

## 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等、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

#### (3)目黒区観光ビジョン（平成27年3月改定）

- ・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：「魅力の機会づくり」「さまざまな分野との連携推進」

2) 環境の整備：「个性的で美しいまちづくり」「回遊しやすいまちづくり」「お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」

## 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

- ・住民基本台帳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。
- ・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。

表1 人口の推移

	平成17年	平成22年	平成27年	27年/22年
15歳未満	24,527人	25,564人	28,329人	1.108
16～64歳	177,975人	178,979人	187,524人	1.048
65歳以上	44,024人	48,364人	53,929人	1.115
総人口	254,535人	260,430人	269,782人	1.036

注：平成17年及び平成22年の各年齢層別人口（網かけ部分）には、外国人登録者が含まれていません。

出所：住民基本台帳（各年3月1日現在）

### (2)職業

- ・目黒区の居住者では、管理的職業従事者、専門的・技術的職業従事者等が東京都の平均よりも多く、農林漁業従事者、輸送・機械運転従事者等が東京都の平均よりも少ないことが特徴です

表2 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（％）	
管理的職業従事者	5,155	4.29	182,080	3.03	1.4
専門的・技術的職業従事者	24,220	20.14	1,041,750	17.33	1.2
事務従事者	27,376	22.76	1,317,846	21.92	1.0
販売従事者	16,090	13.38	839,563	13.96	1.0
サービス職業従事者	11,477	9.54	645,970	10.74	0.9
保安職業従事者	1,835	1.53	89,697	1.49	1.0
農林漁業従事者	177	0.15	23,184	0.39	0.4
生産工程従事者	5,020	4.17	435,559	7.24	0.6
輸送・機械運転従事者	1,372	1.14	154,498	2.57	0.4
建設・採掘従事者	1,642	1.37	176,185	2.93	0.5
運搬・清掃・包装等従事者	3,608	2.99	298,090	4.96	0.6
分類不能の職業	22,296	18.54	808,114	13.44	1.4
計	120,268	100.00	6,012,536	100.00	

出所：平成22年 国勢調査

### (3)事業所数・従業者数

- ・平成24年における目黒区の事業所数は10,955事業所で、平成18年に比べ0.89倍、従業者数は128,007人で、平成18年に比べ1.05倍となっています。
- ・平成24年における地区別の事業所分布では、西部地区が最も多く、1事業所あたりの従業者数は、北部地区が約18人と最も多くなっています。
- ・平成18年との比較では、北部地区・西部地区で従業者数が増加しています。

表3 事業所数・従業者数の推移

事業所数（事業所）		
平成18年	平成24年	24年/18年
12,319	10,955	0.89
従業者数（人）		
平成18年	平成24年	24年/18年
122,248	128,007	1.05

