

Title	電子書籍読み放題サービスにおける契約体系の検討
Sub Title	
Author	柿澤, 裕太(Kakizawa, Yūta) 清水, 勝彦(Shimizu, Katsuhiko)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2019
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2019年度経営学 第3543号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002019-3543

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（2019年度）

論文題名

電子書籍読み放題サービスにおける契約体系の検討

主 査	清水勝彦教授
副 査	余田拓郎教授
副 査	渡邊直樹准教授

氏 名	柿澤裕太
-----	------

論文要旨

所属ゼミ	清水勝彦研究会	氏名	柿澤裕太
(論文題名) 電子書籍読み放題サービスにおける契約体系の検討			
(内容の要旨) 2005年頃から日本では電子書籍が普及し、電子書籍市場は2002年から2018年まで平均成長率42.3%という成長を遂げている。電子書籍の読み放題サービスもだんだんと普及しているが、現状の読み放題サービスでは、人気コンテンツのサービスへの登録が限定的である。この人気コンテンツのサービス登録への限定性を解消し、人気コンテンツを読み放題サービス消費者に提供するためのビジネスモデルについて検討することを本稿の目的とする。なお、本稿では、電子書籍の中でも「電子書籍ビジネス調査報告書2019」(インプレス総合研究所)の分類を参考に雑誌や漫画、写真集を除く、小説や専門書などの活字を主体とする書籍について検討する。具体的には本稿では、“電子書籍読み放題サービスにおいて、出版社から人気コンテンツの提供を受けるための出版社・電子書籍販売社間の契約体系及びその契約体系を実現するための電子書籍販売社・消費者間の料金体系は何か”という問を立てた。 その間に対して現状の読み放題サービスの問題点を踏まえた上で、その問題点を解決するための出版社・電子書籍販売社間の支払い契約体系及びその契約体系を実現するための電子書籍販売社・消費者間の料金体系について数式を用いて検討した。そして、出版社と電子書籍販売業者間の支払い契約では、コンテンツが読まれた頁数に応じて支払いをすることとし、顧客への電子書籍販売業者の料金徴収方法としては、会員費と従量課金の組み合わせが考えられるという結果を得た。			

電子書籍読み放題サービスにおける契約体系の検討

柿澤裕太

目次

1. はじめに
2. 既存の読み放題サービスの問題点
3. 契約体系・料金体系の提示
4. 契約体系案実現にあたっての顧客との料金体系の検討
5. おわりに
6. 先行研究・参考文献

1. はじめに

2005年頃から日本では電子書籍¹が普及し、電子書籍市場²は2002年から2018年まで平均成長率42.3%という成長を遂げている³。電子書籍の読み放題サービスもだんだんと普及しているが、現状の読み放題サービスでは、人気コンテンツ⁴のサービスへの登録が限定的である。この人気コンテンツのサービス登録への限定性を解消し、人気コンテンツを読み放題サービス消費者に提供するためのビジネスモデルについて検討することを本稿の目的とする。なお、本稿では、電子書籍の中でも「電子書籍ビジネス調査報告書2019」（インプレス総合研究所）の分類⁵を参考に雑誌や漫画、写真集を除く、小説や専門書などの活字を主体と

¹ 電子書籍の定義：インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書2019 インプレスから引用。

電子書籍は「書籍や出版物の情報をデジタル化し、印刷物の代わりに電子機器のディスプレイ上で閲覧可能なコンテンツ」のことである。すなわち、書籍の体裁に近い形で電子化され、書籍が書店流通を通して販売されるものと近い形で電子書籍ストア（サイト）で販売され、PCやフィーチャーフォン/スマートフォン、タブレット、電子書籍リーダー等の端末上で読書に近い形で活用されるデジタルコンテンツである。

² 電子書籍市場の定義：インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書2019 インプレス引用。

