

An examination of in-house designers in Shizuoka Prefecture

黒田 宏治

デザイン学部生産造形学科

Kohji KURODA

Faculty of Design

Department of

Industrial Design

デザイナーの社会的な存在形態は、インハウスとフリーランスに大別される。全国ベースでは前者が6割程度だが、地方圏ではインハウスが高い比率を占める。地域産業の中でのデザインのインパクトを高めていくためには、潜在的産業資源であるインハウスデザインの実状について明らかにし、その在り方の可能性を考察していく必要性は高い。この度、静岡県内企業におけるデザイナー動向について予備的調査を実施する機会を得た。1割近くの企業（中堅中小製造業）にデザイナーがおり、平均的には1社2～3人。大手企業とは異なり、業務には企画・営業色も強い。社内デザイナーの存在が外部デザイナー活用を活性化させている面がある。Uターン、Iターンが相当数含まれ、他職種よりも広範囲な人的ネットワークを有する場合が多いように考えられる。そこに新たな産業連携創出のメディアの可能性が窺える。

A designer's social existence form is divided into in-house and free-lance roughly. Though the former is about 60% with the whole country base, the latter's ratio is high in the local bloc. It is necessary to consider the state of in-house designers which are potential industry resources, in order to enhance the impact of design in the local industry. I carried out the survey about designers in enterprises in Shizuoka Prefecture recently. Some designers are employed in about 10% of the enterprises, on the average, 1 company 2-3 people. Unlike major enterprise, a design section also has much work of product planning and sales promotion. The existence of an in-house designer makes the outside designer use become active. There are many U-turns and I-turns, and there are many cases that it has more human networks than the people of other types of job. It may become the mediation which produces new industrial cooperation.

1. はじめに

1990年以降、日本国内には15～20万人のデザイナーが存在するとされている。デザイナー数に関しては最も信頼性が高い国勢調査報告によると、1995年時点で約15万人、2000年時点では約17万人である。その間にも経済情勢等により増減はあると推測され、また統計上でも様々な制約もあるが、国内のデザイナー数をめぐっての議論は1990年代を通じて収斂してきたと言ってよい¹⁾。

デザイナーの社会的な存在形態は、一般にインハウス（企業内デザイン部門等に所属）とフリーランス（独立系デザイン事務所に所属）に大別されるが、人数比では前者が6割程度、後者が4割程度である。ただ、これは全国ベースの構成割合であり、大都市圏と地方圏では特性が異なり、大都市圏ではフリーランスがより高い比率を占め、一方で地方圏で

はインハウスがより高い比率を占めるものと想定される。

1980年代後半から、地域の産業経済の高度化・活性化に向けてデザインへの期待が高まるなか、各地域でデザイン分野の実態把握への取り組みに着手されるようになった。デザインは比較的新しい産業分野でもあったため、それ以前には統計的な取り扱いも十分に整わず、一般にはデザインの諸活動やデザイナーの存在については掴み所が無かったようなところがある。各地域においても、それらの取り組みを通じて、県内のデザイナー数は何人であるとか、具体的なデザイナーの顔や活動も、次第に見えるようになってきた。因みに静岡県内に関しては、デザイナー数は国勢調査ベースで約2700人、また約170人のデザイナーがデザイナーバンク²⁾に登録されてプロフィールや活動概要が公開されている。

【表1】産業別デザイナー数

区分\年	1990年	1995年	2000年
デザイナー総数	156,855 (100.0%)	151,924 (100.0%)	171,700 (100.0%)
フリーランス	62,181 (39.6%)	63,447 (41.8%)	—
インハウス	94,674 (60.4%)	88,477 (58.2%)	—

(資料) 総務省統計局「国勢調査報告」(各年版、2000年は速報)より作成した。

(注) 「フリーランス」は「その他の専門サービス業(デザイン業等)」に属するデザイナー数で、「インハウス」はそれ以外の業種に属するデザイナー数(総数よりインハウスを減じた数)である。

【表 2】地域別デザイナー数等

区 分	デザイナー数 (1995年) (A)	デザイン業 (1996年)		(C) / (A)
		事業所数 (B)	従業者数 (C)	
全 国	151,924	10,210	47,068	31.0%
東京都	42,157	3,809	19,931	47.3%
静岡県	2,661	198	710	26.7%

