

『デザインと創造の業界動向調査』特別版

# AIへのスポットライト



STATE OF  
**20** DESIGN  
**24** & MAKE

 **AUTODESK**

# はじめに

AI (人工知能) が一般に普及したのは、AI 調査会社 OpenAI が ChatGPT を公開した 2022 年後半以降のことです。ジェネレーティブ プリトレインド トランスフォーマー (GPT) モデルが ChatGPT に実装された瞬間から、AI は世界中の大きな注目を集めることになりました。

2023 年、その開発は急速に加速しました。Anthropic 社の生成 AI である Claude は、2 か月間で文書処理機能を 1,011% 強化し 1、ChatGPT は司法試験に合格するレベルとなり 2、Google 社はインターネット検索に生成 AI を導入し 3、Spotify 社はパーソナライズされた AI 駆動型 DJ をデビューさせ、MidJourney 社は生成 AI 画像を広く普及させました。

ただし、華やかなポップカルチャーを離れた分野においては、プロジェクトのデジタル設計とデリバリーをつなぐ用途 (デザインと創造) 向けの AI 開発は 10 年以上前から進行しており、画像認識を目的としたニューラル ネットワークの学習に端を発して、テクノロジーが絶えず進化しています。

オートデスク リサーチのSVPであるMike Haley

は、「これは第 3 波のスタートであり、同時に AI は完全に私たちの生活の一部となったのです」と述べています。

ビジネスリーダーと専門家は Haley と同意見であり、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』のアンケート回答者の 66% が、「AI は今後 2、3 年以内に自社にとって必須になる」と答えています。

オートデスクの AI 搭載ツールへの反応も、建築・エンジニアリング・建設・運用 (AEEO)、設計&製造 (D&M)、メディア&エンターテインメント (M&E) 業界における、この新テクノロジーの普及のスピードを証明しています。オートデスクの業界共通ジェネレーティブ デザインと AI 搭載製品において、ユーザーエンゲージメントは 2023 年 1 月から同年 11 月にかけて

24% 増加しました (ただし、全体的な加入者数の伸びはこの数値に反映されていません)。ユーザーエンゲージメントでは、APAC が 55% の増加でリードしています。アーティストによるシーンデータ管理を支援する Maya 自動化ツールのベータ版では、立ち上げからわずか数か月の間に、平均的なベータローンチよりも 60% 多いユーザーが関心を示しました。これは、オートデスクのベータローンチ史上初の記録的数値です。

Buro Happold 社のコマーシャル リーガル ランゲージ担当グローバルディレクターを務める May Winfield 氏はこう話します。「まったく前例のないアクセスと採用のスピードです。FAX がメールに移行したときは皆が大騒ぎで抵抗しましたが、AI は誰からもごく自然に受け入れられました」

