

平成22年度  
すみだ地域ブランド戦略  
シンポジウム  
報告書

平成23年3月

# 1. 概要

## 【事業の目的】

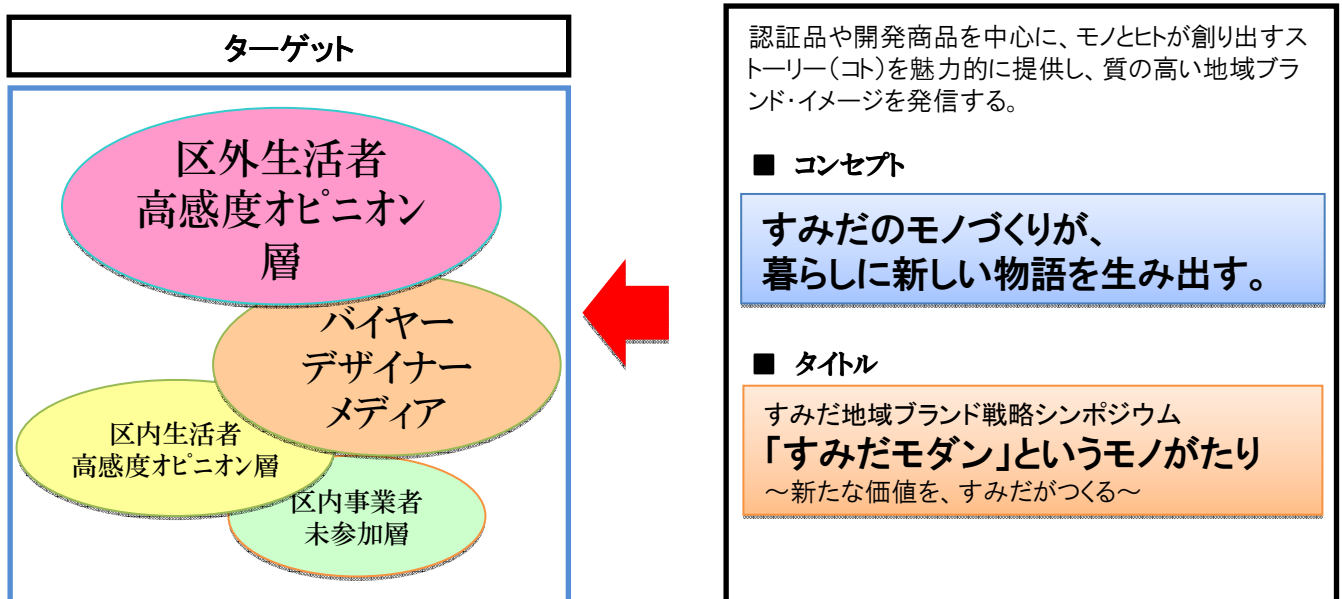
すみだ地域ブランド戦略のシンポジウムを開催し、区内外に対し、同戦略の内容に関し広く内外に周知するとともに、事業展開及びすみだの魅力のPRを行った。

区内事業者への発信・参加を第一とした昨年度に対し、今年度は2年間の事業成果が一定の集積を果たし、これを踏まえた情報発信をより広く実施すべき時期であることから、区外の高感度層を中心に、「質の高いものづくりのまち」というブランド・イメージを発信し、植えつけていく契機として実施した。

