『HIV陽性者のためのウェブ調査第1回』[2)]によると、HIV陽性者の抱える老後の不安として病状に関することや、支援者の不在、在宅サービスや施設入所に関することが挙げられているが、これは今回の調査対象者にも同様に見られた。またこれらの問題については、個人的な問題というよりはHIV陽性者を取り巻く社会環境が大きく影響していると考えられる。未だにHIV/AIDSに対する社会の偏見や差別、地域医療や介護に携わる医療者や介護者の理解不足があり、診療や受入れの拒否を多くのHIV陽性者が経験し、感染を知られないように生活している人や感染したことで家族やパートナーと疎遠になった人など、HIV/AIDSに関する外的スティグマ、内的スティグマの存在がHIV陽性者を孤立させ、支援に繋がりにくい環境をつくりだしていると言える。

このような状況の中でHIV陽性者が安心して老後を迎え暮らしていくためには、まず健康管理や日常生活をサポートする医療者・介護者がHIV/AIDSやセクシャリティに理解があり、HIV陽性者を受け入れる地域診療施設、入所施設や介護事業所が存在することが重要である。また互いに連絡を取り合う仲間や、病気やセクシャリティのことを気にせず交流できる仲間がいたり、自分が所属できるコミュニティがあることも安心感につながる。そしてもし、家族や友人など何かを頼める相手がいなくても気軽に相談できる場、誰かとのつながりを感じる場としての地域団体の存在もまた、HIV陽性者の暮らしを支える上では必要な存在であると考える。

結 論

高齢期を迎えるHIV陽性者が地域で安心して暮らしていくためにNPO/NGOがまずやるべきことは、HIV陽性者がいつでも相談できる関係性をつくるために、定期的・継続的に連絡を取りながら、その時々にある問題について支援を行うことである。また高齢期HIV陽性者同士が出会える場や居場所づくり、地域の医療施設や介護施設と連携しHIV陽性者の受入れ体制を整備していくことも地域団体の重要な役割である。そのうえで高齢期のHIV陽性者がどのように余生を過ごしたいと思っているか、どうやって最後を迎えたいと思っているか、個々人の思いに寄り添った個別の支援を考えていくことを目指したい。

高齢期におこりやすい問題	HIV陽性者固有の問題
加齢、持病、薬の副作用による健康問題がある、または今後でてくる可能性がある	
地域の人々とのつながりがない	HIV陽性者やゲイのコミュニティーは若い人ばかりなので入りたいと思わない
相談できる相手がいない	HIVやセクシャリティーについて理解してもらえないので相談しない
家族と疎遠で頼れる人がいない	HIV感染がきっかけで家族と疎遠になった
連絡を取り合ったり、助け合える仲間がいない	
できるだけ訪問看護や介護サービスは利用したくない	いろんな人に自分のHIV感染のことを知られたくない
動けなくなったときに入れる施設がない、面倒を見てくれる人もいない	HIV陽性者を受入れてくれる施設や介護事業所を探すのは難しい
高齢でありいつまで仕事できるかわからない	
収入、貯蓄がなくなる	

文 献

1）横田ケイ子、川原礼子：老年看護学概論・老年保健，P7-10, 2012

2）HIV Futures Japan プロジェクト調査結果　HIV陽性者のためのウェブ調査第1回（2013年7月～2014年2月, P21）

健康危険情報

該当なし

研究発表

該当なし

知的財産権の出願・取得状況（予定を含む）

該当なし

資料 1

特定非営利活動法人 CHARM
理事長　松浦基夫　宛

研究協力同意書

平成 27 年度　厚生労働科学研究費補助金エイズ対策研究事業
HIV 感染症及びその合併症の課題を克服する研究班
研究代表者: 白阪　琢磨

「HIV 陽性者の地方コミュニティーでの受け入れに関する研究」
分担研修者：榎本てる子

【研究目的】
HIV 陽性者が安心して地域で暮らしていくためにどのような支援が必要か、また、NPO の役割は何かを明らかにする。

【研究方法】
地域で暮らす HIV 陽性者にインタビューを行う。

私は上記研究の実施にあたり、以下の項目について説明を受け理解をしたので、この研究に協力することに同意します。

1. 研究の目的、方法について
2. 個人情報に関して機密が守られること
3. いつでも同意の拒否、撤回または中止をすることができること
4. 同意の拒否、撤回または中止した場合でも、不利益を被ることはないこと
5. 疑問や質問が生じた場合には、担当者から適切な説明がなされること
6. 研究の成果は公表されるが、個人を特定できるような情報は公開されないこと

