

AI Design Databook



Our Mission

デザイナーが パフォーマンスを 最大限発揮できる 社会を作る

生成AIの進化によって、デザインを取り巻く環境は大きな転換点を迎えています。
日本では、個人の生成AI利用率が26.7%と2023年度比で約3倍に伸び、生成AIの活用方針を策定している企業も49.7%に達しています。

UIやプロトタイプを生成するツールも次々と登場し、制作プロセスの前提やデザイナーに求められる役割が変わり始めています。

一方で、AI活用スキルの実態や人材需要、給与水準、採用難易度、デザイナー自身の意識など、こうした変化を捉えるデータは、まだ十分に蓄積されていません。

「AI Design Databook」は、デザイナーと企業の双方を対象とした調査を通じて、「AI×デザイン×キャリア」の現在地を定量的に可視化したものです。

デザイナーにとっては、自らのキャリアを考える出発点に。

企業にとっては、採用・育成戦略を設計するための判断材料に。

ここにまとめたデータが、AI時代におけるより良い意思決定の一助となることを願っています。

これからもReDesignerは、デザイン業界を支えるインフラとして、変化の現在地を捉え、デザイナーと企業の意思決定を支援していきます。

調査概要

調査目的 AI時代におけるデザイナーの働き方・キャリア観と、企業のデザイナー採用実態の可視化

調査方法 Googleフォームでアンケートを回収

Designer

デザイナー調査

調査期間	2026/06/26 ~ 2026/07/12
調査対象	デザイナー・デザイン関連職の方
有効回答数	222

Company

採用企業調査

調査期間	2026/06/19 ~ 2026/07/14
調査対象	デザイナー採用に関わる採用担当・マネージャー等
有効回答数	61

※ 本レポートはReDesignerユーザー・利用企業を対象に実施した調査結果をまとめたものです。調査対象の特性を踏まえ、市場動向の参考情報としてご活用ください。

※ 小数点第2位を四捨五入した結果を表示しています。%の合計値が一致しない場合があります。

結果サマリー

- ✦ デザイナーの **78.8%** がAIを毎日利用し、**67.1%** は「担当領域が広がった」と回答
- ✦ 企業の **72.1%** が「候補者からAI活用について聞かれることが増えた」と実感
- ✦ 一方、自社のAI環境を「積極的に発信」できている企業は **29.5%** にとどまる
- ✦ 「AI活用できるデザイナー」を明確に定義できている企業はわずか **8.2%**
- ✦ **85.2%** の企業が採用要件・評価基準のAI観点での見直しを予定・検討中

目次

Part 1

採用企業編

- 回答者プロフィール
- 求人票へのAI要件記載
- AI起点の新設職種
- 選考でのAIスキル確認
- 求職者へのAI活用期待
- 自社のAI活用体制
- 今後の採用活動

Part 2

デザイナー編

- 回答者プロフィール
- AI活用の状況
- ツール選択と使い分け
- 業務領域の拡張
- AI時代の転職活動
- AI時代のキャリアパス

Part 3

市場への示唆

- 環境のギャップ
- 発信のギャップ
- 評価のギャップ
- 対話のギャップ
- 領域のギャップ

Part 1

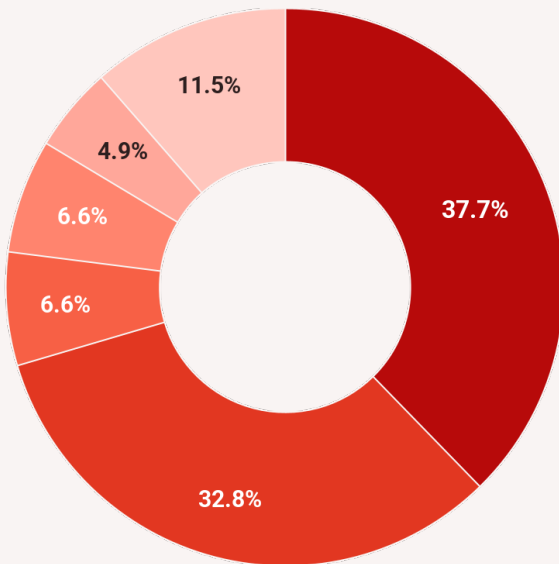
採用企業編

回答者は採用担当とデザインマネージャーが中心。100名以上の企業が7割。

Q. あなたの職種・役割 / 会社の規模を教えてください

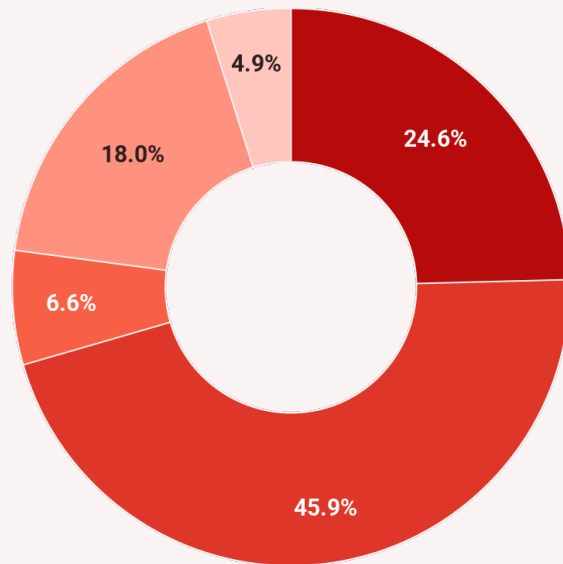
職種・役割

- 採用担当 (HR)
- デザインマネージャー
- 人事マネージャー
- CDO・CXO
- 事業責任者
- その他



会社の規模

- 1000名以上
- 100～999名
- 50～99名
- 10～49名
- 10名以下



AI要件を求人票に記載している企業は37.7%。「検討中」を含めると7割に達する。

Q. 求人票にAI活用に関する要件を記載していますか？

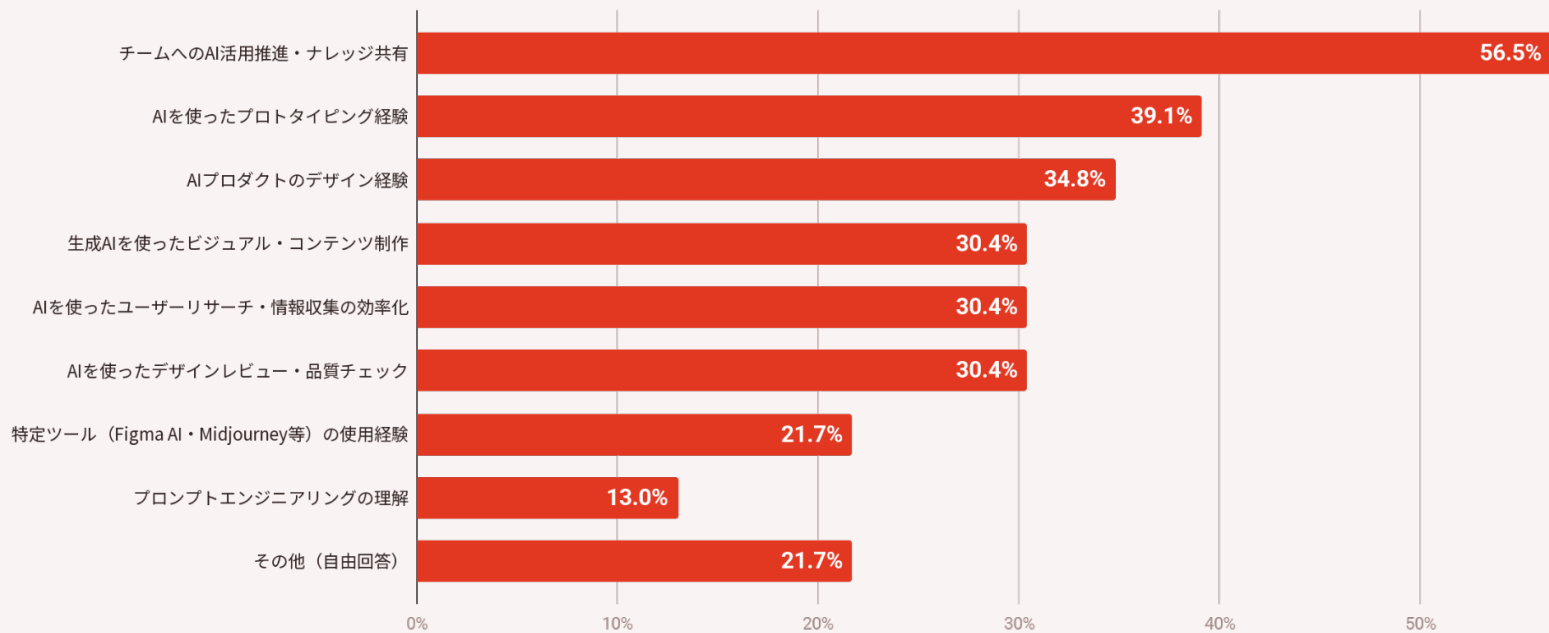
AI要件を求人票に記載している **37.7%**



検討中まで含めると **70.5%**

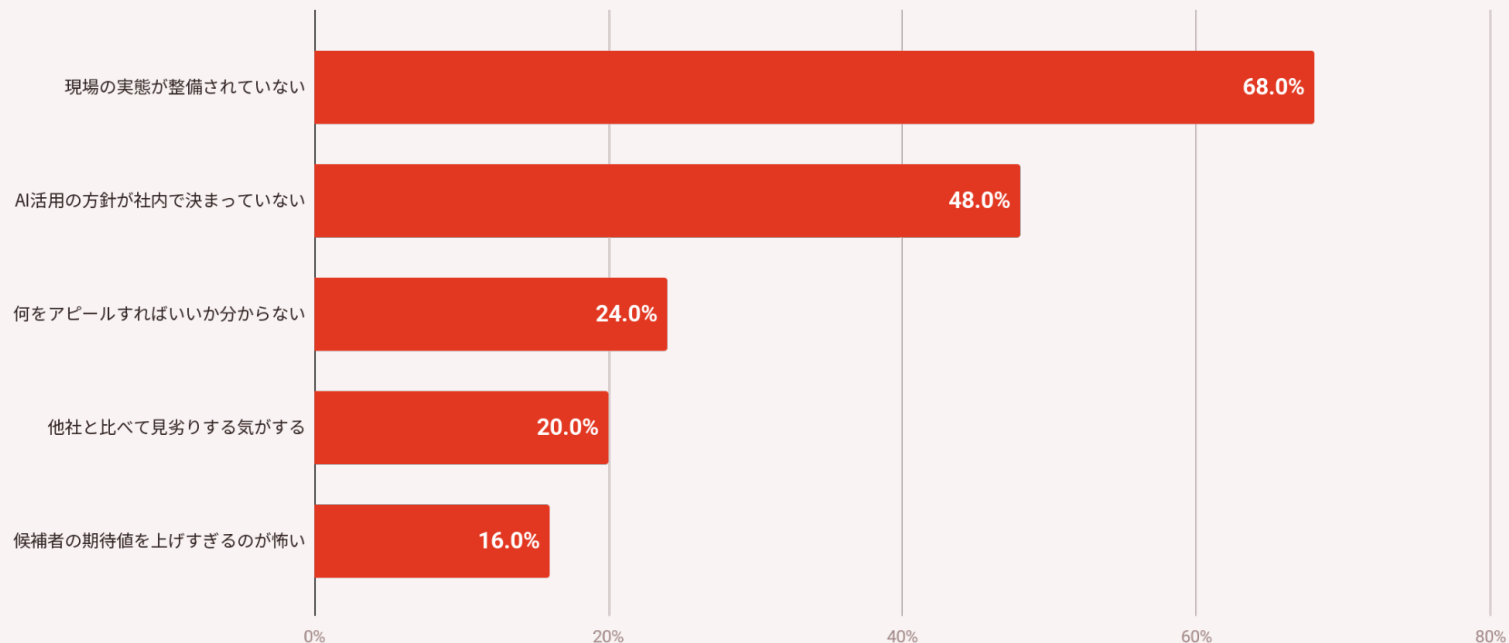
AIに関する求人票への記載内容の最多は「チームへのAI活用推進・ナレッジ共有」(56.5%)

Q. 求人票に記載しているAIスキルの内容を教えてください(複数選択可)



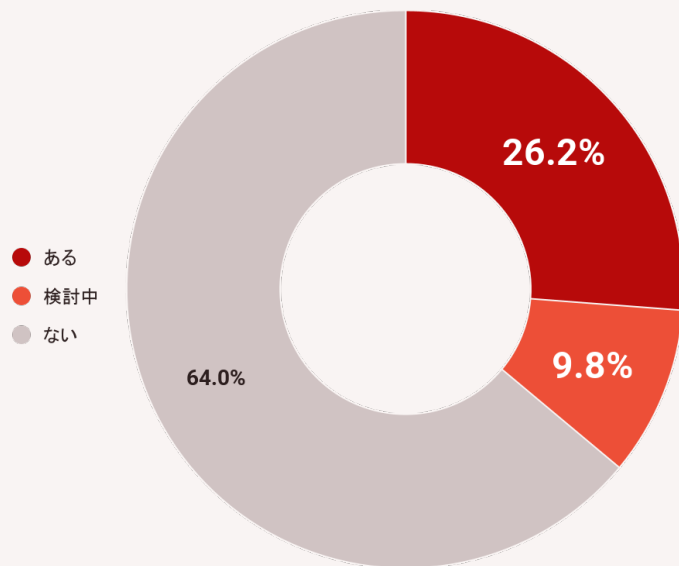
求人票にAIに関する記載ができない最大の理由は「現場の実態が整備されていない」(68.0%)

