

<参 考>

様式3, ブランド化部門用

<ブランド化部門活動について>

1 活動の概要	<p>※取り組んでいる内容を要約してください。</p> <p>ササニシキ発祥の地である大崎市内で開発されたササ系新品種を活用し、環境配慮、食味の厳しい基準を創設し、新ブランド「ささ結」を確立。生産・流通・加工・販売が連動し、ブランド化を推進し、高価格帯を実現。県内や首都圏スーパーでの流通販売、地域内飲食店や寿司業組合、学校給食での地産地消を实践。6次化として地元酒蔵や菓子製造等と連携した特産加工品の開発により人気商品として販売。仙台都市圏との田植えなどの体験交流を実施し、ファンを拡大。全国ササニシキ系「ささ王」決定戦の開催により、ササ系の価値向上により、ササ系の復権を目指している。</p>
2 活動のタイトル	<p>※取り組んでいる活動に「タイトル」を付けてください。</p> <p>ササニシキ系米の復権「ささ結」のブランド構築</p>
3 活動の継続期間	<p>※取組や組織の発展過程などを時系列で記載してください。</p> <p>【平成27年】</p> <p>市・県・JAに加え、米卸業者や地域内の寿司組合、酒蔵、ごはんパック製造業者、菓子製造業者など地域の米の関係者と一体となり、大崎の米「ささ結」ブランドコンソーシアム設立組織し、体制を確立。</p> <p>ささ結コンセプト、パッケージデザイン完成、デビュー</p> <p>【平成28年】</p> <p>○「ささ結」ブランド認証基準を創設</p> <p>① 環境に配慮した基準（有機JASの米、みやぎの県境にやさしい農産物認証に係る特別栽培米、大崎市内JAによる環境保全米のいずれか）</p> <p>② 食味を重視した基準（追肥せず、玄米タンパク含有率6.5%以内）</p> <p>○全国寿司の日（11月1日）、「大崎「ささ結」寿司キャンペーン」開始、学校給食へは「地場産給食の日」とあわせて「ささ結」を提供し、食育事業にも活動を広げる。また、台東区の学校給食へささ結を提供</p> <p>○地域・都市圏との交流事業の開催（田植え・稲刈体験交流等）</p> <p>○米の6次産業化 「純米大吟醸酒 ささ結」販売開始</p> <p>【平成29年度】</p> <p>○「ささ王」決定戦の開催開始（対象：大崎耕土）</p> <p>○大崎耕土が世界農業遺産に認定</p> <p>【平成30年度】</p> <p>○ささ結ブランド認証基準に、世界農業遺産ブランド認証基準（生き物モニタリングなど）を追加し、生物多様性に配慮した基準とした。</p>

＜参 考＞

	<p>○地元飲食店と連携した「ささ結新米フェア」の開始</p> <p>○米の6次産業化 ささ結レンジパックの開発及び販売開始</p> <p>○「ささ王」決定戦の開催（対象を宮城県内に広げる）</p> <p>【令和元年度】</p> <p>○全国ササニシキ系「ささ王」決定戦の開催（対象を全国に広げる）</p> <p>○ささ結公式イメージ JAZZ ソング「Feel it ささ結」完成</p> <p>【令和2年度】</p> <p>○「ささ結」を原料とする米菓子「ささぼん」の開発及び販売</p> <p>○コロナ禍に対応，ささ結 WEB 大幅リニューアル開設 (sasamusubi.jp)</p> <p>【令和3年度】</p> <p>○コロナ禍に対応，キャンプや防災に無洗米ささ結キューブを開発販売</p>	
<p>4 活動の取組形態</p> <p>※別表2から該当する取組形態を選択してください。</p>	<p>対応できている取組形態 (複数選択可)</p> <p>ア イ ウ エ オ カ キ ク ケ コ サ シ ソ</p>	<p>対応できつつある取組形態 (複数選択可)</p> <p>ス セ</p>
<p>5 活動等の詳細</p>	<p>(1) 活動を始めた契機</p> <p><u>※動機・目的等を記載してください。</u></p> <p>国内の米産地がコシ系でのブランド化を強める中，ササニシキ発祥の大崎市として貴重な地域資源である，ササ系の新品種「東北194号」を活用し、ブランド米「ささ結」として確立することで、東日本大震災(震度6強被害)からの復興のシンボル米として、ササニシキ系の復権，米産地としての再認知と米の販売促進，農業者の所得向上，地域活性化などを図ることを目的に活動を開始した。</p> <p>(2) 活動の理念</p> <p><u>※メインテーマ，目標など，タイトルの説明等を記載してください。</u></p> <p>国内の大半の米がコシ系となり，ササニシキが減少し価格も上がらない状況の中で，国内で希少なあっさり食感のササニシキ系米の復権をかけ，ササニシキ発祥の地からササ系の新品種を活用した新たなブランディングに取組み，ササ系の価値を市民・県民・国民が再認識することで，米の価値向上，消費拡大，米需要の多様化を図り，米資源，米文化を次世代につなげる。</p> <p>(3) 活動の内容</p> <p><u>※具体的な活動の内容，方法等を記載してください。</u></p> <p><u>※必要に応じて活動内容に関する資料(写真，記事，チラシ等)を添付ください。・地域・都市圏との交流事業</u></p> <p>○「ささ結」ブランド認証基準を創設</p> <p>1. 環境配慮基準(有機 JAS の米、みやぎの県境にやさしい農産物認証に係る特別栽培米、大崎市内 JA による環境保全米のいずれか)</p>	

