

ホームカミングデー2024によるReunion And Beginning

Reunion And Beginning by Homecoming Day 2024

榎木野 綾子 NARAKINO Ayako

デジタルハリウッド校友会 事務局長
Digital Hollywood Alumni Association, Secretary General

デジタルハリウッド公式の卒業生組織であるデジタルハリウッド校友会は、ビジネス面や制作面でコラボレーションが生まれるコミュニティとなることを目指して活動している。その一環として、毎年6月の第4土曜日に、卒業生が集うホームカミングデーを開催している。本稿では2024年6月22日(土)に実施したホームカミングデー2024について報告する。

1. はじめに

1.1 デジタルハリウッド校友会とは

デジタルハリウッド校友会^[1](以下当会)は、デジタルハリウッド株式会社の15周年を記念し、2010年4月に設立された。その趣旨は、卒業生同士が発展的な交流を生み出し、新たな価値創造を行うというものである。

2022年4月に理事会および事務局の体制が変更となった際に、当会の趣旨や課題を改めて吟味した。その際、当会発足時の準備委員会にて合意された、ビジネス面や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となることを具体的なゴールとし、機能価値、情緒価値、未来価値の3つのバランスを踏まえながら活動することとなった^[2]。

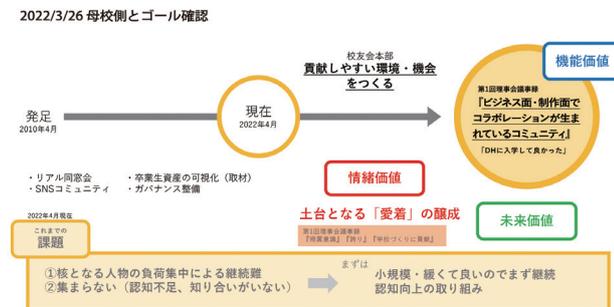


図1: 2022年6月度理事会資料より

1.2 ホームカミングデーとは

当会が主催するホームカミングデーとは、毎年6月の第4土曜日に行われる卒業生や修了生による大人の学園祭である。当日は卒業生らによる講演、ブース展示、懇親会などが繰り広げられ、多種多様な卒業生らがお互いの今を発信し合い、卒業してもなお新たな交流が生まれる場となることを目指している。

2. 2023年度からのバトン

ホームカミングデー初開催の2023年度のテーマは、卒業生が母校に再集結することを第一の目的とし、“BACK TO DIGITAL HOLLYWOOD”とした。来場者は204名であり、様々な世代、属性、出身校舎からの参加があった^[3]。初開催を経て、当イベントが目指すべきゴールは、卒業生が母校に集うことだけでなく、参加者同士がつながった実感を持たせたかどうかであるとの気づきがあった。これらがうまくゆくと、年1回のホームカミングデーの開催により、当会発足当時に合意された、ビジネス面や制作面でコラボレーションが生まれ

ている卒業生コミュニティが実現されていることになる^[2]。今後のホームカミングデーでは、つながりが発生し得る要素を必ず組み込むこととし、2024年度のテーマは“Reunion And Beginning”(再会し、そして始まる)とした。

3. 2024年度の仕掛け

上記の趣旨を踏まえ、つながりが発生し得る状況をより多くつくるためには、まずは卒業生の集客が第一であり、次に場の仕掛けづくりに注力した。

3.1 卒業生の集客

3.1.1 通年の広報活動

開催日程を毎年6月の第4土曜日に固定したことで、当会の日常活動の中で一年を通じて告知を行うことができた。また、初開催であった前年度の開催の様子をWEB記事^[3]およびアフタームービー^[4]にまとめ、カジュアルに参加できるイベントであることを視覚的に伝えることができた。

3.1.2 趣旨の明示

2023年度の初開催を通して本イベントの趣旨がより明確になったことから、2024年度は告知開始時から特設サイトにて、ホームカミングデーの趣旨を明示した^[5]。

また、キービジュアルとロゴのデザインを、デジタルハリウッド大学および大学院卒業生のtakio koizumi氏に依頼した。同氏は2023年度のブース出展者でもあり、校友会、ホームカミングデー、およびデジタルハリウッドの趣旨について深い考察を伴うコンセプトにて制作して下さった^[6]。同氏は「AIと人のポジティブな共存」というクリエイションに対する考えをお持ちであり、別途インタビュー記事にてキービジュアル等を制作した過程とともに同氏を紹介した^[7]。



図2: takio koizumi氏によるメインビジュアルとロゴ

3.1.3 母校での開催

開催場所について、第1回目である2023年度は、母校本部に隣接した一般のイベントホールで実施したが、2024年度はデジタルハリウッドの本部校舎である駿河台キャンパスで開催することができた。卒業生にとって、久々にデジタルハリウッドの様子を覗きに行くという理由を付加することができた。

