

厚生労働科学研究費補助金 エイズ対策研究事業

平成 16 年度 男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進に関する研究班

大阪地域における男性同性間の HIV 感染予防対策とその推進

MASH 大阪 2002～2004 年度事業の総括

研究者：鬼塚哲郎（京都産業大学/MASH 大阪） 辻 宏幸（エイズ予防財団/MASH 大阪）
研究協力者：市川誠一（名古屋市立大学大学院） 木村博和（横浜市） 内田 優・岡本 学・
塩野徳史・滝口勝大・土井信吾・福澤直樹・町登志雄・松原 新・山田智久（MASH 大阪）
日高庸晴（京都大学大学院医学研究科） 岳中美江・大森佐知子（名古屋市立大学大学院）
中埜高彦・飯沼恵子・松下彰宏・川原千夏（大阪府健康福祉部疾病対策課） 政木孝次・北
村三郎・戸川直子（大阪市保健所感染症対策課）

研究要旨

（2002～2004 年度の取り組みの総括）

1．クライアント集団を再定義 予防介入事業の進捗をふまえ、クライアント集団を再定義し、「堂山・ミナミ・新世界地区のゲイ向け商業施設にアクセスし、MASH 大阪の情報に暴露する人々の総体」とした。2．介入ツールの整備 アウトリーチ体制、ドロップインセンター、ホームページの三つのツールが整備され、各種プログラムを執行するためのツールとして機能し始めた。3．プログラムの再々編 コミュニティ・ワークの視点を導入することにより前年度に介入プログラムを、1) 直接予防には関わらず、コミュニティ活性化を志向する関連介入、2) 資材を通して予防介入する間接介入、3) 介入する側がクライアントと直接対峙する直接介入、の3つのカテゴリーに分類した。2004 年度に入り、複数のカテゴリーにまたがるプログラムを積極的に導入、これらを4) 複合介入プログラムと位置付けた。4．執行された介入プログラム 1) 関連介入プログラムとして(1) ドロップインセンター関連コミュニティ・プログラム(英会話教室、手話教室、カフェなど)、(2) 友達づくり支援プログラム、が執行された。2) 間接介入プログラムとして、(1) コンドームキット配布、(2) その他の啓発資材の配布が執行された。3) 直接介入プログラムとして、(1) STI 勉強会、(2) ハッテン場オーナー研修会が執行された。4) 複合介入プログラムとして(1) コミュニティ・ペーパーの発行、(2) 秋祭り・予防啓発イベントの開催、(3) ホームページでの介入、が執行された。5．介入ツールモデルの構築 新たに整備された介入ツールおよびこの間執行されたプログラムを統合した介入ツールモデルを構築した。6．効果評価 フォローアップ第5次調査を実施した。その結果、コミュニティペーパーの配布が予防行動の促進に関連があることが示唆された。7．セクター別の役割分担モデル 3年間の事業展開をふまえ、セクター別の役割分担モデルを構築した。

A. 研究の目的

本研究の目的は、大阪地域のゲイコミュニティが HIV/STI 感染予防において危機的状況にあるところから始まった MASH 大阪による前年度までの予防介入研究事業の結果をふまえ、同研究事業を推進するために2002～2004 年度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研究事業のモデル

構築を試みるところにある。

B. 対象と方法

本研究の対象は2002～2004 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、組織論におけるオープンモデルおよび社会福祉学におけるソーシャルワーク実践モデルに依拠しつつこれを記述し、考察を加える。

C. 結果および考察

(2002～2004年度の取り組み)