(資料) デザイナー数は総務庁統計局「平成 7 年国勢調査報告」、デザイン業は「平成 8 年事業所・企業統計調査報告」より作成した。

(注) (C) / (A) はデザイナー数に占めるフリーランスの比率についての一つの目安となるものとして参考まで記す。

ただ、それらを見直してみると、デザイナー人口についてはともかくも、その中で明らかにされてきたのは、主にフリーランスのデザイナーについてであったことがわかる。調査等に際して事業所として識別しやすいこと、デザイン事務所としての営業上の露出メリットなどから、分野、人数、活動状況など見えるようになってきたものの、一方でいままでも既デザイン導入企業はデザイン振興の枠外に置かれてきたこともあり、メーカーや流通関係など、どの企業に、どれだけデザイナーが所属して、どのような活動状況にあるのかなど、インハウスのデザイナーについては必ずしも見えるようになっていないのが実状である。

静岡県内も例に洩れないが、地方圏ではデザイン活動に占めるインハウスが相当の比率を占めるものと察せられるが、昨今の経済情勢等も鑑み、地域産業の中でのデザインのインパクトを高めていくためには、潜在的産業資源であるインハウスデザインの現状について明らかにしていくなかで、その在り方の可能性について考察を加えていくことの必要性は高いものとする。そのような観点から、この度、静岡県内企業におけるデザイナー動向について予備的調査を実施する機会を得た。ここでは、その概略を中心に述べていきたい。

2. 静岡県内のデザイナー概況

既存資料を用いて静岡県内のデザイナー数等について確認しておこう。国勢調査によると静岡県内のデザイナー数は2661名(1995年)であり、この人数が県内デザイナー数の一つ

の目安になる。因みに2000年(国勢調査速報値)では全国で13%増となっており、静岡県内でも全国と同じ趨勢にあったものと仮定し、統計上の制約等も勘案すると、県内デザイナー人口は2700～3500人程度と推計できる。

フリーランスとインハウスの構成割合は、全国では前者が4割であるが、地方圏ではその比率が低くなる傾向のあること、事業所・企業統計調査では県内のデザイン業従業者数が700人前後で推移していることから、フリーランスの割合は3割程度、デザイナー数は1000人程度と考えられる。なお、静岡県内では電話帳掲載デザイン事務所数が629件(デザイン分野間で一部重掲載があるため実数はこの数値を下回る)であること³⁾、県内デザイン事務所アンケート調査分析に際しての「県全体の事業所数は印刷・製版・版下業を除けば約500社と推定される」⁴⁾とのデザイン関係者コメントも、フリーランスのデザイナー数が1000人程度であることの妥当性を裏づけている。

デザイン分野に関しては、全国同様グラフィックデザインを手掛ける事務所が約半数を占め、以下インテリアデザイン、パッケージデザイン、デザインプロデュース、インダストリアルデザイン、建築デザインなどが続いている。県中部地域において家具・雑貨類が全国有数の地場産業地域を形成してきたことを背景に、インテリアデザインの比重がやや高めである。また、表中(→[表4]参照)ではプロデュースと記載されているが、静岡県内にあっても企画・設計の範囲を越えて経営指導・コーディネーター的業務に踏み出す

事務所が少なくない最近の様子を窺うことができる。

【表 3】 静岡県内のデザイン事務所

業 種	件 数
グラフィックデザイン	285 (45.3%)
インテリアデザイン	113 (18.0%)
インダストリアルデザイン	39 (6.2%)
パッケージデザイン	21 (3.3%)
フラワーデザイン	20 (3.2%)
クラフトデザイン	6 (1.0%)
テキスタイルデザイン	5 (0.8%)
ファッションデザイン	4 (0.6%)
その他デザイン	136 (21.6%)
計	629(100.0%)

(資料) Yahoo! 電話帳 (<http://phonebook.yahoo.co.jp/>) より作成した。

【表 4】 静岡県内デザイナーの専門分野

専門分野	件 数
グラフィック	109
インテリア	55
パッケージ	55
プロデュース	54
インダストリアル	39
建築	27
彫刻・オブジェ	20
ディスプレイ	19
クラフト	18
イベント	14
テキスタイル	13
アパレル	11
その他	26
計	174

