

## アツい夏を刺激的に！スパイシー＆ホットで乗り切る 旨味あふれるステーキ肉ジャーキーのレトルトカレーに新味登場 パッケージも新たに さらにパワーアップ

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『アサヒテング ビーフジャーキーカレー』シリーズに、こしょうがきいたホットタイプの新味が加わり、2019 年 6 月 14 日（金）から発売を開始しました。新ラインアップの追加とともに、パッケージデザインもリニューアルし、よりインパクトあるビジュアルになりました。



### ●カレーが美味しい夏本番到来 “アツい”新たな味

『アサヒテング ビーフジャーキーカレー』シリーズは、「テングブランド」の定番商品『テング ビーフステーキジャーキー』の製造過程で出るビーフジャーキーの端材を具に使用した、唯一無二のレトルトカレーです。味の決め手となる細切れのビーフジャーキーは脂身が少ない牛赤身ももステーキ肉を使用、かむほどに肉の旨味があふれ出します。レトルトカレーでもしっかりとコクがあり、ビーフジャーキー本来のスモーキーなフレーバーと醤油の匂いが鼻を抜けて食欲をそそります。

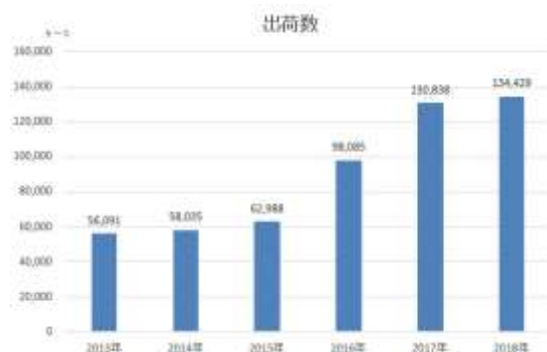
新発売の『アサヒテング ビーフジャーキーカレーホット』は、特にカレーが美味しくなるサマーシーズン到来に合わせた商品です。これまでの『アサヒテング ビーフジャーキーカレー』よりも大幅にパワーアップした刺激的な辛さは、まさに暑い夏にぴったり。食べ進めるほどに、食欲をそそるピリピリとした辛さと、テングブランド秘伝の醤油ベースの旨味が口の中いっぱいに広がっていくことでしょう。思わずビールもすすんでしまいそうな、スパイシーで大人向けの味に仕上がっています。

また、新ラインアップの登場に合わせ、『アサヒテング ビーフジャーキーカレー』シリーズのパッケージデザインをリニューアルしました。ブランドの象徴であるテングのロゴを強調し、『テング ビーフステーキジャーキー』とカレーの写真を加えることで、製品の美味しさを全面に打ち出しています。

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。新しい時代の門出に相応しい、パワーアップしたブランドイメージの確立を目指します。

## ●シリーズ出荷数 6 年連続増加中

当社が製造・販売している『テング ビーフステーキジャーキー』は、6 年連続で出荷数が増加中です。本商品は、以前からおつまみとしてよく知られていましたが、近年では、よく噛むことで満腹中枢に働きかける効果や、良質なタンパク質を簡単に摂取でき効率よく筋肉の成長をサポートする“健康系おつまみ”としての人気が高まりました。また贅沢にステーキ肉のみを原材料としているため、しっかりとした肉の歯ごたえを味わうことができます。さらに、パッケージの種類も登山などの携帯食にも便利なコンパクトサイズから、パーティーシーンで人気のメガサイズ、そして激辛から減塩までといった、さまざまな味のバリエーションを取り揃えたことで、多様なニーズに応えることが可能になりました。食べたあとヘルシーを両立したこと、そしてこうしたラインアップの拡充で幅広い支持を集めた結果、出荷数が伸びていると当社では分析しています。



また、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、さらなる認知拡大を図っています。

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** : アサヒテング ビーフジャーキーカレー ホット

**内容量** : 200g

**価 格** : 360 円 (税別)

**賞味期間** : 24 カ月

**原産国** : 日本

**原材料** : 馬鈴薯 (国産)、ビーフジャーキー (牛肉、しょうゆ、その他)、ソテーオニオン (玉葱、食用油脂)、小麦粉、人参、食用油脂、肉エキス、チキンブイヨン、砂糖、バター、香辛料、カレー粉、トマトケチャップ、アップルソース、しょうゆ、ウスターソース、食塩、チャツネ、澱粉、にんにく/調味料 (アミノ酸等)、カラメル色素、酸味料、香辛料抽出物、香料、発色剤 (亜硝酸 Na)、(一部に小麦・乳成分・牛肉・大豆・鶏肉・りんごを含む)

**栄養成分** : 1 人前 (200g あたり) <㈱ファルコバイオシステムズ調べ>

熱量 230kcal、たんぱく質 11.0g、脂質 10.4g、炭水化物 23.2g、食塩相当量 3.3g



### 【販路】

輸入食品取扱店

**【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>ましこ</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	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



## ●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。