



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： 山崎 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) 男性向け HIV 検査受検促進資材の作成・配布・掲示として、① HIV 検査普及週間用ポスターの作成・配布、②男性の HIV 検査受検促進メッセージを記載したツールの作成・配布、③男性の HIV 検査受検促進のための広告掲示、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、④世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2016」。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、昨年と同様に 12 月の男性の受検者数が増加していた。女性受検者の増加は顕著ではなかった。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、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いく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、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) 男性向け HIV 検査受検促進資材の作成・配布・掲示

男性の感染の可能性及び相手に感染させるかもしれない可能性の認知向上と HIV 検査受検率向上のため、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 HIV 検査普及週間用ポスターの作成・配布

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ことができるよう5パターン作成したデザインから、3パターンずつ配置した2種類のポスター（B3サイズ）を作成し、自治体やNGO等に送付した。合わせて対象を男性に限定した啓発についてのアンケートも実施した。

②男性のHIV検査受検促進メッセージを記載したツールの作成・配布

「現在の日本ではHIV感染者/AIDS患者のほとんどが男性である」という事実を知ってもらうことで、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、2種類の配布資材（「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シールを貼付した使い捨てカイロとコンドーム）を作成・配布した。

③男性のHIV検査受検促進のための広告掲示

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ことができるよう4パターンのポスターを作成することとした。このうち3パターンについては、昨年度作成したデザインを再利用し、新規で1パターン作成した。

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え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。

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。

④世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2016」

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2016」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を防ぐとともに、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し、各団体・グループ・個人・企業の広報でも情報提供を行った。

参加団体の情報共有、企画・広報調整のための連絡会をほぼ毎月1回のペースで開催した。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と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検査実施期間での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 HIV検査普及週間用ポスターの作成・配布

熊本・大分を除く138自治体、大阪府内保健所12カ所、全国エイズNGO等66団体に、2種類のポスター計1,040枚を、アンケートとともに送付した。希望する自治体に1,260枚追加配布した。アンケートには行政組織80件、NGO等11件、合計91件の回答が得られた。

ポスター①の使いやすさについて尋ねたところ、使いやすい44件（48.4%）、どちらともいえない39件（42.9%）、使いにくい7件（7.7%）、無回答1件（1.1%）であった。ポスター②の使いやすさについて尋ねた

ところ、使いやすい35件（38.5%）、どちらともいえない39件（42.9%）、使いにくい15件（16.5%）、無回答2件（2.2%）であった。男性を対象とした啓発について尋ねたところ、必要である75件（82.4%）、どちらともいえない14件（15.4%）、区別する必要はない2件（2.2%）であった。

ポスター①



ポスター②



図1：HIV検査普及週間用ポスター2種

②男性のHIV検査受検促進メッセージを記載したツールの作成・配布

②ー1 男性のHIV検査受検促進メッセージ記載シールを貼付したカイロを6,000個作成し、以下の機会に4,390個配布した。

1. 11月29日(日)に、御堂筋オースタムパーティ2016にて3,640個
2. 12月4日(日)に、あべのキューズモールFM802 & FM COCOLO AAA SPECIAL MEETINGにて350個
3. 12月10日(土)に、FM OSAKA イオンモール四條畷クリスマスライブにて300個
4. 12月11日(日)に、FM OSAKA Seta GOLFLAP 第8回ゴルフコンペ(瀬田ゴルフコース)にて100個

②ー2 また、男性のHIV検査受検促進メッセージ記載コンドームを1,200個作成し、以下の機会に配布した。

1. 10月10日(月・祝)に、「パラダイステレビ Presents STOP AIDS チャリティーおっぱい募金」にて1,200個

①啓発用使い捨てカイロ



②啓発用コンドーム



図2：男性のHIV検査受検促進メッセージを記載したツール

③男性のHIV検査受検促進のための広告掲示

4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(平成27年度作成3パターン再利用+新規作成1)し、梅田2ヶ所と難波1ヶ所で掲示した。デザインについては、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」で見え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জনロード編)
- IV. 母から息子へ(こけし編)

梅田2ヶ所と難波1ヶ所での掲示状況は以下のとおり。

1. JR大阪駅 中2階 改札内コンコース サインボード
期間：2016年11月28日～12月4日
サイズ(概寸)：H 2,060mm × W 4,368mm
1日利用人数：93,928人/日
改札より大阪環状線へ向かう導線上にあり利用者に訴求効果がある。サイズインパクトを狙い、大サイズ1パターン、小サイズ2パターンを掲示。
2. 御堂筋線なんば駅 改札外地下通路 ショーケース

期間：2016年11月28日～2017年1月3日

サイズ(概寸)：H 1,500mm × W 1,575mm

1日利用人数：なんば水槽横ボード周辺 46,964人 / 日

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4パターンすべてを掲示。

3. 御堂筋線梅田駅 ホームコンコース サイネージ

期間：2016年11月28日～12月25日

サイズ：映像55インチ縦(静止画) × 10面

掲出時間：15秒(3分間に1回)

1日利用人数：70,446人 / 日

I. ジョギング編(横型)



(縦型)



II. ソーシャルダンス編(横型)



(縦型)



III. パーজনロード編(横型)



(縦型)



IV. こけし編(横型)



(縦型)



図3：男性向けHIV検査受検促進メッセージポスター

ホームコンコースの柱などに設置された縦型55インチの電子看板で、静止画像が15秒ごとに切り替わり表示される(12回に1回表示される)。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。

