

2年()組()番 氏名(katouchi)

第2章 カップヌードルが世界中で受け入れられているのはなぜか?

—2021年に発売開始から50年。長く愛される理由を地理の視点から考察する—

みなさんはカップヌードルの自動販売機って知っていますか? 出題者が幼いころ、幹線道路沿いのオートレストランに行くとよく見かけたものです。なんとお湯を注ぐ装置が付いているんですよ! ここで食べるカップヌードルのうまいこと!! 今や日本だけでなく世界中で食べられています。その理由を地理の視点(位置や場所、世界のつながりなどの視点)から考察したいと思います。

- * 両面刷りで印刷し、左端2ヶ所をホチキス留めしてください。
 - ・モノクロ印刷でOKです。
 - ・炉色ノートに読み込んで利用することも可能です。
- * 指示があってから解答を始めてください。..勝手に先に進まないこと
- * 解答は指示がない限り各ページ下の余白部に書き込んでください。
- * 下の教科書の関連ページ、予習用課題の解答の前にさらっと一読してください。



この教材は、茨城県の地理の先生が作成した教材にヒントを得て作成しました。

https://docs.google.com/presentation/d/1WEbkSTAWHe8UVn_1btUH_sclSsM90-UEvZ912OD9Xok/edit#slide=id.g2e9f381935c_2_106

- 教科書 p.82~101, p.146~157, p.174~179
 - 第2章の情報
- https://seifu.sakura.ne.jp/kawako/2025/chirisou/#dai_2shou



(県立川越高校で使用している教材)

帝国書院：高等学校 新地理総合

帝国書院：新詳高等地図

帝国書院：新詳地理資料 COMPLETE 2025

1節 食の多様性を考えよう

生徒：発売開始から 50 周年を迎えた 2021 年に、「カップヌードル」ブランドの世界累計販売食数がなんと 500 億食を達成したという記事（*プレスリリース）を読みました。

先生：記事を読むと、現在では世界 100 ヶ国で販売されていますね。そういえば、カップヌードルは創業者の欧米視察旅行が開発のきっかけになったそうですよ。

*https://cdn.nissin.com/gr-documents/attachments/news_posts/9792/5776465be558776c/original/20210825-1.pdf?1629781688&ga=2.156475123.915940611.1637381943-1286765626.1632109918

問1 下線部に関して、次の web サイトの記事を読むと、視察先のアメリカ合衆国で安藤百福（ももふく）は、自ら開発したチキンラーメンを現地のスーパーの担当者の食べ方を見て驚いたことがカップヌードルの開発意欲につながりました。



<https://www.nissin.com/jp/about/chronicle/>

チキンメンは小さく判、7 分煮で 10 分に入れ、5 分湯を注いで 7 分煮で食べていた。

- (i) どのような食べ方をしていたのでしょうか。2 行の文章で答えなさい。
(ii) 先ほどの (i) で答えた食べ方をしていた理由を、1 行の文章で答えなさい。

アメリカには日本人も箸もないから

問2 世界には数多くの食習慣があります。食習慣のうち、「食べ方」に注目して、教科書で学習しましょう。

- (i) 教科書 p.98 の写真 1 を見ると、独特な食べ方をしていることに気づきます。カレーと (a) を (b) だけを使って食べています。これは左手を (c) なものと考えているからです。
(ii) 教科書 p.84 の写真 1 を見ると、ベトナムの人々は、(a) を使って (b) を食べています。

問3 ある場所で始まった食習慣は、世界に伝わっていったものもあります。食習慣のうち、「食べもの」に注目して、教科書や資料集で学習しましょう。

- (i) 教科書 p.88 の写真 3・4 を見ると、アメリカ合衆国の (a) チェーンがインドに進出していることがわかります。
(ii) 教科書 p.134 の写真 2 を見ると、もともと生の魚を食べる習慣のなかった (a) にも (b) があります。
(iii) 資料集 p.243 の写真 12 を見ると、(a) の街かどでは (b) が売られています。これはこの国が (c) の植民地だったことと関係があります。

