

【総説】

ティーンエイジャーを対象としたコンドームキャンペーン

岩室 紳也

社団法人 地域医療振興会ヘルスプロモーション研究センター*

(平成 18 年 11 月 30 日受付・平成 19 年 1 月 12 日受理)

ティーンエイジャーは中学卒業時に 1 割、高校卒業時には 4 割の生徒が性体験を持つ一方で、セックスの時にコンドームを積極的に使用する人が約半数であり、コンドーム使用は生活習慣になっていないため、性感染症や望まない妊娠のリスクが高い。しかし、コンドームキャンペーンへの反対運動や県の条例で少年 (18 歳未満) に対するコンドームの販売を規制しているところもある。テレビ放送におけるコンドーム広告に関する自主規制が存在し、コンドームキャンペーンの手段として最も効果的だと思われるマスコミ関係の協力が得られない。その一方で、中学校の教科書では「コンドームは、直接の接触をさけることができるので、性感染症の予防として有効な手段です」と、高校の教科書ではコンドームの写真と一緒に「使用方法と留意点：男性の陰茎が勃起状態になってから、性交前に装着する。装着時には、精液だめの空気を抜く。陰茎の勃起前に装着したり、射精後すみやかに処理しなかったりすると、はずれて精液が腔内にもれることがある。袋の切り口や爪によってコンドームが傷つくと、使用中に破れることがあるので注意する。比較的簡単に購入できる。価格も安価である」と紹介されている。コンドームキャンペーンではコンドームを印象付けるために感動と共感が得られることが重要であり、男性用コンドームの購入・保存・携帯法、正確な男性用コンドーム装着法を詳細に伝え、「めんどろ」, 「使い心地が悪い」, とコンドームを使わないパートナーはあなたの気持ちに無関心であることを、マザーテレサの言葉, 「愛の反対は無関心」を引用し紹介する。

Key words: teenager, prevention, sexually transmitted disease, condom, campaign

最も確実な性感染症予防方法は性行為を行わないことだが、Human immunodeficiency virus (HIV)、淋菌、クラミジアといった性感染症の予防にはコンドームが重要であることは間違いない。しかし、「性感染症予防のためにコンドームは有効です」という情報は行き届いているものの、HIV/Acquired immunodeficiency syndrome (AIDS) をはじめとした性感染症が増加の一途をたどる中で、国内のコンドーム出荷数は減少の一途をたどっている (Fig. 1)。本稿ではティーンエイジャーを取り巻くコンドームの状況について紹介するとともに、ティーンエイジャーを対象としたコンドームキャンペーンの課題とともに、コンドームキャンペーンの方法論の一つを紹介する。

I. 大人たちの誤解

HIV に感染するリスクが高いのはどちらか？

- ① 不特定多数の人とコンドームをきちんと最初から最後までつけたセックス。
- ② 夫婦での子づくりを目的としたコンドームなしのセックス。

当然のことながら、夫婦であってもコンドームを使わないセックスの方が危ないが、その事実をすんなり納得

できる大人は少ない。しかし、若者たちには単純に「なるほど」と伝わる。

HIV/AIDS に関する正確な啓発メッセージは「コンドームを最初から最後まで正しく使わなかった人が HIV に感染する」ということだったにもかかわらず、そもそも「コンドーム」ということを口にしにくい多くの大人たちが曖昧なメッセージを送り続けたため、正確な情報が伝わらないまま、AIDS を「同性愛者の病気」, 「不特定多数の人とセックスをする人 (不逞の輩の) 病気」と受け止めている人が少なくない。また、献血者のなかの HIV 陽性率の倍のペースで増えているのがコンドームを使用しなかった妊婦のなかの HIV 陽性率だが (Fig. 2)、このことはほとんど報道もされていない。

II. ティーンエイジャーの性行動と コンドーム使用状況

中学卒業時に 1 割、高校卒業時には 4 割の生徒が性体験を持つ (Fig. 3)¹⁾一方で、筆者が監修しているインターネットの携帯サイト²⁾利用者のアンケート調査では、セックスの時に毎回コンドームを使用するが 36%、4 回に 3 回は使用 11%、半分くらい使用 6%、4 回に 1 回程度 7%、

