

# デジタルハリウッドSTUDIO専科Webデザイナー専攻と 大学生のキャリアデザイン

The Web Designer Course by Digital Hollywood STUDIO and Career Design after Graduating from University

鳥井 美沙 TORII Misa

デジタルハリウッドSTUDIO  
Digital Hollywood STUDIO

デジタルハリウッドSTUDIOが展開する専科Webデザイナー専攻への入学を検討している大学生の特徴と、入学時に行っているスクール説明会と、専科Webデザイナー専攻のカリキュラムの現状とを報告する。

キーワード：大学生、キャリアデザイン、就職活動、柔軟な専門性、Web デザイン

## 1. はじめに

### 1.1 問題意識

筆者は、約2年間で200人以上に、デジタルハリウッド株式会社が設置するクリエイター養成専門スクール「デジタルハリウッドSTUDIO」の入学検討者に向けた説明会において、毎回個別に約1時間半～2時間のキャリアカウンセリングを行ってきた。そのなかで、大学生検討者のカウンセリングに難しさを感じている。

本稿で、大学生のキャリアデザインについてと、デジタルハリウッドSTUDIOが展開する専科Webデザイナー専攻のカリキュラムの状況とをまとめることにより、講師や教育機会を提供している方の参考となれば幸いである。

## 2. デジタルハリウッドSTUDIOについて

### 2.1 デジタルハリウッドSTUDIOとは

デジタルハリウッドSTUDIOは、デジタルハリウッド株式会社が展開する「好きなことを、好きな時間で、好きな場所で、自分らしく学ぶ。」今までにない"ラーニングスタジオ"をコンセプトにした、目的や地域に特化した学習スタイルを提供するプラットフォームである。現在は、全国に23拠点を展開している(2020年9月現在)。そのうち5校が直営校舎、18校が提携企業の運営によるもので、Webデザイン、動画編集、CGなどの分野を学ぶことができる。自身のライフスタイルに合わせた学び方ができることが、デジタルハリウッドSTUDIOの特徴である。クラス授業、オンライン授業、個別指導を併用しているため、自分のペースで学習を進めることが可能である。各校舎にはトレーナーが常駐し、分からないことがあればその場で指導を受けられるので、スムーズにスキルを習得できる。このようにして、就業・就学中の方や、子育て中の方など、幅広い年代の様々なライフスタイルの方々に通いやすい学習の設計となっている。

2020年4月時点において、受講生の約78%が20～30代で、受講生のうち女性が約75%を占める。職業は会社員・会社経営が約61%、学生が約6%である。6%の学生は、大学や専門学校で学びながら、デジタルハリウッドSTUDIOでデジタルクリエイティブのスキルを習得している。受講生の通学目的は様々だが、未経験からの就職・転職、フリーランスを目指す人が多い。

デジタルハリウッドSTUDIOの主要コースは、6か月間でWebデザイナーを目指す専科Webデザイナー専攻である。他にも、3か月で動画編集と動画マーケティングのスキルを身につける専科ネット動画ディレクター専攻、3DCGを好きなきに、好きなだけ、できるま

でトレーニングできるCGGYMなどがある。本稿では、入学検討者及び受講生の大半を占める専科Webデザイナー専攻について見ていく。

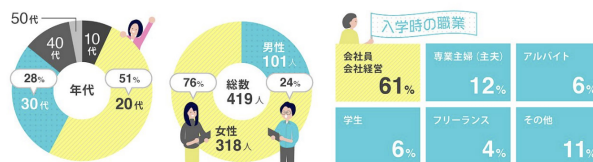


図1: 2020年4月時点のデジタルハリウッドSTUDIO受講生データ<sup>[1]</sup>

### 2.2 デジタルハリウッドSTUDIOスタッフの業務内容

デジタルハリウッドSTUDIOスタッフの業務は多岐にわたるが、大きくは認知獲得、認知定着・ブランディング、CRM (Customer Relationship Management、顧客関係管理)、コミュニティマネジメント、企業ミッションの達成の5つに分類される。