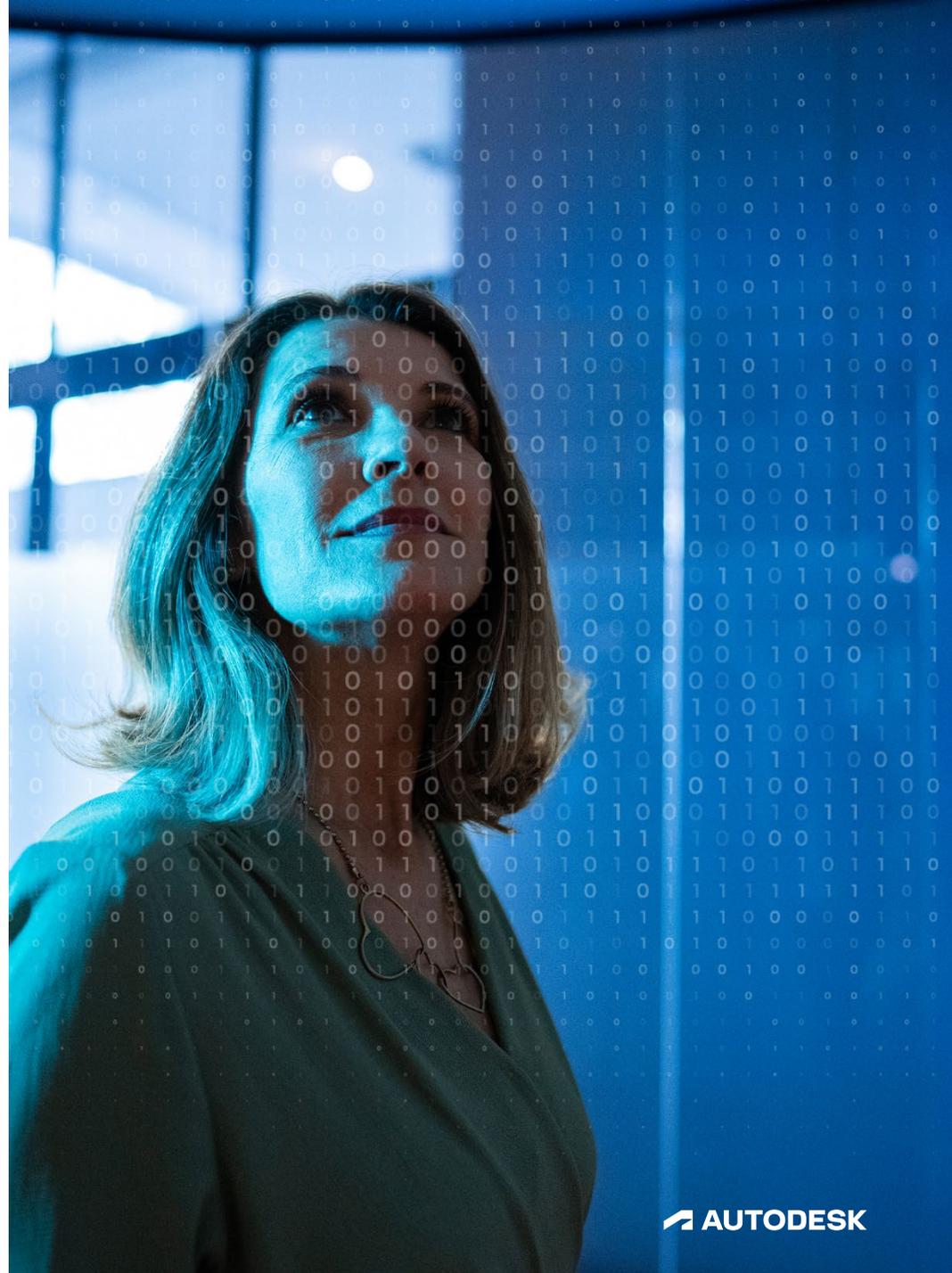
# 戦略的優先事項としての AI に対する支出が増加

AI が戦略的優先事項として定着した今、企業は先を争って AI の可能性を引き出そうとしており、取り残されないように多額を投資している状況です。過去3年間だけでも、2024年度版『デザインと創造の業界動向調査』アンケート回答者の72%が、「自社のAIと新テクノロジーへの投資が増加した」と答えており、そのうち27%がその投資を「非常に増加させた」と回答しています。

今後も支出は増加の一途をたどると予想され、回答者の77%は今後3年間AIと新テクノロジーへの投資の増加を継続し、そのうち32%

が投資を非常に増加させると答えています。これほど短期間の大幅な投資増額は、新テクノロジーへの多額の投資を危惧する組織にはリスクに見えるかもしれません。しかし、Airbus社でキャビンマーケットインサイト責任者を務めるStefan List氏は、「AI投資は、競争優位性という点で実を結ぶでしょう」と語ります。

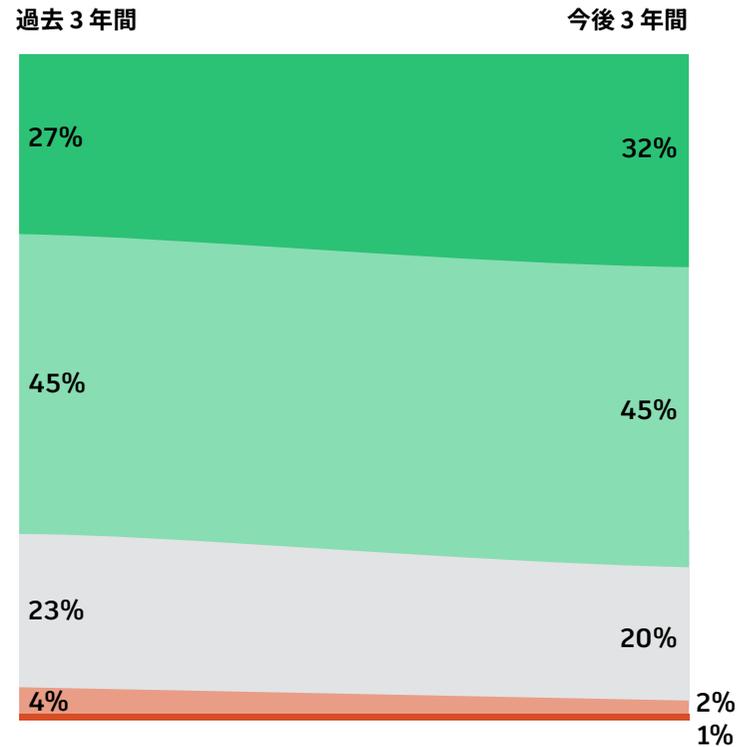
「実際、多額であっても的を絞った短期投資はリスクになりません。その投資は準備に必要だからです。自社のビジネスに対するAIのポテンシャルをしっかりと把握することが重要です。だからこそ、短期投資で試してみる必要があるのです。AIで改善できることは何か。それを理解し、目的に合わせた開発を行わなくてはなりません。つまりどの業界においても、競争力の維持にAIがどう役立つかを、具体的に掘り下げて考える必要があるということです」



# 組織は AI への大きな賭けを継続

AI と新テクノロジーへの投資は引き続き増加

● 大幅に削減 ● やや削減 ● ほぼ現状維持 ● やや増加 ● 大幅に増加



アンケートの質問: 過去3年間で、以下の項目に対する貴社または貴組織の投資はどのように変化しましたか?  
今後3年間で、以下の項目に対する貴社または貴組織の投資はどのように変化したいと思いますか?

D&M は今後 3 年間の業界別投資計画で首位

76%

の AECO 組織は増加を計画

79%

の D&M 組織は増加を計画

75%

の M&E 組織は増加を計画

# 認識と知識におけるギャップ

AIの第3波のスタートから現在までの時間を踏まえると、現時点ではまだゴールよりもスタート地点の方がはるかに近い状態にあると言えるでしょう。

この段階では、AI成熟度に関する市場認識が歪んで見えるものです。AIが多くの人々にとって目新しく、テクノロジー分野以外での活用が限定的であるにもかかわらず、アンケート結果では企業がAI活用における自社の成熟度を高く評価しており、ゴールへの進捗状況は現実的に見えます。

例えば、AIの活用を含む、設計または運用の自動化の成熟度に関する質問に対して、AECO業界の約42%は「成熟度が非常に高い」と評価し、さらに41%が「平均的な成熟度」と答えています。概して、自己申告による成熟度は北米・中南米（AMER）と欧州・中東・アフリカ（EMEA）が高めで、アジア太平洋地域（APAC）が低めとなっています。

## AECOにおけるデジタル成熟度の認識は高い



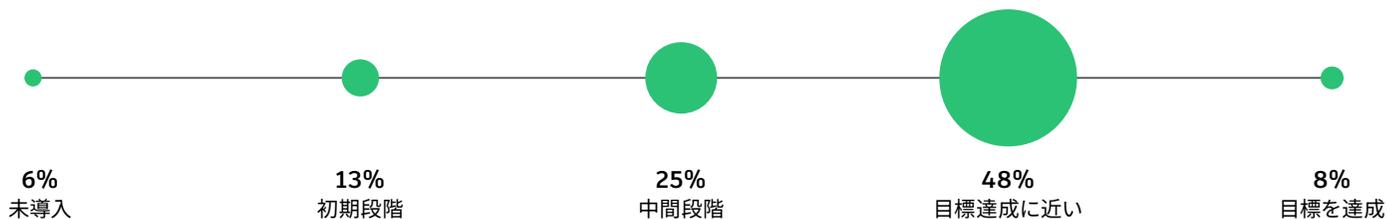
AECO 組織への質問：AIの活用を含む、設計または運用の自動化について、貴社または貴組織における成熟度を教えてください。