3.1.4 会いたい人に会えるイベント

新たな人脈づくりができる場であることをより明示するため、ホームカミングデーにあれば会いたい人に会えるという趣旨を特設サイトに掲出した。具体的には以下の3点である。

(1) インタビュー記事になった卒業生に会える

当会の日常活動の一つに、卒業生のインタビューがある^[1]。ホームカミングデー開催にあたり、直近1年間でインタビューした卒業生を招待した。その際、来場者と交流したい旨のメッセージをいただき、特設サイトに掲出した。インタビュー記事もリンクさせ、どのようなキャリアや価値観を持った人物が来場するかを明示した。



図3：インタビューした卒業生からの来場メッセージ（一部）

(2) 卒業生の中でも一目置かれる卒業生に会える

卒業生の講演であるAlumni Sessionは、聴講者にとって学びになったり刺激を受けるような機能的価値に重きを置くものとして初年度より実施している。今回は、米国 Industrial Light & Magic(ILM)にて Senior Generalist Artistである山田義也氏と、2024年アカデミー賞長編アニメーション映画賞にノミネートされた『二モナ』にて主人公ほかキャラクターを制作した和田元子氏に、海外有名企業における仕事のプロセスや創作における価値観などをお話いただいた。

(3) 面白いことをしているブース出展者に会える

ホームカミングデーの特徴的なコンテンツの一つに卒業生によるブース展示がある。第2回目である今回は、事前に特設サイトにて、出展者名(アーティスト名)と出展内容を公開した。

3.2 つながりが発生し得る仕掛け

当日来場者が何某かのつながりを得られるよう、当日のコンテンツや演出を設計した。例えば以下の4点である。

(1) 当日コンテンツ

スクール修了生、大学卒業生、大学院修了生という、出身校の特性によるセグメントがあることに配慮し、機能的要素と情緒的要素のバランスに注意した^[2]。大きくは前回は踏襲し、卒業生による講演、卒業生によるブース展示、卒業生だけでなく在学生や友人、家族等も参加できる懇親会、在学生が案内するキャンパスツアー、アプリケーションの概念が生まれる前の時代の卒業生を主な対象としたLabProto体験等である^[8]。



図4：当日の様子（一部）

(2) 当日ツール

前回は踏襲し、来場者は自身の属性を示すシールを衣服に貼付することとした。シールの内容は、出身校、職種(デザイナー、フリーランスなど)、話しかけてもOK!という目印、フリー記入欄などである。昨年度および今年度のアンケートから、このシールが目印となり交流がしやすかったというコメントが散見されたことから、一定の効果があると考えられる。

そのほか、名刺を交換したり、展示ブースでチラシを受け取ることを想定し、来場者全員に当イベントのロゴマークが印刷されたカードケースとトートバッグを配布した。



図5：属性シール

(3) 館内演出

来場者が自身の入学年度に名刺やメッセージを貼付する足あとボードを今回も設置した。今回はデジタルハリウッドが30周年を迎える年であったことから、デジタルハリウッドの歴史をデザインのベースとした。来場者を可視化するだけでなく、各自が母校の大きな流れの中でどこに位置するのかを認識できるコンテンツとなった。



図6：足あとボード

(4) スタッフィング

前回初めてホームカミングデーを開催してみて、そのゴール、参加者同士が繋がった実感を持ってたかどうかであると整理した。それを受け当会の役員は、その役割を、自身が知っている来場者同士をつなぐメディアイーターであるとした。2024年度の役員は、根鈴啓一(会長)、稲益彩香(副会長)、小林英恵、座間味涼子、平野北斗、藤吉香帆、山本隆三、吉井朋(理事)の8名であり、事務局は、榎木野綾子(事務局長)、藤原健太、桂亜沙美、田畑亜希子の4名であった。

また今回は、受付および誘導に10名、撮影に3名、キャンパスツアーに9名の計22名の学部生のサポートがあった。協力卒業生等を含めるとスタッフ総勢57名という大所帯で運営することができた^[9]。協力学部生からは、改めてデジタルハリウッドの層の広さを体感した、すべての人からデジタルハリウッドに対する愛を感じ感動した、などの感想が届き、在学生の母校への帰属意識の向上や在学生と卒業生をつなぐ策として有効な取り組みとなった。



