

## 第2章 目黒区の産業の現状と課題

### 1 目黒区の現状

#### (1)立地・地域特性

- 目黒区はJR山手線渋谷・恵比寿・目黒の各駅に隣接する利便性の高い位置にあります。
- 東京一横浜間をつなぐ主要鉄道である東急東横線が区を中心を縦断するほか、山手通りや環状7号線などの幹線道路網へのアクセスもよいことが特徴です。
- 区内には東京大学や東京工業大学、産業能率大学、東京医療保健大学が立地しており、また、平成31(2019)年4月には、東京音楽大学の新キャンパスが開校するなど、学術資源が豊富なまちでもあります。そのほか、都立駒沢オリンピック公園や林試の森公園など、緑豊かなエリアでもあります。
- 平成29(2017)年度に実施された「第45回目黒区世論調査」によると、今後も目黒区に「ずっと住んでいたい」と「当分は住んでいたい」を合わせた定住意向は95.0%で、平成元(1989)年以降連続して90%を超えています。目黒区に住んでいる理由として、「通勤・通学に便利、交通の便が良いから」、「緑の多い落ち着いた住環境だから」、「身近な商店街など買い物に便利だから」など挙げられています。

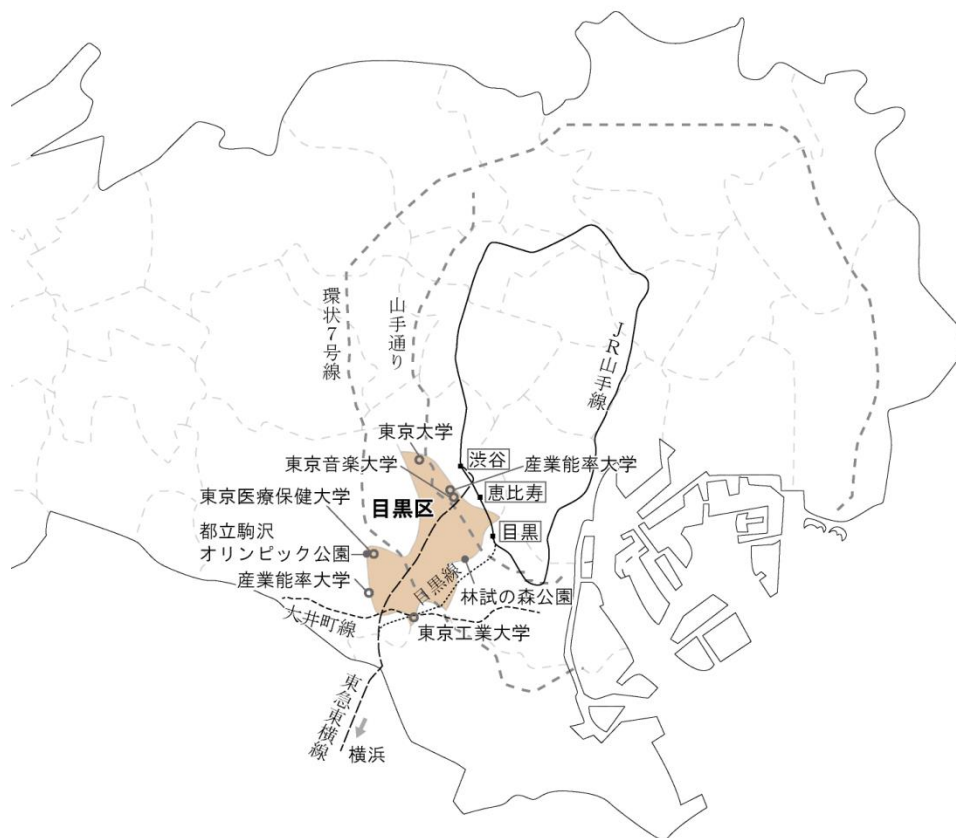


図 東京都における目黒区の立地

## (2)人口

### 現在の人口

- 平成30(2018)年10月1日現在の住民基本台帳に基づく目黒区の人口は278,889人です。
- 国勢調査に基づき、昭和55(1980)年以降の年齢3区分別人口の推移をみると、平成12(2000)年以降、いずれの年代においても増加傾向にあります。

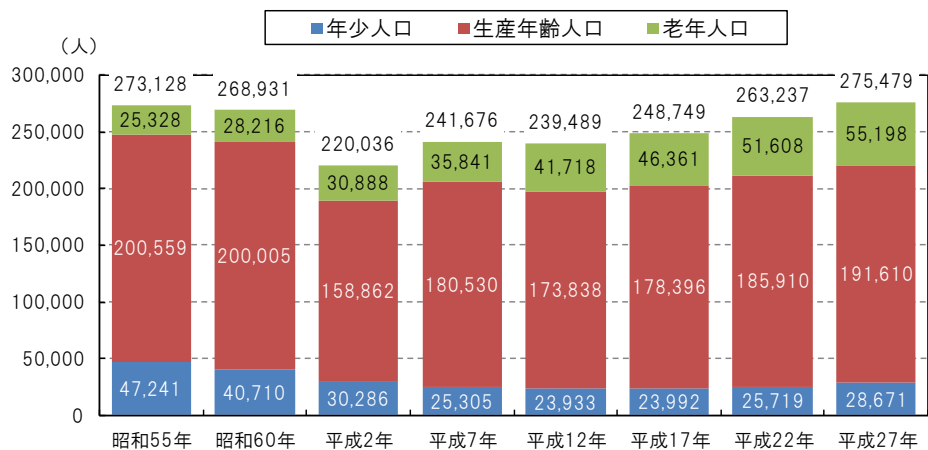


図 目黒区の年齢3区分別人口の推移:昭和55年～平成27年

出典:国勢調査

### 将来の人口推計

- 平成27(2015)年の国勢調査に基づく人口推計では、平成37(2025)年までは人口が増加しますが、その後減少に転じます。
- 年齢3区分別にみると、生産年齢人口は平成32(2020)年をピークに減少し始めます。

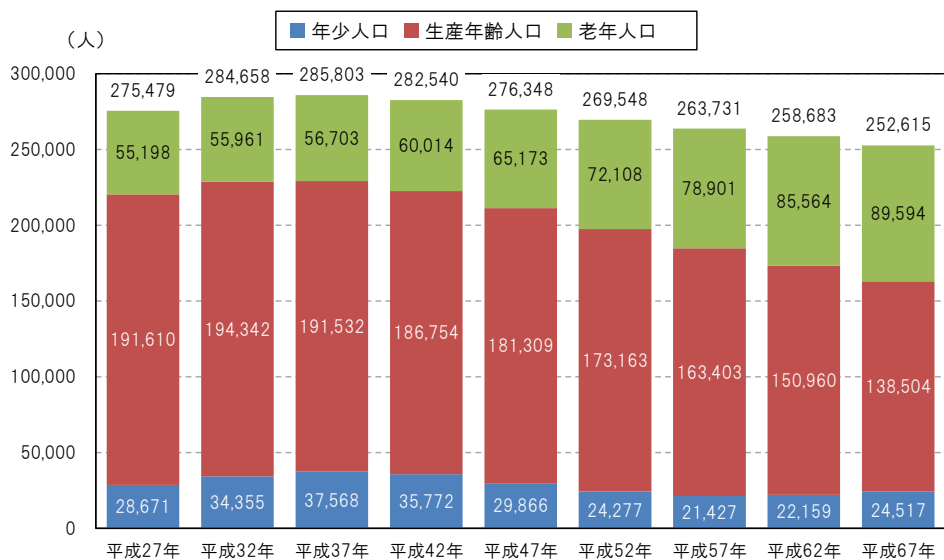


図 目黒区の人口の将来推計:平成27年～平成67年

出典:目黒区 人口・世帯数の予測(平成30年3月)

