

『マーケティング史研究』第4巻第2号 論文投稿募集 (特集「グローバル化とマーケティング史」)

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2号(2025年9月刊行予定)に富山大学の鳥羽達郎先生を特集のゲスト・エディタとしてお迎えし、学会の会員の皆様から「グローバル化とマーケティング史」を主題とする論文を募集いたします。今回の特集では、多様性を統合しようとする作用とそうした動きに抗う反作用を包摂する現象として認識されてきたグローバル化という視点から市場を認識し、それに向き合ってきたあらゆる業界における国境を越えるマーケティングの軌跡を歴史的に検討したいと考えます。

周知のように、セオドア・レビット(Theodore Levitt)教授は、1983年に『ハーバード・ビジネス・レビュー』(*Harvard Business Review*)において、「市場のグローバル化」(*The Globalization of Markets*)と題する論文を発表して脚光を浴びました。世界各国を繋ぎ合わせる経済圏の創造(自由化の進展)、交通基盤の構築、そして情報技術の発展などが地球規模の同質的な市場を創造してきたことに着目し、そうした市場を標的とするマーケティングの意義を唱えました。それから40年が経過する現在、市場の収斂は勢いを止めることがないように映ります。

しかし一方で、世界各国の市場に備わる固有性は決して消滅してきたわけではありません。グローバル化の波が押し寄せるなかでも、世界各国の市場に備わる固有性は温存され続けてきました。むしろ、諸外国から普及してくるモノやサービスに触れることによって、自国の消費文化に備わる固有性や独自性の尊さを再認識するような動きが高揚し、市場の拡散をもたらすような現象も窺われます。また、世界各国の市場には、企業や消費者の行動様式やその評価を規定する伝統や文化に基づく制度が色濃く存在しています。

こうした対照的な市場認識は、国境を越えるマーケティングに異なる接近法をもたらしてきました。1つは巨大な同質的な市場への対応を模索するグローバル・マーケティングで、もう1つは「国境」の存在(世界各国の市場に備わる固有性への対応)を強く意識する国際マーケティングです。換言すれば、それは「世界標準化」と「現地適応化」という視点で長年にわたって議論がなされてきました。こうした議論のなかでは、巧みにその中庸を得る見解も示されてきました。市場認識については、世界市場と各国市場の間に位置する「地域(リージョナル)市場」の有効性が唱えられています。そしてマーケティングについては、グローバルの視点とローカルの視点を融合した「グローカル」という視点に期待が寄せられています。

冒頭に記したように、今回の特集号では、製造業、卸売業、小売業、サービス業、そしてコンテンツ産業といった幅広い業界における国境を越えるマーケティングにかかわる研究に加えて、世界各国の流通制度を比較検討する研究や経済ピラミッドの最下層に属する発展途上国の低所得層を指す「BOP(Base of Pyramid or Bottom of Pyramid)」を対象としたマーケティングを含めて幅広いテーマの論文投稿を募ります。本特集号では各業界の研究を率いてこられた諸先生の寄稿を予定していますが、中堅や若手の先生方による積極的な投稿を歓迎します。

『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）の投稿も募集します。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文は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2号の投稿締め切りは、2025年3月31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に掲載されている投稿規定をご参照ください（<https://marketinghistorysoc.wixsite.com/website>）。論文は、特集エディタのメールアドレス宛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：鳥羽達郎（富山大学）toba@eco.u-toyama.ac.jp】

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

以上、多くの皆様からの意欲的なご投稿をお待ちしております。

2023年8月28日

『マーケティング史研究』第4巻第2号 特集エディタ

鳥羽達郎

『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