



IV






2

## 放送メディアの未来像の変遷②

～衛星放送とハイビジョン、デジタル化、  
そしてインターネットへ～

松山 秀明

(関西大学 社会学部)

- 
- 
- 
- 1 はじめに
  - 2 テレビは「ビジョン拡大」の夢をみる
  - 3 テレビは「デジタル化」の夢をみる
  - 4 テレビは「インターネット」の悪夢をみたか
  - 5 おわりに

# 1 はじめに

1990年、アメリカの経済学者ジョージ・ギルダーは『Life After Television (邦題：テレビの消える日)』という本を書いている。ギルダーはこのなかで、当時の日本の「HDTV (高品位テレビ)」の技術躍進に触れ、アメリカの技術者たちが右往左往していると述べている。そして「アメリカはこれまでの戦略を見直し、テレビを離れて新しいテクノロジーの領域に踏みこむことで、技術レースにのぞむべき」であるとして、「テレビ後の時代」に目を向けるべきであると警鐘を鳴らした(ジョージ・ギルダー 1990=1993)。

ギルダーが言うには「テレビは技術的な意味では、すでに過去の遺物」であるという。これまでテレビというメディアは、電波を一人でむさぼってきた。限られたチャンネルを通じて、国民全体の意識を枠にはめてきた。これからは双方向のテクノロジーが主役の座につくのであり、テレビのような「トップダウン型の放送形態は、もはや時代にマッチしなくなってきた」。だから、アメリカは日本のテレビ技術開発の躍進に惑わされることなく、テレビ後のテクノロジー(ギルダーが言うにはテレコンピューター)に目を向けていくべき、というのである。

今日から見れば、このギルダーによる予言は、ある程度当たったというべきだろう。実際、日本のHDTV開発は迷走し、デジタル転換への対応に苦慮することになった。いまやテレビはインターネット動画配信の波に押され、もはや未来を描きづらくなっている。けれども、1990年前後の日本社会では、テレビにまだ「未来」があり、テレビの技術開発で世界の先頭を走ろうとした。とりわけ1980年代後半からの20年間は、さまざまな技術革新のなかで、必死にテレビ技術の未来を探ろうとした。

郵政省が毎年取りまとめている『通信白書』(のちに総務省『情報通信白書』)の特集テーマを見ると、1980年代後半以降に語られる技術革新

のスピードに驚かされる。1989年「重層情報化社会」、1990年「情報通信」、1993年「映像新時代」、1994年「マルチメディア」、1998年「デジタルネットワーク社会」、1999年「インターネット」、2001年「IT革命」、2004年「ユビキタスネットワーク」。もはや死語となった言葉も多い。このなかでテレビは核となる存在として、「未来」を測る指標となっていた。「1980年代後半以降の約20年間は、日本の放送メディアにとってドラスティックな変革の時期であった」（音好宏 2007：19）。

とりわけ日本の放送界では、衛星放送、通信衛星、ハイビジョン、地上デジタル放送、放送と通信の融合といった技術革新が語られ、未来像を支えた。当時、この動きに合わせるように、“テレビはこれから変わる系書籍”が次々に出版されては、一瞬で消費されていった。そこには「21世紀のテレビジョン」「放送ビッグバン」といった威勢のいい言葉が並んだ。書き手は郵政省放送行政局や日本放送協会、日本民間放送連盟研究所、メディア研究者やメディアコンサルタントに至るまでさまざまである（もちろん、単純な未来論ばかりではない）。郵政省（のちの総務省）では、放送のこれからを考えるあまたの審議会が開かれては消え、また新しい名前の審議会が立ちあがっては消えていった。

本論では、1980年代後半から2010年ごろまでの約20年間に絞り、日本におけるテレビの未来像の変遷を記述する。これはその時々の、テレビの未来への一瞬の語りを「歴史資料」として整理する試みである。2010年ごろまでとしたのは、地上デジタル放送が完了したのが2011年であり、かつ同年の東日本大震災を経験して、人びとのテレビに対するまなざしが明確に変わったという認識があるからである<sup>1)</sup>。ちょうどギルダーが「テレビの消える日」と言ってからの20年間ということになる。

本論で研究対象の土台としたのは、先の『通信白書』（『情報通信白書』）で語られる「放送産業政策」である。これに、各時代に出版されたテレビの未来を語る「書籍」、『放送文化』や『月刊民放』といった「雑誌」の特集、そして、放送記念日特集などの「番組」を加えた。当然な

がら、この間のテレビに関するすべての言説を渉猟することなど到底できない。いわゆる業界の裏話なども多く、それらを議論に含めることはしなかった（そもそも、細かな産業の興亡をつぶさに記述する知識が筆者にはない）。1980年代後半以降、大きな技術革新のなかで、いかにテレビの未来が語られ、語られなくなっていくのか。約20年間の変遷をたどりながら見えてくるのは、かつて梅棹忠夫や野崎茂らが語っていたような「哲学」や「思想」は消えうせ、急速な状況変化を前に、それを追うことで精いっぱいとなっている、きわめて「技術決定論」的なテレビの未来観であった。

## 2 テレビは「ビジョン拡大」の夢をみる

### (1) 平成は「エイセイ」時代

1980年代後半、テレビを語るキーワードは「多メディア化」と「多チャンネル化」だった。当時、その議論のきっかけとなっていたのが、衛星放送（Broadcasting Satellites：BS放送）である。もともと衛星放送の構想自体は古く、1965年に当時NHK会長だった前田義徳が会見で語ったことがはじまりである。全国あまねく電波を届けることを使命とするNHKが、難視聴対策のために衛星放送を使って全国をカバーエリアとすることを狙った。はるか上空に浮かぶ人工衛星に電波を送り、そこから各家庭に番組を降らせることで難視聴を解消する。この理念は1980年代後半に入ると衛星放送の開始によって実現し、後述するハイビジョン放送の活用といった新しい考えも加わっていく（青木貞伸 1990）。

1984年5月12日、衛星放送BS-2a（ゆり2号a）が打ち上げられ、世界初となる衛星放送が2チャンネルで開始されるはずだった。しかし、ゆり2号aが故障し、結局1チャンネルの試験放送としてはじまった。1986年2月にBS-2b（予備機）が打ち上げられ、同年12月から2チャンネル

の試験放送となった（『通信白書』昭和61年）。そして、ようやく1989年6月1日から、NHK衛星第1テレビと衛星第2テレビは本放送へと移る。実に最初の打ち上げから丸5年かかったことになる。こうしてテレビ業界に新しいチャンネルが生まれ、「多チャンネル時代」が到来したのである。1990年の『新放送文化』「特集 検証 衛星多チャンネル時代」のなかには、次のような記述がある。