### (3)世帯数

○人口の増加に伴い、平成6(1994)年以降、世帯数は大きく増加していますが、平均世帯人口は減少しています。平成8(1996)年以降は1世帯あたり2.0人を下回っており、単独世帯が多いことが伺えます。

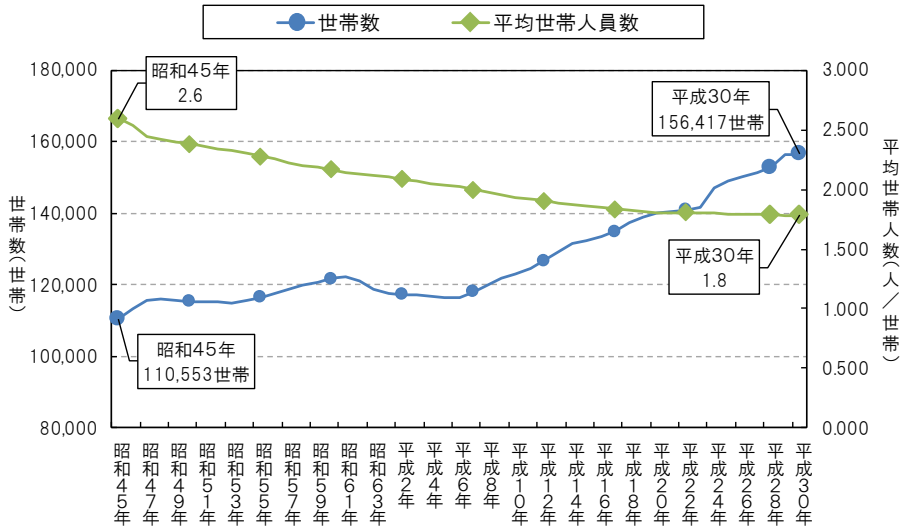


図 目黒区の世帯数推移:昭和55年～平成30年(各年10月1日現在)

出典:目黒区住民基本台帳

### (4)世帯類型

○世帯類型別にみると、単独世帯が51.01%となっており、特別区と同程度ですが、東京都よりもやや多くなっています。

○東京都・特別区に比べて女性の単独世帯が多くなっています。

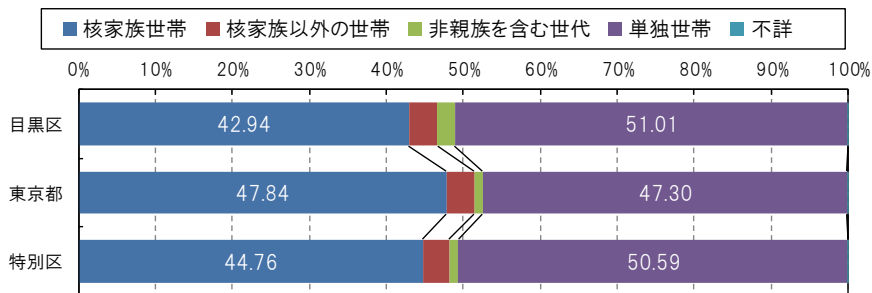


図 目黒区の世帯類型別割合:平成27年

出典:平成27年国勢調査

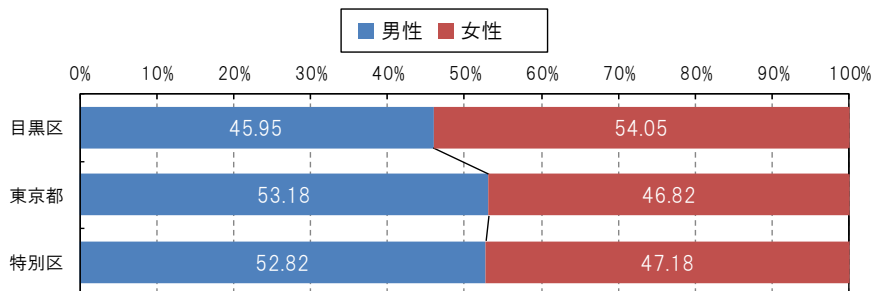


図 目黒区の単独世帯の男女別割合:平成27年

出典:平成27年国勢調査

## (5)区民の就業状況

### 区内で働く区民

○就業する区民<sup>1</sup>は119,587人おり、そのうち目黒区内で従業する区民(区内従業者)の割合は26.1%です。

○近隣自治体と比較すると、区内で従業する区民の割合はいずれの自治体も30%を上回っており、目黒区が最も少なくなっています。

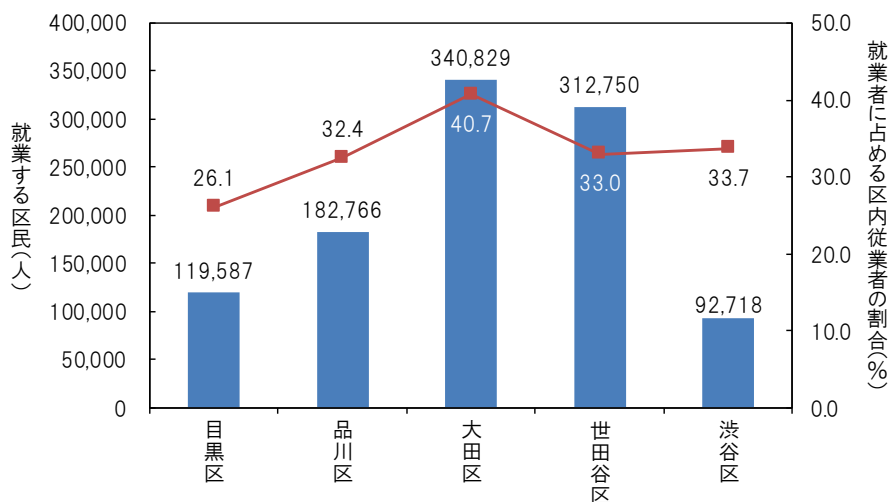


図 目黒区と近隣自治体の区民の就業状況と区内従業者の割合:平成27年

出典:平成27年国勢調査



図 目黒区全域

<sup>1</sup> 就業する区民とは、収入を伴う仕事をしている人を指します。休業者も含まれます。従業者は、就業者から休業者を除いています。

## 2 産業の現状

### (1)区内事業所の産業分野

○産業大分類別にみると、卸売業、小売業が最も多く、平成28(2016)年には2,920所あります。また、宿泊業、飲食サービス業が2番目に多く増えており、1,820所となっています。

