

「打ち水大作戦」

成蹊大学文学部現代社会学科

L025095 前田志乃

目次

はじめに	1
第 1 章 打ち水の歴史	3
第 1 節 江戸時代における打ち水	3
第 2 節 途絶えかけた習慣	6
第 3 節 現代における打ち水	7
第 2 章 2005 年打ち水イベントの傾向	14
第 1 節 環境活動型	14
第 2 節 環境対策型	16
第 3 節 まちづくり型	18
第 3 章 「広尾打ち水大作戦」	23
第 1 節 誕生のきっかけ	23
第 2 節 今後の課題	24
第 3 節 問題の解決に向けて	27
第 4 章 「打ち水大作戦」の課題	31

第 1 節	打ち水大作戦本部の抱える課題	31
第 2 節	打ち水をする効果的な時間帯	33
おわりに		35
注		37
付資料		40
・	浅井重範へのインタビュー 2005年9月29日実施	40
・	福田龍介へのインタビュー 2005年10月12日実施	53
・	河又雅之へのインタビュー 2005年11月2日実施	60
・	秋山洋祐へのインタビュー 2005年11月2日実施	70
・	森けあきへのインタビュー 2005年11月14日実施	76
・	村田素子へのインタビュー 2005年11月18日実施	84
・	2005年打ち水イベント情報	90
・	2005年打ち水イベント分類	100

はじめに

今年（2005年）の紅葉は例年に比べて、何となく遅いように感じた。気象庁がまとめたレポートでは、「日本の気温はこの100年で1.06 上がり、カエデの紅葉は50年で2週間余り遅れた¹」という。気温の上昇は大都市ほど顕著で、年間平均気温は100年間に東京で3.0、名古屋で2.7、京都で2.6、福岡で2.6 上昇。中小都市の平均（1.1）を2～3 近く上回った。気象庁では「ヒートアイランド現象によって長期的に気温が上昇している²」と分析している。

ヒートアイランド現象とは、都市部の気温が郊外と比較して島状に高くなる現象で、現代的な都市特有の環境問題の一つである。大都市部を中心に、気温が30 を超える状況が長時間化したり、熱帯夜の出現日数が増加している。原因としては、冷暖房、電気機器、自動車などの人間活動により排出される人工排熱の増加、緑地、水面の減少と建築物や道路舗装の増加などが挙げられる³。

私がこの論文を書くにあたって打ち水に興味をもったのは、夏を涼しくすごすための手段としてテレビ番組で取り上げられていたためである。「打ち水大作戦」のことを知ったのも、このときのことだ。初めは、舗装された道路に水を撒いたところで、どの程度気温を下げる効果があるのか疑問に思ったのだが、打ち水について調査しているうちに、気温を下げる以外にも効果があることを知った。全国で行われているイベントには、それぞれ特徴があり、目的も異なっている。主催者らと打ち水大作戦本部が抱える問題を明らかにし、問題点の解決策を提案すること、「打ち水大作戦」の今後の展望

について考えることが本論の目的である。

本論は4章で構成されている。

第1章では、打ち水の歴史について、生活習慣として行われていた江戸時代から、打ち水の習慣が廃れてきた1970年代以降、「打ち水大作戦」が誕生し、習慣が復活しつつある現代までの流れをまとめていく。

第2章では、現代の打ち水として、話題になっている「打ち水大作戦」のイベントについて分析を行う。

第3章では、「広尾打ち水大作戦」を取り上げ、インタビューをもとに、問題点や課題などを明らかにし、それらの解決策を提案していく。

第4章では、第3章で挙げた「広尾打ち水大作戦」への提案をもとに、全国で行われているイベントの課題解決に向け、自身の考察を述べ、「打ち水大作戦」がもつ可能性についても言及したい。

第1章 打ち水の歴史

第1節 江戸時代における打ち水

打ち水とはほこりを鎮めたり、暑さを和らげるために道や庭先などに水をまくことである⁴。しかし一昔前の日本において、打ち水は大事な礼節法でもあった。日常生活において特に大事なお客が家に訪ねてくる時には、家中の掃除に加えて門の内外から玄関まで掃除と打ち水をするのが一般的で、お客に心地よく家に来ていただくという「もてなしの心」を意味する習慣でもあった。古くから日本では、水には浄化する力があるとされて、さまざまな習慣が生まれてきた。例えば、手水や湯灌⁵が挙げられる。そのため打ち水も本来は「清め」の意味が一部あったものと推測される。水で門口や玄関を清めることにより、家に訪れる人々との関係を快いものにしたい、人々に心地よい気分で家に来てもらいたいという思いがあったのではないかと思われる⁶。

打ち水という習慣が日本において、いつ頃から一般的に習慣として広まったのか。それを検証するための資料が少ないのも事実だが、涼をとったり土埃をおさえる生活の知恵として、早くから庶民に定着していたのではないかと考えられる。江戸時代の俳句においても打ち水が涼の手段として一般的であったことを示す作品がいくつかあるが、節約意識が強かった庶民の生活感覚を踏まえれば、食物や顔を洗った水を暑い季節には打ち水として二次使用していたであろうと容易に想像できる⁷。江戸時代ともなれば、天皇や将軍でさえ、涼むためには誰かにうちわであおがせるか、風通しの良い場所へ行

くほかなかった。高貴な人も庶民も、夏の暑さから逃れる方法はなかったのである。

そうすると、夏を楽に過ごすための唯一の方法は、できるだけ気温を上げないようにすることで、もっとも手軽なのは、打ち水、つまり熱い地面に冷たい水をまく方法だった⁸。また商業の隆盛とともに「商店」が増えはじめる頃には、店先に並んだ商品に埃がかぶらないよう日常において打ち水をすることは必然的に習慣化していっただろう⁹。

しかしながら打ち水という習慣が日本人の間で一般化する過程には、涼の手段や埃をおさえるような合理性だけでなく、家に客を迎え入れるための「礼儀作法」として普及する段階があったと推測される¹⁰。「礼儀作法」としての打ち水が世間一般へ広がった理由と時期を考えた場合、武家貴族社会の影響を無視することはできず、武家貴族文化と町人文化が融合した江戸時代に注目せざるをえないだろう。一般町民への礼儀作法への普及を考えた場合、その伝達経路は武家から町人への伝播によるものが大きい。江戸の有力商人たちは、自分の娘を武家へ女中奉公に行かせ、行儀見習いや高い教養を身につけさせた。彼女たちがやがて江戸商人や有力町人の妻となり、商業文化や町民文化を形成する上で重要な位置を占めることとなる。このような階級間での文化伝播によって、茶道や武家礼法をはじめとする多くの礼儀作法が一般町民へ普及していったものと考えられる。商人にとっては店前の埃をおさえる習慣にすぎなかった打ち水も、やがては茶道における打ち水のようにお客を気持ちよく迎え入れる意味も含んだ習慣として商人たちへ広まっていったとも考えられる。

江戸時代の遊技芸能（特に茶道）は武士の男の世界を意味していた側面もあったが、明治時代後期には婦女子の行儀作法習得のためにも重要視され、その文化の担い手として女性が大きな役割を持ちはじめた¹¹。そしてその女性たちが学んだ礼節を各課程で実践し、生活習慣として世間に定着させていったと考えることもできる。