日付：　　　　　年　　月　　日

研究対象者氏名（署名）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

説明者（所属）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

（氏名）：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿

15 大阪エイズウィークス等の啓発の企画と効果測定

研究代表者：白阪　琢磨（国立病院機構大阪医療センター
HIV/AIDS 先端医療開発センター）
研究協力者：山﨑　厚司（公益財団法人エイズ予防財団）
辻　　宏幸（公益財団法人エイズ予防財団）

研究要旨

本研究では、感染拡大抑止の観点、また限られた資源での検査体制で効率よく感染者を治療へと結びつけるためには、MSM を意識しつつも男性をターゲットとして設定することが有効であるとの仮説に基づき、男性に訴求効果の高い啓発手法の開発とその実践を行うことにより、男性の HIV 検査受検者数を増加させることを目指し、次の取り組みを行った。1）男性を対象とした啓発資材制作と配布・掲示として、①男性向け検査受検促進メッセージ記載カイロの配布、②男性向け HIV 検査受検促進メッセージポスターの交通広告掲示、2）地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施として、③世界エイズデー・キャンペーン「大阪エイズウィークス 2015」。これらの取り組みを通じて大阪府民を中心とした近畿圏在住者に対して情報発信や啓発資材配布を行った。その効果を直接的に測ることは難しいが、大阪府内の保健所等 HIV 検査実施機関での HIV 検査受検者の動向をみると、昨年とは異なり 12 月の受検者数が増加していた。今年は昨年よりも月毎の受検数が低下していたが 12 月は昨年を上回った。これは本研究の啓発実施時期と重なっており、特に男性受検者数が伸びを示していることから、本研究による啓発により、男性の HIV 検査受検を促進した可能性がある。

研究目的

エイズ発生動向によれば、わが国における HIV 感染症・エイズの拡がりは、男性、特に日本国籍男性に集中している。感染経路としては、男性同性間性的接触が多いが、異性間性的接触も少なからず報告されており、特に AIDS 患者報告において 3 割程度を占めている。

その一方でポピュレーションアプローチとしては、男女が意識されることなく展開されており、そのテイストやメッセージは、感染の可能性の高い成人男性を意識したものは少なく、むしろ青少年や女性を意識したものが多かった。実際、AC 広告や戦略研究で展開された幾つかのキャンペーンでは、女性の受検行動を促進した傾向がうかがえた。

そこで、感染拡大抑止の観点、また限られた資源での検査体制で効率よく感染者を治療へと結びつけるためには、本研究班では MSM を意識しつつも男性をターゲットとして設定することが有効であるとの仮説に基づき、男性に訴求効果の高い啓発手法の開発とその実践を行うことにより、男性の HIV 検査受検者数を増加させることを目的とした。

研究方法

1）男性を対象とした啓発資材制作と配布・掲示

男性の HIV 検査受検者数を増加させるため、男性に向けたメッセージを発信する以下の取り組みを行った。

①　男性向け検査受検促進メッセージ記載カイロの配布

男性に自分自身が HIV に感染する可能性があることや性交渉の相手等に感染させるかもしれない可能性があるということを認識してもらい、HIV 検査を受検してもらえるように、「HIV 検査 まずは、男

性から！」というメッセージとHIV/AIDSの現在の治療情報を記載した配布資材を制作し配布した。

街頭配布時期が11月下旬〜2月と寒い時期であるため、使い捨てカイロにメッセージシールを貼付することで、資材を受け取ってもらえるようにした。

図1：男性向けHIV検査受検促進メッセージ記載カイロ

② 男性向けHIV検査受検促進メッセージポスターの交通広告掲示

HIV検査受検を自己の問題として認識し行動を促進するために、「身近な人からHIV検査の受検を勧められたら」をコンセプトにし、どの男性にとっても、自分に対して訴えかけているメッセージであると受け取ってもらううことができるよう5パターンのポスターを作成することとした。

限られたポイントでのポスター掲示であるため、直接見られる以外に、TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアなどを通じて情報が拡散することを目指し、「こんな時ナンだけど」というメッセージのもと、意外性のあるシーンで見る人にストーリーを想起させるビジュアル表現を狙った。