○事業所の構成比について、卸売業、小売業の割合は25.6%、宿泊業、飲食サービス業の割合は16.0%であり、東京都、特別区と比較すると、いずれも目黒区が高くなっています。

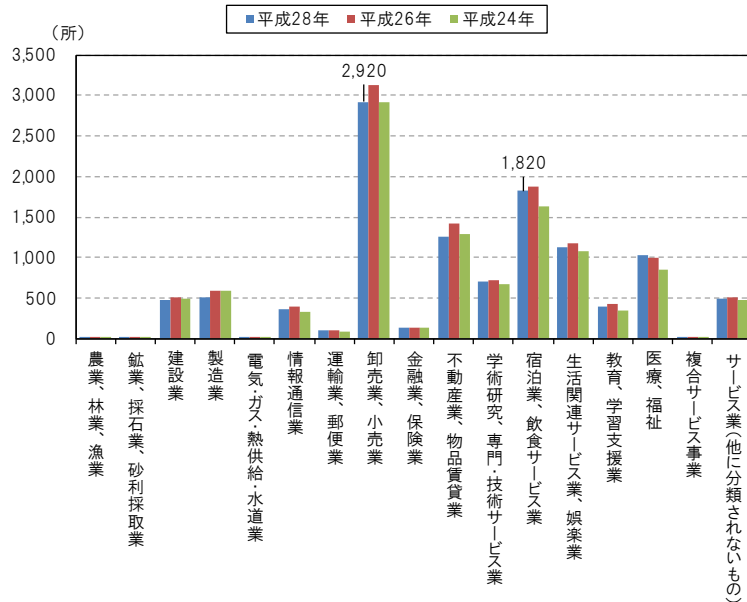


図 区内事業所数(産業大分類に基づく):平成24・26・28年

出典:経済センサス活動調査、経済センサス基礎調査

※平成26年の事業所数は公営を除いています。(以下、同様)

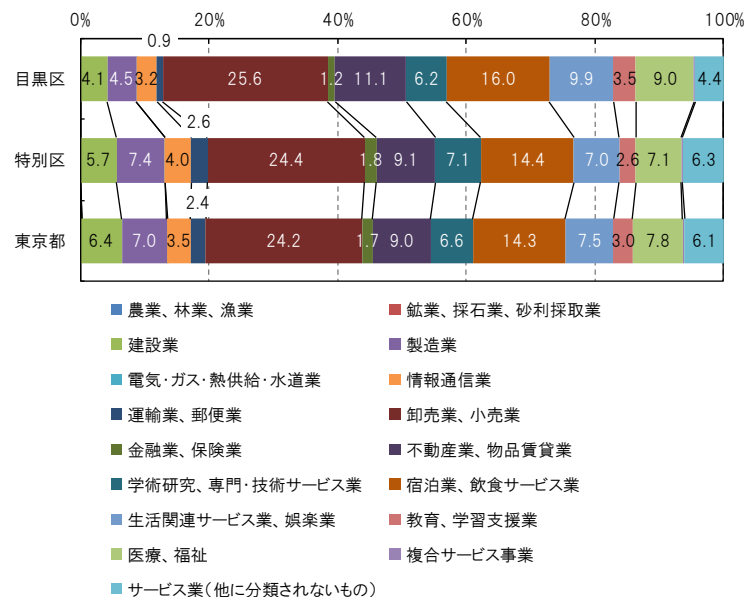


図 事業所の構成比(産業大分類に基づく):平成28年

出典:平成28年経済センサス活動調査

○特別区の産業大分類別の事業所数と比較した特化係数<sup>2</sup>をみると、卸売業、小売業は1.05と特別区と大きく変わりません。一方、教育、学習支援業や生活関連サービス業、娯楽業、医療、福祉、不動産業、物品賃貸業の特化係数が高く、目黒区に集積していることが見て取れます。

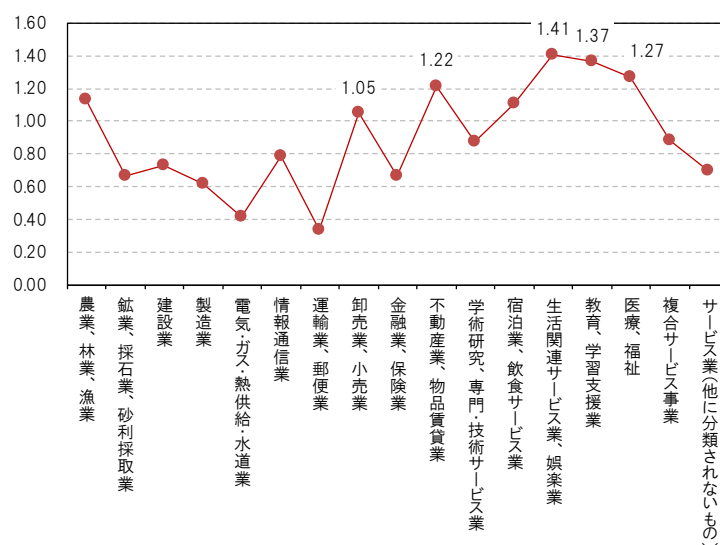


図 区内事業所数の特化係数(産業大分類に基づく):平成28年

出典:平成28年経済センサス活動調査

## (2)事業所の付加価値額

○事業所が生み出した価値を計る指標となる付加価値額<sup>3</sup>をみると、特に卸売業、小売業で多くなっています。事業所数の多い宿泊業、飲食サービス業はそれほど多くありません。

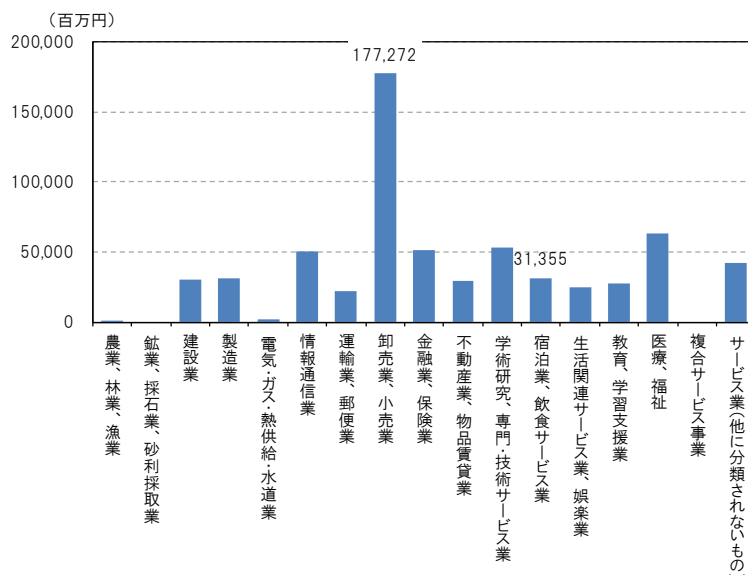


図 区内事業所の付加価値額:平成28年

出典:平成28年経済センサス活動調査

<sup>2</sup> 特化係数とは、自治体内の産業の業種構成や従業員数、付加価値額等について、その構成比を全国や東京都の構成比と比較した係数です。特化係数が高い産業は、その自治体の産業構造の特徴と捉えることができます。(本計画では特別区と比較しています。)

