



こころ、ゆさぶる。
すみだ
モダン

すみだ地域ブランド戦略

これまでと『これから』

すみだ地域ブランドの歩み

すみだ地域ブランドの歩み	4
数字で見る！すみだ地域ブランドの主な成果	6
10年間のすみだモダン認証事業の真髓を結集！	8

すみだ地域ブランド戦略 これまでとこれから

ブランド戦略の視点	12
主要事業方針	14
ブランド戦略の理念	16
ロゴマーク/キャッチコピー/ステートメント	18

すみだ地域ブランドの歩み

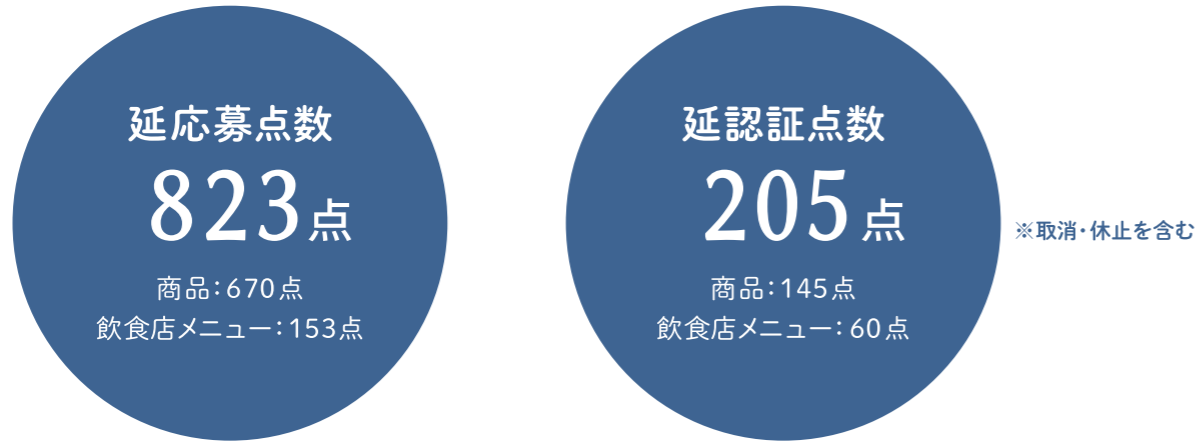
すみだ地域ブランド

墨田区

1979	1983	1985	1986	1987	2004	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
							<ul style="list-style-type: none"> ● ロゴマーク制定 ● キャッチフレーズ「あたらしくある。なつかしくある。」制定 ● 「すみだモダン」宣言(ブランドの価値規定)制定 ● 地域ブランド戦略推進検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● ものづくりコラボレーション事業開始 ● すみだ地域ブランド戦略事業開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「すみだもの処」開設 ● 「すみだモダン」ブランド認証(商品部門)開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「映文連アワード2011」経済産業大臣賞受賞 ● 「すみだモダン」ブランド認証(飲食店メニュー部門)開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● スミニア開始 ● 「映文連アワード2012」コーポレート・コミュニケーション部門優秀賞受賞 ● 「産業観光プラザすみだまち処」開設 		<ul style="list-style-type: none"> ● 「海外販路開拓支援事業」開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「台湾デザインエキスポ2014」に出品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「グッドデザイン賞(地域・コミュニティづくりカテゴリー)」受賞 ● 台湾デザインセンターとの覚書締結 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「第10回産業観光まちづくり大賞」経済産業大臣賞受賞 ● 「台北国際設計大展2016」出品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ふるさとづくり大賞」団体表彰 総務大臣賞受賞 ● 「第3回ジャパン・ツーリズム・アワード」地域部門 部門賞受賞 ● SUMIDA CONTEMPORARY (海外デザイナーとのコラボレーション)開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● すみだルーム開設(台北 Origin Space) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ベストオブすみだモダン」発表 ● 地域ブランド戦略の見直しに伴い「すみだモダン」ブランド認証を休止 ● ECサイト「スタイルストア」内に特設ページを開設 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「SHOP & WORKSHOP すみずみ」開設 ● 地域ブランド戦略・再構築検討 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「すみだモダン」宣言(新理念の制定) ● 新ロゴマーク/新キャッチコピーの制定 ● 「すみだモダン」ブランドブック」発表 ● 新事業体系による再始動
							<ul style="list-style-type: none"> ● 東京スカイツリー建設着工 ● 新タワー名称「東京スカイツリー」に決定 ● 新商品・新技術開発支援 ● フロンティアすみだ塾開講 ● 産業白書「イーストサイド」発表 ● すみだ中小企業センター開館 ● すみだ3M運動開始 ● すみだ産業会館開館 ● 中小企業振興基本条例制定(全国初) 	<ul style="list-style-type: none"> ● すみだ環境区宣言 ● 「すみだ北斎美術館」に名称決定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 両国観光案内所開設 ● すみだ北斎美術館公式シンボルロゴマーク決定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「すみだ街歩きガイド」作成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 東京スカイツリー開業 ● 区内循環バス「すみだ百景 すみまるくん・すみりんちゃん」運行開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「すみだまち歩き博覧会」の開催 ● 「すみだ北斎美術館」公式ホームページ(プレサイト)開設 	<ul style="list-style-type: none"> ● すみだ3M運動30周年 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新区長に山本亨氏就任 	<ul style="list-style-type: none"> ● 両国観光案内所移転 ● すみだ北斎美術館開館 ● シティプロモーションマーク制作 ● 墨田区基本計画を策定 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「すみだまち歩きガイド」を作成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 産業観光プラザ「すみだまち処」リニューアルオープン 	<ul style="list-style-type: none"> ● 東京ミズマチ開業 ● 「U情報経営イノベーション」専門職大学」開学 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「千葉大学墨田サテライトキャンパス」開設 		

