

## 北海道における MSM に対する検査提供と介入の効果評価

研究分担者：塩野徳史（大阪青山大学 健康科学部看護学科 准教授）

研究協力者：国見亮佑（にじいろほっかいどう）

### 研究要旨

北海道地域で、にじいろほっかいどうとレッドリボンさっぽろの2つの団体が協働し、かつ他地域とも MSM ALL JAPAN.での協働体制を活用し、ゆうそう検査キットの配布を実施した。新型コロナ感染症対応のため、保健所検査の提供状況が読めない状況が続く中、対面配布とWEB配布の両方で試行した。

初年度に100キット、2年度目に217キット、最終年度に229キットの配布ができ、総計で546キット配布した。その結果、HIV陽性件数は初年度が2件、2年度目が3件、最終年度が2件（総計で7件、1.7%）、梅毒の陽性件数は初年度が15件、2年度目が25件、最終年度が26件（総計で66件、16.7%、いずれも既往歴も含む）であった。検体を郵送した人のうち、91.1%~98.3%は結果画面にログインし、自身の結果を確認していたと考えられる。重複感染でわかった人は3年間で3名であった。

保健所の検査機会が少なくなっているばかりでなく、北海道という地域性を考慮すると、CBOが検査機会を創出し、検査行動を促進する取り組みは今後も重要である。

### A.研究目的と背景

先行研究から、HIV検査の選択肢を増やすことは、検査行動の促進につながるということがいわれている。保健所のHIV検査は非常に重要であるが、地方都市や平日に保健所に来所できないクライアントには時間の都合や距離の遠さから不便さも伴う。

また令和2年2月からの新型コロナ感染症拡大に伴い、保健所での検査提供は減少となっている。この減少を埋めるためにも新たな検査機会での補完が急務となった。北海道地域では、会場を借りての対面配布とWEBにて配布する方式を組み合わせ

実施した。

### B.研究方法

受け取り希望者には、googleフォームの申し込みサイトを作成し、そのサイトから申し込みをしてもらい、研究協力者が申し込み内容を確認した上で、検査時間や場所、アンケートの協力の依頼をメールで送信した。パソコンからのメールが届かないトラブルがあったので、携帯電話番号を任意で記入してもらうことにした。

広報については、にじいろほっかいどうの公式サイトとtwitterで告知した。札幌で

の配布のときには、コミュニティ内のキーパーソンにも広報を依頼した。8月から東北と北海道で連携したかたちで、アプリ広告を出し、その後独自の広報サイトでの広報に移行させた。地方での配布の前にゲイ向け商業施設へポスターを郵送し、掲示板に広告を掲出した。

会場でアンケート QR コードを提示し、自分のスマートフォンから答えてもらい、アンケート回答後にコミュニティセンタースタッフが検査に関して説明をして、最後にキットを受け渡す方法をとった。

相談については、キット対面での配布時もスタッフが常駐して対応、また WEB 配布分について、利用方法等、相談があった際は、メールで対応を行った。

なお、本研究は名古屋市立大学看護学部研究倫理審査委員会に設置された倫理審査委員会により承認を得た。

### C.研究結果

令和2年度は、道内5か所で配布場所を設定し、WEB配布も組み合わせ、総計100キットを配布した。会場を借りての5か所での対面配布で86件配布した。

アンケートに回答したものは101名であった。また実際に検体を郵送会社に郵送したものは79名であった。91.1%が結果サイトにログインしていた。

HIV陽性件数は2件、梅毒の陽性件数は15件（既往歴も含む）であった。検体を郵送した79名のうち、73名（92.4%）はアンケート結果IDとの連結に同意していた。

アンケートに回答し、かつ検体郵送した者73名の属性については、35歳未満が42.5%を占めた。北海道の居住者が100%で

あった。これまでの検査経験がなかったものは26.0%であった。過去1年の検査経験がなかったものは全体のうち72.6%であった。MSM対象の予防啓発やコミュニティセンターのことをあまり知らなかった人は49.3%を占めた。

今回は初めての取り組みであったが、当事者団体2団体が協力し、道内広域にわたる配布会が実施できた。また広報については仙台地域とも連携できることで効果を発揮できた。

令和3年度は、道内8か所で配布場所を設定し、対面配布で161キット、個別に6キット、WEB配布50キットも組み合わせ、総計217キットを配布した。

アンケートに回答し、有効回答であったものは156名であった。95.5%が結果サイトにログインしていた。HIV陽性件数は3件、梅毒の陽性件数は25件（既感染も含む）であった。

