



電子商取引の市場動向について

プラットフォームビジネス としての電子書籍

2013年11月15日

(株)富士通総研 経済研究所 浜屋 敏

「プラットフォームビジネス最前線」



【監修】

根来 龍之

早稲田大学ビジネススクール

ディレクター・教授

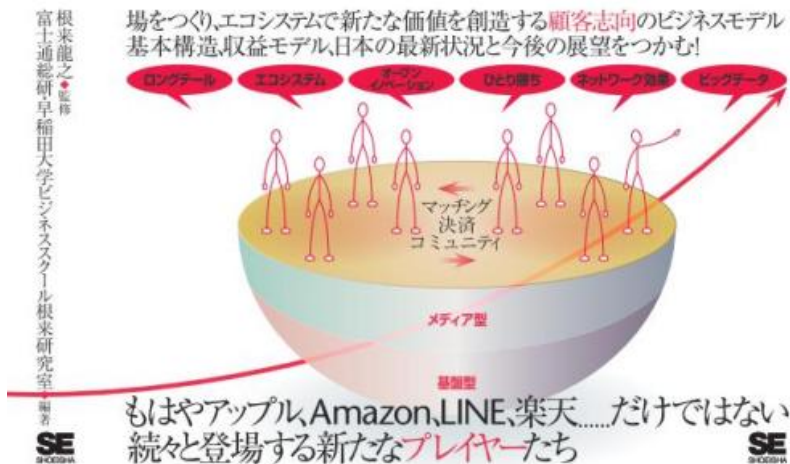
早稲田大学IT戦略研究所所長

【編著】

(株)富士通総研 経済研究所

早稲田大学ビジネススクール

根来ゼミ



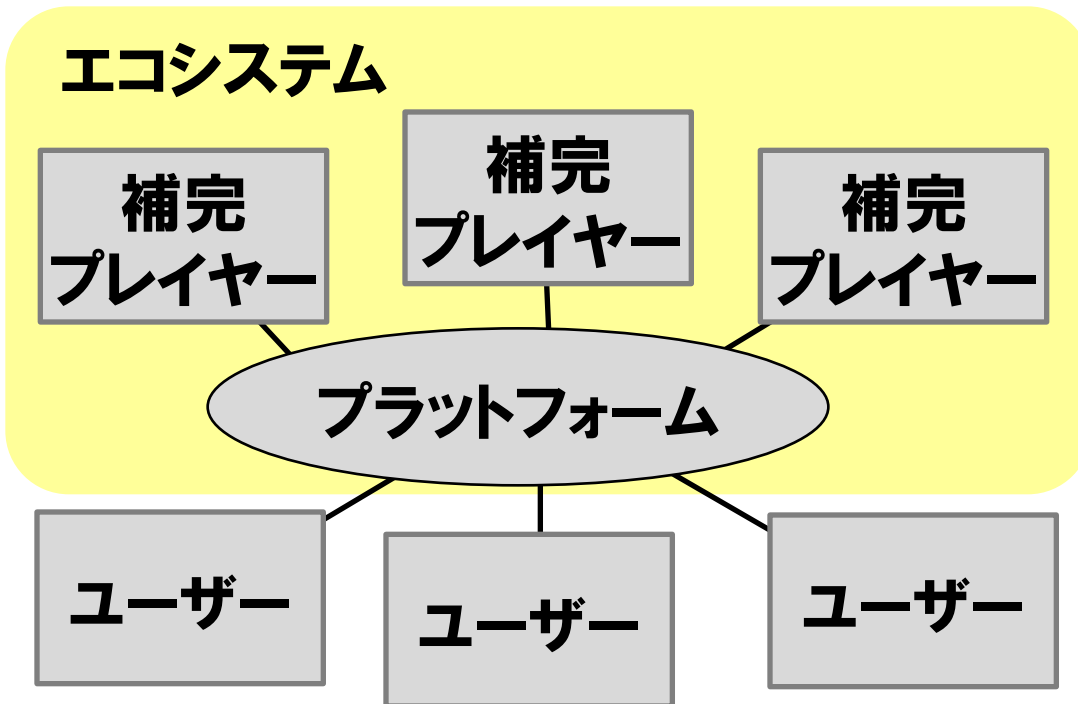
翔泳社

2013年12月下旬 発行予定

価値創造の違い



- ・最終ユーザーへのアクセスは最下流のプレイヤーに依存
- ・情報の流れ、価値創造の流れは、基本的には一方向



- ・ネットワーク効果が働く
- ・プレイヤーはPF経由でユーザーにアクセスできる
- ・ユーザー間インタラクション
- ・ユーザーも価値創造活動に参加できる
- ・すべての情報がPFに蓄積（POUデータも含む）
- ・PFが価値共創の場になる

