

『テング ビーフステーキジャーキー』7年連続で出荷数右肩上がり 牛赤身ももステーキ肉 100% 高たんぱく・低カロリー ヘルシーさ打ち出し 若者や女性など新たなファン増加中 メガサイズなど数量限定商品も SNS で話題に

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）が販売する『テング ビーフステーキジャーキー』は、高たんぱく・低カロリーがヘルシー志向な時代背景にマッチし、「健康系おつまみ」「ヘルシースナッキング*」といった新たなポジションを確立。2013年から7年連続で出荷数を伸ばしています(2020年2月27日発表)。

*「ヘルシー スナッキング」とは、健康的な間食を適度に取り入れることで、極度の空腹状態を避け、食べ過ぎを防ぐ新しい食習慣です。

＜テング ビーフステーキジャーキー 出荷数 7年連続増＞



●ヘルシースナッキングや健康志向などが時代にマッチし新たな支持を獲得

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』が日本に上陸して、間もなく40年。長らく“ビールのお供”として定着していましたが、近年の健康志向を受けてヘルシー食として新たな注目が集まり、レギュラー品だけでなく「50%減塩」タイプの登場などもあり、7年連続で出荷数は増加。とくに2017年からの3年間は、13万ケースを超える高い水準で推移しています。



【注目その1】脂肪の少ない牛赤身もも肉 100%使用

『テング ビーフステーキジャーキー』は、脂肪が少なくヘルシーな牛赤身ももステーキ肉を使用し、100gのビーフステーキジャーキーを製造するために、その約3倍相当の牛肉を乾燥・凝縮させています。主原料の牛肉には、ビタミンB12（貧血予防、睡眠推進）、亜鉛（からだ作り、骨作り）、タンパク質（体力・運動能力の低下を防止）の3大栄養素が含まれ、外食産業でも、赤身肉や熟成肉の人気はいまだおとろえません。

【注目その2】罪悪感のない間食「ヘルシースナッキング」

ヘルシー志向な時代背景を受け、間食にも気を使う人が増えています。良質なたんぱく質を手軽に摂取でき、効率よく筋肉の成長をサポートする『テング ビーフステーキジャーキー』が若者や女性など新たなファンを獲得しています。

【注目その3】持ち歩きやすく携帯に便利

ドライで崩れにくい『テング ビーフステーキジャーキー』は、携帯にも便利なため、登山やハイキングなどを楽しむ人や、アスリートたちの間では、栄養豊富な携行食として人気です。

●ユニークな数量限定商品やイベントが SNS でも話題に

前述の「50%減塩」タイプだけでなく、2018 年から展開している数量限定バージョンの『テング ビーフステーキジャーキー』も人気上昇のひと役をかっています。

2018 年 3 月にはブランド史上最大サイズとなる「メガサイズ」を発売、同年 10 月には大人もトリック・オア・トリートを楽しめるハロウィン限定パッケージを発売し、渋谷で「TENGU HOUSE（テングハウス）」と題したイベントを開催。また、明治神宮球場に野球観戦で来場した 2 万人への『テング ビーフステーキジャーキー』無料サンプルイベントや、SNS でキャンペーンを実施するなど、さまざまなチャレンジを行っています。



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、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まいります。

【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、100 周年を迎えました。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（ましこ）・井口 電 話：03-3225-1165 F A X：03-3225-5520 E-mail：mashiko@suzusho.co.jp	鈴商 広報事務局 担 当：福土（ふくと） 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

●テングブランドの歴史

<「テングブランド」こだわりのしょうゆ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しょうゆ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「しょうゆ」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、しょうゆ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。

●株式会社 鈴商の歴史●

創業

1919 年：創業者の鈴木史郎が、東京都千代田区麹町平河町にて、シロップ、飲料水の製造卸売業を開始。東京帝国大学の吉田良太郎博士の助言を得て、イギリスの“John Elmer”やドイツの“Bayern”から様々なエッセンスや香りを取り入れたシロップと冷たい飲料の製造卸売商社を設立。その際、国際貿易に関する幅広い知識と専門知識を用いて、日本で食品輸出入事業を拓き、今日の株式会社鈴商の原型を創出。



「個人商店」から「鈴商」という組織へ

- 1946 年：第二次世界大戦により事業を中断の後、本社を文京区本郷に移転し、事業を再開
- 1954 年：合資会社鈴木商店を設立
- 1973 年：鈴木公史(2 代目)が代表取締役役に就任
- 1978 年：倉庫会社である甲生倉庫株式会社を買収し、物流施設を拡大
- 1979 年：鈴木公史が、デンマークの肉類・乳製品の輸入により 2 国間の貿易活動に貢献したとして、デンマーク政府より「輸出オスカー賞」を受賞
- 1983 年：テングブランド・ビーフステーキジャーキーの輸入総代理店となる



食品卸商社のその先へ

- 1984 年：オランダ政府より鈴木公史、国賓待遇の招待に与る
- 1985 年：甲生倉庫株式会社と合併のうえ、株式会社鈴商を発足
- 1992 年：鈴木一成(3 代目)が代表取締役役に就任。
現住所東京都新宿区荒木町 23 番地に移転
- 1993・1998 年：優良申告法人として表彰を受ける
- 2016 年：鈴木基司(4 代目)が代表取締役役に就任



経営のスピードアップ

- 2016 年 8 月：神宮球場冠協賛 20,000 個無料配布（たんぱく質豊富な食品としての訴求を開始）
- 2016 年 8 月：テング 激辛 発売開始（若年層の取り込み）
- 2016 年 9 月：テング バイツ 発売開始（少量パック 低価格で購入しやすさ向上）
- 2018 年 3 月：テング メガサイズ 発売（数量限定）（パーティー需要の取り込み）
- 2018 年 3 月：SHIBUYA109 サンプリングイベント開催（若年層への認知拡大）
- 2018 年 9 月：ハロウィーンパッケージ 発売（数量限定・予約販売）（消費動向の変化に対応）
- 2018 年 10 月：テング 50%減塩 発売開始（健康志向に対応）
- 2018 年 10 月：テングポップアップイベント「TENGU HOUSE」(@渋谷 ひよっこりはん)
- 2018 年 12 月：テング メガサイズ再販（数量限定）（好評につき再販）
- 2019 年 3 月：SHIBUYA109 サンプリングイベント開催（第 2 回目）
- 2019 年 6 月：テングカレーホットタイプ新発売（バリエーションの拡大）
- 2019 年 10 月：ハロウィーンパッケージ、クリスマスパッケージ販売（数量限定・予約販売）
- 2019 年 11 月：テングブランドイメージ動画公開（若者を応援するブランディング施策として）
- 2020 年：7 年連続出荷数右肩上がりを継続中