

研究ノート

ビデオフィードバック法によるコンドーム購入
トレーニングの効果に関する予備的検討樋口 匡貴¹⁾, 中村 菜々子²⁾¹⁾ 広島大学大学院教育学研究科²⁾ 兵庫教育大学発達心理臨床研究センター

目的: コンドーム購入時の羞恥感情の低減およびコンドーム購入手続きの増加を目指した介入プログラムを開発し、その効果を検討すること。

方法: シングルケースデザインを用い、3セッションから構成されるプログラムを実施した。第1セッションはコンドーム購入の様子を2種類の観点から記録したビデオ視聴、第2セッションはコンドーム購入ロールプレイ、第3セッションはコンドーム購入手続きトレーニングが主な内容であった。ベースラインとして介入前の得点を測定し、各セッションの終了後および第1セッションの約1ヶ月後のフォローアップ時の得点を測定した。ターゲットとなる主な変数は、コンドーム購入時の羞恥感情、自己効力感、行動意図であった。

結果: 各セッション終了後の得点とトレーニング前の得点とを比較したところ、いずれの得点も予測通りの変化であった。トレーニング終了後のフォローアップの時点において、コンドーム購入時の羞恥感情は2.7ポイントの低下、コンドーム購入に対する自己効力感は30から50ポイントの増加、コンドーム購入手続き意図は3.8ポイントの増加であった。

結論: 適切なコンドーム使用にとっての最初の段階が購入段階であるが、本研究で実施した介入プログラムは、コンドーム購入手続きにとって有効であることが示された。今後は、介入プログラムの集団への適用についても検討していく必要がある。

キーワード: HIV 感染予防, 介入, シングルケースデザイン, ビデオフィードバック法

日本エイズ学会誌 12: 110-118, 2010

緒 言

HIV 感染予防に向けた取り組みは、様々な学問領域からのアプローチを必要とする困難な課題であると言われている¹⁾。本研究は、社会心理学および臨床心理学の立場から HIV 感染予防を目指した、介入方法の開発及びその効果を検討した研究である。

HIV 感染予防にとってもっとも効果的かつ現実的な対策はコンドームの適切な使用であり、コンドームの使用に関しては、購入段階、持ち運び段階、保存段階、使用段階、処分段階の5つの段階に区分が可能である²⁾。コンドームの適切な使用に向けての入口となる段階はコンドームの購入であるが、この購入段階において、羞恥感情が阻害要因となることがこれまでに示されてきている²⁻⁶⁾。そしてこの羞恥感情は、社会的な評価の懸念⁵⁾や、その状況での行動指針の不明瞭さ⁶⁾が発生因となって生じることが明らかにされている。

これまでの研究成果より、コンドーム購入時の羞恥感情

を低減することによって、コンドーム購入が促進されると考えられるが、購入時の羞恥低減を目指した介入研究は非常に少ない⁷⁾。コンドーム購入時の羞恥低減を目的とした唯一の介入研究である Weiss et al.⁸⁾は、69名の男子大学生を対象にコンドームおよび HIV 感染についての知識提供および行動トレーニング（薬局に実際にコンドームを買いに行く）から構成されるワークショップを行った。その結果、ワークショップの直後に一時的に購入時の羞恥感情は低減したが、その効果は持続しなかった。すなわち、コンドーム購入時の羞恥感情をターゲットとすることについて、知識提供と行動トレーニングの有効性が示唆されるものの、更なる検討が必要であると考えられる。

コンドーム購入時の羞恥感情の発生因に関する知見⁵⁻⁶⁾から考えると、Weiss et al.⁸⁾によるワークショップは、行動トレーニングによってその状況での行動指針を提供することで、羞恥感情低減効果が生じていたものと考えられる。一方でその効果が限定されたものであった理由は、購入時における店員や周囲の客からの視線や評価といった社会的評価への懸念に焦点を当てていなかったからかもしれない。

羞恥感情の低減に関して、そこでの行動指針の提供およ

著者連絡先: 樋口匡貴 (〒739-8524 広島市鏡山1-1-1 広島大学大学院教育学研究科)

2009年8月24日受付; 2010年3月31日受理

び社会的評価懸念の解消の両者に同時に焦点を当てること
が可能な方法に、ビデオフィードバック法がある⁹⁾。羞恥
感情は、社会不安障害 (Social Anxiety Disorder : SAD) と
大きなかかわりを持つことが指摘されている¹⁰⁾。SAD と
は、他人の注目を浴びるかもしれない状況での不安を特徴
とする精神疾患であり¹¹⁾、SAD 患者は様々な場面で羞恥を
感じる事が明らかにされている¹⁰⁾。この SAD に対する
有効な治療技法として知られている介入技法の 1 つがビデ
オフィードバック法である⁹⁾。ビデオフィードバック法は、
社会的場面における SAD 患者のふるまいをビデオに記録
し、それを患者自身にフィードバックする方法である。

