



State of Creativity Report 2024

アドビ、共著：エデルマン・データ &
インテリジェンス、Havas Play

はじめに

もう避けようがありません。私たちが働く世界は数年前とは一変しました。クリエイティブ業界には大きな夢を描く人やトレンド予測で世界的に有名な人が多数いましたが、今日のような仕事の形、とりわけ世界的なパンデミックが残した遺産について予想できた人は誰一人としていませんでした。急速なテクノロジーの進歩と生成AIの出現が加わって、変化がさらに進むのは確実視されています。

しかし、変化には良い面もあります。機会（そしてきっと多くの学び）をもたらすだけでなく、成長のチャンスや、現状の物事のやり方に対する疑問も生まれます。

生成AIはどのような役割を果たすでしょうか？その力をどのように使いこなせばチームメンバーの負担を減らすことができるでしょうか？どうすればチームを単調な作業から解放し、一貫性の欠如を解消して、チームメンバーそれぞれが明るく輝けるように力を与えることができるでしょうか？

このように私は自問してきましたが、おそらく皆さんも同じでしょう。このような質問の答えを明らかにするために、このState of Creativity Reportの作成を依頼しました。皆さんと共に共有できるのが楽しみです。

アドビは、リサーチと業界のエキスパートであるエデルマンおよびHavas Playと協力し、小売から製造、メディア、金融まで様々な業界の意思決定者、クリエイター、非クリエイターの方々にインタビューしました。インタビュー対象者は、あらゆる世代、地域、職種、レベルに及んでいます。クリエイティブであることは、特定の個人のみに結び付くものではないからです。また、クリエイティブの生産性における大きな変化に、誰も無縁ではいられないのもその理由です。

意思決定者の**83%**が過去12か月間の社員の仕事量に変化があったことに言及しているのは当然として、興味深いのは、**4人に3人**が仕事量の増大への対処や生産性向上のためのツールやソフトウェアに投資すると確信していたことです。

このレポートは、クリエイティブの生産性の現状を明らかにすることを目的としています。誰が（そして何が）生産性を高めているのか、働き方に関する問題点は何か、そして生成AIはそれらの問題点解消に役立っているのか妨げになっているのかといったことを取り上げます。

このレポートが皆さんご自身の疑問に答えるためのお役に立てば幸いです（さらなる疑問を引き起こすかもしれません）。

ひとつ確かなことは、変化に抵抗する人も変化からは逃れられないということです。それを受け入れれば、今後について発言できるかもしれません。いずれにせよ、お読みいただき、何らかのご参考になれば幸いです。

Claire Darley
セールス担当シニアバイスプレジデント、
アドビ



現代社会で業務にスピードが求められるようになってきていることは周知の事実であり、クリエイティブの業界もその例外ではありません。ソーシャルメディアやストリーミングプラットフォームでの露出が急増するにつれて、世界はますますビジュアル重視になり、それに伴って優れたデザインやコンテンツに対する需要が高まっています。

このレポートを読むことで、負担に感じられるかもしれません。厳しい経済情勢にあって、社員は、少ないサポートで多くの仕事をこなさなければならないというプレッシャーにさらされています。これはチームのあらゆるビジネスレベルのメンバーに言えることです。

幸いなのは、テクノロジーによる支援が望めることです。生成AIの出現は、新たなクリエイティブの世界の先駆けとなるものです。今のところ、生成AIの業界全体への導入には慎重な姿勢がとられていますが、調査対象の社員の**78%**は、生成AIによる作業効率の改善を経験しています。

Havas UKのオペレーションズディレクター、Tash Thomas氏は、それについて、「テクノロジーのかつてないほどの拡大」、「業界の劇的な転換点」と述べています。Thomas氏は、クリエイティビティとテクノロジーの融合が生成AIによって加速する、そしてリーダーは生産性と収益性の向上のためにこれを受け入れると考えています。

生成AIとは？

生成AIは、テキスト、画像、さらに音楽などの新しいコンテンツを作成または生成することに焦点を当てた人工知能（AI）の一分野です。機械学習技術を使用して、トレーニングに使用された既存データに類似したデータを生成します。従来のAIはパターン認識に焦点を当てていますが、生成AIはパターンの作成に焦点を当てている点が異なります。

このレポートでは、小売からメディア、金融、製造に至る様々な業界で、クリエイティブの生産性がどのような状況にあるかを調査しています。現在、クリエイターと非クリエイターの両方が直面している仕事量の増加、仕事をより早くこなさなければならないプレッシャー、またそれによる意思決定者にかかる負担について明らかにします。

アーリーアダプターがこの仕事量の増大に対応するためにとっているステップや、他の人々が直面している障壁についても言及します。また、スピードと効率、そして革新的なデザインの点で、この自動化の新時代がもたらすと期待できる要素についても取り上げます。

今回、問題点や良い点、さらに新たな機会について理解するために、業界もAI導入レベルも様々な450人のクリエイターおよび非クリエイターと200人の経営幹部である意思決定者にお話を伺いました。

3つの調査グループはいずれもクリエイティブプロジェクトにおける生成AIの利用については楽観的で、多くの人が既に仕事の効率アップにつながっていると話しました。これは戦略的で高度な作業に集中する時間を増やすことを意味し、回答者の**70%**以上が生成AIはクリエイティビティの新しい機会を開くと考えています。

アドビのプロダクトマーケティング担当シニアディレクター、Meredith Cooperは、大きな変化の中でも最も期待できる要素は、クリエイティビティの新時代の可能性だと信じています。「**生成AIの登場は、まさに無限のクリエイティビティへの道を開くものです。アイデアは一瞬のひらめきです。クリエイターは思いついたアイデアをすぐに形にして、共有、反復、共同作業をおこなうことができます。大まかな形を作り、手直しし、「もしこうなら」と考えて修正を繰り返すという時間のかかるセッションは、クリエイターにとってもはや不要です**」

このレポートには、生産性の向上、社員の負担の軽減、クリエイティビティのレベルアップなど、皆さまが抱えている様々な課題の解決に役立つよう、実用的なインサイトを豊富に盛り込んでいます。

