

全 体 報 告 書

事業名称	郷土料理伝承に不可欠な駅弁の調査研究・価値再構築事業 (広島をモデルとした駅弁ストーリーの創出)
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、送料・手数料などにより収益的にも厳しく、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いる。また、郷土食の継承に重要な役割を果たしてきた一方、近年はブランド化された食材の活用に重きが置かれ、郷土食を継承し、地域の食の魅力を発信するという本来の価値が毀損されかねない状況に陥っている。このように、郷土食を継承していく役割を担う駅弁事業者自体の存続、また駅弁の構成要素としての郷土食の取り扱いが課題である。
事業目的	調査研究を通じて広島をモデルとした駅弁の文化的価値のストーリーを構築し、広く情報発信することで、駅弁文化の価値の再構築を図ることを目的とともに、将来的には日本独自の発展をしてきた「駅弁」の魅力を海外に発信していくことで、日本の食文化の認知度向上、さらには地域経済の活性化に貢献することを狙っていく。
事業概要	まずは鉄道食としての駅弁の文化的価値を再確認するため、「鉄道の歴史と駅弁の変遷」、「広島の郷土食と駅弁」をテーマに文献およびフィールドワークにもとづく調査を実施する。加えて、「日本固有の食文化」であることを裏付けるために海外の鉄道における供食事情を調査し、ストーリーを作成する。作成したストーリーについては、広島県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・文化施設等での情報発信を行う。加えて、地元メディアとも連携することにより、食文化としての価値を地元にも発信することで、地域の食の魅力を再認識する取り組みとする。さらには、旅行会社とも連携することで、海外に対しての文化的価値の発信と駅弁の販売を行っていく。広島においてモデル形成した後は、JR各社および日本鉄道構内営業中央会との連携のもと、駅弁文化が持つ郷土料理継承という文化的価値を全国に普及するため、駅弁文化の国登録を最終目標とする。
事業全体での成果・効果	調査研究においては各テーマについて、計画通りの調査をすことができた。特に、郷土料理と駅弁の関連性においては、駅弁が郷土料理伝承に貢献していることが、アンケート調査からも、地域の郷土料理の伝承状況からも確認することができ、「作り手と食べ手の分離」「食と産地の分離」という、現代の郷土料理の抱える課題についても確認できた。「日本固有の食文化」についても、調査をした台湾では日本統治下で生まれた駅弁が独自の進化を遂げていること、欧州では駅弁が見つからないという実態だけでなく、駅弁が生まれなかった理由についても考察することができるなど、当初の想定以上の成果を得ることができた。具体的な成果指標については以下の通りである <ul style="list-style-type: none"> ・駅弁に関するシンポジウムの開催（1回／100名の参加）→2回約140人 ・駅弁に関するパネル展の実施（4月・10月駅弁まつり（広島・山口）） ※来場者7600名（（広島2500名／山口1300名）×2回）を想定→期間中に実施した10月の駅弁まつりでパネル展を実施し、来場者も計画通りであった。 ・当社HPに本研究のストーリーを掲載→文化庁のHP掲載にあわせ掲載 ・駅弁文化に関するメディア掲載10件以上→10件掲載

