

グラムである。

7. 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 に関わ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（コーナー名は「Ring!」）。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ている。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 の活動について説明し、コネクションを形成した。

2) 東京都の委託事業

東京都の委託事業として以下の活動をおこなった。

- ・アダルトデリヘル (Delivery Adult)
- ・講演会「エイズはじめて物語」
- ・Living Together Lounge
- ・Living Together のど自慢

3) 東京都「保健所マップ」の作製

主に MSM を対象にした「保健所マップ」の作製をした。

4) 新宿保健所のゲイのための検査イベントの広報 (実施日: 6/10・6/17、11/6・11/13)

「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、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やアダルトデリヘルを介して配布した。受検者のうち、チラシを見て来場した人が 4 割いた。

8. ホームページ

<http://www.rainbowring.org/>

ホームページを改変中である。主ページはおもに Rainbow Ring の活動内容や過去の活動について紹介する内容にして、プロジェクトごとのページで現在進行している内容を随時更新していく予定である。

9. 研究成果発表会 (活動報告会)

8 月 29 日 (金) 新宿文化センターにて、「Rainbow Ring 5 年間の活動報告会」を開催した。62 人の参加があった。それにあわせて、今までの活動をまとめた冊子を作製して配布した。

以降、毎年度末に活動報告会を開催し、主に新宿 2 丁目に関わる人や、Rainbow Ring の活動にご協力をいただいている方々にご参加いただいて、意見交換をしていきたいと考えている。

10. 調査・研究

Living Together Lounge に出演いただいた方々を第一層に、RDS 調査をおこなった (MEN-DO キャンペーン)。(内容・結果は「携帯電話調査による研究」の項に譲る)

また、1 月～2 月にかけて、デリヘルをおこなっている商業施設を対象に、アンケート調査を実施中である。

D. 考察

1. 新宿 2 丁目を中心とした HIV 予防啓発体制の構築とその評価

5 年間にわたり、コミュニティセンターakta において様々な企画を実施したり情報提供をすることに加え、akta から外部に向けてアウトリーチをしたり配送をすることによって、akta を中心に「見える」「見せる」「届ける」活動を継続して実施してきた。昨年度実施したデリヘルインタビューを分析する中で、新宿 2 丁目の中に我々の予防啓発活動が

認知され、根付きつつあることが確認できた。実際に akta の運営やアウトリーチをおこないつつ、今回のインタビューの結果を受けて考察できることとして、

- ・コミュニティの中のキーパーソンが活動に関心を持つような工夫や、関わりやすいポジションを提供し、彼らが関わっていることを外部にアピールできるような見せ方が有効であること
- ・対象とする人や場所に継続的に、定期的なアプローチを続けることで、徐々に認識してもらえらるようになること
- ・対象とする人や場所の置かれた状況や特質を把握するように努め、もともとの彼らの活動を阻害することがないように配慮すると共に、人間関係や利害関係についての配慮が重要であること
- ・個々の対象にアプローチをするときには、コミュニティ全体がそれを後押しするような雰囲気をつくるよう配慮すること（同業種に一齐にアプローチをする、キャンペーンとして打ち出すなど）
- ・対象とする人や場所が、それぞれにコミュニティを抱えていることによって、そのネットワークを介して波及効果があること
- ・それぞれのコミュニティにはおのおの特質があり、その多様性やニーズに配慮した資材やアプローチ方法が求められること
- ・特に HIV の問題については、それを身近に感じているキーパーソンと、身近に感じたことがないキーパーソンが混在しているのが現状であり、その格差が大きいこと
- ・HIV の問題に触れた経験のある人の中でも、その経験値や、それに対する態度は様々であること
- ・多様性に対する配慮と同時に、基本となる考え方や態度（Living Together のコンセプトなど）をぶれることなく示し続けることが重要であること

などが挙げられる。

現在、新宿2丁目の商業施設を利用する顧客を対象としたアンケート調査を実施している。この5年間の活動を経た現状を把握し、我々の予防啓発に暴露した経験や程度と、HIV や検査についての知識や行動についての関係を把握するものである。今後も隔年毎に調査を実施していく予定である。

2. 戦略研究と当研究との関係と、今後の役割について

一昨年度より始まった戦略研究は、それまで Rainbow Ring がおこなってきた活動や、ぶれいす東京とともにおこなってきた「Living Together 計画」をベースに、アプローチをする層やターゲットを拡大して実施している。その実施にあたっては、それまで Rainbow Ring が形成してきた体制を活用しておこなっている部分も多い。特に外部の人達と打ち合わせやミーティングを akta でおこなったり、資材の配送やアウトリーチをおこなうなどの Rainbow Ring の役割は重要である。

また、Rainbow Ring の活動の中で得られた情報や意見をもとに、戦略研究の枠組みで資材を開発することもある。例えば、デリヘルインタビューで得られた意見をもとに、普段から顧客を相手にしている商業施設の従業員や経営者に向けた啓発資材を、戦略研究で開発している。以前から akta にて手話教室を開催してきた聴覚障がい者のグループからの要望もあり、そのご意見やご協力をもとに、聴覚障がい者向けの資材も開発された。

前述した、新宿2丁目の商業施設を利用する顧客を対象としたアンケート調査や RDS 調査（MEN-DO キャンペーン）は、戦略研究の枠組みの中で実施している。新宿2丁目以外の地域でも同じ内容のアンケート調査を実施することによって、当研究でアプローチを続けてきた地域と未実施の地域との差を比較することも可能である。

当研究と、その延長線上と考えられる戦略

研究のプロジェクトを円滑に進めるためには、「インターフェイス」としての Rainbow Ring と akta の役割がこれからも十分に機能するように配慮をしていく必要がある (図 1)。

(図 1)



3. コミュニティセンターakta の役割と今後の展望について

akta の「インターフェイス」としての役割は、プロジェクトが増えるほどに重要かつ多忙になりつつある。一方で、akta における個別の情報提供や相談なども増加傾向にある。現在の Rainbow Ring の活動としては、コミュニティ全体に対する予防啓発 (HIV の問題の顕在化と予防に向けての動機づけ) をアウトリーチやイベントを通しておこなっており、そこで動機づけされた人に向けて、各種資材や講習会を通して、または akta にご来場いただくことでさらなる情報提供をおこなっている。akta がこのいくつかの役割を担っていることを認識しながら、その機能を整理して評価していくことが必要である。また、今後さらに多忙になることが予想され、運営に充分

なスタッフの確保も課題である。

E. 結語

デリヘルインタビューの分析より、当研究が Rainbow Ring と共に築いてきた体制や手法に一定の効果があることがわかり、今後の課題も吸い上げることが可能となった。それらを利用しながら戦略研究の枠組みで、首都圏全域にアプローチを拡大しつつある。今後もこの体制と akta の運営を継続しつつ、戦略研究とも協働しながら効果評価を行う予定である。

名古屋地域における男性同性間の HIV 感染予防介入研究

研究分担者：内海 眞（独立行政法人国立病院機構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）、金田次弘、伊部史朗、菊池恵美子、
岩崎奈美（独立行政法人国立病院機構名古屋医療センター）