カテゴリ	アクション1	アクション2	アクション3	顧客体験
認知獲得	PR	プレスリリース	Web作成、SEOなどWeb設計	デジタルハリウッドSTUDIOを知る
認知定着・ブランディング	SNS, Web更新などのテキストコミュニケーション	紹介動画などのビジュアルコミュニケーション	キャンペーン開発	他校との違いを認識する
CRM (顧客関係管理)	カウンセリング/問い合わせ対応	メール追客	Web広告、Google AnalyticsなどのWeb追客・分析	入学の意思決定を行う
コミュニティマネジメント	学校運営	個別フォロー		デジタルコミュニケーション手法を身につける
企業ミッションの達成	個別フォロー	企業とのマッチングイベント		企業の課題を解決し、社会を前進させるための準備ができる

図2: デジタルハリウッドSTUDIOスタッフの業務内容

認知獲得のカテゴリには、PRやプレスリリースなどの業務、認知定着・ブランディングのカテゴリにはSNSやキャンペーンの開発などが当てはまる。CRMには説明会でのカウンセリング、入学検討者へのメール返答、Web広告などがある。「3. 大学生の入学検討者について」では、このうちCRMに分類される説明会でのカウンセリングに着目する。コミュニティマネジメントのカテゴリには、学校運営、個別フォローなどが当てはまる。「5. 専科Webデザイナー専攻について」では、学校運営の基盤となるカリキュラム設計について述べる。

### 3. 大学生の入学検討者について

#### 3.1 大学生の入学検討者とは

図1で示したように、デジタルハリウッドSTUDIOに通う受講生の約6%が学生である。彼らは学生として4年制大学で別の専攻を学びつつ、大学の外で、Webデザインなどのスキル習得のために受講している。

文系学部だが課外活動や授業でillustrator、Photoshopに触れて興味を持つ人もいれば、高校生のときからデジタルハリウッド大学や美術大学・芸術大学に興味を持っていた人もいる。大学で美術系・芸術系を専攻しているものの、大学ではWebデザインやコーディングは学ばないがために通学する人など、様々である。就職活動を通じてクリエイティブ職に興味を持って学び始める3-4年生も多い。

#### 3.2 大学生の就職意識とは

「2020年卒マイナビ大学生就職意識調査」によると、学生の企業選択のポイントについて、「安定している会社」(39.6%、前年比6.6pt増)が「自分のやりたい仕事(職種)ができる会社」(35.7%、前年比2.4pt減)を抜き、2001年卒から開始した集計方法以来、初めてトップになった。その他にも、前年よりも数値を伸ばした項目として、「給料の良い会社」(19.0%、前年比3.6pt増)や、「休日、休暇の多い会社」(12.2%、前年比2.1pt増)があり、安定を求めるとともにワークライフバランスが成立するような職場で働きたい傾向が読み取れる<sup>[2]</sup>。

#### 3.3 専科Webデザイナー専攻・大学生検討者の現状

専科Webデザイナー専攻への入学を検討している大学生の特徴や現状について、良い点が2つ、課題点が2つある。

まず、良い点については、Webデザインのスキルを身につけることで就職活動の選択肢が広がることである。図3で示したように、Webデザイン関連の仕事には、Web制作会社はもちろん、プラットフォーム、一般の企業に勤め、その企業のあらゆる商品・サービスのデザインに携わるインハウステデザイナー<sup>[4]</sup>、Webマーケターなど、様々な業界や職種がある。つついWebデザイナーというWeb制作プロダクションをイメージしがちだが、それ以外の就業の選択肢が多くある。この選択肢を持てることが大学生でWebを学ぶ利点である。

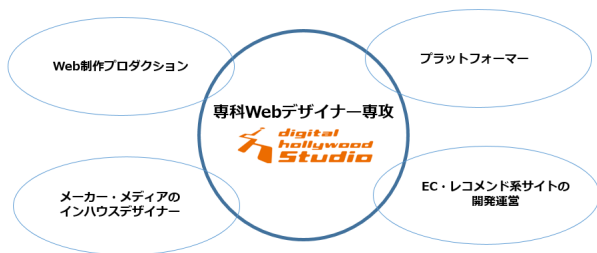


図3: Web業界のカテゴリ分け

2つ目は、就職活動や課外活動を通し、好きなことを仕事にしたいと思っている点である。2019年度、デジタルハリウッドSTUDIO渋谷、新宿、吉祥寺の3校舎の大学生検討者の平均年齢は21歳である。就職目的の人は約60%で、残りの約40%は、大学での勉強に対するスキルアップ、起業、フリーランスなどの目的で入学している。

