

現場への予防介入は、Rainbow Ring 開始当初は最も重要な課題であると考えられた。しかしアプローチを続けてわかったことは、関心のない対象に対して無理にアプローチを続けても効果がないということである。また、セックスを産業にしているという立場上、我々の活動に公の場で参加することが困難であったり、我々に悪意や強制的な意向がなくても、彼らが我々の活動に関心を示して積極的に参画することは敷居が高いであろう。それよりも、コミュニティ全体の予防への意識の向上を図ることの方が効率的であると思われる。ただしそれは、ハッテン場へアプローチを停止しても良いということではない。継続して関係性を保ち続けることで意識の向上へつながる可能性があり、または意識の高い店舗が少数でも存在する以上はアプローチをする意義はあると考える。現在は月に一回のアウトリーチだけであるが、今後も継続しておこなっていこうと考えている。

4) ワークショップ (STD 勉強会) および講演会について

STD 勉強会はその名称を変え、試行錯誤しながら 2000 年より継続しているプログラムである。2006 年度から始まったゴツスタは、初心者ゲイのサークルである GO2' n とセットでおこなうことで、ターゲットとした層の集客を図った点が斬新であった。集客率はおおむね良好であった。しかし毎月開催することによるスタッフの負担が大きくなり、翌年はゴツスタのみの開催になった。問題点としては、リピーター率が高くなり、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、出張形式のワークショップの開催を検討している。

スタッフ向けの勉強会であるデリヘル勉強会は、ターゲットとその目標がはっきりしていたため、各回が有意義であり効果をあげることができた。しかし内容が比較的濃くなり、講師設定や準備に負担がかかり、継続ができ

なかった。もう少し準備負担が少ないもので、再開することを検討している。

ACADEMIA は内容が専門的であり、また講演会という形式をとったため、各内容の分野に関心を持つ意識の高い層が参加する会になった。これは講師を依頼した方々とのネットワークの形成が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。

5) 啓発資料「HAVE A NICE SEX」について

この冊子は、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ター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料である。感染のメカニズムからセーフターセックスを解説する資料としては、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 についての資料も作成する必要がある。

6) Living Together 計画の意義と課題について

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 とふ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。

7) 3年間で振り返って

この3年間で、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、他団体などとの予防啓発ネットワークが回り出した。例えば、予防啓発について「こんなことをしてみなければaktaに相談してみよう」という流れが形成されつつある。しかしそれは我々の周囲のいわゆる「エイズ業界」の中の声であり、コミュニティの中に我々の活動が浸透しているかどうかの評価が我々の求めているものであった。2007年度のデリヘルインタビューを通して、アウトリーチ活動によって、街の中にHIV予防啓発活動があることが見えるようになってきていることがわかった。また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。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。

今までの我々の活動は東京地域の中でも、「新宿2丁目」という限られた地域型コミュニティを主なターゲットとしてきた。一方で

現実に感染が起きている層の分析がいまだになされていない。我々の活動が届きにくい（Hard to Reach）層は、1. 物理的に届かない層、2. 届いても避けたり拒絶をする層、3. 届いて受け入れても行動が変容しない層、が考えられる。今までアプローチできた層とできなかった層の規模と特性を、木村によるアンケート調査や、日高によるインターネット調査などで把握し、我々の活動で手の届いている範囲や限界を認識することで、新たなアプローチの開発に進むことができると考える。また、増え続けている新規感染が現在どの層で起きているかを把握することで、今後の予防啓発プログラムを適切に立てることが可能であろう。

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てきた。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、それ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

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センターの役割と活動，保健医療科学，56(3)，230-234，2007

口頭発表

- 1) 佐藤未光：東京のゲイコミュニティとエイ

- ズ 第 20 回日本エイズ学会市民公開講座
2006. 12, 東京
- 2) 木村博和, 佐藤未光, 張由紀夫, 市川誠一 :
東京における MSM 向け予防啓発プロジェクトの評価に関する研究, 第 20 回日本エイズ学会学術集会, 2006. 12, 東京
 - 3) 木村博和, 星野国男, 張由紀夫 : 保健所とエイズ予防啓発団体との協働による HIV/STI 臨時検査, 第 20 回日本エイズ学会学術集会, 2006. 12, 東京
 - 4) 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
 - 5) 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
 - 6) 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
 - 7) 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

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

3 年間に実施された活動は、1-1)2)3)5)6)、2、3、4-1)3)、5-1)2)3)4)で、アンダーラインで示した。これらの活動の目的ならびに実績は平成 16～18 年度の各報告書に述べた。

3 年間の本研究のテーマは「男性同性間の HIV 感染対策とその評価に関する研究」である。そこで、本報告ではこれまでの活動の評価について論ずる。

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予防啓発情報を受け取る人々の数の増大度、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点にある。我々の啓発情報が受け取られ、活動に対する理解が広がった結果と判断される。②に関しては、ゲイコミュニティにおける MSM のコンドーム使用率が 2001 年のベースライン調査に比べ 2006、2007 年には格段に改善しており、情報を受け取った人々の HIV 関連知識の増大と性行動の改善が認められた。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 陽性者はエイズ患者を含めて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我々は一体何をすべきかを考えなければならない。そのための基礎になる情報として、HIV 陽性と診断された MSM の人々の属性を解析することおよび予防的観点から彼らの声を集約することの 2 点が必要であろう。この 2 点の研究は始まったばかりであるが、さらに研究を深めながらそれらの情報に基づいて新たな対策を立案し、それを実施していかねばならないと考える。

A. 研究目的

我々は 2000 年 4 月に、MSM の CBO である Angel Life Nagoya (ALN) を設立し、名古屋医療センターの医療者と協働で、ゲイコミュニティ（商業施設を利用する MSM の人々）を対象に HIV 感染予防啓発活動を開始した。最初は独自に活動してきたが、2002 年からは市川班に属して進めてきた。これまでの活動内容は以下の通りである。

1. HIV 関連情報発信
2. メッセージ付コンドームの配布
3. 無料 HIV 抗体検査会
4. 調査研究
5. 一般社会への啓発活動

上記活動のうち、1, 4, 5 の中には複数の活動が含まれている。1 の中には、1) 啓発パンフレットとポスターなら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 HIV/STI 勉強会の開催、4) 予防啓発映画の作製、5) 啓発拠点の整備と広報活動、6) 無料 HIV 抗体検査会に併設した啓発イベントの開催、が含まれる。4 の中には 1) MSM を対象にした性と HIV 感染症に関する意識調査ならびに性行動調査、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 陽性者の声の集約と検査状況調査が、5 の中には、1) 世界エイズデー in Nagoya の共催、2) 私立高校の生徒、父兄、教師が自

