、10(8)、18-23

11) 木原雅子、市川誠一、山本太郎、木原正博:HIV 感染拡大をどう阻止するか 2.日本人の性行動の現状と予防対策の戦略 —性的ネットワークと行動理論—、

*治療学*、2001、35(2)、85-88

12) 梅田珠美、木原正博、橋本修二、市川誠一、鎌倉光宏、嶋本喬:日本の異性間性的接触によるエイズの特徴—エイズサーベイランスによる英国および米国との比較研究、*日本公衆衛生雑誌*、2001、48(3)、200-208

13) 木原正博、木原雅子、市川誠一、山本太郎:感染症 Up to Date・61. ネットワーク化する若者の性行動と HIV/STD 感染リスク、*保健婦雑誌*、2001、57(6)、490-493

14) 市川誠一、木村博和、鬼塚哲郎、松原 新、佐藤未光、井戸田一朗:MASH による啓発活動、*総合臨床*、2001、50(10)、2805-2810.

分担研究者

内海 眞

(欧文)

1) Wada K, Nagai H, Hagiwara T, Ibe S, Utsumi M, Kaneda T: Delayed HY.1 Infection of T Lymphocytes from Therapy.-Naive Patients Demonstrated by Quantification of HIV-1 DNA Copy Numbers. *Microbiol. Immunol.* 48, 767-772, 2004.

2) Oki T, Usami Y, Nakai M, Sagisaka M, Ito H, Nagaoka A, Mamiya N, Yamanaka K, Utsumi M, Kaneda T. : Pharmacokinetics of Lopinavir after Administration of Karetra in Healthy Japanese Volunteers. *Biol. Phar. Bull.* 27, 261-268, 2004.

3) Hattori I, Ibe S, Nagai H, Wada K, Morishita T, Sato A, Utsumi M, Kaneda T : Prevalence of Infection and Genotype of GBV-C/HGV among Homosexual Men. *Microbiol. Immunol.* 47, 759-763, 2003.

4) Ibe S, Hotta N, Takeo U, Tawada Y, Mamiya N, Yamanaka a, Utsumi M, Kaneda T: Prevalence of Drug Resistant Human Immunodeficiency Virus Type I in Therapy Naive Patients and Usefulness of Genotype Testing. *Microbiol. Immunol.* 47, 499-505, 2003.

5) Ibe S, Shibata N, Utsumi M, Kaneda T: Selection of Human Immunodeficiency Virus Type 1 Variants with an Insertion Mutation in the p6gag and p6pol Genes under Highly Antiretroviral Therapy. *Microbiol. Immunol.* 47, 71-79, 2003.

(和文)

1) 金田次弘、内海眞:ウィルス耐性検査の方法の読

み方、治療学 35, 2001, 34-38

2)宇野賀津子、内海眞、沢田貴志、岩木エリーザ、吉崎和幸:日本における、在日外国人 HIV 感染者の医療状況と問題点 The Journal AIDS Research 3、2001、72-811.

鬼塚哲郎

(和文)

1)鬼塚哲郎:ゲイコミュニティへの予防介入事業、その現状と課題、日本エイズ学会誌、2004 年、6(3): 141-144

2)市川誠一、木村博和、鬼塚哲郎、松原 新、佐藤未光、井戸田一朗:MASH による啓発活動、総合臨床、2001、50(10)、2805-2810.

山本政弘

(欧文)

1)Masahiro Yamamoto, Ryusuke Nakao, Tomoya Miyamura, Hirotoishi Shimada, Eiichi Suematsu : Significant decrease in the serum haptoglobin level after the antiretroviral therapy in patients infected with human immunodeficiency virus-1, J AIDS Research 2003, 5(2), 71-75

2)Masahiro Yamamoto, Ryusuke Nakao, Yoshinori Higuchi, Tomoya Miyamura, Eiichi Suematsu: Sicca syndrome in patients infected with human immunodeficiency virus-1, Modern Rheumatology 2002, 12(4), 333-337

(和文)

1)中尾隆介、山本政弘、堀田飛香:HIV 治療遂行のためのモニタリングシステムの進展 HIV-1 逆転写酵素活性測定系確立の試み、医療、2004、58(2)、94-95

2)木村哲、福武勝幸、岡慎一、高松純樹、内海眞、白坂琢磨、藤井輝久、山本政弘:HIV 感染症に対する Amprenavir (KVX - 478:APV)の臨床試験成績、化学の領域、2002、18(8)、97-108

3)中尾隆介、山本政弘、福田光枝:遺伝子型薬剤耐性検査の改善の試み、医療、2002、56(12)、732-733

4)木村哲、満屋裕明、味澤篤、五十嵐謙一、伊藤章、岩本愛吉、内海眞、岡慎一、小池隆夫、白坂琢磨、高田昇、高松純樹、根岸昌功、日笠聡、福武勝幸、松下修三、安岡彰、山本直樹、山本政弘、山元泰之:HIV 感染症「治療の手引き」<第 7 版>、2003 年

11 月、HIV 感染症治療研究会事務局、東京

5)山本政弘:「HAART 療法の考え方と適応」、2003、Progress in Medicine 23(9)、9-13

6)鄭湧、池松秀之、山本政弘、干々和勝己、有山巖、李文、林純、白井洸、柏木征三郎:HIV 感染者に対する多剤併用療法による高ガンマグロブリン血症の改善についての検討、感染症学雑誌、2001、75(7)、535-540

7)吉崎和幸、小池隆夫、佐藤功、荒川正昭、河村洋一、内海眞、白坂琢磨、高田昇、山本政弘、上田良弘、小西加保留、宇野賀津子:日本のエイズ、その医療体制の現状と問題点、日本エイズ学会誌、2000、2(3)、205-212、

木村博和

(欧文)

1) Shuji Hashimoto, Miyuki Kawado, Yoshitake Murakami, Seiichi Ichikawa, Hirokazu Kimura, Yoshikazu Nakamura, Masahiro Kihara and Kazuo Fukutomi: Numbers of People with HIV/AIDS reported and Not reported to Surveillance in Japan, J.Epidemiol, 2004, 14(6), 182-186

(和文)

1)橋本修二、福富和夫、山口拓洋、松山 裕、中村好一、木村博和、市川誠一、木原正博:HIV 感染者数と AIDS 患者数のシステム分析による中長期展望の試み、日本エイズ学会誌、2002、4(1)、8-16

2)市川誠一、木原正博、木原雅子、木村博和:HIV 感染症疫学の現状、化学療法の領域、2002.4、18(4)、495-501

3)山口拓洋、橋本修二、川戸美由紀、中村好一、木村博和、市川誠一、松山 裕、木原正博、白坂琢磨:エイズ治療の拠点病院における HIV/AIDS の受療者数、日本エイズ学会誌、2002、4(3)、91-95

4)市川誠一、木村博和、鬼塚哲郎、松原 新、佐藤未光、井戸田一朗:MASH による啓発活動、総合臨床、2001.10.1、50(10)、2805-2810.

## 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

分担研究者 市川誠一<sup>1)</sup>、佐藤未光<sup>2) 3) 4)</sup>

研究協力者 今井敏幸<sup>2) 3) 5)</sup>、張由紀夫<sup>3) 5)</sup>、河邊宗知<sup>2) 3)</sup>、高橋長久<sup>2) 3)</sup>、橋本謙<sup>2) 3) 6)</sup>、木村博和<sup>7)</sup>

1) 名古屋市立大学大学院看護学研究科、2) MASH 東京、3) Rainbow Ring、4) 東京大学医科学研究所先端医療研究センター感染症分野、5) 財団法人エイズ予防財団リサーチレジデント、6) 都立農業高等学校、7) 横浜市衛生局

### 研究要旨

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。

- 1) 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。
- 2) 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。
- 3) STD 感染経路に関するワークショップ「MASHROOM」を 3 回にわたり実施し、希望者には予防相談員による相談を提供した。
- 4) 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。
- 5) 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。開設からの延べ来場者数は 10,844 名となった。
- 6) 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。
- 7) 「セーファーセックスキャンペーン」では、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+ステッカー) を配付した。
- 8) 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ついて、まずは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、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。3 年目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、商業施設に配布した。
- 9) 「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)。
- 10) My First Safer Sex 展は 30 人の「はじめてセーファ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。
- 11) 「Living Together 計画」は NPO 法人「ぷれいす東京」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バ) 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。