1. MASH 大阪の事業モデル

組織論におけるオープンシステム・モデルにのって2004年度のMASH大阪の事業全体を図式化したものが表-1である。これによると、MASH大阪の事業は：

- (1) ヒト・カネ・情報などの資源を社会全般から集め、
- (2) クライアント集団へHIV/STI 予防介入

を働きかけるためのプログラムを立案・執行し、

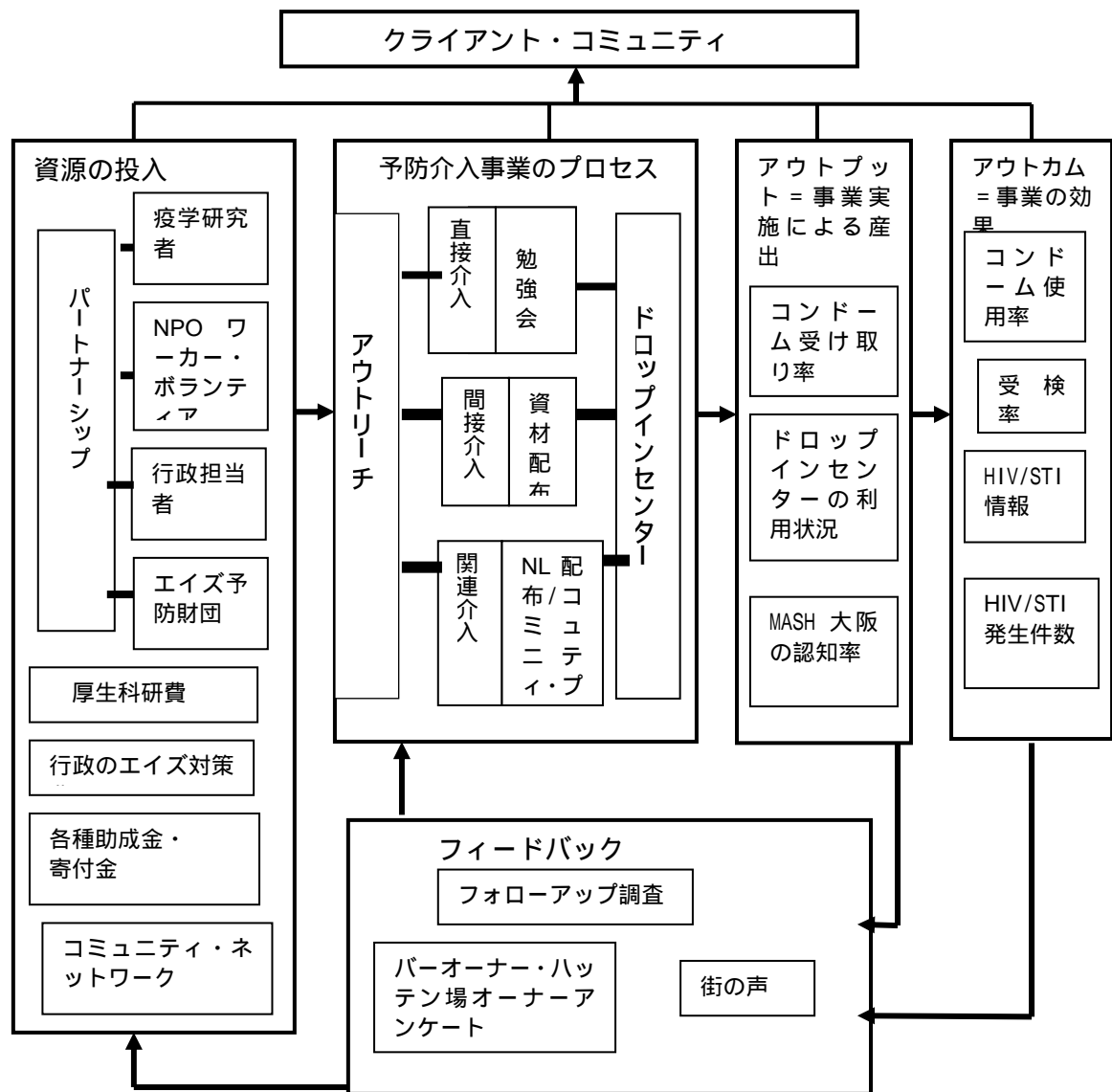
(3) プログラム執行の直接の産出であるアウトプットを産み出し、

(4) プログラム執行の成果(アウトカム)を評価し、

(5) その評価をクライアントコミュニティおよび次のプログラムにフィードバックする、

という回路で表わすことができる。

【表-1 2004年度MASH大阪の事業モデル】



以下、この3年間のあいだにクライアント 集団がどう定義されてきたか、介入プログ

ラムのインフラストラクチャともいうべき介入ツールがどう整備されたか、クライアント集団に向けどのような予防介入プログラムがどう執行され、どのようなアウトプットを産出したか、またそうしたアウトプットがどう成果（アウトカム）に結びついたかを記述し、考察を加える。最後に、介入ツールおよびパートナーシップのあり方を考察し、モデル化を試みる。

1. クライアント集団の定義はどう変

【表-2 クライアント集団の定義の変遷】

時期	定義	背景
1998 ～ 2002 年度 (途中)	広義：大阪の MSM の総体 狭義：ゲイ向け商業施設にアクセスする大阪の MSM	・ 介入プログラムのタ・ゲットとして想定された集団 ・ 地域の課題が共有されずコミュニティとしては未成熟な段階
2002 (途中) ～ 2003 年度	堂山・ミナミ・新世界地区のゲイ向け商業施設にアクセスし、MASH 大阪の情報に暴露する人々の総体	・ アウトリーチ体制の整備 ・ ドロップインセンターdista の設立 ・ 課題を共有するメディア(コミュニティペーパー)の浸透がコミュニティ形成につながる
2004 年度～	堂山・ミナミ・新世界地区のゲイ向け商業施設にアクセスするかもしくはweb上でMASH大阪の情報に暴露する人々の総体	・ web 上での情報発信が徐々に整備

