

『マーケティング史研究』第4巻第1号 論文投稿募集
(特集「アジアのマーケティング史」)

マーケティング史学会は『マーケティング史研究』(Japan Marketing History Review) 第4巻第1号(2025年3月刊行予定)の特集企画として、学会の会員の皆様に「アジアのマーケティング史」の論文を募集いたします。

今回の特集企画は、「アジアのマーケティング史」をテーマとし、『マーケティング史研究』第2巻第2号の「日本のマーケティング史」、第3巻第1号の「欧州のマーケティング史」、第3巻第2号の「北米のマーケティング史」に引き続き、マーケティング実践(marketing practice)の歴史に注目します。

アジアは日本企業の主要な海外進出先です。日本ではアジアを対象としたマーケティング・流通の研究は少なからず存在していますが、マクロ・ミクロ環境の考察、または日本企業の現状分析に偏重する傾向があります。マーケティング史学会の前身であるマーケティング史研究会は、歴史的な側面からアジア市場における日本企業のマーケティング戦略を取り上げました(『日本企業のアジア・マーケティング戦略』(同文館出版、2014年))

また、『発展する中国の流通』(矢作敏行・関根孝・鍾淑玲・畢滔滔、白桃書房、2009年)のような、特定の国を対象に現地における市場と企業の発展プロセスに関する著作もあります。しかし、1980年代以降の日本企業の主要進出先である韓国、台湾、または2000年代以降の主要進出先の東南アジア(タイ、ベトナム、インドネシア)などに関して、現地企業のマーケティング・流通の生成・発展を取り上げた研究は数多くありません。日本企業(特に流通業)がアジア市場で苦戦しているなか、現地企業がどうやって市場対応してきたかというマーケティング・流通の生成・発展プロセスを理解・対応する必要があります。これから期待される研究分野であります。

そこで『マーケティング史研究』第4巻第1号は、その特集テーマを「アジアのマーケティング史」として、韓国、台湾、および上記の東南アジア諸国を対象に、企業のマーケティング実践の歴史に関わる学術論文を募集します。これらの地域における企業のマーケティング実践に関わる消費社会の変容、または法規制や諸環境の変化の投稿も歓迎します。

『マーケティング史研究』は、特集論文(巻号ごとに設定される特定のテーマに基づく論文)の他に一般論文(特集テーマにかかわらず、会員が設定した自由なテーマによる論文、研究ノートなど)の投稿を募集します。特集論文、一般論文ともに、長さの目安は論文16,000~38,000字(英文の場合は8,000~19,000ワード)、研究ノート6,000~16,000字(英文の場合は3,000~8,000ワード)です。ご投稿いただいた論考は2名の匿名査読者による査読を経て、掲載の可否が決定されます。

『マーケティング史研究』第4巻第1号の投稿締め切りは、2024年9月30日です。投稿規定などの詳細は、マーケティング史学会公式ウェブサイト(<https://marketinghistorysoc.wixsite.com/website>)に掲載されている投稿規定をご参照ください。論文は、特集論文については特集エディタのメールアドレス宛に、一般論文は編集委員のメールアドレスに、ワード形式のファイルを添付し、ご提出ください。ご質問等も、以下のメールで受け付けております。

特集論文【特集エディタ：鍾淑玲(東洋大学) chung@toyo.jp】

一般論文【編集委員：戸田裕美子(明治大学) japan.marketing.history.review@gmail.com】

多くの皆様からの意欲的なご投稿をお待ちしています。

2023年2月13日

『マーケティング史研究』第4巻第1号 特集エディタ

鍾淑玲

『マーケティング史研究』編集委員会

薄井和夫(編集委員長)、大内秀二郎(編集事務キャップ)、

岩本明憲、越川靖子、戸田裕美子、