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や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。

## A. 背景と目的

厚生労働省エイズ発生動向における男性同性間の性的接触による HIV 感染者・AIDS 患者報告数はいまだ増加が続いており、特に、近年の特徴として、東京およびその近県での増加に加え、近畿ブロック（大阪）、東海ブロック（愛知）、九州ブロック（福岡）などの都市部での増加が目立ってきている（図 1）。これらの地域ブロックでの報告数は、2001 年末累計が 1998 年末累計のほぼ 2 倍を示しており、最近 3 年間での急増が示されている。また、市川ら、内海らは、東京、大阪、名古屋地域で MSM（Men who have sex with men）の HIV 受検者における陽性率は 2-3%であり、梅毒抗体陽性率も高いことから、HIV を含む性感染症（STI）に対する有効な予防対策が必要であることを示唆している。

HIV/AIDS および他の STI が MSM の間で流行してきた背景として、1) これまでの国民向けエイズ対策は MSM に訴求効果を示していない、2) これまでの MSM 向けの啓発資料開発や啓発普及は十分でなく、効果的なエイズ対策がない、3) 保健所等の無料 HIV 抗体検査・相談等の普及および受検者への性感染症予防介入が十分でないことがあげられる。

わが国の男性同性間の HIV/AIDS 流行防止に有効な対策を構築するには、1) MSM に訴求性の高い啓発資料および有効な普及方法の開発、2) 予防啓発が届きにくい、避けてしまう層に対して予防意識を啓発する資料とその普及方法の開発、3) ハッテン場等の商業施設におけるコンドーム使用を促進する効果的な啓発手法の開発、4) ゲイ・NGO 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行政-NGO 間の連携推進、6) HIV/STI 検査機会の拡大とセクシュアリティを解した受検時の予防介入方法の開発、などを早急に検討する必要があると考える。

本研究は、日本国籍男性の同性間性的接触による HIV/AIDS 報告数の過半数を占めている東京お

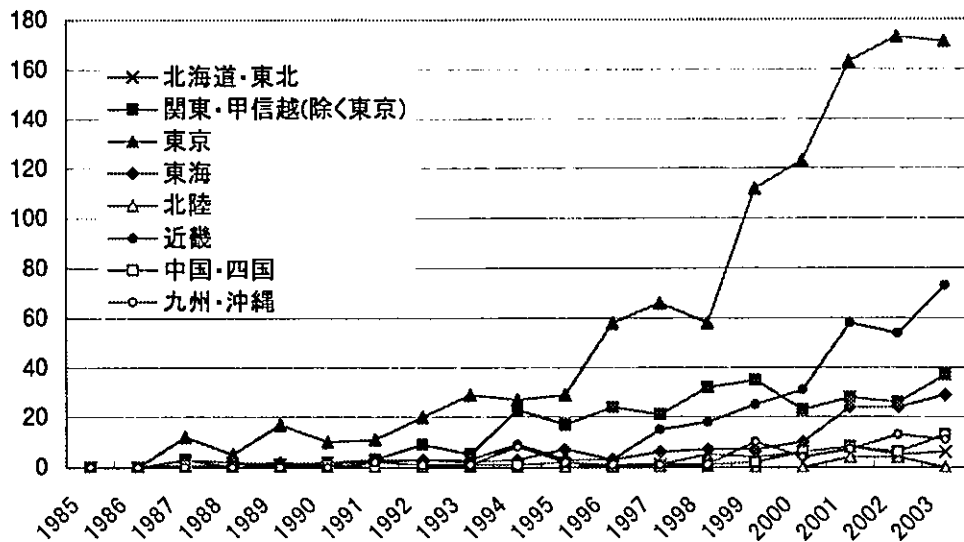
よびその近県地域において、MSM を対象とした HIV/STI 感染予防対策を推進すべく、訴求性のある啓発資料および実効的な普及方法の開発を目標としている。東京の MSM への予防啓発をコミュニティベースで取り組むために、当事者参加によるプロジェクトを構築し、コミュニティと連携した予防啓発活動を展開するための方法を模索した。

東京の中では、新宿 2 丁目を中心とした商業施設（約 300 軒のゲイバー、ゲイショップ、クラブ、ハッテン場など）が集積している地域（以下新宿 2 丁目）が、日本最大規模の地域型コミュニティとして存在している。新宿 2 丁目はゲイ・バイセクシュアル男性が集まり交流する場としての歴史も古く、現在でも一日に千人以上のゲイ・バイセクシュアル男性が出入りをしている。週末にはクラブイベントなども開催されるために全国からアクセスがある。ただし近年では、新宿 2 丁目以外にも商業施設が存在するようになり、主に上野・浅草地域、新橋地域、渋谷地域に集積している傾向にある。都内には約 70 軒のハッテン場が存在しているが、それらは点在している。また主なゲイ雑誌社も都内に存在しており、それらに対する効果的なアプローチは東京のみならず全国に波及する可能性がある。しかし一方でインターネットの普及などにより、地域型コミュニティやハッテン場やゲイ雑誌にアクセスせずにゲイ活動をする人も増加しつつあり、東京地域のゲイコミュニティといっても、その多様性は拡大しつつある。

HIV/AIDS や STI に対する認識（知識や情報、予防行動）は、以前から我々が行ってきた調査によると、一般の国民と比較すると高い傾向にあるものの、認識の低い層も高率に存在していた。特に若年層は認識が低い傾向にある。

以上から、東京のコミュニティの多様性や、HIV/AIDS や STI に対する認識の多様性を考慮しながら、効果的な予防啓発を推進するためのプログラムを実施する必要がある。

図1 日本国籍男性同性間HIV感染者の地域ブロック別・発生動向



## B. 研究方法

### 1. 研究体制

本研究を始めるにあたり、地域ボランティア、イベント関係者、メディアや商業施設等の従事者などからなる地域ボランティア団体（CBO）として Rainbow Ring を結成し、研究協力体制の構築を図った。各自が有するネットワークを活用しつつ、既存の団体や NPO、ゲイメディア、ゲイビジネス等の関係者から協力を得るなどによってネットワークを構築し、普及促進の方法を探ることにした。また、本研究で試行する啓発資材、普及方法の有効性についての評価は研究者が担当し、さらに地域での MSM を対象とするエイズ施策の継続性のために東京および近県の行政との連携を図ることにした。

東京における予防介入に関しては、2000 年から厚生労働省 HIV 社会疫学研究班 MSM グループ（分担研究者市川誠一）の研究において、MASH 東京が結成され、いくつかのプログラムが検討されてきた。MSM に対する予防介入に関する研究は、平成 14 年度から本研究班に整理されることになったため、これまで MASH 東京が検討し実施してきたプログラムを加えて、東京地域での予防介入について検討する。

また東京では、エイズが問題となった当初からゲイ NPO/CBO が様々な活動を展開してきている。本研究は、今なお増加が続いている MSM における HIV 感染に対して、新たにその予防啓発の促進を目標として実施するものである。これまでの既存

の団体の成果を損ねることなく、Rainbow Ring を通じてこれらの団体と協力連携しつつ予防対策の有り方を検討したいと考える。

### 2. 予防啓発計画

#### 1) Rainbow Ring による第 1 次予防啓発計画(2002 年)

ゲイコミュニティの様々な分野に従事する当事者との協力体制は、各自のコミュニティネットワークを活用した情報収集が可能となり、啓発資材やその普及方法についても多面的な視点から検討できるようになる。Rainbow Ring では図 2、図 3 に示すような啓発活動のプロセスをとった。そのコンセプトは、コミュニティ全体の啓発→施設との連携→施設利用者への啓発である。これは、1) 施設利用者への直接の啓発は施設との関係構築なしには困難である、また 2) 施設への直接の啓発は、場合によっては施設への風評（例えば、施設で HIV 感染が起こっているとのうわさ）を招くことが想定され、必ずしも施設の利点とならない。このため、MSM を対象とした HIV/STI 感染予防啓発を推進することの必要性をゲイコミュニティ全体に広報することを最初のステップとすることにした。その方法としては、ゲイパレードでの Rainbow Ring の広報、ゲイ雑誌による啓発の告知などが提案され、そこで提示する内容や資材、方法が工夫された。

