

2. 設計・実施

2.1 コンテンツ

前述の参加動機の整理を踏まえ以下のコンテンツを配置した。

会場	ワテラスコモン		ギャラリー (展示ブース)	駿河台キャンパス	
	セッションゾーン	展示ブース		キャンパスツアー	LabProto
13:00		開場			
14:00	13:00-14:00 デジタルハリウッド校友会総会 ※校友会長の方のみ参加いただけます。	13:00-18:00 ブース展示 主として学生によるブース展示です。作品展示、実験、デモ、プレイ、パフォーマンスなど、どんな展示の形でも構いません。			
15:00	14:00-15:00 「Alumni Session」 人が集っても次々未来社会をつくる、 ぱりくくくんとぱりくくくんと大学。 株式会社西海クリエティブカンパニー 代表取締役 富田 寛史氏 (ニューズカスター・編者兼プロデューサー)				※当日は事前にワテラスで受付 14:00-15:00 / 15:00-17:00 LabProto体験見学 ※学生は誰でも参加が可能なため、 希望者は事前予約が必要です。 ※それ以外の場合は、LabProto まで直接にお申し込みください。
16:00	15:00-16:00 「Alumni Session」 今の時代を生きるクリエイターに 必要な技術の作り方 牙直実 佐賀 尚也氏 (デジタルハリウッド東京本校教授) アドバイザー 佐賀 尚也氏 ※無料からのオンライン配信も受けられます。 ※当日は事前予約の受付に限りがありますので ご了承ください。			16:00-17:00 / 17:00- 在校生による キャンパスツアー ※当日は「キャンパスツアー」 チームが駿河台キャンパス 内を案内します。 ※当日は事前予約 ※当日は事前予約の受付に限り がありますので ご了承ください。	
17:00	16:00-17:00 出展者によるLightning Talk 最新のデジタルハリウッドの最新情報について プレゼンテーション、質疑応答の時間 PPTやビデオ映像に上映させていただきます。				
18:00					
19:00	18:00-19:00 Alumni Gathering (懇親会) 今後の懇親会です。クラスメイトの再会もよし、 新たな繋がりを生み出すのもよし。卒業生同士の 交流の場として、多くの方にご参加ください。 ※当日は事前予約の受付に限りがありますので ご了承ください。				
20:00					

図3：当日プログラム

2.1.1 メイン会場 (ワテラスコモンホール、ギャラリー)

- (1) デジタルハリウッド校友会総会
- (2) 卒業生による「Alumni Session」

先端技術や地域創生や自分らしい生き方に関する話題とし、来場者が学びや刺激を受けることができる内容とした。

- (3) ブース展示

事前に会員から出展希望者を募り、22組の卒業生がアート、イラスト、映像、造形、ゲーム、プロダクトの展示を行った。母校からも求職関係や公式グッズ販売等のブースが出展された。



図4：卒業生によるブース展示

- (4) 突撃!となりのライトニングブース

卒業生のMCが各出展者ブースをインタビューして巡回し、メインホールのプロジェクターにその様子を中継で投影した。

- (5) 懇親会「Alumni Gathering」

夜には展示ブースと同じ部屋でケータリングを入れた懇親会を行った。歓談タイム以外にも、修了生によるミニライブや、卒業生・教員・スタッフによるLightning Talkも実施した。当日はこの懇親会に向けて段々と来場者が増えていった。



図5：懇親会「Alumni Gathering」

2.1.2 サテライト会場 (駿河台キャンパス)