一方、職種・業種など、業務イメージが乏しいことが課題として挙げられる。大学生の入学検討者は社会人の入学検討者に比べると、図3で示したWeb業界の全体像はもちろん、実際の業務内容や働き方へのイメージ、理解が乏しいことがほとんどである。

大学院進学とWebデザインの学習、プログラミングとWebデザインの学習など、複数の進路で迷っている人が多いことも課題であ

る。社会人の検討者の場合は、Webデザインを勉強しようと思っ学校説明会に参加することが多いが、大学生の場合は進路相談で来る人も多い。そのため、大学院進学とWebデザインの学習や、プログラミングとWebデザインの学習など、他の学習分野と迷っていることも特徴である。興味はあるが、学習意欲にまで気持ちが高まっていないこともある。

### 4. スクール説明会について

#### 4.1 スクール説明会の概要

デジタルハリウッドSTUDIOでは、入学を検討している人に対し「スクール説明会」を行っている。1対1の対面を実施するカウンセリングで、1時間半～2時間にわたる。

スクール説明会の流れ

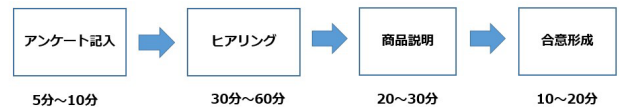


図4: スクール説明会の流れ

約2時間の時間の内訳は図4のようになる。まず初めにアンケートに記入してもらい、そのアンケートに基づいたヒアリングを行う。ヒアリングが最も重要で一番時間をかける。Webデザインに興味を持ったきっかけ、希望の就業形態や業界から、コース選択、学習計画にまで落とし込む。

デジタルハリウッドSTUDIOでは、多数のコースを開講しているため、どのコースを説明すればいいのかが明確になることがヒアリングの一つの目安である。ここで信頼関係を構築することも重要である。下記がアンケート項目の一例である。

#### <アンケート項目例>

- 現在の職業
- デジタルハリウッドを知ったきっかけ
- 検討している受講分野
- 受講の目的
- 学び始める時期
- 受講希望曜日
- 受講希望時間
- 希望予算
- 他に検討しているスクールの有無

ヒアリング後は商品説明となり、資料を見せながら具体的にコースの詳細について話していく。ヒアリングと商品説明で合意形成が取れたら、受講申込書の記入で成約となる。

#### 4.2 スクール説明会の現状

スクール説明会の現状を見ると、良い点と課題点が、それぞれ2つずつ挙げられる。まず、スクール説明会では時間をかけて話すため、入学後のコミュニケーションも取りやすいことは良い。1対1の対面で2時間ほど話すので、その人の人柄や人となりや掴める。図4で示したヒアリングでも、検討者との信頼関係の構築に気を付けている。1対5-6名の合同説明会と比較すると、スタッフと検討者の信頼関係が築きやすい。

次に、一人ひとりに合った提案ができるのも良い点である。1対1の対面で行うことで、その人のキャリアプランや生活スタイルに合わせたコース、キャリアプラン、学習計画の提案が可能である。大学生の入学検討者の場合、学習スケジュールや大学の履修やアルバイトのスケジュールも一緒に考えることもある。

反対に、カウンセラーによって成約率に個人差が出るのが課題

である。1対1の対面で行っているため、どうしても成約率に個人差が出てしまう。研修を行ったり、困ったときは他のメンバーにアドバイスをもらったり、役立つ情報を社内でも共有したりしている。

もう一つの課題として、大学生入学検討者の成約率が低いことも挙げられる。デジタルハリウッドSTUDIO渋谷、新宿、吉祥寺のスタッフの2019年度の成約率を見ると、全体の平均は約55%であるのに対し、大学生は約41%と14%も低くなっている。「3.3専科Webデザイナー専攻・大学生検討者の現状」でも見たが、大学生にあった質問やカウンセリングがなされていない可能性もあると言える。