Q. 「書けない・書きにくい」と感じている場合、その理由を教えてください（複数選択可）



3社に1社がAI起点の新職種（AI推進担当やDesignOpsなど）を新設・検討。

Q. AI活用が進む中で、新しく設けた職種・ポジションはありますか？



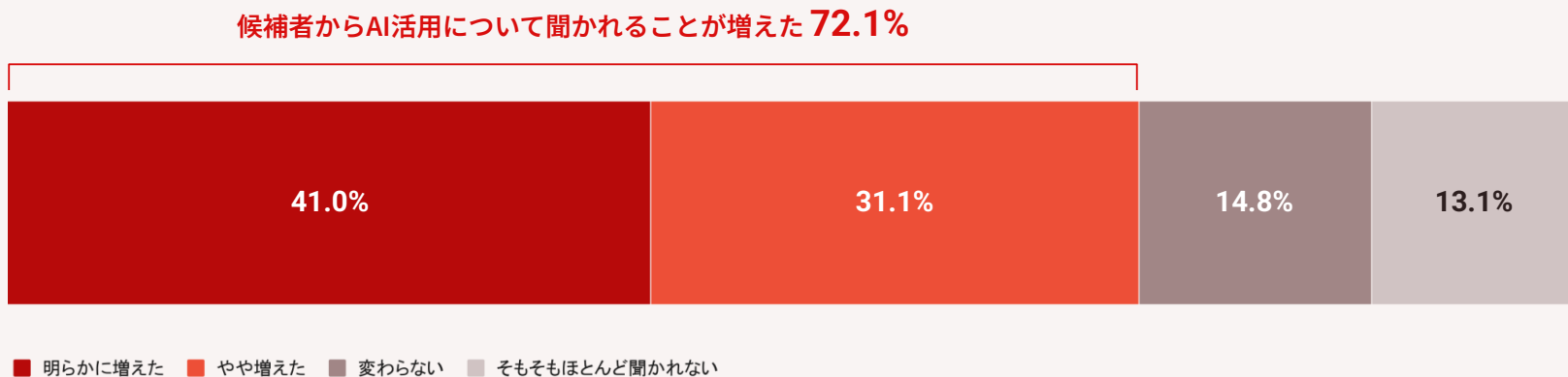
新設職種の例（自由回答より）

- AI推進担当 / AI駆動開発担当
- DesignOps（ハーネス整備・AI推進を含む）
- デザインエンジニア / AIエンジニア・AIデザイナー
- プロダクトビルダー / プロダクトエンジニア
- CAIO / Head of AI Strategy

（既存職種にAI利用前提の要件を追加する企業も）

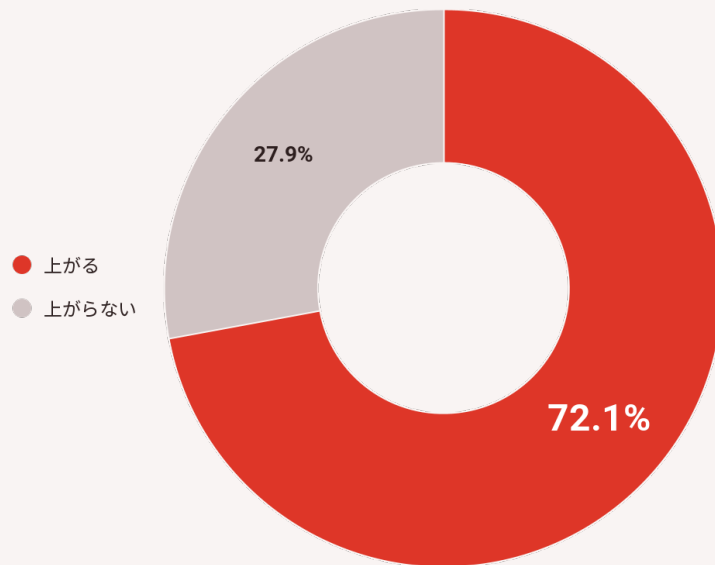
72.1%の企業が「候補者からAI活用について聞かれることが増えた」と回答。

Q. 説明会やカジュアル面談、面接でAI活用について候補者から質問されることは増えましたか？



経歴書にAI活用の記載があると、72.1%の企業でスカウト意欲が上がる。

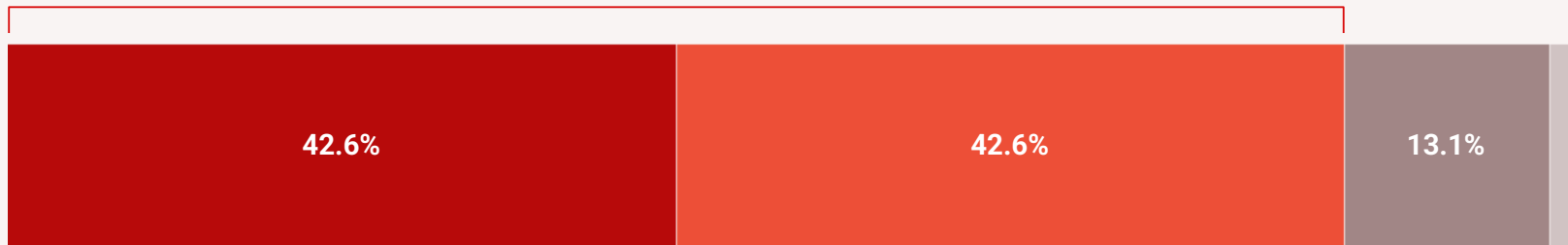
Q. プロフィールや職務経歴書などにAIに関する記載があった場合、スカウトを送る意欲は上がりますか？



85.2%の企業が選考の中で候補者のAI活用状況を質問している。

Q. 面接・選考の中で、候補者のAI活用状況について質問していますか？

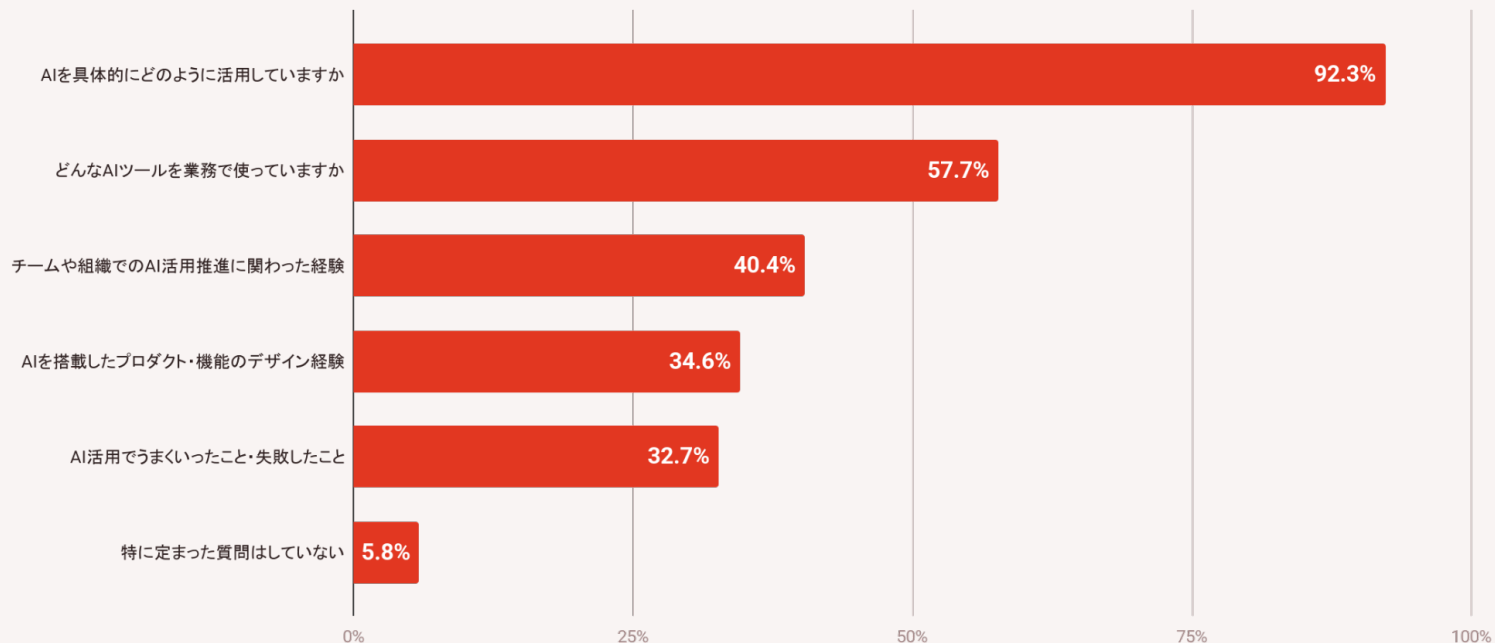
候補者にAI活用状況について質問している **85.2%**



■ 必ず質問している ■ 候補者や職種による ■ ほとんど質問していない ■ 質問したことがない

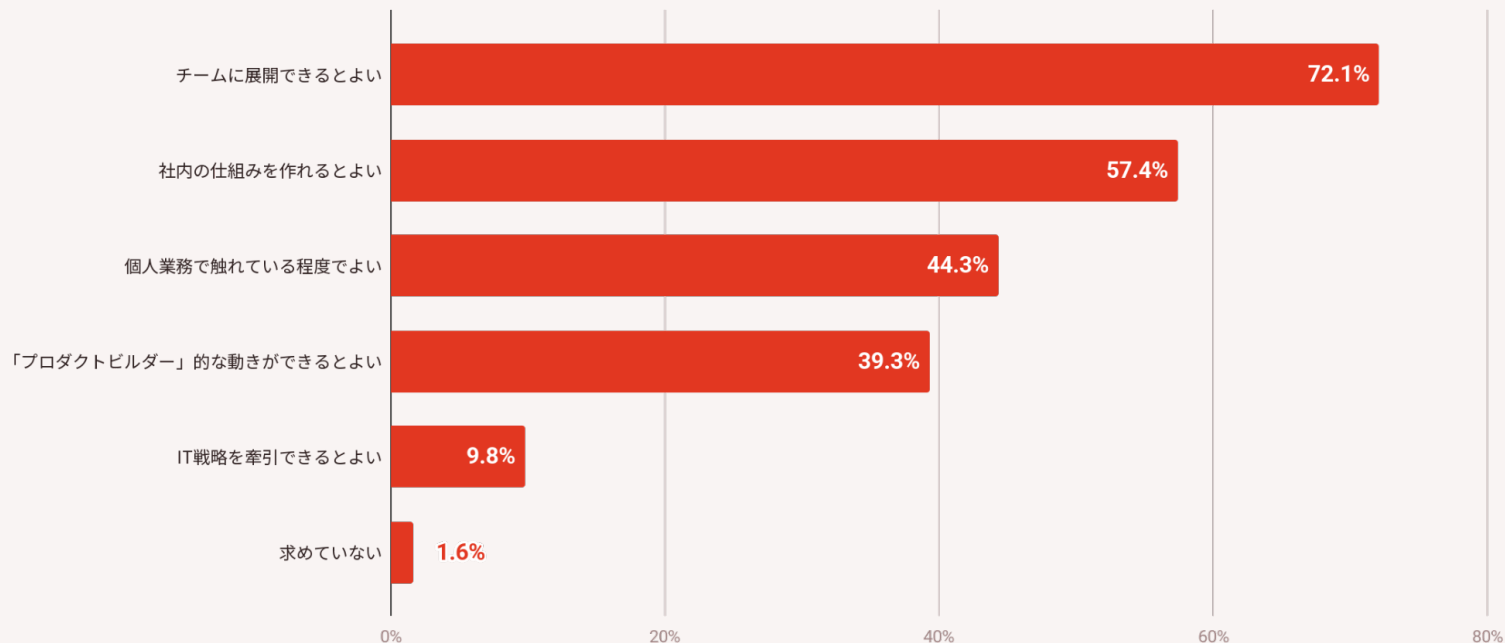
候補者への質問の中心は「AIを具体的にどのように活用していますか」(92.3%)

Q. AI活用状況について、どんな質問をしていますか？（複数選択可）



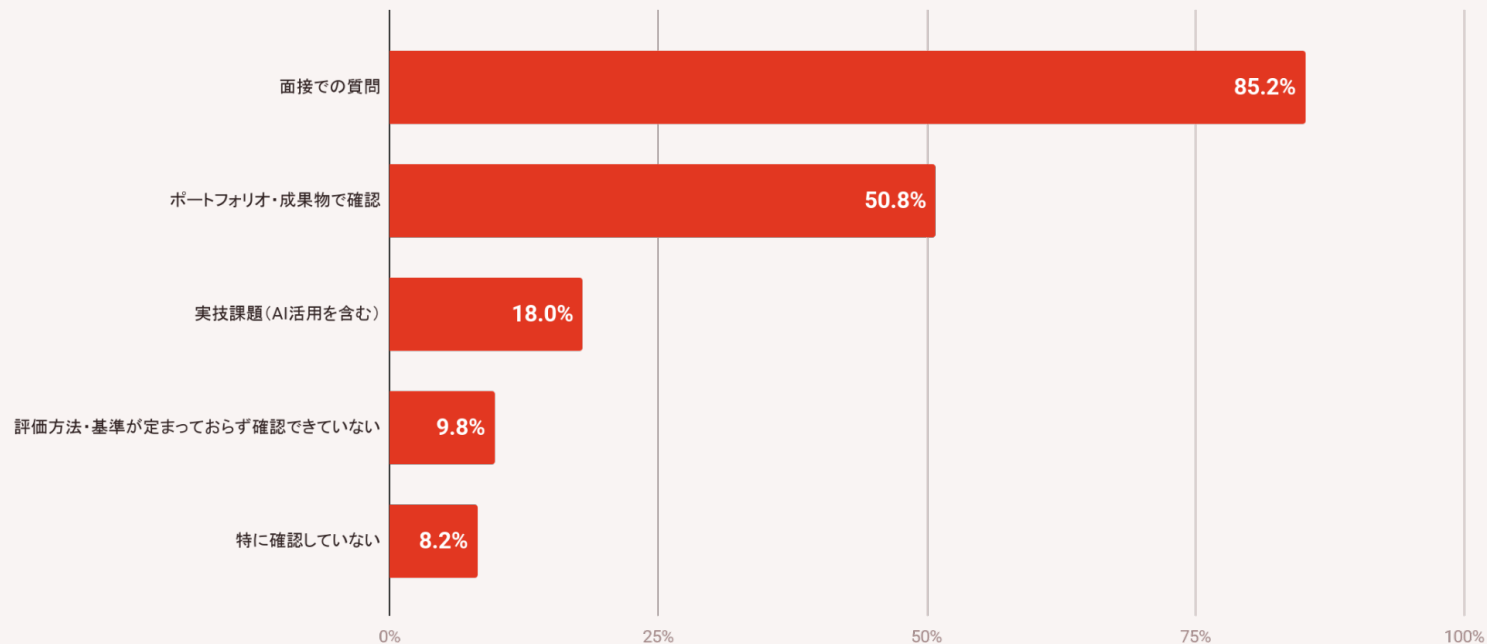
「AI活用をチームに展開できる」人材への期待が72.1%。「プロダクトビルダー」も約4割。

