

図 1

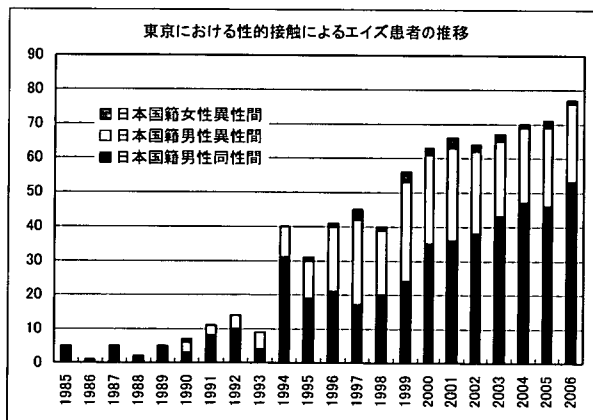
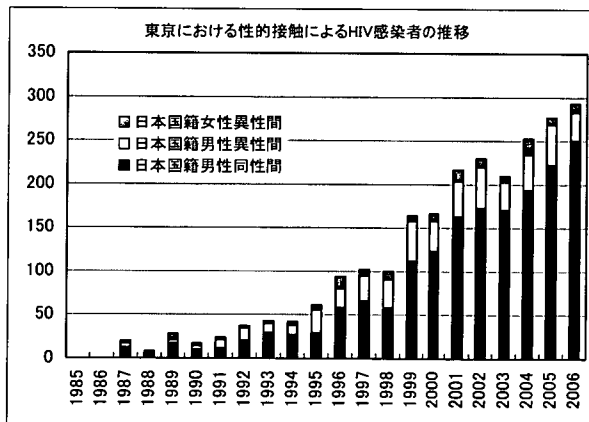


図 2

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。Rainbow Ring は啓発資材開発およびその普及を行うが、スタッフ各自がもともと有しているネットワークを活用しつつ、既存のゲイ NGO、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、予防啓発のためのネットワークを構築している。

Rainbow Ring は予防啓発活動の拠点として、新宿 2 丁目内にコミュニティセンター「akta」を設立し、運営している。「akta」は (財) エイズ予防財団の委託事業として設立された。

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っている。

東京では、エイズが問題となった当初からゲイ NGO 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。これまでの既存のゲイ NGO の成果を損ねることなく、Rainbow Ring を通じてこれらの NGO と協力連携しつつ予防対策の有り方を検討したい。

2. 予防啓発計画

2002-2004 年度 (第 1 期) は、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の当事者参加によるプロジェクトの構築、予防啓発活動の拠点としてのコミュニティセンター「akta」の設立、ハッテン場・バー・クラブイベントなどの商業施設との協力関係の構築、デザイナーや写真家・モデルな

どのキーパーソンとの協力関係の構築、行政・医療機関との協力関係の構築、他の NPO との協働の模索など、予防啓発のための体制作りを中心におこなった。さらにその体制をベースとして、MSM に訴求性のある予防資材・予防啓発プログラムを検討してきた。

2005 年度（第 2 期 1 年目）は、コミュニティセンター「akta」を予防啓発活動の拠点として、各商業施設やメディア、団体や行政、コミュニティ内で活躍するデザイナーや写真家・モデル・オーガナイザー・DJ などの各分野のキーパーソンとの啓発ネットワークが構築された。このネットワークを活用した予防啓発プロジェクトを推進することにより、訴求性のある啓発資材の開発と、その普及方法に一定の成果を得た。特に、感染者は可視化されにくいゆえに、ゲイコミュニティ内にもいまだに HIV に対する認識が低い層が存在する。その層に対するアプローチを意識して、「感染者との共生」を念頭に置いたプロジェクト「Living Together 計画」をぶれいす東京と協働で展開した。また、若年の MSM が予防啓発活動にボランティアとして参加することで彼ら自身が啓発され、自発的に活動に関わる人材を育成する体制を作ってきた。

2006 年度（第 2 期 2 年目）は前年度の活動の継続と充実と拡大を図った。「akta」の体制を強化し、各種のワークショップや講習会を開催して、多種の層を呼び込む工夫をした。アウトリーチは新宿二丁目に加えて、都内のハッテン場にも配布する体制を構築した。行政との連携においては、継続的に検査情報の広報に協力するなどの体制が作られ、また啓発イベントへの資材の提供や貸し出し、啓発手法の相談なども行った。「Living Together 計画」も継続し、パレードでのフロートの出展やホームページの充実などによって認知の拡大も図った。

2007 年度（第 2 期 3 年目）は前年度までの活動を継続と充実を図りつつ、予防啓発内容

および啓発普及体制についての評価を行った。具体的には以下の項目を計画した。

- 1) コミュニティセンター「akta」の周知、運営と活用を継続する。
- 2) コンドームや啓発資材のアウトリーチのためのデリヘルボーイ（新宿 2 丁目）およびアダルトデリヘル（都内ハッテン場）の活動を継続する。
- 3) デリヘルボーイによるアウトリーチを行っている各商業施設にインタビューを実施し、アウトリーチプログラムの質的評価を実施する。
- 4) デリヘルボーイを中心としたボランティアスタッフの研修を行う。
- 5) 若年層やゲイコミュニティへのアクセス初心者を対象とした、ワークショップを継続する。
- 6) HIV/STI に限らず、ゲイライフ全般から問題点を挙げた講習会を開催する。
- 7) 行政との連携を継続し、検査等のサービスを周知させる。
- 8) 「Living Together 計画」を継続し、他地域への拡充を実施する。
- 9) 予防への動機づけされた人が利用できる資材を作製する。
- 10) 作製してきた資材の訴求性について、対象グループの分析をおこない、適合性について検討する。

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. コミュニティセンター「akta」

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」を受託する形で 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、アクセスのしやすさを考えてゲイ商業施設等の集中している新宿 2 丁目に設立し、入りやすくくつろぎやすい雰囲気第一を考えた。また展示会やミーティング、講演会なども開催できるコミュニティスペースとして運営し、認知の向上と来場者の増加を図った。事務局員が 2 名連日交代で勤務し、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。

- ・ 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）
- ・ リソースの開発・紹介
- ・ 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）
- ・ HIV/AIDS に関わる人たちの利用（ミーティングや研修など）
- ・ 学習の場（ワークショップや講演会など）
- ・ 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利用など）

1) 来場者の動向

今年度の akta への 1 日平均来場者数の推移は以下のようなものである。夏から秋に来場者が多く、4 月、8 月、11 月頃にピークがある傾向は例年どおり。初来場者は平均すると日に約 2 人で、昨年度とほぼ変わらない。

表 1. 「akta」1 日平均来場者数と前年度差(人)

	1 日平均来場者	前年度との差
4 月	29.1	-6.0
5 月	24.8	-2.9
6 月	29.5	-2.7
7 月	34.1	+4.9
8 月	40.0	-1.9
9 月	30.3	+1.6
10 月	33.5	+7.5
11 月	36.4	+3.9
12 月	35.0	+0.3
1 月	27.1	-5.4

2) akta の利用状況

akta は様々なミーティングや講演会、展示会などに利用されているが、今年度公開としておこなわれた展示会・講演会は以下の通りである

- ・ ノリ助のともだち展（4/23～4/29）
- ・ 鈴木猛利展（書の展覧会）（6/18～6/24）
- ・ Rainbow Arts Pre Exhibition 2007 PART II “Let’s Talk About SEX”（7/16～7/22）
- ・ 風太郎写真展&グループ展「Collaboration Poe 夢」（7/28～8/5）
- ・ ぼくたちの未来展（8/6～8/12）
- ・ OUR DAYS 展（8/25～9/2）
- ・ Robomi OS 展（7/3～7/16）
- ・ 鶴羽正高展覧会「El Amor Shinjuku」（9/3～9/9）
- ・ 「新宿情景」S-1 exhibition（9/10～9/16）
- ・ 旭能司展「涙」（9/17～9/30）
- ・ 鎌田のぶあき作品展「小窓から覗き見」（10/1～10/10）
- ・ 田口弘樹写真展「初戀」（10/15～11/4）
- ・ 「OUR DAYS DIARY」展（12/1～12/16）
- ・ 新宿区エイズ・性感染症講演会（12/10）
- ・ ミニ講演「ホモセクシュアルからクィアまで」（12/15）
- ・ デリヘルボーイズ展（12/17～12/28）

