

# 『広告科学』編集方針

日本広告学会論集編集委員会

## 1. 目的

日本広告学会（Japan Academy of Advertising）は『広告科学』（Journal of Advertising Science）を学術雑誌として編集発行し、広告研究の優れた成果を発表・公開することを通じて、広告研究の発展に積極的に寄与することを目的の一つとしている。『広告科学』では、広告と関連分野のあらゆる研究領域を掲載対象として、幅広い接近方法を用いた、高い水準の独創的な研究成果が集まることを期待するものである。

## 2. 掲載分野と研究方法

『広告科学』で扱う広告研究分野として、たとえば、次のような研究領域・方法論が想定できるが、必ずしも以下のものだけに限られる訳ではない。

- ◎研究領域：広告効果、広告管理、広告媒体、広告表現、広告心理、広告調査、広告史、広告法制・規制、広告倫理、広告教育、広告と消費・流通、広告と経済・経営、広告と文化・社会（環境・福祉・ジェンダー）、広告と情報、広告研究方法論、国際広告・国際比較、マーケティング・コミュニケーション、広報、セールス・プロモーションなど。
- ◎研究方法：経験的・実証的研究、理論的研究、展望・総説、ケーススタディ、など。

## 3. 投稿資格

投稿者は全員、日本広告学会会員であることが必要である。一人が投稿できる論文数は、一号あたり単論1篇と共論1篇の計2篇までとする（区分2は除く）。

## 4. 掲載原稿の種類

掲載原稿は、投稿原稿と依頼による原稿がある。投稿原稿は、区分1（「論文」「研究ノート」「資料」）と区分2（「研究プロジェクト論文」）がある。依頼による原稿には「研究プロジェクト報告」と「全国大会記録」がある。

本学会会員は区分1のいずれにも応募できる。それぞれの趣旨は次のとおりである。

- ①論文：有用かつ高水準の理論的・方法論的・実践的なもの
- ②研究ノート：論文としては問題の取り上げ方が部分的、結論が未到達、主張と裏付けが不十分なもの
- ③資料：論文としては不十分であるが資料価値として認められるもの  
区分2については別に定める（6. 投稿原稿（区分2）の掲載基準と掲載過程）。

## 5. 投稿原稿（区分1）の掲載基準と掲載過程

### (1) 掲載基準

投稿原稿は他の学術雑誌に発表されたことがない、未発表のものであることを前提とす

る。他の学術雑誌で審査中の論文は、投稿をご遠慮頂く。ただし、全国大会および部会で報告した研究は、この限りではない。また、私的印刷物、ワーキングペーパーの類で発表されたものは、未発表とみなす。

## (2) 掲載過程

投稿原稿を対象に、論集編集委員会が依頼する審査委員が査読評価を行う。この結果を踏まえ、論集編集委員会が許可した投稿原稿を掲載する。ただし、論集編集委員会の依頼により書かれた論文、記録については、その旨を明記した上で、審査の手順を省略して掲載することができるものとする。

投稿原稿は、論集編集委員会が別に定める『広告科学』原稿執筆要領に準拠したものでなくてはならない。

査読審査にあたっては、次の基準に従って実施する。

審査基準:①主題論点の的確性、②内容の独創性、③内容の新規性、④表現の明確性、⑤方法・概念の妥当性、⑥文献展望の充実性、⑦実務への貢献度などを総合的に判断して行う。また、これらの審査基準に基づいて、次のいずれかの「総合評価」を下す。

- 1) 無条件採択（修正を要せず）
- 2) 条件付き受理（一部修正の上掲載を許可）
- 3) 書き直しの上で再審査（次号に掲載する場合もある）
- 4) 不採択（却下）

論文として主張と裏付けが不十分な場合は研究ノート、論文として不十分であるが資料価値のあるものは資料として掲載する場合もある。

2) 3) 4) の評価の場合は審査委員のコメントを付け、査読結果通知と併せて投稿者に知らせる。なお、審査にあたっては無記名の状態で論文を審査することとし、かつ審査委員は匿名（委員間も例外ではない）とするが、審査委員一覧は巻末に掲載する（論文審査報告書の形式は別途定める）。2) 3) の評価の場合、投稿者は審査委員のコメントに従って必要な修正を行い、速やかに論集編集委員会に再提出するものとする。再提出論文は再審査を経て、論集編集委員会の判断で掲載する。