研究要旨

名古屋地域での HIV 感染予防啓発活動は、MSM (Men who have Sex with Men) によって構成される CBO (Community Based Organization) の ALN (ANGEL LIFE NAGOYA) と名古屋医療センターのスタッフとの協働で行われてきた。本稿では 1)ALN の平成 20 年度の活動内容とその成果、2)名古屋医療センターにおける HIV 陽性者動向から見た ALN の活動の評価、3)名古屋医療センターの未治療 HIV 陽性者における薬剤耐性ウイルスの出現動向、4)名古屋医療センターに通院中の MSM・HIV 陽性者を対象としたインタビュー調査(属性、ALN との関係性などの解析)の中間報告、について記述する。

1) ALN の活動内容は、①勉強会の開催、②コンドームの配布、③コミュニティペーパーの配布、④NLGR (Nagoya Lesbian & Gay Revolution) の開催、⑤ M 検の開催、⑥活動拠点「rise」における啓発活動、の 6 点について報告する。勉強会は「JOINT」と銘打って月 1 回開催した。参加者は平均 5.6 名であった。コンドームはバー並びにハッテン施設に月平均 1316 個配布した。コミュニティペーパー「h. a. n. a.」を毎月商業施設に配布した。協力施設は、バー 58 店中 40 店、ショップ 4 店中 1 店、ハッテン施設 4 施設中 2 施設、クラブイベント 4 件中 3 件であった。NLGR では広報とイベントを担当し、439 名の受検者を迎えることができた。HIV 陽性者は 8 名で、このうち新規陽性者は 5 名であった。12 月に MSM を対象とした HIV 検査会 (M 検) を保健所で開催した。ALN はその企画と広報を担当した。M 検では 92 名が受検し、うち 5 名が陽性であった (新規陽性者は 4 名)。rise は週 4 回 (木、金、土、日) オープンした。参加者は月平均 138.6 名 (前年より 17.5 名増) で、新規来場者は月平均 5 名であった。

2) 名古屋医療センターの HIV 陽性者総数は 2008 年末現在 843 名で、そのうち MSM は 519 名の 61.6% であった (感染経路不明の男性を加えると 588 名 : 69.8%)。平成 20 年 1 年間の新規 HIV 陽性者は 123 名で、前年より 17 名減少した。123 名中 MSM は 87 名で、70.7% を占めた (感染経路不明の男性を加えると 94 名 : 76.4%)。前年と比較すると MSM の新規陽性者は 14 人減少したが、初診時 AIDS 発症者は感染経路不明の男性を加えた 94 名中 36 名 (38.3%) で、前年の 26.9% を大きく上回った。36 名のうち 40 代以上は 23 名で、AIDS 患者の 2/3 を占めた。昨年 1 年間における MSM・HIV 新規陽性者動向の特徴は、感染者数は大幅に減少したが、逆に AIDS 患者は絶対数も比率も増加し、その年齢構成は例年のように高い年代に多い結果となった。予防啓発活動はまだ十分な効果をあげていないと思われる。

3) 名古屋医療センターの新規 HIV 陽性者の薬剤耐性ウイルス出現頻度 (薬剤耐性ウイルスと 215 リバータントを含む) は、1999 年から 2007 年までの 509 例の解析では、69 例 (13.6%) が

耐性ウイルスを有する結果となった。

4) 名古屋医療センターに通院中の MSM・HIV 陽性者に対するインタビュー調査はまだ中途ではあるが、次の点が何人かの陽性者から指摘された。すなわち、「自分のセクシュアリティを隠しながら生きている MSM にとっては、MSM に特化した情報にはアプローチしにくい。広く一般向けの情報の中に HIV 関連情報を忍び込ませて欲しい」、というものであった。今後はこの点にも目を向けていきたい。

A. 研究目的

わが国においては男性同性間の性的接触による HIV 感染が大半である。この傾向は名古屋地域でも同様で、MSM を対象にした HIV 予防啓発活動は極めて重要な位置を占めている。これまで当地域では ALN と名古屋医療センターの医療者が協働で HIV 予防啓発活動を担ってきた。

本研究では、現在の ALN の予防啓発活動の成果について検討するとともに、その感染予防効果について名古屋医療センターの新規 MSM・HIV 陽性者動向から判定した。また、名古屋医療センターにおける新規 HIV 陽性者の薬剤耐性ウイルスの出現頻度を検討した。さらに、予防効果を引き上げるための方法につき、HIV 陽性者のインタビュー調査の中間結果を踏まえて提言する。

B. 研究方法

1) ALN の活動を列挙し、その活動成果を求めた。成果とは、本研究においては活動の直接的結果を言うものとする。例えば、勉強会の参加人数やコミュニティペーパーの配布数を指す。

2) ALN の活動の予防啓発効果について検討した。検討方法は、ALN の活動の認知度、認知の結果行動変容につながったかどうかの判定、新規 HIV 陽性者に対する影響、の 3 段階で行った。認知度は、ALN と名古屋医療センター主催の無料 HIV 検査会の来場者数の年次推移で推定した。行動変容は、コンドーム使用率の改善

で判定した。新規 HIV 陽性者に対する影響は、名古屋医療センターにおける MSM・HIV 陽性者の動向（HIV 陽性者数、AIDS 患者の割合、初診時 CD4 値の年次推移）を解析することで検討した。

3) 1999 年から 2007 年までの 509 例の新規 HIV 陽性者の治療前薬剤耐性検査を遺伝子型解析によって実施し、新規陽性者の薬剤耐性ウイルス保有率を求めた。薬剤耐性ウイルスには逆転写酵素の 215 リバタントも含めた。

4) 名古屋医療センターを受診した MSM・HIV 陽性者を対象に、その属性、ALN との関係性、ALN の情報が届いているかどうか、HIV 関連情報と行動変容の関係性などについて明らかにするために、30 名を目標に半構造的インタビュー調査を実施した。

C. 研究結果

1) ALN の活動内容は以下のとおりである。
①月 1 回の勉強会の開催、②メッセージ付きコンドームの商業施設への配布、③コミュニティペーパーの配布、④NLGR の開催、⑤M 検の開催、⑥活動拠点における予防啓発活動、の 6 点である。それぞれの成果を次に記す。

①勉強会は月 1 回第 3 日曜日に、活動拠点である rise で開催した。勉強会は日常的なテーマを取り上げて行っているが、その中に HIV や STD 情報を織り交ぜよう工夫した。参加者数は 1 回平均 5.6 名であった。

②コンドームは基本的には月 1 回 3~4 日かけて商業施設を対象に配布した。配布数はゲイ

バー1軒当たり20個(40店)、ハッテン施設には2軒に合計1,000個を配布した。パッケージのデザインは図1のとおりである。

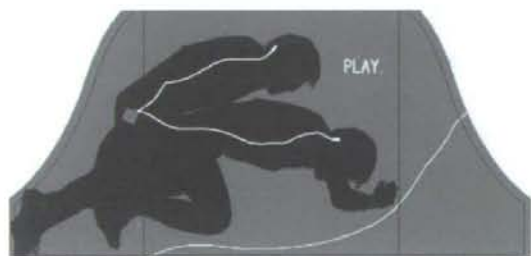


図1. パッケージのデザイン

協力施設は表1に示す通りで、バー58店中40店、ショップ4店中1店、ハッテン施設4施設中2施設、クラブイベント4件中3件であった(表1)。

③コミュニティペーパー「h.a.n.a.」も同様に月1回商業施設を対象に配布した。バー34店とショップ1店にそれぞれ月20部及び30部を配布した。

④無料HIV検査会(NLGR2008)を6月の第1土・日に開催した。ALNは企画広報と併設イベントを担当した。検査会来場者は439人で、そのうちHIV陽性は8名であった(新規陽性者は5名)。検査会来場者に、属性と性行動に関するアンケート調査を依頼した(その結果は、新々江氏の報告書を参照のこと)。