- ・デリヘルシンポジウム (12/22)
- ・「Walking Together」展 (1/7-1/20)
- ・「Voice from Sex work exhibition」展 (1/22-2/3)
- ・Rainbow Ring 5年間のあゆみ (2/18-3/2)

また、定例的に、手話教室、韓国語講座、中国語講座、AGP マンスリーセミナー、AA (アルコール依存症からの回復) ミーティング、句会などに利用していただいている。

今年度も展示をしていただいたことをきっかけに、何人かのアーティストに Rainbow Ring の活動に関わっていただけるようになった。展示の内容が直接 HIV 予防啓発に関わりなくても、アーティストが啓発資材や啓発活動に触れるきっかけになっていると思われる。また、以前から予防啓発に関心があったアーティストにとっても、関わる機会を提供していると思われる。Rainbow Ring が作製したコンドームや各種パンフレットなどの資材のデザインなどは、展示をきっかけに Rainbow Ring の活動に関わるようになったアーティストに依頼している。

今年度は非常にミーティングの利用が増加した (月平均 25 回、前年比で倍増)。Living Together 計画 (後述) に関わるミーティングや、戦略研究に関わるミーティング、行政関係者とのミーティングなどにも利用され、Rainbow Ring 内でも各プロジェクトのミーティングが多くもたれるようになった。

3) 相談

来場者から相談があった場合には原則的に、akta にある資材や相談機関を紹介している。現在、月に 2-7 件の相談があり、相談内容として多いのは「HIV 感染症」に関して (主に「検査機関」「感染不安」「医療機関」「知人に感染を告白された」など) で、ついで「セクシュアリティについて」であった。資材については検査や病院、性感染症などの情報を充実させている。感染不安などについてはカウンセリングができないことを了解の上、傾聴

するに留め、誤った知識については適正な情報を提供するように努めた。

4) マンスリーakta

akta より情報紙「マンスリーakta」を毎月発行しており、デリヘルなどの各アウトリーチ活動、イベント折り込み、店舗での発送商品への折り込み、保健所や医療機関への発送などを通じて配布している。紙面が拡大し、akta のスケジュールや催し物の情報に加え、コミュニティ情報、医療や検査情報、Rainbow Ring の予防啓発活動の紹介が充実した。内容の増加に伴い、編集会議が定期的に行われている。記事の執筆や取材においては、コミュニティとの連携を念頭に行っている。表紙にはいろいろなタイプの顔写真を配し、様々なターゲット層に読まれるように配慮している。毎月 5,000 部発行している。

5) PRHYSM

企画者である DJ ユメと毎回変わるゲスト DJ による音楽を楽しむイベントである。目当ての DJ を求めてイベントに参加するような「クラブ好き」の人達をターゲットに、akta の認知を広げるために企画された。また、DJ にとっても普段クラブに行かないような人達に対して、クラブの楽しさを伝え、自分の音楽への関心を高めてもらうための機会となっている。クラブイベントでは DJ は重要なキーパーソンであり、クラブイベントへのアプローチをしていく上で、DJ との関係づくりは重要であると考えている。4 月 29 日、7 月 29 日、11 月 23 日に開催した。各回 40-50 人の来場者があった。

2. デリヘルプロジェクト

新宿 2 丁目の重要な構成要因であるバーおよびクラブの顧客や従業員を対象とし、コンドームをきっかけとして AIDS/STI やセーフアセックスを身近に意識してもらうことを目的に、コンドームアウトリーチをおこなっている。これはもともと自主的にコンドーム

を無料配布していた新宿2丁目の商業施設による団体「project com.」との協働事業であり、Rainbow Ringが人的提供およびコンドームの作製・提供をしている。

ボランティアスタッフ「デリヘルボーイ」(delivery health boysの略)により、毎週金曜日に新宿2丁目において、コンドームと啓発資材のアウトリーチをおこなっている。

今年度作製したコンドームパッケージは16種類であった。そのうちの8種類は、6月に各店舗に対して今までのパッケージデザインについて人気投票をしていただき、その結果で復刻したものである。また、今年度は36回のアウトリーチで、1回あたり954〜2,096個、のべ48,580個のコンドームを配布した。配布したボランティアは各回3〜10人であった。配布店舗数は1回あたり138〜145軒であり、昨年度よりやや増えた。

デリヘルボイの活動が定常的におこなわれるために徐々に認知も向上し、店舗との交渉がスムーズになり、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。デリヘルボーイどうしで情報の交換や共有・問題提起や解決を図るようになってきた。

デリヘルボーイは、毎月数名ずつ新人が入ってきており、また同時に活動に参加しなくなる人もいるため、比較的出入りが激しい。デリヘルボーイとして参加することが、そのスタッフにとっての予防啓発になっていることも予想された。また、アウトリーチをしている際にHIV/STIや予防について、またはRainbow Ringの活動の内容について質問をされることもあり、質問集を作るなど、彼らの中でそれを共有するような工夫をしたり、勉強会や交流会を開催して情報の伝達を図った。毎回のデリヘル活動後にはコアスタッフとともに必ずミーティングを行い、活動中における問題点を発表し合い、コメントを加えた。

今年度はデリヘルボイの活動の対象である各商業施設に対して、普段のアウトリーチ活動に

よる効果の検討を行った。目的は、コンドームのアウトリーチをおこなうことにより各店舗や顧客、街の意識がどのように変化したのか、を観ることである。手法としては各店舗にインタビュー調査を行い、それを分析した。インタビュー内容の軸は、コンドームアウトリーチへの顧客や従業員の反応、コンドームアウトリーチで現れた変化、aktaの認識、新宿2丁目の街全体の雰囲気の変化などである。インタビュー風景をビデオ撮影することが可能な店舗は、12月に行われたデリヘルボーイズ展で上映をさせていただいた。アウトリーチをしている146軒中、インタビューに回答を承諾していただいた店舗は78軒(53%)で、そのうちビデオでの撮影を承諾していただいたのは36軒(25%)であった。インタビューの結果では、大半の店舗においてデリヘルに対する従業員や顧客の反応は支持的もしくは好意的であった。特に様々な種類のパッケージが展開されることが、関心や興味を引き出す主因であった。半数以上の店舗で、店舗内や街でのHIVについての意識の高まりを感じていた。

12月17日〜28日には、研究成果発表会としてデリヘルボーイズ展を、22日にはシンポジウムを開催した。これは、4年間にわたるアウトリーチ活動についての成果をコミュニティに還元するために行ったものである。上記のインタビュービデオを放映すると共に、今までに作成したコンドームパッケージ70種類全てを展示し、パッケージのデザインに携わったアーティストから、デザインに込められた思いや感想などのコメントもいただいて掲示した。シンポジウムでは、「project com.」の発案者である長谷川氏とフリーライターの斉藤氏に司会をお願いし、アウトリーチされている店舗経営者やデリヘルボーイを交えて、アウトリーチ活動の意義や苦勞、感想などについて、それぞれの立場から意見の交換がなされた。

