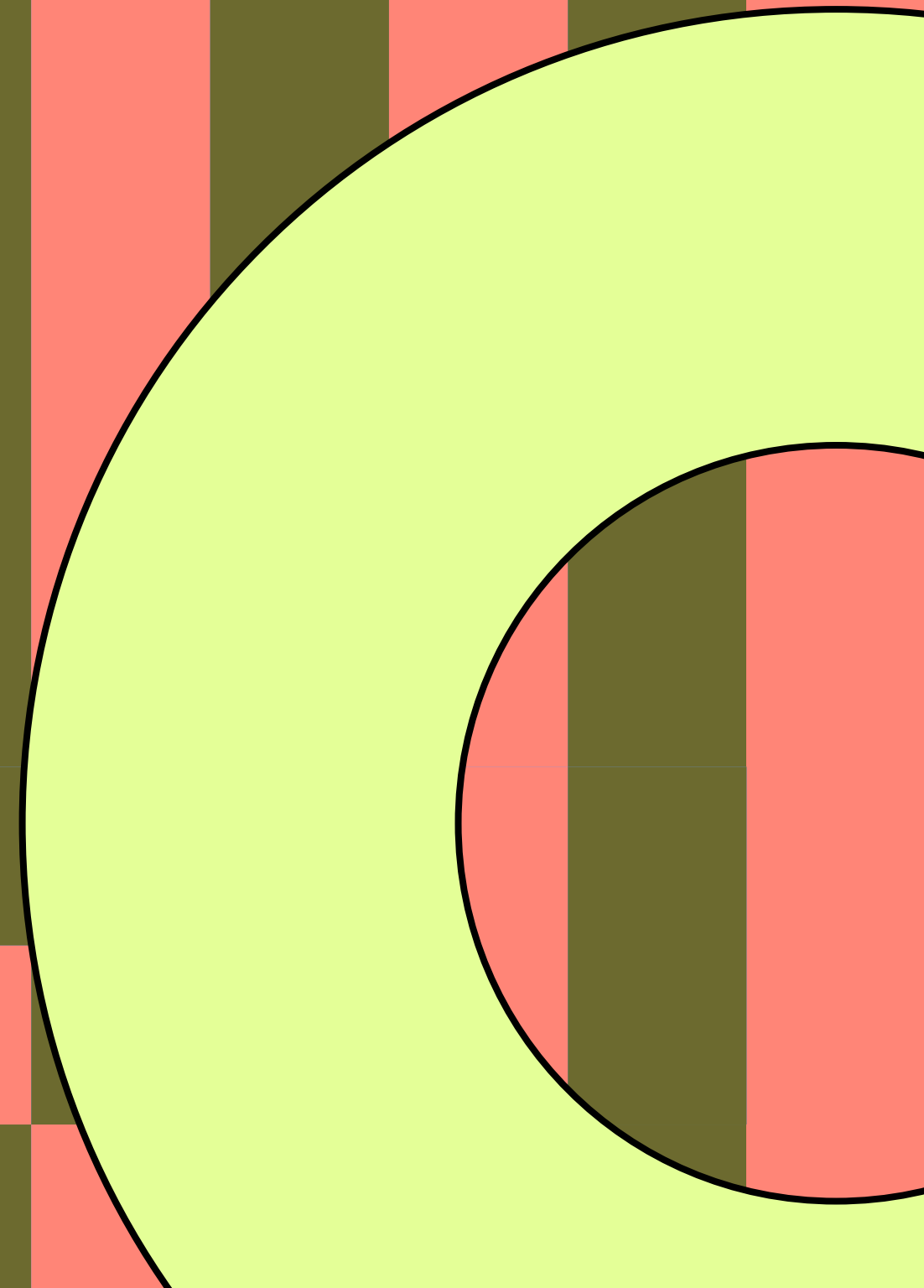
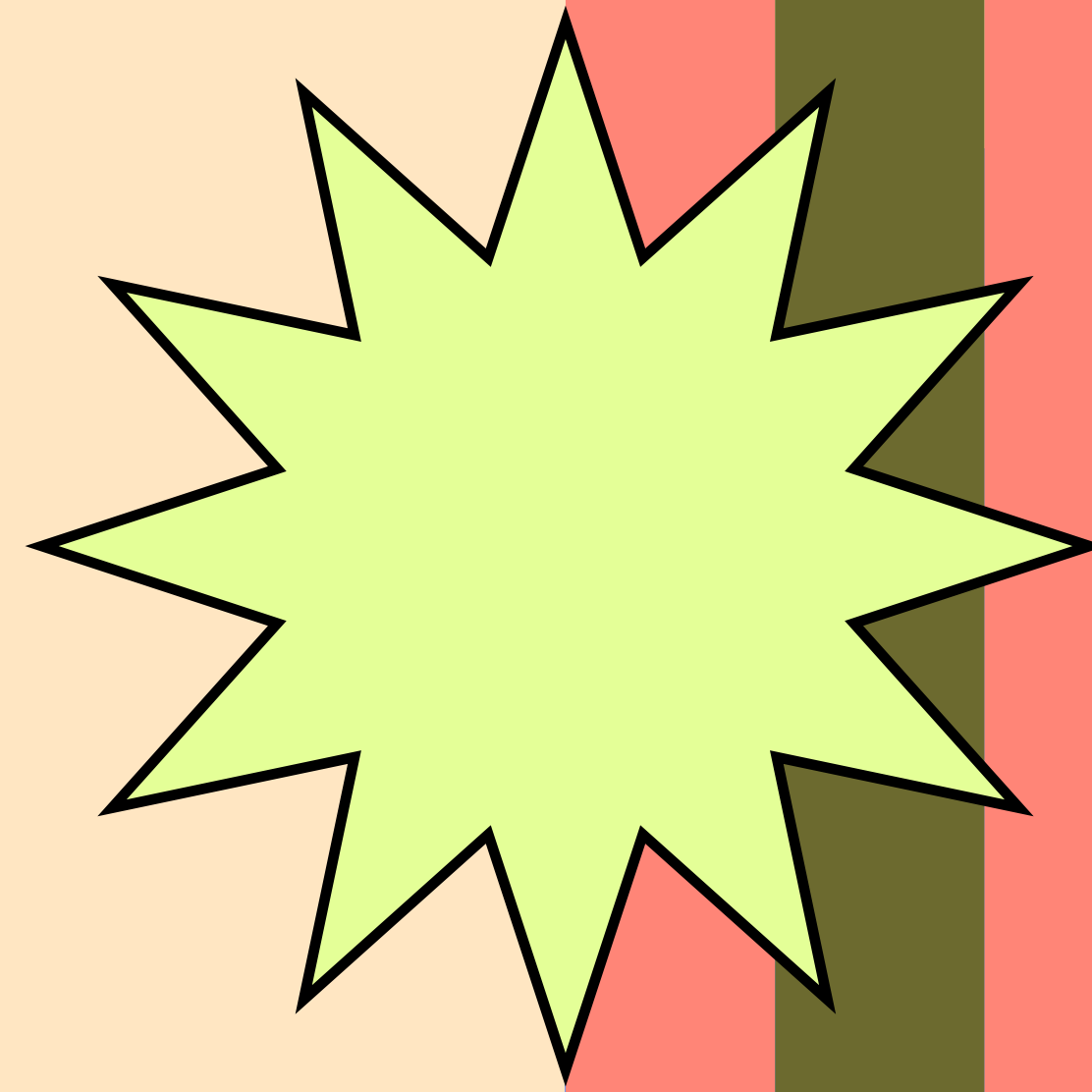