Q. デザイナーを採用する際、AIを活用できることをどの程度求めますか？（複数選択可）



AIスキルの確認は面接での質問が85.2%。実技課題は2割弱にとどまる。

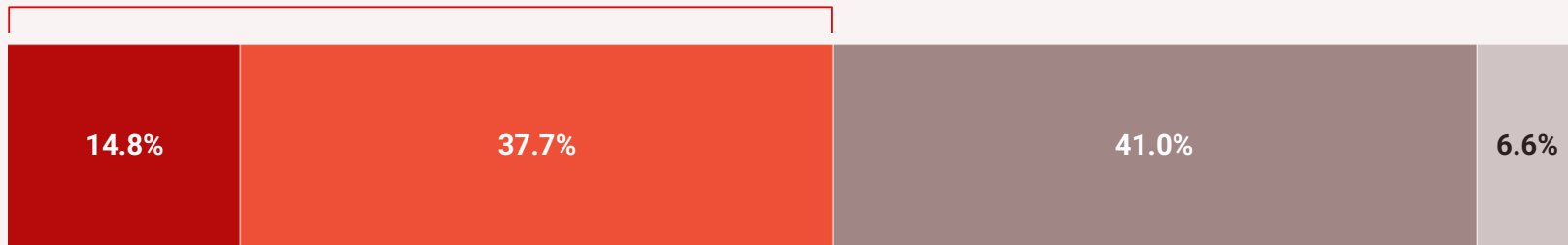
Q. 候補者のAIスキルを確認する方法として、どれを使っていますか？（複数選択可）



「AIスキルをどう評価すればいいかわからない」と感じる企業は52.5%

Q. デザイナーにAIスキルを求めたいけど、正直どう評価すればいいかわからない、と感じることはありますか？

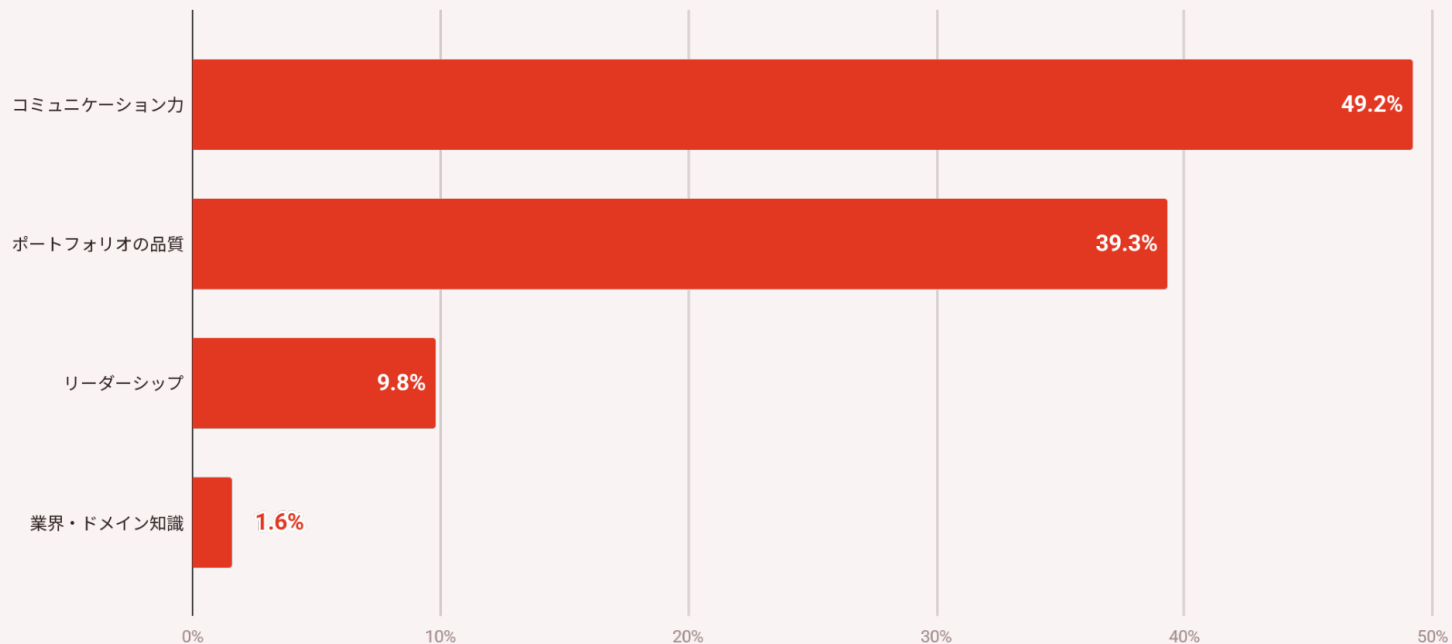
AIスキルをどう評価すればいいかわからないと感じる企業 **52.5%**



■ よく感じる ■ たまに感じる ■ あまりない ■ まったくない

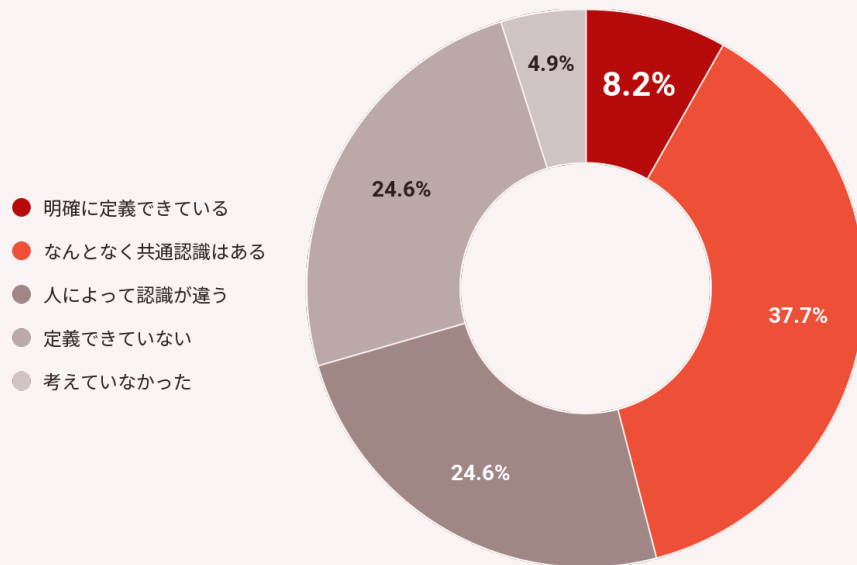
AIスキルと同等以上に重視するのは「コミュニケーション力」(49.2%)