電子書籍を「書籍に近似した著作権管理のためのデジタルコンテンツ」とし、配信された電子書籍（電子書籍、電子コミック等）の日本国内のユーザーにおける購入金額の合計を市場規模と定義。月額定額制の利用料金や漫画アプリ等課金額も含む。ただし、電子雑誌、電子新聞や、教科書、企業向け情報提供、ゲーム性の高いもの、学術ジャーナルは含まない。また、ユーザーの電子書籍コンテンツのダウンロード時の通信料やデバイスにかかわる費用、オーサリングなど政策に関わる費用、配信の際における広告も含まない。

³ インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書2019 インプレスのデータから編集。

⁴ コンテンツの定義：紙の書籍及び電子書籍。

⁵ インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書2019 インプレス

する書籍について検討する。具体的には本稿では、“電子書籍読み放題サービスにおいて、出版社から人気コンテンツの提供を受けるための出版社・電子書籍販売社間の契約体系及びその契約体系を実現するための電子書籍販売社・消費者間の料金体系は何か”という問を立てた。

その問に対して現状の読み放題サービスの問題点を踏まえた上で、その問題点を解決するための出版社・電子書籍販売社間の支払い契約体系及びその契約体系を実現するための電子書籍販売社・消費者間の料金体系について数式を用いて検討した。そして、出版社と電子書籍販売業者間の支払い契約では、コンテンツが読まれた頁数に応じて支払いをすることとし、顧客への電子書籍販売業者の料金徴収方法としては、会員費と従量課金の組み合わせが考えられるという結果を得た。

2. 既存の読み放題サービスの問題点

2-1. 既存の読み放題サービスの契約体系

本稿で定義する電子書籍の読み放題サービスとは、「電子書籍ビジネス調査報告書 2019」（インプレス総合研究所）⁶の定義に基づき、“月額定額制の読み放題サービスを指し、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」やNTTドコモの「dマガジン」などがある。課金額が作品ごとに紐づいているわけではなく、月額料金と会員数を原資として読まれた頁数に応じて出版社とレベニューシェアする”形態を指す。

【表1 主要読み放題サービス概要⁷】

サービス名	事業者名	月額料金(税込)	掲載数	無料お試し期間	備考
ブックパス 読み放題プラン 総合コース	KDDI	607円	約40,000冊 (雑誌含む)	30日間	・タイトルは出版社が 任意に入れ替えできる ・読み放題期間終了 後もDL・閲覧可能 ・キャリアフリー
ブック放題	ソフトバンク	524円	約20,000冊	1か月	・キャリアフリー
シーモア 読み放題ライト	NTTソルマーレ	780円	約20,000冊	7日間	
シーモア 読み放題フル	NTTソルマーレ	1,480円	約50,000冊	7日間	
Kindle Unlimited	アマゾンジャパン	980円	120,000冊以上	30日間	
Free Time Unlimited	アマゾンジャパン	980円			・子ども向け ・キッズ仕様のFire端 末購入の場合は1年 間無料 ・Kindle Unlimited利用 者は月額480円
学研図書ライ ブラリー	学研プラス	540円	約600冊	1か月	

⁶ インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書 2019 インプレス サブスクリプションモデル。

⁷ インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書 2019 インプレス 資料 2.5.4 主な読み放題サービスから抜粋。

表1が示す通り、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」が圧倒的に蔵書数の面で突出している。また、「電子書籍ビジネス調査報告書 2019」（インプレス総合研究所）の調査⁸によれば、アマゾンの売上は2位以下を大きく突き放しているとされている。

次に、これら読み放題サービスのコンテンツの中身を検証すると、2018年の電子書籍、紙の本も含めた売上上位15のコンテンツのうち、読み放題サービスで閲覧可能なコンテンツはひとつだけであった⁹。

以降は、利用者数、蔵書数の上で圧倒的に他社に優位なアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」の読み放題サービスの問題点を中心に述べることとする。

アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」における出版社との契約体系

読み放題サービスという名称にも関わらず、人気コンテンツ¹⁰が含まれていない理由のひとつとして、コンテンツを提供する出版社と電子書籍販売者との間の契約（電子書籍販売者から出版社への支払い契約）における支払額計算方法が

⁸ インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書 2019 インプレス。

⁹ オリコン 2019 年間本ランキング（© oricon ME inc.）による推定売上部数と、各読み放題サービス（Amazon Kindle Unlimited、NTT ドコモ コミックシーモア読み放題フル、及び KDDI ブックパス読み放題プラン総合コース）の検索結果を筆者が突合した結果。

