

い(3名)」「できることがあったら実行したい(1名)」「予防に努める(1名)」などがあったが、その記述量は多いものではなかった。

5-1)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、2008年の研究では総計 509 名中 69 名(13.6%)であった。

5-2) 研究目的の項で述べたように、我々の活動が最終的には未だ十分な予防効果を挙げていないことが明らかとなったが、その原因を探るために、名古屋医療センターの HIV 陽性 MSM 患者さん 32 名に、現在の HIV 予防活動の問題点や課題を聞きとる調査を実施した。その結果、以下の点が明らかになった。

- ① 知識と行動は一致しない(32 名中 14 名[44%]が十分な知識を有しながらリスクのある性行動を実施していた。)
- ② ALN の名前も知らない人々が 32 名中 14 名[44%]存在した。名前だけ知っている人が 8 名おり、情報入手などを行っている人は 10 名に限られていた[31%]。
- ③ MSM に特化した情報はかえって敬遠される、と答えた人が 24 名[75%]に及んだ。
- ④ HIV 陽性者の現実生活を認識すべき、と答えた人が 12 名[38%]存在した。
- ⑤ 正確な医療情報の提供が必要、と 100%の人が答えた。

5-3) 新規 HIV 陽性者の中のエイズ患者の割合は、宮城、東京、愛知、大阪の各都道府県で 37.2%、24.8%、32.0%、23.2%となる(2009 年までの累計、エイズ動向委員会)。

この差の原因としてまず想定されるのは、各地域における HIV 検査の受検率に差があることである。そこで、各地域における保健所の受検者数を 2007 年から 2009 年までの 3 年間で調査した(エイズ動向委員会)。3 年間の平均値を出し、2009 年の人口から人口 10 万人当たりの受検者数を計算したところ、宮城、東京、愛知、大阪の各地域の数値は、61.6、114.7、142.4、143.8、となった。宮城と他地

域との差はあったが、愛知と東京、大阪の間には差がなかった。日高氏による MSM を対象にしたインターネット調査(REACH Online)でも、上記と同様の結果が示されていた。すなわち、各地の過去 1 年間の HIV 検査受検率は、宮城 15.9%、東京 27.2%、愛知 29.7%、大阪 24.8%で、愛知が特に低いわけではなかった。

次いで、保健所以外の HIV 検査の受検率に差があるかどうかを検討した。まず、医療施設における HIV スクリーニング検査の普及率の差を検討した。結果は、普及率は東京、愛知が高く、宮城、大阪は相対的には低かった。

次に全国 HIV/エイズ検査・相談窓口情報サイトに掲載された各地域の保健所と常設検査施設(クリニックを含む)における 4 週間分の HIV 検査実施時間を調査した。保健所における人口 10 万人当たりの検査時間は、愛知、大阪、東京、宮城の順に高かったが、保健所以外の常設検査施設の人口 10 万人当たりの検査時間は、東京、大阪は愛知の 5 倍以上の時間であった。さらに、休日夜間の HIV 検査実施時間は愛知と東京、大阪との間には大きな差が存在していた。日高氏の調査結果(REACH Online 2008)も同様の結果を示しており、東京、大阪の MSM の人々は保健所以外の常設検査施設を利用する割合が高かった(東京:78.9%、愛知:29.5%、大阪:75.0%)。

5-4) 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。(三)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。

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

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1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

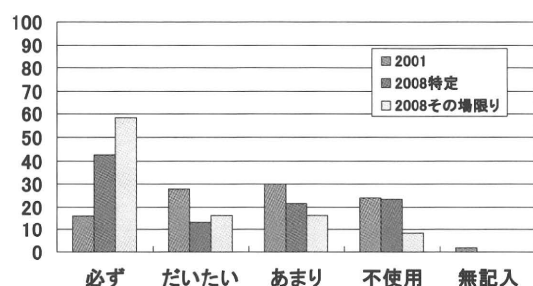


図1. コンドーム使用率の変化

名古屋医療センターのHIV陽性者数は2008年現在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。前年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げていなかった。

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

D. 考察

ALNの活動はここ数年ほぼ変わりなく実行されている。イベント開催を含むHIV関連情報の発信、コンドームアウトリーチ、無料HIV検査会の実施、のいずれの分野でも、少ないスタッフで変わることなく活動を継続させるのは、なかなか困難なことである。3年間ほぼ同じ実績を上げることができた。ただ、予防啓発活動の範囲、規模、内容、いずれの点を取ってもいまだ十分とは言えない。範囲と規模の拡大、内容の充実を求めていかねばならない。ALNの活動の評価は、バー調査によっても行われたが、その結果は本報告書に別の形で報告される。

ALNの活動をさらに発展させる動きが出つつある。2001年から行われてきたNLGRの主催を、従来のALN単体から、ALNのみならず他のHIV関連団体やゲイバーやクラブの関係者、他にNLGRに賛同する個人からなる拡大実行委員会を結成して行うことになった。多くの人々の知恵やアイデアが寄せられ、また他方面との協働が実現することになり、NLGRの新たな歴史への第一歩が踏み出されたと考えられる。次年度のNLGRに期待したい。

NLGR をめぐる上述の動きを、NLGR にとどめるのではなく、ALN の予防啓発活動全般に及ぼしていきたい。そうすれば、先に述べた HIV 予防啓発活動の範囲と規模の拡大と内容の充実を実現していけるものと考ええる。現在はその胎動の時期と考えたい。

HIV 検査の重要性は論をまたない。愛知では先に報告したとおり、保健所での HIV 検査はそれなりに拡充が図られてきたが、保健所以外の施設での HIV 検査が乏しい。それを補う意味でも、従来の NLGR に付随する HIV 検査と M 検は今後も継続していきたい。さらに、HIV 検査を必要とする人々に受検していただくにはどのようなあり方がいいのか、さらに十分検討する必要があると思われる。

HIV 教育は当然のことながら極めて重要である。しかし、教育を受ける側が HIV/エイズに対して正確な知識と適切な構えを有していないと、その効果は限られたものになることが予想される。我々は 2006 年より名古屋市内の私立大学で、将来教師になるだろう学生を対象に、Group Investigation (GI) モデルを応用したエイズ学習を実践してきた。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について 12~15 時間をかけて共同且つ主体的参加で勉強し、まとめ、最後にそれらを発表し、異なるサブテーマの領域の内容も勉強するものである。今回は、学習に取り掛かる前と後における HIV/エイズに関する知識や関心、態度の変容の有無を検討した。その結果、知識や関心、態度といった認知面では積極的な方向への変化が認められたが、「感染不安」や「コンドーム使用」などの感情面や行動面に関しては有意な変化は認められなかった。