*東京都千代田区平河町 2-4-1 日本都市センター 9 階

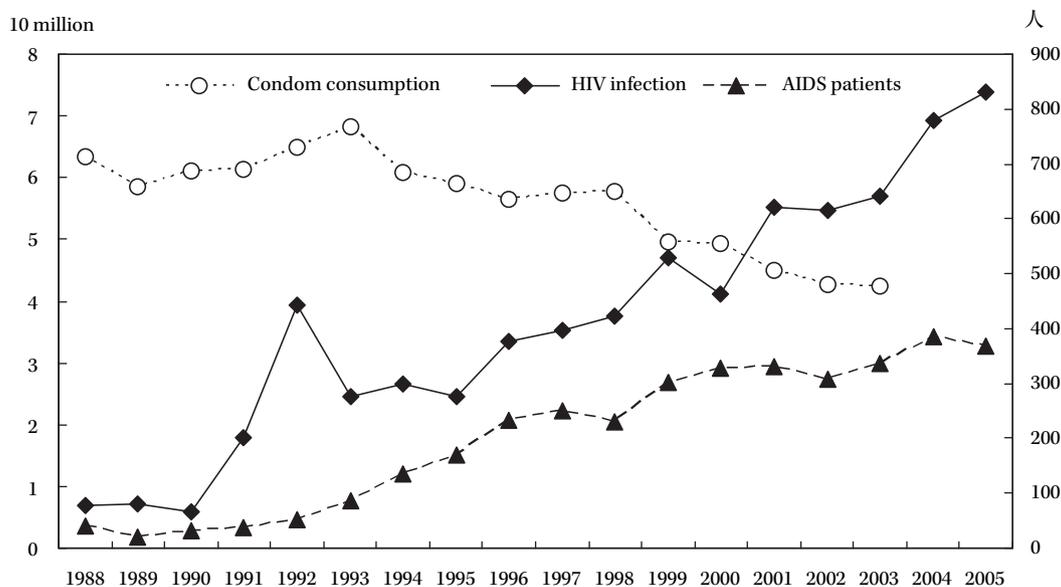


Fig. 1. Change of the number of the patients with HIV infection and AIDS, condom consumption in Japan.

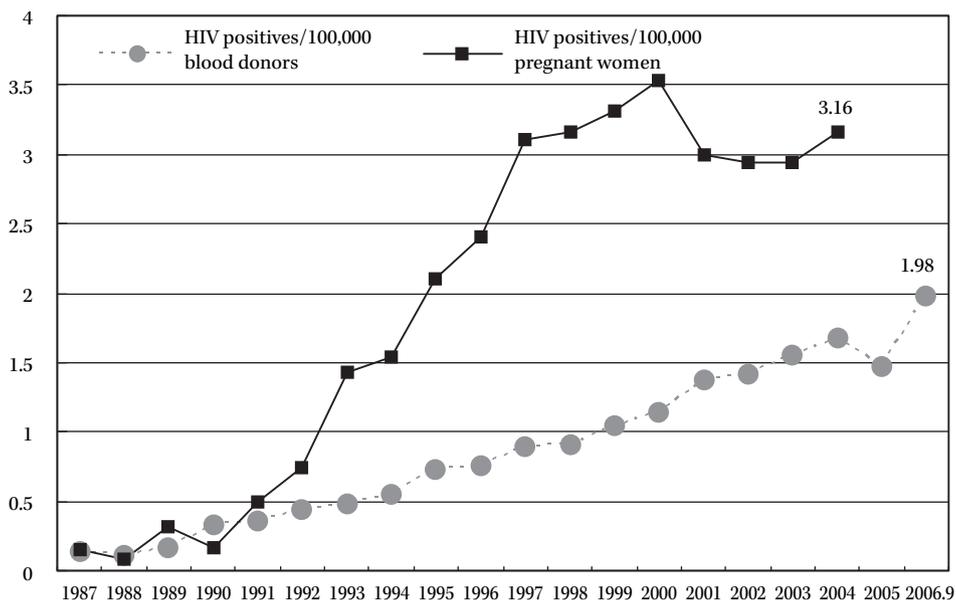


Fig. 2. Change of HIV positive rates in blood donor and pregnant women in Japan.

使わない40%であった。コンドームを積極的に使用する人が約半数というのは多くの調査で一致するところであり、コンドーム使用に消極的な人に対してどのようにアプローチするかが課題になる。

III. コンドームを生活習慣にするという発想で

食事の前の手洗いも、自動車を運転する際のシートベルトも親や周囲から繰り返し注意を喚起された結果、多くの人は無意識のうちに手洗いやシートベルト装着ができるようになってきている。コンドームに関する知識があるだけで使用するようになる人はすでに使用している状況からみても、今後は繰り返し「エッチするならコンドーム」といったことを強調し続けることが重要である。し

