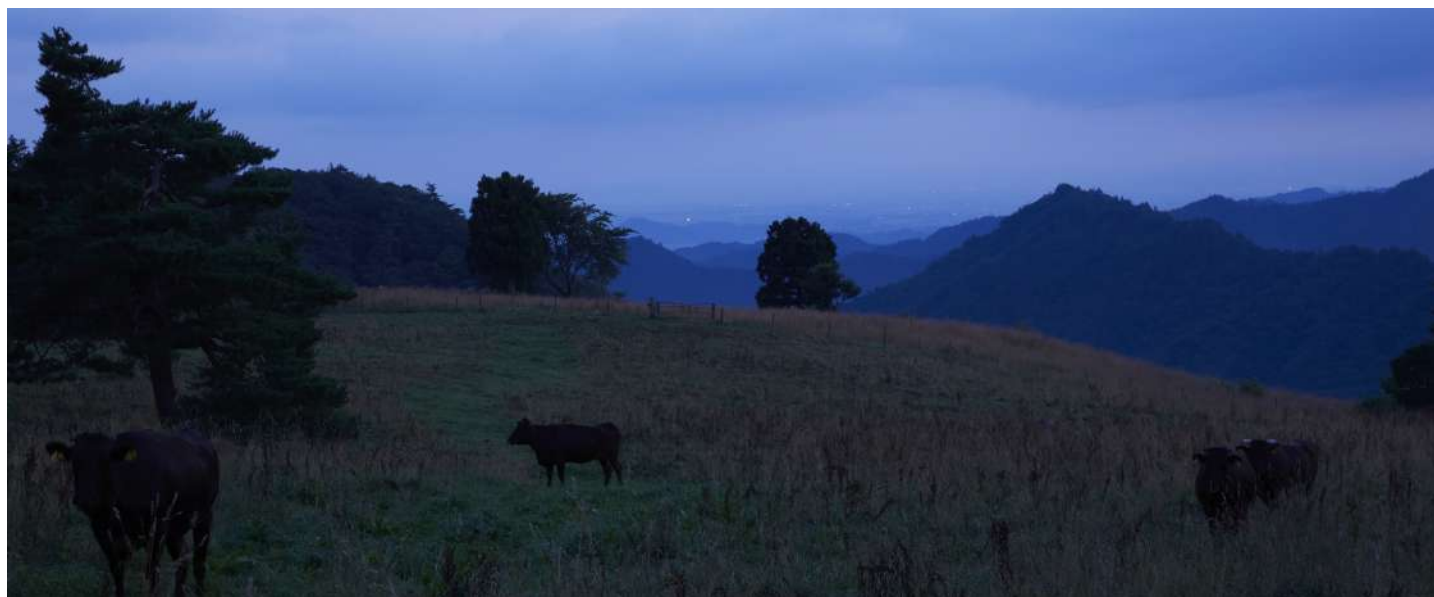


HIYAMA Brand Story

日山ブランドストーリー



序章：食卓での問いかけ

Introduction: Questions at the Table

いつも「おいしい」日山のお肉。
それは、なぜでしょうか。

なぜ風味はこんなにも繊細で、
食感はやわらかく、濃厚な旨味と香りが凝縮されているのか。
なぜ、日本の和牛は世界のどの牛肉とも味わいが違うのか。

その答えは、和牛そのものだけにあるわけではありません。
日本の古くからの信仰や歴史の変遷によって「禁じられた食べ物」から
「文化的な宝」へと移り変わっていきました。
そして、創業以来、日山が守り続けてきた品格と精神——。

そのすべての積み重ねが、今日の「日山のおいしさ」をつくり上げているのです。

第 1 章

日本における牛肉文化の起源

The Origins of Beef Culture in Japan

牛肉が食卓にのぼる前

Before Beef

日本では何世紀ものあいだ、魚や穀物、野菜が日々の食卓を支えてきました。仏教や神道の考え方が深く根つき、肉を食べることは長く避けられていたのです。そうした流れが変わったのは、明治政府が西洋文化を取り入れ、肉食が認められてからのことでした。



