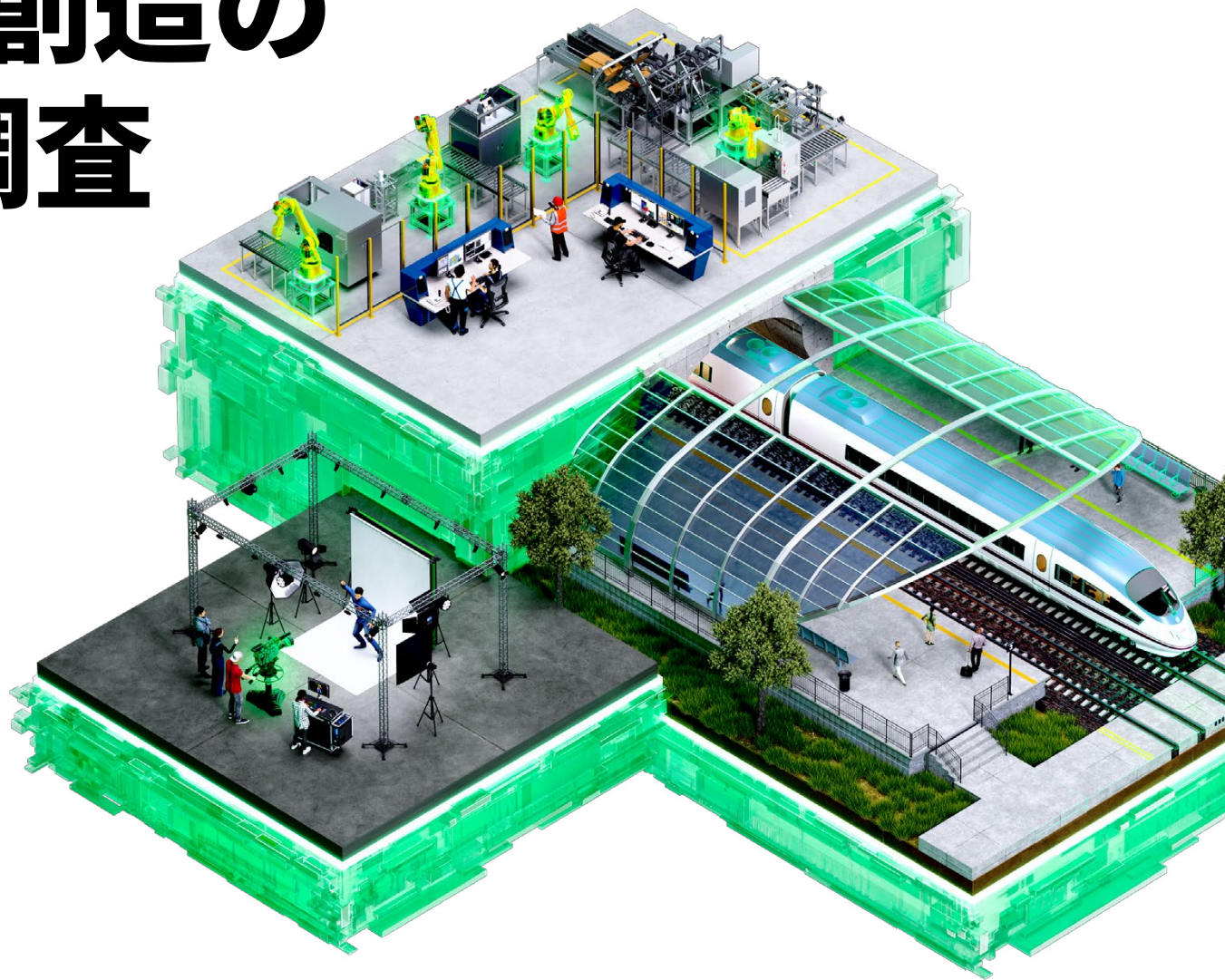


# 20 デザインと創造の 24 業界動向調査

## メディア&エンターテインメント業界版

ビジネスのレジリエンス、サステナビリティ、  
人材管理をデジタルトランスフォーメーションで  
推進する方法に関する、業界リーダーのインサイト



# 目次

03 本調査について

04 はじめに  
主要テーマ  
主なインサイト

08 ビジネスのレジリエンス  
重要なインサイト  
地域による違い

30 人材  
重要なインサイト  
地域による違い

42 サステナビリティ  
重要なインサイト  
地域による違い

52 まとめ

53 付録  
この調査の手法  
用語集  
謝辞







# 本調査について

この『デザインと創造の業界動向調査』(State of Design & Make) レポートは、建設から製造、メディア&エンターテインメントに至るまで、幅広い業界で活躍する世界中のビジネスリーダーを対象に毎年実施するグローバル調査のレポートです。この調査は、今日のビジネスを形作る差し迫った課題を明らかにするとともに、ビジネスリーダーが、未来に向けて何を優先させ、何に投資するかについて、十分な情報に基づく戦略的な意思決定を行うための一助となるでしょう。

特に断りのない限り、このドキュメントのデータの出所は、メディア&エンターテインメント (M&E) 業界に携わる 1,579 人のビジネスリーダーおよび専門家を対象とした、M&E 業界サンプルデータ (オートデスクによる 2024 年度版『デザインと創造の業界動向調査』レポートのサブセット) です。

全体的なサンプルデータは、建築・土木エンジニアリング・建設・運用 (AECO)、製品設計・製造 (D&M)、メディア&エンターテインメント

(M&E) の各業種に所属する、業界リーダー、未来研究者、および専門家 5,368 人で構成されています。メインレポートの調査データは、アジア太平洋 (APAC: オーストラリア、中国、インド、日本、韓国からの回答で構成)、欧州、中東、およびアフリカ (EMEA: フランス、ドイツ、イタリア、中東諸国、オランダ、北欧諸国、スペイン、トルコ、英国からの回答で構成)、および南北アメリカ (AMER: ブラジル、カナダ、メキシコ、米国からの回答で構成) の、各グローバル地域別に分類されています。

# はじめに

主要テーマと主なインサイト





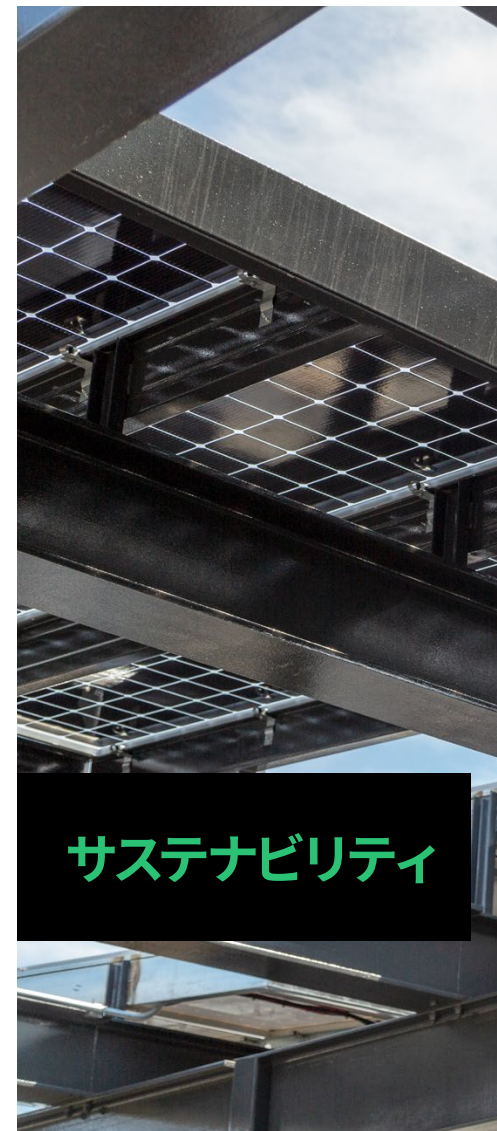
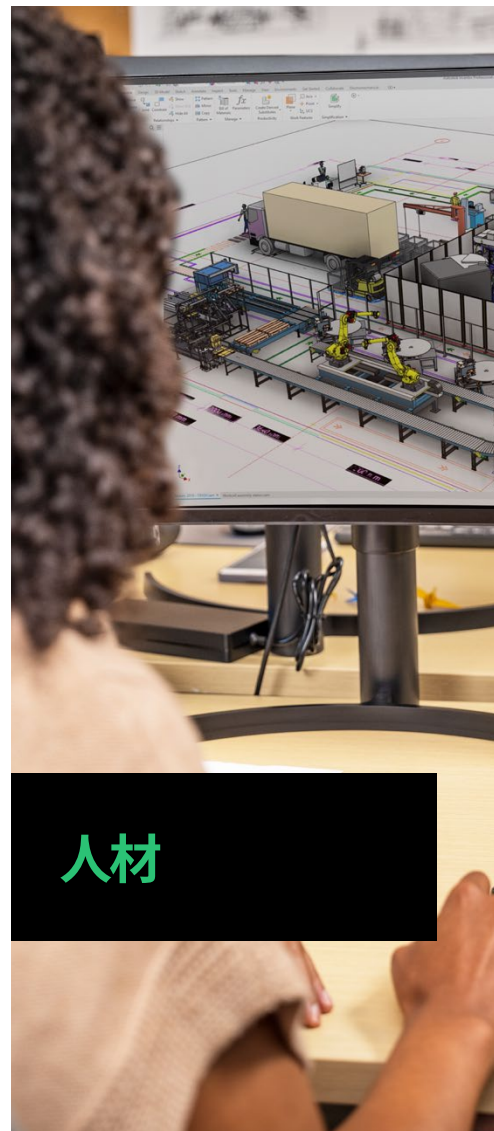


この1年間で、メディア&エンターテインメント (M&E) 業界では考え方が大きく変化しました。これを促したのは、画期的な技術的進歩、コストに対する懸念の高まり、およびサステナビリティへの新たな焦点です。オートデスクによる『2023デザインと創造の業界動向調査』レポートからの顕著な変化として、M&E 業界のリーダーと専門家が、世界情勢に加え、自社のレジリエンス、準備状況、パフォーマンス、投資、およびデジタルトランスフォーメーションの水準について楽観的になったことが挙げられます。この考え方は定性調査でも反映されており、リーダーたちは、長年にわたる景気後退懸念の後、経済がソフトランディングしたように思えることが、大きな自信につながっていると述べています。しかし、そうした自信にもかかわらず、コスト管理という新たな懸念が浮上し、それは今や人材に次ぐ最大のビジネス課題となっています。

また今年も、人工知能 (AI) は未来の夢物語ではなく、現在のためのツールであるという理解が新たに生まれ、その理解によって驚くほどの信頼が生じています。リーダーたちは、AIと新興テクノロジー、そして自動化、拡張、解析を通じた生産性向上の可能性を取り入れつつあります。これによるメリットの1つは、サステナビリティの向上です。自社のビジネスを通じてサステナビリティの目標を達成するためにリーダーたちが使用しているテクノロジーとして、AIがトップの座に上り詰めました。

AIが受け入れられたことで、組織を変革する力が新しいテクノロジーにあることが示されています。M&Eのようにイノベーションが急速に進行している業界で競争力を維持したいと考えるリーダーは、社内データの活用、テクノロジーに精通した人材の獲得、トレーニング、維持、そして長期的な収益機会を提供するサステナビリティの取り組みに注力する必要があります。

# 主要テーマ





# 重要なインサイト

## ビジネスのレジリエンス



1. **楽観的な見方が戻りつつある:**  
リーダーは、自社のレジリエンスが昨年よりもはるかに向上したと感じている



2. 人材は依然として企業にとって最大の課題である



3. **デジタル成熟度が高い**  
企業は、さらに大きな成功を収めている



4. 企業は **AI 導入の道**のりで、すでに長足の進歩を遂げている

## 人材



5. **スキルアップ**は不可欠だが、多くの企業にとって困難な課題である



6. 企業は**人材に関する問題**を解決する上で多面的なアプローチをとっている

## サステナビリティ



7. 企業は**サステナビリティ**に真剣に取り組んでいる



8. サステナビリティは、ビジネスの**健全性を長期的にも短期的にも**向上させつつある

# ビジネスのレジリエンス

さまざまな課題がある中で、  
ビジネスのレジリエンスがデジタル  
化によって飛躍的に向上している





## ビジネスのレジリエンス

### 前向きな展望、新たな課題、デジタルツールの価値

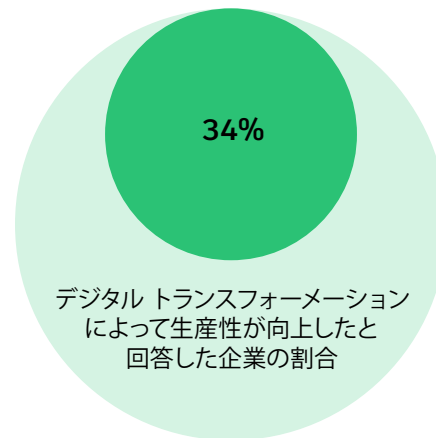
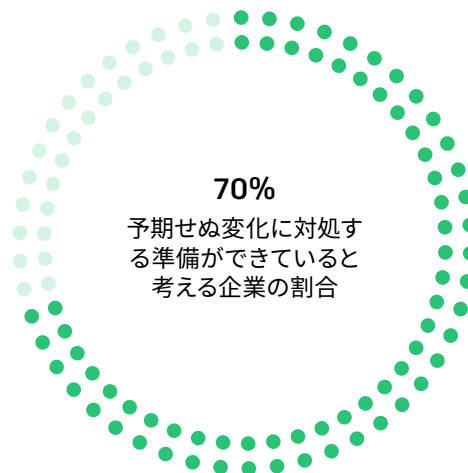
一言で言えば、メディア&エンターテインメント業界のリーダーと専門家は、今年は楽観的な見方をしています。

引き続き大きな課題に直面しているものの、過去数年間にわたり、組織のレジリエンスの強さが証明されています。その結果、課題に対し効果的に取り組む自社の能力について、昨年よりもはるかに自信が持てるようになりました。

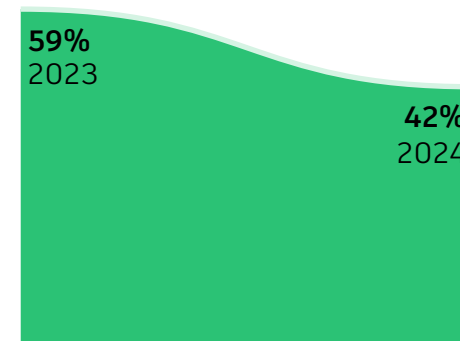
今年は、ビジネス上の課題として人材がトップの座を占め、組織は人材の獲得と維持の両方で

困難を経験しています。また、コスト管理が人材に関する懸念に迫っており、製品とサービスのイノベーション、環境サステナビリティがそれに続きます。

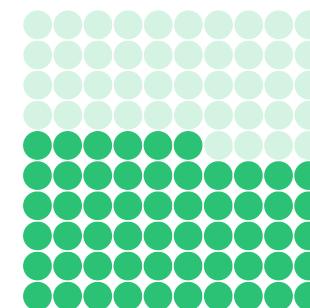
人工知能 (AI) の登場など、テクノロジーの急速な変化に対応することも重要な課題ですが、これは企業が戦略的投資を行う絶好のチャンスです。回答者は、デジタル技術への投資によるさまざまなメリットを挙げる一方、コスト、時間不足、スキルギャップがいずれも、デジタルトランスフォーメーションの取り組みに対する障壁になっていると述べています。



高いスキルを持つ人材の獲得に関する懸念は昨年と比べ減少



56%  
AI導入に関する自社目標の達成に近い、すでに達成した企業の割合



## インサイト 1

# 楽観主義が戻りつつある

メディア&エンターテインメント企業は以前に比べ、不確実な未来に立ち向かう準備を整えています。

昨年の調査の回答では、世界規模のパンデミック、地政学的な混乱、多数の市場で生じた経済の不安定さによる不確実性が強調されており、成長に必要な人材を獲得して維持する上で、多くの企業が困難を経験していました。

それに対して今年、M&E 業界のビジネスリーダーと専門家は自信をはるかに強めており、回答者の 70% が、予期せぬ経済的または地政学的変化に対処する準備ができていると回答しています (2023 年は 60%)。