## 第2章

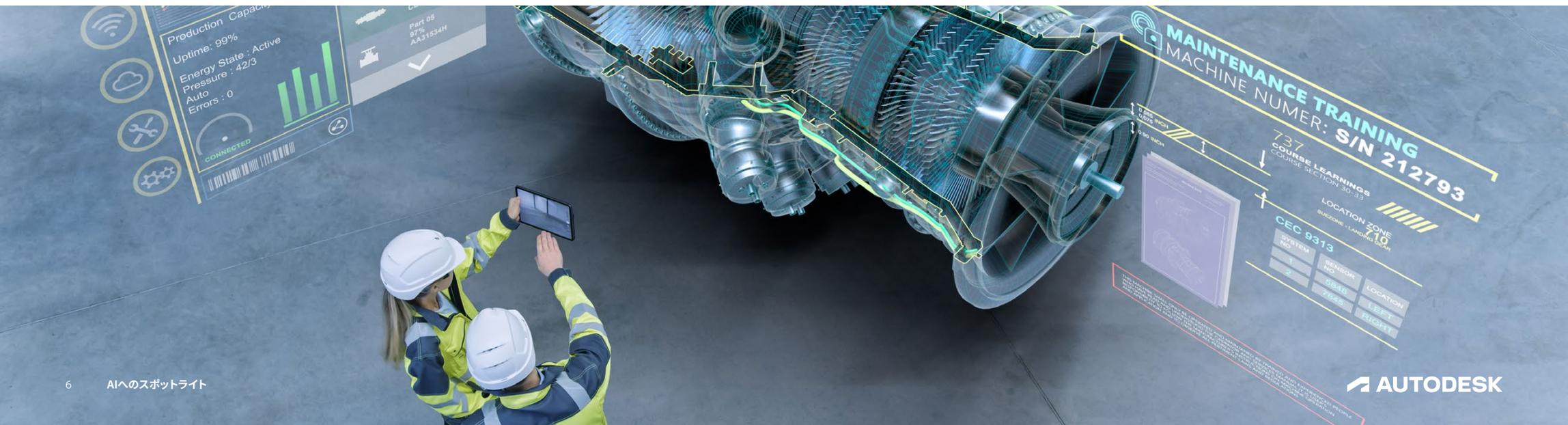
AI 導入の目標達成に近い多くの企業の考えは、さらに興味深いものになっています。48%が「自社の AI 導入の目標達成に近い」と回答しており、さらに 8%は「自社の目標を達成した」と回答しています。多くの組織の AI 目標は現時点では控えめである可能性がある上、組織が認識する目標地点までの距離が、テクノロジー進化のスピードと合致していません。

# 多くの組織で AI 目標達成は間近

多くの組織が現在の AI 目標達成に近いか、目標を達成している



アンケートの質問: 貴社または貴組織は、人工知能 (AI) 技術の導入目標をどの程度達成していますか? 5段階で評価してください。



## 第2章

# 78%

AIによって自社が属する業界が強化されると考えている人の割合

# 79%

AIによって創造性が高まると考えている人の割合

アンケート結果にかかわらず、ビジネスリーダーとテクノロジー業界のリーダーは、「AIの真のメリットがまだ得られていない」と考えています。

ディープラーニングAI研究チーム Google Brain の設立者であり、Google 社のヘルス リサーチ イノベーション部長を務めている Greg Corrado 氏はこう話します。「今まさに、人間の能力が爆発的に拡大しようとしています。これらのテクノロジーがとても民主的な方法で、想像を超える能力とパワーを人々に与えようとしています」

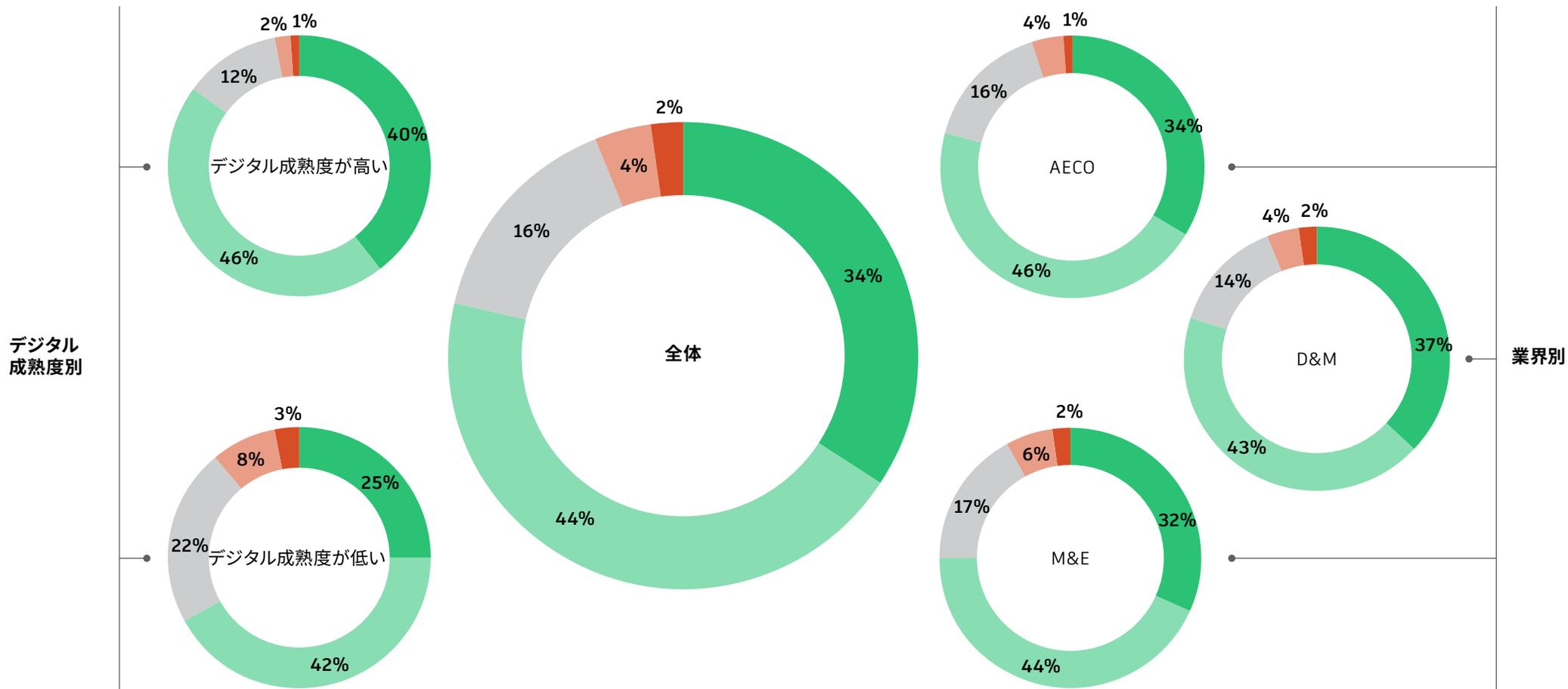
アンケート回答者もこれに同意見で、圧倒的多数の 78% が「AIによって業界が強化される」、79% が「AIによって創造性が向上する」と考えています。

