7つのテクニカルライン

デザインライン

〈 ライン別専門科目の方針 〉
グラフィックデザインの基礎技術を習い、
実践的な課題解決力を、ひいては
健全なデザイン精神を養う

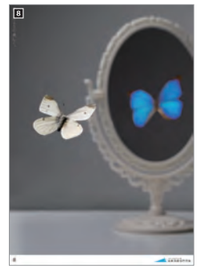
ひとつの基礎が、あらゆる実践に
ひとつの実践が、あらゆる基礎に

デザインラインの学び

デザインラインの科目にはレタリングがありますが、
ここにはデザインの基礎の全てがあると言ってもいいほどです。
ほかにもデッサンや色彩など、普遍的な基礎学習を堅持して、アカデミックに学びます。
並行するように、社会と関わって学ぶ「PBL(プロジェクト・ベースド・ラーニング)」による
実践学習を行い、基礎と実践を行き来しながら学ぶのが美専流です。

○デザインラインの科目は、主にビジュアルデザイン科、com. デザイン総合学科に配当されています。

［ 学生作品紹介 ］



1 オリジナル防災グッズデザイン「ほごずき」／保坂真優　2 土産物パッケージ「北向観音どらみくじ」／大島葵呂　3 LIFE をテーマとしたポスター制作「あっというま」／押野千聖　4 LIFE をテーマとしたポスター制作「迷路」／清水まひる　5 ギフトボックス「ゆるしてばこ」／日詰明日香　6 シリーズ絵本「やさいいてがみ」／古幡歩実　7 商品開発とプロモーションデザイン「新しい味噌汁、ライフスタイルの提案」／花里弘人　8 美をテーマとしたポスター制作「嫉妬心」／平林果穂

7つのテクニカルライン

マンガライン

〈ライン別専門科目の方針〉
マンガ制作におけるクリエイティビティを養い、その表現価値を幅広く見捉えながらオリジルな創作を学ぶ

オリジナリティを磨く
広大な創作世界に挑む

マンガラインの学び

マンガは気軽に手が届くメディアとして、ポップカルチャーの主役の座に存在し続けています。
その表現は、テーマ、コマ運び、画力、ストーリーに渡り、多彩を極めるばかりです。
このラインでは、マンガの奥深い表現を学び、オリジナルな価値観に基づいた創作を目指します。
また近年では、アートとしてマンガを評価することも珍しいことではありません。
日本では文化庁メディア芸術祭の部門に登場して久しく、21世紀の文化を標榜しています。
こうした新しい取り組みも重要となってきます。

○マンガラインの科目は、主にビジュアルアート科に配当されています。

学生作品紹介

1 マンガ「あの人あの日」／藤岡美菜　2 マンガ「27curse」／山崎通　3 マンガ「形骸の化物」／海瀬太郎　4 マンガ「避球拳」／降旗潤太　5 マンガ「リオレットナイト - 銀の剣士と黒の猟犬 -」／上野綾子

4つの学科

7つのテクニカルラインから配された
クリエイティブを4つの学科で学ぶ。
好きなことを将来につなげていく
“キャリアステージ”がここにあります。

学　科

ビジュアルデザイン科　3年制

配当ライン
◆デザインライン　◆映像ライン　◆イラストレーションライン　◆WEB メディアライン

ビジュアルデザイン科　2年制

配当ライン
◆デザインライン　◆映像ライン　◆イラストレーションライン　◆WEB メディアライン

ビジュアルアート科　2年制

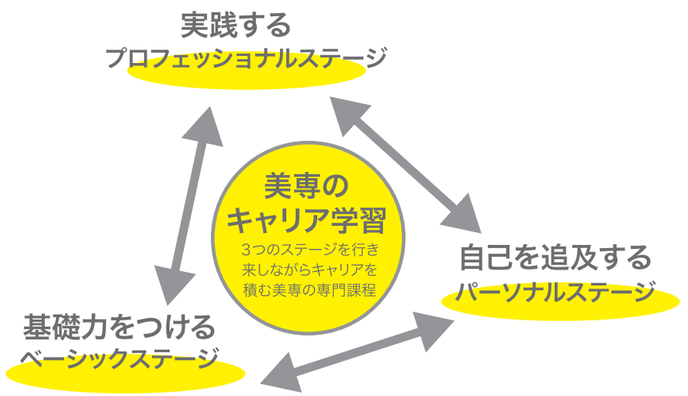
配当ライン
◆ファインアートライン　◆アニメキャラクターライン　◆マンガライン

com.デザイン総合学科

配当ライン
◆デザインライン　◆映像ライン　◆イラストレーションライン　◆WEB メディアライン

4学科での履修性“キャリアステージ”

キャリア学習の目的はただ単に就職先を決めることではなく、人間としての成長です。美専では、そのような考えから学習による成長のステージを想定しています。そして、「基礎力をつける」という性質（履修性）を持っている学習を“ベーシックステージ”、「自己を追及する」を“パーソナルステージ”、「実践する」を“プロフェッショナルステージ”とし、3つの“キャリアステージ”を行き来しながら学習を積んでいく、つまり教育課程そのものがキャリア学習の構造なのです。



プロフェッショナルステージ

美専展

美専展は学生による一大プロジェクト、“社会に通用し、リードする。”
そんな意気込みでプロフェッショナルステージに躍り出ます。
この取り組みは総合制作を公開する授業目的の「プロモーションワーク」での
PBL（プロジェクトベースドラーニング）で、企画から会場づくり、
会計、広報などを開催後のフォローワークまで通して総合的に行い完結させます。
「好きなこと」が実を結ぶゴール、それが美専展です。

集大成のコンテスト、美専展グランプリ

美専展では毎回コンテストを開催しています。あらかじめノミネートされた作品の中から、
初日に審査され内覧レセプションで発表、イベントはクライマックスを迎えます。

美専展グランプリ受賞

デザインライン／総合制作Ⅱ

オリジナル防災グッズデザイン

ほごずき

ビジュアルデザイン科２年次　**保坂 真優**

ほごずきは、ほおずきをモチーフにしたオリジナルの防災グッズブランドです。「心の安らぎ」という花言葉から、そばにある安心感が商品に反映されるように構想しました。ほおずき柄のテキスタイルや、使用する材料、商品タグなど細部までこだわった作品です。