—— 牛の渡来（1～2 世紀頃）

牛が日本へ渡来したのは 1～2 世紀頃と考えられています。
大陸から朝鮮を経て渡った牛は、当初は食用ではなく、
犁を引き、荷を運び、木材を移すなど、農耕や運搬の役割を担っていました。
そして日本の風土と長い飼養の歴史の中で、
和牛を象徴する「サシ」の特性が育まれていきました。

—— 長きにわたる肉食禁令（7 世紀～）

日本は長いあいだ、肉食文化の国ではありませんでした。
神道や仏教の教えは「清浄」と「慈悲」を重んじ、日々の食卓は米、魚、豆腐、野菜が中心でした。
675 年、飛鳥時代には天武天皇が牛・馬・犬・猿・鶏を食べることを禁じました。
鹿や猪などの野生の肉は例外で、地域によって食べられていましたが、
牛は「神聖な働き手」と見なされ、食用とはされませんでした。
その状態は千年以上続いたのです。

—— 密やかな肉食の継承（7 世紀～19 世紀）

公には禁じられていたものの、肉を食べる習慣が完全に途絶えたわけではありませんでした。人々はひそかに肉を口にする方法を見つけ、一部の人々は牛や馬の肉を食べることもありました。野生の獣肉は雅な隠語が用いられ、猪は「山鯨」、鹿は「紅葉」と呼ばれて食されていました。
江戸時代、1603 年から 1868 年まで、日本は外国との貿易を長崎の出島に限定し、オランダ人のみが居住と交易を許されていました。
地元の料理人は、オランダ人の食文化に合わせて「牛鍋（うしなべ）」と呼ばれる牛肉の煮込みを作り、通訳や医師など一部の日本人もそれを口にしていました。
19 世紀半ばに日本が開国したのを機に、この料理は都市へ広がり、やがて「牛鍋（ぎゅうなべ）」として親しまれるようになります。



— 世界への開国と牛肉文化の夜明け（19世紀半ば）

1854年、江戸末期。日本は200年間にわたる鎖国を終え、西洋に門戸を開きました。都市には新しい文化が流れ込み、1872年の明治初期には、明治天皇が人前で牛肉を食べたことが、古い禁令の終焉を示す出来事となりました。

牛肉を口にすることは禁忌ではなくなり、近代化と進歩の象徴となったのです。

「牛（ぎゅう）」という音読みの響きは現代的で端正さがあり、牛肉と西洋化の印象を結びつけました。牛肉を外食で味わうという国際的なイメージにもなじんだことから、多くの料理名に「牛（ぎゅう）」の音が使われるようになります。

多くの牛肉料理が「牛（ぎゅう）」を含む名称を持ち、その中でも「牛鍋（ぎゅうなべ）」は、日本人の味覚に合わせて味噌や醤油で仕立てた新しい牛肉鍋でした。

この料理は多くの人々にとって新鮮で刺激的な存在となり、特に東京の飲食店で提供されるようになると急速に広まりました。やがて全国で最も人気を集めた牛肉料理となり、その流れが今日のすき焼きへとつながっていくのです。

—— 交配と新しい品種（1868–1944）

1868 年、明治元年以降、牛鍋を提供するお店が急速に普及し、本格的に牛肉が食される時代に入りました。そのため、牛の生産頭数を増やす必要が生じるとともに、食肉としてのおいしさを追求するため、日本の牛はヨーロッパの牛との交配が試されました。しかし交配によって生まれた牛は農作業に適さず、また食用としても肉質が粗かったため、この取り組みは 1910 年までに終わっています。

それでも、その試みの中から改良和牛が生まれ、1944 年には 4 つの和牛品種が公式に定められました。その中でも黒毛和種は、細やかなサシや香りが際立ち、西洋の牛にはない特徴として高く評価されました。