この自信が生まれた根拠の 1 つとして、過去数年間、企業がパンデミックやサプライチェーン

関連の混乱など、前例のない一連の課題を見事に乗り切ったという事実が挙げられます。

企業は積極的に自社の立場を強化しており、新しいサービスの計画、新規市場への参入、俊敏性の向上、サプライチェーンの多様化といった措置を講じています。企業がそうした措置を講じれば講じるほど、リーダーは将来に自信を持つようになります。

さらに、企業は全般的に業績を向上させており、競争で遅れをとらないようにしています。リーダーと専門家の 73% が、「昨年、自社の業績は予想を上回った」と回答しており、「今年、自社は業界の変化に追いついていない」と答えた回答者の割合は、2023 年には 10% でしたが、2024 年は 6% に減少しています。



リーダーと専門家の **60%** が、世界情勢は 3 年前に比べて不確実性が高まっていると回答 (2023 年は 78%)

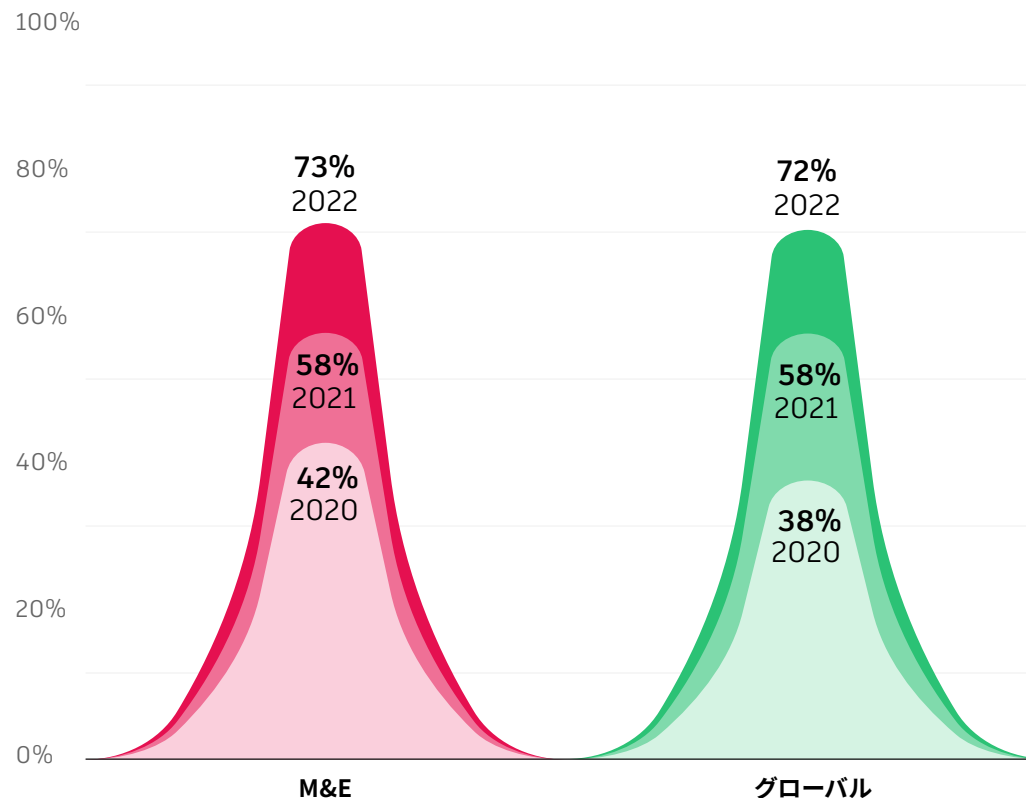


### レジリエンス対策から生まれる自信

レジリエンスの強化に向けた措置を講じている会社のリーダーや専門家は、未来に関して自信を持っています。

今年の調査では、新しいサービスの計画、新規市場への参入、俊敏性の向上、サプライチェーンの多様化に向けた取り組みについて質問を行いました。そうした措置を講じているとリーダーが答えた企業は、未来の不確実性に立ち向かう準備がかなりできていると考えています。

## M&E 企業の業績は改善しつつある 会社予想を上回った企業の割合



調査の質問: 過去3年間のそれぞれにおける貴社または貴団体の業績は、会社予想と比較してどうでしたか? 2020年、2021年、2022年について5段階評価。上位2段階 = 平均以上の業績

「**私たちは楽観的です。** 何もかもがストリーミング配信され、誰も劇場に行かなくなるという話が一時期されていました。しかし、業界は高品質の製品で応えてきました。**これはクリエイティブなビジネスです。アルゴリズムに基づいて構築されたものではありません**」

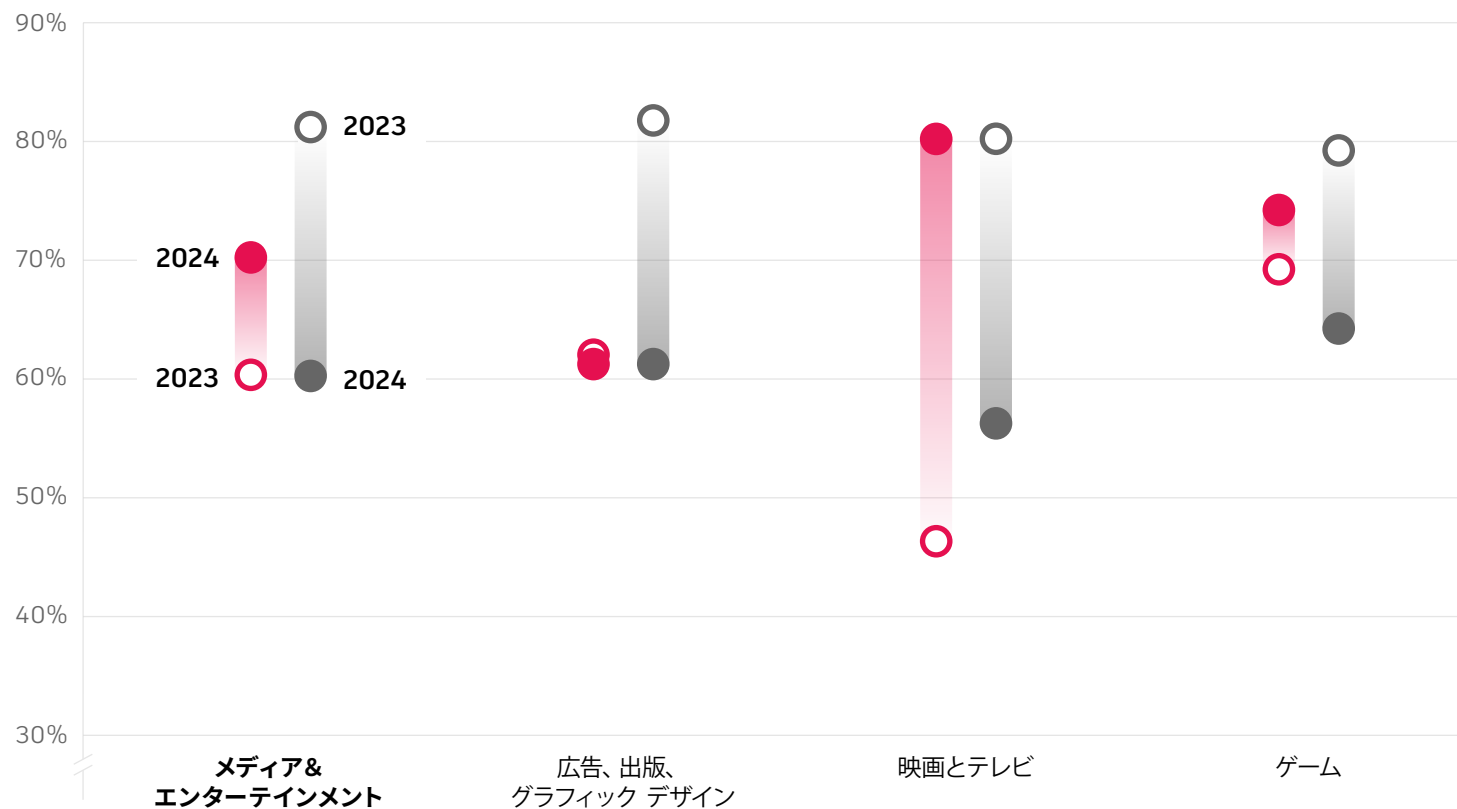
—Hansjeet Duggal 氏、Artists Equity (映画・テレビ制作スタジオ)、VFX 責任者

「**去年と今年を比較すると、状況は大幅に改善しています。** しかし、この傾向がいつまで続くかについては、ある程度懐疑的な見方もあります。市場の変化やトレンドに対応するために、没入型コンテンツ プラットフォームの導入など、能力の強化と多様化を進める必要があります」

—Jong-Hyun Jin 氏、Dexter Studios (VFX ポストプロダクション・映画製作会社)、VFX ディレクター

## 映画会社とテレビ会社は、変化への対処に向けた準備がかなり整っている

- 自社は、将来の予期せぬ変化に対処する準備ができている
- 将来の世界情勢は3年前よりも不確実だと思う



次の文章に「そう思う」と答えた回答者の割合: 1. 自社は、将来起こり得る、予期せぬマクロ経済の変化や地政学的変化に対処する準備が整っている。  
2. 将来の世界情勢は3年前よりも不確実だと思う。5段階評価。上位2段階 = そう思う。



## 人材は依然として M&E 業界の企業にとって最大の課題である

人材は M&E 業界における最大の懸念事項であり、業界のリーダーと専門家の 32% が、人材の獲得、トレーニング、維持がビジネス上の最大の課題であると回答しています。しかし、この数字は 1 年前の 53% から大幅に減少しており、人材に関する懸念が依然として最大の課題ではあるものの、ビジネスへの影響はそれほど大きくなく、高度なスキルを持つ人材を獲得できないことが会社の成長を妨げる障壁であると答えた回答者の割合は 42% で、昨年の 59% から減少しています。

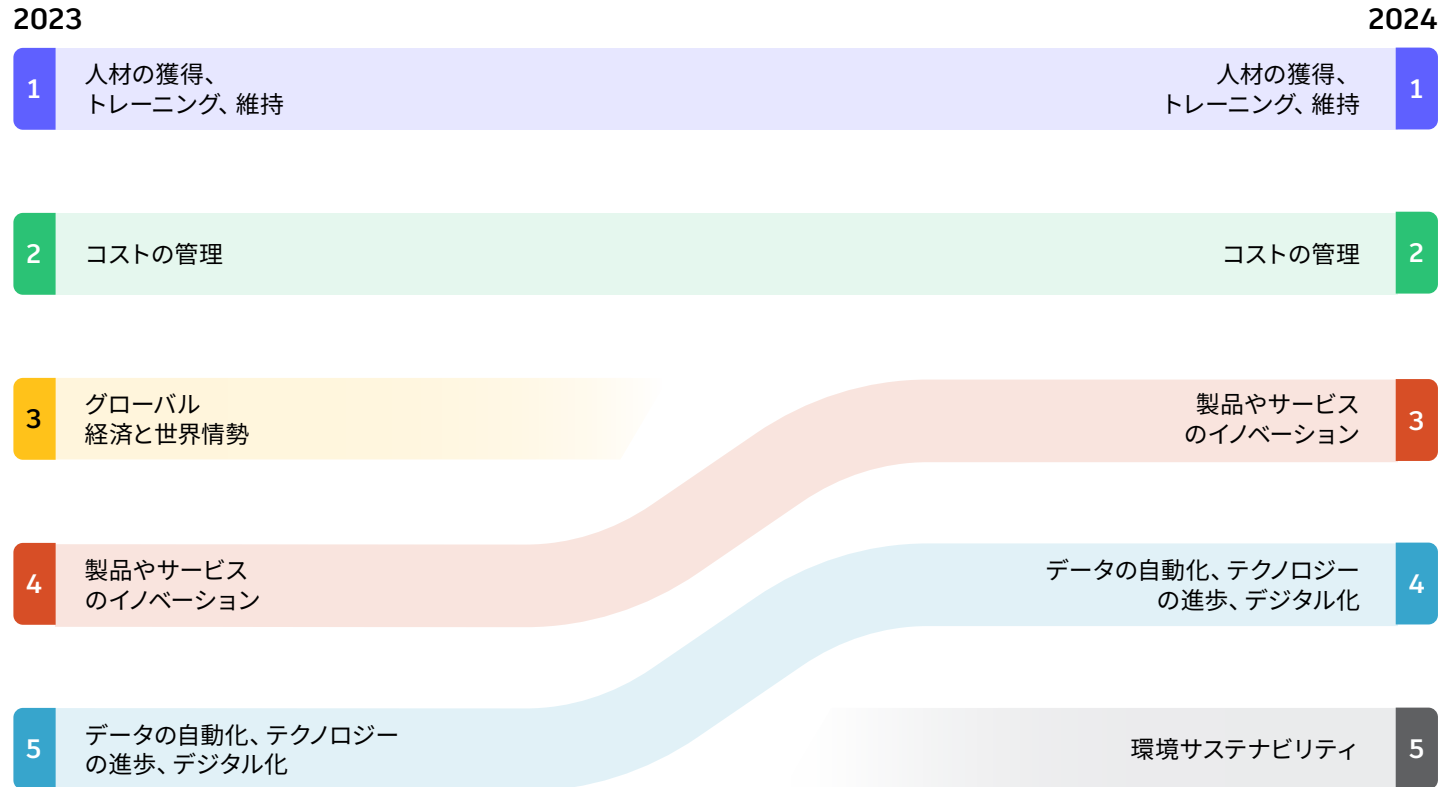
僅差で 2 位となったのはコストの管理で、M&E 業界の回答者の 31% が最大の課題として挙げています。当然ながら、苦しい立場にある会社のリーダーは、他の会社よりもコスト管理について懸念を抱いています。

「コスト管理と人材のバランスこそが重要で」と、アニメーション・VFX スタジオの Axis Studios で最高技術責任者を務める David Spilsbury 氏は言います。「規模を拡大しすぎることなく、人材を育てて需要を満たすにはどうすればよいでしょうか？ 規模を拡大しすぎてしまうと、後で縮小しなければならないリスクが生じます。テクノロジーを活用すれば、バランスの取れた位置に到達することができます」

その他の上位の課題としては、製品とサービスのイノベーション (29%)、環境サステナビリティ (27%)、データの自動化 (27%)、グローバル経済と世界情勢 (23%) などが挙げられます。



## 人材は依然として M&E 業界におけるビジネス上の最大の課題である 前年に比べて変化した上位 5 つの課題



調査の質問: 貴社または貴団体が現在直面している主な課題を 3 つ挙げてください。最大 3 つまで選択してください。



## インサイト 2

昨年トップ3にランクインしたグローバル経済と世界情勢は、今年はトップ5から脱落しました。ただし、調査データが収集されたのは、中東で紛争が勃発した2023年10月より前であることに注意してください。

