

# ～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

駅弁は、鉄道とともに歩み、地域の育んできた郷土料理を盛り込んだ140年以上の歴史を有する食文化であり、**地域で大切に育まれてきた郷土料理を伝承する個性豊かな食**である。駅弁の発祥には諸説あるが、揺れる車内で乗客の空腹を満たす目的で、握り飯に沢庵という質素な弁当から始まったことは確かである。その後、幕の内弁当形式の駅弁が登場し、全国へ普及する中で、その土地の特産品を食材の中核とした駅弁が登場し、現在でも各地で個性豊かな駅弁が製造・販売されている。

現在、家族構成や食文化の変容により、郷土料理の伝承に課題が生じる中において、伝統的な料理を伝承するための様々な取組がなされている。その中において、**移動する車内で喫食することが目的である駅弁は、全国に広く郷土料理を発信するという役割**を担っており、さらには百貨店やスーパーマーケットの催事等でも**地域を代表する食として広く販売**されている。また、製造においては、時間を経過してから、また多くの旅客の中、揺れる車内で食べられることを前提とした盛り付けや味付けがなされるなど、独自の調理技術や気遣いがみられる。

このような特徴を持つ駅弁は、**海外にも類を見ない道中食であり、日本全体の地域の食を維持し、進化させていく唯一無二の食文化として、後世に伝承していくべき食文化**である。

- 1880～1940年頃
- 1940～1950年頃
- 1950～1965年頃
- 1965～2000年頃
- 2000～2020年頃
- 2020年頃～

- 諸説あるが、明治18(1885)年に宇都宮駅で販売された弁当が駅弁の発祥とされている。**最初の駅弁は、空腹を満たせばよく、揺れる車内で食べるという前提で、握り飯に沢庵という質素な弁当。**
- その後、「普通弁当」と称される幕の内弁当形式の駅弁が登場。
- 明治30年代には、次々とご当地駅弁が登場し、**その土地の特産品を食材の中核とした「特殊弁当」が登場。**
- 戦争による日本の領土の拡大が長距離旅客を増加させ、駅弁にも少なからずプラスの影響。
- 部隊の鉄道異動に伴う軍隊向けの食事、いわゆる軍弁の提供により一時的に売り上げは増加したものの、**不要不急の旅行規制により需要が減少し、その後の戦争の長期化による金属搬出や食材不足、更には空襲被害などで極めて厳しい状況に置かれた。**
- その後、戦局が悪化し食料事情が悪化すると、**全国で米を使用しない代用駅弁が登場。**
- 終戦後、経済復興が進むにつれ、ビジネス、レジャー目的の長距離旅客が急増したため、**集団就職、出稼ぎ、修学旅行の復活など鉄道の利用が増え、駅弁需要の発生。**
- また、各地で駅弁大会が開催され、**ふるさとの特産品を使った特殊弁当が人気に。**
- 昭和40年代になると、**列車の高速化に伴い所要時間が短縮され、窓の開かない列車や通過列車、停車時間が短い列車が増加。**
- これに伴い**移動途中に食事をする機会が減少し、駅弁業者にとっては苦しい時代に。**
- また、**ホームでの立ち売りが困難になり、駅弁大会等での新しい需要の増、エキナカの商業化などに押され、駅弁販売から撤退する事業者の増加。**



- 2000年代に入ると、**駅弁事業者の大半は特殊弁当に活路を見出し、駅弁のご当地性にこだわった高級化路線をとる事業者も。**
- また、台湾やパリなどへ**海外進出する駅弁事業者も。**
- 21世紀に入ってからの駅弁は**特殊弁当が中心に。**
- 2020年2月頃から始まるコロナ禍はこの動きに拍車をかけ、**移動需要が消失するなかで、駅弁の販売数量が急激に減少。**
- 駅弁事業者は**冷凍駅弁の開発・販売**に乗り出したり、**加熱して温かい状態で食べることを前提とした駅弁を短期間に開発。**
- 現在も、**駅弁業界にとっては厳しい環境が継続。**

