

## デザイン（14年9月～10月調査）

受注量は昨年来減少が続き、弱含みで推移している。競争が激化する中、デザイン料の引き下げが続いていることと、デジタル化への投資が重荷となり収益面でも悪化傾向にある。

今後も急速な需要の回復は期待できず、IT関連等新たな需要の対応や、顧客の開拓、提案力といった面で企業間格差が拡大するものとみられる。

**業界概要** 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。

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。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、およびインダストリアルデザインを中心にとりあげる。

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。

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12年においても、従業者数1～4人の小規模事業所が66.9%と、6割以上を数えている（経済産業省『平成12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。特に大阪市西区や、北区の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な物件が多いこと等のため、同業種の集積が高い。

前出『平成12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365、従業者数2,206人、年間売上高は277億円となっており、それぞれ全国の13.8%、16.7%、17.1%を占めている。

これは、前回10年の同調査と比較すると事業所数で13.1%、従業者数で21.9%、年間売上高では15.1%の減少である。

従業者数規模別にみると、従業者数5～10人の中規模事業所の占める割合が30.4%と全国（23.0%）に比べて大きい。

さらに業務種類別でみると、大阪府においては全国や他府県に比べて、グラフィック、サイン、ディスプレイ、テキスタイル、ファッションといった分野を扱う事業所の割合が多いものの、マルチメディアの割合が1.8%と少ない。

大阪における取引面の特徴としては、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場合が多いこと、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、等があるとされる。

**受注は減少が続く** 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昨年より減少基調で推移している。中には、大手企業からの発注が昨年の半分程度に落ち込んだという例もみられる。

受注量減少の理由としては、景況によるものに加え、顧客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があげられる。

またグラフィックデザインについては、顧客における新製品の発表頻度が少なくなり、カタログなどを更新する必要性が薄れていること、また、カタログなどデザイン業の制作物の多くが、紙媒体からインターネットのウェブサイトに移行していることもその要因である。

一方、インダストリアルデザインについても、世界市場向けの製品デザインについては堅調の推

移しているという例もみられるものの、全体としては同様に厳しい。

**収益は悪化** 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。また、最近は受注獲得のために値下げ競争が激化し、デザイン料は低下する傾向が続いている。

一方、近年進められてきた工程のデジタル化に伴うコンピュータ関連の設備投資は一巡したとみられるものの、既存の機器のリース料が負担になっていることや、データのやりとりがインターネット経由中心になっており、より高速な回線の導入を検討するところが多いこと等から、投資額は昨年並みであるとするところが多い。このため、収益は悪化する傾向にある。

**資金繰りについても依然厳しいものの、比較的小規模な事業所では主な資金需要は運転資金であり、借入額も多くない傾向にあることから、金融機関のいわゆる貸し渋りに伴う影響はそれほど大きくないとみられる。**

**採用は抑制傾向** 受注が低迷する中、デザイナーの新規採用には一様に慎重で、雇用の増加はほとんどみられない。各社とも必要に応じてフリーランスのデザイナーを活用する場合が多い。また、インターネットを活用して地域を越えた他社との共同化によりプロジェクトに当たる例もみられる。

**首都圏へのシフトが懸念材料** 近年、企業の本社や広告・デザイン部門が大阪から首都圏へ移転しつつあり、これがデザイン業の受注に大きな影響を与えていると考えられる。中には発注元の東京へのシフトに伴い、事業所を大阪から東京へ移転している例もある。

**今後の見通し** 多くの事業所で今年度の実績は昨年度を下回ることが予想され、年後半に受注が今後急速に回復することは期待しにくい。顧客企業の府外への流出や、機能移転などによる受注ベースの減少が懸念される。このため、各社とも営業力を強化し、中小企業を中心に新たな顧客を開拓したり、既存の顧客により深く入りこんでいくことが求められている。

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といった新たな分野への需要は根強く、そうしたニーズを捉える能力によっても企業間格差はさらに拡大すると考えられる。

(平井)