

目黒区産業振興ビジョン

平成 22 年 12 月

目 黒 区

は じ め に

平成13年に産業振興ビジョンを策定してから9年が経過し、計画期間の最終年度を迎えました。この間に経済のグローバル化、情報通信技術の高度化、少子高齢化は一層進み、さらに中国、インドなどの国々の産業が急成長したことによる生産拠点の海外移転など、区内中小企業への影響が当時よりも格段に大きくなってきています。さらにリーマンショック以降、世界中の金融機関で信用収縮の連鎖が起こり、生産の縮小、雇用情勢の悪化など急激な景気後退により、区内産業は一層厳しい経営環境におかれています。一方、エネルギーや環境技術の進展、電子マネーの普及、観光まちづくり面など新たな経済効果が期待される分野が生まれるなど、様々な面で区内産業を取り巻く環境も大きく変化してきています。

平成22年6月閣議決定された「中小企業憲章」においては、「中小企業は、社会の主役として地域社会と住民生活に貢献し、伝統技能や文化の継承に重要な機能を果たす。小規模企業の多くは家族経営形態を採り、地域社会の安定をもたらす。」と位置づけられており、目黒区においても同様に、地域社会に対する区内中小企業の貢献は目覚ましいものと認識しております。

平成22年3月 目黒区産業戦略会議から『目黒らしさを生かした新産業振興ビジョン策定に向けた提言』について提言をいただきました。これを受け、区において本区の中小企業振興基本条例を踏まえつつ、本提言の尊重を基本に検討を進め、このたび「目黒区産業振興ビジョン」を改定いたしました。今回のビジョンでは、「～危機から創造へ～ 人を生かす産業創造のまち・めぐろ」を基本理念に、2つの産業振興の基本戦略、5つの主要な産業振興施策を展開するにあたっての方針を定め、各種施策を掲げております。

この新しい産業振興ビジョンの実現には、区内事業者、区民、区が相互に連携協力して積極的に取り組んでいくことが必要です。また、将来の社会経済情勢の変化に応じた対応も重要となります。

改定にあたっては、区内産業関係団体などからなる「目黒区産業戦略会議」の設置やめぐろ区報、ホームページ、説明会の開催など広く区民の皆様にお知らせし、パブリックコメントを実施いたしました。ご協力いただいた皆様に改めてお礼申し上げます。いただいたご意見は、様々な角度から検討し、できる限り反映するように努めました。また今後、施策を具体的に進めるにあたって貴重な意見として参考にさせていただきます。

経済情勢の先行きは不透明であり、予断を許しませんが、区としても産業振興ビジョンに掲げる施策の実現を通して、目黒区の産業の活性化が図られ、地域社会のさらなる発展が図られるよう努めてまいりますので、みなさまのご協力をお願いいたします。

平成22年12月

目黒区長 青木 英二

目黒区産業振興ビジョン

もくじ

第1章 産業振興ビジョン改定の趣旨-----	1
1．社会経済の変化に対応した新たなビジョンの必要性	1
2．改定のねらい	6
第2章 目黒区の産業をめぐる課題-----	7
1．これまでの取り組み	7
2．目黒区の産業を取り巻く環境の変化	8
3．骨格となる課題の整理	14
第3章 産業振興の基本方針-----	15
1．産業振興ビジョン策定の意義と目的	15
2．目黒区の特性を生かした産業振興ビジョンの基本方針	16
第4章 主要な産業施策を展開するにあたっての方針-----	17
1．地域産業の安定した発展	17
2．市場・価値創造力の強化	18
3．高付加価値型製造業の育成	20
4．地域魅力の創造	21
5．地域の核となる商店街の形成	24
第5章 産業施策の展開-----	26
1．「地域産業の安定した発展」のための施策展開	26
2．「市場・価値創造力の強化」のための施策展開	29
3．「高付加価値型製造業の育成」のための施策展開	32
4．「地域魅力の創造」のための施策展開	33
5．「地域の核となる商店街の形成」のための施策展開	35
6．「施策毎の目標年度」	38
第6章 産業振興のための体制-----	41
1．産業ビジョンの推進	41
2．中小企業や商店街のサポーターの仕組み	41
3．各主体との連携	42
4．施策の進捗状況の管理	42

方針内容の文章表現(語尾の記述)について

「進めます/行います」.....取り組みを優先的に推進する場合に使います。

注:「 を進めます/行います」とするよりも、「実施します」「斡旋します」など直接的な表現が自然な場合は、そのまま表現します。

「努めます」.....目標達成に時間がかかるが、継続して取り組む場合に使います。

「検討します」.....取り組みを進めるため、今後内容を検討する場合に使います。

第1章 産業振興ビジョン改定の趣旨

1. 社会経済の変化に対応した新たなビジョンの必要性

- ・目黒区では、バブル崩壊後に続いた景気の長期低迷から脱し始める平成13年(2001年)に目黒区産業振興ビジョンを策定しました。そして、これに基づき施策を進めて参りましたが、策定から9年が経過し、策定当時と比べ目黒区産業を取り巻く社会経済環境は大きく変化してきました。
- ・ここでは、目黒区産業振興ビジョンが策定された平成13年頃から現在に至るまでの【これまで】と、現在以降の【これから】を比較し社会経済の変化を読み取り、新たなビジョンの必要性について述べます。