### 駅弁の定義

列車での移動中に食することを前提に製造され、鉄道施設を主たる販売拠点として販売されている、または販売されていた弁当であり、**地域で伝統的に食されてきた調理法や食材を活用**するなど**地域固有の内容**となっているもの

### 駅弁のわざ



#### 調理技術:組織としてのわざ(形式知をベースに) 暗黙知で補充

- **製造から喫食までの時間経過**
  - ・冷めても美味しく美しい調理技術
  - ・徹底的な加熱
  - ・酢や笹による抗菌
  - ・経木による水分調整
- **列車の振動**
  - ・隙間を作らない盛り付け
  - ・液体を抑えた料理
- **列車内という特殊空間での喫食**
  - ・においを抑えた調理法
  - ・食べやすさを意識した料理サイズ
  - ・座席に合わせた容器のサイズ
- **料理自体の変化**
  - ・駅弁としての採用にあたり、料理が喫食環境に適應



#### 創業家に引き継がれる創造性: 個人に紐づくわざ(暗黙知)

- **地域の食に対する考え方や接し方の継承**
  - ・自社の事業範囲を地域に限定
  - ・駅弁を構成する料理や調理法の多くに地域のものを採用
  - ・消失間際の地域の料理や食材を駅弁として採用



### 「地域性」のある駅弁へ

#### 駅弁の郷土料理との関わり

- **郷土料理への関心を高める機能**  
郷土料理を食べることで地域の郷土料理への関心の高まり
- **郷土料理の認知を広げる機能**  
地域内外での駅弁の認知度向上(情報発信機能)

#### 郷土料理の課題

- **高齢化等による郷土料理の伝承者の減少**
- **核家族化等による家庭での伝承機会の減少**
- **郷土料理の喫食場所・機会の減少** 等

### 伝承の危機を迎える郷土料理×駅弁

## 日本の個性ある地域の食文化の存続、地域の大切な味の継承へ

### 特殊駅弁と郷土料理との関係性

#### 伝統的な郷土料理を伝承する駅弁

もともと地域に存在した郷土料理を駅弁として展開することで、郷土料理を伝承する機能を持つ。  
(例)ますずし(富山県)、かきめし(広島県)



#### 新たな郷土料理を生み出す駅弁

地域で収穫された素材を、事業者が新たに「駅弁」として開発することで、地域の味として定着し、新たな郷土料理の誕生。  
駅弁という媒体が存在することで誕生した地域の味。  
(例)いかめし(北海道)、あなごめし(広島県)



#### 地域で生まれた新しい料理を広げていく駅弁

時代性において郷土料理とまでは言えない比較的時代の新しいもので、駅弁があったことで地域外へ広がりをもったもの。  
(例)牛タン(宮城県)、名古屋めし(愛知県)



#### 地域の食材を活用発信していく駅弁

地域ならではの食材を活用し、地元以外でも発信していく点において、地域住民以外が食する機会を提供する特徴的な事例。  
(例)鮭めし(北海道)、ブランド肉を活用した駅弁



#### ● 色彩からの考察

**赤色を基調とした分布(北海道・日本海沿岸)**  
北海道や東北の海岸沿いで多く見られる赤色の駅弁は、**鮭やいくら、かにといった海産物が色彩上の主役**。  
(例)鮭めし(北海道)、ほらご飯(宮城県)

#### 青色を基調とした分布(太平洋沿岸)

太平洋岸、特に東北南部から関東、東海辺りまでの海岸線では、**青魚を中心とした青系統の食材が特徴的**。  
(例)鮭の押し寿司(神奈川県)、サンマ寿司(和歌山県)

#### 黄色・緑色を基調とした分布(高原山岳地方)

**山菜や栗などの「緑色」「黄色」が主役となる**。  
季節感や自然風景とのリンクが強く、**素朴で落ち着いた色合いが特徴的**。  
(例)釜めし(群馬県)

#### 茶色を中心とした広がり(全国)

古くから鶏肉を使用した駅弁が大館や北部九州等で見られる他、秋田では**牛めし**が古くから存在。近年では、米沢牛をはじめとする**ブランド牛等**、各地の**牛肉・豚肉**が駅弁に数多く使用されている。  
(例)牛肉弁当(山形県)、かしわめし(福岡県)

