

レト便り

No.2 ワールドカップ HIV 予防キャンペーン



March 2011

ドゥメラ! だいぶ遅くなってしまいましたが、レトからの活動報告「レト便り」の第2号です。2011年になってしまいましたが、2010年の私の関わった活動を報告していきたいと思います。

前号にも書いたように、私は UNFPA レト国事務所で、リプロダクティブ・ヘルス(性と生殖に関する健康)分野の中の、教育と青少年支援のプログラムを担当しています。

■ HIV とレトの若者たち

レトは成人の約4人に1人がHIV感染しています(23.0%: 2009年)。若者(15-24歳)に限ると、約10人に1人(9.3%)が感染しています。20-24歳に絞ると感染率は16.3%で、内訳は5.9%の男性に対して女性は24.1%となっています。このように、若者、とくに若い女性の感染率の高さがとくに目立ちます。レトの若者の高い感染率の要因のひとつとされるのは、ライフスキル教育およびリプロダクティブ・ヘルスの情報とサービスへの不十分なアクセスがあげられます。こういった若者の状況が、ジェンダーに基づく暴力(GBV: Gender-Based Violence)、異世代間セックス(Intergenerational Sex)や、物やお金と引き換えにするセックス(Transaction Sex)、そして同時に複数の性交渉相手を持つ(MCP: Multiple Concurrent Partnership)といった問題によってさらに悪化させられているのです。



レトの若者たち

こうした背景から、私の担当する教育と青少年のプログラムには、HIV問題が深く関わってくるのです。

■ 2010ワールドカップ HIV 予防キャンペーン

-ワールドカップのレトへの影響-

2010年6月11日、南アフリカ共和国で FIFA ワールドカップが開幕しました。日本代表の活躍とともに、皆さんの記憶にもまだ新しいかと思います。実は同じ日に、隣国レトでもうひとつのワールドカップともいえる、1ヶ月間に渡る HIV 予防キャンペーンが始まりました。

遡ること数ヶ月前、レトもすでにワールドカップ・フィーバーに盛り上がっていました。レトは国土全体を南アフリカ共和国に囲まれた国ですから、ワールドカップ開催前後と期間中に、両国間の人の動きが活発になることが予想されました。旅行者の急増、セックスワークや人身取引(とくに国境付近)、飲酒やドラッグ使用の増加による、HIV 感染の急増が懸念されました。また、ワールドカップが始まる日に公立の学校は冬休み(レトは6月から8月が冬)に入り、子どもたちが大人の監視下から外れることによって、上記の危険な行動に関わる危険性が高まります(日本でもレベルの差こそあれ、同様の傾向がありますよね)。

そんな中、国内で HIV 予防活動に従事している政府機関、国際機関、NGO 団体の代表者が集まるレト HIV 予防協議会で、ワールドカップによる HIV 感染拡大の対策が話し合われ始めました。各団体がそれぞれ自分たちの活動を計画している一方、国の対策として、協議会で何かできないかという話になりました。しかし、多くのミーティングに時間が割かれているのにも関わらず、結局何もアクションが起こらず、5月になってしまいました。こういったことはよくあることなのですが、私は協議会の一員として、そして大の

サッカーファンとしても、このワールドカップ時期にレトで国として何も HIV 対策をとらないということはあってはならないことだと思いました。そこで私が、HIV 予防キャンペーンを企画し、責任者として他の団体を取りまとめることにしました。

-ショッピングモールでキャンペーンを-

私は以前から、レトの首都マセルに最近できた国内初のショッピングモールで何かできないかと思っていました。このモールにレト中からはもちろん、近隣の南アフリカの町からも、多くの人々が連日訪れていました。とくに目に付くのが若者たちで、日本のように遊ぶ場所がたくさんあるわけでもないのに、彼らは何をするでもなく暇があればモールの中にいます。冬休みになればその数は確実に増してモールは若者たちで溢れかえります。この若者たちを放っておく手はないと思い、このモールでワールドカップ期間中の1ヶ月間毎日、若者のピアエデュケーターたちを巻き込んだ HIV 予防キャンペーンを張ることを企画しました。



レト初のショッピングモール

Pioneer Shopping Centre

協議会でこのアイデアが了承された後、私は各団体の事務所に足を運んで、責任者から参加の確約をとって回りました。とくに、若者に対する活動を行っていて、多くの若者のボランティアを抱えている団体への交渉に力を入れました。モールにはスクリーンが設置され、FIFA 公認のファンパークになることがわかっていました。よって、各団体は若者のボランティアと配布用のパンフレットや Condom を提供して、普段行っている予防活動をすればよいということを説明しました。また、首都マセルに住む者なら誰でもショッピングモールに多くの若者たちが集まっていることを知っており、私のアイデアを買ってくれました。もちろん、取りまとめを私が責任を持ってやると約束もしました。そして、最終的には 11 団体がこのキャンペーンに参加してくれることになりました。



吹き抜けの中央に設けられた HIV 予防ブース



フードコート内のモニターの周りに集まって応援する人々

-キャンペーン開始-

短い期間でミーティングと交渉を重ね、6月11日のワールドカップ開催日に、モール内に HIV 予防キャンペーン・ブースが作られました(写真左上)。1階のこの場所はモール内でも一番目立ち、若者が好きなケンタッキー等のファーストフード店が並ぶフードコートの目の前にあります。これは事前にリサーチをした上で、モール側に交渉して押さえました。そこには TV モニターも設置されていて、南アフリカ代表や他のアフリカのチームの試合となると、人が溢れてたいへん盛り上がりました(写真右上)。