SAD の持続要因を検討した認知モデル⁹⁾によると、SAD
患者は、自らの内的情報 (例 : 「顔が火照っているな」) に基
づいて自分が他者にどう見えるかを判断するという。その
際、客観的な情報よりも内的な情報を重視してしまうため、
他者からの評価に関する認知の歪み (例 : 「火照った顔を
変に思われているに違いない」) が発生し、その結果社会的
場面を回避するという問題が維持されてしまうことになる。
それに対して、患者自身の行動を撮影したビデオをフィ
ードバックすることによって、客観的な情報 (例 : 「自分が
思っていたのと違い、顔色は普通だ」、「どう思われるか気
にしすぎている」) を積極的に提供することになり、認知の
歪みの修正効果が得られる。

コンドーム購入にあてはめて考えた場合、コンドームを
買うという行為については、目立って不審に思われるに違
いないという認知の歪みが存在するため⁵⁾、買うと考
えるとどのようにふるまうべきか混乱が生じ、その結果羞恥
感情が高まることになる⁶⁾。その結果、コンドームを購
入しないという回避行動をとることになる。それに対して客
観的な情報としてコンドーム購入者のビデオをフィ
ードバックすることは、“コンドームを買うことはそれほどお
かしなふるまいではない” (社会的評価懸念の解消)、“恥
ずかしがってためらう様子は逆に周囲の注目を集めてしま
う” (行動指針の提供) という認知を提供することが可能に
なると考えられる。

以上のことから、ビデオフィードバック法は認知面に働
きかけることで、コンドーム購入時の羞恥感情を低減させ
る効果があると考えられる。先行研究で有効な効果が認め
られた行動トレーニングに、ビデオフィードバック法によ
る認知面のトレーニングを組み合わせることで、効果を高
めることが期待できる。そこで本研究では、コンドーム購
入時の羞恥感情低減およびコンドーム購入手続きの増加を
目指した介入プログラムを開発し、その効果を検討すること
を目的とした。

方 法

参加者の選択

参加者は、中国地方の 4 年制大学の人文系学部に在籍す
る男子大学生 1 名 (21 歳) であった。参加者の選択に際し、
2 名の参加候補者に対してコンドーム購入経験の有無、コ
ンドーム購入に関する行動の変容ステージ¹²⁾、特性シャイ
ネス¹³⁾、公的自意識及び私的自意識¹⁴⁾について測定したと
ころ、参加者 A はコンドーム購入経験なし、変容ステー
ジは関心期 (コンドームを買うことは、今のところないが、
いずれ買おうと考えている)、特性シャイネスは 57 ポイ
ント、公的・私的自意識はそれぞれ 52 ポイント、40 ポイ
ントとなった。参加者 B は、コンドーム購入経験あり、変
容ステージは実行期 (コンドームを実際に買っている)、特
性シャイネスは 42 ポイント、公的・私的自意識はそれぞれ
67 ポイント、68 ポイントとなった。参加者 B はコンド
ーム購入行動を実施できていることから、参加者 B は介入
プログラムを実施する必要性が低いと判断し、参加者 B
は分析からは除外することとした。一方参加者 A はコン
ドーム購入の経験がなく、かつシャイネスが大学生平均
(46.27) よりも 1 標準偏差 (8.43)¹³⁾ 以上高い得点、私
的自意識が大学生平均 (50.30) よりも 1 標準偏差 (9.00)¹⁴⁾
以上低い得点であった。これらのことから参加者 A は
コンドーム購入に対して高い羞恥感情を抱きやすいと判
断し、介入プログラムの参加者として選択した。なお
介入プログラムの参加者が 1 名の場合、参加者の心理
的負担が大きいと判断し、参加者 B にもプログラムに
同席させることにした。

介入プログラムの内容

第 1 セッションはビデオ視聴を主な内容とした。具
体的にはまず、コンドーム購入時のイメージ化を求め、
その際、多くの標準的な学生が “恥ずかしそうにおど
おどしながら買ってしまいがちになる” こと⁶⁾を伝
えた。さらにその後、恥ずかしそうにコンドームを
購入している人物、堂々とコンドームを購入している
人物の順でビデオを視聴させた。ビデオは SAD 患
者に対するビデオフィードバック法⁹⁾を参考に作成
したものであり、実際のドラッグストアで男性の登
場人物が恥ずかしそうに、または堂々と、コンド
ーム売り場を探し、商品を選択し、商品を購入する
までの流れを撮影したものであった。ビデオ視聴の
後にディスカッションを行い、堂々とコンドームを
購入することがおかしなものではないということを
訓練者が口頭で伝達し、参加者もそれに同意した。
これらの手続きにより、堂々と購入することがおかし
なことではないという社会的評価懸念の解消および、
堂々と購入すればよいという行動指針の提供の両
者を考慮することができる。なお第 1 セッション
の訓練者は男性 1 名であった。