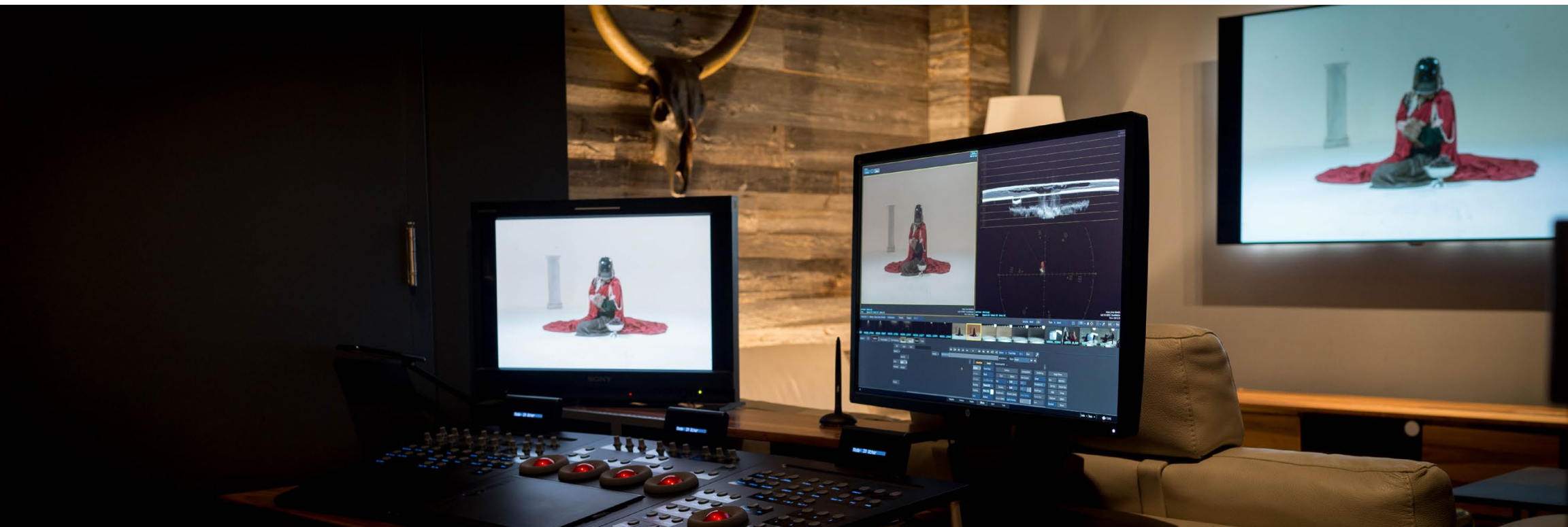
組織が直面している課題は他から独立している

のではなく、互いに交差しているため、意思決定責任者は、エネルギーの節約という形で投資対効果をもたらすサステナビリティ対策のみを選択するといったように、競合する優先事項を比較検討することを余儀なくされています。「コスト管理が重要であることは否定できませんが、ゲーム業界では、優秀な人材の採用と維持がさ

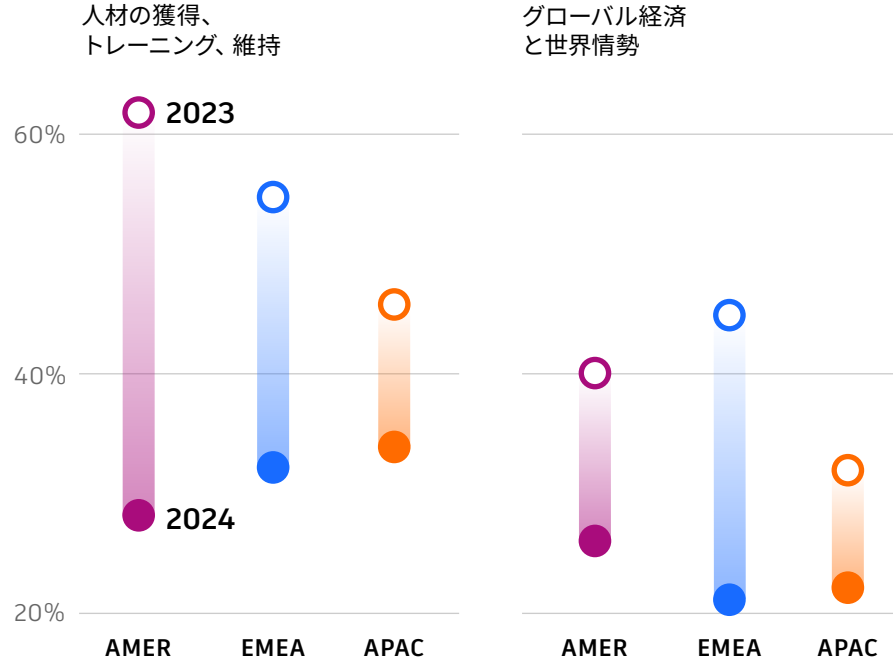
らに重要です」と、モバイル・オンラインゲーム開発会社のCOM2USでBFプロダクション担当上級バイスプレジデントを務めるJi-Woong Hong氏は言います。「コストが多少押し上げられたとしても、優秀な人材を採用することで、組織に長期的な利益がもたらされます」

# 27%

プロジェクトの成果を向上させるべく、過去3年間でテクノロジーへの投資を大幅に強化したM&E組織の割合

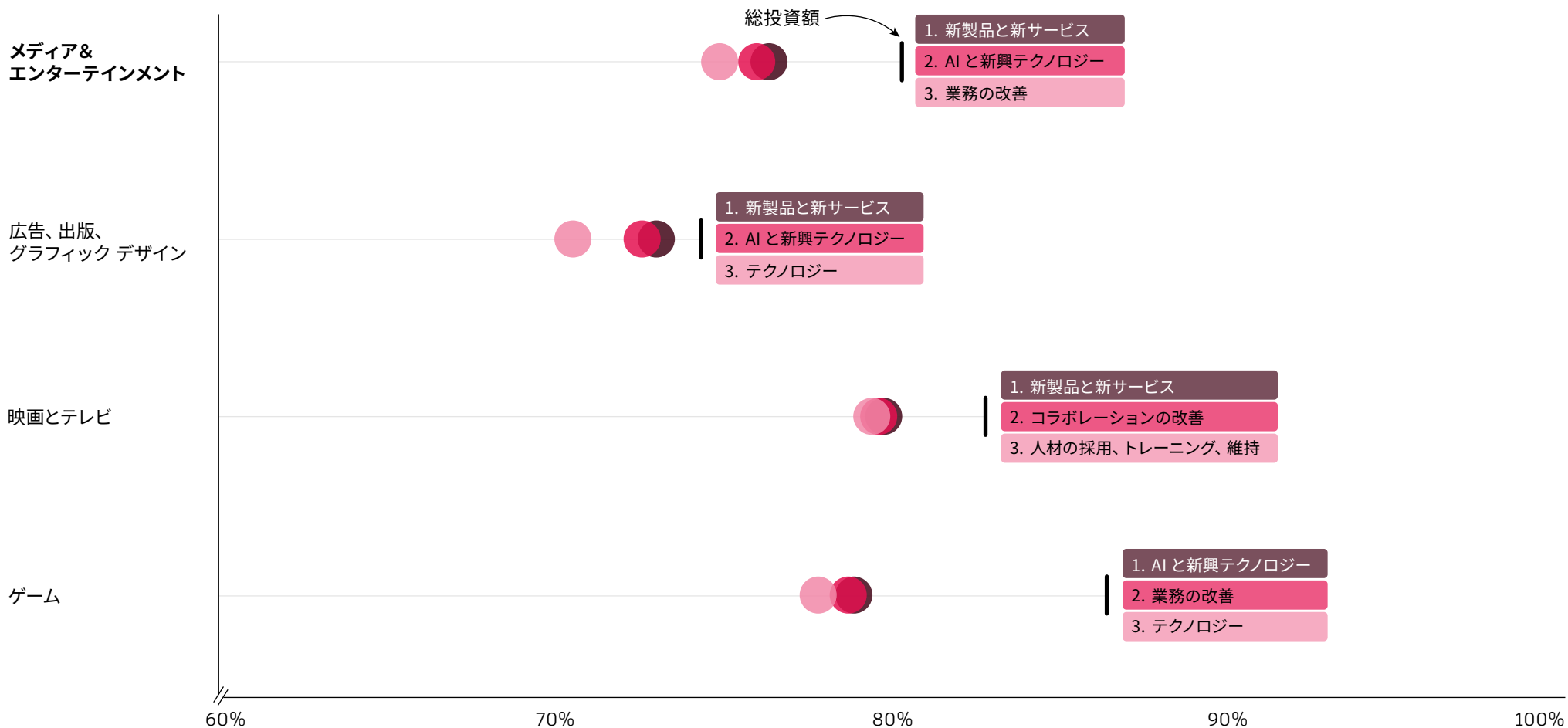


## 人材と世界的紛争に関する、 M&E 業界の地域的变化



「人材の獲得、トレーニング、維持」および「グローバル経済と世界情勢（戦争、パンデミック、インフレーション、ストライキなど）」を最大の課題として選択した M&E 業界の回答者の割合。調査の質問: 貴社または貴団体が現在直面している主な課題を 3 つ挙げてください。12 の選択肢。

## 将来の投資に関する最優先事項は、M&E 業界の各セグメントによって異なる



軸: 各分野で投資額が増加すると答えた回答者の割合。  
調査の質問: 次の分野に対する貴社または貴団体の投資額は、今後3年間でどのように変化したいと思いますか? 5段階評価。上位2段階 = 増加する。



## デジタル成熟度が高い企業では、 ビジネスの成功が拡大している

デジタル トランスフォーメーションに投資しているメディア&エンターテインメント企業は、劇的な成果を上げています。これらの企業は、デジタル投資の水準が低い企業よりも、業界での競争力と従業員の生産性が高く、全体的な業績も優れています。

収益の45%以上をテクノロジーに投資している企業とそうでない企業を比較すると、これらの差が明らかになります。その結果、今ではデジタル トランスフォーメーションへの効果的な投資がビジネスの成功に不可欠であるという、説得力のある事例が生まれています。

テクノロジーに対する投資水準が高いM&E企業は、自社の業績を高く評価する傾向があります。また、投資水準が高い企業は、自社は業界の変化に遅れをとっていないと考えています。

回答では、デジタル トランスフォーメーションのさまざまなメリットが選択されています。デジタル トランスフォーメーションに伴う生産性の向上は、目を見張るものだと言って差し支えありません。M&E業界では、34%がデジタル トランスフォーメーションによって生産性が向上すると答えており、世界全体では、生産性が63%向上したという回答結果になっています。

「私たちには素晴らしいデジタル ワークフローがあります」と、映画・テレビ制作スタジオのArtists EquityでVFX責任者を務めるHansjeet Duggal氏は言います。「どこにいても全員が同じものを見て、ボタンに触れるだけでカットをやり取りすることができるのです。まもなくクラウドで作業を始める予定ですが、テキスト メッセージやメールに比べて、プロセスがさらに俊敏かつ迅速になります」

## 効果的なデジタル トランスフォーメーションのメリット

本レポートでは、「デジタル成熟度が高い」企業を、デジタル トランスフォーメーションの目標達成に近づいている企業、またはすでに達成した企業と定義しています。

デジタル成熟度が高い企業は、同業他社よりも以下のように答える傾向が強くなります。

業績が「平均以上」  
または「顕著」だった

+26%

過去3年間で投資が「増加」  
または「大幅に増加」

+25%

業界の変化に「まったく」  
後れをとっていない

+20%

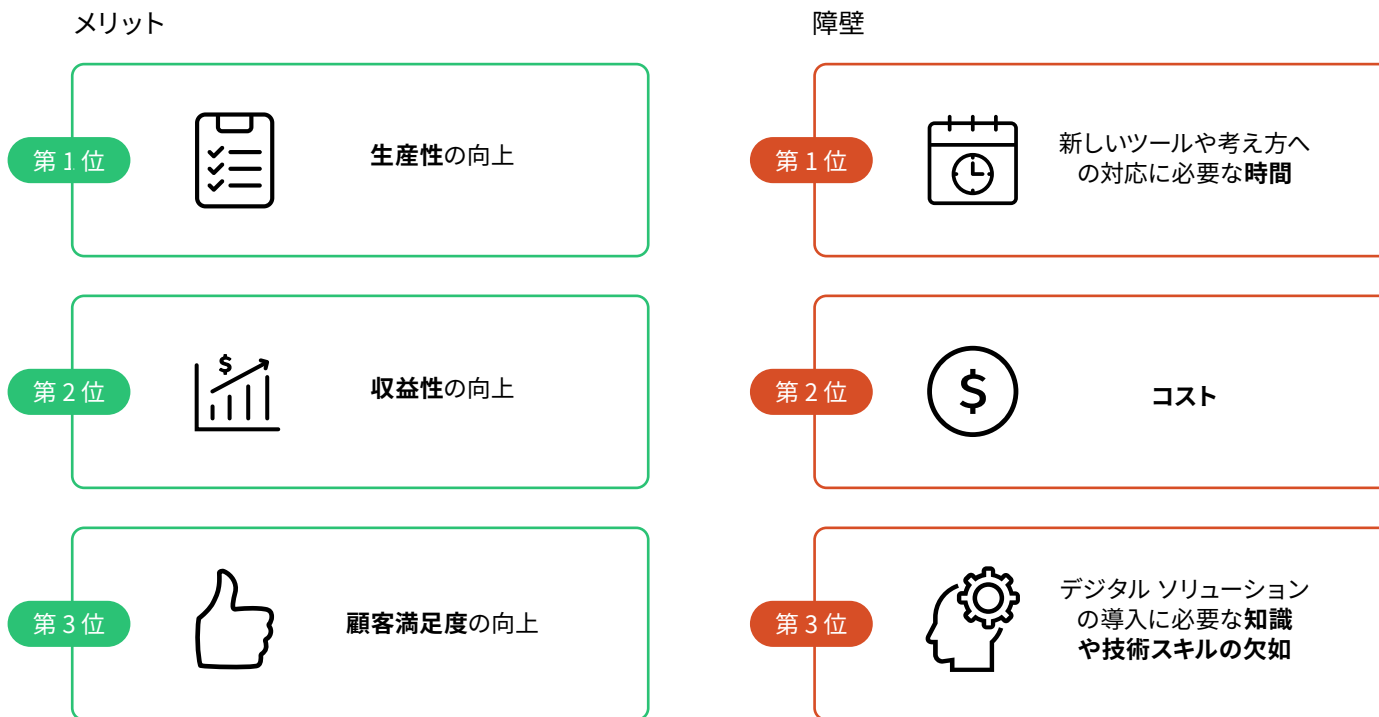
「将来への準備ができ  
ている」という質問に、  
「そう思う」と回答

+26%

データの活用が「非常に  
効果的である」と回答

+16%

## デジタル トランスフォーメーションの主なメリットと障壁



調査の質問に対する上位の回答: 貴社または貴団体は、次に挙げるデジタル トランスフォーメーションのメリットをすでに経験していますか?  
調査の質問に対する上位の回答: 貴社または貴団体におけるデジタル トランスフォーメーションの障壁は何ですか?