(1) 経済

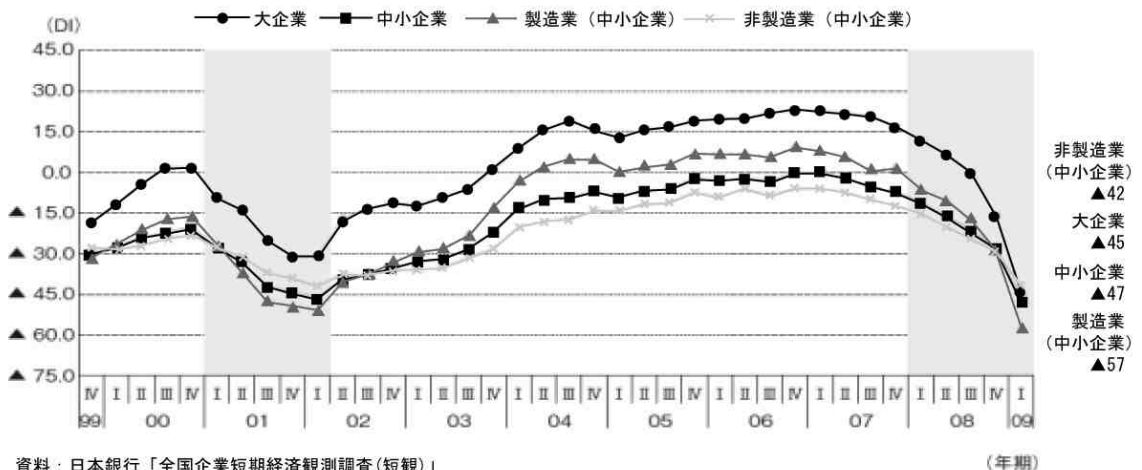
【これまで】

- ・経済のグローバル化が進み、中国やインドなどの国々の産業が急成長するなか、地球規模で生産拠点の同地域への移転が広まりつつあります。また我が国製造業の生産拠点の海外移転なども見られることから、中小製造業への影響も大きくなってきました。
- ・そして、原油・原材料の高騰や平成19年夏のサブプライムローン問題の発生により、景気が後退し始めました。特に平成20年秋のリーマンショック以降は、世界中の金融機関で信用収縮の連鎖がおり、我が国の経済も大打撃を受け、生産の縮小及び雇用情勢の悪化など短期間に急激な景気悪化を招きました。

【これから】

- ・現在、アジア新興国への大企業生産拠点の移転が再び加速し、産業の空洞化が進んでいます。少子化や成熟化による国内市場の縮小も懸念されます。世界金融危機は一応鎮静化しましたが、投機的金融活動の資金は温存されたままで、再燃の危険があります。その一方、地球環境問題解決のため低炭素社会の構築が世界共通の課題となり、いわゆるグリーン産業の発展が求められるなど、新産業も勃興しつつあります。以上のような大局的展望を踏まえつつ、地域経済や日々の変化にも気を配った経営感覚が必要となります。

我が国の企業業況判断の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査(短観)」

(注) 1. 調査対象は約10,000社。

2. 業況判断DIは、業況が「良い」と答えた企業の割合(%)から、「悪い」と答えた企業の割合(%)を引いたもの。

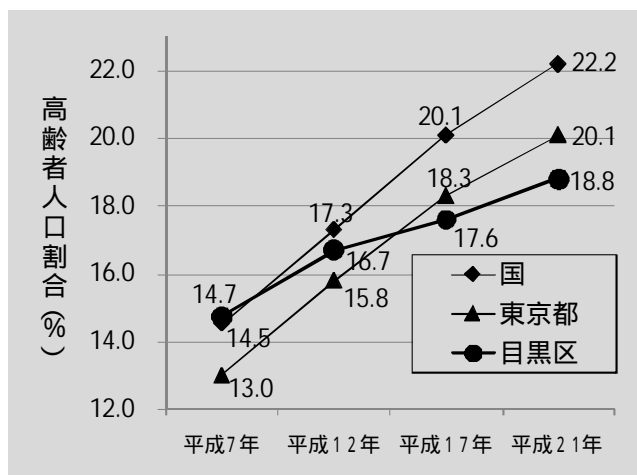
出所：中小企業白書(2009年版)

(2)人口

【これまで】

- 我が国の人口は、平成16年の1億3千万人をピークとして減少傾向に転じました。これによって少子高齢化社会に加え、人口減少社会への移行が始まりました。目黒区の人口は平成12年から17年の間は微増となりましたが、高齢者人口割合は16.7%から17.6%と増加しています。

65歳以上の高齢者人口割合の推移

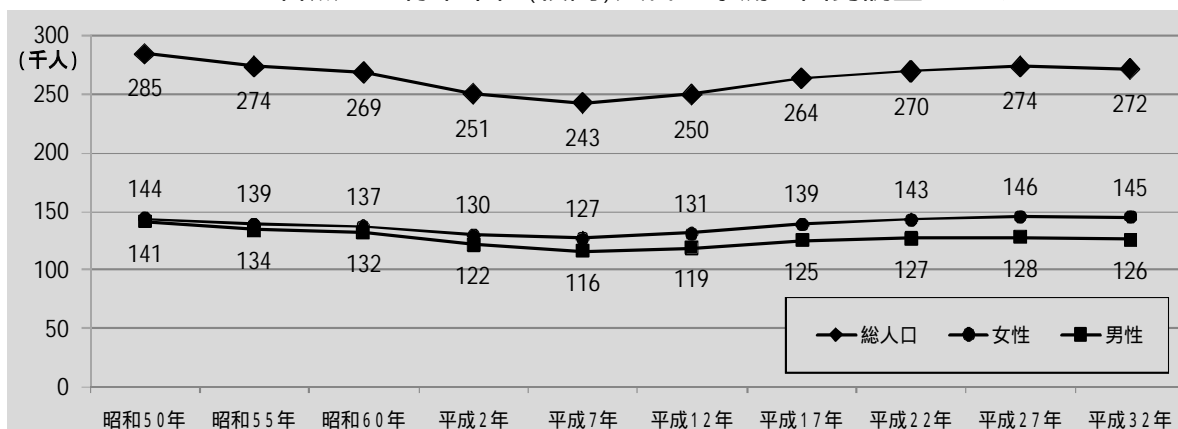


出所：国勢調査。ただし平成21年は住民基本台帳（3月現在）

【これから】

- 我が国は少子化により本格的な人口減少社会を迎えます。また、老年人口比率が高まる一方、生産年齢人口の減少が見込まれ、主要先進諸国の中でも際だった高齢社会に直面すると予測されています。このような中で目黒区の人口は、平成27～28年までは増加しますが、以後は減少していくことが見込まれています。