第2セッション（第1セッションより7日後）では、実験室でのコンドーム購入ロールプレイを行った。ロールプレイの内容は、実験室ドアから入室し、20種類のコンドームのうちから1つを選択し、レジとして設置した机まで持参し、店員役の女性訓練者に商品を渡し、1000円を払ってお釣りをもらう、というものであった。さらにその様子をビデオで撮影し、ロールプレイ終了後に参加者自身に自らの演技をビデオで視聴させた。コンドーム使用を促進する重要な要因として自己効力感が挙げられており¹⁵⁾、自己効力感の源泉として①行動遂行、②代理行動、③言語的説得、④情動体験が示されている¹⁶⁾ことから、このセッションの主な内容が構成された。自己効力感の源泉のうち行動遂行、言語的説得、情動体験を提供するため、ロールプレイ終了後には訓練者が演技内容を口頭で賞賛した。さらに2人一組でロールプレイを実施し、相手が途中で中断することなく購入できたことを観察させた。これによって、自己効力感の源泉のうち代理行動を経験させることも可能になるだろう。また自らの演技のビデオ視聴は、自分の堂々とした購入行動がおかしなものではないということを確認させるビデオフィードバック法⁹⁾の応用である。第2セッションの訓練者は男女1名ずつであった。

第3セッション（第1セッションより7日後）では、男性訓練者1名および参加者2名で現実のドラッグストアに移動した後、1000円以内のコンドームを1つ購入させた。購入は各参加者が1名ずつで行った。またその際、欲しい商品を選択するように求めた。この手続きは、コンドーム購入時の羞恥感情低減に一時的な効果をもたらした先行研究⁸⁾の訓練法を参考に作成された。なお購入に先立って、これまでのトレーニング内容を振り返り、堂々と購入することがおかしなことではないことを確認した。

各セッションの概要を表1に示した。

トレーニング効果の測定

トレーニング効果を査定するために、トレーニング前、第1セッション終了後、第2セッション開始前、第2、第3セッション終了後、フォローアップ（第1セッションより26日後）の合計6回の測定を行った。測定した変数はコンドーム購入時の羞恥感情、羞恥感情の認知的発生因、自己効力感、行動意図の大きく4種類であり、いずれも「ドラッグストアやコンビニエンスストアでコンドームを買う時」という場面を想定させた上で質問票に回答を求める形で測定した。

羞恥感情に関しては、樋口¹⁷⁾による羞恥感情測定尺度23項目（項目例：おどおどした気持ち、気まずさ、恥ずかしさ）に対して「感じない」（1点）から「非常に感じる」（9点）で回答を求めた。

羞恥感情の認知的発生因は、コンドーム購入時における羞恥感情の研究⁸⁾における項目を使用し、「当てはまらない」（1点）から「非常に当てはまる」（9点）で回答を求めた。なお認知的発生因としては、社会的評価懸念（項目例：他の人が私のことをどのように評価するか、気がかりだ）、相互作用混乱（項目例：周囲の人や店員に対してどのように行動すべきか、混乱してしまう）、自己イメージ不一致（項目例：そんなことをしている私は、自分らしくないと思う）の3種類がコンドーム購入時の羞恥感情と関連すると指摘されており⁸⁾、本研究においてもこれら3種類の発生因をそれぞれ3項目ずつで測定した。

自己効力感に関しては、「コンドーム売り場を探して歩くこと」（売り場探索）、「様々な商品の中から自分の気に入ったコンドームを1つ選ぶこと」（商品選択）、「コンドームを1つレジに持っていき、支払を済ませること」（商品購

表1 介入プログラムの概要

	第1セッション ビデオ視聴セッション	第2セッション ロールプレイセッション	第3セッション 購入セッション
プログラムの 主な内容	(1) おどおど購入ビデオの視聴 (2) 堂々購入ビデオの視聴 (3) 購入方法の自己確認	(1) 購入ロールプレイ (2) 自分のロールプレイの ビデオ視聴 (3) 成功体験の自己確認	(1) 購入方法の自己確認 (2) ドラッグストアでの実 際の購入 (3) 成功体験の自己確認
主たる 介入目標	(1) 羞恥感情の低減 (2) 相互作用混乱の低減 (3) 社会的評価懸念の低減	(1) 羞恥感情の低減 (2) 相互作用混乱の低減 (3) 自己効力感の増加	(1) 羞恥感情の低減 (2) 相互作用混乱の低減 (3) 社会的評価懸念の低減 (4) 自己効力感の増加
セッション 時の同席者	男性訓練者1名 男性参加者1名	男性訓練者1名 女性訓練者1名 男性参加者1名	ドラッグストア内の店員 および客