生成 AI と クリエイティブの 生産性

-
- 01 // すばらしい新世界
 - 02 // 苦しい時こそ AI の出番
 - 03 // これからのかたち



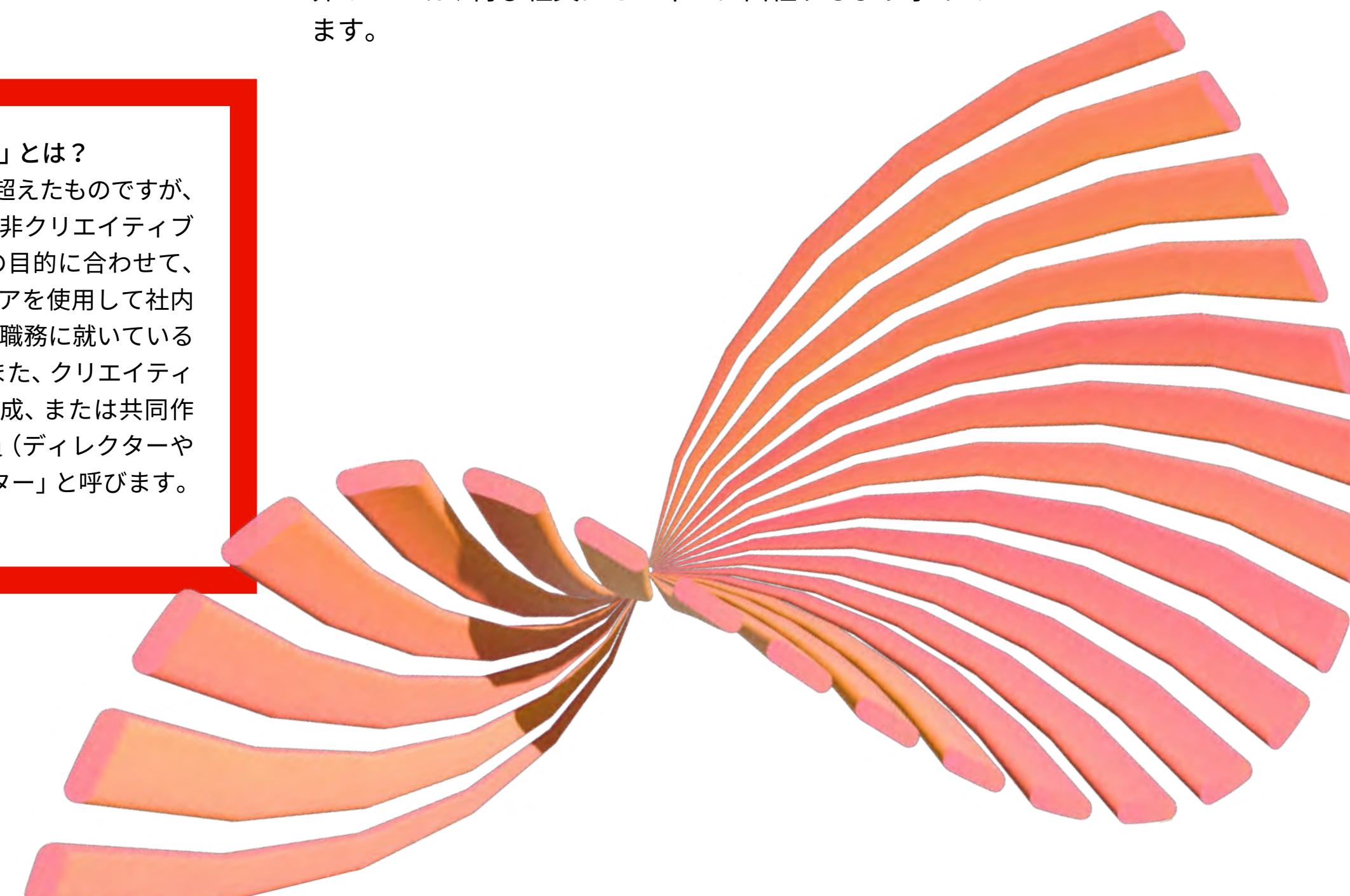
すばらしい新世界

仕事の世界で「クリエイティブ」について考えるとき、思い浮かぶのは印象的なアートワーク、例えば複雑な3Dレンダリング、美しくレタッチされた写真、インパクトのあるコピーなどです。しかし実際のところ、このような最終作品はクリエイティブプロセスの一部にすぎません。現代の職場では仕事量が増加しているため、社員は様々な業務を担うことが要求されます。生成AI使用の傾向として、最も新しく、期待できるのはこの場面です。クリエイターは反復的な手作業のスピードアップに、非クリエイターはスキルアップのために生成AIを使用しています。

多数の経営幹部レベルのリーダーに、社員のクリエイティブの生産性に関する状況を伺ったところ、**83%**の人が過去12か月間で社員の仕事量が変化したと述べました。その一方で、**40%**が現在の経済状況によって自分たちの業界が悪影響を受けていると考えています。

これは驚くには当たりません。リモートワークと職場のデジタル化が進むこの時代にあって、企業はいまだに「ニューノーマル」の理解に苦労しています。決まった日に出社して小規模なチームで作業することが好まれるため、進歩的なフレックス勤務制度は避けられています。また様々な業界のCEOは、再び社員にオフィスに出社するよう求めています。

「クリエイター」と「非クリエイター」とは?
クリエイティビティは役割や役職を超えたものですが、ここでは従来のクリエイティブ職と非クリエイティブ職を区別しました。このレポートの目的に合わせて、この調査では、デザインソフトウェアを使用して社内でクリエイティブまたはデザインの職務に就いている人を「クリエイター」と呼びます。また、クリエイティブなコンテンツに関して、制作、生成、または共同作業をおこなう特定の役割を持つ社員（ディレクターやマネージャーなど）を「非クリエイター」と呼びます。



その上、世界がますますデジタル化され相互につながってきたことで、さらに「新たな次元の複雑さ」が加わった、とアドビのプロダクトマーケティング担当ディレクターであるJonathan Tseは指摘します。

「もはや、コンテンツを迅速に制作するための最高のクリエイティブツールをそろえればすむという状況ではありません。それよりも、今日の超競争的環境で組織が抜きん出ることを可能にするような差別化されたユニークなアイデアを生み出すために、最高の人材をシームレスに集める方が重要です。」

