

すぎなみ産

vol.2
2018

平成30年10月発行

自然と調和させる、
アイデア第一の造園

スウィーツの魅力を引き立てる
パッケージ作りに情熱をかける
親子二代にわたり、
食の安全を追い求めて

世界のトップシシヤンが絶賛する
made in Suginamiのティンム

多様性に富んだ 杉並の仕事

発見! 住んでる街のこんな会社

キーワードでつながる杉並のすごいこと「貫」

もっと知りたいすぎなみのこと

すぎなみオススメ食堂



世界で鼓動する "Made in Suginami"のビート

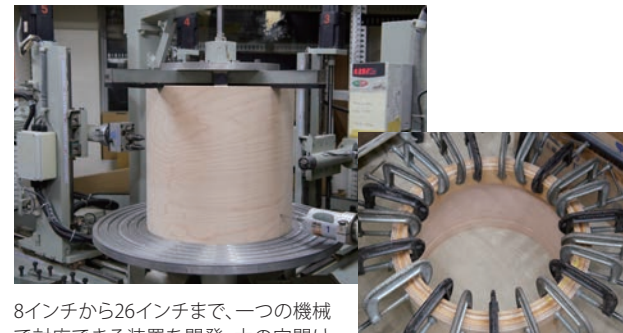
国内外の多彩なジャンルの音楽家が愛用するドラムメーカー「株式会社カノウプス」杉並区の南西に位置する高井戸に、世界の著名なミュージシャンから絶賛されるドラムを作っているカノウプスという会社がある。それだけでも驚きの事実だが、さらに同社は、中学校や高校の吹奏楽部とも深い関わりがあり、小柄な部員でも扱いやすいマーチングバスドラムまで独自開発している。カノウプスはいったいどのような思いで、多種多様なドラムを世の中に送り出しているのだろうか？



社内に製造機械一式を揃える。機械作業と手作業とを組み合わせながら、丁寧に仕上げていく。



切り株からくり抜く「単板くり抜き胴」。強度を高める球面のアールが特徴で芯の太い音を持つ。



8インチから26インチまで、一つの機械で対応できる装置を開発。木の穴開けの際に生じるバリが出ないように、モーターの刃先もオリジナルのもの。

激しい音の中でも埋もれない「ロックのドラム」として発表したTYPE R、あえて社名ロゴでなく、目を引くように「R」を大きくデザイン。

ドラム製品以外にギターアンプも作る。写真はザ・ベンチャーズのドン・ウィルソン シグネチャーアンプ。ドンの満足できる音を極限まで追求した。



ビンテージドラムの販売店という顔も持つ。長年にわたり、海外に買い付けに行っていることもあり、コレクションは日本随一と言われる。



社名の由来は南半球に輝く同名の星にまつわる言い伝え。「ドラマーに幸福をもたらす希有で長寿のメーカー」との願いから。



企業情報

- 会社名: 株式会社カノウプス
- 所在地: 〒168-0072 杉並区高井戸東2-3-16
- 代表取締役社長: 碓田信一
- 設立: 1981 (昭和56) 年
- オリジナルドラムの製作・販売、輸入楽器の販売
- TEL.03-5336-7960 FAX.03-3247-0308
- <http://canopusdrums.com/>



国内外のプロから学校の吹奏楽部まで高い支持を集める 杉並のドラムメーカー

現在、バンドを組んでいたり、過去にその経験があったりする人は、カノウプスのドラムについてすでに認識があるかもしれない。だが、一般的にはあまり知られていないのが実情だろう。実は、同社が作るドラムは様々な方面で高い人気を博している。



左から鈴木隆司さん、松村史明さん、長谷川直也さん。

バンドで一つの曲を演奏することには、スポーツとは異なる感覚のチームプレイが求められる。音楽のジャンルやプレイの巧拙、キャリアを問わず、それはバンドを組んだことがある人なら、誰も感じることはないだろうか？

そして、バンドの要となっているのがドラムだ。ドラマーが握るスティックから叩き出されたリズムにベースがシンクロし、それにギターが絡みついたうえで、ボーカルが歌を被せて一体となり、一つの曲となっていく。

