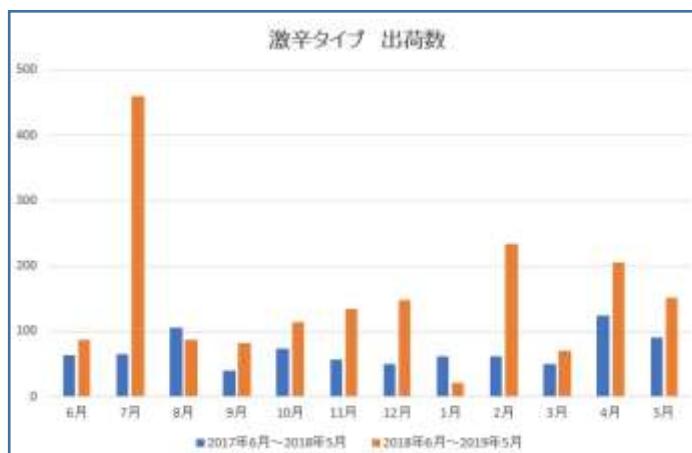


## 「テング ビーフステーキジャーキー激辛」 昨年は 7 月に出荷急増 今年は 2 月から 4 カ月連続で昨年上回り販売好調 辛さと旨味が絶妙にマッチしビールがすすむ

食料品の輸入販売・卸を行う株式会社鈴商（東京都新宿区 代表取締役社長 鈴木基司）が製造・販売する『テング ビーフステーキジャーキー激辛』は、2019 年 2 月から 4 カ月連続で昨年の出荷数を上回りました。

昨年は、7 月に取扱い店舗が増えたことにより出荷数が急増したことから、猛暑にビールに合うおつまみとして支持されたことがうかがえ、今夏も当商品の需要増を見込んでいます。



### ■やみつき注意！ 脳天を突き刺す辛さでビールがすすむ激辛ジャーキー

当社がおすすめする、暑い夏にいち推しの商品は、ビールのおつまみにぴったりな『テング ビーフステーキジャーキー激辛』です。

同じく当社で扱う、“デスソース”の異名を持つ『ブレアーズ・サドンデスジョロキア』ソースとコラボした商品で、数あるテングブランドの中でも最強レベルの辛さを誇ります。

かつて世界一辛い唐辛子としてギネス世界記録を持つ「ブートジョロキア」を原材料とし、まるで脳天を突き刺すような辛さの「デスソース」は、商品名やボトルのデザインが物語るとおり、食することで“死”の感覚を味わい、皮肉にも今まで以上に“生”を体感できるソースです。その“死のソース”を使用した『テング ビーフステーキジャーキー 激辛』は、かめばかむほど燃えるような刺激が走ると同時に、テングブランド秘伝の醤油ベースの旨味が口の中に広がり、冷えたビールがすすみます。

辛い食べ物がクセになるのは、辛さで体内に熱が生じることで脳が命の危険を感じ、脳内で働く神経伝達物質の一種βエンドルフィンが放出されるためといわれています。βエンドルフィンは鎮痛効果や高揚感などが得られることから、辛い食べ物がやみつきになりさらに辛さを追求してしまうという行動は科学的根拠に基づいているといえます。また、「ブートジョロキア」の辛み成分であるカプサイシンは、胃腸を刺激し唾液の分泌を促すことから食欲の増進も期待できます。



#### 激辛のヒミツ

ハバネロを超えるギネス級の激辛！



ブレアーズ・  
サドンデスジョロキア  
150ml 980 円（税別）

主原料は激辛として知られる唐辛子「ブートジョロキア」。2007 年にハバネロを抜き世界一辛い唐辛子としてギネス世界記録に認定されたほどです。



## ■高たんぱく・低カロリーのビーフジャーキーは優秀な“アスリート食”

牛赤身肉には、ビタミン B12（貧血予防、睡眠推進）、亜鉛（体作り、骨作り）、タンパク質（体力・運動能力の低下を防止）の 3 つの栄養素が含まれているため、「良質なタンパク質を効率的に摂取できる」と近年はアスリートたちの間でも支持が広がっています。

『テング ビーフステーキジャーキー』の原材料は、脂肪が少なくヘルシーな 100%牛赤身ももステーキ肉です。100g のビーフジャーキーを製造するためにその 3 倍相当の牛肉を乾燥させ、旨味をぎゅっと凝縮しています。こだわりの醤油味と、ステーキ肉だからこそ実現したかみごたえは、牛肉本来の旨味が堪能でき、旨味と甘みのバランスが特長のビーフジャーキーです。以前からの本物志向のファンには懐かしい逸品として、また体型に気をを使う若い世代には良質なタンパク質が簡単に摂取でき効率よく筋肉の成長をサポートし、よく噛むことで腹持ちもよく満腹中枢に働きかける効果もある“健康系おつまみ”として、新たな需要を掘り起こしています。

