



デザイン系 コミュニケーションデザイン専科

コミュニケーションデザインとは

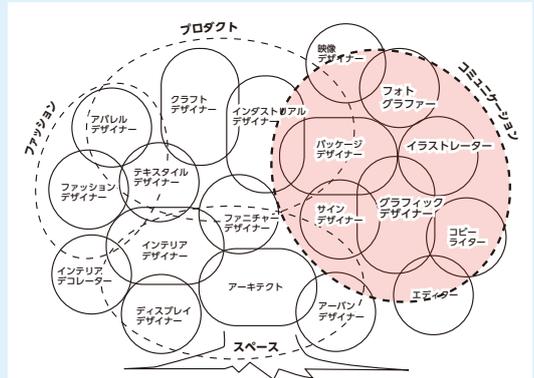
コミュニケーションデザインとは、「誰に・何を・何のために」伝えるか（コミュニケーション）を設計（デザイン）することを指します。一方的に情報を発信するものではなく、相手の心を動かすようにモノやコト、情報を「デザイン」することをいいます。

モノ

コト

情報

が「伝わる」ように「具現化」すること



出典：財団法人大阪デザインセンター（1984）デザインハンドブック 商品開発を活性化するために

デザイン系 コミュニケーションデザイン専科の学び

「それ、ええやん!!」とみんなが共感する新しいモノ・コトをデザインの方で「カタチ」にし、「人と人、人と社会をつなぐ」取組みを実践します。

本系では主に、ビジュアルデザイン、プロダクトデザインの知識や技術を活用し、地域連携や企業連携など製品化・商品化をめざした実践的なデザインプロセスを通じて、課題発見力、論理的思考力、具現化力、課題解決・提案力を身に付けます。

めざす人材像

「自ら問題を見つけだし、よりよい答えをつくり、提案できる生徒」を育みます!



Visual design



Product design

【ビジュアルデザイン】

映像、イラスト、写真、文字などを使って視覚的に情報を伝達するデザイン

身に付く力

課題発見力

論理的思考力

具現化力

課題解決提案力

【プロダクトデザイン】

形状や機能、使いやすさなどを、立体的なカタチとして表現するデザイン

「未来人材ビジョン」で示される、将来必要とされる能力

56の能力等に対する需要

| 2015年 | |
|------------------|------|
| 注意深さ・ミスがないこと | 1.14 |
| 責任感・まじめさ | 1.13 |
| 信頼感・誠実さ | 1.12 |
| 基本機能（読み、書き、計算、等） | 1.11 |
| スピード | 1.10 |
| 柔軟性 | 1.10 |
| 社会常識・マナー | 1.10 |
| 粘り強さ | 1.09 |
| 基礎スキル* | 1.09 |
| 意欲積極性 | 1.09 |
| ⋮ | ⋮ |

*基礎スキル：広く様々なことを、正確に、早くできるスキル

| 2050年 | |
|-----------|------|
| 問題発見力 | 1.52 |
| 的確な予測 | 1.25 |
| 革新性* | 1.19 |
| 的確な決定 | 1.12 |
| 情報収集 | 1.11 |
| 客観視 | 1.11 |
| コンピュータスキル | 1.09 |
| 言語スキル：口頭 | 1.08 |
| 科学・技術 | 1.07 |
| 柔軟性 | 1.07 |
| ⋮ | ⋮ |

*革新性：新たなモノ、サービス、方法等を作り出す能力

「未来人材ビジョン」とは、2022年5月に経済産業省が公表した、未来を支える人材を育成・確保するための方向性や具体策を示した資料です。

推計によれば、現在は「注意深さ・ミスがないこと」「責任感・まじめさ」が重視されていますが、将来は「問題発見力」「的確な予測」「革新性」が一層求められる、人材に求められるスキルも大きく変わること示しています。