世界の著名なミュージシャンが愛用

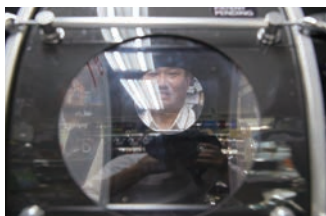
数人編成のロックやジャズのバンドはもちろん、ブラスバンドのような規模に達しても、ドラムが果たす役割に変わりはない。こうして、つねに演奏の要となる重要な楽器を作っているのがカノウプスだ。率直に言えば、ドラムの大手メーカーと比べて会社の規模が小さく、一般的には知名度も高くない。だが、まさに知る人ぞ知る存在で、国内はもちろん、海外の著名なミュージシャンに愛用されている。

30%も軽量化したマーチングバスドラム

一方、カノウプスはプロのミュージシャンのみならず、中学校や高校の吹奏楽部などにも深く関わっている。

「学校で使用している楽器の修理も広く承っていますし、実は最近、穴の空いたマーチングバスドラムを当社で開発して、特許を申請しているところです。小柄な女の子が重そうに背負っているのを見て、もっと軽量で前方や足元をしっかりと見渡せるような設計にしました」

こう語るのは、カノウプス代表取締役の碓田信一さんだ。穴の空いたマーチングバスドラムという言葉に首を傾げた読者もいるだろうが、右の写真を見れば納得できるはずだ。



マーチング用のバスドラムは、大きく太い音が求められることも多く、サイズを小さくすることが難しい。これは大きなサイズのまま軽く、見通しが効くように開発されている。



社員に聞きました

社員の顔は、会社の顔。実際に働いている方に、働き方や仕事のやりがいなどを聞いてみました。



御社の良いところって何ですか？

営業部部长
松村 史明さん

——仕事で大事にしていることを教えてください。

営業として一番大事にしているのは、会社のポリシーをどうお客様に伝えるか。当社のポリシーは製品に現れていますし、直接見せるに勝るものはありません。全国を、常に物を持って回っています。スネア(小太鼓)を3つ持って歩くこともあります。

——実物をお客様にお見せするのですか。

はい。叩いた音の違いを感じてもらっています。また、お客様は何に困り、どんなものがほしいのか。できる限り聴き取ります。その声は、週に一回、社長と企画開発と営業とで行う社内会議で伝え、そこから開発が進むこともありますよ。

——例えば、どんなものがありましたか。

お客様には「マイクを通さない生音にこだわるコンセプトなら、吹奏楽はマッチするよ」と言われていました。吹奏楽のコンクールなどではマイクを使わず生音で勝負するからです。そこで、社長にお願いして、3年前から新たに吹奏楽の分野にも参入しました。

新たな分野へも挑戦

——苦労はありませんでしたか。

やはり、すぐに入り込むのは難しい。浸透している他社もありますから。参入していくにあたって、まずは、吹奏楽の打楽器奏者に実際に叩いてもらったり、全国に流通展開する商社へ相談したりしました。その中で、打楽器奏者の方に

スネアは、吹奏楽部は立って叩くこと(立奏)が多いが、軽音楽部では座って叩く(座奏)。業界ではそれぞれに合わせて作られていたスタンドを、立奏・座奏兼用として業界に先駆けて開発した。



座奏状態

立奏状態

ペダルに取り付けるだけで、スピーディーなフットワークを助けてくれるペアリングも。他社製品にも付けて効果が得られる。



見た目も楽器のチョイスでは重要な要素。メタリックのカラーリングなど、色味だけでなく光沢なども直接見せることで伝わる。

「良い音ね」と言ってもらったり、流通を協力してもらって取引先ができて、営業できるようになりました。

——結果はいかがでしたか。

始めた当初、吹奏楽の楽器を展開している方に話を聞くと、誰からも「最初から売上があがるなんて思わないほうがいい」と言われました。後発として覚悟していましたが、実際は初年度から売れてくれました。最初は3種類だったラインナップも、今では7種類に増えましたね。

商品が語ってくれるもの

——新たな分野にも広がっているのですか。

消耗品と考えられるようなものでも「チューンアップパーツです」と提案しています。スネアの裏側に張るスネアワイヤー(響き線。スナッピー)も、切れたから交換するのではなく、音を変えるパーツとして交換してもらおう。カノウプスのスネア以外にも使え、安くて手出しやすい。そういうところから、少しずつ広がっていきました。