今回の研究から、教える側の教育の重要性が再認識されるとともに、行動変容の難しさも改めて明らかになった。ただし、共同学習という人との関係性を介在させた学習は、そ

の個人にとって将来何らかの行動変容に効果的な影響を及ぼす可能性を秘めており、今後の研究の発展を期待したい。

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ーフタ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。

我々は 1997 年から名古屋医療センターの患者会を築き、活動を続けてきた。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 32 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。当事者から考える望ましい予防啓発のあり方、について聞き取ることが本研究の目的である。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。

この研究過程で明らかになったことが2点ある。多くの人々が、「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」と表明した点である。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、それを聞く方はHIV感染症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。この疾患の持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という、悲痛な願いと受け止められた。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。

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/エイズ患者が減少する、という3段階モデルである。すなわち、情報の拡がり、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。情報の拡がり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持てば、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、エイズ患者は減少し、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1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。

究極的な評価としては新規エイズ患者数の減少がなければならないが、未だその段階に来ていない。今後、どのような予防啓発が必要かを、あらためて考え直す時期に来ている。一般的な HIV 関連情報の中に MSM 向けの情報を忍ばせる方法は、新たな方法と思われる。ALN の日常的な活動を広げるとともに、上記のような新たな視点の活動が必要とされている。

E. 結語

1. ALN の予防啓発活動は、HIV 関連情報の発信、コンドームアウトリーチ、無料 HIV 検査の開催、の3方法で進められた。ほぼ3年間同様の成果を上げたが、ALN の活動評価の結果からはさらなる活動の拡充が求められている。今後は、活動主体を ALN を含む関係者の緩やかな連合体に移行させることが望まれている。

2. 将来エイズ教育を担うだろう教師を目指す学生に対するエイズ学習の重要性が認識されたが、彼ら自身の行動変容は困難なことが示唆された。

3. 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ーフターセックスの支援が必要と考えられた。

4. 名古屋医療センターのMSM/HIV陽性者に対するインタビュー調査では、次の2点が明らかになった。①MSM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. 愛知と東京・大阪の新規HIV陽性者中のエイズ患者の割合の差の背景因子の一つとし

て、保健所以外でのHIV検査時間の差が重要と思われた。

F. 発表論文等

(研究論文)

1)Shiro Ibe, Yoshiyuki Yokomaku, Teiichirou Shiino, Rie Tanaka, Junko Hattori Seiichiro Fujisaki, Yasumasa Iwatani, Naoto Mamiya, Makoto Utsumi, Shingo Kato, Motohiro Hamaguchi, and Wataru Sugiura: HIV-2 CRF01_AB: First Circulating Recombinant Form of HIV-2 J Acquir Immune Defic Synd 54(3), 241-247, 2010

2)新ヶ江章友、金子典代、内海眞、市川誠一：HIV抗体検査会に参加した東海在住MSMの性自認とHIV感染リスク行動。日本エイズ学会誌(11), 255-262, 2009.

(国内学会発表)

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)新ヶ江章友、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区在住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。

3)重見麗、服部純子、保坂真澄、伊部史朗、藤崎純一郎、横幕能行、浜口元洋、内海眞、岩谷靖雅、杉浦互：BEDアッセイを用いた名古屋医療センターにおける新規HIV感染者の動向調査、日本エイズ学会学術集会総会、2009年11月、名古屋。

4)藤崎誠一郎、横幕能行、服部純子、伊部史朗、内海眞、浜口元洋、岩谷靖雅、杉浦互：HIV/HBV重複感染者におけるHBVgenotype解析および薬剤耐性アミノ酸変異の検出、日本エイズ学会学術集会総会、2009年11月、名古屋。

- 5)伊部史朗、横幕能行、椎野貞一朗、田中理恵、服部純子、藤崎誠一郎、岩谷靖雅、間宮均人、内海眞、加藤真吾、杉浦互：日本における HIV-2 感染症の分子疫学的解析, 日本エイズ学会学術集会総会, 2009 年 11 月, 名古屋.
- 6)菊地恵美子、内海眞、浜口元洋：名古屋医療センターにおける MSM 患者の視点から予防啓発活動の問題点を探る, 日本エイズ学会学術集会総会, 2009 年 11 月, 名古屋.
- 7)新ヶ江章友、金子典代、石田敏彦、藤浦裕二、内海眞、横幕能行、市川誠一：名古屋市で開催されているゲイ・バイセクシュアル男性向け HIV 抗体検査会における検査受検者の経年的推移, 第 24 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2010. 11. 24, 東京.

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（MASH大阪/京都産業大学）

研究協力者：山田創平（京都精華大学）、辻宏幸、後藤大輔（MASH大阪/財団法人エイズ予防財団）、内田優、町登志雄、有田匡、中村文昭、鍵田いずみ、赤田知華子、中村祐子、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）、コーナー・ジェーン、塩野徳史（名古屋市立大学看護学部/財団法人エイズ予防財団）、日高庸晴（宝塚大学）、市川誠一、金子典代（名古屋市立大学看護学部）

研究要旨

平成20～22（2008～2010）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執行した：

1) コミュニティレベルのプログラムとして、月刊のコミュニティペーパー<SaL+>の発行を継続して行った。平成21（2009）年度より編集方針を転換し、従来のエイズ予防/セクシュアルヘルス関連情報をコミュニティ情報でくるんで提示する方式に代わり、エイズ予防/セクシュアルヘルス関連情報を前面に押し出す方式を採用した。平成20年4月～23年1月の期間に、月平均186店舗および38団体に21名のボランティアが6600部を配布した。また平成22（2010）年度にはこれまで発行された<SaL+>0号～95号の記事内容の分析研究を行い、記事内容と認知率およびセクシュアルヘルス意識との相関について調べた。その結果、セクシュアルヘルスを前面に出しても認知率が下がっていないことが確認された。

