

『商品研究』 投稿規程

1. 『商品研究』 について

『商品研究』は、日本商品学会が半世紀以上に渡り発行してきた歴史ある査読付き学術雑誌です。独創的で優れた研究を論文もしくは研究ノートとして刊行することを通じて、ひろく商品に関する研究成果を公開するとともに、研究上の交流を活性化することを目的としています。

2. 原稿の公募・締切

『商品研究』は年1回の発行を予定しています。原稿は随時受け付け、査読結果はおおよそ3ヶ月で投稿者に送付することを目標としております。

3. 投稿要件

- (1) 資格：投稿者は商品学会員に限られます。共著論文の場合には、共著者のうち少なくとも1名が会員であることが必要です。
- (2) オリジナルかつ未公開であること：投稿論文は商品研究に関連するオリジナルかつ未公開の論文であるものに限り、他の雑誌等への多重投稿は認められません。これらの条件に抵触するかどうか不明確な場合は、学会事務局までお問い合わせ下さい。
- (3) 原稿の送付：以下の商品学会事務局のメールアドレスに、論文ファイル(PDF)をお送り下さい。もしくは、ハードコピー1部を学会事務局まで郵送して下さい。

原稿送付先：

日本商品学会『商品研究』編集委員会
〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋
1-1-1 パレスサイドビル9F
（株）毎日学術フォーラム内
Email：maf-jscs@mynavi.jp

- (4) 原稿の表紙：論文の表紙には、以下の情報がすべて含まれるよう注意して下さい。
 - (a) 題名（日本語および英語）
 - (b) 投稿原稿の種類：論文または研究ノート
 - (c) 所属・連絡先

1) 執筆者氏名（日本語および英語）

2) 連絡先住所

3) 連絡先電話番号（内線の場合は、内線番号も記入して下さい）

4) 電子メール・アドレス

(d) 要旨

1) 邦文要旨（200字以内。文字数を明記して下さい）

2) 英文要旨（200words以内。単語数を明記して下さい）

(e) キーワード（5つまで。日本語および英語）

(f) 論文の文字数

- (5) 原稿の本文：2枚目に、論文の日本語題名・邦文要旨・キーワード（日英）を記入し、その後本文を始めて下さい。
- (6) 著作権：掲載された論文の著作権は商品学会に帰属します。『商品研究』に掲載された論文を執筆者が他の出版物に転用する場合には、予め商品学会の了承を得なければなりません。また転用した場合、出典を明記して下さい。

4. インターネットでの公開について

『商品研究』に掲載された学会著作物のインターネットでの公開について、次の条件の下に承認します。

- (1) 出版社版を公開することを認める。
- (2) 刊行後、一定期間（12ヶ月）を経過している。
- (3) 著作権が日本商品学会にあることを表示する。
- (4) 公開されるサイトは、原則として、執筆者個人のサイト、あるいは当該執筆者が所属する機関の公的サイトで、非営利のものに限る。
- (5) 公開されるものについては、公開する執筆者がすべての責任を負う（学会は個人が公開するものに対する責任を負わない）。

5. 審査結果受領後の対応

- (1) 採用が決定した場合：ただちに指定した印刷所まで、最終稿の電子ファイルとハードコピーを送付して下さい。校正は基本的に2回あります

が、掲載が決まった後に提出される原稿が完成稿であるように気をつけてください。

- (2) 条件付採用の場合：この場合、編集委員会より修正期限が掲示されます。期限内に修正稿3部を学会事務所まで送って下さい。その際には、修正箇所を簡潔にまとめた別紙リストを3部同封して下さい。
- (3) 不採用の場合：いったん不採用になった論文を大幅な修正をすることなく、再度投稿することはできません。

6. 原稿作成に関する注意

- (1) 言語：日本語で書かれているものに限り、常用漢字・現代かなづかいとして下さい。
- (2) 原稿の作成：原稿はワープロ／コンピュータで作成して下さい。
- (3) 文字数：論文の長さは、20,000字以内とします(400字詰め原稿用紙で50枚)。研究ノートは、10,000字以内とします(400字詰め原稿用紙で25枚)。文字数には、本文、注釈、参考文献、図表がすべて含まれます。注釈および参考文献の文字数については、0.7を掛けることで計算して下さい。図表については、B5版1ページの半分を占める場合は800字、4分の1ページの場合は400字に換算して計算して下さい。
- (4) 二重の匿名性の確保：審査プロセスの「二重の匿名性」を確保するために、表紙以外には投稿者が特定できるような情報は掲載しないで下さい。また、本文の記述や参考文献の引用などにも留意して下さい。例えば、「拙稿(2005)では…」といった記述は避けて下さい。また、謝辞は投稿時点では掲載せずに、最終稿を提出する段階で追加して下さい。
- (5) 図表：図表を本文とは別のページに作成した場合は、本文中に挿入箇所を明記して下さい。他から図表を転用する場合には、出所を明記して、必要場合は著作権者の了解を得て下さい。
- (6) 注：本文末にまとめて列記し、本文中の該当箇所の右肩に通し番号を打って下さい。
- (7) 文献：引用文献および参考文献は、本文末に一括してリストを作成して下さい。引用する際に

は、「飯島(1982)」のように、「姓(西暦年)」という形にして下さい。著者が2名の場合は、「片岡・朴(2005)」として下さい。3名の場合は1回目の引用時は「伊藤・片岡・佐久間(1986)」として2回目以降の引用の場合には「伊藤他(2005)」として下さい。4名以上の場合は1回目の引用から「片岡他(1999)」として下さい。文献の表記は以下の形式に準じて下さい。

<書籍の場合>

飯島義郎(1982)『現代商品学の方法』文眞堂。

片岡寛・見目洋子・中村友保・山本恭裕(1999)『産業社会の進展と化学』朝倉書店。

Kelley, Eugene J. (1972), *Marketing Planning and Competitive Strategy*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall (出牛正芳他訳『マーケティング計画と競争戦略：新訳』ダイヤモンド社, 1976)。

<書籍に含まれる章の場合>

片岡寛(1988)「商品コンセプト」岡部昭二編『最新商品研究入門』中央経済社, 50-67。

伊藤邦雄・片岡寛・佐久間昭光(1986)「バイオテクノロジーの特質とその企業化への視点」今井賢一編著『イノベーションと組織』東洋経済新報社, 239-284。

<定期刊行物の場合>

片岡寛・朴宰佑(2005)「日本における商品研究の現状と新しい研究視点の提示」『商品研究』54(1・2), 1-10。

Kataoka, Hiroshi (1994), "The Change of Quality Concept in Japanese Market," *Forum Ware*, 22, 1-4。

[2025年3月15日改訂]

以上