¹⁰ 人気コンテンツとは電子書籍、紙の本も含めた日本全国の総売上部数が15位以上のコンテンツと定義する。

あげられることが各種文献¹¹や出版社及び電子書籍販売者へのインタビュー¹²の結果判明した。

アマゾンジャパンのホームページ¹³には、コンテンツをアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に提供する各出版社と、アマゾンジャパンの間のアマゾンジャパンから出版社への支払う費用の計算方式が記載されている。

アマゾンジャパンから出版社への支払い額算出式は、

$$\text{Amazon 基金} \times \frac{\text{当該出版社提供コンテンツの読まれたページ数}}{\text{Amazon Unlimited で読まれたページ数}}$$

となっている。そして Amazon 基金は 26 億円～28 億円を保つように設定されている¹⁴。この Amazon 基金は顧客から徴収している 980 円の月額料金の総額にアマゾンジャパンの電子書籍プラットフォームの整備費用等を差し引いた金額となっている¹⁵。

出版社は自社のコンテンツをアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」だけで

¹² 紙書籍及び電子書籍出版社へのインタビュー及び電子書籍販売・読み放題サービス提供社へのインタビュー。

¹³ Kindle ダイレクト・パブリッシングの売り上げ、ロイヤリティ、税金 (© 1996-2020, Amazon.com, Inc. or its affiliates. All Rights Reserved.) 2020 年 1 月 5 日 11 時時点 https://kdp.amazon.co.jp/ja_JP/help/topic/G201541130

¹⁴ 電子書籍出版ラボ KDP セレクト グローバル基金と 1 ページあたりのロイヤリティー推移。

<https://publish-e-books.com/kdp-select-fund/> (2019.02.21 時点)

はなく、一般的な販売方法である書店にコンテンツを卸して1コンテンツ毎に販売する方法もある。電子書籍の場合には、コンテンツをアマゾンジャパンなどの電子書籍販売業者に卸し、電子書籍販売業者が顧客にコンテンツを販売する（この方法を以下「販売」と呼ぶ）。この販売における1コンテンツあたりの電子書籍販売業者から出版社への支払いは以下の通り表せる。出版社の販売時売上 π_s は、電子書籍の顧客への販売価格を P、電子書籍の顧客への販売数量を Q、電子書籍販売業者から出版社へのマージンを R（%）とすると、

$$\pi_s = PQR$$

となる。

一方で、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」の場合のアマゾンジャパンから出版社への支払いは以下の通り表せる。アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」会員数を Q_a 、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」の1顧客あたりの月額料金を P_a 、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」全会員合計既読頁数を K_w 、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に登録されているある特定のコンテンツ（以下「当該コンテンツ」）の既読頁数を K 、アマゾンジャパンの取分を R_a とすると、出版社がアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に当該コンテンツを登録したときのアマゾンジャパンから出版社への支払い π_a は、

$$\pi_a = \frac{Q_a P_a (1 - R_a) K}{K_w}$$

となる。

なお、利益ではなく売上で上記式を表した理由は、紙の書籍と異なり、電子書籍の場合は1コンテンツ当たりの変動費用が販売においても読み放題においてもほとんどゼロに近い¹⁶こと及び、販売の場合も読み放題の場合も、コンテンツが同種であれば固定費は全く同じと言われているためである。

2-2. 既存の読み放題サービスの契約体系の問題点

次に、何故、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」のような読み放題サービスにおける出版社と電子書籍販売者間の契約では、人気コンテンツの提供が実現され得ないと考えられるのか検討する。

出版社は、自社の利益を最大化するべく行動していると本稿の分析では仮定する。また、本稿では出版社の利益は、コンテンツ販売時の利益と電子書籍読み放題サービスの利益の総和¹⁷であるとし、そのほかの事業からの利益やそのほか事業との相乗効果などは考慮しない。