具体的には、HIV 感染予防啓発を進める上で、①新たに HIV/STI 感染予防の活動をする Rainbow Ring について周知する、このため②オリジナルロ

ゴを作成し、ゲイパレードで広報する、③MSM における今日の HIV 感染状況をコミュニティに向けてその情報を提示する、④新たなイベントを企画するよりも既存のイベントと協力関係を構築することで啓発普及の効果を図る、⑤ゲイ雑誌への広告告知によりメディアを介したコミュニティレベルの広報を行う、⑥啓発資材はオリジナルのものを作成しその訴求性を図る、⑦コミュニティ全体への普及後にハッテン場等の商業施設を含めた啓発を開始する、などを計画した。

ハッテン場等の商業施設に対する啓発は、まずは経営者との協力関係が構築できるようにアプローチを工夫し、一部の施設に偏ることなく首都近郊の施設を全て網羅するように配慮した。

## 2) Rainbow Ring による第 2 次予防啓発計画(2003 年)

初年度に結成された Rainbow Ring は、コミュニティとの連携をさらに深めるために協力体制の構築を図り、コミュニティネットを活用した情報収集、啓発資材およびその普及方法の開発を検討した。そのコンセプトは昨年同様、コミュニティ全体の啓発→施設との連携→施設利用者への啓発である。MSM を対象とした HIV/STI 感染予防啓発を推進することの必要性をゲイコミュニティ全体に広報することを引き続き行い、さらに具体的なプログラムとして以下のことを追加して実施した。

①新宿 2 丁目のバー等の商業施設と協力連携し、コンドームアウトリーチを行う、②アウトリーチを実行するためにデリバリーヘルスポーイ（デリヘルボーイ）を結成する、③ハッテン場等の商業施設との連携として新たなプログラムを提供する、④コミュニティセンター「akta」の開設の周知を図り、その活用をコミュニティに提示する、⑤若年層を対象とした参加型ワークショップを akta で開催する、などを実施した。

## 3) Rainbow Ring による第 3 次予防啓発計画(2004 年)

平成 16 年度は Rainbow Ring の啓発普及活動のコンセプトである、コミュニティ全体の啓発→施

設との連携→施設利用者への啓発、を念頭に置きつつ、その三者がバランス良く実施されるように計画した。前年度に開設された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共に、コミュニティセンターとしての利用を推進することで、①HIV や STI 等の問題に無関心な層を引きつける、②ゲイコミュニティ内のキーパーソン（アーティストやモデル、ゲイビジネス関係者などコミュニティ内で活躍している人）とのネットワークを形成する、ための場として重要であり、活用を促進して認知を高めることを引き続きおこなった。また、「akta」を拠点とした予防啓発活動がコミュニティから「見える活動」になるように配慮しつつ、具体的には以下のプログラムを追加して計画し実施した。

①コミュニティセンター「akta」の周知を図り、利用を促進する、②コンドームアウトリーチのためのデリヘルボーイの活動を継続し、新宿 2 丁目の商業施設との協力関係を確立する、③ハッテン場等の商業施設との連携を継続しつつ、利用者への予防啓発をおこなう、④既存の NPO やキーパーソンとの協働による予防啓発活動の広がりを図る、などを実施した。

## 4) MASH 東京による予防啓発計画(2003-2004 年)

厚生労働省 HIV 社会疫学研究班 MSM グループから引き継いだ MASH 東京の予防啓発は、対象とする層に応じて「コミュニティレベル」「グループレベル」「個人レベル」の三段階によるアプローチを考慮してきた。しかしその「コミュニティレベル」の予防啓発は主に Rainbow Ring の活動に集約されてきたため、「コミュニティレベル」の予防に啓発された次の段階を想定し、より「個人的な」レベルでの比較的「専門的な」ニーズに応えるために、以下のプログラムを行った。

①情報提供型ワークショップの開催、②医療情報や検査情報をコミュニティへ周知する、③ワークショップにおいて予防相談を実施する、④検査機関と連携した予防相談の模索、を実施した。



図2 Rainbow Ring の結成と啓発活動のプロセス

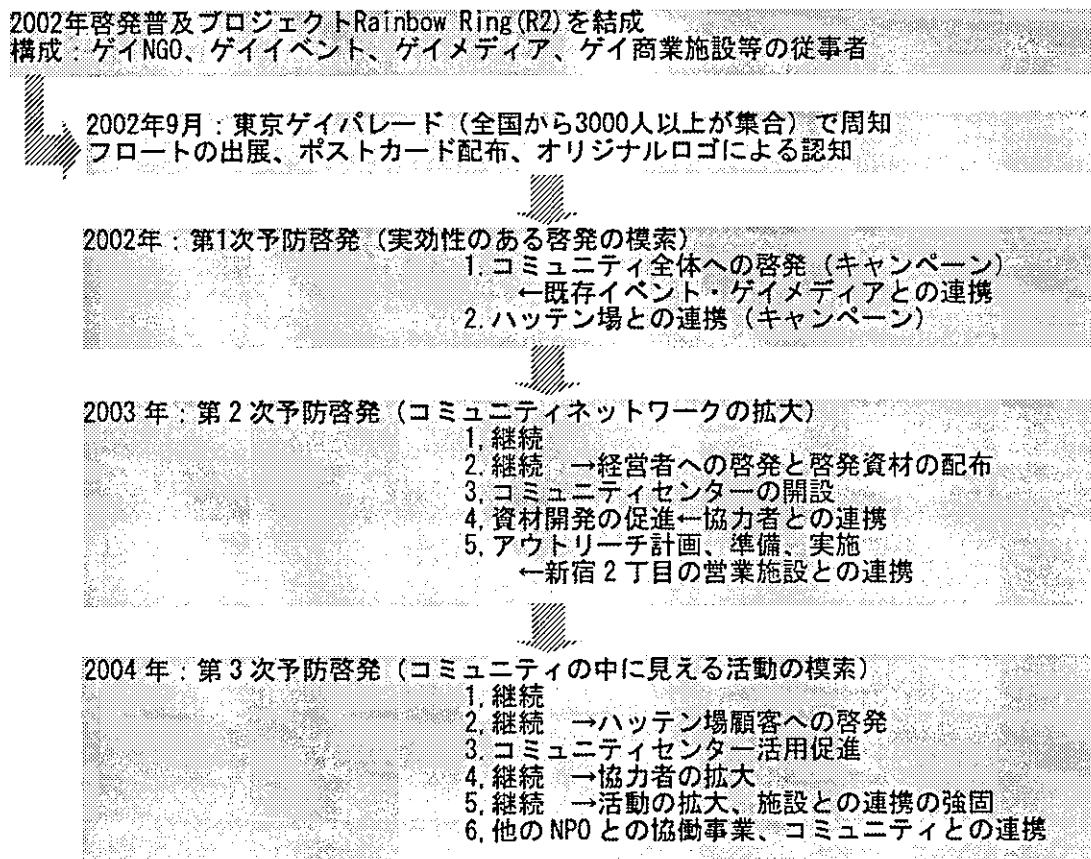
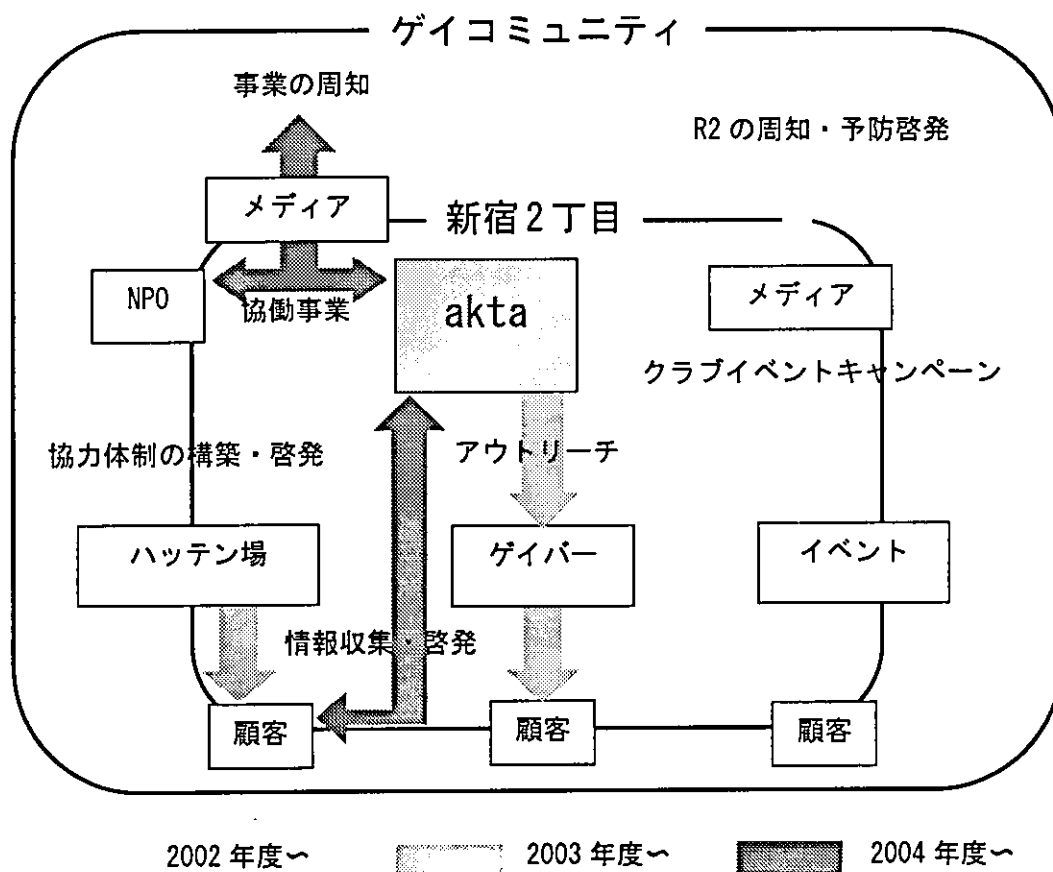