<参 考>

2. 食味重視基準（追肥せず、玄米タンパク含有率6.5%以内）
3. 生物多様性配慮基準『大崎耕土』世界農業遺産ブランド認証の基準（生き物モニタリングなど）

（市として、3JAに高精度食味分析計の導入助成実施）

- ささ結栽培研修会実施による生産者の技術向上を図る

量ではなく、環境と食味を意識した栽培への転換、生き物モニタリング

- ブランドコンセプト、パッケージデザイン制作

ササニシキ系米の価値、大崎耕土から生み出された理由を歴史的背景から探り、理解しやすい表現として、商品パッケージデザインとして製作し、米袋としては斬新なシンプルデザインで販売されている。

写真（活動の様子）

※肖像権保護のため写真は掲載していません。



- 仙台都市圏との「ささ結」の農業体験交流

FM放送局と連携し、仙台都市圏の住民と田植え・稲刈り体験や収穫祭での交流会を行い、子どもや家族に「大崎耕土」の田んぼから食までを体験してもらうなど、「ささ結」ファンを拡大する体験交流事業、食育事業を開催している。

（2019年の稲刈り体験及び交流会風景）

写真（活動の様子）

※肖像権保護のため写真は掲載していません。

写真（活動の様子）

※肖像権保護のため写真は掲載していません。

- 地産地消 ささ結新米フェアなど

地元飲食店と連携し、消費者に「ささ結」の新米を食べていただく機会を提供するため、「ささ結新米フェア」を例年11月1日～12月28日まで開催し、「ささ結」の美味しさと地域の魅力を発信している。同時開催イベントとして、大崎寿司業組合と連携し、全国寿司の日（11月1日）「大崎「ささ結」寿司キャンペーン」として「ささ結」の美味しさを味わ

＜参 考＞

うことができるよう地域に根差した活動を行っている。

教育委員会との連携は、「地場産給食の日」とあわせて、大崎市内各小中学校の学校給食に「ささ結」を提供し、食育事業にも活動を広げている。

また、姉妹都市である台東区の学校給食にもささ結を提供し、首都圏での認知度向上も図っている。

新米フェア 2021 チラシ



○米の6次産業化 純米大吟醸酒 ささ結・ ぽん菓子ささぽんなど

主食用米としての評価だけでなく、地元酒蔵と連携して試験醸造し、「純米大吟醸酒 ささ結」が誕生した。翌年度には販売を開始したが、すっきり香る味が好評となり、リピーターが拡大した。

地元業者と連携した、レンジで温めるだけで手軽に食べられる「ささ結レンジパック」は、非常食保管用にも好評を得た。

また、地元菓子製造業者と連携し、「ささ結」を原材料とする米菓子「さ

<参 考>

「ささぼん」も開発され、好評をいただいております、米の6次産業を盛り上げています。

さらに、JA と連携し、コロナ禍に対応した、キャンプや防災用としても利用できる、無洗米ささ結キューブを制作販売している。

(ささ結加工品は、シンプルな統一デザインとしている。)

(ささ結 加工商品)



○全国ササニシキ系「ささ王」決定戦の開催

全国の食味コンクールでコシヒカリ系に重きが置かれる中、ササニシキ系の複権を掲げて「ささ結」、「ササニシキ」に特化した食味コンクール『ささ王』決定戦」を国内で初めて開催。食味・品質分析を1次審査、炊きたて・冷や飯・酢飯の食味試食による2次審査により、究極のササニシキ系米「ささ王」を決定。このコンクールは実需者やメディアから高い評価をいただいた。初回開催は、大崎市内限定で募集していたが、翌年度は市内から宮城県内に対象範囲を広げ、さらには令和元年度からは、全国から募集し、ササニシキ系複権の盛り上がりを加速させている。2020年から

