

共同研究「電子書籍市場の動向について」（概要）

平成 25 年 6 月
C P R C 事務局

1 本研究の目的

本研究の目的

本研究では、市場の黎明期にある我が国の電子書籍市場の現状と同市場における主要プレイヤーの意識・行動を把握して、先行する音楽配信市場の経験や電子書籍市場が発展している欧米において競争法上問題となった事例検証を踏まえた上で、我が国における電子書籍市場の発展経路予測と競争政策の観点からの着眼点について把握する。

研究手法



事業者へのアンケート調査等

我が国の電子書籍市場の今後の動向を探る上で重要となるプレイヤー（出版社、電子取次及び電子書店）の意識・行動を把握する。

欧米における事例検証（比較法研究）

欧米の電子書籍市場において生じた事案と事案処理の検証を通じて競争政策上の論点について把握する。

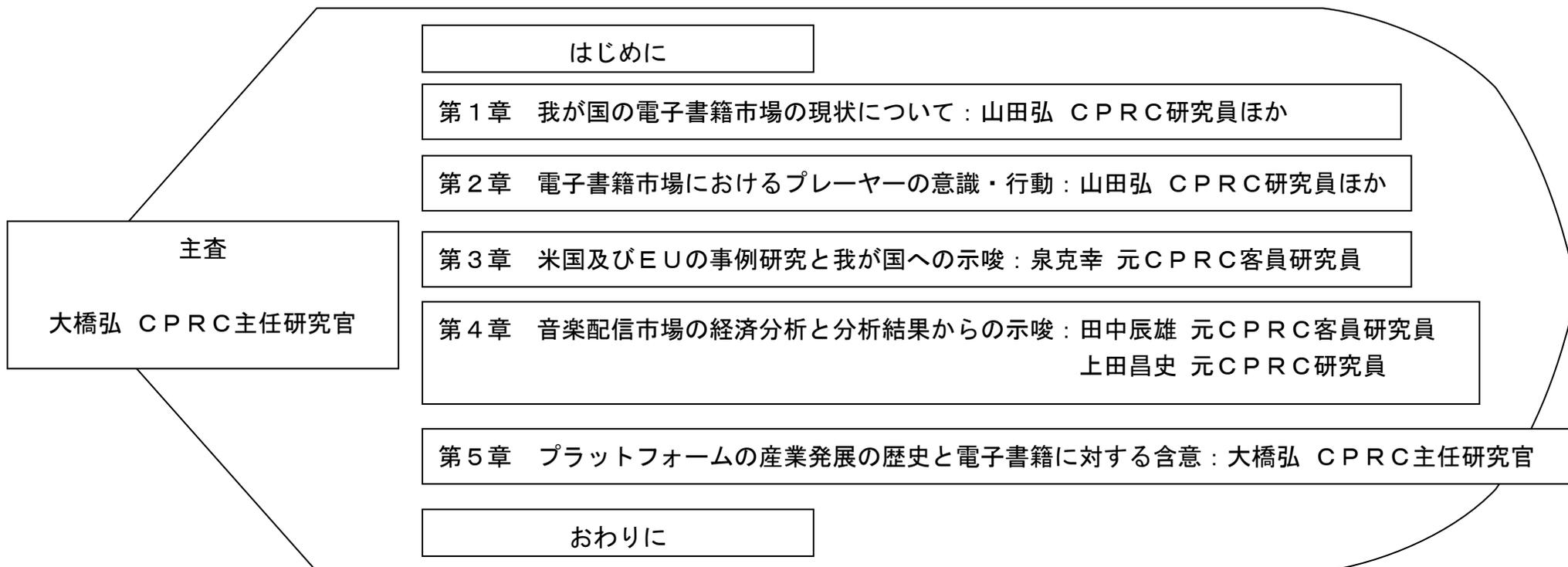
市場構造が類似している音楽配信市場の分析

市場構造が類似している音楽配信市場の分析を通じて電子書籍市場の発展経路を予測する。

プラットフォーム事業についての経済学的検証

プラットフォームを特性とする市場の発展経路を産業組織の観点から理論的に整理し、これを電子書籍市場に当てはめ、電子書籍市場の発展経路予測と競争政策の観点からの着眼点について整理する。

2 研究メンバー及び報告書の構成



○ メンバー

- 大橋弘 東京大学大学院経済学研究科教授・CPRC主任研究官
- 泉克幸 京都女子大学法学部教授・元CPRC客員研究員
- 田中辰雄 慶應義塾大学経済学部准教授・元CPRC客員研究員
- 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引企画課：山田弘 取引企画課長，田邊貴紀，塩友樹，山崎和久 各CPRC研究員
- 公正取引委員会事務総局経済取引局総務課経済調査室：上田昌史 京都産業大学経済学部助教・元CPRC研究員
柳田千春 CPRC研究員