入)、「ドラッグストアやコンビニエンスストアでコンドームを買うこと」(総合的自己効力感)の4種類の行動について、「自信がまったくない」(0点)から「とても自信がある」(100点)で回答を求めた。

コンドーム購入手動意図に関しては、樋口・中村⁶⁾の測定尺度5項目(項目例:自分はこの行動をするだろう)を使用し、「当てはまらない」(1点)から「非常に当てはまる」(9点)で回答を求めた。

結果の予測

第1セッションは、主にコンドーム購入時の認知を変容させることによって羞恥感情を低減させることをターゲットとした内容であるため、第1セッション終了後にはトレーニング前に比べてコンドーム購入時の羞恥感情が低減すると予測できる。同時に羞恥感情の認知的発生因についても得点は下がると考えられる。また第1セッションで視聴させるビデオは、ドラッグストアでコンドーム売り場を探し、商品を選択し、商品を購入するまでの一連の流れが含まれているため、自己効力感の源泉としての代理行動⁶⁾としても機能することになる。したがって、第1セッション終了時には、それぞれの自己効力感得点についても増加が見込まれる。さらに羞恥感情はコンドーム購入手動意図を抑制し^{2,6)}、自己効力感は促進する¹⁵⁾ことがこれまでに示されてきていることから、コンドーム購入手動意図の得点は第1セッション終了時には増加するであろう。

第2および第3セッションは、行動面へのアプローチであった。このうち第3セッションは、コンドーム購入の行動トレーニングを行った Weiss et al.⁸⁾と同様の内容であるため、羞恥感情の低減が期待できる。本研究では先行研究での手続きに、第2セッションでロールプレイの要素を加えた。第2セッションで事前に練習することで、実際の購

入手動を実現する自己効力感が増加すると予測され、それによってコンドーム購入手動意図の得点も増加するだろう。

倫理的配慮

参加者には、事前にトレーニングがコンドーム購入に関することであることを伝えた上で参加を求めた。また、参加中止の権利は参加者にあり、どの段階であっても参加を取りやめることが可能であること、データ公表の際には匿名性を保つことを伝えた。これらの伝達に関しては、いずれも紙面および口頭によって行われた。

結 果

表2に、トレーニング前、第1セッション終了後、第2セッション開始前、第2、第3セッション終了後、フォローアップの各段階におけるそれぞれの変数の得点を示した。その際、羞恥感情、羞恥感情の認知的発生因およびコンドーム購入手動意図に関しては、各尺度の加算平均値を算出した。4種類の自己効力感については、評定値をそのまま使用した。

羞恥感情の得点については、第1セッションによって1.4ポイントの低下がみられた。その後1週間のインターバルによって0.9ポイントの増加がみられたが、第2セッションおよび第3セッションによってそれぞれ1.0ポイント、0.8ポイントの低下となった。トレーニング開始から、約1ヶ月後のフォローアップまでで、羞恥感情は合計2.7ポイントの低下が確認された。

羞恥の発生因についても、羞恥感情と同様の傾向であった。各変数ともに、トレーニングによって4.0から5.0ポイントの低下が確認された。特に第1セッションにおいて、2.3から3.0ポイントの低下を示しており、第1セッショ

表2 各測定段階における変数の得点

	トレーニング前	第1セッション終了後	第2セッション開始前	第2セッション終了後	第3セッション終了後	フォローアップ
羞恥感情	4.8	3.4	4.3	3.3	2.5	2.1
羞恥の発生因						
社会的評価懸念	7.0	4.0	5.3	4.3	3.0	3.0
相互作用混乱	6.7	4.3	5.3	3.3	3.0	2.3
自己イメージ不一致	7.3	4.3	5.0	5.0	2.7	2.3
自己効力感						
売り場探索	50	70	40	80	80	90
商品選択	30	50	50	70	90	80
商品購入	70	85	70	100	100	100
総合的自己効力感	30	60	40	60	75	80
行動意図	2.5	4.8	3.0	5.5	6.3	6.3

ンの効果が非常に大きいことを示唆している。

一方自己効力感は、いずれの得点もトレーニングによって増加を示し、30から50ポイントの増加であった。自己効力感は0から100までの数値を参加者に記入させる形で測定したが、フォローアップ時の得点はいずれの自己効力感も80ポイント以上を示しており、非常に高い自己効力感であったと言えるだろう。