出典：経済産業省「未来人材ビジョン」。2015年は労働政策研究・研修機構「職務構造に関する研究Ⅱ」、2050年は同研究に加えて、World Economic Forum「The future of jobs report 2020」、Hasan Bakhshi et al.、「The future of skills: Employment in 2030」等を基に、経済産業省が能力等の需要の伸びを推計。

実践的な取り組み

「つなぐ」をつくる 社会連携

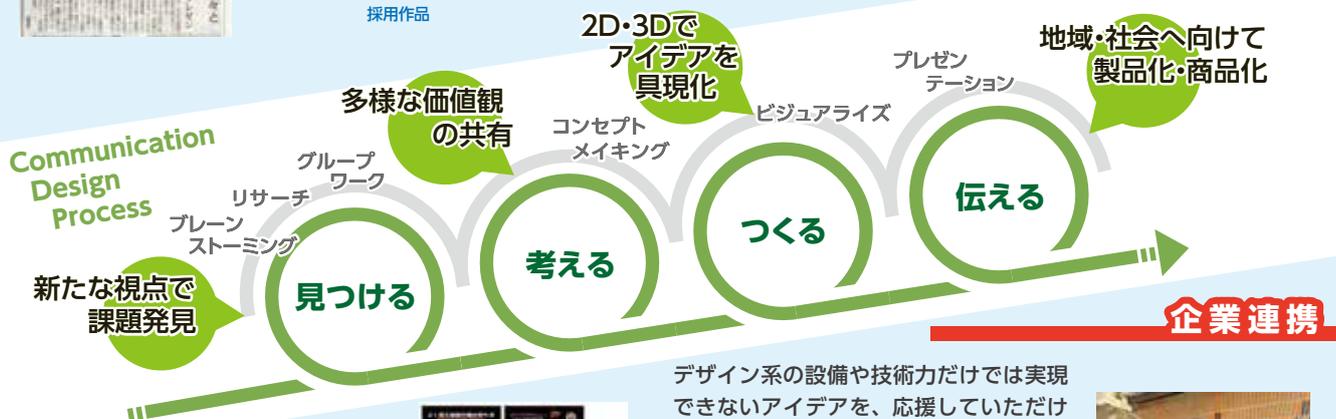
自分の考えた「アイデア」が「カタチ」になり、地域社会で活用される。
 高校在学中に、社会とつながる「実践的なデザイン」力を身に付けます！

地域連携

西成警察署や西成区役所と連携して、地域の社会課題や各種犯罪などの解決をめざす取り組みを実践します。
 新デザイン系では、「モノづくり」とどまらず「コトづくり」へとさらに連携を加速させます。



西成100周年 シンボルマーク
採用作品



企業連携

デザイン系の設備や技術力だけでは実現できないアイデアを、応援していただける企業と協働して、製品化、商品化、具現化し、社会に新たな価値を創造します。

(株)美生社 ※デザイン系



日本ペイント(株) ※デザイン系



めざす卒業後の進路

現代社会は、グローバル化や価値観の多様性、IT技術の発展によって大きく社会構造が変化・複雑化し、未来を予測することが難しい時代（VUCA時代）となっています。

VUCA時代では、従来の常識やビジネスモデルが通用せず、売れるモノ・サービスを生み出せない企業が増えています。そこで近年、ユーザー視点でニーズや課題の本質を捉え、新しい発想で課題解決を図る「デザイン思考」の活用が多くの業種、企業で求められています。本系では、身に付けたデザインの力を活かし、多様な進路での活躍をめざします。



就職先

| | | | |
|----------|-------|-------|-------|
| 製造 | 流通・小売 | 運輸・交通 | 医療・食品 |
| 環境・エネルギー | 情報・通信 | デザイン | etc. |

進学先

| | | | | | | |
|-------|------|------|------|------|------|-------|
| 大学・短大 | 芸術 | 工学 | 教育 | 専門学校 | デザイン | CGアート |
| | 社会科学 | 人文科学 | etc. | | 服飾美容 | etc. |