

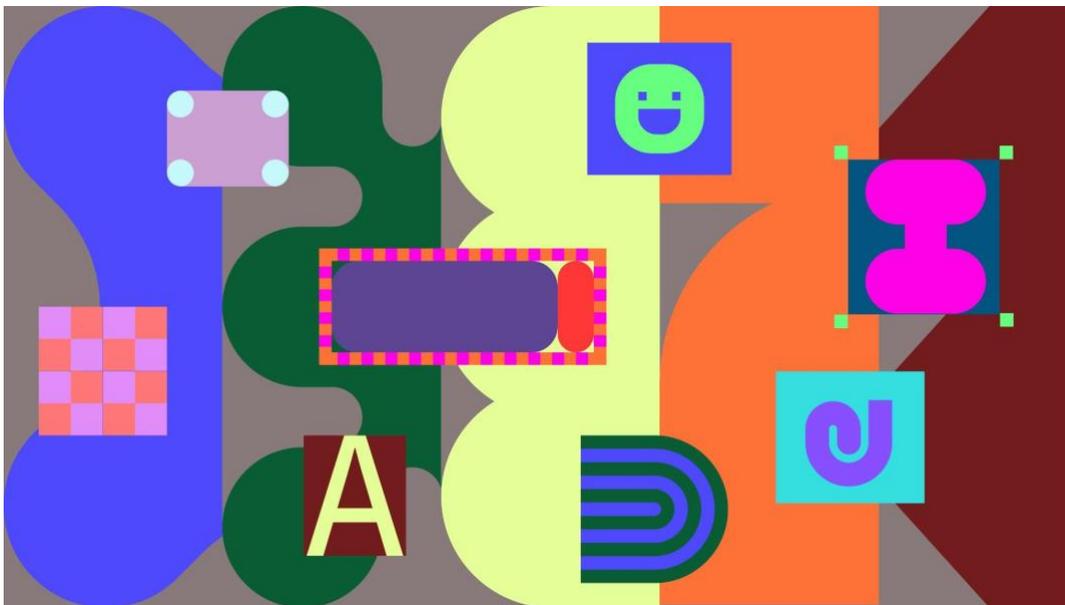


2024年9月18日

報道関係者各位

Figma, Inc.

# Figma が 5 年ぶりにブランド・ アイデンティティをリフレッシュ NY のタイムズスクエアなどのビルボードで ユニークな広告キャンペーンも展開



デジタルプロダクト、ソフトウェアをデザイン・構築するためのプロダクト開発プラットフォーム「Figma」を提供する Figma, Inc. (本社: 米国サンフランシスコ) は、5 年ぶりにブランド・アイデンティティをリフレッシュしたことを発表しました。今回のリフレッシュでは、プロダクトデザインおよび開発プラットフォームが、あらゆるクリエイターにサービスを提供するためにどのように成長し進化してきたかを反映しています。

Figma のクリエイティブディレクター、Damien Correll (ダミアン・コレル) は次のように述べています。「ブランドのビジュアルは、企業がどのように社会に姿を現すかを語るものです。Figma が成熟し、新たなオーディエンスを迎える中で、このリフレッシュは社内外での変化を示すシンボルとなります。私たちは Figma の未来を見据え、柔軟性と成長性を兼ね備えた、より包括的なブランドイメージを構築しました。」

Figma は、ブランドリフレッシュに伴い、初のフルファネルブランドキャンペーン「Make. Believe.」を開始しました。Figma ユーザーやコミュニティメンバーが Figma で作成したアプリ、イラスト、ゲーム、その他の作品を紹介する動画やビジュアルが、NY のタイムズスクウェアなど米国の複数の都市で展開されています。



Figma は 2012 年、チームがユーザーインターフェイスをデザインするためのツールとしてスタートしました。その後、アイデア出しやブレインストーミングのための [FigJam](#)、プレゼンテーション用の [Figma Slides](#)、デザインをコードに変換するための [Dev Mode](#) を発表しました。現在でもデザイナーは Figma コミュニティの中心にいますが、週間アクティブユーザー（WAU）の 3 分の 2 は開発者、プロダクトマネージャー、その他の共同作業であり、その 80% が米国以外に拠点を置いています。

今回発表された新しいブランド・アイデンティティは、デザイナー、開発者、プロダクトマネージャー、マーケティング担当者など、多様なクリエイターに向けて Figma がどのように進化してきたかを反映しています。

