

特集号「企業の社会的責任と消費科学」に関する 論文公募のお知らせ

本学会では、時節に合致した有意義なテーマでの特集号を組んで参りました。本年度もまた、2012年第12号に特集号刊行の予定をしております。

2011年にはオリンパス事件をはじめ、企業のモラルハザードが指摘された後も、大きな事件があとをたちませんでした。これらの事件はその企業だけではなく、社会にも影響を及ぼします。社会生活を営む者として、企業も例外なくその責任を感じるべきです。

また、大震災後、消費者側の意識も行動も変わってきました。人々の生活様式の変化に伴い、企業側からの製品提供やサービス提案も異なってくるでしょう。

今回は、企業の社会的責任と消費者が企業からの発信をどのように受け止めているのかに着目をしました。ここには企業の視点と消費者の視点という2つの方向からの論点があると思います。たとえば、企業の製品に対する責任として、回収可能なシステムや市場の問題、広告方法、知財・財務関係の開示問題、消費者教育、インターネット取引の現状などが挙げられます。よって、論文公募の対象分野は消費科学、消費者心理、企業心理、消費者行動論、組織論、会計学、マーケティング、産業論、広告論、サービス論など幅広いものを考えています。

日頃の研究成果を是非この機会にご発表して頂きたく、ふるってご応募下さいますようご案内申し上げます。

[テーマ] 企業の社会的責任と消費科学

[執筆・応募要領]

1. 投稿規定（第53巻第1号掲載、ホームページにも掲載）に従う。
(ア)テーマに即した独創的な価値ある内容の論文で、出版物に未発表のものに限る。
(イ)刷り上りで6ページ程度（図・表を含めて約10,000字）。
(ウ)図・写真はモノクロで鮮明なものに限る。
2. 掲載料は投稿規程が適用される（但し、50周年記念「若手育成基金」による「研究奨励金」がこの公募にも適用される—第53巻第1号掲載）。
3. 投稿に際し、原稿はカメラレディー方式で作成し、PDFファイルにて保存する。本学会 Website 中の投稿規定よりダウンロードした投稿申込書の「希望する種別」欄の余白に「公募論文」と朱書きし、原稿とともに添付して事務局宛に電子メールにて送付すること。
4. 原稿を郵送する場合には、表書きに「公募論文」と朱書きし、投稿申込書と原稿を3部ずつ印刷したものを同封すること。
5. 投稿された論文の審査等は以下のとおりである。
(ア)審査に入る前にレビューを行い、テーマ・分野違いと判断された場合は、執筆者の許可を得て一般号の審査に回すことがある。
(イ)論文の審査は規定通りに行う。したがって補筆・修正を求めることがある。審査の結果、掲載されない場合がある。
(ウ)受付原稿は直ちに査読作業に入るが、審査や補筆・修正などに時間を要したため特集号に間に合わなかった場合は、通常の号に一般論文として掲載する。
(エ)掲載可になった時点で最終原稿を提出するとともに、使用したOSとワードのバージョンを事務局に知らせること。

[原稿の締切] 2012年7月2日(月)当日必着、締切厳守とする。

[原稿の提出先] 社団法人 日本繊維製品消費科学会 Website:<http://homepage3.nifty.com/shohikagaku/>
〒530-0035 大阪市北区同心2-11-5-201（洋仲扇町シティハイツ）
TEL:06-6358-1441 FAX:06-6358-1442 E-mail: shohikagaku@nifty.com