

## 『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” アーティスティックスイミング元日本代表の青木愛さん 脂肪燃焼にも！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「<sup>スポーツ コミュニケーションズ</sup>SPORTS COMMUNICATIONS」（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11月11日（月）に公開しました。

### ●噛み応え抜群のジャーキーはアスリートにもってこい！？

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8回となる2019年11月11日（月）には、2008年北京大会に、アーティスティックスイミング日本代表として出場した青木愛さんに、当社主力商品の『テング ビーフステーキジャーキー』を食べていただきながら、現役時代の食事管理や引退後の健康法などについて伺いました。

取材は、当社本社内のショールームにて、二宮氏と青木さんとの対談形式で行なわれました。

青木さんには、『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」タイプ、ピリッと胡椒の効いた「ホット」タイプ、激辛ソースとして知られている人気の“ブレアーズ サドンデスジョロキア”を使った「激辛」タイプ、そして「レギュラー」タイプの塩分が半分になった「50%減塩」を食べ比べていただきました。



小学2年時にアーティスティックスイミングを始め、1999年、中学2年時に井村雅代氏が指導を務める井村シンクロクラブ（現：井村アーティスティックスイミングクラブ）に入門した青木さん。2008年には、日本代表として北京大会に出場し、チーム種目で5位入賞を果たしました。同年に現役を引退されてからは、タレントやレポーターとして活躍しています。

青木さんは海外に行った際、スーパーでビーフジャーキーを購入し、ホテルで食べることが楽しみの一つであると

いほど、ビーフジャーキーがお好きとのこと。当社の『テング ビーフステーキジャーキー』は、原材料が 100%牛赤身ももステーキ肉だと知ると、「ステーキ肉を使っているんですか？それは美味しいはずですね」と納得の様子でした。また、「噛み応えがあるから、顎が鍛えられそう。アスリートはぐっと歯を食いしばるので、もっと早くから食べていれば良かった（笑）」と、厳しい大会とトレーニングの日々を乗り越えてきた青木さんならではの視点で『テング ビーフステーキジャーキー』を楽しんでいただきました。

そんな中、話題は北京大会出場時の食事についてへ。選手村では、ビュッフェ形式の食事が用意されていたそうですが、青木さんは日本から炊飯器を持っていき、おにぎりを作って食べていたのだそう。「アーティスティックスイミングは運動量が豊富なので、食べないとどんどん痩せてしまうんです。」と、現役当時の苦労も明かしていただきました。

### ●脂肪燃焼を高めるといわれている赤身肉 ビーフジャーキーを日々の運動のお供に！



青木さんは、引退後の健康法として「歩くこと」を意識しているそう。最近も、友人宅から 50 分かけて歩いて帰宅したことを明かし、疲れたら途中でタクシーに乗ろうと歩き始めたけれども、最後の方は「ここまできたら絶対に乗らない」と意地になって帰宅したと、取材メンバーの笑いを誘いました。そこで、『テング ビーフステーキジャーキー』の原材料である赤身肉には、L-カルニチンという脂肪燃焼を高めるといわれている成分が入っていることを二宮氏が伝えると、「ビーフジャーキーを食べてから歩けば、より効果的かもしれない

んね。」と、これまで以上にビーフジャーキーを好きになっていただいたご様子でした。

取材の最後には、テングブランドの中では最も辛い「激辛」タイプに挑戦。「唐辛子系は好きなのですが、これは辛い！」と答えつつも、「でも、やみつきになりそう」と笑顔。最終的に、テングブランドの 4 つのフレーバーを食べ比べていただいた結果、「コショウがほどよく効いていて、スパイシーで美味しい！」と「ホット」タイプがお好みとのことでした。

現役当時の裏話など、様々なエピソードを聞かせてくださった青木さん。多くの人を魅了した、美しくダイナミックな表現力の裏には、過酷なトレーニングや徹底した食事管理の日々があったことなどを伺うことができました。

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 12 月 9 日（月）に公開予定です。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：<https://www.suzusho.co.jp/contact/>

## 【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>

## 【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。

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：成田・ <sup>ましご</sup> 益子 電 話：03-3225-1165 F A X：03-3225-5520 E-mail：narita@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	ミディアムチャンク
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。		ミディアムチャンク	激辛	スタンダードの塩分 50%
			細かいカットタイプ		
					
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	160g
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】

### テングブランド人気No.1の商品「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、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。輸入品とされている『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。