

はじめに

ハンバーガーのマクドナルド、ケンタッキーフライドチキン、コーヒーのスターバックス、ダンキンドーナツ（現在は日本から撤退。しかし日本でのドーナツ人気は依然高い）、セブンイレブン。本書の第1部で議論されているアメリカの代表的な食文化の担い手です。この5つの名前を聞くだけで、我々の食文化がいかにアメリカの食文化の影響を受けているかということがよく分かります。

第2部のエンタテインメントの世界ではどうでしょうか。ハリウッド映画、ディズニーリゾート、テレビゲーム。いずれも休日などに楽しんでいる、あるいは楽しんだことがある、という方が多いのではないのでしょうか。ラスベガスやブロードウェイのショーもテレビを通じて日本で楽しむことができます。

第3部のスポーツでは、野球、アメリカンフットボール、バスケットボール、アイスホッケー、テニスが取り扱われています。メジャーリーグは、野茂やイチロー、松井などの日本人選手が活躍するようになって以来、関心を持つ人の数が急増しています。他の4スポーツの人気もかなり高いと言っていいでしょう。「アイシールド21」（アメリカンフットボール）、「SLAM DUNK」（バスケットボール）、「テニスの王子様」（テニス）が週刊誌で人気を博し、テレビドラマ「プライド」（アイスホッケー）が高視聴率をとったということなどは、そのバロメータの一つとなるでしょう。

本書は、我々の日常生活に深く溶け込み、非常に重要な役割を果たしている15のアメリカのポップカルチャーあるいはその担い手の歴史や本質を、平易かつ知的刺激に富んだ英語で議論したものです。親日派の著者らしく日本のポップカルチャーとの比較がつねに意識されているのも本書の特徴の一つと言えるでしょう。

本書を通じて、一人でも多くの方が、アメリカと日本のポップカルチャーへの理解を深め、同時に、英文読解力を向上させてくれることを、切に願っております。

ノートを付けるにさいしては、実に数多くのソースのお世話になりました。逐一ここで挙げることはできませんが、こころより感謝の意を表させていただきます。

同著者による『今、アメリカを動かす人たち』『人生を生き抜く叢智』のときと同じく、編集部の日比野忠氏、佐藤治彦氏には、企画段階からずいぶんとお世話になりました。ここに、こころより御礼申し上げます。

平成21年8月 編者

CD
全1枚
定価（本体価格1,900円＋税）



お近くの書店でご注文いただくか、
郵便振替(00140-2-46008)で
お申し込みください。

Photographs:

p.2, p.5, p.7: Courtesy 日本マクドナルド株式会社
p.8, p.11: Courtesy KFC Corporation
p.14, p.19: Courtesy Starbucks Corporation
p.20: Courtesy Dunkin' Brands, Inc.
p.26, p.31: Courtesy 7-Eleven, Inc.
p.52, p.66, p.72, p.78, p.84, p.90: ロイター / アフロ

ENJOYING AMERICAN POP CULTURE

by
Edward Hoffman

Copyright © 2009 by Edward Hoffman
This Edition is published by arrangement with Edward Hoffman
through The English Agency (Japan) Ltd.
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form
without permission from the authors and the publisher.

A map of the United States showing state boundaries and names. The map includes insets for Alaska and Hawaii. Surrounding regions are labeled: CANADA to the north, MEXICO to the south, and the Atlantic Ocean and Gulf of Mexico to the east. State names are labeled within their respective boundaries.

States shown (from north to south, west to east):

- Alaska
- Hawaii
- Washington
- Oregon
- Idaho
- Montana
- Wyoming
- North Dakota
- South Dakota
- Nebraska
- Kansas
- Colorado
- Utah
- Nevada
- California
- Arizona
- New Mexico
- Texas
- Oklahoma
- Arkansas
- Missouri
- Illinois
- Indiana
- Ohio
- West Virginia
- Virginia
- North Carolina
- South Carolina
- Georgia
- Alabama
- Mississippi
- Louisiana
- Florida
- New Hampshire
- Vermont
- Maine
- Massachusetts
- Rhode Island
- Connecticut
- New Jersey
- Pennsylvania
- Delaware
- Maryland
- D.C. (Washington, D.C.)