### インサイト 3

#### 効果的なデジタルトランスフォーメーションを阻む障壁

デジタルトランスフォーメーションのメリットは巨大ですが、企業は多くの障壁によって、希望する水準の投資をできずにいます。回答者の32%が、コストが障壁になっていると答えており、33%が、新しいツールや働き方への対応に必要な時間が足かせになっていると考えています。

リーダーと専門家は、効果的なデジタルトランスフォーメーションを推進するには、新しいツールを導入するだけでは不十分だと指摘しています。むしろ、これらのソリューションには、プロセスの改善と、従業員とリーダーシップ双

方による思考の転換が伴ってなければなりません。

「当社の大規模プロジェクトの1つに、新しいテクノロジーハブがあります」と、アニメーション・VFXスタジオのAxis Studiosで最高技術責任者を務めるDavid Spilsbury氏は言います。「これは、データセンターと同じ場所に新しいテクノロジーハブを配置し、アーティストがいるスタジオから専用のデータセンターに至るまで、すべてのインフラストラクチャを移行するというプロジェクトです。現在は、サーバールームの保守は行っていません。このプラットフォームによってテクノロジーが統合され、必要な場所に目的のテクノロジーを動的に再展開できるため、レジリエンスが高まります」



### インサイト 3

#### 今や常識となったデジタル成熟度

デジタル成熟度に対する認識は、わずか1年で逆転しました。

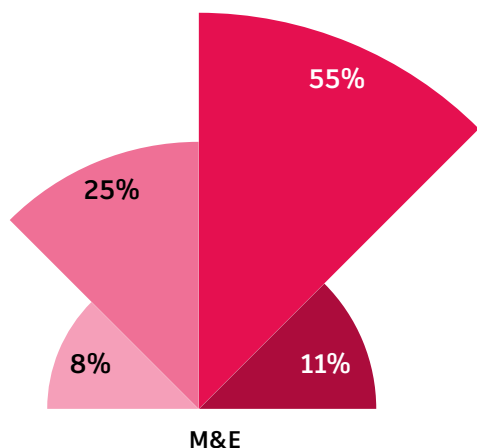
M&E 業界では回答者の66%が、自社のデジタル成熟度は高いと回答しています。ちなみに昨年の調査では、50%の回答者が、自社は「デジタル成熟度が低い」と評価していました。この

事実、デジタルトランスフォーメーションが一種の転換点に達したことを示唆しており、企業はデジタル化の取り組みにプラスの影響を感じ、同業他社に遅れをとらないよう投資を続けています。事実、効果的なデジタルトランスフォーメーションの取り組みは、多くの組織にとって競争力を維持する上で必要不可欠なものとなっています。



## M&E 業界の大半のセグメントは、デジタルトランスフォーメーションの目標達成に近づいている

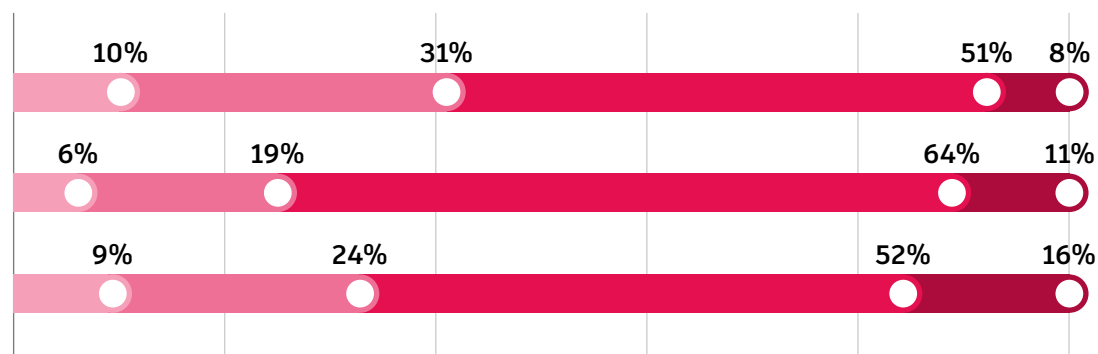
● 初期段階である ● 中間段階である ● 目標達成に近づいている ● すでに目標を達成した



広告、出版、  
グラフィック デザイン

映画とテレビ

ゲーム



調査の質問: 貴社または貴団体は、デジタル トランスフォーメーションの道のりのどの段階にありますか? 4 段階評価。四捨五入しているため、値の合計は 100 になりません。

### インサイト 3

#### M&E 企業にとってデジタル成熟度とは？

デジタル成熟度が高い M&E 企業は、自社のセクターにおいて成功の鍵となる要素に関して、同業他社のはるかに先を行っています。

M&E 業界の回答者の 66% が、自社のデジタル成熟度は高いと回答しています。これらの企業は、クラウド サービス、クラウド プラットフォーム、同時にデザインを行うためテクノロジー、各種の重要なプロセス（デジタル化されたアセットの管理プロセスなど）の使用において、他の企業を凌駕しています。こうしたワークフローは、より拡張可能で柔軟なインフラストラクチャや、既存のデジタル アセットの収益化と再利用といった重要な成果をもたらします。

M&E 業界の専門家は、「デジタル トランスフォーメーションを採り入れることでビジネス上の有形のメリットが生まれ、日々の生産性とプロジェクトの成果に具体的な影響が及ぶ」とインタビューで述べています。これらの専門家は、

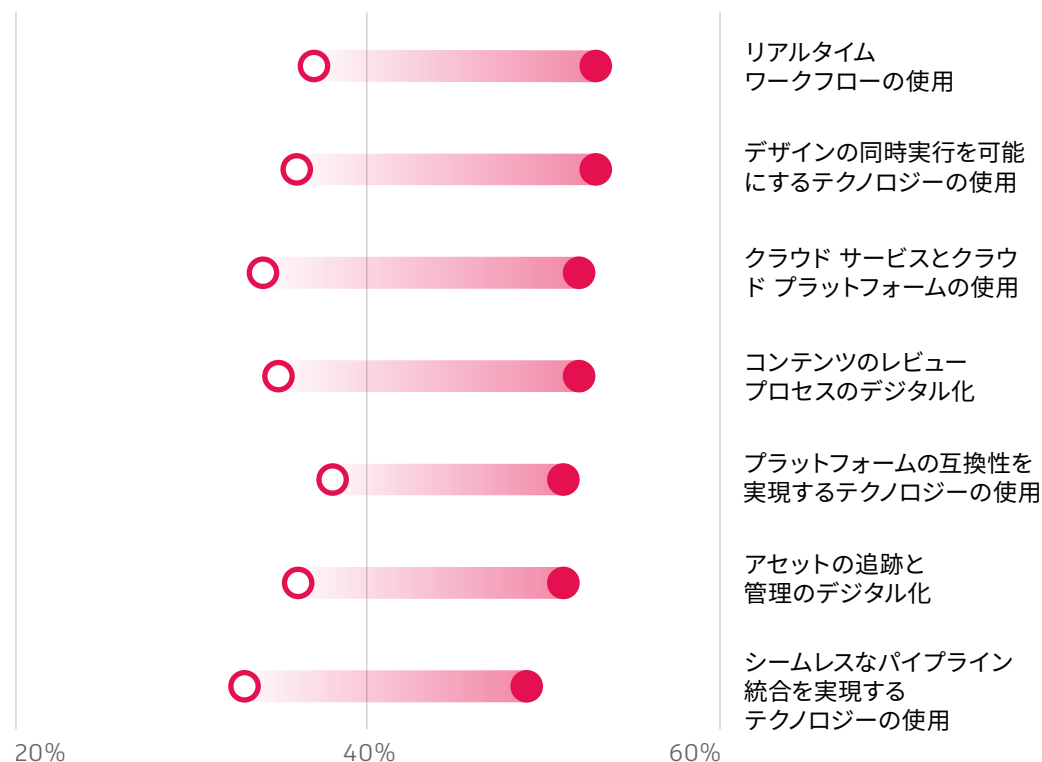
「クラウド接続は、クリエイティブなプロによる前例のないコラボレーションに役立っており、バックエンドのコンピューティング インフラストラクチャへの投資により、視覚効果などの分野における高度な作業が強化されている」と述べています。

ビデオ ゲーム開発会社の Gearbox Studio Québec でリード テクニカル デザイン アニメーターを務める Marion Guignolle 氏は、迅速に行動しなければならないというプレッシャーと、新たなツールを慎重に評価する必要性との間でバランスを取る必要があると指摘しています。「テクノロジーは日々変化し、新しいものが絶えず登場しているので、テクノロジーの分野で何が起きているかを常に把握することが何より重要です。自らテストして試し、自分の分野では何が役に立ち、何が役に立たないかについて、自分自身の意見を形作る必要があります。居心地のいい場所にとどまっていると、取り残されてしまいます」

## デジタル成熟度が高い M&E 企業はプロセスの成熟度も高い

○ デジタル成熟度が低い企業

● デジタル成熟度が高い企業



各プロセスで「成熟度が非常に高い」を選択した回答者の割合。  
調査の質問: 貴社または貴団体における、次の各項目の成熟度はどの程度ですか? 5段階評価。  
「デジタル成熟度」の定義については、55 ページの用語集を参照してください。



## 企業は AI 導入の過程において長足の進歩を遂げている

企業は人工知能に関して強気の姿勢をとっています。

回答者の 55% が、AI 導入の目標達成に近づいている、またはすでに達成していると答えています。AI がいまだ新興テクノロジーであることを考えると、この数字は意外に思えるかもしれません。「AI は自社の業界を強化し、今後 2 ～ 3 年以内に全面的に不可欠な存在になる」と答えた回答者はさらに多数に上ります。

オートデスクの AI 搭載ツールに対する反応は、このテクノロジーに対する関心の高さを示しています。アーティストによるシーンデータの管理を自動化する、Maya の AI 活用型ワークフローのベータ版は、わずか数か月で 60% 増加しました。これは当社のベータ版リリースで前例のない急増です。

「今年的一大イベントは AI の登場になるでしょう」と、視覚効果、ポストプロダクション、アニメーションを手掛ける Mikros Animation でキャ

ラクタ担当アソシエイト グローバル ヘッドを務める Gaspard Roche 氏は言います。「私たちは AI を採り入れ、それで何ができるかを見極める必要があります。当社ではまだ AI が大きな役割を果たしているわけではありませんが、特に技術的な手間を軽減するという点で、大きな可能性を秘めていると思います」

まとめると、現時点における AI の主な使用事例は、生産性の向上と日常的な反復作業の自動化です。

74%

「自社はAIに関して正しい判断を下す」と回答した企業の割合

76%

「AIは自社の業界を強化する」と回答した企業の割合

76%

「AIによって自社の業界はよりクリエイティブになる」と回答した企業の割合

68%

「今後2～3年以内にAIが全面的に不可欠な存在になる」と回答した企業の割合



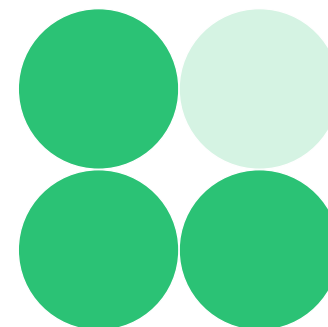
#### インサイト 4

### AIは信頼できるツールなのか、 あるいは脅威なのか

AIへの信頼度は非常に高く、M&E業界の回答者の74%が、自分の業界でこのテクノロジーを信頼していると答えています。しかし、この結果にもかかわらず、ビジネスリーダーや専門家はインタビューで慎重な懐疑論を述べており、M&E業界の回答者の46%は、AIが業界を不安定にすると考えています。事実、エンターテインメント業界ではAIによる混乱の影響がすでに生じており、知的財産とその権利を管理するという課題に加え、米国で最近発生した、映画業界とテレビ業界を一時停止させたSAG-AFTRAのストライキは、AIが台本や脚本の執筆に使われることへの反応が一因でした。

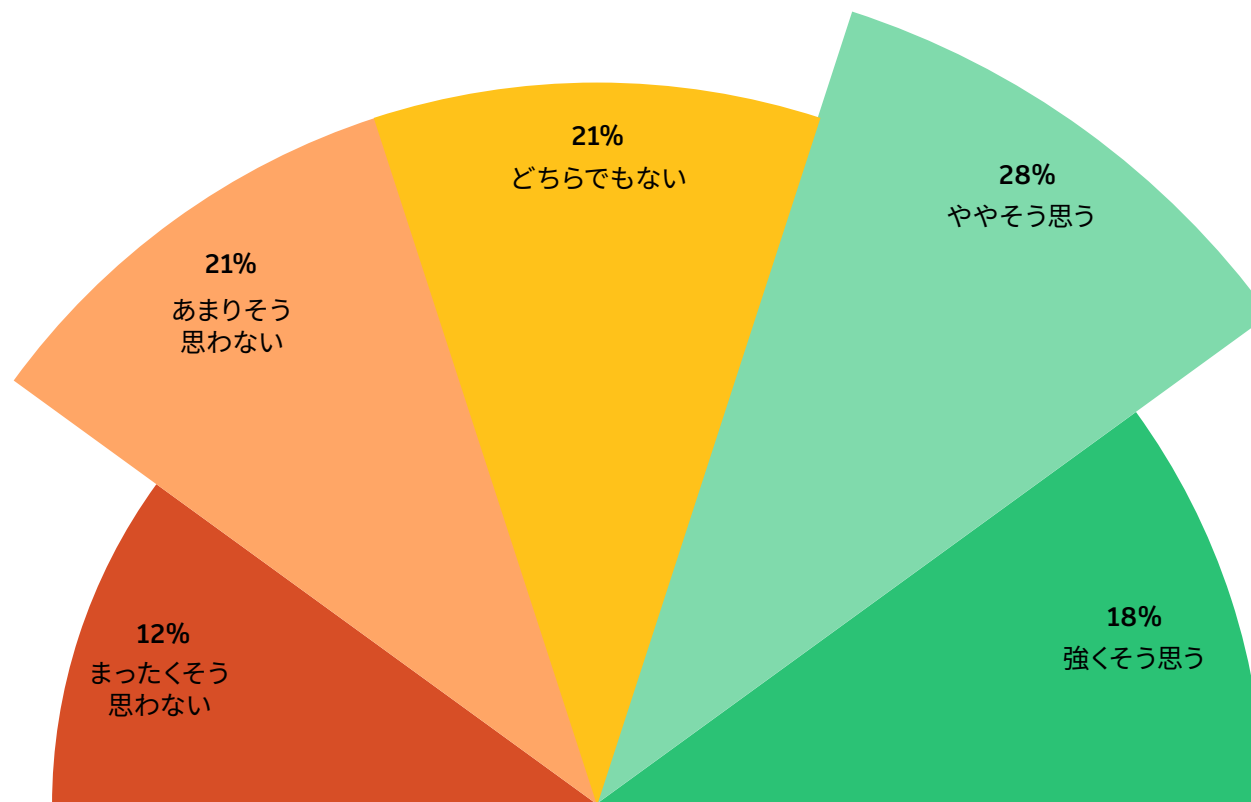
「私たちは、クライアント向けのプロジェクトではAIを一切使用していません」と、アニメーション・メディア会社、88 Picturesの創業者兼CEOであるMilind D. Shinde氏は言います。「自社の映画やゲームを社内で作成するといった独自の取り組みについては、いくつかのAIツールを使用しています」

74%  
「自社の業界に関してAIテクノロジーを信頼している」と回答した企業の割合  
ロジを信頼している



## AI がもたらす不安定性については意見が分かれている

AI が脅威であることに同意する M&E 業界の回答者の割合



調査の質問: あなたの業界や会社に関連する人工知能 (AI) について考えた場合、次の内容にどの程度同意しますか、それとも同意しませんか? AI は私の業界を不安定にする。5段階評価。

