



## 一般市民を対象とした普及啓発の開発と実践

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、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）

### 研究要旨

1981年に米国で最初のエイズ患者が報告されて以来、エイズは世界中に広がり、多くの国々に深刻な影響を与えてきた。わが国においても1985年3月に最初の症例の報告がなされると、無知とセンセーショナルな報道から、いわゆるエイズパニック現象が起こり、差別や偏見が瞬く間に広がっていった。この30年余の間、正しい知識の普及啓発、検査・診療体制の充実、研究の推進など種々の施策が採られ、特に治療の分野では著しい進歩を遂げている。にもかかわらず、一時の過剰な報道とその後の無関心から、国民のエイズに対する意識はパニック当時のままに止まっている。本研究では、HIV感染症・エイズに対する国民の意識・知識の状況を把握し、エイズに関する知識のアップデートとイメージを変えるために効果的な啓発の開発とその実践を行うことを目指し、次の取り組みを行った。1) HIV感染症に関する国民の知識の状況の調査、2) 効果的啓発手法の開発と実践、3) 地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施。

調査の結果、①「死に至る病」という印象をもつ者は42.0%、②適切な治療は他への感染リスクを減らすことを知っていた者は38.7%など最新情報の認知は低い、③男女による意識・知識の差は無い、④年齢が低いほど偏見が小さいことが分かった。これらのことから、若年層に向けてYouTubeを使った正しい知識の普及を、中・高年層に向けて知識のアップデートを目的としたメッセージの発信を行うこととした。また、啓発の実践として、世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2020」を実施、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。

### 研究目的

平成30年3月内閣府政府広報室から発表された「HIV感染症・エイズに関する世論調査」によると、エイズの印象として、『死に至る病である』52.1%、『原因不明で治療法がない』33.6%など、過去のイメージのままの者が多数存在することが分かる。平成30年1月18日に改正された、後天性免疫不全症候群に関する特定感染症予防指針に記された「対象者の実情に応じて正確な情報と知識を、分かりやすい内容と効果的な媒体により提供する取組を強化する」に資するため、効果的な普及啓発手法の開発とその実践を行うことを目的とした。

### 研究方法

#### 1) HIV感染症に関する国民の知識の状況の調査

目的：効果的な普及啓発手法の開発に当たり、HIV感染症に関する意識調査を行い、国民の知識の状況を把握する。

対象：大阪府在住一般市民、年齢5歳階級各515人、計5,665人

方法：マクロミル社のモニターパネルを利用しインターネット調査を行った。調査内容は「HIV/エイズに関する4万人の意識調査」（平成17年、gooリサーチ）から選定、改編した。なお、この調査は平成12年に実施された世論調査をベースにしている。

調査は初年度と最終年度の2回実施する。

実施時期：第1回 2019年1月31日～2月2日、第2回 2020年12月17日～20日

## 2) 効果的啓発手法の開発と実践

目的：1) の第1回意識調査により把握された、啓発すべき内容、対象等に応じた効果的啓発手法を検討し、実践する。

## 3) 地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施

価値観が多様化し、さらに様々な情報発信ツール、メディアが発生・発達した現在において、HIV感染症・エイズに対するイメージを変え、行動の変化を促すには、行政などが単独で啓発を行うのではなく、複数のセクターが一体となって活動することが効果的であるとの観点から以下の取り組みを行った。

### 世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2020」

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2020」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。自治体を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、参加企画のとりまとめや広報などを行った。

### (倫理面への配慮)

インターネット調査の手法は個人が特定されることはなく、内容にも個人が特定され得る臨床情報や写真などを含まないため、「人を対象とする医学系研究に関する倫理指針」の対象外である。啓発資料の

制作にあたっては、HIV陽性者を含む、目にしたすべての人に不快感を与えない内容とするよう配慮した。

## 研究結果

### 1) HIV感染症に関する国民の知識の状況の調査

大阪府在住一般市民、年齢5歳階級各515人、計5,665人を対象とし、2020年12月17日～20日にインターネット調査を実施、2019年1月の調査と比較した。

#### ①性別による意識・知識の差

HIVとエイズの違いを知っているかの設問では、知っている、なんとなく知っていると答えた者の割合は男54.4%、女54.7%（2019年男57.6%、女56.9%）と、差は見られなかった（図1）。また、感染経路に関する設問において、男性の方が正答率が高いと期待される選択肢「患者や感染者とカミソリを共用する」、女性の方が正答率が高いと期待される選択肢「患者や感染者からの授乳や出産」を選んだ者の割合に大きな差が見られなかった。これらのことから、性別による意識・知識の差はないと思われる。



図1 性別による意識・知識の差

#### ②年齢による意識・知識の差

HIVとエイズの違いを知っているかの設問では、知っている、なんとなく知っていると答えた者の割合は15～19歳では78.4%（2019年72.2%）であったのに対し65歳以上では39.6%（2019年41.4%）であった。また、一緒に働く・学ぶことに対する意識について、受け入れられる、どちらかといえば受け入れられると答えた者の割合は15～19歳の76.8%（2019年79.0%）に対し65歳以上では56.1%（2019年54.4%）であった（図2、3）。