今後の投資予測を考えると少し驚くべきことですが、AIによる業界強化の可能性について 16% の回答者がどちらでもないとの見解を示し、6% が同意していません。メディア&エンターテインメント (M&E) 業界では否定的な意見が最も多いものの、回答者の 76% は「AI投資が今後は増加する」と答えています。

当然ながら、自社のデジタル成熟度が低いと評価する企業は、AIのメリットが不確実であると回答する傾向にあります。

# 各業界で AI はゲームチェンジャーだと認識されている

● まったく同意しない ● やや同意しない ● どちらでもない ● やや同意する ● 強く同意する



アンケートの質問: 貴社が属する業界や貴社における人工知能 (AI) について考えた場合、「AIは自社が属する業界を強化する」という考え方にどの程度同意しますか? アンケートの質問: 貴社または貴組織は、デジタル変革の過程のどの段階に位置していますか? 「初期段階」または「中間段階」はデジタル的に成熟していない状態で、「目標達成に近い」または「目標を達成」はデジタル的に成熟している状態です。

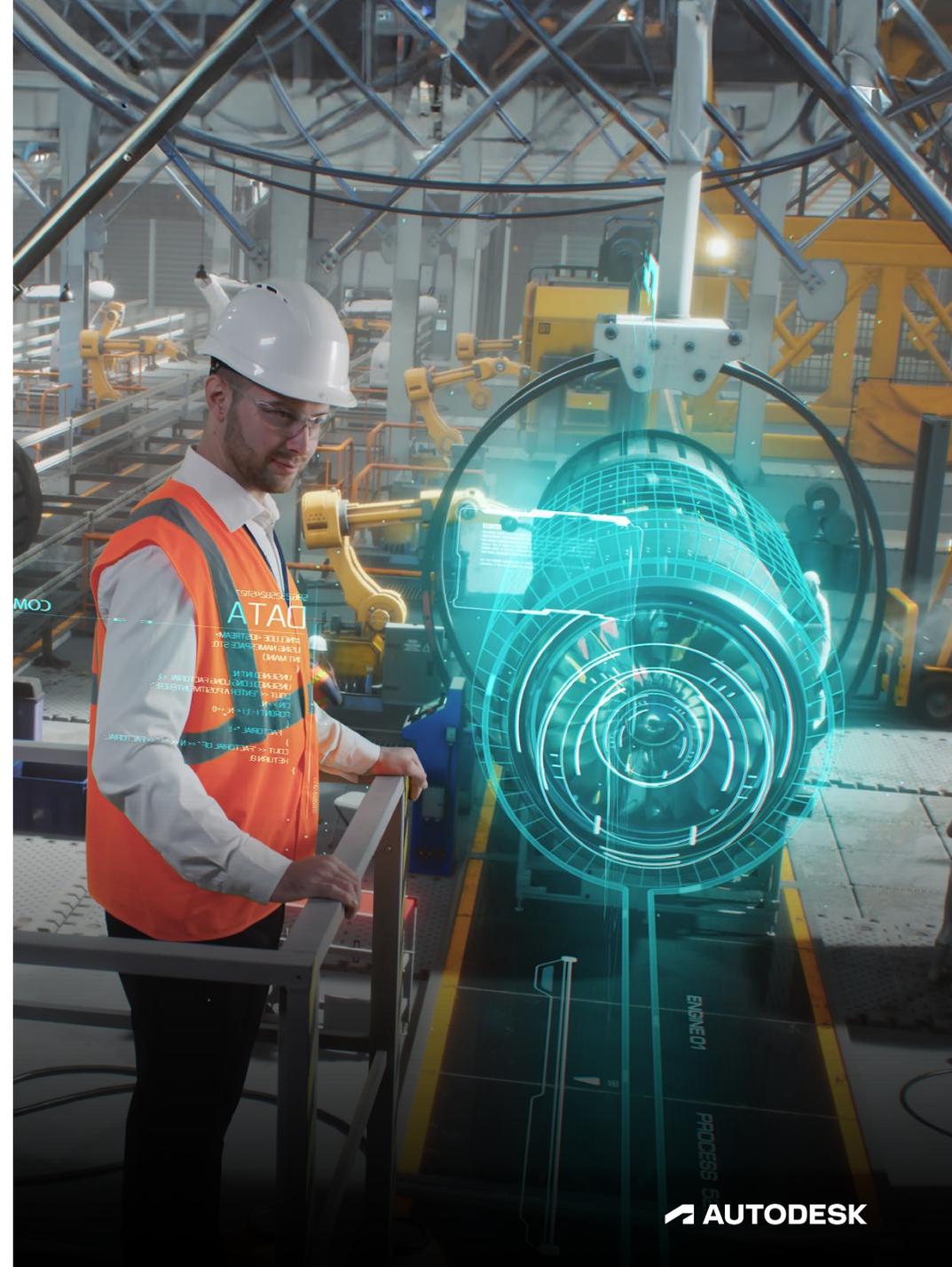
## 第2章

AIのユースケースに関して、回答者はAIの最大のメリットが「生産性向上」であると考えており、「情報に基づく設計の決定」「請求分析の支援」「職場の安全とリスクの分析向上」「単純作業の自動化」が、それぞれ40%近くの回答者からメリットに挙げられています。