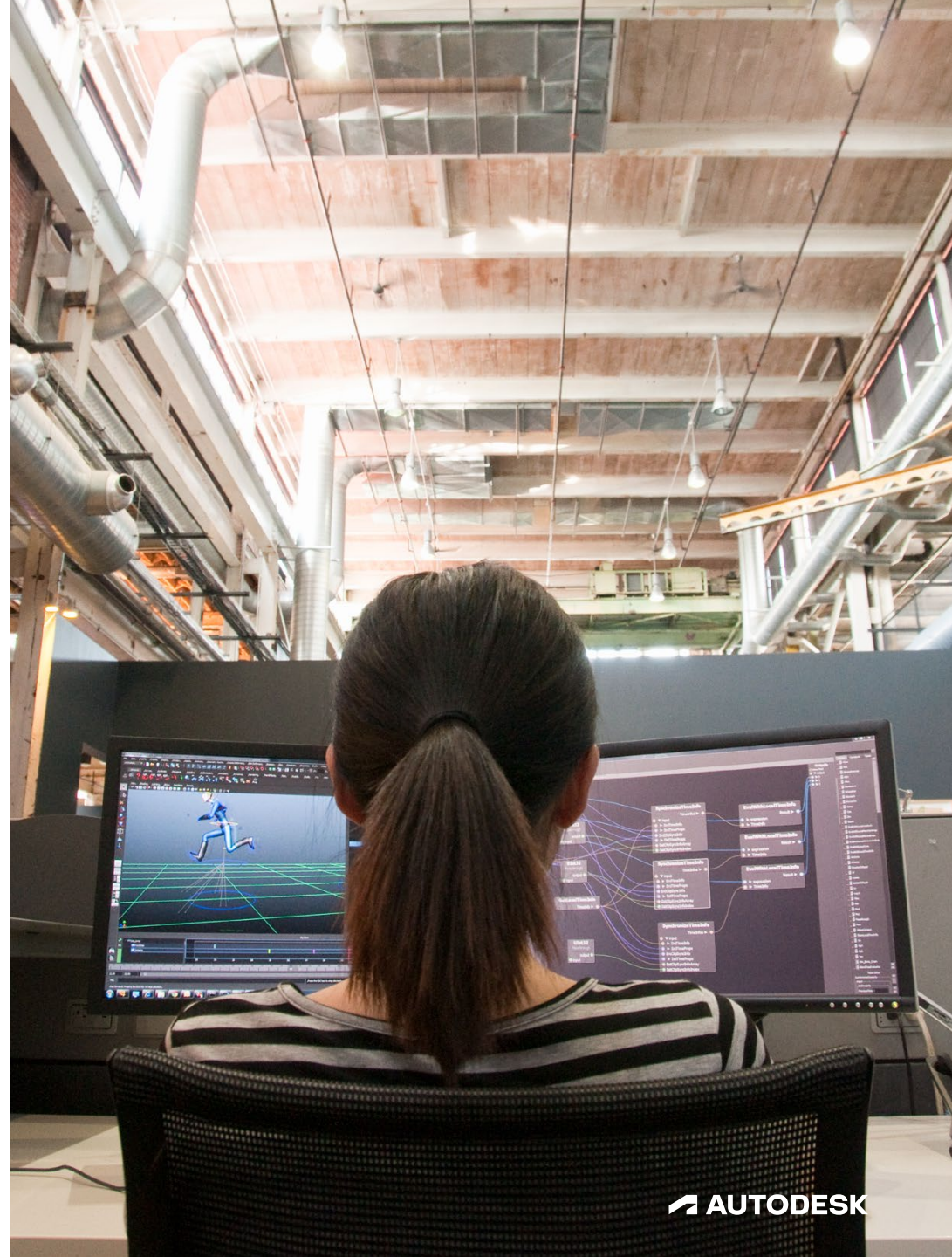


## インサイト 4

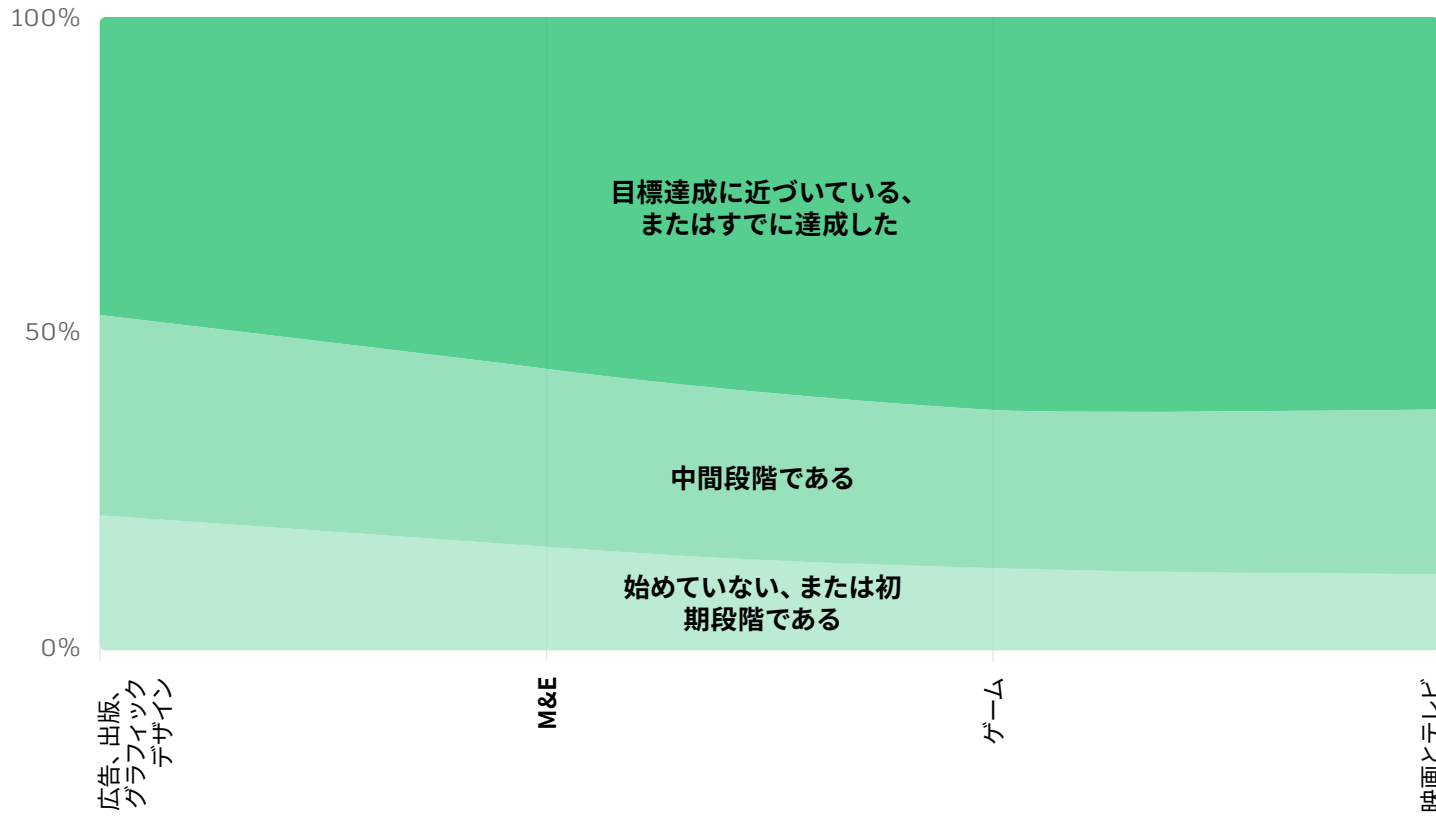
### 地域・下位業種別の AI 導入状況

AI の活用について、企業はすでにさまざまな方法を模索しています。しかし、世界各国の規制が導入スピードに直接影響を及ぼしており、また AI を最大限活用することについてリーダーや専門家を安心させるには、多数の重要な課題を解決する必要があります。

その一方で、オートデスクの業界横断型ジェネレーティブ デザインおよび AI 対応製品では、2023 年 1 月から 2023 年 11 月にかけてユーザー エンゲージメントが 24% 増加しました（ただし、これはアカウントのサブスクリプションメンバー全体の増加を考慮していません）。中でも APAC では、ユーザー エンゲージメントが 55% 増加しています。



## AI の導入状況は M&E 企業によって大きく異なる



調査の質問: 貴社または貴団体における人工知能 (AI) テクノロジーの導入は、現在どの段階ですか? 5 段階評価。

「AIには多数の側面があります。サイバーセキュリティベンダーは、ネットワークセキュリティにAIを組み込んでいますが、それは、クリエイティブ企業がAIを活用していることになるのでしょうか？当社は**システムを保護**するためにAIを使用しており、イメージの作成には使用していません。クライアントからもすでに、『AIを使う場合は、事前に伝えるように』とされています」

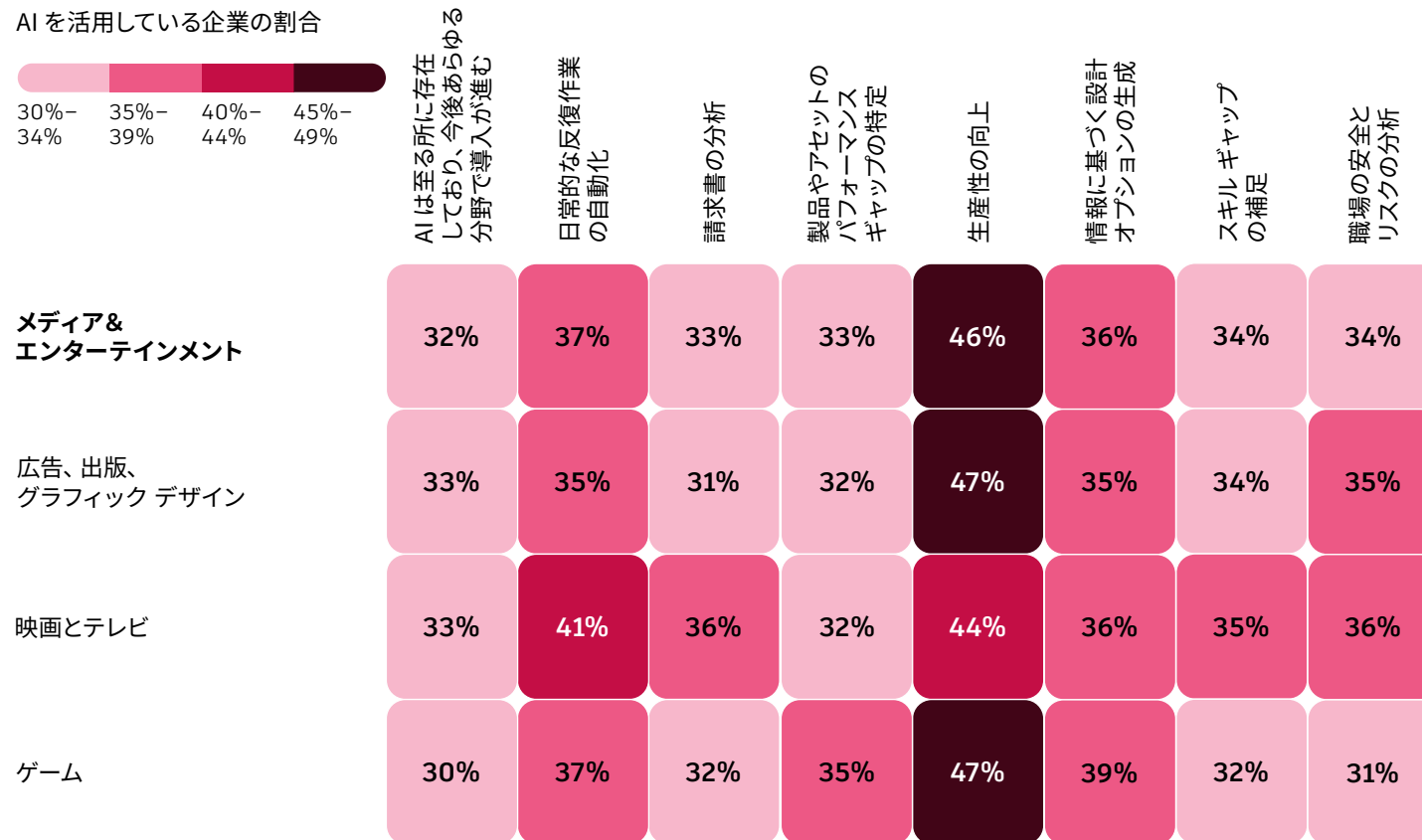
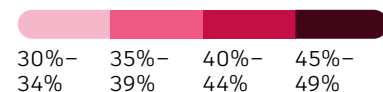
—David Spilsbury 氏、Axis Studios (アニメーション・VFXスタジオ)、最高技術責任者

「当社はAIとML(機械学習)のさまざまな選択肢をテストし、日常業務に取り入れています。たとえばコンセプトアートを作成したり、新しいゲームの方向性を設定したりするためにAIテクノロジーを使用しており、より迅速に結果を得ることができます」

—Ji-Woong Hong 氏、COM2US (モバイル・オンラインゲーム開発会社)、BFプロダクション担当上級バイスプレジデント

## 生産性に関するもの以外にも、AIの使用事例はM&E業界の各セグメントによって異なっている

AIを活用している企業の割合



調査の質問: 貴社または貴団体における人工知能 (AI) の使用事例はどのようなものですか? あてはまるものをすべて選択してください。



# 人材

人材ギャップの解消





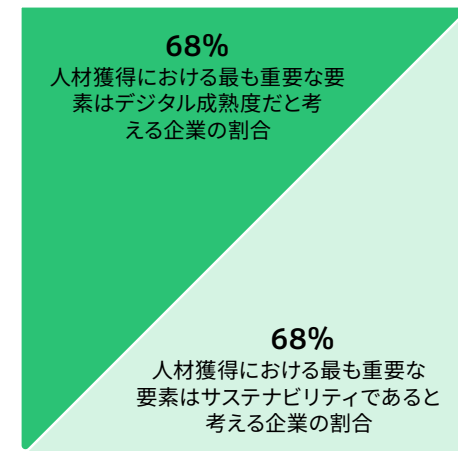
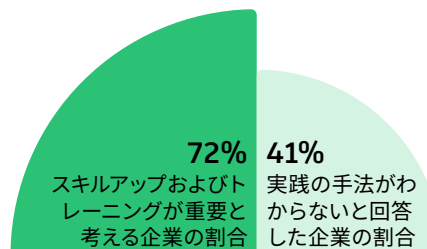
## 人材

### 企業はスキルアップ、デジタル化、サステナビリティの取り組みを通じて、人材に関する課題に取り組んでいる

今年は優秀な人材をめぐる競争はそれほど激しくありませんが、まだ終わったわけではありません。高度なスキルを持つ人材の獲得と維持は、大半の M&E 組織にとっていまだに最優先事項です。

世界の労働市場は企業にとって有利な状態にシフトしていることが、調査対象のビジネスリーダーと専門家から指摘されています。それでも、「自社はトレーニングやデジタル化などの手段を組み合わせることで、いまだに残る人材ギャップを補強している」と答える回答者もいます。

企業は人材開発の重要性を認識しているものの、実行するためのリソースが不足している







## インサイト 5

# スキルアップは不可欠だが、多くの企業にとって困難な課題である

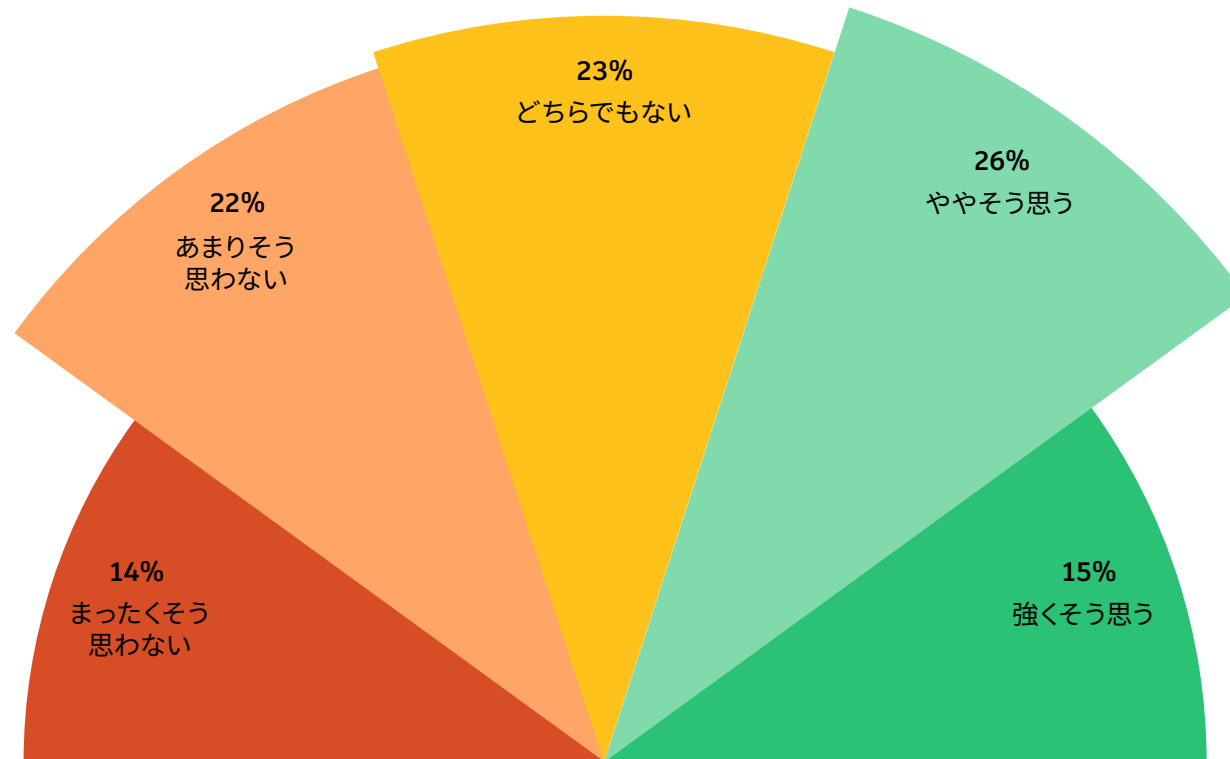
リーダーは従業員のトレーニングとスキルアップに価値を見出していますが、誰もがその方法を知っているわけではなく、効果的な社内トレーニングプログラムを設計するのに必要な専門知識がない組織は多数存在します。

回答者の72%が、スキルアップが重要であることに同意していますが、社内トレーニングプログラムを設計するためのスキルとリソースが組織にあると答えた回答者は36%にとどまりました。ただし、こうした制約があっても、企業はトレーニングの提供を進めようとしています。たとえば、回答者の68%が継続的な学習を実施しています。

