

『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” プロ野球選手 福岡ソフトバンクホークスの松田宣浩さん 球界の“熱男”也大絶賛 噛み応え抜群のビーフジャーキー

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「^{スポーツ}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、2020年1月14（火）に公開しました。

●噛み応え抜群の決め手はギュッと凝縮された赤身肉！

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10回となる2020年1月14日（火）には、福岡ソフトバンクホークス所属、球界の“熱男”こと松田^{のぶひろ}宣浩選手に、当社、主力商品の100%牛赤身ももステーキ肉を使用した『テング ビーフステーキジャーキー』を食べながら、プロ野球選手としての体調管理や昨年行われたプレミア12など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、二宮氏と松田選手との対談形式で行なわれました。

松田選手には、『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。



プロ野球選手として常に第一線で活躍し、侍ジャパンのメンバーとしても名を連ねる松田選手。オフシーズン中もメディアに引っ張りだこで、さぞかしお疲れではとの周りの心配をよそに、「テングブランド人気No.1のレギュラータイプは、“レギュラー”の響きが野球選手には有り難い」と、ユーモアを交えながらエネルギーに語ってくれました。

松田選手は、「どのフレーバーを食べても、絶妙なしょうゆ味と肉の旨みと甘みがたまらない。3倍相当の赤身肉をギュッと凝縮させているから、噛み応え抜群」と大絶賛。

「筋肉作りに重要なタンパク質も手軽に摂れて、食べ始めると止まらない」と、たくさん召し上がっていただきました。



●トップパフォーマンスを維持できる秘訣は“食事と睡眠”

松田選手は、プロ入りして 15 年間という長期にわたりトップパフォーマンスを維持していますが、その秘訣は“食事と睡眠”だそうです。エネルギーをつくるために、より多く食べることを心がけている一方で、年齢的に体重の増加が一番気になるとのこと。毎日、体重計に乗りベストな体重を維持できるよう努力しているそうです。



日頃の食事は、奥様の手料理なので品数も多く申し分ないですが、遠征の場合は、常に食材のバランスに気を遣っているそうです。そういった努力もあり、シーズン中に体調を崩すこともなく、5 年連続で全試合出場を達成しています。“体の資本はまずは食事から”という基本に忠実に生活するあたりは、さすが一流のアスリートです。

また、睡眠時間も長く、何と 1 日 12 時間は寝ているそうで、こちらも驚きです。

●球界の“熱男”としての役目 ハイレベルな“4 拍子”「走・攻・守・元気」

昨季は、所属する福岡ソフトバンクホークスの 3 年連続日本一達成に貢献しました。また、世界一に輝いた第 2 回プレミア 12 では、侍ジャパンメンバーとして、自分の立ち位置を考え、盛り上げ役に徹していたといいます。「侍ジャパンのユニフォームは、誰もが着られるものではない。勝利のため、試合に出る、出ないに限らず、自分ができることを実行した。いかなる時も熱い気持ちで野球がしたい。」と語る姿は、まさしく“熱男”と納得させられました。

今夏、日本で開催されるスポーツの祭典では、松田選手が掲げるハイレベルな“4 拍子”「走・攻・守・元気」を発揮し、世界基準の“熱男”の活躍を期待したいです。

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。

今回は、2020 年 2 月 10 日（月）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、昨年で創業 100 周年を迎えました。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 37 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/>

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、昨年 12 月に 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：ましう・井口 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：ふくど 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 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	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		
					
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。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、7 年連続出荷数を伸ばしています。