Amazon Web Services社のマシンラーニングラボ元リーダーであるMichelle Lee氏は、「生成AIテクノロジーによって、あらゆる生産性が確実に向上します。そして、あらゆる能力が促進され、増強されるでしょう」と話します。

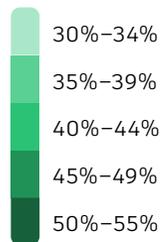
AIの潜在能力をフルに活用したいと考えているビジネスリーダーは、生産性のみならず、組織に有意義なインサイトや効率性をもたらすAIの機能を重視しています。

エンジニアリングコンサルタントであるTPF Engenharia社で品質・イノベーション担当ディレクターを務めるLorena Oliveira氏はこう話します。「最初のステップはチームの生産性向上ですが、AIが役立つ分野は他にもいくつかあると思います。1つ目はビッグデータの処理力を拡大すること、2つ目はAIでデジタル商品を開発すること、3つ目は大規模言語モデルで知識と経験を新しい従業員に伝えることです」



# 生産性の向上以外では、AIのユースケースは異なる

AIを活用している企業の割合：



	AIは広く普及しており、 全分野で採用されるようになる	単純な反復作業の自動化	請求分析	製品/アセット性能 差の特定	生産性の向上	情報に基づく設計オプションの作成	スキルギャップの補完	職場の安全とリスクの分析
業界全体／総合	32%	39%	34%	35%	47%	36%	35%	36%
建築・エンジニアリング・ 建設・運用	30%	39%	34%	34%	44%	36%	34%	36%
設計・製造	35%	40%	35%	37%	50%	35%	37%	37%
メディア&エンターテインメント	32%	37%	33%	33%	46%	36%	34%	34%

アンケートの質問：貴社または貴組織でのAI (人工知能) のユースケースは何ですか？ 該当するものをすべて選択してください。



## 第2章

アンケートデータは、生産性以外の生成 AI の有意義なメリットに関してユースケース上の知識ギャップを浮き彫りにしています。これは特に、ディープニューラルネットワークという、人間の能力をはるかに凌ぐ発達中の機能を考慮する際に顕著となっています。

大企業による生成 AI 活用支援のアナリティク

スを提供する Distyl AI 社の CEO 兼共同設立者 Arjun Prakash 氏はこう話します。「生成 AI は企業に複数の影響をもたらすでしょう。まず、インサイトの作成能力です。弊社では AI モデルと対話可能な従業員の数を一気に増やしました。そうすると、多くの従業員が質問を行い、その回答を得られるようになります。以前は、常にデータサイエンティストや機械学習エ

ンジニアを通す必要がありました。そのような役割は今もとても大切ですが、多くの従業員がさまざまな方法で AI を活用できるようにしたのです」

「次に、より迅速に価値が得られます。従来は、AI アプリケーションの展開が必要な場合にモデルをいちから構築する必要があり、かなり

費用がかかっていました。現在は、すぐに活用できるものが用意されているため、以前は数か月かかった実用レベルのプロトタイプが、今では数日で完成します。とても迅速に価値が得られるようになりました」

# これまでの経緯と生成 AI の進化

**Chat GPT によって、技術者やコンピュータービジョン研究者以外の人々の AI に対する認知度が高まりました。しかし、実際に AI と機械学習 (ML) を設計プロセスや創造プロセスに応用するには、人間による斬新な思考が必要です。**

従来の 3D パラメーター設計ソフトウェアでは、設計者はシミュレーションでプロジェクトの最終段階を検証し、そのプロジェクトの実行可能性を確認します。その段階に到達できるかどうかは、設計者のプロジェクト関連分野における経験、知識、トレーニングに大きく依存します。これらの経験や知識がすべて設計に反映されれば、シミュレーションで最終確認ができ、プロジェクトの構築準備が万全になります。

オートデスクの Haley はこう話します。「例えば、橋梁デザイナーはトレーニング、経験、他者からの学びによって、橋に関する豊富な知識を身に付けます。しかし、実際の橋の設計にあた

り、あらゆる方法を検討していない可能性は十分にあるわけです。その検討作業をサポートできるソフトウェアがあったらどうでしょうか？」

この問いから生まれたのが、ジェネレーティブデザインです。これは、設計とシミュレーションの関係を逆転させた、シミュレーションから開始するプロセスです。

Harley は次のように述べています。「少し奇妙な感じがしますが、この作業はソフトウェアにあらゆる設計方法を検討させることから始まります。突拍子もない型破りな設計シミュレーションから検討を始めるのです。明らかに実行不

可能な設計もありますが、実行可能なものはプロセスとして進めて行きます」

実際の応用については、Airbus 社の Stefan List 氏も意見を同じにしています。AI は、エンジニアが利用可能なすべてのデータでアルゴリズムを作成するサポートとして重要な役割を果たす一方で、その作業にはスキルと研鑽を積んだエンジニアの検証能力が不可欠になる点を指摘しています。

「データの一貫性と品質チェックがまだ必要です。製造では (AI が) 重要な役割を果たしますが、航空機の製造で最も重要なのは常に安全水準を満たす、再現性を持った結果です。航空機の製造では常に同じ品質結果を 100% 実現しなければなりません。航空機を、空飛ぶ AI 実験にすることはできないからです」