## 【日時・場所】

平成23年1月15日(土) 12:30～17:00 @すみだリバーサイドホールイベントホール

## 【コンセプトとターゲット】



## 【実施内容】

パネル  
ディスカッション

ブランド認証商品、平成21年度・22年度ものづくりコラボレーション試作品・製品、パネルの展示

2階茶屋Caféを  
活用した  
試食

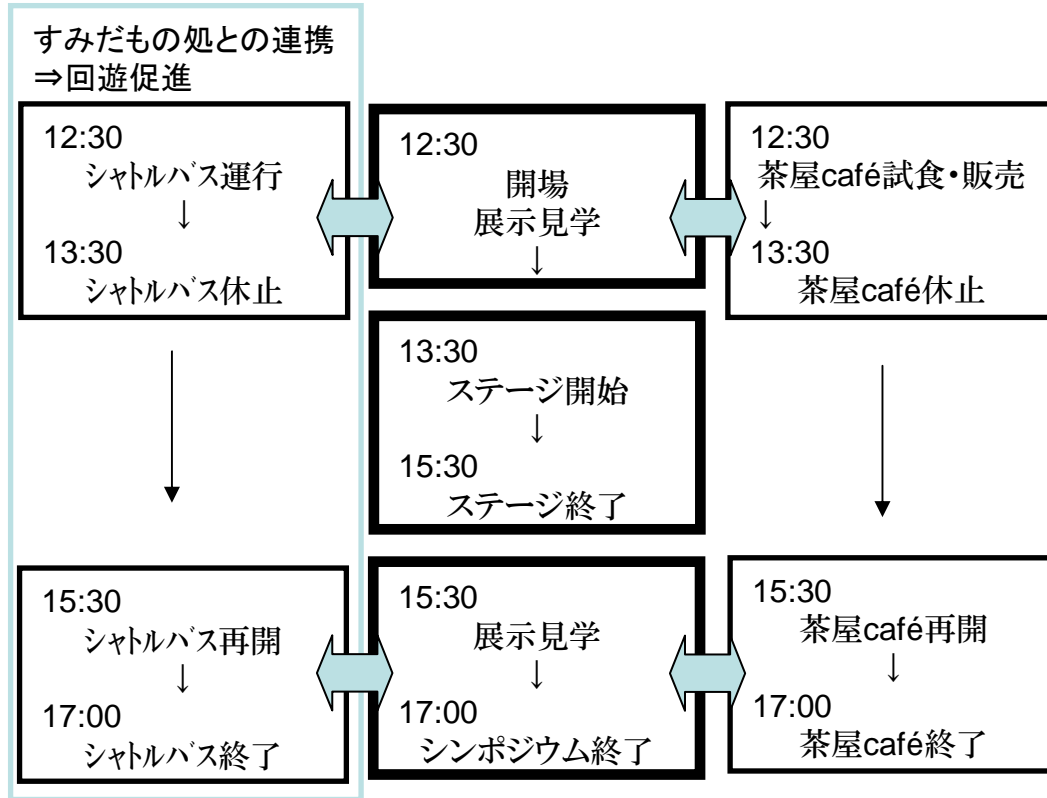
すみだもの処で  
連動企画実施  
＋  
シャトルバス

## 2. 実施手法・内容等の企画検討

### 【概要】

シンポジウムの内容を検討し、ステージプログラム、展示の実施手法・内容について企画するとともに、集客向上と来場者の利便性向上のために、試食や「すみだもの処」と連携した企画を行った。前日に行う準備も含め、運営マニュアルを作成し、実施手法について検討した。

### 【シンポジウムの構成】



- 展示に関しては、各コラボレーターとも相談のうえ企画
- 茶屋Caféでの試食・販売とメイン会場との立体構成
- すみだもの処と連携した企画の組み立て
- すみだもの処と会場との来場者の回遊にも配慮

