

日本プロモーション・マーケティング学会

The Japan Academic Society of Promotional Marketing

『平成30年度 研究論文・研究レポート』
募集要項

平成30年4月

プロモーションの実務を支援する研究を募集します。
プロモーション・マーケティング研究の発展にご参画ください。

日本プロモーション・マーケティング学会

日本プロモーション・マーケティング協会

1. 実務に役立つ研究を募集します。

プロモーション・マーケティングの実務に役立つ、実務に示唆を与える研究を募集します。具体的には以下の点を考慮してください。

- (1) **プロモーションは、検討～購入のプロセスで購買促進を働きかけることが、主たる役割であることを認識とした研究**
 認知から購入までのプロセスの中で、プロモーションは、認知～好意形成で終わることなく、最終的な購買促進を働きかけることが、中心的な役割になる。購買の動機付け、購買行動の促進に関わる研究が、プロモーションの実務家に求められている。
- (2) **戦略や戦術の意思決定に役立つ研究**
 実務現場でプロモーション業務を行う際に、戦略や戦術計画の意思決定に役立つ研究、具体的には、意思決定を支援する方法・手順（モデル開発）、メディア設計や目標設定・効果測定に関する研究。
- (3) **競争地位に踏み込んだ研究**
 リーダーとチャレンジャー、あるいはそれ以外では採るべき戦略は異なり、最終的な購買行動を促すプロモーション活動では、競争地位を考慮した実行戦略が重要であり、実務的な示唆を与える研究に欠かすことのできない条件である

2.

(1) 募集する研究テーマ

プロモーション・マーケティングに関する、実務の意思決定に役立つ、実務に示唆を提供する、「実証研究（実査を伴う研究）」「事例研究（実施例の分析）」「理論研究（既存研究分析）」を対象とします。

独自性のある的確な仮説設定があり、実務への示唆を期待できる強い研究結果と結論が見込まれる研究を募集します。

プロモーションの戦略決定レベルの研究、ターゲットとすべき顧客層についての研究、購買促進施策としてのメディア設計に関する研究ほか幅広い領域から、次世代のプロモーションへの提言を期待する。

テーマ①:プロモーションの実効性を高めるメディア設計に関する研究
テーマ②:プロモーションの効果的な手法計画に関する研究
テーマ③:顧客の購買行動に関する研究
テーマ④:購買行動に基づくプロモーション課題の意思決定に関する研究
テーマ⑤:テクノロジーによる買い場イノベーションに関する試論
テーマ⑥:プロモーションにおける目標及び効果指標に関する研究
テーマ⑦:プロモーション事例に関する研究
その他 :自由課題

(2) 募集する研究領域と研究課題

募集する研究領域	研究課題	
① 研究論文	(A) 学術研究 <ul style="list-style-type: none"> ● 学術的評価を重視する研究。 ● 学界からも実業界からも応募できる。 	テーマ①、②、③ 先行研究を踏まえる等、学術的に評価できる研究を求める。但し、実業界の動きも考慮する。
	(B) 実務研究 <ul style="list-style-type: none"> ● 実務的な示唆、実務的な貢献を重視した研究 ● 実業界からも学界からも応募できる。 	テーマ①、②、③ 実務に新しい示唆を提供する研究で、理論的に一定のレベルに達している研究を求める。
② 研究レポート	<ul style="list-style-type: none"> ● 学部学生の学士論文相当の実証研究 ● 個人でも、ゼミなどのグループでも応募できる。 	テーマ①、②、③ 学術的にも評価でき、実務に示唆も与える研究を求める。

(3) 応募

応募に当っては、募集する「研究領域」を選択してください。

2. 研究領域別の評価

研究助成の選定、及び査読付き論文の選定は、以下の評価項目に基づいて行います。

評価項目

- | | |
|--------------------|---------------|
| (1) 研究目的が明確で必要性も高い | (2) 研究の独創性が高い |
| (3) 論理構成がしっかりしている | (4) 学術的貢献が顕著 |
| (5) 重要な論点を論じている | (6) 実務的示唆が豊富 |
| (7) 文献レビューが十分 | |

① 研究論文

(A) 学術研究

先行研究を踏まえる等、学術的に評価できる研究を求める。但し、実業界の動きにも考慮する。実務への示唆では、市場条件や競争環境を加味した上で、明確に「購買行動」の促進を図る視点が必要。

評価

【論理構成、文献レビュー、学術的貢献】を重視し、助成研究の選定、及び査読付き論文の選定を行う。

(B) 実務研究

実務に新しい示唆を提供する研究で、理論的に一定のレベルに達している研究を求める。プロモーション計画のどの局面で、どのような意思決定に役立つかを明確にした研究であり、市場条件や競争環境を加味し、「購買行動」の促進を図る視点が必要。

評価

【実務的な示唆、研究の独創性、研究目的が明確で必要性も高い】を重視し、助成研究の選定、及び査読付き論文の選定を行う。

② 研究レポートについては、① 研究論文の(A)学術研究に準じる。

3. 募集概要

(1) 応募方法:

- ① プロモーション・マーケティング(セールス・プロモーション)に関わる研究テーマを「研究計画書」にまとめて、応募してください。
- ② 研究計画申込書に、「研究テーマ」、「研究領域・研究課題」、「研究目標」、「研究方法と予算」、「研究内容の概要」を記載し、また、これらに付帯する関係資料等があれば添付してください。
- ③ 応募論文の研究テーマは、「未発表のオリジナルテーマ」に限ります。
- ④ 研究計画申込書には、応募者の氏名、年齢、在籍する大学・大学院、又は研究所・企業、住所、連絡の為の電話やメール・アドレス等、必要事項を記入し、郵送にて提出してください。
- ⑤ 研究テーマ採用者には、日本プロモーション・マーケティング学会会員登録の確認をいたします。

