

授業科目等の概要

(「ファッション工科専門課程 ファッション工科基礎科」平成29年度)

分類	必修	選択必修	自由選択	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			
	○			服装造形論 IA	・衣服全般の基礎知識を習得する。(縫合の基礎、作図基礎理論、体型観察) ・服作りの基礎となる服の構造、デザイン表現、作図方法、素材の扱い方、縫製方法を各アイテムにおいて習得する。	1・前期	60	2	○		○	○	
	○			服装造形デザイン IA	・バザー作品を通し、ボランティア精神の育成と既製服としてのデザイン、縫製法、検品、販売までの流れを学習する。 ・ドレーピングの基礎知識を習得する。(ボディについて、布の準備、基礎ドレーピング・マーキング・ドラフティング) 1 基礎 I (一般知識・縫い方の基礎) 基礎縫いAミシン縫い・B手縫い	1・前期	30	1		○	○	○	
	○			服装造形パターンメーキング IA	2 体型研究 身頃原型・スカート原型(1/4・実物作図)・トワル製作・試着補正・レポート 3 スカート I デザイン・パターン・実物製作・レポート 4 シャツブラウス I デザイン・パターン・実物製作・レポート 6 子供服 デザイン・パターン・実物製作・レポート	1・前期	30	1		○	○	○	
	○			服装造形論 IB	7 バザー作品 文化祭バザー作品実物製作・検品・販売 8 スカート II デザイン・パターン・実物製作・レポート 9 ジャケット I デザイン・パターン・実物製作・レポート 10 ワンピースドレス I デザイン・パターン・実物製作・レポート	1・後期	60	2	○		○	○	
	○			服装造形デザイン IB	11 パンツ I デザイン・パターン・実物製作・レポート 12 ドレーピング基礎(文化ボディ) 胸ぐせダーツのバリエーション(アームホールダーツ)	1・後期	90	3		○	○	○	
	○			服装造形パターンメーキング IB		1・後期	90	3		○	○	○	
	○			服装造形ソーリング IB		1・後期	120	4		○	○	○	
	○			量産技術概論・実習	アパレル製品の生産について、関心を持たせることを目標とする。前期は、量産的手法に基づいたシャツの縫製実習を短期集中で行い、工業用ミシン、アイロンを主とした生産機器の安全な使用方法の基礎を習得する。後期は講義において、実習での作業内容と通常授業における一品作りとの違いについて認識させる。	1・通年	30	1	○	△	○	○	

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 ファッション工科基礎科) 平成29年度													
分類	必修	選択必修	自由選択	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			
○				自由研究 IA	・服装造形の全ての細目において、各自興味を持ったテーマについて研究する。 ・各自の目標に合わせ既習細目におけるレベルの向上をはかる。 ・個々の能力に合わせて知識・技術を応用発展させ、各自の専門性を追及する。 ・発表会(展示会)を行うことにより、プレゼンテーション能力を養う。	1・前期	30	1		○	○	○	
○				自由研究 IB	・服装造形の全ての細目において、各自興味を持ったテーマについて研究する。 ・各自の目標に合わせ既習細目におけるレベルの向上をはかる。 ・個々の能力に合わせて知識・技術を応用発展させ、各自の専門性を追及する。 ・発表会(展示会)を行うことにより、プレゼンテーション能力を養う。	1・後期	30	1		○	○	○	
○				ファッションビジネス概論	・ファッションビジネスの基礎知識の理解 ・ファッション産業構造の把握と専門業務の把握による職種選択のための対応	1・通年	30	1	○		○	○	
○				ファッションデザイン画 I	ファッションデザイン画は、人体のプロポーションと衣服のバランスを把握し、デザインの構造を明確に描く事が出来るよう基礎技法から幅広い画材研究まで習得し、各自のデザインワークにつなげていく事を目標とする。	1・通年	60	2		○	○	○	
○				クロッキー	様々なものの見方を通じ、ものを見て描く事・表現につながる描写と楽しさを再認識する事と合わせ、個性を伸ばす為の観察力・基本描写能力・表現能力の習得を目的とする。	1・通年	30	1		○	○	○	
○				西洋服装史	古代から近世18世紀までは、その時代背景を踏まえ美術史や映画によって服飾の特長を解説していく。19世紀近代以降は、パリオートクチュール・ビジネスが確立し、ファッションが産業化していく過程を見ていく。20世紀以降はデザイナーの時代であり、デザイン史、音楽史、映画史などにも触れながら、多方面からのアプローチによって理解を深める。	1・通年	60	2	○		○	○	

