



アドビ株式会社
141-0032 品川区大崎 1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー

アドビ、次世代クリエイター調査を発表：世界のクリエイターの 86%がクリエイティブ生成 AI を活用し、クリエイターエコノミ ーの成長に貢献していると認識

- アドビは、主に Z 世代とミレニアル世代を中心とした新興クリエイターおよびセミプロフェッショナルクリエイター16,000 名を対象に、クリエイティブ生成 AI やモバイルツールの利用状況と今後のコンテンツ制作について調査を実施
- クリエイターの 78%が、クリエイティブな生成 AI が自身のビジネスと個人ブランドの成長に貢献したと回答
- クリエイターの 85%が、自身の創作スタイルを学習するエージェント型 AI の利用を検討しており、AI 導入の次なる段階を示唆

※当資料は、2025 年 10 月 28 日（米国時間）に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳版です。

【2025 年 11 月 17 日】

アドビ（Nasdaq: ADBE）（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ）は本日、同社初の次世代のクリエイターを対象とした「クリエイターツールキットレポート」と題した調査結果を発表しました。このグローバル調査は、コンテンツクリエイターがクリエイティブな生成 AI とモバイルツールを制作過程にどう取り入れているか、そしてエージェント型 AI を含む次世代 AI にどのような期待を寄せているか探るものです。クリエイティブ生成 AI とは、クリエイティブ表現の支援に特化したモデルのことを指し、クリエイターが画像、動画、音声、デザインなどのコンテンツのアイデア出し、コンテンツ生成、コンテンツ生成したモノをさらに編集などをする際に活用可能な AI と定義します。このレポートでは、日本、米国、英国、フランス、ドイツ、韓国、インド、オーストラリアの 16,000 人以上のクリエイターを対象に調査を実施し、彼らの物事の捉え方、行動、期待から導かれる、クリエイティブな仕事とクリエイターエコノミーの未来を明らかにしました。

アドビの製品マーケティング兼クリエイター部門担当バイスプレジデントであるマイク ポルナー（Mike Polner）は、次のように述べています。「現代のクリエイターはクリエイティブ生成 AI に対して受け身ではなく、率先して信頼できるツールを精選して使っています。今回のグローバル調

査『クリエイターツールキットレポート』の結果は驚くべきものです。クリエイティブな生成 AI が新たなオーディエンスへのリーチ、事業規模の拡大、クリエイティブ表現の強化といったゴールの達成に貢献し、クリエイターエコノミーをより良い方向に導いてくれると回答したクリエイターは 76% に上ります。これはまさに私たちアドビが目指していることで、柔軟性・コントロール・信頼性を基盤とした AI ツールを提供し、クリエイター自身がクリエイティブな判断を行えるようにしています。」

主な調査結果

実験段階から必須ツールへ～クリエイティブ生成 AI がクリエイターエコノミーを牽引

当初は創造的な実験として始まったものが、今や世界中のクリエイターに広く浸透しています。クリエイティブ生成 AI は現在、クリエイターの制作ワークフローに深く組み込まれ、アイデアの創出、品質の向上、そして差別化につながる新たなクリエイティブの可能性の広がりを支援しています。

- 回答者の **76%** が、クリエイティブ生成 AI が自身のビジネスやフォロワー数の成長を加速させたと報告
- 回答者の **81%** が、クリエイティブ生成 AI なしでは制作できなかったコンテンツの作成に役立っていると回答
- 回答者の **85%** がクリエイティブ生成 AI によりクリエイターエコノミーに好影響を与えていると確信

現在、回答したクリエイターの **86%** がクリエイティブ生成 AI を積極的に活用しています。その範囲はもはや部分的な作業だけではなく、制作過程全体に浸透してきています。

- 主な活用分野は編集・画質向上・強化 (**55%**)、画像・動画などの新規アセット生成 (**52%**)、アイデア創出・ブレインストーミング (**48%**)
- クリエイターは、1 つのツールに依存せず、80% の回答者が過去 3 か月間に複数のクリエイティブ生成 AI を使用したと回答。成果物の品質向上、機能の実験的使用、タスクに最適な組み合わせの発見などを実行

クリエイターは新たな生成 AI ツールを積極的に使用していますが、**信頼性・透明性は依然として重要な検討事項**となっています。

- **69%** のクリエイターが、自身のコンテンツが許可なく AI の学習に利用されることを懸念

- クリエイターは、個人的なりサーチ（**58%**）、ソーシャルメディアのトレンド（**57%**）、他のクリエイターからの推薦（**41%**）を通じて、新しいクリエイティブ生成 AI ツールを積極的に試用
- しかし、全ての AI ツールが採用されるわけではなく、導入の主な障壁は、高コスト（**38%**）、信頼性の低い出力品質（**34%**）、AI モデルのトレーニング方法に関する不確実性（**28%**）信頼性の低い出力品質（**34%**）、AI モデルのトレーニング方法に関する不確実性（**28%**）

クリエイターが求めるスピードとクリエイティブ コントロールを両立させるエージェント型 AI

積極的に支援・提案し、ユーザーに代わって複数ステップのアクションを実行できる AI ツール「エージェント型 AI」が登場しました。クリエイターは、制作ワークフローを加速させる可能性に注目する一方でその適用範囲については明確に線を引いており、AI がプロセスを高速化しつつ、クリエイティブ コントロールは確実に自分の手にしっかり残したまま、「人間が意思決定に積極的に関与する「Human in the loop（HITL）」体験を求めています。

- **70%**のクリエイターが、エージェント型 AI の可能性に対して楽観的または期待を寄せている
- 回答者の **85%**が、自身のクリエイティブ スタイルを学習する AI の利用を検討している
- 最も要望の高いエージェント型 AI の使用例として、反復作業の自動化（**51%**）、コンテンツアイデアのブレインストーミング（**50%**）、コンテンツパフォーマンスの分析（**44%**）

モバイルデバイスは今や制作スタジオ代わり

モバイルツールはもはや簡易な撮影や編集のためだけのものではありません。多くのクリエイターはデバイス一台で制作作業を完結することができます。企画から撮影、編集、公開に至るまで、モバイルデバイスがクリエイターにとって本格的な”制作スタジオ”（制作ツール）となっています。

- **72%**のクリエイターが、現在頻繁にモバイルでコンテンツを制作していると回答
- モバイルツールの性能が上がり、より直感的に操作できるようになる中、**75%**のクリエイターが今後 1 年間でモバイルでのコンテンツ制作量が増加

調査方法：アドビは調査会社 Harris Poll と提携し、2025 年 9 月に米国、英国、フランス、ドイツ、韓国、日本、インド、オーストラリアの 16,000 人以上のコンテンツクリエイターを対象に調査を実施しました。この調査における「クリエイター」とは、SNS プラットフォーム上で視聴者に情報やエンターテインメントを提供したり、彼らと対話したりする目的で月に数回以上デジタルコンテンツを作成・公開する個人と定義しました。調査対象は、クリエイティブ分野でフルタイムで働く商

業クリエイターや業界で正式な肩書を持つ人々ではなく、主に Z 世代とミレニアル世代を中心とした新興クリエイターおよびセミプロフェッショナルクリエイターに焦点を当てました。

■「アドビ」について

アドビはデジタル体験を通じて世界に変革をもたらします。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。

© 2025 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.