

「脱」駅の進む駅弁

金 英 順*

(e-mail: rinkai@konyang.ac.kr)

【Abstract】

I have so far examined the history of EKIBEN centering on historicity as reflected in KAKEGAMI (wrapping paper) of EKIBEN and the way in which EKIBEN is sold. KAKEGAMI not only contained information on EKIBEN but was also used as a medium to promote the famous tourist destinations, local specialties, and events from the era of Meiji, Taisyo up to the early SYOWA era. It also printed manners for railway travel and corporate advertisements, which gave us a glimpse of its social status. In the prewar era (1931-1945), it frequently had war slogans or pictures representing the war; and in the period of rapid economic growth, it often included tourism campaigns. KAKEGAMI will be able to find its place in history as a document that was influenced by the social conditions and at the same time represented the change of trends from local specialties, tourist packages, and health foods.

The history of EKIBEN shows that the early EKIBEN contributed to the local tourist industry to a certain degree. However, as the kinds of special box lunch making use of the local specialties were reduced in the war period and 'ordinary' box lunch became more general, the attribute of EKIBEN as an unusual 'Hare' tended to dwindle. After the defeat in the war, EKIBEN contributed to promotion of railway travel with the boom in travel industry in the period of rapid economic growth. But with the diversification of means of transportation and food, the way it is sold is also being diversified. This leads

* 建陽大学校創意融合大学、教授、日本学

to the dwindling significance of the railway station and railroad journey. With its history along with railway stations which has seen EKIBEN competitions, EKIBEN mail order sales, specialty EKIBEN shops, now EKIBEN is faced with a moment in history to reexamine itself to decide which directions it should take for the future. The experience and know-how acquired from the history of EKIBEN can offer an important pointer to the future direction of EKIBEN, and further to the improvement of railway box lunch sold by Korail such as 'Rail Lak樂' (Lak樂 meaning pleasure or joy).

key words : EKIBEN, KAKEGAMI, GUNBEN, war slogan, local specialty,
EKIBEN mail order sales, specialty EKIBEN shop,
EKIBEN competition

1. はじめに

食についての関心が高まっている。食物アレルギー、遺伝子組み換え食品への関心、スローフード、学校現場で取り組まれている食育¹⁾などはその代表的な例であろう。グローバル化の進展とともに地域特有の食文化への関心も高まっており、とりわけ観光産業において重要な広報ファクターとして位置づけられている。たとえば外国に向けて日本文化を広報する「クールジャパン」においては日本の食文化や和食が中核に据えられている²⁾。2006年に始まったご当地グルメ大会は「B-1グランプリ」として定着し³⁾、地域特産物の商品化による町おこしを目指すイベントとして毎年盛況に行われてる。空腹しのぎや栄養補給のための食べ物ではなく、美味しく体に良いものを食べて健康を増進し、食べる楽しみを満喫する享乐的機能へと食の重点が移っている。

韓国でも状況は同じである。男性シェフがもてはやされ、有名人の男性が手作り料理やスローフードに挑戦するという番組も人気が高い。多様な媒体から食に関する情報が大量に提供され、美食、珍味を求める行列も珍しくなくなった。国内外の観光案内でも各地域の郷土料理、有名店の紹介など、いわば「食べログ」が重要情報として扱われる⁴⁾。韓国人の日本旅行記にもラーメンや豚カツなど日本料理を食べた体験談が目立つ。さらに、近年の食習慣の重要な変化の一つとして、汁中心の韓国の食習慣からしてその普及が困難と思われていた弁当文化が徐々に広がりを見せている。韓国鉄道公社では鉄道の役割として輸送から観光へとシフトする方針を表明し、車内で提供する弁当の創作、検討を重ねているという⁵⁾。

このような食のパラダイム転換に重要な示唆を与えるものとして駅弁に注目したい。駅弁は地方特産物へのこだわりと、旅情を誘うスローフードを志向してきた代表的な郷土料理だからである。「時代に翻弄されつつも、逞しく日本の風土に根付いてきた」(上杉:9)という指摘のように、駅弁は、地域特産物と旅行という駅弁本来のこだわりを保ちつつも時代のニー

1) 2005年に食育基本法が、2006年に食育推進基本計画が制定された。子どもたちが食に対して正しい理解と望ましい食習慣を身に付けられるように学校教育を通して取り組んでいくことにねらいがある(文部科学省「学校における食育の推進・学校給食の充実」。

http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/syokuiku/

2) 「2015年ミラノ国際博覧会 日本館」

https://www.expo2015.jp/foodculture/d_block/21/03/

3) 正式名称は「ご当地グルメでまちおこしの祭典! B-1グランプリ」であるが、大会開催を通して50万人ほどが参加するとされる大型イベントとして定着しつつある。

<http://b-1grandprix.com/b-1グランプリとは/>

4) 「韓国観光公社」 <http://japanese.visitkorea.or.kr/jpn/index.kto>

5) アジア経済「コレイル観光 개발, 새로운 열차도사락 '레일락' 출시」(Korail観光開発、新しい列車弁当 'レール楽' 開始)

<http://www.asiae.co.kr/news/print.htm?idxno=2012050716132311708&udt=1>

ズを受容してきた。各時代のグルメテーマとの調和的な関係性を追求しながら形成、発展を重ねてきた食文化といえる。

本稿では、長距離移動と観光、郷愁、地域特産物の活用をコンセプトに発展してきた日本の駅弁の変遷過程に注目する。決して廉価ではなく、販売形態からして他の外食との競争において有利とはいえない。しかし、食糧統制の厳しかった戦時期やファーストフード全盛時代、鉄道旅行者の相対的減少などの逆境のなかで130年もの歴史を続けている⁶⁾。駅弁本来のアイデンティティを保持しながら時代のニーズにどのように対応してきたのだろうか。具体的には、駅弁の掛け紙の絵図やデザイン、キャッチフレーズなどから駅弁の変遷過程の一端を捉える。最初に駅弁の誕生から1970年代の国鉄の旅ブーム期に至る駅弁の時代性を総括し、次いで、戦時期という特殊な時代状況が駅弁にどのような影響を及ぼし、掛け紙にどのように表れるのかについて検討する⁷⁾。そして、駅弁屋や通販駅弁などを通して駅弁の現在・今後のあり方について考察していく。併せて、韓国鉄道公社(KORAIL)で検討が続いている鉄道弁当のあり方についても示唆を得たい。

2. 駅弁誕生から旅ブームまでの掛け紙

駅弁の始まりが「梅干し入りのごま塩にぎり飯とタクアンを竹皮に包」んだものであったという定説からわかるように(上杉:112)、初めから駅弁に掛け紙が使用されてはいなかったようだ。しかし日本最古の幕の内弁当と言われている「幕の内弁当」(明治22年、1889年)や名古屋駅の「折詰御弁当」(明治20年代)をみると(上杉:113)、木版印刷による素朴な掛け紙が使用されている。初期の記載内容は弁当名と駅名だけであったが、1906年鉄道当局からの達示により弁当の種類と等級(上等と並等)、価格、製造店名の調製にかかわる基本的な情報と、地域の観光名所や旅客案内などの記載が義務づけられるようになった(上杉:113)。これらの情報の他にも社会情勢を反映したような記載も見られ、駅弁並びにその掛け紙の歴史的、社会的な位置づけを垣間見ることができる。

以下本章では、駅弁、掛け紙から観察される時代特性、掛け紙の活用状況などにつ

6) 駅弁第一号に関しては諸説がある。1877年の大阪(梅田)駅説や1881年の上野駅説、1883年の宇都宮駅説など、1880年前後が駅弁の始まりとみられている。