昭和から平成へ。各界でさまざまに秩序変改の動きがあるが、電気通信という際限ない広い領域に呑み込まれようとしている放送界において、それはとくに顕著である。衛星系、ケーブル系、多重系、あるいはパッケージ系の新メディア群は既存放送界めがけて殺到する。多メディア・多チャンネル時代の到来はもはや避けようはない。秩序の、まことに大きな揺れが始まった。（大森幸男 1990：6）

大森によれば、平成は「エイセイ」時代であると言う。衛星放送がはじまると、地上波ではできないような独自の編成を組むことができた。たとえば世界の放送局のニュースを見ることができ「ワールドニュース」、洋画や邦画をノーカットで放送する「衛星映画劇場」、コンサートなどのライブ中継。ワーグナーの楽劇「ニーベルングの指輪」の全16時間を4夜連続放送というだけで、当時の視聴者はこれまでとの違いを実感したはずだ。志賀信夫（1993）も「衛星放送新時代」として礼賛した。

本放送開始直前、『朝日新聞』誌上では「広告特集 衛星放送特集」が組まれている。そこには「もはや地球という星は、さまざまな国がモザイク状にやわらかく接着した時代ではない。人・物・情報などの流れによって固くリンクされている。衛星放送の番組を見ていると、つくづくそんなことを感じてしまうのである」とバラ色の宇宙観が語られている（『朝日新聞』1987年10月28日夕刊）。また、タレントのタモリに衛星放送で見たい番組を聞き、「音楽なんか多くやったらいいんじゃないの。

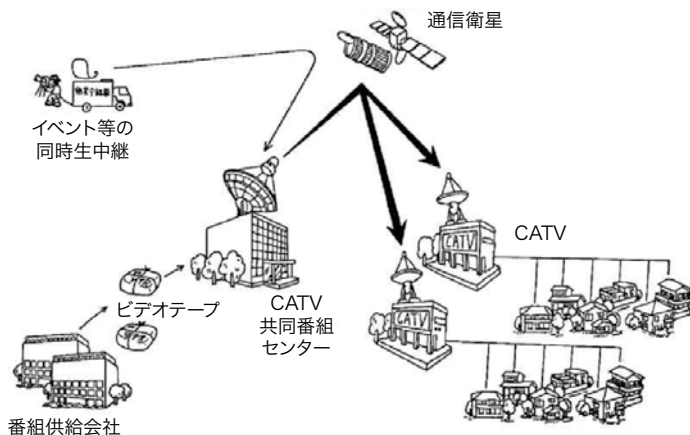
俺はジャズが好きなんで、たとえばニューヨークのジャズクラブのライブなんか実況してくれるといいな。編集なんかしないでね」と語らせている(『朝日新聞』1987年12月22日夕刊)。1991年には民間初の衛星放送、日本衛星放送(JSB)、通称WOWOWもはじまり、さらに「エイセイ」時代は加速していく。地球規模に、多メディアに、そして多チャンネルの時代がはじまったのである。1993年12月末時点での衛星放送の契約者数はNHKが558万7,000、JSBが144万8,000と好調な出足となった。

この衛星放送につづいたのが、通信衛星(Communication Satellites)である。これまで通信衛星は小型で小出力ゆえに特定の受信者に向けられたものだったが、1989年の放送法改正によってCS放送が一般家庭でも視聴できるようになり、多チャンネル時代はさらに加速した。もはや視聴者にはBS放送とCS放送の区別はつかないため、通信衛星も「事実上の衛星放送」(白川通信 1990)といわれた。これと連動したのが、ケーブルテレビ(CATV)である。もともとケーブルテレビは難視聴対策の共同施設として誕生し、自主放送の開始後、コミュニティー・チャンネルとしての機能を担ってきた。それが都市型ケーブルテレビの登場、そこに新しく通信衛星と連携することで、多チャンネル時代の主要アクターとして期待されるようになったのだ。

1989年(平成元年)の『通信白書』には「スペース・ケーブルネット構想」なるものも登場している(図1)。郵政省が主導したこの構想は「CATV施設に対し、通信衛星を利用して、映像情報を迅速かつ大量に提供するもの」とされた。構想の実現のため、CATV事業者に対しては税制面での優遇措置が図られ、必然的にCS放送は「ケーブルテレビの有力なセールスポイントとなっていく」(音好宏 2007:22)。ケーブルテレビに加入していれば、家庭でのアンテナ設置も不要だったため、加入者はすぐに多チャンネル化を実感できた。

結局、「エイセイ」時代とは、ひとことで言えば、「ビジョン拡大」への夢にほかならない。それまで地上波のチャンネル数には限りがあった。

図1 スペース・ケーブルネット構想（『通信白書』平成元年）



そこに衛星放送や通信衛星の登場によって、「放送量」を拡大することができたのである。これは人びとが視聴できるテレビの「時間枠の拡大（モア・チャンネル）」という夢の実現であった<sup>2)</sup>。ゆえに、1993年（平成5年）の『通信白書』の特集テーマは「映像新時代」となっている。衛星放送や通信衛星の登場によって映像が多様化し、高度化し、映像情報が量的に拡大した未来を描いたのである。

## (2) ハイビジョン・シティという幻夢

1980年代後半に夢みられた「ビジョン拡大」はもう一つある。それが、ハイビジョンであった。先に見た衛星放送が量的なビジョンの拡大であったとするならば、ハイビジョンは質的なビジョンの拡大である。ハイビジョンは放送量を拡大するのではなく、画質や音質をより美しくしようとするものだった。もともとハイビジョンはNHKが世界に先駆けて開発し、実用化を進めた高品位テレビ（HDTV = High Definition Television）につけられたニックネームである（岡村黎明 1993）。NHKはハイビジョ

ンを「次世代テレビ」として国際的な統一規格にしようと躍起になった。従来のテレビのNTSC方式の走査線は525本、アスペクト比4:3であるのに対し、ハイビジョン（HDTV）は走査線1,125本、アスペクト比16:9で、より高精細なテレビ画面が実現できた。日本では、こうした高精細画像をMUSE方式と呼ばれる映像の圧縮方式を使って放送することを目指した。

郵政省でもハイビジョンに大きな期待を寄せ、たとえば1991年（平成3年）の『通信白書』では、ハイビジョンを「今後の家庭の情報化の核になる」と書き、1992年（平成4年）には「21世紀に向けての高度情報社会において中核的な地位を占める映像メディアとして大きな期待が寄せられている」と書いている。1988年より郵政省放送行政局が発案・音頭をとって「ハイビジョン文化研究会」なるものも発足し、志賀信夫や後藤和彦、村木良彦、小田久栄門、大橋雄吉、小林亜星らが参加した（ハイビジョン文化研究会編 1990）。

テレビジョンがまず白黒として登場し、やがてカラーへと進化したように、次世代の高度映像メディアは、まずHDTV（ハイビジョン）として登場し、やがてスーパーHDTVへと進むのである。（ハイビジョン文化研究会編 1990：23）