Jonathan Tse
アドビ、
プロダクトマーケティング担当ディレクター

「仕事への復帰」が本格化し、それに伴って飽くなき生産性向上も進んでいます。

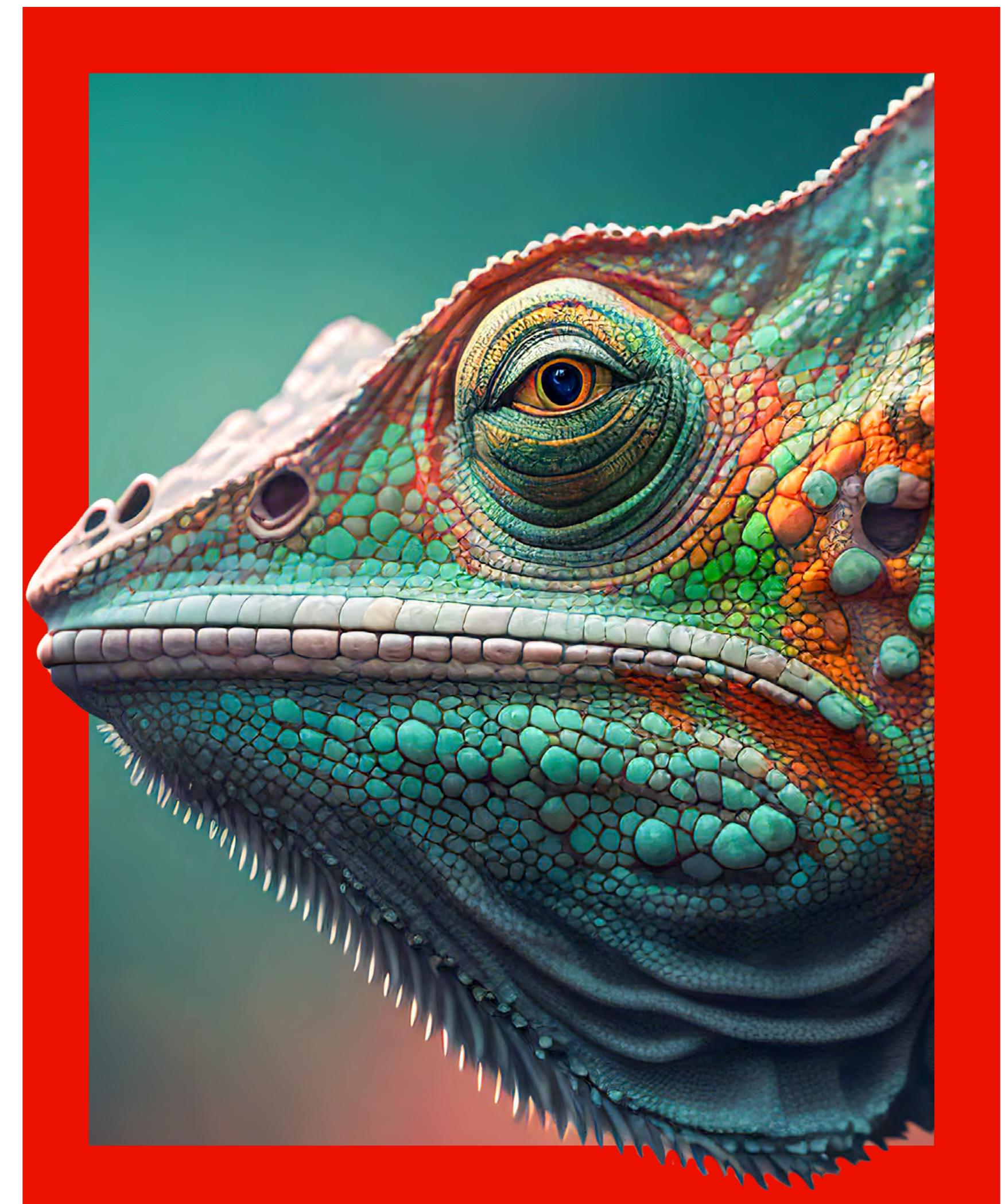
Havas Play のシニアデザイナー、Lewis Oliver 氏は、この生産性向上が現実世界に与える影響を探っています。

「何もかもが、より速くです。ほとんどの作業が紙のスケジュールに従って進んでいたときは、もっと納期に余裕がありました。今では、何かの制作とアップロードが同じ日におこなわれ、ファイルの保存から10分後に公開できます。制作と公開のほぼシームレスなループの始まりです。クライアントからは即座の対応が求められます。世間の目に映るところやポップカルチャーで起こっていることに対応するよう指示が飛んでくるようになりました。迅速かつ非常に敏感に反応することが必然的に要求されています」

生産性は、ビジネスにとっては善ですが、品質にとっては災いになります。インタビューした意思決定者の 42% は、成果物の品質低下を憂慮しており、75% は、生産性向上と水準維持のためのツールやソフトウェアへの投資を検討しています。

生成AIもそのようなツールのひとつであり、Adobe Firefly の登場で既にクリエイターの間では人気を博しています。

「生成AIは新しいものではありません。また、人間に取って代わるとも思えませんが、ゆくゆくは私たちの生活や働き方に不可欠なものになる可能性があります。このテクノロジーを活用して、ビジネスの進め方だけでなく、私たちの生き方を変革することがきわめて重要です。」



苦しい時こそ AI の出番



調査対象のクリエイターの約半数 (**44%**) が、1週間の労働時間の約半分を反復的なデザイン作業に費やし、**50%** が多くの人手をする作業の課題を挙げ、**71%** がプロジェクト管理がらみで苦労しています。

負担の増大は繰り返し問題になるテーマです。パンデミック後は、あらゆる業界がこれまでにないスピードで運営されており、古い働き方をしている企業や個人はついていくのに必死です。これは、社員500人以上の大企業で働くクリエイターに特に当てはまります。一方、中小企業の社員は、プロジェクト管理や日々のクリエイティブ作業に苦労している傾向にあります。

興味深いのは、クリエイターが扱うアセットが多種多様であるにもかかわらず、そのすべてで需要が増加していることです。そのため、どのようなソリューションであれ、反復作業の時間を削減できること、そして膨大な量のコンテンツを簡単に制作する方法を提供することが必要です。

ところで、クリエイターの仕事とは何でしょうか？それはクリエイティビティを発揮することです。**82%** のクリエイターが、現在生成AIを使用していて今後も使い続けると回答し、そのうち**74%** が作業の効率化

に役立っていると考えています。クリエイターにとって、頻繁で時間のかかるワークフローを自動化するメリットは、負担が軽減され戦略的で高度な作業に集中できることだけではありません。ブランドの一貫性の維持が容易になり、仕事のやり直しが要求されるのではという不安も軽減されます。

Adobe Fireflyのような生成AIソフトウェアを使用すると、トライアンドエラーもスピードアップします。様々なクリエイティブ要素や処理を次々に切り替えるのもはるかに速くできます。

アドビのプロダクトマーケティング担当シニアディレクターであるMeredith Cooperは、Fireflyのようなソフトウェアがクリエイターにとってゲームチェンジャーになる可能性があると考えています。生成AIの革新的な力と世界クラスのクリエイティブアプリが組み合わさったことで、効率アップだけでなく、より広範なクリエイティブプロセスも可能になります。「**生成AIによって、大きな視点での思考を妨げる障壁はなくなりました。残る限界は、自身のクリエイティビティだけです**」クリエイターは、実現方法にとらわれることなく、何を生み出すかに集中する時間を多くとれるようになりました。シンプルなテキストプロン

プトを使用するだけで、画像の入れ替え、背景や色の変更、要素の追加や削除が迅速かつ簡単にできるからです。このようなツールは、多くの場合、製品間で連携しています。アドビのプラットフォームは相互接続されているので、ひとつのアプリでプロジェクトを開き、生成AIを使用してオブジェクトを追加または削除したりテキストを変換したりした後、そのファイルを別の製品で開いて作業を継続できます。

生成AIが持つクリエイティブのポテンシャルを理解したチームは、次にそのプロジェクト管理機能に目を向けます。他の新しいテクノロジーと同様、導入を阻む最大の障壁は恐れです。ほとんどの人は、本来変化には慎重です。あらゆる革新を追いかけて時間を無駄にする可能性については言うまでもありません。しかし、生成AIに関しては、早期導入によって、ワークフローや部門間の水平統合と指揮命令系統の上下の垂直統合をどちらも実現できたことがわかっています。

クリエイティブ志向の人であれば、生成AIを使うことで、テクノロジー利用の潜在的なデメリットに対する恐れは軽減されます。非クリエイターについては、これは該当しません。

これからの 仕事のかたち

クリエイターと比べて、非クリエイターは、社内での研修やサポートが不足しているため生成AIの導入が遅れています。そのため、生成AIユーザーの**83%**が作業効率の向上につながったと考えているにもかかわらず、非クリエイターは、その使用の潜在的なリスクを恐れています。

Thomas氏は、企業に対して、今後も重要な存在であり続けるためにテクノロジーとそれがもたらす変革を受け入れるよう促しています。手間はかかります。チームがおこなうべきこととして、Thomas氏は次のように話しています。「自社のプロセスを調べて、プロセスのどの部分がAI用のユースケースとして扱えるかを理解します。クリエイティブな成果物だけでなく、業務内の特定の問題点をどのように解決できるかを考えます。これをおこなうためには、プロセスと、生成AI使用のメリットがあると思う部分をリアルタイムでレビューする必要があります」

