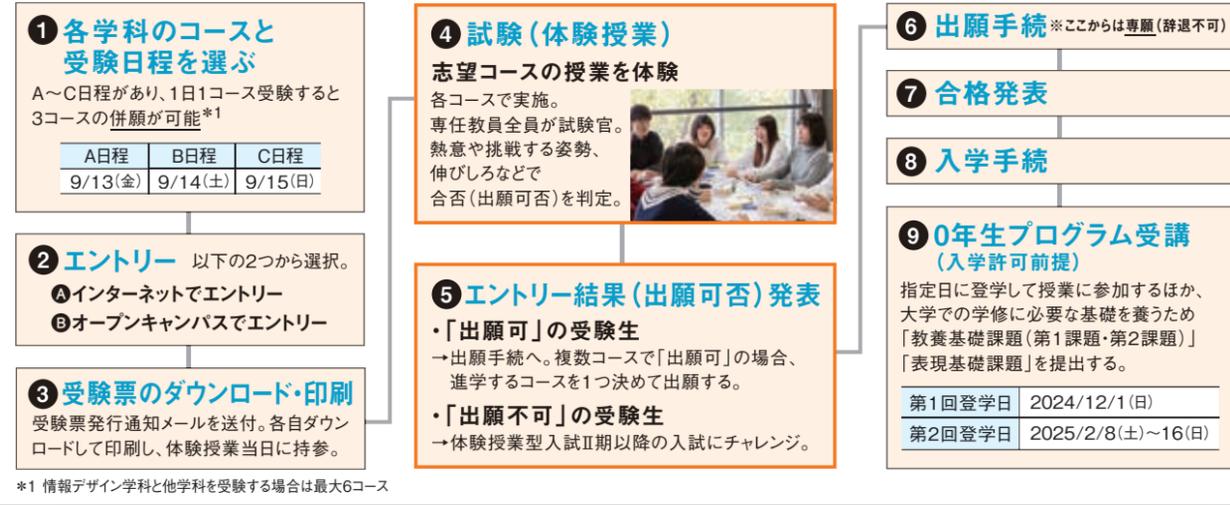




キャンパス / 京都府京都市 学生数 / 20,376人 創立 / 1991年
 建学の理念 / 芸術と哲学によって、新しい人間観、世界観の創造を目指す。
 学部 / 芸術(美術工芸、情報デザイン、キャラクターデザイン、プロダクトデザイン、空間演出デザイン、環境デザイン、映画、舞台芸術、文芸表現、こども芸術)
 大学院 / 芸術

2025年度入試「体験授業型入試I期」の流れ

入試の種類	名称	試験内容	募集人員
※公募制推薦は設けていない	体験授業型入試I期	体験授業(志望するコースの授業を1日受講)	50%
	体験授業型入試II期		10%
	面接型入試I期	個人面接(オンライン) ①課外活動型 ②表現型(ポートフォリオ)	若干名
	面接型入試II期	③表現型(デジタルクリエイション) ④英語外部試験利用型 ⑤離島在住者対象型	若干名
	科目選択型入試I期	鉛筆デッサン、小論文、国語/英語から最大2科目	10%
	科目選択型入試II期		10%
	大学入学共通テスト利用型入試I期	大学入学共通テストの結果	5%
	大学入学共通テスト利用型入試II期	(7教科の本学指定科目から2科目以上受験、高得点2科目を採用)	若干名
	指定校推薦(高大連携協定校)	体験授業、調査書、面談 ※評定平均値は高校によって異なる	若干名



注目 受験生と社会のニーズを敏感にくみ取り “未来の芸大をつくる”ための改革を実行中

京都芸術大学は社会のニーズと受験生の動向をキャッチして、毎年のように学科の定員調整、コース再編を行っている。2024年度は美術工芸、プロダクトデザイン、環境デザインなど6学科で定員増。情報デザイン学科はゲームクリエイション、映像クリエイションの2コースを新設した。同学科は2024年度から4つのコースを横断して学べる「超域プログラム」を導入。学生はコースの枠組みを超え、興味や能力に合わせて授業を履修することが可能になった。