2. 介入ツールはどう整備されたか。

2002 年度にアウトリーチ体制が整備された。2003 年度にはドロップインセンターdista が(財)エイズ予防財団委託事業として導入され、ホームページと合わせて三つの介入ツールが整備された。

【表-3 アウトリーチ体制の骨子】

項目	概要
コース設定 (2004 年度現在)	・キタ地区 5 コース：・バー114 軒 (91 軒) ・ショップ 8 軒 ・発展場 13 軒 ・その他 3 軒 (3 軒) ・ミナミ地区 3 コース：バー44 軒 (29 軒)・ショップ 4 軒 (1 軒)・発展場 5 軒 ・新世界地区 1 コース：バー5 軒 (5 軒)・ショップ 2 軒・発展場 3 軒 * () 内の数字はコンドーム配布先
配布物	・ コミュニティペーパー (毎月第 2 週目に配布) ・ コンドームキット (毎月第 3 週目に配布。2005 年度は休止) ・ 上記以外の啓発資材 (梅毒予防菜など) ・ MASH 大阪主催イベントチラシ (随時)

化したか。

前年度まで、広義のクライアント集団を大阪地域の MSM の総体、狭義のそれを堂山・ミナミの商業施設を利用する MSM、と定義づけていたが、今年度からこれを一元化し、堂山・ミナミ・新世界の商業施設を利用し、MASH 大阪の発信する情報にアクセスする MSM、と位置づけた。こうした変化を図式化したものを表-2 に掲げる。

1) アウトリーチ体制の整備

ボランティアにより啓発資材等を市内のおよそ 200 の商業施設に月 2 回程度配布する体制が構築された。体制をモデル化したものを表-3 に提示する。

マンパワー	<ul style="list-style-type: none"> ・各コース1~2名必要。所要時間は30分~60分程度。 ・リクルートの方法：アウトリーチのある週の週頭にメーリングリストで呼びかける。
曜日の設定/配布時間	<ul style="list-style-type: none"> ・2003年度は木曜日を設定するも、お店側の休みが多く、平日はボランティアが集まりにくいので、金曜日に設定しなおした。金曜日であればほぼお店が開いており、またボランティアが参加しやすい。 ・配布開始は午後8時。店が混む時間帯はなるべく避けたほうが良い。
オリエンテーション	<ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じてそのつど行う。方法のばらつきがあるために実施（方法）事前にアウトリーチのみのオリエンテーションを行う。

2) ドロップインセンターの運営

2002年度に開設したドロップインセンターdistaが、2003年7月以降エイズ予防財団の助成金によって運営されることとなった。

(事業の目的)

コミュニティベースの予防啓発促進の強化

- ・当事者性を重視した啓発をゲイ・コミュニティレベルで実施し、関係機関（NGO/NPO、行政等）との連携・協働により、セクシャルヘルスの増進、セーフターセックスへの環境づくりをめざす
- ・ゲイ・コミュニティの人々にふらっと立ち寄ってもらうことで、そこからさらに新たなネットワークが構築され、そのネットワークを通してHIVを含む性感染症の予防や共生のメッセージ・正しい情報が伝わってゆくことをめざす。

(コミュニティスペースの機能)

- ・コミュニティの人がふらっと自由に立ち寄れて、セクシャルヘルスに必要な情報やコミュニティの情報を持ち帰ることができたり、相談できたりする場所としての機能(人材確保、情報還元・普及の機能)
- ・アウトリーチ(コンドーム、SaL+、他の啓発資材などの配布)のベース基地としての機能(啓発企画・実施・普及の機能)
- ・啓発活動のミーティング場としての機能

【表-4 大阪のゲイコミュニティの課題】

課題	エビデンス
【梅毒の拡がり】	SWITCH2000~2002の結果

能(啓発企画・運営機能)

- ・予防啓発にかかわるスキル研修会・講習会会場としての機能(人材育成機能)
- ・セーフターセックス勉強会・ワークショップ会場としての機能(啓発普及機能)
- ・コミュニティ交流プログラム会場としての機能(地域交流機能)
- ・コミュニティからのダイレクトなリアクションをフィードバックさせる機能(評価情報収集機能)

3) 介入ツールとしてのホームページ

2004年度に入り、次のような戦略を立てた:(1)MASH大阪とdistaのふたつのサイトを立ち上げ、セクシュアルヘルスに関する情報は主に前者に、コミュニティ関連情報は後者に貼り付ける。(2)秋祭り PLuS+は独立したホームページを立ち上げる。