3 我が国の電子書籍市場の現状について（第1章）

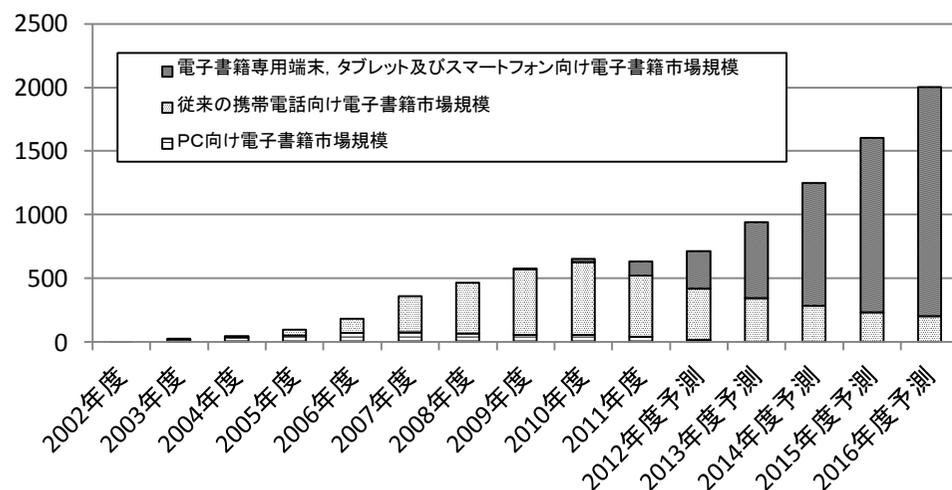
本章では、我が国の電子書籍市場について、市場規模、流通経路、主要なプレーヤーといった点から整理している。

1 電子書籍とは

【本報告書における電子書籍の定義について】 <報告書2頁>

- ① 既存の書籍や雑誌に代わる文字や図画情報であること
 - ② 電子情報として情報通信網を通じて有料で提供されるものであること
 - ③ 電子端末（パソコン、携帯電話（スマートフォン含む。）、電子書籍専用端末、タブレット等）により閲読されるものであること
- ※ インターネット上のブログ、CD-ROMに収められて販売されているもの（辞書、白書等）、内容は電子情報であっても紙に印刷して閲読するもの（プリントオンデマンド印刷）、無料で入手できるもの（青空文庫、オンラインカタログ）等は除く。

2 我が国の電子書籍市場の現状

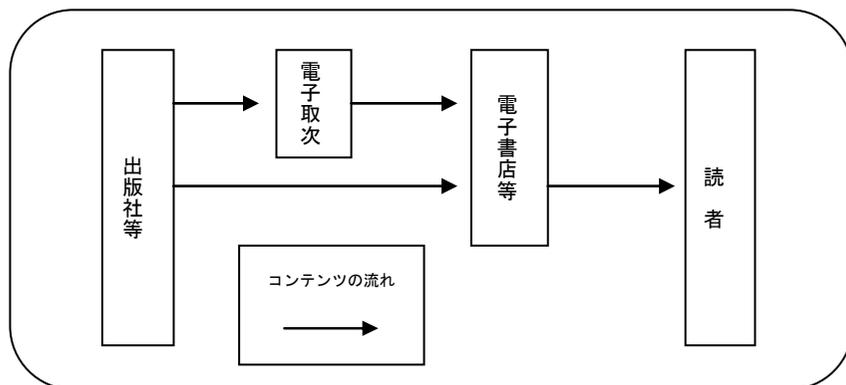


（出所：インプレスR&D著「電子書籍ビジネス調査報告書2012」を一部改訂）

【電子書籍市場の規模】 <報告書4頁>

左図のとおり、2011年度における我が国の電子書籍の売上高は約629億円。そのうち約480億円は、「従来の携帯電話向け電子書籍市場」の売上高によって占められている。これに対し、「電子書籍専用端末、タブレット及びスマートフォン向け電子書籍市場」の売上高は約112億円であり、電子書籍全体の売上高に占める割合は約18%。

【電子書籍の流通経路】 <報告書 4 頁>



- ・ 電子書籍市場の流通は、一般的に、出版社が電子データとしての電子書籍を製作し、自ら電子書店等に販売するほか、電子取次と呼ばれる電子書籍の卸売事業者を通じて電子書店(プラットフォーム事業者)に販売するといった形態が採られている。
- ・ 出版社が電子取次を介して電子書店と取引をする理由としては、紙の書籍を電子データ化するための作業や電子書籍の売上管理等の業務を電子取次に委託できることや、出版社が自ら電子書店と取引する場合に比べ、より多くの電子書店と取引できることが挙げられる。
- ・ 電子取次と電子書店の中には、同一の企業グループに属するものがあるが、企業グループが異なる事業者同士で取引も行われている。