一部の企業はトレーニングギャップを埋めるべく、サードパーティのトレーニングプラットフォームという形で外部のサポートを導入しています。「当社は、従業員の専門知識とスキルの向上を支援するために、社内外における自発的な自主学习を積極的に支援しています」と、モバイル・オンラインゲーム開発会社のCOM2USでBFプロダクション担当上級バイスプレジデントを務めるJi-Woong Hong氏は言います。「従業員はプラットフォームにアクセスすることで、いつでも無料コースの申し込みを行い、トレーニングコースに参加できます」



## M&E 企業では、社内トレーニング プログラム を実施するためのリソースやスキルが不足している 自社には必要なリソースやスキルがないと答えた回答者の割合



調査の質問: 自社には、社内トレーニング プログラムを設計するためのスキルやリソースがない。 5段階評価。四捨五入しているため、値の合計は 100% になりません。

## インサイト 5

その他の自主的な学習方法として、デジタル ツールについて学ぶことを目的とした製品内トレーニングがあり、すでに一定の成果を上げているだけでなく、正式なトレーニング プログラムよりも安価である場合がほとんどです。

「受講者の学習ペースやスキルセットはまちまちなので、正規のトレーニングがうまくいくとは限りません」と、Axis Studios の David Spilsbury 氏は言います。「YouTube などの自主的な学習は有益であり、従業員からトレーニングの実施を求められたとき、正しい方向に導くことができます。ただし、正規のトレーニングのような一貫性はありません」

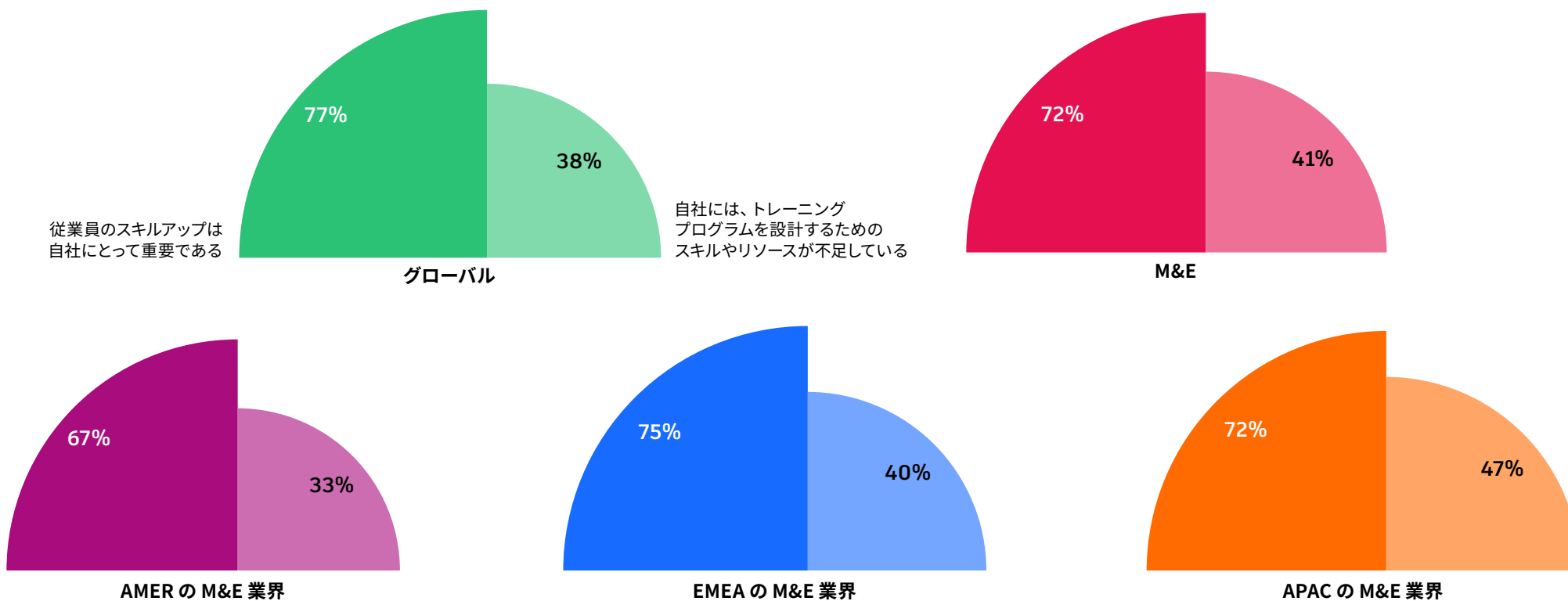
## 求められているデジタル スキル

組織が求めるデジタル スキルのトップとして、AI を用いて仕事をする能力が浮上しており、デジタル設計とソフトウェアの開発・プログラミングに関するスキルがそれに続いています。業界の専門家は、これらのスキルこそがデジタル トランスフォーメーションのメリットを引き出す上で不可欠だと述べています。



## M&E 業界における世界的なトレーニングギャップ

企業はトレーニングを重視しているが、リソースが不足している



次の文章に「そう思う」と答えた M&E 業界の回答者の割合: 1. 従業員のスキルアップは自社にとって重要である。2. 自社には、社内トレーニングプログラムを設計するためのスキルやリソースがない。5 段階評価。上位 2 段階 = そう思う



## インサイト 5

### M&E 業界で今後必要になるスキル

M&E 業界のリーダーや専門家の多くは、デジタルスキルと、自主的な学習を行う意欲こそが、この分野を未来に導く上で不可欠であることに同意しています。「柔軟性は、私がいつも大切にしているスキルセットです」と、視覚効果、ポストプロダクション、アニメーション会社の Mikros Animation でキャラクタ担当アシリエイト グローバルヘッドを務める Gaspard Roche 氏は言います。「他の部門でより多くのアーティストが必要になったのですが、別の分野でも働ける人がいれば、そちらに移せます。柔軟性の素晴らしい点は、ビジネスとワークフローの他の側面も理解できることであり、それによって主要なスキルセットを向上させることができます」

M&E 業界に関するオートデスクのデータもこうした見解と一致しており、2021年から2023年末までの3年間で、オートデスクのM&Eポートフォリオ認定資格の取得率が143%増加してい

ます。オートデスクのデータによると、モデルテクスチャリング、リアルタイム キャラクタ リギング、建築ビジュアライゼーション シーンの作成が、上位3つのトレーニング項目になっています。

業界の内部では、クリエイティブな作業におけるAIの役割について、曖昧な意見を表明する人もいます。それでも、業界の全セグメントの回答者が、AIツールを活用する能力は将来の従業員に必要なスキルになると述べています。

「アート、開発、ゲーム企画のいずれにおいても、AIを活用して仕事ができる能力は、将来的に重要なスキルセットになるでしょう」と、モバイル・オンラインゲーム開発会社、COM2USのJi-Woong Hong氏は言います。「さらに、AIモデルを使用してさまざまなビジネスモデルの実行可能性を予測するテクニカルアーティストやデータサイエンティストも貴重な存在になるはずです」

## 将来求められる上位3スキル

### 映画とテレビ

1位



デジタルデザインに関するスキル

2位



データアナリティクス/データマイニング/データ洞察に関するスキル

3位



AIを活用して仕事をする能力

### ゲーム

1位



AIを活用して仕事をする能力

2位



ソフトウェア開発/プログラミングに関するスキル

3位



デジタルデザインに関するスキル

### 広告、出版、グラフィックデザイン

1位



AIを活用して仕事をする能力

2位



デジタルデザインに関するスキル

3位



ソフトウェア開発/プログラミングに関するスキル

調査の質問：向こう3年間の採用時に、貴社はどのような技術またはデジタル領域のスキルを優先すると考えますか？  
当てはまる回答をすべて選んでください。

## インサイト 6

# 企業は人材問題を解決する上で多面的なアプローチをとっている

全体として、企業が直面している人材関連の課題は大幅に低下しています。事実、成長を妨げる障壁としてスキルを持つ人材の獲得を挙げた回答者の割合は、今年が 32% であり、昨年の 53% から大幅に減少しました。

この変化は、過去 1 年間に一部の大手企業が大規模なレイオフを開始したことや、米国の求人数がパンデミック後の最低水準に減少したことなど、マクロ経済状況の変化が一因と考えられます。ただし企業は、有望な採用候補者を獲得し、既存の従業員の生産性を高め、従業員

が長年にわたって勤務したくなるように、企業文化を強化するための措置を講じています。

従業員は、仕事で生産性を高め、成果を上げるためのツールを提供してくれる組織や、自分の価値観に沿った行動をとっている組織に魅力を感じています。デジタル成熟度が人材の獲得に役立っていると答えた回答者は 68%、サステナビリティへの取り組みが仕事の満足度に影響を及ぼしていると答えた回答者は 62% に上ります。







## インサイト 6

企業が人材ギャップを埋める最も一般的な方法は、人材採用の取り組みを強化し、トレーニングとスキルアップの取り組みを多様化することです。その例として、トレーニングプログラム、オンラインコース、各種の自習形式学習（製品内で表示されるヒントによる学習など）があり、それらを履修することは、従来のソフトウェアコースの有力な代替手段になります。

高い給与と充実した福利厚生、透明性と効率性が高い採用プロセス、リモートワーク、ダイバーシティとインクルージョンの促進も、幅広いスキルを持つ人材を獲得するための重要なツールです。

アニメーション・VFX スタジオの Axis Studios に所属する David Spilsbury 氏は、この分野の人材を獲得する要素として、柔軟な勤務体系を挙げています。「私たちの業界では、フルタイム

でリモートワークができるので、通勤時間などの障壁はありません。私たちはハイブリッドワークモデルを支持し、離職防止の手段として用いてきました。従業員を強制的にスタジオへと戻すのではなく、上映会、イベント、レビューセッションなど、その場にいることに意味がある場所へ戻れるようにすることが大事なのです」

また、従業員の満足度と定着率の向上を目的とした、継続的なトレーニングと指導者制度の重要性を指摘する人もいます。「当社では、新入社員が入社後に体系的な方法で実際の仕事を体験できるトレーニングプログラムを実施しています」と、COM2US の Ji-Woong Hong 氏は言います。「このプログラムでは、新入社員が上級開発者から集中的な指導とトレーニングを受けながら、少人数のグループでゲームを作成します」



## インサイト 6

### 人材に関する対策

企業は人材面の課題に取り組むべく、さまざまな措置を講じています。

高度なスキルを持つ人材を獲得しようと苦労している組織や、高齢化が進んだ人材を抱えている組織は、主に採用とトレーニングの拡大に注力しています。離職率が高い組織では、キャリアアップや能力開発の機会の提供、報酬と福利厚生に重点を置いている傾向が見られます。

注目すべき点として、自社は人材面で困難を抱えていると答えた回答者のかなりの割合が、同時に自社は問題解決の措置を講じていないと答えていることが挙げられます。



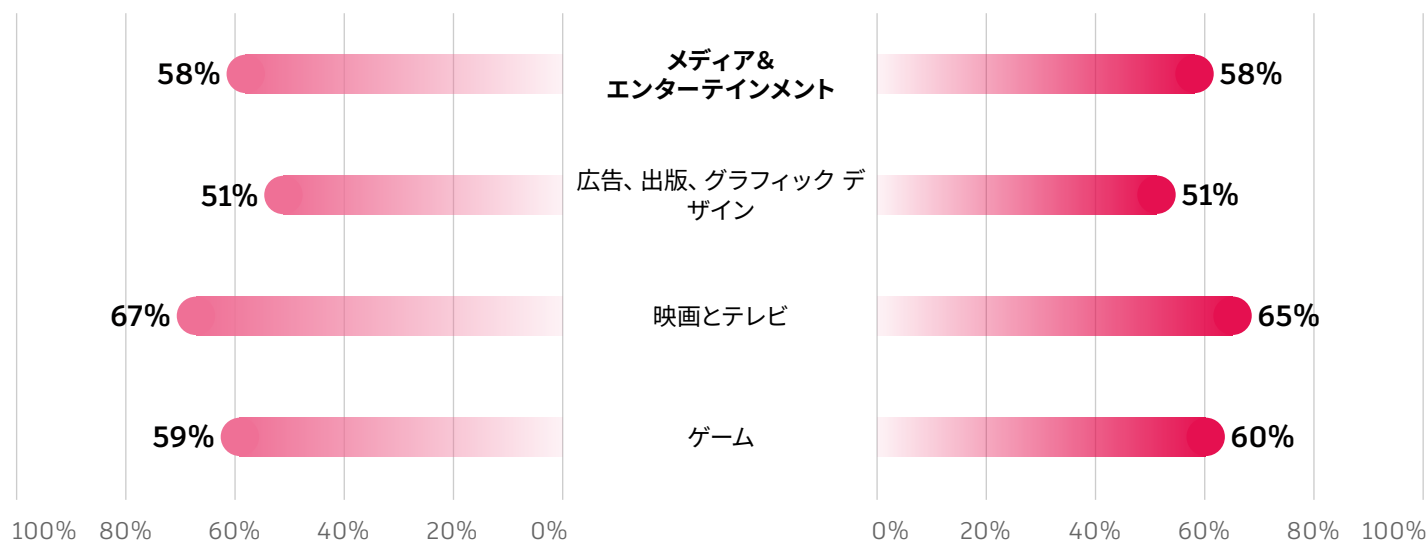
**従業員はオフィスに戻ったものの、  
リモート採用は続く**

調査データによると、リモートワークに関する状況はまちまちです。M&E 業界では回答者の 58% が、自社は職場復帰を義務付けていると答えており、多くの企業が社員の希望に応えていないことがわかります。しかし、回答者の 58% が、自社は生活費の安い地域に暮らすリモート勤務の人材を求めていると答えているため、これは一見矛盾しているように見えます。この事実は、企業はコストを節約すべくリモート採用を行うと同時に、職場の近くに住んでいる従業員にオフィス勤務を義務付けていることを示唆しているものと思われます。

## ニュー ノーマルの押し引き

M&E 企業はリモート ワーカーを採用すると同時に、従業員の職場復帰を義務付けている

- 従業員は職場に復帰しなければならない
- 生活費の安い地域に暮らすリモート ワーカーの採用が増えている



次の文章に「そう思う」と答えた M&E 業界の回答者の割合: 1. 自社は従業員に職場復帰を義務付けている。  
2. 自社は、生活費の安い地域に暮らすリモート ワーカーの採用を増やそうとしている。5 段階評価。上位 2 段階 = そう思う





## インサイト 6 – M&E スポットライト

### 88 Pictures 社

インドのメディア制作会社 88 Pictures の創設者兼 CEO である Milind D. Shinde 氏は、新型コロナウイルスのパンデミックをきっかけに、人材を育成するための革新的なアプローチを開発しました。遠隔地の従業員に 3 か月間のトレーニング機会を提供する、Gurukul という名のトレーニング施設を設立したのです。

「私は小さな町の貧しい家に生まれ、与えられたチャンスを掴んだわけですが、誰もがそのような機会を得られるとは限りません」と、Shinde 氏は言います。「インドの僻地から来た学生もいます。インフラは整っていませんが、彼らは好奇心旺盛で、天性のスキルを数多く持っています。当社はそうした学生たちをムンバイやバンガロールなどの都市に連れて来て、当社の採用システムに組み込んでいます」

研修生には「バディ」が割り当てられ、簡単なタスクが課せられますが、スキルを磨くにつれてプロジェクトの複雑さが増していきます。Shinde 氏は、このプログラムは「非常に成功している」と述べており、制作に必要なスキルをわずか 6 か月で習得した学生もいるということです。

継続的な学習というこの哲学は同社のリーダーにも当てはまると、Shinde 氏は言います。「一例を挙げると、当社のリーダーシップチームは、言語スキルなどのプレゼンテーションスキルが優れていなければならないので、言語トレーニングがとても重要になります。こうしたスキルアップの取り組みは、単にリーダーとしてのスキルを向上させるだけではなく、総合的に活躍できる人材の育成にも役立っています」