——小さなものから、きっかけが出てくるのですか。

いろいろなきっかけがあると感じています。吹奏楽の大太鼓は官公庁でも採用されています。これは、問合せいただいた方が、もともと当社のドラムセットのユーザーで、好きでいてくれたことがきっかけとなりました。そこから関係省庁に広がり、採用されています。やはり、商品が語ってくれていると思います。

■カノウプスの歩み

- 1976(昭和51)年 有限会社カノウプス設立
- 1981(昭和56)年 株式会社カノウプスに変更
- 1997(平成 9)年 カノウプスカスタムドラムセット発売開始
R.F.M.(レインフォースメントメイブル) SERIES発表
- 1999(平成11)年 カノウプスカスタムドラムセットを欧米に輸出開始
- 2003(平成15)年 現所在地に移転
- 2015(平成27)年 CONCERT SERIES発表
- 2017(平成29)年 TYPE R SERIES発表

自分たちが求めている音にこだわり、 一切の妥協を許さない製品作り

創業当初のカノウプスは、ドラムの製造には関わっていなかったとか。どのような経緯で手がけるようになり、どういった製品を追求しているのか？カノウプス独自の取り組みやこだわりについてクローズアップ

カノウプスがカスタムドラムセットの販売を始めたのは1981(昭和56)年のことだ。米国ではロナルド・レーガンが第40代大統領に就任し、日本ではピンク・レディーというアイドルが解散した年に当たる。1977(昭和52)年に総合楽器店として創業したものの、好立地の大手チェーンに顧客を奪われた。そこで、米国においてカテゴリーキラー(特定分野に的を絞って強みを発揮する小売業)が台頭してきたのに目をつけ、ドラム専門店に方向転換を図った。

「ドラムに的を絞ったのは、もともと僕がドラマーだったことも関係しています。学生時代から結構な売れっ子で、香港や台湾にも演奏ツアーに出かけていましたよ」(碓田さん)

オリジナルのドラムを作れば横取りされない

とある海外メーカーの販売代理店として地道な努力で次第に売上を伸ばしていったところ、今度はそのことに目をつけた大手にライセンス(代理店契約)は奪われてしまった。途方に暮れた碓田さんだったが、ある新聞記事が新たな挑戦のヒントを授けてくれたという。

「カバンの業界団体の会長を務める人物のインタビュー記事で、彼はもともと有名ブランドバッグを輸入販売していましたが、大手に横取りされて自殺さえ考えたとか。だけど、『オリジナルを作れば他人に盗られない』と思って再起し、業界団体の会長にまで上りつめたのです」(碓田さん)

つまり、碓田さんもカノウプスのブランドでオリジナル

のドラムを創り出そうと考えたわけだ。

「僕はドラマーとして、ドラムの生音とレコーディング後の音とにギャップがあることに違和感を覚えていました。レコーディング後はイコライジング(低・中・高音域のバランス調整)が行われているので当然なのですが、生音でもそれと同じ響きを実現させたかった」(碓田さん)

カノウプスのドラムには、アップルやナイキの製品作りに相通ずるものがある。かつて日本のメーカーの多くはすべてを自前で製造することにこだわってきたが、アウトソーシング(外部調達)を効率的に活用しながら、自社が最も力を入れるべきポイントに経営資源を集中させているのだ。

「1本のネジまで自前にこだわることよりも、ドラムが発する音を追求することに時間と手間を費やすべきだというのが当社の考えです。だから、材料は基本的に外部から調達しますが、そのチェックは非常に厳しく、厳格に定めた基準を満たしているものしか使用しません」(碓田さん)

加工機械や輸送の梱包材にまでこだわる

一方で、ひたすら音をブラッシュアップさせていくために、自社で手がける加工は極めて微細なレベルまで妥協しない。「誤差100分の1の精度を達成する加工機械も自社開発したものです」と鈴木さんは胸を張る。しかも、カノウプスは製造後の物流にまで独自の取り組みを行っている。

「海外に輸出する際、ドラムは容積が大きくて運賃が高つくので、物流会社に値下げ交渉を行いつつ、ドラムの中に詰める梱包材を独自開発しました。『もっとコンパクトに梱包できるアイデアを出せ!』と鈴木に命じたら、期待に応えて容積を半分にしてくれましたね(笑)。通常、米国にドラム1セットを送ると5~6万円はかかりますが、当社の梱包材なら2万5000円で済みます。世界特許を取り、競合他社にもその梱包材の使用を提案するつもりです」(碓田さん)