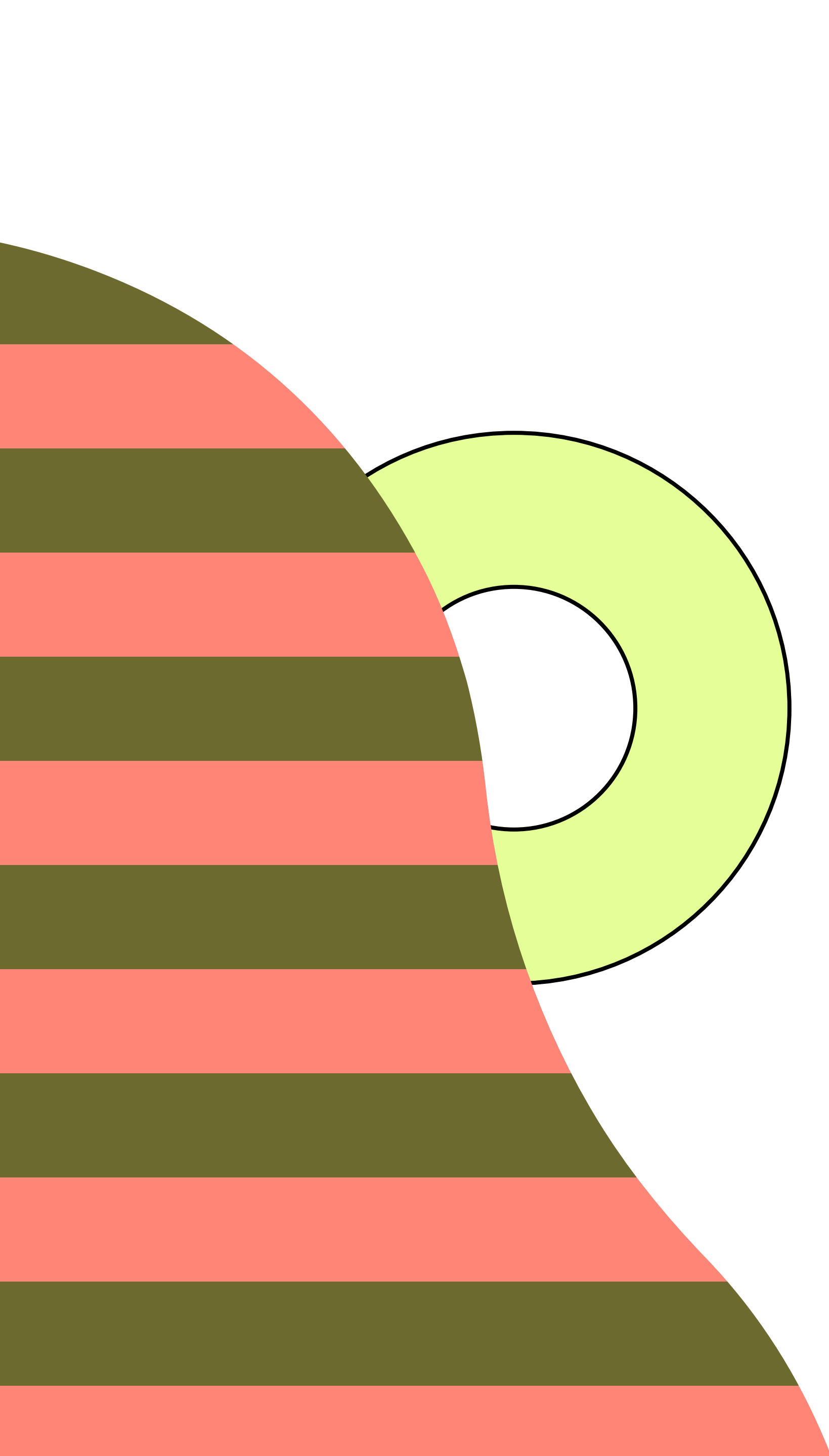