<sup>3</sup> 付加価値額とは、企業の売上高から原価や営業経費等の一般管理費を差し引き、給与・租税公課を加算して得られる、企業が生み出した価値のことです。

### (3)事業所の規模

○区内事業所の従業者規模をみると、4人以下の事業所が56.9%となっており、30人未満の事業所が94.0%となっています。

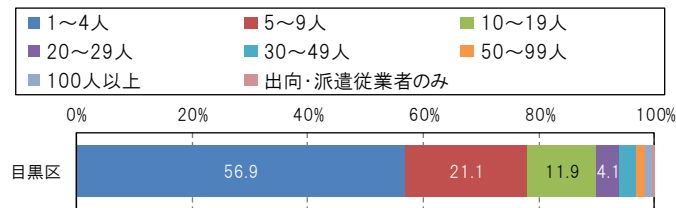


図 区内事業所の従業者規模：平成28年

出典：平成28年経済センサス活動調査

### (4)商業の状況

#### 小売業の年間販売額

○商業統計によると、目黒区における小売業の年間販売額は年々減少しており、平成14(2002)年と平成26(2014)年を比較すると、約500億円減少しています。また、商店数も減少していますが、1店舗当たりの販売額は増加しています。

○一方、区民1人あたりの販売額は減少傾向にあり、その結果、地域外から消費者を呼び寄せる力を表す小売吸引力指数<sup>4</sup>も、平成14(2002)年の0.82から平成26(2014)年には0.72に減少しています。

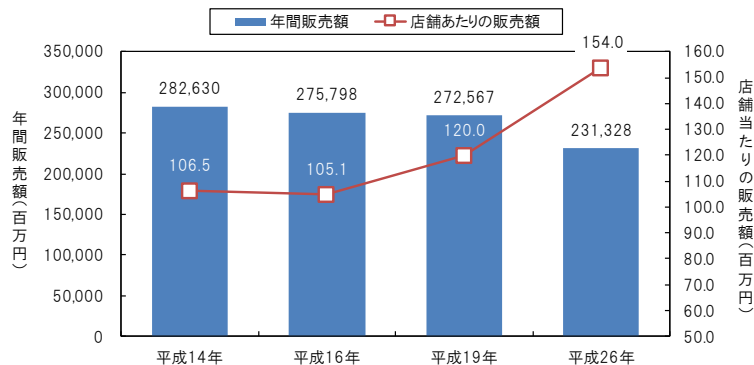


図 目黒区内の小売業年間販売額：平成14年～平成26年

出典：平成26年商業統計

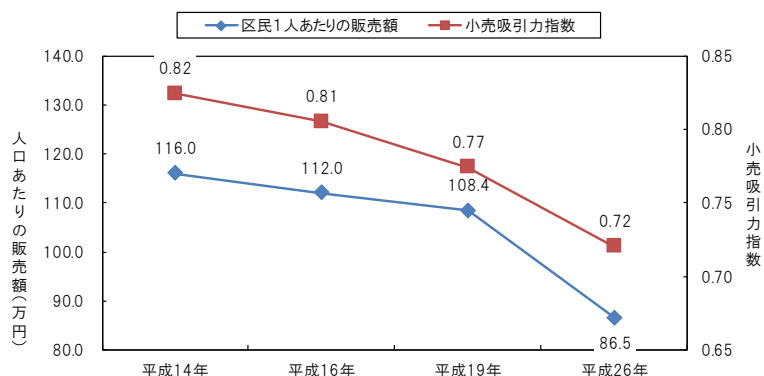


図 区民1人あたりの小売業年間販売額と小売吸引力指数：平成14年～平成26年

出典：平成26年商業統計

<sup>4</sup> 小売吸引力指数とは、国や東京都の一人当たりの年間小売販売額に対する自治体や区域の一人当たり年間小売販売額の比率です。自治体や区域の商業の誘客力を示します。1.0以上の場合には買い物客を外部から呼び寄せており、1.0未満の場合は域外に流出していると読み取ることができます。

## (5)工業の状況

### 製造業の事業所数

○平成27(2015)年の事業所数は325所となっています。従業者が3人以下の事業所が168所あり、全体の51.7%と約半数を占めています。

○従業者規模でみると、従業者が4～9人の事業所が27.4%となっており、従業者が9人以下の事業所が79.1%となっています。全体的に小規模な事業所が多いと言えます。

○製造業の事業所は、平成15(2003)年と平成27(2015)年を比較すると、320所減少し、約半数となっています<sup>5</sup>。

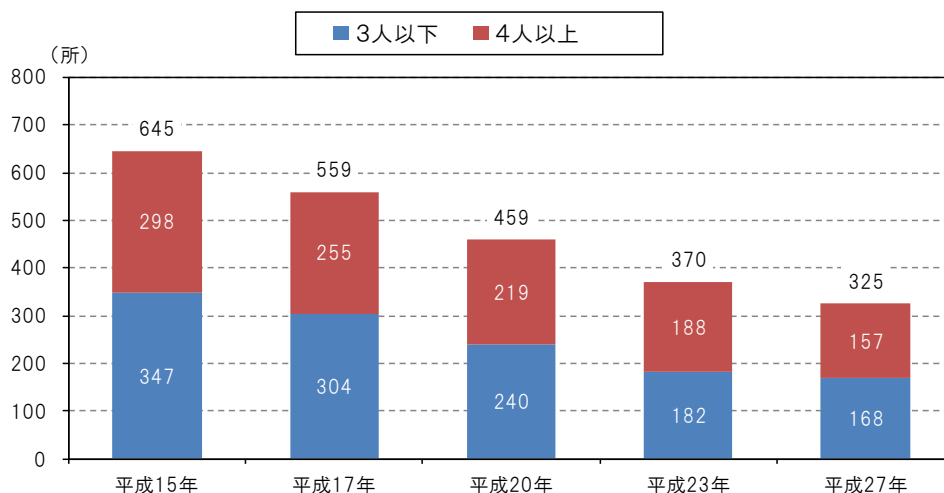


図 目黒区内の製造業の事業所数の推移:平成15年～平成27年

出典:工業統計、経済センサス活動調査

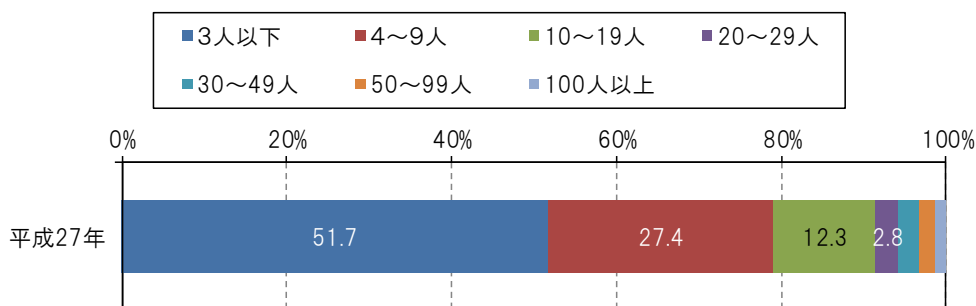


図 目黒区内の製造業の従業者数による事業所数の割合:平成27年

出典:平成28年経済センサス活動調査

<sup>5</sup> 「図 目黒区内の製造業の事業所数の推移:平成15年～平成27年」は、平成15年～平成20年は工業統計を参照し、平成23年・平成27年は経済センサス活動調査を参照しています。異なる調査を参照していることから、比較については参考値となります。