## 5. 専科Webデザイナー専攻について

### 5.1 専科Webデザイナー専攻の概要

専科Webデザイナー専攻は、6か月間で即戦力としてWeb業界で活躍できるWebデザイナーを育成するコースで、毎月1日に開講している。教室で講義を受け自宅で復習する従来の授業とは反対に、自宅で動画による講義を受け、教室では学んだことをもとに議論や発展的な課題に取り組む順序で進める学習方法「反転学習」を取り入れている。

1～4か月目は、「オンライン学習システム」での講義と、現役Webデザイナーによる個別指導・課題添削が受けられる「個別トレーニング」でWebサイト制作に必要な知識・技術を身につけていく。単元ごとの課題や中間課題のWebサイト制作を踏まえ、5～6か月目は卒業制作として、オリジナルのWebサイト制作を行っていく。自身のポートフォリオサイトやクライアントのWebサイトを制作するケースが多い。月曜の休館日以外は指定時間に現役Webデザイナーのトレーナーが校舎にいるため、受講生は好きなときに校舎に来て質問ができる。新型コロナウイルス感染症拡大を受け、2020年4月より、チャットやビデオ会議での個別指導も受けられるようになった。

上記と並行し、オンライン学習システムでの講義では補えない、実践的な内容や応用技術は「ライブ授業」として座学で学んでいく。



図5：専科Webデザイナー専攻のカリキュラム

デジタルハリウッドSTUDIOは、ブランドメッセージとして「自分を生きよう。自由に生きよう。LIVE YOUR OWN LIFE」を掲げている。ただWebデザインのスキルを身につけるだけでなく、これまでの自身のバックグラウンドにとらわれることなく、自分らしく学ぶ、自分らしく働くことを実現し、自身でライフスタイルを選択してほしいという願いを込めたメッセージである<sup>[3]</sup>。

専科Webデザイナー専攻では、フリーランスを目指す人のための「フリーランススタートアップバック」、現在の仕事に必要な人に向けた「Web担当者プラン」、現職のグラフィックデザイナーなど経験者に向けた「グラフィック経験者プラン」、在学中に実際の案件に挑戦

する「超実践型就職・転職プラン」、大学生に向けた校舎利用時間の制限があり卒業制作がない「大学生Wスクールプラン」、在宅ワーク・フリーランスを目指す主婦・ママに向けた平日日中開講の「主婦・ママクラス」などの各種プラン・コースがある。どのプラン・コースがその人にとってふさわしいのか判断するのも、図4で見たヒアリングのポイントである。

### 5.2 専科Webデザイナー専攻のカリキュラムの現状

専科Webデザイナー専攻のカリキュラムの現状を検討すると、良い点が3点、課題点が2点ある。まず、良い点としては、自分のライフスタイルに合ったコース選択や学び方が可能なことである。前節で述べたように、校舎にはトレーナーが常駐しているので、仕事終わりや休日など、自分の生活リズムに合わせての通学が可能である。専科Webデザイナー専攻 主婦・ママクラス、専科Webデザイナー専攻 フリーランススタートアップバック、専科Webデザイナー専攻 超実践型 就職・転職プランなど、様々なプランやクラス選択があり、自分が目指したいキャリアに適切なコースを選択できる。

2点目は、実際のWeb業界や企業との接点があることである。図5でも見て取れるように、ライブ授業は株式会社資生堂、株式会社サイバーエージェント、株式会社Ad Listingなど、Web関連の企業による授業がある。校舎で指導するトレーナーも、フリーランス、自営業、会社員などWeb業界で実際に活躍している人である。そのため、実際にWebデザインを仕事にしている人から身近な環境で学ぶことができる。

最後に、卒業制作で学習のレベルが深まるのも良い点である。図5にも示したが、専科Webデザイナー専攻では、名刺作成、パンフレット作成、Webサイトデザイン、Webサイトのコーディングなど、単元ごとに「ワーク課題」と呼ばれる課題がある。トレーナーからの添削や必要によっては再提出でスキルを高めていく。ワーク課題は与えられたお題に対しての制作物だが、5～6か月目で制作する卒業制作は、自身で企画、デザイン、コーディング、プレゼンテーションまで行うため、スキルを体得し、自分のものにできる。

