

『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” “氷上のアクトレス”元フィギュアスケーター 村主章枝さん 日本人好みのしょう油味 一度食べ始めると止まらない！

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」（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12月9日（月）に公開しました。

●アスリートは歯の噛み合わせが大事！！

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9回となる2019年12月9日（月）には、元フィギュアスケート日本代表で、現在は振付師・ダンサーとしてマルチに活躍されている村主章枝さんに、牛赤身ももステーキ肉を原材料とした『テング ビーフステーキジャーキー』の魅力や現在の活動について語っていただきました。



取材は、当社本社内のショールームにて二宮氏と村主さんの対談形式で行なわれました。

村主さんには、『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 サンドデスジョロキア”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。



2014年11月にフィギュアスケーターを引退され、現在は振付師として指導にあたっています。更に今年2月から社交ダンスに取り組むなど幅広くご活動されている村主さんですが、引退後に歯の矯正を行ったことで、アスリートは、歯の噛み合わせがとても重要だと気付いたとのこと。

矯正を行う前は首が前に出てしまい姿勢が悪かったが、矯正後は首や頭蓋骨の位置関係も改善されたそうです。もっと若い時にしていればと後悔していました。矯正でそこまで違いが出ると言うのは、驚きの事実です。

当社の主力商品『テング ビーフステーキジャーキー』は、100%牛赤身ももステーキ肉を使いじっくり丁寧に乾燥させている為、しっかりとした噛み応えが特徴です。そしてもう一つの味の決め手はテング秘伝のしょう油ダレに漬け込むこと。『テング ビーフステーキジャーキー』を召し上がった村主さんは「しょう油の風味がとても良く、日本人好みの味付けになっている気がする！」と口に入れた瞬間に美味しいの秘訣に気付いていただけました。

村主さんはビーフジャーキーが大好きで、お酒のお供として一度食べ始めると止まらないほどだそうです。『テング ビーフステーキジャーキー』を 100 g 作るのに約 3 倍相当のステーキ肉を使っていることを伝えると「道理で旨味がギュッと凝縮されていて、噛めば噛むほどステーキ肉の旨味が口の中に広がって、すごく美味しい！」と笑顔で語って下さいました。4 種類全部気に入っていただけでしたが、村主さんのおすすめは「50%減塩」でした。



●速筋と遅筋の両方の筋肉をつけることが理想的

フィギュアスケートは、4分間のフリープログラムの為、体力も必須。瞬発的な動きを高める「速筋」とスタミナを蓄える「遅筋」の両方が必要とのこと。太くし過ぎず、しなやかな締まった筋肉をつけることが理想的だといいます。「体力」と「美しさ」、相反するものを求められるフィギュアスケートは、奥深いスポーツだからこそ多くの人を魅了するのだと感じました。

村主さんが現在取り組まれている社交ダンスは、重心位置がフィギュアスケートと全く違う為、ご苦労されているようですが、2月にダンスを始めて5月の全日本選手権で決勝に進出されました。約4ヶ月間という短期間でダンスをマスターし、披露された村主さんのアスリート魂にはただただ感動しかありませんでした。

社交ダンスは複雑なステップや動きを必要とするため、足の五本指をバラバラに動かしたいそうです。それには、現役時代鍛えたことのなかった、足指の根本の筋肉が必要になるとのこと。ポテンシャルが高い村主さんが習得するのは時間の問題ではないでしょうか。

筋肉作りには、たんぱく質も重要な要素となります。高たんぱく低脂質の『テング ビーフステーキジャーキー』は、おつまみとしてだけではなく、手軽にたんぱく質が摂れる携行食としてもお勧めです。

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。

次回は、2020年1月14日(火)に公開予定です。噛めば噛むほど味が出る“ここだけの話し”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経済的曲折を経て、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」☆村主さんおすすめ

【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/>

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/>

【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す。

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：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：福士

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 | 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) |
| 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 | 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 | | |
| |  |  |  |  |  |
| | | | New | | |
| 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 |

【商品概要】

「レギュラータイプ」の美味しさそのままに「50%減塩」にしました！

品名 : テング ビーフステーキジャーキー 50%減塩
内容量 : 100g
価格 : 1,400円（税別）
賞味期間 : 9ヶ月
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、調味料（無機塩等）、酸化防止剤（エリソルビン酸Na）
 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る転々とするものの、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。