7) 戦時期における駅弁を「軍弁」と表記されることもある。軍弁とは文字通り軍人が食べる弁当のことで、駅弁の歴史のなかで大きな特徴をもつものである。

北海道駅弁紀行(http://www.hokkaido-jin.jp/issue/sp/200411/sp_03.html)では「戦争中、各地で大きな演習や作戦があると、何百人もの軍隊が鉄道で移動したため、途中の食事が駅弁営業者に発注」されたと記されている。駅弁業者が戦時期において調製されたものうち軍人に提供されたものが「軍弁」、一般人向けのものは「駅弁」として販売されていたことがわかる。つまり、「軍弁」と「駅弁」の区分は購入者、すなわち配食対象者の区分であったといえる。

いて概観する。資料としては、上杉剛嗣氏の『駅弁懸け紙ものがたり』に掲載された駅弁掛け紙129種を手がかりとする。明治から平成までの120年間の、日本の特徴的な駅弁の掛け紙に注目しており、駅弁・掛け紙の時代性と時代背景をみる上で有効である。次の〈表1〉は、上杉(2009)に掲載された駅弁掛け紙のうち、北海道から九州に至る駅弁129種について時代別にまとめたものである。

〈表1〉駅弁の時代別特徴（明治～平成）

	掲載 件数	特徴
明治 (1868～1912)	3	<ul style="list-style-type: none"> ● 40年代以降、駅弁の等級、観光名所の景色、沿線図の明記
大正 (1912～1926)	12	<ul style="list-style-type: none"> ● 幕の内弁当が多いため（7件）、テーマ図には食材の絵が少なく、観光名所案内の比重が高い ● 注意書き明記。（①商品及び販売態度に関する意見の受付、②購入から早めに食べること、③ゴミを窓から投げないこと、④乗車マナー：車内での譲り合いや荷物の置き方） ● イベント、酒屋、薬局等の広告
大正後期 ～昭和前期	5	<ul style="list-style-type: none"> ● テーマ図にローマ字表記、別荘、おしゃれな人物画など ● 乗車マナー：乗降の順番、早めの下車準備による忘れ物防止など
昭和初期 (1926～1945)	31	<ul style="list-style-type: none"> ● 特殊弁当が相対的に少なく（14件）、食材のテーマ図が少なく（7件）観光名所の紹介が多い（20件） ● 1940年前後から、戦時標語・絵図が多用される（6件：「国民精神総動員」；「（戦地偲んで感謝の）節米」；「欲しがりません勝つまでは」）、戦闘機、日の丸、海戦がテーマ図に。 ● 戦時中の食糧事情を示す「代用食」8、「停」9の印
昭和後期 (1945～1989)	62	<ul style="list-style-type: none"> ● 特殊弁当が多く（52件）、テーマ図に食材（36件）が多い。 ● 幕の内弁当は相対的に少ないが、1960年代後半からの旅行ブームを伺わせる観光名所の紹介（33件）が少なくない。 ● 1950年前後、戦後の食糧難を示唆する「御料理弁当」「外食券弁当」「節米に御協力」、「等外米」「業務用米」使用の表記 ● 指定席の事前予約、グループ旅行等鉄道旅行の案内文の増加、車内マナー（高齢者や子供に座席譲る）の文言が増加 ● 弁当の品質や販売員に関する意見受付の文章は減少。 ● 購入後の早めの飲食とゴミの分別について、ほぼすべての弁当に記載。
平成 (1989～現在)	16	<ul style="list-style-type: none"> ● ほとんどが特殊弁当（15件） ● テーマ図に観光名所の紹介（10件）、食材紹介（7件）がほぼ同じ比重

8) 戦時中、米不足によって配給制度になった頃、ごはんの代わりとなった駅弁。1930年代後半、宮城県の小牛田駅弁掛け紙には「斎林だんご（代用食）」には「本品ハ米ノ粉ニ馬鈴薯ニ割混合シ調製シタモノニ付、代用食トシテ適用ト存ジマス」と書かれている。

9) 「停」は、戦況が激しくなる1940年頃、「物価高騰を避けるために政府が値上げを一時差し止めた「停止価格」」の印である(上杉：76)。

駅弁掛け紙のテーマ図が変っていくことにも注目したい。掛け紙には「その地域近辺の名所旧跡、産業施設などを絵入りで紹介している。駅弁は日本の歴史と地理の案内役。その総体は社会科の教科書」(瓜生:41)という指摘の通り、当該時代の特徴が絵図や標語などによく現れている。明治時代の掛け紙をみると、明治30年代には価格と製造者名のみが記されているが、明治40年代の2枚には基本的な情報として駅弁調製元の名前と駅名、1個所は電話番号(箸袋)が書いてある。加えて、観光名所一覧または絵、沿線図が書かれている。弁当の中味を想像させる写真・絵、字句は全くなく、駅弁が簡易食の役割にとどまっている。

大正期の掛け紙はローマ字が用いられり別荘の図など大正ロマンをうかがわせる絵柄や色使いが多い。内容面で最も特徴的な掛け紙は戦時下にあった昭和初期のものであろう。戦時標語や戦闘機、戦場を想像させる絵柄が多く盛り込まれている。時代別で最も掲載件数の多かった昭和後期の掛け紙には時代のダイナミックな変化が見て取れる。

戦後間もない頃は、食糧不足を背景とする「節米」協力への呼び掛けや「代用食」「屑米」を利用した駅弁作りなどの工夫がみられた¹⁰⁾。しかし1960年代に入ると旅行を奨励するメッセージが目立つようになる。駅弁の種類を問わず観光案内の絵柄、メッセージが盛り込まれている。駅弁の役割が移動時に空腹を満たす食事から旅行の楽しみを増してくれるものへ、いわば非日常性を楽しむ旅行商品として位置づけが変りつつあることがうかがえる。

駅弁の種類の変化に着目すると、昭和初期までは幕の内弁当の比重が大きかったが、戦後は特殊弁当¹¹⁾が主流を占めるようになっていく。戦後特有の食料事情が改善され、さらには旅客の増加を受けての変化として考えられる。1964年の東海道新幹線の開通、1970年の大阪万博によって急増した旅客需要をバネに日本国有鉄道(以下、国鉄)は1970年から「美しい日本と私 DISCOVER JAPAN」キャンペーンを展開している。60年代後半からの「カニ族」¹²⁾や70年代初めの「アンノン族」(難波:49)と若者や女性による個人旅行ブームが続く。長距離移動に必要な食事という駅弁の当初の役割から、観光地の特産物を使用した特別感を売りにした食事へとその使命が変ってきていることを示

10) 1952年、業務用米の特配がない中、駅弁屋が米の生産地と直接交渉して収穫後の質の悪い屑米を買い取り、「等外米」「業務用米」を使用した駅弁として、外食券との引き換えなしに販売できた。沼津駅の「元祖鯛めし」や名古屋駅の「おにぎり弁当」などがある(瓜生:104-105)。

11) ご飯に味付けした駅弁を指す「特殊弁当」は、地域特産の食材を前面に打ち出し、駅弁の名前や掛け紙に食材が用いられることが多い。さらに「味つけの主体を醤油に求める飯類—鯛めし、鳥めし、鯛めし等々—と、主体を酢に求めるすし類—かにずし、鮎ずし、あなごずし等々の二種類」に大別される(瓜生:57-58)。

12) 国鉄が1956年に発売した自由に乗り降りができる「北海道均一周遊券」を利用して旅行する若者を指しており、「カニ族—一幅の広いリュックサックをかついでいるため、狭い列車内をカニのように横になって歩く」ためつけられた名前である(1967年8月7日付朝日新聞。難波(2004:49)より再引用)。

唆していよう。

もう一つの時代背景として、外食産業及び流通産業の発達を挙げることができる。外食の普及・多様化とともに安く美味しく食べられる飲食店が増加した。1960年代に日用品を取り扱うスーパーが相次ぎ開業・大型化し¹³⁾、また1970年代からコンビニの開業も続き、お弁当が簡単に購入できるようになった¹⁴⁾。1970年代からは、出張や旅行の友としての駅弁の役割が希薄になっていくなかで、特殊弁当の比重が増してくることは当然の流れと言えよう。