### 【運営スケジュール】

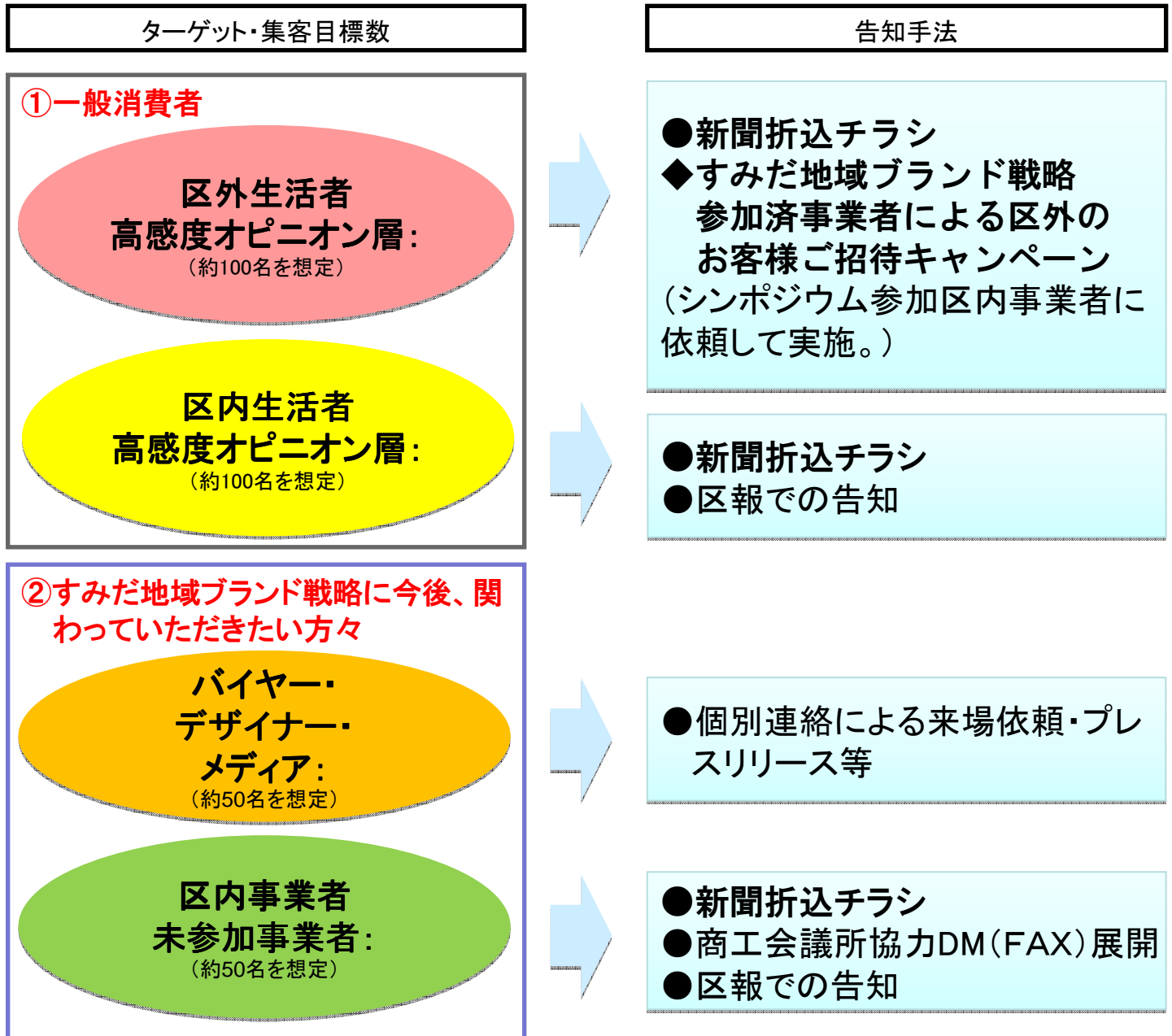
■14日	全体	展示	ステージ	備考
10:00	会場設営開始	事業者商品等搬入開始	機材設営	
16:00	設営完了 リハ開始	事業者商品等搬入終了	機材設営完了 リハ開始	
17:00	リハ終了			
■15日	全体	展示	ステージ	備考
9:30	調整・リハ	調整(前日NGだった事業者商品等搬入) プロデューサーチェック	調整・リハ	
11:30	オールスタンバイ	オールスタンバイ	オールスタンバイ	12:00~13:30 バス運行 カフェ開店
12:30	開場	展示		バス運行 カフェ開店
13:30	シンポジウム	展示	ステージ開始	バス・カフェ休止
15:30	シンポジウム	展示	ステージ終了	バス・カフェ再開
17:00	終了	終了・撤去開始	撤去開始	バス・カフェ終了
22:00	全体撤去完了			

- 搬入 前日14日 10:00~16:00
- 設営 前日14日 10:00~17:00  
+ 当日15日 9:30~11:30
- シンポジウム開場 12:30~
- 墨田区長登壇 13:30~
- パネルディスカッション終了 ~15:30
- シンポジウム終了 ~17:00
- 撤去終了 ~22:00

### 3. 区内外へのシンポジウム実施に関わるPR

#### 【概要】

シンポジウムに集客すべきターゲット別に告知手法を検討し、PRを実施した。シンポジウム参加区内事業者に依頼し、区外バイヤー・取引先等のお知合いを会場にお呼びいただくとともに、すみだ地域ブランド戦略への参加意識を高めるキャンペーンも実施した。