反対に課題点としては、大学生Wスクールプランが大学生に適切なカリキュラム設計になっていないことと、学習に必要なシステムが複雑で頼ることがあることが挙げられる。まず、専科Webデザイナー専攻大学生Wスクールプランについては、平日のみの校舎利用、卒業制作なし、ライブ授業の受講はないなど、制限が多い。実際に選択をする大学生も少ない。上で述べた卒業制作から学習のレベルが深まる点を考慮しても、学習効果が大学生にとって十二分とは言えない可能性がある。

学習に必要なシステムの煩雑さも、以前から抱えている課題である。筆者が約2年間デジタルハリウッドSTUDIOの運営に携わってきたなかで、入学月が同じ受講生に合同で行う入学オリエンテーションで学び方の説明をしても、理解が難しい受講生がいることもあった。学習意欲にも関わらず、スムーズに学習を始められることは重要であると考えられる。

## 6. 教育と仕事の領域における日本の社会構造

ここで、専科Webデザイナー専攻のカリキュラムを再考するにあたって、現代社会でどの立ち位置なのかを把握するために、日本の社会構造にも触れる。

本田由紀によると、高度経済成長期から安定成長期にかけて日本独自の循環のあり方を持つ社会構造「戦後日本型循環モデル」が成立したが、バブル崩壊とともに破綻する(図6)。それまでは、教育・仕事・家族という3つの社会領域の間に、ある社会領域のアウトプットを次の社会領域のインプットとして注ぎ込む矢印が一方向的に作用していたが、バブル崩壊によりうまく資源を流し込めない矢印が現れている状態になった<sup>[5]</sup>。仕事の世界の変容を主な原因として、教育の世界から仕事の世界にスムーズに入っていける層が細くなったのだ<sup>[6]</sup>。

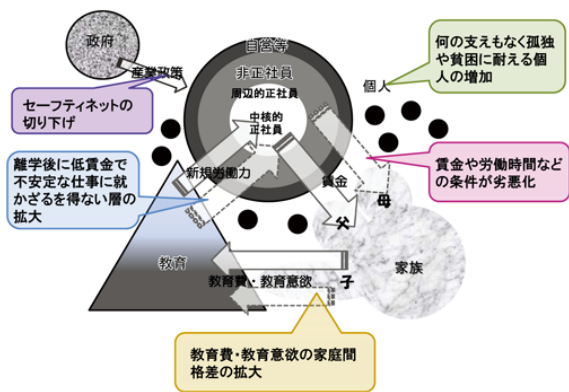


図 6：戦後日本型循環モデルの破綻<sup>[7]</sup>

このような現状への対処として、本田は社会領域間を結ぶ矢印が双方向である新たな社会モデルを提案している(図7)。

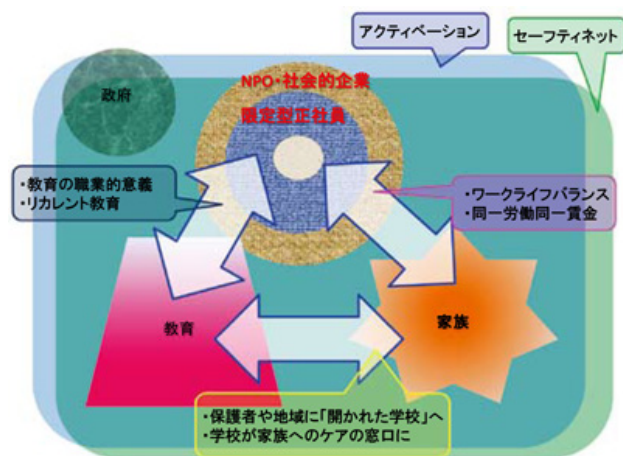


図 7：新たな循環モデル<sup>[7]</sup>

教育と仕事の関係に関しても、教育が卒業生を次々に送り出せば会社が受け取ってくれていたという従来の関係ではなく、教育と仕事との間に、教育内容に関する対話や、あるいは一度仕事に就いた後に再度教育を受けるといったリカレント教育の流れを拡充してゆく必要があると主張している<sup>[8]</sup>。