Figma

AIへの期待と試み： デザイントレンド レポート





デジタルデザインチームは転換期に立たされています。テキスト、動画、画像生成などの生成AIの機能が私たちの仕事を大きく変えることは分かっていますが、その具体的な方法や時期はまだわかりません。

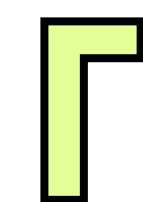
AppleやAirBnB、Zoomなどへの早期投資家として知られているベンチャーキャピタルのSequoia Capitalは、2024年のSequoia AI Ascentイベントで、さらに40〜50社の企業がAIによって10億ドル以上の収益を上げると予測していると発表しました*。

それらの多くは、まだブレイクしていないスタートアップである可能性が高いですが、AIは私たち全員の未来を大きく左右するものです。AIはすべてのデザインや開発の仕事を揺るがす可能性を秘めており、それはスマートフォンがもたらした影響よりも大きくなるかもしれません。

しかし、SequoiaのパートナーであるSonya Huang氏は最近、* 多くの人が2024年にAIアプリが「カンブリア爆発」を起こすと予測していたにも関わらず、大成功を収めるアプリの進化的爆発は今年前半には実現しなかったことを認めています。

*Sequoia AI Ascent、2024年3月

このような時、私たちはThe Institute for the Future (未来研究所) を率いたRoy Amara氏が最初に述べた原則に注目します：



私たちは技術の短期的な影響を過大評価し、長期的な影響を過小評価する傾向があります」

この現象は何度も観察されており、それを**アマラの法則**と呼びます。



しかし、荒唐無稽なAIの約束は遠い未来にあるかもしれませんが、AIはすでにデザイナーやエンジニア、その他の人々がウェブサイト、アプリ、デジタル製品を設計・構築する方法に影響を与えています。そして、モバイルの隆盛期と同様に、多くのブランドがAIのアプリケーション層を利用しようとしています。

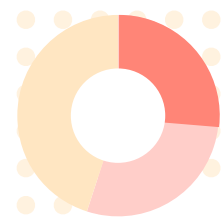
アプリケーション層とは何でしょうか？ それは私たちのほとんどが毎日見たり触れたりするものです。モバイルではUberを思い浮かべてください。AIでは、音楽生成AIのSuno、ビデオ生成AIのSora、またはチャットボットのClaudeなどが該当します。インフラストラクチャ層（サーバー、クラウド、ネットワーク）とは異なり、アプリケーション層ではユーザーエクスペリエンスが最も重要であり、インターフェースと製品の成功または失敗はそのデザインに基づいています。

そのため、AIは製品開発チームにとって大きなチャンスとなっています。私たちは現状を把握し、調査結果を共有する時が来たと判断しました。私たちは、2024年における生成AIの仕事への影響や、今後の対応について、4大陸からの約1,800人のデザイナーや開発者にアンケートを実施しました。

結果は、生成AIがまだ実験的な段階にある一方で、多くのことが着実に形作られつつあることを示しています。



例えば、半数以上の人々が既にAI製品や機能を開発していると述べています。



その一方で、そのうち半数未満の人が実際に何かをローンチしたと述べています。

このeBookは、デジタル製品のデザインと開発におけるあなたの仲間がすでに生成AIをどのように活用しているか、そして彼らが次に何を考えているかについてのスナップショットを提供します。

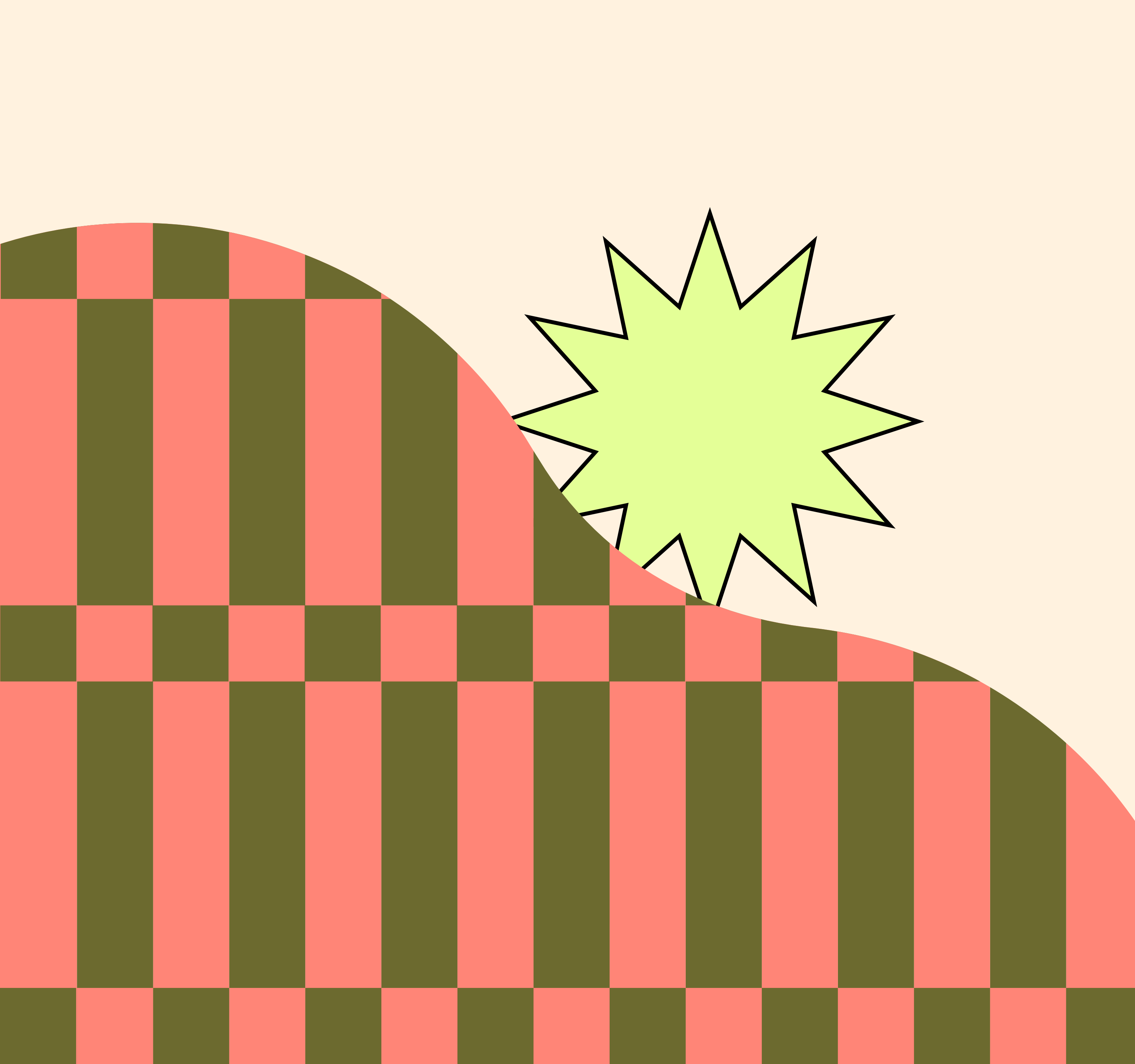
目次

現在：誰が何のために生成AIを使っているのでしょうか？ →

リリースされる新しい製品、機能、サービス →

未来：急速に変化するAI環境の中でどう進むべきか →





現在：誰が何のために生成AIを使っているのでしょうか？

AIが日々の業務に与える影響の大きさは、あなたの役割によって異なります。

一部のデザイナーにとって、初期の使用例はリサーチ段階にあります。ベントレー大学の講師であり、かつてUserTesting社のチーフインサイトオフィサーを務めたJanelle Estes氏は、「(研究計画を書く際に) 生成AIを使うことで、大幅な時間の節約ができます。作られた計画を見て、70〜80%は完成していると感じます」と述べました。



