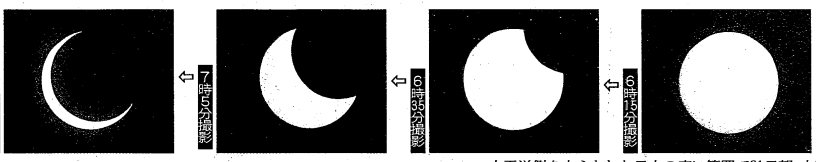
（1）　明治20年創刊　第42025号　（明治25年3月3日第三種郵便物承認）　THE JOMO SHINBUN　2012年（平成24年）5月22日（火曜日）　（日刊）

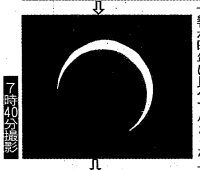
上毛新聞

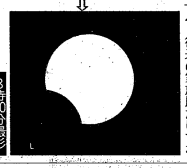
5月22日　火曜日

〒371-8666　前橋市古市町1-50-21
毛新聞社
電話　市外局番（027）
（代）254-9911
（編）254-9933
（広）254-9944
（販）254-3131
（業）254-9955
©上毛新聞社　2012年

## 金環日食の進行






太平洋側を中心とした日本の広い範囲で21日朝、太陽の中心部が月に隠され、細いリングのようになる金環日食となった。県内でも午前7時半すぎから、173年ぶりとなる金環日食が南部を中心に各地で観測された。多くの県民が世紀の天文ショーに、拍手と歓声を上げた。通学時間帯に重なることから、約270校が登校時間を変更するなどの対策を取った。

関連記事　2、3、4、16、18、19面

# 見えた！金環日食

## 173年ぶり天文ショー

県内では太陽は午前6時すぎから上部から欠け始め、午前7時半すぎ、太陽と月と地球が一直線に重なって金環日食が完成。指輪のように金色のリングがくっきりと空に浮かんだ。

県内の小中学校は登校時間を早めて全校で日食を楽しんだり、家庭で見てもらおうと登校時間を遅らせた。県立ぐんま天文台（高山村）や向井千秋記念子ども科学館（館林市）などでも、神秘の天文ショーを一目見ようと大勢の人が集まった。

ぐんま天文台は、本県が関東地方で金環日食が見える「限界線」の北限に当たるため、見え方などを一斉調査する「日食観測ネットワーク」を企画。参加は小学校から大学まで約3450校の児童生徒ら約3745人に上った。結果は参加校からの報告を基に、ホームページで公開する。

日本で金環日食が見られるのは、1987年の縄県以来25年ぶりで、今回のように広範囲で見られるのは平安時代の1088年以来となり、932年ぶり。

日本の次の金環日食は北海道で見られる2030年、それより前の16年には全国で部分日食となる。

# 東毛の支流も検査

## ホルムアルデヒド

### 厚労・環境省　原因究明へ連絡会議

関東の浄水場で水質基準を超える有害物質ホルムアルデヒドが検出された問題で、厚生労働、環境両省は21日、原因究明に向けた連絡会議を開き、ホルムアルデヒド濃度データなどから利根川水系全域の原因物質排量を試算した上で、排出した事業者を絞り込んでいく方針を確認した。県は今後、継続調査している5カ所以外に、東毛地域の利根川に流れ込む支流にも検査範囲を広げ、汚染源の特定を進める。

両省によると、連絡会議は水質分析などの専門家も出席。環境省の吉田延雄水環境課長は「（検出で）広範囲に影響が及んでいる。再発防止という意味でも国として対応する必要がある」としている。

一方、群馬、埼玉両県は21日、工場などから河川への排出基準を明確に定める法規制を国に求める方針をそれぞれ固めた。工場排水などを規制する水質汚濁防止法では、浄水場で消毒用の塩素を加えるとホルムアルデヒドによる原因物質については対象外。再発防止のため、両県はこうした物質を規制に加えるよう求める。

同様に化学反応する原因物質は相当数あるとされるため、県は群馬大などにも調査協力を求める。

県環境保全課によると、河川の継続検査5カ所の水を21日検査した結果、いずれもホルムアルデヒド濃度は低下。岩倉橋（高崎）で0・008ミリグラム、下井野川で0・008ミリグラムを検出したが、ほかの3カ所は測定できないほど微量だった。

県企業局が3浄水場で検査した結果、0・0020、21の両日に採取した水を検査した結果、0・008ミリグラム未満～0・018ミリグラムといずれも基準値（0・08ミリグラム）を下回った。

### 環境副大臣に　原因究明要請

#### 千葉県知事

千葉県の森田健作知事は21日、横光克彦環境副大臣と県庁で会談し、大規模断水を招いた有害物質ホルムアルデヒドの検出について「原因を早く突き止め、対策をお願いしたい」と要請した。

# 入り込み客190万人

## 7～9月の観光キャンペーン　前年上回る目標

昨夏の大型観光企画、群デスティネーションキャンペーン（DC）の継ぎ目、期間中の入り込み観客数の目標値を前年同比2・5%増の1900人とすることを決めた。

県観光連盟は、市町村や観光協会などと共同し、首都圏の主要14駅で観光キャンペーンを実施する。6月11日には都内に旅行エージェントや観光マスコミを招き、大沢知事がトップセールスとしてプレゼンテーションする。

広報宣伝では、旅行関連雑誌や一般誌とタイアップする。

昨年のDC期間中（7～9月）の入り込み客数1855万人を上回る計画とした。

誘客対策として、市町村や観光協会などと共同し、首都圏の主要14駅で観光キャンペーンを実施する。6月11日には都内に旅行エージェントや観光マスコミを招き、大沢知事がトップセールスとしてプレゼンテーションする。

広報宣伝では、旅行関連雑誌や一般誌とタイアップする。

県内の観光関係者の意識向上などを踏まえ、