図3 Rainbow Ring による啓発活動プロセスの内容



### 3. 倫理面への配慮

男性同性愛者／両性愛者は、社会からの偏見・差別が強く、啓発活動を進める場合はこれらを配慮する必要がある。このため、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保ちつつ研究を進める。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ためには、バー、クラブ、ハッテン場等の施設の協力が必須で、研究の主旨等を説明し、施設経営者等との相互理解、信頼関係を構築している。

### C. 研究結果

#### 1. MASH 東京による予防啓発普及

##### 1) MASHROOM (ワークショップ) (2003 年度)

夏に 3 週間連続でワークショップを開催した。

MASHROOM 来場者数

第 1 回	7 月 19 日 (土)	来場者数 14 人
第 2 回	7 月 26 日 (土)	来場者数 4 人
第 3 回	8 月 2 日 (土)	来場者数 11 人

##### 2) 医療連携 (2003-2004 年度)

ゲイコミュニティにセクシャルヘルスの向上に関する情報を提供することを目的に、MSM のための医療や検査などに関する情報を掲載したフライヤー「S/H」を季刊紙として作製した。2003 年度に第 1 号と第 2 号、2004 年度に第 3 号と第 4 号を作製した。当初デザインを考えるにあたり、「持ち帰りやすいデザイン」に主眼をおいたため、第 1 号と第 2 号のデザインはあえて、「セックス」や「AIDS/STI」や「ゲイ」というイメージを全く含まないもの（内容をしっかり読まないとなが書

土曜日の夕方に 2 時間、前半に STD の感染経路に関するワークショップを行い、後半にゲストトークという形式で開催した。前半は毎回同じ内容とし、ゲストは毎回異なる方に依頼することで、違った客層を呼び込めることを期待した。広報はインターネット（ホームページおよび、MEN'S NET JAPAN: <http://www.mensnet.jp>、GIX: Gpress Index <http://www.gpress.com/> にバナー広告)、雑誌記事で行った。

ゲストによって集客効果や客層に変化が見られた。また当然のことであるが、集客が多い場合には、客層の知識や情報のレベルに差が見られたため、個人個人のニーズにも差が見られる傾向にあった。その場合には、ワークショップの内容に工夫が必要である、もしくは基本的な情報提供を必ず盛り込む必要がある。

いてあるかわからないもの)を採用した。一方第 3 号以降は、それまでのデザインに対する反響(何のフライヤーかわかりにくい等)を参考に、一見 AIDS/STI やゲイとは無関係に見えながら、インパクトのあるキャッチコピーとデザインを工夫した。

それぞれ、2 万枚ずつ作製し、デリヘルを通して新宿 2 丁目のバーに配布し、また、クラブイベントや各関係機関にも送付し、配布していただいた。

S/H 各号の内容

第 1 号	ゲイフレンドリーな医療機関の紹介
第 2 号	新宿近辺の検査機関の紹介
第 3 号	MSM における感染動向の説明
第 4 号	自宅簡易 HIV 検査キットの利点と注意点についての解説

##### 3) 予防相談 (2003 年度)

###### (1) MASHROOM における相談事業

MASHROOM において MASH 東京で研修を重ねた予防相談員を待機させ、MASHROOM 終了後に予防相談の希望者がいた場合に対応した。相談利用人数は 3 人であった。

###### (2) 日本心理臨床学会発表

2001 年度、2002 年度の新宿保健所主催「MSM 対象検査イベント」に予防相談員を派遣した。その経緯と効果について発表を行った。

###### 2. Rainbow Ring による予防啓発普及

###### 1) コミュニティレベルの予防啓発普及の始まり (2002 年度)

ゲイコミュニティ全体に予防啓発活動を推進する足がかりとして、ゲイ・バイセクシュアルを中心に 5,000 人以上の規模で開催される「東京レズビアン・ゲイパレード 2002」において、フロート(パレードを行進する山車)と、会場にブースを出展した。そこでは新しく決定した Rainbow

Ring のロゴを付記したポストカードに Rainbow Ring のコンセプトを記したものを配布し、同時にレッドリボンの配布などを行った。フロートでは既存のクラブイベントや人気のあるモデルにご協力いただくことで、当日は多くの参加者を得ることができた。ブースでは、Rainbow Ring のコンセプトに同意した NPO/NGO と共に、それぞれの団体の資材の配布等を行った。この事はゲイ雑誌などのメディアでも取り上げていただいた。これは、今後 Rainbow Ring が様々な方法で啓発普及をしていくことを、コミュニティに告知することを意図したものである。

次のプロセスとして、Rainbow Ring の啓発普及をゲイコミュニティ全体に周知していくために、既存のゲイ・ゲイミックスイベントと連携して啓発資材の配布を行った。12月の東京都エイズ月間とリンクして「セーファーセックス強化月間」を制定し、その間に開催されたクラブイベントにアプローチをした。これは行政のエイズ広報をコミュニティレベルでの啓発に活用したものである。協力をいただいたイベントは、ゲイ雑誌3誌に「協力イベント」として掲載され、うち1誌は、読者の目に触れやすい裏表紙にカラーページとして掲載された。つまり、ゲイメディアを介したコミュニティレベルの啓発となった。啓発資材はその訴求性を検討し、オリジナルの啓発カードと Condom (パッケージは4種) を考案した。啓発カードは MSM における感染の拡大について警鐘を鳴らす内容を記載し、Condom はゼリー付きで、パッケージは興味を持たれるよう4種とし、そろえてみたい図案を工夫した。これらの啓発資材は34 イベント会場で約9,000人に配布した。なお、協力をいただいたイベントは Rainbow Ring のホームページに掲載して謝意を示し、今後の連携継続を図った。このアプローチは以降、「セーファーセックスキャンペーン」として毎年行っている。以上のプロセスを経てコミュニティ全体への Rainbow Ring の周知を図った上で、次のハッテン場へのアプローチを開始した。

## 2) ハッテン場プロジェクト (2002-2004 年度)

(2002 年度)

初年度は東京圏のハッテン場リストを、ゲイ雑誌等の広告をもとに作製し、87軒に啓発協力を依頼し、68軒(78%)との協力体制を構築した。セーファーセックス月間に連動して施設利用者の増える年末年始を啓発時期とし、Condom+ローション+啓発ポストカードを3週間で約20,000セット配布した(アイラブハッテンキャンペーン2002)。啓発ポストカードは、ゲイ雑誌に掲載されたセーファーセックス月間のデザインと同じものを採用し、一つの大きなキャンペーンの一部としてハッテン場へアプローチをしていること