授業科目等の概要

(ファッショント専門課程 ファッショント基礎科) 平成29年度													
分類	必修	選択必修	自由選択	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			
○				服飾デザイン論 I	教育目標 : 服飾デザインにおける色彩、形態、コンポジションについての講義及び演習を通して基礎的な知識と技術を身につけ、創造力、分析力を養うことを目標とする。 レベル設定: 色彩の基礎知識や配色の基礎、形態の構成要素やシルエットのとらえ方、コンポジションのセオリーについて理解し、それぞれのテーマに沿ったビジュアル表現ができる力を有する。	1・通年	60	2	○		○	○	
○				アパレル素材論 I	アパレル製品や各自製作物の素材に关心を持たせることを目標とし、アパレル(衣服)の構成要素である繊維、糸、布地の種類や特徴についての基礎的知識を習得させる。さらに代表的な綿、毛、絹織物の種類に関して、教材(テキスタイルファブリック)を活用しながら、糸の構造や織物組織などの特徴に着目させ、理解を図る。	1・通年	60	2	○		○	○	
○				服飾手芸 I	服飾手芸全般における基礎知識を学び、それぞれの技術を基にして服飾造形及び服飾小物などに応用発展できるようにする。また、素材・テクニック・造形・色の組み合わせのバランス感覚を習得し、クリエイティブかつオリジナルな創作力を身につけることを目標とする。	1・通年	30	1		○	○	○	
○				服装解剖学 I	解剖学的な人体の構造を衣服パターンと関連づけながら理解させ、美的で機能的な衣服製作に必要な人体(骨格)に関する基礎知識を学習させる。次に人体を外観から観察し、形態やプロポーションを認識させる。	1・後期	30	1	○	△	○	○	
○				キャリア開発 I	・人材育成のための講義と進級に関する講義で構成する。 ・新しい環境の中で社会人と学生の違いを認識し、将来の進路を考えるきっかけを作る。また、コミュニケーション能力を高め、自分という存在について考え成長できる『人間力』の育成を目指す。 ・各自の適性を把握し、進路について考え将来の方向性を決める。	1・通年	30	1	○		○		○
○				特別講義 I	・ファッショント業界の各分野において幅広い知識・技術を修得すると共に、各自の専門性を考える動機付けを目標とする。 ・レギュラー授業で包括できない部分の専門関連分野の知識を習得する。	1・通年	30	1	○		○	○	

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 ファッション工科基礎科) 平成29年度

分類		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
必修	選択必修						講義	演習	校内	校外	専任	兼任	
○		校外研修 I	・都会生活から離れた「山荘」における団体生活の体験。 ・野外活動・体育活動など諸活動を通して指導力・協調の精神を養い、コミュニケーション能力の向上を目指す。 ・個人相互およびクラス間・学年間の親睦を深める。	1 ・ 前期	30	1		○	○	○			
	○	コラボレーションa	・1年次では、産業とのかかわりを持つことにより、企業とその実務を知るきっかけをつくり、課外活動(コンテスト活動など)への積極的参加を推進することを目標とする。 ・個々の能力に合わせて各自の専門性を追及する。	1 ・ 後期	30	1		○	○	○			
合計				23科目					1,110	単位時間(37単位)			