主企画するサマーセミナーへの参加、3) 学校教育関係者の研修会への参加、4) 大学のゼミへの HIV 学習の導入が含まれる。

本報告では、上記の活動の効果を評価するとともに、今後の活動にどのような視点が必要かを探る。

B. 研究方法

予防啓発活動の評価方法は、次の 3 段階でなされるべきと考える。それは、①我々の予防啓発情報がどれくらい多くの人々に届き受け取られたか、②予防啓発情報を受け取った人々の知識と性行動がどの程度改善したか、③最後に①②の結果エイズ患者を含め HIV 陽性者の新規発生がどのくらい減少したか、の 3 段階である。つまり、情報の到達度、理解度と性行動の改善度、HIV 陽性者の新規発生抑制効果、の 3 つの尺度での判定を試みた。具体的には、①はコミュニティペーパーの受け取り数、勉強会への参加者数、啓発拠点への来場者数、コンドームの受け取り数および検査会での受検者数の測定で、その年次推移および他地域との比較も行った。②はゲイコミュニティの MSM を対象とした 2001 年のコンドーム使用率（ベースライン調査）と 2006 年および 2007 年の使用率とを比較した。③は名古屋地区の新規 HIV 陽性者の大部分が受診する名古屋医療センターの MSM 陽性者動向を

調査することによって評価した。

無料 HIV 抗体検査会については、1 人の新規 HIV 陽性者を診断するのに必要な経費を名古屋市の休日検査のそれと比較した。また、生涯最初の受検者の割合、診断時の CD4 値、検査会をサポートするボランティア数も検査会の評価事項として検討した。

なお、一般社会への啓発に関しては、活動内容について記述し、その将来に及ぼす効果について考察するに止めた。

C. 研究結果

①情報の到達度

1-1) コミュニティペーパーの作成と配布

h. a. n. a. と命名したコミュニティペーパーを毎月バーやショップおよびハッテン施設に配布した。その配布部数は 2005、2006、2007 年度それぞれ毎月 300、450、390 部であった。持ち帰り率は月平均 52.8%であった。

1-3) 月 1 回の HIV/STD 勉強会の開催

勉強会は 2000 年 6 月から継続している。参加者数は各年度それぞれ、25～35 名、6～12 名、3～7 名/会であった。

1-5) 啓発拠点の整備と広報活動

啓発拠点への来場者数は、各年次それぞれ毎月 70～90 名、約 40 名、121.1 名であった。

2 メッセージ付コンドームの配布

バー、ショップ、ハッテン施設に毎月配布した。配布数は 2005、2006、2007 年それぞれ毎月 4000 個、2621 個、1883 個であった。持ち帰り率は 92.3%であった。

3 無料 HIV 抗体検査会

2001 年から MSM を主たる対象とした検査会を開催した。受検者数の推移は表 1 の通りである。受検者数は次第に増加した。

表 1. 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

以上が、各活動によって直接 HIV 関連情報が届けられた月平均もしくは 1 年の人数である。3 年間の合計は、各活動の情報が届けられた人数（持ち帰り率を考慮した月平均）に 36 を乗じた数プラス検査会と併設のイベント参加者数（毎年約 3000 人）を加えた数となる。そのような計算では、この 3 年間に延べ約 11 万 2 千人の人々に HIV 関連情報が届いたことになる。

②情報の理解度と性行動の改善度

ゲイコミュニティの MSM を対象にコンドーム使用率の推移に関する検討を行った。ベースラインは、2001 年にゲイナイトに参加した 156 名の MSM を対象にしたコンドーム使用率の調査結果とし、2006 年、2007 年の無料 HIV 抗体検査会に参加した MSM を対象にした調査結果と比較した。

比較結果を図 1 に示す。2001 年に比べ 2006 年の調査におけるコンドーム使用率は格段に上昇していた（2007 年は 2006 年と同様）。

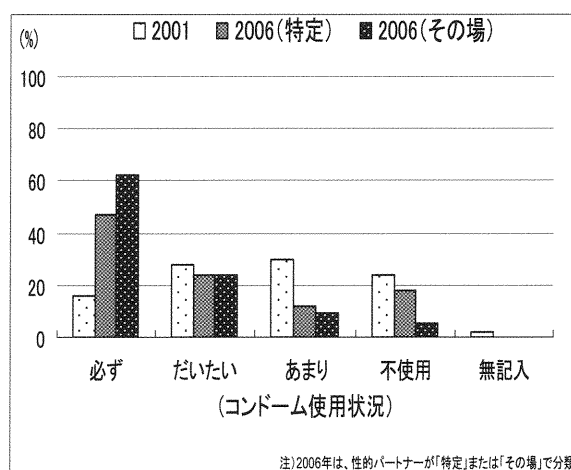


図 1. コンドーム使用状況の変化

③HIV 陽性者の新規発生抑制効果

我々が予防啓発の対象とするゲイコミュニティの MSM が HIV 陽性と診断されると、大部分の人々が名古屋医療センターを受診する。従って、名古屋医療センターにおける MSM の HIV 陽性者の動向を解析すれば、我々の活動が新規 HIV 陽性者の発生の抑制に貢献したかどうかの判定が可能となる。ただ、啓発活動の初期効果としては、検査を受ける人が多くなり、そのために早期診断が促される結果、新規陽性者の CD4 値が上がるとともに、新規エイズ患者数が減り感染者数が増加し、トータルとして陽性者数全体が増加するフェーズが存在することが予想される。この観点から、名古屋医療センターにおける MSM の新規 HIV 陽性者の動向を検討した。結果を表 2 に示す。陽性者は増加傾向にあるとともに、エイズ患者の新規発生も減少していなかった。また、CD4 値の動きからも、早期診断の傾向にあるとは判定できなかった。

無料 HIV 抗体検査会の費用対効果を名古屋市の休日検査の費用対効果と比較した。本検査会における直近 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。

無料 HIV 抗体検査の評価として、受検者数のみならず、生涯最初に受検した人の割合、早期診断に役立っているかどうか、どれくらいのボランティアが協力してくれたかを検討した。生涯最初の受検者数は、2005、2006、2007 年の検査会で、それぞれ 118 名、120 名、

132 名で、全体の約 25%を占めていた。また、本検査会で新たに診断された人で名古屋医療センターを受診した人（3 年間 19 名）の初診時 CD4 値の中央値は $397/\mu\text{L}$ で、名古屋医療センターの新規陽性者全体の CD4 値の中央値（表 2）に比べ高値であった。ここ 3 年間の検査会をサポートしてくれたボランティアの人数は 120 名、152 名、159 名であった。

表 2. 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 平均値 ($/\mu\text{L}$)	初診時 CD4 陽性細胞数 中央値 ($/\mu\text{L}$)
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

一般社会への啓発活動として、1)世界エイズデー in Nagoya の共催、2)サマーセミナーへの参画、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導入、を実施した。詳細は各年度の報告書に記述した。特に 4)に関しては、「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: 257~308, 2007」を参照のこと。