(資料) 静岡県デザイナーバンク (<http://www.district-shizuoka.or.jp/>) より作成した。

(注) 計は登録総数であり、各分野の合計には一致しない。

デザイナーのプロフィールをみると、まず出身に関しては、9割が県内出身で、県外出身は1割程度である。男女比をみると、男性が67%、女性が33%であった。また、デザイナーの年齢構成は、1993年時点で20代が32%、30代が30%、40代が25%、50代以上が12%程度とピラミッド型に近いが

たちであったが、以降若手デザイナー参入の難しい状況が続いていることから、今日では30～40代が膨らんだ紡錘形になっているものと思われる。⁵⁾

以上、静岡県内の主にフリーランスのデザイナーに関しての概略であるが、一方でインハウスのデザイナーについての整理された情報は皆無といってよいほどだが、平成13年度に実施された「地域中小企業のデザインへの取り組み状況調査」⁶⁾があるので、以下その調査結果を引用するかたちで、県内企業におけるデザイン動向について触れておきたい。同調査は県内中堅中小製造業1500社を対象に行われ、540社から回答を得たものである。

経営におけるデザインの必要性に関しては、「非常に重要である」136社、「必要な時もある」153社で計289社、全体の55%の企業が必要と答えている。その理由については、1位「他社商品との差別化」198社、2位「オリジナル商品の開発」169社と、既存商品領域での戦略性強化をねらうものが上位を占め（いずれも従来よりデザイン導入のねらいの上位を占めてきた）、3位に「新規分野開拓」87社が続いている。

デザイナーの活用については、社外含めデザイナーを活用している企業は約120社で、ここから県内企業（中堅中小製造業）の4社に1社では何らかのかたちでデザイナーを活用しているといえる。さらに、アンケート回答から約80社（全体の約15%）で、デザイン部門が設置されている場合も含めて社内にデザイナーがいるものと察せられる。一方で、デザインの必要性を指摘しながらも、社外も含めデザイナーを活用していない企業も170社ほど見受けられた（全体の約3割）。これら企業ではどのようにデザインに取り組んでいるのか、この結果だけでは実態が見えてこないところである。

デザインへの取り組みにあたっての課題に関しても聞いている。アンケート回答では、「人材面」を指摘する企業が85%と最も多かった。以下、2位「資金面」52%、3位「情報収集面」40%と続いている。具体的な人材面の課題としては、適切な人材が不足している、若手人材確保が難しい、人材教育の

負担が大きい、定着率が悪いなどを指摘する企業があった。なお、必要・有効なデザイン情報は何かとの間では、適切な人材（デザイナー）情報を選択する企業が一番多かった。ここから、経営におけるデザインの重要性への理解が深まるなかで、適切な担い手をいかに継続的に確保するかということが、最重要の課題になっているものと考えられる。

3. 企業内デザイナー調査の概要

静岡県内の企業におけるインハウスのデザイナー状況について、まずはその端緒をつかむために、平成13年度実施の「地域中小企業のデザインへの取組み状況調査」(以下、「先行調査」と呼ぶ。)において社内にデザイナーがいると思われる企業を対象に追跡調査(「静岡県内中小製造業における企業内デザイン実態調査」/以下、「今回調査」と呼ぶ。)を行った。調査の実施概要は次の通りである。

【調査方法】 郵送アンケート調査(2003年8月実施)

【調査対象】 「地域中小企業のデザインへの取組み状況調査」を通じ社内にデザイナーがいると思われる企業80社⁷⁾

【調査内容】 企業の営業・戦略面の概要/デザインへの取組みの状況/企業内デザイナーの概要

以下、今回調査の主な集計結果について概説する。

3-1 デザイン積極企業の特徴

今回の調査対象企業は、社内にデザイン部門を有すると思われるなど、いずれも静岡県内においては積極的に経営の中でデザインに取り組んでいる企業であるとしてすることができる。ここでは、それら企業を「デザイン積極企業」と呼ぶこととするが、先行調査において抽出された県内企業の営業・戦略面での傾向に比較して、それら企業については、1) 営業取引面で相対的に高い自立性を備えている、2) 相対的に市場性重視で独自性を追求する傾向が強い、といった特性を備えていることがわかる。