介入ツールとして場合、ホームページは未だ発展途上にあり、その整備は2005年度の大きな課題である。介入ツールとプログラムの関係については本稿の結論で考察する。

3. プログラム構成はどう変化したか。

プログラム構成が再検討され、新たなモデルが構築され、同モデルにそってプログラムが再編成された。

1) プログラムの再編

2000年~2002年に実施した臨時検査イベント SWITCHによって、大阪のゲイコミュニティが以下のようなさまざまなニーズを抱えていることが明らかになった(表-4)。

受検者の 14.6% ~ 19.4% が梅毒 TPHA 陽性	
【HIV の拡がり】 受検者の 1.3% ~ 3.3% が HIV 抗体陽性	同上
【B 型肝炎の拡がり】 受検者の 15.4% ~ 19.7% が HBV 抗体陽性	SWITCH2000~2002 の結果
【受検行動は大幅に改善】 過去 1 年間の HIV 検査受検率が 1999 年度の 19% から 2004 年度の 36% まで上昇	2002 ~ 2004 年度フォローアップ調査
【低いコンドーム使用率】 不特定相手とのアナルセックス時のコンドーム毎回使用率 56%。特定相手 45%。	同上
【薬物使用の拡がり】 5 メオなどの脱法ドラッグ使用経験率 23.5%	2003 年度フォローアップ調査

こうした課題を「コミュニティ」にどう還元するか、これが平成 14 (2002) 年夏以降の MASH 大阪の最大の課題となった。MASH 大阪の課題は、コミュニティに何を、どう介入するかのみならず、コミュニティ自体を拡大し、活性化することを含む。なぜなら、長引く不況、インターネットの普及、若者における飲酒行動の変容などにより、コミュニティは今後縮小に向かうと予測されており、MASH 大阪の事業の目的である HIV/STI 予防を推進するためにはコミュニティの拡大と活性化が欠かせないと考えられるからである。そして 2002 年度まで依拠していたコミュニティ・グループ・個人レベルの介入プログラムを見直し、以下のような段階的介入モデルを 2003 年度に構築した：

(1) 関連介入プログラム：コミュニティの構成員全員に対し、まずコミュニティが存在すること、同時にそのコミュニティがセクシュアル・ヘルスの増進に関して課題を抱えていること、またそうした課題を解決するための事業がコミュニティ内で執行さ

【表-5 カテゴリー別プログラム】

介入の段階	2002 年度	2003 年度	2004 年度
関連介入		<ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニティスペース関連プログラム ・ コミュニティペーパー配布 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コミュニティスペース関連プログラム ・ 友達づくり支援プログラム
間接介入	<ul style="list-style-type: none"> ・ ニュースレター配布 ・ コンドームキット配布 ・ 啓発資材配布 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンドームキット配布 ・ ハッテン場プロジェクト ・ 啓発資材配布 	<ul style="list-style-type: none"> ・ コンドームキット配布 ・ 啓発資材配布

れていることを伝えるためのプログラム。このプログラム群の目標はコミュニティへの帰属意識を涵養することである。

(2) 間接介入プログラム：課題とその解決に向けてのプログラムを具体的なかたちで提示する。この際、情報を HIV に予防に特化せず、STI 全般の予防の働きかけとすることが重要である。なぜなら、HIV 予防に特化した情報はクライアントの一部から忌避される可能性が常にあるからである。

(3) 直接介入プログラム：クライアントと直接対峙し、クライアント個人のニーズにそった介入を行うためのプログラム。

以上に加え、2004 年度には：

(4) 複合介入プログラム：より多くのクライアントに参加を促すため、プログラム立案時から複数のレベルの介入を組み合わせ、間接・直接介入プログラムを関連介入プログラムでくるんで提示するもの、を設定した。

上記のカテゴリーにそって 2002 年度 ~ 2004 年度に執行された介入プログラムを表-5 に整理する。

直接介入	・ STI 勉強会 ・ クラ イ ベ ン ト basement[g]	・ STI 勉強会 ・ クラ イ ベ ン ト basement[g]	・ STI 勉強会 ・ ハッテン場オーナー研修会
複合介入	・ 臨時検査イベント SWITCH(Golden Switch & Summer SWITCH)	・	・ コミュニティペーパー配布 ・ 秋祭り(予防啓発イベント)の開催 ・ ホームページ