画質をめぐる単線的な未来観だが、そのくらい質的な「ビジョン拡大」の未来は明るかった。同時期、NHKのハイビジョンに対抗して、民放（日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ東京）でも、「クリアビジョン（EDTV）」の共同開発に取り組んでいる。クリアビジョンでは現行のNTSC方式のまま画像の解像度を上げることができたため、とくに受信機を買い替える必要がなかった。ハイビジョンであれ、クリアビジョンであれ、何よりも重要なことは、当時、「このような映像の鮮明化のための大改革に着手したのは、いまのところ世界中で日本だけ」（白川通信



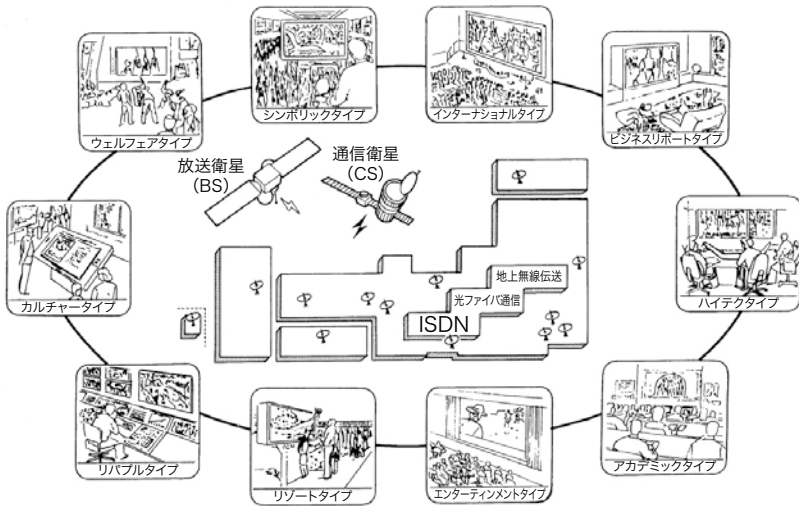
1990：22) だったという現実である。冒頭で紹介したように、このときジョージ・ギルダーが日本独自のテレビ開発競争にのつてはならないと警戒した。日本は世界から孤立しながらも、テレビ技術開発の未来を必死に描いたのである。画質や音質を高精細なものにしようと、質的な「ビジョン拡大」の夢を追い求めた<sup>3)</sup>。

興味深いのは、郵政省がこのハイビジョン技術を使って「ハイビジョン・シティ構想」なるものの夢を抱いていたことである。ハイビジョン・シティとは「21世紀に向けて、都市の生活空間に高度映像メディアを先行的に導入することにより、地域の特性を活かしながら、活気と潤いに溢れた先端都市を構築するもの」(『通信白書』平成元年)であるという。1988年2月から「高度映像都市(ハイビジョン・シティ)構想懇談会」を開催し、ハイビジョン・シティの理念やモデル都市の選定方法などを議論した。その結果、鶴岡、厚木、千葉、静岡・清水、名古屋、京都、堺、広島、松江、山口、佐世保、北九州、大分の13地域がモデル都市に選ばれ、翌年には23地域に増えている。今後打ち上げ予定の衛星放送(BS-3)や通信衛星を利用して、ハイビジョンが地方都市へも伝送されることを見越した壮大な計画だった。

高度映像都市「ハイビジョン・シティ」構想懇談会編(1988)によれば、その都市イメージは10タイプが想定されており(図2)、屋内外にハイビジョンのスクリーンを設置して、たとえばイベント会場としてみたり(=シンボリックタイプ)、家庭では家族団らんの場としてみたり(=エンターテインメントタイプ)、教育現場での利用をしてみたり(=アカデミックタイプ)、といったものであった<sup>4)</sup>。これらは「ハイビジョンと地方都市をむりやり結びつけた嫌い」(白川通信 1990：271)があったことは言うまでもなく、先の定義を見てもわかるように、そもそもハイビジョン・シティという概念自体がきわめてあいまいなものであった。

ただ、これは郵政省の単なる夢想ではなかったようで、元TBSの村木良彦(当時トゥディ・アンド・トゥモロウ代表取締役)も、21世紀は

図2 ハイビジョン・シティの10タイプ  
 (高度映像都市「ハイビジョン・シティ」構想懇談会編 1988)



「都市の時代」とともに「映像の時代」であるとし、ハイビジョンは「都市を記録する」と熱弁していた（村木良彦 1991）。村木はハイビジョンの番組制作にテレビの未来を託したのである。しかし、結局、日本で開発されたアナログのMUSE方式が海外で広まることはなかった。とくに欧州諸国が強硬に反対したことが原因だった。これからデジタル技術へと向かおうとしているとき、アナログの伝送方式は、国際的には「前時代的」との評価が下されたのである（岡村黎明 1993）。また日本のテレビ技術開発の輸入を嫌がった当時の貿易摩擦も無関係ではなかっただろう。

その結果、1994年2月には郵政省放送行政局長・江川晃正による「アナログ方式のハイビジョン開発の見直し」発言まで飛び出すこととなった。さらに、『通信白書』内では1995年ごろまで「ハイビジョン・シティ」に関する記述があったが、それ以降、消えていく。高画質、高音

質のテレビを実現し、高度映像都市を創ろうという純国産の「ビジョン拡大」の夢は消えたのである。

## 3 テレビは「デジタル化」の夢をみる

### (1) テレビの第2の創成期へ

ハイビジョン・シティの記述がなくなるのと並行して、『通信白書』に現われはじめるのが「放送のデジタル化」である。1994年には郵政省で「放送のデジタル化に関する研究会」が開かれ、「放送のインテリジェント化（高機能化、多チャンネル化、双方向化）」としてデジタルの未来が議論されはじめている。1994年（平成6年）の『通信白書』の特集テーマは「マルチメディア」であり、放送はマルチメディアとのかかわりのなかで論じられるようになっていく。当時、喧伝されはじめたマルチメディアの最大の特徴は、双方向性である。同年の『通信白書』には、放送のマルチメディア化の例として、ケーブルテレビを利用したチケットの予約、衛星を利用した視聴者選択型のテレビのインタラクティブ化などが挙げられている。視聴者からすれば、クイズ番組に参加したり、ドラマのストーリー展開を決められるといった従来ではあり得なかった未来である（岡村黎明 2003）。

この実現のために、すべてを貫くキーワードとなっていたのが「デジタル」である。当時、西垣通（1994）が指摘したように、マルチメディアとは、文字、音声、画像、動画などを統一的に処理する「デジタルな融合のテクノロジー」が前提としてあった。ゆえに、日本のテレビ界は、今度は「放送のデジタル化」の夢を追い求め、世界の趨勢に乗り遅れまいと必死になったのである。以来、1994年5月より郵政省「マルチメディア時代における放送のあり方に関する懇談会」が開かれ、「デジタル化」の議論が少しずつはじまっていく。同年2月の江川発言からの驚くほ