これらの仮定の上で、出版社はどのようなコンテンツをアマゾンジャパンの

¹⁷ 筆者がオリコン2019年間本ランキング（© oricon ME inc.）の上位30位の紙の書籍が電子書籍化されているか調査したところ、28の書籍が電子書籍化されていることが分かった。このため、本稿で主に検討対象としている人気コンテンツの販売とは、紙の書籍と電子書籍の売上の総和であると本仮定した。

「Kindle Unlimited」に登録するか検討する。

出版社は、出版社の当該コンテンツの販売時売上 π_s が、出版社がアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に当該コンテンツを登録したときのアマゾンジャパンから出版社への支払い π_a となると見込んだ場合には、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に当該コンテンツを登録することはしない。なぜなら、当該コンテンツを読もうとする大半の顧客は、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」のような読み放題サービスに当該コンテンツが登録されていれば、販売を通じて購入するとは考えにくい。そのため、出版社は当該コンテンツを読み放題サービスに登録するかは、出版社の当該コンテンツの販売時売上 π_s と、出版社がアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に当該コンテンツを登録したときのアマゾンジャパンから出版社への支払い π_a を比較する。

つまり、

$$\pi_a < \pi_s$$

の場合はアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に当該コンテンツを提供せず販売のみ行う。

逆に、

$$\pi_a > \pi_s$$

の場合には、当該コンテンツをアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に登録する。人気コンテンツにおいては、

$$\pi a < \pi s$$

となることが想定されるため、出版社はアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に登録することを控えると考えられる。

3. 契約体系・料金体系案の提示

3-1. 契約体系案の提示

本章では、出版社に人気コンテンツも含めて読み放題サービスに登録してもらうための新しいサービスの出版社と電子書籍販売業者間の支払い契約体系及び、顧客への電子書籍販売業者の料金徴収方法を検討する。

新しい読み放題サービスを検討するにあたっては、現状のアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」の問題点から新たな契約案検討のヒントを探ることとした。

出版社へのインタビュー¹⁸などから、アマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」におけるアマゾンジャパンと出版社間の支払い契約について、浮かび上がってきた問題点は、

①販売価格と連動していない

②その本が読まれた絶対量ではなく、読み放題サービス全体の中でどれだけ読まれたかの相対的な量で収入が決まる

という2点であると考えられたことから、これらの問題点を克服する電子書籍販売業者と出版社の読み放題サービスにおける電子書籍販売業者から出版社へ

¹⁸ 紙書籍及び電子書籍出版社へのインタビュー及び電子書籍販売・読み放題サービス提供社へのインタビュー。

の支払い契約を検討することとする。

まず、問題点①については、販売単価が高い本は、販売数量が少なくてもアマゾンジャパンの「Kindle Unlimited」に登録されにくい。そのため、新たな契約体系においては、販売価格を支払い額算出の際に用いることとする。

次に、問題点②の相対的な既読量という点では、全体の既読数量のうちどれくらいの割合をそのコンテンツが占めるかは、他コンテンツとの兼ね合いが大きく、予見することが難しい。そこで、コンテンツの読まれた頁によって支払うという仕組みは取り入れるものの、相対的な既読量ではなく、その本の全体頁数のうち、どれだけ読まれたかというあくまで一コンテンツ内の絶対量に基づいて支払う契約とする。

以上2点を踏まえ、新たなサービスにおける電子書籍販売業者から出版社への支払い計算方法について以下とする。

当該コンテンツの出版社の顧客への販売価格を P 、当該コンテンツが新読み放題サービスにおいて読まれた頁数を K 、当該コンテンツの全体頁を K_a 、出版社のマージンを R_p 、当該コンテンツを新読み放題サービスで1頁でも読んだ顧客数を Q_n とすると、出版社が新サービスに当該コンテンツを登録した場合の電子書籍販売業者から出版社へ支払われる費用 π_n は、