しかし、物事を次の段階に進めることは別の問題です。「**私は何が良いことなのかを知っているのに、少しセーフティネットがあるような気がします。何が良いことなのかを知る経験や教育を受けていない人たちにとって、足りない30%をどうやって知ることができるのでしょうか?**」とEstes氏は言います。

多くの役割において、AIは既に特定のタスクとそれを実行するために必要なスキルを変えつつあります。

例えば、AIが誰かが素早く画像を生成するのを手助けするのであれば、人々はそれを使ってムードボードやインターフェースの画像、その他多くの視覚オプションを生成することができます。その段階で、スキルと専門知識は画像を生成することから、適切な画像を選ぶことにシフトします。

そして、AIが全員をより迅速に動く手助けをする一方で、デザイナーや開発者、ユーザー研究者などがアウトプットをどのように活用するかが最も重要です。例えば、デザイナーはステークホルダーに対してなぜある画像が適切なのか、またはどうしてそのインターフェースが問題解決のために最適なのかを説明するために、説得力が必要です。

変わらないものは何でしょうか？ 製品デザインチームは、ユーザーやステークホルダーの動機や懸念を理解する能力を持っているければなりません。言い換えると、文脈を把握する必要があります。

「もしタスクの実行方法が変わるなら、説得力や文脈を説明する能力がより重要になるかもしれません」と、Figmaのインサイト部門ヘッドであるAndrew Hoganは述べています。「ストーリーを語ること、そして正しい選択肢を選ぶ自信と専門知識がより重要になるでしょう。人々と協力して最良の結果を目指すことが大切です」



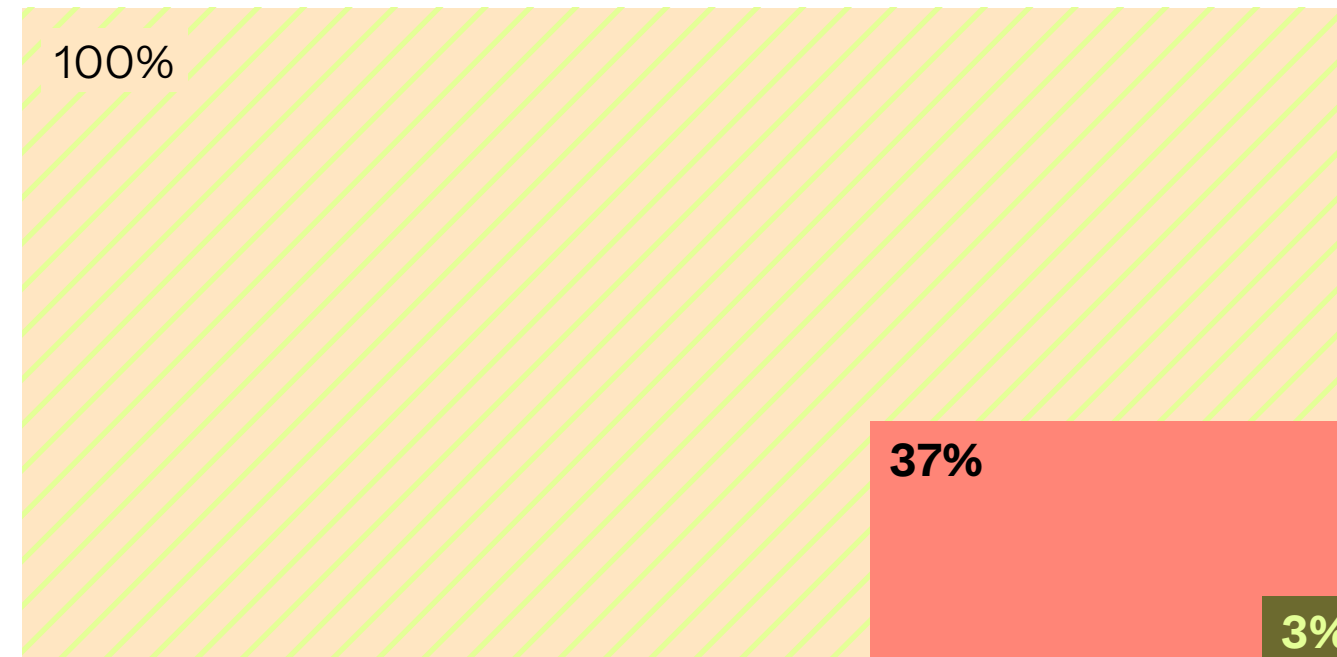
AIによる影響の第一波

私たちの調査によると、デザイナーは開発者よりもAIの変革的な影響を感じるのが遅れています。エンジニアは、AIが自分の仕事に「大きな影響」または「変革的な影響」を与えたと回答する割合が2倍以上です。

開発者は、生産性と効率の向上を報告する傾向が高く、AIのアウトプットは信頼できると回答する傾向が高いです。仕事の変化について尋ねると、開発者は日常業務を支援するために大規模な言語モデル(LLM)を使用していると述べています。

ツールだけに限られたことはありません。開発者は、AIが自分たちの取り組む製品に変革的な影響を与えたと回答する割合が60%も高くなっています。

しかしながら、最も影響と緊急性を感じているのは経営陣です。
テーブルを参照 - 役職別のAIによる影響、7ページ目。



AIが自分の仕事に影響を及ぼしていないと答えた経営幹部はわずか3%で、37%が、過去12ヶ月間ですでに「大きな」あるいは「変革的な」影響を与えたと回答しました。

これは、価格を引き下げたり、製品やサービスを向上させたりすることで、AIがどのように企業の効率性、収益性、競争力を高めることができるかを解明しようとする意欲を反映していると考えられます。経営陣のAIに対する期待を考えると、仕事にAIを取り入れるようにトップからの圧力がかかることが予想されますが、実際のユースケースのほとんどが具体化するの是一般社員のところ です。

それにより、デザイナー、エンジニア、その他の一般社員には、今、多くの力と大きなチャンスが与えられています。

Great Question社のプリンシパルリサーチャーであるJane Davis氏は、2023年のConfigでのプレゼンテーション「**AIに支援されたデザインに関する新たな考え**」で、このように語っています：

「

これらのツールを私たちの仕事でどのように使用するかの条件を設定することは、実務家としての私たちの責任であり、またチャンスです。これは技術的な変化と大きなパラダイムシフトの瞬間です。