### 第3章

ジェネレーティブ デザインは、最適な設計の実現においては比類がないものの、正確な仕様と多大な演算能力に依存するため、やや煩雑で広範な活用には無理があります。そこで役立つのが AI です。

生成 AI は、事前学習済みディープ ニューラル ネットワークで新しいアウトプットを生み出す AI であり、「デザインと創造」の未来を促進するものになります。また最終的に、ディープ ニ

ューラル ネットワークの優れた演算能力と、設計者や製作者の経験や精度とを融合させるでしょう。

O'Reilly Media 社の設立者で未来学者の Tim O'Reilly 氏はこう話します。「生成 AI は次の大きな (テクノロジーの) 波です。自分の言語で話しかけて理解してもらえる知性を持ったコンピューターが、初めて生まれようとしています。これは巨大な変革と言えるでしょう」

「HVAC の制御は AI が大きな効果を示す良い例です。AI を活用したソリューション B-Tune により、ランニング コストが 20~30% 削減されました」

—Beca 社デジタル・イノベーション輸送・インフラ担当 GM/Tim Mumford 氏

# AIの進化の先頭に立ち続ける

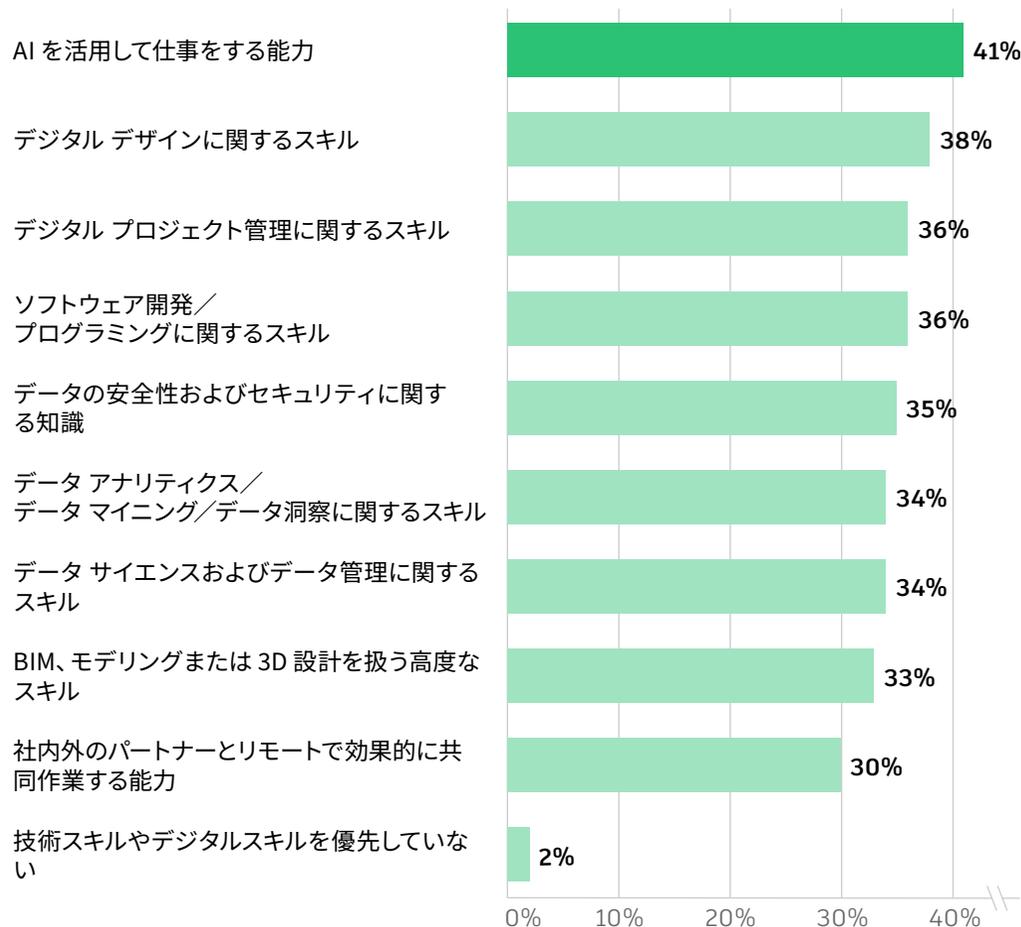
過去1、2年を振り返っただけでも、AI分野の動きの速さは明確です。この急速な変化のペースに対して組織として注力し、柔軟に対応できる人材への投資を検討する必要があります。オートデスクがインタビューした企業のビジネスリーダーは、AIの進化に遅れを取らないことに専念する人材に投資する必要があると述べています。

かつてAmazon Web Services社マシンラーニングラボのリーダーを務めたMichelle Lee氏は、「ゼネラリストに社内固有の知識と情報を身に付けてもらうことが、AIの力を引き出す第一歩だと思います」と指摘しています。

アンケート回答者は、今後の職務スキルとしてAIが重要であることに同意しており、「AIを活用して仕事をする能力」が、今後3年間の採用判断において企業が最も重視する技術スキルとなっています。

## 企業は採用時に技術スキルを重視

### AIは最も望ましいスキル



アンケートの質問：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しますか？



## 第4章

AI とその進化に十分な人材を集中させることは、組織レベルで最も有効な AI の活用方法を特定するためにも重要です。AI の第3波が始まったばかりという考えを前提とすると、AI による効率性が実現するまでの道程は、まだ遠いと言えるでしょう。

Airbus 社の Stefan List 氏はこう話します。「今の AI を見ると、ロボットを使った自動製造で経験した状況と似ています。AI はリソースが追い付かない領域を補完できますが、もっと効率的でサステナブルな方法で支援し、アウトプットを増やすこともできます。これが組み合わせとしては適切だと思います」

AI は効率の向上だけでなく、新たな人材の獲得でも力を発揮します。回答者の 29% が、依然として逼迫した労働市場と急増する熟練者の定年退職という二重のプレッシャーに直面しており、こうした組織にとって、人材獲得は最大の課題となっています。