本年よりNLGR検査会は名古屋市の予算で行われることになったが、検査会運営の主体はこれまで通りALNと名古屋医療センターであり、名古屋市職員を含む延べ141名のボランティアの方々が協力して下さった。

本検査会はこれまでHIV検査に加えて、B型肝炎ウイルス検査、TPHAを行っていたが、今回はHIV検査のみとしたところ、前述のアンケート調査では、両検査を同時に行うことを求める声が多かった。

⑤M検と名付けた、MSMを対象にした無料HIV検査会を、NLGRの半年後の12月に実施した。12月の第1土・日に、名古屋市の千種保健所で行った。基本的な方法はNLGRと同じで、前日採血、翌日に結果を報告するものである。92名が来場し、5名がHIV陽性と診断されたが、新規陽性は4名と考えられた。HIV検査は、P24抗原と抗体を同時に測定するアーキテクトをスクリーニング検査として使い、陽性検体はTaqManPCR HIVでHIVの定量を行うとともに、ウエスタンブロット法による確認検査も行った。HIV定量検査でウイルスが定量されなかった検体については、HIV-2の可能性も考え、ダイナスクリーンHIV1,2によってHIV-2の抗体をチェックした。

表1 ALNの協力商業施設

地区	施設	
女子大小路	バー 4/38店 協力率89%	観光バーと連携が取れていない。
	ショップ 1/4店 協力率25%	活動当初から協力体制にあったショップが10月に閉店し、新規に10月にオープンした店と協力体制にある。
	ハッテン施設 0/1店 協力率0%	
	クラブイベント 3/4件 協力率75%	10月より、外国人向けのクラブイベント1件が協力体制になった。
伏見	バー 2/10店 協力率20%	客層は30代後半～50代を対象としている。協力体制がないバーの客層も同じである。
納屋橋近辺	バー 4/10店 協力率40%	客層は30代後半～50代を対象とした店舗が多数を占める。
	ハッテン施設 2/3店 協力率67%	ハッテン施設は2店舗とも旅館型と呼ばれる宿泊可能な規模である。

本検査会ではRPRとB,C型肝炎ウイルスの検査も同時に実施したが、HBsAg、C型肝炎抗体陽性者は0名、RPR陽性者は1名であった。

本検査会も名古屋市の予算で実施されたが、運営の主体は名古屋医療センター、ALNであり、名古屋市職員を含む延べ56名のボランティアの方々が協力してくださった。

受検者の属性や性行動を調査するためのアンケートを実施した(この結果については新ヶ江氏の報告書を参照のこと)。アンケート調査結果からM検受検者の特徴を検討したところ、M検受検者の約半数を占める45名はNLGR検査

会に参加した経験がなく、かつ彼らは保健所での検査受検率も有意に低いことが判明した。

⑥riseの運営はALNが担当した。開場は、木・金曜日が20時から23時、土曜日が16時から22時、日曜日が14時から20時である。riseでのイベントの内容は表2のとおりである。

riseへの来場者は、多い月は187名、少ない月は73名で、平均138.6名となり、昨年より17.5名増加した。初来場者は多い月は14名、少ない月は1名で、平均5.1名であった。

表2 平成20年度のイベント

イベント	頻度	
JOINT(勉強会)	月1回	毎月第3土曜日
ラウンジ(音楽イベント)	月1回	毎月第4土曜日
手話教室	月3回	毎月第1土曜日 第2・4日曜日
英会話	月1回	毎月第1か2土曜日
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

2) ALNの予防啓発活動は2000年から開始された。予防活動の基本的な内容は、M検以外は以前からのものである。そこで、ALNの活動のHIV予防に対する効果について検討した。活動の評価は、次の3段階で評価した。すなわち、①予防啓発の対象になった人々もしくは啓発情報を獲得した人々の数の増大度、②予防啓発情報を受け取った人々の知識や性行動の改善度、③新規HIV陽性者の推移、の3段階である。①に関してはNLGR参加者の数の推移で判定し

た。②はコンドーム使用率の変化を2001年のクラブイベントでのアンケート調査と2008年のNLGR無料HIV検査会の受検者の間で比較検討した。③は名古屋医療センターにおける新規MSM・HIV陽性者の動向（陽性者数、AIDS患者の割合、初診時CD4値の推移）で判定した。

①NLGR無料HIV検査会への参加者数は、表3に示すように、次第に増加したが、2008年は前年に比べ少し減少した。

表3 検査会受検者数の推移

検査年	受検者数
2001年	148名
2002年	304名
2003年	346名
2004年	439名
2005年	425名
2006年	471名
2007年	538名
2008年	439名

②コンドーム使用率の変化は、2001年のクラブイベント参加者と2008年のNLGR無料検査会参加者を比較すると、図2に示されるように、2008年のコンドーム使用率は格段に改善していた。

コンドーム使用率の変化

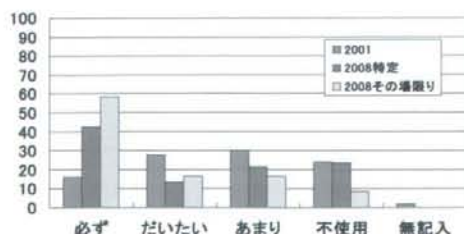


図2 コンドーム使用率の変化

③名古屋医療センターのHIV陽性者数は2008年12月末現在843名で、そのうちMSMは519名の61.6%であった。感染経路不明の男性もMSMにカウントすると合計は588名、69.8%であった。昨年1年間の新規HIV陽性者数は123名で、前年より17名減少した。123名中MSMは87名、70.7%であった。87名に感染経路不明の男性を加えた総計をMSMとカウントすると、数値は94名、76.4%となった。初診時AIDS発症者は94名中36名(38.3%)で、前年の26.9%を大きく上回り、これまでの最高値を示した。36名中40代以上は23名で、全体の約2/3を占めた。

名古屋医療センターの新規MSM・HIV陽性者数の臨床指標を基に、我々の活動の予防効果について検討した。結果は表4に示すように、AIDS患者の割合は増加しているし、初診時CD4値も上昇せず、早期診断の傾向にはつながっていない。

表4 新規HIV陽性者(MSM)の臨床指標

	新規陽性者数	初診時AIDSの割合	初診時CD4値 平均値	初診時CD4値 中央値
2003年	52	30%	256.4	246.0
2004	63	29%	268.0	266.0
2005	68	27%	282.5	313.0
2006	83	30%	232.1	201.5
2007	108	27%	252.0	248.0
2008	94	38%	238.8	221.0