3. ハッテン場プロジェクト

今年度はデリヘルでアウトリーチする資料（Rainbow Ring のイベントのフライヤー、マンスリーakta、その他の啓発資料など）をハッテン場にも配布した。

新宿近辺のハッテン場（約 35 軒）については、デリヘルのアウトリーチと同時におこなった。また、上野・浅草ー東京・新橋の都心のハッテン場（約 16 軒）については、レンタカーでアウトリーチをおこなった。それ以外の遠方のハッテン場（約 16 軒）には郵送した。それぞれ、月に 1 回のペースで配布をおこなった。定期的なアウトリーチは、各ハッテン場関係者に Rainbow Ring の活動を認知・記憶してもらう効果があった。

4. ゴツスタ

若年層のゲイや、ゲイコミュニティにアクセスし始めた初心者を対象とした HIV/STI やセーフターセックスに関するワークショップ（ゴツスタ=G02' n study）である。参加者はチラシ、mixi などで募った。毎回テーマ毎の内容に加えて、HIV 感染者やその周りの友人、家族、恋人の書いた手記を朗読し、参加者同士で意見交換をしてもらうことで、HIV 感染者と既に一緒に生きているだということを伝える時間を設けた。プログラム終了後は、参加者同士で自分自身の性行動やセクシャリティを中心とした悩みなどを気軽に相談できる時間を提供した。開催日、参加者、内容は以下の通りである。

・2007 年 5 月 26 日「HIV 検査について」

参加者数：22 名（スタッフ 4 名、新規 10 名、リピーター 8 名）

まず HIV 抗体検査情報を提供した。その後、検査を受けたことがある人にはその動機、また受けたことがない人にはその理由を聞いた。そして、検査に行かない人はどうしたら行くことができるのかを話し合った。

・2007 年 7 月 28 日「HIV はどうして増えているの？」

参加者数：24 名（スタッフ 5 名、新規 5 名、リピーター 14 名）

まず参加者に HIV 感染動向を提示した。その後、男性同性間で HIV 感染がなぜ増え続けているのかについて考えた。また参加者自身の性行動について振り返ってもらった。

・2007 年 9 月 29 日「セーフターセックスとコンドーム」

参加者数：12 名（スタッフ 5 名、新規 3 名、リピーター 4 名）

HIV/AIDS の基礎知識として病気の説明と感染経路などを解説した。その後、セーフターセックスの象徴としてコンドームを紹介し、様々な種類があることを実物に触れてもらいながら示し、コンドームを身近に感じてもらうように心がけた。

・2007 年 11 月 24 日「HIVー感染したらどうなるの？」

参加者数：27 名（スタッフ 5 名、新規 9 名、リピーター 13 名）

まず HIV 感染したらどうなるのか、具体的に感染告知後から通院開始までのこと、社会的な保障はどのようなものがあるのか、投薬や治療など、HIV 感染者および HIV 感染者のケアをしている専門家から取材した情報をもとに提供をした。その後、万が一友達に HIV 感染を告知する、または告知された場面を想定し、どのような対応が良いのかを考えた。

・2008 年 1 月 26 日「自分なりのセーフターセックスガイドラインを考えよう」

参加者数：13 名（スタッフ 3 名、新規 4 名、リピーター 6 名）

セーフター、アンセーフターな性行為をそれぞれ考えてもらうために、自分自身の性行動をあげてもらい、参加者で意見交換をした。その後、自らのセーフターセック

スの基準がその時の対象者ごとにゆれることを確認し、セーファーセックスの基準を再確認した。

5. ACADEMIA

ゲイのセックスに関わる様々な話題をテーマに、その方面を専門としている講師を招いて講演会を開催した。参加者はポスター、チラシ、mixi で募った。今年は2月現在までに1回開催。開催日、参加者、内容は以下の通りである。

・12月8日 参加者18名

テーマ：ゲイのメンタルヘルスとセックスとの関係について

講師：京都大学医科学研究科 日高庸晴先生

内容：ゲイの人たち特有のメンタルヘルスの様々な問題について。また、そのメンタルヘルスの状態とセックスのときの行動がどのように関係するのか、大規模インターネットアンケート調査の分析から見えてくる様々なデータを紹介していただいた。

各回とも非常に充実した内容の講習会であり、参加者は比較的関心を強く持った人が集まる傾向にある。直接の予防啓発を期待するというよりも、より充実したゲイライフを目的にすることで、HIV/STI の予防に波及する効果に加え、講師陣とのコネクション形成を担っていると考えられる。

6. 医療・検査・行政との連携と情報提供

今年度の活動において、医療・検査機関、行政と協働して行ったものは以下の通りである。

1) マンスリーakta 掲載の HIV/STI 診療従事者等へのインタビュー

HIV/STI の診療に携わっている様々な職種の人にインタビューを実施して、マンスリーakta に掲載している。仕事の中でゲイと接触することをどのように感じているかなどインタビューし、診療・検査・カウンセリング等

がゲイにとって敷居の高いものではないことを示し、それらを受ける上での参考にしていただくことを目的とした。また、インタビューに応じていただいた方々に対しては、Rainbow Ring の活動を示し、コネクションを形成した。

2) Living Together Lounge (後述)

Living Together 計画の一環として昨年度から行っているイベントである。東京都の委託事業として開催した。

3) ACADEMIA (前述)

東京都の委託事業として開催した。

4) 南新宿検査相談室のチラシの作製

「よし、明日は検査に行こう。」(心配なこと、あれこれ相談できる場所があることも知った/安心していくことのできる病院もあるらしい/感染してても、早くから知っていると治療だって、ずいぶん楽になるんだって聞いたよ) のキャッチコピーで、Rainbow Ring と連携のできたデザイナー・イラストレーターと協働で作製した。

5) 新宿保健所のゲイのための検査イベント

の広報(実施日:6/28・7/5、11/29・12/6)

「感染していても、いなくても、健やかな日々をつづけるために」のキャッチコピーで、と Rainbow Ring と連携のできたデザイナー・イラストレーターと協働でチラシを作製した。チラシはデリヘルプロジェクトを介して配布した。受検者のうち、チラシを見て来場した人が3割いた。

7. 冊子「HAVE A NICE SEX」(セーファーセックスガイドブック)

一昨年度の EASY! キャンペーンにおいて作製した「セーファーセックスガイド」を進化させ、小冊子を作成した。内容は、HIV に感染するリスクを低減する方法を、感染のメカニズムから考えるもので、陽性者・非陽性者に関わらず利用できるように配慮している。アウトリーチ活動を通じて各店舗と、保健所

や医療機関などに配布した。

8. Living Together 計画

陽性者との共生をテーマに、NPO 法人「ぶれいす東京」が始め、Rainbow Ring と協働で進めているプロジェクトである。HIV に対する無関心は、陽性者が身近に存在することについてリアリティがないことに起因する。また予防とは、陽性者を排除することではなく、誰もが一緒に生きているからこそ誰にでも必要なものである。それらのことについての気づきを、陽性者やその周囲の人が綴った手記などを通じて与えるプロジェクトである。

1) Living Together Lounge (音楽とリーディングの夕べ)

クラブイベント会場 (ArcH)・ミュージシャン・朗読出演者とのコラボレーションで実現している (毎月第一日曜日開催)。陽性者やその周囲の人が綴った手記をゲイ著名人や様々な職種・立場の人々が朗読し、その手記を朗読した理由や感想についてコメントをいただく。その合間でライブミュージックおよび DJ の選曲・アレンジした音楽を楽しむイベントである。ミュージシャンからも自分自身と HIV 等の関わりについてのコメントをいただいたり、朗読をしていただいたり、場の雰囲気にあった演出を心がけていただいている。毎回 50-120 人の参加がある。

2) Living Together のど自慢

Living Together Lounge がプロや人気のあるミュージシャン・アーティストの音楽を楽しむイベントであるのに対して、素人がカラオケを楽しみながら、手記の朗読とそれに対するコメントを述べていくイベントである。5月12日と9月23日、12月16日に新宿2丁目のバー「九州男」で開催した。毎回12-14人の方に出演をいただき、40-50人の参加があった。