目黒区の将来常住人口(夜間)人口の予測 / 国勢調査ベース



注：表中の数値では、端数処理をしていないため男女別の合計が総人口と一致していない箇所があります
出所：目黒区基本計画(平成22年度～31年度)

- 人口減少社会では人が都市を選ぶ時代となることが予想され、総じて都市の魅力を高め交流人口を増やし、常住人口の維持に努める知恵と工夫が必要となります。また、職場から地域に生活の場が戻る団塊世代の多くは、地域経済やコミュニティ、文化などの振興に幅広く寄与することが期待されます。さらに、市場の成熟化などにより高付加価値のモノやサービスを提供していく必要があることと相まって、知識産業を生み出す空間や場面、機会の提供などが重要になるものと考えられます。
- また、少子高齢化による人口構造のひずみによって、地域コミュニティの維持困難、生産年齢人口の減少による産業の担い手不足など様々な課題が発生することが予想され、こうしたことに対応していく必要もあります。

(3) 中小製造業、小売・サービス業

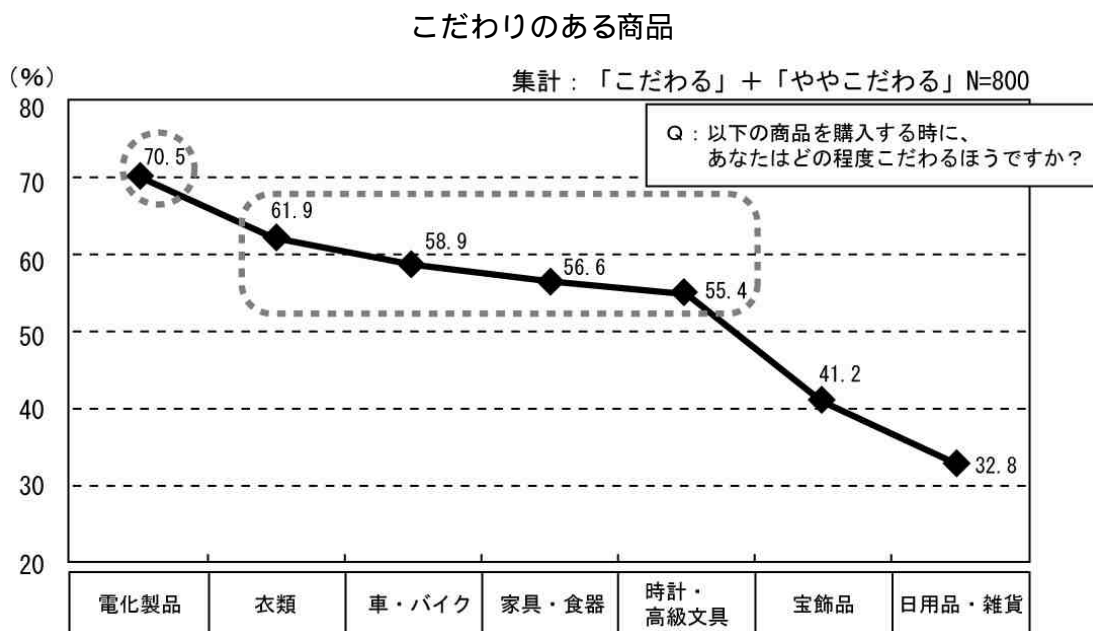
【これまで】

- ・中小製造業は従来、大企業に部品や設備を供給するサポーター・インダストリーという役割を担ってきましたが、大企業の生産拠点の東アジア地域などへの移転により、この役割による発展はもはや限界に直面しています。また、小売・サービス業においてはネット販売の進展や商店街の衰退、外食関係では市場規模の縮小などが見られました。

【これから】

- ・中小製造業は大企業に市場を頼ることなく、「自分の仕事は自分で創り出す」ことが求められます。その場合、精神的豊かさや生活の質の向上を重視するという成熟した社会においては、国民一人ひとりが多様な価値観の充足や質の高い暮らしを求める傾向が強くなり、製品の提供にあたっては、多様な選択肢に対してどのような付加価値をつけて売ることが重要になると考えます。
- ・小売・サービス業が集積する商店街においては、多様な地域生活者に対して、的確な商品やサービスの提供を基本としながらも、地域住民の需要に応じた、交流の場や憩いの場、ふれあいの場としての機能が期待され、従来の物品販売を中心とした商店街から、地域生活の核としての役割()が求められるようになるものと考えられます。

