

日本広告学会 学生広告論文賞 執筆要領 (ver. 1.9)

**執筆要項に違反している場合には、失格となることがあります。
提出前に指導教員の先生に必ず確認を依頼してください。**

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。

**注意：過去に、アンケートの調査票に大学名・ゼミ名を残したまま提出している事例がありました。
ブラインド・レビューの妨げになりますので、消し忘れに十分ご注意ください。**

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) 論文は節・項で構成してください。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	両端揃え
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
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

節・項のナンバリングは次の要領で行ってください。

(1) 節見出し—1. . . 2. . . (ゴシック体、12 ポイント、全角、上 1 行あけ。)

(2) 項見出し— (1) . . (2) . . (ゴシック体、10.5 ポイント、全角、行をあげない。)

(3) その他項目列記—1 . . 2 . . (明朝体、10.5 ポイント、行をあげない。)

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括弧で連続番号を付け（例えば . . . の場合¹⁾、. . . と言われている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。

注意：過去に、引用した文献が参考文献リストにほとんど記載されていない事例がありました。悪質な場合は失格になりえますので、十分ご注意ください。

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>

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2004). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective 6th*. New York: McGraw-Hill.

<欧文雑誌論文の例>

Baek, T. H., & Morimoto, M. (2012). Stay away from me. *Journal of advertising*, 41(1), 59-76.

<欧文文献で翻訳がある場合の例>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (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「2025年 日本の広告費」(<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2026/0305-011003.html>)、アクセス日時: 2026年4月17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。