授業科目等の概要

(ファッショントリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度													
分類	必修	選択必修	自由選択	授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時間数	単位数	授業方法		場所	教員	企業等との連携
									講義	演習			
	○			アパレル造形論 I		2・通年	60	2	○		○	○	
	○			アパレル造形演習 デザイン I A	人体の構造や運動機能を視野に入れ、素材の特性を活かした作品を平面裁断・立体裁断のテクニックにより個々のデザインの発想力と表現力を身につける	2・前期	60	2		○	○	○	
	○			アパレル造形演習 ドレーピング I A	1、立体裁断 I タイトスカート、セミフレアースカート又はフレアースカートショルダーダーツ、ウエストダーツ、胸ぐせダーツバリエーション 2、シーズン表現 I 作図理論、デザイン、パターン、実物製作、レポート *一重アウターでのセットアップ 3、バザー作品 文化祭バザー作品、グループ製作	2・前期	30	1		○	○	○	
	○			アパレル造形演習 実技 I A	4、シーズン表現 II 作図理論、デザイン、パターン、実物製作、レポート *ウールを使用したセットアップ 5、立体裁断 II ブラウス 襟3種 7、修了製作 作図理論、デザイン、パターン、実物製作、レポート	2・前期	90	3			○	○	
	○			アパレル造形演習 デザイン I B		2・後期	60	2		○	○	○	
	○			アパレル造形演習 ドレーピング I B		2・後期	30	1		○	○	○	
	○			アパレル造形演習 実技 I B		2・後期	90	3			○	○	
	○			マーチャンダイジング論 I	ファッショントリアルマーチャンダイジング(基礎)を理解し、デザイン発想力の育成・感性を具体的に表現する能力の育成する。	2・通年	60	2	○		○	○	
	○			生産管理概論	マーチャンダイジングにおいて重要な要素であるQ(品質) C(原価) D(納期)について、生産の観点からその認識を向上させることを目標とする。生産実務において情報伝達に用いられる「縫製仕様書」「加工・裁断・芯貼り指図書」を作成できる力を身につける。また生産現場である工場と円滑に業務を遂行することを目指し、製造現場での取り組みを知ることで、企画で設定したQCDを実現するための基礎的な能力を養う。	2・前期	30	1	○		○	○	

授業科目等の概要

(ファッショントリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度													
分類	必修	選択必修	自由選択	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			
	○			ニットアパレル造形 I	ニットの基礎知識を習得し、アパレルにおけるニット製品の製作工程や技術を学ぶ。ニットに使用される素材・編み地について商品知識と共に学ぶ。	2・前期	30	1		○ ○	○		
	○			自由研究 II a	科の特色の学科や特論で得た知識を活用し応用発展させる	2・通年	30	1		○ ○	○		
	○			自由研究 II b		2・通年	30	1		○ ○	○		
	○			ファッショングマーケティング I	企業との連携によりアパレル業界におけるマーケティング業務の実務を講義と実習により指導し、ファッショングマーケティングの基礎知識を習得させる「実学」を目指す。	2・通年	60	2	△	○ ○		○ ○	
	○			色彩計画 I	1年次『服飾デザイン論』で習得した色彩の基礎を発展的に学習する。配色やイメージ表現などの基本的な色彩スキルをトレーニングしたのち、コンセプト策定からプレゼンテーションまでの色彩計画の考え方を演習を通して学習する。	2・通年	60	2		○ ○	○		
	○			ファッショングデザイン画 II	幅広いデザインセンスと個性を兼ね備えたファッショングデザイン画を作成する事を目標とする	2・通年	60	2		○ ○	○		
	○			アパレル素材論 II	1年次で習得した素材の知識を基に、風合いや色・柄、物理特性、機能や素材調達において必要な産地などをテーマに布地からの視点で纖維・糸・布・染色・加工に着目し素材の理解を深めることを教育目標とする。	2・前期	30	1	○		○ ○		
	○			アパレル品質論	アパレル製品の企画、設計、生産、流通における品質管理の知識を習得させるために以下の①~③について講義、演習、実習、見学を通して理解させる。 ①素材の特性を把握する為の物性試験や製品の実用性能を管理するための各種試験方法、評価法、基準値 ②アパレル製品の取り扱い ③アパレル製品に関する法規制（表示関連、安全性関連）や規格	2・後期	30	1	○ △ △	△	○ ○	○	

授業科目等の概要

(ファッショントリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度													
分類	必修	選択必修	自由選択	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			
○				コードィネート論	ファッショントリアルマーチャンダイジング科に必要な基本知識と様々なコードィネートテクニックを習得することを目標とし時代への適応力、客観的に捉えたファッショントリアルマーチャンダイジング科の提案能力を養う。	2・後期	30	1	○		○	○	
○				デザイン文化	近代デザインの歴史と理念を踏まえ、現在のエディトリアル、グラフィック、ショップ空間、衣服などにおけるデザインの意味と役割について具体的に考察する。また、芸術、建築、写真、映画、音楽、広告などファッショントリアルマーチャンダイジング科に隣接する文化領域について学び、その関連性を知ることで、ファッショントリアルマーチャンダイジング科への理解を深めること。	2・通年	60	2	○		○	○	
○				グラフィックワーク I	ファッショントリアルマーチャンダイジング科におけるグラフィックの役割と有効性を理解し、ファッショントリアルマーチャンダイジング科表現のツールとしてパーソナルコンピュータ及び、グラフィックソフトを使う能力を身に着けると同時に、各の企画デザイン力及びプレゼンテーション能力の習得、向上を目標とする。デジタルファッショントリアルマーチャンダイジング画、イメージ・ビジュアル、ロゴデザイン等の製作を通してグラフィックソフトの基礎技法習得を目指す。	2・通年	60	2		○	○	○	
○				キャリア開発 II	学生が就職を志望する先に内定するために必要な「就職力」を講義+実習を通して身につけさせる 職業観・言葉遣い・電話・Eメール・自己分析・履歴書・エントリーシート・面接・グループディスカッション 作品プレゼンテーション	2・後期	30	1	△	○	○	○	
○				特別講義 II A	アパレル産業の現状を先輩の実体験からのアドバイス、そして科の特色に沿った知識としてレギュラー授業に加えたい内容の講義・実習	2・前期	30	1	○	△	○	○	
○				特別講義 II B		2・後期	30	1	○	△	○	○	
○				校外研修 II	日本の伝統文化古都（京都、和歌山）に赴き、仏教美術・仏像建造物・庭園などの美に触れる。工場見学・関西の市場調査	2・後期	30	1		○	○	○	