## (6) 農業の状況

○都市の農業及び農地は、安全で安心な農産物の供給といった生産面での貢献を基本に、防災面としての機能や環境保全など、多面的な役割を果たしています。

○目黒区には、平成27(2015)年2月1日現在、12戸の農家(林業経営者を含む)があります。また、平成27(2015)年末時点の農地面積は2.7haで、平成7(1995)年に比べると農家数、農地面積とも半数近くまで減少しています<sup>6</sup>。

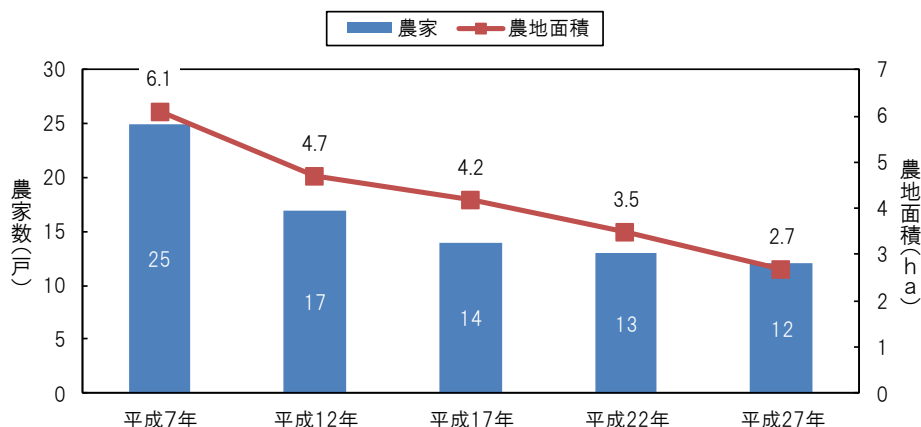


図 農家・農地の推移:平成7年～平成27年

出典:農林業センサスほか

○農林業センサスによる平成27(2015)年時点の農家の内訳については、7戸のうち専業農家は3戸、兼業農家は4戸となっています<sup>7</sup>。なお、4戸の兼業農家はいずれも兼業所得の方が多くなっています。

| 件数 | 農家   |      |      |      | 自給的農家 | 林業経営者 |
|----|------|------|------|------|-------|-------|
|    | 販売農家 |      | 兼業農家 |      |       |       |
|    | 専業農家 | 兼業農家 | 兼業農家 | 兼業農家 |       |       |
| 8戸 | 7戸   | 3戸   | 4戸   | 1戸   | 4戸    |       |

図 農家(林業経営者含む)の内訳:平成27年

出典:農林業センサス

○平成28(2016)年の作付面積で見ると野菜が2.5ha、果樹が0.5haとなっており、農業産出額1,600万円のうち1,100万円が野菜となっています。

<sup>6</sup> 農林業センサスでは、経営耕地面積が10a以上の農業を行う世帯又は過去1年間における農産物販売金額が15万円以上の規模の農業・林業を行う世帯を農林業経営体と言います。ここでいう農家(林業者含む)は、農林業経営体数です。

<sup>7</sup> 専業農家とは、1年間に30日以上、他に雇用されて仕事に従事した者または農業以外の自営業に従事した人(兼業従事者)が1人もいない農家です。兼業農家は、兼業従事者が1人以上いる農家です。

## (7)事業所意識調査結果(抜粋)

### 企業規模でみた景況

○平成29(2017)年度に実施した「産業振興に関する意識調査」<sup>8</sup>では、直近3年間の売上が減少していると回答した区内事業所が45.4%となっています。

○企業規模が小さい事業所ほど、売上が減少しているとの回答が増え、増加しているとの回答が少なくなっています。

○今後3年間の事業展開の方針も、事業拡大を検討する事業所は企業規模が小さくなるほど少なくなります。また、個人事業主では約2割、小規模企業者では約1割が廃業を検討していると回答しています。

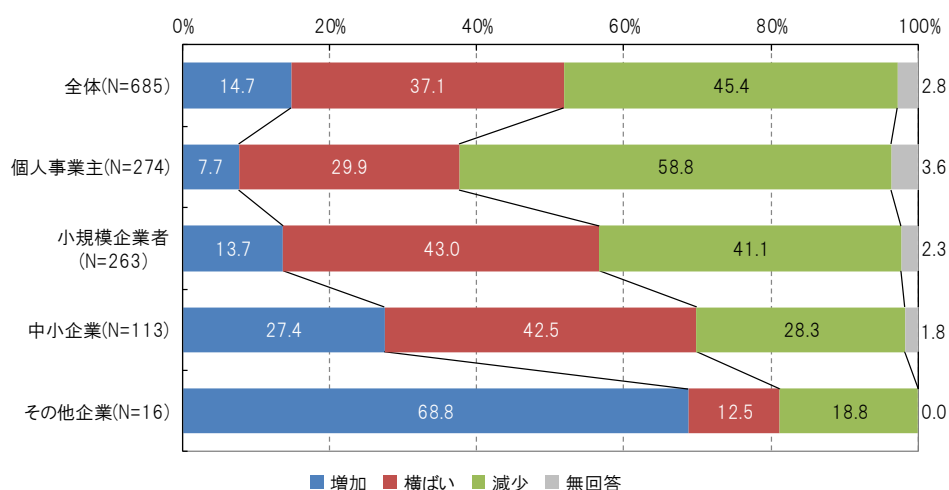


図 企業規模からみた直近3年の売上の変化

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)

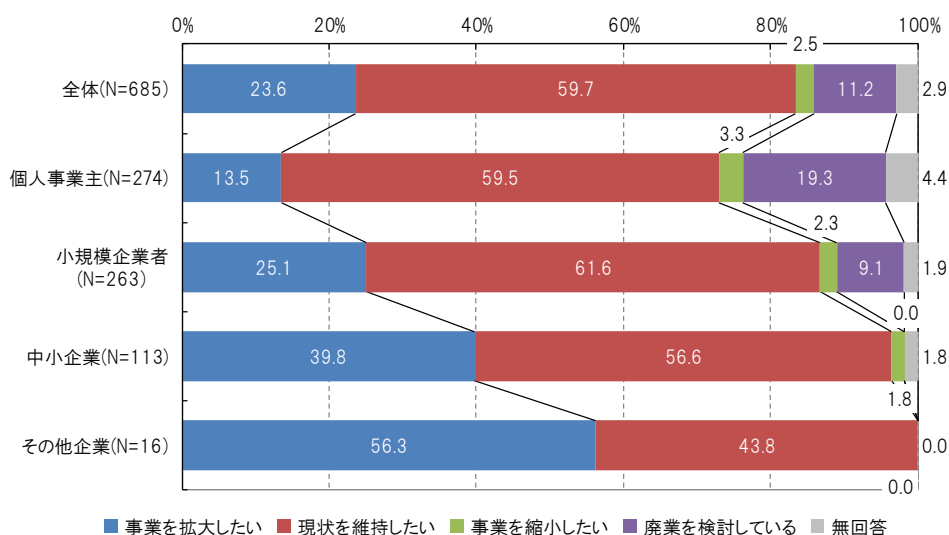


図 企業規模からみた今後3年の事業展開

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)