4. プログラムはどう執行されたか。

以下に、それぞれのカテゴリーにおいて本年度執行されたプログラムを概括する。

1) 関連介入プログラム

HIV/STI 予防を直接の目的とせず、コミュニテ

ィの拡大化・活性化をめざすプログラム。

(1) ドロップインセンター-dista

(2002~2004 年度の事業展開)

コミュニティスペース(公民館)の役割を果たしつつあることを物語っているだろう。

【表-6 dista 利用状況—全体】

期間	MASH 大阪業務 利用者	イベント 来場者	貸出し 利用者	ふらっと来た人(う ちはじめての人)	合計	稼働時間
2002 年 度	記録なし					
2003 年 度	972 名 (7~3 月 平均 89 名)	1355 名 (7~3 月 平均 128 名)	244 名 (7~3 月 平均 27 名)	863 名 (7~3 月平均 96 名)	3434 名(4~6 月 平均 117 名、7~3 月平均 343 名)	1904.5 時間 (7~3 月平 均 200.0 時 間)
2004 年	848 名 名(71 名/ 月)	2371 名 (198 名/ 月)	451 名 (38 名/ 月)	2239 名(187 名/月) 初めて 238 名(20 名/月)	5910 名(493 名/ 月)	2546.5 時間 (212.2 時間/ 月)

2) 間接介入プログラム

アウトリーチによってクライアントに届けられる資材を通して介入するプログラム。

(1) コンドームキット配布(プログラム名<コンドーム大作戦>)

目的

- ・ コンドームへのアクセスを向上させる
- ・ イメージを変える: 身近なモノへ
- ・ バー・コミュニティとの関係を深める
- ・ 潤滑剤使用の定着をはかる

啓発資材

- ・ コンドームと潤滑剤をワンセットにしたもの
- ・ 啓発色を抑え、持ち運びやすさを優先
- ・ メーカーと共同開発

配付方法

- ・ コンドーム・ディスペンサーによる、バーでのお持ち帰り。
- ・ ゴムっ子による、街頭およびイベント会場での手渡し配付

(2002~2004 年度の実績)

【表-7 コンドーム大作戦・ゴムっ子関連】

期間	実働日数	配布された場所	配布されたキット数	ボランティアのべ数
2002 年度		1~5 箇所	5450 個	93 名
2003 年度		1~5 箇所	2179 個	97 名
2004 年度	11 日	1~4 箇所	501 個	33 名(月平均 5.5 名)

【表-8 コンドーム大作戦・ディスペンサー関連】

期間	配布された施設数	配布されたキット数	ボランティアのべ数
2002 年度	83 店舗	39090 個(3258 個/月)	75 名(6 名/月)
2003 年度	141 店舗	52160 個(4347 個/月)	134 名(11 名/月)
2004 年度	135 店舗	45600 個(4560 個/月)	100 名(10 名/月)

3) 直接介入プログラム

介入する側がクライアントと直接対峙するプ

ログラム。クライアントがひとりの場合とグ

ループの場合とがある。個人のニーズに対応

しなければならぬため、介入する側にスキルが要求されるが、成功すれば大きな効果が期待できる。

【表-9】

年度	名称	形式	参加人数	備考
2002	STI 勉強会	トークカフェ型	8名(8名/月)	大阪府との共催
	Intro	情報伝達型	11名(5.5名/月)	大阪府との共催
2003	Intro	情報伝達型	37名(3.1名/月)	大阪府との共催
2004	CHAT	ワークショップ型	49名(5.4名/月)	大阪府との共催

(1) ハッテン場への介入プログラム

【表-10】

年度	プログラム	内容	備考
2002	なし		
2003	<ためしてハッテン>	コンドームパネル設置 壁貼りパネル分 3888 個、小ケース分 3312 個、あわせて 7200 個のコンドームを配布	2003 年 12 月の 2 週間に実施
2004	オーナー研修会	保健衛生の専門職者を交えての懇談会	2004 年 4 月に実施

4) 複合介入プログラム

(1) コミュニティペーパー<SAL+>配布

【表-11 ニュースレター/コミュニティペーパー配布実績】

年度	名称	性格	配布された施設数	配布された部数	ボランティアのべ数
2002	MASHOsaka Newsletter	ニュースレター	約 200 店舗	2000 部 × 3 回 = 6000 部	30 名
	SaL+	ニュースレター	191 店舗	21325 部 月平均 5331 部	39 名
2003	SaL+	ニュースレターからコミュニティペーパーへ	196 店舗	66935 部 月平均 5578 部	158 名
2004	SaL+	コミュニティペーパー	月平均 189 店舗	計 62350 部 月平均約 5196 部	147 名(月平均 12 名)

(2) 複合介入イベント秋まつり<PLuS+>
前年度クラブパーティで協働した大阪市との共同事業を進展させ、扇町公園での予防啓発イベントを試みた。

(目的)