図5 地区別の事業所分布（平成24年）

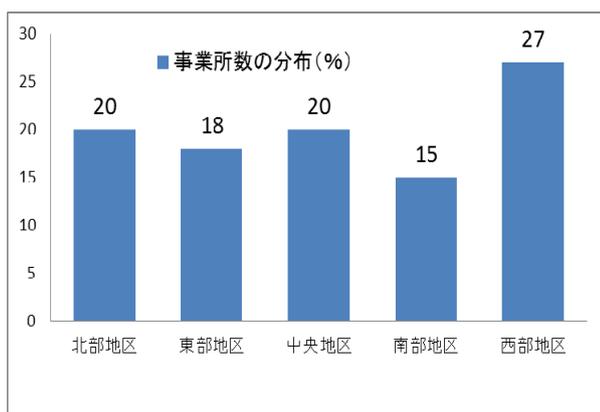


図6 地区別の1事業所あたり従業者数（平成24年）

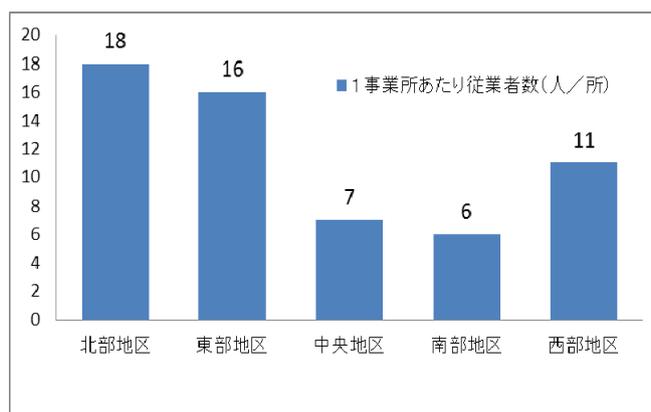


図7 地区別の事業所数の推移

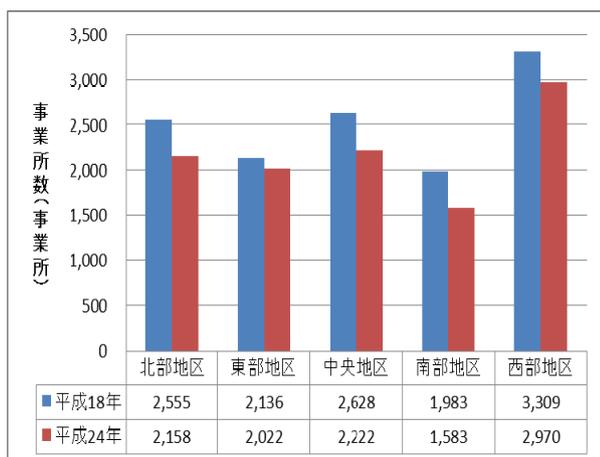
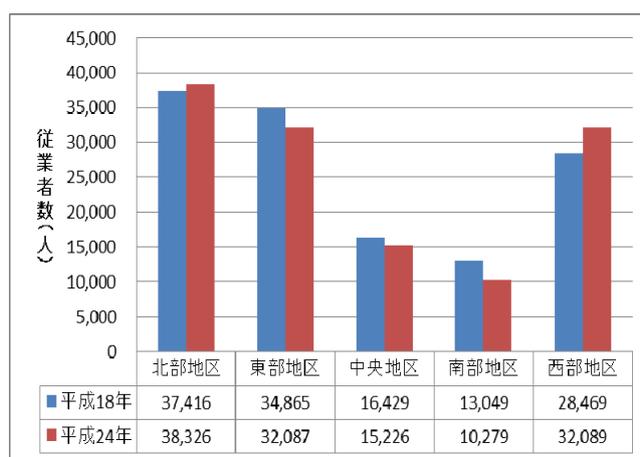


図8 地区別の従業者数の推移



※表3の平成18年の事業所数・従業員数は、平成24年調査の事業対象範囲に合致させて比較しています。図7・図8の平成18年の各データは、基礎データが官公庁等を含めているため、官公庁等を除いた平成24年の各データとの比較では参考値となります。

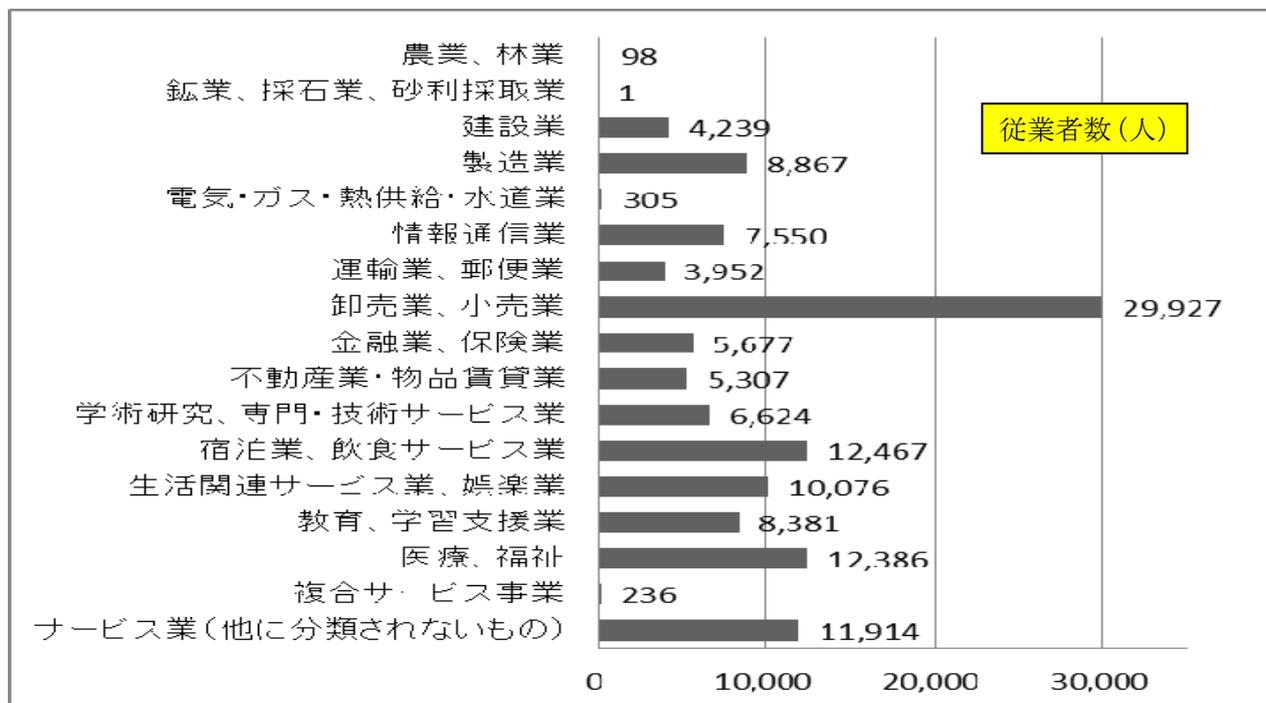
出所：平成18年 事業所・企業統計調査

平成24年 経済センサス活動調査

#### (4)産業別従業者数

- ・最も多い業種は卸売業・小売業であり、29,927人(23.4%)と、他の業種と比較し抜き出ています。
- ・近年の動向では、建設業、製造業、情報通信業、教育、学習支援業等が減少しており、これに対して、金融業、保険業等が増加しています。