希望があれば誰でも参加できる参加型イベントであることと、以前より HIV 啓発活動に

場所の提供等のご協力をいただいている「九州男」での開催という点からも、重要なプログラムである。

3) ホームページ

<http://www.living-together.net/>

イベントに参加できない人や、インターネットのみでアクセスしてくる人も、LT 計画に接することができるように、ホームページを充実させた。LT 計画のコンセプト、コラボレーションによる活動の広がり、陽性者やその周囲の人たちによる手記、今までの活動の紹介、製作したポスターや冊子の紹介、セーフターセックスガイド (前述) などが閲覧できる。また、LT 計画がより広がりを持つように、資料の活用の仕方や活動に参加する方法も提示している。

4) コラボレーション

今年度コラボレーションした活動で主なものを以下に示す。

(I have a Dream)

新宿二丁目のクラブ「ArcH」の店長の提案で企画した。クラブユーザーや友人にドラッグ使用者や新規の感染者が多いことから、予防啓発をテーマにしたクラブイベントを開催したいとのことであった。DJ や VJ の協力のもと、8月4日に開催。VJ の流す映像や装飾の中に LT のメッセージを挿入した。

(TOKYO FM との協働)

LT 計画に共感した番組スタッフの提案で、コラボレーション番組およびイベントを実施した。12月3日-6日に放送した「EXTERMAX」という番組で、ゲストが手記を朗読した。また12月14日には TOKYO FM ホールにて「TREE OF LOVE-Think about AIDS」というイベントが開催され、番組のパーソナリティやゲストによる手記の朗読、キースヘリング作品展、ライブなどが行われた。

D. 考察

今年度は3ヶ年の最終年度にあたるので、

これまでの活動の効果についての評価を検討した。

1) akta の来場者数はほぼ昨年並みであったが、新規来場者数もほぼ連日数人見られた。新規の来場者はイベントや展覧会の時に増加する傾向も例年どおりで、イベントや展覧会が認知を広める効果を担っていると考えられる。今年度の特徴としてはミーティングの件数が約倍増したことである。Rainbow Ring 内で例年よりも多くの企画が実施されたことに加え、Living Together 計画や戦略研究などの他団体も含めた活動の広がりをも反映していると思われる。akta は東京の予防施策を計画・実行していく上で、重要な拠点であると考えられる。相談件数や取材・見学も増加傾向にあり、情報提供の場としてのニーズや、予防啓発拠点のモデルとしての役割のニーズも高まりつつある。一方で事務局はますます多忙になっており、akta を運営する上で、安定した人材の確保・育成が求められる。

2) デリヘルインタビューを実施してわかったことは、多くの店舗がデリヘルプロジェクトについて理解を示し、支持をしているということである。その前に行われた Condom Package の人気投票においても、全ての店舗に快く応じていただき、インタビューでも半数以上の店舗の承諾を得て、各店舗に 30 分以上もの時間を割いていただいた。インタビューの内容からも分析できるが、アウトリーチを行うことで HIV の予防啓発活動が街の中にあることを示し、Condom の存在が予防の必要性を示すアイコンとなっていることがわかる。インタビューに答えて下さった店舗のほとんどの方が、何らかの形で HIV の問題に接したことがあり、我々のような予防啓発活動がコミュニティの中に必要であると感じている。一方で、我々が期待していた「Condom があることで、HIV やセーフセックスの話が出る」という効果は、ほとんど見られないようであった。日常会話の中で、HIV

やセーフセックスについて語られるということは困難であると思われる。今後の課題としては、アウトリーチ活動を通じて各店舗の小コミュニティとのネットワークをさらに強固にし、必要時に我々の活動にアクセスできるような道筋を形成することと、それをサポートするような商業施設向けの資材を開発することを考えている。また、アウトリーチ活動が今後も継続していけるためのスタッフの確保と育成が必要である。

3) ゴツスタでは、毎回に参加者に伝えたい内容が伝わったかどうかの評価を行い、おおむね良好であった。問題点として、リピーターが比較的多く、新規の参加者を獲得しにくいことがあげられる。今後の課題としては、出張形式のワークショップの開催を検討している。また ACADEMIA においては、講師を依頼する方々とのネットワークづくりも重要であると考えており、今後の方針としては、コネクションを形成したい講師がいた場合に、依頼をして開催するという形がベストと思われる。

4) 冊子「HAVE A NICE SEX」は、予防啓発に触れたクライアントが、次の段階としてセーフセックスについて具体的な情報を得たいと思ったときに、それをサポートするための資材である。感染のメカニズムからセーフセックスを解説する資材としては、日本初と思われる。保健所や検査機関からの注文が相次いでおり、検査場面での活用も見込まれている。課題としては、HIV 以外の STI についての資材も作成する必要がある。

5) Living Together のコンセプトは予防を考える上で、もっとも根本的な思想であると考えている。予防とは感染を防ぐことであるが、現実には陽性者が存在し、新規に感染が成立する場面も存在する。その事実を悪と捉えたり、逃避することでは真の意味での予防は進まない。もう既に一緒に存在し、現実には自分の周囲で起こっている事実として直視することから予防について正しく考えることができ

る。LT 計画は、そのコンセプトをより多くの人に知らせるプロジェクトである。まずは Rainbow Ring とぷれいす東京との協働があり、そこからイベントに協力をした人々や出演したアーティスト、一緒にコラボレートした団体や企業や行政などとのネットワークによって、プロジェクトは徐々に拡大している。一方で今後の課題として見えてきたことは、コンセプトがどの程度浸透しているか（意図が伝わって理解されているか）の評価が非常に困難であるということである。また、予防としては LT のコンセプトに加えて、個人が「感染をしたくない（健康でありたい）」という強い意志を持ち続けることをサポートするシステムも必要である。

今年度おこなった評価から見えてきたことは、akta を拠点として新宿 2 丁目の商業施設やコミュニティに関わる人たち、行政、他団体などとのネットワークが形成されてきていること、街の中に HIV 予防啓発活動があることが見える形になってきていることがあげられる。特にデリヘルプロジェクトを通じて各ゲイバーとのネットワークが形成されつつあることが実感できた。各バーにはそれぞれのコミュニティが形成されており、このネットワークは今後の予防啓発活動に活用できると思われる。

今後の課題としては、形成されたネットワークをより強固にしつつ、それをどのように利用するかを検討することであると考えられる。例えばバーというコミュニティの顧客は、そもそも楽しんだり癒されるために来店している。そのコミュニティの中に予防啓発のメッセージを一方的に投げかけても、その効果には限界があるであろう。それぞれのコミュニティのニーズをよく検討し、それぞれのコミュニティとの親和性を考慮した啓発資材・啓発方法の開発が必要である。

E. 結語

コミュニティセンター「akta」を予防啓発活動の拠点として、各商業施設、NPO や行政、コミュニティ内で活躍するデザイナーや写真家・モデル・オーガナイザー・DJ 等の各分野のキーパーソンとの啓発ネットワークを築くことで、訴求性のある啓発資材の開発と、啓発体制が構築されてきた。特にアウトリーチ活動によって、予防啓発が可視化されると同時に、各店舗とのネットワークが形成されつつあることがわかった。今後はこのネットワークをさらに強固にしつつ、それを生かした予防啓発プログラムを開発したい。また、活動を継続していくためのスタッフの育成体制、ケア体制も整備していく必要がある。