## 7. 専科Webデザイナー専攻についての再考

### 7.1 専科Webデザイナー専攻のカリキュラム、学校説明会、大学生との相关性

専科Webデザイナー専攻をめぐる現状をまとめると、図8のようになる。学校説明会で一人ひとりの入学検討者からヒアリングし、デジタルハリウッドSTUDIOのブランドメッセージ「自分を生きよう。自由に生きよう。」を個々に伝え、それぞれに合った学習計画やコース提案ができています。

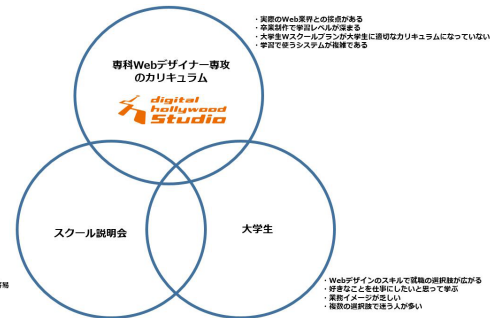
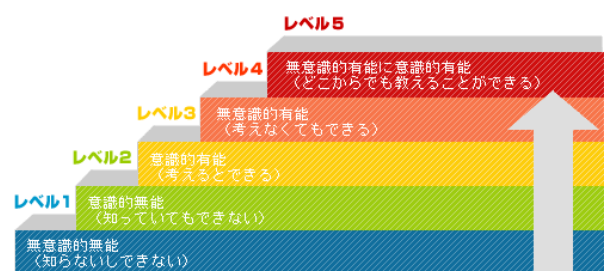


図 8：専科 Web デザイナー専攻のカリキュラム、学校説明会、大学生との相关性

### 7.2 現状の取り組みについて

専科Webデザイナー専攻のカリキュラムを再考すると、下記の3つのことが言える。まず、学習の5段階レベルのレベル4まで学ぶ。NLP用語集によると、学習には全部で5段階のレベル(図9)がある。



### 学習の5段階レベル

図 9：学習の5段階レベル<sup>[9]</sup>

学習の段階において、レベル1は、知らない上にできない状態で、無意識的無能と呼ぶ。レベル2は、知識を得たが、それを実践することはできない状態である意識的無能である。レベル3は、意識しなくても自動的にあることを実践することができる状態である意識的有能だ。レベル4は、無意識的有能と言い、物事を考えずにできる状態である。レベル5は無意識的に行っていることを、意識して人に教えることができる状態を指し、無意識的有能に意識的有能と言う<sup>[9]</sup>。

図5にも示したが、専科Webデザイナー専攻では、名刺作成、バナー作成、Webサイトデザイン、Webサイトのコーティングなど、単元ごとに「ワーク課題」と呼ばれる課題がある。トレーナーからの添削や再提出があるため、ワーク課題を制作することによって、受講生は意識的無能のレベル1から意識的有能のレベル2に学習のレベルを上げることができると言える。

最後の2つの課題である中間課題、卒業制作では、自らWebサイトのデザインを考えたりする。トレーナーに不明点を聞きながら進めるため、レベル3の意識的有能と、レベル4の無意識的有能を行ったり来たりしている。一人でひと通り卒業制作を終えた段階では、レベル4に達している人が多いことは分かっている。業界で即戦力として求められるのは、レベル4の無意識的有能、またはレベル5の無意識的有能に意識的有能であろう。

専科Webデザイナー専攻のカリキュラムは、教育と仕事の領域のつなぎ目を担っているとも言える。現役Webデザイナーの講師やWeb系企業の授業を受けられることから、仕事の領域と密接に関わりながらWebデザインの勉強をすることができる。教育機関で学んだ内容と実務で求められる内容の差異が危惧されることもあるが、図5でも示したように、実務に近い環境で学ぶことができる。