礼儀作法の普及と同じような経緯で、作法としての打ち水も世間一般に習慣として広まっていったのではないだろうか。そして涼みと土埃を抑える生活の知恵としての打ち水が、やがてお客を迎え入れる際の作法の意味も含んで一般的な習慣として根付いていくにあたり、一番大きな影響を与えたのは打ち水の作法を確立していた茶道ではなかったかと思われる。茶道における礼節心は静肅な心でお茶をいただき、人々の調和をはかってお互い敬うことがその基本となっている¹²。一期一会という言葉があるが、これも元々はお茶に関係した禅語で¹³「一生に一度の出会い」を意味しており、茶会において相手の人々に対し全身全霊をもって接するその心得をあらわした代表的な言葉として一般的に解釈されている¹⁴。細かい礼節法が取り決められた茶道では、打ち水もそのような茶道の精神性を意味する大事な作法となっていると言える。茶道ではその茶事の催しに先立ってお客を迎える30分ほど前に門の内外から玄関、露地に打ち水をする。場合によっては数時間前から何度も水を打つこともあり、茶道における打ち水は夏冬関係なく行われる。その目的として、埃を洗い流して茶の湯の環境を涼しげにしたり、門や露地の敷石を濡らすことによって風情を出すことを挙げることができるが、同時に打ち水には水による浄化としても「清め」の意味も含まれている。茶会の催される茶室は道場もしくは聖域とも言えるが、門から茶室

に至る露地はいわば俗界と道場の境界であって世俗の塵を清めるところでもある。門から露地にかけて打ち水することは聖なる場所への道を清めることでもあり、茶会に参加する人々が清廉なる心持でのぞみながらお互いに接するという意味でも大変重要な作法と言えるであろう¹⁵。

第2節 途絶えかけた習慣

1960年代中頃までは、朝や夕方に、バケツに水をくみ柄杓で自宅の前や庭に水をまくことが、当たり前前の光景であり、夕方になると自宅の前に縁台を置き、涼を楽しみ下着姿で近所間が交流する姿が見られた。1970年代中頃になると、水道からホースをひいて水をまく家も増えた。打ち水をすることによって、来客をもてなし埃が舞うのをおさえ涼をとり、狭く密集した都市住宅の中でも、健康で豊かな生活を送る工夫をしていた。生活習慣として打ち水を行うことにより、健康で快適な環境にし、近隣住民とのコミュニケーションが生まれ、思いやりのこころや助け合うことの大切さを育んできた。しかしその後、伝統的なコミュニティが失われていくにつれ、次第に町内の道路すべてに水が撒かれているという状態はなくなった¹⁶。

なぜ打ち水という習慣がなくなってきたのか。理由としては、冷房機が普及し、窓を閉め切った生活時間が長くなったこと、核家族化と女性の社会進出の結果、時間的に打ち水が困難になったこと、玄関は家の顔であるという意識のもと毎日玄関を掃除し掃き清めたが、その価値観に対する変化、打ち水をしない家が増えたことによる、自分もしなければという責任感や義務感の喪失、車社会が発達した結果道路の舗装化が進み、砂埃が舞わなくなった

こと、などが挙げられる¹⁷。その中でも、冷房機の普及というのが最も大きな原因となっているであろう。1970年には、日本での空調機の保有率は100世帯あたり5台にも達していない状況で、空調機は贅沢品だった。それがやがて機械そのものも電気料金も安くなっていき、日本で空調機の保有率が一世帯あたり一台になったのは、1987年頃であった¹⁸。これはちょうど打ち水の習慣が廃れてきた時期に当てはまる。科学技術の発達による社会や生活様式の変化のため、現代ではごく少数の伝統を守る家、老舗などが、朝や夕方に打ち水を行っている状態である。打ち水は今でも多くの人々に街の懐かしい風情と四季の情緒を感じさせる風景であるが、最近では見かける事が少なくなってしまった。

第3節 現代における打ち水

冷房機や舗装道路、そして高層住宅の普及により失われていった夏の風物詩、打ち水であるが、2003年夏、ヒートアイランド現象に対抗するため、打ち水大作戦が誕生、途絶えたかと思われた打ち水の習慣が再び復活し始めた。

打ち水大作戦は、深刻化するヒートアイランド現象に対して、江戸時代には庶民に広く浸透していたと言われる「打ち水」という行為の有効性を、みんなでいっせいに打ち水をし、具体的に気温がどれだけ下がるかということによって検証しようとする市民参加型社会実験イベントである¹⁹。ヒートアイランド対策として、国土交通省の研究機関である独立行政法人土木研究所は打ち水の有効性に注目。主任研究員木内豪ら水工研究グループは東京都区内で散水可能とさ

れる 280 平方キロメートルに、1 平方メートルあたり 1 リットルの水を散水すれば気温を 2℃ 下げることができるだろう、というシミュレーションを試算した²⁰。これを知った国土交通省河川環境課長（当時）岡山和生は、実験、実証してみたいと第 3 回世界水フォーラム事務局長（当時）尾田栄章と、雑誌『広告』編集長（当時）池田正昭とともに盛り上がり、2003 年 6 月、記念すべき第 1 回目の打ち水大作戦が動き出した。ちょうど江戸開府 400 周年であり、東京で開催したことから「大江戸打ち水大作戦」と名付け、「百万人の打ち水絵巻」と銘打った。そして第 3 回世界水フォーラム事務局（現日本水フォーラム）を中心に、アースデイマネー・アソシエーション、ピースフルエナジー、ヘブンデイズ、渋谷川ルネッサンス、という 4 つの NPO とともに「大江戸打ち水大作戦本部」を構成することとなった。そのほか第 3 回水フォーラムにユースとして関わった明治学院大学の学生高橋佑司を中心に、学生による「打ち水若人隊」を結成。30 人ほどのメンバーで、8 月 16 日に大江戸温泉物語協力のもと、自主企画によるイベントにて打ち水のデモンストレーションを実施²¹、若者ならではの行動力でさまざまな活動の実行部隊として、駅や店舗へのチラシ、ポスターの設置や特設会場の企画や運営に携わった。

作戦本部は、ウェブサイト、名刺サイズのフライヤー、街頭スクリーン CM、手ぬぐい、ポスター、新聞広告といった広報ツールを用い、「みんなの手で灼熱の東京の気温を 2℃ 下げよう」と 100 万人の参加者を目標に、8 月 25 日（月）の打ち水参加への呼びかけを約 1 ヶ月間行った²²。作戦決行日正午、打ち水の効果測定と、取材受け入れのために設けられた 5 つの協力拠点（大江戸温泉物語、大鵬部

屋、銀座金春通り、都庁前都民広場、墨田地区 { 第一寺島小学校、地蔵坂通り商店街 }) で打ち水を実施し、気温を測定。平均で1℃低下という結果を残した。協力地点での参加者も含め、推定で34万人が参加²³したとされる。池田によれば「大してイベントにはならなかったが、準備期間が短かったわりにうまくいき、大成功だった。」という。

