

## 日本の行事食の変遷

NHK『きょうの料理』にみる日本のクリスマスごはん

武庫川女子大学 生活環境学部 教授 大 森 いさみ

### 1. はじめに

本日まで参加されている多くの若い世代の皆さんも、NHKの「きょうの料理」を知らない方はいらっしゃると思う。「きょうの料理」は、日本のテレビ料理番組としては、「キューピー3分間クッキング」とともに、最も長い歴史を誇る。

「きょうの料理」の前身はラジオ番組であり、1957年にテレビでの放送が開始された。この番組の大きな特徴として、放送開始からわずか半年後にテキスト本が発行されたことがあげられる。現在、このテキスト本の印刷証明書付発行部数は31.7万部であり、雑誌広告代理店堀越のHPを参照すると、他の料理雑誌と比べて発行部数が圧倒的に多いことがわかる。これらのことから、NHK「きょうの料理」のテキスト本は日本の食卓の変遷をとらえる一つの指標となると考える。

筆者は大学院を卒業後、NHKの制作会社に就職し、「きょうの料理」の番組制作に1990年から2005年まで15年ほど関わってきた。制作に携わってきたことをいかし、制作者側の視点からも話ができたと思う。

今回は、「きょうの料理」のテキスト本をもとに、日本のクリスマスの食卓がどのように変遷してきたかをみていく。基礎データとしたのは、1959年から2018年の12月号に掲載されているクリスマス料理である。テキストの中から番組放送対応ページのみを調査し、タイトルやテキスト紙面にクリスマスに関連する言葉やレイアウトがあるものをクリスマス関連枠とした。

### 2. 1959（昭和34）～1960（昭和35）年頃のクリスマス

1959年（昭和34年）10月～12月号は、まだモノクロ印刷テキストであり、カラー頁は口絵（写真）の数頁のみである。その口絵のなかに、クリスマス関連頁があるのだが、その写真は現在のような料理写真ではない。料理が写っているのは写真全体の4分の1程度である。料理そのものを紹介するというよりも、キャンドルやクリスマスベルなどクリスマスの装飾が施されたクリスマスの食卓の雰囲気を紹介する意図が感じられる。

1959年度12月の放送枠27回のうち、クリスマス関連枠が5回あり、正月関連枠の3回よりも多い。筆者は、当時はクリスマスの特集は少ないだろうと考えていたが、実

際はクリスマス関連の放送が正月関連の放送より多く、予想外だった。

具体的な内容としては、クリスマス料理の主菜として紹介されているのがローストチキンである。東京會館の調理部長であった田中徳三郎氏を講師に、鶏を一羽丸ごとオーブンで焼くという本格的なもので、写真（モノクロ）頁でチキンの紐の縫い方も紹介されている。さらに、当時まだそれほど普及していなかったオーブンの使い方も、ローストチキンの作り方とは別途、放送枠 1 回分を使って特集されている。

別の放送日には、有田焼の窯元の娘で、長崎で外国人シェフと交流があった料理研究家が、ミートローフをアレンジしたハムローフという料理を紹介している。当時の家庭事情を考慮し、ハムと豚ひき肉を材料としたミートローフ風の家庭料理である。ミートローフはドイツ系の人たちを中心に広がった家庭料理で、欧米の家庭でクリスマスを祝うイメージに重ねたと推測される。

料理だけではなく、スポンジ生地とバタークリームを使ったクリスマスケーキも写真頁を使って、詳しく紹介されている。講師は「コロンバン」の創業者で、フランス菓子を日本に広めた当時のフランス菓子職人の第一人者である。別日には、外交官の妻として欧米で暮らした経験がある飯田美雪氏が、「クリスマスのためのパウンドケーキ」と銘打って家庭風のケーキを紹介している。

翌年（1960 年）も正月関連よりクリスマス関連の放送の方が多く、特に欧州諸国のクリスマス菓子が、欧州滞在経験のある料理研究家によって、数多く紹介されている。クリスマス料理のメインは前年度同様にローストチキンであり、なぜクリスマスにローストチキンを食べるのかというコラムが掲載されている。そこでは七面鳥の代替としてではなく、味が良いからチキンを使用する等の解説があり、欧米ではクリスマスには、ビーフではなくチキンを食べるのが一般的という点に力点がおかれている。