＜参 考＞

	<p>は、コロナ禍に対応しよう YouTube での生中継も行い、全国に発信している。</p> <p>また、ささ王となった「ささ結」は、銀座三越で2019年は店内で特別販売会の実施、2020年はコロナ禍でインターネットで販売され、それぞれ完売している。(販売価格は、約1,000円/kg)</p> <p style="text-align: center;">(2020年のささ王決定戦 審査及び表彰式の様子)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">写真 (活動の様子)</p> <p style="text-align: center;">※肖像権保護のため写真は 掲載していません。</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; width: 45%;"> <p style="text-align: center;">写真 (活動の様子)</p> <p style="text-align: center;">※肖像権保護のため写真は 掲載していません。</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 20px; width: 80%; margin: 0 auto;"> <p style="text-align: center;">写真 (活動の様子)</p> <p style="text-align: center;">※肖像権保護のため写真は 掲載していません。</p> </div>
<p>6 活動のPR ポイント</p>	<p><u>※上記活動等の詳細欄に記載した内容のうち、特にPRしたい点を箇条書きにしてください。</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ササニシキ系新品種「ささ結」のブランド化、高価格帯販売の成功 ・全国ササニシキ系「ささ王」決定戦開催による、ササ系の復権 ・6次産業化の推進（ささ結を原材料に、加工品開発、及び販売） ・仙台都市圏との体験交流や、地域内飲食店と連携した地産地消の実践 ・ささ結の商標登録（国内・シンガポールは米・米加工、中国は米加工）
<p>7 連携している 団体等</p>	<p><u>※活動主体と連携して取り組んでいる団体等について記載してください。</u></p> <p>行政（大崎市・宮城県）</p> <p>生産者（JA古川・JA新みやぎ（みどりの地区本部、いわでやま地区本部）</p> <p>実需者（木徳神糧、大崎寿司業組合、寒梅酒造、ケーエス、松倉、全農宮城県本部）</p>
<p>8 特記事項</p>	<p>(1) 受賞歴等</p> <p><u>※当該活動に受賞歴等がある場合には記載してください。</u></p> <p>JA みやぎ中央会 第8回オリザ賞（準大賞）</p> <p>内閣府及び農林水産省 第5回「ディスカバー農山漁村（むら）の宝」選定（東北ブロック1位）</p>

＜参 考＞

別表 ブランド化部門

1 過去5年間の活動実績

※ブランド化の実績が複数の場合はそれぞれ記載してください。

(ささ結)

	ブランド化した 農林水産物, 商品名	販売単価 (玄米相対価格) (円/60kg)	販売(生 産)数量 (t)	取扱額 (千円)	従来品の参考販売単価 (ひとめぼれ玄米相対価格) (円/kg)
平成28年度	ささ結	16,420	非公開情報		13,959
平成29年度	ささ結	16,693			15,239
30年度	ささ結	16,492			15,372
令和元年度	ささ結	17,638			15,909
2年度	ささ結	—			—
	合計	—			—

純米大吟醸酒「ささ結」 生おりがらみ・火入れ)

	ブランド化した 農林水産物, 商品名	販売単価 (円税込)	販売数量 (本)	取扱額 (千円)	従来品の参考販売単 価
平成28年度	生おりがらみ 720ml	1,980	非公開情報		なし
	生おりがらみ 1.8ℓ	3,300			なし
	火入れ 720ml	1,980			なし
	火入れ 1.8ℓ	3,300			なし
平成29年度	生おりがらみ 720ml	1,980			なし
	生おりがらみ 1.8ℓ	3,300			なし
	火入れ 720ml	1,980			なし
	火入れ 1.8ℓ	3,300			なし
平成30年度	生おりがらみ 720ml	1,980			なし
	生おりがらみ 1.8ℓ	3,300			なし
	火入れ 720ml	—			なし
	火入れ 1.8ℓ	3,300			なし
令和元年度	生おりがらみ 720ml	1,980	なし		

＜参 考＞

	生おりがらみ 1.8ℓ	3,300	非公開情報	なし
	火入れ 720ml	1,980		なし
	火入れ 1.8ℓ	3,300		なし
令和2年度	生おりがらみ 720ml	1,980		なし
	生おりがらみ 1.8ℓ	3,300		なし
	火入れ 720ml	1,980		なし
	火入れ 1.8ℓ	3,300		なし
	合計	—		—

(米菓子 ささぼん)

	ブランド化した 農林水産物, 商品名	販売単価 (円税込)	販売数量 (枚)	取扱額 (千円)	従来品の参考販売単価
令和2年度	ささぼん 塩味	70	非公開情報		なし
	ずんだ味	70			なし
	合計	—			—

(ささ結 レンジパック)

	ブランド化した 農林水産物, 商品名	販売単価 (円税込)	販売数量 (個)	取扱額 (千円)	従来品の参考販売単価 (ひとめぼれレンジパック) (円税込)
平成30年度	ささ結レンジパック	176	非公開情報		154
令和元年度	ささ結レンジパック	176			154
2年度	ささ結レンジパック	176			154
	合計	—			—

2 全体の合計額

	取扱額 (千円)
平成28年度	非公開情報
29年度	
30年度	
令和元年度	
2年度	