3) センターを訪れた新規HIV陽性者の治療前薬剤耐性ウイルスの出現率は、総計509名中69名(13.6%)であった。その年次推移を図3に示す。

薬剤耐性ウイルスと215リバータントウイルスの検出頻度の推移

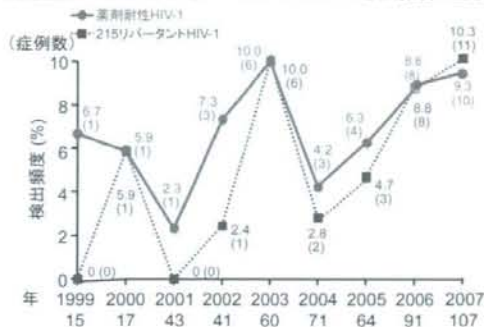


図3

4) 予防啓発活動にもかかわらず、名古屋地区においてはMSMのHIV陽性者の新規発生は依然として高く、かつAIDS患者の割合も高い。CD4値からも早期診断の傾向になく、予防啓発活動の効果としては十分ではない。この背景や原因を明らかにする目的で、名古屋医療センターのMSM・HIV陽性者を対象に、その属性、HIVに対する認識の程度、ALNの活動との関係、HIV関連情報と行動変容との関係、などについて30名を目標にインタビュー調査を行った。現時点ではまだ15名にとどまっており、十分な解析も行われていないが、注目すべき2点についてここに報告する。

15名中10名が、おおよそ次のような内容の発言をした。すなわち、「自分のセクシュアリティを隠しながら生きているMSMにとっては、MSMに特化した情報にはアプローチしにくい。広く一般向けの情報の中にHIV関連情報を忍びこませてほしい」という内容であった。

さらに、100%の人々が、HIV感染症・AIDSに関する「本当の」情報を流してほしかった、と答えた。ある人は、「慢性疾患の一つとなったと言われているが、それは早期診断と厳格な薬物療法の上に成り立つことであって、それがなければ致死的ではなくとも後遺症をもったり、重篤な合併症で入院治療を余儀なくされることをきちんと伝えて欲しい。慢性疾患といわれると高血圧症と同じように考えてしまう」と

話していた。

D. 考察

ALNの予防啓発活動は、次の3つの領域に分類される。①商業施設を利用するMSMへの情報発信、②コンドームの配布、③無料HIV検査会の実施、の3領域である。情報発信の具体的な方法は、勉強会の開催、コミュニティペーパーの商業施設への配布、無料検査会に併設したイベントの開催、啓発拠点riseの運営と広報活動、である。

勉強会は2000年6月から継続しているが、最近では参加者が少なくなってきている。今後継続すべきかどうか、検討が必要である。勉強会という名の下ではなく、娯楽性やアトラティブなものの中にHIV関連情報を織り込むという工夫が必要かもしれない。

コミュニティペーパーは現在月1回発行し、主に商業施設に配布している。配布数がすべて利用数にはなっていない現状がある。现阶段では継続を考えているが、紙面の工夫、配布数の増加、商業施設のみではなく、行きかう人々への配布、など考慮すべき点もあるが、現在の少ないALNのメンバーでは限界がある。スタッフの充実が喫緊の課題である。

ただし、ALNのホームページ上にも昨年4月から公開しており、実際の配布数よりも多くの人々の目に触れている可能性はある。次年度からは、携帯電話を通じてアクセスできるようにする予定である。またアクセス数もカウントできるようにすることも考えている。

NLGR無料HIV検査会に併設したイベントには、2日間で延べ約2500人は参加していると思われる。彼らを対象として、イベントの中心である小公園には十数個の啓発ブースが並んだ。名古屋のNGOや仙台、東京、岡山のNGOに加えて、ゲイ雑誌の出版社、名古屋市や愛知県、ALNのブースで、それぞれ工夫しながらHIV関連情報を提供していた。舞台での催し物の中

にもさりげなく HIV 関連情報を流していたし、お店でも一定時間 HIV 関連情報の発信に協力してくださった。一時的な情報提供の機会であり十分とは言えないが、HIV 関連情報に近づくきっかけになればよいと考えている。

rise の訪問者の数は少しずつではあるが増加している。スタッフ数が少なく、オープンする時間が週 4 日合計で 18 時間という現状であるが、スタッフを増やす努力をしつつオープン時間の拡大に努めていきたい。

rise をいくつかのグループが利用するようになった。ALN の活動は少ないスタッフで行っていることから、十分な広がりを目指すことは困難である。予防啓発には多くのグループの協力が必須であると考え。現在、検査会の広報には、いくつかのグループが協力してくれている。rise を利用することから、ALN 以外のグループが HIV 予防にそれぞれのできる範囲で協力してくれることを期待している。

ALN の日常的な予防啓発活動は理想からは遠く、いまだ十分ではない。しかし、少ないスタッフで活動を必死で継続していることもまた事実である。ALN の力量はわずかであるので、多くの方々の自由な、負担にならない協力を求め、緩やかな連合体を形成することを目指していきたい。そのためには、ALN の寛容性とフレンドシップが期待される。

今年度、初めて MSM を対象にした無料 HIV 検査会を名古屋市の保健所を利用して実施した (M 検)。検査会資金は名古屋市が提供し、企画広報は ALN が担当した。検査前のオリエンテーションや採血、検査、結果告知は名古屋医療センターと名古屋市の職員が中心となり、幾人かのボランティアの協力を得て行われた。検査会の方式は NLGR の検査会に準じて行われた。すなわち、1 日目に採血、検査を行い、2 日目に結果を通知するものである。検査対象は原則 MSM とし、匿名性を保証する検査会とした。イベントの併設もなく、12 月という寒い期間で

はあったが、92 名の予想を上回る受検者を迎えることができた。HIV 陽性率は 5.4%と、これまで我々が実施してきた無料 HIV 検査会の中で最高であった (これまでの最高値は 2006 年の NLGR で、471 名の受検者中 21 名陽性の 4.5%であった)。1 名は既に感染の事実を知っていた人であるので、新規陽性者は 4 名となるが、それでも陽性率は 4.4%で、新規陽性者の診断率としても過去最高を記録した (2006 年の検査会でも 1 人は既に陽性と診断されており、新規陽性者の診断率は 20/471 の 4.3%であった)。受検者のアンケート調査では、この M 検を受検した人の半数にあたる 45 名の人々は、NLGR の無料検査会の受検歴がなく、かつ保健所での受検率も低い人々であった。このことから、M 検を受検した人々は、NLGR 検査会を受検した人々とは異なる層に属すると考えられた。また、HIV 陽性率が高かったことと合わせると、HIV 検査を真に必要とする人々が受検したと考えられる。この意味では本検査会は有意義であったと考える。次年度も実施する予定である。

我々の予防啓発活動は 2000 年に開始された。基本的には前述の①、②、③の 3 つの領域にわたる活動を継続してきたわけであるが、これらの活動が HIV 感染予防に対する効果を発揮したかどうか、問われている。予防啓発が浸透する順序としては、次のモデルが考えられる。まず、HIV 関連情報が多くの人々に伝えられ、次いでその情報によって行動変容がなされ、その結果 HIV 感染者/AIDS 患者が減少する、という 3 段階モデルである。すなわち、情報の広がり、行動変容、陽性者の減少、の 3 段階である。我々の活動がどのような効果を及ぼしたかを、それぞれの段階で検証した。情報の広がりが達成されているかどうかについては、NLGR 無料検査会への参加者数の推移を見ることによって検討した。情報が有効で広がりをもてば、参加者数は増えるだろうと仮定したのである。行動変容の有無については、コンドーム使用率