このように、1960 年くらいまでの「きょうの料理」は、欧米諸国のクリスマス料理を紹介するという色彩が強い。そのため料理の作り方だけでなく、料理の由来やその国での位置づけなども丁寧に紹介している。講師は外国での生活経験のある料理研究家か、フランスでの修業経験のあるホテル料理人である。この時代、NHK では制作担当者の指針を示す『NHK テレビジョン 番組制作ハンドブック』を発行していたが、この 1959 年版には、「家庭婦人の生活技術の合理化を以て足れるとするものではない」と書かれている。すなわちこれは、料理番組の目的はただ技術だけを教えるだけではなく、主婦を啓蒙するという役割を担っているという自認である。それゆえに、「きょうの料理」におけるクリスマス特集は、単なる料理のつくり方紹介にとどまらず、欧米先進諸国の文化を学ぶという色彩が強くなっていると考えられる。この時期のクリスマス料理の主菜は、一羽まるごとのローストチキンが定番となっている一方で、クリスマス菓子は固定化されておらずヨーロッパ諸国のあらゆる菓子を順番に紹介するパターンとなっている。

### 3. 1960 年代始め～1960 年代半ばのクリスマス

1961 年（昭和 36 年）になると、クリスマス料理よりも正月料理の方が、放送回数が多くなり、以降 1993 年までこの状態が続く。1960 年代になるとこれまでの欧米諸国のクリスマスの食卓紹介というテイストが一気に変わってくる。

クリスマス菓子は、デコレーションを楽しむというコンセプトがうちだされていく。例えば、1961 年にフランスのクリスマス菓子であるフランスのブッシュ・ド・ノエルが紹介されているが、「デコレーションケーキ」という名前で登場している。ページ構成も、スポンジ生地の手作り方は紹介するものの、デコレーションのバリエーションを数多く紹介するなどデコレーションを楽しむことに重きが置かれている。この傾向は 1960 年代半ばまで続き、クリスマス菓子枠は、欧米の伝統的なクリスマス菓子を紹介するのではなく、家族でデコレーションを楽しむ、より身近なものへと変化する。

クリスマス料理も 1960 年代になるとより身近な料理への変化が見られる。ローストチキン焼いていた東京会館の料理長はケチャップを使った鶏の洋風料理を紹介するようになり、女性料理研究家は鶏のクリーム煮や鶏の煮込みを紹介している。1960 年代始め～半ばにかけて、「クリスマス料理＝鶏の洋風料理」になり、ローストチキンはとりあげられなくなる。もう一つの変化として、講師の中心が男性のホテルの料理人であったのが、女性料理研究家中心へと変わっていくことがあげられる。

1967 年（昭和 42 年）には、現在のクリスマス料理の定番の一つ、フライドチキンが登場し、1960 年以前には人数が考慮されていなかった分量が、「家族 4 人で食べるクリスマス献立」という形での提案に変わり、家庭で楽しむクリスマスというコンセプトがより明確になる。

### 4. 1960 年代後半～1970 年代のクリスマス

1968 年（昭和 43 年）からは、再度フランス料理の料理人（有名ホテルの料理長）によるローストチキンが復活する一方で、クリスマスケーキが取り上げられなくなる。さらに 1970 年代に入ると 12 月の放送枠からクリスマス色がほぼ消えてしまう。1970 年（昭和 46 年）は正月関連の放送が 5 回に対してクリスマス関連が 1 回のみであった。その 1 回の放送枠では、ホテルオークラの総料理長がフランスの家庭料理として鶏の赤ブドウ酒煮込みと、デザートにシャーベットを紹介している。

1970 年代前半に正月枠が増加する一方でクリスマス枠が減少する傾向がみられるようになり、1970 年代半ばになると、クリスマス色がさらに薄まる。テキスト本でも、正月特集が目立つ編集をされているのに対し、クリスマスを銘打った料理枠は消滅する。1976 年（昭和 51 年）には 12 月の菓子として、和菓子が紹介されている。