F. 発表論文等

口頭発表

- 1) 荒木順子、佐藤未光、張由紀夫、石川毅、柴田恵、木南拓也、江島啓介、福岡丈幸、土田健太郎、木村博和、市川誠一：コミュニティへの予防啓発アプローチその 1：コミュニティセンター「akta」の役割と運営について、第 21 回日本エイズ学会学術集会，2007. 11，広島
- 2) 石川毅、佐藤未光、張由紀夫、柴田恵、江島啓介、木南拓也、河辺宗知、木村博和、市川誠一：コミュニティへの予防啓発アプローチその 2：コンドームアウトリーチ「デリヘルプロジェクト」の意義と効果について、第 21 回日本エイズ学会学術集会，2007. 11，広島
- 3) 木村博和、佐藤未光、張由紀夫、市川誠一：東京地区の MSM におけるセックス時併用薬剤と HIV/STI 予防に関する研究、第 21 回日本エイズ学会学術集会，2007. 11，広島
- 4) Mioo Sato, Yuzuru Ikushima, Takashi Yajima, Yukio Cho, Jyunko Araki, Seiichi Ichikawa: Gay community education program to increase visibility of people

with HIV/AIDS in Tokyo, The 8th
International Congress on AIDS in Asia
and the Pacific, 2007.8, Colombo

研究論文

- 1) 市川誠一、張由紀夫、佐藤未光：MSM コミ
ュニティーにおけるコミュニティーセンタ
ーの役割と活動，保健医療科学，56(3) ，
230-234, 2007

名古屋地域における同性間の HIV/STI 感染予防啓発の普及促進に関する研究

分担研究者：内海 眞（高山厚生病院・名古屋医療センター）

研究協力者：石田敏彦、藤浦裕二（Angel Life Nagoya）、菊池恵美子（名古屋医療センター・エイズ予防財団）

研究要旨

我々は2000年4月に、MSM (Men who have Sex with Men) のCBO (Community Based Organization) である Angel Life Nagoya (ALN) と名古屋医療センター（旧国立名古屋病院）の医療者からなる協働組織を作り、MSM を対象にした HIV 感染予防啓発活動を開始した。最初の2年間は我々独自で活動を続けてきたが、2002年からは市川班に所属して研究活動を進めてきた。これまでの活動内容は以下の通りである。

1. ゲイコミュニティ（商業施設を利用する MSM の人々）への HIV 関連情報の発信
 - 1) 啓発パンフレットとポスター並びにコミュニティペーパーの作成と配布
 - 2) インターネットによる情報発信
 - 3) 月1回の勉強会の開催
 - 4) 予防啓発映画の作成
 - 5) 啓発拠点の整備と広報活動
 - 6) 無料 HIV 検査会に併設した啓発イベントの開催
2. メッセージつきコンドームのゲイバーとハッテン場への配布
3. 年1回の無料 HIV 抗体検査会の実施
4. 調査研究
 - 1) MSM を対象にした性と HIV 感染症に関する意識調査
 - 2) ゲイバーのマスターに対する ALN の活動の評価調査
 - 3) HIV 陽性者の検査状況調査
5. 一般社会への啓発活動
 - 1) 世界エイズデー in Nagoya の共催
 - 2) 私立高校の生徒、父母、教師が企画するサマーセミナーへの参加
 - 3) 学校関係者の研修会への参加
 - 4) 大学のゼミへのエイズ学習の試験的導入

今年度実施された活動は、1-1)3)5)6)、2、3、4-3)、5-1)2)4)で、アンダーラインで示した。これらの活動の実績は以下の通りである。

1. ゲイコミュニティ（商業施設を利用する MSM の人々）への HIV 関連情報の発信
 - ・ コミュニティペーパーの作成と配布：2007年は、NLGR を実施した6月を除く毎月発行した。発行部数は毎月ほぼ390部で、持ち帰り率は平均52.8%であった。
 - ・ 勉強会：月1回の HIV/STI 関連の勉強会が継続され、参加人数は3~7名であった。

- ・ 啓発拠点：開場時間は木、金、土、日の毎週 4 日間とした。月平均の利用者数は 121.1 名であり、月平均の稼働時間は 74.9 時間であった。
- 2. メッセージつきコンドームのゲイバーとハッテン場への配布
 - ・ コンドーム配布：バー30 軒、ハッテン施設 3 軒に毎月総計 1800～1900 個を配布した。持ち帰り率は月平均 92.3%であった。ハッテン施設自身もコンドームを用意するようになった。
- 3. 年 1 回の無料 HIV 抗体検査会の実施
 - ・ 無料 HIV 検査：過去最高の 538 名が受検し、12 名が HIV 陽性 (2.2%) と診断された (2 名は既診断例)。132 名がこの検査会を生涯最初の検査機会として利用した。また、総勢 159 名の医療者、保健所職員、教育者、NGO のメンバー、行政職員等がボランティアとして検査会に協力した。併設した啓発イベントには数千名が参加した。名古屋市の休日検査との、一人の陽性者を診断する費用の比較では、約 1/3 であった。
- 4. 調査研究
 - ・ HIV 陽性者の受検状況調査：2006 年に新しく診断された名古屋医療センターの MSM の HIV 陽性者 83 名の検査状況を調査した。新規陽性者の多く (83%) は初回の検査で陽性と診断されており、検査動機は 69%が自己判断によるものであった。
- 5. 一般社会への啓発活動
 - ・ 世界エイズデー in NAGOYA の共催：11 団体が協力して、約 180 名がパレードと追悼集会に参加した。加えて、講演会や音楽会、大道芸、手話コーラス、川柳発表会などのイベントも実施した。
 - ・ サマーセミナーへの参加：私立高校の生徒、父兄、教師が自主的に行うセミナーに参加し、40 名を越える参加者ととも「オカマの性、若者の性」のテーマで討論をした。
 - ・ ある私立大学教養部のゼミに行動変容を狙った Group Investigation によるエイズ学習の実践 (14 時間) を行い、学生のレポート内容からその効果を判定した。学習終了時にはエイズ関連情報を広い範囲にわたって獲得するとともに、学習前と比較し考え方の大幅な変化が認められ、行動変容につながる可能性が示唆された。この学習方法の特徴は、調査と学習と発表を少人数で時間を共有しながら進めるもので、学習の背景に人格的な交流が存在することである。すなわち、知識の獲得に人間的体験が裏打ちされている点が特徴的である。こうした体験的学習は単なる情報の記憶とは異なり、行動への影響を伴った生きた学習になると予想され、我々の勉強会にも取り入れたいと考えられた。

我々の予防啓発活動の評価は、次の 3 段階で行われるべきである。すなわち、①予防啓発の対象となった人々の数の増大度、②啓発情報を受け取った人々の知識や性行動の改善度、③最終的には新規 HIV 陽性者の減少の有無、の 3 段階である。①は十分ではないにしろ少しずつ拡大していると思われる。その根拠は検査会の受検者が年々増加していることである。②もコンドーム使用率は 2001 年のベースライン調査に比べ格段に改善した (昨年の報告集参照)。しかし、③の段階の評価では、いまだ十分とはいえない。依然として新規 HIV 陽性者は増加しているからである。今後は③の段階の評価に耐えるためには何をすべきかを真剣に考え、対策を立案・実施していかなければならない。

A. 研究目的

わが国の新規 HIV 陽性者数は 2007 年には 1448 名（速報値）で、感染者、患者ともに過去最高値を記録した。MSM の占める割合も依然として高く、この傾向は名古屋医療センターの HIV 陽性者動向にも反映されている。したがって、名古屋地区における MSM を対象にした HIV 感染予防対策は依然として重要な課題である。

本報告では、HIV 感染予防啓発を目的に設立された MSM の CBO である Angel Life Nagoya (ALN) と名古屋医療センターを中心とする医療者との協働による 2007 年度の予防啓発活動の実績を報告するとともに、その実績に対する評価と考察を行った。なお、われわれの予防啓発活動の最終的評価は、新規 HIV 陽性者の動向によって行われるべきと考えるが、この評価についても簡単に触れる（詳細は総括報告書参照）。