駅弁の種類と掛け紙の関係という観点からみて、幕の内弁当は「三種の神器一卵焼き、かまぼこ、魚料理一を基本にして組み立てられている万人向き弁当」(瓜生:57)であることから弁当そのものの特色を打ち出すことが容易ではない。そのため、発売される地域の観光名所がテーマ図に多用されてきた。一方の特殊弁当は茸や魚介類、鶏などの食材そのものの絵が用いられることがほとんどである。1958年に販売された信越本線横河駅の「峠の釜めし」(上杉:41)、中央本小線湊沢駅の「はまぐり丼」(小林:95)、山陽本線広島駅の「しゃもじかきめし」(瓜生:2)のように掛け紙だけでなく弁当容器と駅弁の名称を連結させたものもある。掛け紙や容器など、駅弁の包装において駅弁の特殊性を目立たせることは、その他市販の弁当との差別化を図る上で重要な役割をする。昭和後期の駅弁において地域特産物を食材とした特殊弁当が増加する一方、掛け紙においては食材とほぼ同レベルで観光需要を触発する絵図、内容が多く盛り込まれている所以である。

「美しい日本と私 DISCOVER JAPAN」(1970年開始)、「いい日旅立ち」(1980年開始)、「エキゾチックジャパン」(1984年開始)などの国鉄の旅行キャンペーンを受けて、掛け紙には前述のキャッチフレーズが挿入され、さらに直接的な国鉄旅行案内文も目につくようになっていった。「楽しいグループ旅行は国鉄にお任せ下さい。10人以上なら2か月前から座席の予約が出来ます」(「とんかつと山菜弁当」昭和40年代、和寒駅)、「お出かけ前の安心感 ご旅行には指定券を」(「北海道の味イクラ弁当」1984年、岩見沢駅)などの内容である(上杉:2009)。1960年代半ばからのマイカーブーム、東名高速道路の前面開通によるトラック物流へのシフト¹⁵⁾、航空便利用の普及が進むなか、70～80年代にかけて旅情を深める交通手段としての鉄道の広報に全力を

13) 「スーパーとは【中略】日常食材提供業である」とした「サミット」が (<http://www.jmrlsi.co.jp/membership/mnext/d02/02/rtr05.html>) 「食品スーパー」を1963年 (<http://www.summitstore.co.jp/company/2history.html>)、「株式会社主婦の店ダイエー」が1962年にオープンし (<http://www.daiei.co.jp/corporate/company/step/1960.html>)、どんどん大型化していく。

14) 日本のコンビニ第1号である「セブン-イレブン豊洲店」が1974年、ダイエーの「ローソン」1号店も1975年にオープンする。http://news.mynavi.jp/c_career/level1/yoko/2009/08/1_5.html

15) 「平成14年版循環型社会白書」

<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/honbun.php3?kid=216&bflg=1&serial=131641> 9

注がれた時代状況が背景にある。だからこそ鉄道旅行ならではの楽しみとしての駅弁の存在は貴重である。地域の特産物を使用した特殊弁当が重点的に開発され、掛け紙の図案においても観光案内の比重が大きくなる。駅弁の観光商品としての位置づけは今日まで続くものであり、さらにご当地グルメ大会（B-1グランプリ）など町おこしと連携、ハレの日弁当としてその存在意義が定着しつつあるとえいよう。

以上駅弁の種類と掛け紙の時代別変遷についてみてきた。幕の内弁当を中心に簡単な観光情報を盛り込んでいた明治時代から大正時代にはローマ字や別荘の写真・絵が使われたり、博覧会や会社の広告が書かれる広報媒体としての機能を兼ねたり、さらには乗車やゴミ処理に関するマナーについても言及しており掛け紙のメッセージに広がりが見られた。戦時期については次章で詳しく述べるが、広告媒体としての機能は戦時期にも続き、昭和初期のものには戦時標語が多く盛り込まれるようになった。さらに、昭和後期に至っては戦後の経済発展のなかで鉄道と観光を結ぶ媒体の一つとしての駅弁の役割が良く表れていた。

3. 戦時期の掛け紙

3-1. 地域別分布

明治、大正、昭和初期に続けて発展してきた駅弁であるが、本章では戦時期の駅弁についてみていく。まず、この時期の弁当の呼称の一つである「軍弁」という言葉についてみておきたい。「軍弁」は文字通り軍人が食べる弁当のことであるが、駅弁調製元「神尾弁当」（1876年創業）の沿革を見ると¹⁶⁾、1904年「日露戦争により、軍弁を調製する」、1914年「第一次世界大戦により、軍弁を調製する」と記されている。確認できる掛け紙は見当たらないものの、「軍弁」の歴史が日露戦争までさかのぼって始まっていることを示す資料として貴重である。つまり、戦争時に調製されたもののうち軍人に提供されたものが「軍弁」、一般人向けのものが「駅弁」で、「軍弁」と「駅弁」の区分は購入者、すなわち配食対象者の区分であったといえる。

『明治・大正・昭和 駅弁ラベル大図鑑』（以下、『図鑑』）¹⁷⁾には「戦争の時代」の駅弁として59種が掲載されているが、本章ではこの59枚の掛け紙を対象に戦時期における駅弁を検討する¹⁸⁾。次の表2 掛け紙にみる戦争時代（1930-1945年）の駅

16) 神尾弁当 <http://www.bentou.net/info.html>

17) 羽島知之(2014)『明治・大正・昭和 駅弁ラベル大図鑑』国書刊行会

18) 駅弁の掛け紙には時期が明確でないものが少なくないが、「戦争の時代」の掛け紙として明示、集約されており、本章では戦時期の駅弁史を捉える手がかりとして使用する。

弁>は上述の59種の掛け紙をまとめたものである。駅弁の種類に注目すると、普通弁当が52種類で特殊弁当が2種類、代用食が3種類、2種類は不明である。大正・昭和に特殊弁当が増加する傾向にあったことからの変化（<表1>）、代用食からして戦時期の社会情勢が読み取れる。この時期、軍人に配給しない駅弁にも戦時標語などが書かれており（<表1>）、戦時状況における駅弁・掛け紙の位置づけがよく表れている。

<表2 掛け紙にみる戦争時代（1931～1945年）の駅弁>

県名	掲載件数	駅名	駅弁調製元と販売先	駅弁種類	戦争標語・絵
広島	14	広島駅(10) 糸崎駅(2) 宮島口駅(1) 尾道駅(1)	羽田別荘(6) 広島駅弁当(3) 浜吉商店(2) 嘉久屋(1) 不明(2)	普通(14)	標語、軍人、軍艦、
愛知	5	名古屋駅(5)	弥松浦兵衛(3) 不明(2)	普通(5)	標語、地図
山口	4	麻里布駅 (岩国駅3) 下関駅(1)	錦水軒(3) 下関駅弁当株式会社(1)	普通(4) 代用食(1)	標語、地図、ミサイル
宮城	3	仙台駅(2) 子牛田駅(1)	仙鉄管内立売営業組合 連合会(1) 子牛田ホテル(1) 不明(1)	普通(2) 不明(1)	標語、国旗(米・英)
兵庫	2	姫路駅(2)	まねき(2)	普通(1) 特殊(1) -ちらし寿司	標語
大分	2	日田駅(2)	門鉄管内営業人組合連 合会 水郷軒	特殊(2) -祝大演習 かしわ飯 -かしわめし	標語、国旗、戦闘
京都	2	京都駅(2)	萩の家(2)	普通(2)	標語、軍人
大阪	2	大阪駅(1) 湊町駅(1)	大阪鉄道局管内駅弁商 業組合 湊町管内駅営業人会	普通(2)	標語
福井	2	敦賀駅(1) 福井駅(1)	塩荘 福井駅構内番匠	普通(2)	国旗・地図
富山	2	富山駅(2)	富山ホテル(2)	普通(2)	標語、軍人、国旗、 武器
新潟	2	新津駅(2)	遠藤(2)	普通(2)	標語、軍人、国旗、 武器、鳥居
福島	2	郡山駅 合津若松駅	東北軒 栄町清水屋	普通(2)	標語、軍人・武器
滋賀	2	米原駅	井筒屋商店	普通(2)	標語、軍人
盛岡	1	盛岡駅	村井松月堂	普通(1)	標語、軍人、武器
三重	1	四日市駅	湊寿司	普通(1)	軍人、武器、戦闘機

