

## 保健所における特定感染症検査の受検推進に向けた取組

○與那嶺有加<sup>1)</sup>、仲村律子<sup>1)</sup>、後藤由佳<sup>1)</sup>、古家隆<sup>1)</sup>  
日南保健所<sup>1)</sup>

### I はじめに

日南保健所では月1回定例でHIV・特定感染症検査を実施しているが、過去5年間の平均予約件数は1.14件/月であり、予約がない月もあることから、地域住民に保健所での検査が十分に認識されていない可能性がある。

当保健所では性器クラミジアの陽性者は発生していたが、梅毒の陽性者は近年ゼロであった。しかし、全国的な梅毒の感染者の急増に比例して、当保健所でも令和4年度に2件の発生届出があったことから、管内も梅毒の感染者が増加している可能性がある。

地域住民が身近に無料・匿名で検査を受けられる場所があることを知ることによって、自身の感染の有無を確認するきっかけづくりとしたい。併せて、保健所検査の情報を得た人が早期の受検に繋がる体制を整えることを目的として実施した取組を報告する。

### II 要因分析

令和4年度から令和5年度に、問診から告知の中で受検者の背景を聴取し、整理した結果、【受検を困難にする因子】として、(1)平日昼間は仕事の都合がつかず受検しにくい(2)保健所で検査しているのを知らなかった(3)受検時に知り合いに会わないか不安、【効果的な周知の視点】として、(4)公園トイレがハッテン場になっている、という4つのキーワードが表出された。

### III 取組内容

(1)HIV検査普及週間、世界エイズデーに併せて、休日昼間・平日夜間検査を実施。事前予約制であることも考慮し、検査日の約1ヶ月前に管内2市の広報誌に掲載。検査日の2週間前に2市の広報課にプレスリリースを実施。

(2)-1 保健所検査をより意識づけるため、県広報戦略室の事業「広報よろず相談室」を活用し、案内チラシを改変。

(2)-2 啓発グッズ（ポスター、案内チラシ、リーフレット等）の配布・掲示対象を拡大。

（公園、道の駅・港の駅、パチンコ店、風俗店、専門学校、競艇チケット売り場、日南総合庁舎、串間市新成人式。）

(2)-3 世界エイズデーの特設啓発ブースを新たに日南総合庁舎に設置

(3)検査時の導線の再整理。裏口を利用した出入口の利用、来所時間の時間厳守等について予約受付時に受検者へ案内し、来所者が交差しないよう徹底。案内版の作成やパーテーションの設置の工夫。

(4)案内チラシ掲示場所に公園トイレを追加。

### IV 取組実績

【広報誌掲載】2市各3回（令和4年11月、令和5年5月・11月）

【プレスリリース】2市各1回（令和4年11月）

【チラシ配布・掲示】公園・道の駅・港の駅71箇所、パチンコ店10店舗、風俗店5店舗、専門学校2箇所、競艇チケット売り場1店舗、串間市新成人（約200名）

【特設ブース設置】日南総合庁舎玄関1箇所。設置期間約2週間（令和5年11月20日から12月4日）でティッシュ25個、コンドーム28個の配布が完了。

【相談件数】令和5年度の電話相談69件・来所相談49件はともに直近5年間で最多。

【受検者数】令和5年度26件は直近5年間で最多。

【受検のきっかけ】令和5年度は「明らかな心配事はないが自身の感染有無を把握したい」割合が27.8%と直近5年間で最多。

【保健所検査把握の経緯】令和4年度は33.3%と「広報誌」が最多。令和5年度は「知り合いから聞いた」が4件（令和4年度2件）と増加した。

【検査陽性者】令和5年度6名は直近5年間で最多。内訳はクラミジア4件、梅毒2件（梅毒は令和元年度～令和4年度は0件）。

## V 考察

変更した案内チラシの内容は無症状者にも意識づけを行う表現を取り入れた。

新規関係機関へチラシ掲示を依頼した際に、ニュースなどで梅毒の流行を知っている方が多く、快く協力が得られ、周知場所の拡大に繋がった。公園トイレのチラシ掲示は、受検者から公園トイレがハッテン場である話を聞いたことがきっかけであった。受検者への問診から告知の中で受検者の背景を聴取し、分析したことで周知場所の検討・拡大に繋がった。性行為の経験がある人は誰でも感染の恐れはある。無症状者を含め、自身の感染確認のための受検者を増やし、早期発見、早期治療、ベースラインの確認に繋がっていききたい。

また、複数の受検者から平日の受検は「仕事の都合がつかない」という声もあり、休日・夜間検査を開催した。実際の受検者からは告知も夜間を希望され、「夜間だったので予約した。」との声があった。平日昼間以外の時間帯の需要があることが明らかとなった。定例検査と異なるため、早めに日時を設定し、事前に広く地域住民へ周知した。令和4年11月に初めて市広報誌へ掲載した際は、夜間検査は6枠全てに予約が入った。保健所検査を把握したきっかけは4枠が「市広報誌を見た」という回答であり、残りが「案内チラシを見て」「家族がチラシを持って帰ってきた」という回答であった。令和5年度は変更したチラシの文言を反映して広報誌に掲載したところ、休日検査は5件予約が入り、夜間検査日の問合せが増加した。市広報誌は、広く地域住民へ周知しやすい媒体であると言える。

定例日受検者の受検行動の背景として、「友人から聞いた」という声もあり、口コミは受検推進の重要な要素であると言える。広報誌、案内チラシの掲示、啓発ブース設置等を通じて、当事者だけでなく周囲の人が保健所検査を知ること、知人等からの口コミにより、迷わず受検に繋がると考える。また、電話相談等を通じて、適切な感染対策や早期受診等の情報提供にも繋がるため、周知を継続していく必要性は高い。

## VI 今後の取組

夜間・休日検査は今後も継続して実施し、定例日以外の受検の機会を設ける。

周知に関して、令和6年度は県作成ステッカーの配布を公園・道の駅の管轄課へ依頼予定である。また、宮崎県の梅毒報告数は20代から30代が多く、若年層への効果的な周知を強化していきたい。県ではyoutubeやTver等、若年層へのアプローチを実施している。当保健所では南那珂地域のInstagram、市の公式LINEを活用した取り組みを進めていきたい。また、受検推進に係る特設啓発ブース設置場所についても開拓していきたい。