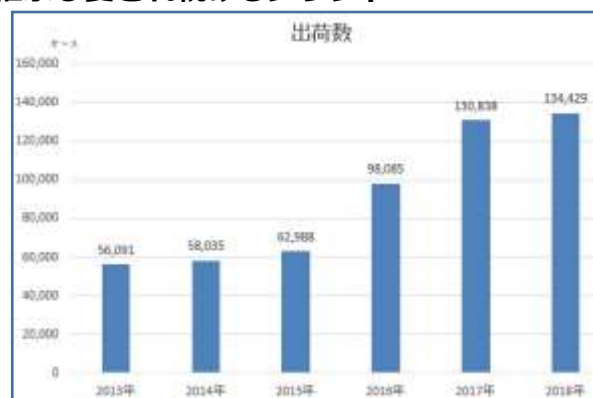
2019 年 4 月からは、WEB サイト「SPORTS COMMUNICATIONS」（スポーツコミュニケーションズ）（URL: <https://www.ninomiyasports.com/>）にて毎月 1 回アスリートたちが『テング ビーフステーキジャーキー』や競技について語った記事を公開し、優秀な“アスリート食”としての認知拡大を図っています。

## ■令和元年に創業 100 周年を迎え、伝統の味を継承し愛され続けるブランドへ

当社は、令和元年である今年 12 月に、創業 100 周年を迎え、テングブランドの取扱い開始からも 36 年を数えます。

主力商品『テング ビーフステーキジャーキー』は、おつまみの定番としてはもちろん、近年“ヘルシースナッキング※”としても若年層の需要を拡大し、6 年連続で出荷数を増やしています。

（※ ヘルシー スナッキングとは、健康的な間食を適度に取り入れることで極度の空腹状態を避け、食べ過ぎを防ぐ新しい食習慣です。）



株式会社鈴商は、これからも、長年愛され続けてきた『テング ビーフステーキジャーキー』の伝統の醤油味を継承しつつ、新たなターゲット層に向けた商品開発を積極的に行うことで、年齢を問わず広く支持される商品の提供を目指し取り組んでいきます。

### 【商品概要】

品 名 : テング ビーフステーキジャーキー 激辛

内容量 : 80g

価 格 : 1,400 円（税別）

賞味期間 : 9 カ月

原産国 : 日本

原材料 : 牛肉、醤油、砂糖、サンドネスソース(ブートジョロキア、ハバネロ、醸造酢、食塩)、デキストリン、胡椒、食塩、オニオン末、ガーリック末、しょうが、酸化防止剤(エリソルビン酸 Na)、調味料(アミノ酸)、発色剤(亜硝酸 Na) ※原料の一部に、小麦、大豆を含みます。

栄養成分 : 1 袋 (80g あたり) 熱量 227kcal、たんぱく質 38.8g、脂質 3.1g、炭水化物 10.8g、ナトリウム 2,336 mg





**【販路】**

輸入食品取扱店、酒類小売店、量販店、インターネット販売等

**【商品に関するお問い合わせ先】**

株式会社 鈴商

電話番号：03-3225-1161

**ホームページお問い合わせフォーム**

お客様専用 <https://www.suzusho.co.jp/customer/>

法人様専用 <https://www.suzusho.co.jp/company/>

**【会社概要】**

社 名：株式会社 鈴商

代 表：代表取締役社長 鈴木 基司

本社所在地：東京都新宿区荒木町 23

U R L：<https://www.suzusho.co.jp>

資 本 金：84,000,000 円

従 業 員 数：50 人

事 業 内 容：食料品及び酒類の輸入販売及び卸

今後の展開：株式会社鈴商は、1919 年（大正 8 年）にシロップの製造と販売により創業し、今年で 100 周年を迎え、独自の販売とサービスにより、常に優れた品質の食品と食の美味しさと豊かさをお届けしてきました。

これからも世界中の新しい美味しさ、品質の確かな商品、愛される味を追求し、卓越した食品を日本の皆様にお届けして参ります。

本件に関するお問い合わせ先	
株式会社 鈴商 営業部推進課 担 当： <sup>ましご</sup> 益子・井口 電 話：03-3225-1165 F A X：03-3225-5520 E-mail：mashiko@suzusho.co.jp	鈴商 広報事務局 担 当： <sup>ふくど</sup> 福土 電 話：03-5411-0066 携 帯：080-6538-6292 E-mail：pr@netamoto.co.jp