数字で見る！すみだ地域ブランドの主な成果

すみだモダンブランド認証



ものづくりコラボレーション



イベントなど



受賞

2011 映文連アワード2011 経済産業大臣賞
すみだ地域ブランド戦略PR映像 / Sumidamodern 2010 /
SumidaものづくりCollaboration 2010

2012 映文連アワード2012 コーポレート・コミュニケーション部門優秀賞
すみだ地域ブランド戦略PR映像 / すみだモダン2011 商品部門 23 /
グルメセレクション 14 / ものづくりコラボレーション2011

2015 2015年度 グッドデザイン賞
「地域・コミュニティづくり」カテゴリー

2016 10回産業観光まちづくり大賞 経済産業大臣賞

2017 第3回ジャパン・ツーリズム・アワード
2017年度 地域部門 部門賞
平成29年度 ふるさとづくり大賞
団体表彰 総務大臣賞



10年間のすみだモダン認証事業の真髓を結集!

ベスト・オブ・すみだモダン

これまでの認証商品から、すみだのものづくりを体現する商品を理事・監事・顧問等により選定(3点/名)し、その中の13商品を「ベスト・オブ・すみだモダン」として理事会で選定。これらの商品は、すみだのものづくりの質の高さを国内外にアピールするツールとなるだけでなく、今後のすみだのものづくりが目指すべき指標として機能することが期待される。



