

## 『テング ビーフステーキジャーキー』×アスリート 最新記事 噛めば噛むほど味が出る“ここだけの話” K-1 史上初の3階級制覇 世界王者の武尊さん 減量中の頼もしい味方 ビーフジャーキー

食料品の輸入販売・卸を行う株式会社鈴商（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：鈴木基司）は、WEBサイト「SPORTS COMMUNICATIONS」<sup>スポーツコミュニケーションズ</sup>（URL: <https://www.ninomiyasports.com/>）にて、タイアップ企画コーナー『アスリートが語るテングジャーキー』の最新記事を、2019年7月8日（月）に公開しました。

### ●独学で栄養学を学び、食生活もストイックに！

当社は、スポーツジャーナリストの二宮清純氏が運営するWEBサイト「SPORTS COMMUNICATIONS」にて、自社が製造・販売する主力商品『テング ビーフステーキジャーキー』とのタイアップ企画コーナー『アスリートが語るテングジャーキー』の連載を、毎月1回（第2月曜日、但し祝祭日にあたる場合は翌日）公開予定で2019年4月から開始しています。

第4回となる2019年7月8日（月）には、K-1で史上初の3階級制覇（スーパーバンタム級、フェザー級、スーパーフェザー級）を成し遂げた世界王者の武尊<sup>タケノリ</sup>さんに、当社、主力商品の『テング ビーフステーキジャーキー』を食べながら、独学の栄養学を取り入れたストイックな食生活やムエタイ王者にKO勝ちした試合の裏話を語っていただきました。

取材場所は、今年3月にオープンした渋谷のDJ BAR 東間屋にて、二宮氏と武尊さんとの対談形式で行なわれました。



武尊さんには、『テング ビーフステーキジャーキー』4種のフレーバー（定番の「レギュラー」、塩分をカットした「50%減塩」、ピリッと胡椒の効いた「ホット」、激辛ソースとして知られている“ブレアーズ サンドレスジョロキア”を使った「激辛」）を食べ比べていただきました。

ダイエットに関しては“プロフェッショナル”と自負する武尊さんは、美味しくて低脂肪高たんぱくなビーフジャーキーを減量中の頼もしい味方として食べていたそうです。

体内に塩分が多いと水分が排出されにくいことから、減量中はカロリーやたんぱく質などの栄養素に加えて、塩分もコントロールしていたとのこと。「50%減塩」タイプは、塩分控えめな分、肉の旨味が「レギュラー」タイプよりわかりやすいと、特に気に入られたようでした。

栄養学の知識が豊富な武尊さんは、プロデビューをした時からずっと、毎日 3 食とも自炊をしているそうです。

K-1 は、階級にあわせて体重を絞り込む必要がある過酷な世界。なんと遺伝子検査で自身の体質を調べ、太りやすい食品と太りにくい食品を把握し、減量中の食生活に活かしているという、すべてに一切の妥協を許さない最強王者の一面を垣間見られました。

### ●妥協を許さない姿勢と今後の展望

先日のムエタイ王者に KO 勝ちした試合は、満身創意の中で戦っていたようです。実は、気合いを入れて練習をしてしまい右足甲骨を骨折していたそうです。そんな状態でも、見事 KO 勝利をおさめてしまうのは、食生活以上に厳しい練習をしているからではないでしょうか。

そんな裏話をしながらも、『テング ビーフステーキジャーキー』を一口頬張り、牛肉の旨味が凝縮されて美味しいと満面の笑みで話される姿は、格闘家ではなく今をときめくイケメンタレントとを見ているような錯覚に陥りましたが、洋服から覗く腕や脚の筋肉は想像以上に硬く、さすが、最強王者の体と納得させられました。

現在、怪我のリハビリ中のため、完全な復帰は年内を予定しているとのこと。また近い将来、海外での試合も実現したいとの野望を語るまなざしの鋭さには、一瞬、圧倒されましたが、私生活の話や、打撃方法を披露するなど、和気あいあいとした雰囲気でも盛り上がりました。

今後も当コーナーでは、二宮清純氏が食通のアスリートなどゲストをお招きし、当社の主力商品『テング ビーフステーキジャーキー』を食べながら、栄養やトレーニング法、その競技の魅力についてなど、多岐にわたって語っていただきます。

今回は、2019 年 8 月 13 日（火）に公開予定です。ビーフジャーキー同様、噛めば噛むほど味が出る“ここだけの話”に乞うご期待ください。

当社は、世界各国の選りすぐりの食品を日本に輸入する商社として大正 8 年に創業し、今年で創業 100 周年を迎えます。当社の主力商品でハワイ土産として有名になった『テング ビーフステーキジャーキー』の輸入開始からは今年で 36 年目となり、2003 年の狂牛病や海外工場の閉鎖など紆余曲折を経て、今では輸入牛を原材料に国内の工場にて“国産”で製造し販売しています。

当社はこれからも、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。



「レギュラー」



「ホット」



「激辛」



「50%減塩」

## 【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 番地

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おりました。

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。

## 【対談協力】

店 舗 名：DJ BAR 東間屋

住 所：東京都渋谷区道玄坂 2-14-8 TSUTAYA O-EAST 内 2 F

T E L：03-6416-4184

営 業 時 間：21：00～翌 4：30（月～土）

## 【スポーツコミュニケーションズ 概要】

社 名：株式会社スポーツコミュニケーションズ

代 表：代表取締役 二宮 清純

設 立：2000 年（平成 12 年）6 月

U R L：<https://www.ninomiyasports.com>

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>ましこ</sup> 益子・井口 電 話：03-3225-1165 F A X：03-3225-5520 E-mail：mashiko@suzusho.co.jp	株式会社 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	パイッ		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



## 【主力商品概要】

### ロングセラーのテングブランドの定番は「レギュラータイプ」！

品名 : テング ビーフステーキジャーキー レギュラー  
内容量 : 100g  
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、食塩、胡椒、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）

アレルギー情報：小麦、大豆を含む商品です。



## ●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すっかりと証明され、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想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、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。