

デザイン（13年6月～7月調査）

受注量は12年にはやや好転する兆しがみられたものの、13年に入って弱含みで推移している。デザインに対する顧客の予算が減少する中、デザイン料の引き下げが続いており、収益面でも苦しい状況が続いている。

今後も急速な受注の回復は期待できず、IT関連や環境、福祉等新たな需要への対応や、顧客への提案力といった面で企業間格差が拡大するものと考えられる。

業界の概要 デザイン業は、「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」を行う。

デザイン業の種類はグラフィックデザイン、インダストリアルデザイン、テキスタイル・ファッションデザイン等があるが、分野が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きている。

また、最近では目に見えるものに対するデザインから、空間・景観などのデザインなど、デザイン業の領域が拡大しつつある。

さらに、近年の急速な情報化の動きに伴い、現在では制作部分のほとんどの工程がコンピュータ上で行われている。これにより、当業界は大きな構造変化を遂げつつある。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も注目されている。

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（商業デザイン）、およびインダストリアルデザイン（工業デザイン）についてとりあげる。

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、顧客と直接取り引きする場合と、広告代理店や印刷業者を経由する場合がある。

また、デザイン業は過去には独立開業が比較的容易であり、新規参入が多くみられた。平成10年においても、従業者数1?4人の小規模事業所が66.5%と、6割以上を数えている（経済産業省『平成10年特定サービス産業実態調査報告書 デザイン業編』）。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ることから、大阪府には東京都に次いで立地が集中している。前出『平成10年特定サービス産業実態調査報告書』によると、大阪府内のデザイン業は事業所数420、従業者数2,823人、年間売上高は327億円となっており、それぞれ全国の14.5%、18.5%、17.8%、を占めている。

これを従業者数規模別にみると、全国と比べて従業者数5?29人の中規模事業所の事業者数、従業者数、年間売上高に占める割合が大きい。

大阪における取引の特徴としては、首都圏と比べて広告代理店経由が少なく、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く、1件当たりの受注規模が小さいこと、デザイン料が相対的に安いこと、等があるとされている。

受注は弱含みで推移 近年、顧客の景況悪化に伴う経費の節減が進み、デザイン業の受注は厳しい状況が続いていた。12年前半から悪化に歯止めがかかり、やや好転する兆しもみられたものの、13年に入り、良くて横ばい程度の弱含みで推移している。

受注量減少の理由としては、顧客の業況によるものに加え、企業におけるコンピュータの導入が進み、従来外部化してきたデザイン業務の内製化がここ数年来進展したことも背景としてあげられる。

特に大阪においては、デザイン業の業況は全国、特に首都圏に比べ低迷が続いている。前

出『特定サービス産業実態調査報告書』をみても、平成7年から10年にかけて、全国では年間売上高が約20%増加しているのに対し、大阪府の年間売上高は逆に約14%減少している。

これは、主要な顧客である中小企業の景況悪化に加え、企業のデザイン部門が大阪から首都圏へ移転しつつあることも影響していると考えられる。企業の再編等によって発生するCI（コーポレート・アイデンティティ）関連の需要なども、首都圏の広告代理店から同地域のデザイン業への発注が中心になるため、大阪ではそうした受注は困難とする声もある。

収益は厳しい デザイン業においては、デザイン料の算定に確固とした根拠が得られにくく、顧客の予算によって決定される場合が多い。このため、同様の業務でもデザイン料は低下する傾向が続いている。

一方、当業界における費用の多くを占めるのは人件費であるが、近年は工程のデジタル化に伴い、コンピュータ関連の設備投資を進めざるを得ない状況にあった。その動きは一巡したとみられるものの、収益は依然厳しい状況が続いている。

当業界の企業は一般的に資産が少なく担保力に欠けることから、金融機関からの資金調達は困難である場合が多い。しかし、近年の資金繰りについては、依然厳しいものの、現金回収が中心であることから、悪化している状況ではない。

人材育成は重要な課題 受注が低迷する中、雇用の増加はあまりみられないが、造形の知識だけではなく、業界知識を持った人材の育成が業界の大きな課題となっている。協同組合大阪デザインオフィスユニオンでは、専門学校などと共同してインターンシップの取り組みを計画する等、人材育成に注力している。

倒産・廃業数は少ない 大阪においてはデザイン業の事業所は大幅に減少してきたが、すでに一定の淘汰がなされたとみられ、最近では倒産・廃業数は少なく、安定しているとされている。

情報ネットワーク化の活用により、デザイン業はいわゆるSOHO（スモールオフィス・ホームオフィス）といった形態で、自宅などでも業務を行うことが可能となっており、経費節減のため都市中心部の事務所を閉鎖したという例もある。

今後の見通し 受注が今後急速に回復することは期待されていないが、顧客企業においても内製化による限界や、アウトソーシングへの動き等から、今後デザイン業への受注に結びつく可能性も指摘されている。

また、IT関連分野や、環境に配慮したデザイン、バリアフリー・ユニバーサルデザインなど、高齢化に対応したデザインを求める、といった新たな分野への需要は増加しており、そうしたニーズを捉える能力が求められている。それらに対応し、顧客への提案力や、事業を創造する能力によって今後企業間格差がさらに拡大すると考えられる。

(平 井)