1970 年代後半になるとクリスマスケーキの紹介が不定期だが復活する。レシピをみ

ると、この時期はバタークリームから生クリームへの移行期であり、生クリームまたはメレンゲを代用してデコレーションしていた。

## 5. 時代背景とともに考えるクリスマス

これまで紹介してきた時代も含めて 2000 年代までの「きょうの料理」のクリスマス料理を、日本におけるクリスマスと対照させて時系列にまとめていく。1950 年代後半の「きょうの料理」ではホテルの男性料理人が作るローストチキンと海外のクリスマス菓子が紹介されている。1959 年に皇太子がご成婚され、家庭にテレビが普及し始めた時代である。この頃までの日本におけるクリスマスの担い手は大正生まれの男性であったといわれている。男性たちがクリスマスに銀座などで大盛り上がりし、「クリスマス乱痴気騒ぎ」と揶揄されていた。しかし、1958 年に売春防止法が制定され、次第にお祭り騒ぎの仕方も変化していったと考えられる。

1961 年になると、クリスマスと正月料理の放送回数が逆転し、ローストチキン（1羽まるごと）の紹介は消滅する。1960 年代は、家庭で作り、楽しむクリスマス料理に変わり、クリスマスケーキのデコレーションなどが紹介された。講師陣は女性の料理研究家がクリスマスの献立を紹介している。1967 年にはフライドチキンが登場し、これも女性の料理研究家が紹介している。そして、1960 年代後半に一時的にローストチキンが復活する。

先行研究によると、1960 年代にクリスマスは家庭で行う「子供のイベント」として、ホームクリスマスというコンセプトが日本の家庭に定着していった。この日本におけるクリスマスのコンセプトの変換は、「きょうの料理」で紹介されているメニューの変化にぴったりとシンクロしている。番組のタイトルやテキストのキャッチコピーにも、「すぐにできる」や「子供と作る」や「簡単な」というフレーズが使われており、ホームクリスマスという世の中の流れを反映した料理になっている。

1960 年代の「きょうの料理」のホームクリスマスのターゲットとなったのが、「向学心のある主婦」である。1961 年に配偶者控除制度が導入され、1970 年前後には「専業主婦」層の数がピークとなった。先行研究によると、この時代は、高学歴・高威信職業の夫の妻ほど専業主婦化しやすく、いったん「主婦転換」した高学歴妻は専業主婦にとどまりやすかった。また、『NHK テレビジョン 番組制作ハンドブック 1963 年版』には、「半歩前にでる。家事は繰り返したとする偏見を捨てる上にも、新しいものに目を向けていくべきである」と書かれており、おそらく、料理に対しても何らかの意味付けをもって向上していこうと思う主婦層に向けて番組を制作していたと考えられる。

1967 年 12 月号の「きょうの料理」テキストが完売し、局内でも大変な話題となったが、この時の正月特集は「伝統の味への回帰」であった。番組が提案した伝統的なおせち料理の学びを受け入れのが、「向学心あふれる主婦」たちであったため、テキスト

の売り上げも伸びたのではないだろうか。そして、この影響が翌年（1968 年）からのクリスマス料理にも伝統的なクリスマス料理への回帰というかたちでみられる。例えば、ローストチキンの復活である。以降、家庭でつくる伝統的なクリスマス料理として、「縫わずに作るローストチキン」や「なべ焼きチキン」、「コック・オー・ヴァン」が紹介されている。

1970 年代に入るとオイルショックの影響もあり世の中のクリスマスムードはいったん鎮静化したといわれる。「きょうの料理」においてもクリスマス色が希薄になっていくが、その要因として、外食のレジャー化の影響も指摘できる。1970 年に大阪万博でケンタッキーフライドチキンが出店し、『an. an』や『non. no』などの女性雑誌が創刊された。「ファミレス」というワードも誕生し、女性を中心に、「外食」を楽しもうというムーブメントが高まった時代である。消費者としての「若者」や「女性」がクローズアップされ、食の趣味化・娯楽化の萌芽がみられるようになる。「外食」が日本人の暮らしに浸透しはじめ、クリスマスを外食で楽しむという、家の中から外へという変化が出てきたことが、1970 年代に「きょうの料理」においてクリスマス色が希薄化した要因の一つだと考えられる。

オイルショック後に、子供たちと家族で祝うクリスマスから、若者たちのイベントへと日本のクリスマスは変化していく。この時代の流れとともに「きょうの料理」のクリスマスメニューも変遷していった。

1980 年代の「きょうの料理」のクリスマスは、クリスマスケーキの放送枠のみとなる。そこでは、見た目もネーミングも個性的なオリジナルクリスマスケーキが紹介されている。一方で、正月料理枠で洋風パーティー料理としてローストチキンやロースとビーフが提案されるようになり、クリスマス料理はそこに吸収されるかたちで姿を消している。