さらにコンドーム購入行動意図は、トレーニングによって徐々に増加していく傾向が示された。ただし第1セッション、第2セッションではそれぞれ2.3ポイント、2.5ポイントの増加であったのに対し、第3セッションでは0.8ポイントとなり、第3セッションの効果は他のセッションに比べて小さいことが示された。ただし、トレーニング開始からフォローアップまでにおいて3.8ポイントの増加となり、トレーニング全体でみた場合に、コンドーム購入行動意図を確実に増加させていることが示された。

各変数のセッションごとの増加得点を表3に示した。なおトレーニング全体の増加得点として、フォローアップ時の得点と事前得点との差分を表3に含めた。

またもっとも重要な変数である羞恥感情およびコンドーム購入行動意図に関して、各変数につき平均0、標準偏差1に標準化した上で、各セッション終了後の得点をグラフ化したものを図1に示した。

図1より、トレーニングを実施する前にはコンドーム購入時に強い羞恥感情を抱いている一方で、コンドーム購入行動意図は非常に低いことが見て取れる。第1セッション終了後には羞恥感情の得点と行動意図の得点がほぼ同じに、第2セッション終了後には行動意図の得点の方が高くなり、セッションを重ねるにつれてその差は広がっていった。

以上のことから、本研究で実施したトレーニングによる羞恥感情の低減およびコンドーム購入行動意図の増加は明らかであったことが分かる。

考 察

本研究では、適切なコンドーム使用の最初の段階であるコンドーム購入行動に注目した。コンドーム購入行動は、羞恥感情によって抑制されることがこれまでに示されてきている²⁻⁶⁾。それに対して、羞恥感情をターゲットとした行動トレーニングが行われ⁸⁾、羞恥感情の低減およびコンドーム購入行動の増加に一定の有効性を持つことが明らかにされている。しかしながら先行研究での行動トレーニングは効果が持続せず、継続的な効果を持つトレーニングプログラムの開発が必要であった。

本研究では、コンドーム購入時における羞恥感情の発生因として指摘されている行動指針の不明瞭さ⁶⁾および社会的評価懸念⁵⁾に注目し、これらを解消するためにビデオフィードバック法を導入した新たなコンドーム購入トレーニングを構成した。先行研究で一定の効果が確認されている行動トレーニングに加え、認知的要素を含めたビデオフィードバック法を導入することによって、コンドーム購入時の羞恥感情の低減および購入行動の増加につながると考えられた。

本研究のトレーニングの有効性を確認するために、シングルケースデザインによる検討を行った。シングルケースデザインは従属変数の継続的な測定を行い、特定の処遇を導入することの効果がその測定値に反映されるかどうかを検討する方法であり、心理学の領域においては特に認知行動療法的アプローチの適用と効果の評価において広く用い

表3 各セッションによる効果

	第1セッション	第2セッション	第3セッション	トレーニング全体
羞恥感情	1.4	1.0	0.8	2.7
羞恥の発生因				
社会的評価懸念	3.0	1.0	1.3	4.0
相互作用混乱	2.3	2.0	0.3	4.3
自己イメージ不一致	3.0	0.0	2.3	5.0
自己効力感				
売り場探索	20.0	40.0	0.0	40
商品選択	20.0	20.0	20.0	50
商品購入	15.0	30.0	0.0	30
総合的自己効力感	30.0	20.0	15.0	50
行動意図	2.3	2.5	0.8	3.8

第1セッションから第3セッションまでの効果は、いずれも直前の段階の得点との差分である。トレーニング全体の効果は、トレーニング前とフォローアップ時の得点間の差分である。