図9 産業別従業者数



出所：平成24年 経済センサスー活動調査

#### (5)区内に多い特徴的な業種

- ・生活に比較的関連した業種が多くなっているのが特徴です。

表4 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(%)	
銀行業	4,161	3.25	113,752	1.31	2.5
娯楽業	4,031	3.15	132,470	1.53	2.1
機械器具小売業	2,004	1.57	75,689	0.87	1.8
学校教育	5,062	3.95	191,138	2.21	1.8
繊維・衣服等卸売業	2,346	1.83	96,120	1.11	1.7
洗濯・理容・美容・浴場業	3,530	2.76	141,300	1.63	1.7
教育(学校教育を除く)、学習支援業	3,319	2.59	131,193	1.52	1.7
食料品製造業	1,568	1.22	67,339	0.78	1.6
医療業	8,198	6.40	381,143	4.40	1.5
全業種	128,007	100.00	8,655,267	100.00	—

出所：平成24年 経済センサスー活動調査

## (6) 製造業

- ・製造業は、事業所数が減少していますが、従業者数は、近年ほぼ横ばいです。
- ・製造品出荷額などの上位3位は、電子・デバイス、食料品、生産用機械です。

表5 工業の推移

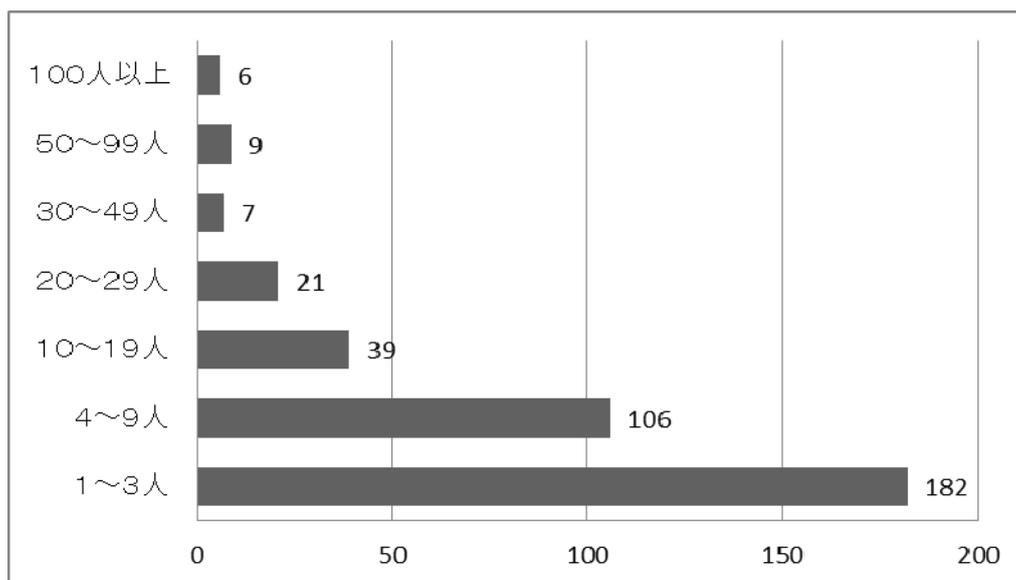
		平成15年	平成17年	平成20年	平成23年
事業所数（事業所）		645	559	459	370
出荷額（百万円）		77,732	68,391	69,224	64,936
従業者数	実数	4,861	4,043	3,917	3,914
	東京都に対する割合	1.04%	0.94%	0.97%	1.09%

出所：平成15年、17年、20年 工業統計調査  
平成24年 経済センサスー活動調査

## (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49%を占め、これに4～9人を加えると全事業所数の78%を占め小規模な事業所が多いことが特徴です。

図10 従業者規模別の事業所数（平成23年）



出所：平成24年 経済センサスー活動調査

## (8)小売業の推移

- ・小売業の販売額及び従業者数が減少しています。
- ・個別の傾向では、医薬品・化粧品小売業等が増加し、一方で、婦人・子供服小売業、自転車小売業、書籍・文房具小売業、スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業等が減少しています。

