

授業科目等の概要

令和6年度（服飾専門課程ファッションデザイン専攻科3年）																
分類	必修	自由選択	種別	授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時数	単位数	授業方法			場所		教員		企業等との連携
									講義	演習	実験・実習・実技	校内	校外	専任	兼任	
○	-		総論	服飾造形論Ⅲ	アパレル商品が出来るまで、さらに出来てから管理までを講じる。素材の取り扱い、特徴、裁断方法、縫製手順を基本的な知識をベースにして、特殊素材まで応用できる事を目的とする。主に特殊素材として薄物、透ける素材、レース、伸縮素材カットソー応用について学ぶ。またクリエーション作品においてオリジナル素材の取り扱いを実習を通して作品化する。また、他者へ制作依頼する仕様書の書き方を習得する。	3前後	30	-	○	△	△	○		○		○
○	-		デザイン	服飾デザインⅢ	感性を創作へと作品化する、制作及びコーディネートを含む表現を学ぶ。クリエーション性高い各種コンクール作品に対応する一方で、リアルクローズの製品制作を市場ニーズをとらえたデザイン力をもつける。ブランドプロデュース、パターンメイキング、ソーイング、アパレルCAD、ドローイングと連携をし作品発表する。	3前後	90	-	△	△	○	○		○		○
○	-			ドローイングⅢ	デザイナーとして他者に提案するスタイル画を描く事はもちろん布の微妙な色使いや、材質を表現できるよう、様々な表現方法を学んでいく。最上級生として各コンテストに応募しその中でコンセプトの書き方、素材の表現方法も学ぶ。またブランドプロデュースの授業内容と連動しオリジナルブランド製品のスタイル画をまとめる。同時に日々のトレーニングによりアパレルデザインとして実販につながるスタイル画法を習得する。※コンテスト作品への対応を行う為、前後期イレギュラーな回数で行うが、通年で換算することとする。	3前後	60	-	△	△	○	○			○	
○	-			ブランドプロデュース	ブランドを立ちあげ商品企画の流れを習得する。これからの市場・社会・経済を踏まえた立案できる力を付ける。そして売れるデザインを生み出すことを目標とする。また、クリエーション作品のポートフォリオ・ブランドの企画書制作も行う。人に伝えるデザイン力も身につける。	3前後	90	-	△	○	△	○				○
○	-		企画	プロデュースショーⅡ	ファッション業界で企画に携わるにあたり、表現方法のひとつとしてファッションショーを企画・演出・プロデュースする。3年次ではウォーキング、舞台構成、音楽、照明、プロモーションを含めた立案、演習をクリエーションショー、ワークショップたちはなどのコラボレーションファッションショーを通じて学ぶ。※前後期イレギュラーな回数で行うが、通年で換算することとする。	3前後	30	-	△	○	○	○	○	○		○
○	-			アパレルCADⅡ	東レクレアコンポのソフトを使用したアパレルCADの操作方法の講義。主に〈パターンマジックⅡ〉を使用し、2年次に学んだパターンメイキングの応用を行う。スピードと正確さを求め、デザインや仕様に合わせたパターンメイキングを行うために必要なメニューの使い分けを習得する。後期ではブランドプロデュースと連動し、企画している既製品のパターンをCADで作成しデータ化、マーキングや平面画作成・縫製仕様書なども作成し、パターンメイキングだけではなく工場出しをするために必要な総合的な知識を習得する。	3前後	60	-	△	○	△	○				○
○	-		服飾造形	パターンメイキングⅢ	企業パタンナーに求められる、フォルムバランスのとれたデザインパターンの制作、効率的な工業用パターンの制作を学ぶ。アパレル企業、企画者に適応したオリジナルパターンのとらえ方を習得する。各アイテムに対する基本スローパーの考え方を導入する。クリエーション作品など、表現に特化したパターンメイキング法を講義、実技、演習を通して学習する。	3前後	315	-	△	△	○	○		○		○
○	-			ドレーピングⅢ	服飾の作図の1つの方法としてドレーピングを学ぶ。トワルを直接ボディに合わせながらフォルムを形成していくドレーピング技術を習得する事により、衣服の成り立ち、布の特質をより把握する。又平面作図では表現できない微妙なニュアンスを表現しうる為の基礎を学ぶ。平面パターンに展開するための作業における正確な技術を身につける。	3後	30	-	△	△	○	○				○

○	-	服飾造形	ソーイングⅢ	アパレル企業において企画職として仕事をする上で、必要な衣服の造形を1.2年で習得した技術を基に実習を通して学ぶ。既製服仕立て、応用テクニックの習得を目的とする。デザイナーとしての資質を高める事を目標に提案力、表現力を問われる衣服の造形技術を実習を通して学ぶ。	3 前後	330	-	△	△	○	○	○	○	○
○	-	流通・販売	市場調査Ⅲ	企業デザイナー又は企画のプロデュース・プランニングを行うにあたり市場のニーズ、時代の推移を読み取る力を養う。又、ブランドプロデュースと連動し、ディテール研究、素材リサーチ、フォルムやカラーの展開、商圏、販促を系統だててまとめる力をつける。及び平面画を描く力もつける。	3 前後	45	-	△	○	△	○	○	○	○
○	-		ウェブマーケティングⅠ	これからのウェブマーケットを拓いていく人材の育成を基に、デジタルを活かしてサスティナブルな服作りが出来るパタンナーを目指す。 デザイナーが思い描くデザインをよりリアルでスピーディに、バーチャル空間でサンプリングできるようになる。 また、企画や販売においてもデジタル活用によるマーケット拡大を狙い、必要スキルを身に付ける。	3 前	30	-	○	○	△	○			○
合計					11 科目	単位時間：		1,110		時間				

卒業要件及び履修方法		授業期間等	
指定された教室及び実習を通して、知識・技術を習得する。 前期試験（9月）後期試験（進級試験）及び各科目の提出物、出席で評価。		1学年の学期区分	前・後期
		1学年の授業期間	全41週
進級クラスは前期4-9月末を19週とし、後期10月-3月までを23週とする。 卒業クラスは前期4-9月末を19週とし、後期10月-3月までを22週とする。			

（留意事項）

- 1 一の授業科目について、講義、演習、実験、実習又は実技のうち二以上の方法の併用により行う場合については、主たる方法について○を付し、その他の方法について△を付すこと。
- 2 企業等との連携については、実施要項の3（3）の要件に該当する授業科目について○を付すこと。