宮崎	1	宮崎駅	宮崎鉄道構内営業有限会社	普通(1)	標語、武器、米・英国旗
岐阜	1	大垣駅	大垣駅構内小川活三	普通(1)	標語、軍人、武器
岡山	1	岡山駅	株式会社三好野本店	普通(1)	標語、軍人、武器、国旗
愛媛	1	松山駅	松山駅鈴木	代用食(1)	標語、出兵兵士に送る歌歌詞
静岡	1	静岡駅	東海軒	普通(1)	標語
青森	1	弘前駅	駅出店連合会弘前営業所	普通(1)	弁当名「銃後弁当」、標語、絵なし
香川	1	高松駅	高塚松涛軒	代用食(1)	弁当名「愛国弁当」、標語、愛国行進曲歌詞
鹿児島	1	鹿児島駅	不明	普通(1)	標語のみ
福岡	1	門司駅	社団法人鉄道構内営業中央会門司支部	普通(1)	標語、戦闘機
熊本	1	熊本駅	音羽屋	普通(1)	国旗(日英)、標語なし
鉄道省	1	--	--	普通(1)	標語、ミサイル
不明	2	--	--	普通(1) 不明(1)	標語、軍人、地図、ミサイル
	59	35	34	普通(52) 特集(3) 代用食(3) 不明(1)	

『図鑑』にみる地域別の掲載件数をみると、戦時期の駅弁掛け紙として広島県の駅弁が14種で一際多く、続いて愛知県と山口県(4)、宮城県(3)の順である¹⁹⁾。<表2>からも分かるように、広島県の14種の駅弁の中で、6種の駅弁を調製している「羽田別荘」は1900年に創立された老舗料亭である²⁰⁾。戦時期において多くの駅弁を出していたが、1943年、戦時企業統制法により「広島駅構内営業者であった中島改良軒と羽田別荘弁当部および吉本屋ならびに海田市駅構内営業者であった山岡甲了軒および大田山陽軒の5社」は合併され²¹⁾、駅弁調製は新しく誕生した「株式会社広島駅弁当」に引き継がれていく。広島駅弁はその後成長し続け、現在、1日当たり最大50,000食を製造できる、西日本最大規模の駅弁会社となっている²²⁾。

広島は世界史上初めて核爆弾が投下された都市であり、現在は、国際平和都市のシンボルとして知名度が高い。しかし、第二次世界大戦以前には軍事都市の位置づけが強かったのである。広島は、日清戦争以来、戦場の後方で軍事物資や食糧の補給や輸

19) ただ、本表は15年戦争の間における掛け紙の一例として挙げられたものであり、駅弁の全体像や、当時の調製元の規模そのものを示すものではないことを断っておく。

20) 羽田別荘 <http://www.hadabesso.com/post-7.html>

21) 広島駅弁当株式会社 <http://www.ekibento.co.jp/company/history.php>

22) 広島駅弁当株式会社 <http://www.ekibento.co.jp/company/history.php>

送をする兵站基地であったこともあって、多くの陸軍関係の工場がおかれていた。日露戦争、第一次世界大戦、シベリア出兵、満州事変、日中戦争、太平洋戦争に至るまで、日本の戦争のたびに軍隊の集結・出兵の地として重要な役割を果たしていた²³⁾。

<表 2>にみるように、広島県の駅弁販売先は、広島駅(10)、糸崎駅(2)、宮島口駅(1)、尾道駅(1)であり、すべて山陽鉄道(現山陽本線)の駅である。日本初の鉄道が新橋駅-横浜駅(現桜木町駅)間を走ったのは1872年であるが、それから19年後には山陽鉄道の尾道駅(1891)-糸崎駅(1892)-広島駅(1894)-宮島口駅(1897)が続いて開通され、広島地域に早い段階から鉄路が敷設されてことがわかる。

名古屋も戦時中は、軍需産業の中心的役割を担っていた都市である。1904年に設置された東京砲兵工廠熱田兵器製造所が核となり、1920年には愛知時計電機が、1924年には三菱重工業名古屋製作所が航空機生産を開始するなど、軍需産業の拠点地域として発達した。それに加え、東京-名古屋間、大阪-名古屋間を結ぶ路線は名古屋で交差し、鉄道交通上の要衝にあたる。このような基幹設備の整備が戦時期の駅弁会社の成長の背景として考えられる。名古屋駅では1922年、松浦弥兵衛という人により構内営業が始められ、現在、株式会社松浦商店に引き継がれ「名古屋駅構内営業、お弁当・仕出しの調製・販売」を主要事業としている²⁴⁾。

山口県の岩国駅と下関駅の駅弁が紹介されているが、この2箇所も戦時中軍との関わりが深い地域であった。岩国駅は1897年、山陽鉄道広島駅-徳山駅間の開通に伴い開業され、1929年に麻里布駅に改称されたが、麻里布町の廃止に伴い岩国市(1940年)になり再び岩国駅(1942年)という名称に戻された。1920年代以降、絹糸、パルプ工業、紡績、日本初の石油化学コンビナートなど近代工業を牽引する一方、日本陸軍燃料廠や海軍潜水艦訓練基地、海軍岩国航空隊などが設置されていた軍事都市でもあった。岩国市には現在も在日米軍の岩国基地があるが、旧日本海軍の航空基地跡地に設置されたものである。このように、広島県、愛知県、山口県は軍の施設や軍事産業が集中している地域であった。このことが、<表 2>に示した戦時期の掛け紙に上記3県の比重が大きい背景として考えられる。

『図鑑』には掲載されていないが、東京の戦時期の駅弁、「軍弁」について見ておく。東京は全国の鉄道駅につながる鉄道線の始発駅であり、早い時期から鉄道が敷設されていた。駅弁調製元の老舗もこの時期すでに多数あった。事実、東京都所在の株式会社常盤軒は1922年に品川駅立売営業権を獲得した駅弁の老舗であるが、「陸軍省の委託を受け、品川駅で駅弁の販売を一手に引き受け」、「兵士たちが車内で食べるための弁当をまかされていた」、いわゆる「軍弁」を供給する企業であった²⁵⁾。当時の品川

23) 平和記念資料館(原爆資料館)

http://www.hiroshima-spirit.jp/ja/hiroshima/shiryokan/morgue_e11.html

24) 株式会社松浦商店 <http://www.obento-matsuura.co.jp/company/>

駅は、兵士を大陸へ運ぶための軍用列車の始発駅で、常盤軒では出征兵士に出す弁当には戦いに勝つようと「トンカツ弁当」を、戦地でもまめでいられるように「うずら豆の甘煮」を必ず入れるようにしたという²⁶⁾。

3-2. 旅情から戦時団結へ：掛け紙の戦時標語

戦況の激化とともに食糧事情が厳しくなる1930年代後半になると駅弁は本来の姿を維持することが困難になる。駅弁初期の1906年、鉄道規則で駅弁には弁当の種類、価格、製造店名、駅付近の名所・旅客案内などの事項が印刷されることになっており(羽島:2)、駅弁本来の存在意義は鉄道の地域の振興のための産物であることは明白だった。しかし戦時期の駅弁は米不足により、掛け紙に「節米にご協力」を提唱する標語が連なり、深刻さが増していくと「代用食」というのが生まれる。長距離移動の友であり地域特産物を使用した郷土料理であった駅弁の社会的位置づけも変っていき、駅弁掛け紙の質も悪化し、記載内容にも戦争色が濃厚になる。戦時下における食糧制限等の政策は駅弁にどのような影響を与え、それらは掛け紙にはどのように現れていたのだろうか。以下では15年戦争時代が駅弁に及ぼした影響について掛け紙の戦時標語を手がかりに検討していく。