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>関連事業を執行した。平成20年4月～23年1月の期間に、月平均836.9名が来場、うち成果の指標である初来場者数は月平均90名、期間全体で3,036名であった。カフェイベント、教室、展覧会が頻繁に開催され、相談件数は月平均19.4件であった。スタッフ研修プログラムが大幅に充実し、平成21年度は毎月開催され、参加者は6～17名であった。②STI勉強会<Café Chat>を執行した。毎月趣向を変え、工夫を凝らして開催し、参加者は平均7.4名であった。③若年層ネットワーク構築支援プログラム<Step>を随時開催、3年間で総計544名が参加、うち454名がドロップインセンター<dista>を利用した。またそのうち124名がドロップインセンターへの初来場者であった。④ハッテン場におけるセーフターセックス促進環境整備プログラム<ハッテン場プロジェクト～β～>（商業系ハッテン場等でのコンドーム普及100%作戦）を執行した。2008（平成20）年度に19の商業施設を対象に実施した予備調査の結果をふまえ、2009（平成21）年度は15の施設に対し総計58,800パックの啓発資材（コンドーム、ローション、啓発情報）を短期間に集中して配布した。

2. 上記プログラムを執行するためのアウトリーチ体制を整備した。

3. アドボカシー事業として、京都府、大阪府、大阪市、兵庫県に対して各種提言を行なった。

4. 上記介入プログラムの効果評価ツールとして、以下のような調査を行った。

- 1)平成20（2008）年度および22（2010）年度に複数のクラブにおける質問紙調査（クラブ調査）を実施した。
- 2)平成21（2009年）および平成22（2010）年度にゲイバー顧客層を対象とした質問紙調査（バー精密調査）を実施した。

A. 研究目的

本研究の目的は、平成20～22（2008～2010）年度に執行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ところにある。

B. 研究対象と方法

本研究の対象は平成20～22（2008～2010）年度にMASH大阪によって執行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、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

1. 介入プログラムと考察

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+>

（これまでの流れ）

2000～2002年度に実施し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ツールとして構想された<SaL+>は、2003年度にはコミュニティペーパー的性格を強めつつ浸透、2004年度実施したクラブ調査の結果、ベースラインと比較して関連知識、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もたされた。

（プログラムの目的）

①HIV感染予防およびセクシュアルヘルスの推進に関してMASH大阪が把握している情報をコミュニティに還元することで、読者層にコミュニティへの帰属意識を涵養し、予防・検査・ケ

アへの行動変容を促す。

②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。

（到達目標）

2010年度クラブ調査における<SaL+>認知率を50%に引き上げる、と設定した。

（事業の展開）

平成21（2009）年度に記事内容を再編成し、これまでのエイズ予防・セクシュアルヘルス関連情報をコミュニティ情報でくるんで提示する方式をやめ、エイズ予防・セクシュアルヘルス関連情報を前面に押し出す方式を採用した。

（配布実績）

2008～2010年度の配布実績は以下の通り：

年度	店舗数	団体数	月配布部数	ボラのべ数
2008	189～195 店舗	32～37 団体	6595～ 7770部	7～37 名
2009	188～195 店舗	37～40 団体	6503～ 7140部	15～28 名
2010	185～193 店舗	39～42 団体	6658～ 7077部	12～32 名
3年間	185～195 店舗	32～42 団体	6503～ 7770部	7～32 名

（記事内容の分析）

これまで発行されてきた同ペーパーのテキストを分析すると、特集記事のテーマ設定によって①1号～12号：エイズ関連情報が特集のテーマであった時期、②13号～76号：特集記事がコミュニティ・ネットワークのツールの役割を果たした時期、③77号～95号：再びエイズ関連情報が特集記事となった時期、の3つの時期に分類できることが分かった。またそれぞれの時期が、①同ペーパーをニューズレターと位置付けた時期であり、記者・編集者の声を中心となっている時期(第1期)、

②コミュニティ・ペーパーと位置付け、コミュニティ・ネットワークの構築を最優先した時期であり、コミュニティメンバーの声が中心となっている時期（第2期）、③ネットワークの定着をふまえ、再びエイズ関連情報の提供を最優先した時期であり、記者・コミュニティメンバー・専門職者の声が混ざり合っている時期（第3期）、にそれぞれ対応すると指摘した。また時期を問わず一貫して見られる特徴として、多声的な言説空間の構築がめざされている、セクシュアル・マイノリティであることを問題視しない態度、セックスを肯定する態度、HIV陽性であることを問題視しない態度、笑いを基本とする文体、の5点が明らかとなった。

（効果評価）

(1) 2008年度および2010年度に実施したクラブ調査の結果、HIV予防に関する知識・行動・意識と〈SaL+〉接触の有無との関連について以下のような結論を得た：

①認知率は2008年で40%、2010年で48%であり、到達目標（50%）には僅かに届かなかった。

②「何も症状がない早い段階で、検査をしてHIVに感染していることがわかり適切な治療を続ければ、エイズの発症を抑えることができる」と正しく答えた者の割合は受取り群で78%（2008年）、81%（2010年）、非受取り群でそれぞれ70%、77%であった。

③〈SaL+〉接触群では、非接触群と比較してHIV抗体検査の受検率に明らかな増加が認められた。

以上から、コミュニティペーパー〈SaL+〉の認知が継続的に広がるとともに、検査行動を中心とした予防行動の普及が認められたと結論できる。

(2) 2009年度に実施したバー精密調査の結果、以下のような結論を得た：

①コミュニティペーパー〈SaL+〉の認知率は69.7%で、うち約9割が読んだことがあ

ると回答した。この水準は2005年度、2007年度時の調査結果とほぼ同水準であり、現行の人的・資金的編集・発行・配布体制のもとではほぼ飽和状態に達していることが示唆されている。

②50代以上の回答者における認知率は若い世代に比較して25%程度下回ることがわかった。中高年向けの定期刊行物の開発が待たれる。

2) ドロップインセンター〈dista〉

（これまでの流れ）

MASH大阪が運営するドロップインセンターが開設されたのは2002年。翌2003年度からエイズ予防財団の委託事業と位置付けられた。2009年度から施設は国の事業として維持・管理され、MASH大阪がプログラムを運営する体制となった。

（機能および目的）

(1) 予防啓発プログラムを戦略的に展開するための拠点。ここで当事者性を重視した予防啓発プログラムをコミュニティの中心エリアで提供することにより、コミュニティにおけるセクシュアルヘルスの増進を目指す。

(2) コミュニティメンバーがふらっと立ち寄り、セクシュアルヘルスやコミュニティ関連の情報を接触する情報センター。ドロップインセンターを核とするネットワークが構築され、それを通じてセクシュアルヘルスおよび共生のメッセージと正しい情報がコミュニティへ伝わってゆくことを目指す。

(3) コミュニティメンバーに向けての交流・文化・啓発プログラムが執行されるコミュニティセンター。情報と時間を共有し、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。