独自の戦略テーマ

プラットフォームビジネスではエコシステムのマネジメントがポイントになる。

プラットフォーム
事業者が
補完製品の
参加・イノベーション
を促す

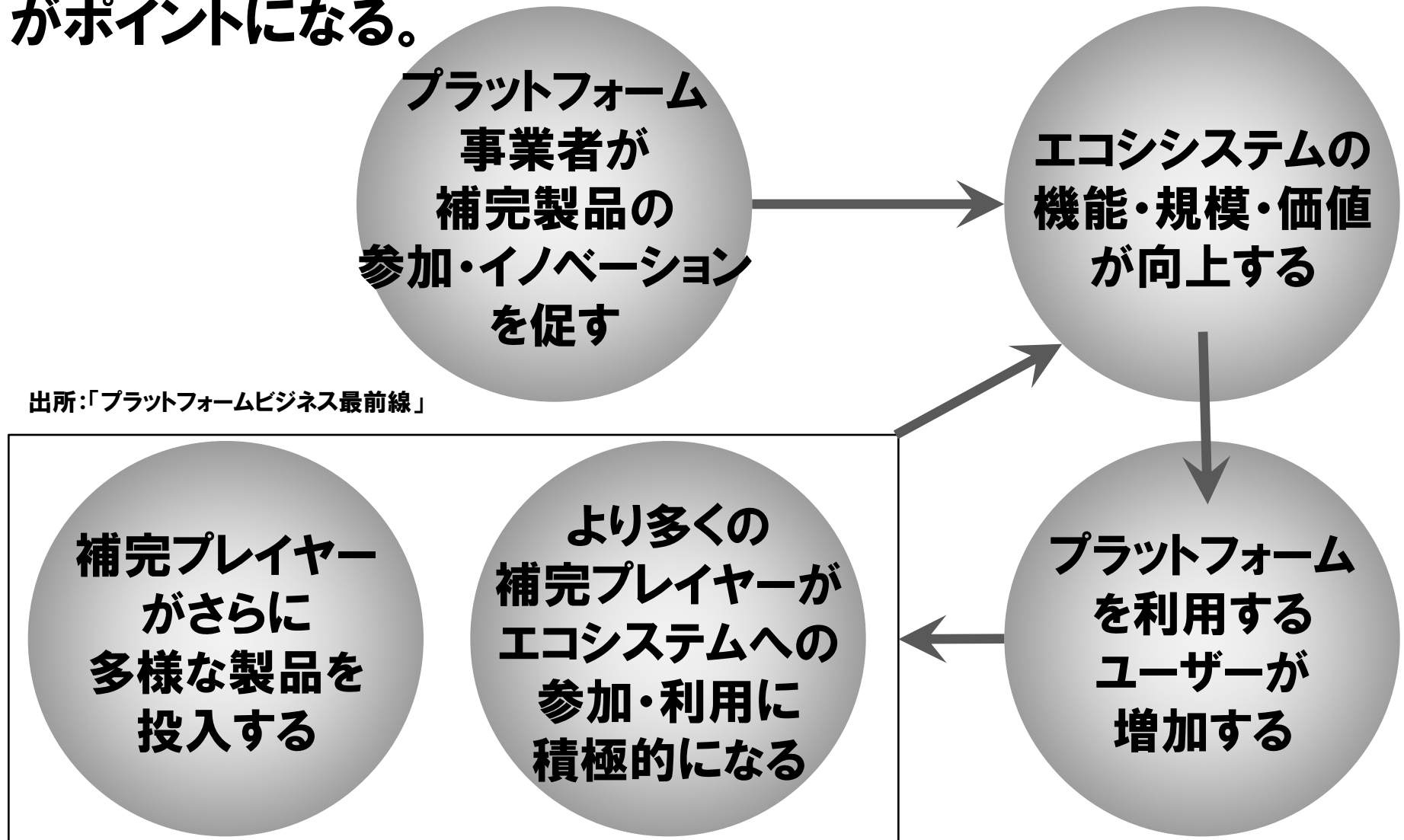
エコシステムの
機能・規模・価値
が向上する

出所:「プラットフォームビジネス最前線」

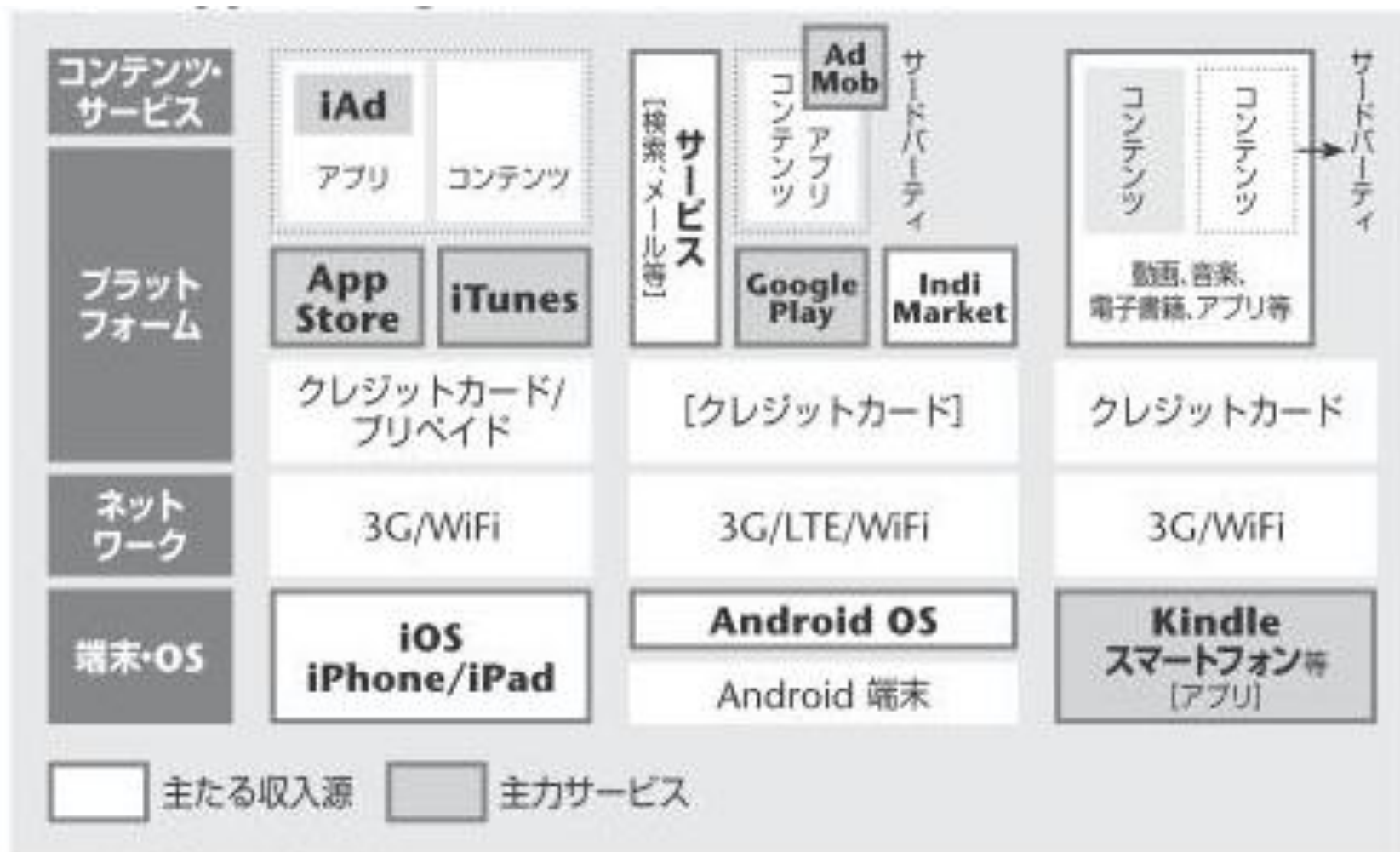
補完プレイヤー
がさらに
多様な製品を
投入する

より多くの
補完プレイヤーが
エコシステムへの
参加・利用に
積極的になる

プラットフォーム
を利用する
ユーザーが
増加する



エコシステムの構造の違い



出典◆平成24年版「情報通信白書」

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/pdf/24honpen.pdf>[pp.189-190]より作成

WTA(ひとり勝ち)のメカニズム

電子書籍ビジネスは、ひとり勝ち(寡占)状態になるのか。