D. 考察

我々は 2000 年 4 月に MSM を対象にした HIV 予防啓発活動を開始した。予防活動担う組織は、MSM の CBO である ALN と名古屋医療センターの医療者の有志からなるものであった。組織は入会も脱会も自由な、緩やかな協働組織である。すべての構成員はボランティアとして参加した。従って、本業の合間の時間を

やりくりして予防活動を行うもので、活動の広がりや深さにおのずから限界があったが、これまでに以下の活動を行ってきた。

1. HIV 関連情報発信
2. メッセージ付コンドームの配布
3. 無料 HIV 抗体検査会
4. 調査研究
5. 一般社会への啓発活動

それぞれの活動のさらに細かな内容については研究目的の項に述べたとおりである。

その中の多くの予防啓発活動がこの3年間に実施された。

一般社会への啓発効果が MSM の人々に影響を及ぼす時期は少し遅れると思われるので、3年間の活動の評価を行うに当たっては、上記1~3の効果を検討することとした。我々の活動の評価は、方法のところで述べたごとく、次の3つのレベルで行われるべきと考える。すなわち、第1段階として、①我々の発信した HIV 関連情報がどれくらいの数の MSM の人々に届いたか、を評価する(情報の到達度)。次いで、②到達した情報がどの程度理解され性行動を変化させたか、を評価し(理解度と性行動の改善度)、最終的には③情報が伝達され理解されて性行動に変化がもたらされた結果、新規 HIV 陽性者の発生にどの程度の抑制効果が認められたか、を評価する(HIV 陽性者の新規発生抑制効果)。

我々はこの3年間に、コミュニティペーパーの発行、勉強会の開催、啓発拠点の整備と広報活動、検査会に併設した啓発イベントの開催、メッセージ付コンドームの配布、無料 HIV 抗体検査会を通して HIV 関連情報をゲイコミュニティの MSM の人々に発信してきた。3年間に HIV 関連情報を受け取った人々の数は、延べ約 11 万 2 千人と計算された。この3年間に啓発拠点に来場した人の数、検査会を受検した人の数は増えたが、一方では勉強会の参加者、コンドーム配布量は減少した。勉強会の参加者の減少として、勉強会のマンネリ性、

不十分な広報、スタッフ数の減少などが原因と思われる。コンドームの配布量の減少は、一部のハッテン施設が自主的にコンドームを配置し始めたこと、配布スタッフの減少、バーの廃業などがある。また、コミュニティペーパーの発行部数は名古屋と同じ規模のゲイコミュニティを有する福岡と比較しても少なく(390部対約2000部)、啓発拠点への来場者も少ない。HIV 関連情報を供給することは予防啓発活動の基礎をなすと考えられるので、今後はスタッフ数を増やししながら、あるいは他の MSM のグループと協働して情報供給量を増加させなければならない。

我々の活動による HIV 関連情報供給の効果・評価のひとつとして、無料 HIV 検査会への受検者数の推移をあげることが出来る。受検者は我々の情報を受け取り、理解した結果検査を受けるわけで、情報到達度の判定のためのひとつの尺度となりうる。2001年から受検者の数は着実に増加し、2007年には最初受検者数の約 3.6 倍に達した。このことは我々の活動の第1段階の評価(情報の到達度)としては、肯定的に捉えてよいものと思われる。

第2段階の評価として、HIV 関連の情報が理解され性行動に変化がもたらされたかを検討するために、ゲイコミュニティの MSM を対象に、2001年と2006年、2007年にコンドーム使用率の調査を行った。その結果、2001年に比較し2006年のコンドーム使用率は格段に上昇していることが判明した(2007年は2006年とほぼ同じ)。つまり、伝達した情報は理解され性行動の変容をもたらしたものと理解される。もちろん、我々の活動のみでこのような変容がもたらされたとは思わないが、我々の活動も何らかの貢献をなしたものと推測される。

我々の予防啓発情報が多くの人に届き、それが理解されれば、セーフターセックスへの変容と積極的な受検へと結び付くことが予想される。その最終的な結果として、新規 HIV

陽性者の減少という疫学的現象につながると期待される。ただし、啓発活動の初期効果としては、受検者が増えるので一時的には陽性者が増えるフェーズもあると思われる。ただし、この場合は早期診断が促されているので、新規エイズ患者の減少と新規陽性者の CD4 値の上昇がカップリングされると思われる。そこで、名古屋地区の新規 HIV 陽性者の大部分が受診する名古屋医療センターにおける MSM の新規 HIV 陽性者の動向を解析した。表 2 に示したごとく、MSM の新規陽性者はエイズ患者とともに確実に増加している。また、毎年の新規 HIV 陽性者の CD4 値の推移は必ずしも上昇しているわけではない。つまり、臨床レベルで見ると、我々の活動はいまだ十分な成果を挙げているとは言えないと結論せざるを得ない。

では、第 1、2 段階の評価は肯定的なものであったにもかかわらず、最終的な評価ではそうではない乖離減少の理由は何なのだろうか？いくつかの理由が考えられる。我々の啓発活動の対象となっている商業施設を利用する MSM は MSM 全体の一部にしか過ぎない、商業施設を利用する MSM 中の情報が行き届かない層での感染が広がっている、情報は得ているが行動変容につながらない、などである。この乖離現象の背景にある原因を明らかにする方法のひとつに、名古屋医療センターを受診した HIV 陽性 MSM の属性解析と彼らの声の聞き取り調査があると思われる。現実の HIV 陽性 MSM の ALN の認知度や好感度、ALN の発信する情報を含む HIV 関連情報への接触率、商業施設の利用率、コンドーム使用率、知識と性行動との乖離度、性交渉のパートナーを知る方法、検査状況と現行の検査に対する考え方など、彼らを通して得られる情報が新たな予防啓発活動の立案に必須と思われる。

我々も限定的ではあるが、HIV 陽性者の声を集約するとともに、彼らの受検状況の調査を行った。陽性者の声の中には、ALN を認知

はしているけれどもその活動に対し好感を抱いていないという指摘があった（18 年度報告集）。受検状況の調査では、89%の人々が初回検査で陽性と診断されていること、特に 50 歳以上のすべてが初回検査で陽性と診断され、しかも初診時に既にエイズと診断されるケースが他の年齢層に比べて多いこと、69%が自己判断で検査を受けたが、なお 31%の人々が自己判断以外の経緯で診断されたこと、かつこの中には高齢者が多いこと、などが明らかになった。