（対象クライアント）

ゲイ関連施設従業員、ゲイ関連施設利用者、インターネット利用者、エイズ対策関連団体・個人の4者を想定している。

(運営体制)

2009年度より、曜日ごとの来場者数の推移を考慮して、従来の月曜日定休を火曜日定休に改めた。また基本オープン時間を17時～23時とし、土曜日には不定期でイベントを開催、場合に応じてオープン時間を17時～5時とした。17時～20時をAシフト、20時～23時をBシフト、イベント開催時の土曜日23時～5時を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）でシフトを組み、ドロップインセンターの運営にあたった。コンシェルジュは現在約10名が稼働している。

(相談体制)

2009年度、相談機能の強化をめざし、月一回のペースで内外の講師を招き運営スタッフおよびボランティア・スタッフを対象とした研修を行なった。参加者は6名～17名であった。研修のテーマは「HIV/STIの基礎知識」「対人支援の基礎」「HIV治療と福祉制度」「HIV検査と支援」「薬物依存とHIV」「多様な対象層と支援のリソース」などであった。2010（平成22）年度はやはり月一回のペースで運営ミーティングを開催、相談事例についての情報共有を通じて相談サービスの質の向上をはかった。毎月の参加者は平均10名であった。

(到達目標)

以下のような到達目標を2008年度初頭に設定した：

- (1) クラブ調査におけるドロップインセンターの認知率を60%に引き上げる。
- (2) 新規来場者数を月平均100名に引き上げる。

(3年間の利用状況)

年度	月平均 総来場 者数	月平均 新規来 場者数	月平均 相談 件数	イベント開催状況
2008	809.3名	85.4名	19.9件	・週末カフェイベント (5種) ・教室(手話、韓国語) ・展覧会

2009	815.3名	82.3名	21.3件	・週末カフェイベント (5種) ・教室(手話、韓国語、 アロマ、アート他) ・展覧会
2010	886.1名	102.3名	17.1件	・週末カフェイベント (5種) ・教室(手話、韓国語、 アロマ、アート他、 全7件) ・展覧会(5件)

(効果評価)

(1) 2008年度および2010年度に実施されたクラブ調査の結果、ドロップインセンター< dista >の認知率はそれぞれ49%と52%であり、60%に引き上げるという到達目標は達成できなかった。

(2) MASH 大阪では新規来場者数をドロップインセンター事業の効果評価の指標と捉えており、新規来場者数を月平均100名に引き上げるという到達目標を設定したが、この目標は2010年度に達成された。その要因としては、新規のカフェイベントや展覧会が新たなクライアントを呼び込んだことが指摘されている。3年間の新規来場者総数は3,036名(2011年1月末現在)であり、堂山地区商業施設利用層の5人に1人がこの3年間にドロップインセンターを訪れていることになる。

3) STI 勉強会

(これまでの流れ)

CAFE 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。

(方法)

実施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展開する。

- ・グランドルールを設ける。
- ・リラックスできる場づくりのため、カフェ形式を採用する。
- ・プログラム最後に15分程度、STIやセーフターセックスを意識するような仕掛けを設ける。
- ・広報としてSaL+やdista.bでの告知、SNS等を用いた。

(成果)

エロネタや恋愛ネタなどの身近なテーマ設定により、参加者の積極的な発言を促すことができた。

それにより実生活に役立つ情報を共有し、実践に役立ててみるという声が聞かれるなど、情報を持ち帰ってもらうことの有意性が感じられた。

プログラムの最後に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。

プログラムの実施状況は以下のとおりである。

年度	月平均参加者数	月平均新規参加者数	企画タイトル例
2008	35.8名	5.2名	・ゲイ春！セックスカルタ会 ・HIVについて
2009	23.3名	3.6名	・コンドームフェア ・STI勉強会「オーラルケア」
2010 (2011年1月まで)	7.4名	3名	・男のセックスABC ・初めての〇〇

※月平均来場者数の算出にあたって、各年10月のデータには、2008年10月、2009年10月、2010年10月に開催されたPLuS+でのSTI勉強会「CAFE CHAT」展示ブースへの来場者延べ数を用いている。

※2008年10月、2009年10月、2010年10月に開催されたPLuS+でのSTI勉強会「CAFE CHAT」展示ブースでは、新規来場者数をカウントしていないため、各年の月平均新規来場者数の算

出にあたっては、それぞれ10月のデータを除いている。

4) 若年層ネットワーク構築支援プログラム

<step>

(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した。

- ・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。
- ・SNS＝ソーシャルネットワークサービス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STIの情報に触れていないクライアントの参加を促進させる。
- ・企画運営は主にコミュニティの若者が中心に行く。

(成果)

年度ごとの来場者数は以下に示すとおりである。参加者数は、各年度とも平均で各回29名から35名程度を維持しているが、stepの目的の一つである「step参加者のdistaへのアクセス」に関しては、2010年度でその割合が低下している。

コミュニティにあまりアクセスしていない層をいかにリクルートするか、今後検討を要する。

年度	参加者数 (累計)	参加者の dista への 流入	dista 流入数 の内、新規 来場者数
2008	247 名 (7 回実施)	222 名	69 名
2009	117 名 (4 回実施)	99 名	43 名
2010	180 名 (6 回実施)	133 名	12 名
2008 ～ 2010	544 名 (17 回実施)	454 名	124 名

※2010 年度における step 参加者の dista 流入数の内、dista 新規来場者数が大幅に減少しているのは、既に dista に接触している人が、step に新規参加したことが原因である。

5) ハッテン場におけるセーフターセックス促進環境整備プログラム<ハッテン場プロジェクト～β～>

(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うにくい。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「利用者個人々の意識・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、コンドームとローションの提供プログラムを組み合わせ実施し、関西圏の商業系ハッテン場において、コンドーム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。

(成果)

2008 年度から 2009 年度にかけては「関西圏の商業系ハッテン場の施設数・規模・コンドーム&ローション提供実態の把握」「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」「ハッテン場オーナー・店長へのヒアリング」「ハッテン場利用者へのインタビュー調査」が実施され、2010 年度には「大阪のハッテン場において顧客がセーフターセックスを実行できる環境を提供するためのガイドライン」作成に向け、ハッテン場オーナー・店長へのヒアリングを行なった。ガイドラインの作成と運用に対しては多くの施設が協力的であった。