Ⅰ．友人から友人へ、彼氏から彼氏へ（ジョギング編）
Ⅱ．妻から夫へ（ソーシャルダンス編）
Ⅲ．娘から父へ（バージンロード編）
Ⅳ．彼女から彼氏へ（夜景編）
Ⅴ．母から息子へ（UFOにさらわれる編）

I. ジョギング編(横型)
II. ソーシャルダンス編(横型)　III. バージンロード編(横型)
IV. 夜景編(横型)　V. UFOにさらわれる編(横型)
I. ジョギング編(縦型)　II. ソーシャルダンス編(縦型)
III. バージンロード編(縦型)　IV. 夜景編(縦型)　V.UFOにさらわれる編(縦型)

図2：男性向けHIV検査受検促進メッセージポスター

2) 地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施

男性のHIV/AIDSに対する意識・行動の変化を促すには、市民がエイズに対する正しい知識を持ち、差別や偏見によりHIV陽性者が不利益を被ることなく安心して暮らせる社会の実現を目指すことが必要と考え、HIV感染症・エイズに対するイメージを変えることを目指し以下の取り組みを行った。

③ 世界エイズデー・キャンペーン「大阪 エイズ ウィークス2015」

12月1日の世界エイズデーに合わせて、前後の期間を「大阪 エイズ ウィークス2015」として、エイズに関連したジャンルで活動する団体・グループ・個人が、自治体・企業・メディア等と連携しながら、気軽に参加できるものから深く学べるものまで様々なイベントや企画を運営し、市民のエイズへの関心を高めて感染拡大の抑止を図るとともに、感染した人々も安心して暮らせる社会の実現を目指すこととした。

公益財団法人エイズ予防財団が呼びかけ、この呼びかけに賛同した団体・グループ・個人・企業が、それぞれ（または協働して）得意分野でそれぞれの対象者に焦点を当てた企画を実施した。自治体が実施するエイズ予防週間の取り組みも合わせて広く市民に対して広報を展開するとともに、各団体・グループ・個人・企業の広報ネットワークツールでも情報提供を行った。

図3：大阪エイズウィークス2015ポスター

参加団体の情報共有、企画・広報調整のための連絡会を毎月1回開催した。エイズ予防財団大阪事務所が連絡会の事務局を担い、ウィークス参加企画の取りまとめや広報の進行管理、連絡調整などを行った。

（倫理面への配慮）

啓発資材の制作にあたっては、HIV陽性者を含む、ポスターを目にしたすべての人に不快感を与えないメッセージ・写真とするよう配慮した。実施に関する評価指標としては、本年度は大阪府内の保健所等HIV検査実施機関でのHIV検査受検者動向を用いるため、倫理面への問題はないと判断した。

研究結果

1) 男性を対象とした啓発資材制作と配布・掲示

① 男性向け検査受検促進メッセージ記載カイロの配布

男性向け検査受検促進メッセージ記載シールを貼付した使い捨てカイロを6,000個作成し、以下の機会に5,960個配布した。

(1) 御堂筋オータムパーティ2015御堂筋ワンダーストリート

（日時）11月29日（日）14時～17時

（会場）ナニワンダーストリートエリア

（大阪市 御堂筋 新橋～難波西口区間）

（個数）5,000個

＊世界エイズデー・キャンペーン「大阪 エイズ ウィークス2015」の共同街頭キャンペーンとして実施した。

(2) 日本プライベートフットボール協会・西日本支部決勝

（日時）1月24日（日）13時半～

（会場）エキスポフラッシュフィールド（吹田市）

（個数）480個

図4：大阪 エイズ ウィークス2015の
共同街頭キャンペーンでの配布資材セット

(3) 日本プライベートフットボール協会・全日本選手権

（日時）2 月 21 日（日）13 時半～

（会場）エキスポフラッシュフィールド（吹田市）

（個数）480 個

② 男性向け HIV 検査受検促進メッセージポスターの交通広告掲示

5 パターンの男性向け HIV 検査受検促進メッセージポスターを作成し、梅田と難波の交通広告で掲示した。

(1) 御堂筋線なんば駅（コンコースサインボード）

（期間）2015 年 12 月 1 日～ 2016 年 1 月 3 日

（場所）御堂筋線なんば駅 改札措外 地下通路

（サイズ）H 1,600mm × W 3,100mm

（1 日利用人数）59,200 人なんば水槽横ボード周辺通路壁面で歩行者に対して平行面の掲示となる。歩行者の目を引くようにインパクトを持たせるため、大判 1 枚と小判 2 枚を掲示。