**「インドの僻地から来た学生もいます。インフラは整っていませんが、彼らは好奇心旺盛で、天性のスキルを数多く持っています。当社はそうした学生たちをムンバイやバンガロールなどの都市に連れて来て、当社の採用システムに組み込んでいます」**

—Milind D. Shinde 氏、88 Pictures、創業者兼CEO



# サステナビリティ

ビジネス価値がサステナビリティ  
の活動を促進



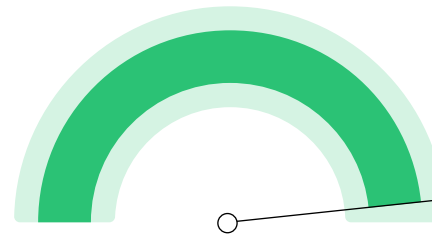


## サステナビリティ

### 心構えと行動

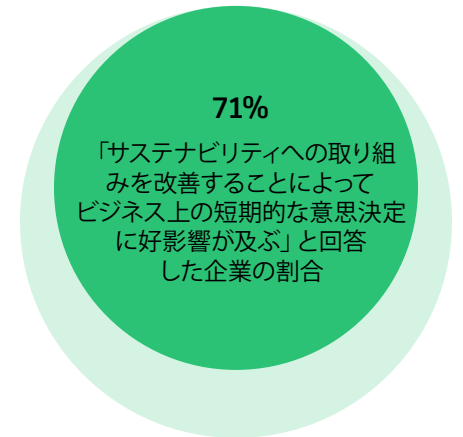
今やサステナビリティは、M&E 業界全体の従業員、顧客、投資家にとって重要な関心事であり、ビジネスで成功を収めるための重要な原動力でもあります。

サステナビリティに対する心構えの変化が活動を後押ししており、企業はエネルギー効率、材料の削減、そして環境と収益の両方により適した、さらにサステナブルなプロセスに投資しています。



97%

サステナビリティの向上に向けた行動を起こした企業の割合



71%

「サステナビリティへの取り組みを改善することによってビジネス上の短期的な意思決定に好影響が及ぶ」と回答した企業の割合

## 企業はサステナビリティに真剣に取り組んでいる

サステナビリティの強化に向けた対策を講じている M&E 組織は 97% に上り、昨年の 93% から増加しています。

35% の企業が AI を活用してサステナビリティを強化していますが、これは理にかなった行動です。と言うのも、プロジェクトがサステナビリティに及ぼす影響の大部分は、概念フェーズで決まるからです。概念フェーズはプロセスの一部であり、組織はサステナビリティなど特定の成果に向けた意思決定を、AI ツールを用いて最適化できます。

前年からの主な変化としては、AI を活用したサステナビリティの強化、サステナブル設計原則の導入、再生可能エネルギー源の使用割合の拡大などがあります。注目すべき点は、企業がサステナビリティを強化するために用いている方法にはさまざまなものがあるということです。この事実は、組織は単に広く普及している戦術

を採り入れるのではなく、特定の状況において効果的な活動のみを実施していることを示唆しています。

これらの活動はオートデスクのデータと一致しています。そのデータによると、2023 年 1 月から 2023 年 11 月にかけて、サステナブルな成果を実現するオートデスク製品へのユーザー エンゲージメントが、業界全体で 14% 増加しています。

### 考え方の変化

M&E 業界の各組織がサステナビリティを重視した活動を実施する中、リーダーと専門家は、自社の取り組みに対する考え方が大きく変わったと回答しています。

今年、サステナビリティに関する自社の取り組みを誇りに思う回答者は 78% に上り、2023 年

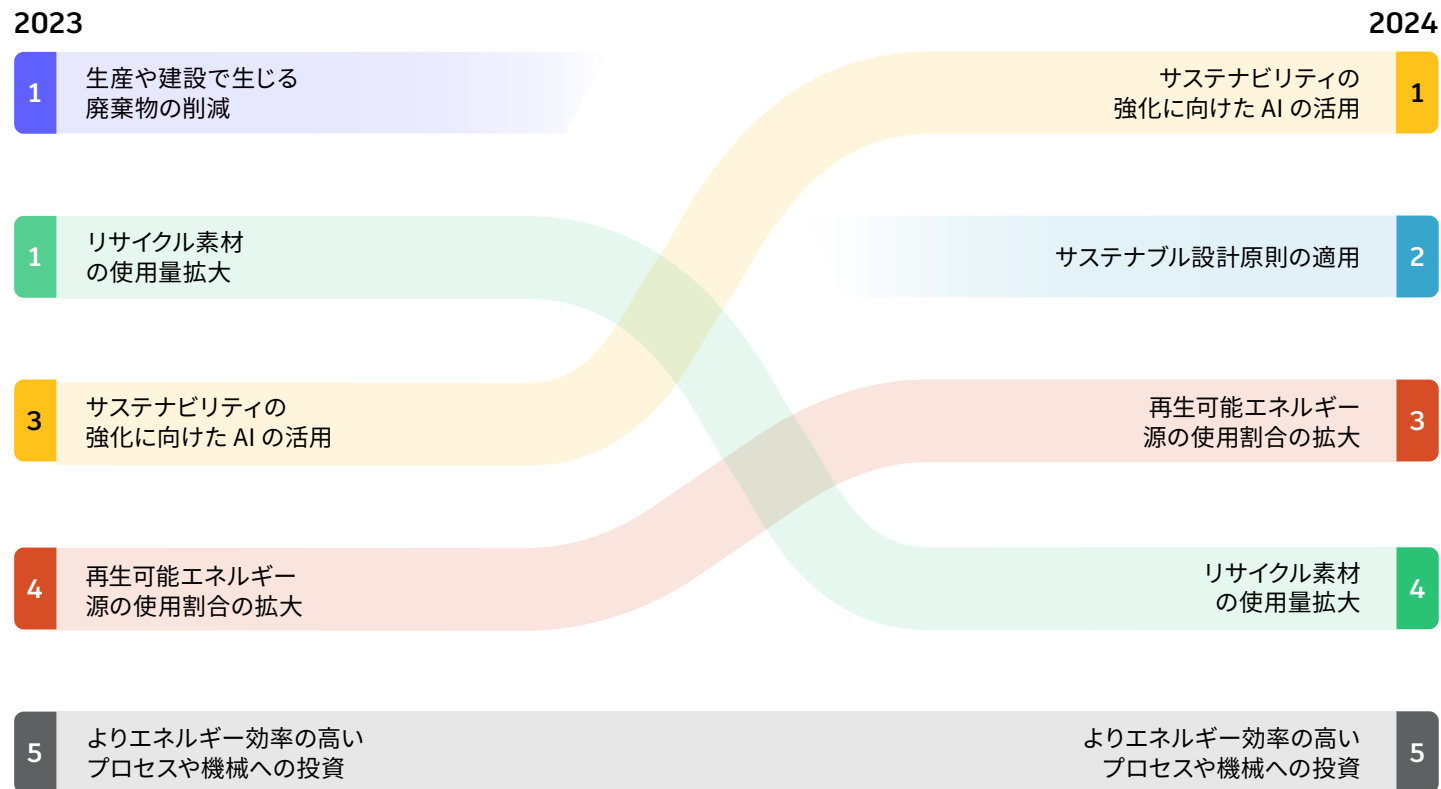
の 42% に比べて増加しています。これは考え方の劇的な変化であり、M&E 業界のビジネスリーダーや専門家とのインタビューでもそれが反映されています。これらリーダーや専門家の多くは、「自社の経営陣、従業員、顧客は、サステナブルな成果を向上させたいという点で一致している」と述べています。

「誰もが環境の観点からサステナビリティを見えています」と、Axis Studios の David Spilsbury 氏は言います。「しかし、私たちは社会的にもサステナブルでありたいと考えています。確かなキャリアパスがある業界を構築し、さまざまな年代の人やさまざまな立場の人から構成される職場環境を実現したいと考えています。これは、創造性に好影響を及ぼすだけでなく、当社のビジネスにとっても、サステナブルな社会環境という点で好ましいことです」





## M&E 業界における、サステナビリティに関する主な活動の大きな変化 前年に比べて変化した上位 5 つの活動



調査の質問: 貴社または貴団体は、サステナビリティを強化するためにどのような変更を実施しましたか? あてはまるものをすべて選択してください

## インサイト 7

### 主なモチベーター

サステナビリティが主に規制当局の関心事と見なされていた時代は終わりました。顧客、従業員、そして投資家のいずれもが、企業がサステナビリティ目標を追求する中で、より影響力のあるモチベーターになっています。

世界全体で見ると、回答者 5 人中 4 人以上が、これらグループのそれぞれから、サステナビリティを強化するようプレッシャーを受けていると答えています。政府の規制はそれをわずかに下回っており、回答者の 4 分の 3 が、サステナビリティを強化するよう政府からプレッシャーを受けていると答えています。

自社のサステナビリティ活動に影響を及ぼしていると、回答者が考えるグループ:

82%

顧客

80%

投資家

80%

従業員

73%

政府

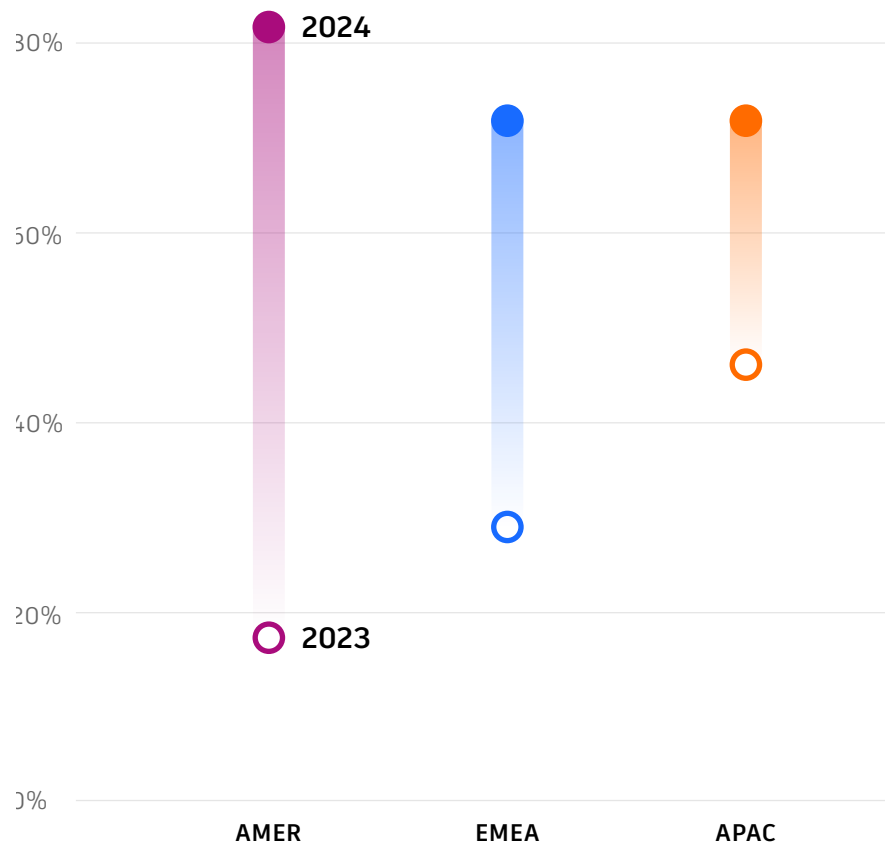
M&E 業界の専門家とリーダーの **37%** が、サステナビリティ目標の策定と達成に向けた動機付けをする上で、従業員には「非常に影響力がある」と回答

## インサイト 7

### サステナビリティのリーダーになる

現在、自社をサステナビリティのリーダーと見なしている M&E 業界の回答者は 74% と、高い数字になっています。

## 自社をサステナビリティのリーダーとみなす M&E 企業が増えている



次の文章に「そう思う」と答えた M&E 業界の回答者の割合: サステナビリティの取り組みという点で、自社は業界の先頭を走っている。上位 2 段階 = そう思う。5 段階評価。



## インサイト 7

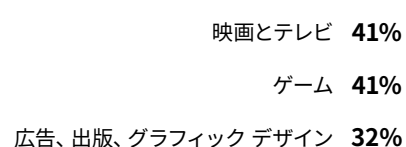
### M&E 業界におけるサステナビリティ: 若手社員がプレッシャーをかける

モバイル・オンライン ゲーム開発会社の COM2US に所属する Ji-Woong Hong 氏は、M&E 業界は歴史的に、AECO 業界や D&M 業界よりもサステナビリティの問題に直面することが少なかったと指摘します。しかし、同社は環境に関するトレーニングやボランティア プログラムをすでに実施しており、サステナビリティの取り組みに対する投資が、時間の経過とともに業界全体で増えるよう期待していると、Hong 氏は言います。

M&E 業界のリーダーと専門家の大多数が、「サステナビリティの取り組みを企業に促す上で次世代の従業員が非常に大きな影響力を持っている」と述べています。この傾向は映画・テレビ セクターとゲーム セクターで最も顕著で、各セグメントの回答者の 41%が、次の世代の従業員が企業によるサステナビリティの取り組みに大きな影響を与えていると答えています。

## 次の世代がサステナビリティに及ぼす影響

次の世代がサステナビリティの取り組みを推進していると答えた回答者の割合



調査の質問: サステナビリティ目標を策定および達成するよう貴社または貴団体にプレッシャーをかける上で、次の世代にはどの程度影響力がありますか? 5段階評価。最上位の選択肢 = 非常に影響力がある。

## サステナビリティの取り組みは、短期的にも長期的にもビジネスにとってメリットになる

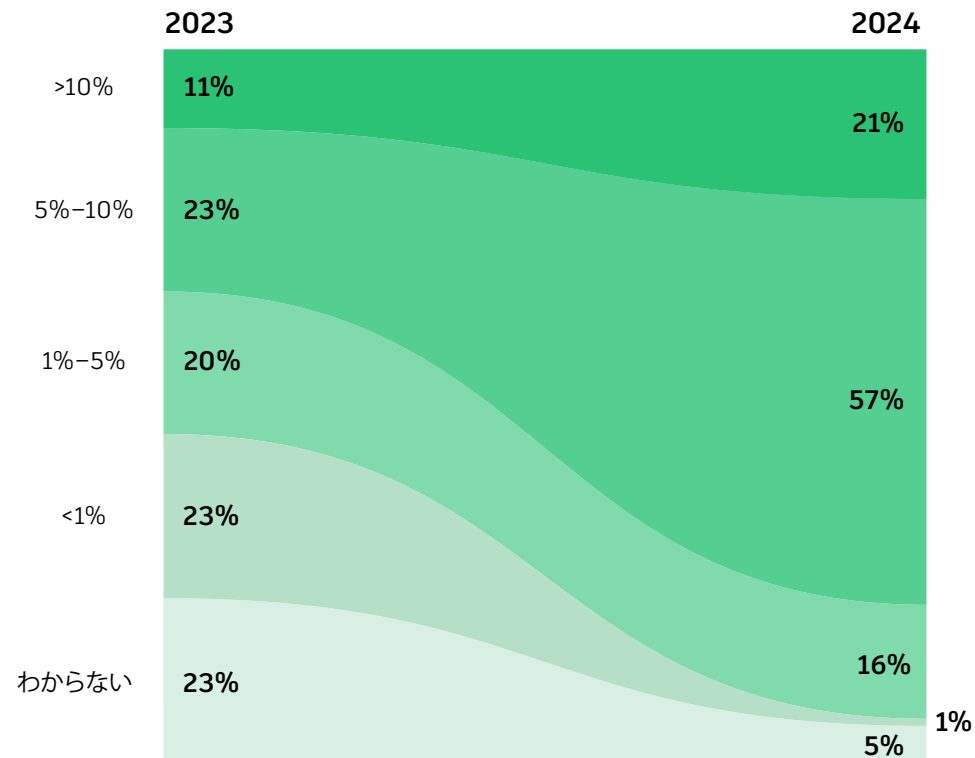
昨年も真実だったことが、今年はさらに真実味を帯びています。すなわち、サステナビリティは収益面でメリットをもたらすという見方です。

メディア&エンターテインメント業界のリーダーと専門家の71%が、サステナビリティは短期的なビジネスに好影響を及ぼすと回答しています。長期的に見ても、回答者の87%が、サステ