来年度に向けて、ヒアリングで得られた意見をもとにガイドライン案を修正し、さらにヒアリングを継続して今後ガイドラインの本格的な運用を目指す予定である。

2. アウトリーチ体制

MASH 大阪のアウトリーチ体制を通じて、期

間中以下のような配布物が MSM 向け商業施設に届けられた：

- ①コミュニティペーパー<SaL+> (毎月)
- ②予防啓発イベント<PLuS+> 関連配布物：アンケート・公式プログラム等 (年 1 回)
- ③バー精密調査関連配布物：アンケート・調査票 (2007 年度、2009 年度、2010 年度)
- ④中高年向けセクシュアルヘルス・ガイド (2010 年度)
- ⑤ハッテン場プロジェクト関連配布物 (2008、2009、2010 年度)
- ⑥その他：新年の挨拶

このような多種の配布物を 3 地域 180 軒を超える商業施設に配布するため(⑤は 20 数軒のみの配布)、2007 年度に独自のアウトリーチ体制を整備した。その骨子は：

- ①堂山 6、ミナミ 3、新世界 1 の配布ルートを整備
- ②アウトリーチ開始前 15 分間のミーティングにおける前回の配布実績の共有とオリエンテーションの実施
- ③施設側からの情報のフィードバック
- ④アウトリーチ・マニュアルの作成

であった。このように整備されたアウトリーチ体制は 2008～2010 年度の期間中も維持された。期間中の特筆すべきこととしては、戦略研究によって実施された中高年向けセクシュアルヘルス・ガイド (2010 年度) の配布の際、新世界地域の商業施設が新規開拓できたことがあげられる。このことは、クライアント層に向けた予防啓発資材の開発が対象店舗の開拓につながったものと考えられる。

3. アドボカシー事業

期間中、以下のようなアドボカシー事業を行なった：

- ① 平成 21～22 年度、大阪府エイズ対策基本方針の改訂作業に協力した (大阪府

健康医療部保健医療室地域保健感染症課との協働)。

- ② 大阪市エイズ対策基本指針の改訂作業に協力した (大阪市健康福祉局保健所感染症対策担当との協働)。平成 23 年 1 月に開設された大阪市エイズ対策評価検討会議に委員として参加し、今後の協議にも継続して参加する予定。
- ③ 平成 20～22 年度、京都府エイズ予防啓発ボランティア (『紅紐』) のコーディネータを派遣した。また京都府在住 MSM でドロップインセンター来場者に相談サービスを提供した (京都府健康福祉部健康対策課感染症担当との協働)。
- ④ 平成 22 年 11 月、兵庫県健康福祉事務所 HIV 担当者普及啓発研修のプログラム立案と運営を担当した (健康福祉部健康局疾病対策課感染症係との協働)。

D. 結論

1. クライアント像の検討

(MSM コミュニティの規模)

2005～2007 (平成 18～19) 年度に実施した社会地理学的研究の結果、堂山地区、ミナミ地区、新世界地区にアクセスする MSM の実数はそれぞれ 17,756 人、14,506 人、6,529 人であることがわかった。また 2007 (平成 19) 年度に実施したバー精密調査の分析結果を加えてさらに分析した結果、大阪地域の MSM 向け商業施設集積エリアの中で、堂山地域が核としての役割を果たしている (他地域、他地区からの流入が多く、逆方向の流出が少ない) ことがわかった。また、3 地域の重なりを除いた「商業施設利用 MSM の母集団 (実数)」は約 33,000 人と推定された。

一方、2007 (平成 19) 年度の時点で、大阪府在住の MSM の総人口は先行研究から約 15 万人と推定されていたが、2008 (平成 20) 年度に本研究班によって実施された「日本人成人男性における MSM 人口の推定と HIV/AIDS

に関する意識調査」の結果、近畿地方の推定 MSM 人口は 108,365 人、大阪府のそれは 46,457 人であった。近畿地方における MSM 向け商業施設集積エリアが圧倒的に大阪地域に集中していることを考慮すると、近畿地方在住の MSM のおよそ 3 人に 1 人が大阪の 3 つの集積エリアを利用していることになる。

(感染はどこで起こっているか)

2007 (平成 19) 年度の時点では、都市部における HIV 感染は MSM 向け商業施設を中心とした性的ネットワークの中で起こっている可能性が示唆されていた。この傾向が現在も続いていると仮定し、MSM 向け商業施設利用層の感染率を 5%、非利用層の感染率を 2% と仮定すると、近畿地方在住 MSM で HIV に感染している人口は、商業施設利用層で約 1,650 人、非利用層で 1,500 人となる。この数値を近畿地方でこれまで感染がわかった 2,709 人 (2010 年 6 月末時点での患者・感染者の累計、非 MSM を含む) と照らし合わせると、HIV に感染しており、かつそのことに気付いていない MSM がおよそ一千名にのぼることが推定される。この層への二次予防介入が喫緊の課題であると推測できる。

2. 各プログラムとその効果評価

各プログラム (コミュニティ・ペーパー、ドロップインセンター、STI 勉強会、若年層ネットワークプログラム、ハッテン場プロジェクト) の目標達成度および効果評価を総合すると、いずれのプログラムも比較的順調に推移しているものの、目標達成度、効果評価の両面において頭打ちの傾向がみられ、現在の予算・人員のもとではプログラム効果が飽和状態に達しつつあることが示唆されている。

E. 発表論文等

(研究論文)

1) 金子典代、市川誠一、辻宏幸、鬼塚哲郎：健康教育ツールを開発しよう、計画③対象者にひびくメッセージをつくろう、保健師

ジャーナル, 2008, 64 巻 1 号, 82-89.

2) 鬼塚哲郎、山田創平：感染に脆弱な集団にどう予防介入するか～マイノリティ集団における一次予防、二次予防、三次予防のあり方を検証する, 治療学, vol. 42-no. 5, 2008.

(国内学会発表)

1) 山田創平、鬼塚哲郎、辻弘幸、後藤大輔、鍵田いずみ、内田優、町登志雄、塩野徳史、市川誠一：商業施設を利用する MSM (Men who have Sex with Men) 向け HIV 感染予防プログラムの開発に関する形成的研究, 第 23 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2009 年 11 月 26 日.

2) 鬼塚哲郎、山田創平：サテライトシンポジウム「HIV 感染対策研究における人文学の応用可能性」, 第 23 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2009 年 11 月 27 日.

3) 山田創平、鬼塚哲郎：共催セミナー「HIV 感染対策研究における人文学の応用可能性その 2」, 第 24 回日本エイズ学会学術集会・総会, 2010 年 11 月 24 日.