話は戻るが、自社製品の開発当初は無名だったので、碓田さんは英語もロクに話せぬまま単身渡米し、現地の楽器店に売り込んだ。あまりにも頻りに顔を出し、店主は熱意に圧倒されたい。彼に関するエピソードは尽きないが、その結晶体がカノウプスと自社製品だ。杉並にこれほどユニークで情熱的な会社があることを、区民は誇りに思っ

今もドラムを叩いている碓田信一さん

際限のない追究 カノウプスが広げる音と縁

プロもアマチュアも扱いやすい楽器を杉並から送り出しているカノウプス。尽きない探求心がユーザビリティの高さを生んでいく。

環状八号線を高井戸駅から南に7分歩けばカノウプスの本社が見える。

本社機能とともに、ドラムショップがあり、ドラムスクール用のスタジオがあり、製造現場がある。

杉並から世界へ、世界から杉並へ

ここはかつて、碓田さんが車を走らせながら「いつかこんなところで仕事ができたらな」と思っていた場所だった。今やカノウプスはアメリカ、イギリス、ドイツにショールームを置くが、プロアマ問わず多くのドラマーが海外からも杉並の本社に足を運んでくる。「スティービー・ワンダーも気に入って使ってくれていますよ」と碓田さんは話す。

海外事業の担当には84歳の社員もいる。能力があれば年齢は関係がない。会社で一番若い社員は23歳。幅広い年齢層のスタッフが仕事をしている。

地元との縁も大事にしながら

世界のミュージシャンと付き合い、一方で杉並区という地元根差す。杉並区の児童青少年センター「ゆう杉並」で行われるイベントへも積極的に協力し、2018(平成30)年の夏は近隣の高校を中心に高校1年生がライブ演奏を行う



「SUGINAMI FRESH SHOW!」へも出展した。

本社にしても、通りから全面的ガラスの奥にドラムが並ぶ様子が見えて、地域に住むドラムに縁がない人にも強い印象を与えている。

楽器の駆け込み寺として

実はカノウプスは楽器の駆け込み寺でもある。

ひび割れの入ったシンバルや、金属の杵(フープ)がへこんでしまったドラムも元通りに修復できる。胴回りの木の部分に割れが入っても、見えないように直してくれる。

当然、ドラムの普段の扱いも長けている。ピアノなどの音階楽器を学んだ人は多くても、打楽器となると少ない。太鼓のチューニング方法を知らない人もいるだろう。カノウプスはドラムスクールも開いているし、そもそもオリジナルドラムはチューニングしやすいと言われるそう。レコーディングの音を意識して作ってきたことがその理由だ。

諦めないから到達できる地点

「技術という面では、僕らは限界までやっています」

碓田さんは自信を持って語る。これまでも課題に突き当たると、徹底的に解決にあたってきた。

諦めず、妥協せずに探求していく。ドラムという楽器を基点としながら、これからは裾野は広がり続けるだろう。

ユーザーの声 プロも信頼する杉並のドラム

石嶽さん(グループ魂)

カノウプスは多くのプロミュージシャンと契約を結ぶ。グループ魂の“石嶽”こと、役者としても活躍する三宅弘城さんもその一人。好きだったドラマーがカノウプスのものを使っていたことから興味を持った。2006(平成18)年に初めて持った自前のドラムセットがカノウプス。以来カノウプス一筋に使い続ける。「カノウプスさんはドラムという楽器と真摯な姿勢で向き合っている探求していますよね」。ときには自転車を走らせ、必要品を揃えたり、相談したり。「ドラム屋さんであって楽器屋のドラムコーナーではない。だからドラマーのことを分かってくれるんです。信頼は厚い。「杉並から出ないでほしいですよ。大きくなるのはいいけれど、都心に移っちゃうのも寂しいじゃないですか(笑)」と話してくれた。



タイトで締まった音が個人的には好みと話す石嶽さん。

貫

TURANUKU

住宅街が広がるイメージの強い杉並区ですが、もとより多彩な産業が賑わってきました。今回、このコーナーでクローズアップするのは、非常に専門性の高い分野において、親子二代に渡って強い信念を貫くことで、より多くの人たちに笑顔をもたらしてきた二つの会社です。

株式会社オザキ (かぶしがいいしやおざき)