一つ目について、先行調査においては、県内中小製造業の4割が主要取引先を親会社な

いし系列・協力企業とし、ユーザー企業、商社・問屋等とするのは各25%程度であったが、今回調査では、後二者はいずれも3割超を占める一方で前者は25%程度にとどまっている。また、取引高最大企業からの受注シェア30%未満の企業は6割超を占めている(先行調査では5割弱)。そこから、デザイン積極企業においては、親企業・系列等特定企業への取引依存度は相対的に低く、営業取引面では相対的に高い自立性を備えているものと考えられる。

二つ目について、先行調査において企業の方向性として技術高感度型をあげたのが37.2%で1位であり、小ロット型17.7%、独自性追求型17.1%が2位、3位を占め、相対的に技術重視の傾向が窺える。それに対して今回調査では、技術高感度型および独自性追求型が23.5%で1位に並び、市場高感度型およびマーケティング型が17.4%と次いでいる。小ロット型は8.8%にとどまっている。そこから、デザイン積極企業は、技術重視傾向の強い県内企業の中にあって、相対的に市場性重視で独自性を追求するような傾向が強いといえることができる。

3-2 デザイン積極企業のデザイン実施体制

今回調査の対象企業は、先行調査におけるデザイナー活用に関連して「社内にデザイン部門を設けている」ないし「社内と社外を使い分けている」と回答を得た企業であったが、今回調査において社内にデザイナーが「いる」とした企業は20社で、「いない」とした企業が14社であった。この結果を踏まえ、先行調査での回答状況を勘案すると、県内企業(中堅中小製造業)のうち1割近く(8.7%)の企業にはインハウスのデザイナーがいるものと推計できる。なお、デザイナーが「いる」企業20社のうちデザイン部門を設置しているのは13社であった。

インハウスのデザイナー数についてはどうかというと、デザイナーが「いる」企業で、デザイナー数は1~5人が18社、10人以上が2社あった。なお、デザイナー10人以上の2社は、いずれも出版・印刷業種の企業であった。ここから、デザイナーが「いる」企業の平均デザイナー数は4.1人となるが、10

【表5】デザイン積極企業の特徴

質問内容	回答項目	デザイン積極企業	中堅中小製造業
主要受注先	親メーカー&関連	9 (26.5%)	41.8%
	ユーザー企業	11 (32.4%)	26.1%
	商社・問屋等	12 (35.3%)	24.5%
	その他	3 (8.8%)	4.7%
取引最大企業比率	30%未満	21 (61.8%)	47.1%
	30～60%	6 (17.6%)	24.2%
	60～90%	2 (5.9%)	16.5%
	90%以上	4 (11.8%)	9.3%
企業方向性	市場高感度型	6 (17.6%) ③	15.2%
	技術高感度型	8 (23.5%) ①	37.2%①
	小ロット型	3 (8.8%)	17.7%②
	独自性追求型	8 (23.5%) ①	17.1%③
	マーケティング型	6 (17.6%) ③	4.7%
	ネットワーク志向型	1 (2.9%)	3.9%

(資料)「静岡県内中小製造業における企業内デザイン実態調査」(2003年) および(財)しずおか産業創造機構「中小製造業における経営革新等実態調査報告書」(2002年)より作成した。
 (注)「デザイン積極企業」欄は前者調査の数値であり(回答34社)、「中堅中小製造業」欄は後者調査の数値である。

人以上の2社を除いての平均は2.6人となる。因みにインハウスのデザイナー数3人以上の企業の業種は、出版・印刷ないし生活用品系業種⁹⁾であり、機械金属系業種企業では1～2人であった。

デザイン部門ないしデザイナー配属部門の名称をみると、企画・開発系が8社(40%)、営業系が5社(25%)、技術系が5社(25%)である。参考まで、大手メーカー中心に実施されたデザインマネジメント調査では、企画開発系27社(31.0%)、技術系18社(20.7%)、営業系6社(6.9%)などであった⁹⁾。名称の範囲での比較であるが、県内のデザイン積極企業のデザイン部門では、営業色が色濃い場合が多いように思われる。なお、デザイン部門設置企業の場合でも、部門名にデザインが冠されていたのは2社のみであった。ここから、大手企業デザイン部門とは異なり、必ずしもデザイナーがいわゆるデザイン業務だけに携わっているわけではない様子が浮かんでくる。

