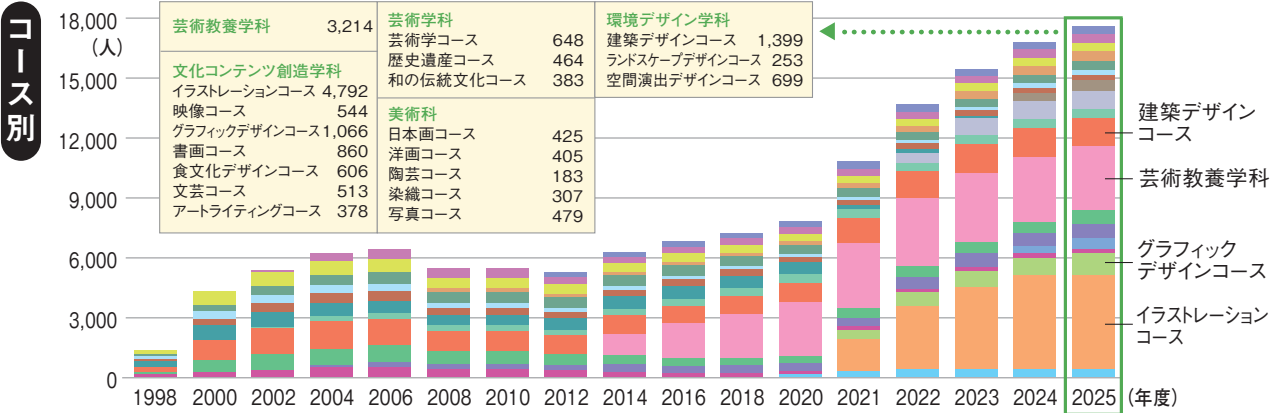
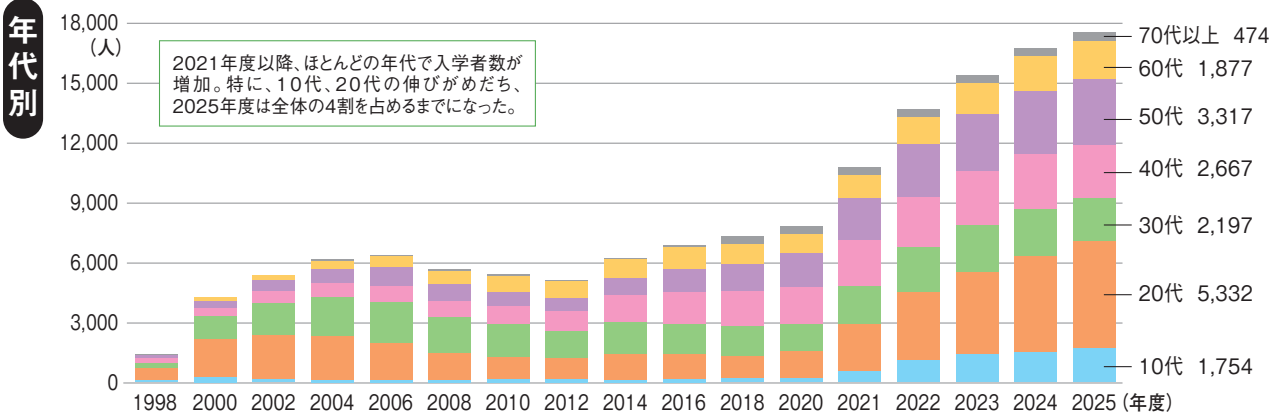




キャンパス／京都府京都市 学生数／23,174人（通信教育部芸術学部：17,586人）
設置者／学校法人瓜生山学園 創立／1991年
建学の理念／芸術と哲学によって、新しい人間観、世界観の創造を目指す。
通信教育部 学部／芸術 学科／芸術教養、文化コンテンツ創造（音楽*、イラストレーション、映像、グラフィックデザイン、書画、食文化デザイン、文芸、アートライティング）、芸術（芸術学、歴史遺産、和の伝統文化）、美術（日本画、洋画、陶芸、染織、写真）、環境デザイン（建築デザイン、ランドスケープデザイン、空間演出デザイン） *音楽コースは2026年度開設

通信教育部の年代別／コース別在籍者数推移（1998－2025）



注目 新設とフルオンライン化推進で
より多くの人に多様な芸術を学ぶ機会提供

京都芸術大学は芸術教養学科がスクーリング不要の「手のひら芸大」を通称としているが、2021年度のイラストレーションコース開設を皮切りに、書画、映像、食文化デザイン、文芸、グラフィックデザインと、さまざまな芸術分野で完全オンライン化を進めてきた。2025年4月には4学科から5学科に改組し、陶芸を除く全てのコースで、通学不要で大学卒業資格が取得できるようになった。

