

## 経営情報学会論文誌の「発表特集号」の開始について

### 1. 概要

経営情報学会誌は、季刊の学術雑誌として4回発行している。6月・9月・12月・3月である。このうちの3月発行の第4号を「発表特集号」とする（第3号とする場合もある）。大会発表をもとにした論文であって、1編が4ページまたは6ページの論文を査読なしで10編程度掲載する。査読プロセスを経していない「発表論文」の特集であることを明記する。なお、研究部会での発表者選定に影響があるため、当面は研究部会での発表は発表特集号からは除く。また、発表特集号の継続やあり方については、理事が必要と見なせば見直すこととし、運営しながらよりよいものにしていく。

### 2. 目的と意義

#### 2-1. 研究成果を通じた交流の促進 会員にとっての新たな研究発表機会の場を提供する。

そのため具体的には、研究発表大会で発表されたものうち、事例、歴史、展望、サーベイの発表を対象とする。これによって、最近の研究動向や重要動向を示す役割も期待する。サーベイはいわゆる本格的サーベイでなくてもよく、著者が自分の研究のために集めた文献やウェブサイトなどのまとめでよい。論文として完成された研究の公表に主眼を置くのではなく、発表論文の中で学会として「おもしろいもの」を取り上げる。

#### 2-2. 学会誌の発行数の維持 事実として学術論文の投稿数が減っている。論文投稿数減少の理由は、投稿者に会員資格を要求した以外は不明である。採択率は操作しておらず、概ね30%で変わらない。投稿数減少の一方で、春と秋の2回の研究発表大会では、開催校のご尽力もあって例年活発な発表がある。

#### 2-3. 会員にとっての発表特集号のメリットと意義

(1) 会員に対して、発展途上で新しく、興味深い経営情報の研究との出会いの場を増やす。特に、事例、歴史、展望、または、サーベイの発表論文を学会誌で提供する。

(2) 大会に参加できなかった会員にその様子の一部を伝える。

(3) 発表された研究が会員をはじめとして、より多くの人の目にふれることで研究の刺激や参考となる、

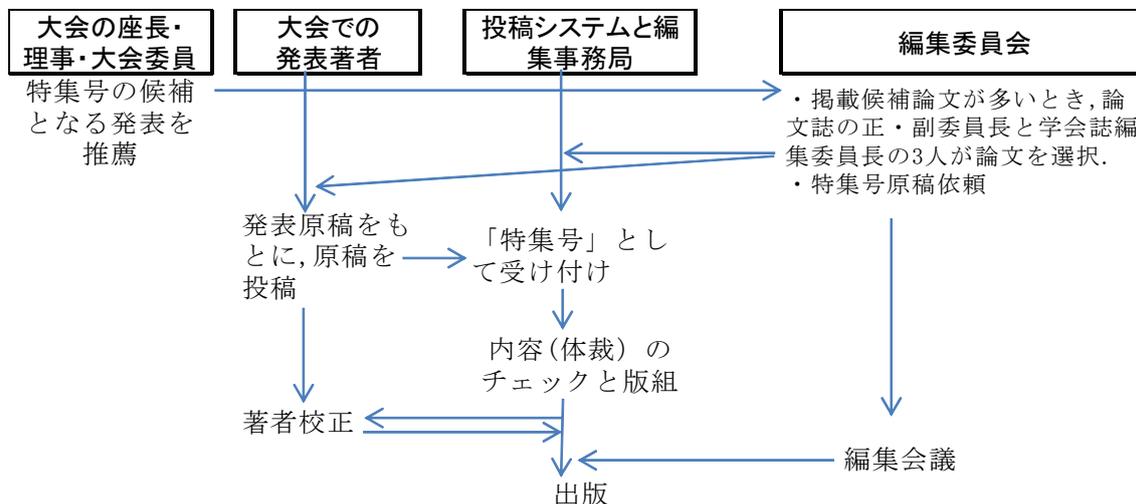
(4) 大会発表論文を発表特集号のために書き直すことにより、著者らが研究を発展させて将来の投稿論文に発展させる契機となりうる。

(5) 発表者の研究領域や研究内容をオープンにでき、発表者が大学などの研究職を得る場合の「分野適合性」の判断の材料になる。

(6) 発表特集号へは推薦され選抜されて掲載に至るので、発表者が学生の場合は学生の優秀さのエビデンスとして挙げるができる業績のひとつとなる。

### 3. 実施の手順と組織と投稿システム

#### 3.1 手順の概要



#### 3.2 実施手順

概要の図のとおり、原則として次のように実施する。実施時に想定していないような事態・事情があれば理事会での審議を経て、変更することがある。

(1) 大会の座長と、大会で発表を聞いた理事から、発表特集号のための「おもしろい」発表があれば、編集委員長宛てに推薦していただく。ポスターセッションも対象とする。そのため、座長への依頼の文書の中に、推薦したい発表の欄を設けていただきたい。大会は年に2回開催されるので1回当たり少なくとも5編あればよい。

(2) 大会委員（実行委員とプログラム委員）からの発表特集号への発表の推薦は、義務としない。大会校の仕事が増えるからである。しかし、実際に発表を聞いた上での推薦があれば上記の（1）と同じように受け付ける。

(3) 招待講演は原則として載せない。発表特集号に招待講演を載せようとすることは、大会の運営に影響があり、また、ご講演者の自由闊達な招待講演のあり方に影響するため。

(4) 学会に載せる論文の分量は4ページ、または6ページとする。

(5) 発表著者への依頼は、事務局経由とする。締め切りまでに、1回だけ督促する。

(6) その他のことは通常の論文と同様である。

以上。