

学会誌編集方針・投稿規程・執筆要項

「日本ダイレクトマーケティング学会誌」編集方針

「日本ダイレクトマーケティング学会誌」は、ダイレクトマーケティングに関わる独創的な研究成果や実践成果を定期的に刊行するものであり、もって当該領域の研究者・実務家・消費者等の間で研究成果を共有し、ダイレクトマーケティングに関する学問的知識を整理、統合、発展させ、学会・産業界・消費者に貢献することを目的とする。

日本でのダイレクトマーケティングに関する大学等での教育システムに比べ、米国におけるそれは非常に充実している。日本においても通信販売をはじめ、テレマーケティング等ダイレクトマーケティングを採用する企業が増えていることから、大学あるいは研究機関における研究の充実が求められている。こうした状況のなかで、日本ダイレクトマーケティング学会誌を発行する意義は極めて大きく、会員のダイレクトマーケティング学確立へ向けての不断の努力と貢献を期待するものである。

上記のような認識のもとに、われわれ日本ダイレクトマーケティング学会誌編集委員会は、論文採択の基本方針として、次の点を挙げる。投稿される論文は、広くダイレクトマーケティングの分野に関わる研究・実践等の報告で未発表のものとする。また、ダイレクトマーケティングの発展に貢献することのできる水準が要求される。

さらに、投稿される論文が「日本ダイレクトマーケティング学会誌投稿規程」および「日本ダイレクトマーケティング学会誌執筆要領」に従っていること。

以上、日本ダイレクトマーケティング学会誌編集委員会としての編集方針とする。日本ダイレクトマーケティング学会誌が、理論と実務の融合をもって、この分野の発展に貢献する場となることを希求するものである。

「日本ダイレクトマーケティング学会誌」投稿規程

第1条（目的）

本誌は、ダイレクトマーケティングに関わる諸問題の研究および実践を促進し、ダイレクトマーケティングの実践と理論的研究の融合をもって、当該分野の発展に寄与するため、研究・実践成果を公表することを主たる目的とする。

第2条（投稿資格）

- (1) 本誌への投稿原稿の著者は、原則として学会員とする。
- (2) 特別会員の内、学生（大学生・大学院生）の投稿に関しては、指導教授の推薦を必要とする。
- (3) 共著は、主執筆者を明確にすること。執筆者が複数の場合、そのうち1名以上が学会員であること。著者が複数にわたる場合には、担当箇所を明確にし、脚注に明記すること。
(例) ¹⁾ 1～5は（著者名）〇〇、6～10は（著者名）〇〇が執筆した。
²⁾ 調査活動を（著者名）〇〇、その分析については（著者名）〇〇が担当した。

第3条 (投稿原稿)

- (1) 投稿原稿は1に掲げた目的に合致し、かつ他の刊行物では未発表（あるいは投稿中でない）のものに限る。
- (2) 投稿原稿の種類は、論文、研究ノート、ビジネスレポート、資料、書評等を含め、幅広く募集する。各種類の趣旨は次の通りである。
 - 【論文】 学術的な方法論に基づいた研究の成果であり、ダイレクトマーケティングに関する斬新な問題提起を行うとともに、独創的な新しい知見をもって実務の発展に寄与すると認められるもの。
 - 【研究ノート】 論文に該当するような完成度の高い内容ではないが、公表することによってダイレクトマーケティングの研究、実務に資すると認められるもの。
 - 【ビジネスレポート】 実務家が職務上得られた成果を報告するもの。記述内容は必ずしも学術的な方法論に基づかなくとも良いが、レポートの前提となった実務上の問題意識、今回新たに得られた知見、今後の課題について明確にされており、主に実務に資すると認められるもの。
 - 【資料】 ダイレクトマーケティングに関連する報告や資料であって、その公表が研究、実務に資すると認められるもの。
 - 【書評】 ダイレクトマーケティングに関連する書籍など、その内容を紹介しながら批評をした文章。
- (3) 投稿原稿は原則としてワードプロセッサ原稿で1部提出し、その際 Word 形式または Text 形式のデータ原稿も添付する。論文の記述方式は日本ダイレクトマーケティング学会論文執筆要項に準じるものとする。また、提出された原稿は返却しない。
- (4) 投稿原稿の記述方式が執筆要項に添わないと判断された場合、編集委員会は著者に原稿の修正を要求したり、編集委員会の判断で原稿の修正を行うことがある。

第4条 (投稿論文の審査)

- (1) 投稿論文は査読対象のものに限り、第3条(2)に示された投稿原稿の種類に基づき、複数の査読者により審査される。審査は論文受付後、速やかに行うものとする。
- (2) 審査の結果、論文内容の訂正を著者に要請することがある。その場合、再提出の期限は1ヶ月以内とし、それを越えたときには新規投稿の扱いとする。