—— 和牛文化の誕生（20 世紀）

戦前・戦時中の日本は、食糧難の時代でした。さらに食肉統制も敷かれたため、牛肉を口にする機会は、老いた役牛の肉に限られるなど、きわめてわずかなものでした。

しかし、1945 年の終戦後、食を取り巻く状況は一変します。学校給食では子どもたちが牛乳やバター、肉を口にするようになり、家庭には冷蔵庫が普及し、食の選択肢が一気に広がりました。1960 年代の高度経済成長期には脂肪の摂取量は戦前の 2 倍近くに増えました。

いよいよ、和牛のサシが本格的に評価される時代が訪れます。

西洋の重い牛脂と異なり、黒毛和種の脂はオレイン酸を豊富に含み、低い温度で溶けて香りと旨味を引き出します。それはまるで肉の内側から自然なソースが生まれるような味わいをもたらします。かつて敬遠されていたサシが、和牛の魅力そのものとして認識されていったのです。

第2章

日山の創業精神

The Founding Spirit of HIYAMA

創業者の挑戦

The Founder's Challenge

広島で生まれ育った若き実業家・村上禎一は、先見の明の持ち主でした。彼は家業を継がずに広島で畜産事業を開始し「日山」と名付けました。そして事業の舞台を日本の中心である東京・人形町へと移し、時代の動乱を生き抜いたのです。