### 7.3 これからの課題

以上を踏まえ、これからの課題として挙げられるのは、大学生向けのスクール説明会の見直しと、専科Webデザイナー専攻大学生Wスクールプランのカリキュラム編成である。

大学生向けのスクール説明会の見直しについては、「4.2 スクール説明会の現状」でも見たように、大学生入学検討者の成約率は他の属性と比べると14%ほど低くなっている。大学生の入学検討者は、社会人の入学検討者よりも働くことに対する価値観が曖昧な場合もあるので、仕事観について深掘りをしたり、業界の全体像をより丁寧に話したりする必要がある。正社員、業務委託、自営業など、働き方の選択肢やそれぞれの特徴も伝え、Webデザイナーとして働く姿をイメージさせる必要があるだろう。

2つ目の専科Webデザイナー専攻大学生Wスクールプランのカリキュラム編成については、「5.1 専科Webデザイナー専攻の概要」で見たように、大学生に向けた校舎利用時間の制限があり、卒業制作がない「専科Webデザイナー専攻大学生Wスクールプラン」がある。しかし、「5.2 専科Webデザイナー専攻のカリキュラムの現状」で見た通り、コース選択をする大学生も少なく、改善の余地があると言える。例えば、専科Webデザイナー専攻フリーランススタートアップバックは、フリーランスを目指す検討者に向け、フリーランスで一番始めやすいバナー制作に特化して学ぶ「バナー受注会社監修のバナー制作講座」や個人と法人の違いや自分の市場価値について学ぶ「フリーランスになるためのお金の教養講座」がついており、このコースを選択する人も多い。このように、大学生Wスクールに通う大学生に適切なカリキュラムや講座内容を拡充していく必要がある。

いい点は踏まえつつ、自分らしく働く人を増やすために、現状の課題に対してこれから取り組んでいきたい。

### 謝辞

本稿のきっかけとなった講演の機会をいただいた、立命館アジア太平洋大学アジア太平洋学部の清家久美教授をはじめとする研究室の皆さんに、厚く御礼を申し上げ、感謝する次第です。

### 参考文献

- [1] デジタルハリウッドSTUDIO: "アフターコロナの働き方が見えてくる! Webデザイナーの働き方ミライ予想図" <https://www.dhwstudio.com> (参照2020年7月31日).
- [2] 株式会社マイナビ: "2020年卒マイナビ大学生就職意識調査" [https://www.mynavi.jp/news/2019/04/post\\_19872.html](https://www.mynavi.jp/news/2019/04/post_19872.html) (参照2020年7月26日).
- [3] デジタルハリウッド株式会社: "プレスリリース デジタルハリウッドSTUDIO ブランドメッセージ「自分を生きよう。自由に生きよう。」特設サイト&キャンペーンを展開中" <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001717.000000496.html> (参照2020年9月16日).
- [4] デジタルハリウッド株式会社: "Webデザイン関連 | インハウス | 働き方図鑑" <https://school.dhw.co.jp/workstyle/in-house/webdesign.html> (参照2020年9月17日).
- [5] 本田由紀『もじれる社会一戦後日本型循環モデルを超えて』筑摩書房(2014年), 67頁.
- [6] 葛西耕介「教育と国家」岡田昭人編『教育学入門—30のテーマで学ぶ—』ミネルヴァ書房 葛西耕介『教育学入門—30のテーマで学ぶ—』ミネルヴァ書房(2015年), 89-90頁.
- [7] 独立行政法人労働政策研究・研修機構: "講演1 社会構造の変容と若者の現状: 第61回労働政策フォーラム 若者は社会を変えるか—新しい生き方・働き方を考える—" [https://www.jil.go.jp/event/ro\\_forum/20120630/houkoku/01\\_honda.html](https://www.jil.go.jp/event/ro_forum/20120630/houkoku/01_honda.html) (参照2020年7月30日).

[8] 本田由紀『もじれる社会一戦後日本型循環モデルを超えて』筑摩書房(2014年), 88-89頁.

[9] NLP学び方ガイド: "NLP用語集 学習の5段階レベル" <https://www.nlp.co.jp/000015.php> (参照2020年9月17日).

[10] 松本浩司:『青年期における学業への中核的な動機づけとしての向社会的/職業的自己実現:〈内発神話〉を乗り越えて』名古屋学院大学論集 社会科学篇(2018年), 55(2), 231-259頁.

[11] デジタルハリウッド株式会社: "デジタルハリウッドの専門スクール" <https://school.dhw.co.jp> (参照2020年7月31日).