※ 研究計画申込書のワードデータを用意いたしております。

ご希望の方は、以下のメール・アドレスまで、ご請求ください。データ請求先: gakkai@jpm-inc.jp

(2) 応募資格:

- ① 大学・大学院に在籍しマーケティング、プロモーション・マーケティング(SP)を研究する研究者、学生。
 - ② マーケティング、プロモーション・マーケティング(SP)関係の企業に所属する実務者、研究者。
 - ③ 協賛会社のマーケティング、プロモーション・マーケティング(SP)関係部署に属する実務者、研究者。
- 上記、いずれの場合も、学会員であることを条件とします。(学会員でない場合は、学会への入会を条件とさせていただきます)。

(3) 応募期間:

平成30年3月15日(木)募集開始～5月31日(木)

(4) 審査:

日本プロモーショナル・マーケティング学会の役員及びプロモーション研究推進委員で、提出していただいた「研究計画書」を審査いたします。

審査は、①研究論文の(A)学術研究、(B)実務研究、②研究レポートの研究領域ごとに、それぞれの審査基準に基づいて行います。

(5) 審査結果の通知と研究助成金

① 審査の結果は、6月末までに通知します。

② 提出していただいた「研究計画書」が採用された場合、当該研究につき研究助成をします。

1. 研究論文の助成金額は、1研究テーマに対して20万円を上限とします。

2. 研究レポートの助成金額は、1研究テーマに対して10万円を上限とします

3. 研究論文・研究レポート内容を査定して助成金額を決定しますので、研究計画書の申請金額に満たない場合もあります。

4. 研究計画について留意点を挙げ、研究計画を修正していただく場合があります。

③ 研究助成の採用者には、「研究助成論文請書」を提出していただきます。「研究助成論文請書」に記載された振込先に、請書受領後2週間程度で、助成金を支払います。

④ 助成金の使途については、論文提出時に報告していただきます。

4. 研究論文・研究レポートの提出と発表

(1) 研究テーマ採用者には、約6ヵ月間で研究論文または研究レポートを提出いただきます。

提出締切:平成31年1月18日(金)

(2) 研究論文または研究レポートの提出後、当該研究助成の成果として発表会で発表していただきます。

発表会:平成31年3月中旬～下旬に開催予定

(3) 査読付き論文候補の通知:平成31年4月初旬

(4) 査読付き論文集の発行:平成31年9月下旬

5. 論文集「プロモーショナル・マーケティング研究(Journal of Promotional Marketing) Vol.11」の発行

(1) 全助成研究の中から一部が査読付き論文候補として選定され、査読を経て、査読付き論文集「プロモーショナル・マーケティング研究(Journal of Promotional Marketing) Vol.11」に掲載されます。

論文集は、学会役員が編集委員となり、査読付き論文は全文が、査読に漏れた研究については要約が掲載されます。論文集の発行は、平成31年9月下旬の予定です。

(2) 応募論文の対外発表は、当学会の論文集発行後にお願いします。

6. 「学会賞」の創設と授与

平成27年度の研究助成論文より、学会役員の審査に基づき、特に優秀な論文に対して「学会賞」を贈呈しております。

日本プロモーション・マーケティング学会とは

日本プロモーション・マーケティング学会は、「健全で魅力的なプロモーション」を実現する新しいプロモーション・サービスの確立と産業発展への貢献を目的としています。

産学協同で研究を展開していく学会として、販売促進に興味をもつ研究者、実務家、およびプロモーション・マーケター認証資格者を主たる構成メンバーとします。

学会の研究活動は、実務家のニーズに基づき実務に役立つ研究・開発を行うことを目標としております。当学会の主要事業である研究論文の助成についても、学術的な貢献と共に実務への示唆と貢献を評価のポイントにしています。

日本プロモーション・マーケティング学会の研究助成活動

- 平成 19 年度から開始した研究助成活動は、当協会会員の協賛会社の賛助金で運営されています。過去 10 回研究論文の提出、発表会、審査、査読つき論文集への掲載、発行等、着実に実績を上げてきており、平成 30 年度で 12 回目を迎えています。
これまでの 11 年間で、205 点の応募をいただき、135 点の研究に助成を行っており、既に 10 冊の論文集を発行し、25 点の査読付き論文と研究ノート・調査レポート等を掲載しています。
- 平成 25 年度より、学術研究と実務研究の 2 種類に分けて助成研究を募集しています。
- 研究助成論文募集は、具体的な研究テーマ計画書を学術界・実業界の学会員から公募します。プロモーション研究推進委員会は、エントリーされた研究計画書を審議し、最も的確な研究テーマ・研究者を選出し研究費用を提供します。
- 研究成果は、研究助成論文発表会で執筆者から説明されます。さらに、研究助成論文の中から、査読付き論文候補が選定され、査読を経て、「プロモーション・マーケティング研究(Journal of Promotional Marketing)」に査読付き論文集として掲載されます。

◇◆平成 30 年度日本プロモーション・マーケティング学会 学会長・副学会長◆◇

学会長	守口 剛	早稲田大学	商学学術院	教授
副学会長	中村 博	中央大学	大学院戦略経営研究科 研究科長	教授
副学会長	佐藤 栄作	千葉大学	大学院社会科学研究院	教授

日本プロモーション・マーケティング学会

問合せ先： | 一般社団法人 | 日本プロモーション・マーケティング協会

〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館7階

Tel: 03-3523-2505 Fax: 03-3523-2508

E-mail : gakkai@jpm-inc.jp HP://www.jpm-inc.jp