地域生活の核としての役割とは、商店街が周辺地域のコミュニティの物理的かつ機能的な場としての役割、つまりプラットフォームとしての役割という意味あいです。



出所：生活者の感性価値と価格プレミアムに関する意識調査（2006年／経済産業省）

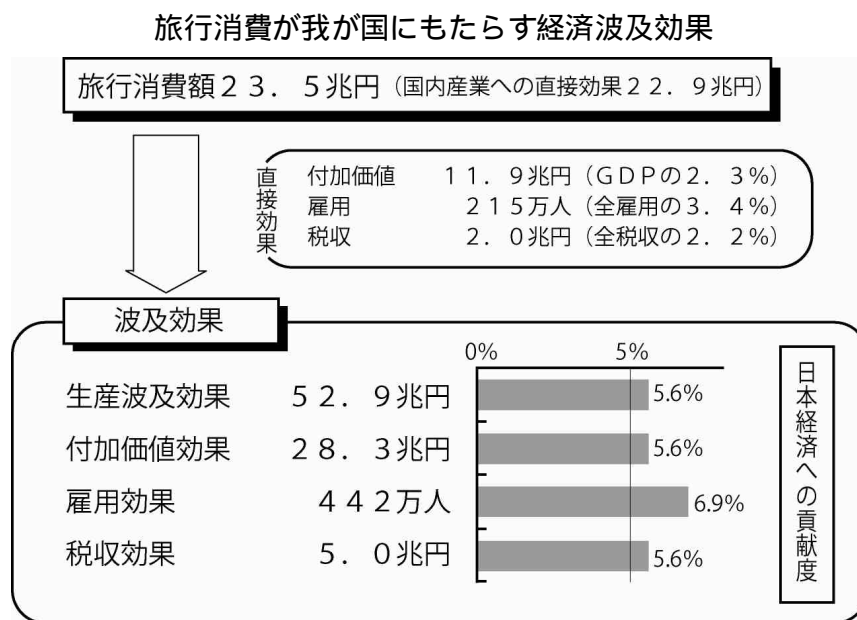
(4) 観光まちづくり

【これまで】

- ・国は平成15年(2003年)に観光立国行動計画を策定し、平成18年度には観光立国推進基本法の制定、平成20年度に観光庁を発足させ「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を理念とした観光振興への本格的取り組みが始まっています。美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に進めることが課題となってきました。

【これから】

- ・目黒区においては、平成17年3月に目黒区観光ビジョンを作成し、観光まちづくりに取り組んでいますが、「住んでよい、訪れてよい、おしゃれな街」というビジョンに示されるように都心に近く「緑豊かで文化的なまち」や「お洒落なまち」というイメージが定着しており、まち歩き観光のできる素材が多くあります。
- ・これらの街の素材や区の歴史や産業、文化に関わるあらゆる資源を活用して、区民が主体的に活動し、人々の交流により地域経済を振興し、住む人にも訪れる人にも魅力が感じられる、地域特性を生かした観光まちづくりを進めていくことが重要になるものと考えます。



出所：旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究 / 国土交通省 (平成19年3月)

(5) 環境

【これまで】

- ・日本は京都議定書に従い、温室効果ガスの総排出量を削減することになっていますが、基準年の平成2年から平成19年度にかけて、逆に約9%増加しており()、さらに平成32年までには25%という削減目標を示し、厳しい対応が求められています。

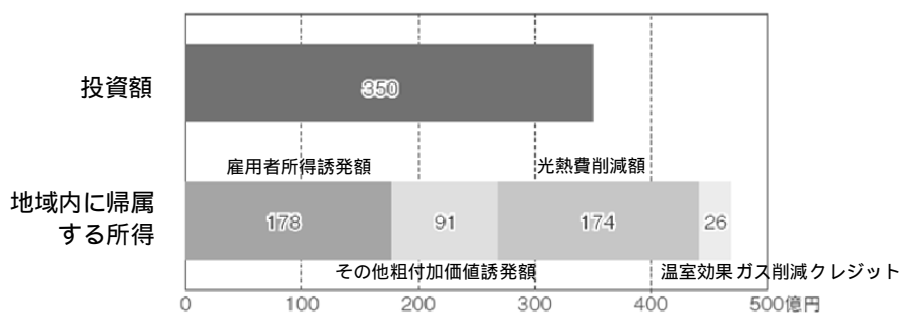
目黒区全域では、温室効果ガスの排出量が、基準年から平成17年度までに約12%増加し、国はもとより、23区全体の増加率(約10%)も上回る状況となっています。

- ・目黒区においては、地球温暖化対策推進法に基づき、平成21年4月に温室効果ガス排出削減を推進するための「目黒区地球温暖化対策推進実行計画」を策定し、事業者の一人として事務事業を行うことに伴う環境負荷の低減を推進しています。また、平成20年3月に「目黒区地球温暖化対策地域推進計画」を策定し、目黒区地域の温室効果ガスの排出削減に取り組んでいます。

【これから】

- ・東京都の大規模事業所に対するCO₂削減(平成22年度～)や、中小企業に対する環境減税の実施(平成21年度～)など、低炭素社会づくりが実施の段階に移行します。
- ・一方で、環境ビジネスの市場拡大が予想され、市場規模は平成12年の41兆円から平成19年は69兆円、雇用者数は同様に106万人から130万人と増えており、需要拡大する環境ビジネスへの対応が重要になるものと考えられます。また、環境省の試算によると、高知県を例に約3割の温室効果ガスの削減を行う場合(平成32年を想定)、投資額350億円に対して469億円の経済効果が見込まれ、地域内に帰属する所得として、投資額を大きく上回る額が発生するという結果となり、環境対策がもたらす経済効果への期待が高まります。

地球温暖化対策の地域経済への効果(高知県を例とした試算)



出所：環境白書(平成21年版)

2. 改定のねらい

・目黒区が今後、目黒区ならではの産業を創造し持続可能な都市として発展していくためには、社会状況の変化を踏まえつつ、区内産業の安定した発展とともに、区内にある様々な特性を生かした産業振興の展開が重要と考え、本ビジョンの改定のねらいとします。