【電子書籍市場における主要な事業者（出版社を除く。）と対応端末】 <報告書9頁>

電子取次（親会社等／業態）	主な電子書店（親会社等／業態）（※1,2）	電子書店対応端末機器（※1）	電子書店対応フォーマット（※3）
ビットウェイ（凸版印刷／印刷会社）	<u>BookLive!</u> （凸版印刷／印刷会社）	Lideo, Android 端末, iOS 端末, PC	.book, XMDF, EPUB, PDF
モバイルブック・ジャーピー（大日本印刷／印刷会社）	honto（大日本印刷／印刷会社）	Android 端末, iOS 端末, PC	.book, XMDF, EPUB, PDF
ブックリスタ（ソニー、凸版印刷等）	<u>ReaderStore</u> （ソニー／電気機器メーカー）	Reader, Android 端末	.book, XMDF, EPUB
メディアドゥ	紀伊國屋 BookWeb Plus（紀伊國屋書店／書店）	Reader, Android 端末, iOS 端末, PC	.book, XMDF, EPUB
	<u>楽天 kobo</u> （楽天／ネット通販）	Kobo, Android 端末, iOS 端末	EPUB, PDF
	<u>Kindle Store</u> （アマゾン／ネット通販）	Kindle, Android 端末, iOS 端末	azw, PDF
	iBookstore（アップル／電気機器メーカー）	iOS 端末	iBooks, EPUB, PDF

(※1) 網掛けは電子書籍専用端末機器を表し、二重線は電子書籍専用端末機器を提供しているプラットフォーム事業者（電子書店）を表す。

(※2) 電子書店には、電子書籍専用端末機器を提供した上で当該電子書籍専用端末機器及びスマートフォン、タブレット等の汎用端末を通じて電子書籍を販売している電子書店と、スマートフォン、タブレット等の汎用端末のみを通じて電子書籍を販売している電子書店がある。

(※3) ファイルフォーマットとは、分かりやすく言えば、「コンピュータ等の電子機器を介して利用するファイルの保存形式」のことである。このファイルフォーマットには、コンピュータ上で編集等の処理を行ったデータをそのまま表示することができるタイプのもの（「PDF」等）と、画面を拡大・縮小すると、スクリーンの大きさに応じて一行当たりの文字数やレイアウトが調整されるなど表示内容が自動的に変更されるというタイプのもの（「EPUB」、「XMDF」、「.book（ドットブック）」）の2種類がある。

4 電子書籍市場におけるプレイヤーの意識・行動（第2章）

本章では、出版社、電子取次及び電子書店の電子書籍市場における重要なプレイヤーの意識・行動を把握すべく行ったアンケート調査等の結果を整理している。

1 調査概要

- ① 調査対象：出版社 30 社，電子取次 5 社及び電子書店 4 社の合計 39 社
- ② 調査期間：平成 24 年 11 月から平成 25 年 2 月
- ③ 調査項目：電子書籍事業への取組に関する現状及び今後の方針等

2 調査結果の概要 <報告書 11 頁>

【出版社における電子書籍事業への取組方針】

どの出版社も今後、電子書籍事業を拡大していく方針を示している。

【電子書籍事業に関する取組状況】

ア 紙の書籍と同時に電子化を行うこととしている出版社は、電子化に積極的な傾向。

イ 既刊本を中心に電子化を行うこととしている出版社は、電子化に慎重な傾向。

これには、以下のような要因があると考えられる。

- ① ファイルフォーマットの違い
- ② 既刊本を電子化することに係る製作費用
- ③ 売上管理や印税計算に関する費用

現時点では電子書籍事業の売上割合が低いため、出版社として電子書籍の売上管理や印税計算の体制整備を行うインセンティブが小さい。

- ④ 著作者等からの許諾

作品の中には、紙の書籍へのこだわりから著作者等が電子化に消極的であることなどの理由により、著作者等から電子化の許諾を得ることが困難なものがある。

5 米国及びEUの事例研究と我が国への示唆（第3章）

本章では、我が国より電子書籍市場が発展している米国及びEUの競争当局の規制事例について取り上げ、当該事例（カルテル）がどのような背景事情により生じたのか、その特徴及び競争当局の対応を明らかにし、そこから我が国への示唆を得る。