B. 研究方法

HIV 感染予防に有効と思われる対策を立案・実践し、その実績に対する現時点における評価、反省を行い、将来に向けて何が必要かを考察する。

今年度の予防啓発活動は次の通りである。

1. ゲイコミュニティに対する情報発信
 - 1) コミュニティペーパーの作成と配布
 - 2) 月 1 回の勉強会の開催
 - 3) 啓発拠点の整備と広報活動
2. コンドームの配布
3. 無料 HIV 抗体検査会の実施
4. MSM の HIV 陽性者の検査状況調査
5. 一般社会への啓発活動
 - 1) 世界エイズデー in NAGOYA の共催
 - 2) サマーセミナーへの参加
 - 3) 大学のゼミへのエイズ学習の導入

C. 研究結果

1-1) コミュニティペーパーの作成と配布

配布に理解をいただけるゲイバー、ショップやハッテン施設へ月に一度配布を行った。配布作業は特定のスタッフが継続して行うことで、協力施設とのコミュニケーションと信頼関係を構築する役割も担っている。各店舗に固定数を配布し、翌月には新しい号と入れ替えを行なっている。ゲイバーには一軒当たり 10 部、ショップとハッテン施設には一軒当たり 30 部を配布した。



図 1. コミュニティペーパーの表紙

持ち帰り率は、最高 68.7%、最低 39.4%、月平均 52.8%であり、絶対数では 203.3 部であった（表 1）。

表 1. h. a. n. a. の配布状況

	配布施設数	配布数	持帰り数
4 月	34	390	172
5 月	34	390	191
7 月	34	390	268
8 月	34	390	237
9 月	34	390	187
10 月	34	390	240
11 月	34	390	193
12 月	31	350	138
合計	272	3080	1626
月平均	34	385	203.3

1-2)月1回のSTI勉強会(だべりんぐ)の開催

まず、ファシリテーターが参加者に日頃の話題を話しかけ、次第にテーマに沿った対話に振っていく。円滑に進めるため、参加者がHIV/STIに関する誤った内容を発言した場合でもファシリテーターが正しい答えを述べるのではなく、他の参加者の意見を求めることで、参加者皆が同じ知識を共有できる空間を設けることに努めた。

特にプログラムの目的に沿って参加者が望む情報として、「陽性者でも予防が必要/ウィンドウ期/性行為の頻度と感染の無関係性/コンドーム交渉」などを盛り込んだ。毎月第3土曜日の夜19時30分～20時30分に開催した。なお、その後もフリートークとして引き続き会話の場を設けるように留意した。広報としては、コミュニティペーパーh. a. n. a.での告知、ゲイバーやショップ、ハッテン施設に開催ポスターを配布することで行った。勉強会のテーマと参加人数を表2に示す。

表2. だべりんぐのテーマ

日付	テーマ	参加人数
2007年4月21日	セーファーセックスがしにくい理由	4人
5月19日	ハッテン場の達人 ～感染症から身を守るには～	3人
6月16日	STIについて知っておこう!	6人
7月21日	NLGR 検査会結果から分かること	7人
8月18日	横浜エイズフォーラムで学んだこと	6人
9月15日	HIVの基礎知識を持とう!	5人
10月20日	僕らの隣の性感染症 ～STIについて～	4人
11月18日	映画「ジェフリー!」から学ぼう!	5人
12月15日	2007年のHIV感染症の動向	3人

1-3) 啓発拠点の整備と広報活動

2006年5月に現在の場所に移転したことで、来場者にとって当施設への交通アクセスの利便性が向上した。また、施設内面積の増加に

より多数の来場者の受け入れや多様なプログラムの開催が可能になった。

平成19年度の一般開場時間

木曜日・金曜日 20:00～23:00

土曜日 16:00～22:00

日曜日 14:00～20:00

また、共催イベント関係者による利用は、毎月第2・第4月曜日の20:00～22:00であった。他のイベントとしては手話教室を毎月第2・第4日曜日の15:30～18:30に開催した。ゲイライフプロジェクトの開催は、毎月初めの土曜日か日曜日であった。相談対応可能なスタッフが常駐し、来場者への対応を行った。2007年度のriseへの来場者数とイベント内容は、表3,4に示す。

表3. riseへの来場者数

	一般来場者	イベント来場者	人数合計	稼働時間
2007年4月	51	28	79	80.5
5月	82	31	113	75
6月	66	42	108	67.5
7月	80	53	133	77
8月	69	40	109	80.5
9月	73	56	129	80.5
10月	68	49	117	71.5
11月	103	52	155	75.5
12月	78	56	134	63.5
2008年1月	79	55	134	77
年度合計	749	462	1211	748.5
月平均	74.9	46.2	121.1	74.9

表4. riseで開催されたイベント

イベント	頻度		平均参加者数
だべりんぐ(勉強会)	月1回	毎月第3土曜日	4.3人
手話教室	月2回	毎月第2・4日曜日	11.6人
中国語講座	月2回	毎月第2・4土曜日	6.7人
ぼくらのゲイライフプロジェクト(ディスカッション)	月1回	月初	16.3人

2. コンドームの配布

理解あるバーとハッテン施設に月1回コミュニティペーパーと共に配布を行った。各店舗に固定数を配布し、翌月にはクライアントが持帰った数を補充している。ゲイバーには一軒当たり20個、ハッテン施設には一軒当たり500個を二軒、300個を一軒に配布した。コンドームの配布状況は表5に示す。

表5. コンドーム配布数

	配布施設数	配布数	持帰り数
2007年4月	33	1800	1689
5月	33	1900	1716
7月	33	1900	1824
8月	33	1900	1746
9月	33	1900	1729
10月	33	1900	1775
11月	33	1900	1738
12月	31	1860	1685
年度合計	262	15060	13902
月平均	32.8	1882.5	1737.8

3. 無料 HIV 抗体検査会の実施

6月の2日、3日の2日間にわたって実施した。前日に受検者に検査に関する説明を行うとともに検査に対する同意を取得し、採血と検査を実施した。検査は HIV 抗体検査、HBs 抗原検査、梅毒抗体検査 (TPHA) の3検査を行った。後2者は選択可能とした。HIV 抗体検査は、PA法とイムノクロマト法の両方でスクリーニングを行い、少なくともどちらかの検査で擬陽性もしくは陽性の検体にウエスタンブロット法と高感度 HIV-RNA 定量で確認検査を行った。

受検者数は538名で、HIV 陽性者は12名 (2.2%) (そのうち2名はすでに診断を受けていた人) であった。新規 HIV 陽性者に同意を得た上で薬剤耐性検査を実施し、紹介先の医療機関に後日報告した。10名のうち4名が耐

性ウイルス保有者であった。10名はすべて医療機関を受診した。受検者のうち25%にあたる132名が今回の検査を生涯初めての検査として利用してくれた。アンケートを実施したが、その結果は別に報告される。ただし、自由記述の部分には、継続を望む声、感謝とねぎらいの声、改善点を指摘する声、検査会に対する要望などが数多く書かれていた。

協力してくれたスタッフは159名に及んだ。その内訳を表6、7に示す。

表6. 担当別スタッフ数 (2日間の延べ人数)

オリエンテーション	56名
採血	20名
相談室	4名
検体運搬	4名
検査	30名
結果報告	24名
カウンセラー	4名
エスコート	8名
受付等スタッフ	16名
検査班ブース	9名
合計	175名

表7. 所属別スタッフ人数

保健所・保健センター	26名
医療機関・研究所	85名
学校	17名
行政	7名
NGO・その他の法人	22名
個人	2名
合計	159名

本検査会の費用対効果を名古屋市の日検査の費用対効果と比較した。本検査会の直近2年間の費用の合計は11,120,168円で、2年間に新たに HIV 陽性と診断された人の数は31名であった。従って、一人の陽性者の診断に要した費用は、 $11,120,168 \div 31$ で計算され、