第5条 (投稿原稿の採否および掲載)

- (1) 投稿原稿の採否および掲載は（論文については審査結果を参考に）編集委員会が決定する。なお、原稿は論理的かつ客観的に記述され、明快な裏づけがあるものであることを原則とする。
- (2) 投稿原稿、再提出原稿の受付日は当該原稿が本学会へ到着した日とする。また、受理日は当該論文の採択を編集委員会が決定した日とする。

第6条 (受理された投稿原稿の校正)

初校の校正は筆者が行う。また、誤植訂正以外の修正、図表・写真類の修正および差し替えは認めない。

第7条 (著作権)

- (1) 本誌に掲載された論文などの著作権および著作権は本学会に帰属する。特別な事情により本学会に帰属することが困難な場合には、申し出により著者と本学会の間で協議の上、措置する。
- (2) 著作権に関し問題が発生した場合は、著者の責任において処理する。
- (3) 著作人格権は著者に帰属する。著者が自分の論文を複製・転載等のかたちで利用することは自由である。この場合、著者はその旨本学会に書面をもって通知し、掲載先には出典を明記すること。
- (4) 本学会は、掲載された論文等を学会が指定する方法で配布・販売する権利を有する。販売に伴い収益金が生じた場合は、原則として学会に帰属する。学会による論文の配布・販売を許諾しない場合は、著者は事前にその旨をもって学会に通知する。
- (5) 筆者に対しては、本誌 3 冊と抜刷データを進呈する（なお、筆者が追加部数必要な場合には、本誌は定価の 8 割を請求する）。

附則

- (1) この規定は、平成 13 年 12 月 3 日から施行する。
- (2) 平成 15 年 9 月 30 日改訂。
- (3) 平成 25 年 3 月 26 日改訂。
- (4) 平成 26 年 3 月 25 日改訂。
- (5) 平成 26 年 9 月 24 日改訂。
- (6) 平成 28 年 11 月 29 日改訂。
- (7) 平成 31 年 3 月 18 日改訂。
- (8) 令和元年 7 月 13 日改訂。

「日本ダイレクトマーケティング学会」論文執筆要項

第 1 条（原稿の言語）

投稿原稿は原則として日本語で記述するが、英語でも可。

第 2 条（原稿の書式）

- (1) 原稿は横書きとする
- (2) 和文原稿の場合、A4 版用紙 1 枚に 44 字×38 行を目安とする。
なお、英文原稿の場合、A4 版用紙 1 枚に約 20 ワード×36 行を目安とする。英文のフォントは、「Times New Roman」を使用すること。
※原稿の書式詳細については、当要項の最後に添付してある仕上がり見本体裁を参照すること。

第 3 条（原稿枚数）

原稿の枚数は、第 2 条第 2 項に定められた書式で 10～15 枚程度（研究ノートの場合は 7～10 枚程度）を目安とする。ただし、いずれの場合も特に厳密な制約は設けない。

第 4 条（原稿の体裁）

- (1) 投稿者は「日本ダイレクトマーケティング学会誌投稿申込み用紙」に記入をし、原稿と共

に提出する。

- (2) 原稿の1枚目には、タイトル、著者所属・著者名、要旨、キーワード、Abstract ならびに Keywords を順に記述する。要旨は原稿全体の内容をレビューしたもので、日本語 400 字、英語 150 ワード程度とする。また、キーワード、Keywords は原稿全体の内容の特徴を表す用語のことで、その数は5つ程度とする。
- (3) 原稿の本文は2枚目から開始し、それを1ページとして以下通し番号を付す。注、参考文献、謝辞（いずれもある場合）は、本文の後ろに記す。

第5条（一般的注意事項）

- (1) 原稿本文は序論（問題提起、はじめになど）、本論、結論（結び、結語、など）の順に記述する。本論については章、節、項の区別を明確にし、それぞれ“1”、“1.2”、“1.2.3”のように番号をつける。新しい章に入る場合には2行分の改行をする。節、項については1行分の改行をする。
- (2) 外国人名は原則として英語で表記する。ただし、広く知られているもの、また印字の困難なものについてはこの限りではない。
- (3) 数式は別行に記し、末尾に通し番号をつける。文中で使用する場合には特殊な記号を用いず、“a/b”、“exp(a/b)”などの記法を用いる。
- (4) 注は当該文中に肩付き（○○○¹⁾）をつけた上、原稿本文の後にまとめて1) から番号順に記述する。
- (5) 図表にはそれぞれについて“図1”、“表1”あるいは“図表1”のように通し番号をつけ、タイトルをつける。図・表・図表ともに、センタリングをする。他文献からの引用表記は明確に行うこと。図表の挿入位置については、執筆者の自由とする。

(例)

図表1 消費者属性と購入品目

(図表)