1 米国—アップル及び出版社5社（注1）に対する司法省の民事訴訟の提起（2012年4月）

【訴訟経緯】 <報告書22頁>

- ・ 司法省が、2012年4月、被告等が電子書籍の販売に係る契約形態をホールセールモデル（卸売モデル）からエージェントモデル（代理店モデル）へ変更することで電子書籍の小売価格の引上げ等の行為を行ったことがシャーマン法1条に該当する違法行為であるとして民事訴訟を連邦地裁に提起。
- ・ 被告出版社のうち3社（注2）については、反トラスト手続・制裁法（通称「タニー法」）に基づく同意判決の手続によって進められ、司法省が同意判決案及び競争影響評価書を地方裁判所に提出（2012年4月11日）。
- ・ 同意判決案及び競争影響評価書に対するパブリックコメント（2012年7月23日）。
- ・ 同意判決（2012年9月6日）。
- ・ その後、ペンギンについては2012年12月18日付けで、マクミランについては2013年2月8日付けで、司法省がそれぞれ同意判決案及び規制影響評価書を地方裁判所に提出。

注1： 出版社5社とは、米国の大手出版社（アシェット（Hachette）、ハーパーコリンズ（Harper Collins）、マクミラン（Macmillan）、ペンギン（Penguin）及びサイモン&シュスター（Simon & Schuster））のことであり、以下、これら5社を被告出版社といい、アップルと被告出版社を合わせて被告等という。

注2： 被告出版社のうち、マクミランとペンギンを除くアシェット、ハーパーコリンズ及びサイモン&シュスターの3社のことである。

【事件の概要】 <報告書 23 頁>

- ・ 司法省の訴状によると、2007 年、インターネット通信販売業者アマゾン（Amazon）は、電子書籍専用端末「キンドル（kindle）」を発売し、当該端末において電子書籍（コンテンツ）を低価格で販売（9.99 ドル）することによって、米国の電子書籍市場におけるマーケットリーダーになった。
- ・ 被告出版社は 9.99 ドルという小売価格が短期的にはハードカバーの紙の書籍の売上を浸食すると考え、長期的には、①アマゾンや他の電子書籍ストアが出版社から電子書籍を購入する際、卸価格をより低く要求すること、②ハードカバーの価格破壊を招き、伝統的な書籍販売店の生き残りを脅かすこと、③アマゾンや他の電子書籍ストアが出版業界に参入して、被告出版社と競合関係に立つことを恐れた。被告出版社は、会合を重ねて、9.99 ドルという格安販売モデルをアマゾンに破棄させるために共同して行動する必要があるとの認識に至った。
- ・ アップルは、2010 年 1 月にタブレット端末「iPad」の発売を予定していたところ、被告出版社は iPad で電子書籍を販売するかどうかについてアップルと話し合った。
- ・ 話し合いでは、アップルはアマゾンの 9.99 ドルという小売価格及びそれに伴う低いマージンでの競争を望まず、被告出版社も上記の理由から電子書籍の低価格販売を望まなかったため、被告等は、電子書籍に関する販売契約について代理店モデルに切り替えることに、全体として合意した。
- ・ アップルは各被告出版社との交渉状況に関する情報を他の被告出版社に伝え、提案内容は全て同一であり合意内容は異なることを保証した。

【本件代理店モデル契約の特徴】 <報告書 25 頁>

- ① 被告出版社はアップルに対し電子書籍 1 冊の販売ごとに 30%の販売手数料を保証した。
- ② 価格ベースの最恵国待遇（MFN）^{（注）}をアップルに保証し、アップルの電子書籍ストア（iBookstore）で販売される電子書籍の小売価格が、アップル以外の電子書籍ストアの小売価格より高くなることはないようにした。

- ③ 価格帯 (pricing tire) を設定。これにより新刊及びベストセラーのほとんどの電子書籍の価格が 12.99 ドル又は 14.99 ドルとなった。

注：自社の販売価格より他社の販売価格が低く設定されている場合、自動的に他社の販売価格に変更されることとする契約条項。

【本件カルテルの影響】 <報告書 25 頁>

- ・ 被告出版社の電子書籍の平均小売価格が 10%以上上昇した。

【司法省の主張】 <報告書 26 頁>

- ・ 被告等の行為は、被告出版社とアップルが電子書籍の小売価格を引き上げ、固定し、維持すること、電子書籍ストア間の競争を終了させること、及び電子書籍の小売価格を固定することにより被告出版社間的小売価格競争を制限することについて同意したものであり、シャーマン法 1 条に当然違法とするものである。
- ・ 被告等の行為は、電子書籍ストア間的小売価格競争及び小売イノベーション競争（例えば電子書籍クラブや定期購読プラン等）の双方に関する利益を消費者から奪い、明白かつ実証可能な反競争効果を電子書籍市場に生じせしめた。