2節 現地の文化の尊重と共存について考えよう

先生：海外で販売されているカップヌードルの多くは、(1)地域の拠点となる現地工場で製造しているそうですよ。

生徒：そうなんですか…。ところで、世界 100 ヶ国で販売されているということは、箸食（はししょく）か手食（てしょく）かナイフ食かといった食習慣だけでなく、(2)味付けや(3)食の*タブー（禁忌、きんき）についても考慮する必要がありそうです。

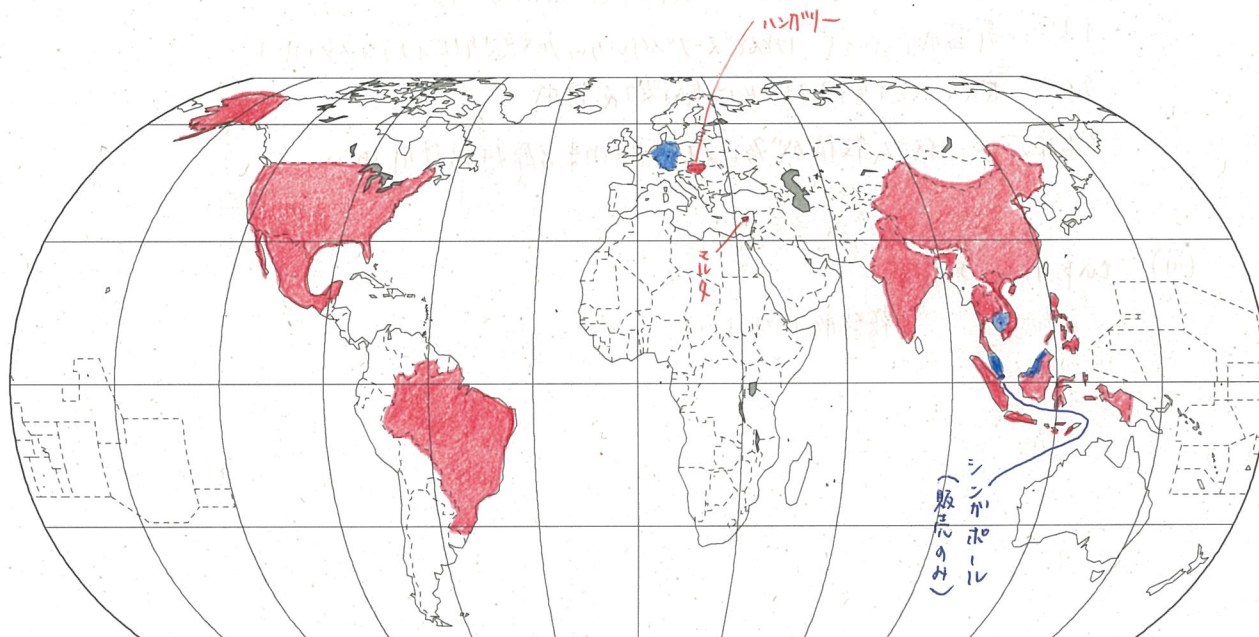
先生：いいところに気づきましたね！

* タブー（禁忌、きんき）とは、触れたり口にしたりしてはいけないことをいいます。

問1 下線部(1)に関して、次の web サイトの「海外事業」見て、図 1 中に次の条件にあてはまる国を指定された色でぬりつぶしなさい。

<https://www.nissin.com/jp/about/#oversea>

- ・ 製造販売している国…赤
- ・ 販売のみしている国…青



(注)「エケルト第4図法」という投影法で描いた地図で、面積が正しく表現されています。

図 1

問2 下線部(2)に関して、次のwebサイトの記事を読んで、各問に答えなさい。
<https://livejapan.com/ja/in-tokyo/in-pref-kanagawa/in-yokohama/article-a0001250/>