Q. デザイナー採用でAIスキルと同等に評価・重視していること



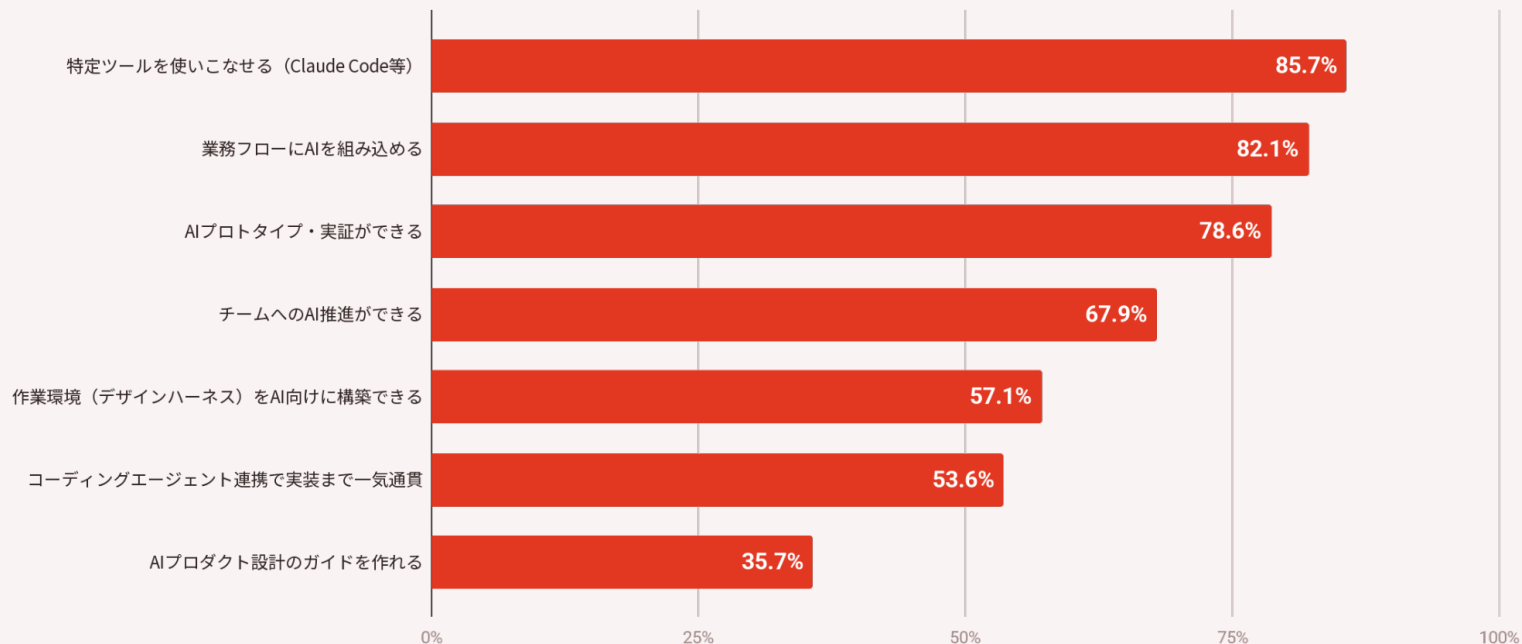
「AI活用できるデザイナー」を明確に定義できている企業はわずか8.2%

Q. 「AI活用できるデザイナー」の定義を社内で言語化できていますか？



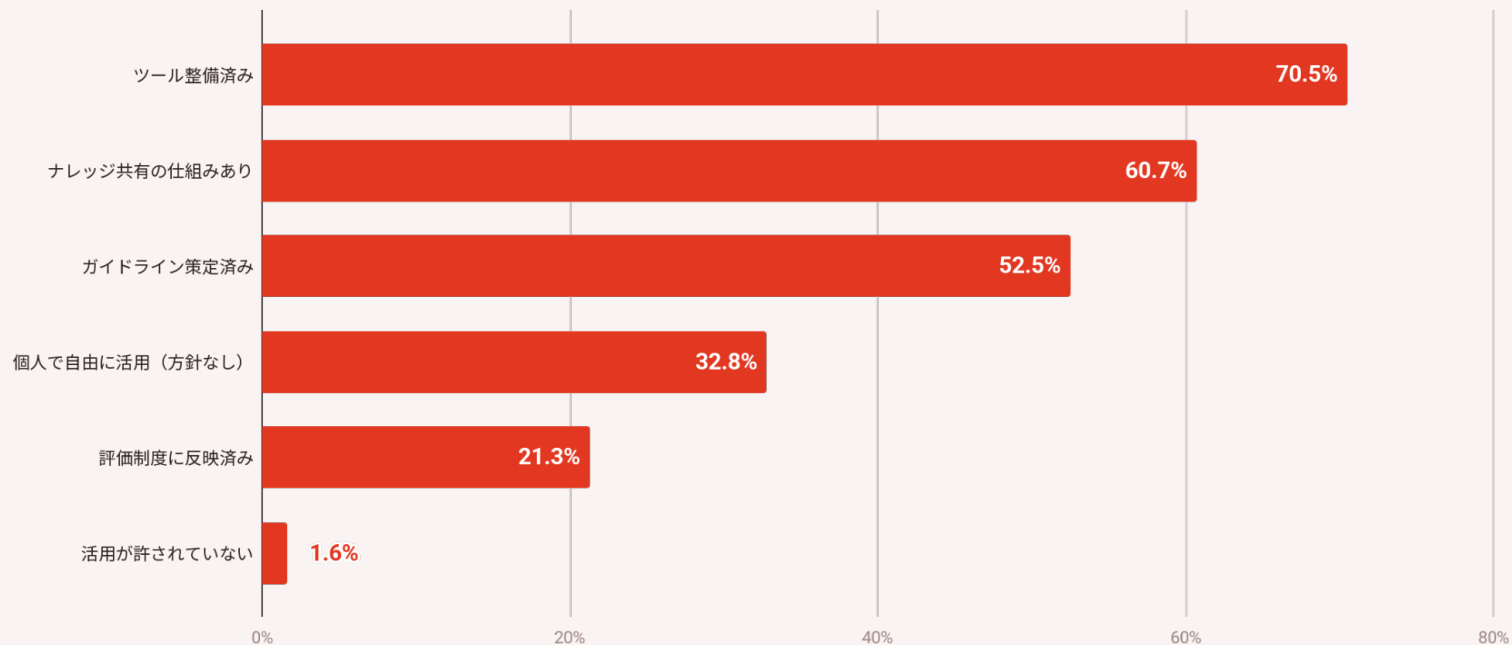
定義がある企業の期待は「特定ツールの使いこなし」「業務フローへの組み込み」

Q. 求職者に期待するAI活用の内容を教えてください（複数選択可）



AIツール整備は7割が完了。一方で評価制度への反映は2割にとどまる。

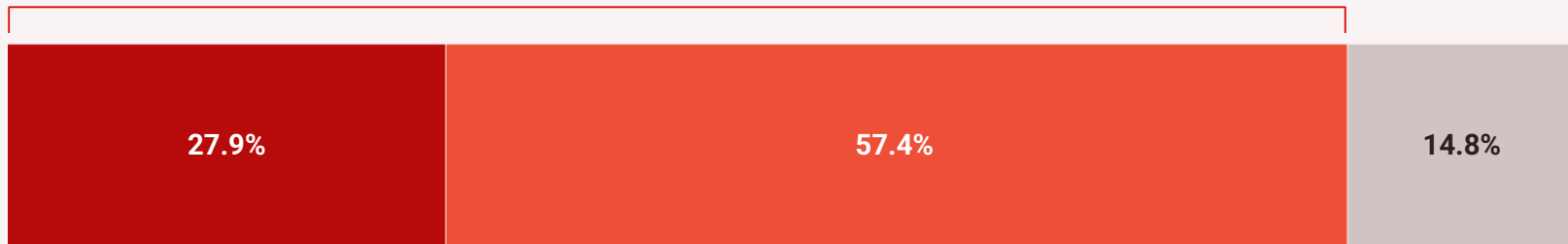
Q. 自社デザイン組織のAI活用は現在どの段階ですか？（複数選択可）



85.2%の企業が採用要件・評価基準のAI観点での見直しを予定・検討中。

Q. 今後1年で、採用要件・評価基準をAI観点で見直す予定はありますか？

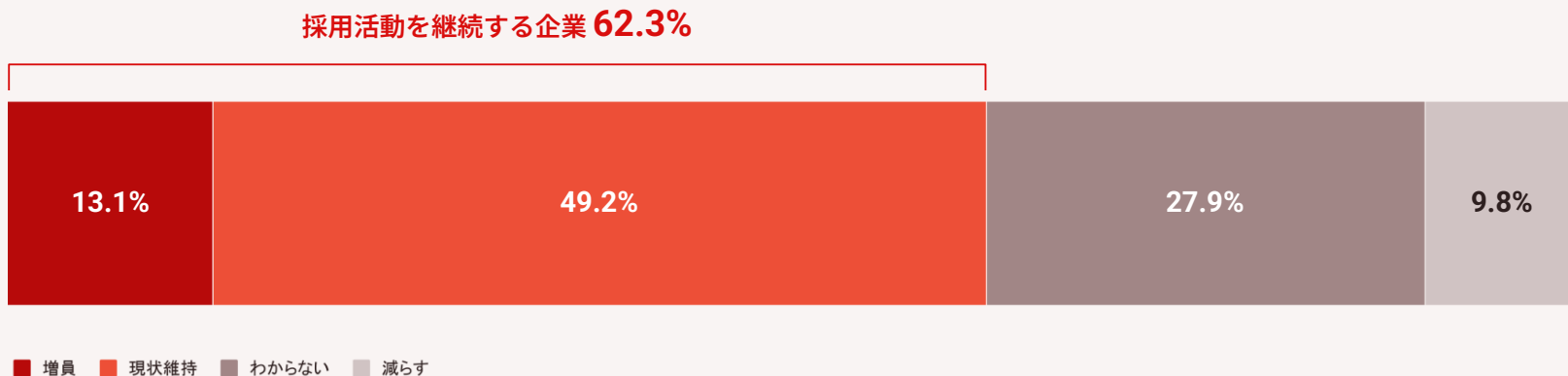
採用要件・評価基準のAI観点での見直しを予定・検討中の企業 **85.2%**



■ 予定している ■ 検討中 ■ 予定していない

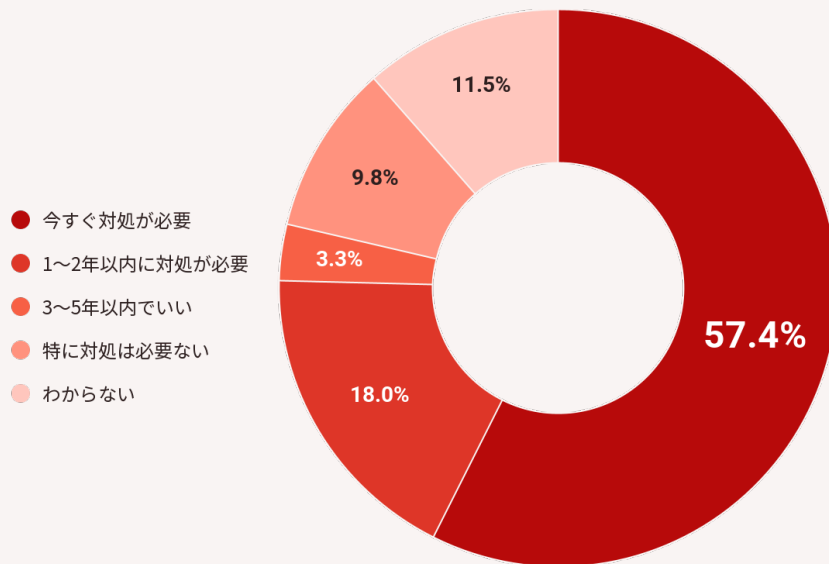
今後も採用活動を継続する企業が62.3%

Q. 採用予定人数について、変更する予定はありますか？



57.4%の企業が「今すぐAI環境整備の対応が必要」。AI環境整備は採用の緊急課題に。

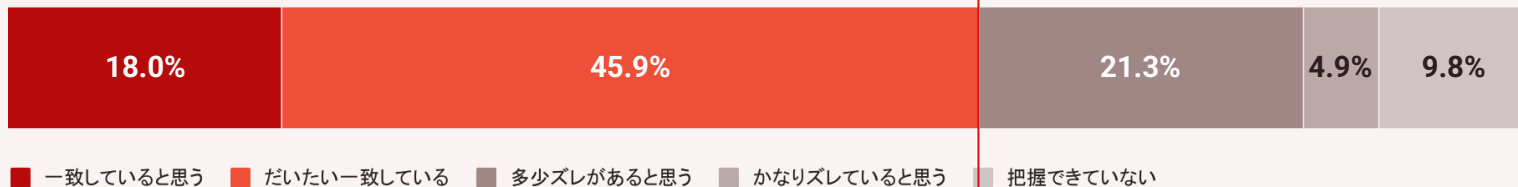
Q. 自社のAI活用整備が採用に与える影響について、どの程度の緊急度で捉えていますか？



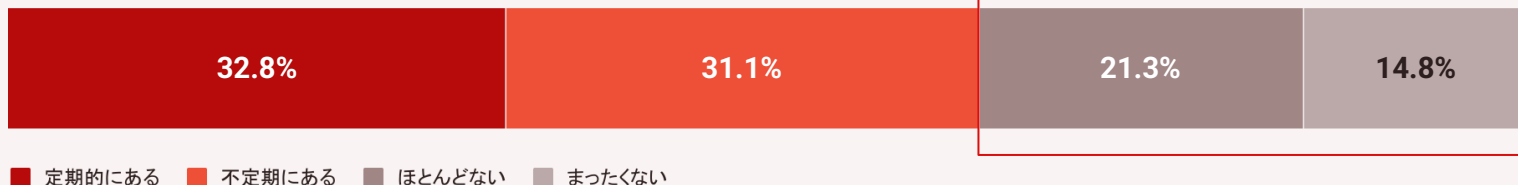
採用担当と現場の認識ズレ・把握不足は36.1%。すり合わせの場がない企業も36.1%