①JR大阪駅 中2階 改札内コンコース サインボードでの掲示の様子



②御堂筋線なんば駅 改札措外地下通路 ショーケースでの掲示の様子



③御堂筋線梅田駅 ホームコンコース サイネージでの掲示の様子



図4：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

④ 世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2016」

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 11 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。



図5：大阪エイズウィークス 2016 ポスター

主な「大阪 AIDS WEEKS 2016」参加企画は以下のとおりで、イベントやキャンペーンにより、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。

(1) ラジオ番組『LOVE+RED』

放送：FM OSAKA

放送日時：毎週土曜日 21:00～21:30

(2) 大阪府歯科医師会「平成 28 年度大阪府 HIV 感染者等歯科診療連携体制構築事業における 協力歯科診療所向け研修会」

主催：大阪府歯科医師会、共催：大阪府

日時：11 月 19 日(土) 15:00～17:30

(3) 大阪エイズウィークス 2016 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

日時：11 月 19 日(日) 14:00～16:00

(4) 「世界エイズデー」広告放映

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：11 月 23 日(水)～12 月 9 日(金)

(5) 第 23 回 HIV/ エイズレッドリボンキャンペーン

主催：THE BODY SHOP

期間：11 月 3 日(木)～12 月 25 日(日)

※ 11 月 25 日(金)～12 月 1 日(木)には「12/1 世界エイズデー強化 7days」も実施

(6) LETTERARTS EXIBITION 2016

主催：レットルアーツ実行委員会

期間：11 月 26 日(土)～12 月 18 日(日)

(7) HIV/AIDS 電話相談 (特設)

主催：特定非営利活動法人 HIV と人権・情報センター

共催：大阪検査相談・啓発・支援センター chotCAST なんば

日時：11 月 28 日(月)～12 月 2 日(金) 18:00～20:00

(8) MASH 大阪「世界エイズデー アート・チャリティー・マーケット 2016」

主催：MASH 大阪

期間：11 月 30 日(月)～12 月 12 日(月)

(9) 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：12 月 6 日(火)・8 日(木) 14:00～17:00



図6：大阪 AIDS WEEKS 2016 の共同街頭キャンペーンでの配布資材セット

(10) 第1回 関西 HIV・薬剤 Workshop

共催：特定非営利活動法人 薬と医療の啓発塾、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、公益財団法人大阪公衆衛生協会
後援：一般社団法人 大阪府薬剤師会

日時：12月10日(土) 16:00～18:30

(11) 関西エイズ対策協議会 (KAC) シンポジウム @dista

主催：特定非営利活動法人関西エイズ対策協議会

日時：12月18日(日) 14:00～16:00

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、昨年と同様に12月の男性の受検者数が増加していた。女性受検者の増加は顕著ではなかった。

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、昨年と同様に12月の受検者数が増加していた。女性受検者の増加は顕著ではなかった。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。

結論

次年度も、引き続き6月の HIV 検査普及週間と12月の世界エイズデーの時期に啓発を実施し、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2016パンフレット	14,260
【内容】HIV 感染症・エイズに関する知識大阪府内 HIV 等検査・相談情報	
男性の HIV 検査受検促進メッセージ付カイロ	4,000
啓発用コンドーム オカモト/ジェックス	4,000
パンフレット おおさかエイズ情報 NOW	2,000
エイズ予防週間実行委員会作成啓発用ポケットティッシュ	2,000
chotCAST なんば広報用ポケットティッシュ	2,000
患者向け web セミナーチラシ (ヴィーブヘルスケア)	4,000
啓発用レッドリボン	4,000

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)

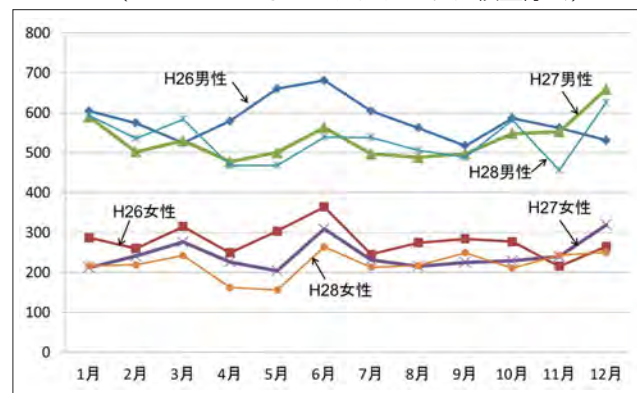


表3：大阪市 (chotCAST なんば除く) HIV 検査数の推移

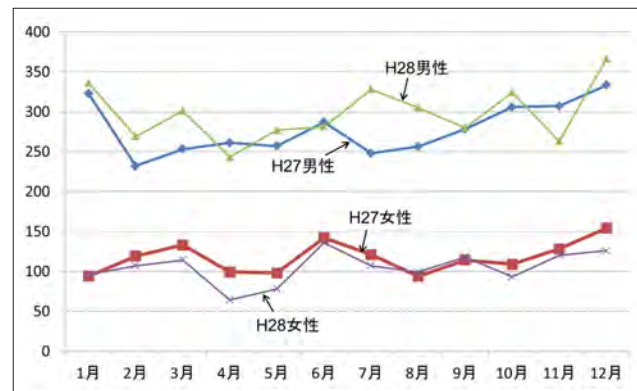


表4：chotCAST なんば HIV 検査数の推移