どの変わり身の早さであると言っている。ハイビジョンからデジタルへの急激な方針転換であった。

その後、放送のデジタル化が具体化していくのは、1997年3月10日の郵政省による「地上放送のデジタル化」の発表、そして同年6月2日の「地上デジタル放送懇談会」（通称：デジ懇）の発足である。翌1998年6月17日にはデジ懇が中間報告を出し、関東・近畿・中京の3大広域圏は2003年末までに、そのほかは2006年末までに地上デジタルの本放送を開始するとした。そして、1998年10月16日の最終報告では、2010年にアナログ放送を停止するというロードマップを発表したのである（「地上デジタルテレビ放送」移行へのあゆみ『月刊民放』2010年7月号）。

郵政省がうたう「放送のデジタル化」のメリットは、1997年（平成9年）の『通信白書』を読めばよくわかる。1997年の特集テーマはまさに「放送革命の幕開け」であった。「放送分野に急速な変革の波が押し寄せている」として、第3章まるまる使って「放送革命」について論じている。白書によれば、「デジタル化による放送の高度化」によって、第一に、経済フロンティアが誕生し、第二に、生活様式が変容するという。つまり、新規参入によってテレビ業界では新しい市場競争が起こり、視聴者も自分のライフスタイルに合わせた能動的視聴へと変容する。

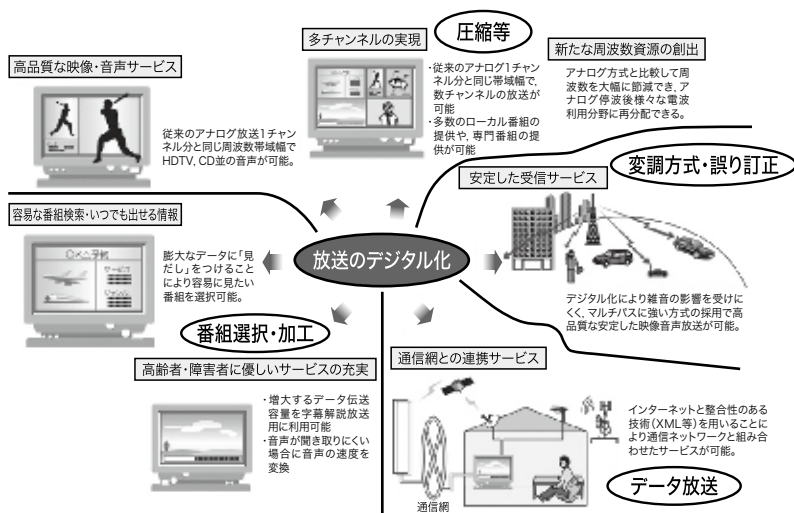
その後、『通信白書』（2001年から『情報通信白書』）では、毎年のように「放送のデジタル化」のメリットを強調しつづけていくことになる。放送のデジタル化によって、まず「データ放送」が可能となり、オンエア画面以外の情報を入手できるようになる。たとえばスポーツ中継では選手の情報や料理番組ではレシピを確認できる。そのほか、いつでも最新ニュースや天気予報、道路交通情報にアクセスすることもできる。また「マルチチャンネル」が可能となり、標準画質で別の番組を同時放送することができ、「臨時編成チャンネル」では野球中継が延長しても、次の番組と並行して放送を継続することができる。また、デジタル化すれば「高品質」な映像や音声になることは言うまでもなく、ハードディスクに保存

すれば好きなときに好きな番組が楽しめる。移動していても安定的な受信が可能で、話速変換によって高齢者や障害者にもやさしいサービスを実現することができるとうたった。

郵政省（総務省）では、これらをたびたび絵付きで紹介しつつきた（図3）。いわば「見るテレビ」から「使うテレビ」への移行として、期待感を高めたのである。1997年放送のNHKスペシャル放送記念日特集「新情報革命」においても、アメリカのデジタル放送を紹介しながら「デジタル新時代が始まった」ことを強調し、2001年放送のNHKスペシャル放送記念日特集「テレビはどう変わるのか」では、放送のデジタル化の5つの機能として、①双方向、②蓄積機能、③モバイル、④多チャンネル、⑤高画質、にまとめている。当時、デジタル放送は「テレビの第2の創成期」とまでいわれた（『月刊民放』2003年12月号）。

もっとも、放送のデジタル化によるこのようなメリットはいわば表向きで、地上波テレビをデジタル化することで、余剰周波数帯域を生みだし、

図3 放送のデジタル化のメリット（『情報通信白書』平成13年）



利用しようという思惑もあった。電波が飽和状態になりつつあった当時、テレビが利用している電波資源をデジタル化して節約することで、急成長しはじめた携帯電話やそのほかの無線サービスに開放しようとした。これまで必死にハイビジョンを進めてきた放送業界やメーカーからの反対意見もあったが、テレビは「デジタル化」の夢へと舵を切っていくことになったのである。

## (2) 地上デジタル放送へのカウントダウン

ただし、地上デジタルテレビ放送の実現には、さまざまな障壁があったことはよく知られている。地デジ化に要する費用は約1兆円と推計され、テレビ局は機材の更新や送受信施設の建て替えなど、莫大な費用を求められた。1局につき約60億円かかるといわれた設備投資のなかで、地方局は生き残れるのかと心配されるのも、無理のないことであった（鈴木健二 2004）。さらに移行期間中は、アナログとデジタルの放送が共存するため、一部のアナログ放送用電波を別のアナログ帯域に移し、デジタル放送向けに確保する「アナアナ変換」も必要で、その費用は1,000億円を超えると試算された。また東京タワーに代わる新タワーの建設も必要となり、建設場所でもめた。

何よりも、地デジ化によって各家庭に受信機の買い替え（あるいは地デジチューナーの設置）を強いる必要があった。約4,500万世帯にある受信機を買い替えさせることは当時としては無謀に近いと考えられ、地上デジタル放送は「視聴者に多大な負担を強いたという意味では、空前絶後の大事業だった」（原真 2013：66）。当時、水越伸（1999）が指摘したように、郵政省の議論は「放送波のデジタル化」ばかりで、「送り手の表現文化や視聴者文化」に対する議論は薄かった。あくまでも「大きな物語」を描くことで、放送のデジタル化のメリットを強調しつづけたのである。たとえば当時フジテレビ代表取締役社長だった日枝久は「テレビ

が変わり、日本が変わる」と喧伝した（『月刊民放』2003年12月号）。

もちろん、地デジ化へは慎重に、段階をふみながら行われた。まず1996年6月からCS放送のデジタル化、1998年10月からケーブルテレビのデジタル化、そして、2000年12月からBS放送のデジタル化へと徐々に移行が進んだ。とくに「1,000日1,000万世帯」を目標に掲げたBSデジタル化は重要で、地上デジタル放送移行への助走として必要だった。ゆえに、2000年をデジタル放送元年とする主張もある。