銅製如雨露
根岸産業有限会社
2010年度認証



江戸切子[粋と技シリーズ]
有限会社ヒロタガラスクラフト
2010年度認証



江戸木箸五角・七角・八角 削り箸
有限会社大黒屋
2010年度認証



職人が大切な人に贈ったはさみ
石宏製作所
2016年度認証
2015年度ものづくりコラボレーション開発商品



てのひらトング
合資会社笠原 スプリング製作所
2011年度認証
2009年度
ものづくりコラボレーション開発商品



雅ブラシ
株式会社宇野刷毛ブラシ製作所
2018年度認証



風琴マチシリーズ
株式会社二宮五郎商店
2011年度認証



久米繊維謹製 色丸首
久米繊維工業株式会社
2010年度認証



merippa
中橋莫大小株式会社
2014年度認証



IKIJI ポロシャツ・シャツ
精巧株式会社
2011年度認証

ザ・ベスト

SPIDER
株式会社ヒロカワ製靴
2011年度認証
2009年度ものづくりコラボレーション開発商品



これまで

2009-2020

これから

2021-未来へ

すみだ地域ブランド戦略の目的

東京スカイツリーの開業を一つの契機として、産業のまちとして発展してきた「すみだ」の知名度を高め、その付加価値を向上させるとともに広く内外に認知してもらう。

すみだ地域ブランドが目指すこと

「すみだ」と聞いて、顧客が選択する（モノ・サービスを買う・利用する）はっきりした理由が浮かぶもの / ことがたくさんあること。

すみだ地域ブランドを構築するために

他の地域（の商品）とは差別化された、すみだならではの強みを明確にし、それを中核としたまちづくりや商品づくり / 情報発信を行う。

すみだ地域ブランド戦略・見直しの骨子

東京スカイツリー誘致を機に発信した『すみだモダン宣言』の価値規定の骨子は今なお有効ではあるが、この10年の社会潮流の変化を踏まえて新たな解釈を定義し、すみだモダンの『現代化』を図り、次のフェーズへと進化させる。

1. すみだモダン＝すみだ地域ブランド戦略

10年の活動の結果「すみだモダン」という名称がある程度認知されたためすみだ地域ブランド戦略の全活動を「すみだモダン」という名称に集約

2. 未来のものづくりスタンダード確立

「ものづくり」を中心に据えたソーシャルなまちづくりへの挑戦（持続可能 / SDGs対応 / エシカル など）

3. 「選ぶ」から「創る」へ：ものづくりのフラッグシップ創出

従来の「すみだモダン」ブランド認証（認証）と、ものづくりコラボレーション（商品開発）の相乗効果を高めるため、推進協議会と事業者の連携を大切にしながら、すみだのものづくりの真髄を体現する「フラッグシップ商品」を開発