—— 広島から始まった挑戦 — 1912 年

日山の物語は 1912 年、広島県福山市に始まります。

当時、肉はまだ日常生活では珍しい存在でしたが、

旅館日和亭の養子であった村上禎一は、そこに新たな可能性を見出しました。

彼は旅館業から離れ、精肉店を開くという賭けに出たのです。

店名には、日和亭の「日」と、最初の店を構えた広島・福山の「山」を組み合わせました。

「日山」という名は、出自と土地を結び、未来へ進むための礎になったのです。

—— 東京への進出 — 1928 年

広島・岡山で 5～6 店舗を営むようになった頃、村上の目は日本の中心へと向いていました。

1923 年の関東大震災から復興しつつあった東京は、再び活気に満ちていました。

日本橋人形町の街には、商人の声が響き、人力車の車輪の音が行き交い、

芝居小屋へ急ぐ役者の姿がありました。

煙立つ屋台の上には提灯が灯り、醤油と炭火の香りが漂っていました。

1928 年、日山はこの地に初めて東京の店を開きました。

それは商機を求める判断であると同時に、

日本の食文化の中心へ踏み出す大きな一歩でもありました。

—— 飲食への革新 — 1935 年

1935 年、日山は事業を飲食へと広げました。

新たに開いた「すき焼割烹 日山」は、これまでにない店づくりを目指したものでした。

割烹の要素を取り入れ、懷石の趣で供される前菜に始まり、

牛肉を切り、煮上げ、丁寧に提供するすき焼きへと続く一連の流れは、

日本料理の伝統を大切にしながら、新しい体験を生み出すものでした。

来店した人々は和牛のおいしさだけでなく、

日本の味わいを調和させたコースとしてすき焼きを味わうことができたのです。

卸売で培った専門性と、美食への探究心が合わさったことで、

日山は独自の店づくりを形にし、人形町での存在を新たな段階へと進めていきました。



— 戦時下での強さ — 1938-1945 年

その後の年月は、日山にとって大きな試練の時代となりました。

1938 年、日山は「株式会社日山商会」として正式に設立されます。

しかしまもなくして戦争が始まり、食肉には 5 年間にわたり厳しい統制が敷かれます。

その間、事業はほぼ全面的に停止され、多くの業者が姿を消していきました。

それでも日山は、蓄えと備えに支えられ、この期間を耐え抜き、事業を守り続けました。

終戦後は迅速に歩みを戻し、1947 年には小売と飲食の営業を再開します。

その後、東京の名だたる百貨店に次々と出店し、存在を広げていきました。

— 今に生きる創業の精神

日山の最初の数十年を形づくったのは、規模ではなく先見性でした。

1912 年に広島で精肉店を開いたことも、

1928 年に人形町が「すき焼きの街」と知られる前に進出したことも、

1935 年に卸売の専門性と洗練された料理を結びつけた割烹を開いたことも、

そのすべてが先を読む力に支えられていました。

日山の強さは、常に「タイミング」をとらえてきたところにあります。

新しい時流が広まり始めた瞬間に、その流れに挑戦していく。

その時流を見抜く力と、大胆なチャレンジこそ、

創業の時から今日まで受け継がれてきた日山の精神です。

第3章

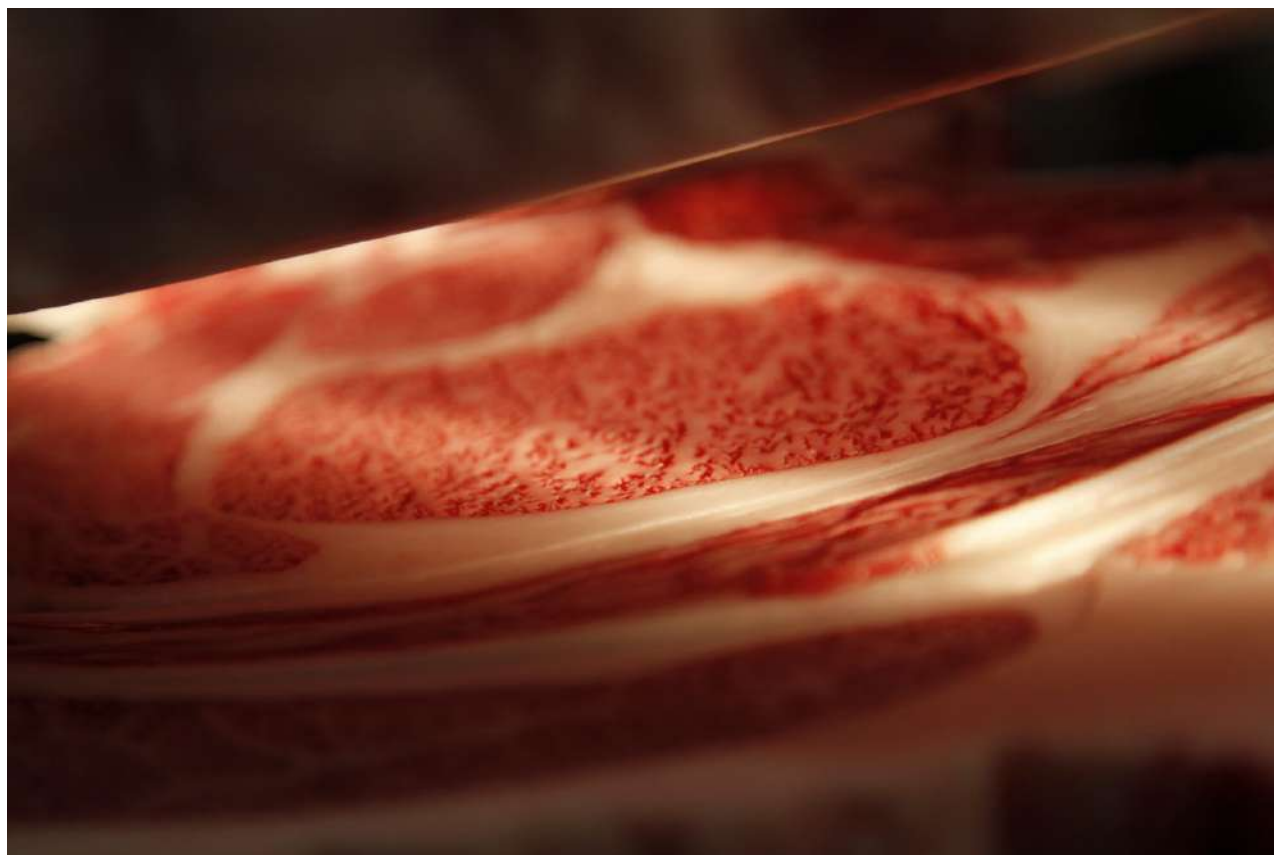
芸術としての和牛

Wagyu as an Artform

おいしさの本質

The Essence of Taste

本当においしい和牛の魅力は、格付けや数値では測りきれません。
味わい、香り、上質な脂が調和したとき、「記憶に残るおいしさ」が生まれます。
日山は、その基準を揺るぎない信念とし、和牛と向き合い続けてきました。