$$\pi_n = \frac{PQ_n K Q_n R_p}{K_a Q_n}$$

となる。

上記の π_n について、出版社が新サービスに登録するか否かを検証するにあたり、この契約体系案が満たさなければいけない条件は、

$$\pi_s < \pi_n$$

である。これを満たすことによって、出版社はこの新しい読み放題サービスに人気コンテンツも含めて登録すると考えられる。

3-2. 契約体系案検討にあたっての整理

前章で提案した新たな読み放題サービスにおける出版社への電子書籍販売業者からの支払い額 π_n は、販売時売上 π_s を上回る必要がある。

つまり、

$$PQR < \frac{PQ_n KQ_n R_p}{KaQ_n}$$

この不等式を満たす必要がある。この不等式から論点を見つけるためにこの式を展開して整理する。この式を展開するにあたって、両辺の P は販売価格なので同値、 R_p と R についても同値とする。 R_p と R について同値とした理由は、出版社の取り分割合を販売時と同等にすることによって、もし販売業者が取り分を上げた場合にもそれに伴って出版社の取り分を増加させることができ、さらに下げた場合にも連動することによって、販売業者が出版社の取り分を考慮せず、販売社側の取り分を独断的に変更することを防ぐためである。

この不等式を展開すると、

$$\frac{Q}{Q_n} < \frac{K}{Ka}$$

となる。

ここで改めて上記式を整理すると、 Q は出版社による販売を通じて当該コンテンツを購入する顧客数であり、 Q_n は新読み放題サービスで当該コンテンツを1ページでも読む人数であるから、左辺は出版社からの販売を通じて購入する

人数に対する新読み放題サービスで1頁でも読む人数の比率である。右辺は K/Ka は新読み放題サービスで読む人がどれくらい1冊読み切るかという割合である。

4. 契約体系案実現にあたっての顧客との料金体系の検討

上記より、下記式を満たす電子書籍販売業者の視点から実現するために、電子書籍販売業者と顧客間の料金徴収形態を検討する。

$$\frac{Q}{Qn} < \frac{K}{Ka}$$

電子書籍販売業者にとって、出版社への支払いは、コンテンツの仕入れ費用に該当する。このため、電子書籍販売業者が、この仕入れ費用を賄いつつ、利益を上げるためのモデルを検討する。なお、今回の顧客からの料金徴収体系にあたって考慮するのは、上記の出版社への支払い費用が、顧客から徴収した料金で賄えるのか、そのモデルのみを検討する。

顧客からの料金徴収体系の検討にあたっては、 $\frac{Q}{Qn} < \frac{K}{Ka}$ の左辺にまず着目する。左辺は購入する人数に対する新読み放題サービスで1頁でも読む人数の比率であるが、新たな読み放題サービスの利用者である Qn が、日本全国の当該人気コンテンツの購入者総数を上回ることは考えにくい。そのため、 Q を日本全国の

当該人気コンテンツの購入者総数とするのではなく、 Q を別に限定して設定することとする。具体的には、会員制である。一定の会員費を支払ったものが当該読み放題サービスの利用権を得るような仕組みである。その会員を Q と設定しなおしたうえで、その会員の中で、当該コンテンツを1頁でも読んだ会員の人数を Q_n とする。そうして Q を限定することによって、 $Q < Q_n$ を実現する可能性が高まる。

次に、 $\frac{Q}{Q_n} \leq \frac{K}{K_a}$ の右辺の $\frac{K}{K_a}$ については、当該コンテンツの全頁数に占める当該コンテンツの既読量であるが、この数値を大きくするには、出版社はコンテンツの内容を魅力的にするなどの工夫が考えられる。

上記を勘案すると顧客への料金徴収は会員費+従量課金が望ましいと考えられる。なぜなら、従量課金制は、顧客が頁数を読めば読むほど出版社への支払いは増えていくため、従量課金で顧客から料金を徴収する必要があると考えられるからである。そして、会員毎に当該会員期間中に読む量というのはバラツキがあることが考えられるため、二部料金制の検討が考えられる。

この二部料金制においては、1頁あたりの出版社への支払い額の平均値を顧客が1頁読んだ毎に追加される従量料金に設定する。また、縦軸を1頁あたりの価格とし、横軸を顧客数として表した表において、顧客の需要曲線と限界費用曲線を書き入れ、顧客の需要曲線と限界費用線の交点を底辺、顧客の需要曲線の切