4. 認証から「連携・協働」へ

共にすみだモダンを盛り上げるパートナーづくり

5. 関係人口の拡大・活性化

墨田区内だけでなく、区と関わりのある（深い）事業者にも門戸を拡大

6. 推進体制の見直し

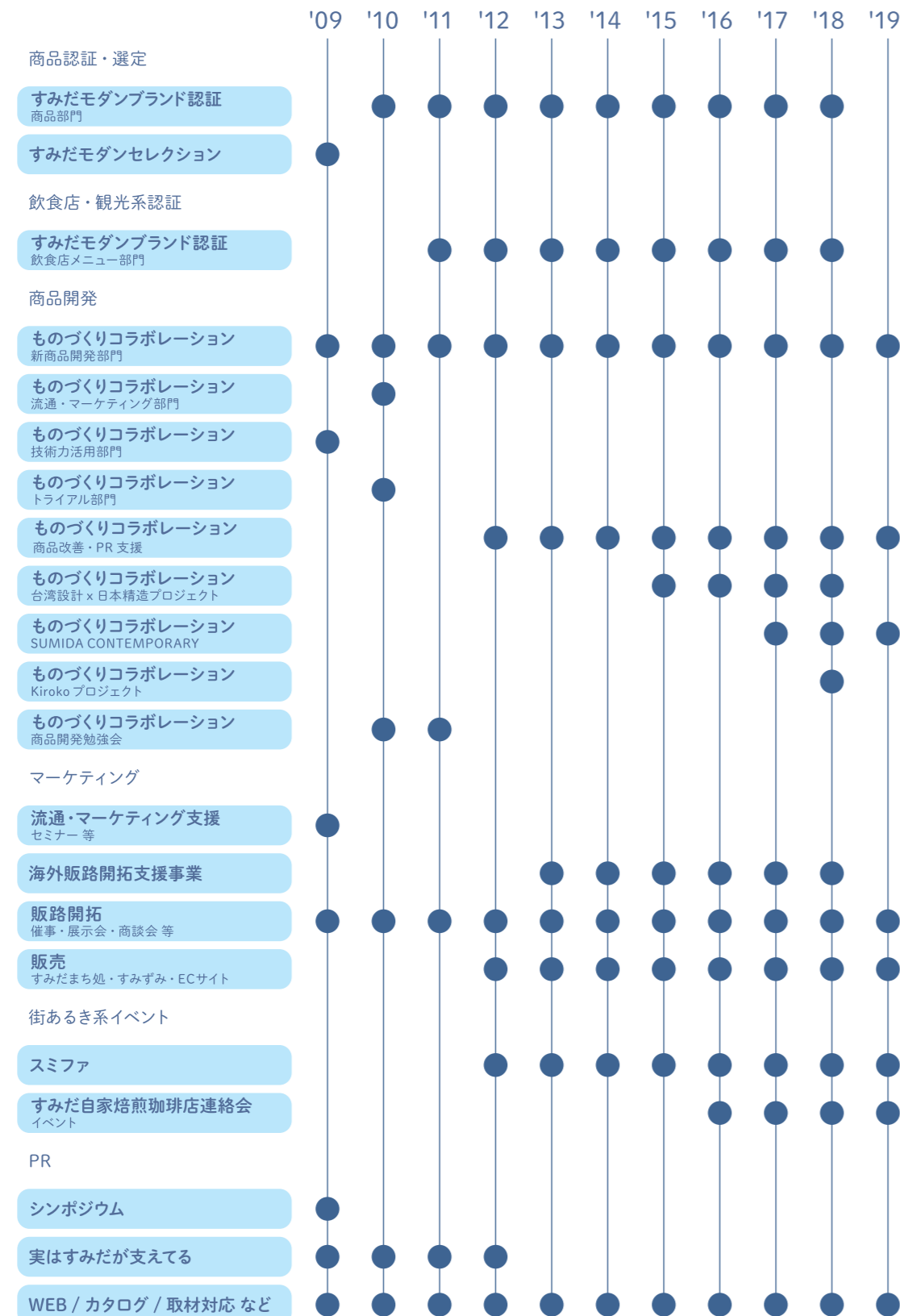
領域拡大・事業内容変更に沿った組織の検討

主要事業方針

これまで

2009-2020

実施事業一覧



主要事業の概要

つながる

すみだモダン・パートナーシップ

すみだモダンの理念を先進的に実行している、商品・サービス・取組み・事業等とパートナーシップを締結し、現代的なすみだのものづくりを幅広く支援する。

- パートナーのニーズに応じて、個別にサポート(共同PR / 補助金等を検討中)
- パートナーとコミュニティを構築し、事業者同士の交流を促す

つくる

すみだモダン・フラッグシップ商品開発

すみだのものづくりの目指す姿を具現する、フラッグシップ=旗艦となる商品群を、統一的なイメージのもとに創る。

- クリエイティブディレクターの統一的なディレクションのもと、事業者とクリエイターがチームを組んで商品開発
- 開発期間：2年+1年(7商品目標)

つたえる

ブランドコミュニケーション展開

すみだモダンの活動を、オンライン/オフラインのメディアを通して広く内外に発信し、すみだファンを増やしていく。

- オウンドメディア / SNSアカウントの活用
- ブランドブックの発行
- SHOP & WORKSHOP すみずみの運営
- ECサイト
- オンライン/オフラインでのイベント主催・参加

これから

2021-未来へ

ブランド戦略の理念

これまで

2009-2020

すみだモダン宣言

● 江戸～明治～現代、DNAを受け継いでいく。

今も息づく、江戸の粋や遊び心、下町の人情やふれあい。
伝統工芸から近代産業まで、高度な技術を支える職人技と妥協を許さない職人魂。
すみだ地域ブランドは、時を越えても変わることのない「すみだのDNA(遺伝子)」を受け継いでいきます。

● 地域の文化を、次世代へ届けていく。

相撲、隅田川の花火、葛飾北斎、墨堤の桜などの歴史や文化。
和菓子やちゃんこ鍋などの豊かな食文化。
さらに、小さな博物館や工房ショップ、町工場などの産業文化。
すみだ地域ブランドは、すみだが育んできた独自の「地域文化」を伝えていくとともに、次世代に引き継いでいきます。

● ものづくりを通して、生活に彩りを約束する。

優れた技術力とデザイン力に支えられた、暮らしを豊かにする様々な製品。
ものづくりの街「すみだ」が創り出す製品は、東京はもちろん日本全国、さらに世界で使われている本物たち。
すみだ地域ブランドは、すみだならではの「ものづくり」をさらに磨き、広く届け、人々の生活に豊かな彩りを約束します。

● 人々の交流を通して、コミュニティを育む。

多くの史跡・文化施設、小さな博物館や工房ショップ、「個だわりショップ」、町工場、ものづくり体験の場などの観光拠点。
そして、新タワー「東京スカイツリー」のもとに訪れるたくさんの人たち。
すみだ地域ブランドは、「訪れる人、住む人、働く人」の交流を活発にし、新しいすみだの地域社会を育てます。

