

全 体 報 告 書

事業名称	～郷土料理を伝承する日本固有の食文化～「駅弁」の調査研究・価値再構築事業
現状・課題	鉄道の高速化、駅構内への飲食店及びコンビニエンスストア等の商業施設の進出などにより、列車内で「駅弁」を喫食する食文化が薄れつつある。また、百貨店での駅弁大会など駅以外の販路は拡大したものの、売り上げは減少し続けており、かつて400社を超えた駅弁事業者が約5分の1に減少するなど、郷土料理を継承・発信してきた駅弁事業者自体の存続が危ぶまれており、「駅弁のわざ」も失われかねない状況である。新たな販路としての海外も、食品衛生法や品質管理の違い等により、開拓には多くの障害がある状況である。 一方、郷土料理においても、自治体や地域のボランティア団体等により地道な継承活動がなされているものの、ライフスタイルの変遷等に伴い、これまでのような手間と時間をかけた伝承が困難になりつつある。 このように、郷土料理を伝承していく役割を担い独自のわざを持つ駅弁事業者自体の存続は大きな課題であり、郷土料理の伝承に対する課題でもある。
事業目的	令和6年度の調査研究で明らかになった広島をモデルとした駅弁の文化的価値、また郷土料理伝承への貢献について、全国的な事例を調査することで、全国における郷土料理の伝承に対する役割をモデル化し、食文化としての価値を確立する。加えて、鉄道における道中食としての駅弁の「わざ」についても、技術的価値を明らかにしていく。これにより、各地で郷土料理の伝承に寄与することとあわせ、地域の一次産業の活性化にも貢献することを目的とする。
事業概要	令和6年度に広島でモデル化した「郷土料理と駅弁の関わり（駅弁の郷土料理伝承への貢献）」の全国的なモデル化と駅弁の「わざ」の確立のため、JR旅客各社管内の主要駅弁事業者のもとで自治体・有識者と連携した調査を実施する。これらの調査をもとに駅弁の食文化としての価値を確立しストーリー化していく。なお、昨年度調査を実施した広島においては、継承・発信、さらには自治体も交えた利活用の方法について観光担当部署も交えながら検討を深めていく。作成したストーリーは、JR各社及び日本鉄道構内営業中央会と連携し、有識者を招いてのシンポジウムや文化施設等でのイベント等を通じて情報発信する。
事業全体の成果・効果	○調査研究事業 ・広島をモデルとした調査で明らかになった駅弁の郷土料理の伝承に果たす役割が、他のエリアでも機能していることが認められた。また、新たな郷土料理を生み出す駅弁、地域で生まれた新しい料理を広げていく駅弁、地域の食材を活用発信していく駅弁の存在についても確認できた。さらに、駅弁の喫食が郷土料理への関心向上に貢献していること、駅弁に採用されることで郷土料理自体の認知度が向上していることもわかった。 ・駅弁の「わざ」については、列車内で食べるという喫食環境の特異性に対応する「調理技術」と、地域の食を美しさと共に一折に表現する「表現力・ストーリー創造力」であることが確認できた。 ○継承事業 ・駅弁に関するシンポジウムの開催を通じ、広く食文化としての駅弁の価値について考える場を持った。また、業界団体の会合での成果報告、会報誌に取り組みを掲載するなど、事業者に対して食文化としての価値を共有し、継承の意義を再確認した。 ○発信事業 ・JR6社の博物館等文化施設で駅弁の展示を開催するとともに、駅弁の販売箇所などでも消費者に対して駅弁の価値を伝えることができた。 ・本事業に関するメディアの報道は60件以上確認されており、調査研究の成果や駅弁の文化的価値を広く発信することができた。

