

## 自治体のキャンペーンテーマ使用状況

(平成29年度調査)

- 平成29年度「世界エイズデー」キャンペーンテーマ「UPDATE！ エイズのイメージを変えよう」の使用状況に関する調査(対144自治体：都道府県・保健所設置市・特別区)  
⇒101自治体(全体の約70%)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・横断幕／幟等〕
ホームページへの掲載・リンク、広報誌・情報誌への掲載
出前講座、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・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》

古い理解にとらわれず、正しい知識をもってほしい、というメッセージを短文で伝えられた
「アップデート」という用語に馴染みがある若年層を対象としたキャンペーンだったため、使いやすかった
エイズという具体的な言葉が入っており、誰にでもあてはまる文言のため、資料への導入として利用しやすかった
各中学校及び高等学校の事前学習等でテーマの趣旨を説明した。今回のテーマは端的で伝わりやすかった
短文で、紙面、画面を見たときのインパクトがあり、呼びかけにも使用しやすく、効果的なテーマだった
テーマ設定の理由がわかりやすく納得できるものであり、説明しやすかった
自らや他人のエイズのイメージについて考えさせるものだったので、良いテーマだった
本テーマひと言では具体的な内容が伝わりにくかったため、趣旨を補足の上使用した。ひき続きポジティブなテーマを扱っていただきたい(治療法が進歩してきていること、予後が改善されてきていること等)。

#### 《使用しにくい》

エイズのイメージをすでにもっている前提のメッセージ、と捉えられる
学習会の中で盛り込むには支障はないが、ポスター等の説明が省かれる場合には伝わりにく感じた
知識のUPDATEは必要なことだと思うが、言葉自体がすんなり広い世代の対象者に入るのかどうか
UPDATEされている部分が簡単にわかるポスターや冊子があると区民にも伝えやすい