

自治体のキャンペーンテーマ使用状況

(平成28年度調査)

- 「世界エイズデー」キャンペーンテーマ「知っていても、分かっても AIDS IS NOT OVER」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・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、広報誌への掲載
授業、講演会、勉強会で学生等に説明・スライド資料に掲載
パネル展示。庁舎・保健所内の展示コーナー、検査会場、駅構内等で掲示
ラジオ・CATV・CM・新聞・報道関係資料・広告等で紹介・掲載
イベント会場、街頭キャンペーンで呼びかけ、庁内放送でアナウンス

■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》

感染予防のためには行動することが大事だということが暗に伝わる内容であり、語呂も良い
知識があっても行動に結びつかない人々が自己の意識に気づくことができるメッセージであった
思いが込められているので、説明・伝えやすさがあった
知っていても、分かっても、行動につなげなくちゃね、とテーマを元に話をつなげやすかった
3年続けて AIDS IS NOT OVER という文言が入っており、エイズの啓発活動を展開していくのに使用しやすかった
一昨年から基のテーマが一緒であるため、親しみやすく、使用しやすかった
誰もが関わる可能性のある感染症と理解しやすかった
「知っていても、分かっても」の言葉は、展示物に視点を移してもらうきっかけになったと感じる
考えさせられるテーマで、啓発に効果的と感じた

《使用しにくい》

英語に馴染みのない人にはわかりにくい
テーマの意図はわかるが、説明文が一般向けにはやや難しく感じた
1年毎にテーマに追加・修正・変更がされるため、テーマを広く発信していくには期間が短いと感じる
まだまだ意識を変え理解を深めてもらう必要があると感じるため、もう少し、一目で強い印象をあたえるようなテーマがよい