

## 「二重投稿」に対する『消費者行動研究』編集委員会の方針（2015年6月）

日本消費者行動研究学会の学会誌である『消費者行動研究』では、二重投稿、並行投稿を固くお断りしている。『消費者行動研究』における二重投稿、並行投稿についての判断基準を以下に示す。

### 1)二重投稿の禁止

- 1, 『消費者行動研究』への投稿論文は未発表の著作物に限る。書籍、学術誌、一般誌、商業誌、大学紀要等（Web上の媒体を含む）に既に投稿した著作物、あるいは既に投稿した著作物と内容が類似した著作物は投稿できない。
- 2, ただし、学会の報告要旨集(ISSN,ISBNを取得していないものに限る)、科研等の報告書、学位論文（未刊行のもの）の内容を投稿する場合は、その限りではない。
- 3, 自らの既発表の著作物より、論文本文や図表等の一部を採録する場合は、新たに投稿する論文において、引用をとり、出典を明記しなければならない。
- 4, また、本来1本の論文で報告できるにもかかわらず、ほぼ同一の内容の論文を小さく分割して投稿する論文（いわゆる「サラミ出版」「分割投稿」）も二重投稿に該当すると思われる。
- 5, 日本語以外の他言語により発表済みの著作物を、日本語に翻訳して投稿する論文も二重投稿に該当すると思われる。

### 2)並行投稿の禁止

『消費者行動研究』への投稿論文とほぼ同じ内容の論文を、『消費者行動研究』の査読中（論文受付から最終結果の通知まで）に並行して、他の活字媒体（書籍、学術誌、一般誌、商業誌、大学紀要等（Web上の媒体を含む））に投稿してはいけない。

以上