「AI を準備して活用する最良の方法は、AI の将来に対処できる社内スキルの確保に加え、社内データを適切に整理することである」とビジネスリーダーは指摘します。その理由は、AI の成功の鍵がデータにあるからです。

Foster + Partners 社でアプライド R+D 責任者を務める Martha Tsigkari 氏はこう話します。「何よりも、あらゆるシステムでデータが最も重要です。ですから、最初に社内データを把握する必要があります。データの収集やタグ付け、整理は適切に行われているでしょうか？ほとんどの組織で、これに対する答えは『いいえ』でしょう」

オートデスクの Mike Haley も、これに賛成します。「態勢を整えて生産性を向上させるには、時間をかけて社内データをすべて収集し、単一のクラウド システムに入力し、整理する必要があります。これができる企業は、ほとんどの競合他社を大きく引き離すことができるでしょう」

# 機会が疑念を克服

**新テクノロジーによる現状の変化が起こる際によく見られるように、将来のAI適用への高まる期待は、熱意と疑念を同時に誘発しています。**

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』のアンケート回答者の76%が、「自身の属する業界でのAI活用を信頼する」と答えています。AIが比較的新しいテクノロジーであることを踏まえると、この数値は高いと感じられるかもしれませんが、専門家はこの信頼度は必ずしも見当外れではないと示唆しています。

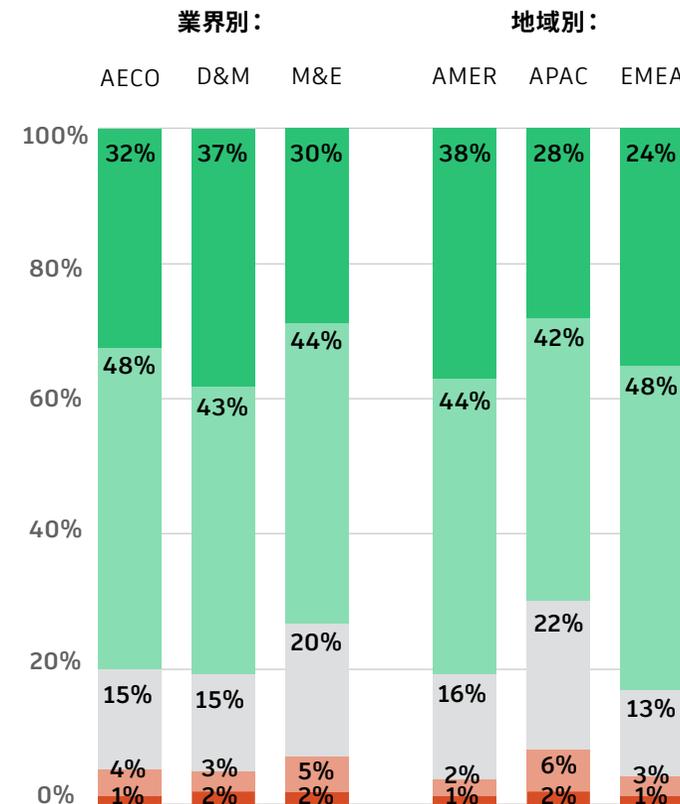
オートデスクのHaleyはこう話します。「AIは、これまでに経験したことのない岐路に立たされています。

私にとって、AIへの信頼は芝刈り機への信頼と同じです。AIを装置だと考えてみれば、AIを提供するパートナーやベンダーへの信頼が重要であることがわかります。彼らはデータの活用やAIシステムの適切な学習や試験を監督し、AIが責任ある動作ができるよう管理してくれる存在だからです」

その見地に立つと、回答者はさらに楽観的で、自組織がAIについて「適切な決断」を下せる確信を持っていると答えた人の割合は78%に上りました。一方、自組織がAIについて適切な決断を下せることに、「あまり同意しない」または「まったく同意しない」と答えた回答者は、わずか5%に留まりました。地域別ではアジア太平洋 (APAC) で、自社のAI活用に対する確信の低さが最も顕著に現れています。

## 自社がAIについて「適切な」決断を下せるという確信は強い

● まったく同意しない ● やや同意しない ● どちらでもない  
● やや同意する ● 強く同意する



アンケートの質問: 貴社が属する業界や貴社における人工知能 (AI) について考えた場合、「自社はAIに関して正しい決断ができると確信している」という考え方にどの程度同意しますか? 四捨五入で処理しているため、数値の合計は100%にはなりません。

ただし、この熱意には懸念がつきものです。「この信頼は、AIが別の種類のイノベーター用ツールになったときに試される」と示唆するビジネスリーダーもいます。

建設および請負を手掛ける ALEC 社で戦略的プロジェクト・開発責任者を務める Severin Tenim 氏はこう話します。「AIで本当に深刻な状況になったケースはまだありませんが、サイバー犯罪や悪意のある行為にAIを使い始める人が増えると、信頼性は低下すると思います」

エンジニアリング コンサルタント会社の Beca 社でデジタル・イノベーション輸送・インフラ担当 GMを務める Tim Mumford 氏は、AIを信頼できるテクノロジーとして活用する責任は全員にあると考えています。「AIテクノロジーの開発者は、最善の社会利益に沿って開発する必要があります。ユーザーは、意図されたユースケースどおりにAIを活用する必要があります」

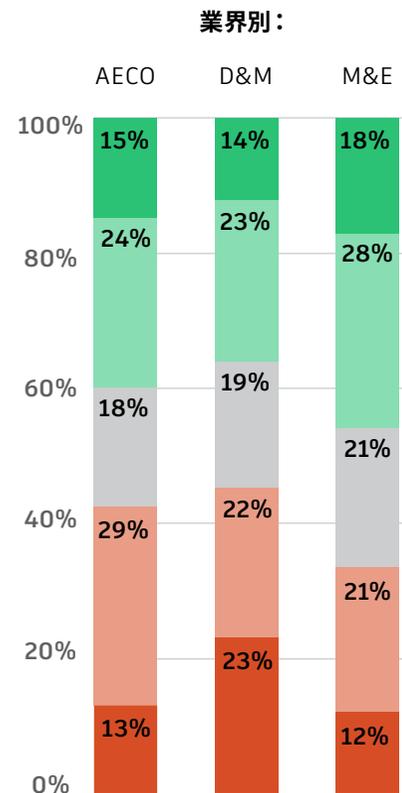
「AIを活用する組織は、知性あるオーナーとしてAIを導入する必要があります。行政機関は、このテクノロジーの購入者であると同時に理想的な規制当局であり、導入にあたって知性あ