本リリースに関するビジュアルは [こちらから](#) ダウンロードできます。

## デザインコンセプト

今回のブランドリフレッシュでは「Build by Design (デザインを通じて形にする)」というブランドコンセプトを軸に展開されています。これは、デザインを単なるスキルや部署、またはプロセスの一部にとどまらない、より広範な存在として再定義することを目指しており、以下の 3 つのコアとなる信念に基づいています。:

1. デザインはすべての人のもの: イノベーションは、誰もが参加することで生まれます
2. 想像が差別化の鍵となる: 創造性と品質が融合することで、優れたクリエイティブが実現します
3. アイデアは始まりに過ぎない: アイデアを実現する「Build」というアクションが重要です

Figma の新しいビジュアルコミュニケーションは、Figma の遊び心あふれるデザイン中心のルーツを大切にしながら、大胆で新しいデザインシステムを導入し、それがすべての主要な要素に反映されています。

Figma 社内のブランドスタジオは、Figma のプラットフォームの強力なツールを駆使して、リフレッシュに伴うすべてのイラストをデザインしました。チームは、イラストの基盤となる汎用性の高いシステムを開発し、それをモーションアニメーション化することで、反復やコラボレーションのプロセスを表現しました。各グラフィックは、ブレインストーミング、デザイン、構築といったプロダクト開発におけるそれぞれのフェーズを抽象的に表現しています。

さらに今回 Figma は、ビビッドな原色や鮮やかなネオンカラー、落ち着いたアースカラーなど、より幅広いカラーパレットを採用しています。新しいカラーパレットは、Figma のトレードマークであるロゴアイコンにも反映されており、すべてのブランドアセットにおいて調和のとれたカラーリングとなっています。

また、Figma のカスタムフォントの「Figma Sans」を新たに採用し、視認性や機能性を損なわず、ビジュアルをサポートするデザインになっています。加えて、「Figma Condensed」「Figma Mono」「Figma Hand」の 3 つのフォントも生まれました。

## 「Make. Believe.」キャンペーン



Figma は、ブランドリフレッシュに伴い、初のフルファネルブランドキャンペーン「Make. Believe.」を展開します。「Make. Believe.」は、米国でもお馴染みのフレーズにひねりを加え、Figma で大きなアイデアを形にする力を表現したものです。このキャンペーンは、Figma のメンバーが日常業務を離れて新しいプロジェクトに取り組むことを後押しする「メーカーウィーク」など、Figma のカルチャーを反映しています。

また、クリエイティブには「ideate, co-create, innovate, validate, iterate (アイデアを出し、共に創造し、革新し、検証し、反復する)」といったチームコラボレーションの多様な側面を表すメッセージや、「developed for designers, designed for developers (デザイナーのために開発され、開発者のためにデザインする)」という、Figma の多様なユーザー層を意識したフレーズが含まれています。

Figma は、米国とカナダでキャンペーンを展開するため、屋外広告キャンペーンを試験的に実施しています。ニューヨークのタイムズスクエアのビルボードには、Figma for Education プログラムに参加する実際の Figma ユーザーやコミュニティメンバー、学生の作品が登場します。本キャンペーンはソーシャルメディアでもグローバルに展開されており、シュールな CGI アートを用いて実現した、Figma のツールのひとつである付箋紙で覆われたビルボードは、キャンペーンを象徴するクリエイティブのひとつです。

CGI アートを用いたビルボードの様子

<https://x.com/i/status/1835755851438510342>

本リリースに関するビジュアルは[こちらから](#)ダウンロードできます。

## Figma について

Figma は、プロダクトを共に作り上げるチームのためのプラットフォームです。ウェブ上で生まれた Figma は、チーム全体がアイデアからプロダクションまでを一貫して行えるようサポートします。ツールの統合、ワークフローの簡素化、チームやタイムゾーンを超えたコラボレーションを可能にし、プロダクト開発のプロセスをより迅速かつ効率的に、そして楽しいものにすることで、全員が同じゴールに向かって作業を進められる環境を支援します。

Figma Japan official website: <https://www.figma.com/ja-jp/>

FigJam site: <https://www.figma.com/ja/figjam/>

Dev Mode site: <https://www.figma.com/ja-jp/dev-mode/>

### 【お問い合わせ先】

Figma Japan 株式会社 PR 代行  
Story Design house 曾根、小林

Email: [figma@storydesign-h.com](mailto:figma@storydesign-h.com)

電話: 03-6759-8989(代表)

携帯: 070-4506-7082(曾根)、070-7671-4368(小林)