かし、残念ながらコンドームが性感染症予防や家族計画の道具として貴重な日常生活用品であるにもかかわらず、テレビ放送におけるコンドーム広告に関する自主規制が存在する(Table 1)。コンドームキャンペーンの手段として最も効果的だと思われるマスコミ関係の協力が得られないことから、インターネットを活用したキャンペーンか、直接若者たちに語りかける方法しかない。筆者のホームページ³⁾では、コンドームの装着に関する詳細な解説をパワーポイントや筆者自らが動画で紹介するとともに、コンドーム製造各社やインターネット通販へのリンクを貼っている。

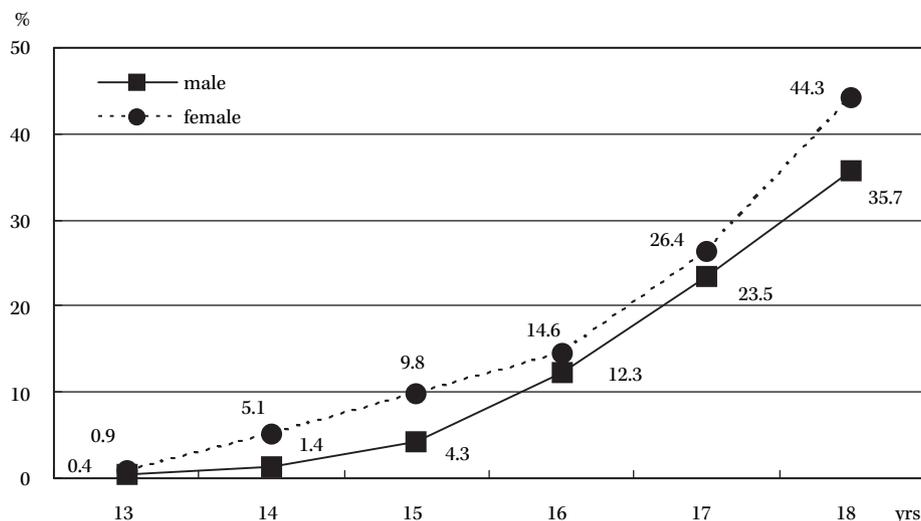


Fig. 3. Rate of initial sexual intercourse in Japanese pupils in 2005.

Table 1. Autonomous regulation of TV commercial broadcast for condom

- 1) Broadcast is allowed after 23 : 00.
- 2) No portrait of condom
- 3) No sexual expression
- 4) Announcement of the brand name of condom is allowed once the end of the commercial.
- 5) No portrait of bed
- 6) No expression of kissing

IV. 教科書でのコンドームに関する記載

学校の教科書に記載されていることはある意味で全国津々浦々にまで、特に義務教育の場合はその年代のすべてに対するキャンペーンともいえる。中学校の教科書⁴⁾の「性感染症の予防／エイズ」の単元に「コンドームは、直接の接触をさけることができるので、性感染症の予防として有効な手段です」と記載されている。高校の教科書⁵⁾にはさらに詳細な記載がされ、「性感染症・エイズの予防」の単元では「性感染症の感染を防ぐためのポイントは、病原体を粘膜に触れさせないことです。コンドームは、そのための有効な手段です。(中略)『特定の相手としか性行為をしていないから大丈夫』『自分の相手は安全』と思いがちですが、『相手が感染していない』ことが確実になければ性行為をしない、あるいはコンドームを正しく使用することでしか、性感染症は防げません」と詳述されている。さらに、「避妊法の選択と人工妊娠中絶」の単元に「避妊にはさまざまな方法がありますが、安全で確実な避妊法を選ばなくてはなりません。代表的なものとしては、コンドームと低容量ピルがあります。コンドームは、性交の際に陰茎に装着し、陰内に精液をいれないようにすることで避妊をおこない」との本文とともに、コンドームの写真と一緒に「使用方法と留意点：男性の

陰茎が勃起状態になってから、性交前に装着する。装着時には、精液だめの空気を抜く。陰茎の勃起前に装着したり、射精後すみやかに処理しなかったりすると、はずれて精液が陰内にもれることがある。袋の切り口や爪によってコンドームが傷つくと、使用中に破れることがあるので注意する。比較的簡単に購入できる。価格も安価である⁶⁾と紹介されている。

教科書にこのような詳細な記述があることを保健医療関係者はもとより、保健体育の教員以外の学校関係者の多くは知らない。さらに、文部科学省が教師用参考資料として配布した「性感染症予防に関する指導マニュアル」⁷⁾のなかで男性用コンドーム、女性用コンドームの装着方法について図入りで紹介していることも知られていない。そのため、極端な場合、講演を頼まれた中学校では「コンドームという言葉も使わないで欲しい」とか、高校では「コンドームに関する詳細な説明はしないで欲しい」という要望が出されることがある。そのような場合は、教科書を一緒に確認することで、国が教科書を使ったコンドームキャンペーンを展開していることが理解される。