私たちは集団としてその決定を下し、その条件を設定することができますが、それを行うためには、集団で行い、慎重に行う必要があります」

役職別のAIによる影響

AIの圧力はトップダウンで徐々に浸透しています。

過去12ヶ月間で、AIがあなたの仕事にどの程度影響を与えたと感じていますか？			
	役職		
	一般社員	中間管理職	経営陣
変革的な影響	2.3%	3.7%	10.2%
大きな影響	12.4%	18.2%	26.5%
中程度の影響	32.7%	33.2%	28.6%
わずかな影響	43.5%	41.2%	32.7%
影響なし	9.2%	3.7%	2.0%
合計	100.0%	100.0%	100.0%

経営陣の中では、AIが変革的または重大な影響を与えたと見ている割合が最も高い。

業界別のAIによる影響

AIの影響は全ての業界で驚くほど類似していますが、金融サービスまたは保険業は、他の業界よりも慎重なアプローチを取っています。

業界	平均
広告またはマーケティング	42.9
ヘルスケア	42.8
メディア	42.3
技術または技術サービス	42.1
通信サービス	41.7
小売り	41.3
プロフェッショナルおよびビジネスサービス	40.1
金融サービスまたは保険	34.9
エネルギー、公共事業、または廃棄物管理サービス	32.6
合計 (9)	41.1

スコアは、回答者の仕事に対するAIの影響度合いに基づいた加重平均を表しています。



DIY AIの時代

DIY AIという現象は、おそらく大多数の人々にとって最も即効性のある変革的な機会です。

生成AIは、コーディングや自動化のスキルを持たない人々に、独自の自動化補助ツールを作成する能力を与えました。

例えば、手動でコンテンツの変更を追跡したり、修正されていないかもしれないコピーをリフローしなければならないことに不満を感じていた代理店のデザイナーは、ChatGPTを使って、ソースドキュメントの変更をチェックするシンプルなツールを構築しました。これにより時間の節約ができ、エラーも減少する可能性があります。

創意工夫を凝らしたデザイナーやエンジニアが、自分の仕事をより効率的にするために使ってきたDIY AIプロジェクトの例は、おそらく何百万とあるでしょう。しかし、適切なツールやプラグイン、機械に対する適切な指示を見つけるには、調査や試行錯誤が依然として必要です。

もちろん、多くの企業では、このような取り組みは会社がスポンサーとなっています。実際、Figmaでは**FigJamにAIを搭載**し、製品チームが全体像に集中できるよう、効果的なミーティングの実施、アイデアや計画の視覚化、ベストプラクティスの提案、そしてもちろん面倒なタスクの自動化を行っています。

「私たちが床を下げ、天井を上げると言うとき、それはより利用しやすい製品を作るだけでなく、可能性を広げることを意味します」と、Figmaのデザイン担当バイスプレジデントNoah Levinは述べています。

コラボレーションと注意

AIには組織全体で人々が協力して働く方法を改善する機会がありますが、まだその効果は見えていません。

私たちの調査によると、AIはコラボレーションに影響を与えるよりも、個々のワークフローに影響を与えています。**わずか6%の回答者が、AIはコラボレーションに大きな、あるいは変革的な影響を与えたと答え、その3倍が個人の仕事を变えた**と回答しています。

多くの組織がチーム全体でAIをどう使うかをまだ完全に決めきれていないのは理解できることです。マルチプレイヤーのワークフローを更新するには、より多くの考慮、インプット、期待値設定が必要です。その時間を投資することは、ツールの切り替えにより高いコストがかかることを意味するため、組織はツールを展開する前に、ツールの選択とテストに時間をかけるべきです。

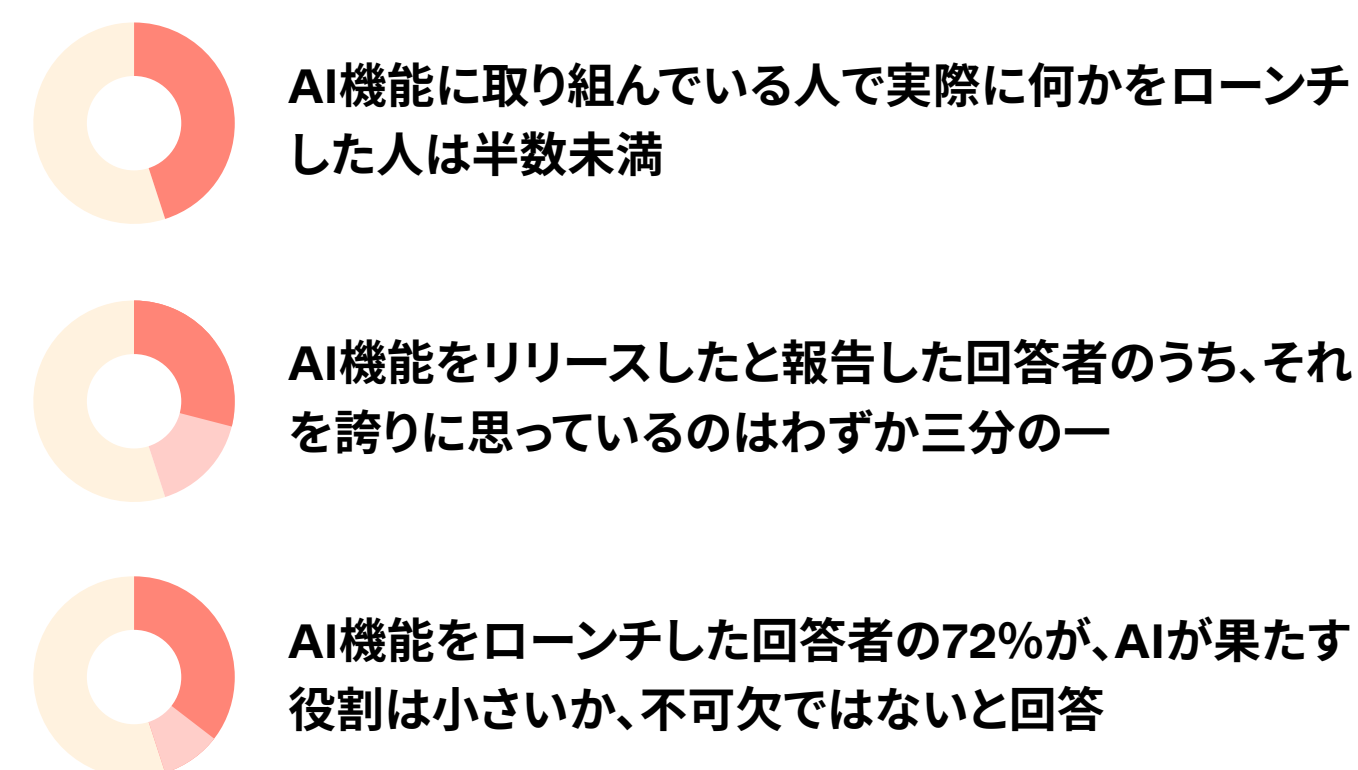


AIの到来する波: 新製品、新機能、 および新サービス

取り残される恐れが初期の取り組みを後押し

私たちの調査によれば、企業は既にAIの機能や製品を急ピッチでローンチしようとしており、**89%**という非常に多くの企業が、AIは今後1年以内に自社の製品やサービスに影響を与えると回答しています。