- ・ SWITCH2000~2002 で培ったノウハウをもとに、公共の空間で予防啓発イベントを行う意味と手順を探る。
- ・ 毎年の開催を想定し、そのための体制・環境整備を行い、継続可能な手法を模索する。

(目標)

- ・ 普段 HIV/STI に関心を持っていない人々に対して、テント・ブースの集合体によ

る大きな意味での“お祭り”のイメージの中において、楽しい事とセットになったエイズおよびその他の性感染症に関する情報を自然に受け取るしかけをつくりだす。

- ・ メインのターゲットのゲイ・バイセクシャル男性のみでなく、広く周辺住民も参加しやすいものを実施し、地域社会全体に対して予防意識の浸透をはかると共に、地域交流をはかる。

(手法)

- ・ コミュニティ有志で構成される実行委員会が組織され、MASH 大阪、大阪市との共同事業として運営された。

- ・ 関連・間接・直接介入をすべて網羅したプログラム構成とし、幅広いニーズに答えるものとした。
- ・ 来場者はお祭りを楽しむために来場し、楽しんだ結果として、自然に予防啓発と共生のメッセージに触れるというスタイルを徹底させる。

(結果)

通りがかりの人たちも含め、実数で約 2500 名の参加者があった。臨時検査を含まない予防啓発イベントとして成功した点、また公共性の高い場所で開催できた点で画期的なイベントとなった。エイズやその他の性感染症に関する情報を、参加者が自然に受け取るしかけをつくりだすことには成功したのではない

3) ホームページによる介入

【表-12 予防介入の結果と成果】

	1999 年度	2002 年度	2003 年度	2004 年度
Condom Kit 受取り率	----	69%	66%	64%
Community Paper 受取り率	----	----	38%	52%
Dista 認知率	----	----	26%	45%
エイズ関連知識	STI 相乗作用 25~40%	60%	68%	SaL+受取り群 78% 72%
受検行動	過去 1 年間 19%	34%	31%	SaL+受取り群 42% 36%
予防行動	特定相手常用率 37% 不特定相手常用率 59%	46% 56%	46% 59%	SaL+受取り群 52~57% 51% SaL+受取り 67~69% 62%

- ・ 2002 年度 7 月に開始した Condom Kit 配布は、その年のフォローアップ調査時に既に受取り率 69% を記録し、アウトプットに関する限りコミュニティに大きなインパクトをもたらした。しかしその後の受取り率は横ばいもしくは若干減少しており、予防行動においても大きな変化をもたらすには至っていない。
- ・ 2002 年 12 月に創刊した Community Paper-SaL+ は、2004 年度に受取り率が大幅に増加した。同時に、関連知識、受検行動、予防行動のいずれにおいても、受

本年度に入り、次のような戦略を立てた：
 (1) MASH 大阪と dista のふたつのサイトを立ち上げ、セクシュアルヘルスに関する情報は主に前者に、コミュニティ関連情報は後者に貼り付ける。(2) 秋祭り PLuS+ は独立したホームページを立ち上げる。

上記の戦略のうち、dista サイトの中核となるはずの大阪 Gay-gle (次項参照) のコンテンツ作製が遅れている。来年度の半ばまでに完成させ、さらに幅広いクライアント層への訴求力を備えたい。

5. クライアントの知識・行動の変化にみる予防介入の結果と成果

3 年間に渡る予防介入事業の結果 (アウトプット) と成果 (アウトカム) を表-12 で概括する。

取り群には非受取り群と比較して有意な効果がもたらされたことが示唆されている。

D. 結論

1. 介入ツールモデルの構築

上記にある通り、介入プログラムをクライアントに伝えるためのツールもしくは仕組みとして、アウトリーチ体制、ホームページ、ドロップインセンターの三つが設定された。それぞれのツールの特徴を表-13 にまとめてみる：