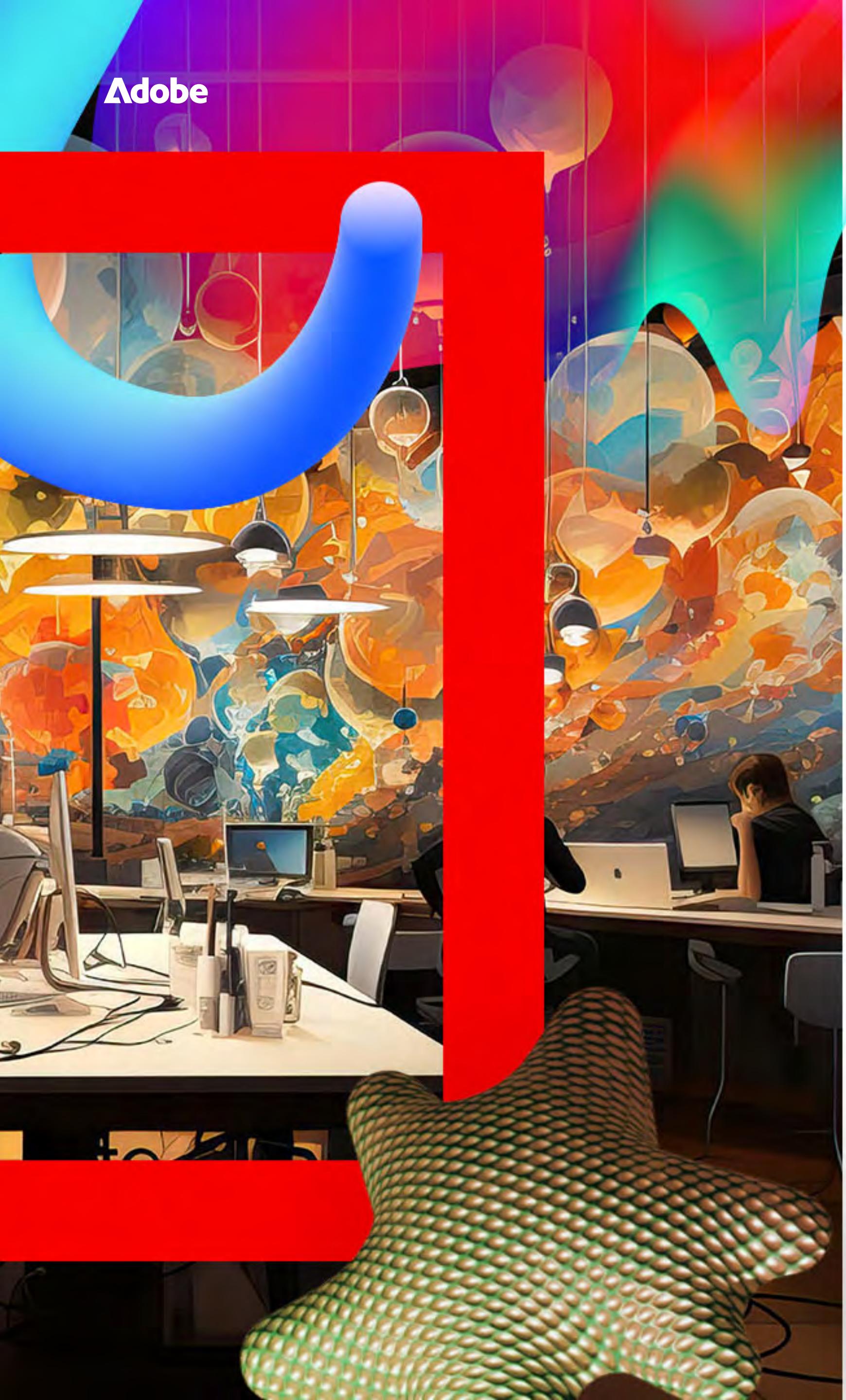
一方、チームはどう考えているのでしょうか？非クリエイターは、コンテンツの内製化が進んだことでコンテンツ制作の要求も降りかかるてくるようになり、時間やリソース確保の制約に苦労している(**79%**)だけでなく、デザイン

スキルのレベルアップと、効率的な働き方の模索というプレッシャーにもさらされています。非クリエイターの3分の2以上が、画像、モーショングラフィックス、またはビデオを利用したビジュアルストーリーテリングが業務の不可欠な部分になってきていることを認めているにもかかわらず、**79%**が、チーム内のクリエイティブスキルのレベルは様々だと述べています。

非クリエイターは、コンテンツ制作の管理とデザインスキルのレベルアップを期待されることが増えていると感じています。制作するすべてのアセットで要求の増加を目にしているクリエイターとは異なり、非クリエイターは、一般的にクリエイティブチームが担当するようなアセットに対する要求が最も増えていると話しています。

非クリエイターは、従来、1日の仕事として、社内プレゼンテーション、セールスプレゼンテーション、研修、社内処理などをおこなっていたものでしたが、このところはソーシャルメディア(**66%増加**)からwebコンテンツ(**58%**)、CRM(**56%**)、有料メディア(**49%**)に至る多様なアセットの制作要求が急増しています。





能力差は非常に大きく、しばしば妨げになっています。労働力のデジタル化により、職務と職務内容は常に変化していますが、この能力格差が複数の課題を引き起こす可能性があります。

社員には、様々な経験や自信に応じた直観的でユーザーフレンドリーなデザインのソリューションが必要ですが、それは、複数の関係者がプロジェクトに携われるよう、共同作業が可能で、リソース確保の課題の軽減と効率アップに役立つものでなければなりません。さらに、テンプレートの利用で、アセット制作のもうひとつの課題であるブランドの一貫性を維持できるようにします。

「Fireflyでクリエイターのワークフローをどのように改善できるかがよく話題に上りますが、非クリエイターの職務にも大きなインパクトがあると私たちは見ています」とCooperは言っています。「このレポートでわかるように、非クリエイターが幅広いクリエイティブ作業をカバーするようになり、仕事量が増え続けています。それはアイデア出しや制作だけでなく、フィードバックの取りまとめ、プロジェクト管理、ファイル共有など、クリエイティブプロセスの管理全体にわたっています。Fireflyは、制作のあらゆるマイルストーンで役立つように設計されているので、制作能力が2~8倍に増大します」

クリエイターの場合と同様、大企業で働く人は仕事量のプレッシャーに直面する可能性が高くなりますが、さらに驚くことにサポートと共同作業の課題も指摘されています。こうした課題があるからこそ、意思決定者は生成AIに注目

しているのです。「懸命に働くのではなく賢く働け」と昔から言われています。最小のリソースから最大の収穫を得るにはどうすればよいでしょうか？終わりのない効率性の追求において、この問題がビジネスリーダーにのしかかっています。「企業は、今あるリソースから多くを絞り出すために、運用コスト削減と生産性向上の方法をあちこち探し回っています」とJonathan Tseは言います。意思決定者は、反復作業やビジネスの収益に貢献しない作業のために人員を増やすことに消極的であり、生成AIが組織で大きな役割を果たすと信じています。

生成AIはもはや遠くのSFファンタジーではなく実行可能な現実であり、単純なクリエイティブ作業の制作の加速化、反復的な手作業の自動化、そしてプロジェクト管理の支援ができるものです。