【同意判決^(注)の内容】 <報告書 28 頁>

- ① 電子書籍の販売に関するアップルとの契約の終了。
- ② アップル以外の電子書籍ストアによる電子書籍の小売価格の設定等の制限条項又は価格 MFN 条項を含む契約の終了。
- ③ 2 年間、電子書籍ストアが電子書籍の小売価格の設定等又は消費者の電子書籍の購入を促進するための値引き等を行うことを制限等することの禁止。
- ④ 電子書籍ストアと価格 MFN を含む電子書籍の販売に関する契約締結の禁止。
- ⑤ 電子書籍の小売価格又は卸売価格を引上げ等するために電子書籍出版社との間で契約・協定等を行うことの禁止。
- ⑥ 他の電子書籍出版社に対して競争上センシティブな情報（事業計画、過去、現在又は将来の卸売・小売価格、小売業者との契約条件等）を伝達することの禁止。等

注：裁判所が延長を認めない限り、判決は登録日から 5 年後に失効。

2 EU—アップル及び大手出版社（注1）に対する欧州委員会の確約決定

【経緯】 <報告書 31 頁>

- ・ 2011年12月、欧州委員会は、大手出版社5社がアップルと共謀して、欧州経済領域（European Economic Area: EEA）における電子書籍の販売に影響を及ぼすような反競争的行為に関与し、EU競争法に違反している疑いがあるとして正式審査を開始する旨公表。
- ・ 2012年9月、審査対象者であるアップル及び大手出版社5社のうち、ペンギンを除く出版社4社とアップルは、欧州委員会に確約（注2）を提出した。
- ・ 2012年9月、確約に対する意見募集。
- ・ 2012年12月、欧州委員会は、審査対象者から提出された確約が十分なものであるとして受け入れた。
- ・ 2013年4月、ペンギンが確約を欧州委員会に提出。

注1： 大手出版社とは、米国での民事訴訟の被告となった出版社4社（アシェット、ハーパーコリンズ、ペンギン及びサイモン&シュスター）及びホルツブリンク（Holtzbrinck）の5社である。ホルツブリンクは、上記出版社4社と同様に被告であったマクミランの親会社であることから、米国及び欧州で問題となった大手出版社5社は実質的には共通である。

注2： 確約とは、欧州委員会が正式審査を開始した後に、欧州委員会が予備的評価（preliminary assessment）において表明した競争上の懸念を審査対象者が解消するとの意図を示して欧州委員会に提出するものである。欧州委員会は提出された確約が適当であると認めれば確約を受け入れる決定を行い、当該審査を終了させる。確約決定の場合は競争法違反の有無については認定されることはなく、審査対象者は自らの意思で申し出た確約に拘束されることになる。

【事案の概要】

- ・ 上記米国の事件とほぼ同様。

【確約の内容】 <報告書 33 頁>

- ① 出版社4社は、アップルとの間で締結された代理店契約を終了すること。
- ② 出版社4社は、アップル以外の電子書籍ストアとの間で締結された、電子書籍ストアによる小売価格の設定等を行うことを制限し、又は価格MFN条項を含む代理店契約を終了すること。
- ③ 出版社4社は、2年間、電子書籍ストアが電子書籍の価格を設定する等の権限を制限しないこと。

- ④ 確約決定の告知から5年間、アップル及び出版社4社は、小売価格に関するMFN条項を含む電子書籍の販売に関するいかなる契約を締結しないこと。

3 検討と我が国への示唆

(1) 本件カルテル事件の特徴 <報告書 36 頁>

- ・ 伝統的な紙の書籍市場において交渉力を有していた出版社が電子書籍市場の発展と共に力を伸ばしてきた電子書籍ストアに危機感を覚え、これに対抗する形で行われたカルテル。⇒我が国でも、現時点では、出版社の交渉力が比較的強いという状況にあるものの、電子書籍ストアの力が強まれば同様の事態が発生する可能性はある。
- ・ 欧米の事例は電子書籍ストアとして力のあったアマゾンに対抗する形で競争者であるアップルが出版社と協調的な行為を採ったという特徴を有する。⇒水平的関係にある出版社間の共同行為のみならず、垂直的な関係にある電子書籍ストアと出版社間の共同行為にも注視すべき。

(2) 本件の事件処理の特徴 <報告書 36 頁>

- ・ 米国においては同意判決で、欧州においては確約決定によって事件処理が進行した。「発展段階にあり、かつ、動きの速い」電子書籍市場が対象であったために、同意判決又は確約決定という実効性・柔軟性を確保できる措置が採られたとの評価も可能。

6 音楽配信市場の経済分析と分析結果からの示唆（第4章）

本章では、電子書籍市場と市場構造が類似する音楽配信市場について分析し、ここから得られた知見を我が国における電子書籍市場に当てはめることによって、電子書籍市場の発展経路について予測。

