

報道関係者各位

2019年11月21日

株式会社鈴商

## 『テング ビーフステーキジャーキー』ブランドムービー公開 理想と現実の狭間に揺れる若者こそ「テングになれ」 人生を切り開く挑戦者たちへ贈る熱いメッセージ

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、若者を応援するブランドムービー「テングになれ」篇を、2019年11月11日（月）に公開しました。

人生を深く噛みしめてほしいという若者に向けたメッセージを、当社の主力商品である『テング ビーフステーキジャーキー』を使って表現しています。



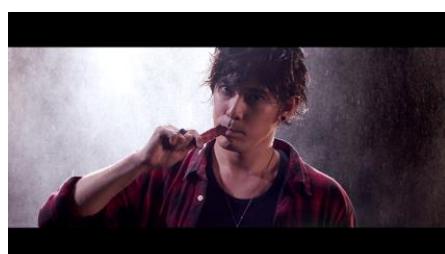
### ■挑戦する若者こそ「テングになれ」

当社は、決断に自信を持てない若者に対して、成功を噛みしめたり、逆境に歯を食いしばったりした経験を糧に、自信を持って大志を抱いて挑んでほしいという思いを込めたオリジナル動画を制作しました。

当社が1983年から独占輸入販売し、現在は一部の商品を除き国内製造している『テング ビーフステーキジャーキー』の噛み応えや歯ごたえにかけて、困難にも折れることなく挑戦する人々にエールを送る内容となっています。

若者の成功を噛みしめた経験や逆境に歯を食いしばった経験のすべてが「血」となり「肉」となるように、理想と現実の狭間に揺れる若者こそ「迷う時代のテングになれ」と勇気づけています。

すべての経験を糧に人生を切り開く挑戦者たちへ贈る当社からの熱いメッセージを受け取ってください。



## ■令和元年に創業 100 年迎え、今後も変わらぬ挑戦を

当社は、1919年（大正8年）にシロップの製造と販売により創業し、令和元年である今年の12月に創業100周年を迎えます。輸入食品の販売及び卸事業を行っていましたが、当時保有する輸入権により1983年からは『テング ビーフステーキジャーキー』の独占輸入が実現し、主力商品として販売してきました。しかし、2003年に発生した狂牛病（BSE）問題で輸入が禁止され販売継続の危機に直面。その後約10年間、低迷期が続くことになります。現在は一部輸入の商品を除き国内工場での生産が軌道に乗り、6期連続で出荷数を伸ばしています。

当社はこの一世紀の間に、その他幾度かの窮地が訪れましたが、刻々と変化する時代の中でたゆまず新たな挑戦を続けて参りました。今後も変わらず、さまざまな挑戦をしていきたいと考えています。それと同時に、我々と同様に新たな挑戦をする若者にも勇気と自信を抱いていただきたいという思いが結実した形のひとつが、今回のブランドムービー「テングになれ」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、100年先も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。

### 【ブランドムービー概要】

タイトル：テングビーフステーキジャーキー ブランドムービー | テングになれ。篇

公開 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=u52aYU474jc>

公開日：2019年11月11日（月）～

### 【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

◆テングになれ 特設サイト [https://www.suzusho.co.jp/tengu-s/be\\_tengu/](https://www.suzusho.co.jp/tengu-s/be_tengu/)

◆テングビーフステーキジャーキー 公式サイト <https://www.suzusho.co.jp/tengu-s/>

### 【会社概要】

社名：株式会社 鈴商

代表表：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

URL : <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：当社は一世紀にわたり独自の販売とサービスにより、食の美味しさと豊かさを提供してきました。これからも世界中の新しい美味しい、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：益子・井口

電話：03-3225-1165

FAX：03-3225-5520

E-mail : [mashiko@suzusho.co.jp](mailto:mashiko@suzusho.co.jp)

鈴商 広報事務局

担当：福士

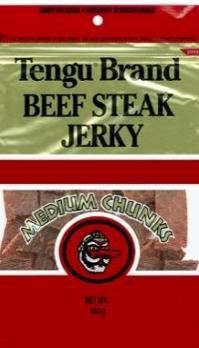
電話：03-5411-0066

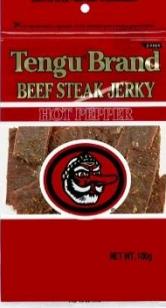
携帯：080-6538-6292

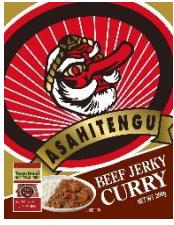
E-mail : [pr@netamoto.co.jp](mailto:pr@netamoto.co.jp)

**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)
容量	50g	100g	160g	80g
原産国	日本	日本	日本	日本

品名	バイツ	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 食べやすいひと口サイズです。	レギュラー ホット 細切れのビーフジャーキーが具のレトルトカレー	コーンチップス テングビーフジャーキー味
			
			
			
価格	398 円(税別)	398 円(税別)	360 円(税別)
容量	35g	35g	200g
原産国	ウルグアイ	ウルグアイ	日本
		New	

## ●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。



### <先代社長が熱い想いで直接交渉し、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。