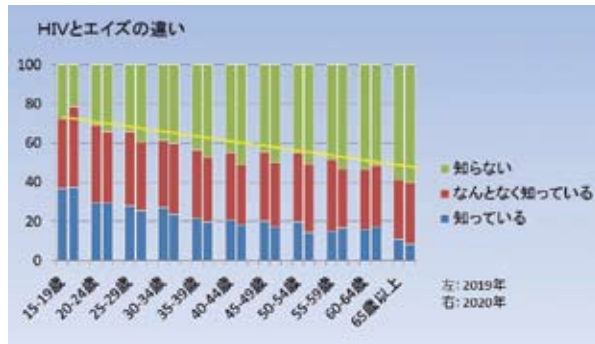


図2 男女による意識・知識の差

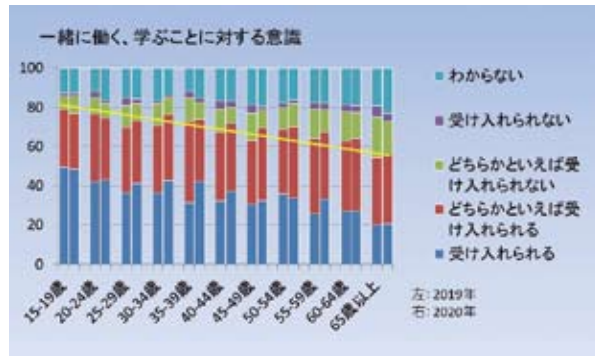


図3 年齢による意識・知識の差

- ③ これらから、中高年層においては正しい知識の更新が行われておらず、それにより偏見が続いていることが推測された。
- ④ HIV / エイズ情報への接触  
 ここ2年間に HIV / エイズに関する情報に接したかの設問では、920人、16.2%が接したまたは接したと思うと回答し、HIVに関する情報提供の少ないことが分かった（図4）。接した媒体では、15～19歳で学校の授業が82.8%と高く、高校の授業が反映されているものと思われる。

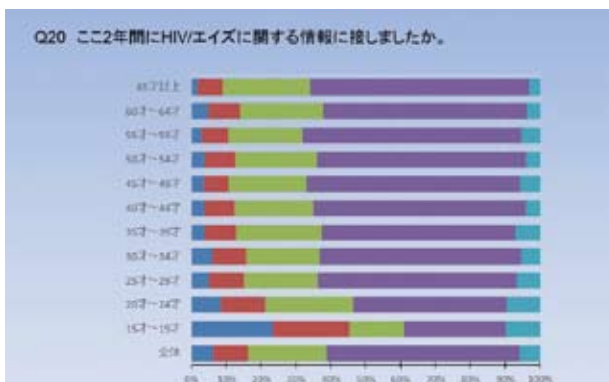


図4 HIV / エイズ情報への接触

#### ⑤ HIV 検査について

HIV 検査を受けたことがある者は10.8%（男9.9%、女11.5%）であった。検査を受けない理由としては、感染しているとは思わないが半数以上であった。どうしたら HIV 検査が受けやすくなる

と思うかという設問について、すぐに結果が分かる、検査料金が安いまたは無料、健康診断の一部として選べるなどの回答が多かった。保健所の無料匿名即日検査の情報が周知されていないことが推測される。

## 2) 効果的啓発手法の開発と実践

意識調査を基に、若年層向けと全世代向けの二つに分けた啓発を実践することを計画した。

### ① 若年層向け啓発

30歳以下の利用率が80%を超えているとされている YouTube での配信を目的とした動画を作成、配信した。

作成にあたっては、(1)1編あたり5分以内、(2)キャラクターによる進行、若手俳優の起用など親しみやすさ、(3)必要最小限の情報に絞り込むなど分かりやすさ、(4)専門家の解説による信頼性、正確性の確保、(5)タイトルの工夫、キャラクターなど話題性、インパクトなどに留意した（図5、6）。



図5



図6

○「赤リボンちゃんがやってきた 大阪 HIV 検査編」  
 HIV 検査と検査センター chotCAST の紹介、5分57秒

○「赤リボンちゃんがやってきた 大阪予防啓発編」  
 コミュニティセンター dista の紹介と啓発イベント参加への奨励、5分28秒

配信開始から約2ヵ月後の再生回数は2編合計2071回であった。

## ②全世代向け啓発

### (1) 啓発メッセージ付きオリジナルウェットティッシュの配付

平成30年度HIV検査普及週間に際し作成したピクトグラムを利用し、啓発メッセージ付きオリジナルウェットティッシュを作成、配付した(図7)。使用の都度開閉するフラップ式ラベルに、単純化したイラスト、短く分かりやすいメッセージを印刷することで、反復接触効果が期待される。

