

日本広告学会関東部会 学生広告論文賞 執筆要領 (ver. 1.7)

1. 提出物

- (1) 論文は「原稿」「論文要旨」をワンセットにして提出してください。「論文要旨」は論文の概要（目的、方法、論旨、結論など）を「2.原稿の書式」に従って2枚以内でまとめてPDFファイルで提出してください。
- (2) 審査は、匿名評価（ブラインド・レビュー）によって行いますので、「原稿（付録を含む）」「論文要旨」には応募者の氏名、所属大学、所属ゼミナールを書かないでください。特に、付録として原稿に付けられた質問票に応募者の所属ゼミナールが記載されていることがあります。必ず消去してから提出するようご注意ください。
- (3) 「原稿」と「論文要旨」にも必ず論文タイトルを記入してください。

2. 原稿の書式

- (1) 原稿は、原則としてPDFファイルで提出してください（手書き原稿は受理しません）。
- (2) 使用言語は日本語とします。
- (3) ページ設定はA4判横書き、1ページあたり40字×36行とします。
- (4) 文字のフォントおよびサイズは下表のとおりとします。

区分	フォント	サイズ	配置
本文	明朝体	10.5ポイント	左寄せ
タイトル	ゴシック体	16ポイント	中央揃え
執筆者名	ゴシック体	14ポイント	右寄せ
章見出し	ゴシック体	14ポイント	左寄せ
節見出し	ゴシック体	12ポイント	左寄せ
項見出し	ゴシック体	10.5ポイント	左寄せ
注	明朝体	9ポイント	左寄せ
参考文献	明朝体	9ポイント	左寄せ
図表見出し	ゴシック体	10.5ポイント	中央揃え
図表下注	ゴシック体	9ポイント	右寄せ
英数	Century（半角）	日本語の各項目に準ずる	同左

- (5) 原稿は、上記書式で25枚以内（図表、注、参考文献、付録を含む）とします。
- (6) ページ番号を振ってください。

3. 論文の構成と見出し記号

章・節・項のナンバリングは次の要領で行ってください。

- (1) 章見出し—I.・II.・・・（ゴシック体、14ポイント、全角、上下1行あけ。）
- (2) 節見出し—1.・・・2.・・・（ゴシック体、12ポイント、全角、上1行あけ。）
- (3) 項見出し—(1)・・・(2)・・・（ゴシック体、10.5ポイント、全角、行をあけない。）
- (4) その他項目列記—1・・・2・・・（明朝体、10.5ポイント、行をあけない。）

4. 図・表の挿入と形式

- (1) 図や表は各種ソフトウェアを用いてきれいに作成してください。
- (2) 図と表は明確に区別し、それぞれ別個に番号を付けたうえで、図や表の上部にタイトルと共に記述してください。(例：図 1 ○○○、表 1 ○○○。ゴシック体、10.5 ポイント)
- (3) 図や表は著者がオリジナルに作成したものを使用してください。引用の場合は出典を図や表の下部にゴシック体、9 ポイントで示してください。

5. 注

- (1) 注は原則として脚注ではなく論文末に別々に置いてください。
- (2) 注は本文を補完する解説文ですが、これは最小限にしてください。
- (3) 本文には該当箇所の右肩に小さく半括弧で連続番号を付け (例えば・・・の場合¹⁾、・・・と
われている²⁾)、論文末の最初に<注> (ゴシック体、12 ポイント、上 1 行あける) とし、
番号順に表記してください。

6. 引用

- (1) 本文中で引用箇所を表示する場合、引用文献の著者名、発表年を記載してください。また、特定のページからの引用の場合、そのページも記載してください。

【例】

岸 (2010) によれば、・・・である (p. 60)。

Leonard and Ashley (2012) は、・・・している。

・・・とされている (岸 2010、pp. 60-62)。

・・・が主張されている (岸 2010; 石崎 2005)。

- (2) 著者・発行年が同一で異なった文献を表示する場合は、発行年の後に a、b などのアルファベットを付して、本文中および文末の参考文献において区別してください。

【例】

<本文中> (石崎 2011b)

<参考文献> 石崎徹 (2011a) 「*****」・・・

石崎徹 (2011b) 「●●●●●●」・・・

- (3) 孫引きは原則として禁止です。孫引きとは、ある文献 (1 次文献) の記述を引用している文献 (2 次文献) の記述を引用することです。2 次文献の記述を引用したい場合であっても、必ず 1 次文献を入手し、その記述に基づいて引用してください。ただし、1 次文献が入手できないこともあります。そのような場合には、次の例のように孫引きであることを明記して引用してください。

【例】石崎 (2010) を引用した松本 (2019) を引用したい場合

松本 (2019) によれば、石崎 (2010) は実験によって次のような関係を明らかにしている。

石崎 (2010) は、実験によって次のような関係を明らかにした (松本 2019)。

なお当然のことながら、1 次文献も 2 次文献も論文末の参考文献リストに明記してください。

7. 参考文献

(1) 参考文献は論文末（注の後）に＜参考文献＞（ゴシック体、12ポイント、上1行あける）として、和文、欧文の順で、和文は著者の五十音順に、欧文はファミリーネームのアルファベット順に並べてください。

(2) 参考文献が図書・論文の場合は、ハーバード方式に準拠し、次の要領で表示してください。

＜和文単行本の例＞

小林太三郎（1968）『広告管理の理論と実際』同文館。

＜和文雑誌論文の例＞

八巻俊雄（1980）「広告表現の国際比較」『広告科学』第6集、46-59。

＜和文所収論文の例＞

小泉真人（2012）「広告予算と広告会計」石崎徹編著『わかりやすい広告論第2版』八千代出版、84-99。

＜欧文単行本の例＞

Lane, R., K. W. King and T. Russell (2005), *Kleppner's Advertising Procedure, 16th ed.*, Prentice-Hall, Inc.

＜欧文雑誌論文の例＞

Aaker, D. A. and J. A. Carman (1982), "Are You Overadvertising?," *Journal of Advertising Research*, 22 (4) , 57-70.

＜欧文文献で翻訳がある場合の例＞

Kotler, P., H. Kartajaya and I. Setiawan (2010), *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*, John Wiley & Sons (恩藏直人監訳、藤井清美訳(2010)『コトラーのマーケティング 3.0』朝日新聞出版) .

(3) 参考文献が新聞または一般雑誌の記事の場合は、次の要領で表示してください。

(a) 署名記事の場合、論文と同様の形式で表示してください。

(b) 無署名記事の場合、本文中において引用・参考の該当箇所に注を付け、注において新聞または雑誌の誌名、記事名、発行日付（新聞）あるいは号数（雑誌）を表示してください。

(4) 参考文献がウェブサイト上の記事の場合は、参考文献の次に＜参考サイト＞として管理機関・管理者のアルファベット順に、①管理機関・管理者名、②記事のタイトル、③URL（カッコで表示すること）、④アクセス日時、を記載してください。

【例】

電通「2011年 日本の広告費」(http://www.dentsu.co.jp/books/ad_cost/2011/index.html)、
アクセス日時：2013年2月5日。

上記の執筆要領に違反している場合には、失格となる場合があります。