集客目標約300人→歩留まり80%=240人程度想定

## 4. シンポジウムの開催

### 【開催概要】

- **タイトル** すみだ地域ブランド戦略シンポジウム  
「すみだモダン」というモノがたり ～新たな価値を、すみだがつくる～
- **開催日時** 平成23年1月15日(土)  
12:30～17:00 (12:30開場)  
※ステージ 13:30～15:30
- **会場** すみだリバーサイドホール・イベントホール(主会場)  
／「茶屋café(カフェ)あづま」(試食会場)  
〒130-8640 東京都墨田区吾妻橋一丁目23番20号
- **主催** 墨田区/すみだ地域ブランド推進協議会
- **会場構成** ●シンポジウムコーナー(ステージ)  
●企業出展ブースコーナー  
・H22年度ものづくりコラボレーション試作品展示コーナー  
・すみだブランド認証商品展示コーナー  
・H21年度ものづくりコラボレーション展示コーナー  
●すみだ地域ブランド戦略の取組全般の紹介コーナー  
●「茶屋café(カフェ)あづま」(試食会場)
- **入場料** 無料

### 【実施内容】

#### ●ステージプログラム

■ **会場:** すみだリバーサイドホール・イベントホール

■ **時間:** 13:30～15:30

すみだ地域ブランド戦略の事業を来場者にご報告する場を設けるとともに、すみだ地域ブランド戦略に関わりの深い登壇者により、「『物語』を生むモノづくりが、生き残る。」をテーマにしたパネルディスカッションを実施した。

時間 120分	項目	内容	出演者
13:30	墨田区挨拶	・すみだブランドの成果と今後への期待	・墨田区長
13:35	すみだ地域ブランド戦略 事業のご報告	・H22年度事業全体の説明 ・認証事業の経緯紹介 ・ものづくりコラボレーション事業紹介 ・すみだ もの処の紹介	・事務局
13:50～ 15:30	パネルディスカッション	「物語」を生むモノづくりが、生き残る。	●コーディネーター ・すみだ地域ブランド推進協議会理事長（株式会社IMA代表取締役）水野 誠一 ●パネリスト ・すみだブランド認証審査会審査委員（「婦人画報」編集長）出口 由美 ・すみだ地域ブランド推進協議会理事（株式会社シカタ代表取締役プロデューサー）藤巻 幸夫 ・元すみだ地域ブランド戦略推進検討委員会委員（松山油脂株式会社代表取締役社長）松山 剛己 ・ものづくりコラボレーション事業・コラボレーター（株式会社method（メソッド）代表取締役）山田 遊

## 4. シンポジウムの開催

### ● 展示プレゼンテーション

■ 会場: すみだリバーサイドホール・イベントホール

■ 時間: 12:30～13:30、15:30～17:30

すみだブランド認証商品「すみだモダン」2010、平成22年度「ものづくりコラボレーション」事業から生まれた試作品の実物展示、平成21年度「ものづくりコラボレーション」事業から生まれた製品の実物展示・映像放映に加え、すみだ地域ブランド戦略の取組のパネル展示を実施した。

・すみだブランド認証商品「すみだモダン」2010

これまでブランド認証商品発表の場やPRツールで基調となった色の黒を展示台を用い、イメージの統一を図るとともに、展示コーディネーターによる飾りつけを行い、他の展示との差別化を図った。

・平成22年度「ものづくりコラボレーション」事業試作品展示

平成22年度「ものづくりコラボレーション」事業のコラボレーターごとにスペースを割り当て展示を行うとともに、コラボレーターにアドバイスをいただき、クリエイティビティ向上を図った。

・平成21年度「ものづくりコラボレーション」事業製品展示・映像放映

昨年度シンポジウムで展示を行った平成21年度「ものづくりコラボレーション」事業新商品開発部門の製品は、大きな変更点がある事業者の製品を募集し、展示を行った(その他の製品に関しては、映像で放映)。