—— 唯一の格付け制度

和牛の名声は、日本の格付け制度の上に築られました。

牛肉の格付けは、歩留まりの区分（A-C）と肉質（1-5）で分類され、肉質は「脂肪交雑（サシの多さ）」「色沢（いろつや）」「きめ・締まり」「脂肪の色沢と質」が評価されます。特に、脂肪交雑が重視され、A5 は細やかなサシ、鮮やかな色、光沢を備えた最高ランクとして位置づけられました。

この枠組みによって、買い手と売り手は共通の基準を持ち、和牛は確かな価値を持つプレミアム商品として、市場での地位を確立していきました。

—— サシがブランドになった理由

1970 年代から 80 年代にかけて、日本の経済成長とともに、サシは贅沢の象徴として語られるようになりました。最高ランクである A5 は扱いやすい指標であったことから、業界やメディアによって洗練の証として強調され、上質さと贅沢を表す存在として広く受け取られていきました。その結果、A5 という評価は、味そのものと結びつけて理解される、明快な記号となっていったのです。

実際には、本当のおいしさを判断するには、さらに踏み込んだ見極めが必要でした。



— 本当においしい和牛とは

日山が選ぶ和牛の真髄は、五感のすべてを満たす至高の調和にあります。

まず目を引くのは、芸術品のように繊細な筋繊維が織りなす、きめ細やかな肉質です。

口に運んだ瞬間、その質感は本領を発揮し、ざらつきのない滑らかな舌触りと、やわらかな喉越しをもたらします。

特筆すべきは、脂の圧倒的な口どけの良さです。オレイン酸をはじめとする不飽和脂肪酸を豊富に含んだ脂は融点が低く、体温でふわりと解け、上品な甘みへと変わっていきます。この甘みは、甘味系アミノ酸に由来する雑味のない純粋なもので、控えめでありながら、深いコクを残します。

そして、これらをまとめ上げるのが、和牛の代名詞とも言える「和牛香」です。

火を入れることで立ちのぼる甘く芳醇な香りは、食後も丸みのある余韻として口の中に留まり、記憶に残る味わいを完成させます。

この体験を支えているのが、和牛の脂が持つ独自の構造です。

西洋料理では、フランス料理のバターや鴨脂、地中海料理のオリーブオイルのように、調理の過程で脂を加えることで味を形づくりします。

一方、和牛の脂は肉そのものに織り込まれており、熱が加わることで内側から肉汁となってあふれ、香り、食感、味が調和します。

その構造こそが、和牛が世界の美食に示した独自の価値なのです。



— 日山による新しい味の定義

日山にとって、卓越性とは数値で測りきれるものではありません。

格付けが注目を集めることがあっても、記憶に残るのはおいしさです。

この信念こそが、日山が和牛を選び、扱い、届ける基準を形づくってきました。

私たちは「おいしさ」を三つの柱で捉えています。

- 味わい：赤身と脂のバランス、肉に宿る旨味の放ち方。
- 香り：脂が溶けるときに立ちのぼる芳香。
- 脂の質：きれいな溶け方、軽やかな後味、消化のしやすさ、旨味の持続。

日山の中心にあるのは、飽くなき「おいしさ」の追求であり、ブランドや格付けはその約束を支えるものです。

日山の歩みは、お客様がいつでも頼りにできる「味の基準」をつくることにありました。

それは「日山のお肉だから」という信頼に繋がります。

第4章

未来をつくる、日山スタンダード

Crafting the Future: The HIYAMA Standard

技術は信頼へ

Craft Becomes Trust

日山のルールはきわめてシンプルです。最良の和牛だけを、誠実に扱うこと。
その一つひとつの積み重ねが「技術」となり、揺るぎない「信頼」を築いてきました。
日山は、これからも技術と信頼を通じて、おいしい和牛をお客様へお届けします。