バブル時代であり、「恋人たちのクリスマス」や「おしゃれな記念日」というワードが流行り、ロマンチッククリスマスがブームであった。人々は家の外でクリスマスを祝い、ホームクリスマス感がなくなったため、「きょうの料理」はオリジナルクリスマスケーキというところに収束していったと考えられる。

この時代のロマンチッククリスマスを支えたのは、1960 年代生まれの女性たちである。彼女たちは少女漫画世代であり、大人になった彼女たちはロマンチックなクリスマスの主役となった。1986 年に男女雇用機会均等法が施行され、働く女性が広く認知されるようになったこともあり、クリスマスは女性が家事から解放される日というような意味合いもあったのではないかと考えられる。クリスマスは外食、正月はホームパーティーを楽しむという時代感であったのではないかと推測する。1989～90 年には「きょうの料理」のテキストの公称発行部数は 110 万部にのぼっており、家庭料理への関心が下がったというわけではなく、上述したクリスマスの祝い方の変化が「きょうの料理」の編集に反映されていると考えられる。

1990年代に入ると「きょうの料理」にクリスマス料理が復活し、現在の定番のクリスマス料理に近いものが毎年連続して紹介されるようになる。「シンプル」や「あっという間」など手軽にできることを謳ったレシピが主流となり、1羽まるごとではなく部位を使ったローストチキンや、より簡単につくることができるフライドチキン、ローストビーフが数多くとりあげられ、クリスマス料理の3大定番として定着する。ケーキはいちごと生クリームのカリスマケーキが定番として繰り返し登場する。1990年代後半になるとこれらの定番のクリスマス料理や菓子に加えて、おしゃれなライフスタイルの呈示の場としてのクリスマスのもてなしが提案されるようになる。従来のフレンチスタイルだけではなく、流行を取り入れたイタリアンなどが紹介され、クリスマスの食卓スタイルの多様化がみられる。

1992年のバブル崩壊後は外でクリスマスを祝うことが少なくなり、ホームクリスマスへと回帰した。1990年代はじめにクリスマスイルミネーションが人気となったこともあり、クリスマスが「キラキラ」と結びつき、バブル景気を経験した人たちはホームクリスマスにも「キラキラ」要素を求めた。おしゃれなホームクリスマスが支持されたのはこのような時代背景があったからだと考える。また、この頃、マスメディアの世界では料理バブルともいえるような状況が起こっていた。栗原はるみ氏の単行本「ごちそうさまがききたくて」が120万部発行され、テレビでは「料理の鉄人」が放送開始となり、テレビや雑誌で料理テーマにしたコンテンツが爆発的に増えた。この料理ブームの影響からか、「きょうの料理」1997年12月号は130万部も発行された。人々が今まで以上に料理に興味を持って自分で作ろうというムーブメントが出てきた時代だった。

2000年代に入ると、「きょうの料理」ではクリスマス料理が多国籍化、さらにフュージョン化がすすむ。一方で、ケーキはブッシュ・ド・ノエルやガトー・ショコラなど王道フランス菓자에収斂されていく。「きょうの料理」は110万部ほど発行されており、当時は料理のトレンドに対してマスメディアが大きな影響力を持っていたと考えられる。

## 6. クリスマスの担い手についての考察

「きょうの料理」が提案した1980年～2000年代のクリスマスの担い手は、1960年代生まれのいわゆる「バブル世代」の女性であったと考えられる。10代の中高生であった頃に、少女漫画ビッグバンと呼ばれるブームを体験し、「乙女チックラブコメ」を愛好した世代である。ロマンチックな「キラキラ」嗜好を持った彼女たちが20代の大学生の頃に人気を博していたのが、『JJ』や『CanCam』などの赤文字雑誌である。女性が消費を先導する時代となり、女子大生となった彼女たちは、バレンタインデーやクリスマスのロマンチックイベント化を牽引した。さらに、1980年代半ば、バブル景気や男女雇用機会均等法の施行で、働く女性に対して肯定的イメージが世の中に広がっ