の変化を指標とした。行動変容が行われれば、コンドーム使用率は改善するからである。最後に究極の効果判定指標である新規 HIV 陽性者の減少の有無を尺度として、効果判定を行った。ただし、予防啓発活動が効果を発揮すれば一時的には HIV 感染者が増加することが予想される。この場合、検査が普及するわけであるから、AIDS 患者は減少し、HIV 陽性者の初診時 CD4 値は上昇するはずである。なぜなら、検査が普及すれば、早期診断につながるからである。そのため、第 3 段階の評価には AIDS 患者の割合と初診時 CD4 値の推移を合わせて検討した。

表 3 に示されるように、NLGR 無料 HIV 検査会の参加者は増加傾向にあり、我々の情報の広がりには部分的には達成されたと考えられる。2008 年の検査会の参加者数は前年に比べ少なくなっているが、これは検査会当日の天候が悪かったこと、受付時間を短縮したこと、広報活動を東海 4 県中心に制限したこと（以前は全国にパンフレットを配布していた）、などが要因として考えられる。コンドーム使用率も格段に改善しており、行動変容もある程度達成されたと考えられる。しかし、実際の新規 HIV 陽性者数は依然として高く、しかもその中の AIDS 患者割合は増加こそすれ減少傾向にはなく、且つ初診時 CD4 値の上昇も見られず、未だ早期診断への傾向は認められていない。もちろん、1、2 の段階が達成されても、それが第 3 段階に反映するには若干のタイムラグが必要となろう。しかし、その傾向の萌芽さえも認められない状況にあることもまた確かなことである。

このいわば乖離現象（1、2 段階と 3 段階の乖離）の背景にあるのは何なのかを突き止める研究が必要と考える。我々は、それを名古屋医療センターを受診した MSM の HIV 陽性者の属性や HIV 感染症に対する受診前の認識、ALN との関係性、HIV 関連情報と行動変容の関係、などを検討することによって明らかにしようと考えた。HIV 陽性者は ALN の情報の届かない層に

属するのか、ALN の情報は有効ではなかったのか、情報発信の仕方に問題はなかったのか、などを問うことを通して、我々の活動に内在する問題や限界、あるいは課題の一部が明らかになると予想したのである。

我々は 1997 年から名古屋医療センターの患者会を築き、活動を継続してきた。MSM に限った患者会も運営してきた経緯がある。患者会運営の中心は、当院の HIV 専任カウンセラーである菊池恵美子である。彼女が HIV 診断後比較的安定した心理状態にある MSM・HIV 陽性者にインタビュー調査の依頼をした。調査の意味を伝え理解を取ることができた人々 30 名に、半構造的インタビュー調査を開始した。調査の中では答える義務は課さず、インタビューの回答のみならず自由な会話の進展によって得られる語りも解析対象とした。質問は以下の項目を必須としたが、自由な会話の展開も促すこととした。すなわち、1) HIV 感染告知を受けた時の思い、2) 感染告知以前の HIV 感染症に対するイメージ、3) ゲイアイデンティティについて、4) ALN の認知度と好感度、5) ALN が発信する情報への接触率、6) 商業施設の利用度、7) コンドーム使用率、8) HIV 感染症に関する知識と自身の行動の乖離度、9) パートナーとの関係、10) 検査状況と現行の検査環境に対する考え方、11) 当事者から考える現行の予防啓発活動の問題点、12) 当事者から考える望ましい予防啓発のあり方、の 12 項目である。インタビュー内容は録音し、後にそれを文章化した。解析は文章化したものを対象に実施した。

現在のところ、半数の 15 名にインタビューを実施した。まだ中間段階ではあるが、この研究過程で明らかになったことが 2 点ある。一つは 15 名中 10 名の人々が、次の内容とほぼ同じ意味のことを話した点である。自分のセクシュアリティを隠しながら生きている MSM にとっては、MSM に特化した情報にはアプローチしにくい、広く一般向けの情報の中に HIV 関連情報

を忍び込ませてほしいというものがあった。我々のこれまでの視点を 180 度転換するものであったが、非常に重要な視点であると思う。今後の予防活動の中に組み込んでいかねばならないと思う。

もちろん、現在の活動をすべてこの方向に転換すべきではない。しかし、この新たな視点による予防活動をもミックスしていかねばならないだろう。もう 1 点は、正確な HIV 関連情報を提供してほしい、というものであった。この要望は現在まで調査に応じてくれた人々の 100% に共通する認識であった。早期診断でなかったり厳格な抗 HIV 薬の服用が守られないと、重篤な合併症で入院したり、場合によっては後遺症に悩まねばならないことはっきりと伝えてほしい、というものであった。現在、抗 HIV 薬の進歩によって HIV 感染症は慢性疾患の一つになったと言われているが、聞く方はそれを高血圧症と類似の慢性疾患と考える傾向にあるとの指摘であった。この疾患のもつ厳しさを多くの人々に伝えてほしい、という HIV 陽性者の言葉は非感染者に今後とも感染してほしいくないという、悲痛な願いとも受け止められた。予防啓発に従事する我々も、この言葉を重く受け止めたいと思う。とともに、彼らの願いをどのような形で実現すべきかを、検討する必要があると思われる。今後の課題であろう。

初診時の薬剤耐性ウイルスの出現頻度を調査した。1999 年から 2007 年までの 8 年間の調査結果では、509 例中 69 例が薬剤耐性ウイルス保有者であった。保有率は 13.6% で、欧米の保有率とほぼ同等の結果であった。調査は名古屋医療センターを受診した全患者のうち、治療前の血液を対象として行われた。感染経路に関しては特に限定をしなかった。509 例のうち、男性は 90.0% を占め、MSM は 67.0% で感染経路不明は 11.4% を占めた。薬剤耐性ウイルス保有者は MSM に限る訳ではないが、その中の大半を占めることは間違いない。薬剤耐性ウイル

スは不規則な抗 HIV 薬の服用によって出現するので、その感染は治療を受けている人々から未治療の人々へと伝搬する。従って、この伝搬経路の遮断は、治療を受けている人々への服薬支援とセィファーセックスの支援ということになる。医療者のより良き対応が求められているとともに、予防介入に新たな視点を提供するものと思われる。

E. 結語

1、我々の予防活動内容は、① HIV 関連情報発信（勉強会、情報誌の配布、イベントの開催、啓発拠点運営）、② コンドームの商業施設への配布、③ 無料 HIV 検査会の実施、の 3 領域である。

2、上記活動の感染予防効果については、現時点では未だ認められていない。

3、なぜなら、無料 HIV 検査会に参加する MSM の人々の数は増加しコンドーム使用率も改善しているが、実際の新規 HIV 陽性者数は依然として高いし、AIDS 患者の割合も減少せず、早期診断の指標となる初診時 CD4 値の上昇も認められていないからである。

