

## 『ソーシャルクリエイティブ研究』投稿要領

### (目的)

第1条 『ソーシャルクリエイティブ研究』（以下、本誌と表記する）は、武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所における研究活動を発展させ、あわせてソーシャルクリエイティブ研究の発展に寄与することを目的とする。なお、本誌の英語名称は、Journal for Social Creativity とする。

### (執筆者の資格)

第2条 本誌に論文等を投稿できる者は、以下のとおりとする。

- (1) 武蔵野美術大学の専任教員(有期雇用教員を含む)および非常勤講師。
- (2) 武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所の研究員。
- (3) 武蔵野美術大学大学院造形構想研究科大学院生および修了生(事前に本学教員による研究指導を受けた論文等を投稿する場合に限る)。
- (4) 上記以外の者で、編集委員会が依頼した者、または投稿を認めた者。

### (投稿論文等の内容と種類)

第3条 投稿論文等は、ソーシャルクリエイティブに関する研究成果を報告するものであり、その研究目的と結論が明確に示されていなければならない。投稿論文等は、他に刊行済み、または投稿中でないものに限る。本誌で審査中の論文等については、他の機関等への投稿や公開を行ってはならない。

2 投稿論文等の言語は、原則として、日本語のみとする。

3 投稿できる種類は、①論文、②研究ノート、③プロジェクト実践報告、④書評とする。書評の字数上限は4000字とし、それ以外の投稿種別の初回投稿時の上限は24000字とする(引用文献は字数に含まない)。

4 投稿論文等は、本誌の執筆要項に従うものとし、投稿の際には、所定のカバーレター(論文タイトル、著者、論文の種類、謝辞等匿名化のために省略した事項)とともに、所定のEmailアドレスに提出する。

### (投稿論文等の受理)

第4条 投稿論文の掲載の可否は、編集委員会で決定する。

2 本誌の掲載に係る審査は、編集委員長が指名した編集委員2名がダブル・ブラインドによって行う。

3 投稿論文等の審査期間は原則として一ヶ月とする。

4 編集委員会は、査読審査後に以下のいずれかの審査結果をその理由とともに投稿者に通知する。(1)掲載(2)修正後掲載(3)修正後再審査(4)掲載見送り。

5 編集委員会は、「修正後掲載」及び「修正後再審査」の審査結果を以て、投稿論文等の改善を要請することができる。その場合の再提出の期限は原則として3週間以内とする。

6 投稿論文等の受付日は編集委員会へそれが到着した日とする。

(著作権及び著作の公開)

第5条 掲載が決定した論文等の著作権は、原則として編集委員会に帰属する。論文等の著者が他の著作物に本誌に掲載された論文等を再録する場合は、編集委員会の承認を得なければならない。

(編集委員会)

第7条 編集委員会については別途定める。

(規程の改廃)

第8条 本要領の改廃は、ソーシャルクリエイティブ研究所運営委員会の議を経て、ソーシャルクリエイティブ研究所長が決定する。

附則 この要領は、2022年12月1日から施行する。

## 『ソーシャルクリエイティブ研究』執筆要領

### はじめに

査読は、著者と査読者が互いに名前を明かさないうダブル・ブラインド方式で行われる。そのため、査読プロセス中には、著者の特定が可能な情報を原稿に記述しないこと。基本的に、テンプレートファイルを利用すること。

### レイアウトとスタイル

#### ページ設定

余白は、上 20mm、下 18mm、左右 17mm とする。

#### 構成

論文、研究ノート、プロジェクト実践報告は、タイトル、本文、注、引用文献、英文タイトル、Abstract、Keywords、の順で構成する。書評は、書評対象の本の名称、本文、注、引用文献の順に構成する。

#### Abstract

原稿には本文の前に英文抄録を載せる。英文抄録には研究目的と結論を必ず記述する。長さは 150～200 語程度で、途中で改行をしない。フォントは、Arial 10 point 標準とする。

#### Keywords

英文キーワードは、abstract の直下に英語で記載し、3～5 語句とする。フォントは、Arial 10 point 標準とする。

#### 本文

フォントは、明朝体・Century など 10 point を標準とし、最初の行は 1 字下げする。また、文章の区切りには全角の読点「、」と句点「。」を用いる。

#### 見出し（章、節、項）

大見出し、中見出し、小見出しは、テンプレートのスタイルを利用する。

#### 表

原則、日本語で記載する。キャプションは、表の上に記載し、フォントは、明朝体・Century などで 10 point 中央揃えとする。

#### 図

写真は、図として扱う。キャプションは、図の下に記載し、フォントは、明朝体・Centuryなどで10 point 中央揃えとする。

### 注釈

注釈は本文の後にまとめて記載する。本文中の該当箇所に数字と右側片括弧の通し番号を記載する。

### 引用文献

引用した文献は、第一著者の姓のアルファベット順、発表年順に本文末尾にまとめて記載する。同一著者の文献は、刊行年順とし、同一年に同一著者の文献が刊行されている場合は「2022a」「2022b」のように記載する。

本文中では、「武山(2017)は、〇〇と論じている」のように引用する。複数著者の場合は「竹内・野中(1986)は・・・」「Vargo & Lusch(2004)は・・・」と記載する。「〇〇と論じられている(武山, 2017)。」と記載することもできる。複数著者の場合は「(竹内・野中, 1986)」「(Vargo & Lusch, 2004)」のように記載する。参考文献のフォントは、明朝体・Centuryなどで8 point 標準とする。ここに規定のないことについてはAPA形式に準ずる。

<https://apastyle.apa.org/>

### 記載例

#### A) 書籍

武山政直(2017).『サービスデザインの教科書:共創するビジネスのつくりかた』NTT出版.

山崎和彦・上田義弘・高橋克実・早川誠二・郷健太郎・柳田宏治(2012).『エクスペリエンス・ビジョン:ユーザーを見つめてうれしい体験を企画するビジョン提案型デザイン手法』丸善出版.

Alexander, C. I., Ishikawa, S., & Silverstein, M. (1977). *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*. Oxford University Press(平田翰那訳『パターン・ランゲージ—環境設計の手引』鹿島出版会, 1984年).

#### B) 書籍の特定の章

青尾謙(2022).「世界におけるソーシャル・イノベーション研究とその課題」今里滋(編著)『ソーシャル・イノベーションの理論と実践』(pp.18-35).明石書店.

Boland, R. J., & Collopy, F. (2004). Design Matters for Management. In R. Boland & F. Collopy (Eds.), *Managing as Designing* (pp. 3-18). Stanford Business Books.

#### C) 定期刊行物

徳久悟 (2019). 「日本の大企業を対象としたデザイン・シンキング活用事例の分析にもとづくデザイン・シンキング導入モデルの構築」 『デザイン学研究』 65(4), 37-46.

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.

D) WEB サイト

武蔵野美術大学 (2022). クリエイティブイノベーション学科.

<https://www.musabi.ac.jp/course/undergraduate-ctsi/ci/>, accessed on 4.1, 2022.

WEB サイト引用の参考

<https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples/webpage-website-references>

以上