ていくなかで社会人となる。1980 年代の好景気のまっただなかで、彼女たちはパートナーと一緒に外食し、オリジナルケーキでロマンチックなクリスマスを楽しんでいたと考えられる。バブル崩壊後の 1990 年代、30 代となった彼女たちの多くは家庭人になり、「家ごはん」へと移行する。これとシンクロするようにマスメディアにおいて料理が人気コンテンツとなり、「家ごはん」がファッション化する。この流れのなかで、子供と一緒に定番クリスマス料理を楽しむ「家ごはん」が「きょうの料理」でも提案されるようになる。バブルを経験し、ロマンチックなキラキラ嗜好を持つ彼女たちに、クリスマスは相性のよいホームイベントであったと考えられる。さらに、2000 年代になり彼女らが 40 代になって社会復帰をする頃になると、「きょうの料理」で提案されているのは、「おもてなし」クリスマス料理である。テキストに掲載されている写真からも友人とおしゃれなクリスマスを楽しむ 40 代女性がターゲットとなっていることが推察される。

このように「きょうの料理」のクリスマスごはんは、1960 年代生まれのバブル世代をメインターゲットとして、この世代のライフサイクルの変化とともに提案する料理や菓子が変遷していったのではないかと考えられる。

## 7. 現代のクリスマス

2008 年のリーマンショック後は、「きょうの料理」からクリスマス特集が消滅し、12 月の菓子として、クリスマスケーキが紹介されるのみとなる。そこでは菓子職人が作る定番のようで個性的なクリスマスケーキが提案されている。一般の人が作るには非常に難しく、個性的で高度なテクニックを要するレシピである。

2010 年代になると、どれがクリスマス料理でどれが正月料理であるか、一目でわかりづらい編集に変わる。正月関連が減少傾向になり、もてなし料理としてクリスマス料理にも使えるメニューを紹介している。クリスマス感が喪失し、クリスマスという行事の個性よりも、人気料理研究家の個性（キャラクター）が尊重されるという方向に、テキストや番組の編集の機軸が大きく変化している。

2014 年頃からは、栗原はるみ氏や土井善晴氏といった人気料理研究家が、自分のお薦めする定番料理シリーズのなかで年末のもてなし料理を紹介し、行事食感がなくなっていく。2014 年までは、クリスマス特集が増えると正月特集が減り、正月特集が増えるとクリスマス特集が減るという関係性だったものが、2014 年以降はクリスマス関連も正月関連も減少し、「きょうの料理」12 月号にかつてのような行事食を全面に打ち出す編集はみられなくなっていく。

## 8. 現代のクリスマス感の喪失についての考察

クリスマス感が「きょうの料理」から消えた背景には、メディア状況の変化と世の中のクリスマス感の変化があると考えられる。

2007 年頃からクリスマス消費を先導してきた雑誌の不調が顕著になり、さらに若者を中心にテレビ離れが進んでいる。メディアの接触率をみるとインターネット志向が著しい。そんななかで、メディアにおける料理コンテンツとして、クックパッドや動画サイトなどインターネットを利用するサービスが大きな力を持つようになった。2010 年にはクックパッドが過去最高の月間ユーザ数を記録し、2016 年からは「Tasty」や「Kurashiru」などといった動画サイトのサービスが開始され、人気を集めている。一ヶ月単位で番組編成を考え、より多くの人たちが楽しんでもらう行事食を切り口に最大公約数的な料理を紹介するという従来のマスメディア的情報提供ではなく、より個別的に、かつ検索しやすい編成が求められるようになっているのである。テレビ料理番組は今、役割変化を迫られている。

さらに、昨年（2017 年）、楽天インサイトが実施したクリスマスの予定についてのアンケートによると、いつもと変わらず過ごすという回答が最も多く、クリスマスモードが沈静化していると考えられる。クリスマス感が変化し、「特になにもしないクリスマス」が定着しつつある。

このクリスマスモードの沈静化の一因として考えられるのが、近年のハロウィン人気である。東京ディズニーランドや USJ などのテーマパークでのハロウィンイベントが火付け役となり、2010 年頃から急浸透し、市場規模が急拡大した。2011 年にはインターネットでのハロウィン関連キーワードによる検索数が、クリスマス関連キーワードを上回るようになった。仮装（コスプレ）イベントとなったハロウィンは、アニメやゲームとの掛け合わせで盛り上がり、ソーシャルメディアとの親和性が高い。すなわち、ハロウィンの急速な人気の背景には 2007 年の iPhone 発売以降のスマートフォンの普及というメディア環境の変化がある。ソーシャルメディア的なイベントであるハロウィンは若い世代やファミリー層にとって、より身近なものとなり、雑誌やテレビが牽引してきたクリスマスをしのごイベントとなりつつあることが考えられる。

