
デザイン業

受注量はデジタル家電関連を中心に、ここ数年堅調に推移している。デザイン料は低水準ながらも安定しているが、機器やソフトウェアなど設備投資の負担があるため、収益面では依然厳しい。

今年度の業績は横ばい程度とみられているが、今後については受注増加要因に乏しく、不安視する見方もある。顧客への提案力を強めて付加価値の高い業務を手がける企業と、一部の工程のみを請け負う企業との二極化が今後いっそう進むと考えられる。

業界の概要

デザイン業とは、「工業的、商業的製品又はその造形物、装飾の製造、製作に関し、販売を目的に用途、材質、製作法、形状、色彩、模様、配置、照明等について設計、表現する事業」を指す。日本標準産業分類によると、「工業デザイン、クラフトデザイン、インテリアデザイン、商業デザインなど、工業的、商業的デザインに関する専門的なサービスを行う事業所」をデザイン業としている。

デザインの分野は多岐にわたっていると同時に、多くの事業所では複数の分野を手がけていることもあり、区分が曖昧になっている。また、最近では造形物に対するデザインから、空間・景観のデザインなど、デザイン業の領域も拡大しつつある。また、現在ではデジタル化の進展によってほとんどの作業工程がコンピュータ上で行われるようになり、当業界は大きな構造変化を遂げている。一方では、企業等のホームページの構築を行うウェブデザインといった領域が拡大するなど、新たな事業機会が生じている。

ここでは、主として売上高の割合が高いグラフィックデザ

イン（広告やパッケージなどに関わるもの）、およびインダストリアルデザイン（工業製品に関わるもの）を対象とする。これらは、特に製造業との関連が深い分野でもある。

当業界は典型的な受注型産業であり、その業況は顧客の動向に左右される部分が多い。受注は、顧客と直接取引する場合と、広告代理店や印刷業者を経由する場合がある。顧客との契約形態には、単品の見積に基づいて契約する方式、年間の仕事量（コンサルティングなども含まれる）を予測して契約する年間契約、デザインが商品化、販売された際にデザイン権の使用料を受け取るロイヤリティ契約方式などがある。

デザイン業は小規模事業所の割合が高く、独立開業・新規参入、撤退ともに比較的容易とされている。総務省統計局『平成 18 年事業所・企業統計』によると、全国の事業所数 9,904 か所のうち、従業者数 1～4 人の事業所は 7,082 か所と 71.5% を占めている（表 1）。そうした小規模事業所では、個人経営の事業所が多いことも特徴である。

大阪の地位

デザイン業は都市型産業であり、大阪府は東京都に次いで事業所が多い。特に大阪市西区の堀江や、北区の天満、南森町周辺などは交通の便が良く、賃料が周辺に比べて安価で小規模面積の物件が多いこと、さらに画材店、出力サービスなど関連業種の集積もみられることなどから、デザイン業の集積が高い。

18 年の大阪府内のデザイン業は事業所数 1,605 か所、従業者数 6,974 人となっており、それぞれ全国の 16.2%、14.8% を占めている。これは、東京都（事業所数 3,951 か所、従業者数 22,282 人）に次いで全国第二位で、愛知県、福岡県、京都府などを上回っている（表 1）。

総務省統計局『平成 16 年サービス業基本調査』によると、

デザイン業の収入額は東京都が3,605億円と全国(6,208億円)の58.1%を占め突出している(表2)。一方、大阪府は965億円で全国第二位である。1事業所あたりでも、大阪府は6,169万円と東京都(9,637万円)に次いで全国第二位である。

取引面における大阪の特徴としては、首都圏と比べて広告代理店経由が少なく、系列を問わず顧客から直接受注するケースが多いこと、顧客に中小企業が多いことから、1件当たりの受注規模が小さく、デザイン料が相対的に安いこと、などがあげられる。ただ、近年では首都圏でも価格競争が激化しており、料金水準は大阪とそれほど変わらなくなっている、とする声も聞かれる。

受注は堅調

長期的にみると、この二、三十年で大阪本社企業の広告・デザイン制作部門や、成長している製品を手がける事業部が首都圏や海外などへ徐々に移転しつつあり、大阪府内のデザイン業の受注に影響を与えていると考えられる。

しかしここ数年では、大阪府内の受注は主要顧客である製造業の景況回復に伴い、比較的安定的に推移してきた。デジタル家電関連のパッケージを手がけるグラフィックデザインや設計に携わっているインダストリアルデザインの企業では、現在の受注は好調である。また、大企業の社名変更といった特殊要因による新たなデザインの需要が発生している例もみられる。

また、デザインの共同受注に取り組む協同組合では、ここ2年間の受注額は1割程度の増加が続いているとしている。

一方、ポスターなどを中心とした官公需は近年大きく減少している。官公需の内容も、キャラクター類のデザインや、情報発信のデジタル化に伴うウェブサイトのデザインなどへと移行している。

収益は依然厳しい

デザイン料の算定は、業界で報酬基準を定めてはいるものの、実際には顧客の予算によって決定される場合が多い。数年前まではデジタル化による合理化の進展と値下げ競争により、デザイン料は低下する傾向が続いてきた。現在では料金は下げ止まっているものの、低水準のまま推移している。

一方、コンピュータ関連の設備投資は一巡するとともに、更新についてもパソコンの価格低下で負担はやや軽減されている。とはいえ、出力機器やCADソフトウェアなど既存の機器・ソフトウェアのリース料が負担になっていることや、今後の受注確保のために先行投資を行う必要があることなどから、一定の投資額は必要である。このため、収益は受注の増加にも関わらず依然厳しい傾向にある。