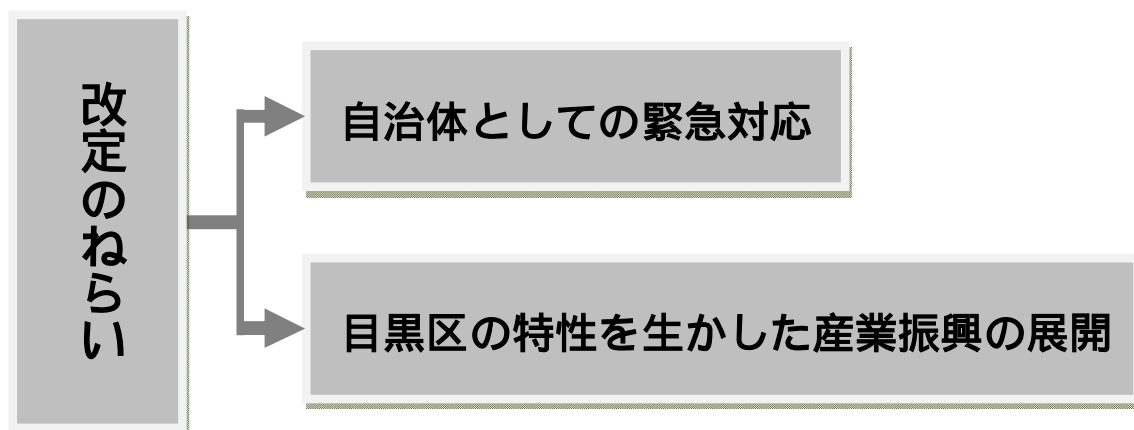
(1) 自治体としての緊急対応

・区内産業が、経済状況が急激に変化した場合でも、安定した経営が維持できるよう、自治体として素早い支援が可能となる体制を整備していきます。

(2) 目黒区の特性を生かした産業振興の展開

・産業振興の展開のためには、区内の資源を有効に生かすことが重要です。このため目黒区の各種の特性()を相互につなぎ、重なり合う効果を生み出していくこととします。

目黒区の産業関連の特性には、「ホワイトカラー層が多い」「資源になりうる人材が多い」「質の高い住環境に住む住民ニーズ」「地域の拠点となる魅力ある商店街」「自由が丘などお洒落な地域の存在」「ファッション関連産業の増加」などがあります。



第2章 目黒区の産業をめぐる課題

1. これまでの取り組み

- ・平成13年に策定した目黒区産業振興ビジョン以降の関連計画について、その骨子を以下に示します。
- ・目黒区産業振興ビジョンは、これらの計画を基本的に踏まえます。

(1) 目黒区産業振興ビジョン(平成13年3月策定)

- ・基本理念、基本目標、施策の項目を以下に示します。

【基本理念】目黒・ふれあいの中に産業が活気づくまち

【基本目標】経済活動：創造的な経済活動

人づくり：地域産業の担い手づくり

立地環境：地域産業を育てる環境づくり

【施策の項目】「商業・商店街振興策」「製造業振興策」「サービス業振興策」
「情報産業振興策」「建設業振興策」「農業振興策」

(2) 目黒区観光ビジョン(平成17年3月策定)

- ・目標、施策の体系を以下に示します。

【観光まちづくりの目標】人々の心を豊かにし、まちの活力を高める

【施策の体系】 1) 資源の活用と育成：「魅力の再発見」「魅力の機会づくり」

2) 環境の整備：「个性的で美しいまちづくり」「回遊まちづくり」
「もてなしマインドづくり」

3) 情報の受・発信：「情報の収集と発信」

(3) 目黒区商店街振興プラン(第2次)(平成19年3月策定)

- ・目標、基本方針を以下に示します。

【目標】いきいきと暮らし、ふれあいと楽しさが生まれる商店街づくり

【基本方針】 1) 安全と安心を維持し、快適な環境を創造・継続維持できる空間づくり

2) 地域資源を生かしたイベント活動など、地域密着型商店街づくり

3) 個々の生活者へのきめ細かなサービスを提供できる、顔の見える商店街づくり

4) 地域の人々に頼られる新たな地域サービスの実施

5) 若手の活力と発想を取り入れ、担い手を育てて行く機運の醸成と組織の体制づくり

2. 目黒区の産業を取り巻く環境の変化

・目黒区の産業を取り巻く環境を以下に示します。

(1)人口・世帯

・国勢調査による人口は増加傾向にありますが()、高齢者の増加が目立ちます。

最近年の人口の推移は、住民基本台帳によると、平成17年が246,458人、平成21年が253,176人(何れも4月1日現在)となっており、増加傾向にあります。

・出生率は全国的にも極めて低い状況にあります。世帯は、30歳代や40歳代の構成割合が高くなっています。

人口の推移

	平成12年	平成17年	H17/12
15歳未満	23,933人	23,992人	1.002
16～64歳	173,838人	178,396人	1.026
65歳以上	41,718人	46,361人	1.111
総人口	250,140人	264,064人	1.039

注：総人口には年齢不詳を含む

出所：各年 国勢調査

(2)職業

・目黒区の居住者では、専門的・技術的従業者、管理的従業者、事務従業者が東京都の平均よりも多く、いわゆるホワイトカラー層が多いことが特徴です

目黒区居住者の職業構成

職業	目黒区		東京都平均		構成比 の比較
	就業者数(人)	割合(%)	就業者数(人)	割合(%)	
専門的・技術的従業者	24,937	20.75	1,008,830	17.05	1.2
管理的従業者	5,818	4.84	184,230	3.11	1.6
事務従業者	32,484	27.03	1,438,445	24.32	1.1
販売従業者	20,797	17.30	990,195	16.74	1.0
サービス職従業者	13,345	11.10	638,914	10.80	1.0
保安職業従業者	2,220	1.85	88,932	1.50	1.2
農林漁業作業員	202	0.17	27,500	0.46	0.4
運輸通信従業者	1,882	1.57	174,088	2.94	0.5
生産工程・労務作業員	14,164	11.78	1,168,805	19.76	0.6
分類不能	4,348	3.62	195,594	3.31	1.1
計	120,197	100.00	5,915,533	100.00	