早期に検査することの重要性が示されている。検査機会を増やすことと検査を受けやすい環境の整備が急務である。

我々は検査機会を増やし、検査環境の改善を目指して、MSM を対象とした無料 HIV 検査会を 2001 年から開催している。ゲイバーが多い名古屋市の中心地にある民間のホテルを借りて実施している。検査会の内容は報告書に記述してあるので、参照されたい。受検者の数は年々増加しており本検査会に対するニーズは高まっていること、早期診断の機会になりえたこと、生涯最初の検査機会として位置づけてくれた受検者が 25%存在したこと、予防啓発の機会になりえたこと、費用対効果の点でも劣らないこと、保健所職員や行政の人々あるいは多くの医療者がボランティアとして参加し彼らの日常の予防や医療活動に役立てることが出来たこと、などの点で、本検査会は意義あるものと考えている。しばらくは継続したい。本検査会に対するアンケートに書かれた自由記述の内容を資料として添付する。受検者の思いが理解されるし、次回の改善に役立てなければならない。

本検査会の目標は、検査会自体が不要になることである。そのための条件として、現行の検査環境のさらなる改善、HIV 感染率の低下が挙げられる。前者には、検査機会の増加、検査態勢の改善、検査後の医療体制の充実、偏見差別のない社会の構築などが必要となる

う。我々としては、検査会を行いつつ、上記条件の成立のために努力しなければならない。

一般社会への HIV 情報の発信は、この3年の間に開始した活動である。目的は、一般社会における HIV 関連情報の浸透と理解度の上昇を通して、ゲイコミュニティの中にポジティブな影響をもたらすためである。

そのための活動として、他の8~10団体との共催で行う世界エイズデー in Nagoya なるイベントの実施、私立学校の生徒・父兄・教員が自主運営するサマーセミナーへの参加（セミナーの企画と運営）、学校関係者の研修会における HIV 関連情報とセクシュアリティに関する問題の提供、大学ゼミへのエイズ学習の導入、などを試みてきた。これらの活動は対象が MSM であるとは限らないため、その MSM に対する効果は間接的で時間を要するために、その評価については後日に期待したい。ただし、上記活動を通して、MSM に対する理解度が上昇したこと、他の啓発グループの活動を参考にすることが出来たこと、などの成果が得られたと思う。

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。学習終了時には学生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。

結語

この3年間に我々は以下の5つの領域で、HIV 感染予防啓発活動を行ってきた。即ち、

1. HIV 関連情報発信
2. メッセージ付コンドームの配布
3. 無料 HIV 抗体検査
4. 調査研究
5. 一般社会への啓発活動

の5領域である。

これらの活動の評価を、次の3つのレベルで行った。①HIV 関連の予防啓発情報の到達度、②情報の理解度と性行動の改善度、③新規 HIV 陽性者の発生抑制効果。その結果①②についてはある程度の肯定的な評価を得ることが出来たが、③のレベルでは我々の活動は未だ不十分と評価された。

この乖離現象の背景にはいくつかの原因が存在するが、それを明確にし、新たな予防対策を立案するためには、医療機関を受診した HIV 陽性 MSM の属性解析と彼らの声を聞き取ることの2点が重要と考えられた。

E. 参考文献

研究論文

- 1) 内海眞：日本における HIV 感染症/エイズの現況，日農医誌 54，723-733，2006
- 2) 金子典代，内海眞，市川誠一：東海地域のゲイ・バイセクシュアル男性の HIV 抗体検査の受検動機と感染予防行動，日本看護研究学会誌，30，37-43，2007

国内学会発表

- 1) Seichi Ichikawa, Mioo Satoh, Makoto Utsumi, Tetsuro Onizuka, Masahiro Yamamoto, Hirokazu Kimura. : Preventive enlightenment by gay CBO in Japan. 7th International Congress on AIDS in Asia and the Pacific, 2005, Kobe
- 2) 多和田行男，佐藤克彦，森下高行，藤崎誠一郎，伊部史郎，横幕能行，浜口元洋，

- 内海眞, 市川誠一: NLGR における無料 HIV 検査会 6 年間のまとめ, 第 20 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2006 年, 東京
- 3) 金子典代, 内海眞, 市川誠一: 東海地域の男性同性愛者の HIV 抗体検査の受検動機と性行動: 検査経験別の比較, 日本公衆衛生学会, 2006 年, 富山
 - 4) 金子典代, 内海眞, 市川誠一: MSM 対象の HIV・STI 検査の受験者の受検動機と予防行動, 日本エイズ学会学術集会・総会, 2006 年, 東京
 - 5) 金児典代, 内海眞, 市川誠一: 東海地域在住の MSM の HIV 抗体検査受検行動と HIV 検査体制へのニーズの実態, 第 21 回日本エイズ学会学術集会・総会 2007 年 11 月 28 日, 広島
 - 6) 内海眞, 市川誠一, 菊池恵美子, 浜口元洋: MSM を対象に名古屋における無料 HIV 抗体検査会, 第 21 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2007 年 11 月 28 日, 広島
 - 7) 菊池恵美子, 内海眞, 浜口元洋: 名古屋医療センターにおける 2006 年新規 HIV 陽性 MSM 患者動向, 第 21 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2007 年 11 月 28 日, 広島

大阪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：鬼塚哲郎（京都産業大学）

研究協力者：山田創平、辻宏幸、後藤大輔（財団法人エイズ予防財団）、内田優、鍵田いずみ、塩野徳史、町登志雄、中村英芳、原澤俊也、川合亮、祝雄一、大畑泰次郎（MASH大阪）、木村博和（横浜市健康福祉局）、金子典代、ジェーン・コーナ、大森佐知子（名古屋市立大学大学院）、日高庸晴（京都大学大学院）、市川誠一（名古屋市立大学）

研究要旨

本研究では、平成16年度終了時（平成17年3月）における大阪地域MSMの性的健康の状況をふまえ、3年間の研究事業内容とその到達目標を設定した。研究計画は、年度ごとに作成された。「各介入プログラムの執行」を基盤とし、今後の「各介入プログラムの継続性の保証」や、組織強化、プログラムの立案執行において有益な各種調査研究事業の実施が計画に盛り込まれた。

また、各介入プログラムの体系的な整理のために「3次元評価モデル」を作成した。このモデルでは、縦軸（「対面」から「マスメディア」までのインターフェイスのレベル）と横軸1（セクシュアルヘルスに関する行動のレベル）、横軸2（クライアント像の細分化）の各軸の中で、プログラムが位置付けられ整理される。当該モデルにMASH大阪の各介入プログラムを配置することで、各介入プログラムが対面での介入からマスメディアでの介入まで幅広くカバーしていることがわかる。また、実際に予防行動を取るところまでを支援する（行動変容を促す）プログラムについては今後の課題であることも明らかとなった。また、クライアント像の細分化についても、今後エビデンスベースでの分類が必要であることが確認された。