を強調し、ハッテン場に特化していないように配慮をした。啓発ポストカードには、ハッテン場を利用する立場から HIV/STI 感染予防へ向けての連携を呼びかける内容のメッセージが書かれている。協力施設については Rainbow Ring のホームページで紹介をした。このキャンペーンを通して、ハッテン場へアプローチする足がかりを構築することができた。

(2003 年度)

前年度に構築した足がかりをもとに、さらに施設との協力関係を強化するために、ハッテン場へのプレゼン的な資材の配布と、施設関係者への情報提供を中心としたアプローチを続けた。

### (1) 『つけてやろうぜ』ポスターキャンペーン (7月)

ハッテン場の雰囲気をも損なうことなく予防啓発メッセージを発信するために、色を抑えたモノクロ調のエロチックなイメージに、Condom を強調したデザインのポスターを2種作製した。シンプルな「つけてやろうぜ」のコピーと共に、ハッテン場利用客に視覚的にCondom を印象付ける狙いである。それぞれ1枚ずつを56件のハッテン場に配布した。

### (2) 『ま、いっかじゃ、ねえだろ?』ポスター (アイラブハッテンキャンペーン 2003年12月)

前回とは一転して、ハイトーン調で白地にモデルの肌の色が映える、さわやかなポスターを作製した。ゲイの間で人気のあるモデルが起用され、これも2種制作した。ハッテン場で多いリスクについて流されそうになった時に、「大事なのは自分」と気付いて欲しい、という願いが込められている。78件のハッテン場に配布した。

### (3) 『are you ready for SAFER SEX?』ビデオ (アイラブハッテンキャンペーン 2003年12月)

店内掲示用のポスターの他に、施設のモニターを利用したビデオ資材があってもいい、という発案から制作された。ハッテン場における資材に、既存のものにない新たな可能性を追求した。5分弱の「SAFER SEX」プロモーションビデオ。『ま、いっかじゃ、ねえだろ?』ポスターと一緒に78件のハッテン場に配布した

### (4) お茶会 (9/24)

ハッテン場経営者や従業員を対象に「お茶会」を開催した。

①ハッテン場での予防介入への理解を深め、抵抗感を軽減する

②予防介入の内容について意見を交換する

③親密な時間を共有することで信頼関係を築くことを目的にした。『つけてやろうぜ』キャンペーンの後に、後述の『脱法ドラッグ講習会』と同時開催した。参加者数は9人であった。

### (5) 講習会 (9/24)

ハッテン場が直面する問題の中からタイ

ムリーで話題性のあるものを提示し、参加者（オーナー及び関係者）の意識を高め、理解を深める目的で開催した。今回は最も行政の介入が懸念される問題ということもあり、ハッテン場にも流入する脱法ドラッグについて、新宿保健所から講師を招いて講演を依頼した。参加者数は9人。講習会の後、それまで雑誌広告に大々的に脱法ドラッグの使用を斡旋するかのような文言を使用していた参加店が、広告内容を改めるなどの変化を見せたほか、他店ではグループ全店で店頭・店内へのドラッグの持ち込み・使用の全面禁止を提示するなど、参加者の独自の取り組みが見られた。この「講習会」についてはゲイ雑誌でも取り上げられ、Rainbow Ring のハッテン場の経営に配慮した取り組みをアピールできた。商業施設への予防介入に理解を深める効果が期待できる。

(2004年度)

前年度は主に施設との関係性を築くことに重点を置き、ハッテン場経営側へのアプローチが中心であったが、2004年度はハッテン場顧客への直接的なアプローチを盛り込んだ。

(1) 『つけてやろうぜ』ポスター配布 (9月)

ハッテン場のエロチックなイメージや、セックスのイメージを損なわずに、視覚的にコンドームが印象付けられる狙いである。昨年度に引き続き第3段である。78軒のハッテン場に配布した。

(2) 講習会 (11/9)

今回も最も行政の介入が懸念される問題ということもあり「脱法ドラッグ規制について」と、「東京都の HIV 感染の状況」について、東京都福祉健康局から2名の講師をお呼びして開催した。東京都庁の会議室で開催し、各ハッテン場に案内状を送付して参加者を募ったが、参加者は3名であった。参加者の声は「大変に有効な内容だった」とおおむね好評だったため、広報の方法・開催場所・時間について再検討を要する。

(3) café hatten

ハッテン場やハッテンに関するテーマで参加者の意見を壁に貼ってもらい、それをもとに談話をするカフェ形式の座談会。7月より毎月第三土曜日に akta で開催した。フライヤーを作製し、ハッテン場の関係者から利用者まで幅

広く参加をよびかけた。参加者のアンケート記入により (5回の開催で57の回答)、ハッテン場に関するニーズや情報の収集をおこなった。参加者の意見や、アンケートの内容は、下記の「Fucks!」の題材に活用した。今後はインタビューなど実施して、さらにハッテン場に関する意見を集めていく予定である。

(4) 季刊紙「Fucks!」

ハッテン場の顧客を対象とした、ハッテンスマイルに関する情報誌。ハッテン場でのセクシャルヘルスの向上を目的に、café hatten で得られた情報や、把握できたニーズに応える形で構成している。第1号は1月中に、92店のハッテン場に25部ずつと、デリヘルで各店舗に2部ずつ配布した。

3) コミュニティセンター「akta」(2003-2004年度)

コミュニティセンター「akta」は、MSMを対象としたコミュニティベースの予防啓発普及の拠点を目的に2003年8月設立された。運営はエイズ予防財団の「男性同性間の HIV/STI 感染予防に関する啓発事業」を受託して Rainbow Ring がおこなっている。ゲイコミュニティに根ざした予防啓発活動をするために、また無関心層を呼び込むためにもアクセスのしやすさを考え、ゲイ商業施設等の集中している新宿2丁目に設立した。開設にあたり、入りやすくくつろぎやすい雰囲気を考え、また展示も可能なスペースとした。事務局員が連日交代で勤務し、年末年始を除く毎日16時から22時まで開場している。

akta は以下の活動をおこなっている。

- (1) 情報提供 (予防啓発に関わる情報およびコミュニティ情報)
- (2) リソースの開発・紹介
- (3) 啓発資材配布の拠点 (資材の作製・梱包・配送・アウトリーチ等)
- (4) HIV/AIDS に関わる人たちの利用 (ミーティングや研修など)
- (5) 学習の場 (ワークショップや講演会など)
- (6) コミュニティスペース (ドロップインスペース・展示スペース・打ち合わせやミーティングなど)

akta への来場者数の推移は以下のようである。延べ総来場数は10,844人であった。夏にイベントが多いため来場者数は増える傾向にある。

akta 来場者数

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
346	315	387	431	487	520	615	596	634	586	522	622	894	793	699	609	666	587	535

来場者に対するアンケートによる調査(2004年度回答数 275)は以下のものであった。

- ・10歳代後半から30歳代の来場者で95%を占め、40歳代まで含めるとほぼ100%である。
- ・ゲイ男性の来場者が70%で、その他はバイ・ヘテロ男性、レズビアン・ヘテロ女性および、決められない、で三分している。
- ・居住地は東京都が60%で、その近県からが30%である。
- ・認知はロコミが55%で最も多く、インターネット、ゲイ雑誌が続く。
- ・自由記述欄の内容では、aktaの雰囲気についての好感(落ち着ける・ステキ・清潔・親切・入りやすい等)と、再来場したいとの意志がほとんどであった。また、このようなセンターの存在を歓迎(有意義・生産的・コミュニティのために必要等)、啓発資材に触れたことへの感想(知識を得て良かった・知りたいことがわかった・はじめて知った等)、予防啓発活動への関心や応援(頑張る・自分も役に立ちたい等)も多く見られた。入り口のわかりにくさの指摘もいくつか見られたため、新たに看板の設置をおこなった。

