

『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” アルピニスト 野口健さんが語る 貴重なたんぱく源のビーフジャーキーは登山家の“必携食”

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、2020年2月10日（月）に公開しました。

●登山に欠かせない「ビーフジャーキー」は、大量に持参！

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、当社が製造・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11回となる2020年2月10日（月）には、1999年に25歳の若さで7大陸最高峰の世界最年少登頂記録を樹立されたアルピニストの野口健さんに、『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野口さんの対談形式で行なわれました。

野口さんには、『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。



野口さんは、「ビーフジャーキーは登山に欠かせない食料。乾燥させてあるから日持ちするので、大量に持参する」とのこと。

『テングビーフステーキジャーキー』は、100%牛赤身もステーキ肉を使用し、100g作るのに約3倍相当の肉を乾燥させて、旨味を凝縮しているので、「海外で食べるもののより味が上品で、しょう油味と牛肉の旨みが強く美味しい」と召し上がっていただきました。

また、登山中は塩分の補給も大事で、野口さんは塩を直接舐めたり、ビーフジャーキーをかじって塩分補給をしたりするそうです。『テングビーフステーキジャーキー』なら、貴重なたんぱく質を摂取しながら塩分補給もでき、「山に行く時の必需品になる」とのことでした。

登山中は1日に5~6リットル位の水分を摂るのが理想と言われていますが、頭では理解していても、なかなか飲むのがきついそうです。そういう時には、『テングビーフステーキジャーキー』の「ホット」タイプのようにペッパーが効いて、香りも良くスパイシーな味付けだと、自然と水分も欲しくなるので、登山のお供にピッタリと仰っていました。

●脂身少ない牛赤身ももステーキ肉 100%使用で、サラミより食べやすい!?

登山では、一日約5,000キロカロリーの摂取目安があるそうですが、実際には、なかなかそこまで摂取できないと語る野口さん。

西洋人は山に入るとずっとサラミをかじっているイメージがあるそうです。野口さんもサラミは持参しますが、油分が多いので大量に食べると苦しくなってしまうこともあるとのこと。

『テングビーフステーキジャーキー』の原材料は、脂身が少ない牛赤身ももステーキ肉を100%使用しているので、サラミに比べて食べやすく、登山中でも無理なく食べてもらえそうです。



野口さんは、私たちの想像を絶する過酷な経験をされていますが、それを感じさせないほど、ユーモアたっぷりの笑いの絶えない、楽しく興味深い“ここだけの話”をたくさんして下さいました。

これからも、野口さんが登山をするうえで大事にしているという「山頂に辿り着き、無事に下りるまでの“イメージ”」に、当社の『テングビーフステーキジャーキー』を加えてもらい、ささやかながら登頂のアシストになればと願っています。

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をゲストとしてお招きし、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語っていただきます。

次回は、2020年3月9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絶余曲折を経て、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』の伝統のしょうゆ味を継承しつつ、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：益子・井口

電話：03-3225-1165

FAX：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 力月
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。2020 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、7 年連続出荷数を伸ばしています。