以下、執行されたプログラム・事業について概要を確認したい。

コミュニティーペーパー〈SaL+〉は、MASH大阪が把握しているHIV/AIDSに関わる情報をコミュニティに提供し、読者のあいだにセクシュアルヘルスへの意識化を促すことを目的としている。また、地域に密着した情報の発信や配布活動を通じて、コミュニティとのネットワークを構築する。紙面の構成においては、コミュニティ関連情報とHIV/AIDSを含むセクシュアルヘルス関連情報とのバランスに配慮し、後者を前者で包んで提示する方法を取った。3年間に渡って、毎月約6000部～6500部が配布された。その結果、平成16年度に実施したフォローアップ調査において、関連知識、受検行動、予防行動のいずれにおいても「コミュニティーペーパー〈SaL+〉受取り群」には「コミュニティーペーパー〈SaL+〉非受取り群」と比較して有意な効果がもたらされたことが示唆されたが、2006年度と同調査においては有意な効果は認められなかった。これをうけ、編集局において、コミュニティへの聴き取り調査を通じてニーズアセスメントを行い、その結果をふまえて紙面のリニューアルを行うことが検討されている。

STI勉強会〈Café Chat〉はエロネタを中心に、身近なテーマを設定し、カフェ形式のリラックスした雰囲気の中、参加者それぞれが自分の言葉で情報を交換し、多様な性や生活のあり方を認め合い、その雰囲気を共有するプログラムである。エロネタを中心としたテーマ設定は参加者の

興味を引きやすく、運営もスムーズに推移した。また持ち帰ったり、実践したりできるような資料を提供することの意義が示唆された。また、2007年度6月以降カフェ形式を採用したことで、参加者がよりリラックスして参加できる環境が構築できた。カフェ形式の中に15分程度の勉強会を設けることで、必要な情報を的確に伝えやすくなり、参加者の意識を高める機会となった。新規クライアントの獲得とさらに効果的な運営手法の開発が課題となっている。

ドロップインセンター<dista>は、大阪地域のMSM向け商業施設集積地に啓発普及の活動拠点を整備し、HIV/STI感染予防のための啓発プログラムを戦略的に展開することを目的としている。ドロップインセンターの機能および対応するプログラムは以下の通りである。①予防啓発事業の拠点機能としての「セクシュアルヘルスの増進のための環境づくり」（STI勉強会開催、アウトリーチの拠点、予防啓発に関わるスキル研修会・講習会開催など）②情報センター機能としての「個人・グループレベルのネットワーク構築と、HIV/STIに関する予防と共生のメッセージ普及」（クライアントが立ち寄りセクシュアルヘルス関連情報を持ち帰る、クライアントへの相談サービスを提供する）③コミュニティセンター機能としての「個人・グループレベルのネットワーク拡大と深化」（地域交流プログラムである展覧会・カフェイベント・各種教室などの実施や、コミュニティからのリアクションのフィードバック、コミュニティにおけるキーパーソンの育成）。ドロップインセンター<dista>の総来場者数は3年間で1.6倍に増加し、当初想定された機能がおおよそ果たされたと考えられる。

予防啓発イベント<PLuS+>は、コミュニティの自発的・積極的な参加により実施される屋外型予防啓発イベント（お祭り）である。事業の目的は「大阪地域の”ゲイコミュニティ”の顕在化と、コミュニティへの帰属意識の涵養」「普段の事業執行で手の届いてないクライアント層（ゲイアイデンティティを持たないMSM層）への情報提供」「大阪を中心とする地域でエイズ対策に取り組む諸団体との交流・意思疎通の促進」「各ブースなどにおける直接交流による情報共有」「ステージでのショーによる情報共有、交流会での意見交換による直接介入」である。事業は大阪市と協働で実施され、来場者数は延べ流入数で2005年が約7,300人、2006年が約14,000人、2007年が約10,000人であった。多数の来場者の獲得は、コミュニティの顕在化や情報交換、交流といった事業目的のおおよその達成を示唆していると考えられる。

ホームページは、平成19年9月に大幅リニューアルを行い、4つのサイトを運営している。本格的な運用は今後の課題である。

ハッテン場プロジェクトBは、商業系ハッテン場において、利用者がセーフセックスを実行できる環境を構築することを目的としている。具体的にはHIV/STI感染予防のための商業系ハッテン場営業規定関西版（ハッテン場規定）を作成し、京阪神地域のハッテン場に参加を促し、この基準を達成するハッテン場を増やすことを成果目標とする。2007年度を準備期間とし、プロジェクトチームの立ち上げと基礎情報収集にあたった。

また、アウトリーチ体制の構築やバーにおける大規模な質問紙調査の実施などを通して、介入プログラムや調査研究事業の実施にあたっての多くのノウハウが開発され、蓄積された。

以上の結果として、HIV抗体検査受検率は36～37%で推移し、コンドーム使用率は5～10%向上した。各介入プログラムは、現在までの知見を踏まえつつ次の発展を伺う位置にまで開発を進めることができた。今後はクライアントニーズの更なる把握を踏まえつつより効果的な戦略の立案が目指される。

A. 研究目的

平成16年度終了時（平成17年3月）における大阪地域MSMの性的健康の状況は別表1の「課題」に示す通りであった。その課題をふまえ、3年間の研究事業内容とその到達目標が設定された。3年間の研究事業が終了する時点での到達目標は表1の「平成19年度終了時の到達目標」のように設定された。

B. 研究方法

1. 各年度の研究計画

以上の到達目標を達成するために、3年間の研究計画が作成された。研究計画は以下のように年度ごとに作成された。「各介入プログラムの執行」を基盤とし、今後の「継続性の保証」や、組織強化、プログラムの立案執行において有益な各種調査研究事業の実施が計画に盛り込まれた。

(3年間の研究計画)

2005年

- ・ 各介入プログラムの継続性の保証
- ・ クライアントコミュニティおよびNPOセクターとのネットワークの強化
- ・ 社会学系研究者のリクルート
- ・ 行政に対するエイズ政策の提言

2006年

- ・ 各介入プログラムの継続性の保証、クライアントコミュニティおよびNPOセクターとのネットワークの強化
- ・ コミュニティの規模や動態に関する社会学的研究の実施
- ・ クライアントニーズや、予防に関わる様々な「イメージ・認識」をめぐる質的研究の実施
- ・ 行政に対するエイズ政策の提言
- ・ 日本エイズ学会での発表(社会学的調査、CBO運営、プログラム構築などの領域)

2007年

- ・ 各介入プログラムの継続執行

- ・ 総合エイズセンター（すべてのクライアントグループに予防・ケア・アドボカシーを提供する組織）の創設

C. 研究結果及び考察

1. 各介入プログラムの種類とデザイン

ここでは、3年間の研究計画において基盤となる各介入プログラムについて、その基本的なデザインと種類を確認する。MASH大阪では各介入プログラムについて図1に示す3次元モデルを用いて整理している。

3次元評価モデルでは、縦軸（「対面」から「マスメディア」までのインターフェイスのレベル）と横軸1（セクシュアルヘルスに関する行動のレベル）、横軸2（クライアント像の細分化）の各軸の中で、プログラムが位置付けられ整理される（図2参照）。