昨年度シンポジウムで展示を行わなかった技術力活用部門は、コラボレーターが同一(日原佐知夫氏)のトライアル部門の展示スペースにて、合わせて展示を行った。

・すみだ地域ブランド戦略パネル展示

すみだ地域ブランド戦略の説明、実はすみだを支えている事業広告、すみだ地域ブランド戦略の成果を、パネル化して展示した。

### ● 試食の実施

■ 会場: 墨田区役所2階「茶屋Caféあづま」

■ 時間: 12:30～13:30、15:30～17:30

すみだブランド認証商品「すみだモダン」2010をはじめとした商品の試食を実施し、来場者に直接すみだの商品を味わってもらう機会を設けた。

### ● 「すみだもの処」との連携

パネルディスカッションのパネリスト山田遊氏がプロデュースを手掛けた、「すみだもの処」で行われた企画展と連動し、シャトルバスを運行。両会場の集客向上と来場者の利便性向上を図った。

■ 企画展概要

・名称: 「美技礼賛ーすみだのものづくりはウマいー」

・会場: すみだもの処

・開催期間: 平成23年1月13日(木)～2月15日(火)

■ シャトルバス運行表(シンポジウム当日のみ運行)

	【すみだもの処】	【墨田区役所1Fロータリー】
シンポジウム開始前 12:30～13:30 運行	12:30発	12:40発
	12:55発	13:05発
	13:20発	13:25～30着
シンポジウム開催中 13:30～15:30運休(待機)		
シンポジウム終了後 15:30～17:00 運行	15:30発	※15:40発
	15:55発	16:05発
	16:20発	16:30発
	16:45発	16:55発
	17:00～17:05着	—

## 5. 区内参加企業、出演者との連絡調整

### 【概要】

ブランド認証事業者24社、平成22年度「ものづくりコラボレーション」事業参加事業者24社、平成21年度「ものづくりコラボレーション」事業参加事業者11社、計48社(重複削除)と出展に関する調整を行うとともに、パネルディスカッション登壇者5名と、登壇内容に関する調整を行った。

### 【出展事業者】

かざり工芸三浦／有限会社塩澤製作所／有限会社大松染工場／向島めうがや／株式会社イー・ビー・アイ／久米繊維工業株式会社／フットマーク株式会社／紗蔵／根岸産業有限会社／ヒノデワシ株式会社／株式会社古河／松山油脂株式会社／岩澤硝子株式会社／松徳硝子株式会社／有限会社大黒屋／廣田硝子株式会社／有限会社ヒロタガラスクラフト／株式会社正本総本店／株式会社東あられ本舗／アヅマ製氷冷蔵株式会社／株式会社梅鉢屋／株式会社桑原ハム／有限会社坂本せん餅／サンエー株式会社／尾崎製鏡株式会社／有限会社和光印刷／株式会社片岡屏風店／東京彫刻工業株式会社／Heath／吾妻橋 美膳(サンエー株式会社)／株式会社山恵／白石布帛製品株式会社／墨田革漉工業株式会社／矢田製帽有限会社／株式会社マルサ斉藤ゴム／株式会社ヨシズミプレス／株式会社NACAMURA／株式会社二宮五郎商店／有限会社柳澤商店／株式会社吾孀製作所／有限会社鈴木化工／有限会社田中幸商店／株式会社東新アクア 両国湯屋江戸遊／東日本金属株式会社／株式会社平澤製作所／ヤシマ照明製作所／株式会社伊藤バイндアリー／株式会社ヒロカワ製靴

### 【パネルディスカッション登壇者】

#### ●コーディネーター

水野 誠一氏(すみだ地域ブランド推進協議会理事長 株式会社IMA代表取締役)

#### ●パネリスト

出口 由美氏(すみだブランド認証審査会審査委員 「婦人画報」編集長)

藤巻 幸夫氏(すみだ地域ブランド推進協議会理事 株式会社シカタ代表取締役プロデューサー)

松山 剛己氏(元すみだ地域ブランド戦略推進検討委員会委員 松山油脂株式会社代表取締役社長)

山田 遊氏(ものづくりコラボレーション事業・コラボレーター 株式会社method(メソッド)代表取締役)

## 6. シンポジウムPRチラシの制作

### 【概要】

シンポジウムをPRするチラシ10000部を作成し、墨田区関係施設や新聞折り込みで配布を行い、シンポジウムへの誘客を図った。

**「すみだモダン」というモノがたり**

新たな価値を、すみだがつくる

**すみだ地域ブランド戦略シンポジウム**

すみだのモノとヒトが創り出すモノがたり。それが「すみだモダン」。  
—すみだのモノづくりの付加価値、地域ブランドの力を、魅力的に発信します。

■開催日時 2011年1月15日(土) 12:30～17:00

■会場 すみだリバーサイドホール イベントホール **入場無料**  
※隣接施設等の試食会場は、区役所2階「茶屋cafeあづま」

■交通機関  
○東京メトロ有明線「両国駅」直江津口から徒歩5分  
○東京メトロ有明線「両国駅」直江津口から徒歩5分  
○都営地下鉄浅草線「本町駅」徒歩約10分  
○有明線「両国駅」徒歩約10分