2024年度からは全学的に新カリキュラムが始動。社会で複合的なスキルが求められることを背景に、副専攻を設けると同時に、授業時間を80分から100分に変え、クォーター制にした。週複数回の授業と余裕のある時間割によって密度の濃い学修ができる。矢継ぎ早の改革について河田学部長は言う。「教職員には『未来の芸大をつくりましょう』と言い続けている。本学は実務家教員が多く、社会変化に対して敏感で、教職協働の組織風土もある。スピード感を持って学びの環境と内容の両面の拡充を図り、受験生と社会の期待に応えたい」。

学科	入学定員	
	2023年度	2024年度
美術工芸	170	210
キャラクターデザイン	200	200
情報デザイン	180	180
プロダクトデザイン	45	75
空間演出デザイン	60	60
環境デザイン	55	70
映画	80	90
舞台芸術	60	90
文芸表現	40	45
こども芸術	30	30
アートプロデュース	25	—※
歴史遺産	30	—※
合計	975	1,050

※2024年度、アートプロデュース、歴史遺産は美術工芸に統合。

思い込みのコース選択を防ぎ 伸びしろを見る体験授業型入試

京都芸術大学

体験授業を通して24コースの各教育に対する適性を入試で判定する京都芸術大学。20年以上前からこの入試に取り組む狙いと、学生募集の工夫を学部長に聞く。



芸術学部 学部長
河田 学
 かわだまなぶ ●1994年京都大学理学部卒業、2005年同大学院人間・環境学研究所博士後期課程修了。2007年京都芸術大学非常勤講師、2011年同大学文芸表現学科専任講師。2012年教授、2020年より現職。博士(人間・環境学)。

専任教員全員が試験官 コースへの適性を見る

本学は10学科24コースを擁する総合芸術大学です。入試の特徴は、受験生が各コースの授業を受講したうえで出願する「体験授業型入試」を設けていること。本学の入試の中で最も早い時期に実施する総合型選抜で、I期とII期を合わせて募集人員の60%を割り当てています。

この形の入試はオリジナルの発想で20年以上前から実施しています。狙いは受験生と本学の学びとのマッチング。芸術大学の学びは独特で、実技やワークを通して教員や他の学生から刺激を受けながら深めていきます。こうした授業への適性や成長可能性はペーパーテストだけでは測りにくく、受験生も「絵が好きだからイラストレーションコースへ」など、イ

メージで判断しがちです。3コースまで併願可として授業体験後に最適な1コースを選べるようにし、ミスマッチも防いでいます。

体験授業では、専任教員全員が試験官になります。合否は、課題に対する作品と完成までのプロセス、意欲、態度などを評価して総合的に判断します。例えば、私が所属する文芸表現学科は「読む、書く、聞く、話す」がテーマ。受験生は課題を読み、レポートを書き、実際の授業しながらにディスカッションをします。エントリーした一人ひとりの適性を見極めるには、評価ツールがあるもの時間がかかり、教員の協議が深夜まで続くこともあります。

体験授業型入試は、それで終わりではありません。体験授業での合否判定が出てから出願する流れで、そこからは専願です。合格者は、入学前に「0年生プログラム」を受講し、登学日にも大学の授業に参加するほか、基礎教養の課題や観察力や表現力を磨く課題にも取り組めます。

全教員がこれほどまでに授業理解を重視するのは、入学後にドロップアウトする学生が出ないよう、入学前の段階で手をかけるのが両者のためだという思いにほかなりません。

教職が協働して認知拡大 志願者数大幅増を実現

学生募集は、オープンキャンパスから一連の流れにしています。一般的なオープンキャンパスは年2回のみ。デジタルマーケティングにより、体験授業型や卒業制作展を同時開催する小規模なタイプを数多く実施しています。参加者を増やすまでは教員の仕事、出願につながるのは教員のミッション。教員が参加者に、本学の教育に対する理解を促しています。その結果、志願者数は2016年から4・7倍に増加しました。

近年、高校の探究活動では、デザイン思考やアート思考、芸術鑑賞を通じた協働的な学びが注目を集めています。そこで、高大連携にも力を入れ、探究支援につながる講演や教員研修を年間100校以上で実施。これらをきっかけに全国の高校現場でのさらなる認知拡大を図っていきます。

体験授業型入試には大変な労力がかかります。しかし、大学が責任を持って学生を成長させ、社会に送り出すためには、入試以前からの教員の関わりが重要でしょう。今後は入学前後のデータ検証を進め、この入試のマッチング精度を上げていくつもりです。

取材・文 / 本間学 撮影 / 根津菜葉