表2では縦軸、即ちインターフェイスのレベルにより各プログラムを分類する。MASH大阪の各介入プログラムが対面での介入からマスメディアでの介入まで幅広くカバーしていることがわかる。

横軸1（セクシュアルヘルスに関する行動のレベル）については、現時点でほとんどのプログラムが「自分なりのセーフターセックスを実践しよう」と意図する」を目標領域に設定している。実際に行動に移し、それを維持するためのプログラムの立案と執行は今後の課題である。

横軸2（クライアント像の細分化）については、エビデンスベースの分類が必須となる。この点については調査研究事業の内容も含めて後述する。

2. 各プログラムの年度ごとの執行の推移

各プログラムの執行の推移について、以下のごとく確認した（表3参照）。

1) コミュニティーペーパー<SaL+>

(目的)

- ・ MASH大阪が把握しているHIV/AIDSに関わる情報をコミュニティに提供することで、読

者のあいだにセクシュアルヘルスへの意識化を促す。

- ・ 地域に密着した情報を発信することで、読者におけるコミュニティ意識の涵養を促す。
- ・ 配布活動を通じて、コミュニティとのネットワークを構築する。

(コンテンツ)

- ・ コミュニティ関連情報とHIV/AIDSを含むセクシュアルヘルス関連情報のバランスに配慮した紙面構成とし、後者を前者で包んで提示する方法を取った。

(効果評価)

2004年度に実施したフォローアップ調査の結果、関連知識、受検行動、予防行動のいずれにおいても受取り群には非受取り群と比較して有意な効果がもたらされたことが示唆されたが、2006年度の同調査においては有意な効果は認められなかった。これをうけ、編集局において、バーへの聴き取り調査を通じてニーズアセスメントを行い、その結果をふまえて紙面のリニューアルを行うことが検討されている。

2) STI勉強会<Café Chat>

(目的)

エロネタを中心に、身近なテーマを設定し、カフェ形式のリラックスした雰囲気の中、参加者それぞれが自分の言葉で情報を交換し、多様な性や生活のあり方を認め合い、その雰囲気を共有する(表4参照)。

(手法)

- ・ ファシリテーターを設け、対話形式で展開する
- ・ テーマにそった資材やゲームを用意する
- ・ 参加者が交流しやすい環境をつくる
- ・ プログラムの最後15分程度をSTI勉強会にあてる

(効果評価)

- ・ エロネタを中心としたテーマ設定は参加者の興味を引きやすく、運営もスムーズに推移した。

- ・ 持ち帰ったり、実践したりできるような資料を提供することの有意性が示唆された。
- ・ 15分程度の勉強会を設けることで、必要な情報を的確に伝えやすくなり、また参加者への意識を高める機会となった。
- ・ 2007年度6月以降カフェ形式を採用したことで、参加者がよりリラックスして参加できる環境が構築できた。
- ・ 課題として、新規クライアントを獲得するための広報の手法、その場合の運営手法の開発が必要。

3) ドロップインセンター<dista>

(事業の目的)

大阪地域のMSM向け商業施設集積地に啓発普及の活動拠点を整備し、HIV/STI感染予防のための啓発プログラムを戦略的に展開する(表5参照)。

ドロップインセンターの機能および対応するプログラムは以下の通りである。

- ① 予防啓発事業の拠点機能(セクシュアルヘルスの増進のための環境づくり)
 - ・ STI勉強会開催
 - ・ アウトリーチの拠点
 - ・ 予防啓発に関わるスキル研修会・講習会開催
- ② 情報センター機能(個人・グループレベルのネットワークを通して、HIV/STI予防と共生のメッセージが普及していく)
 - ・ クライアントが立ち寄り、セクシュアルヘルス関連情報を持ち帰る
 - ・ クライアントへの相談サービスを提供する
- ③ コミュニティセンター機能(個人・グループレベルのネットワークを拡大・深化させる)
 - ・ 地域交流プログラム(展覧会・カフェイベント・各種教室など)の提供
 - ・ コミュニティからのリアクションをフィードバックする
 - ・ コミュニティにおけるキーパーソンを育成

する

(クライアント)

以下の4層をクライアントとして想定した。

- ・ ゲイタウン商業施設従業員
- ・ ゲイタウン商業施設利用者
- ・ インターネット利用層
- ・ エイズ対策関連団体および個人

(数値目標)

- ・ 総来場者数およびふらっと来た人を3年間で2倍にする
- ・ 毎月50名程度の初来場者を呼び込む

(効果評価)

①予防啓発の拠点機能に関しては、distaは十分にその機能を果たしたといえる。②情報センター機能、③コミュニティセンター機能については、distaにおいて執行されるプログラムはすべて個人・グループレベルでの介入であるため、総合的な評価を行うためには広汎な質的・量的調査が課題となる。ただ、総来場者数が3年間で1.6倍に増加したこと、初来場者数が目標の月平均50人には届かなかったもののほぼ倍増したこと、相談件数も増加しつつあることから、②、③の機能がある程度果たされていることが示唆される。課題として、中高年の来場者から「若い人が多いので入りづらい」との声が寄せられていることがあげられる。中高年層MSMへの予防啓発のニーズは増大しており、今後の重要な課題と位置づけられる。

4) 予防啓発イベント<PLuS+>

予防啓発イベント<PLuS+>は、コミュニティの自発的・積極的な参加により実施される屋外型予防啓発イベント（お祭り）である。事業の目的は「大阪地域の”ゲイコミュニティ”の顕在化と、コミュニティへの帰属意識の涵養」「普段の事業執行で手の届いてないクライアント層（ゲイアイデンティティを持たないMSM層）への情報提供」「大阪を中心とする地域でエイズ対策に取り組む諸団体との交流・意思疎通の促進」「各ブースなどに

おける直接交流による情報共有」「ステージでのショーによる情報共有、交流会での意見交換による直接介入」である。事業は大阪市と協働で実施された。2007年度<PLuS+>は厚生労働科学研究費補助金エイズ対策研究事業としては行われていないが、3年間の継続性を把握するため、簡潔に概要を表6に提示しておく。

5) ホームページ

ホームページの本格的な運用は、初年度よりの課題であった。2007（平成19）年9月にホームページの大幅リニューアルを行い、現在4つのサイトを運営しているが、2007年度は厚生労働科学研究費補助金エイズ対策研究事業としては行われていない。その後のアクセス数を表7に提示する。

6) ハッテン場プロジェクトB

(事業の目的)

本プロジェクトの目的は商業系ハッテン場において、利用者がセーフセックスを実行できる環境を構築することである。

ハッテン場は不特定多数のMSMがセックスすることを目的として集まる場所であり、MSMのセクシュアルネットワークにおいて、ノードのもつ紐帯の数、ノードの間の距離、ノードの持つ媒介性のいずれにおいても非常に中心性が強い空間である。