スイーツの魅力をいっそう引き立てる
トレーなどのパッケージを企画・製造・販売



美しく丈夫で使いやすいトレーを追求してオザキがいち早く開発したトレーは、今や業界のスタンダードに。

クリスマスやパレタイン、ハロウィンなどのイベント向けパッケージも多数手がける。開発は社内のデザイン部が担当。



プリンやゼリーに用いるカップも製作。



左から2代目代表取締役として陣頭指揮に立つ浩之さん、創業者で相談役会長の正夫さん、専務取締役の裕一さん。

ほおばった瞬間、誰もが思わず笑みを浮かべるのがスイーツだが、同時に造形の美しさにも惹きつけられるものだろう。口元に運ぶまでそのシルエットを守りつつ、スイーツの魅力を際立たせているのがトレーやカップ、ボックスなどのパッケージである。永福町北口商店街に本社を構えるオザキは、それらを専門に企画・製造・販売している。

「当社が作っているのは、食べられずに最後まで残ってしまうものばかり」と代表取締役の尾崎浩之さんははにかむが、テイクアウトしたスイーツを目でも舌でも堪能できるのは、パッケージという“黒子”があつてこそ。オザキの製品は著名なパティシエの店や大手メーカー、高級ホテルはもちろん、全国各地の個人経営のケーキ屋さんまで約2000社で愛用されている。

同社は今から42年前に、浩之さんの叔父で現相談役会長の正夫さんと、父で現相談役名誉会長の康道さんが創業した。

- 会社名:株式会社オザキ
- 所在地:〒168-0063 杉並区泉3-59-22
- 代表取締役:尾崎浩之
- 設立:1976(昭和51)年
- 事業内容:お菓子のパッケージの企画・販売、オリジナルプラスチック製品
- TEL.03-3322-2411(代) FAX.03-5300-4311
- http://www.ph-ozaki.co.jp/



辻安全食品株式会社 (つじあんぜんしょくひんかぶしがいいしや)

アレルギー対応食品開発の草分けで
化学物質過敏症への対応にも取り組む



卵などのアレルゲンを用いない食材の開発は困難を極める。



アレルギー対応食品とともに、無添加食品も取り扱っている。



幸一郎さんは父が倒れたのを機に家業を継ぐことを決め、会社を辞めて1999(平成11)年から辻安全食品で働く。



大手航空会社と提携しアレルギー対応機内食を開発。上空での誤食は禁物であるだけに、開発には神経を尖らせた。

今でこそ、無添加食品や有機野菜を専門に取り扱う店は珍しくなくなっているし、アトピーと食べ物との因果関係についても研究が進んでいる。だが、辻安全食品が創業した70年代末期はまったく事情が異なり、専門家からささげろ指を指されたという。代表取締役社長の辻幸一郎さんは次のように語る。

「大手ゼネコンのエンジニアとして多忙な日々を過ごしていた私の父は各内臓不全で倒れ、一時は死を覚悟していました。しかし、現代の食事療法や自然医学の草分け的存在であるドクターと出会い、それまでの食生活を一新したところ、半年後には劇的な回復を示し、一念発起して当社を起業したのです」

それから約40年の歳月を経て「食の安全」や「医食同源」はもはや常識となってきているが、辻安全食品が開業した当初は苦労して仕入れた無農薬野菜や無添加食品はなかなか売れず、トラックを借りて移動販売をしながら事業を続けたという。

さらに、知人のドクターから相談を受けて、卵や牛乳、小麦といったアレルゲン物質を一切使わない食物アレルギー対応食品の開発にも取り組み始めた。

時代の流れとともに世間の認知も次第に高まり、やがて辻安全食品は大手航空会社と提携してアレルギー対応機内食を提供するまでに至った。さらに、食物アレルギー以外の様々なアレルギーに関する相談が寄せられるようになったことから、化学物質過敏症、シックハウス症候群の専門医と連携した建築会社まで設立。2009(平成21)年に急逝した父からバトンを託された幸一郎さんは、その志を貫いていっそう大きな夢を抱く。

「単に症状が出ないだけでなくとどまらず、アレルギー体質自体を改善したり、治療法がまだ確立されていない病の克服に結びついたりする食品の開発など、新しいことへの挑戦を続けています。私の究極の目標、それはあらゆる病を食で治すことです」