(国際学会発表)

1) Tetsuro Onitsuka, Jane Koerner, Noriyo Kaneko, Seiichi Ichikawa: The HIV/AIDS epidemic among MSM in Japan: Background & gay NGO responses, Satellite Symposium on HIV infection in developed east and south-east Asia, ICAAP Bali, 11 Aug 2009.

2) Tetsuro Onitsuka, Jane Koerner, Noriyo Kaneko, Hiroyuki Tsuji, Daisuke Goto, Yukio Cho, Satoshi Shiono, Suguru Uchida, Mie Takenaka, Seiichi Ichikawa: HIV infection rates, risk & preventive behaviors of MSM in Asia: How does Japan compare?, poster presentation, ICAAP Bali, 10 Aug 2009.

3) Tetsuro Onitsuka, Jane Koerner, Noriyo Kaneko, Sohei Yamada, Satoshi Shiono, Hiroyuki Tsuji, Daisuke Goto, Toshio

Machi, Sachiko Omori, Hirokazu Kimura,
Seiichi Ichikawa: HIV risk & sexual
behaviors of Middle Aged MSM: Findings
from the 2007 Osaka bar survey, poster
presentation, ICAAP Bali, 10 Aug 2009.

- 4) Tetsuro Onitsuka, Hiroyuki Tsuji, Jane
Koerner, Noriyo Kaneko, Seiichi
Ichikawa : The HIV/AIDS epidemic among
MSM in Japan: Background & gay NGO
responses, 1st Developed Asia Regional
Consultation on HIV in MSM and TG,
Singapore, 2nd-3rd, Dec. 2010.

福岡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：山本政弘（独立行政法人国立病院機構九州医療センター）

研究協力者：牧園祐也、請田貴史、川本大輔、北村紀代子、辻潤一、新納利弘、狭間隆司、橋口卓、濱田史朗（Love Act Fukuoka）、井上緑（独立行政法人国立病院機構九州医療センター）

研究要旨

本研究は、地方都市のゲイコミュニティに対する啓発普及のモデルとなるべく、HIV 予防啓発団体 Love Act Fukuoka（以下 LAF）による、福岡地域のゲイコミュニティにおける予防啓発活動の試行と、その評価を行ったものである。

LAF は、平成 17 年度より「男性同性間の HIV 感染対策とその評価に関する研究」研究班に参加し、様々な活動の試行とその評価を行ってきた。平成 19 年度からはコミュニティセンターhaco を開設し、MSM コミュニティ（以下コミュニティ）における予防啓発体制を構築しつつ、医療や行政、他の NGO 等との連携により、多くの成果を上げてきている。

しかし残念ながら、都市部のみならず地方においても感染者の増加は留まるところを知らない。もちろん、現在の活動の効果が表れるのは何年も先のこととなるが、より有効で恒常的な活動の構築が、地方においても急務となっていると言える。感染者一人あたりの生涯医療費が一億円と言われる現在、将来予想される膨大な医療費を削減するためには、MSM の予防啓発研究のさらなる推進が、必要不可欠である。

本研究では、福岡の MSM における HIV 感染者数の増加と、横ばいを続ける HIV 抗体検査の受検者数の問題から、以下を計画・実施した。

1. コミュニティの層別解析…平成 18 年度に RDS 法により実施した携帯アンケート調査の結果から、コミュニティの層別解析を行った。
2. 層別解析に基づいた戦略的予防啓発活動の展開…層別解析に基づき、戦略的な予防啓発活動を計画・展開した。
3. コミュニティセンターhaco の有用性の検証…福岡地域におけるコミュニティセンターの意義を検討するため、haco の有用性の検証を行った。
4. コミュニティ内での連携体制の強化…より効果的・効率的な活動を展開するため、キーパーソンと協働したイベント等を開催し、コミュニティにおける連携体制を強化した。
5. 北九州地域での予防啓発活動のブランチャ化…北九州地域のコミュニティに対する予防啓発活動を行うため、活動のブランチャ化を推進した。
6. 行政との連携体制構築…エイズデーイベントや特例検査において、行政との協働を行い、連携体制を構築した。

また、平成 20 年度と 22 年度には、ゲイバー利用者を対象としたアンケート調査を実施し、福岡のコミュニティのベースラインとなるデータを得た。

A. 研究目的

近年、東京・大阪などの大都市部だけではなく九州地域のような地方においても、HIV感染拡大は留まることを知らない状況である。福岡にあるブロック拠点病院だけでも、平成22年の一年間で60名近い新規感染者が受診している。その新規感染者のほとんどは男性同性間の性交渉によるものであり、MSMへの予防啓発は急務である。

本研究は、九州の中でも特にコミュニティの規模の大きな福岡地域における、MSMへのHIV/STD感染予防啓発の推進とその評価、そして、地方都市でのコミュニティに対する啓発普及のモデルケースの提示を目的としている。

B. 研究方法

平成20年度から22年度にかけ、福岡地域のMSMに向けて以下のアプローチを行った。

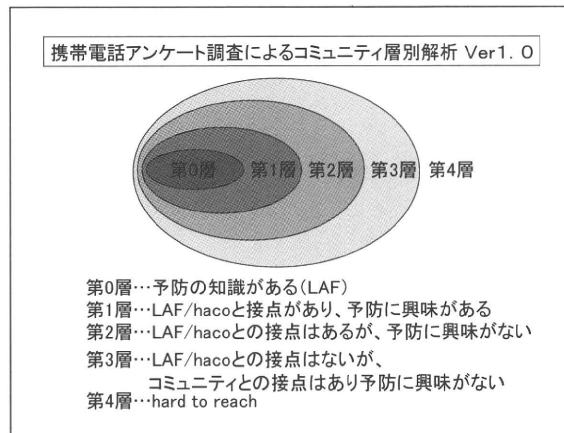
1. コミュニティの層別解析
2. 層別解析に基づいた戦略的予防啓発活動の展開
3. コミュニティセンターhacoの有用性の検証
4. コミュニティ内での連携体制の強化
5. 北九州地域での予防啓発活動のブランチャ化
6. 行政との連携体制構築