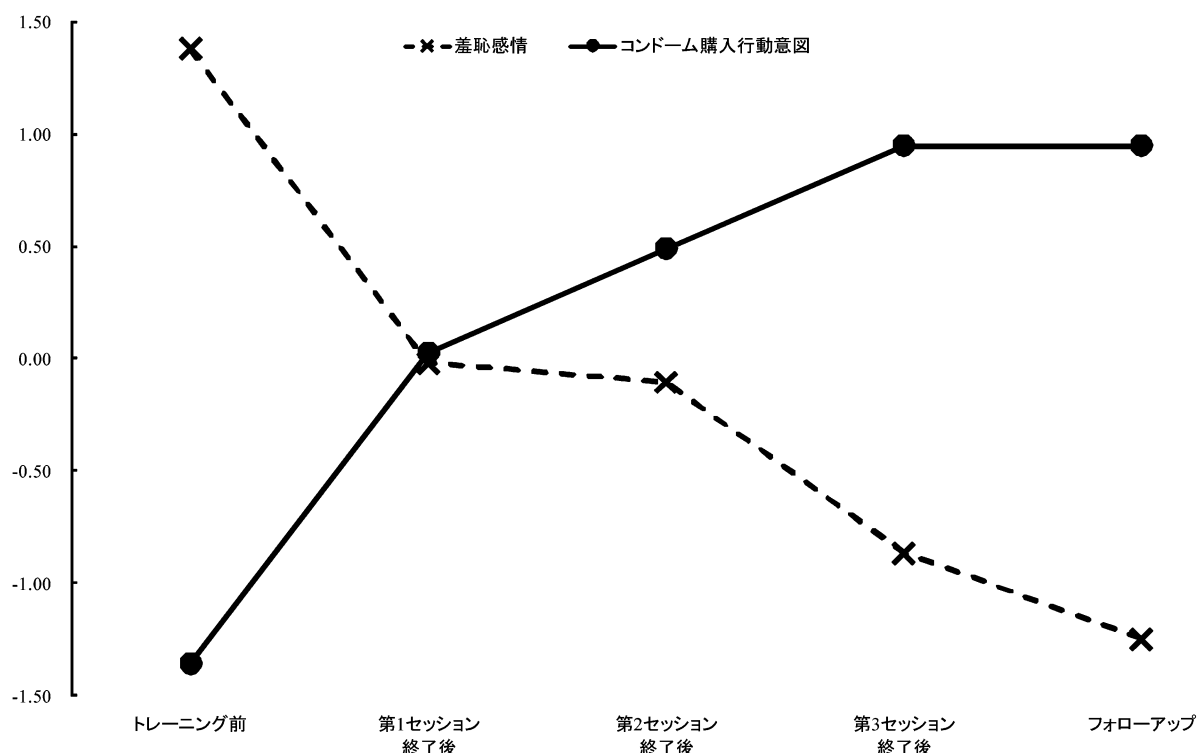


図 1 コンドーム購入時の羞恥感情と購入行動意図の推移
変数毎に標準化した得点 ($M=0$, $SD=1$) を使用している。

られている¹⁸⁾。

ベースラインであるトレーニング前の得点に比較して、介入後の得点は明らかな変化がみられた。これらの得点の変化はほぼ予測通りの結果であった。すなわち、ビデオフィードバック法を応用した第1セッションではコンドーム購入時の羞恥感情の大幅な低減とコンドーム購入に関する自己効力感および行動意図の増加が得られ、ロールプレイを行った第2セッションでは自己効力感の大幅な増加と行動意図の増加がみられ、行動トレーニングを行った第3セッションでは羞恥感情の低減と自己効力感および行動意図の増加が確認された。さらに、介入プログラム終了後のフォローアップ測定の得点においても、これらの変化は持続していた。これらの結果から、本プログラムは、適切なコンドーム使用の第1歩であるコンドーム購入促進にとって、有効なプログラムであると考えられる。

コンドーム購入時の羞恥感情は購入行動を阻害し^{2,6)}、そこでの羞恥感情は社会的評価の懸念⁵⁾や行動指針の不明確さ⁶⁾が原因となって生じることが示されている。本研究の介入プログラムによって、これらの発生因に関しても低減させることができた。Weiss et al.⁸⁾による行動トレーニングが一時的な効果を持たなかったのに対し、本研究のプログラムが少なくとも1ヶ月程度の持続効果を持ったのに

は、本研究のプログラムが参加者の行動のみならず認知的評価にアプローチする方法だったからかもしれない。

本研究のプログラムが有効であるという結果を得た背景には、シングルケースデザインによる検討が適切であったこともあるだろう。シングルケースデザインでは、多くの対象者を使用した研究デザインのように対象者間の差を誤差分散として無視することがなく、対象者個人の変動を正確に測定していくことができる。本研究の対象者は特性シャイネスや自意識の得点から、本研究の参加者は一般的な大学生に比べて羞恥感情を抱きやすいとして採用された。このように特に介入が必要とされるであろう個人を対象とする場合、介入プログラムの有効性評価にとっては、シングルケースデザインは適切なデザインであったと言える。

しかしながら、本研究の結論には一定の制約が存在する。まずは本研究で作成した介入プログラムの適用範囲についてである。例えばプログラム参加者の性別やコンドーム購入経験、年齢など、コンドーム購入時の羞恥感情や行動意図には様々な要因が関与していると考えられる。シングルケースデザインを用いた本研究の検討のみでは、プログラムの適用範囲については不明瞭であると言わざるをえない。本研究では、コンドーム購入に対して羞恥感情を抱