Thomas氏は、変化は常に心地のよくないものだと話しています。「人間は基本的に変化を好まない生き物です。そして、生成AIは、大きな変化、未知の変化です。最終的にどうなるかは誰にもわかりません。それで自然と臆病になるのです」

しかし、変化は厳しいものであることは限りません。また、スピード、生産性、タスク管理の点で生成AIがもたらす利点を考えれば、もしかすると変化はそれほど恐ろしいものではないかもしれません。

スピードと 効率

-
- 01 // 少ないリソースで多くを実現
 - 02 // テクノロジーによる負担軽減
 - 03 // Adobe Stock と Frame.io のご紹介

少ないリソース で多くを実現

1965年に、ゴードン・E・ムーア氏（シリコンバレーのテクノロジーの先駆者でありIntelの共同創業者）は、コンピューターの集積回路の性能は2年ごとに2倍になるが、そのコンピューターのコストは半分になると述べました。今日では、ムーア氏の有名な法則の妥当性は疑問視されていますが、労働力に関しては残念ながらそのとおりです。

現在の生産性の状況を2つの言葉でまとめると、「スピード」と「効率」になります。少ないリソースで多くを実現するにはどうすればよいでしょうか？

ここまで、新たに登場した生成AIがクリエイターの世界で評価され、非クリエイターのスキルアップで役立つことを紹介してきましたが、では両方のグループが膨大な量の仕事をこなすにはどうすればいいでしょうか？クリエイターの**71%**は、この仕事量の増加による最大の課題のひとつが、フィードバックの追跡やファイルの共有といったプロジェクト管理関連の課題だと言っています。一方、非クリエイターの**79%**は、時間的な制約とリソース確保の課題に直面しており、**53%**は共同作業にも苦労しています。



共同作業とレビュー

クリエイターと非クリエイターのどちらも、仕事の性質（および難易度）は変わらないのに、多くの仕事量をより速くこなすよう求められていることに気づいています。非クリエイターの**72%**とクリエイターの**63%**が、プロジェクトの依頼件数が増えたと感じており、どちらのグループも（**60%**）、プロジェクトをより速く終わらせるよう求められていることに同意しています。

膨大な作業量は別として、スピードと効率を阻む共通した障壁があります。共同作業とプロジェクト管理です。

クリエイターの**10人に7人**がプロジェクト管理に関する課題に言及し、**27%**がプロジェクト要件の変更に関する透明性の欠如を挙げ、**26%**がレビュープロセスの管理の難しさがあると認めています。

生成AIが、ひとつの解決策となる可能性があります。Havas Playのシニアデザイナー、Lewis Oliver氏は、このテクノロジーがプロセスの助けになることを自身で体験しています。「Creative Cloudのおかげで、効率的なファイル共有が非常に簡単になりました。単にファイルを共有するだけではなく、同じファイルにアクセスして共同作業をおこなうことができます」

これらの製品は、まさにフィードバックの照合やアクティブドキュメントの共有といった時間のかかる作業を削減するためのものです。一貫性の確保にも役立つほか、複数のチームメンバーが同時に同じドキュメントで作業することもできます。

クリエイターの**10人に6人**は、プロジェクト管理関連の機能でプロジェクトが効率化するだろうと述べています。**26%**は、特にクリエイティブプロセスの自動化および追跡機能を望んでおり、**14%**は、レビュー作業の時間の削減を希望しています。

非クリエイターは、**10人に5人**が共同作業に苦労しています。**30%**はレビューの待ち時間が長いことを挙げ、**22%**はレビュー段階のバージョン管理の難しさに直面しています。また、**19%**はレビュー用のファイル共有を挙げています。

テクノロジーによる 負担軽減



中小企業と大企業ではわずかに意見が分かれていますが、その心理は同じ、より多く、より速くです。大企業のクリエイターが現在の経済状況により仕事のプレッシャーを感じている傾向が強い一方、中小企業では、プロジェクト管理 (76%) と日々のビジュアルクリエイティブ作業に苦労する傾向が強くなっています。

注意：大企業とは、社員500人以上の規模の大きい企業です。一方中小企業とは、社員500人未満の企業です。

大企業の非クリエイターは、中小企業の場合よりも仕事量のプレッシャーを感じる傾向が強く、サポートや共同作業の課題を指摘しています。**37%**が社内のクリエイターチームからのサポート不足を感じ、さらに**34%**がレビューや承認の待ち時間の長さに直面しています。

会社の規模が大きくなるほど、クリエイターと非クリエイターの仕事量のプレッシャーが高くなるようです。大量の仕事を抱える大企業は、当然ながら共同作業に苦労しています。とはいえ、リソースは豊富であるため、たいていの場合、これらの課題に取り組むためのテクノロジーの点では設備が整っています。一方、中小企業は、プロジェクト管理とレビューのプロセスで立ち往生しています。

実際のソリューション

このような厄介な目に遭っているのはテクノロジーのせいと思われるでしょうが、ここから救い出してくれるのも、やはりテクノロジーです。意思決定者の**57%**は、生成AIが組織で大きな役割を果たし、コンテンツクリエイターの最大の課題をいくつか解決できると考えています。**60%**は特にコンテンツの早期市場投入に役立つことを希望しています。アドビのプロダクトマーケティング担当ディレクター、Jonathan Tseは、生成AIは、少ないリソースでいかに多くを実現するかという長年の課題の解決に役立つと語っています。「ビジネスリーダーは、選び抜いた生成AIソリューションを導入したことで、クリエイティブの生産性が大幅に向上しているのを既に目の当たりにしています」

コンテンツ制作の最前線にいる人々のお話からは、次のような非常に具体的な要望が上がりきました。

- ・**79%**：即座に編集とレビューができるように、カメラから素材を直接クラウドにアップロードする機能がほしい
- ・**76%**：現場で撮影する時間もお金もない場合になぎとして使うストック映像に簡単にアクセスしたい
- ・**74%**：同じ理由でストック画像に簡単なアクセスしたい
- ・**76%**：フィードバックを明確化するために、共同作業者がビデオフレームに直接フィードバックを手描きできる機能がほしい
- ・**71%**：コメントとフィードバックを編集ツール内に直接残せる機能がほしい

下から4つ目までは、大企業よりも中小企業のクリエイターの方が、**10~15%**多く賛成票を投じています。

Adobe Stock と Frame.io のご紹介

Adobe Stock

Adobe Stockについては既にご存じでしょう。クリエイター や非クリエイターは、アドビが厳選したロイヤリティフリー のストックコレクションを、プロジェクト、ソーシャルメ ディアキャンペーン、映画、ビデオの印刷やデジタル出力、 デザインに利用できます。Creative Cloudアプリと連携し ているので、クリエイターと非クリエイターの両方が直面 する2つの重要な課題である時間の節約とワークフローの 効率化に対処できます。

グラフィックス、ビデオ、ミュージック、テンプレート、 3Dコンテンツ、アドビのプレミアムコレクションやエディ トリアルコレクションを含むワールドクラスの1億点以上 ものアセットを検索してライセンスを取得できるため、様々 なオーディエンスに向けた多様かつ信頼できるコンテン ツが見つかります。