その翌年の「打ち水大作戦 2004」は8月18日(水)～25日(水)までを打ち水週間とし、その規模を全国に拡大。8月18日、25日をそれぞれ開幕打ち水、閉幕打ち水として、いっせいで打ち水の日として設定した。目的として、気温を下げることで、環境問題に対する意識啓発、江戸時代のエコライフ・伝統文化の見直し、コミュニティの再生、冷房の使用機会減少による省エネルギー及び温室効果ガス排出量の削減を掲げ、都内で推定32～87万人が参加するという広がりを見せた²⁴。打ち水の効果について、打ち水大作戦本部チーフ浅井重範は「まず第一に気温が下がるというのが、重要な効果ではあるんですけども、涼しさや吹いてくる風を実際に肌で感じることもできますし、打ち水をきっかけにご近所の付き合いが生まれてコミュニティの再生につながっていったり、江戸時代の文化みたいなものを見直すきっかけにもなっていると思いますね。」と言っている。

この年の特徴として、浅井は「メディアに取り上げられる量が半端なく増え、東京都内に限らず、福岡、大阪、名古屋など大都市にも広がった年だった。」と言う。東京都以外で全国各地に立ち上がった独自の打ち水大作戦本部は、桐生市、川崎市、横浜市、奈良市、佐賀市など19ヵ所にもなった²⁵。

「風をおこそう」を合言葉に、唱歌「春の小川」の舞台となった渋谷周辺の暗渠化された川を打ち水で再現するため、実際に川のあった道筋を重点的に打ち水し、束の間みんなの手で川の道をつくりだそうと「春の小川打ち水大作戦」という新たな取り組みも加えながら、日本全国で作戦を展開した²⁶。

また日本国内にとどまらず、国外第一号としてストックホルム水シンポジウム会場でも打ち水を実施。二次利用水を使用する点が、水不足に苦しむアフリカからの参加者にも好評だったという²⁷。

この年には、日本イベント大賞の地域イベント部門賞をはじめ、「平成 16 年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」対策活動実践部門や、第 44 回「消費者のためになった広告コンクール」(日本広告主協会主催) 新聞広告部門 G ブロック(公共広告)にて金賞を受賞するなど、数々の賞を受賞した²⁸。日本イベント大賞とは、社団法人日本イベント産業振興協会・JACE の創立 15 周年事業として開催したもので、地域イベント部門賞は地域の文化保護や産業振興など、地域活性化に貢献したイベントを生み出し、推進する人々を表彰するというものである²⁹。受賞理由としては、「身近で誰にでもできる『打ち水』という伝統的な行為を、地球環境問題にまで思いをいたすイベントにまで高めたこと等、NPO ならではの着眼点の良さと、実行力、波及力の大きさが高く評価された。³⁰」という。

そして 2005 年、「地球温暖化対策元年 日本には『打ち水』があるじゃないか³¹」と銘打ち、「打ち水大作戦 2005」が実行された。3 年目となった今年は、7 月 20 日(水)から 8 月 31 日(水)までと、これまでより期間も長くなった。「全国いっせい打ち水」は当初 8 月 10 日(水)に設定されていたが、東日本を中心に天気がぐずつき、

「打ち水日和」とはならなかったため、8月31日(水)も「全国いっせい打ち水 2」として設定されることとなったが、この日もあいにくの空模様となり、「一千万人の打ち水絵巻」の実現は来年へと持ち越された。期間中 43 日間で、東京では推定 71~134 万人が参加したとされ³²、新しい取り組みもたくさんあった。

特に大きな取り組みとしては、木曽檜の間伐材で作った手桶の開発が挙げられる。池田の話によれば、「最初は、100 円ショップで売られている桶を間に合わせで使っていた。去年は 100 円ショップでの取り扱いもなくなってしまい、入手するのに苦労したので、自分たちオリジナルの桶を作れないだろうかと思って生まれたアイデアだった。木曽福島の町おこしにもなり、大きな宣伝効果をもたらした。全国の木材屋にも声をかけてみようということになり、九州でも杉の間伐材を使った桶が誕生した。これは来年以降もっと広がる予定で、林野庁も乗り気だ。2006 年は、自分たちの地域の森の木でつくった桶を打ち水に使う、という構想を実現させたい。」という。町おこし、林業の振興、と思わぬ効果をもたらした。

他に新たな試みとしては、打ち水大作戦の公式キャラクターとなった「2 ちゃん」がある。2004 年 8 月、打ち水大作戦の秋葉原版「うち水っ娘大集合！」のイメージキャラとして登場したものだ。



図 1 「2 ちゃん三姉妹」

うち水っ娘大集合！2005 のホームページ
<http://uchimizukko.chu.jp/>

環境問題とは無縁のような秋葉原の人々が、趣味の延長上で社会貢献できるきっかけを提供する環境キャラクターをボランティアでつくった。そして、2005年、打ち水大作戦の公式キャラとして選ばれ、アニメ化などさまざまな計画が進行している³³。

また2005年から、イベント企画集団「タンツーどっとネット」のタレントであるフジタシンヤが、「タンツーどっとネット」、女性だらけの演劇集団「危婦人」、ストリート系ピアノユニット「リリカル茶」とともに、劇団「打ち水カンパニー」を旗揚げし、全国のイベントに出演して、「打ち水劇」や『打ち水音頭』などのパフォーマンスで打ち水大作戦を盛り上げ、打ち水のよさを全国に伝えていった³⁴。彼らが振り付けを考えた『打ち水音頭』は、2004年の打ち水大作戦が終わった後にJASROW コンサートプランニング代表の清水泰郎によって作詞作曲され、2005年、「リリカル茶」のOYAKATAによりさらにアレンジされたものである³⁵。2005年にCD化され、各地の打ち水大作戦でバックミュージックとして使用された。

2005年の特徴として、浅井は「今年は地方分散という印象がすごくあり、地方のメディアに取り上げられることも多かった。大都市から更にまた近郊の都市に広がっていくという感じで、本部は全然把握していないという場所もたくさんあるはず。」と言っている。確認できただけでも、北は北海道から南は鹿児島まで、100カ所近い場所で打ち水が行われた。

さらに、前年のストックホルムでの打ち水に続いて、2005年はパリでも打ち水が行われた。「パリ打ち水大作戦」は、フランスに留学中の打ち水若人隊橋田幸弓を中心とする若人隊のメンバーが、「UCHIMIZU」をパリにアピールするため企画したものである。2005年

8月17日(水)にパリ市庁舎前で実施、午後1時20分及び1時50分から計2回行い、参加者は合わせて100人以上と予想以上の盛り上がりになった³⁶という。

第 2 章 2005 年打ち水イベントの傾向

ここでは、「打ち水大作戦 2005」のホームページより得た情報をもとに、全国各地で行われた打ち水イベントを目的ごとに 3 つに分類し、分析を行っていく。

第 1 節 環境活動型

主催者は企業で、環境活動として行っているものをこれに分類する。2005 年は、カルピス株式会社、らでいっしゅぼーや株式会社、株式会社学習研究社、などが参加した。確認できただけで、10 社が参加している。環境問題への関心が高い昨今、企業の社会的責任として、温暖化防止に取り組もうということのようだが、打ち水大作戦の趣旨に賛同した個人が同僚を誘って実行したケースもあるようだ。いずれも会社の敷地内で、社員のみが参加する形を取っているものがほとんどである。通行人を巻き込んでやることもないので、規模は小さめで、内輪的な印象を受けた。カルピス株式会社、カシオ計算機株式会社をはじめに、10～30 人程度の参加者で、あまり規模の大きくないものが多いが、株式会社学習研究社、株式会社ダイエーなど、打ち水大作戦に協賛し、全社をあげて打ち水に取り組んでいる企業もある。そういった企業では、特に日ごろからの環境意識が高いようである。株式会社学習研究社はホームページで、学研環境憲章として「地球環境問題が大きく叫ばれる昨今、地球環境負荷を軽減し、持続可能な社会の形成に貢献することは、企業の社会的責任であると認識しております。そして教育を事業の柱の一つに