加えて、ハロウィンから始まり、クリスマス、正月と季節イベントが続くことから、クリスマスの特別感が低減していることも推察される。そのため、家で手間をかけてクリスマスごはんをつくるほどは盛り上がりせず、ファストフードやコンビニエンスストアなどを利用してクリスマスごはんを楽しむ人が増えた結果、「きょうの料理」ではクリスマス料理が扱われなくなっていったのではないかと考えられる。

## 【参考文献】

- 朝日新聞（1990）「根強い人気の料理番組『ごちそうさま』が 5000 回記念」、11 月 22 日付夕刊 16 頁
- 朝日新聞デジタル（2018, 10. 19）「ハロウィーン市場、変身したい らくらく仮装・赤ちゃん向け…幅広い層狙う」、  
<https://www.asahi.com/articles/photo/AS20181019000286.html>
- インプレス（2017, 10. 30）「「ヤフーのビッグデータ」に学ぶ商戦期のキーワード対策」、  
<https://netshop.impress.co.jp/node/4832>
- 大野敏明（2018）『「きょうの料理」60 年の歴史とこれから』、『放送研究と調査』68（7）72－89 頁
- 岡原 郁（2007）『日本占領下の民主化政策―ラジオ放送による日本女性再教育プログラム』、明石書店
- 河村明子（2003）『テレビ料理人列伝』、日本放送出版
- クックパッド（2016, 3. 4）「クックパッド、月間利用者数が 6000 万人を突破」、  
[https://info.cookpad.com/pr/news/press\\_2016\\_0304](https://info.cookpad.com/pr/news/press_2016_0304)
- クラハト、クラウド/タテノクラハト克美（1999）『クリスマス - どうやって日本に定着したか』、角川書店
- 国土交通省（2013）『平成 24 年度国土交通省白書』
- 杉野勇・米村千代（2000）「専業主婦層の形成と変容」、『近代化と社会階層』、東京大学出版会、177－195 頁
- 日本経済新聞（1989）「NHK 教育テレビ 30 周年、比重増す生涯教育番組」、2 月 10 日付夕刊 12 頁
- 日本経済新聞（2009）「料理にはまる男性なぜ増える―節約志向で『肉食』回帰」、3 月 8 日付朝刊 7 頁
- 日本放送協会（1956）『NHK テレビジョン 番組制作ハンドブック 1959 年版』
- 日本放送協会（1963）『NHK テレビジョン 番組制作ハンドブック 1963 年版』
- 日本放送協会「きょうの料理」（番組公式ホームページ）、  
<http://www4.nhk.or.jp/kyounoryouri/>、2018 年 12 月 15 日閲覧
- 日本放送協会・日本放送出版協会（1959～2018）『NHK きょうの料理』日本放送出版協会
- 博報堂 DY メディアパートナーズ（2016, 6. 20）「メディア定点調査 2016」、  
<http://mekanken.com/cms/wp-content/uploads/2017/07/846a7e37a4c75999b6d3ee9fe2fea2e.pdf>
- 畑中三応子（2013）『ファッションフード、あります』、紀伊国屋書店
- フランダース、ジュディス（2018）『クリスマスの歴史』、伊藤はるみ訳、原書房
- 堀井健一郎（2017）『愛と狂瀾のメリークリスマス―なぜ異教徒の祭典が日本化したのか』、岩波書店

堀越「雑誌広告媒体一覧・料理グルメ」、[https://www.hrks.jp/ad\\_other/gourmet/](https://www.hrks.jp/ad_other/gourmet/)、  
2018 年 12 月 15 日閲覧

毎日新聞（1997）「NHK『きょうの料理』40 周年」、11 月 7 日付朝刊 29 頁

毎日新聞（2004）「編集長に聞く きょうの料理・小林毅さん」、1 月 23 日付夕刊 10 頁

楽天インサイト（2017, 12. 1）「クリスマスに関する調査」、

<https://insight.rakuten.co.jp/report/20171201/>

山尾美香（2004）、『きょうも料理—お料理番組と主婦 葛藤の歴史』、原書房

（2018 年 12 月 22 日、生活美学研究所本年度生活美学基礎理論研究会における講演に基づく）

コーディネーター 武庫川女子大学生生活環境学部教授 森 田 雅 子