1931年「満州事変」から1945年敗戦までの15年の間、日本は激変の戦時下にあった。1932年「5・15事件」、1936年「2・26事件」、1937年「日中戦争」、1937年「国民精神総動員中央連盟」発足、1938年「国家総動員法」公布、1940年「大政翼賛会」設立、1941年「太平洋戦争」へと、戦争はエスカレートしていった時代である。

1891年創業の北九州駅弁当株式会社の「駅弁掛紙博物館」には「大正～昭和初期、軍弁時代(戦中)²⁷⁾、戦後～昭和40年代頃」の自社調製の掛け紙コレクションを紹介しているが²⁸⁾、大正～昭和期に掲載されている18枚掛け紙の中、16枚は関門海峡を背

25) 毎日新聞(2013年03月27日)「写真特集：掛け紙も軍事色に戦時下の駅弁事情」

<http://mainichi.jp/graph/2013/03/27/20130327org00m040043000c/001.html>

26) 同上。

27) 本来「軍弁」とは、文字通り軍隊に提供する弁当のことであるが、駅弁調製元の回顧によると「戦争中、各地で大きな演習や作戦があると、何百人もの軍隊が鉄道で移動したため、途中の食事が駅弁営業者に発注」されるものの、「軍隊の行動はあらかじめ公開できないので、業者はいつも突然、大量の注文に大慌て」となり、(軍弁を調製することが)「国家機密」であるため、他の仕出屋に頼むことなどはできなかったようである。(「北海道、駅弁紀行」http://www.hokkaido-jin.jp/issue/sp/200411/sp_03.html)。また、北九州駅弁当株式会社では15年戦争中に調製したものを「軍弁」と表記しているが、この時期において調製したものの中で軍人に提供したものは「軍弁」と言えるが、一般人向けに「駅弁」として販売されていたので「軍弁」とは限らない。この調製元は「駅弁」よりも「軍弁」の方に売上げが多かったため、「軍弁時代」としてなしているのかもしれない

(<http://www.k-ekibento.co.jp/index2.htm>)。

28) 北九州駅弁当株式会社<http://www.k-ekibento.co.jp/index2.htm>については毎日新聞(2013年

景にしたものであり、駅弁がその地域の名所や観光案内役を果たしていたことを示している。ところが、「軍弁時代」のものとして掲載されている5枚の掛け紙をみると、大正時代のような洗練された色づかいやデザインは影もなく、単色か赤を入れた2色刷りの質素なものに変っている。背景も軍人や戦闘機、工事する労働者の姿が描かれている。調製年度がわかるのは「支那事変2周年」と書かれている「日の丸弁当」だけであるが、掛け紙に描かれた絵図やスローガンなどから戦時中のものであることはすぐわかる。

〈表2〉にまとめている戦時期の掛け紙は59枚であるが、これらにも戦時色が強く打ち出ている。風景は一新され軍人や国旗、戦地の地図、サイル等の武器標類、武器をもった軍人などが多く描かれており、戦時期の駅弁の位置づけを雄弁に語っているように見受けられる。掛け紙にはこのような戦時体制を示すテーマ図の他に、戦時標語も多用されている。絵がなくスローガンだけのものもあれば、通常は掛け紙の前面中央に位置することの多い「お弁当」という文字が小さくなったり、あえて「お弁当」の文字がないものもある。

『図鑑』に掲載されている掛け紙からは正確な年度の確認ができない。標語からたどっていくと、例えば「国民精神総動員」という標語が書かれた掛け紙は1937年以降のものと推測できる。「国民精神総動員」は1937年、第1次近衛内閣（1937年6月4日～1939年1月5日）が行った政策である。政府が国民の天皇（国体）への忠誠心や戦争への積極的協力を強めるために「挙国一致、尽忠報国、堅忍持久」のスローガンを掲げ、国民の戦争協力を促すための官製国民運動であるが²⁹⁾、上記の図鑑には59枚中8枚に登場している。「国民精神総動員」と一緒に使われている標語は「挙国一致 銃後の護」「武運長久を祈り 銃後を守りませう」「互ひ節米に協力ませう 思へよ戦線 護れよ銃後」「譲れ労はれ 傷痕の勇士」「戦地思んで 感謝の節米」などである(羽島:138～149)。政府の押し進める政策に沿って、国民精神総動員に向けて「挙国一

03月27日)「写真特集：掛け紙も軍事色に戦時下の駅弁事情」として次のような解説があり、以下、引用する。「1940年代、小倉には12師団司令部がおかれ、門司港は軍隊運送の最前線要港であった。そのため、当時の北九州の各駅弁会社は、空襲下でも大量の軍弁調製の奉仕作業に励んだ。門司と小倉、行橋の2社、計4社は1942年戦時立法により統合され、戦後の1947年に解散、各社独立し、1956年には門司駅と小倉駅の2社が合併し北九州駅弁当が誕生。1891年に創立され、124年の歴史を刻む駅弁の老舗」

(<http://mainichi.jp/graph/2013/03/27/20130327org00m040043000c/001.html>)

29)戦時標語は、当初は精神運動の傾向を帯びていたが、しだいに経済的協力を訴えるようになった。

「貯蓄増加や国債消化の奨励、金属回収」といった取組みがなされた。「1939年3月には文部大臣を委員長とする国民精神総動員中央委員会が設置され、同年8月には興亜奉公日（同年9月1日より毎月1日）が設定され、1940年4月には従来の組織を解消して国民精神総動員本部がつくられるが、同本部も同年10月には大政翼賛会に吸収された。抽象的な徳目を並べて物資と労力の面で国民動員を図ったこの運動は、国民の日常生活面での戦争協力体制を築き上げた反面、国民の自発性を引き出すことが困難であるという矛盾を抱えていた」（小学館『日本大百科全書(ニッポニカ)』<https://kotobank.jp/word/%E5%9B%BD%E6%B0%91%E7%B2%BE%E7%A5%9E%E7%B7%8F%E5%8B%95%E5%93%A1%E9%81%8B%E5%8B%95-64263>)。

致、尽忠報国、堅忍持久」の内容を網羅したスローガンが強調され、駅弁（掛け紙）もその媒体として用いられていたことがわかる。

駅弁調製元である「常盤軒」の小松士寿子さん(91才)は掛け紙に書かれてある「祈武運長久」という文字は「出征兵士用に作られた軍弁」であったことを証言している³⁰⁾。特に「節米」という用語の入った掛け紙も12枚ある。駅弁のメインの食材が「白米」であるだけに、国の政策もさることながら調製元としても食糧危機を訴えかけ、生き残り策を講じていたのかもしれない。

また、日中戦争の勝利を祝う駅弁には、「皇軍万歳」という文字が踊っているが、掛け紙には「お弁当」という表示さえないものがあることは興味深い³¹⁾。その他、「大勝利」「祝戦捷 祝陥落」「祝戦勝」³²⁾「支那事変2周年」³³⁾のように、この時期には「戦勝が伝えられるごとに記念の駅弁が作られた」(羽島:139)ことがわかる。

「国民精神総動員」運動の実践する末端組織として町内会・部落会・隣組の整備も進められ、また政策の重点は初期の精神運動から経済国策への協力運動へと移行していく。「国家総動員法」は1938年4月1日に交付され、5月5日に施行された日本の代表的経済統制法規である。目的は「戦時(戦争に準ずべき事変の場合を含む)に際し、国防目的達成のため、国の全力を最も有効に発揮せしめるよう人的及び物的資源を統制運用する」ことで、統制運用の対象となるのは、人的、物的資源の全てであり、特に「モノは統制の枠外に置かれたものは殆んど無い」しだいであった³⁴⁾。1939年はこの運動を強化するために毎月1日を「興亜奉公日」とし、「贅沢は敵だ」という立て看板を掲げて耐乏生活を強いたが、これは駅弁の掛け紙にも「我らは戦ふ！貯蓄を頼む」「無駄は利敵行為だ!! 弁当の空箱は生かして使ふ」などと記されるようになった(羽島:139)³⁵⁾。