「放送のデジタル化」を順調に進めるためのシナリオは、まずは2000年末にスタートするBSデジタル放送によってデジタル放送の視聴者を増やしていきながら、2003年に三大都市圏で始まる地上波デジタル放送が引き継いで増幅させていき、その勢いで全国に広がっていくかないのである。（西正 2000：30）

2000年（平成12年）の『通信白書』でも郵政省はまだ危機感をあらわにし、「地上放送のデジタル化の推進に当たっては、国民に一定の負担をかけざるを得ない面もあることから、国民的理解を得ながら推進する必要がある」と記している。ゆえに、ここから地上デジタル化の完全移行までの、全国的な異様なまでの「カウントダウン」がはじまっていく。2003年12月1日に3大広域圏のNHKおよび民放16社、つづいて2006年12月1日に全国の民放テレビ会社（親局）で地上デジタル放送がはじまって以降、2011年7月の地上アナログの停波に向けて、全国の視聴者に「いままでのテレビが映らなくなる！」「でも、テレビが新しく生まれ変わる！」と煽っていった。

具体的には2009年1月12日から地上波放送局各社が画面上に「アナログ」と書かれた文字を常時表示したり（「目障りだから消してほしい」という苦情もあった）、同年7月には日本全国で「地デジで元気キャンペーン」を実施。歌手の北島三郎による「地デジ音頭」や地デジ推進のため

の統一キャラクター「地デジカ」が登場した。高齢者には戸別訪問をしたり、敬老の日前後の1週間で「『地デジで親孝行』週間」としてキャンペーン化する熱の入れようであった。エコポイントを活用したデジタルテレビの購入促進も行われた（「地上デジタル放送国民運動推進本部（第3回会合）配布資料」2009年7月24日）。

その結果、デジタル用の受信機は急速なスピードで普及していくことになる。2009年3月には普及率が60%を超え、2010年3月には84%、同年12月には95%に達した。この背景には高画質の人気、テレビ好きで生真面目な国民性、官民挙げての地デジ化推進キャンペーンの効果があつたとされた（原真 2013）。最終的に、2011年7月24日、東日本大震災で被災した岩手・宮城・福島3県を除く44都道府県でアナログテレビ放送の電波を停止。2012年3月31日には3県も含めて、すべての都道府県で地上波テレビのデジタル化が完了した。ほぼシナリオどおりだった。

たしかに地デジ化を機にテレビ受信機を持たなくなった世帯が一定数出たものの、地デジ化への切り替えは、今日からすれば、ギリギリのタイミングだったと言えるだろう。まだ日本ではテレビへの未来が描けていたからである。もしも2015年の動画配信元年以降にデジタル化がずれ込んでいたら、日本のテレビ離れはもっと加速していたに違いない。テレビはインターネットの悪夢を完全にみる前に「デジタル化」を完了できたのである。その意味で、「デジタル化」はテレビがみた最後の夢だったのかもしれない。少なくとも、テレビがテレビという枠内で未来を語る事ができた、最後の技術であった。



## 4 テレビは「インターネット」の悪夢をみたか

### (1) 無視か？ 競合か？ 融合か？ 連携か？

インターネットが普及しはじめた当初、まだ放送への影響は限定的という見方が強かった。というよりも、通信と放送はまったくの別もの、という認識だったと言っていい。事実、1999年（平成11年）の『通信白書』の特集テーマは「インターネット」だが、「放送事業は総じて堅調」との記載があり、競合相手になるという未来を想定していない。もともと学術的なネットワークARPAnetに起源をもつインターネットの通信技術と、電波を通じたテレビの放送技術は性質が異なり、それぞれ別のコミュニケーションとして区別されていたのである。ゆえに、インターネットが普及しはじめたころ、テレビ局自身も、単なる番組の補完的な役割としての利用だった。自社のホームページを開設したり（『月刊民放』2000年4月号には、各民放のホームページ掲載項目の一覧表が載っている）、個々のドラマやバラエティ番組のホームページを立ちあげたり、なかには放送の未公開シーンを含んだ有料サイトも登場した。ただし、放送された番組があくまでも主であり、インターネットの情報は従だった。

だから「インターネット放送」なるものが登場したときも、テレビ局がとくに慌てる様子ではなかった。インターネット放送は、インターネットを伝送路として、テレビやラジオのように映像や音声を配信するサービスのことである。インターネット・プロトコル（IP）によって、直接、端末から端末へと情報を伝える仕組みだった（西正 2001c）。ゆえに、インターネット放送は、放送法や電波法に基づくものではない。当時、雑誌『放送文化』1998年6月号には「インターネットがテレビになる日」と題する特集が生まれ、インターネット放送の事例が紹介されていた（図4）。

インターネット放送は、放送と名が付いているものの、あくまでも通信であり、まだ特定少数向けのサービスであった。放送のように映像や音声

図4 「特集 インターネットが  
テレビになる日」  
(『放送文化』1998年6月号)



を送ることができるが、不特定多数に向けたものではない。それゆえ、当時、テレビを凌駕するとはまったく考えられていなかった。つまり、「地上放送事業者の目には、“マスメディアが無視すべきニッチな世界”と写っていた」（日本民間放送連盟・研究所編 2000：214）に違いない。インターネット放送の特徴は、低コストで送信できる一方で、受信には通信料や接続料といったコストが高くかかり、また、視聴者の特性を把握しやすい代わりに、視聴者数の規模が小さく、さらに低品質の映像というデメリットがあった

（郵政研究所編 1998）。まだまだ放送の相手ではなかったのである。そんなことよりも、放送のデジタル化のほうが重要だった。

けれども、しだいに映像や音声が高品質となり、高速のインターネット通信が可能になれば、テレビと「競合」していく未来は容易に想像できた。さらにストリーミング再生が可能となり、受信しながら映像が再生できるようになれば、インターネットが放送に限りなく近づいていくことは言うまでもない。つまり、「テレビ放送という途方もなく高価なマスメディアが、一般人の手の届くミニメディアになっていくのである」（西垣通 2001a：84）。西垣通は早い段階から、インターネットで鮮明な画像が見られるようになれば、「テレビ放送はインターネットと融合して行かざるを得ない」（西垣通 2001a：86）と主張していた。そうになると、岡村黎明が言うように、テレビは映像という最後の砦を失うことになる。

通信回線のブロードバンド化で高速・大容量の情報の流れが可能になり、常時接続でき、ストリーミング技術が動画の送受信を可能にするということになると、動画というテレビにとっての最後の砦まで、有力な競争相手が出現することになる。(岡村黎明 2003: 30)