資材の消費はコンドームが最も多く、月に50-100個の消費であり、その次に装丁がしっかりした読み物系のパンフレット(Living Togetherやmy first safer sexなど)が月に20-40冊ほど消費されていた。また、コミュニティ情報紙「二丁目瓦版」の消費も多かった。以下、「保健所案内」「カウンセリングの案内」「セーフターセックスガイド」「HIV陽性者の受診の手引き」「夜間検査室案内」などであった。消費が少なかったのは、「電話相談」の案内であった。

aktaは様々なミーティングや展示会などに利用されているが、aktaでおこなわれた主なものは、(2003年度)

- ・my first safer sex展(8/22-31)
- ・ゲイエロティックアート展(12/19-23)
- ・田口弘樹写真展〜Living Togetherの発刊を記念して(1/26-2/7)
- ・木村べん展(2/26-2/29)
- ・ジャンジ・荒木順展覧会〜yes future(3/28-4/4)(2004年度)
- ・北丸雄二講演会(4/11)
- ・新宮健治グループ展(5/20-30)
- ・にじ座談会(7/14、8/4、11、18)
- ・GUTS「ひまわり」上映会(8/21)
- ・Living Together展(LT計画)(8/22-9/5)
- ・ささやきカフェ(LT計画)(8/27、29)
- ・夏のテーブルトーク(LT計画)(8/25)
- ・竹之内祐幸写真展(9/16-30)
- ・下村しのぶ写真展(10/17-31)
- ・はばかりシネマ上映会(11/21-23)

- ・薔薇展(12/17-28)
  - ・イクときに見える風景画展(1/16-31)
  - ・moriuo展(2/14-28)
  - ・two of us〜織部桂積・新井利之二人展(3/6-12)
- である。展示をきっかけに多くのアーティストとRainbow Ringとのコネクションが構築され、活動に関わっていただけることが多いのは特筆すべきである。直接予防啓発に関わりのない内容の展示であっても、アーティスト自身が啓発資材や啓発活動に触れるきっかけとなっていると思われる。

来場者から相談があった場合には、aktaにある資材や、相談機関の紹介を原則にしている。相談内容として多いのは「HIV」に関して(特に「HIV検査機関」「HIV感染者自身のケア・サポート」「感染経路」「病気そのもの」「感染者周囲のケア」など)で、ついで「性感染症」(特に「検査機関」「病気そのもの」「治療方法と治療機関」「感染経路と予防」など)、「脱法ドラッグ」(特に「作用」「健康への被害」など)であった。最近の傾向として、感染直後の不安や医療機関についての相談、HIVの治療についてなど、個人的かつ専門的な相談が増えてきた。aktaの認知が高まると同時に、相談に対するニーズもより個人的・専門的になってくる可能性があると思われる。

#### 4) デリヘルプロジェクト

aktaの設立に伴い、コンドームアウトリーチを開始した。その主な目的は、新宿2丁目における各商業施設の顧客や従業員を対象として、コンドームをきっかけとしてAIDS/STIやセーフターセックスを身近に意識してもらうためである。新宿2丁目には、もともと自主的にコンドームの無料配布していた商業施設のオーナーによる団体「project com.」が存在していたが、各店舗へのコンドームの配布や、募金の回収に困難を来していたため、Rainbow Ringが人的供給およびコンドームの作製・提供をする形で、協働で行うことになった。

2003年7月からホームページとフライヤーを媒体としてアウトリーチボランティア「デリヘルボーイ」(delivery health boys)を募集した。デリヘルユニフォームを作製し、「かつこよさ」をアピールした。9月20日より毎週金曜日にコンドームの配布を開始した。「project com.」の代表が「2丁目振興会」の会長であり、2丁目振興会加盟店からアウトリーチを開始した。アウトリーチの初回はコンドームディスペンサーとコンドームを各店舗に配布した。以降はコンドームの補充と、破損したディスペンサーの交換を行った。

アウトリーチ回数は74回(イベントを除く)で、各回に配布したコンドームは878-2,640個(2004/11/5、12、19はコンドーム以外の資材を配布)、計96,320個を配布した(イベントを除く)。

配布したボランティアは各回 5-12 人であり、延べ 631 人であった（イベントを除く）。配布店舗数は1回あたり 122-145 軒で延べ 9,984 軒であり、徐々に増加傾向にあった。

表 デリヘル実績(2003年9月～2005年3月)

実施年月	配布 個数	デリヘル 参加人数	店舗数
2003.9	4098	16	258
2003.10	9009	37	611
2003.11	7377	29	502
2003.12	7668	33	507
2004.1	3142	21	386
2004.2	5610	32	527
2004.3	4624	27	539
2004.4	5610	44	678
2004.5	4771	40	537
2004.6	5020	39	543
2004.7	5875	42	674
2004.8	5697	30	547
2004.9	5011	38	552
2004.10	5046	43	699
2004.11	1666	37	576
2004.12	5190	46	575
2005.1	5424	37	567
2005.2	4612	34	565
2005.3	1480	10	141
合計	96930	635	9984

作製した Condom パッケージは全部で 27 種類である。ゲイ雑誌やフライヤーなどのイラストやデザインで有名なアーティスト、漫画家、写真家などにご協力をいただいた。うち 1 種類はイベントと協働して作製した。これはもともとイベントオーガナイザーから Rainbow Ring に寄付の申し出があり、その寄付金の活用法を検討した結果、オリジナルの Condom パッケージを作製する

ことにしたものである。イベントオリジナルデザインの Condom パッケージを作製し、そのイベントでの配布と Condom アウトリーチにも使用した。この方法により、そのイベントのボランティアを内外に示すことができ、しかもイベントの顧客に対してもアウトリーチができるという利点があった。同様の試みをゲイ雑誌一社ともおこなった。

デリヘル活動が定常的におこなわれることにより徐々に認知も向上し、店舗との交渉もスムーズになり、デリヘルボーイによる各店舗からの意見や情報の収集も見られるようになった。また、Condom 以外の啓発資材の配布も可能となった。

デリヘルプロジェクトはゲイ雑誌等のメディアでも取り上げられ、認知の向上と共に Rainbow Ring の広告塔となり、「見える予防啓発活動」を推進する上で重要な役割を担っている。

#### 5) go-com (2003-2004 年度)

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座談会形式の勉強会である。東京都の委託事業として開催した。

各回、スタッフ手作りの小冊子を配布し、決められたテーマに沿って自由に発言や意見交換をする時間と、STI についてスタッフからのレクチャーの時間を設けた。ゲイライフやセックスライフについて、自由に発言したり同年代の人の意見を聞くことで、自分で考えて判断する力をサポートすることが目的である。質問や、明らかに誤った情報が出たときは、医療スタッフが対応をした。広報はインターネットニュースやゲイ雑誌に掲載、フライヤー、またはホームページ上で行った。

日時	テーマ	今月の病気	参加人数
2003/7/12	彦星×彦星	梅毒	8
8/9	夏の野外はデインジャー	コンジローマ	10
9/13	室内レポリション 810	B 型肝炎	7
10/11	雄♂ドットコム	性器クラミジア	6
11/8	飲まんティック酔いどれモード	淋病	7
12/13	HIV	HIV	10
2004/1/10	紅白クラブ合戦	毛ジラミ	7
2/14	Love is Rainbow	性器ヘルペス	9
3/10	卒業	まとめ	22
4/10	初めまして go-com! です。	梅毒	12
5/8	5W1H	クラミジア	9
6/12	今度…生む	毛ジラミ	8
7/10	彦星×彦星	トリコモナス	11
8/14	夏の野外はデインジャー	コンジローマ	10
9/11	飲まーナイトタウン Feat 二丁目	B 型肝炎	9

#### 6) セーフーセックスキャンペーン (2003-2004年度)

12月1日世界エイズデーの前後1ヶ月間(2003年は11/25-12/24、2004年は11/26-12/25)に、都内で開催されたゲイおよびゲイミックスイベントにおいて、キャンペーングッズを配布した。2003年度のキャンペーングッズはポストカードとコンドーム、バッジのセット、2004年度はステッカーとコンドームのセットであった。セーフーセックスを随所で呼びかけるキャラクターとして「bumpy!」を採用した。配布方法はイベントで手渡すフライヤーセットに折り込んでいただいた。

2003年度は37のイベントで、3,090個のキャンペーングッズを配布した。また、「bumpy!」の着ぐるみを作製し、2つのイベントに着ぐるみとデリヘルボーイが出張して、500個のコンドームを手渡して配布した。

