

1. 2003年「6万年ぶりの大接近」が日本中を沸かせた

今から12年前の2003年8月27日、火星が地球に接近しました。この時の火星の視直径は25.1秒角、この数字は計算上実に6万年ぶりというものでしたので、マスコミがこの数字を大きく取り上げ、日本中で大きな火星ブームが起きました。当時、科学館や学校に設置してある大型望遠鏡は長蛇の列。しかし多くの人々は望遠鏡を通して見る火星の姿がこんなに小さいものとは思わなかったことでしょう。この機会に望遠鏡を購入した人たちも、きっと多かったことでしょう。しかし、多くの望遠鏡はその後お蔵入りとなったのではないのでしょうか。また多くの人たちは、2003年8月27日しか大きな火星は見えないと思っていたようです。実は2か月近くも観察の好期があるというのに。あれから12年、あと3年で火星大接近がふたたび訪れようとしています。右の図を見て下さい。2003年のような超大接近ではありませんが、火星の視直径が20秒を超える大接近が2018年、2020年と続けて2回起こります。

2. この企画の目的

この企画は2003年の反省を踏まえ、一般の人たちに正確な情報をお伝えし、「科学するところ」を養ってもらいたいという願いを実現させようとするものです。



図1 観望会の様子

・火星大接近という大きなイベントを通して、科学するところを多くの子どもたちや一般

の人たちに届けよう（図1）。

- ・本やテレビ、ネットで見える世界とは違う、本当の天体の姿を自分の眼でとらえ、感動してもらおう。
- ・天体望遠鏡をもっと身近に使ってもらおう。

3. キャンペーンに期待される効果

先に述べた通り、今回の火星大接近は地球と火星の一番近い地点を挟んで前後2回に及び、およそ2年半という長期にわたるキャンペーンとなります。マスコミや多方面の教育機関と連携し、人々の宇宙への憧れをサポートしていきます。ちょうどこの頃、話題のはやぶさ2が小惑星接近、地球帰還をする予定で、それとの相乗効果で話題性は高いと考えています。

① 惑星観察や天体観察の手法を広く啓蒙。

火星大接近を期に正しい天体観察の方法を広く情報提供することを考えています。

② 人々の自然科学への興味を高めます。

③ 天体観察ツールの正しい情報提供

天体望遠鏡はどのように使うのか。良い望遠鏡とは。高額な望遠鏡が決してその人に良い望遠鏡であるとは限らない。また反対に粗悪品の見分け方は。スマホなどで天体観察アプリを楽しむ方法。

④ 学校教育への貢献

子どもが初めて宇宙への関心を持つのは、小学校中学年～高学年と言われています。小学校では4年生と6年生で宇宙のことを習いますが、その補完としての役割を担います。

⑤ 生涯教育現場との連携

各地の科学館や児童施設などで行われている天体観察会向けに、様々な情報やノウハウを提供します。

⑥ 体験型学習に最適

現代の若者を中心とした情報文化はネット上で交わされています。しかし天体望遠鏡が見せる世界はまったく違った感動を人々にもたらすのです。

⑦ 業界の活性化

望遠鏡メーカーやショップ、そして関連の企業数が減少しています。若者が天体観察のような趣味を持たなくなったのも大きな原因と言われており、この機会を利用して業界の活性化を図ります。

- ・天体望遠鏡の推奨認定制度
- ・観察ガイドブックの発行
- ・キャンペーンポスターの制作
- ・Web 上での情報公開
- ・マスメディアとのコラボレーション
- ・各地での講演会の開催
- ・火星観望会実施ノウハウの公開
- ・学校との連携
- ・科学館との連携
- ・プラネタリウム番組の制作
- ・惑星観察シミュレーターの開発

4. 予定しているキャンペーン内容

日本望遠鏡工業会として、火星大接近キャンペーンを期に工業会として天体望遠鏡の認定制度(図2)を実施してみようと考えています。

現在は国産の天体望遠鏡もありますが、中国や台湾で生産されている望遠鏡も多く日本に輸入されています。必ずしも国産品が優良品というわけでもなく、輸入品の中にも非常に優秀な製品が多くあります。また必ずしも高額な望遠鏡が良心的に作られているというわけではなく、安価な製品にも非常に優秀なものがあります。粗悪な製品を排除するという意味ではなく、良心的に作られている製品に対して「推奨」を行う制度です。

そして同時に、日本の天体望遠鏡市場のレベルアップを図ろうという大きな意味もあります。他にもキャンペーンを用意しています。



図2 天体望遠鏡の推奨

5. 実施スケジュール

図3は2016年に火星が中くらいの接近をする5月31日の星空です。火星と共にさそり座のアンタレスがその赤さを競うように並び、さらにその横には土星があって、この上なく観察会には良い条件がそろっています。そこで私たちは、プレキャンペーンを2016年から始めたいと考えているのです。



図3 2016年5月31日の星空

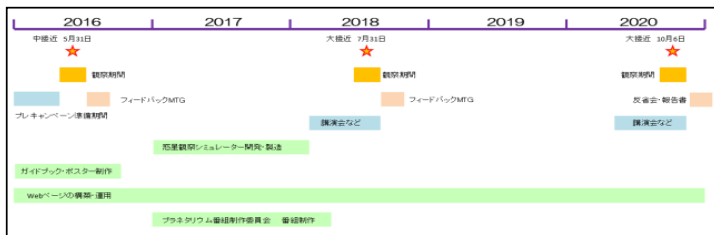


図4 実施スケジュール