据える企業として、環境教育・啓発に関する事業を通して、人々の『地球を大切に作る心』を育むことは当社の使命であると考えております。」³⁷と掲げている。

そのなかで、参加者数や撒いた水の量が多く、規模が大きいものの、他企業と少し違うのが、らでいっしゅぼーや株式会社である。社員が打ち水を行うだけでなく、全国の会員や生産者にも参加を呼びかけ、打ち水の普及、温暖化防止活動の輪を広げることを目的としている。

2005年の計画は「各社員の自宅からお風呂の残り湯やお米のとき汁等をペットボトルで集め、物流センターの雨水やエアコンの室外機の水を貯めて、8月10日（水）³⁸に総勢約450名の社員で本社及び全国の5つの物流センターの敷地や近所の公園にていっせいに打ち水を実施します。

また、温暖化防止活動の輪を広げるために、全国の会員約75,000世帯および生産者団体約300グループに対しても参加を呼びかけます。」³⁹という内容であった。らでいっしゅぼーやは環境NPOの活動から生まれた「環境保全を企業理念に掲げる、環境保全型農産物と無添加食品の会員制宅配会社」⁴⁰であり、元々環境意識の高い企業であるとはいえ、かなり熱心な取り組みようである。ただ単に水を撒いて終わりというのではなく、太鼓の合図で一斉に水を打ったり、打ち水終了後にスイカ割りをするなど楽しいイベントを作り上げた。「打ち水をきっかけに他部署との交流が生まれた」という感想も出ており、社内のコミュニケーションを活発化させるという効果ももたらした⁴¹。今後は実行委員会を設け、社内でアイデアを募り、新しい取り組みも取り入れていくという⁴²。

企業で打ち水に取り組むとなると、平日の昼休みという時間帯にやることになり、らでいっしゅぼーや株式会社や株式会社学習研究社のように、企業の方針として全社で取り組まないかぎり、大きな効果をあげるのは難しいようだ。

第二節 環境対策型

気温を下げようと、温暖化防止・ヒートアイランド対策として取り組まれているタイプと、多くの人の環境意識を高めようという啓発タイプの2つに分けられるが、これらを環境対策型に分類する。主催するのは、主に打ち水大作戦本部や行政、NPOである。このタイプはヒートアイランド対策を目的としているだけあって、都心部や大都市で行われているものが多い。気温測定がしっかり行われており、「大手町丸の内有楽町打ち水大作戦」で平均して1.0 下がったほか、「かわさき打ち水大作戦」で平均して0.8 下がったなど、ほとんどのイベントで効果があったとしている。気温測定をしていないところでも、涼しくなった、風が吹いた、など体感温度は下がったようだ。

打ち水を普及させることや環境意識を高めることを目的としているこのタイプのイベントでは、参加者数や撒いた水の量が多く、規模はかなり大きい。数個のNPOが共同で実行委員会を作っているものもある。打ち水に使用する水は、下水道局協力のもと、通常の下水処理過程に加えて高度処理（ろ過・滅菌）を施した高度処理再生水⁴³を利用し、大量の水を撒いているところが多い。例としては、「横浜打ち水大作戦 2005」や「名古屋打ち水大作戦 in 愛・地球博」、「銀

座涼風計画」などのイベントが挙げられる。「名古屋打ち水大作戦 in 愛・地球博」は、各パビリオンのスタッフや一般来場者も参加しているため、多くの人に打ち水を広めるという目的はかなり達成できたうえ、日本人だけでなく、多くの外国人にも打ち水を広めることができたものと思われる。「銀座涼風計画」では、打ち水をしている範囲は三越から松屋までの店舗前の道路、約 100 メートルと、それほど広くはないが、夏休み中の日曜日ということもあり、多くの買い物客や通行人が参加し、「打ち水の効果を全国に周知する」という目的は達成できたようだ。

行政が主催しているイベントも のタイプが多い。例えば、「武蔵野打ち水大作戦」が挙げられる。武蔵野市環境生活部環境政策課福田龍介によると、「水を撒くことによって涼しくなるというのを、実際に市が主導でやることによって、市民の方に知ってもらって、最終的にはそれぞれの家庭で夏の間ずっと打ち水をやってもらうというのが理想だということで、啓発の目的で始めた。」という。その啓発の効果に関して福田は、「今回は 5 日間で、市の施設を中心に行ったが、全部でのべ 921 人が参加してくれました。公園を使って一般の市民の方にも打ち水をやってもらったところでは、『涼しくなった』『家に帰ってもまたやってみたい』という声が聞かれました。」と言い、多くの人に打ち水を広めることができたとしている。

「杉並区役所打ち水大作戦」では、期間を 8 月いっぱいとしているように、この手のイベントは実施期間が長く、実施回数も多いので、打ち水を習慣づける効果も大いにあったと思われる。

第3節 まちづくり型

地域との親交、コミュニティの再生を目的とするものをこれに分類するが、前述の環境活動型、環境対策型に比べるとだいぶ少ない。確認できたのは、「広尾打ち水大作戦」、「小田原お堀端通り打ち水大作戦」、「八丁打ち水大作戦」、「柳瀬川ふれあい祭り打ち水大作戦」の4つのみである。気温を下げるのが、本来の打ち水の目的であるので当たり前のことかもしれない。

これら4つのイベントでは、二次利用水の使用というルールよりも、交流を深めることや商店街の活性化という目的を達成することを重視している。打ち水に使用する水は、「柳瀬川ふれあい祭り打ち水大作戦」を除いて、井戸水を使用している。気温を下げることも目的ではあるが、それよりも参加者がどれだけいたか、参加者が楽しめたかどうか、ということのほうが重要になっている。

NPO 法人小田原まちづくり応援団は「小田原の水を景観、防災、環境面から大切に活用するまちづくり事業として、『水プロジェクト』を立ち上げることにしました。その第1弾として、『小田原お堀端通り打ち水大作戦』を実施しました⁴⁴。」という。小田原まちづくり応援団理事長の平井丈夫が中心となり、「商店街活動に今ひとつ消極的だったメンバーへの参加意識の向上とまちづくり活動への理解を深めること」を目的として実施した。打ち水をした効果について平井は「打ち水用の水桶を各店頭に置いてみたのですが、老若男女問わず、ほとんどの商店の方が参加してくれました。また、通行人の参加もあり、楽しいイベントになりました。しかし、コンクリートやアスファルトで覆われた現在の街並みでは、焼け石に水の感は