Q. 採用担当が把握するAI活用状況と現場の実態は一致していますか？ / 認識をすり合わせる場はありますか？

現場との認識の一致度



すり合わせの場の有無



採用担当と現場の連携に課題あり **36.1%**

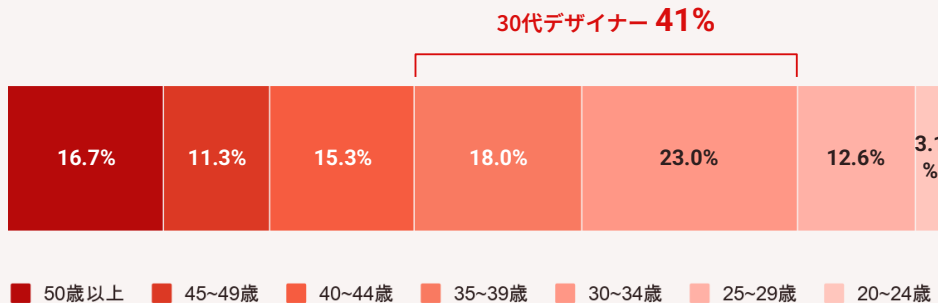
Part 2

デザイナー編

回答者は30代が41%。経験10年以上のベテランが過半数を占める。

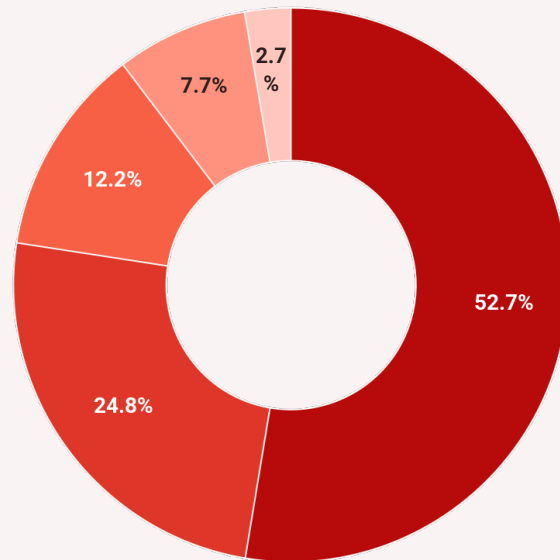
Q. 年齢 / デザイン職の経験年数を教えてください

年齢



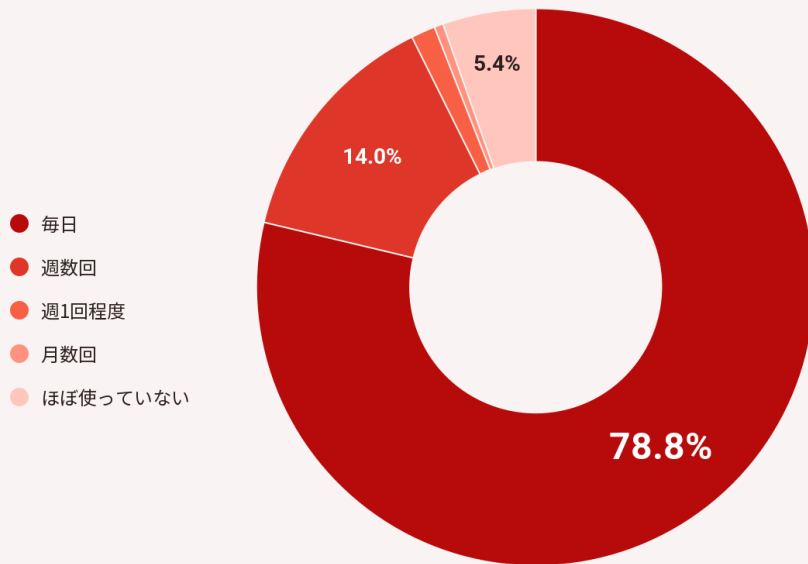
経験年数

- 10年以上
- 5~10年
- 3~5年
- 1~3年
- 1年未満



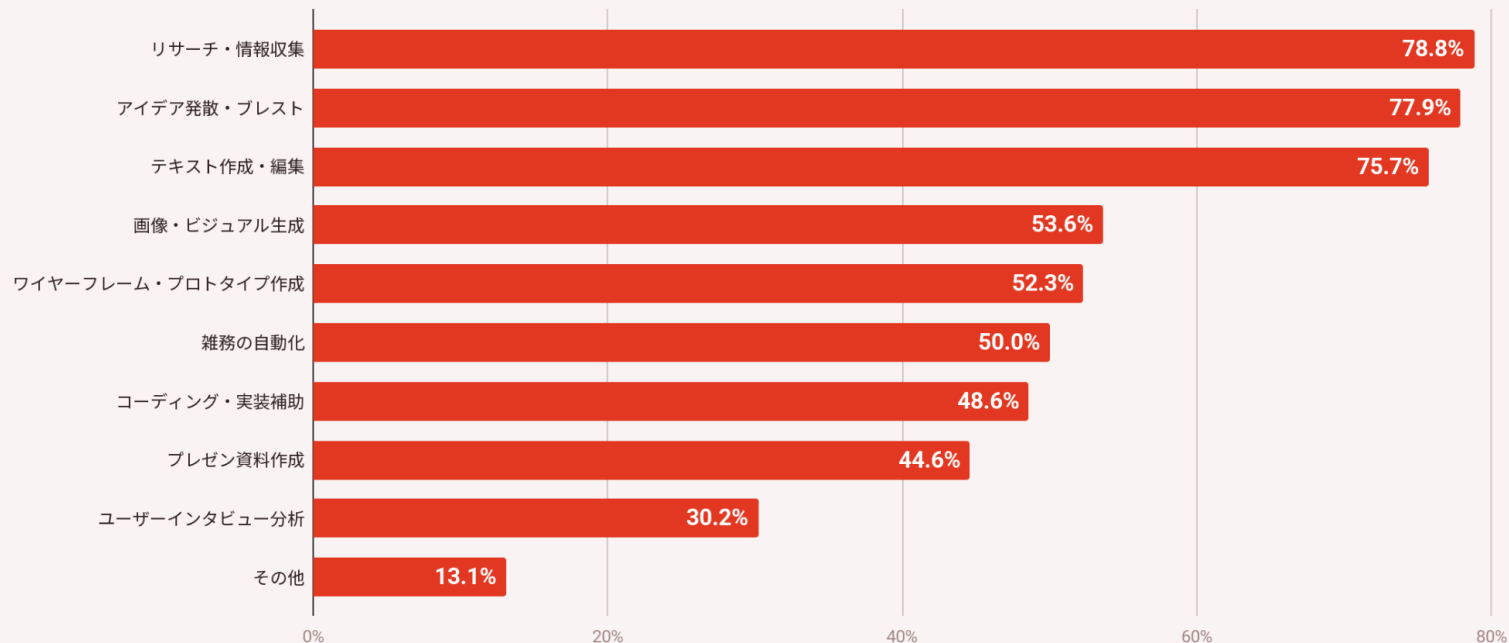
78.8%のデザイナーがAIを毎日利用。すでに日常業務のインフラに。

Q. AIツールの利用頻度を教えてください



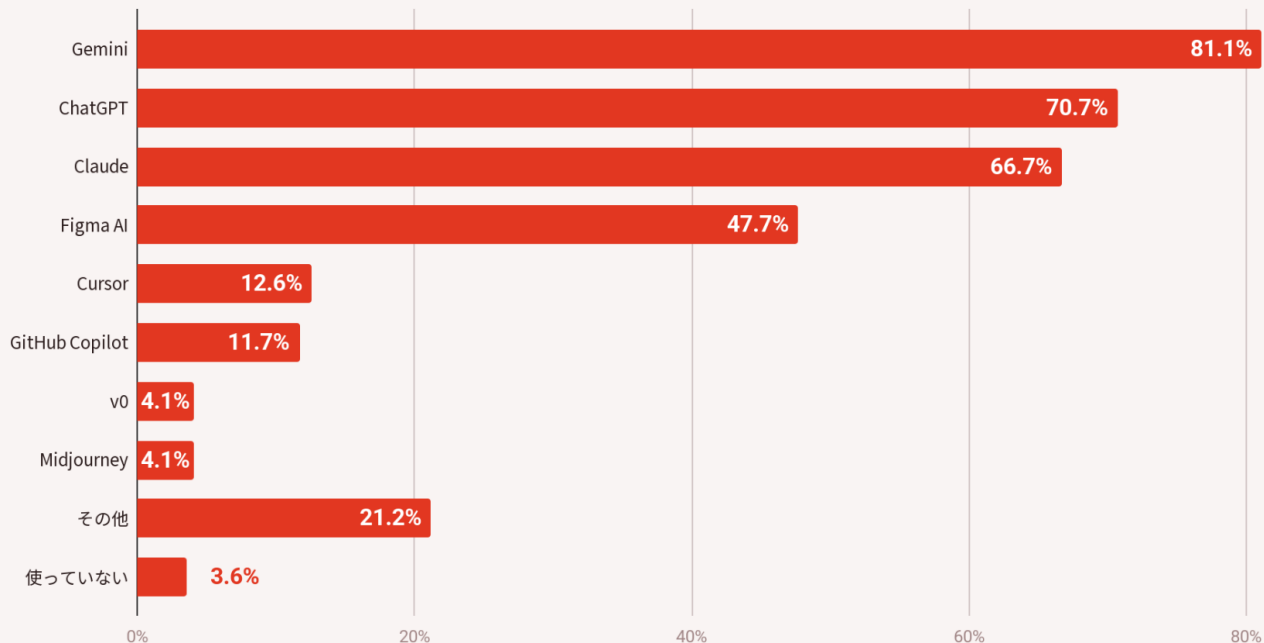
AI活用は、リサーチ（78.8%）・ブレスト（77.9%）・テキスト作成（75.7%）が三大用途。

Q. AIをどのような業務に活用していますか？（複数選択可）



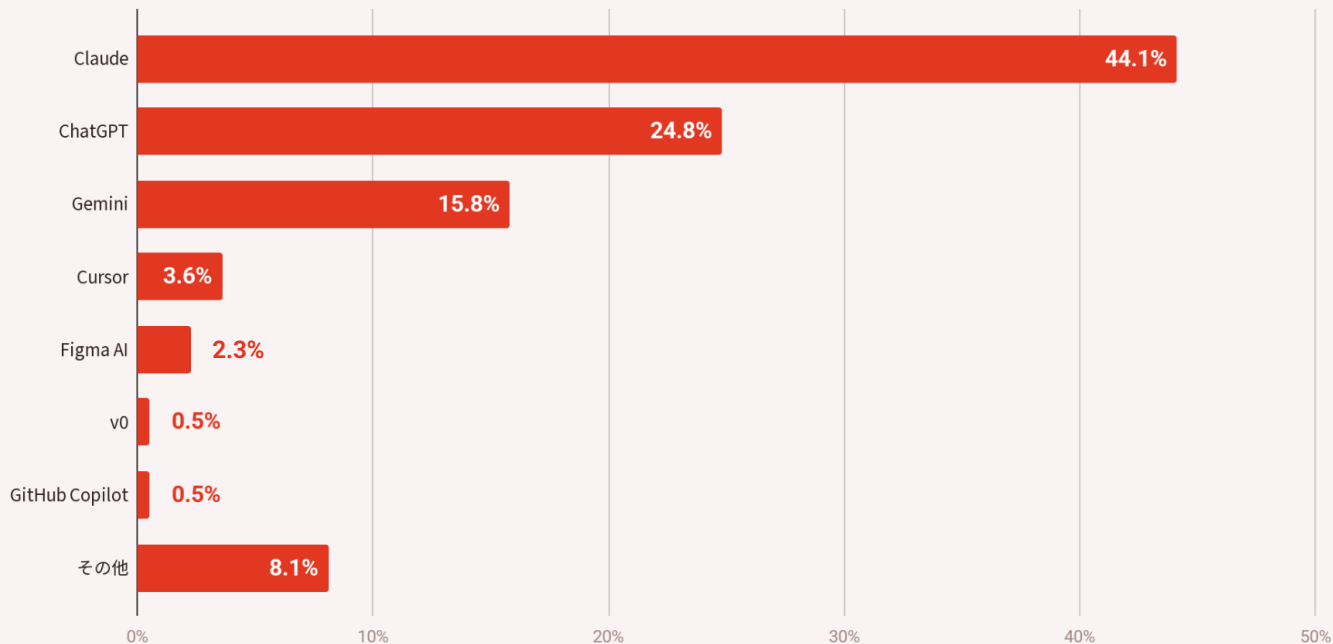
利用率トップはGemini（81.1%）。ChatGPT・Claudeも7割前後が業務で利用。

Q. 業務でAIツールを利用していますか？また、どのツールを使っていますか？（複数選択可）



業務で一番使うツールはClaudeが44.1%で最多。ChatGPTを大きく上回る。

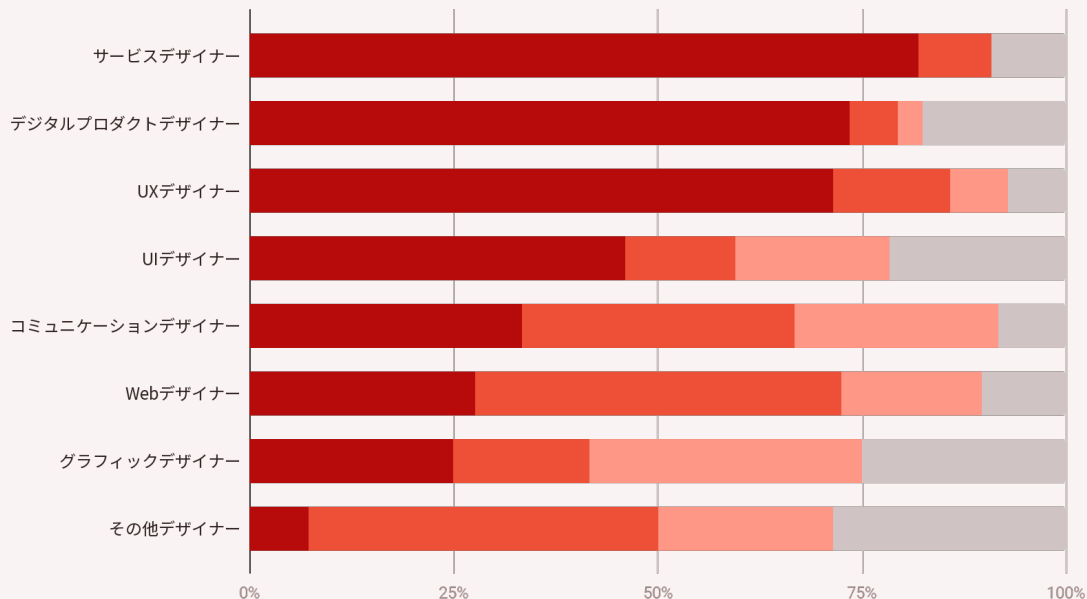
Q. 業務で一番利用するAIツールを教えてください。



一番使うツールは職種で分かれる。プロダクト系はClaude、制作系はChatGPT・Gemini。

Q. 現在の職種 × 業務で一番利用するAIツール

■ Claude ■ ChatGPT ■ Gemini ■ その他 (Cursor・Figma AI等)

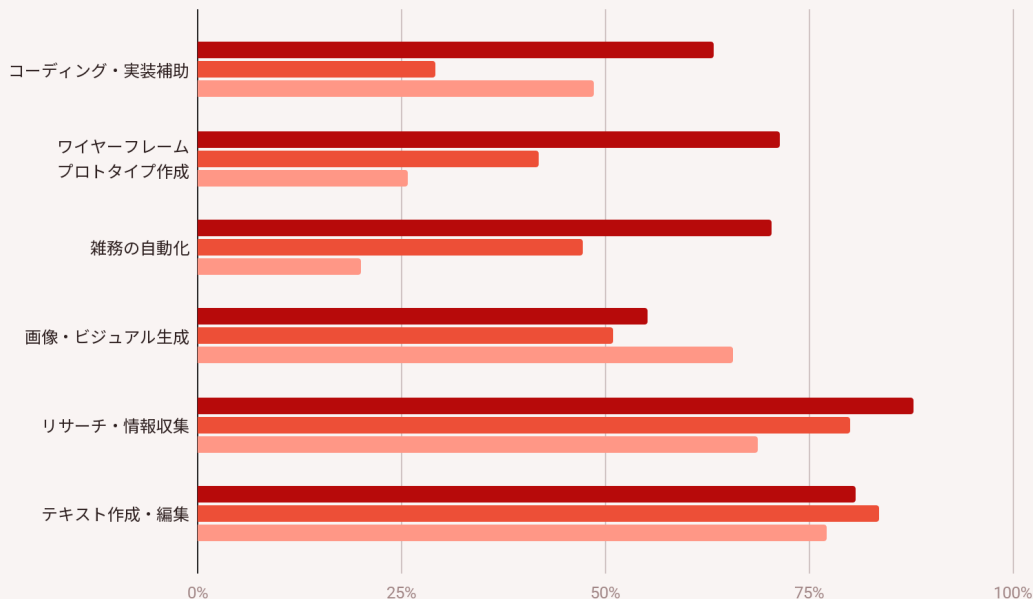


- **プロダクト系職種**（デジタルプロダクト、UX、サービスデザイナー）では**Claude**が7〜8割を占める
 - **Webデザイナー**は**ChatGPT**（44.8%）が多い
 - **グラフィックデザイナー**は**Gemini**（33.3%）が多い
 - 職種グループ別では、**Claude利用率はプロダクト系63.1%、制作・コミュニケーション系25.2%**と大きな差
- ※ 全体でClaudeが首位（44.1%）なのは、ReDesignerでプロダクト系職種の割合が高い影響を受けている点に留意が必要。

Claudeは「作る」ツール、ChatGPT・Geminiは「考える・書く」ツールに使われ方が分化。

Q. 業務で一番利用するAIツール × AIをどのような業務に活用していますか（複数選択可）

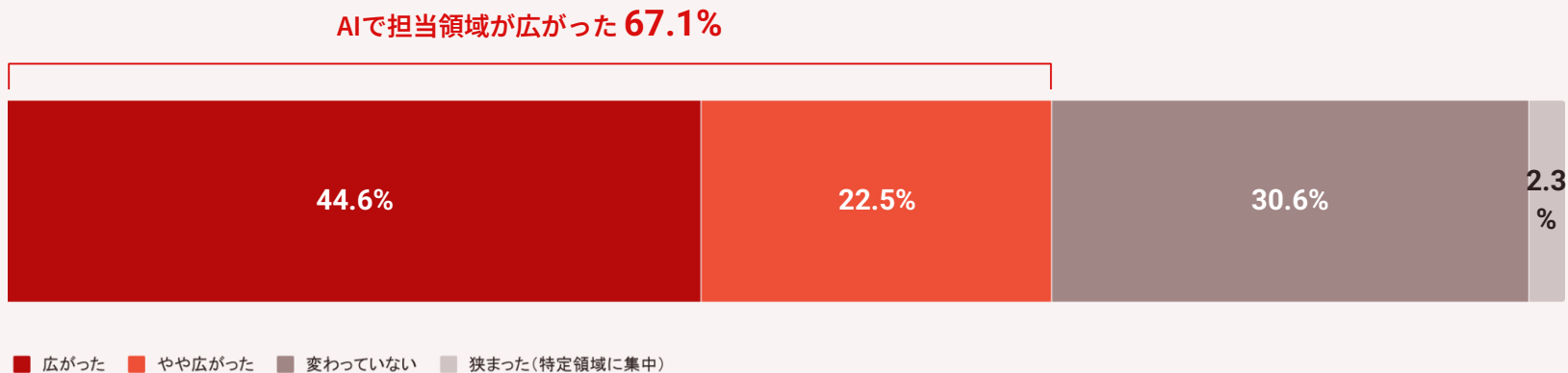
■ Claudeユーザー（n=98） ■ ChatGPTユーザー（n=55） ■ Geminiユーザー（n=38）



- リサーチ・テキスト作成では、3ツールに大きな差はない
 - 実装・プロトタイプ・自動化ではClaudeユーザーが7割前後と突出
 - Claudeは「汎用アシスタント」と「開発エージェント」の両方として活用されている
 - Claudeユーザーは領域拡張率（79.6%）・毎日利用率（90.8%）ともに高い
- ※ 職種構成の影響を含むため、ツール単独の効果とは言い切れない点は推測を含む