Adobe Senseiの技術を利用したビジュアルサーチにより、 検索バーに画像をドロップして補完的な画像や代替画像 を検索できるようになりました。また、絞り込みフィルター を使用すると、コピースペース、フレームレート、デュレー ションレート、または被写界深度をベースに細かく指定して 検索できます。

アドビの多くの製品と同様、直観的に使用できるので、誰 でもクリエイティブの生産性を向上できます。職務要件 の拡大に伴って非クリエイターが直面している課題の多く がこれで軽減されます。

Frame.io

Frame.ioを使用すると、クリエイティブにおける共同作業体制を統一できます。

長年、クリエイティブチームは、共同作業、作業途中のレビュー、ファイル転送、承認に、様々なツールを使用していました。このようなつながりのないプロセスがいかに生産性を阻害し、クリエイティビティを押しつぶしてきたかは、ここまでレポートで示したとおりです。Frame.ioは、すべてのもの、そしてすべての人を1か所にまとめます。

Frame.ioを使用して、強力なクラウドベースのレビューおよび共同作業ツールをアドビツールと統合しましょう。すべてのクリエイティブプロジェクトの保存、共有、伝達、レビュー、および承認をひとつのプラットフォームでおこなえるおかげで、ビデオ、写真、デザインなどを含むワークフローの簡素化がこれまでになく簡単になりました。

「Frame.ioは、クリエイティブチーム、アセット、やりとりを1か所に集約する一元的なプラットフォームを提供するので、共同作業が効率化され、やり直し作業が減り、新しいアイデアの市場投入までの時間を短縮できます」

アドビ、プロダクトマーケティング担当ディレクター、Jonathan Tse

メディアの共有、フィードバックの追跡、ワークフローの合理化のためのセンター ハブとして機能するので、チームは世界のどこにいても緊密に連携できます。世界中の ユーザーから既に報告されているところでは、**31%**が所要時間の短縮、**27%**がレビューラウンドの減少、**25%**が必要な変更と修正の減少という効果を認めています。スピードと効率を追求する時代に、これは早くもポストプロダクションとコンテンツ公開の 最速パスとなりつつあります。つまり、他の人に気を遣うことが減り、多くの成果が 得られることを意味します。

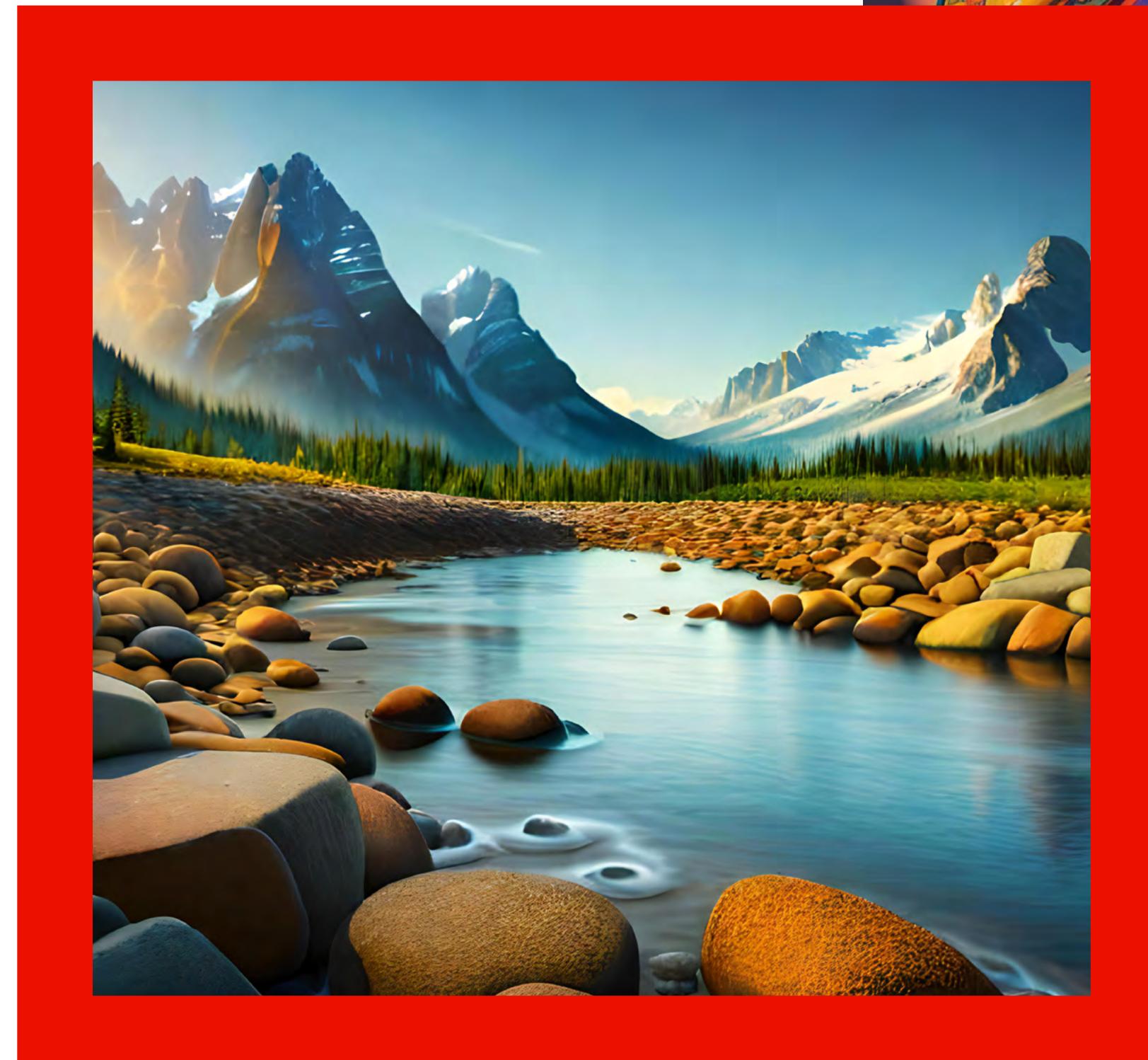


クリエイティブ イノベーション – 次はどこへ？

- 01 // 誰もがアーティスト
- 02 // 成長著しいビジュアル業界
- 03 // 無限のクリエイティビティ



誰もが アーティスト



AIベースのアプリを使用してInstagram上で誰もが即席アーティストに変身、というトレンドを覚えていますか？2022年に、AIが生成した幻想的な風景の中に映るセルフポートレートをきっかけにアプリが急速に広がり、AIが大衆に普及する先駆けとなりました。

一夜にして、誰もが生成AIで制作し始めたように思えたものです。そして、その核心にあったのは、AIが生み出す芸術性の美しさであり、これまでに見たことのない方法でクリエイティビティを大衆化しました。

中には当然慎重な人もいますが、AIの技術を活用したクリエイティビティの未来は私たちが考えるほど悲惨なものではありません。生成AIには依然として入力が必要です。画像やビデオの生成には依然としてテキストが必要であり、アイデアが必要です。そして、クリエイティビティの世界で通用するのは常にアイデアです。クリエイターはこれまで同様、フォームやコンポジション、ライト、カラー、遠近感を考慮する必要があります。しかし、はじめて、アイデアの広がりを技術によって狭められることがなくなっています。Havas UKのオペレーションディレクター、Tash Thomas氏が好むのは、生成AIが想像力のプリンターであるという考え方です。「アイデアが思い浮かんだクリエイターは、普通ならそれを手描きするかスクリプトに書き起こす必要がありました。それが今では、いずれかの画像エンジンにプロンプトを入力すれば、何かしら生成してくれるようになりました。自分が今まで想像もしなかったようなものが生まれる可能性さえあります」