- (i) 世界中で約 100 種類以上の味のカップヌードルが販売されています。「世界のカップヌードル一覧」の「アメリカ州+ヨーロッパ州」と「アジア州」から、あなたが気になる味をそれぞれ一つずつ選んで答えなさい。また、その理由も1行の文章で答えなさい。
- (ii) 世界中でカップヌードルが受け入れられた理由を、記事に基づいて2行の文章で答えなさい。
- (iii) 本論からはそれですが…。このwebサイトに登場する海外のカップヌードルのローマ字のロゴは日本で販売されているものとは異なります。どのような違いがあるのかについて、2行程度の文章で答えなさい。

(i) 「各国の食文化に合わせた商品開発」

- ・ 欧米 -- 麺を煮る文化がない -- 日本製の麺を短かくする
- ・ インド -- 気温が高いので、ほっとスーフイなカップ麺焼きそばのようなスタイルに
- ・ タイ -- 食べやすさを重視するために長い麺を採用
- ・ インドネシア -- イスラム教徒が多いので、豚由来の原料は使用しない

(ii) Cup Noodles

「杯形状になっている」

問3 下線部(3)に関する各問に答えなさい。

- (i) 教科書 p.88~89 を読むと、インドではヒンドゥー教徒は宗教的な理由で (a) 肉を食べません。また、なかには肉類全般や卵も食べない (b) の人もいます。ファストフード店やレストランでは、こうした人にも対応したメニューを用意しています。
- (ii) 先ほどの (i) に関連して、ベジタリアンのマークを、色鉛筆を用いて書き写しなさい。
- (iii) 地図帳 p.169~174 の「世界の国別統計」の「おもな宗教」を見て、図2中に次の条件にあてはまる国に作業しなさい。ただし、小さな島しょ国や面積の小さな国の場合は、引き出し線などを用いて示すこと。

