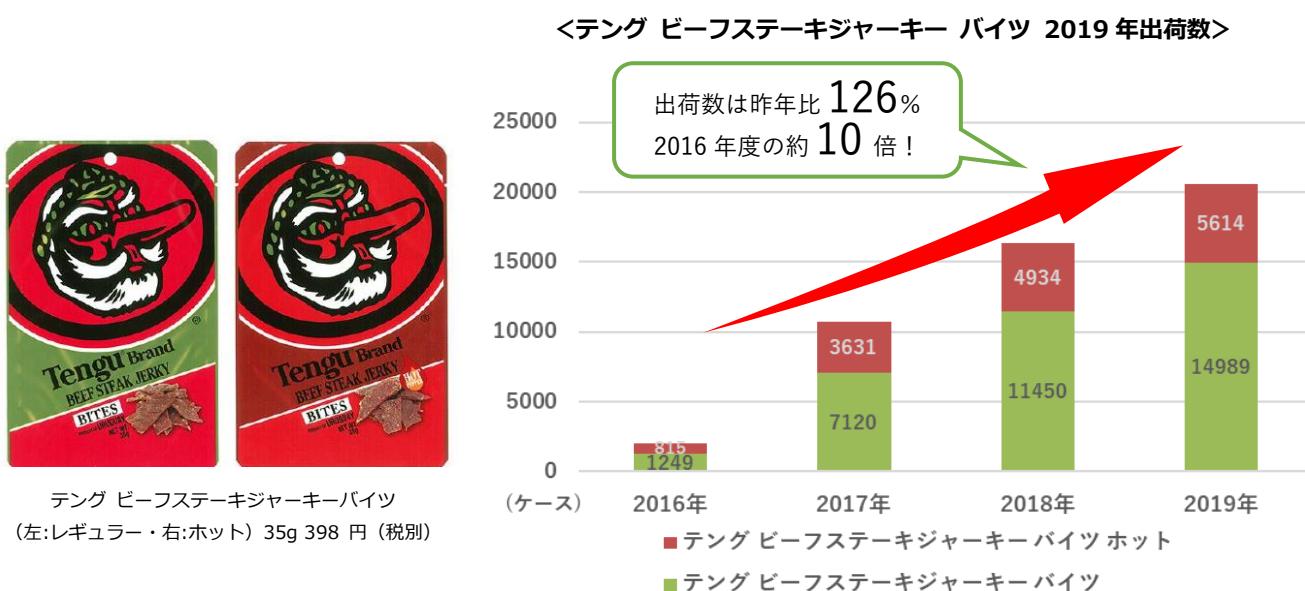


## テングブランドのミニパック 4年間で出荷数10倍 ウリの“ぶ厚さ”そのままに 気軽さ重視し若者に支持 食べやすさ・買いやすさ・持ち歩きやすさの3拍子で小腹ニーズ獲得

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、2016年より販売するひと口サイズのビーフジャーキー『テング ビーフステーキジャーキー バイツ』（レギュラー・ホット）が好調です。少量サイズの手頃な価格やひと口サイズの食べやすさが受け、出荷数は昨年比で126%増、発売当初からの4年間では10倍にまで伸びています（2020年3月26日発表）。



### ●おいしさそのまま、ライフスタイルを考慮した売り方の工夫が生んだヒット商品

テングブランドのビーフジャーキーの原材料は、牛赤身ももステーキ肉100%で、うまみを凝縮。品質とおいしさにこだわった「ちょっと高級なお酒のおつまみ」として日本でも長年愛され続けてきました。そんなテングブランドに、2016年新登場したのが少量パックで手頃な『テング ビーフステーキジャーキー バイツ』（レギュラー・ホット）です。

本来は、ぶ厚さや食べごたえのある量が売りの『テング ビーフステーキジャーキー』ですが、『テング ビーフステーキジャーキー バイツ』は発想を転換し、“気軽さ”重視で小さめのひと口サイズにカット。またテングブランドの中では唯一、ウルグアイ工場でウルグアイ産牛肉を使用して製造しています。伝統のしょうゆ味をはじめとするクオリティへのこだわりは継承しながら、食べ切りサイズで保存ファスナーを不要にするなどの工夫で、低価格を実現しました。

そんな、食べやすさ・買いやすさ・持ち歩きやすさの3拍子で女性や若者の小腹ニーズや子どものおやつなど幅広い支持の獲得につながり、出荷数は昨年比で126%増、2016年の発売当初からは10倍と好調に推移しています。



## ●時代やニーズをいち早く捉え、「テングブランド」のおいしさをより多くの人に

テングブランドは、すべての商品に牛赤身ももステーキ肉を100%使用し、原料の妥協は一切しません。このこだわりにより、かみしめるほどにうまみが口いっぱいに広がるおいしさを実現しています。

また、アメリカ生まれでハワイ土産の印象が強い『テング ビーフステーキジャーキー』が、実は現在、国産であることは、あまり知られていません\*。国内での生産が可能になったことで、味の均一化や不良品の減少が可能になり、安定供給できるようになりました。そして「バイツ」や「50%減塩」など新しいバリエーションの登場で、罪悪感のないおやつ“ヘルシースナッキング”\*\*を楽しまれる方、塩分を気にする方などの健康志向ニーズにマッチした新展開や、季節ごとのイベントに合わせたパッケージデザインなどで、日本の消費者のニーズ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。

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、これからもテングブランドをさらに拡大し、日本全国においしさをお届けしてまいります。

\* 『テング ビーフステーキジャーキー バイツ』『テング ビーフステーキジャーキー バイツ ホット』を除く。

\*\* 「ヘルシー スナッキング」とは、健康的な間食を取り入れることで、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。

### 【会社概要】

社 名：株式会社 鈴商

代 表 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周年を迎えるました。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す。

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：福士（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
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	パイツ		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

## ●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。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、国賓待遇の招待を与る

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