(2) 御堂筋線梅田駅（サイネージ）

（期間）2015 年 12 月 1 日～ 2016 年 1 月 3 日

（場所）御堂筋線梅田駅北改札外

（サイズ）映像 40 インチ縦（静止画）× 2 面

（1 日利用人数）梅田スマートピラー周辺 94,700 人通路真ん中の柱の両面に設置された縦型 40 インチの電子看板で、静止画像 5 パターンが 15 秒ごとに切り替わり表示される。歩行者に対して正面に設置されているので、多くの通行人の視角に入る。

図 5：なんば駅コンコースサインボードでの掲示の様子

図 6：梅田駅サイネージでの掲示の様子

2）地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施

③ 世界エイズデー・キャンペーン「大阪 エイズウィークス 2015」

20 を超える団体や個人の参加・協力のもと 11 月 21 日（土）～ 12 月 6 日（日）のコア期間を含めて 11 月～ 12 月の 2 ヶ月間、様々な取り組みが展開された。

主唱：公益財団法人エイズ予防財団

参加・協力：

特定非営利活動法人 HIV と人権・情報センター
独立行政法人国立病院機構大阪医療センター
特定非営利活動法人関西エイズ対策協議会
特定非営利活動法人 薬と医療の啓発塾
Café Bar an opportunity 実行委員会
特定非営利活動法人スマートらいふネット
SWASH
特定非営利活動法人 CHARM
Positively
特定非営利活動法人ネットワーク医療と人権
MASH 大阪
「みんなで性を考える団体」 みるく・る
メモリアル・キルト・ジャパン
LETTErARTS 実行委員会
大阪検査相談・啓発・支援センター chotCAST なんば
コミュニティセンター dista

（個人）
大北全俊［東北大学］
大畑泰次郎［開成法律事務所］
川畑拓也［大阪府立公衆衛生研究所］
岳中美江
日高庸晴［宝塚大学］
東優子［大阪府立大学］
（企業）
FM OSAKA
FM802
THE BODY SHOP
後援：
エイズ予防週間実行委員会（大阪府・大阪市・堺市・高槻市・東大阪市・豊中市・枚方市）
一般社団法人大阪府医師会
一般社団法人大阪府歯科医師会
公益社団法人大阪府看護協会
一般社団法人大阪府薬剤師

以下の「大阪 エイズ ウィークス2015」参加イベントやキャンペーンを通じて、大阪府民を中心として近畿圏在住者に対して情報発信や啓発資材配布を行った。

(1) 大阪エイズウィークス2015キャンペーンソング『ZERO DISCRIMINATION』
企画団体：特定非営利活動法人関西エイズ対策協議会
楽曲・動画制作：バンドHIV
期間：2015年10月16日（金）〜現在も公開中

(2) 保健所等HIV検査に関する啓発ポスターのJR電車内掲載
実施主体：エイズ予防週間実行委員会（大阪府・大阪市・堺市・高槻市・東大阪市・豊中市・枚方市）
期間：2015年11月1日（日）〜30日（月）

(3)LETTErARTS EXIBITION 2015
主催：レッテルアーツ実行委員会
期間：2015年11月17日（火）〜12月20日（日）

(4)12/1 世界エイズデー強化11days
主催：THE BODY SHOP
期間：2015年11月21日（土）〜12月1日（火）

(5) ラジオ番組『LOVE+RED』
放送：FM OSAKA
放送日時：毎週土曜日21:00〜21:30

(6) ピアエデュケーションプログラム『生徒によるエイズ予防ピアエデュケーションとは！』
主催：Positively
共催：大阪府立大学セクシュアリティ教育研究会
日時：2015年11月22日（日）13:00〜17:00

(7) 大阪検査相談・啓発・支援センターchotCASTなんば見学会
主催：特定非営利活動法人スマートらいふネット
日時：11月24日（火）・26日（木）14:00〜17:00