そして実際にセックスを行なう空間であり、HIVなど様々なSTI原因物質の伝染・交換が起きる可能性が常にある空間である。しかしながら文字や言葉の情報伝達による事前のコミュニケーションなしにセクシュアルネットワークが成立し得る空間であることから、セーフセックスネゴシエーションが行われにくいという特質を持つ。

この空間における予防行動の実践には、(A)利用者個々人の意識・態度や、(B)施設の雰囲気・環境が重要な要素であると考えられるが、

本プロジェクトでは、(B)に対する対策として施設に対する介入プログラムを実施する。

なお、プログラムの実施にあたり、ハッテン場との信頼・協力関係を構築することが必要不可欠であり、そのためにハッテン場の存在およびハッテン場でセックスを行うことが社会的にネガティブなイメージにならないことに注意することとする。

(対象クライアント)

- ・ 商業系ハッテン場の施設
- ・ 商業系ハッテン場のオーナー、店長、従業員

(成果目標)

STI 予防のための商業系ハッテン場営業規定関西版(仮称、以下ハッテン場規定と略称)を作成し、京阪神地域のハッテン場に参加を促し、この基準を達成するハッテン場を増やすことを成果目標とする。

2007年度はこの準備期間とし、プロジェクトチームの立ち上げと基礎情報収集にあたることとし、以下を本年度の実施目標とする。

- ・ プロジェクトチーム立ち上げ
- ・ ACONのSex on Premises Code of Practice 翻訳作業
- ・ 日本国内における商業施設系ハッテン場の営業に関連する法律・条令の確認
- ・ 関西圏における商業施設系ハッテン場の件数・営業形態の把握と分類
- ・ 仮ハッテン場規定(ハッテン場との協議の為の叩き案)作成

(効果評価)

本プロジェクトの効果を以下の点において評価することとする。

- ・ ハッテン場規定の作成と運用開始
- ・ ハッテン場規定参加店舗数
- ・ ハッテン場規定参加店舗のオーナーや従業員に対するインタビュー結果
- ・ ハッテン場利用者の性感染症予防の意識と知識および行動の変容率(コンドーム使用率やHIV検査受検率)等(クラブ利用者

調査やバー利用者調査およびインターネット利用者調査等のデータよりハッテン場利用者のデータを抽出する)

(事業成果)

プロジェクトチームの立ち上げが諸般の事情により遅れ、12月に動き始めたため、作業がやや遅れている。現時点では、ACONのSex on Premises Code of Practice 翻訳作業がほぼ終了し、関西版へのアレンジに着手しつつある状況である。

同時に日本国内における商業施設系ハッテン場の営業に関連する法律・条令の確認と、関西圏における商業施設系ハッテン場の件数・営業形態の把握と分類を行っている。

これらをもとに、本年度中に仮ハッテン場規定(ハッテン場との協議の為の叩き案)を作成予定である。

3. アウトリーチ体制の整備

1) これまでの流れ

コミュニティーペーパー<SaL+>の評価の裏には、アウトリーチによる普及がある。コンドーム配布に続き SaL+のアウトリーチを2002年から行い、コンドーム配布を終えた後も継続して行った。2005年から若年層向け友達づくり支援プログラム「STEP」との連携による配布ボランティアの獲得を行うなどの試みがなされ、2007年にはアウトリーチ体制は一応の完成を見たと考えられる。

2) 体制

180軒を超える商業施設に毎月コミュニティーペーパー<SaL+>を配布することはそれ自体大きな負担であった。商業施設の移転・閉店・新規開店の変動は激しく、また2005年から若年層の友達作り支援プログラム<STEP>の参加者がアウトリーチのボランティアとして参加するようになったことにより、情報を統括しそれらを漏れなく管理することはより困難になった。そこで2007年度に、店

舗等を回る順番、地理的に隣接するビルを考慮しつつリストを細分化し、ルートを堂山6、ミナミ3、新世界1と分けて整備した。

また、実際の大阪地区の商業施設への配布と他団体への送付を分けてコーディネーターを設け、両者を統括し報告とリスト管理するディレクターをおくことにより情報の整理・管理を容易にした。また、お店からの質問や問題への対処を迅速に行えるようにアウトリーチ開始前の15分間にミーティングを行い、実際にあった質問や問題のケースを提示して、参加者全員で事例の共有と対処法を一緒に考える時間を設けた。

また、参加しているボランティアに前回の配布件数、配布部数、参加人数をミーティングのなかで発表することで、活動の成果をボランティアに還元するという作業を同時におこなった。このことがボランティアのモチベーションを高め、より安定した参加人数の獲得につながった。

ミーティングでは、MASH大阪の事業に対する質問やPLuS+への質問等があったことが報告された。また、ディレクターの携帯電話番号とMASH大阪事務局の電話番号を、各ルートの店舗リスト等を挟み込む板（アウトリーチの際に携行するクリップボード）に張り付けるなどの工夫をし、随時報告を受けられるような体制作りにとりくんだ。

3) アウトリーチオリエンテーション

2007年度から、アウトリーチに初めて参加するボランティアに対して配布開始前にオリエンテーションを実施した。その際に下記のようなマニュアルを作成し(図3参照)、注意事項、トラブルや質問への対処法を説明した。主に以下の4点を中心に説明した。

- ・アウトリーチするボランティアはMASH大阪の顔であること
- ・お店にもプライバシーがあること
- ・謝金がかかるかどうか

- ・謝金は労働の対価ではなく、交通費として出していることを確認する

また、アウトリーチに初参加のボランティアにはアウトリーチに何度も参加して経験豊富なボランティア、もしくはスタッフと一緒に配布するような配慮をした。

4) 反応

アウトリーチを続ける中でお店のオーナーに注意されたことも何度もあったが、逆に励まされたこともある。お店側からアウトリーチに参加しているボランティアへ新規のお店情報が伝わるようになった。また、SaL+に記載しているお店の表記の間違いや、移転の情報、苦情などもアウトリーチを通して得られるようになった。

5) どうして継続できたか

労働量が多く、困難な作業であるアウトリーチ事業をボランティアベースでどうして継続することができたか。ひとつはアウトリーチする商業施設が、普段自分たちが利用する、または利用したいと思っている場所だということが挙げられる。MSMは日常生活の中で同じMSMに出会う機会はあまりない。だからこそアウトリーチを通して知るお店の人や利用する人との出会いは魅力的に感じられたものと思われる。

さらに、MASH大阪のスタッフのあいだには、HIV/STIは自分たちの問題だというリアリティがあった。そのため、より広く、コミュニティにおいてこうしたリアリティを共有するためにはアウトリーチを通じて関係を構築していくことが必要だとのコンセンサスがあった。また、お店との信頼関係ができてくればその信頼関係への責任が生まれる。毎月来ると約束したからには、負担の大きさゆえに行けないような事態は避けなければならない。信頼関係を築くためには時間がかかるが、それが失われるのは一瞬である。ステークホル