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 インダストリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度

分類			授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時間数	単位数	授業方法		場所		教員		企業等との連携
必修	選択必修	自由選択						講義	演習	校内	校外	専任	兼任	
	○	企業・学内研修 a	アパレル業界の現場・現状を把握させるためにアパレル企業で実際に研修を受けることで、学校教育で体験できない実学を学ぶ。就職希望者の企業研修期間中に平行して、企業研修に参加しない学生は学内研修を受講		2・後期	30	1		○	○	○	○		
	○	企業・学内研修 b			2・後期	30	1		○	○	○	○		
	○	企業・学内研修 c			2・後期	30	1		○	○	○	○		
	○	コラボレーションb	科の特色の科目や特論で習得した知識を活用し、外部講師・企業とのコラボレーション活動をグループで参加する		2・通年	30	1		○ ○	○	○			
学年合計			28科目			1140単位時間(38単位)								

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 インダストリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度

分類	必修	選択必修	自由選択	授業科目名	授業科目概要	配当年次・学期	授業時間数	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				
	○			アパレル造形論Ⅱ	各自コンセプトに基づいたクリエーション性の高いデザインの表現力を向上させる。 1、プライベートブランドⅠ（春夏アイテム 一重ジャケットとボトム）デザイン・パターン・実物製作・プレゼンテーション 2、バザー作品 文化祭バザー作品 デザインから販売まで ※グループ製作 3、プライベートブランドⅡ（秋冬アイテム）デザイン・パターン・実物製作・プレゼンテーション 4、立体裁断 3面構成のジャケット 4面構成のジャケット ラグランスリーブコート ※文化ヌードボディ使用	3・通年	60	2	○			○	○		
	○			アパレル造形演習 デザインⅡA		3・前期	60	2		○	○	○			
	○			アパレル造形演習 実技ⅡA		3・前期	90	3			○	○	○		
	○			アパレル造形演習 デザインⅡB		3・後期	60	2		○	○	○			
	○			アパレル造形演習 実技ⅡB		3・後期	90	3			○	○	○		
	○			マーチャンダイジング論Ⅱ	1 アパレル製造業のマーチャンダイジング業務について指導を行い、社会に適合したマーチャンダイザー、デザイナーを目指す学生の為の実務教育を行う 2 アパレルマーチャンダイジングの発想法、手法、マネジメント、プレゼンテーションについて体系的かつ具体的な実践学習によるスキル習得 3 前期には個々で既存ブランドを設定。リサーチによりコンセプト&商品計画を組み立て、そのブランドの具体的な企画を立てる事により、ブランドマーチャンダイジングの基礎を習得。アパレルビジネスの基礎能力を身につける	3・通年	60	2	○			○		○	
	○			マーチャンダイジング演習 企画	4 後期にはグループにて仮想設定によるブランドデイニングの過程を実践。グループワークでブランド設定、ブランドのコンセプト～プロダクトMDの基本構想を計画。それにもとづいたS/S商品企画～デザインを行い、造形授業と連動しサンプル製作する。パワーポイントによるプレゼンテーションを行う事によりコミュニケーション	3・通年	90	3		○	○		○		