- (1) 在校生によるキャンパスツアー

母校の入試広報グループと連携し、オープンキャンパスで活躍している「キャンパスPRプロジェクト」の在校生が、卒業生に現在の校舎を案内した。

- (2) LabProto 体験見学会

主にファブリケーションの概念が生まれる前の時代の卒業生を対象に、学内のファブリケーション施設のレクチャー会を実施した。



図6：LabProto体験見学会

当日の様子はアフタームービー^[1]および開催レポート^[2]にもまとめているのでぜひご覧いただきたい。

2.2 実施場所

実施場所は、デジタルハリウッド本体の校舎である駿河台キャンパスが理想であったが、通常授業実施日であったため、その隣にあるワテラスコモンをメイン会場とした。ホームカミングデーと言うからには、多少なりとも母校へ足を運ぶ理由があることが望ましかったため、在校生によるキャンパスツアーやLabProto体験見学会を設定することで母校校舎への接続を作ることができた。結果的に、在校生と卒業生が交流する機会にもなった。

2.3 実施日程と周知活動

今回は起案してから実施まで半年を切っていたため、母校近辺で会場が押さえられる日程としたが、これを機に今後のホームカミングデーは毎年6月の第4土曜日に固定することとした。

日程を固定することで、卒業生に告知をせずとも開催日を認識してもらうことが狙いである。翌年度の日程については、当日来場者に配布したプログラムや、各所に設置したメインビジュアルのパネル、エンディングムービーの最終画面など、事あるごとに表示した。来場者の盛り上がりが高まったうちに、次回日程を記憶に残すことが狙いである。

また、校友会の日常的な活動においても、ホームカミングデーで余ったプログラムやノベルティを、例えば卒業生を取材するたびに

差し上げるなどして、1年間をかけて次回のホームカミングデーの周知を行うこととした。

2.4 来場対象者

来場対象者は、デジタルハリウッドが展開する各教育機関の卒業生や修了生や在校生はもとより、本会がデジタルハリウッドの歴史上途中で設立されたことも踏まえ、それ以前に入学した会員ではない卒業生や修了生も対象とした（展示ブースに出展して自身の活動についてPRできるのは校友会会員のみとした）。また、歴代のデジタルハリウッドの教員や講師やTAやスタッフも、当時の卒業生と今でもつながりを持っていることが想定されたため、卒業生と声を掛け合って来場してもらえるよう来場対象とした。そのほか、卒業後月日が経ち、小さなお子さんを持つ卒業生もいることから、ご家族や友人とも一緒に来場できることとした。

2.5 メインビジュアル

メインビジュアルは、デジタルハリウッド卒業生の個性や生き方、働き方の多様性を表すため、様々な色味が多方面から混ざり合うイメージを用いた。また、卒業生への更なる呼びかけとして、"BACK TO DIGITAL HOLLYWOOD"という文言をサブテーマとして表記した。本メインビジュアルは、ホームカミングデー特設サイト^[3]や当日プログラム、会場内のサイン、ノベルティ等に展開した。



図7：メインビジュアル

2.6 交流促進のしかけ

交流を促進するためのしかけとしては、主たるものはブース展示や懇親会であるが、以下のような取り組みも行った。

2.6.1 名刺掲示「あの人は来たのか??」コーナーの設置

エントランスに年表を記した模造紙を掲示し、来場者に自分の入学年に名刺やメッセージを掲示してもらうことで、来場者を可視化した。想定より幅広い年代の来場があったことが可視化されたほか、来場者にとってもちょっとしたアクティビティになった。



図8：名刺掲示「あの人は来たのか??」コーナー

2.6.2 職種シールの貼付

今回は来場対象者を、どこかの世代や校舎にフォーカスをするのではなく全体としていたため、来場しても直接的な知り合いがあまりいないことも想定した。新たな交流のきっかけとして、懇親会参加者には職種シールを配布し、洋服の袖などに貼付してもらった。シールの内容は「デザイナー」「フリーランス」「経営人事」といった職種等のほか、「お仕事募集中」「話しかけてOK!」などのメッセージや、フリー記入欄を用意し、会話のきっかけとなるようにした。



