

毎年、新年には「* * 元年」という言葉が登場する。今年は「自動運転元年」「スマートロボット元年」「ビットコイン元年」など情報社会を背景にした言葉が登場している。同様の背景で「出不精元年」も候補である。仕事も買物もネットワークで代替できるので、外出の機会が減少する時代の到来という趣旨である。しかし、本命は「TVストリーミング元年」ではないかと推測される。

飛行機内で映画などを各自が自由に選択して鑑賞できるサービスがあるが、その技術がストリーミングである。サーバーに蓄積されている大量の動画から選択した内容をそれぞれの端末に送信してもらい視聴する仕組みである。プログレッシブ・ダウンロードという類似の技術で送信する「ユーチューブ」は老舗であるが、「NHKオンデマンド」「フルール」「ネットフリックス」などのサービスが開始されている。

これらは蓄積された画像を視聴するものであるが、電波で送信されている放送番組を、同時にネットワーク経由でも視聴できるようにするのが「TVストリーミング」で、アメリカではディレクTVをはじめ何社かが準備を開始しており、日本でも今年あたりから登場する気配である。これは視聴する立場からは便利なサービスであるが、既存の放送業界にとっては存亡を左右する革命になりかねない事件である。

以前は高速インターネット回線というとADSLやFTTHなど有線が中心であったが、最近では高速の無線回線が主流になり、現在の日本では七割以上になっている。そうなると大型受像装置で視聴するという習慣は次第に変化し、場所に拘束されずに携帯端末で視聴する方向に変化する。日本ではワンセグ放送が存在するが、視聴地域も放送番組も限定されている。しかし、TVストリーミングは一気に両方を拡大する。

これまでの放送事業は免許事業であり、かつ巨額の初期投資が必要であった。しかし、TVストリーミングであれば、免許は不要であるし、電波アンテナやCATV放送のような各戸への配線も不要になり、参入は容易になる。実際にアメリカではアマゾンがストリーミング放送に参入するための準備を開始しているという情報もある。そうなれば免許による保護という温室で発展してきた放送事業に強烈な北風が襲来する。

このような技術や経営の問題だけではなく、若者がテレビジョン番組への関心を喪失していることも放送業界には逆風である。NHK放送文化研究所の調査では、時間があるときにテレビジョンよりもインターネット動画を視聴するという比率は六〇代では五%、四〇代では二〇%であるが、二〇代では四七%というように、年代とともに放送は見放されつつある。TVストリーミング元年は今年の妥当な見出しかもしれない。

これはテレビジョンだけではなく、既存のマスメディア全体の問題でもある。それを象徴したのが今回のアメリカの大統領選挙であり、新聞とテレビジョンという既存のマスメディアに正面から敵対し、わずか一四〇文字のツイッターの連発という奇襲戦法で大衆を左右したトランプが勝利した。表現は粗野ではあるにしろ、既存メディアは既得権益の代表という構図を提示したトランプが選挙の常識を打破したことになる。

80年代にアメリカの学者が高精細画面の空虚な番組と低精細画面の充実した番組のどちらを選択するかと提起したことがある。残念ながら、現在の日本は前者の典型であり、この状態のままでは開発が進行している4K・8Kと大型受像装置の組合せをもってしても、若者を魅了する効果は期待できない。肝心なのは媒体よりも内容であり、これはあらゆる情報伝達手段に共通する原則である。