ダーとの間で築いてきた信頼関係と、払われた労力の大きさを考えれば、継続性を保障することが第一優先課題となる。また説明無く MASH 大阪のスタンスが変わったり、アウトリーチ担当者によってスタンスが変わることも好ましくなかった。従ってボランティアとして参加するスタッフが徐々に増えてきたとき、簡易なアウトリーチマニュアルを整備する必要があった。

6) バーにおける大規模質問紙調査の実施手順について

ここからは、アウトリーチ事業の調査事業への応用であるバーサーベイ（バーにおける大規模質問紙調査）の手法について記したい。

① バーサーベイ開始1ヵ月前に「バーサーベイの概要」と「バーサーベイ開始からのタイムテーブル」を示した依頼文章(i)、参加・不参加回答用紙(ii)の2点をワンセットにしたものを大阪のバー155軒に配布した。配布する際に「詳しく説明を聞きたい」という要望に答えられるように事前にオリエンテーションを行い、アウトリーチ担当者がバーサーベイの説明ができるように配慮した。このときの参加者は5人であった。

② 配布から一週間後に参加・不参加の回答書を回収。回答書は電話、FAXでの回答だけでなく、実際にお店を訪問し回収を行った。SaL+の配布と同時に行うことにより人員の確保と、MASH大阪の実施する研究への理解をアウトリーチに参加しているボランティアにも深めてもらった。情報共有のために、堂山に配布後、ミナミ、新世界に向かう前にもう一度ミーティングを設け、店舗側からの質問の整理対処の方法を検討した。

③ 回答書にて参加を表明したバーは69軒。参加店舗のリストを作成しそれを5分割し担当を割りふった(担当者は5名)。また記載された配布部数にアンケートを仕分けし、ポスターサイズのフローチャート、下敷きサイズ

のラミネートされたフローチャートの3点を1セットにし、オリジナルビニール製トートバックに1件ずつ分け、店舗側にも保管しやすいう工夫し配布を実施した。配布時には手順の確認を行い、フローチャートに記載しているMASH大阪事務局の連絡先をアンケート追加や質問などの問い合わせ先として紹介した。

④ アンケート回収数は1063部であった。アンケート配布終了後、ドリンクチケットと残部数の回収、枚数を確認の上、下記の書面にて残部数、ドリンクチケット枚数を記載し、店名、店担当者、回収担当者名を手書きでサインした上で、上半分を店舗側の控えとして手渡し、謝金とドリンクチケット金額引換の証明半券とした(図4参照)。

⑤ ドリンクチケット、残部数から計算した金額の支払いを行った。4にて記したお店側の控えとMASH大阪側の控えを合わせて金額を確認し支払いを行った。その際に複写式の領収書を用意し手渡した確認が取れるように工夫した。バーサーベイのインセンティブとしてドリンクチケット以外に抽選にて獲得可能な景品を用意した。当選番号はポスターとMASH大阪HPで発表された。

4. 評価のツールと各プログラムの成果

1) クラブ参加者対象のフォローアップ調査

1999年にベースライン調査としてスタートしたクラブイベント参加者対照の質問紙調査は、その後も継続して実施してきた。主な項目について表8に示した。

2) バー精密調査

バーでの大規模質問紙調査が実施された。詳細については報告書別章を参照。

3) Café Chatインタビュー調査

Café Chatスタッフに対してインタビュー調査が行われた。詳細については報告書別章を参

照。

4) 以下が、3年間の総括である。

- ・ コミュニティーペーパー配布、ドロップインセンター運営はほぼ順調に推移した。
- ・ STI 勉強会はノウハウ、人材ともに充実し、次の展開をねらう位置にある。
- ・ 社会学者の参入により、コミュニティの規模に関する知見が大幅に向上した。
- ・ ホームページは2007年度の大幅なリニューアルによりコンテンツの質・量ともに大幅に向上したが、広報および更新作業が不十分なため、期待されたクライアントを獲得していない
- ・ 予防啓発イベントも運営面ではほぼ順調に推移したが、2007年度の現場でのアンケート調査により、来場者の大半はゲイ関連商業施設利用者であることがわかった。非利用者層を呼び込むという当初の目的は達成されたとはいえない。
- ・ 受検率は36～37%で推移し、目標（10%増加）は達成できなかった。
- ・ コンドーム使用率は5～10%向上し、目標（5%増加）を達成できた。
- ・ 大阪市、京都府との連携が深まった。
- ・ MASH 大阪の上部に特定非営利活動法人「関西エイズ対策協議会」を立ち上げ、すでに認証・登記は完了した。

5) 到達目標の達成度

2005～2007年度の到達目標のうち、「達成」もしくは「ほぼ達成」されたもの

- ・ 各介入プログラムの継続性の保証
- ・ クライアントコミュニティおよびNPOセクターとのネットワークの強化
- ・ コミュニティの規模や動態に関する社会学的研究の実施
- ・ 行政に対するエイズ政策の提言
- ・ 日本エイズ学会での発表（社会学的調査、CBO運営、プログラム構築などの領域）

2005～2007年度の到達目標のうち、形のうえでは達成されたが、運営は今後の課題となるもの

- ・ 総合エイズセンター(すべてのクライアントグループに予防・ケア・アドボカシーを提供する組織)の創設
- 2005～2007年度の到達目標のうち、十分に達成されなかったもの
- ・ クライアントニーズや、予防に関わる様々な「イメージ・認識」をめぐる質的研究の実施

5. クライアント像の検討について

MASH大阪では前述のように、クライアント像の明確化（「感染がどこで起こっているのか」「MASH大阪の事業にとって最もニーズの高いクライアントがどこにいるのか」を知ること）が、事業執行上の大きな課題となりつつある。事業評価のための3次元モデルにおいてもエビデンスベースのクライアント像の細分化が求められている。

本章では、「MSMコミュニティの規模を推定するための社会地理学的研究」と日本エイズ学会（2007年）で開かれたシンポジウム「MSM集団はHIV/AIDS対策においてhard-to-reach populationか？～コミュニティ規模調査後のMSM向け予防戦略を検討する」を通して、現時点で推測可能なクライアント像について整理したい。

1) MSMコミュニティの規模を推定するための社会地理学的研究について

MSMコミュニティの規模を推定するための社会地理学的研究—大阪市浪速区恵美須東（新世界）地区、難波4丁目（ミナミ）地区を事例として—において、大阪地域のMSM向け商業施設の利用者数が実数で推定された。調査の結果、ミナミ地区にアクセスするMSM実数は14,506であり、新世界地区にアクセスするMSM実数は6,529であることがわかった。これにより平成18年度に実施した堂山地区での調査結果とあ