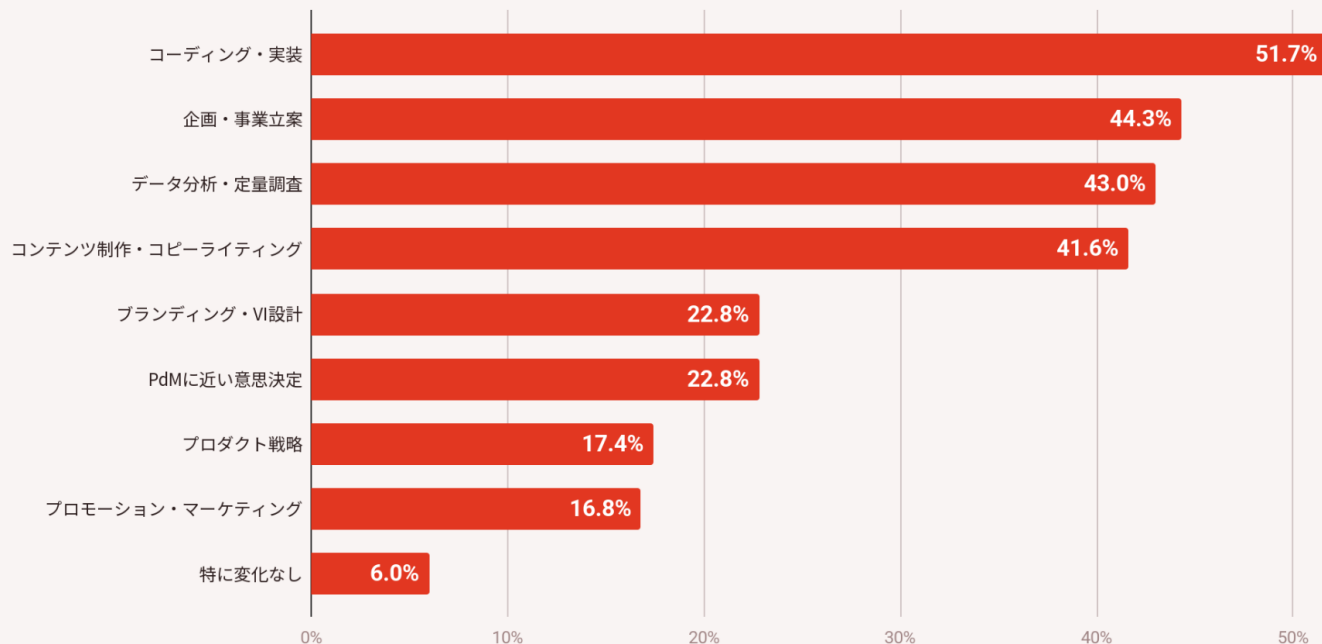
67.1%のデザイナーが「AIで担当領域が広がった」と回答。

Q. AIを活用して、担当する業務の範囲や領域は変わりましたか？



AIで担当業務が広がった先の最多は「コーディング・実装」（51.7%）。企画・事業立案も4割超。

Q. AIを活用してから、担当するようになった業務を選択してください（複数選択可）

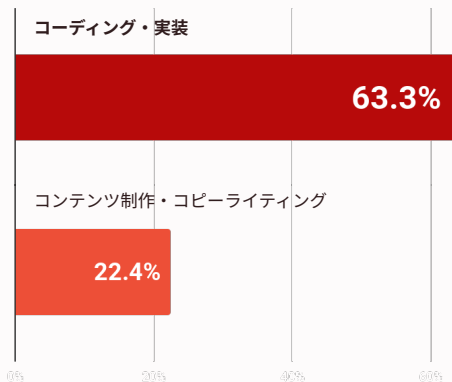


プロダクト系は実装へ、制作系はコンテンツへ、UIデザイン系は両方へ業務拡張。

Q. AIを活用してから、担当するようになった業務を選択してください（複数選択可） × 現在の職種

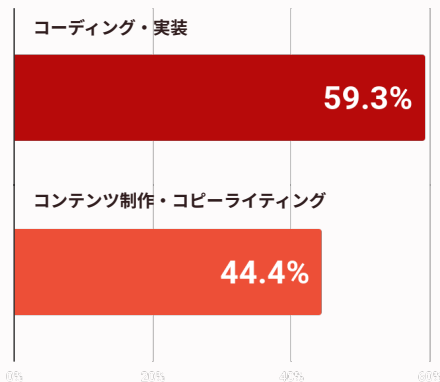
プロダクトデザイン系

実装寄りに拡張



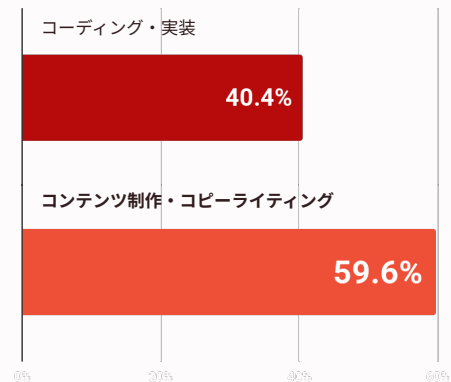
UIデザイン系

両方に拡張



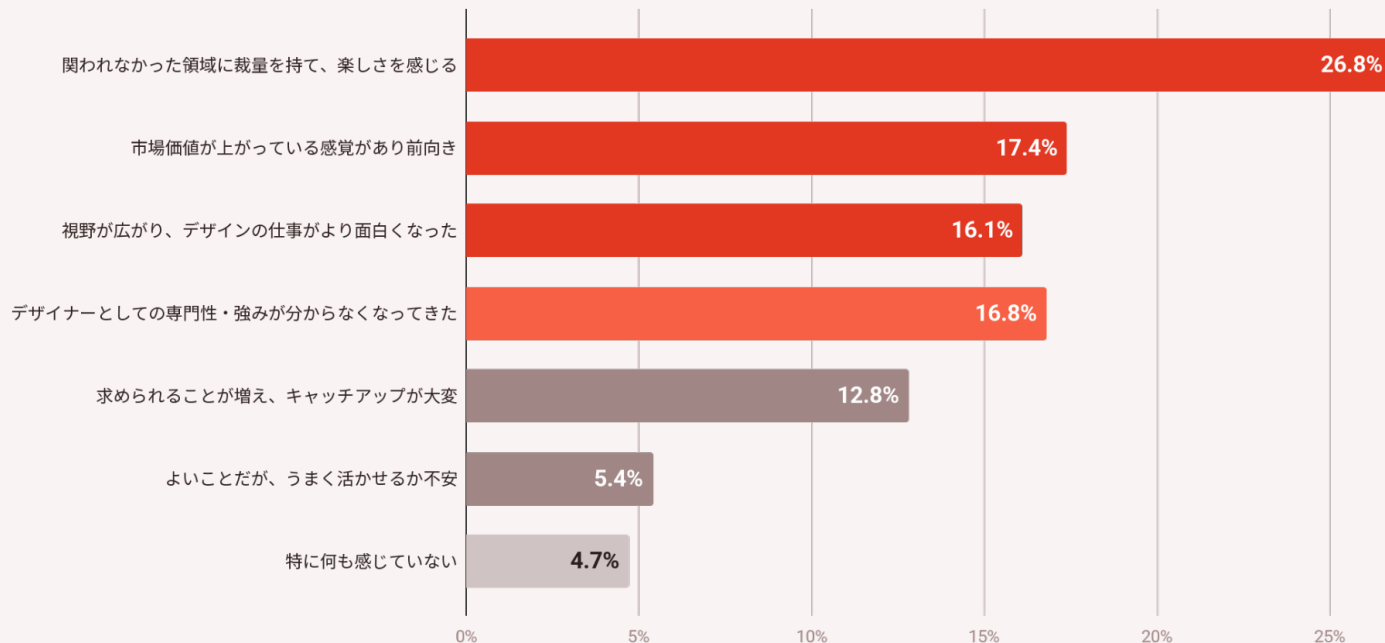
制作・コミュニケーションデザイン系

コンテンツ寄りに拡張



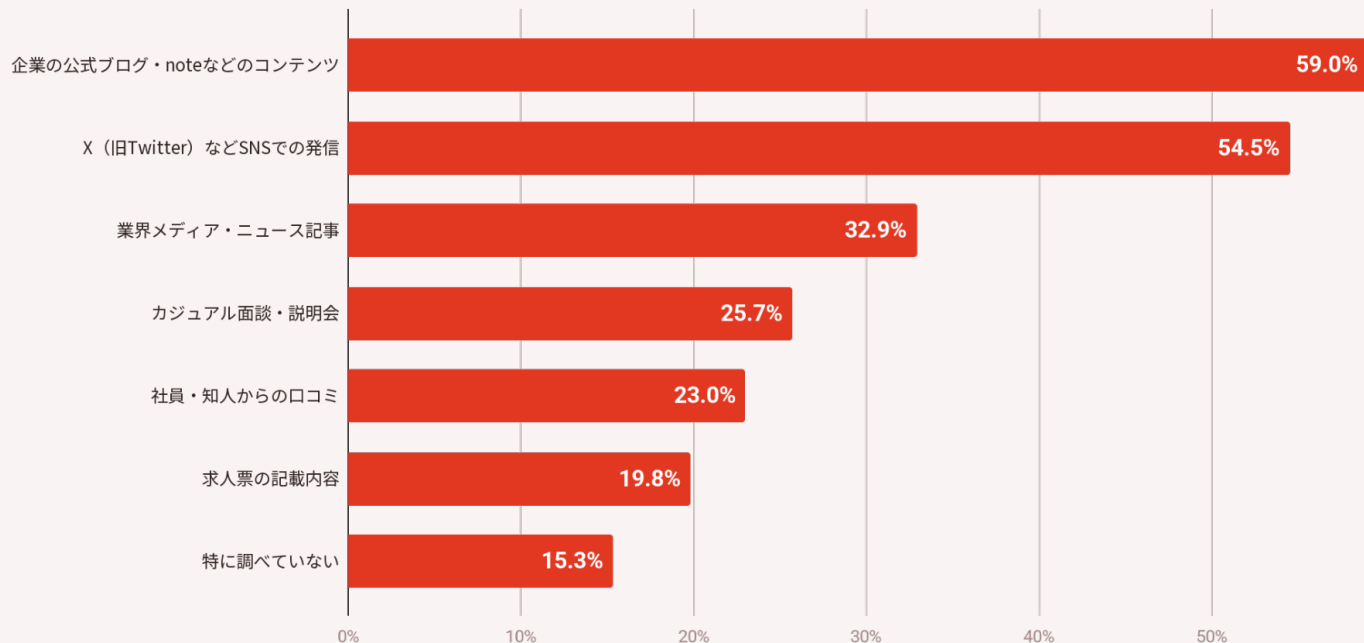
領域拡大を前向きに捉える声が6割。一方「専門性が分からなくなった」も16.8%

Q. AIによって業務領域が広がったことに対して、どう思いますか？



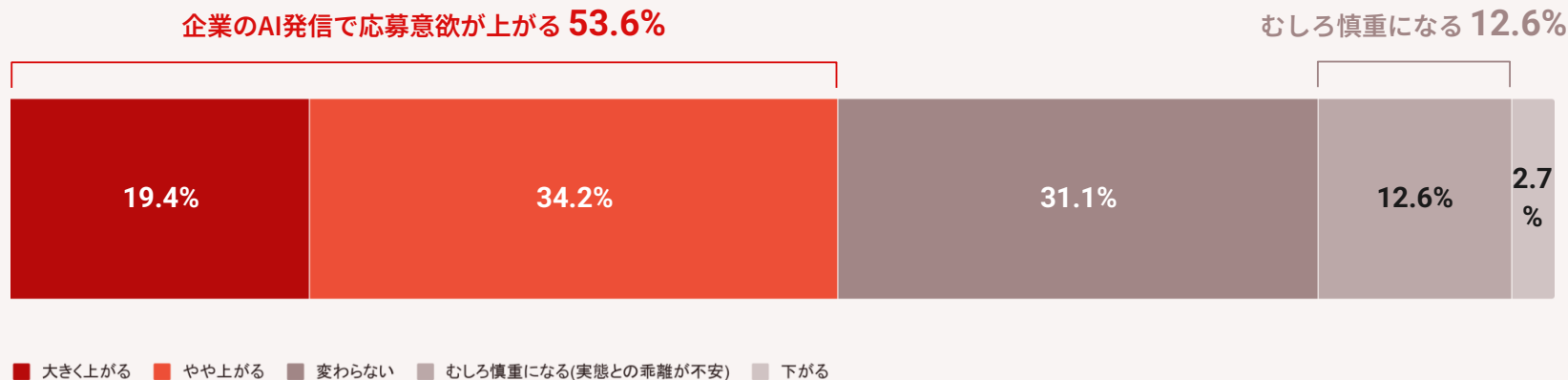
企業のAI活用は「公式ブログ・note」（59.0%）とSNS（54.5%）で調べられている。

Q. 企業のAI活用状況について、どこから情報を得ることが多いですか？（複数選択可）



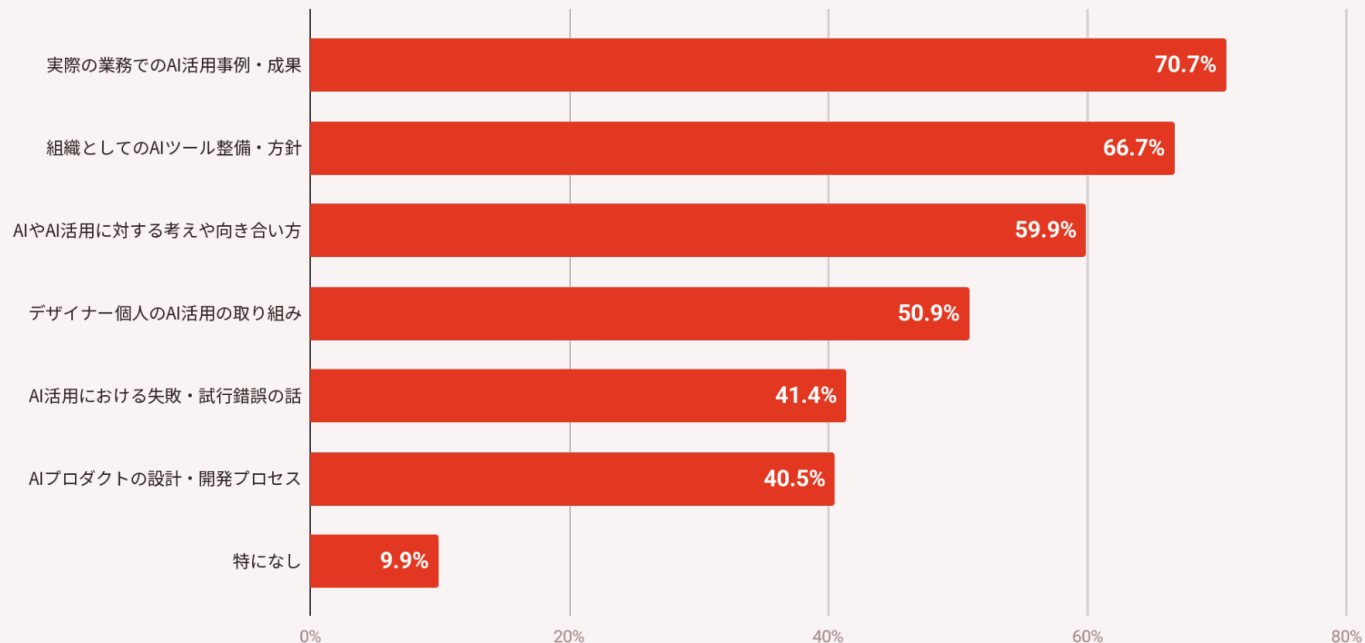
企業のAI発信で応募意欲が「上がる」は53.6%。12.6%は「むしろ慎重になる」