V. 感動と共感が基本のコンドームキャンペーン

講演会等での啓発、インターネット³⁾・携帯サイト²⁾でのPR、コンドーム専門店(Fig. 4)、エイズポスター展、等でさまざまな形でコンドームキャンペーンが展開された結果、コンドームは薬局、スーパー、自動販売機だけではなく、コンビニやインターネットといった販売経路も増え、身近なものになってきている。しかし、身近で売られていても、いざとなった時に自分では買えない、自分のパートナーも買ってくれない人たちも少なくない。「エッチをするならコンドーム」を生活習慣にするためにも、キャンペーンの基本はこころに響くメッセージ



Harajuku branch



Shibuya branch



Kobe branch



Odaiba branch

Internet sales



Fig. 4. Specialty store "Condomania".

であること、感動と共感が生まれるメッセージになることを心掛ける必要がある。

「めんどろ」、「使い心地が悪い」、といった使う側の、特に男性の理屈で使われないという場合が多いことに対して、身近な、自分と大切なパートナーを守る道具であることのメッセージを伝えたい。「愛しているからセックスをしよう」と迫る、あるいは「愛しているからコンドームなんか使いたくない」とコンドームを嫌がる男性に対して上手に断る方法として、「愛の反対を知っている？」と質問することをすすめる。「愛」の反対を「きらい」、「嫌悪」、「いあ」、「憎しみ」と思っている人たちにマザーテレサの言葉、「愛の反対は無関心³⁾」というのを伝えると、セックスをしたくない女性、コンドームを使って欲しいけれど使わないパートナーの「無関心」な気持ちがみえてくる。

「着ければいいんでしょ」という程度にしか思っていない人には使用方法を詳説^{3,7,8)}し、「コンドームってこんなに難しいものなんだ」と感動をもってコンドームについて受け止められるようにする。

VI. 男性用コンドームの購入・保存・携帯法³⁾

- ①コンビニ、スーパー、通販、薬局で自分が購入する(他人にもらったのを信用するな)。
- ②安価でもコンドームの性能は同じ。
- ③細め、太めのサイズもある。
- ④防虫剤、等と一緒に保管しない。
- ⑤サイフに入れて携帯しない(ハードケースにする)。
- ⑥セックスをする可能性がある時は必ず持ち歩く。
- ⑦コンドームはペニスを挿入する前に装着する。

VII. 正確な男性用コンドーム装着法^{2,7,8)}

- ①袋を開けるときは、コンドームを端に寄せてから。
- ②袋を開けた部分は完全に切り離す(中途半端にすると出すときにコンドームを傷める)。
- ③コンドームの端を触っただけで裏表がわかるようにしておく(間違えて装着したのを裏返すと、精液、HIV、等が表につく)。
- ④爪を立てずに精液だめの空気を抜く。
- ⑤勃起したペニスの皮を根本まで手繰り寄せる。
- ⑥毛を巻き込まないようにして、コンドームを途中まで巻きおろす。
- ⑦かぶせた部分を亀頭方向に寄せる。
- ⑧根元で余っていた皮膚が張るようにして根元までおろす。
- ⑨射精したら、コンドームを押さえながら、膣、肛門からペニスを抜く。
- ⑩コンドームは生ゴミとして処理する。
- ⑪続けてセックスをするときは、必ずからだを洗う。
- ⑫かぶれる人はコンドームやゼリーの材質に注意。
- ⑬痛い時はゼリー多めのタイプかコンドーム用ゼリーを使う。
- ⑭コンドームを使うと快感が損なわれるのはつけ方が悪い。
- ⑮雰囲気がかずれるのは練習不足。

VIII. コンドームキャンペーンへの反対運動

「コンドームを教えることで、つければセックスをしていいと思う子がいる」、「コンドームを奨励していることでセックスも奨励しているように感じる」、「結婚までセックス禁止が一番」といった反対意見があり、中央教

Table 2. Law for defense and bring-up of teenagers in Nagasaki, Japan

2nd clause of 9th article

Sale or donation of contraceptive devices by any traders to teenagers are prohibited.