ブースにてパンフレットを手にとる若者たち



ピアエデュケーターの話に耳を傾ける若者たち



キャンペーンTシャツを着て若者たちに話しかけて回るボランティアたち



1ヶ月の間、ブースには各参加団体が毎日交代しながら(週末には2, 3団体が常駐)、スタッフやボランティアを置き、若者を中心にたくさんの人たちに声を掛けて、HIV 予防啓発の話をしたり、パンフレットを配ったりしました(写真上)。若者や子どもたちは、同世代のピアエデュケーターたちの声には耳を傾けます。普段なかなか聞けなかったことも、質問できます。このブースで働くスタッフやボランティアは、UNFPA が提供したキャンペーンTシャツ(私がデザインしました)を着用して、モール内で「Pass the ball, not HIV (HIV でなくボールを回せ)」のスローガンを広めました。一方、コンドームの普及活動をしている団体は、コンドームを配ったり、着け方を教えたり(デモンストレーション)しました(写真左下)。また、人形劇(写真中央下)や、参加型の劇・ゲーム(写真右下)などを行う団体もありました。



女性用コンドームのデモンストレーション



人形劇で HIV 感染の危険性を訴える



参加型ゲームを通してメッセージを伝える

-キャンペーンの成果-

この1ヶ月間に渡ったキャンペーンに、11 団体から合計 77 人の若者のピアエデュケーターたちが参加し、2950人と直接話をして HIV 予防のメッセージを届け、7895 個の男性用コンドームと1804 個の女性用コンドームを配布しました。他にもピアエデュケーターや各団体のスタッフたちがラジオに出演して、このキャンペーンの告知や HIV 予防のメッセージを広めました。

また、長い期間でのキャンペーンやイベントを行う際に必要になってくるのがお金です。しかし、政府や国連を含む殆どの機関が年間計画に沿って活動をしているなか、こういったイレギュラーな活動への資金の捻出は簡単ではありません。私が今回のキャンペーンで学んだことは、お金を掛けずとも参加団体とボランティアの熱意と協力があれば、小さな予算でも大きなことができるということでした。このキャンペーンに UNFPA として提供したのはモールのスペース代とキャンペーン T シャツ代だけでした。ボランティアの昼食代や交通費は各団体に負担して貰いました。私もこの企画を始めた者として、ほぼ毎日現場に顔を出し、協議会や各団体の責任者には、現場で活動するボランティアの写真をまとめたものを随時送って、1ヶ月間現場と参加団体のモチベーションを保てるように努力をしました。

そして、各参加団体とそのスタッフ・ボランティアから一番多く寄せられた意見は、他の団体と共同でキャンペーンを行うことでの団結感と、ひとりひとりの献身的な参加によって成功したという達成感を得られたというものでした。今まであまり知らなかった各団体の活動もお互いわかり、横の繋がりができたという感想も聞きました。実際、このキャンペーンの効果でどれだけの人たちが自分の性行動を見直し、レフトの新規

HIV 感染数を減らすことができたのかは、わかりません。HIV 予防活動というのは、いくつものプロジェクトを何年もやって、その効果が数字として表れてくるものです。しかし、こういった意見を聞くと、このキャンペーンを行って本当によかったと思いました。

-今後の課題-

最初に書いたようにレトは HIV 感染率がこれだけ高いのですが、検査を受ける人の数は多くないのが問題です。これは、いまだに HIV に対する差別やスティグマが根強いことに起因しています。しかし、キャンペーンを行っていく中で、HIV の検査を受けたいという要望が多く寄せられました。そこで、モール内の空き店舗に臨時検査所を設置する話が持ち上がりました。しかし、結局、モール側から OK が出ることはありませんでした。理由は、検査を受けて陽性だった人がモール内で自暴自棄になられたら困るからという、納得できないものでしたが、断念せざるを得ませんでした。これを受けて協議会は、今回のキャンペーンを民間セクターを巻き込んで行えたことは大きな成果だが、今後彼らの HIV へのより一層の理解と協力を得るための活動が必要なことを再確認しました。

また、今回のキャンペーンは首都マセルでのみ行われ、地方では各団体が個別に活動を展開していました。今後、国として地方でもこういったキャンペーンをしていくべきだという意見もあがりました。



個人的にも、このキャンペーン以外に、他のプロジェクトと日常業務、そしてもちろん仕事の合間を縫っての日本代表の応援と、多事多端な日々でしたが、とても充実した1ヶ月間でした。

このキャンペーンは、昨年のワールドカップの裏で、レトで行われた数々の活動のひとつです。ワールドカップで日本のメディアからも南アフリカにスポットが当てられたようですが、その南アフリカに囲まれた小国レトについてはいくつか取り上げられただけだったと聞きます。レトでは、日本代表の活躍はそれなりに知られていて、期間中も日本代表の活躍に「やったな！」とよく声を掛けられたものです。レトから車で1時間半ほどの町ブルームフォンテンで行われたカメルーン戦には、レトからも多くの人たちが観戦に行きました。そんなレトの頑張りも、日本の皆さんに知ってもらおうと思い、遅ればせながら報告させて頂きました。

小杉大輔

Youth and Education Officer
UNFPA Lesotho Country Office



UNFPA...because everyone counts



Pass the ball, not HIV!