Q. 企業がAI活用の取り組みを積極的に発信していると、応募意欲に影響しますか？



応募意欲につながる発信は「実際の業務でのAI活用事例・成果」(70.7%)

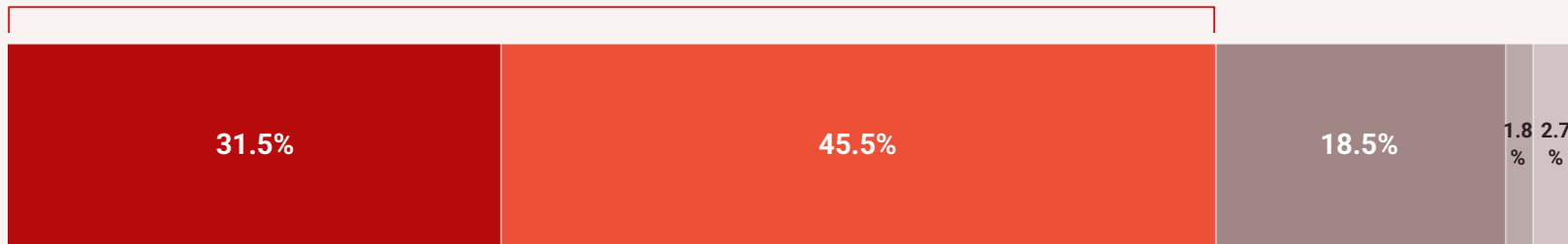
Q. どんな内容のAI活用についての発信が、企業への興味・応募意欲向上につながりますか？(複数選択可)



77.0%が企業選びで「AI活用状況が判断基準になる」と回答。

Q. 転職先を選ぶとき、企業のAI活用状況は判断基準になりますか？

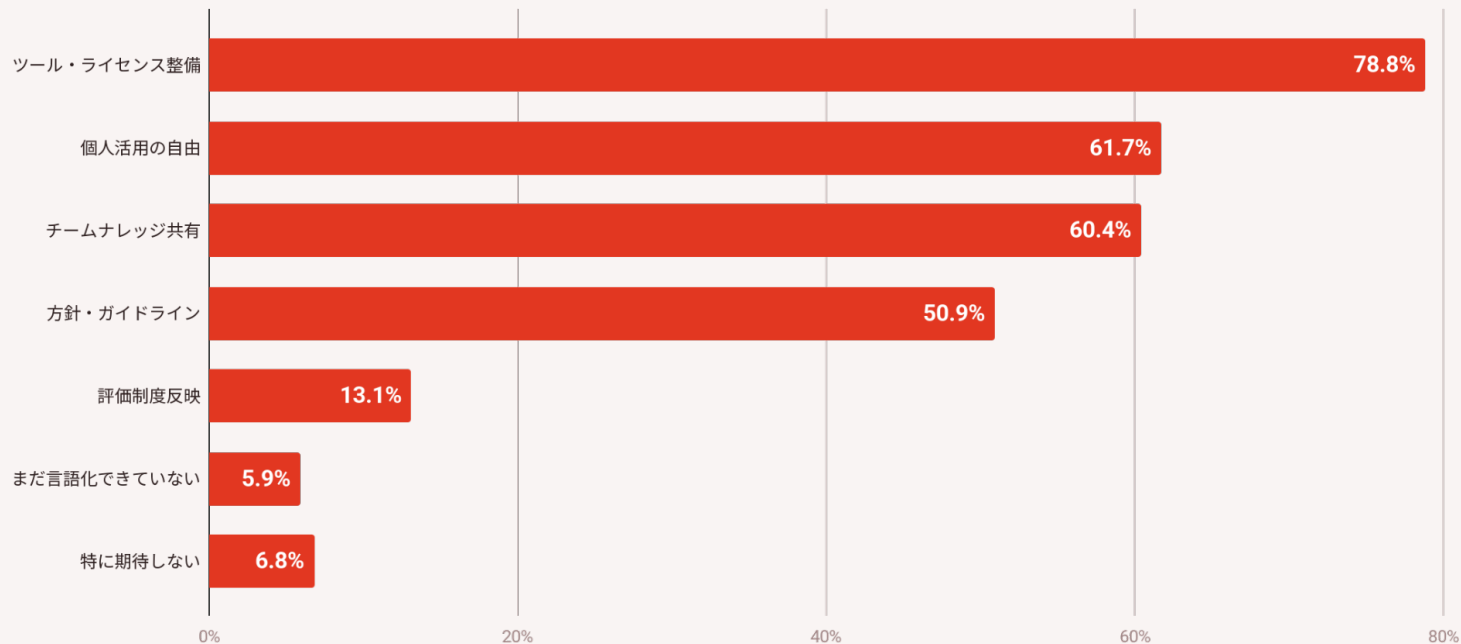
AI活用状況が企業選びの判断基準になる **77.0%**



■ かなりなる ■ 少しなる ■ あまりならない ■ 全くならない ■ むしろ不安になる

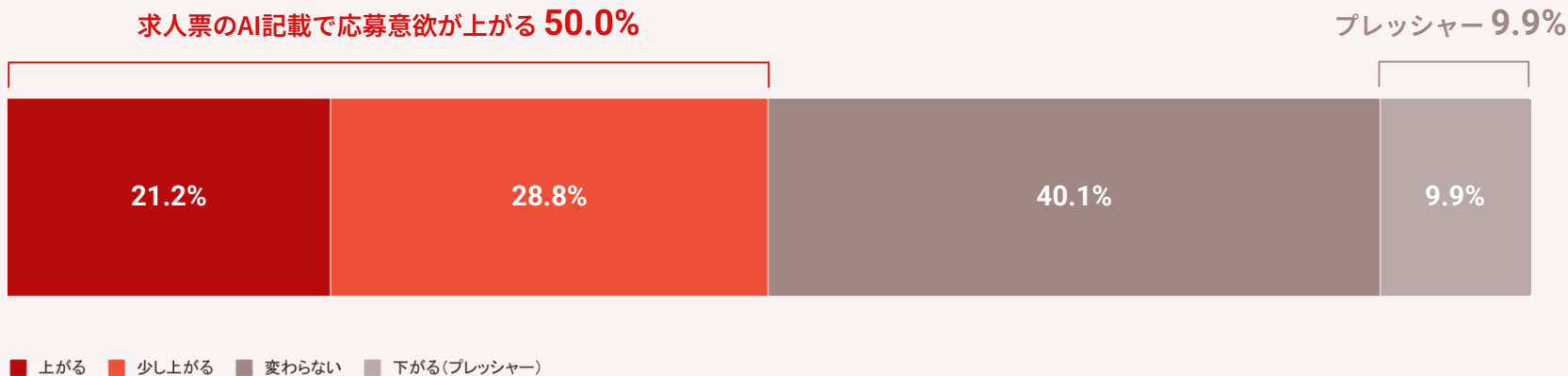
転職先への期待トップは「ツール・ライセンス整備」（78.8%）。評価制度反映は13.1%