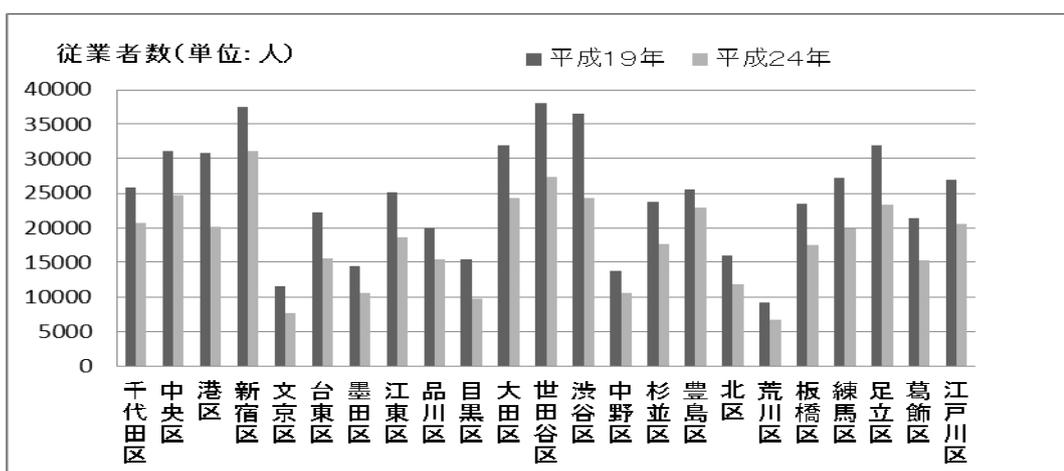
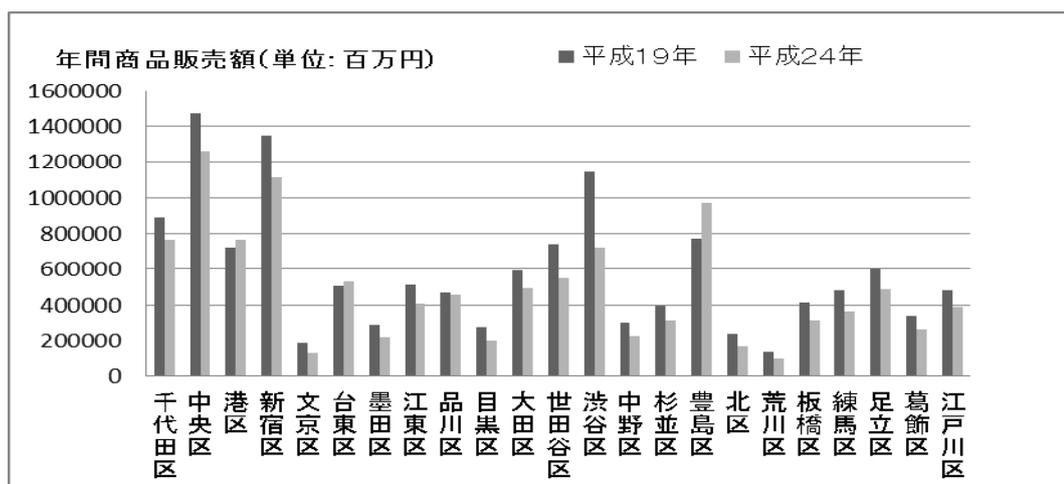
表6 小売業の推移

項目	平成14年	平成16年	平成19年	平成24年
年間販売額(百万円)	282,630	275,798	272,567	203,560
東京都に対する割合(%)	1.69	1.64	1.58	1.41
従業者数(人)	15,705	15,732	15,438	9,764
売り場面積(m <sup>2</sup> )	172,488	182,804	172,632	127,930

出所：平成14年、16年、19年 商業統計調査

平成24年 経済センサスー活動調査

図11 小売業の23区比較(年間商品販売額、従業者数)



出所：平成19年 商業統計調査

平成24年 経済センサスー活動調査

---

### 3. 骨格となる課題の整理

- ・本ビジョンのねらい(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

##### 【経営環境の変化への即応】

- ・平成25年以後の国の経済政策の効果より、我が国は概ね緩やかな回復基調にありますが、内需を中心とする一部の中小企業においては、消費税の増税や円安の進行が収益の減少をもたらし、経営環境の悪化をもたらしています。企業の実情に応じた、セーフティネットなどの社会システムの確保が課題です。

#### (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】

- ・企業等をリタイア(定年退職等)した知識・経験の豊かな方々(以下、とりまとめる形で「知識層・リタイア層」と表現する場合があります。)が、身近な地域において多く活躍していくことが見込まれています。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

##### 【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。

##### 【地域の核としての商店街づくり】

- ・商店街は単に買い物の場としてではなく、地域の核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。