こうした状況下で、2001年(平成13年)の『情報通信白書』では「加速するIT革命～ブロードバンドがもたらすITルネッサンス」が特集テーマとなり、「放送と通信の融合」が明確に打ち出されている<sup>5)</sup>。同年11月には「ブロードバンド時代における放送の将来像に関する懇談会」が開かれ、徐々にテレビとインターネットの関係が検討されるようになっていく。両者は果たして融合すべきなのか、連携すべきなのか。この議論の背景には、デジタル放送とインターネットの親和性が高いということが当時から挙げられていた。ただし、こうした流れはテレビ業界にとって、決して面白いことではなかっただろう。急激なインターネットの発達を前に、むしろ、「悪夢」をみはじめたと言ってもいい。

## (2) 何でも「コンテンツ」と一くくりにされる時代へ

これまでテレビ産業は、無線の放送局の所有・運営(ハード)と、放送番組の制作・編集(ソフト)が分かちがたく結びついてきた。だから、衛星放送やハイビジョン、デジタル化など、テレビはまずハードの夢を追いかけ、それに合わせて新しいソフトを用意するというスタンスだった。これがインターネットの登場によって、思いがけず、ハードとソフトの「部分的な分離の必要」が出てきたのである(西垣通 2001b)。新しい通信技術の登場によって、それまでの無線技術とは別の形で、いきなり同じようなソフトを供給できる環境が整った。これは無線という圧倒的な既得権益を保ってきた放送局にとって、ゆゆしき事態だった。さらに2005

年にはライブドアによるニッポン放送株の買収劇まで飛びだし、まさに寝耳に水だった。これから放送業界全体でデジタル化を推進していこうと夢を追っていた矢先に、いろいろな刺客が現れたのである。

放送関係者にとって最大の誤算は、インターネットの劇的な成長だ。1994年の江川発言から2012年の地デジ化完了までの間に、放送のデジタル化のメリットとされた高画質、多チャンネル、高機能はすべてネットでも可能になった。とくに、チャンネル数はネットなら無限だし、双方向などの高機能サービスもネットの方がずっと便利に、しかも安く実現している。当然の結果として、テレビはネットに視聴者と広告を奪われている。(原真 2013: 82)

先に見たように、放送のデジタル化は、テレビ産業からすれば「見るテレビ」から「使うテレビ」への劇的な変化だった。ただ、業界内の変化を追っているうちに、その外側ではこれまで培ってきた放送の技術を使わずに、似たような映像を大量に送信できるインターネット動画が急成長をはじめていた。その結果、テレビ番組は何でも「コンテンツ」と一くりにされる時代に巻き込まれていくことになる。ハードウェアとしての放送局の意味が解体し、映像コンテンツの優劣だけで判断される世の中になったのである。もはや視聴者はテレビで見ようが、インターネットで見ようが、伝送路に関心はない。コンテンツが面白ければ見るし、面白くなければ見ないという論議が出はじめていく。こうして「コンテンツ」という言葉が、独り歩きをしはじめていくことになった。

このテレビにとっての危機感は、2000年代から2010年代に放送されたNHKスペシャル「放送記念日特集」を見ればよくわかる。たとえば2006年の「放送記念日特集」第一夜は「テレビとネット アメリカ最前線レポート」として、「テレビとインターネットの垣根がなくなりつつある」とアメリカの事情を解説している。つづく2008年の「放送記念日特

集」は「映像メディアはどうなるか～ネットの世界は今」と題し、インターネット上の映像や動画の情報量が加速的に増加し、テレビをしのぐ勢いだと危機感を募らせている。とくに番組内で紹介されている「グリーンTV」（環境専門の動画投稿サイト）の代表は、元BBCのディレクターで「インターネットの出現でテレビは死にました」と語っている。番組最後のナレーションでは「急激な広がりを見せるインターネットメディアの世界。テレビメディアが、その波に飲み込まれようとしています」と締めくくった。これは2016年の「放送記念日特集」のラストナレーションまで引き継がれていくことになる。

テレビからインターネットへ。インターネットからテレビへ。放送と通信をめぐる動きはいよいよ錯綜し、新しい表現が生まれている世界。インターネットのメリットとは。そしてテレビならではの良さとは。さまざまな模索がつづきます。放送と通信、組織と個人、ジャーナリズムとエンターテインメント。さまざまな境界が消えつつある今、表現の大競争時代がはじまっています。

このとき便利に使われていくのが「コンテンツ」という言葉だった。雑誌『放送文化』でも「コンテンツ流通の新時代」（2005年冬号）、「動画新時代と放送局」（2008年秋号）といった特集のなかでコンテンツ論が議論されていく。2005年からYouTube、2006年からニコニコ動画といったネット配信がはじまるなかで、テレビ番組はこれらとフラットな立場で、「コンテンツ」という言葉で一くくりにされていく。もちろん、放送業界もこうした状況に手をこまねいたわけではない。2000年代半ばより放送局では次々に動画配信サービスを開始し、たとえばキー局やNHKでは、第2日本テレビ、フジテレビ On Demand、TBS オンデマンド、NHK オンデマンド、テレ朝動画、テレビ東京ポータルサイトなどがはじまっていく。放送局は、自ら「コンテンツ論」の土俵に上がり、生き残

りを図っていったのである<sup>6)</sup>。

しかし、電波送信というハードにあくまでも固執するテレビ業界において、インターネット上での同時配信だけは、依然として高いハードルだった。2006年、当時の総務大臣・竹中平蔵が私的な懇談会のなかで「なぜ、インターネットでテレビの生放送が見られないのか」と述べたというが（音好宏 2007）、この発言後も電波以外で番組を同時に流すという議論はつづかなかった。ただ、2011年3月11日の東日本大震災時に、広島県に住む中学生が、自分のスマートフォンでNHKの画面を撮影し、Ustreamでネット配信したのをきっかけに道が開かれたのかもしれない。この行為は違法配信だったものの、当時の被災状況を見て、NHKも同時配信を黙認した。その直後、あくまでも「特別措置」として、NHKや一部の民放でもインターネット同時配信されることになった（村上聖一 2011）。逆に言えば、未曾有の大災害がなければ、放送という枠を超え、テレビはインターネットと「連携」することはできなかったのである。

## 5 おわりに

以上、1980年代後半から2010年前後までの、放送メディアの未来像の変遷をたどってきた。本章の流れを簡潔にまとめれば、衛星放送とハイビジョンで「ビジョン拡大」の夢をみたあと、テレビは「デジタル化」の夢へと方針転換し、そこに「インターネット」の登場で悪夢をみたということになる。1950年代から1980年代前半までの未来像の変遷とは異なり、これらのなかに明確な「思想」や「哲学」を見いだすことはできなかった。つまり、1980年代後半以降の放送メディアの未来像は、急速なテクノロジーの進展とともに語られた、きわめて「技術決定論」的なテレビの夢の軌跡であったと言っていい。1980年代後半以降では、具体的な技術開発と伴走しながら、テレビの未来を描いたのである。だから、