- 会社名:辻安全食品株式会社
- 所在地:〒167-00513 杉並区荻窪2-41-12
- 代表取締役:辻幸一郎
- 設立:1979(昭和54)年
- 事業内容:アレルギー対応食品の開発・販売
- TEL.03-3391-6261 FAX.03-3391-6274
- http://tsuji-a.com/

もっと知りたい
すぎなみ
のこと



一面の芝生にシンボルツリーが立つ。設計から手がけて、現在も管理している個人宅の庭。長い付き合いは信頼による賜物。



行動派の清水さん。高校を卒業した1964年に自転車で日本一周旅行をした。「当時は3段ギアで、箱根の峠は辛かった。ですが、こうした体験は代え難いものがありましたよね」と振り返る。現在も旅行は好き。自転車は車に代わったが、長距離を走ることも厭わない。

アイデアのイラスト図。高所は20代、中程度は30~40代、高齢者は低い位置を剪定など、バンは全年代が働けるシステムを考える。



良い環境をどうつくるか
造園という視野を超えて
湧き上がるアイデアを基に
緑の地球に手を入れる

株式会社バン

杉並区に創業して以来、30年超、造園業を営む株式会社バン。善福寺2丁目の八幡橋近くで創業し、10年前から西荻窪に移ってきた。

「西荻窪も良いですね。風情があります。すこし前までは風呂屋があって、高い煙突もありました」と話すのは、取締役会長の清水照夫さん。

造園会社に18年勤めて、創業したのがバンだ。一風変わった社名はBest Agent of Natural builderの頭文字と、その力強い響きから。「一般的な〇〇造園や△△植木ではダメだと考えました」。清水さんは、常識にとられないアイデアが大事だと言葉を強める。

杉並区内はもちろん区外でも、個人宅やマンションの庭、お寺の枯山水の庭などを手掛ける。中には創業当初からのお客様もいるそうだ。

造園と一口に言っても、仕事は多岐にわたる。庭の設計・施工から管理まで。植木の枝葉を剪定したり、ツツジなどの低花木を刈りこんだり、薬剤散布なども行う。

「造園と言えば、庭などと考える方が多いでしょう。ですが、我々は単に庭の植木だけでなく、緑に主眼を置いています。すこし幅広く解釈すれば、良い生活環境を創造しどうやって保っていくかということです。」

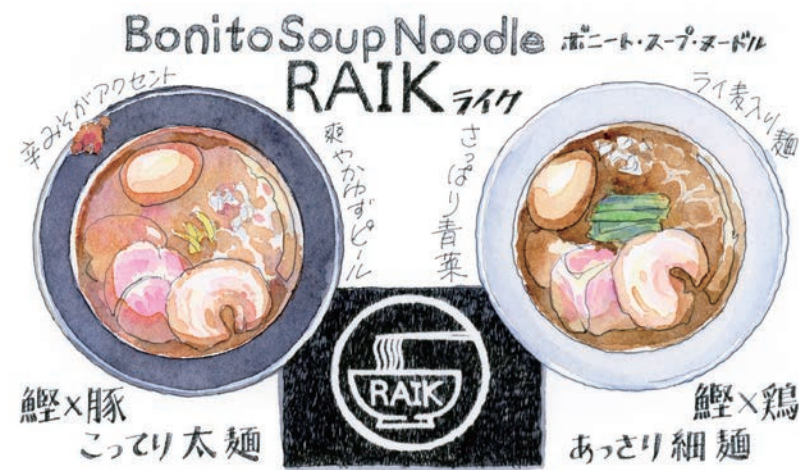
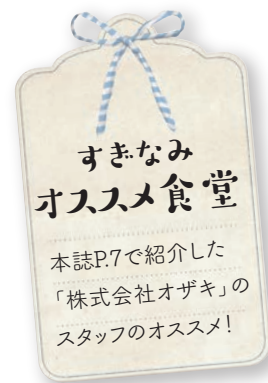
- 会社名:株式会社バン
- 所在地:〒167-0042 杉並区西荻北3-33-14-112
- 代表取締役社長:惣田俊司
- 設立:1987(昭和62)年
- 事業内容:造園全般(庭園・外溝の設計、施工、緑地の管理)他
- TEL.03-3395-1641 FAX.03-3395-3035
- https://www.kensetumap.com/company/176867/

