

## 『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” 元ラグビー日本代表選手の大畑大介さん ピリッとペッパーの効いた「ホット」タイプのような人間でいたい

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」<sup>スポーツコミュニケーションズ</sup>（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3月9日（月）に公開しました。

### ●現役時代はニュージーランドなどでよく食べていた懐かしの味

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12回となる2020年3月9日（月）には、ラグビー日本代表選手として、ワールドカップの出場経験もある大畑大介さんに、当社の主力商品でもある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、現役時代の食生活やラグビー日本代表の今後などについて伺いました。

取材は、当社本社内のショールームにて、二宮氏と大畑さんとの対談形式で行なわれました。

大畑さんには、『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。現役時代は、オーストラリアやニュージーランドに行く機会が多く、現地のビーフジャーキーをよく食べていたと言う大畑さん。その頃の懐かしい味と比べるかのように、『テング ビーフステーキジャーキー』をたくさん召し上がっていただきました。



### ●ビーフジャーキーの胡椒が効いた味と同じく、人生にもピリツとした刺激を求めたい！



大畑さんは、4種のフレーバーの中でもピリツと胡椒が効いた「ホット」タイプが特に気に入ったようで、「人生と一緒に、ちょっと刺激のある方が好き。ピリツとペッパーの効いたホットタイプのような人間でいたい」と、自分の性格をフレーバーに例えて表現してくださいました。

また、刺激的な「激辛」タイプは、「強烈なタックルをくらったような感じで相当辛いです。やはり僕は、20年後くらいにはクセが抜けた「レギュラー」タイプのような人間になりたい」と豪快に笑い、二宮氏や周りのスタッフを和ませてくれました。

## ●食べかすが落ちないから、車を掃除するパパの強い味方

大畑さんのお子さん達も、ビーフジャーキーが大好きで、車での移動中などでよく食べているそうです。ビーフジャーキーは、スナック菓子に比べて食べかすが落ちないから車内が汚れず、車を掃除するパパの強い味方になるそうです。また、噛み応えがあるから間が持つことと、牛の赤身肉にはタンパク質が豊富に含まれている食品であることなども魅力だそうです。

## ●ラグビー日本代表の今後の飛躍に持論を展開

大畑さんは、2011年に現役を退くまでは、国内外を問わずプレーし、日本代表 58 キャップ、テストマッチでは通算 69 トライの世界記録を保持、1999年、2003年のW杯にも出場するなど、数多くの偉業を成し遂げてきました。また、2016年には、選手時代の活躍や引退後のラグビー界への貢献が評価され、日本人では2人目となるワールドラグビー殿堂入りも果たしました。その後は、キャスター、コメンテーターなど幅広く活動中で、歯に衣着せぬ物言いは、今回の対談でも遺憾なく発揮されていました。

昨秋、日本中を熱狂の渦に巻き込んだラグビーワールドカップ日本大会。大畑さんは、次回のフランス大会について、現在指揮を執っているジェイミー・ジョセフヘッドコーチのもと選手たちの自主性を重んじるラグビーを展開することで日本代表の更なる飛躍が望めるなど、独自の持論も披露してくださっています。

今後、ますますレベルアップしていく日本代表から目が離せません。



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：益子（ましこ）・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：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	ミディウムチャンク
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。		ミディウムチャンク 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】

### ピリッと胡椒の効いた人気商品「ホットタイプ」

品名 : テング ビーフステーキジャーキー ホット  
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、胡椒、食塩、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。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。