このように、すべての資源・物資は軍需産業に集中させることにより、国民生活に必要な物品・資源は欠けていく。「米穀配給統制法」(1939年)、「米穀管理規制」(1940年)により、米穀はすべて政府の主導下に管理され、日常生活における必需物資の統制も一層強化され、1941年からは「米穀配給通帳」が発行され配給制度が始まる。外食券が発行され、食堂では米食を禁止し、続いて砂糖、マッチ、小麦粉等にも配給切符制が設けられるようになり、この一連の過程で駅弁にも白米抜き「代用食」が使

30) 毎日新聞(2013年03月27日)

31) 新津駅「皇軍万歳」、仙台駅「祝戦勝 皇軍万歳」(羽島:139)

32) 新津駅「御弁当」、大阪駅「御弁当」仙台駅「皇軍万歳」新津駅「皇軍万歳」(羽島:138-139)

33) 北九州駅弁当株式会社 <http://www.k-ekibento.co.jp/index2.htm>

34) 財務省「世界経済危機を契機に資本主義の多様性を考える」第12話 日本への視点(2)一戦時体制継続論Ⅱ②

https://www.mof.go.jp/pri/research/special_report/f02_2010_11.pdf

35) 姫路駅「御弁当」(p135)、糸崎駅「御茶付御弁当」(p135)、日田駅「かしわめし」(p138)、広島駅「御弁当」(p142)、鹿児島駅「御弁当」(p143)

われるようになる。『図鑑』には3枚の「代用食」の掛け紙が掲載されている(羽島:135)。

まず、松山駅の「代用食 勝山蒸」の掛け紙には「臣道実践」という標語に下線を引き、「出征兵士を送る歌」が3番までも書かれているが³⁶⁾、代用食を食べ、出兵することが「臣道実践」であるかのような内容になっている。また、高松駅の「代用食 愛国弁当」の掛け紙にも「大政翼賛」という標語の下に、「愛国行進曲」が記されている³⁷⁾。代用食を食べることが「愛国」であり、歌詞のごとく希望に躍る日本、世界を家とし、「大東亜共栄圏」を成し遂げることが「愛国」とでもいうのだろうか。その他、下関駅の「代用食弁当 宝ランチ」を含むこれら3枚には「マル停マーク」(羽島:148)が付いており、1939年以降販売されたものと推測できる。

1941年12月に太平洋戦争が勃発すると、生活物資、特食糧の配給量の不足は顕著になっていき、翌1942年には、「欲しがりません勝つまでは」という標語が発表され、駅弁の掛け紙にも記載されるようになる(姫路駅「御弁当」(羽島:135))。また、旅行としての鉄道の移動はほとんどなく、出征先に向かう兵隊の輸送が優先になっていくと、掛け紙はそれらを積極的に取り入れたスローガンを掲げ、政策(軍部)の広告塔のような役割を果たすようになる。掛け紙には、「道を譲らう 戦力増強の物へ 戦時緊要の人へ」「決戦 旅行体制強調 急がぬ旅行は見合わせよ」「私するな 輸送力!! 輸送力は兵器だ!!」「鉄道は兵器」「戦時輸送強化運動 切符を買ふ前に、ジッと考へ直しえみる。(行かて事済む術もがな)と、不急の旅行は建設の邪魔立てだ」「道を譲らう 戦力増強の物へ 戦時緊要の人へ」というスローガンが掲げられている³⁸⁾。鉄道輸送は兵器・戦力で

36) 「出征兵士を送る歌」は、日本の軍歌(戦時歌謡)で、発売は1939年10月。歌詞は以下のとおりである(羽島:148)。

一、わが大君に 召されたる 生命光栄ある 朝ぼらけ 讃へて送る 一億の 歓呼は高く 天を衝く いざ 征け つはもの 日本男子

二、華と咲く身の 感激を 戎衣(じゅうい)の胸に 引き緊(し)めて 正義の軍(いくさ) 行くところ 誰(たれ)か 阻まん その歩武(ほぶ)を いざ征け つはもの 日本男子

三、かがやく御旗(みはた) 先立てて 越ゆる勝利の 幾山河(いくさんが) 無敵日本の 武勲(いさおし)を 世界に示す 時ぞ今 いざ征け つはもの日本男子

37) 記載されているのは、以下の歌詞である(羽島:149)。

一、見よ東海の 空あけて 旭日高く 輝けば 天地の正気 澁刺と 希望は躍る 大八洲

二、往け 八紘を 宇となし 四海の人を 導きて 正しき平和 うち建てん 理想は花と 咲き薫る

「愛国行進曲」は1937年「国家清新そ動員」のスローガンのもと、「国民が永遠に愛唱すべき国民歌」として国民から歌詞と旋律を公募して製作されたものであるが、なぜか一節は前半の部分だけ、二節は後半の部分だけしか記載していない。公募する歌詞の内容は「日本の真の姿を讃え帝国永遠の生命と理想とを象徴し国民精神作興に資するに足りないもの」が条件であったようだ。(ウィキペディア:<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%84%9B%E5%9B%BD%E8%A1%8C%E9%80%B2%E6%9B%B2>)

38) 『図鑑』をみると、広島駅「上等弁当」(p134)、名古屋駅「御弁当」(p137)、鹿児島駅「御弁当」(p138)、広島駅「御茶付御弁当」(p143)、敦賀駅「御弁当」(p144)、広島駅「御茶付御弁当」(p150)に記載がある。

あるので、私的旅行は「(国)建設の邪魔」と見なしているのである。

一方では、鉄道は「軍事上重要な地点」を通るものが多いので、「スパイ防止の防諜関連の標語」も多く登場し、「要塞地帯」と呼ばれる軍事機密地域を通過する時には「一斉にブラインドをさげさせる」こともあったという(羽島:135)。スパイ防止のための防諜標語を掲げた掛け紙は5枚があり、標語は「ちょっと待て! スパイ目がある 耳がある」「国民挙って防諜戦士 スパイご用心」「旅に防諜 撮るな喋るな 敵は身近に居る」「防諜 逃すなスパイ 漏らすな機密」³⁹⁾というような文字が躍る。5枚の掛け紙の中で3枚は広島駅、1枚は名古屋駅、残りの1枚は不明である。広島と名古屋の地域特性というより、両駅において「軍弁」が相対的に多く提供されていたことによるものと判断される。

以上、戦時期の駅弁の掛け紙について当時の政策に照らし合わせてみてきた。弁当の種類はほとんどが普通弁当であり、駅弁の掛け紙には戦争色が濃厚に反映されていた。

「お弁当」の文字もない、まるで戦争用のピラのような体裁のものもあった。本来駅弁は駅を媒体として鉄道利用客に「食」を提供することで成立するも事業体であったはずだ。しかし、戦時下においては鉄道利用者が民間人ではなく軍人に変ったのであり、国鉄を主管する国の政策を優先せざるを得ない。食糧事情など厳しい戦時統制の下、地域特産物を用いた郷土料理の創作がそもそも無理な状況は想像に難くない。そのような駅弁調製元の苦境を雄弁に語るものとして、掛け紙の史料・資料的価値を再確認させられる。

4. 越境する駅弁:駅弁コンセプトと販売形態の多様化

駅弁の時代性を実感させられる変化は様々にあるが、大きくは、駅弁コンセプトの広がり、駅弁の販売形態の多様化に集約できる。まず駅弁コンセプトの広がりとして、地域特産物と組合わせる乗り物の多様化が指摘できる。駅に行かなくても、鉄道を利用しなくても地域特産物を利用して調製された弁当が買えるようになった。空弁、船弁、どら弁当(道の駅の道弁、バス弁など)など、乗り物を使った移動が前提となるという点では駅弁と共通するが、もはや鉄道駅へのこだわりはない⁴⁰⁾。いずれかの乗り物の使用場面において地域の特産物を使用した郷土料理をいただくという位置づけである。NEXCO東日本コーポ