参考資料

【商品ラインアップ】

品名	スタンダードタイプ			薄切りタイプ	ミディアムチャック
特長	厳選された牛肉を使用し、醤油をベースとした味付けのビーフジャーキーです。 しっかりとした歯ごたえでビール等のおつまみに最適です。			薄いスライスタイプ 醤油をベースとした味付け	細かいカットタイプ 醤油をベースとした味付け
					
価格	400 円(税別)	750 円(税別)	1,400 円(税別)	1,400 円(税別)	1,800 円(税別)
容量	25g	50g	100g	100g	160g
原産国	日本	日本	日本	日本	日本

品名	ホット				50%減塩
特長	醤油をベースに、ピリッと胡椒の効いた辛い味付けの ビーフジャーキーです。		ミディアムチャック 細かいカットタイプ	激辛	スタンダードの塩分 50%
					
価格	750 円(税別)	1,400 円(税別)	1,800 円(税別)	1,400 円(税別)	1,400 円(税別)
容量	50g	100g	160g	80g	100g
原産国	日本	日本	日本	日本	日本

品名	ハイツ		アサヒテングビーフジャーキーカレー		ミッドリーフ
特長	スタンダード	ホット	レギュラー	ホット	コーンチップス テングビーフジャーキー味
	食べやすいひと口サイズです。		細切れのビーフジャーキーが具のレトルトカレー		
					
価格	398 円(税別)	398 円(税別)	360 円(税別)	360 円(税別)	300 円(税別)
容量	35g	35g	200g	200g	170g
原産国	ウルグアイ	ウルグアイ	日本	日本	日本



## ●テングブランドの歴史

### <「テングブランド」こだわりの醤油味を生み出したのは、日系 2 世>

テングブランドの創業者であるケン大崎氏は、1921 年日系移民 2 世としてアメリカ・ロサンゼルス郊外に生まれました。23 歳の時、アメリカへの忠誠を証する為、日系人米国陸軍部隊“442 部隊”に志願し、戦地に赴きます。日本人特有の忠誠心とプライドは、送られた欧州戦線でしっかりと証明され、442 部隊は米国陸軍史上最も勇敢な部隊のひとつとして今なお語り継がれています。戦地で負傷しながらも帰国したケン大崎氏は、戦後、父の豆腐屋を継ぎながらテング社を創設しました。漬物販売、冷凍食品加工などの事業を展開する傍ら、独自開発を行い、1970 年代半ば、遂に日本人が美味しく食べられる醤油味によるビーフジャーキーを創り出します。それが『テング ビーフステーキジャーキー』です。アメリカ先住民の保存の知恵と日本の伝統的な発酵食品の知恵である「醤油」の組合せが人気の味覚を生み出したのです。

彼のビーフステーキジャーキーへのこだわりは、醤油味と良質のステーキ用肉を使う事でした。日本人の繊細な味覚と材料への徹底したこだわりが功を奏して、『テング ビーフステーキジャーキー』はリトル東京を始めとする日系人社会でたちまち評判となります。すぐに日本人旅行者の間で人気のお土産品として有名になりました。



### <先代社長が熱い思いで直接交渉し、独占契約が実現>

鈴商の先代社長が『テング ビーフステーキジャーキー』を初めて口にしたのは、アメリカに留学していた友人からのお土産でした。そのあまりの美味しさに何としても輸入販売したいという熱い思いでケン大崎氏に直接交渉しました。その熱意と当時保有する輸入権から独占契約が実現し、1983 年から販売を開始することになりました。当時、米国土産で既に評判で、その美味しさは本物の味として世に知れ渡り、日本でもピーク時は 22 億円の売上がありました。

### <ビーフステーキジャーキーの転機・狂牛病問題からの復活は、国産へのシフト>

転機は 2003 年に発生した狂牛病（BSE）問題です。牛肉の加工食品も輸入が禁止され、大量の商品が自主回収処分や販売中止となりました。その損害金額は 1 億 5 千万円～2 億円にも上り、当社にとって膨大な損失でした。そればかりか、海外の工場が廃止となり輸入販売が不能となります。その後も新しい製造工場を求め転々とするものの、こだわりの味の再現が上手くいかず、約 10 年間、低迷期が続くことになりました。

2013 年アメリカ産牛肉の輸入規制の緩和や、2015 年オーストラリア産牛肉の輸入関税引き下げなどの影響もあり、現在は、原材料は海外の牛肉で、製造は日本工場と一部をウルグアイ工場で行い、安定した製造と流通が確保されています。輸入品と思われている『テング ビーフステーキジャーキー』は実は現在国産で製造し、プレミアムな味を今も変わらず受け継いでいます。2019 年現在は、タンパク質が豊富な“健康系おつまみ”や“ヘルシー スナッキング”として人気で、6 年連続出荷数を伸ばしています。