2004年度は33のイベントで、4,000個のキャンペーングッズを配布した。2つのイベントに着ぐるみとデリヘルボーイが出張して、610個のコンドームを手渡して配布した。

#### 7) My First Safer Sex 展 (2003年度)

akta オープニングに合わせて、展覧会「My First Safer Sex」展を開催した。これは松原新と張由紀夫が企画、制作した展覧会である。aktaでの10日間の展示をかわぎりに、神奈川県、横浜市、東京都などからも展示の依頼があり、随所で展示会を開催した。

「My First Safer Sex」は30人の「はじめてセーフーセックスを意識したこと(時)」について綴った文章とその人の顔写真がセットになったもので、「生」で「等身大」のセーフーセックスが語られる内容となっている。また、展示パネルを冊子にした資料を作製し、配布をした。

#### 8) Living Together 計画 (2004年度)

感染者との共生をテーマに、NPO法人「ぶれいず東京」が昨年度よりはじめたプロジェクトである。共生は予防においても重要なテーマである。今年度よりRainbow Ringも協働で進めさせていただくことになった。予防が感染者を排除することではなく、感染者と共に生きるという視点を持つためには、できるだけ感染者が身近に感じられる工夫が必要である。

- ・写真展および感染者のレターの展示(8/22-9/5)
- ・音楽イベントと、感染者やその友人や家族の書いた手記のリーディングの会およびカフェ等(8/22、25、27、29、9/4、5)
- ・Living Together Lounge(音楽とリーディングの夕べ):クラブイベント会場・ミュージシャン・ゲイ著名人とのコラボレーションで実現(9

月より毎月第3日曜日)

- ・バッジによるカンパ
- ・Living Together 冊子およびパンフレットの作製
- ・ホームページの作製(<http://www.living-together.net>)

#### 9) ホームページ (2002-2004年度)

MASH 東京、Rainbow Ring とも、独自のホームページを作り、運営している(<http://mashweb.com/tokyo/>、<http://www.rainbowring.org/>)。ホームページは予防啓発の情報提供に加え、我々の活動をコミュニティに紹介し、還元していくことを目的にしている。キャンペーンの告知や終了後の御礼、または入手した予防啓発の情報をアップしている。また、アクセス数を増やすために、リレーエッセイを載せたり掲示板を加えたりなどの工夫をしたり、リンクも受け付けている。

#### D. 考察

当研究ではこの3年間を通して、東京を中心とするゲイコミュニティに対して、訴求性の高い啓発普及のための資料や手法を模索してきた。東京のゲイコミュニティは、その規模の大きさや多様性については他地域の追随を許さない。しかし同時に、依然として日本のゲイ社会の中心地であり話題性にあふれており、ゲイメディアにおいても情報の発信地となっている。しかるに東京でのMSMに対する啓発普及が、日本全体のMSMに対する予防啓発にも大きな影響を与えることが予想される。

Rainbow Ringの前身はMASH東京の「ハッテン場プロジェクト」であった。もともとはハッテン場へのアプローチを目的としていたが、施設に対する直接的なアプローチが予防啓発に対する不信や不安をあおるものではないかということが憂慮された。そこで、新たにRainbow Ringを立ち上げ、参加者のネットワークを生かしつつ、まずはコミュニティ全体に対する予防啓発普及をおこなうことから始めた。

コミュニティ全体へアプローチするにあたっては、ハッテン場等の商業施設やイベント関係者、メディア関係、各種団体やCBO、コミュニティで活躍する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を構築することを第一義に考えた。それはそれぞれが顧客やクライアントを抱えており、コミュニティに広報するためのスキルを持っているために、協力を得ることでより広く訴求性のある予防啓発を展開できると考えられたからである。次に我々の活動がコミュニティから見えやすく、アプローチしやすい体制や内容であるように留意した。誰でも気軽にアプローチしていただくことができるように、興味や関心を

ひきやすく、敷居の低い活動を展開した。そのことで無関心層を引き寄せると同時に、キーパーソンとの交流や連携もしやすい環境になった。

活動1年目は、各NPO/CBOとの連携により、パレードでのRainbow Ringの予防啓発の周知から始まった。その後にはクラブイベントを対象とした「セーファーセックスキャンペーン」をおこない、その広報においてはゲイ雑誌等のメディアの協力も得られた。キャンペーンを通して、クラブイベントやメディアがセーファーセックスを応援している雰囲気コミュニティ内に形成し、Rainbow Ringがコミュニティ全体に予防啓発を推進していること周知した。

このことを前提として、ハッテン場へのアプローチを開始した。まず各ハッテン場へ直接電話、または訪問してアプローチすることで、我々の趣旨を説明し協力を仰いだ。初年度におこなった「アイラブハッテンキャンペーン」は、ハッテン場を応援しながらセーファーセックスを推進する我々の姿勢を示したものである。そもそも「コンドームはハッテン場や利用者が用意するものである」ということが我々の基本的な考えであるが、初年度はハッテン場へのプレゼント的な意味合いと、「セーファーセックスキャンペーン」との連動から、今回限りとしてコンドームセットの配布をおこなった。キャンペーンの実施を通して、キャンペーンに抵抗を示すハッテン場はほとんど無く、ハッテン場との連携体制の第一歩が構築された。何軒かのハッテン場からは積極的な協力の申し出があり、この問題への関心の高さがうかがえた。

初年度は当初から関わっていたデザイナーの協力のもとで、各種のロゴや訴求性のある啓発資材を開発することができた。予防啓発において、資材のデザインやコピーが非常に重要であることを認識した。

2年目には予防活動の拠点としてコミュニティセンター「akta」が開設された。aktaでは様々な啓発資材を用意して情報を提供し、同時にアクセスしやすい環境になるよう工夫したことで多数の利用が得られた。また、aktaは行政との連携の場にもなり、行政のサービスをコミュニティに還元する役割も担った。

コンドームアウトリーチは新宿2丁目の商業施設の協力のもとに9月から開始され、バー等の商業施設との連携も始まった。ボランティアスタッフを募集するにあたっては、若年層がやってみたくなるような「かっこいい」イメージを打ち出すために、ユニフォームやロゴの決定に気を遣った。当初アウトリーチは「2丁目振興会」の協力のもとにはじめたが、振興会以外の店舗にも徐々にアプローチを拡大していった。各店舗の反応はほとんどが好意的であった。コンドームパッケージで

は新しく連携できたデザイナーによるデザインもおこなわれた。

ハッテン場やクラブイベントとの連携も継続された。特にハッテン場にはRainbow Ringの認知が定着してきたと思われた。メディアではキャンペーンについて随時取り上げていただき、Rainbow Ringのアプローチがコミュニティに周知される手助けとなった。

aktaの開設はこうした活動の支えとなり、大きな原動力にもなった。aktaでおこなわれたMy First Safer Sex展は、異性愛の若者にもセーファーセックスを考えるという点で訴求性があり、行政との連携にも一役買った。

3年目はaktaを運営するにあたり、aktaに対する様々な期待やニーズが予想される中で、限られたスペース・予算・人的資源をより有効に活用することを念頭に置いた。特に「無関心層」を呼び込むことに重点を置き、開かれたコミュニティセンターとしての機能を充実させることを優先とした。ゲイコミュニティの中で活躍しているアーティストによる展示会を開催し、著名人と講演会や映画の上映会などを積極的に行った。これらの企画を通してキーパーソン自身も我々の活動に理解・興味を示し、図らずしも活動に参加する機会を提供することになった。展示をおこなったアーティストの何人かは、我々が啓発資材を作製するにあたって積極的にご協力いただいた。aktaは啓発活動とコミュニティとの連携の場となり、活動を広げていく役割を果たした。aktaの認知に伴い、より多くの人々が来場すると同時に、クライアントのニーズはますます個人的、かつ専門的になりつつある。クライアントのニーズに応えるためには、今まで以上の資材の準備と、医療・相談など各機関との連携が必要である。