<sup>8</sup> 「産業振興に関する意識調査」は、本ビジョン改定に際して、区内産業のより一層の振興を図るため、区民の消費行動やニーズを把握するとともに、事業所の実態や要望を知るために実施した調査です(実施期間：平成29(2017)年10月26日～11月15日)。区民を対象とした調査は、目黒区に住居登録している満18歳以上の方2,000人を対象として実施し、回収率は40.0%でした。事業所を対象とした調査は、「平成26年経済センサス基礎調査」の対象となった事業所から2,000件を抽出して実施し、回収率は34.3%でした。

## 業種でみた景況

○直近3年間の売上では、製造業、商業・サービス業<sup>9</sup>ともに減少していると回答している事業所が最も多くなっています。

○売上が「増加」又は「減少」と回答した事業所は、いずれも製造業に比べて商業・サービス業が多くなっています。

○今後3年間の事業展開について、事業を拡大したいと回答した事業所は、製造業に比べて商業・サービス業が多くなっています。また、製造業は廃業を検討している事業所が多くなっています。

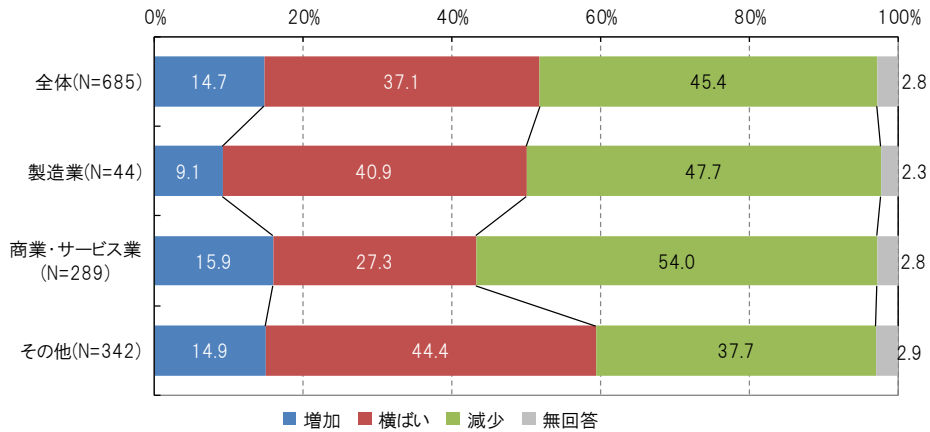


図 業種からみた直近3年の売上の変化

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)

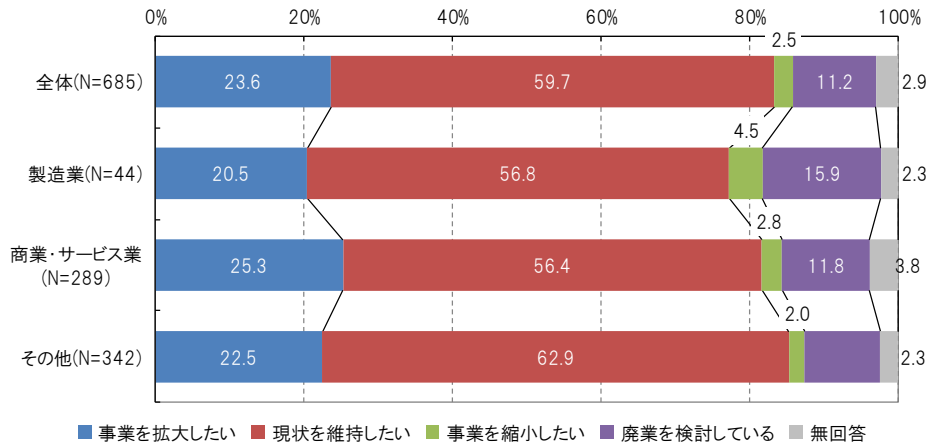


図 業種からみた今後3年の事業展開

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)

<sup>9</sup> ここでいう商業・サービス業は、事業所意識調査の業種を尋ねる設問で、卸売業、小売業(食品小売を含む)、飲食店(移動販売、宅配を含む)、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業と回答した事業所です。製造業は、同設問で製造業と回答した事業所となります。

### 3 区民意識調査結果(抜粋)

#### (1)消費行動の特徴

○平成29(2017)年度に実施した「産業振興に関する意識調査」では、普段の買い物や外食の際に意識すること(「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計)として、質の良さや健康への配慮、デザインの良さが多くなっています。また、こだわりの銘柄・メーカーがある人、環境やエコに配慮して選ぶ人も多く、いずれも価格を重視する人を上回っています。