358,715 円となった。一方、名古屋市の休日検査の直近の2年間の合計費用は10,446,000円、この間に新しくHIV陽性と診断された人は9名、同様の計算で一人の新規陽性者の診断に要した費用は1,160,667円となった。本検査会は名古屋市の休日検査の1/3以下の費用で新規HIV陽性者の診断が可能であった。

4. MSMのHIV陽性者の受検状況調査

2006年1年間に名古屋医療センターに新規受診したMSMのHIV陽性者83名の生涯受検回数、受検動機を調査した。結果を図1,2に示す。

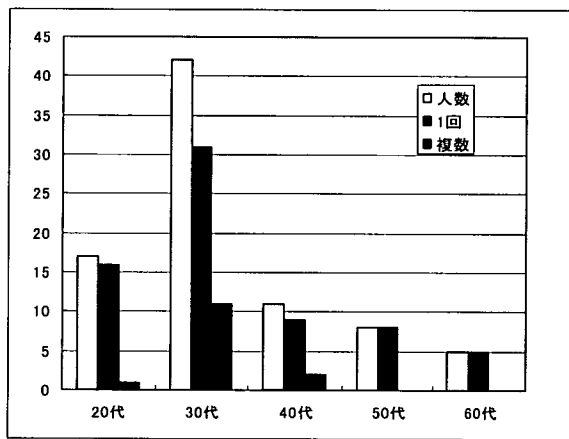


図1. 新規 HIV 陽性者の受検回数

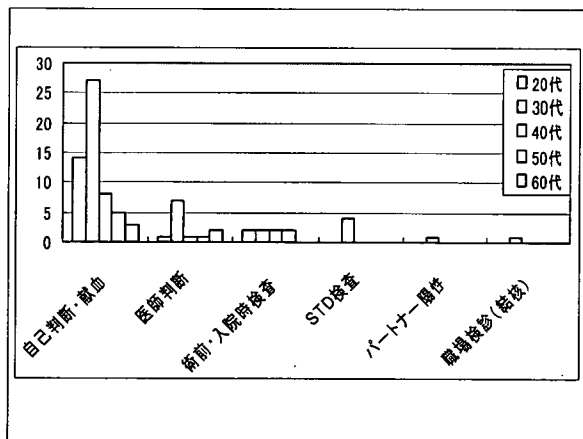


図2. 新規 HIV 陽性者の受検動機

89%が初回受検でHIV陽性と診断された。また、受検動機の大半(69%)は自己判断によるものであったが、なお26名(31%)の人たちが自己判断以外の経緯でHIV陽性と診断され

ていた。

5. 一般社会への啓発活動

5-1) 世界エイズデーin-NAGOYAの共催

1 昨年から実施した活動である。社会全体へのHIV関連情報の発信がゲイコミュニティにもプラスの影響を及ぼすことを期待して開始された。今年度は愛知県/名古屋市の11のNGO/CBOが協力して12月1日にパレードと追悼集会を実施した。参加人数は約180名であった。イベントとしての講演会や音楽会、大道芸や川柳発表会なども取り入れ、多くの方々に参加しやすいものにした。

5-2) サマーセミナーへの参加

私立高校の生徒、父兄、教師が協働で毎年7月に行うセミナーで、自主運営されている。数多くのセミナーが自由に開催されるが、その中のひとつにALNが「オカマの性、若者の性」のテーマを掲げてセミナーを開催した。40名を超える参加者があった。

5-3) 大学のゼミへのエイズ学習導入

知識や情報が行動変容につながらないことが指摘されている。名古屋市内にある私立大学教養部の大学生を対象にし、Group Investigation (GI) モデルを応用したエイズ教育の実践を行い、変容効果を学生のレポート内容から検討した。本学習はイスラエルのSharan夫妻が開発した共同学習理論に基づくもので、小グループに分かれた学生がそれぞれのサブテーマ(たとえばHIV/エイズと文学)を14時間の演習の中で共同かつ主体的参加で調べ、まとめるものである。最後にはサブテーマごとのまとめを発表し合って異なる領域の内容を共有するとともに、オープンな発表会でも発表する。学生たちは相当幅広い領域に渡るエイズ関連情報を獲得した跡を見ることができた。また、自分の考えに大きな変化を生じさせた跡も見て取ることができた。詳しくは、文献「杉江修治、亀田研. Group Investigationによる大学生のエイズ教育.

中京大学教養論叢 48 ; 257~305、2007」を参照してください。

以上が、ALN と名古屋医療センターの医療者等による今年度 1 年間の予防活動の内容である。これらの活動が HIV/エイズ予防にどれだけ貢献したかを評価した。評価法は 3 段階に分けた。まず、①予防啓発活動がどれくらいの広がりを持ち得たか、即ちどれくらいの数の人々に届いたか、ついで②啓発情報がどれくらい正しく理解され予防行動に繋がったか、最後の段階として③実際に HIV 陽性者の新規発生を抑えることができたか、の 3 段階である。

①の段階の評価として、間接的ではあるが、HIV 無料抗体検査会の受検者数の推移を検討した。表 8 に示すように受検者数は確実に増加した。

表 8. 検査会受検者の推移

検査年	受検者人数
2001	148
2002	304
2003	346
2004	439
2005	425
2006	471
2007	538

②の段階の評価として、2002 年と 2006 年のコンドーム使用率を検討した。対象はゲイコミュニティに集まる MSM である。

図 3 に示すように、コンドーム使用状況は格段に改善した。2007 年の調査でも同様の傾向が示された。

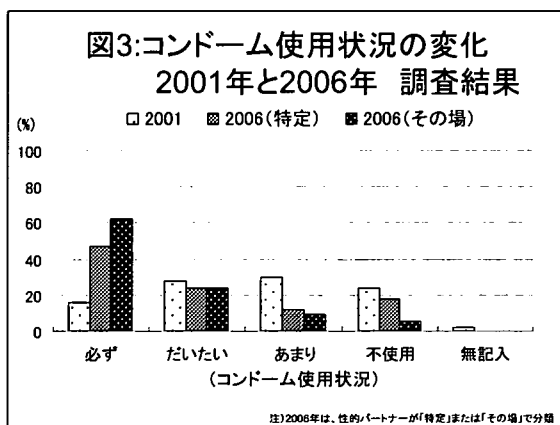


図 3. コンドーム使用率の年次比較 (対象は MSM)

③の段階の評価は、名古屋医療センターを受診した MSM 新規 HIV 陽性者の動向を解析することで行った。表 9 に示すように、HIV 陽性者は感染者、患者含めて増加しているし、初診時の CD4 値も増加傾向になく、早期診断の傾向にもない。

表 9. MSM における新規 HIV 陽性者数、エイズ患者の割合、初診時 CD4 数値 (名古屋医療センター)

	新規 HIV 陽性者数 (人)	初診時 AIDS 発症 (%)	初診時 CD4 陽性細胞数の平均値 (/μl)	初診時 CD4 陽性細胞数の中央値 (/μl)
2003 年	52	30.8	256.4	246.0
2004 年	63	28.6	268.0	266.0
2005 年	68	26.5	282.5	313.0
2006 年	83	30.1	232.1	201.5
2007 年	108	26.9	252.0	248.0