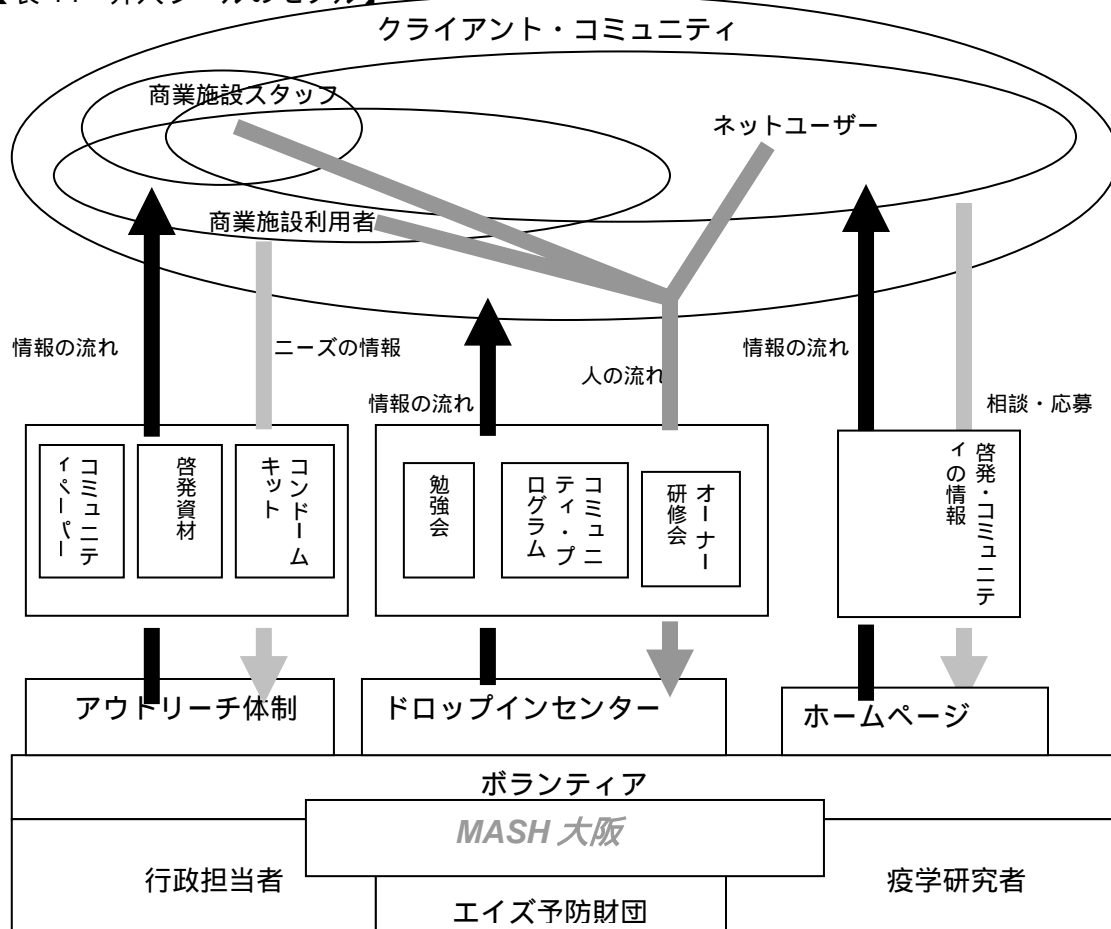
【表-13 介入ツールの特性】

ツール	対象となる層	インターフェイス	ヒト・情報の流れ
アウトリーチ体制	ゲイビジネスのクライアント	間接 (紙媒体を通して)	MASH 大阪 コミュニティ
	ゲイビジネスのオーナー・スタッフ	対面	MASH 大阪 コミュニティ コミュニティ MASH 大阪
ホームページ	ネットユーザー	バーチャル	MASH 大阪 コミュニティ
ドロップインセンター	上記の層のうち、「MASH ユーザー」	対面	コミュニティ MASH 大阪 MASH 大阪 コミュニティ

以上から、MASH 大阪の発信する予防関連情報をクライアント・コミュニティの隅々まで行き渡らせるためには、矢印で示されている情報の流れ・ヒトの流れをより

太く、より速くすることが必要であることが理解できる。このことを図式化したものが表-14 である。

【表-14 介入ツールのモデル】



2. 2003 年度、介入モデルとして 1) 関連介入を通してクライアントが自分たちのコミュニティの課題を認知し、2) 間接介入を通して課題の内容と解決策を理解し、3) 直接介入を通して自分個人のニーズを把握する、という進行的 3 段階の介入モデルを

設定したが、2004 年度は複数の介入段階を含むプログラムを複合介入プログラムとして設定し、積極的な導入をはかった。これは、クライアントコミュニティの構成員の大多数にとって HIV/STI 予防は第 1 優先課題ではないので、予防のメッセージを前面に打ち出すのではなく、コミュニティ情報・

エンタテインメント・アートなどであるので提示するのがより効果的であるとする戦略に基づいている。

3. 関連介入プログラムの執行は、ドロップインセンターの事業拡大によって加速され、英会話教室、手話教室、中国語教室、韓国語教室、カフェ、企画展などのプログラムが執行された。

4. 間接介入プログラムの中核となる Condom Kit 配布（Condom Kit 大作戦）は、その目的を本年度中に達成したと考えられ、来年度は休止する方向で検討中である。

