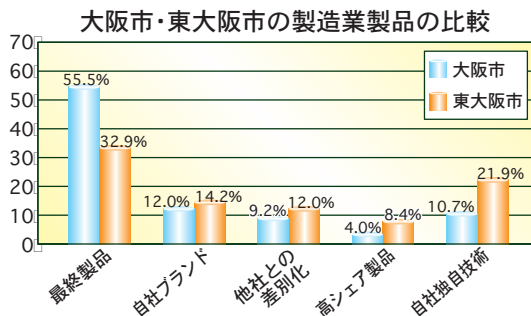


製造業は大阪市では不利？ 数字で見る都心のモノづくり企業

55.5パーセント：最終製品を製造している大阪市内企業の割合

モノづくり(製造業)は、コストの高い日本、とくに都市部では苦戦している産業の一つです。地価や人件費といったコストの高い地域で、モノづくり産業を続けるためには、他所より高い付加価値をもった製品をつくり続けていく必要があります。関西も製造業の不振が言われている地域ですが、関西の中心部である大阪市とほかの地域では製造業のあり方がやや違うようです。



データ出所：大阪市製造業実態調査(平成14年実施)
平成14年度東大阪全市事業所実態調査

右のグラフは大阪市と東大阪市の製

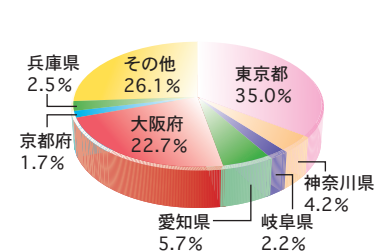
造業企業の製品をアンケート調査したものです。大阪市の企業は、最終製品(顧客に直接渡す商品)をつくっている割合が過半数であることが分かります。一方で、東大阪市の企業は独自の技術を持ったり、他社との差別化を図るといった、技術を磨き上げていくタイプの製造業がより多いことが分かります。

大阪市内に最終製品を製造する企業が多いということは、顧客やマーケットに近い企業が多く、これらに接する機会も多い企業がたくさんあるということです。これは、たくさんの人やモノが集まる大都市ならではの長特と言えるでしょう。コストの高い大都市に立地するモノづくり企業の前には、大きなチャンスが存在しているのです。

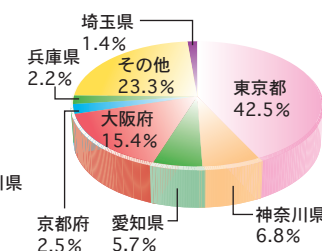
22.7パーセント：全国の意匠権出願に占める大阪府の割合

都市の中心部にある企業は、「顧客と多く接する機会がある」ほかにもいくつかのメリットを持っています。いろいろな業種が集積しているため、高付加価値の製品をつくるためのさまざまな情報が手に入ります。付加価値を高める方法には、高い技術を使ったり、顧客へのサービスを加えるなど、いろいろな方法がありますが、デザイン性を加えるのもその一つです。

都道府県別意匠権出願数



都道府県別特許出願数



データ出所：特許庁「特許行政統計年次資料」

右のグラフは各都道府県の意匠(デザイン)権と特許権の出願件数を表したのですが、右側の特許出願件数と比べると、大阪府は意匠(デザイン)権の出願で大きな存在感を持っていることが分かります。デザイン業は、文化や雰囲気、人の交流といった都市の持つ要素を吸収して成り立つ典型的な都市型産業ですから、大阪の企業は容易に優れたデザインにアクセスすることができます。これも、大都市のモノづくり企業が手に入れられる大きなメリットです。

顧客との多くの接点と、デザインなどの都市型サービス機能、この二つを組み合わせれば、大阪という都会での製造業は、付加価値の高い製品をまだまだつくり続けることができるのではないのでしょうか。