しかし、その水面下では多くのことが起こっています：



では、AIがこれほど多くのことを可能にし、それほど重要であるならば、なぜ多くの初期の取り組みがうまくいかなかったのでしょうか？

現時点で、多くの証拠が示しているように、技術自体がAIの機能や製品開発を主導しており、ユーザーのニーズではない場合もあります。一部の組織では、問題解決に繋がっていないイノベーションとなっています。

しかし、Designing with AIの創設者であるMia Blume氏によると、これは珍しいことではありません。彼女は、私たちの最近のウェビナーで、「常に技術が先行します」と述べています。「技術は新しい機会を示してくれます。私たちはまだ何が可能かを理解しようとしています。実験やプレイ、発見、そして研究が行われているため、製品とデザインの部分は少し後になっています。はい、デザインはあとからやってきます。ただし、それは今すぐにデザインを進めてはいけないというわけではありません」

AI機能疲れ

AI機能をいち早くリリースしようと躍起になっている企業、あるいは遅れを取らないようにしようとしている企業は、AI製品や機能で溢れた市場に直面することになります。

Figmaの研究者たちは、AI製品のエンドユーザーと数十回のインタビューを行い、「もう1つのAI機能」に対する無関心さが増していることを認識しました。この現象を「AI機能疲れ」と呼んでいます。

なぜそれが起きているのでしょうか？ 製品や機能を開発している人々さえ、その必要性に懐疑的です。20%以上がユーザーの問題解決を最も重要な課題として挙げています。

いくつかの重要な障壁が彼らの前に立ちはだかっています：

- **予測が難しいAIモデルとアウトプット：**生成AIは時々、不正確な結論、または意味不明な結論を出力することがあり、その結果を検証できない場合には適していない場合があります。
- **データのプライバシーとセキュリティに関する懸念：**公開されているAIモデルにデータを入力すると、予測不可能な結果につながる可能性があります。一つの企業に限定されたプライベートなAIを使用していても、不適切なアクセス権を持つ従業員にデータを共有してしまうなど、セキュリティリスクが発生する可能性があります。
- **新機能を一貫して組み込むこと：**多くの場合、企業は既存の製品、ウェブサイト、アプリに生成AIを統合しています。AIは新しいタブや魔法の杖、またはいくつかのベータ機能の一部として提供されるべきでしょうか？ 機能の過剰化や情報アーキテクチャの複雑さは常にリスクとなりますが、特に新しい機能を導入する際にはさらにそうです。
- **インタラクションの設計：**生成AIはチャットボットなどさまざまなインタラクションデザインの開発を促進しますが、これらの体験は混乱を招くことがあります。ユーザーはどこから始めたらよいのか、どんな質問をすればよいのかを知らないかもしれません。また、ツールの回答の正確性に対する信頼度を示し、ユーザーが何を期待すべきかを理解できるようにするのも重要です。その次は、ユーザーの代わりにタスクを完了するエージェントですが、それには監視とガイダンスが必要とされます。

すべてのAIによる製品改善が特定のラベル付けされた機能として現れる必要はありません。技術自体のためではなく、顧客のニーズを優先することで、企業は自社の提供価値を大幅に向上させることができます。

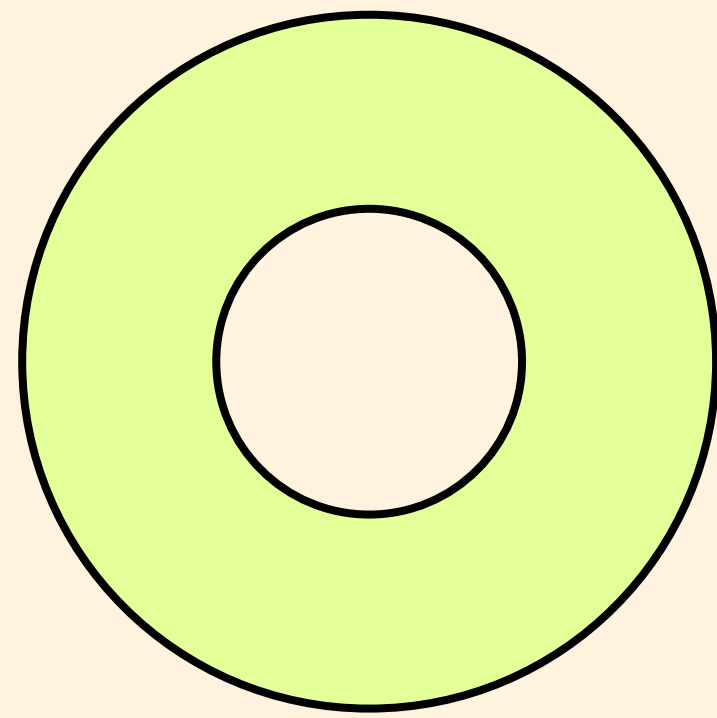
Duolingo社のプロダクトマネージャーであるZan Gilani氏は、彼らがAIについてどのように考えているかを[最近のライブストリーム](#)で語りました。

彼はすでにAIがコンテンツ作成などの既存プロセスのスケーリングに役立っていると述べました。異なるターゲットオーディエンス向けに広告セットを作成している場合、AIを使用してそれをより細かく複製できると述べました。

もしかしたら、AIを搭載した製品やサービスを急いで市場に投入しようとする企業には、大きな危機感があるのかもしれませんが。しかし、設計が不十分な場合、ユーザーは機能自体を目的としたAIには興味を持ちません。このギャップは2024年と2025年にピークを迎えるでしょう。



今こそ行動の時： AIを活用して方向転換する方法



急速に変化するAI環境の中 で進む

現在、生成AIはまるで全く新しい技術のようにもてはやされています。これは珍しいことではありません。新しい技術が導入されるとき、その使い方が明確でないことがよくあります。技術とユーザーのニーズをつなぐのは、しばしばデザインの役割です。