アンケートに回答し、かつ検体郵送した者95名の属性については、30歳未満が24.2%を占めた。北海道の居住者が98.9%であった。生涯初の検査経験割合は32.6%であった。過去1年の検査経験がなかったものは全体のうち64.2%であった。MSM対象の予防啓発やコミュニティセンターのことをあまり知らなかった人は58.9%を占めた。今回は2回目の取り組みであったが、当事者団体2団体が協力し、道内広域にわたる配布会が実施できた。また広報については仙台地域とも連携できることで効果を発揮できた。

最終年度は、道内6市、7ヶ所で配布場所を設定し、対面配布で144キット、WEB配布85キットも組み合わせ、総計229キ

ットを配布した。アンケートに回答し、有効回答であったものは156名であった。HIV陽性件数は2件、梅毒の陽性件数は26件（既感染も含む）であった。

アンケートに回答し、かつ検体郵送した者98名の属性については、30歳未満が42.9%を占めた。北海道の居住者が98.0%であった。生涯初の検査経験割合は33.7%であった。過去1年の検査経験がなかったものは全体のうち64.3%であった。MSM対象の予防啓発やコミュニティセンターのことをあまり知らなかった人は62.3%を占めた。

#### D.考察

地方では、月に1度の保健所検査しかない地域も多く、気軽に検査が受けられると好評であり、継続を望む声もあり、事業化へのニーズがみられた。

広報活動については、にじいろほっかいどうの公式サイトとtwitterで告知をしたほか、やろっこと共同でGPS付アプリ広告掲出をした。GPS付アプリ広告を出すことが決まっていたので、広告で宣伝ができる期間に配布を集中させた。地方での配布については、地方の商業施設でのポスター掲出を行った。

配布にあたっては、札幌市内の商業施設でのポスター掲出、掲示板への広告掲出（有料）、「札幌ハッテン掲示板」への広告掲出（無料）を行った。広告の効果では、GPS付アプリ広告は非常に効果が大きかった。

保健所・拠点病院との連携では「ゆうそう検査」の開催について、レッドリボンさっぽろから北海道内の保健所と拠点病院にお知らせを送付した。郵送検査キットの精度へ

の疑問などから協力を断ってきた機関があり、関係機関との連携に課題が残った。日常的に関係機関との信頼関係の構築を行うことが必要である。

東北・北海道広域連携のアプリ広告は、北海道地域でも申し込み件数増加に効果が高かった。HIV郵送検査キットの配布のお知らせが全面に出っていたので、申し込みやすかったのではないかと考えられる。しかしにじいろほっかいどうのみならず、札幌で長く活動しているNPO法人レッドリボンさっぽろとも協働できたことで、北海道内でのHIV予防啓発の活性化につながったと考えられた。

MSM ALL JAPAN.のメンバーからも、配布の進め方を相談したり、啓発資材を供与してもらい、受検者に説明する内容を相談したり、連携、協力ができたことが有意義であった。またオンライン配布の個数、WEB配布の個数も、申し込み数に応じてフレキシブルな対応をすることができた。

#### E.結論

北海道地域で、にじいろほっかいどうとレッドリボンさっぽろの2つの団体が協働し、かつ他地域ともMSM ALL JAPAN.での協働体制を活用し、ゆうそう検査キットの配布を実施した。新型コロナウイルス感染症対応のため、保健所検査の提供状況が読めない状況が続く中、初年度に100キット、2年度目に217キット、最終年度に229キットの配布ができ、総計で546キット配布した。その結果、HIV陽性件数は初年度が2件、2年度目が3件、最終年度が2件（総計で7件、1.7%）、梅毒の陽性件数は初年度が15件、2年度目が25件、最終年度が26件（総

計で66件、16.7%、いずれも既往歴も含む)であった。検体を郵送した人のうち、91.1%~98.3%は結果画面にログインし、自身の結果を確認していたと考えられる。重複感染でわかった人は3年間で3名であった。

保健所の検査機会が少なくなっているばかりでなく、北海道という地域性を考慮すると、CBOが検査機会を創出し、検査行動を促進する取り組みは今後も重要である。

## F.研究発表

### 1.論文発表

- 1) Noriyo Kaneko, Satoshi Shiono, Adam O. Hill, Takayuki Homma, Kohta Iwahashi, Masao Tateyama, Seiichi Ichikawa: Correlates of lifetime and past one-year HIV-testing experience among men who have sex with men in Japan, *AIDS Care*, 2020.DOI: 10.1080/09540121.2020.1837339
- 2) 金子典代, 塩野徳史: コミュニティセンターに来場するゲイ・バイセクシュアル男性の HIV・エイズの最新情報の認知度と HIV 検査経験, コンドーム使用との関連. *日本エイズ学会誌*, 23(2), 2021.
- 3) 宮田りりい, 塩野徳史, 金子典代: MSM (Men who have sex with men) に割り当てられるトランスジェンダーを対象

とする HIV/AIDS 予防啓発に向けた一考察-ハッテン場利用経験のある女装者2名の事例から. *日本エイズ学会誌*, 23(1), 18-25, 2021.