その技術が見えなくなれば、当然、未来像も描けなくなっていく。

実際、ちょうど2000年代半ばより、『情報通信白書』のなかでも「放送」に割かれるページ数が減っていく。主要都市で地上デジタル放送が無事にはじまり、これを超えて、テレビは新しい夢を語ることが難しくなった。インターネットもあくまでも外部の技術革新であり、テレビ産業内部から出たものではない。次第にテレビは自身の未来像を見失っていったのである<sup>7)</sup>。

本論でも繰り返し述べてきたように、結局、1980年代後半から描かれてつづけた放送メディアの未来像とは、日本的でドメスティックな文脈のなかで語られる「技術オリエンテッド」(技術志向)なものに過ぎなかった。『情報通信白書』でも「放送の高度化」というハードの側面ばかりを強調し、それから番組というソフトを考えるという順序だった(いや、ソフトも十分に考えたとは言い難い)。こうしたなかでインターネット動画が出現し、一気にコンテンツ論へと移り、あたふたしているのがテレビの今日と言っていいだろう。1993年に村木良彦は、2015年ごろにテレビはお金を払って見る「ペイテレビ」へと移行して、マスマーケットとしての放送は終わると言っていたが、まったくそのとおりの事態となったのである(村木良彦 1993)。まさに2015年、NetflixやAmazon Prime Videoが日本で有料サービスを開始し、日本のテレビ界に「黒船」となつて押し寄せた。

それでもなお、日本ではテレビの未来はハード中心に描かれ、とくに2020年の東京オリンピック開催決定以降は、自国開催のオリンピックに照準を合わせ、高画質テレビの普及が推し進められた。しかし、新型コロナウイルスの蔓延とともに人びとの生活様式が変わり、東京オリンピックが終わると、テレビ技術の未来像は不透明さを増した。テレビ受信機へのネット接続が進み、テレビ受信機が単に番組を受信する装置ではなく、「何らかの映像コンテンツを映し出す機械」(境治 2011)となった。いまやテレビ放送のリアルタイム視聴のみにテレビ受信機が用いられる時代

は終わった。NHKや民放はインターネット経由の見逃し配信サービスを拡大し、2020年以降、インターネット同時配信も本格化させているものの、出遅れた感は否めない。テレビ技術の高度化を追い求めていたら、いつの間にかその中身（コンテンツ）がすり替わっていったのである。

これからAI全盛期を迎え、テレビの未来像を描くとすれば、もうハード開発の未来ばかりみないことだろう。より電波を広範囲に、より画面を高精細に、といった「ビジョン拡大」の夢を描く時代はもう終わった。「デジタル化」をして新しい放送形態を試してみても、いまやスマートフォンのなかにあらゆるアプリや短尺動画が氾濫している。さらにインターネット動画配信の拡大によって、ますますテレビのリアルタイム視聴離れが加速している。こうした状況下で、これからのテレビはハードではなく、ソフトに未来像を見いだしていくしかないだろう。その核となる領域こそ、テレビのもつ「ジャーナリズム」にほかならない。ニュースやドキュメンタリーに限らず、ドラマやバラエティであっても、権力をチェックし、社会的弱者に耳を傾け、地方の問題にも向き合っていく姿勢は重要だ。これは本論の趣旨を超えるため、最後に提言だけにとどめたいが、もしテレビがインターネットに悪夢をみたとするならば、インターネットにはできないコンテンツを送出していく未来を描くしかない。現状、テレビにあってインターネットにない最大のものは「ジャーナリズム」である。これからは技術論ばかりではなく、番組論にも未来を託していけば、まだまだ「テレビの消える日」は遠いはずだ。その意味で、放送メディアの未来像は終わらないし、終わらせてはいけけないのである。



## 注

- 1) 2010年代以降のテレビの未来像については、村上圭子による一連の論考を参照されたい。2013年より、『放送研究と調査』にて「これからのテレビ」を巡る動向を整理する、2018年より「これからの放送」はどこに向かうのか?」としてシリーズ化されている。
- 2) 当然、チャンネル（時間枠）の拡大とともに、ソフトの供給不足が懸念された。多メディア・多チャンネル時代ではソフト（番組）が足りなくなると危惧されたのである。事実、『通信白書』でも毎年のようにソフトに関する記述欄を設けている。また、1992年のNHKスペシャル『テレビはどこへゆくのか』では、香港のスターテレビ、ロンドンのワールドサービステレビ、台湾やニューヨークのケーブルテレビを取材し、多チャンネル時代のソフト供給のあり方を提言している。
- 3) 『通信白書』1993年（平成5年）には、UDTV（Ultra Definition TV）なる技術の完成を2005年に実現することもうたっている。それは走査線2,000本レベルの業務用の超高精細デジタル映像システムであるという。高画質化への流れは、のちの4K、8Kまでつづく、日本のテレビ開発の原動力であった。
- 4) ハイビジョンの推進に関する懇談会編（1987）には、暮らしのなかにいかにハイビジョンが使われるかの事例が載っており、興味深い。46歳の会社員T氏と41歳の妻（環境デザイナー）、中学3年生の15歳の長女、小学6年生の12歳の長男の4人家族は、朝起きるとリビングルームにハイビジョンモニターがあって四季を感じさせる植物や動物の静止画が映しだされている。T氏や子どもたちが出かけたあとは、妻がハイビジョンを利用してホームショッピングをし、長男が通う小学校ではハイビジョンによる合同授業があり、美大を目指す長女は母と美術館へ行き、ハイビジョンでピカソの作品を鑑賞する。夜になるとT氏と長男がワールドカップサッカーの生中継をハイビジョンで楽しむのだという。
- 5) 2001年（平成13年）の『情報通信白書』によれば、「放送と通信の融合」は4つのレベルに分けられるという。第一に、インターネット放送のような通信と放送の中間領域的なサービスの登場（サービスの融合）、第二に、ケーブルテレビネットワークのように、一つの伝達手段の共用化（伝送路の融合）、第三に、電気通信事業と放送事業の兼営（事業体の融合）、第四に、通信にも放送にも利用できる端末の登場（端末の融合）である。
- 6) ビデオ・オン・デマンド（VOD）自体は、テレビ業界で早々に議論がはじまっていたことでもある。興味深いのは1997年（平成9年）の『通信白書』に「ニア・ビデオ・オン・デマンド」なるものが語られていたことである。当時、衛星デジタル化による多チャンネルに向けて「見たい時間に番組を見ることができるとニア・ビデオ・オン・デマンド」の提供が模索された。これは数チャンネルを用いて時差を付けて放送するもので、たとえば2時間の映画であれば4チャンネルを用いることで、30分ずつ時差をつけて放送でき、視聴者は最大30分の待ち時間で最初から番組を楽しむことができるという。インターネット普及以前のオンデマンド視聴の試行錯誤がよくわかる。
- 7) ただ、こうしたなかでも、その後のスマートフォン時代を先取りするような未来をテレビ業界が描いていたことも忘れてはならない。とくに地上波のデジタル化によって、副次的に、テレビの未来を語る幅は広がった。そのなかの一つが「ワンセグ」であった。ワンセグとは、13ある電波帯域（セグメント）のうちの1つを使った、携帯端末向けの放送のことである。地デジ化によって13セグメントのうち1セグメントが余り、これを「移動体端末による受信専用」チャンネルとした。2006年4月1日の開始以降、独自編成、データ放送、視聴予約など、ワンセグを使った新しい可能性が模索され、大いに期待された。しかし、スマートフォンの誕生、とりわけ2007年のiPhoneの登場によって、国際規格のなかにチューナーが内蔵されず、ワンセグの発展は消えた。ワンセグは「タテ動画」のはりしとしての未来をもっていたが、敗北したのである。ほかにも、2012年に開始した「NOTTV」は、地デジ化によってVHFの高帯域（V-High）が使えるようになったことで、高品質・高画質の「リアルタイム型放送」と「蓄積型放送」が可能になり、24時間放送のみならず、新聞・雑誌・電子書籍・ゲームなどのさまざまなコンテンツを提供する複合的なサービスとして急成長するはずだった（『情報通信白書』平成24年）が、2016年に廃局した。また、2010年前後からさまざまな論者が「スマートテレビ」をうたい、ネットつながった未来をテレビ主体で描こうとしたが、こちらも単なる言葉だけの流行として終わってしまう。2007年に国内メーカーが主導した「アクトビラ（acTVila）」も、インターネットを経由したストリーミング再生サービスとして、今日の動画配信を先取りしたものであったが、国際的な趨勢のなかで夢破れるかたちとなった。やはり何でも掌のうえで情報収集できる「スマートフォン」という圧倒的な携帯端末と「インターネット動画配信」の荒波を前に、さまざまなテレビの夢は奪われるかたちとなったのである。