39) 『図鑑』には、広島駅「御茶付辦当」(p134)、広島駅「御弁当」(136)、名古屋駅「御辦当」(p137)、広島駅「御茶付辦当」(p143)、(不明)「御辦当」(p150)と掛け紙が複数掲載されている。

40) 地域特産物をふんだんに使って「ドライブ(道)とともに、お手軽に(楽)しめる」弁当として位置づけている。そのうえに、サイトに掲載されたすべての「どら弁当」は駅弁専門家である旅行ジャーナリストの小林しのぶ氏が監修を行っており、駅弁の自動車版として理解できる(「どら弁当」<http://www.driveplaza.com/special/dorabento/>)。

レートのサイトから「どら弁当」の位置づけをみると、「その土地の新鮮な素材」「郷土料理」「伝統的な調理法」「珍味」「懐かしいふるさとの味」「お手軽」といったキーワードが並ぶ。専門家による監修の下、各どら弁当や調製元の歴史、使われた素材や調理法についての詳しい説明がみられる。

次に、駅弁の販売形態の多様化についてみていく。全国の鉄道駅にある駅弁屋での駅弁の販売は現在も維持されているが、販売方法として現地売りにこだわらない場合も多くなった⁴¹⁾。駅販売の場合も、東京駅の「駅弁屋」⁴²⁾、新大阪駅の「エキマルシェ新大阪」⁴³⁾のように全国各地の駅弁を取り揃えた駅弁専門店が増加しており、発売駅での販売に固持していない。東京駅の駅弁屋の場合、購買意欲を刺激する実演販売も行っており、従来の駅弁販売方法との違いとして注目される。駅弁屋のサイトの活用も従来の販促方法との違いを明確にする部分である。取り扱いのある駅弁について、各エリア別の路線図や駅、あるいは「ジャンル」別区分⁴⁴⁾に従いメニューを選択する仕組みになっている。希望する駅弁をクリックすると、価格、販売個所、販売期間、原材料、アレルギー物質、カロリー、製造者の一覧が表示される。さらにカタログ販売を行っており、ネット・電話での注文が可能な仕組みとなっている。駅弁屋での販売ではあるが（発売）駅から離れた営業形態となっているのである。

上記のような駅弁の「脱」発売駅の歴史は、実はそれほど短くない。そのはじまりは大阪高島屋が1953年に開催した「第2回全国の観光とうまいもの大会」である（林・小林：132）。約10点ほどの駅弁が出品されたことが、今日のデパートを中心に開催される駅弁大会のはじまりだという。食品の保存が安全でデパートの客の入りが少ないシーズンということから冬季（1～2月）の恒例開催となっていった。近年では、相対的に大規模での継続開催が行われている京王百貨店の駅弁大会が注目される⁴⁵⁾。京王百貨店の第50回駅弁大会のサイトをみると、過去に開催された駅弁大会についての詳しい情報と、駅弁リスト、「実演駅弁」（約30種）と「輸送駅弁」（約200種）の購入ノウハウなど、大会来場者への様々な情報提供を行っている⁴⁶⁾。「軍弁」という特殊状況を除けば、駅弁大

41) 「帆立しめじ弁当」のように現地販売はせず、駅弁大会のみで販売する「催事弁当」のようなものもある（「駅弁資料館」http://kfm.sakura.ne.jp/ekiben/01hokkai_okoppe.htm）。

42) 東京駅構内にある「駅弁屋頂」「駅弁屋祭」「駅弁屋踊」は全国各地の有名駅弁、新作駅弁を取り揃え、実演販売も行っている。新大阪駅や博多駅でも各地の駅弁を購入できるようになっている。「駅弁屋・祭」<http://www.nre.co.jp/ekiben/tabid/229/brnid/66/Default.aspx>

43) 「エキマルシェ新大阪」<http://www.ekimarushinosaka.com/shopguide/shops/shop14.html>

44) 路線別駅別の外に、選択できるジャンルとして「おすすめ」「肉」「海鮮」「幕の内」「野菜」「寿司」「キャラクター系」から選択できるようになる。「株式会社日本エンタプライズ」

<http://www.nre.co.jp/ekiben/tabid/227/genre/10/Default.aspx#selectGenre>

45) 「駅弁資料館」<http://kfm.sakura.ne.jp/ekiben/ebtaikaieio.htm>

46) 京王百貨店「第50回元祖有名駅弁と全国うまいもの大会」

http://info.keionet.com/shinjuku/ekiben/beginner_guide2.html

会が駅弁の「脱」駅販売トレンドを作ったといっても過言ではない。

駅弁の販売形態の根幹に関わる変化として、駅弁通販を見過ごしてはならない。代表的な例として「楽天市場」の駅弁通販に注目したい。希望する駅弁商品をクリックすると、価格、原材料、アレルギー対象食材、サイズ、容量、賞味期間、保存方法といった駅弁食品の基本情報の外に、調製元の会社概要と関連商品、当該地域の特産物、駅弁調製の由来に至るまで駅弁の全体像がわかるようになっている⁴⁷⁾。その情報量と内容を、日本全国の主要駅弁調製会社及び駅弁商品の詳細を案内している(社)日本鉄道構内営業中央会のサイト⁴⁸⁾と比べて、より顧客目線の発信体系となっていると見受けられる。また、「楽天市場」から「駅弁」にたどり着く「楽天市場」→「食品」→「総菜・食材」→「弁当・駅弁」の順になっていること、さらに「駅弁」と「弁当」が同じカテゴリーになっていることに注目したい。弁当と並んで特出しされて要ることから弁当に一括できない、特別な弁当としては認められているといえよう。しかし駅弁を特徴づける要素とされてきた旅情や鉄道のイメージはもはや希薄である。

以上、駅弁コンセプトの広がりや販売形態の多様化を手がかりに駅弁の現代的な位置づけを捉えようとした。主要駅の駅弁専門店における全国駅弁の販売、自動車が媒介となる「どら弁当」、全国の駅弁を一定期間(2週間)販売する駅弁大会と催事駅弁、そして通販駅弁など、鉄道乗客を対象に鉄道駅で販売されるという駅弁本来のコンセプト、販売形態からは大幅に変化している。移動・旅行手段の多様化に伴う鉄道利用の減少、食文化と購買行動の変化が大きく影響した結果であろう。

明治からの130年の間、駅弁の位置づけは大きく変化してきた。しかし、依然として強力な説得力をもち守られている要素は、地域特産物を使用した伝統的な調製法による郷土料理というこだわりである。だからこそ販売形態として駅から離れる傾向があるなかでも、駅弁というジャンルが支持されているのである。駅弁をめぐる状況が様々に変化するなかでも、その長い歴史と実績に裏付けられたネーミングバリューの影響力は計り知れないものがある。

5. おわりに

駅弁の掛け紙に表れた時代性、駅弁の現在にいたるまでの変遷過程について考察した。駅弁の掛け紙は時代によって多くのメッセージを社会に伝える媒体の役割をしてきた。明治・大正期には発売駅周辺の特産物、観光情報を盛り込んだ構成となっていた。ま

47) 「楽天市場」 (<http://search.rakuten.co.jp/search/mall/-/509741/?grp=product>)。「駅弁の小窓」の「通販の駅弁」からはよりダイレクトに楽天市場の駅弁通販にアプローチすることができる。
<http://ekibento.jp/ben-os-tsuuhan.htm>

48) ただし、(社)日本鉄道構内営業中央会のサイトでのネット注文はできない。
<http://www.ekiben.or.jp/main/about/index.html>