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 インダストリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度														
分類	必修	選択必修	自由選択	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				
○				生産企画	アパレル産業の生産プロセスの内、メーカーにおける生産関連業務の専門知識を習得することを目的とする。授業内容はアパレル生産担当者の業務範囲を業界関連図から読み解き、それぞれの分野で発生する各種管理活動について品質(Q)・原価(C)・納期(D)それぞれの観点から体系的に学習する。海外生産の拡大から多様化する生産の現状を理解し、今後のアパレル生産の行方を考慮の上、各自でアパレル製品の生産企画を立案し発表する。	3・通年	60	2	○			○	○	
○				ニットアパレル造形Ⅱ	ニットの基礎知識を習得し、アパレルにおけるニット製品の製作工程や技術、ニットに使用される素材・編み地について商品知識と共に学ぶ。ニットアパレル造形Ⅰを基礎とし、家庭用手編み機、工業用手横機を使用してニット商品のデザイン発想、ニット商品の仕様書などを学ぶ。	3・通年	60	2		○	○	○		
○				アパレル造形演習 カット&ソー	丸編みカットソーの縫製の基礎的知識と応用、美しいシルエットを作る立体パターンの理解と企業パターンの実践的技術を修得する。	3・通年	60	2	○	○		○	○	
○				テキスタイル造形演習	前期: 「手織り」を通じて、布帛の構造や特徴を理解することで、アパレルデザインにおけるテキスタイルの可能性を学ぶ。 後期: テキスタイルデザインにおける先染め、後染め、染色仕上げ加工の技法の理解と習得。	3・通年	60	2	○	○		○		
○				ファッションマーケティングⅡ	企業との連携によりアパレル業界におけるマーケティング業務の実務を講義と実習により指導し、ファッションマーケティングの基礎知識を習得させる「実学」を目指す。	3・通年	60	2	△	○	○		○	
○				ビジュアルマーチャンダイジング	ビジュアルマーチャンダイジングの基礎知識と店舗、売場に必要な各ディスプレイテクニックを学び、販売職等の実践に役立てる。	3・前期	30	1	△	○	○		○	
○				セールスワーク	販売員の重要性とその基本業務を理解し、ビジネスマナーを習得する。	3・後期	30	1	△	○	○		○	

授業科目等の概要

(「ファッション工科専門課程 インダストリアルマーチャンダイジング科」平成29年度)

分類	必修	選択必修	自由選択	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			
				○ ファッションデザイン画Ⅲ	アパレルデザインの現場で求められる業務内容を課題内容に入れプロへの準備段階と考える。作品レベルでは新しい企画提案としてテーマ、商品のコンセプト立案からデザイン画、アイテム図を技術指導のもとファイルとしてまとめる事を目標とする。	3・通年	30	1		○ ○	○		
○				アパレル素材企画	アパレル業界ですぐに役立つ、実践的で総合的な素材知識の習得を目指す。流通の仕組み、素材コストの把握など、素材業界とアパレル業界との関り合いを理解し、基礎知識の確認に加え、最新素材への見聞を広め、材料としての素材を理解した優秀なマーチャンダイザーの育成を目指す。	3・前期	30	1	○		○		○
○				グラフィックワークⅡ	ファッション産業におけるグラフィックの役割と有効性を理解し、ファッション表現のツールとしてパーソナルコンピュータ及び、グラフィックソフトを使う能力を身に着けると同時に、各自の企画デザイン力及びプレゼンテーション能力の習得、向上を目標とする。ファッショングラフィックの制作を通してプランディングの	3・通年	60	2	△	○ ○			○
○				特別講義ⅢA	レギュラー授業には含まれない関連分野の専門知識を習得する。	3・前期	30	1	○		○		○
○				特別講義ⅢB		3・後期	30	1	○		○		○
		○		コラボレーションc	各自コンセプトに基づいたクリエーション性の高いデザインの表現力を向上させる。	3・通年	30	1		○ ○	○		

授業科目等の概要

(ファッション工科専門課程 インダストリアルマーチャンダイジング科) 平成29年度

分類	必修	選択必修	自由選択	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	
○				卒業研究・創作	・マーチャンダイジング計画（ブランド設定からプレゼンテーションまで） ・ブランドのパイロット商品の開発（デザイン開発及び製品製作）	3 ・後期	120	4		○	○					
学年合計					21科目				1140単位時間(38単位)							
合計					72科目				3390単位時間(113単位)							

卒業要件及び履修方法

単位の取得、出席状況、課題提出・試験などにより評価をうけ修了すること

授業期間等

1学年の学期区分 前期・後期

1学期の授業期間 15週

(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。