4、上記問題の解決の糸口は、実際の陽性者の属性やあり方の中に潜んでいると思われ。そこで名古屋医療センターの MSM でかつ HIV 陽性である人々に対するインタビュー調査を開始し、次の 2 点が明らかになった。① MSM に特化した情報にはアプローチしにくい層の人々が存在し、彼らに対しては一般向けの情報の中に HIV 関連情報を忍ばせるべきである。② 厳しい内容も含め正確な HIV 情報を提供すべきである。

5、8 年間 509 例の薬剤耐性検査では、69 例（13.6%）が耐性ウイルスを保有していた。より一層効果的な服薬支援とセィファーセックスの支援が必要と考えられた。

F. 発表論文など

(和文)

1. 内海眞：エイズ外来，現代選書，56(2)，371-378，2008

(口頭発表) 一国内

1. 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 MSM 外国籍患者動向，日本エイズ学会学術集会・総会，2008 年 12 月，大阪。

2. 新々江章友、金子典代、内海眞、市川誠一：NLGR2008 での HIV 抗体検査会に参加した東海地域在住 MSM の性自認と性行動，日本エイズ学会学術集会・総会，2008 年 12 月，大阪。

大阪地域における男性同性間の HIV 感染予防介入研究

研究分担者：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、原澤俊也、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・コーナー、大森佐知子（名古屋市立大学大学院）、日高庸晴（関西看護医療大学）、市川誠一（名古屋市立大学）

研究要旨

平成 20 年度、MASH 大阪は以下のような研究事業を実施した

1. 以下の介入プログラムを実施した：1) コミュニティレベルのプログラムとして、コミュニティペーパー<SaL+>の発行と効果評価；2) グループ・個人レベルのプログラムとして、①ドロップインセンター<dista>関連事業の実施と効果評価、②STI 勉強会<Café Chat>の実施、③若年層ネットワーク構築支援プログラム<Step>の実施
2. 効果評価の基礎データを得るため、大阪地区の MSM 向け商業施設集積エリア<堂山><ミナミ><新世界>の地域間人口流動の実体を解析した。その結果、堂山地区を中心とした MSM 人口の流動実体が明らかになった。この結果は、堂山地区を中心として事業を展開している MASH 大阪のこれまでの活動に根拠を与えるものである。
3. 平成 18 年度に引き続きクラブ顧客層を対象とした質問紙調査を実施した（別稿参照）。

A. 研究の目的

本研究の目的は、平成 20 年度に実施された研究事業を記述・分析し、効果評価と照合することで、個別施策層向け予防介入事業のモデル構築を試みることにある。

B. 研究方法

本研究の対象は、2008 年度に MASH 大阪によって実施された予防介入プログラムであり、後述する効果評価の結果と比較検討したうえで考察を加える。比較検討、考察にあたっては、疫学とその周辺領域のみならず、組織論、ソーシャルマーケティング理論、社会学といった広い領域からの言及を行うこととする。

C. 研究結果

各プログラムの実施状況について、順次報

告する。

1. コミュニティペーパー<SaL+>の配布 (これまでの流れ)

2000～2002 年度に開催された臨時検査イベント SWITCH を通して得られた情報をコミュニティに還元するためのツールとして構想された<SaL+>は、2003 年度に入りコミュニティペーパーの性格を強めながらコミュニティに浸透してゆき、2004 年度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。

(プログラムの目的)

- ・MASH 大阪が把握している情報をコミュニティに還元する。
- ・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。
- ・地域に密着した情報を発信し共有化をはかることで、コミュニティへの帰属意識を涵養する。

(配布実績)

今年度の配布実績を(表1)に掲げる。

(途中経過および今後の展望)

配布は順調に行われた。「コミュニティ関連情報」と「セクシュアルヘルス関連情報」のバランスも定着した。

従来、<SaL+>の発行部数は7000部であるが、8月～9月にかけては8000部と1000部増刷している。発行部数のほとんどは、ゲイタウンや団体への配布であるが、夏～秋にかけては大型のイベント会場等で配布した。

<SaL+>に関しては、現在ヴァージョンアップをあわせた再構築が行われている。

今後は現行の<SaL+>と平行しながら、紙面の構成もあわせ、<SaL+>を発行する準備を継続して行くための体制作りを含めたプログラムの再構築を行う。

2. STI 勉強会

(事業の目的)

<CAFÉ CHAT>とは、エロネタや恋愛ネタを中心に身近で興味をひくようなテーマを設定し、一義的な展開や啓発色の強いメッセージを発信するのではなく、自らの言葉で意見、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ものである。自分達にとってのSEXを考え、語ることにより、SEXに対する興味や意識を喚起し、SEXと密接な関係にある性感染症に対する認識を促すことを目的とする。

また、SEX の話題の中にセーフターセックスに関する情報を盛り込んだり、プログラムの最後にSTI やセーフターセックスに関連する情報を提供するミニ勉強会を設けることにより、STI やセーフターセックスに対する知識向上と共に予防と共生の意識を浸透させることを目指すプログラムである。

(事業の手法)

手法として以下の点を挙げることができる。

- ・ファシリテーターを設け、対話形式での展開を行う。参加者が楽しんで取り組めるよう、テーマに沿った資料やゲーム等を使用。
- ・<CAFÉ CHAT>を問題なく円滑に進行させるため、グラドルールを設ける。
- ・参加者が意見を発し、取り組みやすいような場所や雰囲気を設定する。(カフェ形式 etc)
- ・プログラム最後 15 分程度のSTI 勉強会や、SEX の話題の中にセーフターセックスを意識するような仕掛けを設ける。特に必要な情報として「感染症/経路/症状/対応/検査」「セーフターセックス/行為」「コンドーム/セックスの道具/使い方/入手方法」を盛り込むこととした。

今年度は、毎月第2土曜日の夜間20時～22時に意見交換と15分程度の勉強会を実施し、22時以降は翌朝5時までフリートークのカフェへ移行。対話や相談等の場となることに留意した。また、10月にはPLuS+2008での展示バビリオンとして<CAFÉ CHAT>を実施し、毎月使用している<dista>外の場所での対話や対話を醸成する企画を実施した。

広報として<SaL+>での告知、mixi 等を用いた。

(プログラムの効果)

プログラムの効果として以下の点を挙げることができる。

- ・エロネタや恋愛ネタなどの身近なテーマ設

定は参加者の興味をひき、参加者自身の積極的な発言を促すことができた。また、情報を持ち帰ってもらったり、実生活に役立つ情報を共有することの有意性が感じられた。

- ・15分程度のミニ勉強会や対話の中でセーフターセックスを意識するための仕掛けを設けることで、必要な情報を的確に伝えやすく、参加者への意識づけが可能な機会となった。
- ・スタッフ自身にとっても身近なテーマを扱い運営することで、企画の立案や情報の伝達の方法、ファシリテーション技術の取得に関して向上が見られた。
- ・コミュニティスペース<dista>や少人数に対する運営は成功したが、今後新規クライアントの獲得を目指す場合の広報の手法や、運営方法の見直しが必要であると思われる。また、クライアントにとって必要で有意義な企画となるための、実施場所や実施回数等についても検討を行う。