否めません。土の路面の復活や植栽を増やす、水路の開渠化など、景観、防災、環境などトータルなまちづくりを目指したいと思いません。」と言っている。

「八丁打ち水大作戦」は八丁通り商店会青年部長河又雅之が「商店街でのイベントが途絶えてしまっていたので、お金と時間のかからないイベントをやろうと探しているときに、娘から打ち水イベントのことを聞いたのがきっかけで、コミュニティの再生にも効果があると聞いて始めることにした。」ものである。打ち水をやる目的は「商店街の活性化、商店街の認知度を上げること」としており、その効果について「認知度は上がった。他にももっとイベントをやっていこうと、商店会内も活発になりつつある。」と河又は言っている。井戸を所有している商店が意外と多いことが判明し、災害時にも使えそうだと認識できたという思わぬ効果もあった。このイベントの特徴は打ち水する時間帯を昼間ではなく、午後5時に設定していることである。これについて河又は「お客が多いということもあるのだが、もともと日本でやっていた打ち水というのは、昔から、朝と夕方やっていたのが基本で、特に夕方撒けば気温が下がって涼しくなるので、効果もそのほうがあるのと、昼間より夕方の方が参加しやすいことと、特に炎天下外に出てやるということはいろいろ問題があるので夕方にした。」と言っている。

また3店舗のクリーニング店の協力のもと、浴衣での参加者には浴衣の無料クリーニング券を配布した。この結果について河又は、以下のように語っている。

「実際に浴衣の無料クリーニング券は52枚使用された。初めての

お客さんもいらっしまったというから、ここにクリーニング屋さんがあるという認識を持ったお客さんがいるのだろうなと、思うのですが。直接すぐの売り上げにはつながらないが、そういう効果が一部の店舗であったということでは、商店会の売り上げを最終的に伸ばしていくことも含めて、打ち水をしたからといって急に売り上げが伸びるということはないのだが、認知をしてもらえたということでは結構できたのではないかと思う。法人会のほうでも夏のイベントができたから、冬のイベントも考えようみたいな話が出てきている。ある程度参加人数もいたし、何となくうまくできたという思いがあったみたいで、また何かやろうという動機付けになったかと思えます。完全な再生化とまではいかないけれど、そのきっかけにはなりつつあると思えます。⁴⁵」

商店街全体の認知度が上がり、商店会や法人会の活動も活発になりつつあり、この冬、商店会では青梅街道沿いの街路樹にクリスマスのイルミネーションを飾り始めたという。

そして2005年、東京都内で最も早い時期に行われたのが「広尾打ち水大作戦」である。主催者は聖心女子大学の学生有志で、広尾町会、広尾商店街振興組合が共催者として、広尾散歩通り（駅前中央通り）にて、7月17日（日）の10時からと、12時30分からの計2回打ち水を行った⁴⁶。「広尾打ち水大作戦」リーダーの聖心女子大学3年森けあきによると、この打ち水イベントの狙いについて「1つ目は打ち水による地球温暖化の阻止。2つ目は学生と広尾商店街との交流。地元の方々と交流を深められたら、もっと大学生活をエンジョイできるのではないかと考えて設定しました。3つ目は、商

店街の方からの案をそのまま取り入れたのですが、バケツリレーによる広尾地区の防災訓練。商店街近くの井戸水を使用しています。これは最終的に、広尾打ち水大作戦のオリジナリティになったのではないかと考えています。」と言い、3点とも達成できたという。このイベントの特徴は、朝市と合同で行っているという点である。広尾商店街振興組合事業部部長秋山洋祐は「始めるにあたっては、せっかくやるんだから人の多いほうがいいということで、当商店街では第3日曜日に朝市というのをずっとやっているの、その朝市のとときにやれば、それなりの宣伝効果があるからそのときにやったらどうかということになりました。」と言っている。学生は朝市の準備を手伝い、主に売り子として貢献したり、うちわやタブロイドを配ったりして、打ち水への呼び込みを行ったほか、井戸水の汲み出しもした。

一方で「ほとんどの準備はやってもらった。例えば、焼きそばの材料も切るところまでやってもらった。本当においしいところだけやらせてもらった形です。当日は、商店街中に打ち水のアナウンスするのを手伝ってもらったり、昼食の手配をしてもらったりしました。」と森が言うように、下準備は商店街が担当し、主役である学生たちを裏方として支えた。朝市と打ち水の関係について秋山は「朝市で白玉汁粉や焼きそばを安く提供して、少しでも朝市に来てくれた人の足を止め、打ち水に参加してもらえるようにしている。逆に打ち水があるということで、朝市に興味を持って来てくれた人もいたようだ。」と言っている。

まちづくり型のイベントは、商店街を会場にしているケースがほとんどであるため、いかにして商店街からの協力を得るか、営業中

の店舗にはどのように参加してもらうか、が課題となっているよう
だ。

第3章 「広尾打ち水大作戦」

全国で行われた打ち水イベントの中でも、学生と商店街が共同で行っている「広尾打ち水大作戦」は珍しいケースである。第3章では、この「広尾打ち水大作戦」に焦点を当てていくことにする。

第1節 誕生のきっかけ

「広尾打ち水大作戦」は、2004年に聖心女子大学で開催された世界フェアトレードデーで、聖心女子大学のボランティアセンターである、マグダレナ・ソフィアセンター職員の村田素子が、打ち水大作戦本部の池田に出会ったことがそもそもの原点である。その前年の2003年あたりからキャンドルナイトが流行っており、村田も学生とともにキャンドルナイトを行う計画を立て、話を進めていたが、なかなかうまくいかないというときに、池田が「今年（2004年）は打ち水がいいよ。」と打ち水を薦めた。そのことを学生に伝えたところ、とても乗り気で打ち水をするようになったという経緯がある⁴⁷。村田の狙いは、「キャンドルナイト実行委員として人が集まってきたが、学年が違い、初めて会うメンバーで、それも週1回しか会わないため、コミュニケーションがうまくいかず、一体感ができるのに時間がかかっていた。結果的に打ち水の話にのってきたので、打ち水を取りあえずやってそこで一体感を作り、冬に改めてキャンドルナイトをやる。」ということにあった。こうして村田は、当時聖心女子大学2年生だった森けあきに打ち水を薦め、更に明治学院大学のボランティアセンターとの関連で知り会った、打ち水若人隊のリー

ダーである高橋佑司を森に紹介した。結果的にそのついで、打ち水若人隊のメンバーが、「広尾打ち水大作戦」の情報を聞いて本部から駆けつけてきたり、打ち水グッズを本部から借りることができたという。村田は、以前から交流のあった広尾商店街の秋山に相談を持ちかけ、秋山は朝市との共催を提案し、打ち水期間が始まる前のプレイベントとして実施することとなった。こうして「広尾打ち水大作戦」は誕生したのであった⁴⁸。

第2節 今後の課題

ここでは森、秋山、村田の3人に行ったインタビューの結果を比較しながら、「広尾打ち水大作戦」の成功点及び問題点について明らかにしていく。

今年（2005年）の「広尾打ち水大作戦」を振りかえってどうだったかという問いに対し、森は以下のように答えた。

「参加者の人数は、昨年も今年もあまり変わりませんでした。気温は昨年も今年も、ともに2℃下がっています。イベントを実行する側としては、今年のほうが、手順もわかっていたということと、昨年のイベントを知っている人がたくさん来てくれたおかげで、盛り上がったのではないかと思うのですが、手伝いに来てくれた打ち水若人隊の人たちは、昨年のほうが良かったと思っているようでした⁴⁹。」

