

国際光年シンポジウム 伝統的七夕ライトダウン 2015 キャンペーン ～国際光年と戦後 70 年をキーワードに～

檜木梨花子（伝統的七夕推進委員会／星空公団）

1. はじめに

伝統的七夕ライトダウンキャンペーンとは 2011 年から始まった「伝統的七夕（いわゆる旧暦の七夕）の夜に一斉に明かりを消して夜空を見よう！」というキャンペーンです。2015 年には 5 回目を実施。節電の意識の高まりを契機として始まり、全国的な恒例行事へと定着することを目指しています。

2. 2015 年のキャンペーンについて

2.1 実施概要

名称：

伝統的七夕ライトダウン 2015 キャンペーン
スローガン：「明かりをけして 星を見よう」

日程：2015 年 8 月 20 日（木）の夜

対象：賛同する全国の個人・団体・事業者等

内容：全国一斉に星空を見上げる呼びかけ、各地のイベント情報の集約、個人・事業者・ランドマークなどへの消灯呼びかけ、光害対策の普及

2.2 2015 年の特徴

2015 年の特徴を以下に列記します。趣意書や、本キャンペーンの呼びかけ人の方々にキーワード等としてご使用いただきました。

(1) 国際光年

- ①「宇宙からの光」として光害について考える事やライトダウンについて呼びかけました。
- ②「星の光を集めよう」キャンペーンの一環として紹介しました。

(2) 戦後 70 年

「星空を心から楽しむことができる未来を願って明かりをけして星をみる日」と趣意書に明記しました。

(3) キャンペーンソングの展開

新居昭乃さんの唄う「蒼玉節（サファイアセツ）」をキャンペーンソングとして、親和性の高いラジオ番組で伝統的七夕ライトダウンの紹介を行いました。

2.3 周知方法

主に Web サイト (<http://7min.darksky.jp/>) にてイベントの周知や、ポスター等のダウンロード素材（図 1）を用意し広報を行いました。また twitter や Facebook アカウトにて Web サイトの情報の拡散・イベント等の紹介、賛同者の方の意見等を紹介させていただきました（図 2、図 3）。



図 1 ダウンロードできるポスターの 1 例



図 2 キャンペーンの twitter アカウト

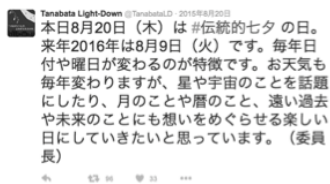


図3 twitter アカウントでの広報

3. キャンペーンの結果

2015年の伝統的七夕の日は平日かつ曇り/雨であり、協カイベント・協カ宣言登録数は2014年と比較し減少、例年並の件数でした(図4、5)。しかしながらウェブアクセスは月5000アクセスを下回ることがなく(図6)、twitterの当日RT(リツイート)数は過去最大の96件というものもありました(例年30件程)。「伝統的七夕」の知名度がだんだんと定着し、関心があがっていると考えられます。

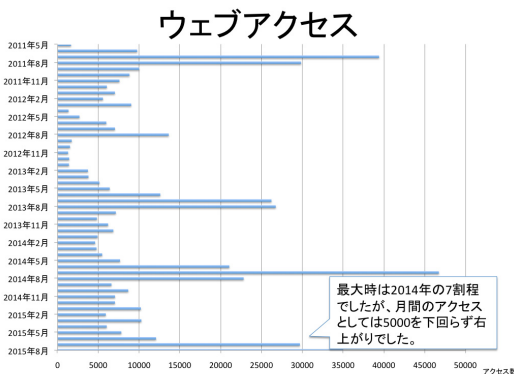


図6 ウェブアクセス数

4. おわりに

キャンペーンも5年目になり「伝統的七夕」=「明かりをけして星を見る日」という概念が定着しつつあります。またプラネタリウム・科学館など天文に関わる施設が、主体的にキャンペーンを呼びかけたり、イベント等の活動を行っていただける体制がある程度確立されました。

日付の関係(平日)で登録数は例年より少なかったのですが、協力方法に多様性(2015年は国際光年で光害の学習等)があり、色々な方向からキャンペーンに対してアプローチしていただけるという事が分かりました。

今後も天の川が見られる大規模なライトダウンを実現するビジョンを持ってマスメディアとも広く連携する事を視野に、キャンペーンを継続していきます。

協カイベント集計

今年の協カイベント数は以下の通りです。

協カイベント登録数 32件(当日18:00調べ)

8月20日が平日(木曜日)であった、月遅れの七夕と離れた日付であったということなどの理由により、例年よりも少なめでした。



(参考)

2011年	29件
2012年	41件
2013年	52件
2014年	88件

図4 協カイベント件数

協カ宣言

今年の協カ宣言は以下の通りです。

協カ宣言登録数 52件



・例年と同様、プラネタリウムや科学館等の「施設」に多く協カ宣言を頂きました。
 ・2014年までと比較して、小学校・高等学校での取り組み(団体)が増加するなど、協カの内容に広がりが見られました。

2015年8/20(木) 伝統的七夕ライトダウン2015キャンペーン
 明かりをけして星をみよう



檜木 梨花子

図5 協カ宣言件数