Surrounding Regions:

- CANADA
- MEXICO
- Atlantic Ocean
- Gulf of Mexico

Part 1: Dietary Life

1. The Hamburger Icon — McDonald's	2
2. Southern USA Cuisine — Kentucky Fried Chicken (KFC)	8
3. Coffee Drinks for the Planet — Starbucks	14
4. The Quick Snack — Dunkin' Donuts	20
5. A Modern Lifestyle — 7-Eleven Stores	26

6. The Great White Way — Broadway	34
7. America's Dream Factory — Hollywood	40
8. Entertainment Capital of the World — Las Vegas	48
9. The Cartoon Kingdom — Disneyworld	52
10. American Cyber-Culture — Video Games	58

11. America's National Pastime — Major League Baseball (MLB)	66
12. America's TV Sport — The National Football League (NFL)	72
13. America's Hoop Sport — The National Basketball Association (NBA) ..	78
14. America's Ice Sport — The National Hockey League (NHL)	84
15. An Elite Sport Is Popularized — The United States Tennis Association (USTA)	90



Unit 1

THE HAMBURGER ICON

● MCDONALD'S



What do golden arches mean to you? If you're like most people on earth, this logo symbolizes American fast-food cuisine — and the company that still popularizes it. The twin arches appeared on the first McDonald's franchise in 1953 Phoenix, Arizona. Since then, more than 31,000 retail food outlets have opened in more than 118 countries. For more than 50 years, McDonald's menu of hamburgers, French fries, and milkshakes — and newer items like egg muffins, fish sandwiches and chicken salads — has led the retail food industry. What's behind such success?

Our story begins in 1954 with a milkshake-mixer salesman named Ray Kroc. Raised in the Midwest, he had played the piano professionally and then gone into business. He wanted to know why a restaurant in small San Bernardino, California was ordering so many mixers. Kroc was amazed to discover that a hamburger stand owned by Dick and Maurice (Mac) McDonald had created an "assembly line" for serving burgers, French fries, coffee, and milkshakes. They brilliantly assigned each worker one specific task, like flipping burgers or pouring shakes repeatedly. The McDonald brothers had done for hamburgers what inventor Henry Ford had done for cars: create a fast, highly efficient production line!



Kroc saw a tremendous potential. The American highway system was booming, and families needed fast and sanitary meals. But the McDonalds weren't ambitious. Kroc persuaded them to make him their exclusive agent and opened his first hamburger stand in suburban Chicago. He owned 12 stores by 1956 and over 225 by 1960. Kroc knew that enormous money could be made only by franchising, so in 1961, he bought out the McDonalds brothers. He paid \$2.7 million for the

company and their name. At the time, this was a huge sum — but it proved to be one of the best business deals of the century.

After saturating the American market with McDonald's franchises, Kroc focused internationally. The first Japanese McDonald's was opened in Tokyo's posh Ginza district in 1971, and by 1999, there were over 3,000 in Japan. One reason for McDonald's global success has been its flexibility in adapting to the culinary preferences of each country. For example, in India and the Middle East, pork is not served.



Are you familiar with Ronald McDonald? Probably yes, for since created in 1963 for television commercials, the red-white-and-yellow clown has become the 2nd-best recognized figure in the entire world, after Santa Claus! Associating his restaurants with a happy clown was another part of Kroc's marketing genius. He died in 1984, less than a year before McDonald's sold its hamburger number 50 billion.

"The two most important requirements for major success," Kroc declared "are: first, being in the right place at the right time, and second, doing something about it."

■■■■■ 読解のための語彙ノート ■■■■■

- p.2, l.3 **franchise** 「フランチャイズ(加盟)店、フランチャイズとは製造元が小売業者に与える一定地域の一手販売権」
 l.4 **outlet** 「販売店、小売店」
 l.10 **raise** 「育てる」
 l.12 **hamburger stand** 「ハンバーガー店」
 l.13 **assembly line** 「流れ作業工程」
 l.15 **flip** 「(平たいものを)ひっくり返す、裏返す」
 l.17 **production line** 「(大量生産のための)流れ作業、工程線」
 l.18 **potential** 「可能性、潜在力」
boom 「急成長する」
 l.22 **franchise** 「フランチャイズ権を与える」
 l.23 **buy out** 「(会社・事業)を買い取る」
 p.3, l.1 **sum** 「総額、額」
 l.2 **business deal** 「商取引、ビジネス契約」

- p.2, l.9 **a milkshake-mixer salesman named Ray Kroc** 「レイ・クロックという名前のミルクセーキミキサーのセールスマン」。named は過去分詞で salesman を修飾している。salesman と named の間に who was を補って考えると分かりやすい。
- l.10 **Raised in the Midwest**, 「中西部で育てられて」。本文は、He had been raised in the Midwest, and he had played ~ のように考えると分かりやすい。
- l.12 **a hamburger stand owned by ~** 「~によって所有されていたハンバーガー店」。owned は過去分詞で stand を修飾している。stand と owned の間に which was を補って考えると分かりやすい。
- l.14 **assigned each worker one specific task** 「一人一人の労働者に1つの明確な仕事を割り当てた」。assign A B「AにBを割り当てる」。
- l.16 **The McDonald brothers had done for hamburgers what inventor Henry Ford had done for cars** 「マクドナルド兄弟は発明家のヘンリー・フォードが車に対して行っていたことをハンバーガーに対して行っていた」。what は先行詞を含む関係代名詞で、the thing which と置き換えて考えると分かりやすい。had done の目的語はどちらも what である。
- l.20 **Kroc persuaded them to make him their exclusive agent** 「クロックは彼らを説得して彼を専属的な代理人にさせた」。persuade 人 to do「人を説得して~させる」。make O C「OをCにさせる」。
- p.3, l.1 **proved to be ~** 「~であることが分かった」。prove は名詞が補語のとき、普通 to be をともなう。
- l.3 **After saturating the American market with McDonald's franchises**, 「アメリカの市場をマクドナルドの営業権で一杯にしたあと」。本文は、After Kroc saturated the American market with McDonald's franchises, he focused ~ のように考えると分かりやすい。saturate A with B「AをBで一杯にする」。
- l.9 **for since created in 1963 for television commercials, the red-white-and-yellow clown has become the 2nd-best recognized figure in the entire world, after Santa Claus** 「というのは、1963年にテレビのコマーシャル用に作られて以来、赤と白と黄色の道化師はサンタクロースに次いで全世界で2番目によく認知された人物像になったからである」。最初の for は等位接続詞で「というのは~だからである」という意味を表す。created は過去分詞で、since it was created ~ のように it was を補って考えると分かりやすい。