「すみだもの題」にて、パネリスト・山田道氏がプロデュースする企画展『美技礼賛・すみだのモノづくりはウマイー』  
シンポジウム当日は、「すみだもの題」(墨田区墨平2-15-6)とシンポジウム会場間にシカトルバスを運行します。

■開催期間 2011年1月13日(木)～2月15日(火)

「すみだ地域ブランド戦略」ウェブサイト  
<http://sumida-brand.jp/>

**すみだ地域ブランド戦略シンポジウム**

**「すみだモダン」というモノがたり**

新たな価値を、すみだがつくる

「すみだ地域ブランド戦略」は、平成24(2012)年春の東京スミダグリーン開業を契機に、すみだの誇れる価値を創り出すことで、地域のブランドを産出し、活性化する取組です。  
このほど、江戸・明治の頃から世界に誇る日本の産業を支え続けている、国内有数のモノづくりの街・すみだが、今、新しい日本のモノづくりを議論し、提案するシンポジウムを開催します。  
当日は、同戦略の約2年間の成果を踏まえて、すみだのモノづくりが現在・未来に向けて発信する新たな付加価値等について議論するパネルディスカッション、すみだブランド認証商品やモノづくりコラボレーション事業から誕生した試作品の展示や試食などを行います。すみだがつくる新しい価値、モノづくりが休絶できるこのシンポジウムに、是非お越しください。

■開催日時 2011年1月15日(土) 12:30～17:00

■会場 すみだリバーサイドホール イベントホール  
※隣接施設等の試食会場は、区役所2階「茶屋cafeあづま」

■入場無料

来場者先着200名様にすみだの産品をプレゼント  
※無くなり次第、終了させていただきます。

ステージ	展示
■時間:13:30～15:30 すみだ地域ブランド戦略事業のご報告 パネルディスカッション 「物語」を生むモノづくりが、生き残る。」	■時間:12:30～13:30、15:30～17:00 すみだブランド認証商品「すみだモダン」2010 ものづくりコラボレーション試作品 すみだ地域ブランド戦略の取組
【パネリスト】 出口由美氏 すみだブランド認証委員会委員 個人蔵蔵/編集長 松山剛己氏 すみだ地域ブランド戦略推進 検討委員会委員 船山浩司氏/代表取締役社長	■時間:12:30～13:30と、15:30～17:00の2回 すみだブランド認証商品 ものづくりコラボレーション試作品等 「すみだもの題」にて、パネリスト・山田道氏がプロデュースする企画展 『美技礼賛・すみだのモノづくりはウマイー』 江戸時代からモノづくりの街として発展してきた墨田区。今でも、伝統的な技術から工業的な技術まで、様々な技術によるモノづくりが、ここには存在します。今回の企画では、そんなすみだで産まれた、誇りずくのウマイものたちをご用意しました。すみだのモノづくりの技術を心ゆくまでご堪能ください。
■コーディネーター 水野謙一氏 すみだ地域ブランド推進協議会理事 株/MAV代表取締役	■開催期間 2011年1月13日(木)～2月15日(火) シンポジウム当日は、12:30から13:30までと15:30から17:00まで、「すみだもの題」シンポジウム会場間シカトルバスを運行します。

【問い合わせ先】 すみだ地域ブランド推進協議会 事務局(墨田区産業観光部産業経済課内)  
〒130-8640 墨田区吾妻橋1-23-20 TEL:03-5608-6188(直話) FAX:03-5608-6934 e-mail:SANKEI@city.sumida.lg.jp