ある時点で、本は新しい技術でした。印刷機、コンピュータ、電話も同様に、時間とともにより便利になっていきました。

iPhoneが発売されたときにはApp Storeはありませんでしたが、数年後には多くのニーズを満たす数百万のアプリが登場し、スマートフォンが私たちの生活の中心になりました。

Figmaインサイト部門ヘッドのAndrew Hoganは述べました：

「2010年にAppleは『there's an app for that』という言葉を商標登録しました。2014年までに、数多くのアプリが登場し、競争がさらに激化しました。単にアプリを持っているだけでは足りなくなりました。デザインを優先した企業が有利になったのは、モバイルが多くの機会を生み出した反面、すべてを複雑化させたからです」

製品やサービスを作る人たちにとっての教訓です。技術そのものを売るのではなく、人間のニーズを理解して生まれるソリューションと機会を売る必要があります。



今すぐAIを自分の手に： 始めるための簡単なステップ

AIツールとユースケースは急速に増加しており、分析麻痺に陥りやすい状況です。ここでは、優柔不断を乗り越え、自分の仕事、コラボレーションの方法、さらには会社の製品を大幅に改善するためのいくつかの方法を紹介します。

自分の仕事

今、AIに挑戦することで、その可能性と限界を理解し、将来的にますます重要な役割を果たすであろうAIの世界に備えることができます。そして、新たな息吹を仕事に注入することができるかもしれません。

- 職場で使用が許可されているツールを調べましょう。
- 同僚にAIを何に使っているか尋ねましょう。
- 小さく始めましょう。AIを新しいタイプのタスクにどのように適用するかを考えてください。たとえば、頻繁に行う作業（例えば、画像のリサイズ）や、ブレインストーミングのようなルーティーンではないタスクなどです。
- あなたの問題に合ったプロンプトガイドを見つけましょう。おそらく、同様の問題を解決するためにAIを使うことに多くの時間を費やした人が既にいるでしょう。

所属するチームの仕事

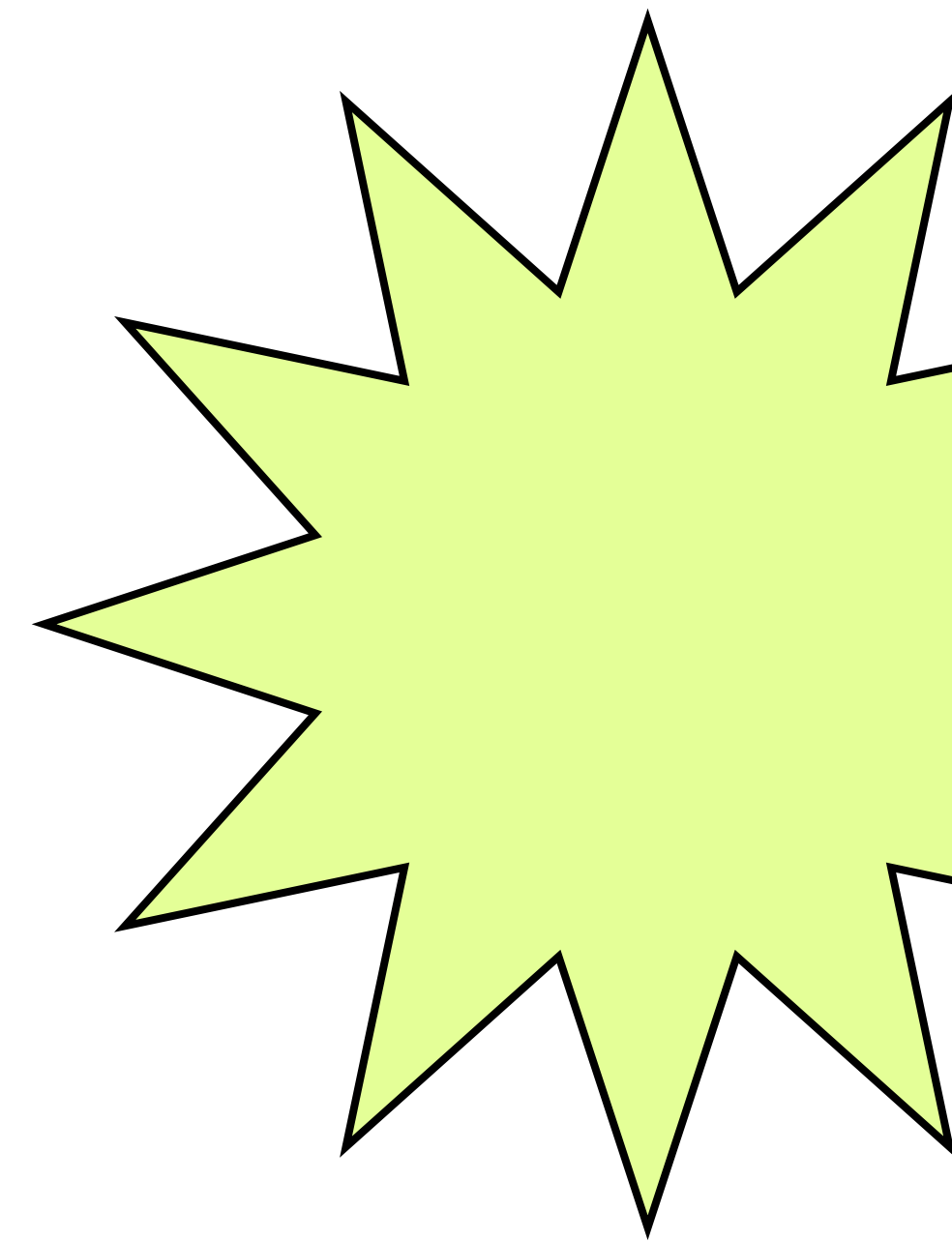
強力なコラボレーションには多くの作業が必要です。会議のメモ、ブレインストーミングの支援、または単にもう一つの手が必要なこともあります。AIを活用してコラボレーションを向上させることで、チームに新しいアイデアとより緊密な連携をもたらすことができます。

