

龍ヶ崎市女性会議「わたし×まちラボ」企画書

第2の地元グルメを生み出そう！ ～まいりゅうライスバーガー～

コロッケの次は、お米？！

- ・ 作成日：2026年9月29日
- ・ グループ：食材活用



この企画の趣旨

龍ヶ崎市の第2のご当地グルメとして、「まいりゅうライスバーガー」を開発・販売する。龍ヶ崎市の地域資源であるお米を活用し、横田農場等と連携して商品を開発する。片手で手軽に食べられるライスバーガーに、まいりゅうをデザインしたオリジナルの袋を組み合わせる。いがっぺ市などのイベントで販売し、SNSなどを活用して商品の魅力を発信することで、若い世代への認知度向上や地元農産物の消費促進、龍ヶ崎市の新たなご当地グルメの定着につなげる。

まいりゅうライス バーガーって？

- 龍ヶ崎市認定ブランド農産物の米をふんだんに使用したバーガー
- 中身はお店によってさまざま！
- オリジナルの味をあえて固定せず、地域の様々な店舗がそれぞれの味を表現できる【共通の土台】としたもの
- 多彩な龍ヶ崎市の魅力を味で表現できちゃう!?
- 地域の食のプラットフォーム
- 店舗に限らずキッチンカーでも！



1 個：500円～600円程度

なぜ龍ヶ崎市にこの企画が必要なのか

- ・ 既存のご当地グルメ（コロッケ）に加え、新たな名物の創出
- ・ 800年以上の歴史を持つ米づくりなど、地域資源の活用
- ・ 市が進める米のブランド化と連動した、米の魅力発信
- ・ 若い世代への認知向上と、地元農産物の消費促進

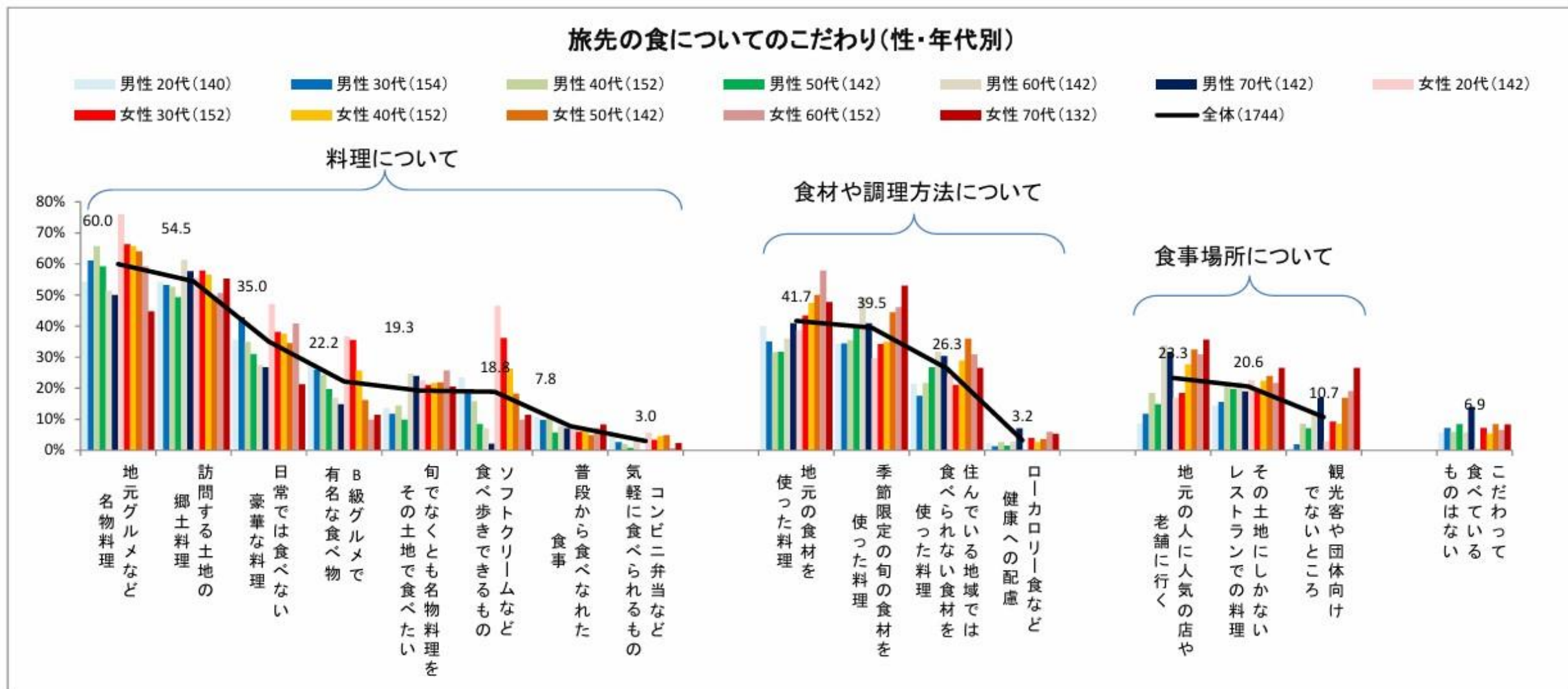
ターゲット層

全世代

地域の新しいご当地グルメとして幅広い世代に親しまれる商品を作る

(図 11) 旅先でこだわりを持って食べているもの（性・年代別）

複数回答（n=1744）



出典：JTB広報室、2017、「旅先でこだわりを持って食べているもの（性・年代別）」、『食と旅に関する調査』、food-and-travel-jtb-report.pdf