(8) 世界エイズデー特設電話相談
主催：特定非営利活動法人HIVと人権・情報センター
日時：2015年12月1日（火）12:00〜20:00

(9) 大阪エイズウィークス2015協同街頭キャンペーン
出展代表：公益財団法人エイズ予防財団
協同出展：エイズ予防週間実行委員会（大阪府・大阪市・堺市・高槻市・東大阪市・豊中市・枚方市）
THE BODY SHOP
FM OSAKA
協力：「みんなで性を考える団体」みるく・る
特定非営利活動法人関西エイズ対策協議会
日時：11月29日（日）14:00〜17:00

(10) 平成27年度HIV医療研修会
主催：一般社団法人大阪府医師会
日時：2015年12月3日（木）14:00〜16:00

(11) 第8回保険薬局HIVミーティング
共催：特定非営利活動法人 薬と医療の啓発塾
ヴィーブヘルスケア株式会社
後援：一般社団法人 大阪府薬剤師会
日時：2015年12月5日（土）16:00〜18:00

(12) シンポジウム『AIDS IS NOT OVER　だから、ここから 〜ブラジルの経験に学ぶ！市民が社会を動かすために、ここから私たちは何をすべきか!?〜』
共催：公益財団法人エイズ予防財団
独立行政法人国立病院機構大阪医療センター
日時：2015年12月6日（日）13:30〜16:30

(13) AIDS POSTER EXHIBITION
主催：MASH大阪
期間：12月7日（月）〜14日（月）

本年度の啓発資材の制作と配布・掲示やキャンペーンの実施による効果を直接的に測ることは難しい。しかし大阪府内の保健所等HIV検査実施機関でのHIV検査受検者の動向をみると、昨年とは異なり12月の受検者数が増加している。今年は昨年よりも月毎の受検者数が低下していたが12月は昨年を上回った。

考 察

大阪府内の保健所等HIV検査実施機関でのHIV検査受検者の動向をみると、昨年とは異なり12月の受検者数が増加している。また今年は昨年よりも月毎の受検者数が低下していたが12月は昨年を上回った。これは本研究による啓発実施時期と重なっており、特に男性受検者数が伸びを示していることから、本研究による啓発により、男性のHIV検査受検を促進した可能性がある。今後も啓発資材の制作と配布・掲示やキャンペーンについての効果測定の方法につき検討を行っていく。

結 論

今後、6月のHIV検査普及週間においても啓発を実施し、その期間のHIV検査受検者動向を見ていく予定である。

健康危険情報

該当なし

研究発表

該当なし

知的財産権の出願・取得状況（予定を含む）

該当なし

表1：資材配布数

種類・名称		配布数
大阪エイズウィークス2015パンフレット		16,590
男性のHIV検査受検促進メッセージ付カイロ		5,960
啓発用コンドーム	オカモト&ベネトン・ハート型コンドーム	2,000
	オカモト・ラブウサコンドーム	3,000
	ジェックス・グラマラスバタフライ	2,000
chotCASTなんば広報用ポケットティッシュ		4,000
大阪府におけるHIV等検査・相談場所ちらし		4,000
パンフレット　おおさかエイズ情報NOW		2,000