## 6. 投稿原稿（区分2「研究プロジェクト論文」）の掲載基準と掲載過程

### (1) 掲載基準

日本広告学会研究プロジェクト助成を受けた研究のうち、研究プロジェクトメンバーが、成果報告として「査読付研究論文」を応募時に選択あるいは後日希望した場合、投稿原稿（区分2）を受け付ける。

### (2) 掲載過程

投稿原稿を対象に、研究プロジェクト委員会および論集編集委員会が依頼する審査委員が査読評価を行う。この結果を踏まえ、研究プロジェクト委員会および論集編集委員会が許可した投稿原稿を掲載する。論文として主張と裏付けが不十分な場合は研究プロジェクト

ト報告として掲載する。

投稿原稿の様式や査読審査基準・評価については、投稿論文（区分1）と同様に取り扱う。

## 7. 依頼による原稿の掲載基準と掲載過程

### (1) 研究プロジェクト報告

研究プロジェクト報告は、研究プロジェクト委員会の依頼により掲載する。原稿は、論集編集委員会が別に定める『広告科学』原稿執筆要領に準拠したものでなくてはならない。

### (2) 全国大会記録

全国大会記録は、論集編集委員会の依頼により掲載する。原稿は論集編集委員会が別に定める『日本広告学会大会記録』執筆要領に準拠したものでなくてはならない。

## 『広告科学』論文審査プロセス

日本広告学会論集編集委員会

1. 論集編集委員会には、委員長を中心として査読委員を割り当て、『広告科学』論文審査プロセスを遂行する。
2. 投稿者（共同執筆の場合は代表者）は、氏名・所属を伏せて審査するため、提出原稿のうち1つは氏名・所属を除いたもの（本文や注に出ている執筆者の氏名は客観性があれば削除しない）、もう1つはこれらを削除しないもの、合計2つのファイルをMS-Wordで作成し、論集編集委員会へEメールに添付して提出する。
3. 投稿者は、投稿原稿に論文、研究ノート、資料の区分を明記する。
4. 論集編集委員会では、投稿を受け付けた旨と原稿受理日を投稿者へ返信用Eメールで連絡する。委員長、副委員長、委員長が認めた委員は投稿論文が掲載のための基本要件を備えているかどうか（『広告科学』編集方針に相応しい内容であるか、形式要件など）を確認し、論文、研究ノート、資料のいずれにも相応しくない場合は棄却と判断する（2週間以内が目安）。棄却の理由を含めて投稿者に通知する。相応しい場合は以下の手順へ進む。
5. 委員長と副委員長は、原則として審査パネル（①理事および広告学会賞受賞者、②論集編集委員、③委員長が認めた者）の中から査読委員を2名選定して審査を依頼する（審査期間は3週間を目処とする。再審査の期間は定めない）
6. 論集編集委員会は、投稿者に審査の結果を通知し、修正や書き直しが必要な場合は2名の査読委員のコメントを提示し、修正・書き直しの上、再提出をしてもらう。
7. 再提出論文は、再度査読委員の審査を経て、委員長と副委員長が、採否、再審査の必要性、

掲載区分（論文、研究ノート、資料）の妥当性を判断し、必要な措置を取る。

8. 「研究プロジェクト報告」は、研究プロジェクト委員会の責任で論集編集委員会に提出してもらう。

## 『広告科学』原稿執筆要領

日本広告学会論集編集委員会

### 1. 原稿の形式等

原稿はMS-WORDで書き、ページ設定はA4判、余白は上下左右25mm、本文は42字×36行＝1,512字で1ページとします。数式等もすべてMS-WORD上で表現してください。大見出しはMSゴシックで14ポイント、中見出しは12ポイントにしてください。本文は和文の場合、MS明朝で10.5ポイントに、欧文はTimes new Romanで10.5ポイントに、数字は半角にしてください。本文中における強調は、和文の場合、傍点、下線、あるいはゴシック体とし、斜体（イタリック）は使用しないでください。また欧文の場合は斜体、下線、あるいはゴシック体を使用してください。注・参考文献・執筆者の所属部署と問合せ先は9ポイントとしてください。