参加者は2004、2005年とともに100人程度だという。反省点につ

いて、さらにこう語ってくれた。

「当日すごくばたばたしてしまったというのがある。去年は初めてだったので、すごく緊張感があり、緊張感があったからこそ、下準備も万全で臨んだが、今回は流れを大事にし、楽しめればそれでいいんじゃないかというのがあったので、ばたばたしてしまった。学生らしいイベントにはなったと思うが、本部には、打ち水というイベントの投げかけにはつながったのかどうかと言われました。でも今年のほうが学生の参加者数が多く、皆積極的に生き生きとしていました。去年は、ほとんどのことに関して商店街の方が手を打ってくれていたのに対して、今年は学生も昨年よりは主体的に動いていたと思います⁵⁰。」

森は今年の打ち水大作戦を「80点」と評価した。十分合格点ではあるが、やはり「当日ばたばたしてしまった」ことに心残りがあるようだ。

これについては村田も「学生と商店街の連携はうまくいったと思いますよ。私が学生を見ていた視点だけれど、彼女たちは積極的に商店街を回っていたし。」と言い、「90点」と評価した。

一方秋山は同じ質問について、こう答えてくれた。

「学生の中には、昨年1回やって満足してしまった人がいたのではないか。昨年に続いて、今年も頑張っていた学生との温度差に頭をひねっているところだ。ただ、リーダーの人に、『ちゃんとあとに続く人を作ってよ』と言ったら、1年生の人が、『私、ずっと続けま

す』といってくれたので安心した。たった2回で終わったら、もっ
たいないですからね。どうやってうまく継続していくかが、課題で
すね⁵¹。」

学生がやっているため、毎年メンバーが変わり、引き継ぎやメン
バーの連携がなかなかうまくいかないことに秋山は頭を悩ませている。

しかし毎年メンバーが変わることは、プラスに捉えることもできる。その点は秋山も指摘しており、「毎年学生は入れ替わるので、新しい試みを取り入れていきたい。実は今年、銭湯の排水を使おうという計画もあったのです。」と言う。銭湯の営業時間の関係で、結局排水は使用できなかったのだが、新しく案が出てきたことでイベントに活気が出た。

実施する場所の問題もある。秋山によれば、「午前中にやる時は、まだ歩行者天国ではなく、車を通行させなきゃならないので、交通事情が一番やっかいです。ここは（自宅の前をさして）簡単に通行止めができる場所で、警察の許可も下りやすいですけれど、人を集めるには狭すぎる。」という。「通行止めになって安心してできるので、こちら側（商店街）も呼びかけやすい」ことから、午後のほうが参加者数は多くなっている。

そして時間帯の問題も考慮すべき問題で、「打ち水をやる時間帯は検討したほうが良いかもしれない。夕方のほうが、ムードがあるし温度を下げる効果もかなり大きいのではないか。そうなるとまた別に、朝市と違ったイベントを考えなくてはいけないが・・・。」と秋山は言っている。

また村田は、「参加した学生の人数については、それはあまりどうとは思わない。7月18日ぐらいにやっているけれど、試験直前なんです。だからその日程では、来たいと思っても即決する学生がいないことは分かっているの。」とっており、「学生と広尾商店街との交流」という狙いを達成するには、試験直前で学生が参加しにくいという日程にも若干問題がありそうだ。

さらに村田は、学生たちが積極的に商店街に働きかけていたことを高く評価しながらも、以下のように語った。

「広尾の窓口は秋山さんなのだけれど、秋山さんだけに負担がかかっているように見え、学生側からうまく他の広尾の方にも負担できるようにアプローチできたらなあ、と思う。秋山さんが一気に引き受けてしまう方なので申し訳ない。今のところ学生が甘えてしまっているの、多分学生のほうから言わないと他の人は出てこないと思う。」

確かに学生たちは、ほとんどお膳立てしてもらっている状態であり、森も「本当においしいところだけやらせてもらった形」と言っている。秋山の好意に甘えてしまっている感は否めない。

第3節 問題の解決に向けて

まず10時からの打ち水は取りやめ、昼と夕方の2回行うという案を提案したい。2章3節で取り上げた「八丁打ち水大作戦」では夕方の5時に打ち水を行ったが、多くの店舗からの参加や、買い物客

の参加があり、120人程度が参加したということから、商店街全体の協力があれば、朝市と共催でなくとも参加者数はそれなりに確保できるであろう。夕方ならば買い物客も多く、地域との交流という狙いは十分達成できるはずである。打ち水を行っている広尾散歩通りが歩行者天国になるのは、日曜日・祝祭日の12:00～18:00の間と、朝市が開催される第三日曜日の9:00～10:00の間だ⁵²。確かに朝市との共催により、参加者は集まっているかもしれないが、安全面を考えても、歩行者天国になっている時間帯に行ったほうが良いと思われる。焼きそばの販売をするのも、12時からであるし、何も朝市との共催にこだわる必要はないように思う。

次に日程の問題であるが、試験直前で学生の参加が少なくなってしまうのなら、いっそのこともっと時期を早めても良いのではないかと思う。秋山が言うように「これまでの2回は、どこよりも早く、7月中にやっていて、広尾が発信基地のようにになっている」のなら、7月初めにやっても問題はないはずだ。

2005年の「広尾打ち水大作戦」にスタッフとして関わった聖心女子大学生は18人で、スタッフではなく打ち水に参加した学生は5人と人数が少なく、一部の学生しか交流していないように感じる。交流を狙いとするなら、もっと多くの学生が参加できるような日程にすべきではないか。

気温を下げることに重点を置くのか、それとも広尾商店街と聖心女子大学の交流を深めることに重点を置くのか、どちらかに絞ったほうが、それだけ効果は大きくなる。あまり多くの効果を求めても、どれも中途半端な結果となってしまうのではないか。

広尾の場合は、井戸水のバケツリレーという広尾ならではの特徴

を生かした打ち水イベントを目指すのが最良だろう。井戸水を使用していることは、「広尾打ち水大作戦」の独自性として良いことだと思う。ただ営業時間との関係があるとはいえ、銭湯の残り湯を使わないのはもったいない。場所があれば、事前にビニールプールへ水をためて置くか、実施時間をずらすことで、この問題はクリアできるかもしれない。打ち水大作戦本部は、ルールとして「水道水はご法度」としている。そのルールから、「広尾打ち水大作戦」では井戸水を使用していることについて、森が「水道水を使ってはいけない」という言い方で進めた」というのも理解できるが、せっかく銭湯があるのだから、残り湯も併用し、水を大切に使うことを呼びかけていければもっと良いのではないだろうか。

広尾商店街と学生の交流について三者に質問したところ、森は「学生の目からすると、学校の中だけでは、学生は可能性が限られてしまう。それを補うというか、いろいろな個性が集まって、学生のみならず幅広い年齢の人が集まって、みんなで一つのことを成功させる。そこに団結力や、達成感が生まれて、広尾のまちも人も好きになるだろうし、同時に生活に潤いがでてくるだろうと思う。活動をたくさんしていったら、商店街にとっても、学生にとってもプラスになるような関係、暖かい雰囲気を感じていけたらいいな、と思っている。商店街の活性化に学生の若いパワーを使ってもらえたらいいし、学生と商店街という2つの力で、広尾のまちを皆が大好きなまちにできたらな、と思う。そして広尾のまちを盛り上げていけたらいいな、と思います。」と言っている。