資料：(社) ○×協会『通信販売2003』△○出版社、2003年

第6条（参考文献）

- (1) 参考文献は本文の後に一括して記述する。和文については著者名の五十音順に、欧文については著者名のアルファベット順に文献を並べること。
- (2) 表記が2行以上にわたる場合は、2行目以降を全角2文字（半角4文字）分字下げする。
- (3) 参考文献の詳細な記述方法については以下を参照のこと。

<雑誌の場合>

佐々木肇「消費者行動の原理」『消費者ジャーナル』第一巻 第一号、1993 a 年3月号, pp.10-20
Kumar, V. (2010) "A Customer Lifetime Value-Based Approach to Marketing in the Multichannel, Multimedia Retailing Environment," *Journal of Interactive Marketing*, 24, pp.71-85.

<書籍（同一著者）の場合>

佐々木肇『消費者行動の原理』消費者出版社、1993 b 年。
Mayer, J.J., “The Principles of Consumer”, *Consumer Press*, 1993.

<書籍（特定章）の場合>

佐々木肇「顧客管理システム」田中雅夫編『データベースマーケティング』JADMA 出版、1999年, pp.1-13

Mayer, J.J., “Customer Management System”, in Tanaka, M(ed), *Data Base Marketing*, JADMA Press, 1993, pp.10-20.

<翻訳書の場合>

Hughes, Arthur M. (1994), *Strategic Database Marketing: The Masterplan for Starting and Managing a Profitable, Customer-Based Marketing Program*, The McGraw-Hill Companies. (秋山耕 (監訳), 小西圭介 (訳) (1999). 『顧客生涯価値のデータベース・マーケティング：戦略策定のための分析と基本原則』ダイヤモンド社)

<Web の場合>

Vranica, S. (2014). Average CMO Tenure: 45 Months (But That's an Improvement). *The Wall Street Journal*, Mar. 23. Retrieved from <http://blogs.wsj.com/cmo/2014/03/23/cmos-worklifespan-improves-still-half-that-of-ceos-study/> (2019年4月4日参照)

(4)原稿執筆に際し参考あるいは引用の対象とした文献について、本文中で参照する場合は、(著者名、発行年、ページ数) のように記す。

(例) であるという (佐々木、1999、1 - 13 ページ)。

また、著者名が同じ、かつ公表年度が同じ文献については文末のタイトルを五十音順 (洋書についてはアルファベット順) にソートし、若いものから順に小文字のアルファベットをふったうえで、本文中には (著者名、発行年 b、ページ数) のように記す。

(例) であるという (佐々木、1993 a、10-20 ページ)

さらに、著書に言及する場合には 著者名 (発行年) のように、著者名を括弧の外に出す。

(例) 佐々木 (1993) の主張によれば

(5)その他、疑義のある場合は、通常広く認められている書式を一貫して使用すること。

仕上がり見本体裁

◎申込み用紙はダウンロードして使用してください。

1 枚目

<p>和文タイトル (明朝体太字 16P) —副題— (明朝体太字 12P) 所属 氏名 (明朝体 12P)</p> <p>要旨 (ゴシック体太字 10.5P)</p> <p>キーワード(ゴシック体太字 10.5P)</p> <p>Abstract(TimesNewRoman 太字 10.5P) ・・・注1</p> <p>Keywords(TimesNewRoman 太字 10.5P)</p>

本文

<p>1. 章タイトル(ゴシック体 12P)</p> <p>本文 明朝体 10.5P (44 字×38 行)</p> <p>1.2 節タイトル (ゴシック体 11P)</p> <p>注(明朝体 10P)</p> <p>1)</p> <p>参考文献(明朝体 10P)</p> <p>.</p>

◎余白設定について

上余白：35mm、下余白：30mm、左余白：30mm、右余白：30mm

◎注1：英文要約を事務局に依頼する場合は、翻訳料を実費ご負担頂きます。

◎図表の体裁については、論文執筆要項の「第5条、5」を参照のこと。

学会誌編集委員会内規

第1条（目的）

本規定は、会則第27条に基づき学会誌編集委員会運営に関する事項について定める。

第2条（構成）

1. 学会誌編集委員は、学会員であること。
2. 学会誌編集委員会は委員長1名、副委員長1名をおくこと。
3. 委員長の選出にあたっては、委員の互選によるものとする。（会則第27条）
4. 副委員長は、委員長の指名により選出される。

第3条（委員の任期・補充）

委員の任期は2年度とし、連続2期を越えて再任しないものとする。

第4条（委員会）

1. 委員会の議長は、委員長又は委員長が指名したものが務める。
2. 委員は投稿論文について厳正な審査を行い、その結果を委員会にて報告する。

第5条（報告）

委員長は、活動報告を理事会及び会員総会にて行うものとする。

第6条（規定の改廃）

本規定の改廃は理事会の議による。