### 2. 第1ページのレイアウト

第1ページは次のとおりにしてください。

- ①「論文」「研究ノート」「資料」の区分
- ②『広告科学』投稿論文」と明記、投稿年月日
- ③タイトル、英文タイトル
- ④氏名、英文氏名、
- ⑤所属機関（大学院生は「大学院」を付加）
- ⑥要旨（英文でも可、5～6行にしてください）
- ⑦キーワード（3～5ワード、1～2行にしてください）
- ⑧（1行空け）本文、約19行目～とします。

### 3. 原稿ページ数

1,512字×7ページ以上、15ページ以内とします。「研究ノート」「資料」は12ページ以内とします。「研究プロジェクト論文」は10ページ以上20ページ以内とします。「研究プロジェクト報告」は、自由課題研究プロジェクトの場合10ページ以上20ページ以内、指定課題研究プロジェクトの場合8ページ以上15ページ以内、萌芽研究プロジェクトの場合3ページ以上5ページ以内とします。タイトル、氏名、所属機関、要旨、キーワードと図、表、注、参考文献、執筆者の所属機関と問合せ先も制限枚数に含まれます（7ページ未満のものは原則として研究ノートとして扱います）。

#### 4. 論文の構成と見出し記号

以下のようにしてください。

- I . . . II . . . (大見出し：ゴシック体、14 ポイント、全角、上下1行あけ、1字あける)
- 1 . . . 2 . . . (中見出し：ゴシック体、12 ポイント、全角、上1行あけ、1字あける)
- (1) . . . (2) . . . (小見出し：ゴシック体、10.5 ポイント、全角、行をあけず、1字あける)
- ① . . . ② . . . (小分類：明朝体、10.5 ポイント、行をあけない。1字あける)

#### 5. 図・表の挿入と形式

図や表はソフトウェア等を用いてきれいに作成してください。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) 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。

#### 6. 注および参考文献

<注>は原則として本文末、<参考文献>の前に置いてください。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。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<sup>1)</sup>、・・・とされている<sup>2)</sup>)、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、番号順に表記します。

#### 7. 文中の引用および参考文献

本文中での引用を示す場合は次のように表記してください。

八巻 (1980) / (八巻、1980)

Aaker and Carman (1982) / (Aaker and Carman, 1982)

参考文献の本文から直接引用する場合

小林 (1968, 648) / (小林、1968, 648)

Lane, King, and Russell (2005, 148) / (Lane, King, and Russell, 2005, 148)

著者・年号が同一で異なった文献を表示する場合

久保村 (1970a) 久保村 (1970b) / (久保村、1970a) (久保村、1970b)

本文末 (<注>がある場合にはその後) に<参考文献> (ゴシック体、12 ポイント、上1行あける) を、以下の要領で記述して下さい。

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ます。2行にまたがる場合は、2行目文頭を4文字分下げてください。

和文単行本例：

小林太三郎 (1968) 『広告管理の理論と実際』 同文館。

和文雑誌例：

八巻俊雄 (1980) 「広告表現の国際比較」『広告科学』第6集、46-59。

和文ウェブサイト：

総務省 (2014) 「平成 25 年版 情報通信白書 (PDF 版)」 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h26/pdf/index.html> (2015 年 3 月 1 日閲覧)。

和文新聞記事 (記名の場合)：

菅原透 (2014 年 4 月 1 日) 「中国の百貨店に出資、アリババ、ネットと融合狙う、710 億円。」『日本経済新聞』朝刊、9 面。

和文新聞記事 (無記名の場合)：

「店舗近くでクーポン・お得情報、スマホに自動通知一ビルコム、販促ツール」(2013 年 2 月 6 日)『日経産業新聞』5 面。

欧文単行本例：

Lane, Ronald, Karen W. King, and Thomas Russell (2005) *Kleppners' Advertising Procedure*, 16th ed., Prentice-Hall, Inc.