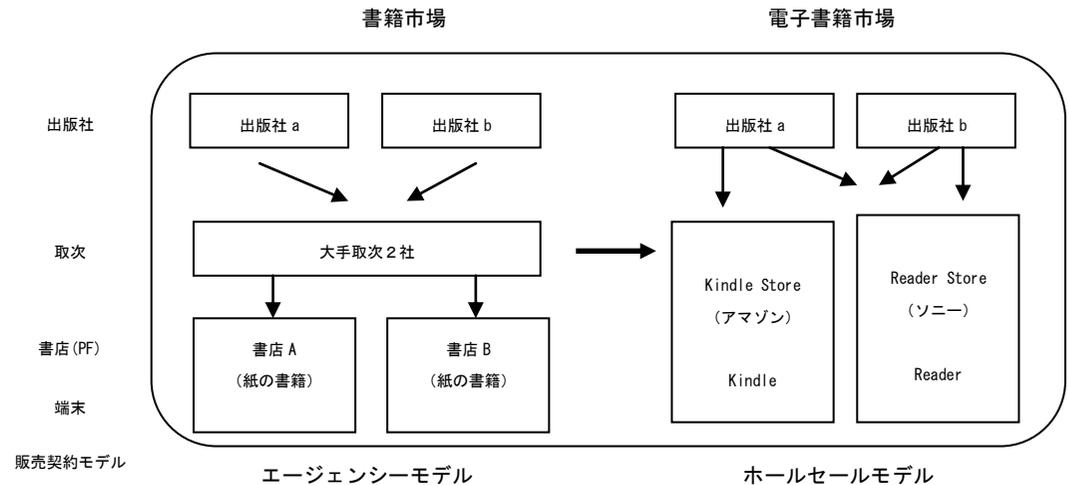
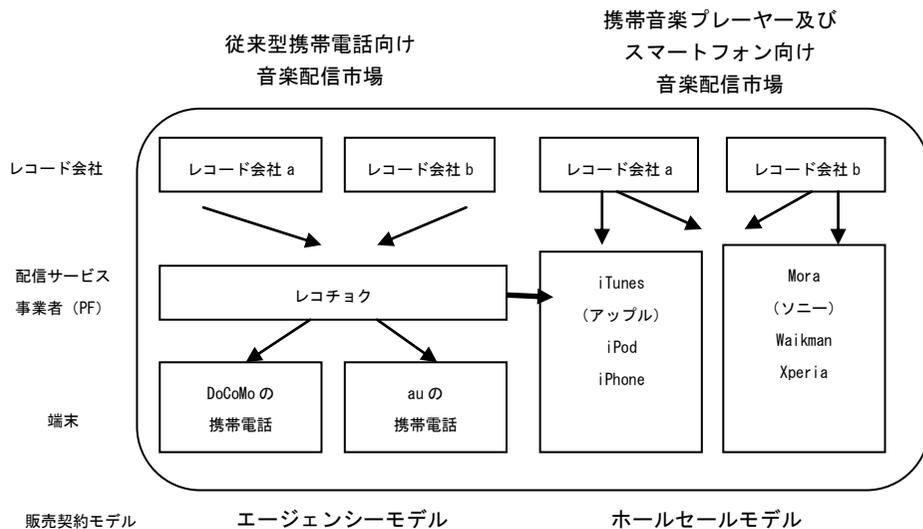
1 音楽配信と書籍の市場構造の変化の類似性 <報告書 38 頁>

音楽配信と書籍の市場構造の変化において類似性が観察される。

① 水平分離型競争から垂直統合型競争への移行。

音楽配信市場では、寡占的な配信サービス事業者（レコチョク＝国内主要レコード会社の共同出資による企業）から配信サービスと端末を垂直統合したプラットフォーム事業者を中心とする市場へ移行。電子書籍市場では、アマゾンが電子書店と電子書籍専用端末事業を垂直統合し、競合するソニーや楽天コボも垂直統合を志向するプラットフォーム事業者。

② 販売形態のエージェントモデルからホールセールモデルへの移行。



2 我が国における音楽配信市場の概要 <報告書 41 頁>

- ・ 音楽配信には、従来型携帯向け配信（従来型携帯電話向け）と PC 向け配信（携帯音楽プレイヤー向け及びスマートフォン向けを含む）との二類型がある。
- ・ 従来型携帯向け配信では、市場シェアが最大の配信事業者であるレコチョクがエージェンシーモデルを採用。
- ・ PC 向け配信では、配信サービスと端末を垂直統合しているアップル・ソニー等のプラットフォーム事業者は、ホールセールモデルを採用。
- ・ 2008 年から従来型携帯向け配信から PC 向け配信に需要が移行。
- ・ PC 向け配信の平均単価（149.0 円）は、従来型携帯向け配信の平均単価（333.8 円）の約半額。PC 向け配信は売上でみると減少傾向が続いており、携帯向け配信の減少分を補えないので、両者を合計した音楽配信市場の規模は縮小傾向。

