

一般社団法人市場創造学会 『市場創造研究』編集方針

一般社団法人市場創造学会は、『新市場創造型の新製品の成功率を高めることによって、日本国内の消費財市場の拡大を図り、日本経済を元気にする』という趣旨で、産業界と大学・研究機関とが、これまでの枠組みを超えて協同し設立された。

日本の消費財市場は、1990年のバブル崩壊から20年以上に亘り低迷を続けている。もはやその原因が単に少子高齢化等の社会的要因だけではないことは明らかだ。消費者すべてが現状の生活に満足しているわけではないし、消費に飽きているというわけでもない。が、市場には『欲しい』と思うものがないという。つまり、市場低迷の真の原因は、産業界が消費者の求める新市場創造型商品を開発・提供していないからではないだろうか。

『市場創造研究』(以下、本誌)は、上記の認識のもとに、新市場創造型新製品の成功率向上に関わる独創的な研究成果論文や実践成果論文を募集し、定期的に発表することで、新市場創造型新製品開発に関する英知を整理、統合、発展させ、広く社会に貢献することを目的とし、編集・発行する。

投稿された論文は、本誌への採択を研究論文集編集委員会にて採択するが、次に挙げる2点の要件を満たしていなければならない。

- 1) 投稿される論文は、市場創造型製品開発分野またはこれに関連するマーケティング分野における研究・実践等の報告で未発表のものであること。
- 2) 投稿される論文は、『市場創造研究』論文投稿規程』および『市場創造研究』論文執筆要項』に従っていること。

以上を一般社団法人市場創造学会、研究論文集編集委員会としての編集方針とする。本誌が、理論と実務の融合をもって、この分野の発展に貢献することを希求するものである。

なお、本誌に掲載した「査読付論文」および「査読付研究ノート」を別紙に定める審査規定により審査し、優秀と認められた論文には『市場創造研究 梅澤伸嘉賞』を授与することとする。
(詳細は『市場創造研究 梅澤伸嘉賞』審査規定を参照されたい。)

(2014.10.9 追記) - (2015.9.16 改) - (2016.8.10 一部改訂) - (2018.9.18 一部改訂) - (2019.3.1 一部改訂)
- (2023.9.13 一部改訂)

以上