事業別報告書

事業名称	～郷土料理を伝承する日本固有の食文化～「駅弁」の調査研究・価値再構築事業
区 分	(1) 調査研究事業
事業内容	(事業概要) ・ 駅弁の歴史に関する調査（文献・資料調査） ・ 郷土料理伝承の実態と課題について調査（自治体アンケート） ・ 駅弁と郷土料理の関係性に関する意識調査（消費者アンケート） ・ 駅弁事業者の調理技術に関する調査（事業者アンケート及びヒアリング） ・ 創業家の役割と経営方針についての調査（事業者アンケートと経営者インタビュー） ・ 全国6地区（北海道・宮城・神奈川・富山・愛知・福岡）の有識者検討会における各地の郷土料理と駅弁の関係性及び「わざ」の考察 ・ 有識者戦略会議におけるとりまとめ（駅弁と郷土料理の関係性、駅弁のわざの特定）
	(実施項目・詳細) ○ 駅弁の歴史確認（文献・資料調査） ・ 駅弁に関する文献、掛紙等の資料をもとに発祥から現在に至るまでの歴史的経緯を調査 ・ 黎明期の言説に関する文献調査 ○ 郷土料理伝承の実態調査 ・ 全国の自治体にアンケートを実施（伝承状況及び評価、取り組み及び課題等） ○ 郷土料理と駅弁の関係性に関する意識調査 ・ 全国の消費者にWEBアンケートを実施（駅弁及び郷土料理の喫食実態、郷土料理の認知等） ○ 調理技術に関する調査 ・ 100年以上の歴史を持つ事業者の製造担当者等へのヒアリング ・ （一社）日本鉄道構内営業中央会会員へのアンケート調査 ○ 創業家の役割と経営方針についての調査 ・ （一社）日本鉄道構内営業中央会会員へのアンケート調査 ・ 経営者インタビュー ○ 各地での有識者検討会 ・ 各地の郷土料理について調査 ・ 駅弁事業者の駅弁の歴史と調理技術について調査 ・ 各地の郷土料理と駅弁の関係性及び「わざ」の考察 ○ 有識者戦略会議 ・ 駅弁及び郷土料理を定義 ・ 郷土料理と駅弁の関係性の確認 ・ 駅弁の「わざ」の特定

成果・効果	調査を通じ以下の点について確認した ○駅弁の歴史確認 ・駅弁の始まりについては、通説となっている宇都宮駅発祥以外にも諸説存在（令和6年度調査より） ・明治・大正期の多くの文献で、販売事情や課題、地域色反映への期待などの記述を確認 ○郷土料理伝承の実態と課題（自治体の声） ・高齢化や核家族化、若年層の関心低下等により郷土料理の伝承が十分ではない ・SNS・HP等でのレシピ提供や学校給食での提供、料理教室の開催をはじめ様々な取り組みが行われているが、新しい打開策が見いだせていない ・「地域の食の伝承」に加え、「食材の消費」という観点でも自治体が「駅弁」に期待する声が多い ○駅弁と郷土料理の関係性 ・地域性を有した駅弁を食べることで郷土料理への関心が向上 ・駅弁に採用される郷土料理は県内県外を問わず認知度が高く、情報発信効果が見られる ・特殊弁当を「伝統的な郷土料理を伝承する駅弁」「新たな郷土料理を生み出す駅弁」「地域で生まれた新しい料理を広げていく駅弁」「地域の食材を活用発信していく駅弁の存在」に類型化 ○調理技術 ・喫食までの時間経過に対応する技術（冷めても美味しく美しい調理法、安全のための徹底的な加熱等） ・列車の振動に対応する技術（隙間を作らない盛り付け、液体を控えた料理など） ・列車内という特殊空間での喫食に対する技術（においを抑えた調理法、食べやすさを考えた料理サイズ等） ○創業家の役割 ・駅弁事業者は地域の食文化を担う役割を果たしており、創業家で世代を超え地域の食に対する考え方や接し方を継承 ・商品開発においても、マーケティングの観点だけでなく、多くの事例で創業家等の経営者が関与 ○駅弁の「わざ」 ・列車内で食べるという喫食環境の特異性 …調理技術（料理長・製造部門長を中心とする「組織としてのわざ（形式知）」） ・地域の食を美しさと共に一折に表現する創造性 …表現力・ストーリー創造力（地域の食を知り尽くした創業家等に引き継がれる「個人に紐づくわざ（暗黙知）」）
-------	---