3 計量分析の結果 <報告書 43 頁>

問題設定：配信サービス事業者によるコンテンツ囲い込みの下で競争が市場に与える影響を計測する。データの制約及び市場が成長期であるという特性があるため、市場の成長率が囲い込む企業間の競争の程度に影響を受けるかどうかについて調べる。

$$(PC \text{ 配信全体の成長}) = a \times (\text{第二位のソニー製端末シェア}) + \text{制御変数} + \text{定数項}$$

⇒「端末シェア最大の Apple に対する対抗勢力が育つ＝競争が活発」と解釈する。

推定結果

- ① ソニー製端末のシェアが上がると、PC 向け音楽ダウンロード数が増加する。
 - ② 従来型携帯電話の契約台数が減ると、そこへの音楽ダウンロード数も減る。
 - ③ スマートフォンの契約台数が増えたと、PC 向けダウンロード数も増える。
 - ④ 制御変数の一つである年ダミー変数が有意に効いている（音楽配信市場において、2008 年に構造の変化があったと考えられる。）。
- ⇒推定結果を電子書籍市場に反動的に置き換える（下線箇所）と、

- ① 配信サービス事業者が提供する電子書籍専用端末間での競争が活発だと、電子書籍市場が拡大する可能性がある。
- ② 書店が減ると紙の書籍の売上げが落ちる可能性がある。
- ③ 電子書籍専用端末の出荷数が増えると、電子書籍市場も拡大する可能性がある。

4 計量分析からの含意 <報告書 45 頁>

(音楽配信市場の分析結果)

第二位の事業者（ソニー）が第一位の事業者（アップル）に挑戦すると市場の成長率が上がることが重要である。これは競争が活発になると、経済厚生が改善し得ることを示唆する。このような競争の結果、市場全体の成長率が拡大する。この結果は自明なことではない。プラットフォーム事業にはネットワーク外部性が働き、この外部性が大きい場合、複数のプラットフォームが並立するより、一つのプラットフォームが市場を制覇した方が、経済厚生は高くなる可能性もあり得るからである。

(音楽配信市場の分析結果から得られる電子書籍市場への含意)

電子書籍専用端末を通じた電子書籍販売（プラットフォーム）が主流となり、それぞれのプラットフォームが閉鎖的な戦略を採った場合には、音楽配信市場における利用端末の乗換えが起こった際に観察されたように（注）紙の書籍の売上減少分を電子書籍の売上増加で賄えない可能性がある。これを防ぐためには、①トップシェアを持つプラットフォーム事業者に対して対抗するプラットフォーム事業者が育つこと、②購入した電子書籍専用端末に依存しない電子書籍の購入が可能となることが望ましい。そのような展開に向かうかどうか注視する必要がある。

注：例えば従来型携帯端末を利用した音楽配信市場では、レコチョクが全ての楽曲を全ての携帯電話会社に提供しており、どの携帯端末でもほとんど全ての音楽配信サービスを利用することができたが、携帯音楽プレーヤーやスマートフォンでは垂直統合型の販売形態であるため、使用する端末によって配信サービス事業者の選択が限られた。このため、ユーザーの利用できるコンテンツ数が限られて、消費者の利便性が低下し、これが、従来型携帯電話からスマートフォンに移行して市場規模が縮小した一つの理由とされる。

7 プラットフォームの産業発展の歴史と電子書籍に対する含意（第5章）

本章では、プラットフォーム^(注)を特性とする市場の発展過程を産業組織の観点から理論的に整理した上で、我が国における電子書籍市場の現状を理論的に評価するとともに、我が国の電子書籍市場の発展を展望し、競争政策の観点からの着眼点を提示。

注： Evans（2003）によるとプラットフォームとは経済学的に以下の三つの要素を含むものであるとされる。つまり（1）複数の異なる利用者グループが存在し、（2）それぞれのグループ間における商品はプラットフォームを通じて取引され、（3）各グループに所属する個々の経済主体がプラットフォームに参加する利得は、当該グループ以外に所属する参加者の活動度合（参加者数や取引頻度など）に依存する。