— 市場から食卓まで

日山は、競りからお客様の食卓に至るすべての工程を担っています。

その起点となるのが、東京食肉市場の「競り」です。

国内最大規模の取引量を誇るこの市場で、

日山は限られた企業のみが持つ一次卸の免許を有しています。

競りの場では、創業以来百年以上にわたり磨き上げてきた目利きの技が光ります。

枝肉のサシ、色や光沢、きめ、そして全体のバランスを見極めた上で、買い付けを行います。

その一つひとつの判断が、日山の基準にかなう和牛となるのです。

仲卸として、自ら買い付けを行うことで、安定した品質・数量を確保し提供することが可能となります。

和牛の物語は、ここから食卓へとつながります。

精肉「日山」では、選び抜かれた和牛をご家庭のすき焼、しゃぶしゃぶ、焼肉、ステーキに。東京・ニセコ・香港・台北・深圳のすき焼割烹日山では、

和牛を料理として表現し、味とおもてなし、文化が交わる体験をつくっています。

この中心にあるのが、日山を象徴する料理、すき焼です。

その味を形づくる割り下は、すき焼割烹日山の開店以来、

世代を超えて受け継がれてきた秘伝のものです。

東京の本店で仕込んだ割り下は、世界中の店舗へと届けられます。



— 日山ノート

日山が築いてきた信頼は、和牛を選び抜く力が高く評価されているからです。競りでは、買付人がサシ、色、触感、そして全体のバランスを見極めます。購入後は、すべての枝肉を社内で試食し、香り、脂の質、味を「日山ノート」に記録します。それらは一頭ごとのID（個体識別番号）に紐づけられ、個体ごとの記録として蓄積されていきます。

「焼き菓子のように甘い香り」「まろやかな脂」「ナッツのようで深みのある味」など、ノートには、味わいを評価するテイスティングノートが並びます。

この「味のフォーマット」によって、日山は産地ブランドや格付けのみにとらわれることなく、和牛が本来持つ味わいを一頭一頭テイスティングして評価する取り組みを形にできました。



— 品質へのこだわり

日山は、和牛に対して徹底したこだわりがあります。

脂はきれいに溶け、香りを引き立て、旨味と柔らかさのバランスを整えるものを重視します。

その質の違いは、育て方、飼育環境、与える飼料のわずかな差によって生まれます。飼料の違いが、香りや食感、脂の印象に大きな差を生むのです。

だからこそ仕入れは慎重に、丁寧に行います。

必ず自ら味を確かめ、すべての肉が「日山の品質」にかなうことを確認しています。

—— 生産者と食卓をつなぐ

競りでは枝肉を見ることはできますが、消費者にとって、その和牛がどのように育てられたかは直接わかりません。

また、生産者にとって、自らが育てた牛がどのように味わわれているかを知る機会は多くありません。

そこで、私たちは「橋渡し役」として、生産者と消費者両方の声をお互いの元へ届けています。

こうして双方のフィードバックが好循環することで、和牛文化はさらなる進化を遂げていきます。

これからも、日山はセンターポジションとして在り続けます。

—— 次世代の和牛へ

日山は、未来の和牛にも取り組んでいます。

新しい食のスタイルやサステナビリティ、そして国内外での継続的な取り組みを通じて、「和牛の可能性を信じ、日本の食の物語を新しくする」というステートメントを実践し続けています。

「日山スタンダード」とは、

伝統と革新を結び、味とともに進化し、開拓を続けるという約束なのです。

第5章

東京から世界の食卓へ 日山が拓く、和牛の未来

From Tokyo to the World: HIYAMA Shaping the Future of Wagyu

受け継がれる物語

The Legacy Continues

百年を超えて、日山の物語は今も歩みを止めることなく続いています。
日本から世界の都市へ、和牛と向き合う姿勢をそのまま体験として届けてきました。
日山は、和牛文化の未来を拓く担い手として、次の世代へと物語をつないでいきます。