- ・ ヒンドゥー教の信者の割合が 10%以上の国・・・赤で国境線をなぞる
- ・ イスラーム (イスラム教) の信者の割合が 10%以上の国・・・緑で着色する

印信の国

トンガ、モリシャス

中南米

オーストラリア、ニュージーランド

10ベジマークの变化

□ → ▣

色は異常な人でも見分けが付きやすいに

よく見

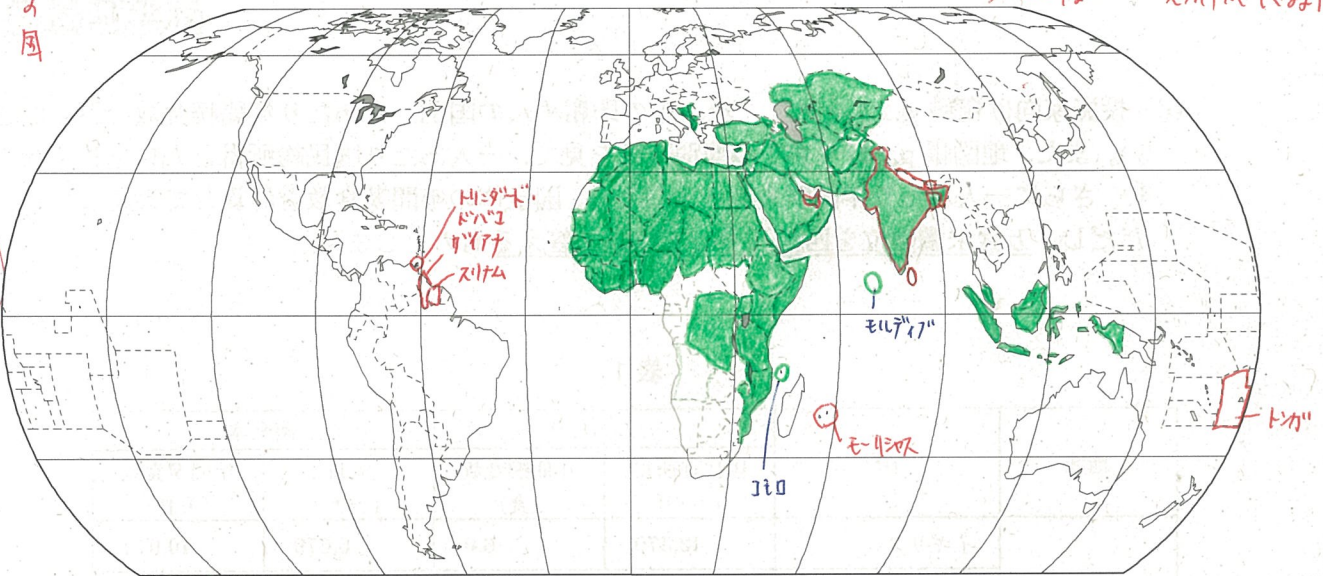


図2

- (iv) 教科書 p.70 の写真3を見ると、アラビア半島の北東にイテするオマーンでは薄焼きの (a) に (b) の煮込みを添えて食べていることがわかります。料理に (c) 肉が使われないのは、イスラームでは (c) 肉が禁忌であることと関係しています。
- (v) 次の web サイトを見て、カップヌードルの原材料のうち、ムスリム (イスラームを信仰する人) にとって受け入れられない原材料をすべて答えなさい。

<https://www.nissin.com/jp/product/items/12925/>



揚げ麺 -- ホークエキス、ホーク調味料
 がやく -- 味付豚ミンチ、味付豚肉
 スープ -- ホーク調味料

3節 より一層、愛されるための取り組みについて考えよう

先生：カップヌードルなど日清食品グループの商品や企業がより一層、世界で愛されるために、日清食品グループではどのような取り組みをしようとしているのでしょうか？

生徒：よい資料を見つけました！投資家向けの資料なんですが…。高校生には難しそうです。

先生：では、「日清食品グループのグローバル展開の加速」と「環境戦略 EARTH FOOD CHALLENGE 2030」についてのみ、一緒に見ていきましょう！

問1 下線部に関して、次の web サイトを見て、各問に答えなさい。

https://www.nissin.com/jp/company/ir/library/financialresults/pdf/kes_24_03_4q_01.pdf



- (i) 投資家向け資料 p.27 を見て、表 1 中の即席めんの国別一人あたり年間喫食数を答えなさい。また、地図帳 p.147~154 の国別統計を見て、一人あたり国民総所得と人口を答えなさい。さらに一人あたり年間喫食数と人口から、国全体の年間喫食数を計算して答えなさい。ただし、万食未満の位を四捨五入して整数で答えるものとします。

表 1

地域	国	一人あたり		国全体	
		国民総所得 (ドル)	年間喫食数 (食)	人口 (万人)	年間喫食数 (万食)
EMEA地域	イギリス	42,370	6.0	6,679	40,074
	ドイツ	48,520	4.7	8,301	39,014
	フランス	42,400	1.7	6,702	11,393
中国地域	中国・香港	10,410	31.7	142,949	4,531,483
アジア地域	インドネシア	4,050	51.9	26,091	1,385,262
	ベトナム	2,540	85.3	9,620	820,586
	インド	2,130	5.4	131,224	708,609
	フィリピン	3,850	38.4	10,728	411,955
	タイ	7,260	55.2	6,637	366,362
	シンガポール	59,590	25.3	570	14,421
米州地域	アメリカ合衆国	77,217	15.5	32,824	508,772
	ブラジル	9,130	13.2	21,014	277,384
	メキシコ	9,430	11.6	12,657	146,821

- (注) ・ 統計年次は、一人あたり国民総所得と人口が 2019 年、年間喫食数が 2022 年。
 ・ EMEA 地域とは、Europe, the Middle East, Africa の頭文字をとった略語で、ヨーロッパ、中東、アフリカを指しています。