出所：平成17年 国勢調査

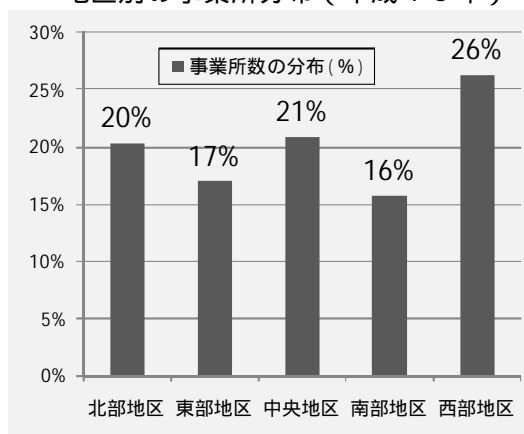
(3) 事業所数・従業員数

- ・平成18年における目黒区の事業所数は12,611事業所で、平成13年に比べ0.97倍、従業員数は130,228人で、同様に0.93倍となっており、減少傾向にあります。
- ・地区別では、事業所は西部地区、従業員数は北部地区が多くなっています。1事業所あたりの平均従業員数は、北部地区で約15人、東部地区で約16人、中央地区で約6人、南部地区で約7人、西部地区で約9人となっています。
- ・地区別の推移では、東部地区・中央地区・南部地区において減少がやや目立ちます。

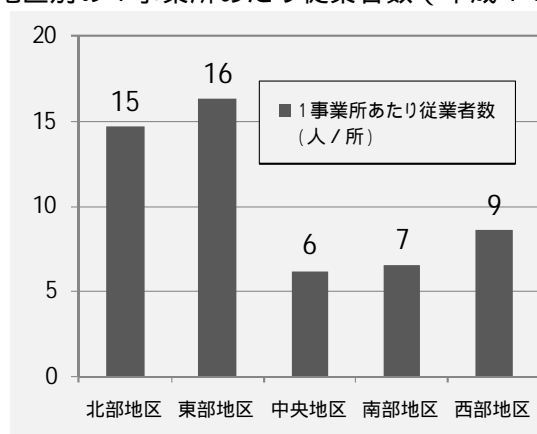
事業所数・従業員数の推移

事業所数（事業所）		
平成13年	平成18年	H18 / 13
12,992	12,611	0.97
従業員数（人）		
平成13年	平成18年	H18 / 13
139,936	130,228	0.93

