

県内中小企業におけるデザイン活用について調査しました



技術シーズ創生研究事業（プロジェクトステージ）

公立大学法人岩手県立大学 地域政策研究センター 地域協働研究

産業デザイン部 高橋正明、菊池仁*
公立大学法人岩手県立大学

*現：企画支援部

ねらい

経済産業省と特許庁は平成30年5月に「『デザイン経営』宣言」を公表しました。その中では、企業がデザイン経営に取り組むことで、その企業のブランド力とイノベーション力が向上し、それにより企業競争力が向上するとされています。

そこで、県内中小企業の活動においてデザインがどのように活用されているかについて明らかにするため、アンケート調査を行いました。

【アンケート調査の概要】

調査対象：県内の法人格を有する中小企業（製造業）623社
調査方法：アンケート用紙を郵送で送付し、回答後返送
調査日： 配布日 2019年8月20（火）
回答期限 2019年9月20（金）

アンケート内容：

- ・ **事業所の概要（6項目）** 事業所名、令和元年度の売上予測など
- ・ **商品開発の状況（9問）** 自社ブランド商品の有無、デザイン担当の有無など
- ・ **デザイン活用（10問）** デザインの捉え方、経営資源としての活用など
- ・ **公的機関のデザイン支援（3問）** デザイン支援として期待することなど

【アンケート集計結果】

回答状況：

- ・ 回答数 235社
- ・ 業種別事業所数

食料品製造業	69	印刷・同関連業	15
金属製品製造業	28	木材・木製品製造業	14
繊維工業	19	その他	90

クロス集計結果

- ・ 表1より、自社ブランドの商品を「既に発売している」ことは令和元年度の売上予測に影響は見られないが、「**開発予定はない**」企業は「**減少する**」としている事業所が多い。
- ・ 表2より、**デザインを経営資源として活用している事業所は、売上予測が「増加する」又は「ほぼ同等」としているところが多い。**逆に活用していない事業所は「減少する」としているところが多い。
- ・ 表3より、デザインの担当者がいない事業所の売り上げ予測は「減少する」が多いものの、**内部にいるか外部のデザイナーに外注しているかは、売上予測に差はみられない。**

【調査結果】

本調査の結果、「**デザインを経営資源として活用している企業では、売り上げの増加が見込まれると回答する傾向が見られる。**」「**デザイナーと協働して自社ブランドの商品を開発することにより、デザイン活用の意識が高まり、売り上げの増加が見込めるものと思われる。**」ことがわかりました。

このアンケートにご回答いただきました事業所の皆様に御礼申し上げます。

表1 売上予測と自社商品の有無のクロス集計

〔事業所概要⑥〕令和元年度の売上予測（当てはまるものに☑）
〔Q01〕自社ブランドの商品はありますか？

		売上予測				計
		増加する	ほぼ同額	減少する	無回答	
自社ブランド商品	既に発売している	43	62	42	5	152
	開発中である	5	3	1	0	9
	開発を検討している	8	8	7	0	23
	開発予定はない	18	18	27	3	66
	無回答	0	0	0	2	2
計		74	91	77	10	252

※複数回答があり、計が回答数よりも増加。

表2 売上予測とデザイン活用のクロス集計

〔事業所概要⑥〕令和元年度の売上予測（当てはまるものに☑）
〔Q11〕デザインを経営資源として活用していますか？

		売上予測				計
		増加する	ほぼ同額	減少する	無回答	
デザイン活用	活用している	24	24	16	4	68
	活用していないが、したい	18	31	23	1	73
	活用していない	11	25	28	1	65
	無回答	6	11	9	4	30
計		59	91	76	10	236

※複数回答があり、計が回答数よりも増加。

表3 売上予測とデザイン担当の有無のクロス集計

〔事業所概要⑥〕令和元年度の売上予測（当てはまるものに☑）
〔Q04〕社内に商品開発のデザインの担当者はいますか？

		売上予測				計
		増加する	ほぼ同額	減少する	無回答	
デザイン担当	内部に担当がいる	28	35	26	3	92
	外部に外注している	23	32	12	3	70
	いない	18	33	43	3	97
	無回答	1	8	2	2	13
計		69	100	81	9	259

※複数回答があり、計が回答数よりも増加。