るリーダーとしての役割を果たす必要があります。AIを活用したソリューションが社会のニーズを満たし、その最善の利益に配慮するよう図るのは、私たちが属するコミュニティのためにも、当然のことと思います。困難なことかもしれませんが、このテクノロジーへの日常的な接し方がどのような影響をもたらすかについて、より包括的な視点で考えることが大切です」

一方で、回答者の40%は、AIが自身の属する業界をかく乱させると考えています。このことは、AIに対する信頼性と確信を表す数値が高いことを踏まえると、極めて意外な結果と言えます。「かく乱させる」という回答は、D&Mで最も少なく(36%)、M&Eで最も多い(46%)という結果になっています。また、かく乱の可能性について、「どちらでもない」という意見もM&Eで最も多くなっています。実際に、エンターテイメント業界は、すでにAIのかく乱効果を経験しています。米国の映画・テレビ業界を完全に停止させた全米映画俳優組合ストライキは、知的所有権や資産の管理に関する課題だけでなく、AIを活用して台本や脚本を作成することも原因になっていました。

## 一部の回答者にとって AI は業界かく乱の要因

● まったく同意しない ● やや同意しない ● どちらでもない  
● やや同意する ● 強く同意する



アンケートの質問: 貴社が属する業界や貴社における人工知能 (AI) について考えた場合、「AIにより、自社が属する業界が不安定になる」という考え方にどの程度同意しますか? 四捨五入で処理しているため、数値の合計は100%にはなりません。

# まとめ

ある程度の懸念は残るものの、過去 10 年間のジェネレーティブ デザインと AI の進歩は、AI が創造性の促進とプロジェクト構築方法の向上に役立つよう進化できるかについて、長い間確信を持てなかった人々を納得させることに貢献しました。

カリフォルニア大学バークレー校で AI とロボット工学を専門とする Ken Goldberg 教授はこう話します。「私は 50 年間、AI に懐疑的でした。AI は決してクリエイティブなものにならない、また、新しいものや興味深いものを創造することはない、といつも話していました。今はそうは思っていません。AI にはクリエイティブなことができると信じています。今、初めて人工の創造性が生まれ、あらゆる可能性が広がったことに心が躍る思いです」

Airbus 社の Stefan List 氏も AI が有益なツールになり得ることに同意していますが、創造性には常に人間的要素が不可欠であると強調します。「創造性は、まさに人間の本質です。AI は、議論の仕方や考え方、考慮する内容について、現在よりもはるかに速く人間にインスピレーションを与えるツールになれると思います」

オートデスクがインタビューした専門家は、Goldberg 氏や List 氏と同様に楽観的であり、次の AI の波の後に来る世界や、「デザインと創造」の将来に向けての可能性を思い描いています。

SMEC 社でデジタル エンジニアリング プラクティス リードを務める Ezezi Utioime 博士は、こう話します。「AI の将来について最も好奇心

をそそられるのは、切り離すことのできない人間のストーリーとのつながりです。他の技術の進歩と同様に、AI 進化の大躍進は他の基盤技術や実現技術の上に成り立ちます。この観点から、私の熱意は目的としての AI からではなく、依然として比較的曖昧な将来に AI が持つ可能性に端を発しています。その意味でも、私たちが現在 AI と対話する方法が未来の基礎となり、次世代の人々が楽しみ、向上していく技術であることを確信しています」

## 出典

1. Anthropic; [Introducing 100K Context Windows](#)（10万コンテキスト ウィンドウの紹介。2023年11月までの Claude 処理能力は毎分20万）。
2. Open AI; [GPT-4 Technical Report](#)（GPT-4 技術報告書）
3. CNET; [Google Launches New AI Search Engine](#)（Google が新 AI 検索エンジンをローンチ）

### 『デザインと創造の業界動向調査：AIへのスポットライト』について

『デザインと創造の業界動向調査：AIへのスポットライト』レポートのデータは、オートデスクによる『デザインとモノづくりの現状』2024年版のアンケートデータから編集されました。2024年版レポートの作成にあたり、オートデスクは、建築・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界に携わる計5,368人のビジネスリーダー、未来学者、専門家を対象に、世界各国でアンケート調査を実施しました。本レポートでは、主要な調査結果の詳細情報を業界別と地域別にまとめました。

5,368件の定量データは、2023年7月から9月の期間に、オンラインで20分間のアンケートを実施して収集しました。今回のデータ収集は、オートデスクとQualtrics社が提携して実施しました。また、2023年10月から11月の期間に、ビジネスリーダーと未来学者を対象とした7件の定性調査をインタビュー形式で実施しました。傾向の特定にあたり、いくつかのケースにおいて、集約されて匿名化されたオートデスクの顧客データを使用しました。

『AIへのスポットライト』レポートには、アンケートデータと定性インタビューに加え、AIに特化したイベント「The Great Progression Series」（主催：Reinvent Futures社、スポンサー：オートデスク）からの引用が含まれています（Greg Corrado氏、Michelle Lee氏、Arjun Prakash氏、Tim O'Reilly氏、Ken Goldberg氏の引用）。

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。製造から建築土木、メディア&エンターテインメントまでの幅広い分野において、オートデスクは、あらゆるものづくりの変革を実現するプラットフォームカンパニーとして、新たな可能性を実現し、より良い未来を築き上げる世界中のイノベーターを支援します。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、このレポートに含まれる情報、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もありません。

また、このレポートに記載されてい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