2026年4月には、国内で唯一、完全オンラインで音楽制作を学べる「音楽コース」を文化コンテンツ創造学科に開設する。新コース開設の検討にあたっては、「学生が1人でパソコンを使って学習できるかどうか」という観点を重視している。「複数人で体を動かして行う演劇は通信教育で学ぶことは難しい。一方、DTM*による音楽制作であれば、パソコンを使って1人でも創作できる。動画共有サイトで自作曲を発表している人も多く、本学が創作を深め、発展させる教育ができると考えた。今後も学びの多様性、自由度を高め、多地域多世代の人たちが芸術を学べる環境を整えたい」（範國事務局長）。

*デスクトップミュージック (Desk Top Music) の略。パソコンを使って作曲、録音、編集、ミキシングなどを行う音楽制作のこと。

CASE STUDY

独立した通信教育組織で挑む
「芸術立国」の理念の実現

京都芸術大学

1998年に通信教育部を設置し、今や18歳から90代まで、約1.8万人が学ぶ京都芸術大学。通信教育のこれまでと、今後の可能性について話を聞く。



通信教育課程事務局 事務局長

範國 将秀

のりくにまさひで ●関西大学社会学部卒業後、広告会社クリエイティブ職を経て、2002年京都芸術大学入職。2019年より、現職。同大学京都国際平和構築センター執行役員。

芸術分野に適した
学びのスタイル「通信制」

本学は創立以来、「芸術立国」の理念に基づき、芸術を通して社会に貢献できる人材の育成をめざしてきました。一部の特別な芸術家を育てるだけでなく、より多くの人が芸術に親しみ、創作や鑑賞を楽しむことが、社会全体の豊かさにつながるという考えを大事にしています。こうした理念を実現する具体策として、1998年に通信教育部を設置しました。

近年の通信教育課程では、オンデマンド動画を視聴し、チャットで質問するといった学習スタイルが主流です。しかし、本学では、授業形式や課題の提出方法はオンラインに移行したものの、教科書で学び、課題・作品を提出し、添削指導を受けるという旧来型のスタイルを維持しています。「添削・

指導」というスタイルは、芸術分野での学びでこそ強みを発揮するからです。教員は時間をかけて丁寧に学生の作品を添削指導しています。学生は自分のペースでじっくり作品制作に取り組み、高い教育効果が望めます。

本学の通信教育部は通学部の併設課程ではなく独立型で、教職員も別の組織です。通学部の教員が「手の空いた時間」に指導するのはありません。併設課程の場合、通学部と同じカリキュラム、教員にする必要がありますが、社会人学生が多い通信教育部と、高卒後すぐの進学者が多い通学部とは、学生の求める教育が異なります。そのため、教員採用は通信単独で行っています。社会人教育の経験やPCでの教育スキルなど、通信制ならではのコンピテンシーがあるからです。また、学びやすい環境を提供できるよう40人を超える専任職員を配置しています。

新コースの設置で
若年層の市場開拓

コロナ禍を機に、オンライン会議システムが普及し、通信教育市場拡大の土壌ができました。本学もこの流れを捉え、2021年度に、新たにオンライン完結型のイ

ラストレーションコンコースを設けました。契機の一つは、数千万人（当時）もの会員を擁するイラスト投稿プラットフォーム「pixiv」の存在です。マーケットの大きさを感じると同時に、pixiv関係者との対話を通して、大学教育がこの分野の学習ニーズを支えられると確信しました。初年度に10代を中心とした約1600人の志願があり、想定以上の人気で、大きな手応えを感じました。

さらなる挑戦として、2026年度には、フルオンライン型通信教育では初の音楽コースを新設する予定です。音楽もイラスト同様デジタル化が進み、そこに大きな潜在ニーズがあります。マーケット調査は、今後を分析することに意味があると思っています。

通信制の募集広報は、通学制と戦略が異なります。通学制が高校訪問などの「足を使った広報」を重視するのに対し、通信制はWeb広告を活用した「空中戦」が主体です。人的コストは抑えられる一方、予算は大きくなるため、SEO対策やターゲティング広告など、戦略的にプロモーションを展開しています。

本学は、市場の期待を積極的に受け止め、大学ならではの質の高い学びを提供していきます。