事業別報告書

事業名称	～郷土料理を伝承する日本固有の食文化～「駅弁」の調査研究・価値再構築事業
区分	(2) 保護継承事業
事業内容	(事業概要) ・シンポジウム開催による伝承活動 ・業界団体での研究の共有 ・駅弁の利活用検討
	(実施項目・詳細) <シンポジウム> ○駅弁のいまむかし、そしてこれからについて考える(10月) ・博物館学芸員による研究報告 ・事業者による基調講演 ・パネルディスカッション ○郷土料理を伝承する「駅弁文化」について(3月) ・主催者による成果報告 ・パネルディスカッション <業界団体での共有> ・日本鉄道構内営業中央会総会での研究成果報告 ・同会の会報誌でのシンポジウム等の紹介 <利活用検討> ・昨年度調査研究を実施した広島において、駅弁事業者と自治体を交えた検討会を開催
成果・効果	<シンポジウム> (10月) 京都鉄道博物館で、事業者による基調講演とパネルディスカッションを実施し、鉄道博物館(さいたま市)にもライブで中継した。京都会場で50名、中継会場で10名の参加があり、会場の様子は地元テレビをはじめとする複数のメディアでも配信され、駅弁の歴史や食文化としての価値、さらには今後の駅弁のあり方について考える機会とした。 (3月) 京都鉄道博物館で成果報告を兼ねたシンポジウムを開催し、本事業のきっかけとなった広島駅弁当の社長を招き有識者等とのパネルディスカッションを実施した。会場には約60名の参加があり、複数のメディアで報道され、食文化としての駅弁について考える場を設けた。 <業界団体での共有> 日本鉄道構内営業中央会では、総会において昨年度事業の成果報告を行い、広島をモデルとした駅弁の郷土料理伝承に果たす役割について紹介することで、業界全体で駅弁の食文化としての価値について、再認識する場とした。加えて、会報誌でシンポジウムの内容や博物館での企画展などを継続的に紹介することで、駅弁業界としての食文化としての価値を共有し、継承の意義を共有した。 <利活用> 広島県の食に関する事業(おいしい広島)のチラシを広島駅に設置し、旅行商品に県内事業者の駅弁を組み込み販売、また自社で展開する情報誌に広島駅弁を紹介し誘客と購入促進を図った。

事業別報告書

事業名称	～郷土料理を伝承する日本固有の食文化～「駅弁」の調査研究・価値再構築事業
区 分	(3) 発信等事業
事業内容	(事業概要)
	・文化施設及び販売店舗、各種媒体を活用した情報発信 ・メディア等を活用した食文化に関する情報発信
事業内容	(実施項目・詳細)
	<文化施設> ・JR各社の博物館等文化施設でのパネル展示協力 ・京都鉄道博物館での特集展示 ・鉄道博物館での企画展開催協力 <販売店舗及び各種媒体> ・JR各社の販売店舗等で、駅弁の文化に関するパネルや情報を掲出 ・自社の車内誌及び駅での広告紙にて、駅弁の文化的価値を紹介 <メディア発信> ・定例社長会見にて駅弁に関する取り組みを紹介 ・各種取材対応
成果・効果	<文化施設・販売店舗等> ・JR各社等の協力により、博物館等の文化施設と駅弁の販売店舗やイベント会場で、駅弁の歴史や技術、地域性など食文化としての駅弁の価値を広く発信した ・列車内や駅構内での自社媒体に同様の内容を掲載することで、鉄道利用者に対しても駅弁の価値を伝えることができた (参考：文化施設) 北海道鉄道技術館、鉄道博物館、リニア・鉄道館・四国鉄道文化館、九州鉄道記念館、京都鉄道博物館 <メディア> ・社長会見での情報発信を機に、様々なメディアが駅弁の現状及び食文化としての価値、さらには調査研究について60件以上とりあげられ、食文化としての駅弁について広く社会的認知を得ることができた