C. 研究結果

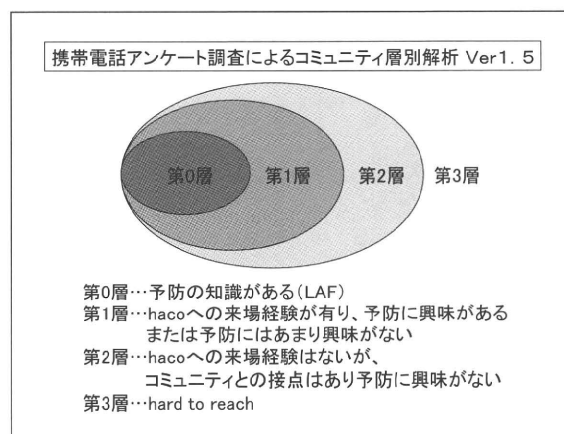
1. コミュニティの層別解析

MSMに対する戦略的な予防介入を行うため、平成18年度に行った携帯アンケート調査を基にコミュニティの層別解析を行い、層別解析ver1.0とした。

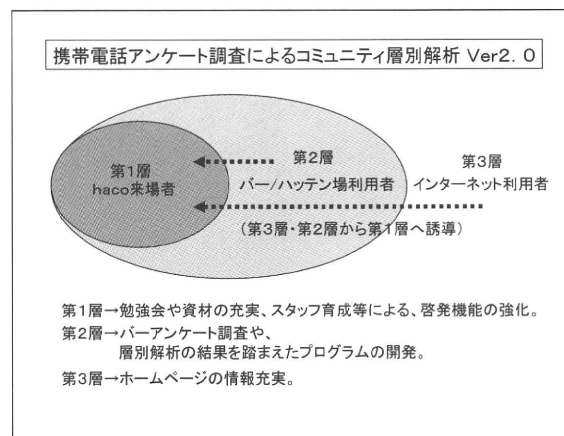
この解析を、さらに「hacoへの来場の有無」を基にver1.5へと改良し、それを基にした戦略的啓発計画をver20とした。



(図1) コミュニティ層別解析 ver1.0



(図2) コミュニティ層別解析 ver1.5



(図3) コミュニティ層別解析 ver20

2. 層別解析に基づいた戦略的予防啓発活動の展開

- 1) 第3層「インターネット利用者」を対象とした啓発活動：ホームページ開設による HIV

関連情報の提供と haco への誘導

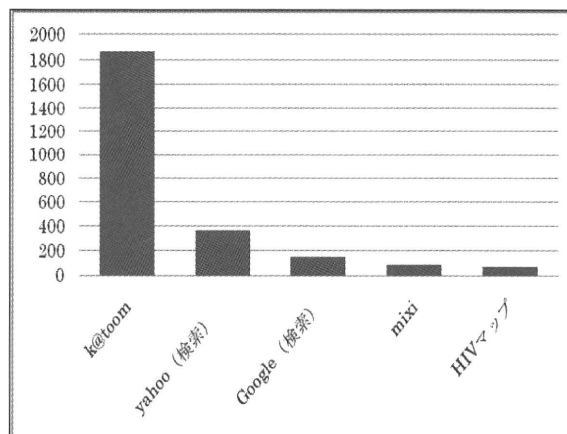
ゲイバーやハッテン場などのコミュニティと接点がなく、主に出会い系サイトなどのインターネット利用のみで性的接触の機会を得ていると思われる第3層「インターネット利用者」は、MSM のなかでも特に予防啓発情報の届きにくい、Hard to reach（直接の介入が難しい）層であると言える。

この第3層に対し、ホームページを活用した HIV 関連情報の提供と、haco への誘導を行った。

ホームページでは、福岡県内の検査情報や、コミュニティペーパーseasonのHIV情報記事「Dr. YAMAMOTO のちょっと聞いてよっ」web版を掲載し、HIV/STD 予防情報の提供を行った。他にも、電話相談、当事者支援など様々な団体とのホームページリンクを行い、HIV に関連したあらゆる情報を得ることのできる環境を整えた。また、LAF の活動紹介や haco でのイベント告知などを行い、haco への積極的な誘導を行った。

平成21年度には、携帯サイトも開設し、若年層を中心に増えつつある「出会いのツールを携帯サイトしか使わない」MSM へのアプローチも行った。

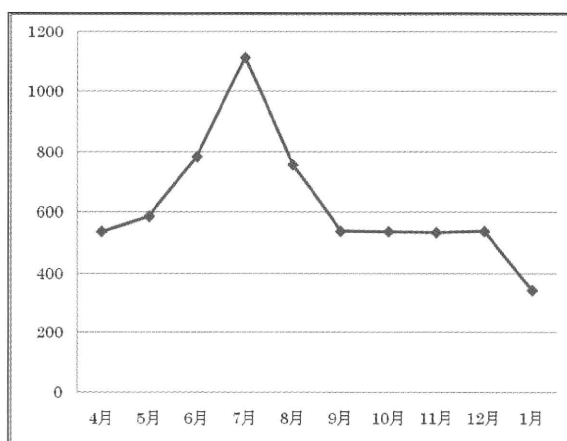
平成22年度には、福岡のMSM向け商業施設の検索機能を追加し、利便性を向上させ、閲覧者の増加を目指した。また、haco 新規来場者の中から「いつも人が多いので入りにくかった」という声があったので、木曜日を、一度も haco に来場したことのない人のみを対象とした「初来場者デー」として開設し、ホームページを中心に告知を行い、haco への誘導を行った。



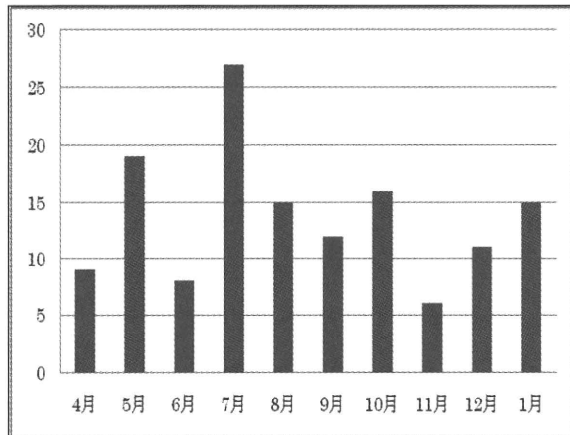
(図4) 平成21年6月～22年1月までのホームページアクセスランキング上位5サイト集計



(図5) 平成21年5月～平成22年1月までのk@toomからのアクセス数月別推移



(図6) 平成22年4月～平成23年1月までのホームページアクセス数集計



(図7) 平成22年4月～平成23年1月までのhaco新規来場者数月別推移

2) 第2層「バー/ハッテン場利用者」を対象とした啓発活動：haco誘導プログラムの実施
ゲイバーやハッテン場などのコミュニティとの接点はあるものの、まだhacoへ来場したことがない第2層に対し、haco来場誘導を目的として、展示会やイベントなどを開催した。