表3：大阪市（chotCASTなんば除く）
HIV検査数の推移

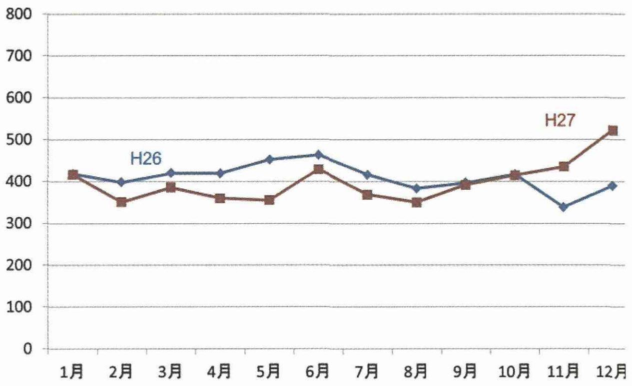


表2：大阪府自治体HIV検査数の推移
（chotCASTなんば、クリニック検査除く）

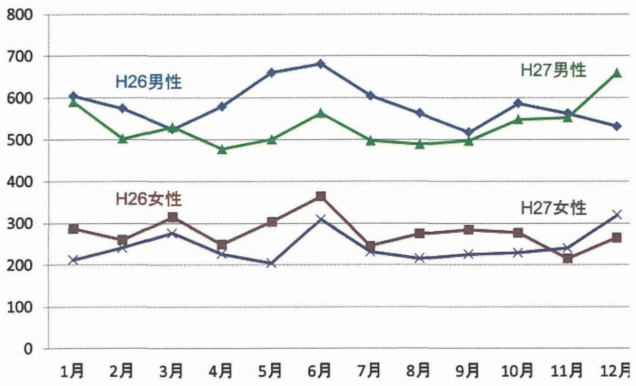
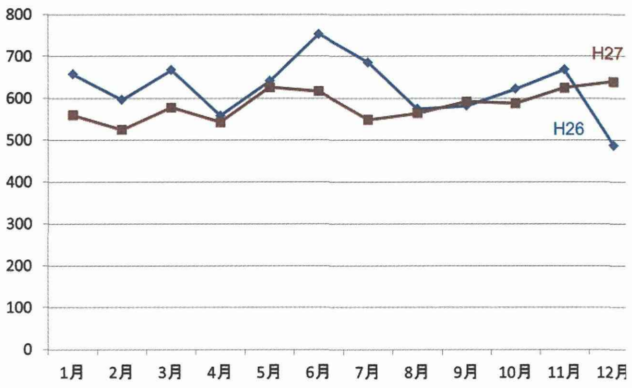


表4：chotCASTなんばHIV検査数の推移



16 メディアを用いた効果的啓発方法の開発

研究代表者：白阪 琢磨（国立病院機構大阪医療センター
HIV/AIDS 先端医療開発センター）
研究協力者：林　清孝（エフエム大阪音楽出版株式会社）
市川　謙（株式会社エフエム大阪　営業本部営業部）

研究要旨

FM ラジオ局の電波およびそのネットワークを活用した HIV/AIDS に対する啓発活動および意識調査の実施。調査結果の考察・検証。

研究目的

薬害 HIV 訴訟の和解以降、メディアでのエイズに関する露出が大きく減少し、エイズは終わった、あるいはエイズ問題がまだ残っている事を認識しない市民が多いとされている。エイズ動向委員会の報告によれば、個別施策層への啓発はとりわけ重要と考えられる。本研究では、大阪を中心に活動しているエフエム大阪の協力の下、効果的啓発手法の開発を試みた。すなわち、FM ラジオ局の電波あるいは関連するインターネットを用い、そのネットワークを活用し、大阪周辺の地域での若年層をはじめとした一般市民全般を対象に、HIV/AIDS に対する正しい知識の普及と HIV 陽性者の理解向上を図る事を目的とする。エイズ動向委員会の報告では感染経路は男性同性間性的接触が多い。HIV/AIDS を取り扱う上で、性的マイノリティーの理解は重要であるので、この研究でも LGBT に対する啓発と現状理解も目的に加えた。

研究方法

1）電波展開：エフエム大阪で毎週 30 分レギュラー番組 HIV/AIDS 啓発プロジェクト「LOVE+RED」を放送。

2）WEB 展開：プロジェクト特設 HP を制作。意識調査や理解度チェックなどリスナー参加型のコンテンツを盛り込み、より深い理解促進を狙う。

3）成果検証展開：2）の HP 内やイベント・学生に対して HIV/AIDS に対する意識調査を実施し、その結果に関して番組のリスナーと一般市民の認識につき比較検討を行う。

研究結果

1）番組内容

①実施期間　2015 年 6 月より 2016 年 3 月末までの毎週土曜日 21：00 ～ 21：30、HIV/AIDS の啓発ラジオ番組「LOVE+RED」（資料 1 ～ 3）を放送。②番組内容　毎回決めたテーマあるいはゲストが提供する話題を DJ ミー氏とゲストのトークを中心にし、番組の初めと最後に決めたメッセージ（資料 4，資料 5）を流す。なお、スポンサーは配置せず、商品紹介は行わない。③ゲスト　これまで、HIV/AIDS、LGBT に関連する活動をされている方々 30 名を超えるゲストが出演し、様々な立場からメッセージを発信した。④公式 HP　URL：http://lovered.jp/　を開設し、情報発信とアンケート（資料 17）を実施した。アクセス数は、これまで約 45,000 のアクセス（2016 年 1 月末日現在、資料 9）であった。

2）番組関連イベント

①学校出張収録　大阪市内の中学校の協力を得て、中学 3 年生、約 170 名を対象に、HIV 専門医師