これは確かに、アイデアを次々に試し、コンセプトを反復できる興味深い方法です。クリエイターには、賞に輝いたり注目を集めたりする柔軟な発想をする自由が生まれます。

では、この束縛を解かれた自由の中で、デザインはどこに向かうのでしょうか？

成長著しい ビジュアル業界



ビデオとビジュアル業界が爆発的に成長を続ける中、クリエイターは様々なビデオや写真のテクニックの習得にこれまで以上に関心を寄せています。

また、現代のクリエイターが最も関心を持っているコンテンツ分野の上位には明確なトレンドが見られます。ライブアクションビデオグラフィ、ストップモーション、および360度／VRビデオがその分野です。

アドビのプロダクトマーケティング担当シニアディレクターであるMeredith Cooperにとって、これは注目のトレンドです。「私はクリエイターが新しいテクノロジーを使い、それがトレンドとなるのを見ていくのが大好きです。アドビでもこれらを注意深く見守っています。クリエイターが作品の表現方法として何を選択しようと、またブランドがどのような方法でオーディエンスにリーチすることを望もうと、常にそれを支援したいと考えています。重要なのは、クリエイティビティを主役にすることです。どうすればそれを最適な形で実現できるでしょうか？また、どうすればそれを支える人々を支援し、力を与えることができるでしょうか？」

ビデオとビジュアル業界のブームにより、クリエイターは新たな成長分野に目を向けるようになっています。お話を伺ったクリエイターの**60%**は、既に相当な量の写真編集をおこない、**51%**はVFXに、また**49%**は2D画像デザインに携わっています。**72%**の人が、パーソナライズしたエクスペリエンスの提供方法はビデオになることに賭けており、ほぼ**4人に3人は**、8Kビデオが自社で優先されるようになることに同意しています。テクノロジーの急速な進歩と画像品質の向上があり、制作がますますスピードアップし容易になったことで、以前はニッチな専門家のものでしかなかったビジュアル要素に誰でも手軽にアクセスできるようになっています。インタビューしたクリエイターの半数以上は、もっと360度／VRビデオを制作したいと述べており、**53%**はストップモーションの仕事を増やすことを希望し、**61%**はライブアクションビデオグラフィに関心を持っています。

障壁はあるでしょうか？アクセシビリティが向上したとはいえ、依然として研修や教育などが、新たな技術の習得を阻む障害として立ちはだかっています。

59%が、関心のあるタイプのビジュアルコンテンツを作成できない理由として経験不足を挙げています。また、**56%**が十分な研修を受けていない、**52%**が時間がない、**50%**が職場に適切なツールがないことを挙げています。これまで見てきたように、手作業による反復的なクリエイティブな作業は、クリエイティブ人材を大きく消耗させます。素材のクラウドへのアップロード、隙間を埋めるストック素材探し、フィードバックの明確化と理解と実装、メモリカードやハードドライブからのメディア転送は、どれも重要ですが、どのクリエイターの仕事においても時間がかかる部分もあります。**58%**のクリエイターは、ファイルのアップロード、ダウンロード、転送待ちが、ワークフローの中でもとてつもなく非効率だとして指摘しています。**54%**は、週に1回以上、コンテンツ、メディア、またはアセットへのアクセスを依頼する人のために仕事が中断されると言っています。

無限のクリエイティビティ

ビジュアルコンテンツプロジェクトに関しては、ほとんどのクリエイターは手作業の時間が無駄だと感じており、もっと良いソリューションがあればと思っています。

Lewis Oliver氏が例として挙げているのは、ダイレクト選択ツールです。これまで、「画像の切り抜きは、その複雑さによっては何時間もかかることがあります。今では生成塗りつぶしを使って、文字どおりボタンを押すだけで実行できます。時間に追われているときやムードボードにまとめるときの切り抜きに使用しています」

生成AIの力が真に発揮されるのはここです。アートワークの作成だけでなく、現代の職場で最も貴重なもの、つまり時間の節約に大いに役立ちます。効率だけの問題ではなく、より大きな視点での思考と業界最先端のクリエイティビティのために必要な余裕を生むことができます。

クリエイターのほぼ**4人に3人**、非クリエイターの**83%**が、クリエイティブプロジェクトで生成AIを使用することによって仕事の効率が上がったと考えています。さらに、意思決定者の**70%**以上、非クリエイターと(**75%**)のクリエイターは、生成AIの使用が、クリエイティビティを発揮する新たな機会につながると信じています。時間に余裕が

でき、3Dデザインなど、より戦略的で高度な作業に集中できるようになります。クリエイター（**84%**）は、即座に視覚的なインパクトを与えるため（没入型体験や3Dデザインの作成）、また作業効率を上げる方法として、3Dコンテンツを使うことに大きな関心を寄せています。しかし、ここでも導入を妨げる障害として、予算（**35%**）適切なツール（**32%**）、研修（**32%**）が挙げられています。

意思決定者、クリエイター、非クリエイターがほぼ満場一致で生成AIを支持しているにもかかわらず、その要望と行動の間には依然として乖離が存在しています。残念なことに、それはトップから生じています。意思決定者の**85%**は自社の短期見通しには自信を持っており、**83%**が過去12か月間の社員の仕事量が変化したと述べています。**4人に3人**が生産性向上のためのツールやソフトウェアに投資すると確信していますが、この信念と、クリエイターの負担を減らす実際の行動との間にはタイムラグがあるようです。