コンドームのアウトリーチは若年層のボランティアスタッフが中心となり、1年以上毎週の無償の活動が維持できていることは予想以上の成果であった。多くのスタッフのモチベーションの維持は、バーなどへのアウトリーチが予想以上に楽しい経験となり、デリヘルを通してゲイコミュニティに参加できることに起因している。また、予防啓発活動に参加することが、彼ら自身も啓発される機会になっている。新宿2丁目の商業施設との連携はデリヘルプロジェクトを通じて形成されつつあり、今後は各店舗の顧客への認知の向上を図るために、アウトリーチする啓発資材の工夫や、各店舗へのアプローチ方法を工夫する必要がある。また、デリヘルプロジェクトはハッテン場プロジェクトともリンクして、ハッテン場へのアウトリーチや連携作りにも拡大していく予定である。

3年目からハッテン場の顧客へのアプローチが開始された。利用者は表に出づらい点からも、顧



客のニーズを探り効果的な資材の提供をすることは困難で、まさに手探り状態からはじめたところである。これまでに構築されたハッテン場との協力関係を活用し、有効な資材の提供を考案していく必要がある。

「感染者と共に生きる」をテーマにした Living Together 計画は NPO 法人「ぶれいす東京」がはじめたプロジェクトであるが、その後 Rainbow Ring も協力して「Living Together Lounge」を毎月開催している。これは、ミュージシャンとリーディングを依頼した著名人、イベント会場のスタッフとの共同作業で成り立っている。参加者にはセクシュアリティを超えて大きな感慨を与えており、既存のイベントが多い東京においてもこれは新しい形態のイベントであり、これからの認知とそれに伴う効果が期待される。

以上の3年間の活動を通して、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や信頼関係は、着実に形成されてきた。akta を拠点とした啓発ネットワークが拡大し、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。

今後も上記のネットワークの拡大を図ると同時に、それぞれの顧客やクライアントにアプローチする方法を共に考えることのできるような、より強力な関係性を構築することが必要である。また、医療や検査、相談、行政との連携を深め、啓発されニーズの出たクライアントを適宜つなげることのできるような体制の構築も必要である。

CBO の活動は、ほとんどが無償もしくは低賃金のボランティアの上に成り立っている。「予防啓発が重要である」という正論だけでは各自の貴重な時間やスキルを提供していただくことは困難であり、活動を通して得られる「モノ」が各自の財産になるように、活動を続ける上で十分に配慮していかななくてはならない。しかし、予防啓発は将来にわたって継続されるものであり、そのためには安定した活動が継続しておこなわれるための、社会的な基盤の保証が何よりも望まれるところである。

## E. 結語

東京地域の多様性に富んだゲイコミュニティに対する予防啓発を効果的におこなう方法を模索した。コミュニティベースでの予防啓発として、ゲイバーとの協力による Condom 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、ゲイコミュニティとの連携を推進した。その基盤として予防啓発のための拠点 akta の存在が大きく、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ていることが背景にある。さらに啓発活動を維持しているデリヘルボーイのアウトリーチは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 法人ぶれいす東京との協働などが、啓発普及を一層に促進するものとなっている。

## F. 発表論文等

(論文発表)

(欧文)

- 1) Yutaka Matsuyama, Takuhiro Yamaguchi, Shuji Hashimoto, Miyuki Kawado, Seiichi Ichikawa, Tamami Umeda, and Masahiro Kihara: Epidemiological Characteristics of HIV and AIDS in Japan based on HIV/AIDS Surveillance Data: An International Comparison, The J. AIDS Research, 2004, 6(3), 184-193
- 2) Shuji Hashimoto, Miyuki Kawado, Yoshitake Murakami, Seiichi Ichikawa, Hirokazu Kimura, Yoshikazu Nakamura, Masahiro Kihara and Kazuo Fukutomi: Numbers of People with HIV/AIDS reported and Not reported to Surveillance in Japan, J. Epidemiol, 2004, 14(6), 182-186

(和文)

- 1) 日高庸晴、市川誠一、木原正博：ゲイ・バイセクシュアル男性の HIV 感染リスク行動と精神的健康およびライフイベントに関する研究、日本エイズ学会誌、2004、6 (3)、165-173
- 2) 市川誠一：ゲイコミュニティとエイズ対策、公衆衛生、2003、67 (12)、930-934
- 3) 市川誠一：MSM (Men who have sex with men) における HIV 感染予防介入プロジェクト MASH 大阪について、日本エイズ学会誌、2003、5 (3)、174-181
- 4) 橋本修二、福富和夫、山口拓洋、松山 裕、中村好一、木村博和、市川誠一、木原正博：HIV 感染者数と AIDS 患者数のシステム分析による中長期展望の試み、日本エイズ学会誌、2002、4 (1)、8-16

(口頭発表) -国内

- 1) 佐藤未光、今井敏幸、張由紀夫、木村博和、市川誠一：コミュニティセンター「akta」の活動と利用状況について、第 18 回日本エイズ学会総会、2004.12、静岡
- 2) 張由紀夫、今井敏幸、佐藤未光、木村博和、市川誠一：コミュニティセンター「akta」の運営における工夫と課題、第 18 回日本エイズ学会総会、2004.12、静岡

## 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

分担研究者：内海 眞（高山厚生病院・名古屋医療センター客員研究員）

研究協力者：Angel Life Nagoya (CBO)

### 研究要旨

1990年代半ばから増加傾向になった日本における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ないと考える MSM の人たちが増え始めた。彼らは 2000 年 4 月に Angel Life Nagoya (ALN) と名づけた Community Based Organization (CBO) 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のである。当初両者の協働組織ならびに活動は自然発生的に造られまた行われたが、2002 年 4 月からは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。

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も 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。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おり、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多かったことが判明した。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。昨年 12 月 1 日の世界エイズデーの夜に、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、HIV 感染症の予防啓発とエイズで亡くなった方の追悼を目的として、集会とパレードを実施した。250 名以上の参加者があった。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好ましいことと思われる。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。

## A. 研究目的

1990年代半ばから増加傾向となった日本における男性同性間性的接触による HIV 感染は、名古屋地区では 1999 年頃から目立ち始めた。名古屋医療センター（当時は国立名古屋病院）の医療者はその当時から HIV 感染症患者に対する病院内での診療活動のみならず、MSM を対象にした予防活動もまた必要ではないかと感じ始めていた。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 MSM の人たちが出現した。彼らは 2000 年 4 月に Angel Life Nagoya(ALN)と名づけた CBO を組織し、MSM の視点と立場から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 を対象とした予防啓発活動を開始したのである。このように両者からなる協働組織とその活動は自然発生的であったと言える。ALN と名古屋医療センターの医療者による予防啓発活動は、2002 年 4 月からは本研究班の研究事業として位置づけられるようになった。

2004 年 1 年間のわが国における新規 HIV 感染症患者数は過去最高値を示し、かつ男性同性間の性的接触による感染が最も多い感染経路であった。この傾向は名古屋地区の多くの HIV 感染症患者が集まる名古屋医療センターでも同様で、名古屋地区においても男性同性間の性的接触による HIV 感染の広がりが顕著であり、HIV 感染の予防啓発対策の立案とその実践が重要かつ緊急の課題となっており、本研究はこの課題を追求することを目的とする。

本報告では、これまでの名古屋地区における MSM を対象とした HIV 感染の予防啓発活動の実際とその成果について記述する。

## B. 研究方法

本研究は、名古屋地区在住の MSM により

HIV 感染の予防と HIV 感染症患者のサポートを目的として設立された CBO である ALN と、名古屋医療センターの医療者からなる協働組織を形作って行われた。

研究方法は、MSM の視点から HIV 感染に有効と思われる対策をまず立案し、それを実践し、その後その対策の成果と有効性を判定するものである。有効性の判定は最終的には新規 HIV 感染症患者の減少の有無によってなされることになるが、研究の初期段階においては新規エイズ患者の減少の有無によってなされると考えられる。新規 HIV 感染症患者数の推移は名古屋医療センターの患者動向調査結果を用いた。

これまでに立案・実践してきた予防啓発活動は以下の通りである。

- 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

## C. 研究結果

### 1. 研究体制の構築

研究は ALN と名古屋医療センターの医療者との協働組織で行われた。ALN は多種職のメンバーからなる集合体で、バーのオーナーやマスター、デザイナー、音楽家、教育者、医療者、会社員等で構成されている。また、感染者もメ