

『流通研究』(IJMD) 投稿規定

日本商業学会『流通研究』(IJMD) 編集委員会

1. 目的

『流通研究』(略号 IJMD, 英文名 International Journal of Marketing & Distribution)は日本商業学会が発行する和文・英文の季刊学術雑誌です。独創的で優れた業績を論文として刊行することにより、流通およびマーケティングの学問分野に貢献し、研究成果を広く普及させ、会員や関係者の研究交流を活性化することを目的としています。

2. 掲載分野

本誌は以下のような研究分野での理論的・経験的な投稿論文を随時募集しています。理論的・経験的な研究に加え、それぞれの分野における研究動向を詳細に整理したレビュー論文も歓迎します。

- ・マーケティングの戦略および管理の諸問題
(市場選択, 戦略策定, 製品・ブランド, 価格, チャンネル, 広告, 営業, 販売促進など)
- ・消費者行動
- ・商業全般(小売業, 卸売業, 貿易業など)
- ・流通(マクロ)構造, 組織, 活動
- ・マーケティング・リサーチ
- ・研究方法論(学説史を含む)
- ・その他, マーケティング・流通にかかわる諸概念や諸分野
(経済, 社会, 技術等, 種々の経営環境など)

3. 投稿資格

投稿者の少なくとも1人は、日本商業学会の会員(購読会員・賛助会員・国際交流会員は除く)に限ります。ただし非会員でも、入会申し込みを行い、仮承認を得れば投稿できます。投稿論文は、使用言語を問わず、他誌に未掲載かつ投稿中でないものを前提とします。ただし、以下は例外的に審査対象とします。

- ・正式な査読を経ていない、中間的な研究成果物としてのワーキング・ペーパー
- ・査読の有無を問わず、学会発表のプロシーディングスに掲載されたアブストラクト
(原則として日本語 450 文字以内, 英語 200 ワード以内)
- ・学会発表のプロシーディングスにフルペーパーで掲載されているが、研究結果の詳細が述べられていない場合や、大幅に改定され、研究が大きく発展している場合
- ・学会以外の組織から刊行した報告書に基づくが、強調点や意図が十分に異なる場合。
なお、報告書は論文の刊行後に出版することが望ましい。

これらに該当する場合、投稿論文と合わせて当該の原稿も必ず提出してください。学会発表には、日本商業学会以外の学会も含まれます。上記に該当しないケースは、編集委員会で個別に判断します。

4. 原稿種別と投稿

『流通研究』(IJMD)は、著者がテーマを選定する投稿査読論文と編集委員会がテーマを選定する特集査読論文を掲載します。規定のテンプレートを用いて執筆し、提出してください。文字数は、初回投稿・修正投稿とも、和文 2 万字, 英文 10,000 語程度とします。この文字数には、注・参考文献は含まれません。図表は 1 つ 700 文字・200 語、数式は 1 つ 60 文字・20 語で換算します。

5. 審査プロセス

編集委員会は、編集長、副編集長、編集委員によって構成されます。審査は、編集委員会が指名するアリアエディター、およびアリアエディターが指名するレビュアーにより行われます。アリアエディターおよびレビュアーは、原則として会員から選出されます。掲載の可否は、レビュアーによる匿名評価の結果に基づき、アリアエディターの判断を経て、編集委員会が決定します。初回の審査結果までの審査期間は3か月を基準とします。

6. 審査基準

レビュアーは投稿論文を次のような諸点について評価した上、総合評価を行います。

- ・研究の独創性
- ・研究の位置づけの明確さ
- ・文献レビューの適切さ
- ・研究分野への貢献度
- ・学会会員の関心度
- ・研究方法の妥当性および適切性
- ・研究結果の信頼性および一般化可能性
- ・論旨の明確さ
- ・構成の明瞭さ
- ・文章の平明さ

7. 公開方法および著作権

掲載された論文は、J-Stageを通じて日本商業学会会員および非学会員に公開されます。著作権は著作者に帰属しますが、著作者は日本商業学会に対して独占的利用権を許諾します。著作権法に定められた複製権と公衆送信権も、著作者が日本商業学会に対して、独占的利用権を許諾します。日本商業学会が複製や公衆送信を第三者に委託した場合も同様です。ただし、この許諾は『流通研究』(IJMD)刊行の目的に限ります。

以 上

2024年8月31日 改定

2025年6月7日 改定