ナビリティはビジネスにメリットをもたらすと考えています。

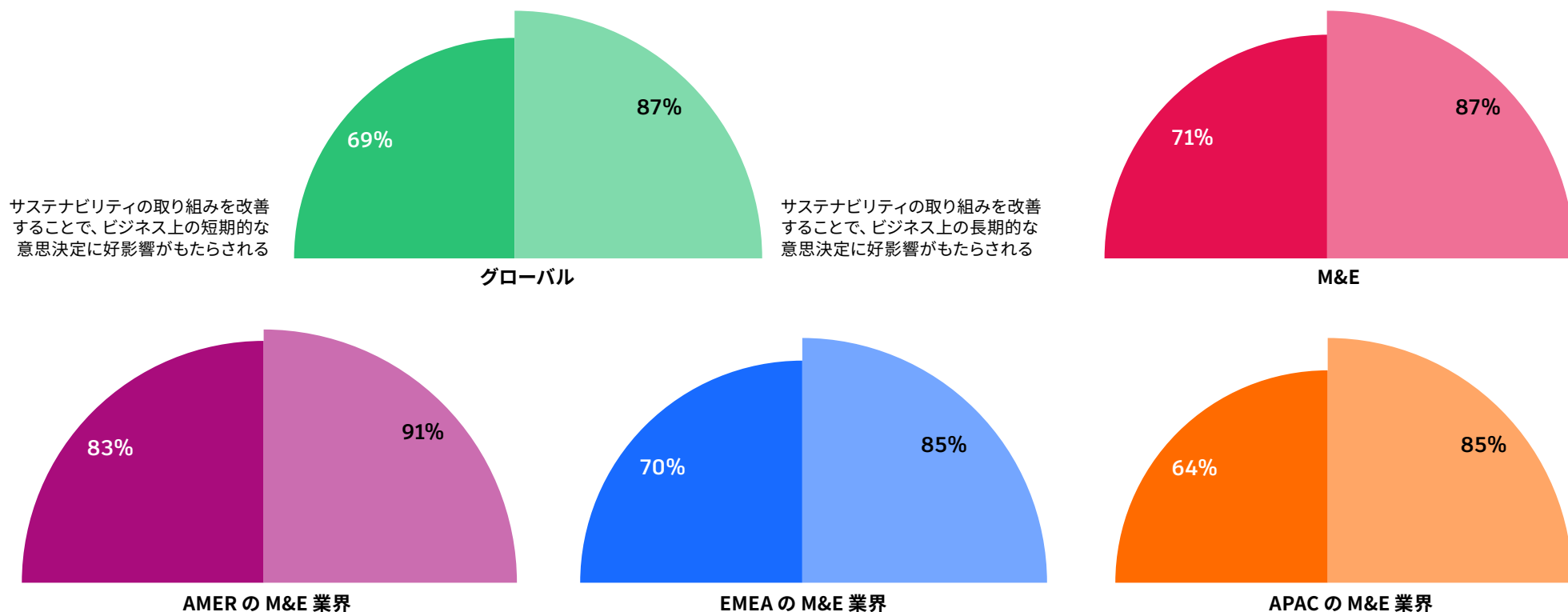
こうしたビジネス上の価値は、顧客や従業員による評価の向上が一因だと思われませんが、サステナビリティの取り組みによって、エネルギー使用量と材料の削減を通じた運用コストの削減機会も同時にもたらされます。

## サステナビリティの取り組みは、M&E 企業の長期的な収益を促進する



調査の質問: あなたの知見に基づくと、サステナビリティの取り組みは、長期的に見て貴社のビジネスにどれくらいの価値をもたらすと思いますか? 年間収益の増加率としてお考えください。5段階評価。

## サステナビリティが持つ長期的・短期的なビジネス上の価値: M&E 企業のグローバルな視点



次の文章に「そう思う」と答えた M&E 業界の回答者の割合: 1. サステナビリティの取り組みを改善することで、ビジネス上の長期的な意思決定に好影響がもたらされる。2. サステナビリティの取り組みを改善することで、ビジネス上の短期的な意思決定に好影響がもたらされる。5段階評価。上位2段階 = そう思う。





## インサイト 8 - M&E スポットライト

### Axis Studios 社

英国を拠点とするアニメーション・VFX 企業の Axis Studios で最高技術責任者を務める David Spilsbury 氏が、M&E 企業によるサステナビリティ強化の理由と方法を説明します。

**Q: M&E 企業はどうすればよりサステナブルになれるのでしょうか？**

**A:** できることはたくさんあります。当社はグリーン データ センターに移行しているので、消費している電力はすべてサステナブルです。またフリークーリング システムを使用しているので、PUE (電力使用効率) が減少しています。PUE は 2 から 1.18 に減りましたが、1.18 はデータ センターとしてはかなり良い値です。同じ作業を行うのに必要な電力消費量がほぼ半分減ったのです。

**Q: サステナビリティへの取り組みを追求する最大の動機は何ですか？**

**A:** 地球のために正しいことをするというのが動機ですが、それと同時に多くのスタッフが、この業界が環境に及ぼす影響をより意識するようになりました。クライアントも、サステナビリティ関連の認証に注目しています。

**Q: サステナビリティがもたらしているビジネス上のメリットは何ですか？**

**A:** よりサステナブルかどうかを基準に物事を評価していると、競争上の優位性をもたらす効率性に目が向くでしょう。再利用を行ったり、物事をより迅速に、費用対効果の高い形で実行したりすることができれば、コストを節約できるとともに、素晴らしいマーケティング ストーリーが実現します。問題を一朝一夕に解決できることはできませんが、当社はサステナビリティの観点からあらゆることを考え直しています。



「よりサステナブルかどうかを基準に物事を評価していると、競争上の優位性をもたらす効率性に目が向くでしょう」

—David Spilsbury 氏、Axis Studios、最高技術責任者



# まとめ

パンデミックによるサプライチェーンの混乱に耐えてそれを克服し、また世界経済が景気後退を回避したことで、新たな楽観主義が芽生え、レジリエンスをより強く感じるようになっているものの、世界中のメディア&エンターテインメント業界のリーダーは、引き続き人材の採用とコスト管理の課題に直面しています。

一部の組織は継続的な雇用という課題に対処すべく、現在の従業員を対象としたトレーニングとスキルアップに多額の投資を行い、スキルギャップの解消に取り組んでいます。また、組織はほぼ例外なく AI への投資を増やしており、これは新興テクノロジーに対する信頼の高さを示していますが、懸念は残っています。

近年の不安定な情勢のために、多くの組織は保

守的な姿勢をとることを強いられており、変化する市場環境にすばやく適応する必要があります。ビジネス上の課題に対処する準備が整ったと感じているリーダーは、より確実な未来に向けた計画を立て始めています。この新たな楽観主義とともに、新たなテクノロジー、プロセス、アイデアの探求が行われており、成長に向けた新たな機会を発見し、設計と製造の未来を形作ろうとしています。

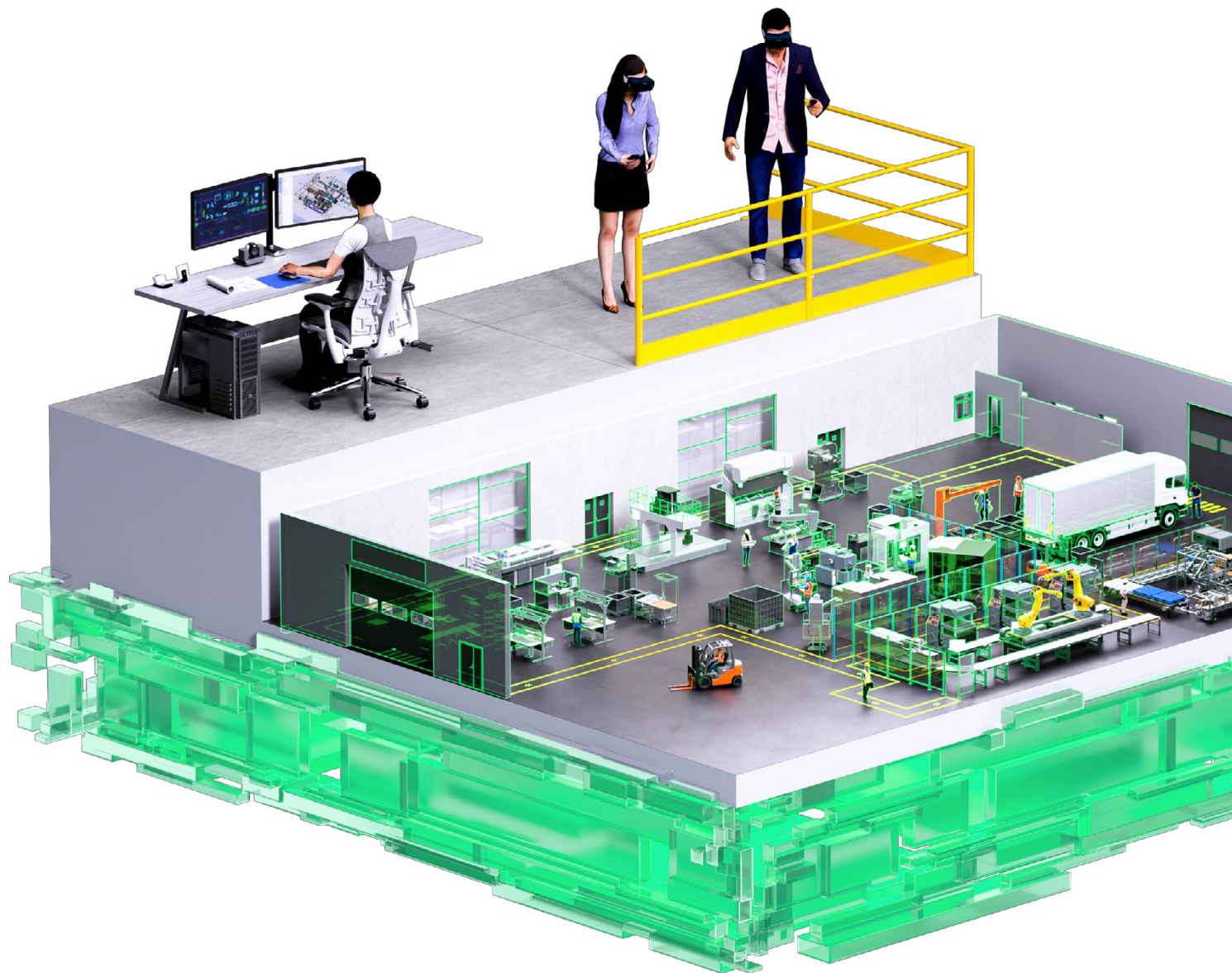


# 付録

この調査の手法

用語集

謝辞



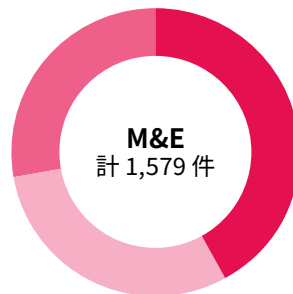


# この調査の手法

今年のレポートで、オートデスクは業界リーダー、未来研究者、専門家 5,399 人を対象に調査とインタビューを実施しました。調査対象となったのは、世界各国の建築・土木エンジニアリング・建設・運用、設計・製造、メディア&エンターテインメントの各業種です。このレポートでは、主要な調査結果の詳細情報を、セクター別および地域別にまとめました。

この M&E サブサンプル (n= 1579) の定量的データは、2023 年 7 月から 9 月にかけて、20 分間のオンライン調査を通じて収集されました。このデータの収集にあたり、オートデスクは Qualtrics と提携しました。

\* 調査で使用された質問の全文をここに掲載します。



- 42% 広告、出版、グラフィックデザイン
- 30% 映画、テレビ
- 28% ゲーム

This subset of AECO contains:

24% AMER

34% EMEA

42% APAC

調査参加者の **63%** は、会社における意思決定責任者です

回答者の業界所属年数の平均は **10 年** です

# 用語集

## 企業規模:

- **小規模:** 従業員数 1～19 人
- **中規模:** 従業員数 20～4,999 人
- **大規模:** 従業員数 5,000 人以上

## デジタル成熟度:

自社におけるデジタル トランスフォーメーションの取り組みの進捗状況を回答者に尋ねました。回答者が、自社におけるデジタル トランスフォーメーションの取り組みの進捗を「初期段階」または「中間段階」と評価した場合、この会社のデジタル成熟度は低いと見なされます。回答者が、自社におけるデジタル トランスフォーメーションの取り組みの進捗を「目標達成に近づいている」または「すでに目標を達成した」と評価した場合、この企業のデジタル成熟度は高いと見なされます。

## 業界:

### AECO: 建築、土木エンジニアリング、建設、運用

- 建築サービス
- 建物オーナー (デベロッパー、不動産会社、政府など)
- 土木インフラ施設オーナー (交通インフラ、水道インフラなど)
- 施工サービス
- エンジニアリング サービス プロバイダー
- 鉱業、石油、ガス
- 公共事業、通信事業

### D&M: 設計と製造

- 航空宇宙と防衛機器
- 自動車およびその他の輸送機器 (サプライ チェーンを含む)
- 建築関連製品とファブリケーション
- コンシューマー製品
- 工業機械
- ライフ サイエンス機器の製造
- プロセス製造

### M&E: メディア&エンターテインメント

- 広告、出版、グラフィック デザイン
- 映画とテレビ
- ゲーム

## リーダーと専門家:

- **リーダー:** 調査参加者の 70% は、自社の意思決定責任者です。本レポートでは、このグループを総称して「リーダー」と呼んでいます。リーダー グループの役職として、企業オーナー、起業家、取締役、バイス プレジデント、経営幹部などがあります。
- **専門家:** 回答者の残り 30% は「専門家」と総称します。このグループには、管理職以外の回答者と管理職が含まれます。

## 業績:

リーダーと専門家が、上位のビジネス指標について、自社の業績を「平均以上」または「優れている」と評価した場合、「業績の高い企業」と見なされます。

## 地域:

### APAC: アジア太平洋

- オーストラリア、中国、インド、日本、韓国

### EMEA: ヨーロッパ、中東、アフリカ

- フランス、ドイツ、イタリア、中東諸国 (サウジアラビア、アラブ首長国連邦)、オランダ、北欧諸国 (デンマーク、フィンランド、ノルウェー、スウェーデン)、スペイン、トルコ、英国

### AMER: 北米、中米、南米

- ブラジル、カナダ、メキシコ、米国

## サステナビリティ:

本調査では、サステナビリティに関する質問(企業が実施している変更内容のリストなど)は、主に環境サステナビリティに焦点を当てていますが、この定義については明記していません。

個別のインタビューでは、「将来の世代が自らのニーズを満たす能力を損なうことなく、現在のニーズを満たすこと」という、国連による定義を取り入れた説明的な定義が用いられました。回答者には、環境(気候変動に対する影響の緩和)、コミュニティ(社会福祉、人々の生活の向上)、およびコーポレート ガバナンスに関連する取り組みがここに含まれると説明しました。

## オートデスクについて

オートデスクはデザインやものづくりの手法を様々な分野で変革しています。環境にやさしい建物やクリーンな自動車、スマートな工場、大作映画まで、ありとあらゆるものづくりにオートデスクのソリューションが使われています。グリーンビルディングの建設から、スマートな製品の製造、魅力的な大ヒット映画まで、オートデスクソフトウェアは、より良い世界のデザインと創造に広く貢献しています。詳細については、<https://www.autodesk.co.jp/> をご覧になるか、オートデスクのソーシャルメディアをフォローしてください。

オートデスクへのお問い合わせ: 本調査レポートに関するご質問や、今後の調査プログラムに参加するための登録方法については、[state.of.design.and.make@autodesk.com](mailto:state.of.design.and.make@autodesk.com) にお問い合わせください。



このレポートに記載されている情報は、お客様の便宜を図るためのものであり、一般的な情報を提供することのみを目的としています。オートデスクは、このレポートに記載されている情報、テキスト、グラフィック、リンクなどについて、正確性と完全性を表明することも保証することはありません。

また、このレポートに示されるいかなる意見についても、それに従った場合に特定の成果または結果を達成できることを保証するものではありません。

© 2024 Autodesk Inc. All rights reserved