図7：当日運営スタッフ集合写真

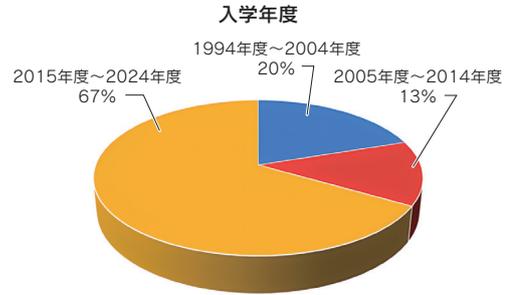


図8：来場者集計

特筆すべきは、最初の10年間である1994年度～2004年度の入学者が、次の10年間である2005年度～2014年度の入学者を上回っていることである。今回はデジタルハリウッドが30周年を迎えることから、原点回帰として2000年前後にデジタルハリウッドで学んだ修了生の召集にも力を入れた。特にデジタルハリウッドで一番長く運営しているスクール本科の2期生や、U.S.A.校(dhima: Digital Hollywood Institute of Media Arts)出身者の参加が多数あった。デジタル黎明期から約四半世紀をデジタルコミュニケーションで切り拓いたレジェンドたちが、二十数年振りに再会を果たすとともに、後進者にとって貴重な出会いの場となった。

4.2 来場者アンケート

来場者アンケートの回答率は、309名中118名の38.2%であった。満足度については大変満足はどちらも52.5%、満足を43.2%、普通が4.2%、やや不満および不満はどちらも0%であった。大変満足と満足を足すと95.7%であり、昨年度は同項目の合計が83.9%(回答数31、回答率15.2%)であったことから、イベントの質をある程度向上させることができたと考える。

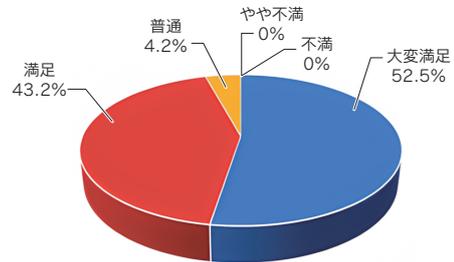
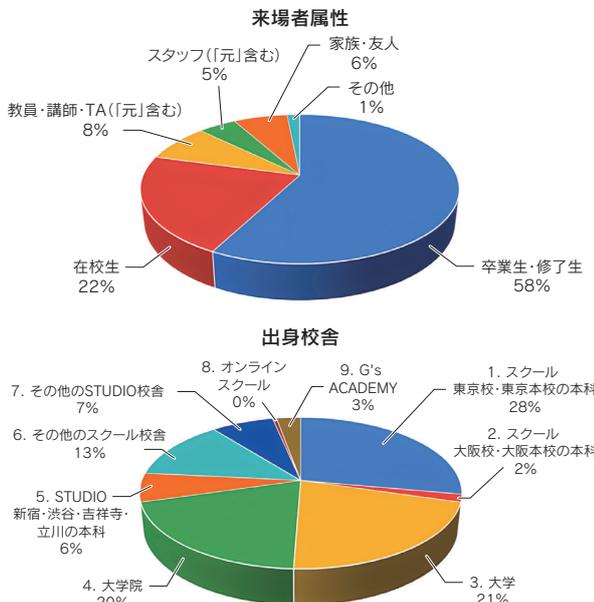


図9：来場者満足度

4. 結果

4.1 集客の内容と質

総来場者数は、2023年度は204名であったが、2024年度は309名と、100名ほど増員することができた。その内訳は図8のとおりである。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年間の入学者、次の10年間、直近の10年間に区分けしたところ、直近の10年間の入学者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。



また、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

1. 楽しかった	94	79.7%
2. 刺激になった、勉強になった	63	53.4%
3. 知り合いや恩師に会えた	50	42.4%
4. 新しい知り合いや人脈が増えた	34	28.8%
9. 来年も来場したいと思った	31	26.3%
5. コラボレーションにつながった、つながりそう	13	11.0%
6. 仕事につながった、つながりそう	9	7.6%
8. 来年は自分も出展または出演したいと思った	8	6.8%
7. このあとは今日のホームカミングデーで会った人と飲みに行く	3	2.5%
10. 特にな	2	1.7%
11. その他(自由回答)	2	1.7%

この結果から満足度の中身としては、楽しかった(79.7%)という情緒的要素と、刺激になった、勉強になった(53.4%)という機能的要素のバランスが、ある程度取れていたことが窺える。

第1回の開催を通じて見出した、参加者同士が繋がった実感を持ってたかどうかという点については、知り合いや恩師に会えた(42.4%)という再会的な要素と、新しい知り合いや人脈が増えた(28.8%)、コラボレーションにつながった、つながりそう(11.0%)、仕事につながった、つながりそう(7.6%)という新しいつながりの発生的要素がある。この3点のいずれかに回答した者は34名(28.8%)であった。これらの数字の良し悪しは、イベント当日の状況のみをもって一概に判断できるものではないが、引き続きこの機能的要素を意識しながら当イベントを実施してゆく。

4.3 出展者アンケート

今年度はブース出展者にもアンケートを実施した。回答率は、出展者35団体内15団体の42.9%であった。1ブースあたりの平均来場者数は24.9名であり、どのようなコミュニケーションがあったかについては以下のとおりであった。