商店街と学生たちをわりと客観的に見ている村田も「学生にとって、毎日来るところだから当たり前の話、単なる広尾の人々とかで

はなくて、会話のやり取りがある関係になったらいいなと思うし、それは双方にとってプラスだと思う。特に学生にとってのプラスが絶対多い。いろんな人と関わることはいいことだし。人とのネットワークは多いほうが豊かになると思う。広尾には広尾商店街がある。で、学生はそこを毎日通ってくる。そこにいる人たちのネットワークを使わない手はないと思うし、もっともっと交流していけばいいなと思います。」と言っている。

秋山は「商店街と共に活動していくことで、たくさんのことを学んでほしい。話をしているうちにいろいろ案が浮かんでくるので、学生とたくさん話をして、商店街の発展にもつなげていきたい。これからも、お互いに協力できるような良い関係を継続していきたい。」と語っている。三者とも「広尾商店街と聖心女子大学は、今後もお互いに協力し、より良い関係を築いていくべきだ」という思いで一致している。それを実現するためには、やはり学生がもっと積極的になって商店街と関わっていくべきだろう。村田によれば、「交流をしているのは、現段階で 5%程度の学生」だというのが、せっかく恵まれた環境にあるのだから、大学内だけでは体験できないことを体験してほしいものである。

第4章 「打ち水大作戦」の課題

第1節 打ち水大作戦本部の抱える課題

打ち水大作戦は年々規模を拡大し、大成功のように思われるが、浅井はまだ課題が多いと言う。

第一に、「雨水と二次利用水を使うというルールがきちんと伝わっていないかなと思う。今年はかなりそれを言い続けてきたつもりだが、まだよく伝わっていない部分もあるので、さらに徹底し、良く知ってもらうようにしなければならない。」ということである。「打ち水大作戦 2005」のホームページによれば、「打ち水大作戦は水道水を使わず、二次利用水を使うのが基本的なルールで、個人・一般家庭での参加の場合は、お風呂、シャワーの残り水、エアコンの室外機から出る水、雨水、台所のすすぎの残り水、米のとぎ汁、二層式洗濯機のすすぎ水、雑巾がけのすすぎ水、子供用プールの残り水。商店街・地域・団体での参加の場合については、上記の他、製氷機の期限切れの水、氷、井戸水(飲料水でないもの)、浴場施設(銭湯など)の残り水、近隣の公共施設、幼稚園、保育園、学校、スポーツ施設などのプールの水など、水のある公園(池・噴水など)の水、川の水、池の水⁵³」などの使用を推奨している。2004年のことではあるが、毎日新聞朝刊に『『打ち水効果の実証』イベントが主要都市で行われたようですが、全体でどれほどの水が使われたのでしょうか？多くの都市の水は、水源地の人々を犠牲にして造られた「ダム」に蓄えられたものが送られてくるのです。利便性を追求し、エアコンは使いほうだい、道路はすべてアスファルトで覆われる街に「打ち

水」とは、あまりにも身勝手な使い方ではないかと思えます⁵⁴。」と投書が寄せられた。「打ち水に水道水を使うのはもったいない」という間違っただけの認識があることがわかる。ホームページでの呼びかけももちろん有効だとは思いますが、人が多く集まる場所で打ち水イベントを実施し、「水道水はご法度」というルールを広めていくことはこれからも必要そうだ。

第二に、「あまりにもイベント化しすぎてしまっているかなというところがあるので、もっと生活に密着したものになっていくような仕掛けを考えないといけない。」という。これについては池田も「ますます規模が大きくなって、来年は1万人規模のイベント会場ができるかもしれない。盛り上がることは大事だし、楽しい夏祭りではあるのだけれど、打ち水は用意された会場に行かなければいけないものではなく、個人が自発的に行い、同じ時間にどこかで誰かもやっている、というシンクロする心地よさを味わえればいいというのが本意なんです。大切なのは打ち水心。その心が波紋のように広がって行くこと⁵⁵。」と言っている。

第三に、「打ち水大作戦本部自体のスタンスをどうするかという部分は、最も大きな問題かもしれない。最小限の情報提供機能にとどめるのか、それとも今までどおりにイベントの企画もやっていくのか...。」ということを挙げている。池田も、「イベント実施に労力を注ぎ込みたくないし、情報提供機能にとどめて、『小さな政府』的なものを目指したい。」と言う。第2章を書くに当たって、イベントの情報をホームページから収集したが、どこで、誰がやっているイベントなのか、はっきりしないものもあった。本部の機能を情報提供のみに絞れば、地方との情報交換にも手が回り、全国で行われるイ

イベント情報のほとんどを把握することも可能となるだろう。しかし前述したように、打ち水の効果やルールについて、正しく認識してもらうために、何回かイベントを行うことは必要かもしれない。それでも、各地で市民が自発的に動き出し、さまざまなイベントが誕生しているので、今までのように本部が先導する形でたくさんのイベントを行う必要はないはずだ。

課題はまだたくさんあるが、年々参加者が増え、知名度も上がってきている。パリでの打ち水が成功したことから、今後世界への発信も増えていき、これからも大きく発展していくことは間違いないだろう。

第2節 打ち水をする効果的な時間帯

第1章で触れたように、打ち水には気温を下げることのほかにも、地域コミュニティの再生や、環境問題に対する意識を高めるなど、さまざまな効果がある。とはいえ、それらは副次的な効果であって、すべての効果を期待するのは無理な話だろう。何を重視するかが、一番の問題である。欲張りすぎるとは、良い効果は得られないし、目的も不明瞭になってしまうだろう。

この論文を書くに当たって、「広尾打ち水大作戦」、「八丁打ち水大作戦」、「武蔵野打ち水大作戦」を調査し、主催者ら関係者にインタビューを行ったが、それぞれが抱える事情は違うものの、ほとんどのイベントで「打ち水を行う時間帯の考慮が必要かもしれない」と頭を抱えていた。「気温を下げるには夕方にやるほうが効果的だが...」という声も聞かれた。打ち水大作戦本部では、昼休みを使って

職場でも取り組んでもらいたい⁵⁶ということから「いっせい打ち水日」を例年平日の正午にしているが、イベントを主催する側からしてみれば、夏休みとはいえ平日の正午にイベントを実施するのは難しいかもしれない。気温が下がるか実証するための「いっせい打ち水」であるが、「いっせい」ということにこだわらず、打ち水を広めていくことも重要かもしれない。

打ち水をする目的は何なのか、曖昧になってはいないだろうか。イベントを実施する際には、改めて考えてみる必要があるように思う。

おわりに

2005年、「打ち水大作戦」という言葉は、「2005ユーキャン新語・流行語大賞」候補語の60語の中にノミネートされた。トップテンには入らなかったものの、新語・流行語について「広く大衆の目・口・耳をにぎわせた新語・流行語を選ぶ⁵⁷」としているように、3年目となった「打ち水大作戦」が社会に大きく広まったのは紛れもない事実である。