平成20年度から22年度までの実績は【付表1】のとおりである。

3) 第1層「haco来場者」を対象とした啓発活動：haco来場者啓発プログラムの実施

第1層であるhaco来場者に対し、HIV/STDに関する様々な勉強会を行い、予防情報の提供を行った。また、効果的な情報提供を行うための、勉強会の企画・手法の検討も行った。

平成20年度から22年度までの実績は【付表2】のとおりである。

4) 有用性を証明された啓発の継続：オリジナル Condom とコミュニティペーパーseasonのアウトリーチ

平成16年度から、MSMのCondom常用率向上のための環境作りを目的として行っている、福岡市博多区（平成17年度から北九州市小倉地区へも開始）を中心としたMSM向け商業施設への、オリジナル Condom とコミュニティペーパーseason（以下season）のアウトリーチを、この3年間も継続して行った。

オリジナル Condom は、MSM 向けのイラストを記載するなど、パッケージを独自にデザインしたものを作成し、ピックアップ率の向上を目指した。Season は、HIV/STD 予防情報や検査情報に加え、イベント情報やコミュニティマップなど、MSM の興味・関心を引く内容を掲載し、ピックアップ率の向上を目指した。

平成20年度は、アウトリーチ開始から4年を経過した現状把握のため、各商業施設への聴き取りによるアンケートを行い、協力関係の継続意思を確認した。seasonにおいては、裏面のMSM向け商業施設一覧表に、店舗別にタイプや対象年代を追加して情報誌としての役割を強化し、ピックアップ率の向上を目指した。

平成21年度から、Condomの自主的な購入と使用の促進のため、アウトリーチのペースを、これまでの2、3ヶ月に1回から、seasonの発刊に合わせた年4回へと変更した。

平成22年度は、「MSM向け個人マッサージ店以外の商業施設を利用したことがない」というhaco来場者があったため、これまで配布を行っていた店舗に加え、新たに3店舗のマッサージ店へのseason配布を開始した。

平成22年度は、「MSM向け個人マッサージ店以外の商業施設を利用したことがない」というhaco来場者があったため、これまで配布を行っていた店舗に加え、新たに3店舗のマッサージ店へのseason配布を開始した。

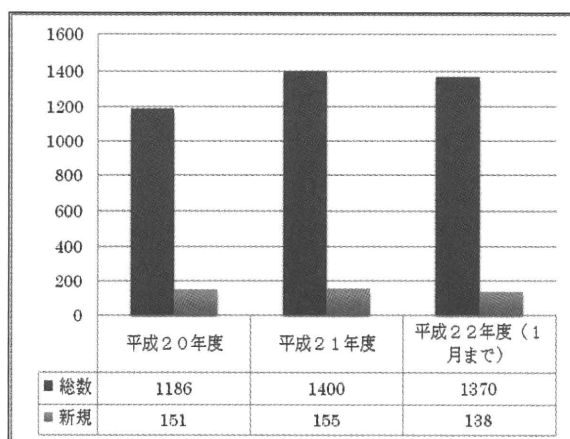
3. コミュニティセンターhacoの有用性の検証

平成18年度より、福岡のMSMコミュニティ内にコミュニティセンターhacoが開設された。それに伴い、LAFの予防啓発活動は可視化され、活動の認知度が上昇し、コミュニティ内外との連携も大きく増進した。この結果は、当班の分担研究である「インターネットを利用した調査研究」班においても証明されている。

平成20年度からは、層別解析により、いかにMSMをこのhacoに誘導するかを戦略的啓発計画として、予防活動を展開した。またhacoにおいても、様々な勉強会を行い、来場者に

に対する予防介入を行った。

この3年間の実績は(図8)のとおりである。



(図8) 平成20年度～22年度1月までのhaco来場者数の推移

4. コミュニティ内での連携体制の強化

コミュニティで効率的、かつ長期的な予防啓発活動を展開していくためには、MSM向け商業施設やキーパーソンと連携体制を構築することが重要である。この3年間も様々な協働を行い、コミュニティ内での連携体制構築を目指した。

1) 協団体「Love Tribe Fukuoka」の組織とイベント「マルハク」の開催

名古屋の「NLGR」や、大阪の「PluS+」など、一度に大人数の集客を得ることのできる大規模なイベントの開催は、効率的に予防情報を提供できる機会であるが、そのようなイベントを自ら企画・開催するためには、多大な労力やマンパワーが必要となるため、容易ではない。そこで、既存のイベントと連携し、その中で予防情報を提供する方法を考案し、平成20年度、LAF主導の元、イベント主催者4名とともに「福岡のセクシャルマイノリティのコミュニティ活性化とその中でHIV/STD予防啓発」を目的に、協団体「Love Tribe Fukuoka(以下LTF)」を組織した。

平成21年度には、LTFにより、クラブイベントや音楽イベントなど様々なイベントを集

中して開催する「マルハク」を企画・実施し、各イベント会場においてHIV/STD予防啓発資材を配布した。hacoでは、Living Together計画の協力による展示会「みんなのTシャツ展」を開催し、5月1日～6日までの期間中に106名の来場者を得ることができた。

平成22年度には、イベント主催者の引退などによりLTFは解散となったが、「マルハク」は主導をゲイバーマスターに委譲し、コミュニティのスタンプラリーをメインとした内容へと変更して開催した。LAFはseasonをマルハク用に特別編集するなどの協力をを行った。

2) RED RIBBON GAMES

平成22年度、6店舗のゲイバーマスターとの協働により、HIV/STD予防情報の提供を目的とした、テニス、バレー、水泳、ボーリングの4競技による総合スポーツ大会「RED RIBBON GAMES」を開催した。各会場では、名古屋市立大学との協働によるHIV/STDに関するアンケート調査「HAPPINES」を実施し、参加者640名に対し92%である540件の回答を得ることができた。

3) THE PENTAGON

平成22年度、4店舗のゲイバーマスターとの協働により、クラブイベント「THE PENTAGON」を開催した。イベント内で、今年度から始まった福岡市中央区保健福祉センターでの休日のHIV即日検査の告知を行い、検査の促進を行った。

5. 北九州地域での予防啓発活動のブランチャ化

小規模ながら、福岡市に次ぐ規模のコミュニティが存在する北九州地域での予防啓発の重要性から、将来的な活動のブランチャ化を視野に入れ、平成17年度より北九州市小倉地区を中心としたMSM向け商業施設への、オリジナルコンドームとコミュニティペーパーseasonのアウトリーチを開始した。