## 引用・参考文献

---

- 青木貞伸（1990）『ニューメディアの興亡』電波新聞社。
- 青木貞伸（1992）『次世代メディアを考える』電波新聞社。
- 電通総研編（1994）『デジタル放送の時代』日刊工業新聞社。
- ハイビジョン文化研究会編（1990）『ハイビジョンの創造と文化』日本放送出版協会。
- ハイビジョンの推進に関する懇談会編（1987）『次世代テレビ ハイビジョン』第一法規。
- 原真（2013）『テレビの履歴書』リベルタ出版。
- ジョージ・ギルダー（1990=1993）『テレビの消える日』講談社。
- 高度映像都市「ハイビジョン・シティ」構想懇談会編（1988）『ハイビジョン・シティ——都市と暮らしの明日を見つめて』日刊工業新聞社。
- 水越伸（1999）「デジタル化と放送文化——視聴者と表現者の視点から」『放送文化』1999年5月号、50-55。
- 水越伸・NHK「変革の世紀」プロジェクト編（2003）『NHKスペシャル 変革の世紀II インターネット時代を生きる』日本放送出版協会。
- 村上聖一（2011）「東日本大震災・放送事業者はインターネットをどう活用したか——放送の同時配信を中心に」『放送研究と調査』61（6）：10-17。
- 村木良彦（1991）「都市を記録するハイビジョン」『月刊民放』21（7）：6-9。
- 村木良彦（1993）「発想の転換迫られるテレビの明日」『月刊民放』23（8）：22-25。
- 村木良彦（2006）「矜持」と「窺究」——デジタル時代の「ソフト・イノベーション」『月刊民放』36（2）：5-9。
- 日本放送協会編（2001）『20世紀放送史 下』日本放送出版協会。
- 日本民間放送連盟・研究所編（2000）『デジタル放送産業の未来』東京経済新報社。
- 日本民間放送連盟・研究所編（2012）『ネット・モバイル時代の放送』学文社。
- 日本民間放送連盟・研究所編（2014）『スマート化する放送』三省堂。
- 日本民間放送連盟・研究所編（2016）『ソーシャル化と放送メディア』学文社。
- 日本民間放送連盟・研究所編（2018）『ネット配信の進展と放送メディア』学文社。
- 西正（2000）『衛星放送とケーブルテレビ』中央経済社。
- 西正（2001a）『衛星放送新時代』日刊工業新聞社。
- 西正（2001b）『デジタル放送革命』プレジデント社。
- 西正（2001c）『図解 インターネット放送』東洋経済新報社。
- 西正（2007）『2011年、メディア再編』アスキー。
- 西正（2015）『4K、8K、スマートテレビのゆくえ』中央経済社。
- 西正・野村敦子（2002）『ケーブルテレビのすべて』東洋経済新報社。
- 西垣通（1994）『マルチメディア』岩波書店。
- 西垣通（2001a）『IT革命』岩波書店。
- 西垣通（2001b）「テレビはネットで甦るか」『月刊民放』2001年8月号、4-7。
- 岡村黎明（1993）『テレビの明日』岩波書店。
- 岡村黎明（2003）『テレビの21世紀』岩波書店。
- 大森幸男（1990）「「衛星多チャンネル時代」とはどんな時代なのか？」『新放送文化』18：5-9。
- 音好宏（2007）『放送メディアの現代的展開』ニューメディア。
- 境治（2011）『テレビは生き残れるのか』ディスカヴァー・トゥエンティワン。
- 境治（2016）『拡張するテレビ』宣伝会議。
- 志賀信夫（1993）『衛星放送の越境と自由化』電波新聞社。
- 志賀信夫（2000）『デジタル時代の放送革命』源流社。
- 志賀信夫・隈部紀生編（1998）『デジタルHDTVの時代』日本放送出版協会。
- 白川通信（1990）『衛星放送とハイビジョン』教育社。
- 鈴木健二（2004）『地方テレビ局は生き残れるか』日本評論社。
- 高木利弘（2012）『スマートTVと動画ビジネス』インプレスジャパン。
- 竹島慎一郎（1997）『テレビはインターネットの夢を見るか』アスキー出版局。
- 郵政研究所編（1998）『21世紀 放送の論点』日刊工業新聞社。
- ザテレビジョン編（1993）『2000年のテレビジョン』角川書店。



松山 秀明 (まつやま・ひであき)

---

関西大学社会学部准教授。NHK放送文化研究所 委託研究員。  
著書に『テレビ越しの東京史——戦後首都の遠視法』（青土社、  
2019年）。論文に「放送研究の歩みと課題」『マス・コミュニ  
ケーション研究』100号、2022年1月／「日本のテレビ研究  
史・再考——これからのアーカイブ研究に向けて」『放送研究と  
調査』67巻2号、2017年2月など。