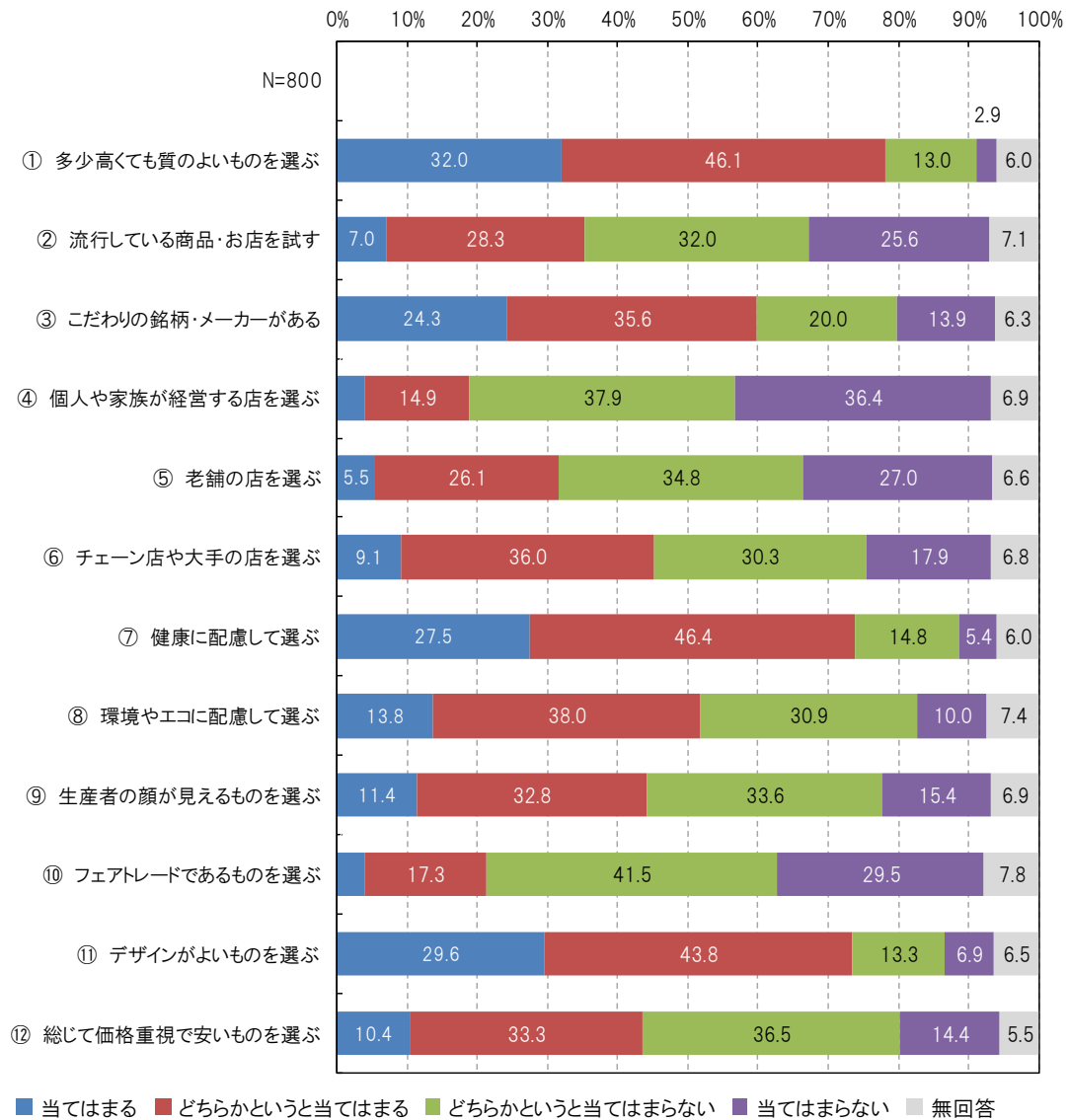


図 区民意識調査からみた消費傾向

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)

## (2) 商店街の利用状況

○区内商店街をよく利用する人は24.3%で、ときどき利用する人を合計すると65.1%となり、半数以上の人々が区内商店街を利用しています。

○地区別にみると、中央地区、南部地区では、商店街を利用している(「よく利用する」と「時々利用する」の合計)人が多くなっています。

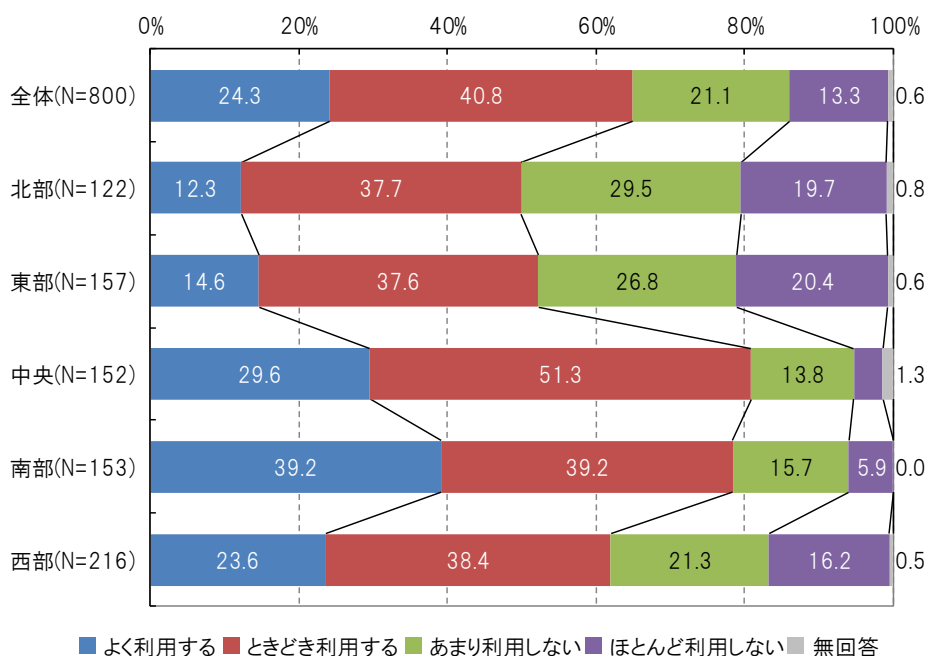


図 商店街の利用頻度(地区別)

出典:産業振興に関する意識調査(平成29年度)

○商品・サービス別に区内商店街の利用をみると、理容・美容と外食は4割を上回っています。一方、青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材は24.6%となっています。

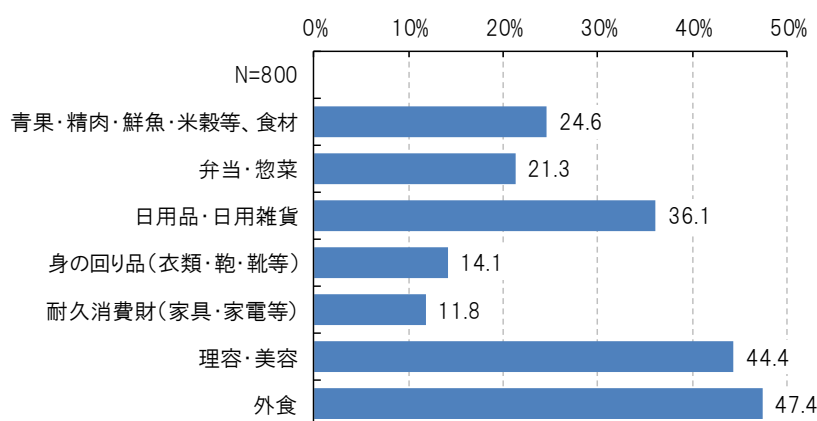


図 区内の商店街等の商店の利用<sup>10</sup>

出典:産業振興に関する意識調査(平成29年度)

<sup>10</sup> このグラフは、各商品・サービスについて、日頃買い物をする場所(サービスを利用する場所)や外食に出かける場所を上位3位まで選択する設問にて、「区内の商店街等の商店」の割合を抜粋し、再構成したものです。

### (3)目黒区の産業面でのイメージ

○産業の観点から、目黒区がどのようなまちになってほしいかとの設問では、「魅力的な商店・飲食店が多いまち」が62.0%で最も多く、ついで「徒歩圏内で生活必需品がそろう便利なまち」が60.5%で続きます。