た、鉄道の利用マナー、弁当空箱や空瓶などゴミの取り扱い方についての注意書きも書かれていた。戦時中の戦時標語や戦中・後の厳しい食糧事情をうかがわせるフレーズの記載も確認された。1970～80年代にかけては鉄道旅行の広報手段として用いられ、観光情報とともに地域特産物の絵図も一緒に掛け紙を飾っていた。鉄道駅と連携して地域の観光情報や特産物を使用した旅行商品としてスタートした駅弁が、各時代状況の影響を受けながらも、地域特産物を活用した郷土料理としてあり続けた様子が分かりやすく、掛け紙の史料としての価値を確認することができた。

戦時期の駅弁は、戦争という特殊な時代状況が色濃く現れていた。本来の駅弁は、日本全国の鉄道駅とその周辺地域の特産物を使用した特殊弁当を中心とするものとして発展していた。しかし戦時期における駅弁は、軍事拠点地域の調製元による普通弁当で占められ、戦時標語が掛け紙を飾っていた。

戦後間もない頃は、屑米や「お料理弁当」など厳しい食糧事情をうかがわせる状況が続いた。しかし、新幹線開通、大阪万博、高度経済成長を背景に、1960～70年代には旅行ブーム高まりとともに駅弁人気も高まっていった。特殊弁当の比重が高くなり、掛け紙にも鉄道旅行を勧めるキャッチフレーズや国鉄の広告などが書かれるようになった。しかしこの時期は交通手段の多様化、外食文化の発展が進んだ時期でもあり、鉄道駅を中心に旅情を誘う郷土料理という駅弁のあり方に混乱をもたらす結果となった。1950年代後半からの駅弁大会のように発売駅に制限されない販売形態が定着してきた。近年では東京駅のようなJR主要駅における駅弁専門店において全国の有名駅弁が購入できるようになったのであり、当該鉄道駅まで行かなくても購入できる駅弁が多い。「どら弁当」や「空弁」、さらには通販駅弁によって鉄道、駅、旅情抜きに購入できる駅弁が多くなってきた。もはや駅弁のアイデンティティは、「地域特産物を食材として伝統的な調理法でつくった郷土料理」、といっても過言ではない。

韓国鉄道弁当へのヒントを得るという観点からも日本の駅弁の変遷過程は重要な意味をもつ。その歴史や普及度の面からして比較は困難であるが、日本の駅弁と類似した悩みが韓国の鉄道弁当においても観察されているからである。韓国鉄道公社KORAILにおいて、列車の機能を輸送から観光へとシフトすることを試みており、その一貫として、2012年、子会社のKORAIL観光開発から列車弁当「ルール楽」が販売開始となった⁴⁹⁾。列車内で提供していた従来のお弁当に対する利用客の批判を受けて、新たなメニュー開発と品評会の開催、ネーミングの公募という過程を経て商品化に至ったという。列車内及びソウル駅構内の弁当売場で販売、さらには各種団体注文にも対応していきたいとコメントしている。KORAILは翌2013年にも列車弁当改善のための品評会を開催している⁵⁰⁾。

49) 「korail観光開発が新しい列車弁当『ルール楽』の販売開始」

<http://www.asiae.co.kr/news/print.htm?idxn=2012050716132311708&udt=1>

50) 「KORAIL、韓食、日食、ヌードル、ウェルビーイング弁当品評会」

<http://www.fnnews.com/news/201304231306103375?t=y>

KORAIL観光開発の外にKORAIL流通や外国企業の参加を得て、地域特産物やアジア地域の伝統食というメニュー構成である。

駅弁は、各地域が持つ固有の食文化と鉄道駅を拠点に発展してきた。広範囲の地域とのつながりをもちやすい鉄道のメリットを活かし、地域特産の食材、伝統的な調理法による郷土料理を駅弁というジャンルに特化させたのである。地域の食文化を鉄道網と連結することはKORAILが鉄道弁当の開発するに当たってヒントにできる駅弁固有の特徴である。その一方で、駅弁大会、通販駅弁、全国の有名駅弁を取り揃えた駅弁専門店といった駅弁販売形態の多様化は、駅弁の存在意義の根幹の見直しを迫るようなトレンドにも注目すべきであろう。

【参考文献】

- ・上杉剛嗣(2009) 『駅弁掛け紙ものがあり 古今東西日本を味わう』 けやき出版
- ・瓜生忠夫(1979) 『駅弁物語』 家の光協会
- ・小林しのぶ(2005) 『ニッポン駅弁大全』 文芸春秋
- ・小林しのぶ(2007) 『駅弁・空弁』 世界文化社
- ・小林しのぶ(2008) 『駅弁スーパーレディ』 ぶんぶん書房
- ・小林祐一・小林裕子(2010) 『駅弁革命』 交通新聞社
- ・鈴木勇一郎(2013) 『おみやげと鉄道』 講談社
- ・羽島知之(2014) 『明治・大正・昭和 駅弁ラベル大図鑑』 国書刊行会
- ・林順信(1988) 『汽車弁駅弁旅の味』 新潮社
- ・林順信・小林しのぶ(2000) 『駅弁学講座』 集英社新書
- ・林順信・小林しのぶ(2000) 『駅弁学講座』 集英社
- ・湧口清隆(2014) 『食べればわかる交通経済学』 交通新聞社
- ・高田保(2015) 『鉄道のはじまり』 文芸社
- ・安田亘宏外(2010) 『鉄旅研究 レールウェイツーリズムの実態と展望』 旅のマーケティング
ブックス
- ・駅弁資料館；<http://eki-ben.web.infoseek.co.jp>
- ・駅弁の小窓；<http://www.ekibento.jp>
- ・駅弁屋・祭；<http://www.nre.co.jp/ekiben/tabid/229/brnid/66/Default.aspx>
- ・エキマルシェ新大阪；<http://www.ekimarushinosaka.com/shopguide/shops/shop14.html>

- 株式会社松浦商店 ; <http://www.obento-matsuura.co.jp/company/>
- 株式会社日本エンタプライズ
; <http://www.nre.co.jp/ekiben/tabid/227/genre/10/Default.aspx#selectGenre>
- 神尾弁当 ; <http://www.bentou.net/info.html>
- 「韓国観光公社」 ; <http://japanese.visitkorea.or.kr/jpn/index.kto>
- 北九州駅弁当株式会社 ; <http://www.k-ekibento.co.jp/index2.htm>
- 京王百貨店 ; <http://keio-ekiben.cocolog-nifty.com/>
- 「ご当地グルメでまちおこしの祭典！ B - 1 グランプリ」
; <http://b-1grandprix.com/b-1グランプリとは/>
- 財務省「世界経済危機を契機に資本主義の多様性を考える」 第12話 日本への視点
(2)一戦 時体制継続論Ⅱ②
; https://www.mof.go.jp/pri/research/special_report/f02_2010_11.pdf
- 社団法人日本鉄道構内営業中央会 ; <http://www.ekiben.or.jp/main/>
- どら弁当 ; <http://www.driveplaza.com/special/dorabento/>
- 2015年ミラノ国際博覧会 日本館
; https://www.expo2015.jp/foodculture/d_block/21/03/
- 日本国土交通省 ; http://www.mlit.go.jp/tetudo/nandemo/13_03a.html
- 北海道人「北海道デジタル図鑑-北海道駅弁のいろいろ」
; <http://www1.hokkaido-jin.jp/zukan/story/04/09.html>
- 文部科学省「学校における食育の推進・学校給食の充実」
; http://www.mext.go.jp/a_menu/sports/syokuiku/
- 広島弁当株式会社 <http://www.ekibento.co.jp/company/history.php>
- 北海道駅弁紀行 ; http://www.hokkaido-jin.jp/issue/sp/200411/sp_03.html
- 平和記念資料館 (原爆資料館)
; http://www.hiroshima-spirit.jp/ja/hiroshima/shiryokan/morgue_e11.html
- 「楽天市場」 ; <http://search.rakuten.co.jp/search/mall/-/509741/?grp=product>

투 고 일 : 2015. 8. 31
심 사 일 : 2015. 9. 12
계 제 확정일 : 2015.10. 3