

目的 観光シーズンとか、旅行シーズンとかいわれるが、最近では一年中旅行シーズンと思われるほど、どの行楽地と賑わっている。駅弁の利用もそれに伴ない増加の傾向にある。そこで、駅弁を突食する側と製造する側の両者に対して意識調査を実施し、今後の駅弁のあり方について展望してみた。

方法 鉄道構内営業中央会々員で、全国駅弁製造業者の中から8社に対し、昭和63年6月に、製造販売の留意点、今後についてアンケート調査を実施した。回収率は88.3%の49社であった。

結果 最も販売量の多い月は8月、次いで5月・10月の順、最も少ない月は2月、次いで6月・12月であった。また駅弁の製造に当たって重点をおいている点を包装・容器・内容・価格・衛生・販売方法についてたずねた。その結果、見た目に美しいデザインの色紙で、自然素材を用いた容器は、地方色を出した内容と万人向きの味付け、内容に合わせた価格によって販売する。販売方法は構内売店と車内販売が増加する。しかし、最優先は衛生面であり、製造過程の衛生管理を行うことが調査の上位を占めた。また、今後については、J.R.との共存、グルメに対応した高級品の開発、より地方色豊かな特色ある駅弁の開発を挙げる一方、J.R.直営弁当による経営の脅威、サービス競争など不安が明らかに見られ、ますます発展あるという結果は得られず、現状維持ということであった。