なお、2008年3月から実施したプログラムを(表2)として示す。

3. ドロップインセンター<dista>

(事業の目的)

大阪地域のゲイ男性が利用する商業施設が多い地域に啓発普及の活動拠点を整備・運営し、HIV/STI 感染予防に向けた啓発プログラムを戦略的に展開することを事業の目的とする。ドロップインセンターの機能は以下のとおり。

- 予防啓発事業の拠点機能として
 - ・啓発活動およびアウトリーチのベース基地(啓発の実施・普及機能)。
 - ・予防啓発に関わるスキル研修会・講習会会場(人材育成機能)。
 - ・セーフターセックス勉強会やワークショップ会場(啓発普及機能)。
- 情報センター機能として

- ・コミュニティの人がふらっと自由に立ち寄られて、セクシュアルヘルスに必要な情報やコミュニティの情報を持ち帰ることができる(情報の還元・普及機能)
- ・相談場所・窓口(相談機能)
- コミュニティセンター機能として
 - ・コミュニティ交流プログラム会場(地域交流機能)
 - ・コミュニティからのリアクションをフィードバックさせる(情報収集機能)
 - ・リピーターを獲得し、その人達と相互に確実な情報伝達をくりかえすことによって、コミュニティ内のキーパーソンの育成をはかる。

(対象クライアント)

対象クライアントとして以下を想定した。

1. ゲイ関連施設従業員
2. ゲイ関連施設利用者
3. インターネット利用者
4. エイズ対策関連団体/個人

(成果目標)

成果目標として以下を想定した。

- ・当事者性を重視した予防啓発活動を、コミュニティの中心エリアで実施し、コミュニティメンバーや関係機関との連携・協働により、セクシュアルヘルスの増進、セーフターセックスへの環境づくりを目指す
- ・<dista>を核としたコミュニティ・ネットワークを構築し、そのネットワークを通じて HIV/STI の予防や共生のメッセージと正しい情報が伝わってゆくことを目指す。
- ・情報と空間・時間を共有し、HIV を身近に感じる人が増えていくことで、HIV/AIDS の予防と共生の意識がコミュニティ全体に広がり、行動変容を促すことを目指す。

(運営体制)

2007年度は基本オープン時間を火曜日～

金曜日および日曜日 17:00～23:00、土曜日 17:00～5:00 とし、月曜日を休館日とした。17:00～20:00 を A シフト、20:00～23:00 を B シフト、及び土曜日の 23:00～5:00 を C シフトとして、運営スタッフとコンシェルジュ（ボランティア・スタッフ）がシフトを組んで dista 運営業務に当たった。

コンシェルジュは現在 13 名が稼働している。

コンシェルジュ業務の他に、イベントの企画運営に関わる部門をイベント部、相談業務に関わる部門を支援部とし、それぞれにリーダーを設置した。

支援部のリソースとして連携構築中の専門家・機関として以下がある。

・ソーシャル・ワーカー	2 件
・カウンセラー	1 件
・当事者団体	5 件
・セクシュアルマイノリティ電話相談	1 件
・HIV 陽性者電話相談	1 件
・外国籍の人への支援団体	1 件
・薬物依存からの回復支援団体	1 件
・弁護士	1 件

今後、さらにリソースの質と量を充実させていくことが目標である。

（来場者）

来場者数の推移、カフェイベントの実施状況を（表 3）（表 4）（表 5）として以下に掲げる。

（相談）

相談件数の推移と相談内容を（表 6）及び（表 7）として以下に掲げる。

（事業の成果）

事業の成果として以下の点を挙げることができる。

- ・相談体制を強化する為に支援部を設置した。
- ・相談件数が前年より増加した。

- ・支援部により各相談リソースとの連携が構築された。

- ・<dista>の運営に関わるボランティア・スタッフである「コンシェルジュ」の人員が拡充され、運用が強化された。

- ・新規イベントが積極的に企画・実施された。

- ・来場者数は堅調に推移し、とくに新規イベント実施時には初来場者の増加がみられた。

- ・新規利用者は月平均 86 名程度であり、増加傾向にある。

- ・本年度は、新規来場者は来場者全体の約 10 パーセントで、イベント新規参加者はイベント参加者全体の約 17 パーセントを占めた。

4. 若年層ネットワーク構築支援プログラム <step>

（事業の目的）

コミュニティにあまりアクセスしていない 10 代～20 代の若者をターゲットとしたプログラムである。プログラムの目的として以下の点が考慮されている。

- ・コミュニティや、MASH 大阪に未接触の若者に対する入り口となる事
- ・参加者が<dista>へアクセスするようになる事
- ・他のプログラムへのボランティア・リクルートになる事

（方法）

事業は以下の点に留意しつつ展開された。

- ・啓発色をださず、季節感やお得感、遊びに行く、楽しむ、友達作りなどの企画を実施する。
- ・コミュニティスペース<dista>へアクセスするきっかけを提供する。
- ・mixi（大手の SNS＝ソーシャルネットワークキングサイト）を中心とした広報宣伝を行う。

- ・プログラムに関わるスタッフの友人の中であまり情報に触れていないクライアントを主なターゲットとする。
- ・企画運営実行は主にコミュニティの若者が中心に行うものとする。

(事業の状況)

今年度は6回のプログラムを実施した(3月～12月現在)。以下に(表8)として今年度の活動実績を整理する。

また、<step>からMASH大阪が提供する他のプログラムへ接触した人数(2008年4月～12月末)を(表9)として以下に掲げる。

(事業の成果)

プログラムの成果として以下の点を挙げることができる。

- ・昨年度参加者の合計は7企画で205人であり、参加者は昨年よりも増加傾向にある。
- ・新規参加者の9割以上が<dista>を知り、必要なときに<dista>を利用するようになった。
- ・参加した人が次の企画や他のプログラムへ繋がりやすいよう、広く広報をせず大手のソーシャルネットワーキングサイトなどを利用した広報戦略をとった。
- ・企画に<dista>へのアクセスを盛り込むことで<dista>へ行きやすくし、そこから他のプログラムへ興味や接触を持つ機会が得られるようにした。
- ・プログラムに関わるボランティア・スタッフを獲得する重要なプログラムの1つになっている。
- ・<SaL+>のアウトリーチに<step>の参加者が多数参加している。(実人数18人/2008年4月～2008年12月)
- ・PLuS+のボランティアに<step>経験者から33名参加し、ボランティアリーダーや実働的なスタッフとして中心的な役割を果たした。

- ・その他様々なMASH大阪のプログラムへ参加する入り口になった。
- ・これまでコミュニティと関わる機会が無かった人が、<step>を入り口としてゲイ・バイセクシュアル男性向けの施設やイベント等に出向くようになる等、コミュニティとの関わりを持つようになり、予防情報に触れる機会の向上に寄与した。

5. ハッテン場プロジェクト～β～

(事業の目的)

このプロジェクトは、関西圏の商業系ハッテン場において、利用者に対して十分な量のコンドーム及びローションが、セックスが行われる場所からなるべく手の届く範囲において提供されるための環境を構築するために実施される。

