日本産業科学学会論叢フォーマット

－執筆要項－

産　業　太　郎　(日本産業科学大学)

Format of Industrial Science Review

－Writing Guidelines－

Tarou　SANGYOU　(Japan Industrial science University.)

目　次

Ⅰ 表記法

Ⅱ 参考文献・引用文献等の表示方法

Ⅲ 繰り返し参照の省略記入方法

Ⅳ 例

表記法

平易な言葉使いとし、「である」調で統一する。

仮名使いは現代仮名使いとし、引用箇所の旧書体の漢字は新書体の漢字に改めること。接続詞はできるだけ平仮名にすること。

## 項目番号

章にはローマ数字「Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ…」、節にはアラビア数字「1、2、3 …」、項以下には「⑴、⑵、⑶…」「1 ）、2 ）、3 ）…」を使用する。「はじめに」「おわりに」は、章として取り扱う。

## 図表は番号を入れる。

例えば表２、図３ などとする。図表に関する注と出所は、それらの下に（注）（出所）の順に図表下部に表記する。各担当箇所で３ 図表を限度とする。

## 脚注は担当箇所末尾に一括し、通し番号とすること。

本文中の注番号の位置は例えば、｛商業とは「……商品流通の独自の部分である」⑴と規定されている。……としめされている⑵｝のように右肩ななめ上とし、⑴⑵⑶…とすること。（脚注箇所にも、この書き方を適用する。）

## 引用文献の表示の仕方は下記参照のこと。

# 参考文献・引用文献等の表示方法

## 日本語文献の場合

単行書　森下二次他『現代商業経済論』有斐閣、1960年、p.15。

論　文　⑴田中敏弘「ヒュームにおける租税と経済」『経済学論究』第18巻第3号、1965年3月、p.14。

⑵荒川祐吉「現代卸売流通」荒川祐吉・久保村隆祐編『商業学』有斐閣、1974年、p.318。

## 外国語文献の場合

単行書　　R. R. *Gist,Basic Retailing,Pitman*,1971,p.50.

（邦訳） B.J.L.Berry,G*eography of Market Center and Retail Distribution,*Prentice-Hall,1967，pp.46-57（西岡・鈴木・奥野訳『小売業・サービス業の立地』大明堂、1971年、pp.56-72。）．

論　文 O.Nielsen,“Development in Retailing”,in M. Kjaer-Hansen (ed.), *Reading in Danish Theory of Marketing*, 1966, pp. 101-115．

P. D. Converse, “New Laws of Retail Gravitation”, *Journal of Marketing,*Vol.14,No.3, 1949, pp. 379-384．

　☆　書名、雑誌名はアンダーラインを付ける。

書名、雑誌名はイタリック体で表記する。

Webページ

http://www.meti.go.jp/statistics/index.html（経済産業省統計）。

繰り返し参照の省略記入方法

## 日本語

直後でない場合　　　前掲書、前掲論文

直後の場合　　　 同上書、同上論文

## 外国語

直後でない場合　　　op.cit., aa.O.

直後の場合　　 　ibid., ebenda,

# 例

表1　「表の作り方」

|  |  |
| --- | --- |
| 表題 | 表題は小塚ゴシックPr6N R　10pt  表の上部に左づめで表記 |
| 出所 | 出所は小塚ゴシックPr6N R　7pt  表の下部に右づめで表記 |

出所：日本産業科学学会論叢 第24号

注釈

⑴引用については該当箇所を「」で括り、注釈にはできるだけ詳細に該当文献を示す。例えば、森下二次他『現代商業経済論』有斐閣、1960年、p.15。

⑵その他、注釈には既述文章や専門用語についての補足や解説等を記述する。

参考文献

荒川祐吉「現代卸売流通」荒川祐吉・久保村隆祐編『商業学』有斐閣、1974年。

田中敏弘「ヒュームにおける租税と経済」『経済学論究』第18巻第3号、1965年3月。

森下二次他『現代商業経済論』有斐閣、1960年。

B.J.L.Berry,Geography of Market Center and Retail Distribution, Prentice-Hall,1967，pp.46-57（西岡・鈴木・奥野訳『小売業・サービス業の立地』大明堂、1971年、pp.56-72。）．

O.Nielsen,“Development in Retailing”,in M. Kjaer-Hansen (ed.), Reading in Danish Theory of Marketing, 1966, pp. 101-115．

P. D. Converse, “New Laws of Retail Gravitation”, Journal of Marketing,Vol.14,No.3, 1949, pp. 379-384．

R. R. Gist,Basic Retailing,Pitman,1971,p.50.

http://www.meti.go.jp/statistics/index.html（経済産業省統計）。