事 業 別 報 告 書

事業名称	郷土料理伝承に不可欠な駅弁の調査研究・価値再構築事業 (広島をモデルとした駅弁ストーリーの創出)
区分	(1) 調査研究事業
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①有識者検討会 ②文献調査、関係者のヒアリング、実地調査の実施 ③調査報告書の作成</p> <p>(実施項目・詳細)</p> <p>【鉄道の歴史と駅弁の変遷】【広島の郷土食と駅弁】【日本固有の食文化としての駅弁】をテーマに、以下の事業を進めた</p> <p>※特に郷土食が駅弁にどのように採用され、地域での食文化伝承にどのような役割を果たしてきたかという観点を中心に調査・研究を進める</p> <p>①有識者検討会 ・【鉄道の歴史と駅弁の変遷】【日本固有の食文化としての駅弁】に関する有識者検討会（分科会）…2回東京にて開催 ・【広島の郷土食と駅弁】に関する有識者検討会（分科会）…2回広島にて開催 ・【合同検討会】…広島をモデルとした郷土食と駅弁文化について…1回広島にて開催</p> <p>②文献・資料調査、関係者へのヒアリング、実地調査の実施、アンケート調査 ・駅弁に関する文献・資料調査（書籍・論文調査、鉄道系博物館での調査） ・広島の駅弁にかかる郷土食の文献・資料調査（社内資料、書籍等による調査） ・関係者ヒアリング（駅弁研究家、博物館学芸員、県内駅弁事業者など） ・駅弁・郷土食に関するアンケート調査（WEBによる調査） ・県外駅弁の実地調査（製造・販売箇所調査…6事業者）→駅弁事業者アンケートに置き換え ・駅弁大会実地調査（百貨店企画担当者ヒアリング、2箇所）→3箇所 ・海外調査（現地国鉄ヒアリング、鉄道系博物館にて鉄道食歴史調査、主要駅供食状況調査、現地駅弁店調査） （欧州：イギリス・フランスの鉄道系博物館及び駅の視察）→スイス調査も追加で実施 （台湾：鉄道系博物館、台湾鉄道、民間駅弁事業者（池上駅、福隆駅、奮起湖駅）ヒアリング）→奮起湖は行程都合で実施できず ※当初計画していなかったが、郷土料理の伝承実態について、広島県内市町へのアンケート、ヒアリングを実施</p> <p>③調査報告書の作成 ・国内の鉄道食の歴史と経緯、広島における郷土食の駅弁への展開、海外と比較した鉄道食文化について報告書を作成</p>
成 果	<p>【鉄道の歴史と駅弁の変遷】</p> <p>まずは、文献調査を中心に日本の駅弁の発展と衰退を確認した。加えて現代の駅弁販売の実態として、百貨店の駅弁事業担当者のヒアリングを実施し、新たな市場としてだけでなく、郷土料理の発信の場所として駅弁大会が有効であることが確認できた。また、全国の駅弁事業者へのアンケートを実施し、郷土料理とのつながりだけでなく、新たな地域との連携のかたちとして、ブランド食材を利用した駅弁の開発などが見られた。ただ、課題として、肉の駅弁が増加するなど、駅弁が調理法ではなく食材に引っ張られる形で地域の食の違いとなっていることも確認できた。</p> <p>【広島の郷土食と駅弁】</p> <p>県内市町のアンケート及びヒアリングで郷土料理伝承の実態を明らかにした。家庭で伝承してきた郷土料理が、ライフスタイル等の変化により伝承が困難になり、駅弁事業社などのプロの作り手と一般消費者の食べ手に分離する「作り手と食べ手の分離」、駅弁事業社の素材が地産ではなく他地域から食材を仕入れても伝統的な調理法と味を伝承する「産地と食の分離」が確認できたことに加え、一般消費者を対象とするアンケートでは、駅弁が郷土料理への関心につながっていること、駅弁に使用されていない他の郷土料理への認知とも関連があることなどが確認できた。</p> <p>【日本固有の食文化としての駅弁】</p> <p>台湾では日本統治下で生まれた駅弁が独自の進化を遂げていること、欧州では駅弁が見つからないという実態だけでなく、駅弁が生まれなかつた理由についても考察することができた。</p>

事 業 別 報 告 書

事業名称	郷土料理伝承に不可欠な駅弁の調査研究・価値再構築事業 (広島をモデルとした駅弁ストーリーの創出)
区 分	(2) 保護継承事業
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①シンポジウムの開催 ②日本鉄道構内営業中央会総会などでの取り組み紹介 ③郷土料理の駅弁教室</p> <p>(実施項目・詳細)</p> <p>①日本鉄道構内営業中央会との連携によるシンポジウムを埼玉と広島で開催し、有識者と駅弁事業者を招き、本調査研究の成果をもとに今後の展望と課題について議論した。埼玉においては、鉄道博物館の台湾の企画展と連動し、台湾鉄道博物館準備処から招いた研究者と日本の研究者による基調講演と、駅弁事業者を交えたパネルディスカッションを実施した。広島では成果報告を兼ね、県内の駅弁事業者と郷土料理の研究者を交えパネルディスカッションを実施した</p> <p>②日本鉄道構内営業中央会の定例総会で研究について報告を行った。次年度総会では今年度の研究報告を実施する予定</p> <p>③広島の郷土料理を使った駅弁を実際に作ってみる体験を市民から募集して継承活動を行った</p>
成 果 ・ 効 果	<p>①埼玉・広島ともそれぞれ70名程度が参加し、参加者からも駅弁に対する理解が深まったとの意見が多く聞かれた。それぞれメディアにも取り上げられた。</p> <p>②中央会総会後の懇親会でも話題に上るなど、会員企業の意識高揚と課題認識に繋がったと考えている</p> <p>③20名弱の参加者があり、駅弁の歴史や広島の郷土料理の説明なども行った結果、駅弁や郷土料理への関心が高まったとの声をいただいた。</p>

事 業 別 報 告 書

事業名称	郷土料理伝承に不可欠な駅弁の調査研究・価値再構築事業 (広島をモデルとした駅弁ストーリーの創出)
区 分	(3) 発信等事業
事業内容	<p>(事業概要)</p> <p>①ホームページを活用した食文化に関する情報発信（「食文化ストーリー」の発信） ②文化関連施設等を活用した駅弁文化の発信、学び場の提供 ③海外への駅弁文化の発信と訪日外国人への販売 ④駅弁まつりにおけるパネル展示</p> <p>(実施項目・詳細)</p> <p>今年度においては④駅弁まつりのパネル展示を実施</p>
成 果・ 効 果	今年度においては④駅弁まつりのパネル展示を実施したが、待ち時間などでパネルに関心を持ってみてもらえるなど一定の発信効果があったと考えている。なお、調査研究や継承事業などを通じたメディア露出が情報発信に繋がっており、広く社会的認知と関心を高めることに貢献した。