

自治体のキャンペーンテーマ使用状況

(平成27年度調査)

- 「世界エイズデー」キャンペーンテーマ「AIDS IS NOT OVER だから、ここから」の使用状況に関する調査(対142自治体: 都道府県・保健所設置市・特別区)
⇒98自治体(全体の約69%)がテーマを使用

■主な使用方法

啓発資材・グッズへの盛り込み [ポスター・広報誌・チラシ・リーフレット・検査案内・ティッシュ・垂れ幕／幟等]
ホームページへの掲載・リンク
授業、講演会、勉強会で学生等に説明・資料に掲載
パネル展示。庁舎・保健所内の展示コーナー等で掲示。庁内放送でアナウンス。
ラジオ・CATV・CM・新聞・報道関係資料・広告・電光掲示板で掲出。
イベント会場で呼びかけ

■使用しやすさ・しにくさについて(回答より抜粋)

《使用しやすい》

AIDSという言葉が入っており、何のキャンペーンかが明確に伝わった
エイズの問題は現在進行形であるということが端的に表されており、啓発する上で使用しやすかった
漢字を使用していないため柔らかい印象があり、使用しやすかった
感染者は増加している、予防や対策が必要である、ということを説明するときに使用できた
昨年度のテーマが基となっているため、親しみやすく、使用しやすかった
簡単な英語と日本語の組み合わせで、どの世代にもわかりやすく、検査の呼びかけにつなげやすいテーマだった
「予防、治療、支援、理解」と幅広く活用できた
当事者意識向上と結びつけやすい
高校生にはすんなり受け入れられた

《使用しにくい》

一般の人には、わかりにくいように思う
英語表記のため、理解が得にくいのではないかと
テーマの意味を説明するのが難しかった
過去の疾患でないことを主張できる内容で、意識付けは有効であるが、文言が少し長い
毎年変えなくても良いのではないかと。わかりやすいテーマで、浸透するまで使用するほうが有効ではないかと。