環境を考え、庭の方向性をお客様と共有することを大事にする。設計前に聴き取った注文から絵を描いて見せることも。しかし、ときには注文と違う提案もするそうだ。

「例えば『楠を植えたい』と言われても、将来的には大きくなりすぎて不都合が出ることもあります。そこで、小さな木にするか、違う場所に植えるのか。どこで折り合いをつけるか、アイデアが必要になってきます。自然の力は偉大で、とてもじゃないけれど人間は太刀打ちできない。根を削ったり、枝を落としたり妥協していくのですが、木にも人間のためにもなる方法は何かが一番かを考えます。どうやって折り合いをつけながら、自然と融合していくかが大変ですよ。なんと言ったって相手は生き物ですから」

若い頃からよく本を読んだという清水さん。下村湖人の『次郎物語』には最も感銘を受けたと話す。

「考えているばかりではダメで、アイデアは出ません。やっぱり頭を休めるために本を読んだりしていましたよね。読書は必要だと思います。それとユーモアです。まじめな顔をして、四角四面の考え方で取り組んでも、良い庭は出来ませんよ。造園は地球の彫刻。心にゆとりを持たないとね」と微笑んだ。



緑の大宮八幡宮に程近い小さなお店の
和の香り豊かなラーメン

方南通りの「ライク」は、モノトーンの看板が目印。Bonito = 鰹の名のとおりスープは枕崎産鰹節・宗田節・花かつおから取っただしをメインにした、とんこつ鰹×豚と、鶏ガラしょうゆの鰹×鶏の2種類。大山鶏胸肉、低温調理した豚ロース、炙り豚バラ肉の3種類のチャーシューもポイントです。

- 所在地:〒168-0061 杉並区大宮1-2-3
- TEL.03-6379-1282
- 定休日:不定期(下記サイト参照)
- [Facebook]https://www.facebook.com/bsn.raik/ [Twitter]https://twitter.com/bsn_raik



杉並区産業振興センター

〒167-0043 杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2F
TEL.03-5347-9077(就労・経営支援係)

杉並区内産業のさらなる発展を図るため、区内産業三団体(東京商工会議所杉並支部、杉並区商店会連合会、杉並産業協会)と同じフロアに設置した区の産業振興部門です。それぞれの団体と連携しながら、商店街や中小企業の支援、観光・アニメ事業の推進、都市農業の振興など、区内産業の活性化に向けた取り組みを行っています。

■主な取扱業務

- 中小企業資金の融資あっせん、商工相談
- 就労支援、創業支援
- 商店街の各種支援事業
- 観光事業の推進、アニメの振興
- 特定商業施設に関する届出
- 都市農業の振興、区民農園の管理
- 中小企業勤労者福祉事業

すぎなみ産 2018年10月発行
企画・発行:杉並区産業振興センター
〒167-0043 東京都杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2F
TEL.03-5347-9077(就労・経営支援係)



杉並産業協会

〒167-0043 杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2F
TEL.03-3220-1231

杉並区内の法人および個人を中心とした事業主で組織運営されている唯一の産業団体です。労働保険事務組合として労働保険の取り扱いも行っていきます。会員企業には労働保険事務組合への加入の他にも従業員福利厚生のための健康診断、レクリエーションの企画や事業主の皆様には優良工場見学、講演会、賀詞交歓会等の開催などを行っています。

■主な取扱業務

- 関係官庁に対する届出書類の記入代行・指導
- 労働保険事務組合の運営
- 講演会・交流会の開催
- 団体への表彰者の推薦
- 会員企業に勤める従業員の方への福利厚生事業
- 会報の発行
- 会員間の親睦事業

制作:杉並産業協会
クリエイティブ・ディレクター/アート・ディレクター:岸部浩三
ライター:大西洋平
エディター:三坂輝
カメラマン:豊田佳弘(表紙・p1~6)
イラストレーター:柿崎えま

登録印刷番号
30-0044

すぎなみ産 発刊にあたって

杉並の仕事は面白い!

約20,000の事業所と、その仕事。

「すぎなみ産」は、杉並区に産まれた仕事を集めました。

自然と生活が混じり合う、暮らしやすいこの街に、

多種多様な産業は結びついています。

面白がって、面白い。

好きなことを楽しんでやって産まれた身近な物事。

杉並発の産業は、こんな顔立ちでした。

杉並の仕事は面白い!

