

## 2 - 8 地域でライトダウンを呼びかけるには？

きれいな星空を楽しみたい、と思っても、街は年々明るくなって、星が失われています。街路灯を上方に光が漏れないカットオフタイプにしたり、照明看板をなるべくダウンライトにしたりするよう働きかけをしていくことも重要ですが、一時的でも、みんなが一斉に照明を落とせば、街が暗くなり星空を取り戻すことができるのだという可能性を目で見て確かめることができます。できるところから呼びかけをしてみましょう。

### ステップ1 仲間づくり・コンセプトづくり

「一斉ライトダウン」を行うのは、とにかく多くの人々の協力が必要です。実施主体になる仲間を集めましょう。

最近では、環境省がライトダウンキャンペーンを呼びかけたり、「100万人のキャンドルナイト」が定着したり、「ライトダウン」という言葉も市民権を得てきていますが、それらの目的は二酸化炭素削減だったり、「ロハス」だったりいろいろです。自分たちの呼びかけの軸をどこにおくかというのも、仲間作りの際の大切なポイントでしょう。地域での「街づくり」「環境」系の活動をしている団体の様子をうかがってみるのもよいかもしれません。

またライトダウンに協力してもらうには、商業施設に関わる方たちに必ず呼びかけすることになります。商店街などを最初から巻き込むのも一つの方法かもしれません。広告灯の多くはタイマーで点灯しており、消灯には手間も費用もかかります。

また、集客数の減少などのリスクも伴います。それでも、消灯に協力してもらうためには「天の川を取り戻そう」といった、できるだけ多くの人々が共感し得るコンセプトをわかりやすい言葉で表現することが必要です。



ライトダウンイベントの様子。街の夜景と共に、星空の変わる様子も紹介できれば、多くの人に星のことや環境のこと……さまざまなことを伝えることができるでしょう。  
(写真提供/ライトダウン甲府パレー実行委員会)

### ステップ2 ライトダウン呼びかけ範囲・日時を決める

#### ①呼びかけ範囲を決める

「地域」と一言でいっても、行政区分で区切れる場合もあれば、もっと限られた範囲、さらに広い範囲など、いろいろな考え方があります。どの程度の領域ならば、「自分たちのまち」と思える範囲なのか、また、実施主体の規模と呼びかけ範囲のバランスを考えながら、どのあたりまで呼びかけるかを決める必要があります。

#### ②実施日時を決める

現在、全国的に行われている「100万人のキャンドルナイト」「環境省ライトダウンキャンペーン」などは、夏至や冬至の周辺で行われています。このように、すでに行われているものに時期をあわせると、呼びかけがしやすいメリットもありますが、「星を見る」ことを目的にすると、夏至はなかなか星が見えず、冬至はクリスマス時期でライトダウンもしぶられる…ということもあります。

また、なるべく晴天率の高い時期で、月明かりのない日を選びたいところです。石垣島で毎年行われているライトダウンは伝統的七夕に、甲府盆地で行われているライトダウンは最初の4年は「スター・ウィーク」にあわせていましたが、なかなか晴れないということで、現在は10月の休日の中で、「ヴァンフォーレ甲府の試合のない日」（スタジアムの照明が大変明るいので）および、夜8時の時点で月明かりのない日で選んでいます。

実施時間も決めておく必要があります。実施時期の日没時間、イベント実施可能な時間帯を考慮しながら決定します。ライトダウン甲府パレーでは、消灯時間は20時から21時と決めています。お店の中には、15分だけ協力、ということもあります。

### ステップ3 消灯の呼びかけを行う

#### ①どこが明るいかを調べる

特に、上方に漏れる照明として主なものは、グラウンド照明、商業施設の看板、街灯があります。また、マンションの明かりも星を見るのには妨げになっています。まず、あなたの街をライトダウンをしようとする時間に探索し、どの看板がどの程度明るいかを調査する必要があります。



ライトダウン前

## ②どのように依頼するか

グラウンドは、その運営主体（学校のグラウンドなどは教育委員会、自治体運営はスポーツ振興課など）に連絡をし、その当日の貸し出しを停止してもらいます。

商業施設については、コンビニエンスストア、飲食店、ドラッグストア、スーパーマーケット、パチンコ店、車販売会社、ガソリンスタンド、ホテル、など。それぞれの業種で、「協同組合」がある場合があります。遊技業協同組合、石油協同組合、旅館組合などです。コンビニエンスストアやファストフード店については、「フランチャイズ協会」「フードサービス協会」などがあります。そういった団体に依頼をすると、そこから各加盟店に声をかけてくれる場合があります。また、チェーン店については、本社に連絡をして、そこから各店舗に声をかけてもらうことが効率的な場合があります。判断が本社ではないと…というところ、個々の判断ができるところ、いろいろです。

また、そのような枠にはまらないお店や企業はたくさんあります。そういったところは、個別に訪ねていく必要があります。電話でお話をする方法もありますが、最初は、直接顔をあわせて話をしないと、なかなか理解されない場合も多いかと思います。

企業として参加するメリットは何かということも提示する必要があり、協力企業の名前が表にでるような工夫も必要です。



ライトダウン中

ライトダウンで「街が変わる」。高台などを会場にして、ライトダウンの様子を見ることで、街の明かりがどのように変化するかが一目わかります。（写真提供／ライトダウン甲府バレー実行委員会）

## ステップ4 PR企画や当日企画を考える

ライトダウンの意義について、多くの人たちに理解してもらえるような工夫も必要です。「光害（ひかりがい）」という言葉は、いまだに認知度が低く、光害とは何かを知ってもらうことも必要です。街中での観望会やパネル展示や講演会、プラネタリウムでのPRなどが考えられます。

また、せっかくライトダウンをするのですから、その当日みんなで星を見上げられる企画があったほうがよいでしょう。小高い丘やビルの展望台などの街を見下ろせるような場所にみんなで集まって、ライトダウンのようすを見守るのも、街が変わる瞬間を目の当たりにすることができて効果的です。

## ステップ5 夜空の明るさ調査も継続的に

光害の実態を知るためにも、あなたの地域での夜空の明るさがどの程度なのか、継続的な観測も重要です。子どもたちも参加しやすいような星空調査を行うことも、光害への認識を増やすために効果があります。

また、スカイクオリティメーター（SQM）などを用いて、地域の多点で観測を行うのもよいでしょう。環境省が毎年行っている「夜空の明るさ継続観察」に参加するのもひとつの方法です。