なお、社外デザイナーの活用について、社内にデザイナーが「いる」企業(20社)の75%(15社)が活用していると答えている。利

用先は県内12社、県外8社で(複数回答)、企業により適宜使い分けがされている様子が窺える。ここから、社内にデザイナーが存在

【表6】静岡県内のデザイン事務所

質問内容	回答項目	件数(%)
社内デザイナー有無	いる	20
	いない	14
デザイナー数	1～5人	18(90%)
	6～10人	0(0%)
	10人以上	2(10%)
デザイン部門等名称	企画開発系	8(40%)
	営業系	5(25%)
	技術系	5(25%)
	その他	2(10%)
社外デザイナー活用	活用している	15(75%)
	活用していない	5(25%)

(資料)「静岡県内中小製造業における企業内デザイン実態調査」(2003年)。

(注)社内デザイナー有無は回答34社の内訳。他の質問内容については社内デザイナー有無で「いる」とした20社の内訳。なお、社外デザイナーを活用している場合の立地内訳は県内12社、県外8社であった(複数回答)。

することにより、より広範なデザイナー活用
の展開が図られているといえる。

3-3 社内デザイナーの概略プロフィール

社内にデザイナーが「いる」とした企業に
おける社内デザイナーのプロフィールに関し
ても、今回調査を通してその一端について得
られた部分があるので、参考までその概要を
紹介しておきたい。(なお、集計数値は、社内
デザイナー個人々人についてのデータの集計数
値ではなく、該当するデザイナーの有無を回
答した企業数の集計結果(計20社、複数回
答あり)であることに留意されたい。)

まず、デザイナーの採用形態についてであ
るが、新卒採用によった企業が11社、中途
採用によった企業が15社であった。複数回
答を勘案すると、新卒のみが5社、中途のみ
が9社、新卒中途併用が6社であり、採用社
数でみると中途採用が新卒採用を上回ってい
る。また、デザイナーの勤続年数は、5年以
内13社、6～10年8社、11～20年
および20年以上が各6社であり、10年以
内が過半を占めている。因みに、新卒のみ採
用の5社のうち勤続5年以内のデザイナーが
いるのは1社であるが、中途のみ採用の9社
については6社が該当する。(なお、新卒中途
併用では6社すべてが該当するが、今回調査
の範囲では新卒採用者か中途採用者かは定か
ではない。)ここから、過去5年間程度の範囲
では、県内のデザイン積極企業におけるデザ
イナー採用では、中途採用による例が新卒採
用による例を上回っていた可能性も窺えると
ころである。

デザイナーの出身に関してみると、まず出
身地別では静岡県内出身者がいるのが17社、
県外出身者がいるのが7社であった。今回調
査では県内・県外出身の比率・人数まで言及
できないが、県内のデザイン積極企業のイン
ハウスのデザイナーについては県内出身者が
相当比率を占めているものと考えられる。た
だし、フリーランスのデザイナーの県内出身
比率が9割であったことを考え合わせると、
インハウスの方が県外出身者の参入余地が
広いのではないかとと思われる。

社内デザイナーの出身校を見てみると、デ
ザイン系大学が13社、デザイン系の短期大

学および専門学校が各8社の順となってい
る。なお、20社のうち5社では、デザイン
系以外の大学等の出身デザイナーがいるとの
回答を得たことを付け加えておく。さらに、出
身学校の立地を見ると、県内10社、県外15
社であり、県外校出身が過半である。そこか
ら、県内のデザイン積極企業のインハウスの
デザイナーに関しては、Uターン、Iターン
が相当数含まれ、他職種よりも広範囲な人的
ネットワークを有する場合が多いように考え
られる。

〔表7〕社内デザイナーの概要

質問内容	回答項目	件数
採用形態	新卒採用	11
	中途採用	15
勤続年数	5年以内	13
	6～10年	8
	11～20年	6
	20年以上	6
出身地	県内	17
	県外	7
出身校	大学(デザイン)	13
	短期大学(デザイン)	8
	専門学校(デザイン)	8
	高校(デザイン)	4
	大学(その他)	3
	短期大学(その他)	0
	専門学校(その他)	2
	高校(その他)	1
	その他	1
出身校立地	県内	10
	県外	15