D. 考察

我々の活動は、大きく分けて 5 つの領域に分かれる。情報発信、コンドーム配布、検査会の実施、調査、一般社会への情報発信、である。

まず、ALN の日常的な活動に対する考察を加える。

コミュニティペーパーの作成と配布に関しては、評価の指標として、配布数を採用した。持帰り率は最大 68.7%、最低 39.4%、月平均 52.8%である。年齢層も幅広く配布数は一定であるが、その号の表紙モデルがクライアントの好みであるか否か、記事内容が関心を引く内容であったかによって持帰り数は依存していると思われる。年齢別では、30 代~40 代の客層が集まるゲイバーでの消費率が高い。この要因として、低年齢層の活字離れ、高年齢層の老眼など、掲載情報よりもコミュニティペーパー自体持っている負の要因がある。しかし、コミュニティの商業施設の地図を掲載しているので、変動しながらも一定数以上の需要はあることが分かる。

今後、コミュニティペーパーがその役割を

十分に果たすために、持ち帰るクライアントの年齢層を拡大する（高齢の客層が集まるゲイバーでの持ち帰りが増加する）必要である。それには、紙面の文字の大きさやモデルの選択以外の工夫が不可欠である。

勉強会の評価の指標として、参加者の話題や疑問に思っている内容を採用した。話題としては恋愛や性交渉を中心とした話題では、参加者が口を切るのが遅くなるが、後半は盛り上がりテーマに沿った話題に誘導しやすく、運営もスムーズに行えた。また、話題中に用いた教材の持ち帰り率も高かった。

時間制限を設けないことで、参加者に関心のある話題には話が継続し、より深い知識を渴望していることが分かった。また、リピーターが多く、新規クライアントの獲得を促進するために、広報の促進が必要である。

啓発拠点 rise の整備とそこからの広報活動についての評価の指標として、来場者数を採用した。現在の場所に移転する以前のコミュニティスペース 3N の月平均来場者数は約 40 名（一般来場者とイベント来場者を含む）であったのに対して、移転後のコミュニティスペース rise では一般の月平均来場者数は約 75 名、イベント来場の月平均来場者数は約 46 名になり、約 3 倍に増加している。特にイベント参加に関係なく、HIV/STI に関する情報収集やふらっと寄った一般の来場者数が急激に増加している。これは、イベントで来場したクライアントが、その後一般来場して利用する傾向がある。また、一般来場者がイベントの開催情報を入手したことで、イベント参加するなど、相乗効果により来場者が増加したことを示唆している。また、リピーターが新たな来場者を連れてくるようになり、リピーターが増加している傾向が見られる。より詳細な効果評価を行うには、来場者の年齢別内訳が有効であるが、本年度は記録をしていない。

既に Condom アウトリーチを中止してい

る地域もあるが、名古屋地域では団体設立当初から継続して無料 Condom 配布を行っている。ゲイコミュニティには転勤などによる他地域からの流入と、地元在住ではあるが成人年齢に達することによってゲイコミュニティに新規に参入してくるクライアントが居る状況を考慮し、コミュニティを構成している流動的なクライアントに対して高い認知度を得て、それが予防意識の浸透につながり、有意な効果がもたらされることを期待している。

- 1) Condom 自体の存在がクライアントへの予防意識を促進する。それと同時に、ANGEL LIFE NAGOYA の予防啓発活動がクライアントに対して可視化され、認知を向上させる。
- 2) 配布先のゲイバー、ショップやハッテン施設とのコミュニティを形成し、ネットワークの構築を行なう。

特にゲイコミュニティとのネットワーク形成と、クライアントや協力施設への ANGEL LIFE NAGOYA の可視化を促進し、より円滑な予防活動を行うことの向上を目指す。

評価の指標として、配布数を採用した。持ち帰り率は最大 96.0%、最低 90.6%、月平均 92.3% である。団体設立当初から無料 Condom の配布を行い、現在も継続してきたことによって、名古屋地域のゲイコミュニティ（ゲイバーおよびハッテン施設などの商業施設）の利用者には、その存在が認知され、Condom の存在を通して啓発活動がクライアントに可視化され浸透してきている。90%を超える持ち帰り率は、予防に対する関心の高さを示しているが、持ち帰り率＝実際の使用率ではないので、予防行動の向上と結論づけることはできない。無料 Condom 配布の効果を正しく評価するには、他の地域で行ったような、アンケートによるフォローアップ調査が必要である。

年齢層も幅広く配布数は一定であるが、年齢別では、30 代から 40 代の客層が集まるゲイバーでの消費率が高い。この要因として、陽性者が増加している年齢層であり、友人や

知人など身近に陽性者が居る年齢層である可能性が高い。言い換えれば、高年齢層は自己の健康状態への関心の低さからセーフティーへの意識が低く、低年齢層は感染予防情報に触れるより先に性交渉の経験が増加している。

既に配布コンドームは期待された役割を十分に果たしており、今後も継続したコミュニティとの連携に必要である。配布コンドームの認知を上げるために、同じデザインで継続してきたが、慣れによる関心の低下を避けるために、新たなデザインの工夫が必要である。

無料HIV検査会は今年度で7回目を数える。受検者数は着実に増加し、今回は538名と過去最高であった。本検査会は、多くの人々のニーズに応えられたこと、早期診断に役立ったこと、予防啓発の機会になりえたこと、多くの方が本検査会を生涯最初の検査機会として位置づけたこと、多数のボランティアの協力が得られたこと、費用対効果の観点からも優れていること、などの理由から、しばらくは継続したいと考える。ただし、本検査会の目的は、本検査会が不要になることである。そのための条件としては、検査環境の改善とHIV感染率の低下が挙げられよう。前者としては、検査の普及、受検しやすい検査態勢の確立、検査後の医療体制の充実、偏見と差別のない社会の構築、などが必要とされる。検査会を進めながら、同時に上記課題に取り組むこともまた重要である。

一般社会への啓発も重要と考える。社会全体のHIV情報と知識の底上げは、ゲイコミュニティに還元されると信ずる。また、ほかの予防啓発グループとの接触や協働は、我々の活動に新しい視点をもたらす可能性がある。さらには、MSMに対する特別視の解消にも貢献すると期待される。

ただ、後述するように、また、班会議でも指摘されるように、ゲイコミュニティに対する情報発信能力を低下させてはならないと思う。

これらの活動の評価を、3段階に分けて行った。①予防活動の対象となった人々の数の増大度、②啓発情報を受け取った人々の知識や性行動の改善度、③最終的には新規HIV陽性者の現象の有無、の3段階である。言い換えれば、啓発情報の届く範囲が拡大しているかどうか、情報を理解し行動変容が行われているかどうか、それらの結果実際に新規HIV陽性者が減少しているかどうかを最終的な評価となる。

①については、以前の報告書を参照して見ると明らかであるが、勉強会の参加者数、コンドームの配布数は以前と比べて減少している。もちろん量が多ければいいとは言えないが、活動の規模が縮小していることもまた認めなければならない。他の地区の活動状況と比較しても、啓発拠点利用者数、コミュニティペーパーの発行部数ともに名古屋地区は少ない。幸いなことに無料HIV検査会の受検者は年々増加しており、我々の活動の理解者が増加していると推定される。しかし、活動規模が縮小するとやがて受検数の減少にもつながる可能性を秘めている。HIV関連情報を広範囲の一人々に届けることは、我々の活動の基礎をなすもので、今後この点の改善策を考えていかねばならない。

ALNのメンバーはすべて職業を有する人たちで占められている。ALNの仕事に専念できる人はいない。つまり、自分の仕事の合間に活動をするわけである。職業上の仕事が多忙になれば、ALNの活動時間がそがれることになる。彼らに過剰の負担を期待することは無理である。では、名古屋地区のMSMを対象にした予防対策を担う組織をどのようにしたらいいのだろうか？ひとつの案としては、MSMのいくつかのグループを結集することである。ALNを軸として緩やかな連帯組織を作り上げ、それぞれのグループが得意な領域を受け持って予防活動に参画することである。今後はこの方向での組織作りを目指して行きたい。こ