- 4) 金子典代, 塩野徳史: MSM を対象にした当事者主体の HIV 検査の取り組みと意義. *日本エイズ学会誌*, 22(3), 136-146, 2020.

### 2.学会発表 (国内)

- 1) 塩野徳史. 日本のセクシュアルヘルスと予防啓発 -社会が担う役割-. *日本エイズ学会 2022 年 浜松*.
- 2) 塩野徳史. コミュニティにおけるコンドーム使用行動と PrEP 利用. *日本エイズ学会 2022 年 浜松*.
- 3) 塩野徳史. コミュニティと予防介入の新たな戦略. *日本エイズ学会 2021 年 東京*.
- 4) 塩野徳史. HIV 予防とヘルスリテラシー. *日本エイズ学会 2020 年 千葉*.

## G.知的財産権の出願・登録状況

(予定を含む)

- |          |    |
|----------|----|
| 1.特許取得   | なし |
| 2.実用新案登録 | なし |
| 3.その他    | なし |

表1 郵送検査利用者の概要（令和2年度 -R3年度）

	年度	R2	R3	R4	計
	地域	北海道	北海道	北海道	
CBO		にじいろほっかいどう	にじいろほっかいどう レッドリボンさっぽろ	にじいろほっかいどう レッドリボンさっぽろ	
コミュニティセンター		-	-	-	
a 配布数		100	217	229	546
対面配布数			167	144	
WEB配布数			50	85	
b 受検者アンケート回答者数		101	155	156	412
c 利用者数；郵送検査会社での受付数		79	157	173	409
対面配布数(c対面/a対面)		( )	( )	117 ( 81.3% )	
WEB配布数(cWEB/aWEB)		( )	( )	56 ( 65.9% )	
利用率計；配布数に占める利用者数(c/a)		79.0%	72.4%	75.5%	74.9%
d 結果確認者数；結果画面のログイン記録（割合 d/c）		72 ( 91.1% )	150 ( 95.5% )	170 ( 98.3% )	392 ( 95.8% )
<b>抗体検査結果</b>		*重複感染（1名）	*重複感染（2名）		*重複感染（3名）
<input type="checkbox"/> HIV感染症					
e 判定不能者数（割合 e/c）		1 ( 1.3% )	3 ( 1.9% )	1 ( 0.6% )	5 ( 1.2% )
f 陽性数（割合 f/c）		2 ( 2.6% )	3 ( 1.9% )	2 ( 1.2% )	7 ( 1.7% )
推定 新規陽性者数（新規陽性率）*		2.3 ( 2.9% )	0.0 ( 0.0% )	2.1 ( 1.2% )	
<input type="checkbox"/> 梅毒					
g 判定不能者数（割合 g/c）		5 ( 6.3% )	6 ( 3.8% )	2 ( 1.2% )	13 ( 3.2% )
h 陽性数（割合 h/c）		15 ( 20.3% )	25 ( 16.6% )	26 ( 15.2% )	66 ( 16.7% )
推定 新規陽性者数（新規陽性率）*		3.3 ( 4.4% )	4.7 ( 3.1% )	16.8 ( 9.8% )	
i 追跡可能者数；無料ID使用者数（割合 i/c）		73 ( 92.4% )	96 ( 61.1% )	99 ( 57.2% )	268 ( 65.5% )
j 事後アンケート回答者数（割合 j/c）		( )	117 ( 74.5% )	128 ( 74.0% )	
k 追跡可能な事後アンケート回答者数（割合 k/c）		( )	80 ( 51.0% )	76 ( 43.9% )	

\* 新規陽性者の推定は、j)追跡可能者実数における既往を除く陽性率をもとに新規陽性率を算出し、（利用者数-判定不能者数）に乗じて求めた。

\*\* すべての集計より再受検の重複は除いた。 \*\*\* 空欄は研究デザイン上の都合で、データはない。