新型コロナ流行により、対面での配布ができなため、リーフレットとともにポスティング配布とした。

配布エリア：大阪市北区

配布数：15,000セット

配布期間：2020年11月24日～26日



図7

### (2) メッセージ、最新知識を記したチラシの配付

エイズ啓発ジャズフェスティバルの案内チラシにエイズに関する情報を記しポスティングした。

配布エリア：①大阪市北区、②阿倍野区

配布数：①50,000枚、②40,000枚

配布期間：11月13日～18日

### 3) 地域におけるマルチセクター連携による啓発の実施

世界エイズデー・キャンペーン「大阪 AIDS WEEKS 2020」

20を超える団体や個人、店舗等の参加・協力のも

と11月21日(土)～12月13日(日)のコア期間を含めて11月～12月の2ヵ月間、様々な取り組みが展開された。

全体広報のために、パンフレット10,000部、ポスター1,000部を作成し、参加団体や関連協力店舗、近畿の拠点病院、保健所設置自治体等に送付した。また公式ページに全実施企画を掲載し、さらにFacebookとTwitterを通じても、情報の拡散に務めた。

主な「大阪 AIDS WEEKS 2020」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大阪

放送日時：毎週火曜日 19:30～20:00

内容：HIV/AIDSに関わるゲストによるトーク、ニュース・トピックス等を放送。エイズウィークス参加イベントの告知等が行われた。

#### (2) 女性スタッフによる女性のための夜間即日検査・相談 レディースデー

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2日(水)17:00～19:30 受付

#### (3) 日本語が話せない方のための無料・匿名のHIV検査・相談

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(日)14:00～16:30

#### (4) エイズ啓発大阪ジャズフェスティバル Vol.3

共催：第32回日本エイズ学会学術集会記念イベント実行委員会、大阪市

日時：11月22日(日)11:00～18:00

場所：阿倍野区民センター

内容：中高生およびプロによるジャズ演奏のほか、スペシャルトークセッション「病気になるい〜くらし〜がんにも、エイズにも、コロナにも」、メモリアルキルト展、健康相談+体験フェア、ポスター展示とクイズ「それって本当? 正しく知ろう性感染症」を実施した。

#### (5) キャンペーンソング「bi jou」

内容：ソングライティングチーム muteLABO によるキャンペーンソング。YouTubeによる配信のほか、FM大阪 LOVE + RED 出演。

#### (6) エイズ予防週間実行委員会世界エイズデーキャンペーン

主催:エイズ予防週間実行委員会(大阪府・大阪市・堺市・東大阪市・豊中市・枚方市・八尾市・寝屋川市・吹田市)

内容:デジタルサイネージ、街頭ビジョン掲出

期間:11月30日(月)～12月6日(日)

場所:JR大阪駅御堂筋口デジタルサイネージ、天王寺駅東口マルチビジョン、梅田HEP前ビジョン、大阪なんばコンコースビジョン

#### (7) 第4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、公益財団法人大阪公衆衛生協会

日時:12月12日(日)

場所:オンライン配信

内容:講演「保険薬局薬剤師に求められること」「HIV処方どこまで対応できるか?押さえるべき抗HIV薬のポイント」

#### (8) 中高年♂♂が語り合う会「南海堂茶会」

日時:11月23日(月)19:30～21:00

場所:コミュニティセンター dista、オンライン

内容:「中高年世代♂♂都心型コロナ」をテーマに専門家を交えてね語り合った。

#### (9) STI 学習会「セクシュアルマイノリティとエイズ」

主催:大阪府、MASH 大阪

場所:オンライン配信

内容:

①感染症と治療・支援－ HIV & コロナ治療の最前線と外国人支援－

日時:12月5日(土)14:00～16:00

②感染症と公衆衛生－日本における公衆衛生の独自性と課題－

日時:12月6日(日)14:00～16:00

③感染症と法律－感染症対策に関わる法律とプライバシー保護－

日時:12月12(土)10:00～12:00

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が、多くの個人・団体・企業の協力の下、様々なイベントや企画が実施され、啓発の機会を提供することができた。

## 考察

意識調査の結果、50%近くの者がエイズに対して「死に至る病」という印象をもっていること、性別による意識・知識の差はないことが分かった。また、

年齢別では、若年層ほど正確な知識を持っており、HIV/AIDSに対する差別・偏見意識が低いこと、中高年層では知識が不足していること、差別・偏見を強く持っていることが分かった。さらに、HIV・エイズに関する情報に触れる機会の少ないこと、高校の授業では取り上げられていることが分かった。

HIV検査について、保健所の無料匿名即日検査の情報が周知されていないことが推測された。

エイズに対する偏見や差別を解消し、予防行動や検査受検を促進するためにも啓発による知識のアップデートが必要であると考えられる。

## 結論

HIV・エイズに関する情報に触れる機会は少なく、多くの国民のエイズに対する意識はエイズパニック当時のままに止まっているものと考えられる。エイズに関する知識のアップデートとイメージを変えるために効果的な啓発の開発とその実践が必要である。

## 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

該当なし