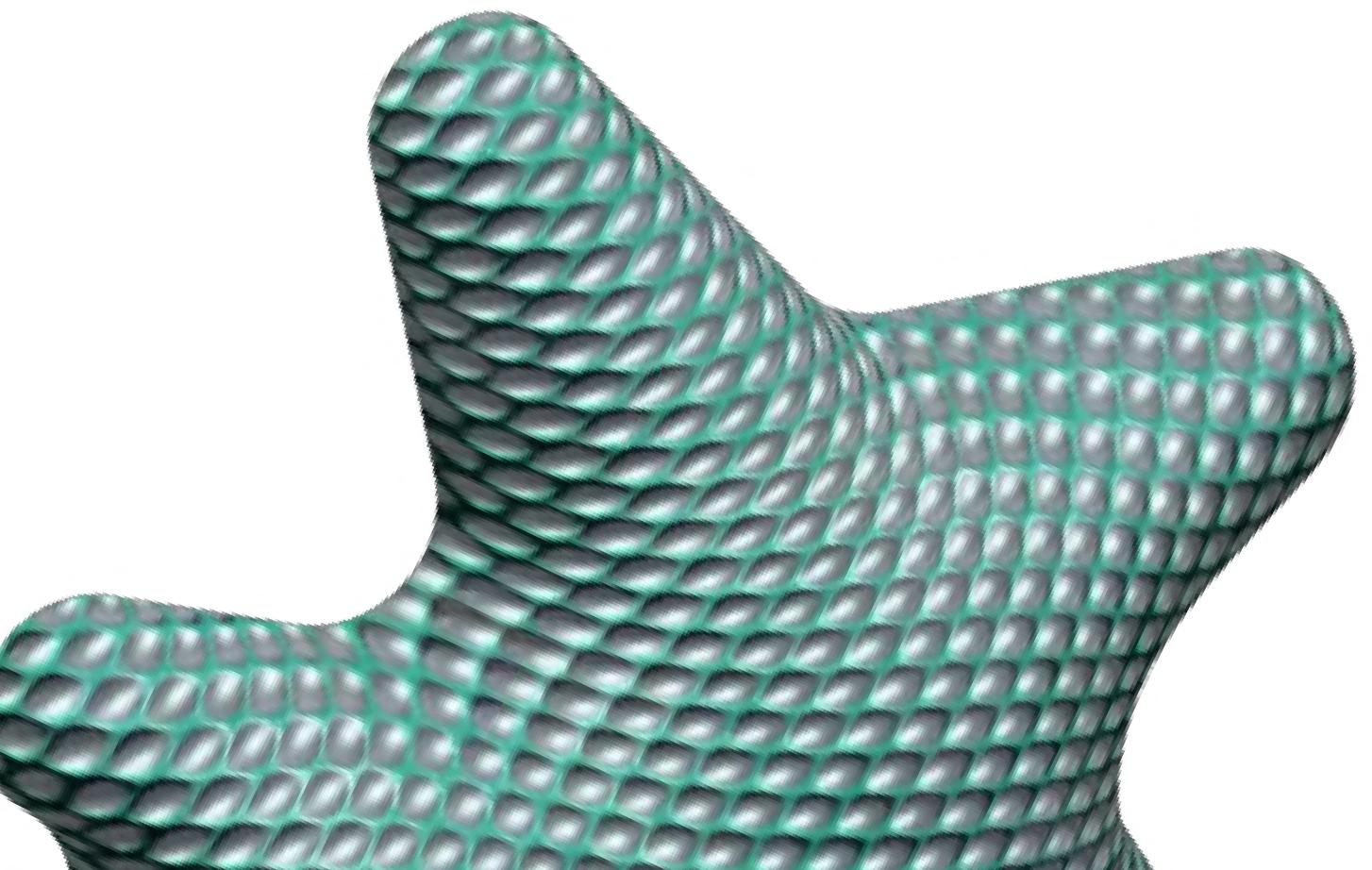
時間に対する報酬

素材のアップロード、ファイルの転送、フィードバックの照合はすべてクリエイターの仕事の一部であり、当然、業務時間に含まれます。しかし、制作会社とクライアントにとっての実際の価値は、アートワークそのものにあります。

クリエイターにしても、本当におこないたいのは、時間ばかりかかる反復的な手作業ではなく、3Dモデルの制作（**47%**）、3Dでのデザインのビジュアライズ（**45%**）、バーチャルフォトの制作（**30%**）、AR/VRの没入型体験の構築（**28%**）です。そのためには、より魅力的なカスタマーエクスペリエンスの制作、コンテンツ作成能力の向上、デザインプロセスの加速化が必要になります。

社員のスキルを向上させること、そしてそのために負担を減らすことは、社員のやる気を高め、最高の人材を引きつけ、賞をも獲得できるだけでなく、クライアントに提供するデザイン製品を増やし、クライアントからの支持を強め、新たな収益源を追加するのにも役立ちます。

これらも決して遠くの理想ではありません。実際私たちの目前で起こっていることです。今や普通の人でも自身を20代の宇宙のロックの神様として画像生成できる時代です。皆さんなら何ができるか想像してみてください。



まとめ

2024年、仕事は上り調子一辺倒

「デジタル化が進む環境でお客様の注意を引きつける必要がある中、多くのコンテンツを迅速に制作する必要性はかつてないほど大きくなっています。」

Jonathan Tse、
アドビ、
プロダクトマーケティング担当ディレクター

さて、2024年、私たちが働く世界はどうなるのでしょうか？未来を正確に予測できる人は誰もいませんが、仕事は一方向、つまり上に進みそうです。仕事量と生産性の両方で飽くなき追求が続くことが確実視されています。これは、頑張れる人にとっては良いことです。

これまで同様、プレッシャーは下流にまで波及し、意思決定者と社員の双方が負担を感じています。幸いなことに、このような仕事の増大を招いているテクノロジーの進歩が、まさにその軽減にも役立つ可能性があります。

生成AIは既にほとんどのワークフローで不可欠な要素になりつつありますが、まだその使用に消極的または慎重な人もいます。ちゅうちょするのは当然ですが、その必要はありません。

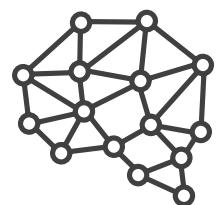
Adobe Express、Frame.io、Adobe Stockなどの直観的なツールでは、生成AIがインターフェイスにシームレスに組み込まれているので、クリエイターと非クリエイターが直面する障壁を取り除くのに役立ちます。

前者の場合は、反復的な手作業（またはそれほど価値のない作業）に費やす時間の削減、後者の場合はプロジェクト管理関連の問題の緩和です。両者共に、共同作業の強化とフィードバックやアセット共有のよりシームレスな統合を望んでいます。

変化が起こるたびに、それを受け入れる人は恩恵を受けます。それに他の人が追いつくのは大変かもしれません。アドビのクリエイティブプラットフォームには、皆さまやそのチーム、そしてビジネスの成功に必要なものがすべてそろっています。**こちらの準備は整っています。皆さまはいかがですか？**

Adobe Firefly 生成 AI 技術を利用した 法人向け Adobe Creative Cloud で 皆さまのクリエイティブ製品に確かな未来を

Firefly および Frame.io が組み込まれた法人向け Creative Cloud は、あらゆるクリエイティブ作業に対応する統合プラットフォームにクラス最高のクリエイティブソリューションをまとめており、コンテンツ制作に関わるニーズを解決できます。



創造力を解き放つ。クリエイティブアプリ内の強力な生成AIツールにより、アイデア出しと制作を加速します。カスタムモデル拡張機能とAPIを使用してブランディングを拡大できます。



生産性を上げる。クリエイティブアプリ内で連携されている3億5千万点を超える高品質の写真、ビデオ、ミュージックなどを利用してストーリーテリングを強化します。



共同作業体制を統一する。一元的なストレージと共有によりクリエイティブライフサイクル全体での迅速かつ安全なレビューおよびバージョン管理を一元化するプラットフォームでクリエイティブ共同作業を統合します。

新機能：生成 AI
クリエイティブアプリ内で
Firefly の技術を利用した機能を
使用可能、IP 補償付き *



業界最高レベルのアプリ
Photoshop、Premiere Pro、
Adobe Express を含む
20 以上のアプリ

一元的なクリエイティブレビュー
Frame.io を利用したクリエイティブ
ストレージ、共同作業、レビューの
単一ソリューション

クリエイティブアセット
すべての Adobe Stock を
クリエイティブアプリで
無制限に利用可能

* アドビが提示する条件のもと、Firefly 技術を利用した一部のワークフローで生成されたコンテンツについて、アドビから IP 補償を受けることもできます。規約が適用されます。



ありがとう

詳細をご希望の場合はこちら

お問い合わせ