※複数回答可

自身の作品・商品・サービス等を閲覧や体験してもらい、ユーザーの反応を得ることができた	11	73.3%
他の出展者と知り合いになれた	11	73.3%
名刺交換や連絡先の交換をした	8	53.3%
チラシなど自身の展示に関する情報が渡された	6	40.0%
自身の作品・商品・サービス等を購入してもらえた	5	33.3%
コラボレーションやプロジェクトへ発展できそうなアイデアベースの会話ができただ	4	26.7%
コラボレーションやプロジェクトへ具体的に発展することになった、もしくはなりそう	3	20.0%

具体的な内容について差し支えない範囲で回答いただいたところ、実際にサービスの対象となり得るユーザーにリーチすることができた、ブースを訪れた方と理念が合致し共同研究ができそう、来場者にクリエイティブ職が多いので有意義な情報交換となった、大学生(在学生)の感触が掴めた、などデジタルハリウッド卒業生特有の利点があることが顕在化した。

5. 考察と今後

5.1 卒業生が母校に集う装置

ホームカミングデー開催の発端はイベント実施時の集客難にあった。まだ2回の開催であるが、来場者が204名から309名に増加した。また、母校30周年記念企画として、来場者が母校にお祝いの言葉を述べる映像を撮影したところ、来場のきっかけとして、昨年度参加して楽しかったから来た、知り合いに誘われたから来た、という声が多数寄せられた。これらのことから、ホームカミングデーは卒業生が定期的に集う装置として機能し始めていると考えられる。

5.2 新たなつながりの発生

当会およびホームカミングデーの最終目的は、卒業生が集まったその先に新しい発展が生まれることである。もちろん必ず発展しなければならないということではなく、操作できるものでもない。しかしデジタルハリウッドを通過した人々というのは、既存の枠にとらわれず何か面白いことをやってやろうという気概に満ちている。まさに現在のタグライン「みんなを生きるな。自分を生きよう。」や、校是「すべてをエンタテインメントにせよ!」を体現している人々である。そんな卒業生たちが再会もしくは新たなつながりを持つことによつて起こる化学反応は計り知れないものがある。

実際にホームカミングデーをきっかけに、就職・転職が決まった、去年のホームカミングデーで知り合って今年は協働した作品を発表した、などの情報も届いている。今後はホームカミングデー当日に発生したつながりをベンチマークにしてゆくのはもとより、その先の発展について情報収集をしてゆく。

5.3 コミュニティの醸成は一日にして成らず

最後に、当会が活動を続けてゆくにあたり、忘れてはならない点がある。昨年の寄稿でも述べさせていただいたが、「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。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、中長期的な視点を持って、地道に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10: 懇親会“Alumni Gathering”での集合写真

参考文献

- [1] デジタルハリウッド校友会: "デジタルハリウッド校友会ホームページ"
<https://dhaa.jp/> (参照2024年10月1日).
- [2] デジタルハリウッド大学メディアサイエンス研究所: "デジタルハリウッド大学 研究紀要『DHU JOURNAL Vol.10 2023』【報告】「ホームカミングデー2023」から見出した新たな起点"
https://msl.dhw.ac.jp/wp-content/uploads/2023/12/DHUJOURNAL2023_P065.pdf (参照2024年10月1日).
- [3] 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2024年10月1日).
- [4] デジタルハリウッド校友会 YouTubeチャンネル: "ホームカミングデー2023 アフタームービー"
<https://youtu.be/e-9O2JVUFwE?si=tPMEzkRml6x686a8> (参照2024年10月1日).
- [5] デジタルハリウッド校友会: "ホームカミングデー2024 特設サイト"
https://hcd.dhaa.jp/2024_tokyo (参照2024年10月1日).
- [6] デジタルハリウッド校友会: "ホームカミングデー2024 メインビジュアルについて"
https://hcd.dhaa.jp/2024_tokyo/mainvisual (参照2024年10月1日).
- [7] デジタルハリウッド校友会: "AIと人が共創し、ポジティブな未来を描く。挑み続けるAIアーティストの創作論"
<https://dhaa.jp/interview/takiokoizumi/> (参照2024年10月1日).

[8] デジタルハリウッド校友会: "【開催レポート】309名が母校で再会したホームカミングデー2024 | 海外で活躍する卒業生クリエイターも来場!"

<https://dhaa.jp/postscript/hcd2024/> (参照2024年10月1日).

[9] デジタルハリウッド校友会: "ホームカミングデー2024の成功を支えた運営スタッフ57名 | デジタルハリウッド卒業生・在校生の「母校への思い」とは?"

https://dhaa.jp/postscript/hcd2024_staff/ (参照2024年10月1日).