5. 直接介入プログラムの中核である STI 勉強会（CHAT）は、本年度に至ってノウハウが確立された。

6. 複合介入プログラムの中核であるコミュニティペーパー配布は、フォローアップ調査の結果、クライアント集団における予防行動の推進に関連していることが示唆された。このことを説明する仮説として、（1）コミュニティペーパー単独で行動変容につながった、（2）2000~2002年の臨時検査イベント SWITCH によってコミュニティの信頼を得、2002年7月に開始したコンド

ーム配布で商業施設との信頼関係が築かれ、そのうえでコミュニティペーパーを通じて情報が流通しはじめたことが行動変容につながった、の二つがあり、検証には至っていない。

7. 複合介入プログラムとして大阪市の委託事業として企画され開催された秋祭り PLuS+は、都市公共空間における予防啓発イベントとして定着を果たした。

8. パートナーシップをめぐる考察

1998年に厚生労働省が出した予防指針にある通り、MSM、若者、セックスワーカー、外国人労働者などの個別施策層に向けて、それぞれの層のニーズを把握しつつ予防介入事業を戦略的に展開していかなければならない。そのためには、行政・研究者・ボランティアの三者がそれぞれの資源と技能を出し合い、協働体制を構築しつつこれに当たることが必須の要件となる（表-15参照）。なぜなら、クライアントコミュニティにおいて行動変容を引き起こし、受検行動を促し、コンドーム使用率を上昇させ、最終的に性的健康を増進させていくには、これらの項目のどれひとつとして欠くことはできないからである。

【表-15 セクター別の役割分担モデル】

セクター		提供できる資源
行政		<ul style="list-style-type: none"> 地域の健康政策の中での位置付け 財源の確保
研究者		<ul style="list-style-type: none"> コミュニティの規模・意識・行動をリサーチするノウハウ プログラムの評価を行うノウハウ
ボランティア	市民ボランティア	<ul style="list-style-type: none"> クライアントのニーズにそってプログラムを立案・執行するノウハウ プログラムを執行するマンパワー
	専門職ボランティア	<ul style="list-style-type: none"> 専門職としての職能（採血・告知・カウンセリング等）

E. 研究発表

論文発表

1 辻 宏幸、鬼塚哲郎：MASH 大阪によるゲイコミュニティ向け HIV/STI 予防活動、保健師ジャーナル、第 61 巻、第 2

号：184-188、2005

2 鬼塚哲郎：ゲイコミュニティへの予防介入事業、その現状と課題、日本エイズ学会誌、第 6 巻、第 3 号：141-144、2004

- 3 市川誠一、木村博和、鬼塚哲郎、松原新、佐藤未光、井戸田一朗：MASH による啓発活動、総合臨床、50:2805-2810、2001

相談・検査を実施して、第 15 回日本エイズ学会総会、東京、2001.12.01

学会発表（シンポジウム）

- 1 厚生労働省 HIV 感染症の疫学研究班、MASH 大阪、MASH 東京、(財)エイズ予防財団：MSM における HIV/STD 感染とその予防に向けて、第 15 回日本エイズ学会総会サテライトシンポジウム、東京、2001.11.30
- 2 Garrett Prestage (Univ. of New South Wales)、河村昌伸(Angel life NAGOYA)、鬼塚哲郎 (MASH 大阪)：ゲイコミュニティと AIDS、第 16 回日本エイズ学会総会シンポジウム、名古屋、2002.11.29

学会発表（一般演題）

- 1 木村博和、市川誠一、鬼塚哲郎、松原新、辻宏幸：MSM に対する大阪地域でのコンドーム・アウトリーチの効果、第 17 回日本エイズ学会総会、神戸、2003.11.29
- 2 木村博和、市川誠一、鬼塚哲郎、辻宏幸：大阪の MSM 向け臨時 HIV/STI 検査・予防相談の 3 年目の受検者の特性、第 62 回日本公衆衛生学会総会、京都、2003.10.24
- 3 Onitsuka,T. Matsubara,A. Tsuji,H. Satoh,T. Kimura,H. Onizuka,N. Ichikawa,S.: Analysis on MASH-Osaka Project~the first HIV Prevention Intervention Project in Japan, the 6th International Congress on AIDS in the Asia and the Pacific, Melbourne, 2001.10.8
- 4 鬼塚哲郎、市川誠一、他：大阪地域における MSM への HIV/STD 予防啓発のニーズとプログラム、第 60 回日本公衆衛生学会総会、香川、2001.11.01
- 5 鬼塚哲郎、市川誠一、他：MASH 大阪・SWITCH2001 における臨時予防