○産業を通じて形成されるまちの姿として、買い物環境が充実したまちが求められていることが見て取れます。

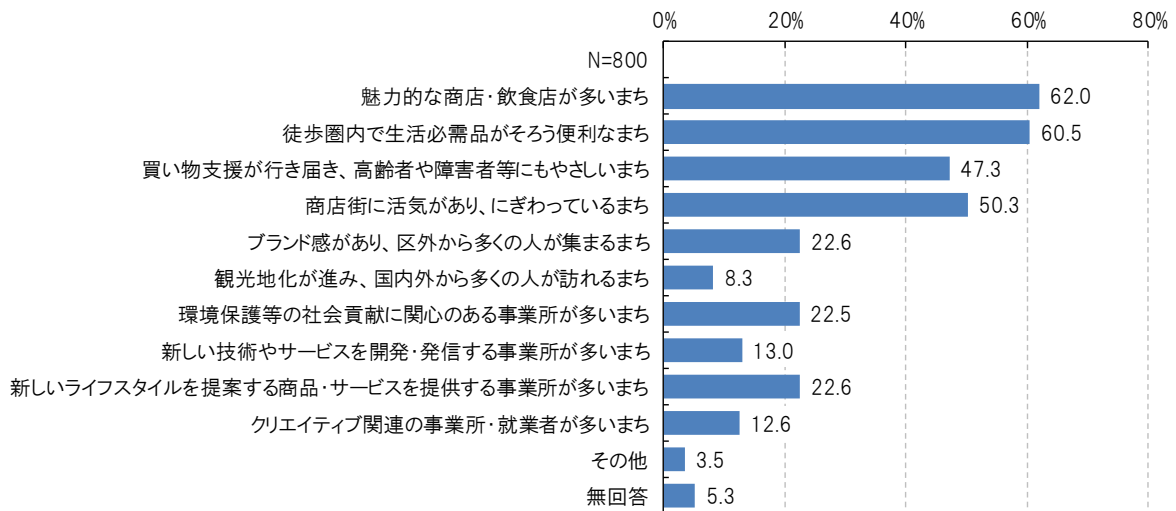


図 目黒区の産業面でのイメージ

出典：産業振興に関する意識調査(平成29年度)



目黒区商店街連合公式マスコットキャラクター「スマにゃん」

## 4 現状等から得られる目黒区の特徴

### 魅力的な商圈・商業集積

- 目黒区には多くの人から住みたいと思われる魅力があります。その魅力のひとつは、質の高い商店・飲食店や活気のある商店街の存在だと考えます。そして、品質やデザインのよさを重視する人々が多く住むことで生まれる魅力的な商圈も目黒区の特徴と言えます。
- 魅力的な商圈が魅力的な商業集積をかたちづくることで、さらに人々を引き寄せ、商圈としての魅力がより一層高まる好循環が生まれています。

### 活気のある商店街

- 区内には活気があり、多くの人々でにぎわう商店街が多数あります。特に、東急東横線沿線には各駅に商店街があり、住みたいと思われるまちの要因と考えられます。
- それらの商店街は、消費者だけでなく、出店を考える事業者にとっても魅力的です。質やデザインを重視する人が多いため、競争が激しく事業者の入れ替わりもありますが、空き店舗がほとんど発生しないほど出店する事業者が多いことも特徴です。

### 区内に根づく都市型製造業

- 区内の製造業においては、一定規模以上になると本社を区内に置き、生産拠点を区外に持っている状況も見られます。
- 創業後区内に根づく小規模な製造業者も存在します。それらの事業者は、中間部品を製造しているところが多く、試作品製作のために短納期・小ロットでの受注に対応できるなどの独自の強みを持っています。
- 区内事業者同士で技術を共有するような事例もあり、都市型製造業として根づいていると言えます。

### 大学の集積と産学連携

- 区内には東京大学、東京工業大学、産業能率大学、東京医療保健大学がキャンパスを構えています。また、平成31(2019)年4月には、東京音楽大学の新キャンパスが開校予定であり、大学が持つ学術研究の蓄積や優れた人材など、産業振興に活用可能な資源が多数あります。
- これまでも、産業振興の一環として製造業を中心とした産学連携が図られてきました。また、商店街でも長年、大学との連携・交流が行われてきており、各大学と連携し、産業振興を図ることができることは目黒区の強みと言えます。

## 5 これまでの取組状況と課題

### (1)目黒区産業振興ビジョン(平成27年改訂)

- 現行の目黒区産業振興ビジョンは、「～危機から創造へ～ 人を生かす産業創造のまち・めぐろ」を基本理念として、自治体としての緊急対応である「セーフティネットの充実」と、区の特性を活かした産業振興である「技術・知識の活用」「地域資源の活用」を基本戦略としています。
- それに基づいて次の5つの方針を示し、それぞれの方針に基づき施策を推進してきました。

### (2)方針ごとの取組状況と課題

#### 方針1. 地域産業の安定した発展

- 方針1では、地域産業の安定性の向上を目的として、事業経営に対するセーフティネットの充実や計画的な改善に向けた支援、人材面で就労支援や技術・技能の継承に対する支援を行ってきました。
- 融資あっせんや専門家の派遣、経営に関するセミナー等の事業を継続的に実施しています。引き続き企業経営の悪化防止のため継続的に取り組んでいく必要があります。
- ただし、専門家を派遣して支援を行う事業については、各事業者の課題や実情に応じて、より適切な支援策が必要と考えます。また、研修や経営改善のための支援については、事業者のニーズに沿った内容に見直すことも必要です。

#### 方針2. 市場・価値創造力の強化

- 方針2では、企業情報データベース構築や交流促進、産学交流、さらに起業支援などの事業を実施してきました。
- 産学交流については、ものづくりの事業者を中心として、区内大学との交流機会をつくり、双方の事業につながる人材・技術・知財等を活用した事業面での連携へ展開していく可能性が見えつつあります。
- 今後は商店街と大学の連携や、起業・創業期における大学の学術資源の活用など、幅広い連携を図っていく必要があります。

#### 方針3. 高付加価値型製造業の育成

- 方針3では、区内製造業に対して販路拡大や市場拡大の支援を行ってきており、今後も継続・充実していくことが求められています。
- 一方、技術開発や研究の支援については実績・成果が十分ではありません。これらについては事業者のニーズなども踏まえて、事業のあり方を見直す必要があります。



#### **方針4. 地域魅力の創造**

- 方針4では、まちの魅力向上のため、景観形成や観光振興と連携した取組を行ってきました。
- 特に商店街のイベントやPR、目黒川の桜を活かしたブランディングなど、ソフト面の取組は充実しており、継続的なブランディングとその強化に取り組んでいきます。
- ブランディングによる誘客が商店街や近隣の商店の利用につながるような取組を検討していく必要があります。

#### **方針5. 地域の核となる商店街の形成**

- 方針5では、商店街振興を目的として、イベント開催やPRなどのソフト面はもとより、環境整備などのハード面、さらには地域コミュニティに関わる事業についても取り組んできました。
- イベント開催や環境整備に関する助成は活用されており、今後も継続していくことが求められます。一方、助成した事業がその後の商店街利用につながっているかどうかを検証する必要があります。
- 商店における付加価値サービスや商品開発なども、十分には取り組めていません。独自のブランドを立ち上げるだけでなく、エコロジカルな取組や住環境の質を高めるような取組も含め、商店街の個性をアピールするための施策を検討していくことが必要です。
- 近年、外国人旅行客が増加していることを踏まえ、商店における多言語対応や公衆無線LANの整備など、インバウンド(訪日外国人)への対応も必要となっています。東京2020大会まではソフト面・ハード面での環境整備を促進させ、大会終了後もインバウンド需要を継続させていくことが求められています。