## 7. その他

### 【プレゼントの配布】

来場者に対し、松山油脂の「無添加石けん」をプレゼントとして配布。誘客効果の向上を図った。

### 【ポスターの制作】

シンポジウムをPRするポスターを作成し、墨田区関係施設や当日の会場で掲示し、シンポジウムへの誘客を図った。

「すみだモダン」というモノがたり  
新たな価値を、すみだがつくる

すみだ地域ブランド戦略シンポジウム  
すみだのモノとヒトが創り出すモノがたり。それが「すみだモダン」。——すみだのモノづくりの付加価値、地域ブランドの力を、魅力的に発信します。

開催日時 2011年1月15日(土) 12:30~17:00  
会場 すみだリバーサイドホール イベントホール  
〒135-0045 東京都墨田区有明1-1-1 有明ストリートパーク内

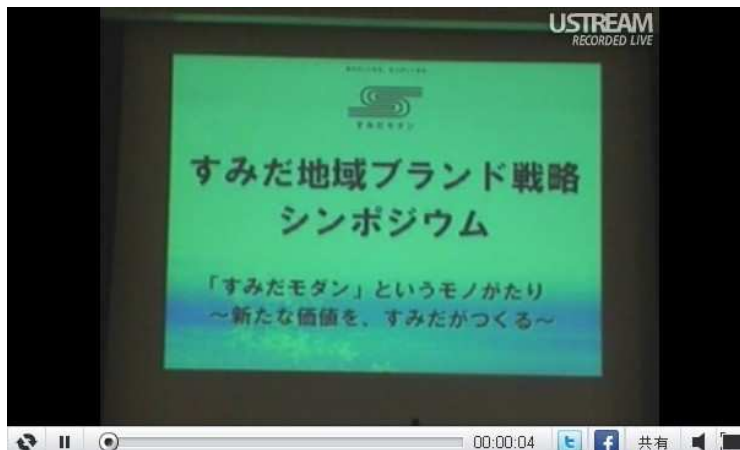
入場無料

「すみだ」の原点で、ノリタケ工業株式会社が  
プロデュースする企画展  
『美技礼讃～すみだのものづくりはウマイ～』  
開催期間 2011年1月13日(木)～2月15日(火)

「すみだ地域ブランド戦略」ウェブサイト  
<http://sumida-brand.jp/>

### 【Ustreamでの映像配信】

シンポジウムで行ったパネルディスカッションを撮影し、Ustreamで撮影した映像をネット上に配信した。



## 7. 成果と課題

### 【成果】

ステージでのパネルディスカッション等に加え、すみだブランド認証及びものづくりコラボレーション商品約76点の商品の展示と、試食を行い、300名以上の観客と、12社のメディアが来場した。



### 【アンケートの実施】

シンポジウム来場者に対し、アンケートを実施した。35名から回答があった。

#### ●アンケート結果概要

性別	年齢	在住地	在勤・在学地	来場理由
合計	合計	合計	合計	合計(複数回答あり)
35	35	35	35	38
1. 男	1. 10代以下	1. 墨田区内	1. 墨田区内	1. 主に仕事上の興味
14	0	15	14	15
2. 女	2. 20代	2. 墨田区以外の都内	2. それ以外	2. 主に個人としての興味
16	13	10	19	18
3. 無回答	3. 30代	3. 東京都以外の首都圏 (千葉、神奈川、埼玉)	3. 無回答	3. それ以外
5	5	10	2	4
	4. 40代	4. それ以外		4. 無回答
		9	0	1
	5. 50代			
		2		
	6. 60代以上			
		6		

### 【分析と課題】

- ・集客人数は、当初目標としていた300名を超え、多くの方にすみだ地域ブランド戦略をPRできたと言える。
- ・アンケート結果から、20代女性に多く回答していただいたことが分かる。また、区外からの来場が多く、個人としての興味でお越しいただいている方が多いことが分かった。この意味では、シンポジウムが目指していたターゲットに対してPRができ、来場に導いたと言える。
- ・一方、デザイナーやバイヤーに関しては、事業者が出展した商品のデザイナーなどが多く、今後さらに高感度の方々へのPR手法を検討する必要がある。
- ・「ものづくりコラボレーション」事業のコラボレーターより、展示ブース等の造作のクオリティをさらに高め、会場も、より区外にアピールできる場所を選択すべきとのご意見があった。区外の方々に対してよりアピールできる実施内容が求められる。
- ・実施に関しては、試食に関する調整と、シャトルバスの運行の調整に時間がかかり、スケジュールをオーバーしてしまったため、改善が求められる。