— 世界へ広がる日山の精神

百年以上にわたり、日山は日本の食文化の変化を受け止め、それを形にしてきました。
和牛がまだ珍しい存在であった時代から、
世界のレストランのメインディッシュとなる現在まで、
その歩みの根底には、常に「変化の入口に立つ」という姿勢があります。

いま、日山の物語の舞台は世界へと広がっています。
かつて創業者・村上禎一が広島で精肉店を開き、のちに東京へと場を移したように、
日山は国境を越えて、その開拓の精神を受け継いでいます。
磨き上げた技術や、築き上げた信頼、そして安定した品質の提供、それらを起点として、
日山は日本、そして世界へ歩みを進めています。

ニセコ、香港、台北、深圳といった新天地での展開は、単なる店舗の拡大ではありません。
それは受け継がれてきた伝統を継承するとともに、新天地が持つ風土や慣習、食文化を取り入れた革新の形です。
それぞれの街と呼吸を合わせながら、和牛を通じて、日本の食の精神を伝える新たな章が始まっているのです。

— 新しい街での新しい章

日山が新天地へ出展するとき、
大切にしているのは「同じものを持ち込むこと」だけではありません。
東京・人形町で育まれたノウハウを土台にしながら、
その人々の食習慣や好み、食卓の風景を丁寧に汲み取ることから始めます。
たとえばアジアでは、日常の中で家族や仲間とテーブルを囲む時間を大切にしています。
そこに日山の和牛とすき焼が重なることで、
日本の季節感や出汁の文化、おもてなしの心が、新たな文脈の中で息づき始めます。
日山の役割は、日本のやり方を当てはめることなく、
その街の文化と和牛の魅力が響き合う場をつくることにあります。

— 日山エクスペリエンス（日山での和牛体験）

日山での食事が、記憶に残る体験であること。

和牛の本質を伝え、日本のおもてなしを届けること。

本当においしい和牛を心を込めて提供し、深い感動を届けること。

その思いは、東京本店から国内外すべての店へ、変わることなく受け継がれています。

その「おもてなしの心」は五感を通じて表現されます。

- サシの美しさ、肉に走る繊細な模様。
- 甘い割り下の香りとともに、炊き上げるすき焼の音。
- 溶けた脂が、隠れたソースとして放つ華やかな和牛香。
- 口に運ぶたびに重なっていく、繊細で忘れがたい味わい。
- そして一つひとつの所作に込められた、もてなし。

これらの瞬間がひとつになったとき、単なる食事の場を超え、

そこに集う人々のあいだに、日本の食の精神に触れる対話が生まれます。

そうした広がりをも、日山は和牛と文化の交わる場として大切にしています。



— グローバルレガシーとしての日山

日山は一次問屋として、信頼を築いてきました。

東京食肉市場での競りに立ち、枝肉を見極め、自らの基準で買い付けることで、安定した品質、確かな数量、そして優れた和肉をお届けすることができます。

この基盤があるからこそ、国内外の料理人やレストラン、お客様に対して、「日山が選んだ和牛である」と胸を張って約束することができます。

同時に、世界の食の時流は大きく変化しています。

新たな和牛の楽しみ方、より健康的な食べ方、

環境への配慮、サステナブルな生産への関心。

私たちはこうした流れを、自らの役割として受け止めています。

日山の基準は、固定されたものではありません。

時代の価値観、新しい食のスタイル、支える人々のニーズとともに進化していくのです。

日山は、和牛文化の担い手として、時代とともに歩み続けます。

— 未来への約束

『いつも、おいしい。ちゃんと、おいしい。それが日山のお肉です。』

これが、私たちが未来にかけて、お客様へ果たし続ける約束です。

東京・人形町から始まった物語は、

これからも新しい街、新しい世代へと受け継がれていきます。

その根底にあるのは、いつの時代も変わらない一つの問いです。

「このお肉は、食卓にどんな喜びと物語を届けられるか」。

日山は、その問いに向き合い続けながら、次の百年を紡いでいきます。