- l.11 **Associating his restaurants with a happy clown** 「彼のレストランを楽しい道化師と結びつけて考えること」。Associating は動名詞で文の主語の働きをしている。associate A with B「AとBを結びつけて考える」。



Reading Comprehension Questions

次の各文が、本文の内容に合っていれば T を、合っていない場合は F を、括弧内に記入してください。

1. () The twin arches appeared on the first McDonald's franchise in New York City.
2. () McDonald's has opened in more than 100 countries.
3. () McDonald's has been selling hamburgers for more than 50 years.
4. () Ray Kroc was a hamburger salesman.
5. () Ray Kroc had played the piano professionally.
6. () Dick and Maurice McDonald owned a restaurant in California.
7. () The McDonald brothers had created an "assembly line" for serving food.
8. () The McDonalds were very ambitious.
9. () Kroc opened his first hamburger stand in California.
10. () In 1961, Kroc bought out the McDonald brothers.
11. () The first Japanese McDonald's opened in Osaka.
12. () Ronald McDonald is the best-recognized figure in the world.

Listening Comprehension Questions

次の英文を聴いて空欄を埋めてください。

- A:** () did McDonald's golden arches first appear?
B: McDonald's golden arches first appeared in ().
A: What () of salesman was Ray Kroc?
B: Ray Kroc was a () salesman.
A: () was the first McDonald's restaurant?
B: The first McDonald's restaurant was () San Bernardino, California.
A: Were the McDonald brothers ()?
B: (), they were not.
A: By 1999, () McDonald's restaurants were in Japan?
B: By 1999, there were over () McDonald's restaurants in Japan.
A: () is the best-recognized figure in the entire world?
B: The best-recognized figure in the entire world is ().

English Composition

次の日本語を英文に直してください。

- その先生は一人一人の学生に異なった種類の宿題を割り当てました。
(assign を使って)

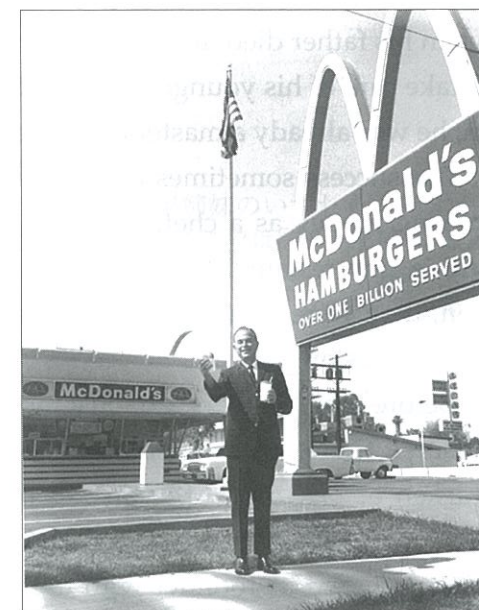
- 私達は John を説得していっしょにキャンプに行かせました。
(persuade を使って)

- そのプロジェクトは大成功であることが分かりました。
(prove を使って)

ひとくちコラム

今世紀初め、アメリカ国内において相次いでマクドナルド批判がメディアを賑わした。2001年に出版されたエリック・シュローサーのノンフィクション『ファストフードが世界を食いつくす』がその急先鋒であり、広範かつ綿密な取材調査によってファストフード業界の暗部を暴き、ベストセラーとなった。さらに2004年には、一ヶ月間マクドナルドの製品だけしか食べなければどうなるかという様子を、監督モーガン・スパーロック自らが実験台となり記録したドキュメンタリ映画『スーパーサイズ・ミー』が公開されて話題を呼んだ。

かつて、20世紀初頭のアメリカでは、社会不正を暴く「マックレーカー」(Muckraker)と呼ばれるジャーナリストたちが活躍したが、シュローサーやスパーロックの活動は、まさにこの精神が21世紀においても生き続けていることを示しているといえよう。



Ray Kroc