調査のために、都内で行われた打ち水イベントにいくつか参加したが、大学生にもなると水遊びのようなことをする機会はほとんどないため、童心に返ったようで楽しかった。他の参加者も皆笑顔で、楽しそうにしていた。2004年に打ち水大作戦本部が行ったアンケートによると、8割近くの人が「打ち水をして楽しかった」と答えている⁵⁸。「打ち水大作戦」が社会に広まったのには、やはり「楽しい」ということが大きいと思う。打ち水は、キャンドルナイトよりもイメージがしやすく、また屋上緑化よりも手間がかからず、難しくない。何よりも、気温低下として、すぐに結果が出るし、例え気温が下がらなくても、水に触れるだけで涼しくなったように感じられる。私が実際に参加して感じたのは、視覚・聴覚・触覚・嗅覚で効果を実感できることである。目で水しぶきや濡れた地面を見、耳で水を撒く音を聞き、手で水の冷たさに触れ、鼻で水のにおいや手桶の檜のにおいを感じることができる。打ち水ほど効果がわかりやすく、しかも楽しいという環境問題への対策はないのではないだろうか。ヒートアイランド対策としては、もちろん電気や自動車の使用を控えるなど、根本的な原因をなくしていくことが最も重要なことだと

は思うが、楽しみながら環境問題を考えていくことにも大きな意味があることではないかと思う。打ち水をすることによって、環境に対する意識は間違いなく高まると思われる。打ち水大作戦本部が行ったアンケートによれば、「打ち水をすることで、何か生活が変わりましたか」という問いに対して、2~3割の人々が「風呂水・雨水などを捨てず、ためる習慣がついた」、「環境問題に興味をもった」、「冷房に頼らなくなった」などと回答している⁵⁹という。打ち水が暑い時期の習慣として根付いていくことを心から願ってやまない。

注

- ¹ 『朝日新聞』2005年10月31日夕刊、15面、4版。
- ² 朝日新聞社のホームページ
<http://www.asahi.com/special/autumn2005/TKY200510310242.html>
2005年12月7日。
- ³ 森山正和『ヒートアイランドの対策と技術』学芸出版社、2004年、194-195ページ。
- ⁴ 新村出編『広辞苑第五版』岩波書店、1998年、246ページ。
- ⁵ 納棺する前に死体を湯でふき清める儀式。
新村出編、前掲書、2718ページ。
- ⁶ 打ち水文化研究所のホームページ
<http://www.uchimizu.jp/bunka.html>
2005年11月15日。
- ⁷ 同上。
- ⁸ 石川英輔『大江戸えこるじー事情』講談社、2003年、66-67ページ。
- ⁹ 打ち水文化研究所のホームページ（前掲）
- ¹⁰ 同上。
- ¹¹ 同上。
- ¹² 同上。
- ¹³ 利休の弟子宗二（1544～1590）の『山上宗二記』に「一期に一度の会」と見える。
新村出編、前掲書、154ページ。
- ¹⁴ 打ち水文化研究所のホームページ（前掲）
- ¹⁵ 同上。
- ¹⁶ かなざわ打ち水大作戦のホームページ
<http://www.kanazawa-jc.or.jp/uchimizu/uchimizu.html>
2005年11月15日。
- ¹⁷ 同上。
- ¹⁸ 石川英輔、前掲書、66ページ。
- ¹⁹ 打ち水大作戦本部『打ち水大作戦2004報告書』打ち水大作戦本部、2004年、1ページ。
- ²⁰ 大江戸打ち水大作戦本部『大江戸打ち水大作戦公式ガイドブック』大江戸打ち水大作戦本部、2004年、10ページ。
- ²¹ 同上。
- ²² 狩野学、手計太一、木内豪、榊茂之、山田正、「打ち水の効果に関する社会実験と数値計算を用いた検証」『水工学論文集』第48巻、2004年、194ページ。
- ²³ 東京23区内、無作為の電話による聞き取り調査結果などによる事務局推定。
- ²⁴ 打ち水大作戦2005のホームページ
<http://www.uchimizu.jp/>
2005年11月28日。
- ²⁵ 打ち水大作戦本部、前掲書、2ページ。

-
- ²⁶ 同上書、1 ページ。
- ²⁷ 同上書、34 ページ。
- ²⁸ 打ち水大作戦 2004 のホームページ
<http://www.uchimizu.jp/kawaraban.html>
2005 年 11 月 28 日。
- ²⁹ 日本イベント大賞のホームページ
<http://www.jace.or.jp/GrandPrix/08commendation/commendation.htm>
2005 年 11 月 28 日。
- ³⁰ 同上。
- ³¹ 打ち水大作戦 2005 のホームページ (前掲)
- ³² 同上。
- ³³ うち水っ娘大集合! 2005 のホームページ
<http://uchimizukko.chu.jp/>
2005 年 11 月 28 日。
- ³⁴ 打ち水大作戦 2005 のホームページ (前掲)
- ³⁵ 同上。
- ³⁶ 同上。
- ³⁷ 株式会社学習研究社のホームページ
<http://www.gakken.co.jp/company/about/environment.html>
2005 年 11 月 28 日。
- ³⁸ 実際は雨天のため 8 月 11 日に順延された。
- ³⁹ らでいっしゅぼーや株式会社のホームページ
<http://www.radishbo-ya.co.jp/company/press/press05080301.html>
2005 年 11 月 28 日。
- ⁴⁰ 同上。
- ⁴¹ 打ち水大作戦本部 『打ち水かわらばん 2005 準備号』 打ち水大作戦本部、2004。
- ⁴² 同上。
- ⁴³ 東京都下水道局のホームページ
<http://www.gesui.metro.tokyo.jp/oshi/inf0235.htm>
2005 年 11 月 30 日。
- ⁴⁴ NPO 法人小田原まちづくり応援団のホームページ
<http://www.machien.net/>
2005 年 11 月 30 日。
- ⁴⁵ 2005 年 11 月 2 日に行った、八丁通り商店会青年部長河又雅之に対するインタビューにおいて、このような点が指摘された。
- ⁴⁶ 広尾散歩通りのホームページ
<http://www.hiroo.info/event/search.cgi?equal1=66>
2005 年 11 月 30 日。
- ⁴⁷ 2005 年 11 月 18 日に行った、聖心女子大学マグダレナ・ソフィアセンター職員村田素子に対するインタビューにおいて、このような点が指摘された。
- ⁴⁸ 同上。

⁴⁹ 2005年11月14日に行った、聖心女子大学3年森けあきに対するインタビューにおいて、このような点が指摘された。

⁵⁰ 同上。

⁵¹ 2005年11月8日に行った、広尾商店街振興組合事業部長秋山洋祐に対するインタビューにおいて、このような点が指摘された。

⁵² 広尾散歩通りのホームページ（前掲）

⁵³ 同上。

⁵⁴ 『毎日新聞』2004年9月10日朝刊、6面、11版。

⁵⁵ Think the Earthのホームページ

http://www.thinktheearth.net/jp/thinkdaily/report/rpt_24.html#param5

2005年12月7日。

⁵⁶ 大江戸打ち水大作戦本部、前掲書、10ページ。

⁵⁷ 新語・流行語大賞のホームページ

<http://www.jiyu.co.jp/singo/>

2005年12月7日。

⁵⁸ 打ち水大作戦本部、前掲書、22ページ。

⁵⁹ 打ち水大作戦本部『打ち水大作戦2005報告書』打ち水大作戦本部、2005年。