図9：懇親会参加者に配布した職種シール

3. 結果

3.1 集客

当日の来場者は204名で、その内訳は下のグラフのとおりであった。入学年度のグラフにあるように、デジタルハリウッドを設立して最初の10年の入学者、次の10年の入学者、直近の8年の入学者に区分けしたところ、直近の卒業生が最も多いながらも、様々な世代・属性・出身校舎からの参加があった。

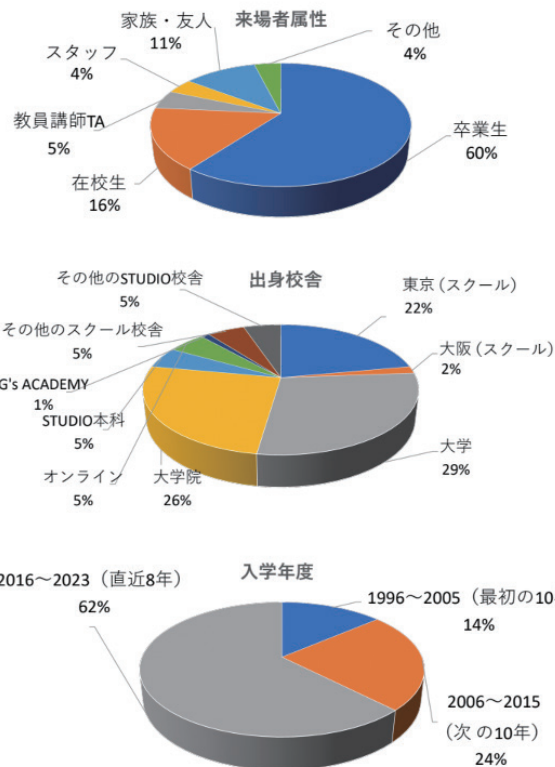


図10：来場者集計

3.2 来場者アンケート

来場者アンケートの回答率は、204名中31名の15.2%であった。今後の本イベント改善のためにも、回答率の向上は課題である。回答があった中で、満足度については「大変満足」が52%、「満足」が32%、「普通」が13%、「やや不満」が3%（1名）、「不満」が0%であった。「やや不満」の理由は、懇親会の人数が多く、誰が誰かわからず結果的には知り合い同士で集まってしまったとのことであった。

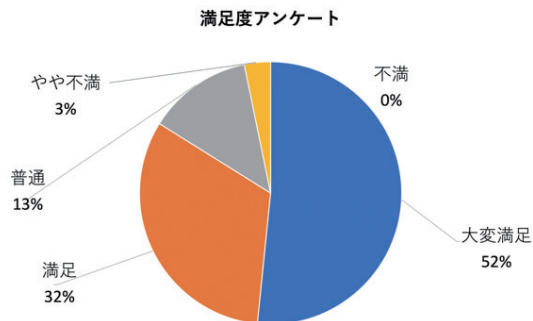


図11：来場者満足度アンケート

ホームカミングデーに参加してどのような体験や思いを持ったかという設問については、以下のような回答であった。

※複数回答可	人数	割合
来年も来場したいと思った	21	67.7%
楽しかった	20	64.5%
知り合いに会えた	19	61.3%
新しい知り合い・人脈が増えた	16	51.6%
デジタルハリウッドの校是「すべてをエンタテインメントにせよ!」のマインドを思い起こせた	13	41.9%
恩師に会えた	10	32.3%
刺激になった、勉強になった	9	29.0%
仕事に繋がった、繋がりそう	6	19.4%
来年は自分も出展・出演したいと思った	5	16.1%
その他	2	6.5%
特になし	1	3.2%

4. 考察と今後

4.1 当初の課題

当初の課題は二つあった。一つは、運営の負荷集中による継続難である。これについては本イベントに限らず校友会の活動全体的に「緩やかにまず継続する」を方針とし、細かくは会員の自主性に委ねることとした。例えば本イベントにおいては、ブース出展する卒業生が使用できるのはデスク1台と椅子2台のみとし、それ以外については運営側が手取り足取り手当てをするのではなく、出展者自身が手配し協力し合うこととした。また、これまでの事務局長は母校のスタッフが兼務していたが、2022年4月の体制変更時より、現役ではなく元スタッフが着任したことで、運営にある程度集中できるようになったことも挙げられる。