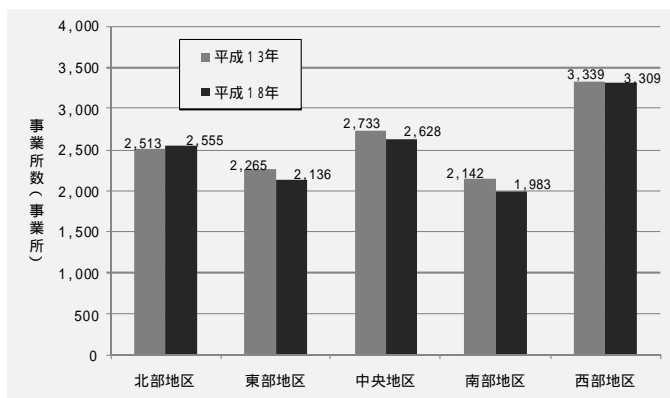
地区別の事業所分布（平成18年）



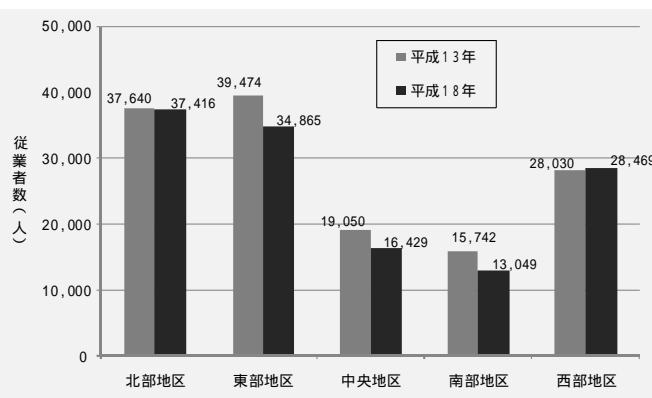
地区別の1事業所あたり従業員数（平成18年）



地区別の事業所数の推移



地区別の従業員数の推移

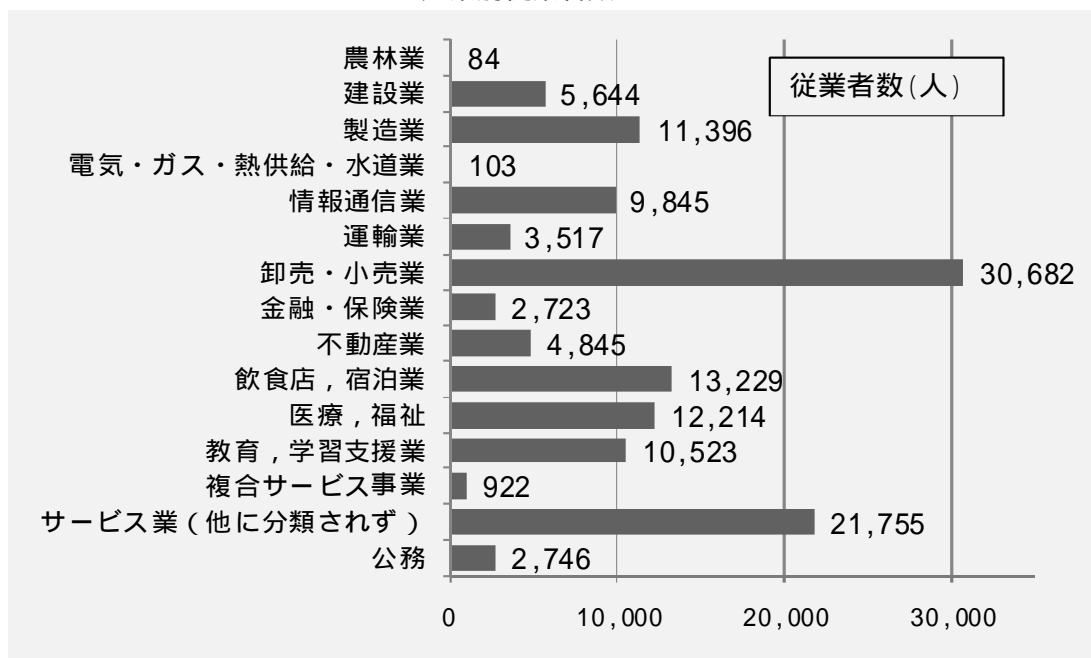


出所：各年 事業所・企業統計調査

(4) 産業別従業者数

- ・最も多い業種は卸売・小売業であり約30,700人(24%)、次いでサービス業が約21,800人(約17%)と続きます。
- ・近年の動向では、金融・保険業、建設業、製造業が著しく減少しており、これに対して、教育,学習支援業、医療,福祉が大きく増加しています。

産業別従業者数



出所：平成18年 事業所・企業統計調査

(5) 区内に多い特徴的な業種

- ・生活に比較的関連した業種や、ファッション関連の業種が多くなっています。
- ・大学のもつ先端技術を生かした企業が出現しています。

主な特徴的産業

職業	目黒区		東京都		構成比の比較
	従業者数(人)	割合(%)	従業者数(人)	割合(%)	
衣服・その他の繊維製品製造業	958	0.74	26,221	0.30	2.5
学術・開発研究機関	1,492	1.15	44,177	0.51	2.3
家具・じゅう器・機械器具小売業	2,167	1.66	67,504	0.78	2.1
自動車・自転車小売業	1,257	0.97	45,372	0.52	1.9
情報通信機械器具製造業	1,449	1.11	53,583	0.62	1.8
織物・衣服・身の回り品小売業	3,280	2.52	122,307	1.41	1.8
教育,学習支援業	10,523	8.08	405,225	4.66	1.7
全業種	130,228	100.00	8,704,870	100.00	-

出所：平成18年 事業所・企業統計調査

(6) 製造業

- ・製造業は事業所、従業者数ともに減少しています。
- ・製造品出荷額などの上位3位は、電気機械、食料品、金属製品です。
- ・製造部門は区外や地方に移転し、本社や営業部門のみの立地が多くなっています。

工業の推移（全事業所が対象）

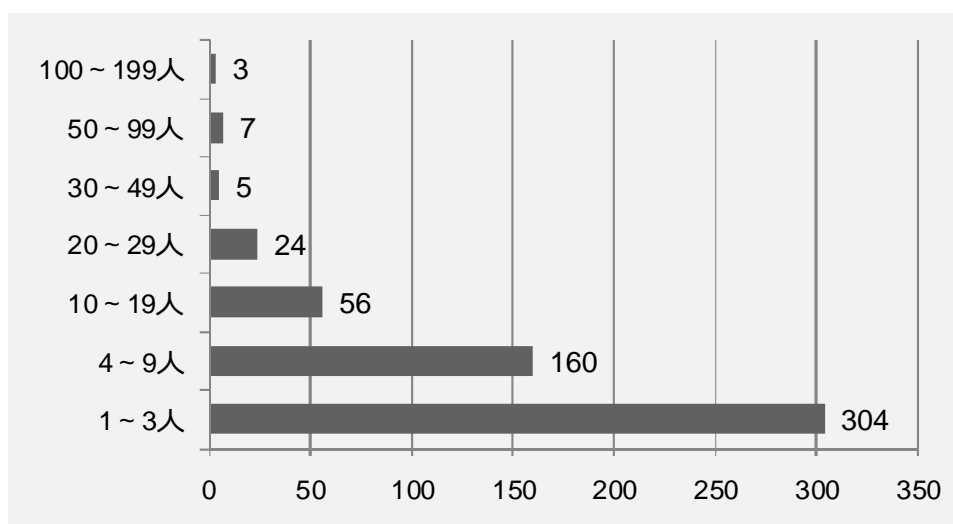
		平成12年	平成15年	平成17年	平成20年
事業所数（事業所）		858	645	559	459
出荷額（百万円）		110,757	77,722	68,391	69,224
従業者数	実数	6,824	4,861	4,043	3,917
	東京都に対する割合	1.21%	1.04%	0.94%	0.97%