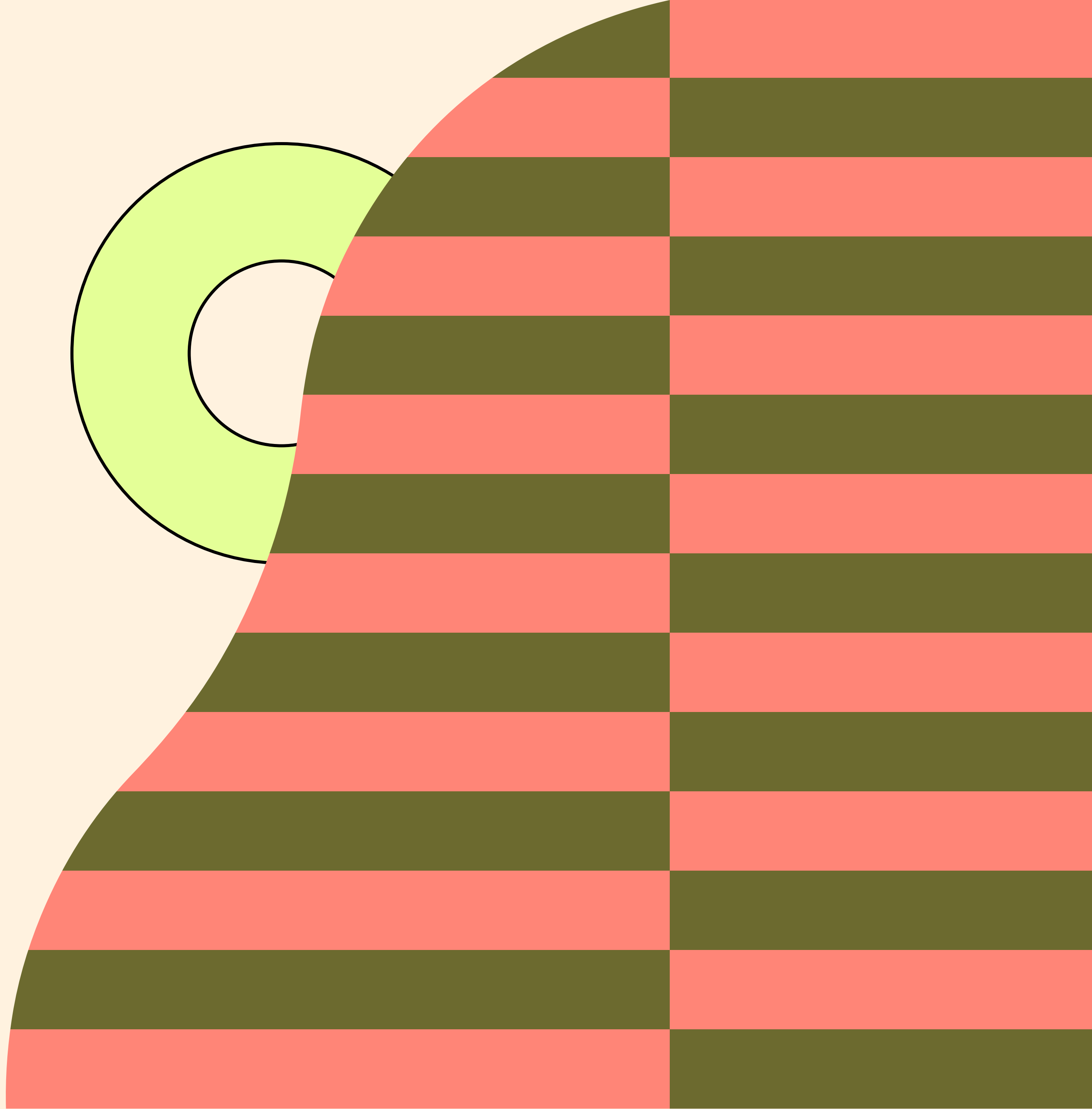
- 会議は革新の余地があります。AIを使って、視覚的なコラボレーションのためのブレインストーミングや会議のテンプレートを生成してみてください。「空白のファイルから始めると、どう埋めていけばいいかが非常に難しく感じる場合があります」と、FigmaのデザインマネージャーであるJenny Wenは述べています。「あなたは自分がビジュアルシンカーではないと感じるかもしれませんが、誰もがデザイナーではないので、全く問題ありません」
- AIと一緒に学ぶ際に、遊びを取り入れて学習のプレッシャーを軽減しましょう。グループで遊び心を捉える方法を考えてみてください。例えば、AIと最初にやってみるものの一つとして、「ハムサンドイッチの作り方は？」といった、たわいのない質問をすることがあります。こうしたゲームやトリックは、人々がこれらのツールを実際の仕事でどのように使えるかを想像するのに役立ちます。そのため、グループでどのようにしてゲームをプレイし、実験を行うか考えてみてください。皆でハムサンドイッチを作って結果を比較したり、AIを使ってオフサイトを計画することもできますでしょう。
- ホワイトボードセッションのAIサマリーを作成してコメントを選別し、次のステップにまとめる前にチームの意思統一を図りましょう。
- AIを新たな発想のきっかけを与えてくれるもう一人の共同作業員として活用しましょう。「優れたAIの共同作業員は、最終的な評決としてアウトプットを提示するのではなく、具体的で忠実度の低い形で提案を共有するため、それを基にさらに発展させることができます」と、FigmaのプロダクトデザイナーであるAosheng Ranは述べています。

あなたの会社の製品やサービス

AIは、そのほとんどが可能性に満ちた広い緑のフィールドであり、最高のアイデアはおそらくトップから生まれるものではなく、デザイナー、エンジニア、カスタマーサービスチームなど、最前線にいる人々から生まれるものでしょう。この点は主にあなた次第ですが、考慮すべきいくつかの領域をご紹介します：

- よく目にする顧客の課題は何ですか？
- 規模拡大のコストが高い、またはそれが非効率であることを理由に断念した過去のビジネスチャンスは何ですか？





AIの波はまだ始まったばかり

AIは変化をもたらし、それには成長の痛みも伴います。しかし、私たちは、特に早くから意図的に身乗り出す人々にとっては、チャンスであると考えています。

iPhoneが登場し、デザイナーやエンジニアにエキサイティングな新たな機会がもたらされたように、AIはまったく新しい挑戦と機会を生み出すでしょう。

そして、デザイナーやエンジニアは今後数年間、非常に忙しくなることが予想されます。

AIがデザインやコーディングにおいて日常的な作業を担うようになる一方で、デザイナーやエンジニアはより高度な思考能力が求められ、仕事や人生を変えるようなイノベーションの次の波を生み出すために必要とされるでしょう。

このレポートは、2024年5月に編集されました。
2024年6月のConfigでFigmaがローンチした新しいAI機能を紹介しています。

FigmaのAIへの取り組みについて、 もっと読む

[詳細を見る →](#)