欧文雑誌例：

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

欧文ウェブサイト：

Baar, Aaron (2015) "AT&T, Coke Zero Seeing Tourney Benefits," *Media Post*, available at [www.mediapost.com/publications/article/246545/att-coke-zero-seeing-tourney-benefits.html?edition=81479](http://www.mediapost.com/publications/article/246545/att-coke-zero-seeing-tourney-benefits.html?edition=81479) (accessed on April 6, 2015).

欧文新聞記事：

Hansell, Saul "Ratings Agency Says It Erred In Measuring Web Site Use," *New York Times*, Late Edition (East Coast), Feb 24, 2003, C1.

ミドルネームがある場合は原則としてイニシャルにしてください。この他、詳細については *Journal of Advertising* に準拠してください。

本文や注、参考文献に執筆者自身の文献を示す場合は、拙著、拙稿とせずに、他の文献と同レベルで扱ってください。

## 8. 問合せ先

注・参考文献の後に<問合せ先> (ゴシック体、12 ポイント、上 1 行あける) とし、執筆者の氏名、所属部署 [大学学部 (学科は省略) 職位、社名局部、大学院生は研究科 (専攻は省略) と課程を付加] を表示し、問合せ先として代表者の氏名・住所・電話・FAX・E メールアドレス等 (公開可能な情報のみで結構です) を明示してください。

## 9. 原稿の受付期間

原稿は、通年を通して受け付けます。テーマを絞った特別号を覗いて、査読プロセスによって投稿号が決まります。

#### 10. 原稿送付方法

Eメールに以下の2種類の原稿を添付して提出してください。①執筆者名等の入ったフル原稿（件名には「〇〇集〈氏名〉フル原稿」と、②執筆者名・所属を削除した原稿（件名には「〇〇集（氏名）執筆者等削除原稿」）を、いずれもMS-WORDで提出してください。

11. 送信先：論集編集委員会 jaa.paper@gmail.com

12. 原稿受理日の確認：Eメールで原稿受理日の確認を必ず行ってください。

#### 13. 掲載可能論文の送信

審査後、掲載可能となった論文は上記送信先に送信してください。母語でないタイトルや本文を執筆する場合は、専門家のチェックを受けるようにしてください。

#### 14. 校正

校正は誤字脱字などの修正に留めます。校正段階で加筆修正を行うことは原則としてできません。投稿者（共同執筆の場合は代表者が取りまとめてください）の校正は原則として初校のみとし、再校以降は論集編集委員会が行います。

#### 15. 原稿受理日・審査終了日

原稿受理日と審査終了日を掲載論文末に明示します。よって投稿者の所属は審査終了日のものを掲載します。

#### 16. 「抜刷り」の進呈

執筆者には個人・共同（研究プロジェクト）を問わず、1篇につき20部を進呈しますが、それ以上の部数を希望される場合は実費（1部200円）を戴きます。実費は学会本部にお送りください。希望部数は初校をお願いする時にお尋ねします。共同執筆の場合、代表者が対応し、個別対応はご遠慮ください。

## 「日本広告学会大会記録」執筆要領

日本広告学会論集編集委員会

『日本広告学会大会記録』は、日本広告学会全国大会で口頭発表された研究成果（講演、シンポジウムの内容を含む）を『広告科学』の巻末に掲載することになっています。発表者は必ず、次の要領で原稿をお送りください。

1. 原稿の形式：1報告につき42字×17行（半ページ）横書きとし、そのうち上3行にタイトル、所属、氏名を配置し、本文は14行とします。簡単な図や表がある場合は294字分の面積を超えない範囲で文章とともにレイアウトできます。講演やシンポジウム等の原稿は各1ページとし、大会運営委員会で作成してもらうことになっています。

2. 提出原稿：Eメールに添付し（件名は「〈氏名〉大会記録」とし）、お送りください。本文のみ500字～588字を守って頂ければレイアウトはこちらで行います。（アプリケーションはMS-WORDにしてください。）  
その際原稿受理の確認を必ず行ってください。
3. 原稿締切：全国大会終了後、一ヶ月以内。
4. 送信先：論集編集委員会 [jaa.paper@gmail.com](mailto:jaa.paper@gmail.com)