出所：各年 工業統計調査

(7) 製造業の規模別事業所数

- ・製造業では事業所の従業者数が1～3人のものが54%を占め、これに4～9人を加えると全事業所数の83%を占め小規模な事業所が多いことが特徴です。

従業者規模別の事業所数



出所：平成17年 工業統計調査

(8) 小売業の推移

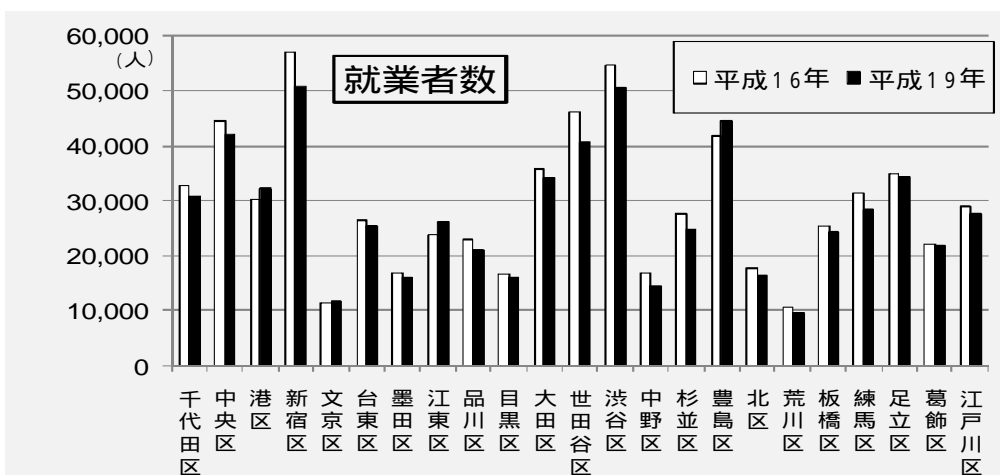
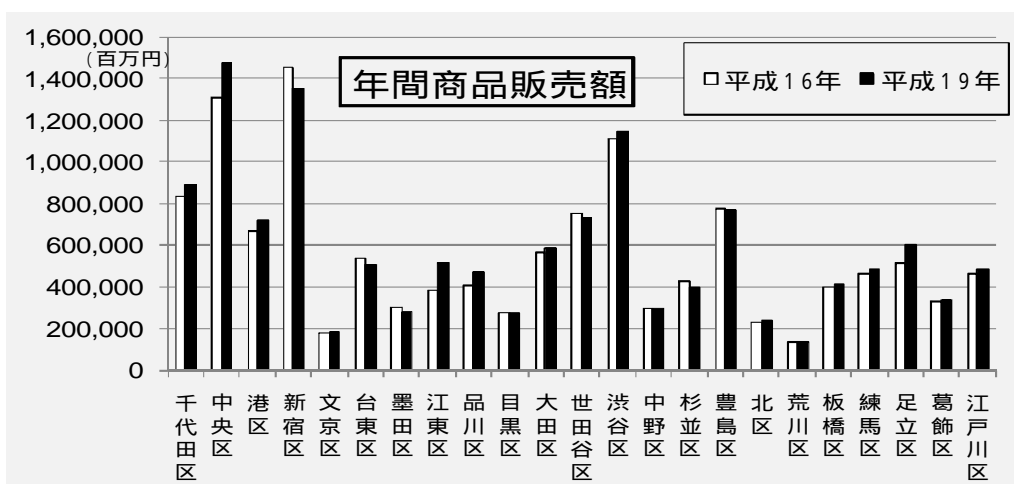
- ・小売業の販売額の傾向は微減傾向となっておりますが、近年になって東京都全体に比較し落ち込んでいます。
- ・個別の傾向では、家具・照明・インテリア店、ネット販売、飲食店・サービス業が増加し、一方で、電気店、果物店、文房具店が減少しています。

小売業の推移

項目	平成11年	平成14年	平成16年	平成19年
年間販売額(百万円)	286,267	282,630	275,798	272,567
東京都に対する割合(%)	1.64	1.69	1.64	1.58
従業者数(人)	15,698	15,705	15,732	15,438
売り場面積(m ²)	168,268	172,488	182,804	172,632

出所：各年 商業統計調査

小売業の23区比較(年間商品販売額、就業者数)



出所：各年 商業統計調査

(9) 観光まちづくり

- ・東京都観光産業振興プランでは区の役割として「地域特性を生かした魅力づくり」を挙げており、目黒区においては観光ビジョンのリーディングプロジェクトとして、「目黒さんま・たけのこスタンプラリー(平成17年度～)」、「目黒川さくらフェスタ(平成19年度～)」、「自由が丘スイーツフェスタ(平成20年度～)」など独自の観光まちづくりを進めてきました。

目黒川さくらフェスタ(平成21年)



3. 骨格となる課題の整理

・改定のねらい(第1章2)や、目黒区の産業を取り巻く環境の変化(第2章2)への対応を基本とした、骨格的な課題を以下のとおり整理します。

(1) セーフティネットの充実

【時代の変化への即応】

・2008年(平成20年)9月の米国のリーマンショック以来、未曾有の金融危機が極めて短期間に国境を越えて広がり、全世界の実体経済に悪影響を及ぼしました。急激な円高や株安は日本の企業業績や雇用環境を直撃し、個別企業の対応では限界に達しており、セーフティネットなどの社会システムの見直しと充実が課題です。

(2) 技術・知識の活用

【企業のもつ独自の技術の活用】

・企業同士の交流や大学のもつ知識との連携などにより、区内企業のもつ独自の技術を生かした目黒区ならではの製品(商品)やサービスの開発が望まれます。

【リタイア層などの知識の活用】

・平成21年には団塊世代はすべて60歳代となり、身近な地域において、知識・経験の豊かな労働力が多く発生することが見込まれます。これを上手に生かすことが課題です。また、社会的企業()も生かすことも課題です。

社会的課題の解決を目的として収益事業に取り組む事業体

(3) 地域資源の活用

【まち歩き観光の素材としての資源の活用】

・目黒区は、首都圏に住む多くの人々の「まち歩き観光」の対象となる可能性を秘めています。区内外の人々に目黒区でまち歩きを楽しんでもらうためには、地域資源の再認識と活用、観光まちづくりについての共通認識の確立、ソフト・ハード両面からの環境整備、情報提供の充実や交流活動の推進、人材育成などが課題です。

【お洒落な地域の魅力づくり】

・「自由が丘」や「目黒川沿川」、「目黒通り沿道」などは、お洒落な地域としてのイメージが定着しており、新規企業やチャレンジショップなどの立地が進んでいます。このため、こうした地域においては、企業の立地環境を高め、また区内外からの来訪を促す魅力づくりが課題です。また、新しい名所や地域の創出のための仕掛けづくりが課題です。

【地域の核としての商店街づくり】

・商店街は単に買い物場としてではなく、地域生活の核(プラットフォーム)としての役割が求められ、後継者の育成、地域住民や消費者と商店街の交流、専門的な特色づくりや魅力づくりなどが課題です。