く典型的な男性を対象にして検討を行った。そのため羞恥感情が理由でコンドームを購入できない男性に対しては、本研究で作成した介入プログラムが有効性を持つとは言えるだろう。また羞恥感情がコンドーム購入を抑制するプロセスについては、性別によって大きな相違がないことが示されていることから⁶⁾、本研究のプログラムは女性にも同様に有効かもしれない。しかし一方で、コンドームを実際に購入している人はそうでない人よりも羞恥感情が低く、購入手動意図が高いことを示した研究も存在し¹⁹⁾、参加者のコンドーム購入経験によっては、介入プログラムの効果が異なる可能性もあるだろう。プログラムの適用範囲の明確化は、今後検討すべきもっとも重要な課題の1つである。

また本研究では、倫理的問題に配慮し、コンドーム購入に関するトレーニングであることを事前に伝えた上で参加者を募集した。それゆえに、研究者の意図が参加者の回答に影響するといったいわゆる実験者効果が存在している可能性もある。したがって、純粋なプログラムの効果についてもさらなる検討が必要である。

本研究におけるこういった問題点を解決するためにも、今後は大きく2つの課題に取り組んでいく必要がある。第1に、トレーニングプログラムの集団への適用可能性の検討である。わが国におけるHIV感染者の増加を考慮した場合、少人数を対象としたトレーニングプログラムは感染予防にとっては必ずしも有効だとは言いがたい。本研究で開発したプログラムのうち、第2セッションのロールプレイや第3セッションの購入手動トレーニングは数十名以上の集団に対しては実施が困難であるが、第1セッションは集団に対しても十分適用可能な内容である。本研究の結果では、第1セッションはすべての変数に対して適切な効果を有していたことから、今後は、第1セッションの内容を中心とした、集団に適用可能なプログラムを開発、実施し、その効果を検討していく必要がある。その際、第2および第3セッションにおいて特に自己効力感の増加が示されたことを参考にすべきである(表3)。第1セッションを中心としたプログラムを集団へ適用する場合には、先述の自己効力感の増加を促す4要素を意識してプログラム提供を工夫する必要があるだろう(例えばコンドームを堂々と購入しているビデオ内の登場人物が、トレーニング参加者と類似した人物であることを強調し、モデリングを促すなど)。様々な属性を持つ参加者を対象として集団への適用可能性を検討することで、本研究で開発した介入プログラムの適用範囲を明確にしていくこともできるだろう。

第2の課題は対照群の設定である。本研究において特に重視した変数である羞恥感情については、使用した尺度の測定値は2週間の期間をおいても大きな変化がないことが

確認されているため¹⁷⁾、対照群不在であっても、本研究で明らかになった介入プログラムの効果が否定されるわけではない。しかしながら上述の集団プログラムの開発の際には、より正確な効果の把握および他プログラムとの内容の相違による影響を検討する必要があるだろう。そこで今後はwaiting list control conditionや知識教育を中心としたプログラム等を比較群として設け、本研究のプログラムの有効性を検討していく必要がある。対照群を設定することによって上述の実験者効果の問題を解決することも可能になる。介入の効果を検討する研究において、研究目的を伏せた状態で実施することは倫理的問題から困難である。したがって、実験者効果そのものを取り除くことは不可能であるといえよう。しかしながら対照群を設けることによって、介入群と対照群の両者に実験者効果が同様に影響することになり、両群の比較からは純粋な介入の効果を検討することが可能になるだろう。

これらの直ちに取り組むべき課題の他にも、検討すべき課題は存在する。本研究では、プログラムの効果を判定するための最終的な変数として、コンドーム購入手動意図を取り上げており、参加者の実際の購入手動を扱ってはいない。多くの研究によって購入手動意図と購入手動が強い関連を持っていることが示されてはいるもの^(例えば20)、プログラム参加後の実際のコンドーム購入手動にどのような変化が現れるのかについては未検討である。また同様に、効果の持続性についても約1カ月後までの検討にとどまっております。これらの検討によって、本研究のプログラムの有効性をより詳細に明らかにしていくことができる。

文 献

- 1) 西和久, 日高庸晴: エイズ問題の解決に向けた学際的アプローチ: 人文科学・社会科学・行動科学系領域の学術的連携を目指して. 日本エイズ学会誌 4: 62-65, 2002.
- 2) Moore SG, Dahl DW, Gorn GJ, Weinberg CB: Coping with condom embarrassment. Psychol Health Med 11: 70-79, 2006.
- 3) Helweg-Larsen M, Collins BE: The UCLA multidimensional condom attitudes scale: Documenting the complex determinants of condom use in college students. Health Psychol 13: 224-237, 1994.
- 4) Dahl DW, Gorn GJ, Weinberg CB: The impact of embarrassment on condom purchase behavior. Can J Public Health 89: 368-370, 1998.
- 5) Dahl DW, Manchanda RV, Argo JJ: Embarrassment in consumer purchase: The roles of social presence and