商業系ハッテン場は、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ることから、MSMのセクシュアル・ネットワークにおいて、中心性が強い空間であるといえる。実際にセックスを行なう空間であり、かつ会話などのコミュニケーションなしにセックスが成立する空間であるため、セーフターセックスに関するネゴシエーションを事前に行いにくい。そのため、この空間におけるセーフターセックスの実践は「利用者個々の意識・態度」ならびに「施設の雰囲気・環境」に大きく左右される。

そこで本プログラムにおいては「施設の雰囲気・環境についての介入」を試みる。

京阪神圏の商業系ハッテン場において、利用者がセックスを行なうのに十分な量のコンドームとローションが、セックスが行われる場所からなるべく手の届く範囲において提供される環境を、施設と十分に協議しながら構築する。

そして、利用者に対して安定的に継続してコンドームとローションが提供された場合のコンドーム使用率など、行動変容の推移を測

定する。

(方法)

このプログラムでは、関西圏の商業系ハッテン場の現地観察調査、オーナー・店長へのインタビュー調査(質問紙調査含む)、施設利用者へのインタビュー調査、利用者への質問紙調査、 Condominium とローションの提供プログラムを組み合わせて実施し、関西圏の商業系ハッテン場において、 Condominium 及びローションが利用者に対して十分な量で無償提供されるための環境を構築し、それに伴って利用者の感染予防行動がどのように変容するかを調査する。

本年度は、次年度の『 Condominium & ローション供給プログラムのパイロット事業』試行の準備期間と位置づけ、以下の予備調査を実施した。

1) 関西圏の商業系ハッテン場の施設数・規模・ Condominium & ローション提供実態の把握

MASH 大阪のアウトリーチにより把握している情報、ゲイ・バイセクシュアル男性向けの情報媒体(雑誌やウェブサイト等)の広告情報などを基に、関西圏の商業系ハッテン場の施設数を把握した。大阪市内の施設についてはボランティア・スタッフが赴き、建物規模や施設内容・ Condominium 及びローション提供実態などについて現地観察を行なった。

2) 関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数・セックス回数推計を行なった。

a) 大阪の MSM 向け商業施設を利用する人口の規模推定調査(山田/2007・2008)をもとに、関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数を推計した。

b) 関西圏の商業系ハッテン場の施設数・規模数、過去に MASH 大阪が実施したハッテン場オーナー懇談会から得られた情報をもとに、関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数を推計した。

3) ハッテン場オーナー・店長へのヒアリング

今後、関西圏の商業系ハッテン場のオーナー・店長に対してヒアリングを行い、施設規模・利用者人数・ Condominium とローションの無償提供の意思と実態、またそのための問題点について把握する(2009年1月～2月実施予定)。

4) ハッテン場利用者へのインタビュー調査

今後、関西圏の商業系ハッテン場を利用する人(利用者)に対してインタビュー調査を行い、利用施設・施設利用頻度・ Condominium とローションの使用実態、またそれについての問題点を把握する。(2009年1月～2月実施予定)。

(付記)

なお、上記「2) 関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数・セックス回数推計を行なった」に関して、詳細を以下に示す。

a) 大阪の MSM 向け商業施設を利用する人口の規模調査(流入人口調査:山田/2007・2008)により得た堂山地区、ミナミ地区、新世界地区の年間来場者の母集団推計(重なりを除いて実質 33,000 人)をハッテン場利用割合(各種調査から約4割)により除し、年間来訪回数(堂山地区メイン利用者 42.7 回/年、ミナミ地区メイン利用者 42.3 回/年、新世界地区メイン利用者 50.8 回の平均である 45.3 回/年)で補正した。これにより、商業系ハッテン場利用者の延べ人数が明らかになった。

推定

$$33,000 \text{ 人} \times 0.4 = 13,200 \text{ 人}$$

$$13,200 \text{ 人} \times 45.3 \text{ 回} = 597,960$$

結論

大阪地区のゲイタウン(堂山地区、ミナミ地区、新世界地区)利用者のハッテン場利用回数の総数は年間約 60 万回。

b) 関西圏の商業系ハッテン場の施設数・規模数、過去に MASH 大阪が実施したハッ

ン場オーナー懇談会から得られた情報をもとに、関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数を推計し(表 10)として示す。「ハッテン場オーナー・店長へのヒアリング」と、「ハッテン場利用者へのインタビュー調査」については、現在準備中であり、2009年1月から2月に実施予定である。

(考察)

- 1) 関西圏の商業系ハッテン場の施設数と、コンドーム及びローション提供実態について、大阪市内の施設の観察の結果によれば、サウナ系の大型施設やビデオボックス系施設、ミナミ地区・新世界地区の施設においては、コンドームは受付等に設置してあるか入場所に数個配布されるという状態であり、それらの施設ではローションについては基本的に無料配布・設置はされていない。堂山地区のヤリ部屋系の施設については、コンドーム・ローションともに、セックスを行なう場所の付近に設置されている施設が多い。今後行なうオーナーや店長へのヒアリング調査からより詳細な実態が把握可能と思われる。現時点で未調査の施設についても、可能な限り情報収集・現地観察を行なう必要がある。今後は、サウナ系の大型施設やビデオボックス系施設、ミナミ地区・新世界地区の施設において、コンドームやローションが、利用者に無料で提供される環境を構築する必要があるが、これを促進した場合、堂山地区のヤリ部屋系施設が既に提供しているサービスの優位性を低下させる可能性がある、十分に注意しながら進める必要がある。オーナーや店長からのヒアリングを通じて、どの施設に対しても不利益にならないように進める必要がある。

- 2) 関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数推計について

大阪のMSM向け商業施設を利用する人口の

規模調査に基づく利用者数推計については、ゲイタウンエリア外にあるハッテン場は計数対象となっていないが、サウナ系の大型店舗は全て計数対象となっており、大きな誤差は生じていないと考えられる。延床面積による推計は別途実施する予定であり、今後の研究デザイン作成の段階では精密な数値が提示できる。また、地域ごとの年間来訪頻度は本来平均すべきではないが、各地域来訪者の重なり補正にまだ検討の余地があるため、今回は平均値を利用している。いずれにせよ大きな誤差は生じないので、暫定値として問題ない。またハッテン場利用割合を今回4割としたが、各種調査により「サウナ系ハッテン場 34.0% (クラブ調査 2006)」「サウナ系ハッテン場 44% (バー調査 2007)」などばらつきがあるため、今回は暫定的に約4割として試算した。今後の延床面積による試算から、利用割合に頼らない算定が可能になると思われる。a) b)いずれの推計においても、関西圏の商業系ハッテン場の施設利用者数はのべ約600,000人との結果を得ており、大きな誤差はないものと考えられる。今後のオーナー・店長へのヒアリングと、利用者への質的調査の実施により、さらに確実性の高い推計が可能になると思われる。

6. 大阪地域 MSM の人口流動に関する研究— MSM 向け商業施設の利用人口調査、MSM 向け商業施設でのアンケート調査を基に— (目的)

本研究はMSM向けHIV/STI感染対策プログラムを大阪地区で展開しているMASH大阪が、プログラムの立案と評価のために、クライアントである大阪地区に流入するMSM(とりわけMSM向け商業施設集積エリアである(堂山)(ミナミ)(新世界)に流入するMSM)の人口流動の実態を把握することを目的としている。

(方法)