育審議会の部会でもこの問題が議論されている。長崎県では県の条例で少年（18歳未満）に対するコンドームの販売を規制している（Table 2）。

過激な性教育を糾弾するという姿勢で出版された本⁹⁾のなかに、筆者のコンドームキャンペーンへの批判も書かれていた。しかし、その内容は、『『思春期研究会』という小中高の養護教諭をメンバーとする全国組織があるのですが、（中略）川崎市の小学校には、『チャンピオン』と名づけられた百七十センチの巨大な模型がありますが、これもその指導でつくられたものです。ここには岩室紳也氏という医者が関わっています』と、まったくの事実無根な情報に加え、写真も無断で掲載されていた。抗議後、その版はただちに回収され、筆者の記述が削除されただけのものが、以前と変わらず「2005年1月26日 第一版第一刷」として出版されている。コンドームキャンペーンは単なる医学的な問題ではなく、宗教観を含めた政治的な問題になってしまう事実を無視することはできない。さらに厄介なのが、コンドームキャンペーン、コンドーム教育の有用性を検証するためには性行動やコンドームの使用率に関する厳密な調査を行わなければならないが、現実問題として、日本国内でそのような調査を実施することは不可能である。そのため、主に米国で行われている調査を引用する形でその是非が議論される。しかし、コンドームは欧米諸国ほど宗教観の違いにからんだ政治的な争点にされることから、それらの調

査を安易に引用することは適当ではない。

IX. コンドームキャンペーンの今後の展開

コンドームキャンペーン時に、最も注意を要するのが、避妊や性感染症予防で一番確実な方法が「コンドーム」ではなく「ノーセックス」だと強調することである。このメッセージは事実であり、このことをきちんと伝えないとせつかくのコンドームキャンペーンも不正確なものとなり、さまざまな批判にさらされる。

今後は、若者自身が、自らの性の健康を守るために必要な情報が不十分な現状に気づき、教科書を含めた多様な立場からコンドームに関する情報を積極的に収集し、コンドームの有用性と限界を理解した、若者自身による若者向けの啓発活動が展開されることが期待される。

文 献

- 1) 児童・生徒の性 東京都小学校・中学校・高等学校の性意識・性行動に関する調査報告 2005年調査。学校図書, 東京, 2005; 15
- 2) [http://addams.sys21.co.jp/h/ez/\(au携帯のみからのアクセス制限あり\)](http://addams.sys21.co.jp/h/ez/(au携帯のみからのアクセス制限あり))
- 3) <http://homepage2.nifty.com/iwamuro/>
- 4) 森 昭三, 浅野牧茂, 植田誠治, 大橋美勝, 岡崎勝博, 尾縣 貢, 他: 新・中学保健体育。学習研究社, 東京, 2006; 94-5
- 5) 高石昌弘, 鈴木庄亮, 和唐正勝, 近藤 卓, 小澤治夫, 星 旦二, 他: 最新保健体育。大修館書店, 東京, 2007; 34-5
- 6) 高石昌弘, 鈴木庄亮, 和唐正勝, 近藤 卓, 小澤治夫, 星 旦二, 他: 最新保健体育。大修館書店, 東京, 2007; 64-5
- 7) 文部科学省: 性感染症予防に関する指導マニュアル～教師用参考資料～。日本学校保健会, 東京, 2002; 25
- 8) 岩室紳也: 思春期の生と性・わたしたちのエイズ。日本家族計画協会, 東京, 2000; 18-9
- 9) 西尾幹二, 八木秀次: 新・国民の油断。PHP 研究所, 東京, 2005; 128-9

A condom campaign for the prevention of sexually transmitted diseases in Japanese teenagers

Shinya Iwamuro

Japan Association for Development of Community Medicine Health Promotion Research Center,
Toshi Center 9F, 2-4-1 Hirakawa-cho, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan

Ten percent of junior-high school pupils and 40% of high school pupils have initial sexual intercourse in Japan. However, only half of them use condom, therefore, the prevalence of sexually transmitted diseases (STDs) and the risk of unexpected pregnancy are high in Japanese teenagers. Disappointingly, the movement against condom campaign for teenagers or the law of sales limitation of condom for teenagers are present. The most effective tool of condom campaign is the TV commercial of condom. However, TV commercials of condom are self-regulated in Japan, and these circumstances do not contribute condom campaign. On the other hand, the usefulness of condom use for the prevention of STDs is described in the textbook of junior-high school. In addition, the details of appropriate condom use are described with some photographs in the textbook of high school. It is very important to give teenagers impression and sympathy to condom. One's sexual partners, who do not use condom because it is bothersome or uncomfortable, are unsympathetic to one with the explanation quoting the Mother Teresa's word "The opposite of love is indifference".