なぜ龍ヶ崎市が実施するべきか①

- 理由①

龍ヶ崎市には800年以上続く
米づくりがある。

横田農場という歴史ある地域の
農業者と連携できる。

- 理由②

龍ヶ崎産のお米自体が
ブランド農産物

特別栽培コシヒカリは市のブランド
農産物として認定されている。

なぜ龍ヶ崎市が実施するべきか②

• 理由③

地域資源を活用した
まちづくりに貢献できる
ガストロノミーツーリズム
との親和性

地域経済への影響

【補足】ガストロノミーツーリズム

- 地域の食文化や食材を通して
その土地の歴史・伝統・自然
環境に触れることを目的とし
た持続可能な観光形態



予算

内容

金額

商品開発・試作

100,000円

食材・調味料等

100,000円

オリジナル袋・包装資材

100,000円

ロゴ・デザイン・POP

70,000円

調理・販売設備

100,000円

SNS・広告・PR

50,000円

試食会・アンケート

30,000円

イベント出店関係費

50,000円

衛生管理・許可等

50,000円

予備費

50,000円

総額

700,000円

必要なもの

食材

- ・ 龍々 崎産米
- ・ 肉
- ・ 野菜
- ・ 調味料

調理関係

- ・ 炊飯器
- ・ 調理器具
- ・ 加熱器具
- ・ 冷蔵、冷凍設備
- ・ 衛生用品
- ・ 手袋
- ・ 容器

販売関係

- ・ オリジナル袋
- ・ POP
- ・ 看板
- ・ テーブル
- ・ テント
- ・ メニュー表

PR関係

- ・ 商品写真
- ・ SNSアカウント
- ・ PR動画
- ・ チラシ
- ・ ロゴ制作

その他

- ・ アンケート用紙
- ・ 衛生管理

実施スケジュール（仮）

- 2026年11月企画開始・農家や協力者との調整
- 12月商品のコンセプト最終決定
- 2027年1～2月第1回商品試作
- 3月試食会・アンケート
- 4～5月商品改良・価格検討
- 6月商品仕様・レシピ決定
- 7月まいりゅう袋・ロゴ・POP制作
- 8月SNS・PR開始
- 9月販売方法・イベント出店準備
- 10月最終試作・販売シュミレーション
- 11月頃イベントで販売・アンケート調査
- 12月～結果分析・改良・継続販売の検討



この企画の強み

米という地域資源を新たな形で活用

まいりゅうバーガーを通して龍ヶ崎を感じてもらう。

パッケージの公募や「押しバーガー総選挙」（仮）によって市民や市外の人にも楽しめるイベントの創生

「押しバーガー総選挙」（仮）による周遊性



※イメージ画像

アピールポイント

- 片手で食べ歩きができる！
- 他のお店のライスバーガーは崩れやすいが、米粉をつなぎとして使うことで崩れにくくなり、食べやすい！
- バーガーの中身をアレンジしやすい！



終わりに

試作しました！

**コロッケだけとは言わせない。
コロッケの次はライスバーガー**

既存の龍ヶ崎コロッケに加え、長い歴史を持つ米という地域資源を活用したライスバーガーを新たな龍ヶ崎市のご当地グルメとすることで龍ヶ崎市の「食の魅力」をさらに広げたい。

「龍ヶ崎に来たら、これが食べたい！」

そう思ってもらえる商品を目指したい。



参考文献

- <https://yokotanojo.co.jp/>横田農場「横田農場について」（最終閲覧日2026.9.9）
- <https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/jigyosha/nourinsuisangyou/nougyo/2017112300018.html>龍ヶ崎市「ふるさと龍ヶ崎ブランド農産物」（最終閲覧日2026.9.9）
- <https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/jigyosha/nourinsuisangyou/oshirase/8burandopuropo-zaru.html>龍ヶ崎市「令和8年度ブランド農産物認知度向上事業」（最終閲覧日2026.9.9）
- <https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/kanko/event/sangyousai-korofyesu.html>龍ヶ崎市「いがっぺ市 & ご当地コロッケ横丁」（最終閲覧日2026.9.9）
- https://www.jtb.or.jp/book/wp-content/uploads/sites/4/2025/10/nenpo2025_1_2.pdf公益財団法人 日本交通公社 旅行年報 2025より2024年度の旅行者が旅行先（都道府県）で最も楽しみにしていたこと p19表1-2-7から （最終閲覧日2026.9.27）
- <https://tourism.g.kuroco-img.app/v=1709845866/files/user/uploads/2017/04/food-and-travel-jtb-report.pdf>
JTB広報室、2017、「食と旅に関する調査」、（最終閲覧日2026.9.27）
- https://www.city.ryugasaki.ibaraki.jp/shisei/zaisei/kakusyukeikaku/toplevelplan/mirai_vison_for2030.files/miraisouzouvision_2030_gaiyou.pdf龍ヶ崎市のまちづくりビジョン（最終閲覧日2026.9.27）
- https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaifuku/shohikakudai/shokuzai/gastronomy.htmlガストロノミーツーリズム（最終閲覧日2026.9.27）
- https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/inbound_kaifuku/shohikakudai/shokuzai/gastronomy.html農林水産省（最終閲覧日2026.9.27）
- https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gi_act 農林水産省（最終閲覧日2026.9.27）