新・すみだモダン理念

● 未来への約束を果たす ————— #持続可能性

暮らし・社会・環境の調和が取れた豊かな未来を創るために、「ものづくりを大きな視点で捉えて」工夫をしている。



ものづくりを通して、生活に彩りを約束する。
▶ 単に心地よい生活だけではないソーシャルな視点の強調

- 環境に配慮し、プロダクトライフサイクルを意識したものづくりの実践
- 倫理的(エシカル)で健全な事業の展開
- 普遍的な価値を持つ製品やサービスの追求 など

● 知恵を集めて新しい価値を創る ————— #共創性

事業者同士の協業や共創の仕組みを活用し、「知恵を集める」ことで、社会に対してよりインパクトのある価値を提供している。



江戸～明治～現代、DNAを受け継いでいく。
▶ すみだならではのものづくりネットワークの発展

- 様々な立場の人の知恵を集める共創の仕組みを活用
- 異業種で連携して事業を推進
- 川上から川下まで総合的に事業を展開 など

● 粋な視点と遊び心を大切に ————— #独自性

他にはない独自の視点を大切にして、生活者や社会に「その手があったか!」と思わせるような、新鮮な驚きを与えている。



地域の文化を、次世代に届けていく。
▶ 企業城下町ではない個人事業主の集積ならではの意気地

- 意外性や独創性のある着眼点
- 下町らしいどこか遊び心がある表現
- 生活者に行動変容を促すような提案 など

● 様々な人の幸せなつながりを育む ————— #多様性

ものづくりやサービスの提供を通して、「様々な人々の幸せを育む」豊かな関係づくりをサポートしている。



人々の交流を通して、コミュニティを育む。
▶ ものやサービスを届けて終わりではなく、そこから始まる物語

- 誰ひとり排除しない開かれた製品やサービスを追求
- すみだのことを知りたくなる / 訪れたいような製品やサービスを提供
- 事業を通じた交流の促進 など

これから

2021-未来へ

初期デザイン

あたらしくある。なつかしくある。



すみだモダン

すみだの人のところが、
すみだのものづくりのところが、
新しい感性と出会い、
未来へ向けた価値が生まれています。
ちょっとなつかしく、そしてあたらしい。
それが「すみだモダン」。
あなたも感じてください。

造形について

● 隅田川の流れを表す流水紋

シンボルマークのいわゆる流水紋の「S」の形態は、
「すみだ」のイニシャルであるとともに、隅田川の流れを表します。

色について

● モダンな黒

流水紋という和の伝統的モチーフに対して、黒1色という色彩によって
モダンなイメージを表現するとともに、使用時の汎用性を確保します。

新デザイン



こころ、ゆさぶる。

すみだ
モダン

こころ、ゆさぶる。

すみだモダン

いまだけではない、100年先のこちよさを。
自分だけではない、より多くの人のよろこびを。
まあたらしい、鮮やかな感動を求めて。
こころ、ゆさぶる。
つくる想いが、こころを動かしていく。

造形について

● 隅田川の流れを表す流水紋

すみだの象徴でもある隅田川の水の流れをシンボル化しました。
緩やかな曲線と勢いを感じさせる先端は
伝統的な文化と新しい感性の共存を意味しています。
アルファベットの「S」にも見えることから
海外でもすみだモダンの頭文字として認知され易いように設計しています。

色について

● 伝統色のあいいろ

シンボルマークは藍染の伝統色である、あいいろから明度を調整し、
軽やかな印象になるよう選定しました。
他のプロモーションマークとのバランスを鑑みて
水の流れを感じさせる色合いとしています。
ロゴタイプは隅田川の墨堤の墨の字から着想し、墨色としています。

「すみだ地域ブランド戦略」WEB

sumida-brand.jp



お問い合わせ先

「すみだ地域ブランド推進協議会」事務局

〒130-8640 東京都墨田区吾妻橋 1-23-20 墨田区産業観光部産業振興課内

Tel:03-5608-6188 Fax:03-5608-6934 Email:BRAND@city.sumida.lg.jp

編集 / デザイン

株式会社 GKインダストリアルデザイン