Q. 転職先に期待するAI環境を選んでください（複数選択可）



求人票のAI記載で応募意欲が上がるデザイナーは50.0%。9.9%はプレッシャーを感じる。

Q. 求人票にAI活用の記載があると、応募意欲は変わりますか？

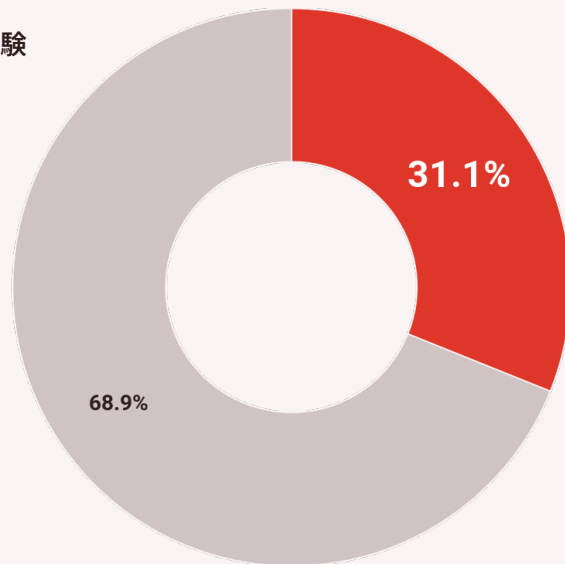


面接で企業のAI活用を質問した経験は31.1%。3割は「情報がほとんど得られなかった」

Q. 面接で企業のAI活用について質問したことがありますか？ / 転職活動でAI環境の情報は十分に得られましたか？

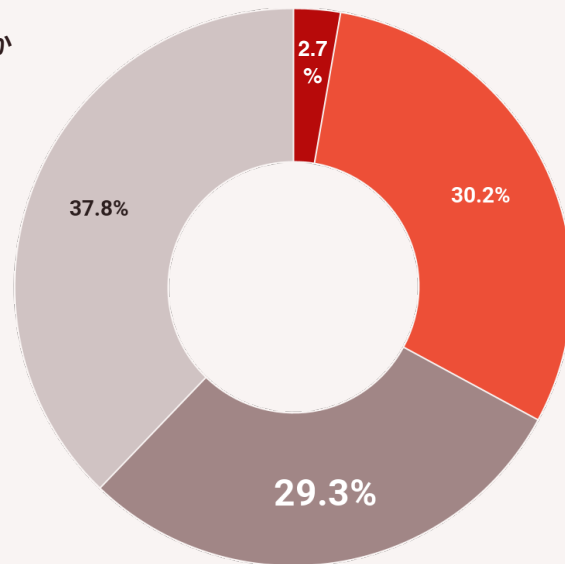
面接で質問した経験

- ある
- ない



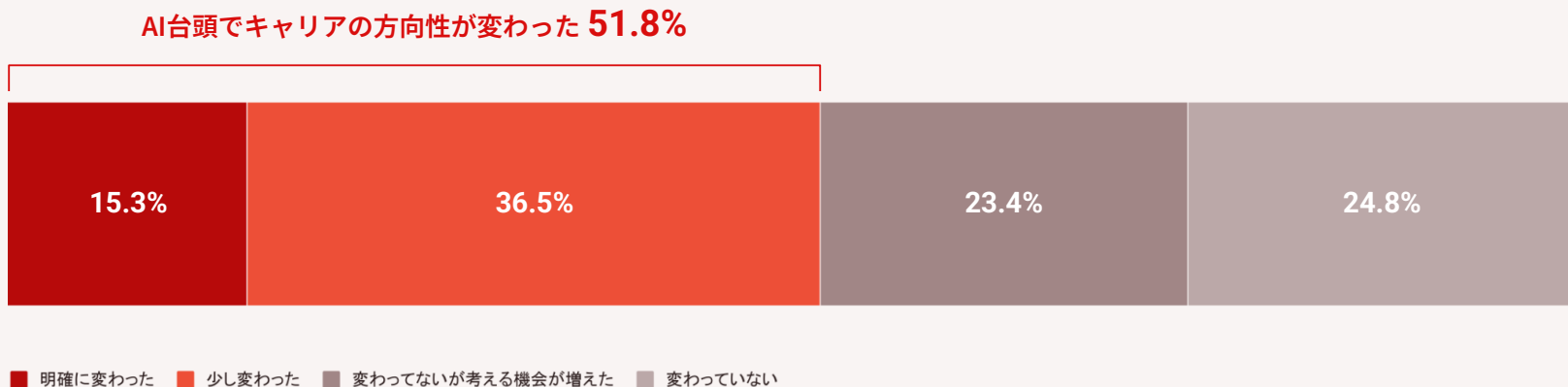
AI環境の情報は十分だったか

- 十分得られた
- 少し得られた
- ほとんど得られなかった
- 気にしていなかった



51.8%がAI台頭でキャリアの方向性が変わった。「考える機会が増えた」も23.4%

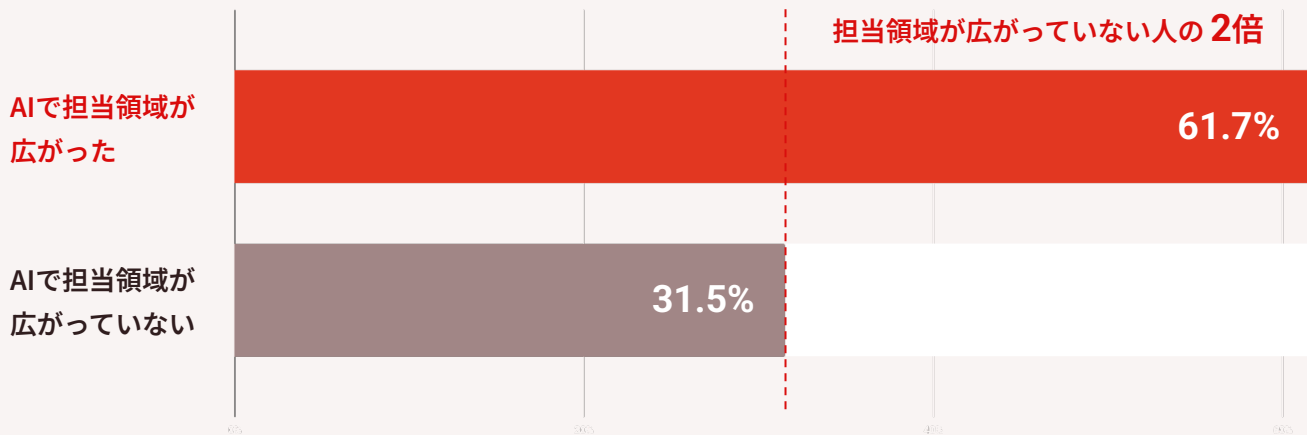
Q. AIが台頭してから、目指したいキャリアの方向は変わりましたか？



担当領域が広がった人ほどキャリアの方向が変わった。AIによる領域拡張がキャリア再考のきっかけに。

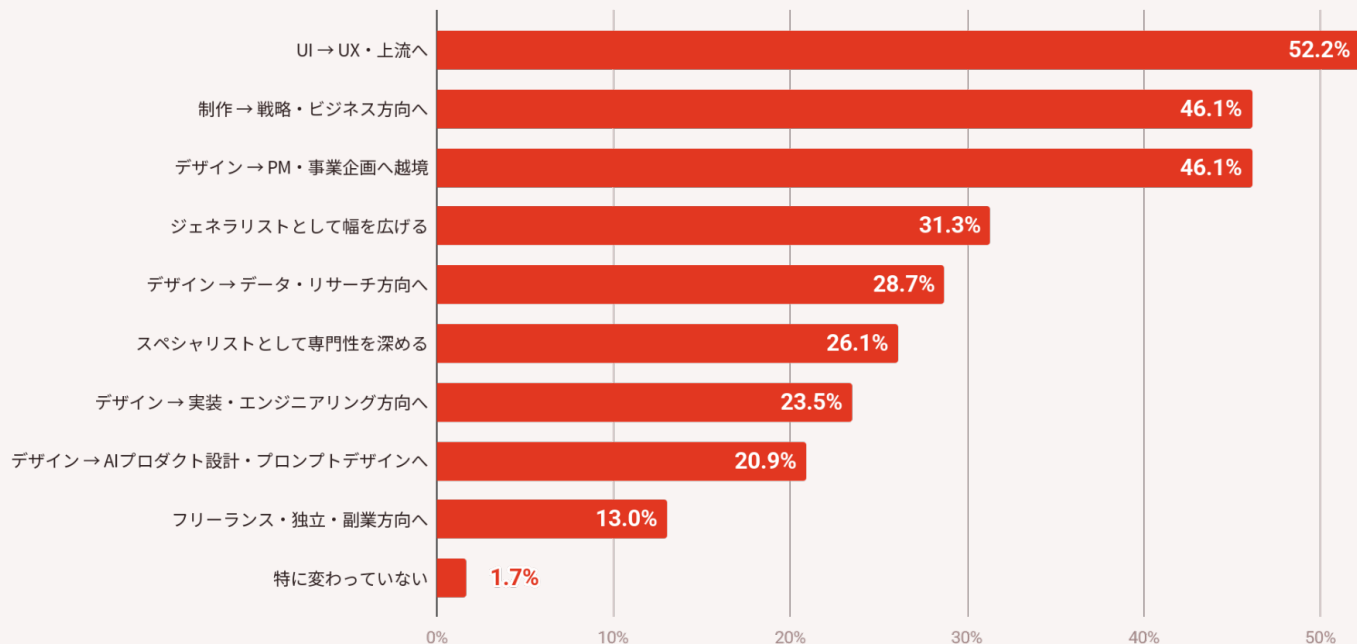
Q. AIを活用して、担当する業務の範囲や領域は変わりましたか？ × AIが台頭してから、目指したいキャリアの方向は変わりましたか？

目指す方向が変わったデザイナーの割合



キャリア変化の方向は「UI→UX・上流へ」（52.2%）が最多。戦略・PMへの越境も約半数。

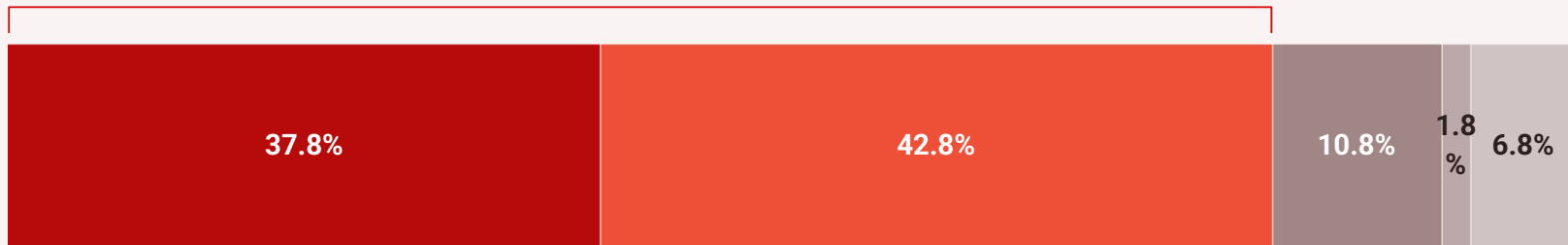
Q. 目指したいキャリアは、どの方向に変わりましたか？（複数選択）



80.6%が「2～3年後、自分の仕事は変化している」と予想。

Q. 2～3年後、自分の仕事はどうなっていると思いますか？

2～3年後、自分の仕事は変化していると予想 **80.6%**

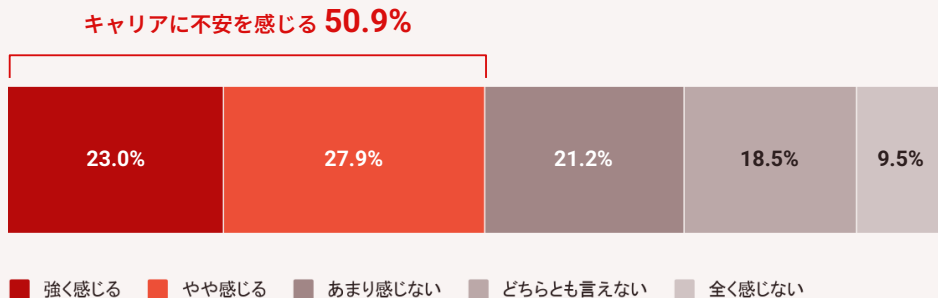


■ 大きく変化している ■ 変化している ■ あまり変わらない ■ 変わらない ■ わからない

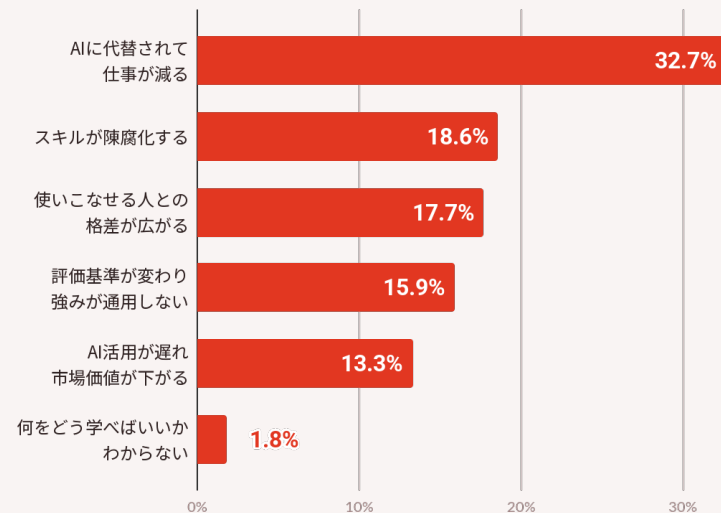
50.9%がキャリアに不安。最大の不安は「AIによる仕事の代替」（32.7%）

Q. AI台頭によってキャリアへの不安を感じますか？ / 最も不安に感じることを1つ選んでください

キャリアへの不安



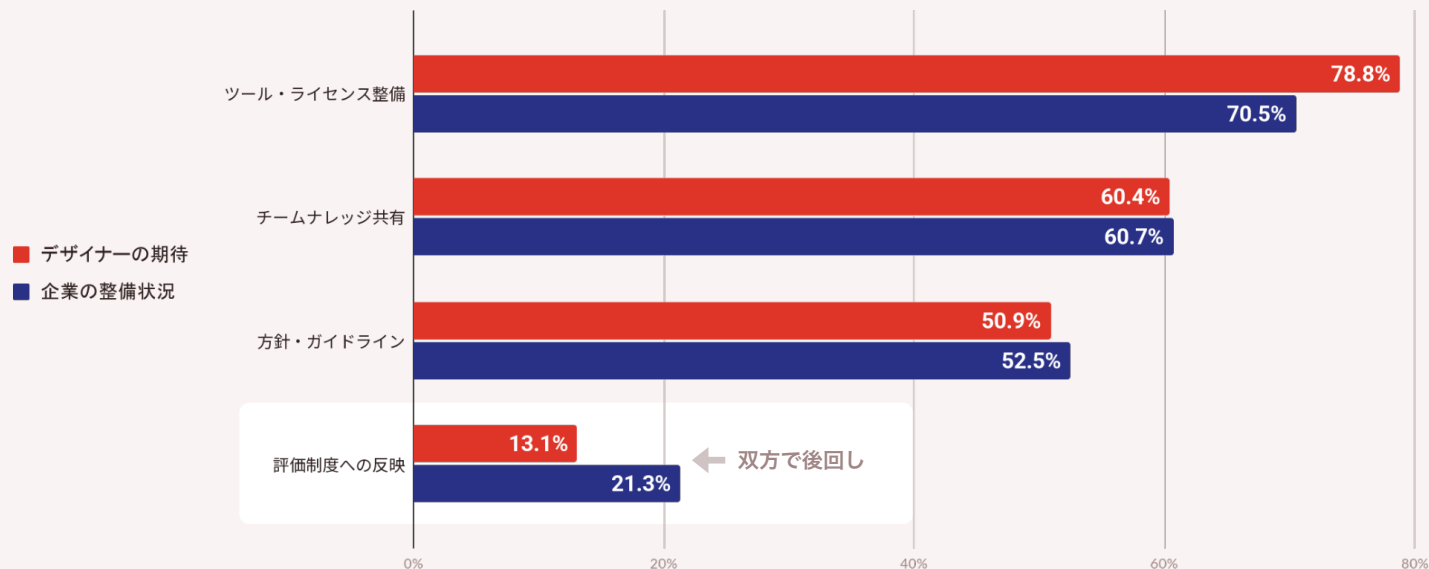
最も不安なこと



Part 3

市場への示唆

AI基盤整備の需要と供給は近い。決定的に不足しているのは「評価制度への反映」



POINT

ツール・ナレッジ・ガイドラインの整備水準は、デザイナーの期待とほぼ一致。

一方で「AI活用を評価する仕組み」は双方で後回しになっており、ここが次の差別化ポイントになる。

デザイナーは「AI実践の発信」を見て企業を選ぶが、積極的に発信できている企業は3割。

デザイナー (n=222)

デザイナーは「AI実践の発信」を見て企業を選ぶ

企業選びでAI活用状況が判断基準になる **77.0%**

企業のAI発信で応募意欲が上がる **53.6%**

企業のAI活用を「公式ブログ・note」で調べる **59.0%**

採用企業 (n=61)

企業の「AI環境整備」と「発信」ができていない

自社のAI環境を「積極的にアピール」できている **29.5%**

現場の実態が未整備のため求人票にAIについて書けない **68.0%**

求人票にAIについて書いても応募数は「変わらない」 **91.3%**



POINT

候補者は求人票よりも「ブログ・note・SNS」で「AI実践の発信」を見ている。

母集団を形成するには、AIに関する内容を求人票に記載するだけでなく「業務でのAI活用事例を発信できるか」が重要。

デザイナーの評価基準への不安が広がるなか、明確な基準を定義できている企業は8.2%

デザイナー（n=222）

曖昧な基準で「評価される不安」を抱える

AIによってキャリアに不安を感じる **50.9%**

AIを使いこなせる人との格差が広がる不安がある **17.7%**

評価基準が変わり強みが通用しなくなる不安がある **15.9%**



採用企業（n=61）

AIスキルの評価・定義については曖昧なまま

AI活用できるデザイナーを明確に定義できている **8.2%**

面接での質問でAIスキルを確認している **85.2%**

AIスキルをどう評価すればいいかわからない **52.5%**



POINT

AIスキルの評価基準は、業界全体でまだ形成途上にある。

「AI活用できるデザイナー」の定義と評価基準の言語化は、採用の精度と候補者体験を同時に高める要素になる。

企業の85%は選考で候補者にAIの質問をするが、候補者からAIについて質問できた人は31%。

デザイナー（n=222）

企業のAI活用状況を確認できるデザイナーは少ない

面接で企業のAI活用を質問したことがある **31.1%**

転職活動AI環境の情報がほとんど得られなかった **29.3%**

企業のAI発信に実態との乖離の不安を感じる **12.6%**

採用企業（n=61）

企業は選考でデザイナーにAI活用状況を確認している

選考で候補者のAI活用状況を質問している **85.2%**

候補者からAIについて聞かれることが増えた **72.1%**

候補者からAIについて聞かれたら正直に話せている **96.7%**

POINT

多くの企業は選考で候補者にAI活用状況について質問をしている一方で、候補者から企業のAI活用について質問している人は少ない。選考で情報の非対称が起こっており、双方面接での能動的な情報開示が信頼形成の鍵になる。

デザイナーの担当領域は拡大する一方、企業の期待は活用・仕組み化が中心。

デザイナー (n=222)

多くのデザイナーはすでに領域拡張している

AIで担当領域が広がった **67.1%**

拡張した領域は「コーディング・実装」 **51.7%**

拡張した領域は「企画・事業立案」 **44.3%**



採用企業 (n=61)

企業のデザイナーへの期待は活用・仕組み化が中心

AI活用をチームに展開できるとよい **72.1%**

社内の仕組みを作れるとよい **57.4%**

個人業務で触れる程度でよい **44.3%**

POINT

デザイナーの担当領域は拡大する一方、企業の期待は活用・仕組み化が中心となっている。

両者が見ている範囲には差があり、この差をどう埋めるかが、役割設計・評価・環境づくりのテーマになる。



デザイナーがパフォーマンスを
最大限発揮できる社会を作る

AI Design Databook 2026.08