片から限界費用曲線までを高さとしてできる三角形の面積を会員費として設定する。なお、本稿で検討している二部料金制は、顧客から見た際には完全競争市場を前提としていない。なぜなら、人気コンテンツを含んでいる読み放題サービスは本稿執筆時点で存在せず、顧客にとって既存の読み放題サービスとは違う市場に存在するものとして捉えられるからである。他方、出版社にとって、提供するコンテンツの販売先を検討するにあたっては、既に存在している複数の電子書籍販売業者と比較するため、出版社と電子書籍販売業者の間の契約を検討するにあたっては、完全競争市場を前提とした。

具体的に従量料金と会員費を設定するためには、需要曲線の導出及び、1頁あたりの出版社への支払い額平均値の算出を行う必要がある。さらに、顧客の需要曲線が複数導かれる場合などには、上記の考え方を踏まえつつ、適切な会員費と従量料金を設定する必要がある。二部料金制の懸念としては、二部料金制は供給側が需要者から消費者余剰を全て奪う料金体系であり、仮に本読み放題サービスにおいて顧客が増え社会的に影響のあるサービスとなった場合には、消費者保護の観点から行政から指導などがなされる場合が考えられる。また、電子書籍販売業者と出版社との支払い契約において二部料金制を採用しなかった理由は、仮に同様の読み放題サービスを提供する電子書籍販売業者が出現した場合には、読み放題サービスにおいて電子書籍販売業者及び出版社の全体の利益が

減少してしまう可能性があり、ひいては個社の電子書籍販売業者の利益も減少することが考えられるためである。

5. おわりに

本稿では、既存の読み放題サービスの問題点を踏まえた上で、出版社に人気コンテンツも含めて読み放題サービスに登録してもらうための、新しいサービスにおける出版社と電子書籍販売業者間の支払い契約体系及び、顧客への電子書籍販売業者の料金徴収方法を検討した。そして、出版社と電子書籍販売業者間の支払い契約では、コンテンツが読まれた頁数に応じて支払いをすることとし、顧客への電子書籍販売業者の料金徴収方法としては、会員費と従量課金の組み合わせが考えられるという結果を得た。

一方で、本契約体系によって電子書籍販売業者が新たな読み放題サービスを実践する場合、既存の電子書籍販売業者が競合としてどのような対応を取ってくるのか、出版社が紙の書籍の販売も踏まえた上でどのような対応を取るのか、顧客の需要曲線をどのように設定するのかについては今後検討が必要である。

6. 参考文献

- ・植村八潮 野口武悟 電子出版制作流通協議会(2018). 電子図書館・電子書籍貸出サービス調査報告 電子出版制作流通協議会.
- ・石井貴士(2016). キンドル・アンリミテッドの衝撃 講談社
- ・小田光雄(2018). 出版社と書店はいかにして消えていくか ―近代出版流通システムの終焉― 論創社
- ・佐々木俊尚(2010). 電子書籍の衝撃 ディスカバー・トゥエンティワン
- ・西田宗千佳(2011). 電子書籍革命の真実 未来の本 本のミライ KADOKAWA
Game Linkage
- ・柴田博仁、大村賢悟(2018). ペーパーレス時代の紙の価値を知る 読み書きメディアの認知科学 産業能率大学出版部
- ・NHK 放送文化研究所(2016). データブック国民生活時間調査 2015 NHK 出版
- ・毎日新聞社(2018). 読書習慣調査 毎日新聞社
- ・岸博幸(2011). アマゾン、アップルが日本を蝕む PHP 研究所
- ・電通イノベーションメディアラボ(2019). 情報メディア白書 2019 ダイヤモンド社
- ・インプレス総合研究所(2018). 電子書籍ビジネス調査報告書 2018 インプレス

- ・インプレス総合研究所(2019). 電子書籍ビジネス調査報告書 2019 インプレス
- ・濱田弘潤(2003). インセンティブ設計の経済学 第6章[流通の経済分析：販売契約と垂直的取引制限]pp. 137-164 勁草書房
- ・Ziss.S(1995). The Journal of Industrial Economics Volume XLIII [Vertical Separation and Horizontal Merges] pp.63-75 Wiley