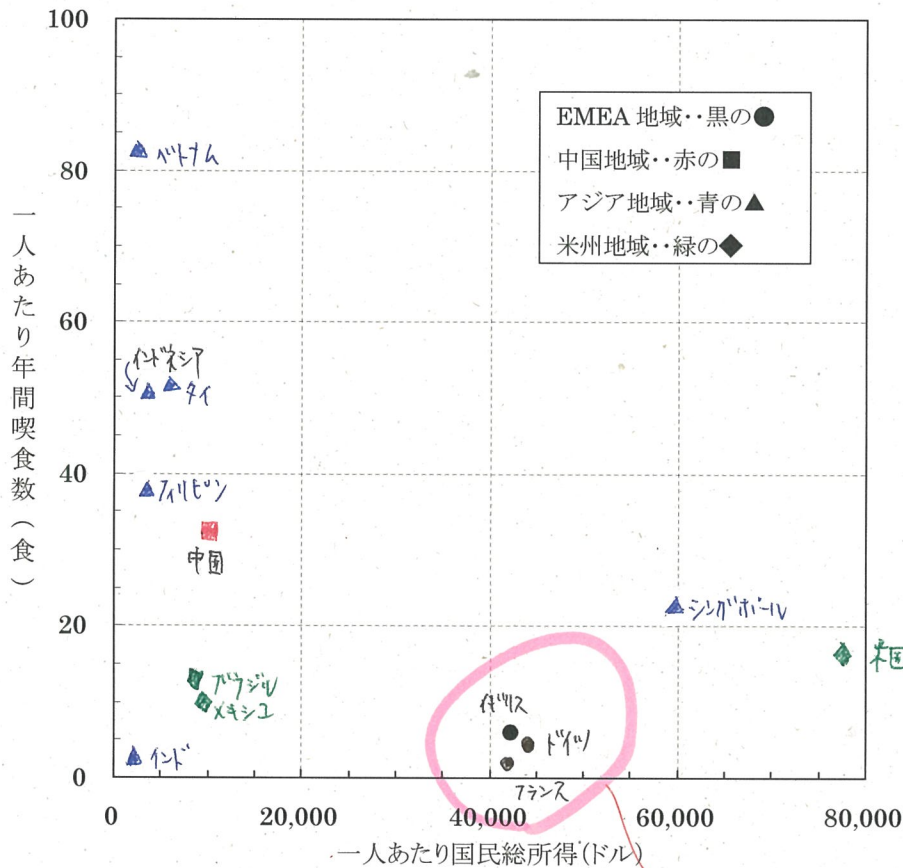


図3

- (ii) 図3に一人あたり国民総所得と一人あたり年間喫食数の散布図を、図中の凡例にしたがって作成しなさい。
- (iii) 先ほど作成した図3に基づいてあなたが考える将来の成長のポテンシャル(可能性)が高い地域を一つ答えなさい。また、その理由も答えなさい。
- (iv) 投資家向け資料p.30を見ると、日清食品グループは環境や公正な取引にも積極的に取り組んでいるようです。たとえば、めんを上げるために使用する(a)は持続可能なものを調達している比率は、現在は(b)%ですが、2030年には100%をめざしています。また、グリーンな電力(再生可能エネルギー)への切り替えを進めるとともに、2022年に製造などの過程で発生するCO₂排出量は2020年に比べて(c)%削減していますが、2030年には42%削減することを目指しています。
- (v) 先ほどの(iv)に関連して、日清食品グループでこのような取り組みを行おうとしているのはなぜでしょうか。あなたが予想する理由を、箇条書きで二つ以上答えなさい。

・企業の社会的責任 - 環境、公正な取引など

・投資家、消費者にとって重要な要素

・購買意欲、商品選択のしやすさ
・投資先として適切か?

・企業が社会的責任を果たすことが企業においても持続可能な経営につながる

・原料のバーン油 - 持続可能なものを調達する - このバーン油を入手できる

7 ・安全だけを追求 - いずれ誰も生産しなくなる