- purchase familiarity. *J Consum Res* 28 : 473-481, 2001.
- 6) 樋口匡貴, 中村菜々子 : コンドーム購入行動に及ぼす羞恥感情およびその発生因の影響. *社会心理学研究* 25 : 61-69, 2009.
 - 7) 竹原健二, 松田智大, 児玉知子 : HIV 予防介入の介入プログラムに関する文献レビュー. *日本エイズ学会誌* 10 : 54-60, 2008.
 - 8) Weiss CS, Turbiaz AA, Whitney DJ : Behavioral training and AIDS risk reduction : Overcoming barriers to condom use. *AIDS Educ Prev* 7 : 50-59, 1995.
 - 9) Clark DM, Wells A : A cognitive model of social phobia (Heimberg RG, Liebowitz MR, Hope DA, Schneier FR eds), *Social phobia : Diagnosis, assessment, and treatment*, Guilford, pp 69-93, 1995.
 - 10) Heckelman LR, Schneier FR : Diagnostic Issues (Heimberg RG, Liebowitz MR, Hope DA, Schneier FR eds), *Social phobia : Diagnosis, assessment, and treatment*, Guilford, pp 3-20, 1995.
 - 11) American Psychiatric Association : *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*. 4th ed. Text-revision. American Psychiatric Press, 2000.
 - 12) Prochaska JO, DiClemente CC : Stages and processes of self-change of smoking : Toward an integrative model of change. *J Consult Clin Psychol* 5 : 390-395, 1983.
 - 13) 相川充 : 特性シャイネス尺度の作成および信頼性と妥当性の検討に関する研究. *心理学研究* 62 : 149-155, 1991.
 - 14) 菅原健介 : 自意識尺度 (self-consciousness scale) 日本語版作成の試み. *心理学研究* 55 : 184-188, 1984.
 - 15) Sanderson CA, Yopyk DJA : Improving condom use intention and behavior by changing perceived partner norms : An evaluation of condom promotion videos for college students. *Health Psychol* 26 : 481-487, 2007.
 - 16) Bandura A : *Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ, 1986.
 - 17) 樋口匡貴 : 恥の構造に関する研究. *社会心理学研究* 16 : 103-113, 2000.
 - 18) 南風原朝和 : 準実験と単一事例実験 (南風原朝和, 市川伸一, 下山晴彦編) *心理学研究法入門*, 東京, 東京大学出版会, pp 123-152, 2001.
 - 19) 樋口匡貴, 中村菜々子 : コンドーム使用促進に関する心理学的研究 (2) ~コンドーム購入に対する変容ステージと羞恥感情との関連~. *日本心理学会第 71 回大会発表論文集* p 925, 2007.
 - 20) Kirby D : School-based interventions to prevent unprotected sex and HIV among adolescents, (Peterson JL, DiClemente RJ eds) *Handbook of HIV Prevention*, Plenum, pp 83-101, 2000.

Pilot Study of Effects of Training Using Video-feedback Method on Purchasing Condoms

Masataka HIGUCHI¹⁾ and Nanako NAKAMURA²⁾

¹⁾ Department of Psychology, Graduate School of Education, Hiroshima University

²⁾ Center for Research on Human Development and Clinical Psychology,
Hyogo University of Teacher Education

Objective : To develop the training programs that help trainees feel less embarrassed about purchasing condoms and to promote the intention of purchasing condoms. To examine the effectiveness of these programs.

Methods : Using single case design methodology, training programs consisting of 3 sessions were delivered. The main content of the 1st session was watching videos of 2 patterns of actions of purchasing condoms. The 2nd session involved role-playing purchasing a condom, and the 3rd session was behavioral training of condom purchasing. The target variables were decreasing any feelings of embarrassment about purchasing condoms, higher self-efficacy, and increased intention to purchase condoms. Before the intervention, the variables were measured as a baseline. Moreover, at the end of each session and at a 1-month follow-up, the variables were measured again to find how effective the programs had been.

Results : After the training programs, the scores of the variables appeared to be changed in line with the predictions. At a 1-month follow-up assessment, there was a 2.7 point decrease in the amount of embarrassment felt, a 30 to 50 point increase in self-efficacy, and a 3.8 point increase of the intention to purchase.

Conclusion : Purchasing condoms is the first step towards using them properly and preventing the spread of the HIV virus. The training programs targeting embarrassment on the purchasing of condoms were effective. In the future, we need to examine how to apply these programs to different groups.

Key words : HIV prevention, intervention, single-case design, video-feedback method