二つ目の課題は集客難であった。これについては、会員情報の整

理や母校と連携した告知活動により、204名もの来場者を獲得することができた。当初は100名～150名程度を想定していたため、良くも悪くも会場が手狭となり、結果として盛況感あふれる場となった。その一方で、校友会会員が約6,500名である中、来場した卒業生が123名（2%弱）であったことは、更なる充実の余地がある。

アンケートの結果が「知り合いに会えた（情緒価値）」「新たな人脈が増えた（機能価値）」「（来年も来場したい・楽しかった等による）ホームカミングデーの価値を感じた」といった項目が過半数を超えたことは喜ばしいことである。今後はより高い満足度を得られるよう設計や施策を検討してゆく。

4.2 ホームカミングデーを実施して見出した新たな起点

新たな交流が生まれる場にすることができた要素の一つに、卒業生によるブース展示や、卒業生MCが各展示ブースをインタビュー巡回するのを中継する「突撃!隣のライトニングブース」等の好走が挙げられる。これらは名刺交換を行うよりも強烈的なプレゼンテーションとなり、出展者と来場者との間で質の良い交流が生まれていた。

当初の運営側の意図は無理のない運営で、卒業生に母校に集ってもらうことに集中していた。しかしこうして振り返ると、このホームカミングデーにおいて突き詰めるべきは、「人と人が繋がれた実感を持てたかどうか」という点であるとの気づきがあった。これがうまくゆくと、年1回のホームカミングデー開催により、校友会発足当時に合意された「ビジネス面・制作面でコラボレーションが生まれているコミュニティ」が実現されていることとなる。今後の本イベントでは、参加者間でどのようなコラボレーションが生まれたかも追いかけてゆくこととする。

4.3 コミュニティ醸成は一日にして成らず

本会が活動を続けてゆくにあたり、もう一つ忘れてはならない点がある。それは「コミュニティの醸成は一日にして成らず」ということである。コミュニティとは同じ価値観を持って能動的に互助の関係を持つまとまりだとすると、そこで共有される価値観や情緒や信頼や文化の蓄積は、一朝一夕に構築できるものではない。期日や予算が設定された事業活動のように、成果が出なかったら止めるということをしていては、一向にコミュニティが育たないのである。

このホームカミングデーにおいても、たとえ集客が芳しくない年があったとしても、単年度のみで成果を判断するのではなく、地道に継続して窓を開け続けることで、必ずどこかで卒業生が母校に帰ってくるタイミングが来るものと捉えて継続することが重要である。



図12：懇親会「Alumni Gathering」時の集合写真

2023年度ホームカミングデー実行委員会

理事：根鈴啓一（会長）/ 船戸賢一（副会長）/ 稲益彩香 / 小林英恵 / 座間味涼子 / 平野北斗 / 山本隆三 / 吉井朋

事務局：檜木野綾子（事務局長）/ 藤原健太 / 桂亜沙美 / 田畑亜希子

参考文献

- [1] デジタルハリウッド校友会: "ホームカミングデー2023 アフタームービー" <https://youtu.be/e-9O2JVUFwE?si=YCpkOy9qEdmKV7u6> (参照2023年8月31日).
- [2] デジタルハリウッド校友会: "【開催レポート】ホームカミングデー2023を初開催 | デジタルハリウッド卒業生を中心に204名が集結!" <https://dhaa.jp/postscript/hcd2023/> (参照2023年8月31日).
- [3] デジタルハリウッド校友会: "ホームカミングデー特設サイト" <https://hcd.dhaa.jp/> (参照2023年8月31日).