＜ご案内＞

日本プロモーショナル・マーケティング学会

The Japan Academic Society of Promotional Marketing

『 2022 年度 研究論文・研究レポート 』
募集要項

2022 年 4 月

プロモーションの実務を広く支援する研究を募集します。

プロモーショナル・マーケティング研究の発展にご参画ください。

日本プロモーショナル・マーケティング学会

一般社団法人 日本プロモーショナル・マーケティング協会

1. 実務に役立つ研究を募集します。

プロモーショナル・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。

⑴ 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、中心的な役割になります。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ます。

⑵ 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などです。

⑶ 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となります。

2. 論文のテーマと領域

⑴ 募集する研究テーマ

プロモーショナル・マーケティングに関する、実務上の意思決定に示唆を提供する、「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研究を募集します。研究テーマとしては、下の枠に例を挙げていますが、これら以外のものも含め、プロモーショナル・マーケティングに関する幅広いテーマの応募を期待しています。

テーマ①:with コロナ、after コロナにおける購買行動に関する研究
テーマ②:DX(デジタルトランスフォーメーション)時代におけるブランド経験に関する研究
テーマ③:テクノロジーによる買い場イノベーションに関する研究
テーマ④:プロモーションの効果検証モデルに関する研究
テーマ⑤:プロモーションの実効性を高めるメディア計画に関する研究
テーマ⑥:SDG's など社会課題を解決するプロモーションに関する研究
テーマ⑦:企業・ブランドのプロモーション事例に基づく新たな競争戦略分析に関する研究
テーマ⑧:その他自由課題

⑵ 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** ● 学術的評価を重視する研究。 ● 学術界からも実業界からも応募できます。	先行研究を踏まえる等、学術的に評価できる研究を求めます。但し、実業界の動きも考慮します。
	(B) 実務研究 ● 実務的な示唆、実務的な貢献を重視した研究 ● 実業界からも学術界からも応募できます。	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ます。
② 研究レポート	● 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ます。	学術的にも評価でき、実務に示唆も与える研究を求めます。

⑶ 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ます。但し、実業界の動きも考慮し、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です。

評価:上記項目のうち【文献レビュー、論理構成、学術的貢献、実務への示唆】を重視

(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ます。プロモーション計画のどの局面で、どの様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です。

評価:上記項目のうち【研究目的が明確で必要性も高い、研究の独創性、実務への示唆】を重視

② 研究レポートについては、① 研究論文の(A)学術研究に準じます。

3. 募集概要

(1) 応募方法:

① プロモーショナル・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「研究計画申込書」にまとめて、応募してください。「研究計画申込書」は当協会のホームページからダウンロードできます。
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」、「研究内容の大要」を記載する。また、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、メールで提出してください。

(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、コミュニケーションを研究する研究者、学生。
② マーケティング、プロモーション、デジタル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、デジタル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:

2022 年4月1日(金)募集開始～5 月 31 日(火)締切

(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会で、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 月を目途に通知します。

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. 助成金額は、「研究計画書」の内容を査定して決定しますので、申請金額に満たない場合もあります。
4. 「研究計画書」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、請書受領後概ね 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、「支出明細書」を論文と同時に提出していただきます。

4. 研究論文・研究レポートの提出と発表

(1) 研究論文・研究レポートの提出

研究助成決定者には、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:2023 年 1 月31日(火)

提 出 物: **①「要約」(A4、1頁、1,200 字程度)**

②「本文」(A4、44 文字×42 行、参考文献・図表を含む、全体 20 頁以内)

それぞれ表紙を付ける。表紙には、タイトルと所属、氏名を記載すること。

①②の冒頭には、タイトルのみを記載し、所属・氏名は記載しないこと。

＊規定に沿わない場合は、再提出を求めることがありますので、ご注意ください。

(2) 研究助成論文発表会

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:2023 年 3 月中旬～下旬を予定 (コロナ禍環境下の場合はオンライン開催とする)

(3) 査読対象論文の選定:2023 年 3 月下旬

発表会の後、査読対象とする論文を選定し通知します。その後、査読期間を経て査読付き論文としての可否を決定します。

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.15」の発行

(1) 査読付き論文とその他の応募された論文は、「プロモーショナル・マーケティング研究(Journal of Promotional Marketing)Vol.16」(デジタル PDF 版)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、その他の研究については要約が掲載されます。

論文集の発行は、2023 年 10 月を予定、JPM のホームページに掲載します。

査読付き論文については、 日本の科学技術情報の電子ジャーナル出版 J-STAGE にも掲載します。

(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」の授与

学会役員会での審査に基づき、特に優秀な論文に対して「学会賞」を贈呈いたします。

日本プロモーショナル・マーケティング学会とは

日本プロモーショナル・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ナル・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。

日本プロモーショナル・マーケティング学会の研究助成活動

- 2008 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 15 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、2022 年度は 16 回目を迎えます。
  これまでの 15 年間で、174点の研究に助成を行っており、既に 14 冊の論文集を発行し、35 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。
- 2014 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報告されます。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、「プロモーショナル・マーケティング研究(Journal of Promotional Marketing)」に査読付き論文として掲載されます。

◇◆2022 年度日本プロモーショナル・マーケティング学会　学会長・副学会長◆◇

学会長	中村　博	中央大学	大学院戦略経営研究科	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
副学会長	鶴見 裕之	横浜国立大学	大学院 国際社会科学研究院	教授
副学会長	山﨑 泰弘	流通経済研究所	常務理事	

日本プロモーショナル・マーケティング学会

問合せ先:｜一般社団法人｜ 日本プロモーショナル・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
mail : gakkai @jpm-inc.jp　協会ホームページ:https://jpm-inc.jp/