1 プラットフォーム事業の発展過程

プラットフォームでの取引を活性化させるためには、生産者がバラエティに富んだ魅力的な品揃えをプラットフォームに対して提供することが不可欠。

【黎明期】 <報告書 50 頁>

- ・ 質の高い多様な商品が多く提供されれば、プラットフォームに参加する消費者も増大することが見込まれる。こうした相乗効果を生み出すためには、プラットフォーム事業に伴う「鶏（＝プラットフォームでの消費者の拡大）と卵（＝質の高い多様な商品の提供）」の問題をどう乗り越えて、正の相乗効果を生み出すかが鍵となる。
- ・ プラットフォーム事業の黎明期においては、何らかの形でプラットフォームと商品（コンテンツ）提供との間に相乗効果を生み出すために、プラットフォーム事業者がコンテンツ事業に対して垂直統合的な関係を築くことで市場の拡大への取組を行うことが多い。ビデオゲームでは、プラットフォーム事業者がコンテンツの開発・提供を併せて行う垂直統合型のビジネスモデルを志向した。モバイル産業では、携帯電話事業者がコンテンツビジネスに乗り出すことはなかったが、コンテンツの多様化と質の高度化に向けて契約条件などの工夫を行った。
- ・ プラットフォーム事業の黎明期におけるプラットフォームとコンテンツ提供との間の垂直統合的な関係の重要性は、端末の販売価格の設定にも表れている（例：ビデオゲーム機）。プラットフォーム事業が立ち上がる段階において、端末価格をいくらに設定

するかはその後の発展に重要な影響を与える。プラットフォーム事業の黎明期においては、端末価格を（場合によっては原価割れをするかもしれないくらいに）安くすることによって、まず消費者に端末を持ってもらうという戦略が有効である。

【成長期】 <報告書 52 頁>

- ・ プラットフォーム事業が黎明期を脱し、規模の臨界点（クリティカルマス）を超えて成長期に入ると、プラットフォーム事業者が呼び水的に良質のコンテンツを提供せずとも、自律的に第三者（サードパーティ）がコンテンツをプラットフォームに提供するようになる。この段階では、プラットフォームとコンテンツの作成とを垂直統合的に経営することで事業の発展を図ることのメリットは減じる。
- ・ プラットフォーム事業の成長期においては、複数のプラットフォームを互いに競争させることの視点が重要である。ここにはおまかに二つの経済学的なポイントがある。

第一に、成長期においてはコンテンツ事業者に対するプラットフォーム事業者の交渉力が高まることから、その交渉力を減じることである。黎明期において多様なコンテンツを供給してもらうことが重要であることから、コンテンツ事業者の交渉力がプラットフォーム事業者のそれに勝ることが多々みられるものの、成長期ではその関係が逆転する。

第二に、プラットフォーム事業者の交渉力は囲い込み等を通じて消費者に対しても増すことになることから、消費者厚生観点からも代替的なプラットフォームが競争の中で提供されることが望ましい。

2 電子書籍に対する含意 <報告書 52 頁>

(1) 電子書籍市場の発展を規定する要因

本章で議論する電子書籍がビデオゲームなど他のプラットフォームと異なる特徴は次の2点である。この二つの特徴が電子書籍市場の発展を規定する要因。

(特徴1) 電子書籍の出版に当たり、著作者から電子化に関する許諾を得る必要がある。

(特徴2) 出版社は紙の媒体での書籍（以下「書籍」という）を生産・供給している。

(特徴1) ⇒ 電子書籍の出版に当たり、著作者から電子化に関する許諾を得る必要がある点は、電子書籍の普及に際して出版社が重要な役割を担っていることを意味する。具体的には、出版社以外の事業者が個別に著作者から許諾を得ることは取引費用の観点から難しいことから、出版社以外がプラットフォームを提供する場合には、出版社の意向が強く反映されたプラットフォーム事業を考えざるを得ない。

(特徴2) ⇒ 電子書籍を出版する際には、当該書籍が同時（あるいは先行）して出版されており、電子書籍のみが出版されることがまれな事業環境においては、書籍の流通に関わる事業者に配慮したプラットフォーム事業を考える必要がある。

(2) 電子書籍専用端末 <報告書 54 頁>

プラットフォーム事業者による電子書籍専用端末の投入は、プラットフォームを活性化する上での重要な誘因（例：アマゾン社の電子書籍専用端末「キンドル」）。

(3) 我が国の電子書籍市場の発展と競争政策の観点からの着眼点 <報告書 54 頁>

- ・ 電子書籍が今後、プラットフォーム事業の黎明期を脱し、成長期に向かう際に重要となる経済学的な視点は、電子書籍が持つ（特徴1）及び（特徴2）に起因するプラットフォーム事業者とコンテンツ事業者（主に出版社）との交渉力の違いをいかにバランスするかという点にある。
- ・ 第4章で議論されたアップル事件は、電子書籍の市場形成の過渡期において、出版社からプラットフォーム事業者へと交渉力が移っていく最中に、出版社側が交渉力を取り戻そうとして起きた事件と経済学的にはみなすことができる。
- ・ プラットフォーム事業が形成される市場においては、交渉力を源泉とする拘束条件付取引や優越的地位の濫用等の独占禁止法違反行為に注意を払う必要があるとともに、通常は競争促進的にも働き得る最恵国待遇が、競争制限的な方向性を持ち得る点についても留意をする必要がある。