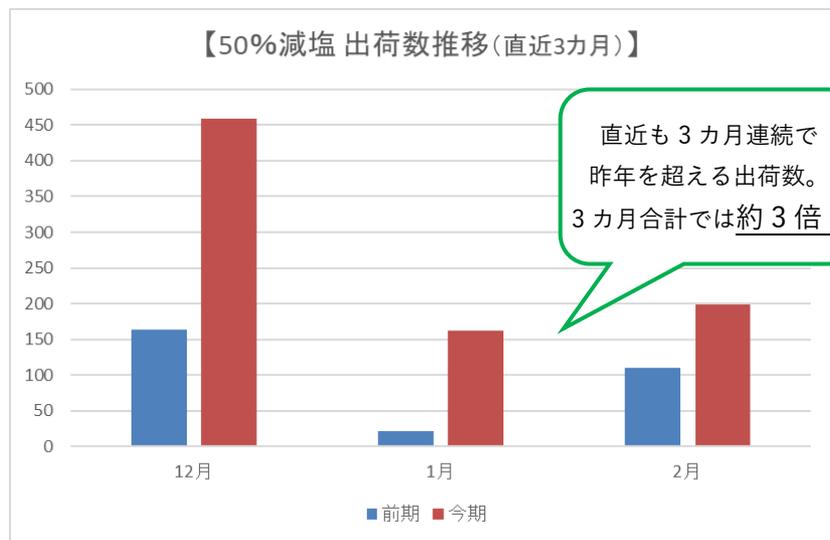
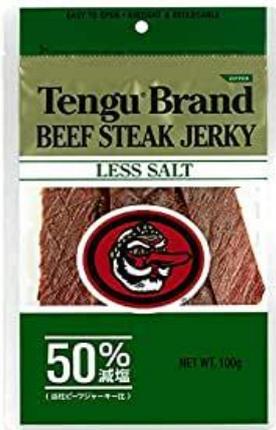


健康志向ニーズで生まれた 50%減塩のビーフジャーキー 「ダイレクトに肉本来のうまみが味わえる」 肉好きに高評価 幅広い層のヒット商品に

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）が製造・販売する『テング ビーフステーキジャーキー50%減塩』は、健康志向ニーズ以外の肉好きにも高評価を受けヒット商品となり、直近3カ月連続で昨年より売り上げを伸ばしています。



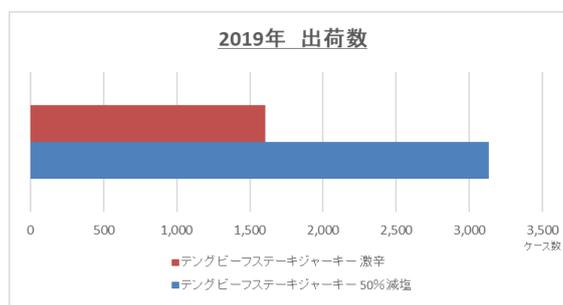
●発売から2年経過した現在も、“肉好き”の支持を受け徐々に出荷数が伸長

当社の主カブランドである『テング ビーフステーキジャーキー』は、おいしさはもちろん、バリエーションの豊富さも人気の理由です。

そのバリエーションに加わった最新の商品が、従来のイメージを一新した緑のパッケージで登場した『テング ビーフステーキジャーキー50%減塩』です。

当商品は、健康志向ニーズの高まりを受けて開発した商品で、2018年10月より発売しています。当初は、塩分過多を気にするシニア層やむくみを避けたい女性をターゲットに想定していましたが、意外にも「肉本来のうまみがダイレクトに味わえる」と舌のこえた“肉好き”の間で徐々に話題になり、幅広い層に支持されるヒット作になっています。発売から2年以上経過した現在も出荷数を増やし、直近の3カ月合計では昨年度の約3倍に達しています。

また、若者を中心に人気を博している『テング ビーフステーキジャーキー 激辛』と比較しても、2019年（通年）で約2倍の出荷数を記録しています。



●減塩でも“おいしさそのまま”を追求したこだわりが、幅広い層の支持を獲得

ビーフジャーキーと言えば、定番はお酒のおつまみで、味は濃い目。当社が製造・販売するテングブランドも、秘伝のしょうゆ味がこだわりの逸品でした。そのため『テング ビーフステーキジャーキー 50%減塩』は、「薄味のテングブランドは支持されないのでは…」との懸念がありました。しかし、店頭に並んでしばらくすると、塩分やむくみを気にする方には、罪悪感のないおやつ“ヘルシースナッキング*”として支持された以外に、思いがけない反応が肉好きの方の間で話題となって、幅広い層へのヒットにつながりました。

*「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。

その背景にあるのは、当社が追求する「おいしさ」へのこだわりです。当社のテングブランドは、すべて牛赤身ももステーキ肉を使用しています。かみしめるほどに赤身肉のうまみが口の中に広がるのは、ステーキ肉だからこそで、50%という大幅な減塩でも肉のうまみがしっかり感じられる商品に仕上がったため、減塩でも味の物足りなさを感じさせない「おいしさ」になっています。

●国産に切り替えたことで新商品やイベント企画が実現 さらに愛されるブランドに

アメリカ生まれの『テング ビーフステーキジャーキー』が、実は現在は、一部商品を除き国産であることは、あまり知られていません。狂牛病（BSE）問題発生後、試行錯誤を重ね国内工場での生産に切り替えたことで、味の均一化や不良品の減少が可能になり、安定供給が実現しました。

そして激辛タイプや 50%減塩、メガサイズといったニーズに合った新商品の開発、ハロウィンやクリスマスなどイベントに合わせたパッケージデザインの展開など、日本の消費者にきめ細かくアプローチできるようになったことも売上好調の一因だと考えています。



数量限定発売した「メガサイズ」

当社は、メーカーと商社という 2 つの機能を持つ強みを最大限にいかし、これからも『テング ビーフステーキジャーキー』ブランドをさらに拡大してまいります。

【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。

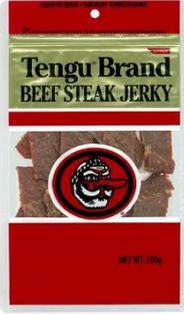
これからも世界中の新しい美味しさ、品質の確かな商品、愛される味を追求し、卓越した食品を日本の皆様にお届けして参ります。

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			激辛	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。				
					
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“健康的おつまみ”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。

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二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 定価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：渋谷 109 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：渋谷 109 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