資金繰りについては、余裕があるわけではないものの、小規模事業所では主な資金需要は運転資金であり、借入額も一般的に多くないことから、大きな問題とはなっていない。

当業界では個人営業が多いことから、もともと倒産する例は少ないとされてきたが、大阪府内でも年に1件程度みられるようになっている。

雇用は緩やかに増加

アルバイトやインターンシップを通じて勤務した経験のある学生を新規に採用する企業もみられるなど、雇用状況は緩やかながら増加している。若年層の人材育成にあたって、デザインそのものの能力に加えて、顧客とのコミュニケーション能力の向上に注力している例もみられる。

また当業界では、昭和30年代以降業界を黎明期から支えてきたデザイナーが世代交代の時期を迎えつつあり、経営者層の育成も課題となっている。

今後の見通し

多くの事業所で19年度の業績は前年比で横ばい程度と予

測されているものの、顧客企業のデザイン発注部門の他地域への移転や景況の停滞、製品開発の絞込みや顧客によるデザインの内製化の進展などから、大阪府内における受注増加要因は乏しく、今後について不安視する見方もある。

各企業では、既存顧客に対して、他社と協力しながらデザインのみではなく商品開発やマーケティングを一貫して支援することなどによって対応しようとしている。そのような顧客への提案力を強めて付加価値の高い業務を手がける企業と、一部の工程のみを請け負う企業への分化が今後いっそう進むものと考えられる。

また、一部には中国など海外も含め他地域の顧客を新たに獲得しようとする動きもみられる。

大阪を中心とした関西の顧客では、従来からデザインに対する対価意識が低いといわれてきたが、デザインを重視することが企業のブランド価値の向上、ひいては競争力強化に不可欠な要素であるとの啓蒙活動を強化することにより、業界にとって顧客となりうる企業層を拡大していくことが必要となっている。

(平井 拓己)

表1 デザイン業の事業所数及び従業者数（民営、全国及び上位5府県）

	事業所数（か所）		従業者数（人）		従業者規模別事業所数（平成18年、か所）					
	平成13年	平成18年	平成13年	平成18年	1～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50人以上
東京都	3,966 (39.6)	3,951 (39.9)	21,704 (46.3)	22,282 (47.2)	2,631 (66.6)	841 (21.3)	314 (7.9)	88 (2.2)	45 (1.1)	31 (0.8)
大阪府	1,774 (17.7)	1,605 (16.2)	7,321 (15.6)	6,974 (14.8)	1,165 (72.6)	295 (18.4)	99 (6.2)	28 (1.7)	15 (0.9)	3 (0.2)
愛知県	592 (5.9)	576 (5.8)	2,874 (6.1)	2,824 (6.0)	381 (66.1)	121 (21.0)	56 (9.7)	12 (2.1)	6 (1.0)	-
福岡県	347 (3.5)	305 (3.1)	1,676 (3.6)	1,420 (3.0)	211 (69.2)	58 (19.0)	25 (8.2)	6 (2.0)	5 (1.6)	-
京都府	282 (2.8)	262 (2.6)	1,312 (2.8)	1,060 (2.2)	200 (76.3)	47 (17.9)	8 (3.1)	5 (1.9)	1 (0.4)	1 (0.4)
全国	10,010 (100.0)	9,904 (100.0)	46,861 (100.0)	47,159 (100.0)	7,082 (71.5)	1,851 (18.7)	654 (6.6)	177 (1.8)	93 (0.9)	45 (0.5)

(注) 1. 事業所数、従業者数の下段の（）内は対全国比、従業者規模別事業所数の下段の（）内は事業所数に占める構成比を示す（いずれも％）。

2. 全国の従業者規模別事業所数は、「派遣・下請従業者のみ」とする2件を除いているため、合計とは一致しない。

資料：総務省統計局『事業所・企業統計』より作成。

表2 デザイン業の収入額・経費総額・設備投資額
（平成16年、個人・会社、全国及び事業所数上位5府県）

	総額（百万円）							
	収入額		経費総額		うち給与支給総額		設備投資額	
	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）		
東京都	360,503	-0.1	273,027	-15.6	103,897	3.3	2,510	-56.8
大阪府	96,538	-13.0	75,885	-20.3	34,354	-5.3	650	-56.2
愛知県	28,221	-8.7	23,054	-5.5	9,460	-19.0	290	-46.3
福岡県	13,245	6.5	10,326	-7.8	4,280	-3.4	874	1.3
京都府	6,415	-50.0	5,727	-55.9	2,504	-38.4	28	-91.2
全国	620,813	-6.6	483,371	-16.5	190,461	-5.5	5,728	-55.6

	1事業所当たり（万円）							事業所数 （平成16年）	
	収入額		経費総額		うち給与支給総額		設備投資額		
	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）	変化率（％）			
東京都	9,637	0.8	7,298	-15.3	2,777	5.0	367	5.2	3,741
大阪府	6,169	4.8	4,875	-3.7	2,219	16.2	240	6.2	1,538
愛知県	5,022	0.3	4,102	3.8	1,683	-11.8	227	7.6	562
福岡県	4,400	8.5	3,430	-6.0	1,422	-1.1	872	22.3	301
京都府	2,275	-51.6	2,031	-57.4	888	-40.6	92	-70.9	282
全国	6,587	-2.8	5,133	-13.3	2,024	-0.3	299	-5.1	9,400

(注) 1. 1事業所当たりの各金額は、記入対象期間が1年未満及び記入対象期間不詳の事業所を除いている。

2. 「1事業所当たりの設備投資額」は、設備投資額が「0」万円及び設備投資額不詳の事業所を除いている。

3. 変化率は、前回調査（平成11年）からの変化率。

資料：総務省統計局『平成16年 サービス業基本調査』より作成。