(資料)「静岡県内中小製造業における企業内デザ
イン実態調査」(2003年)。

(注)社内デザイナーが「いる」とした20社の内
訳。いずれも複数回答につき合計は20社に
一致しない。

4. 結びにかえて

インハウスのデザイナーの実態が見えてこ
ない要因として、そもそもデザイナーのいる
企業が少数であること、しかもデザイナーが
いる場合にも社外への露出機会が少ないこと
が、まずは指摘できる。因みに今回調査を通

じ、県内企業（中堅中小製造業）では1割近く（8.7%）と推計されたところである。

一方で、過去10年余に取り組みられてきたデザイン振興の性格から、結果的にインハウスデザインの実態把握が等閑にされてきた経緯もある。地場産業ないし地域中小企業へのデザイン導入に主眼が置かれ、単純化するとフリーランスのデザイナーとデザイン未利用企業のマッチングが主要関心事となり、(もちろん地域産業活性化において重要な一つの課題領域ではあるが、)既デザイン導入企業は視角の外に置かれてきた。

しかしながら、その結果についてはどうだろうか。成果について芳しい声を聞くことが少ないように思えてならない。地方圏においては、デザインの存在形態のマジョリティはインハウスデザインにあると言っていい。その存在を、ないしその活用を視野に入れてこなかったことが、そのような状況に少なからず結び付いていると考えてよいのではないだろうか。

今回調査は、まずは静岡県内におけるインハウスデザイナーの一端に触れることをねらって実施したものであり、その成果については限定的にならざるを得ないが、総合性、流動性、ネットワークなどの特性が調査結果からは浮かび上がってきた。そのようなインハウスデザイナーには、閉塞感漂う地域産業に何らかの突破口を開いていく潜在力が秘められているように思えてくる。ここでの検討も踏まえつつ、引き続き県内のインハウスデザイナーの実状の把握に努めつつ、フリーランスデザインだけでなく、インハウスデザインの存在・活用も視野に入れた、ないし一つの柱に据えた、地域のデザイン振興の新展開に向けての研究を進める予定である。

なお、本研究は静岡文化芸術大学平成14年度デザイン学部長特別研究の助成を得て実施したものである。また、この研究の実施にあたっては、静岡県デザイン振興企画調整会議および財団法人しずおか産業創造機構の関係の方々には、資料面等でご助力いただいた。この場を借りてお礼を申し上げたい。

注及び参考文献

- 1) 総務省統計局「国勢調査」によると、全国のデザイナー数は156,855人（1990年）、151,924人（1995年）、171,700人（2000年；速報値）である。ただし、ゲームデザイナーなど新しいタイプのデザイナーが含まれない可能性が高く、また企業内デザイナー等で別の職種でカウントされているケースも見込まれることなどから、実際のデザイナー数は前述の数値を上回るものと考えられている。
- 2) デザイナーバンクとは、デザイナーのプロフィールを収録したデータベースのことである。静岡県では、2001年の静岡県デザインセンターの廃止以降は、財団法人しずおか産業創造機構が管理・運営を行っている。（<http://www.dis.ric-shizuoka.or.jp/>）
- 3) Yahoo! 電話帳（<http://phonebook.yahoo.co.jp/>）
- 4) 静岡県デザイン振興会「静岡県デザイン業実態調査中間報告書」1994年、p26
- 5) 前掲書4）、p34 - 35
- 6) 静岡県デザイン振興企画調整会議「地域中小企業のデザインへの取組み状況調査」2002年 この調査は（財）しずおか産業創造機構「中小製造業における経営革新等実態調査報告書」2002年と一括して実施された。
- 7) 先行調査のデザイン活用に関連して「社内にデザイン部門を設けている」または「社内と社外で使い分けている」と回答した企業80社を対象とした。
- 8) ここでは具体的には家具・木材・木製品、繊維、バルブ・紙・加工品、プラスチック・ゴム製品の各業種企業を総称する。
- 9) 財団法人日本産業デザイン振興会「1997年度企業デザイン部門の活動実態調査報告②」、DesignNews241、p65-72 企業の分類は回答87社中の該当企業数である。なお、この調査では、他にTOP直轄12社、独立型6社などが記されている。