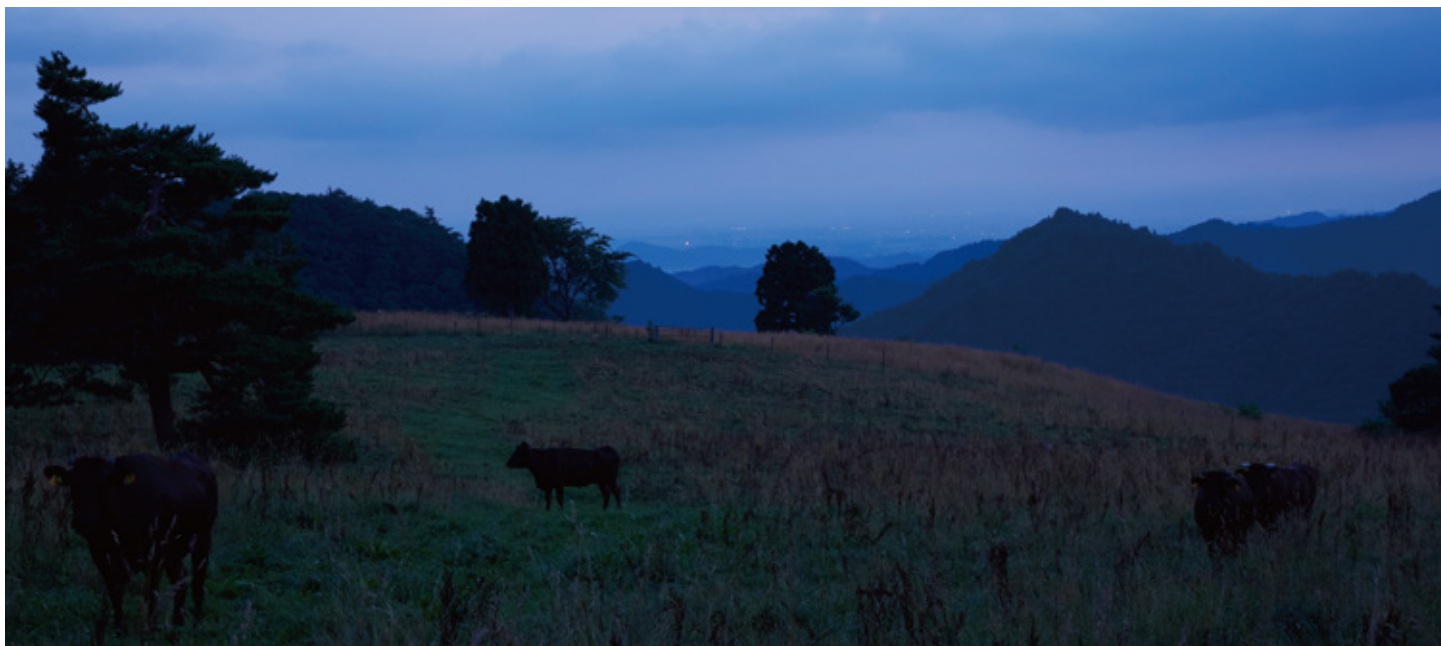


日山台北品牌故事

HIYAMA Taipei Brand Story



引言：餐桌上的疑問

Introduction: A Question at the Table

為什麼日本和牛的滋味，與世界上任何牛肉都截然不同？

為什麼它的風味如此細緻，口感如此柔嫩，脂肪更是散發著馥郁香氣？

答案不僅僅在於牛隻本身，而是深藏了日本的歷史以及信仰，

這是一段漫長的旅程，從「禁忌飲食」逐步蛻變為今日舉世珍視的「文化瑰寶」。

第 1 章

日本和牛文化的起源

The Origins of Wagyu in Japan

在牛肉之前

Before Beef

數個世紀以來，日本人的飲食以魚類、穀物與蔬菜為主。
受佛教與神道思想的影響，慈悲與清淨的價值觀使肉食被視為禁忌。
牛肉在日本飲食中曾被禁絕許久，直到明治政府向西方文化敞開大門，才開啟了牛肉的新篇章。



—— 牛隻的傳入（西元 2 世紀）

牛隻於西元 2 世紀自亞洲大陸傳入日本，極可能經由朝鮮半島而來。

當時牠們並非食材，而是農耕與運輸的重要勞力：拉犁、負重、搬運木材等。

經過數百年的時間推移，牛逐漸適應日本的氣候與土地。

為了能長時間勞動，牠們在肌肉中儲存脂肪，即所謂的「霜降」（sashi）。

這種肌內脂肪原本只是能量的儲備，卻成為日本勞役牛的重要特徵，並為日後和牛的風味奠定了基礎。

—— 長達千年的肉食禁令（7 世紀起）

日本並非以肉食為核心的飲食文化。日常飲食以米飯、魚類、豆腐與蔬菜為主。

受神道與佛教思想的影響，純淨與慈悲的價值觀被視為重要教義。

西元 675 年，天武天皇下令禁止食用牛、馬、狗、猴與雞。

不過，鹿與野豬是少數例外，部分地區仍持續食用。

在隨後的一千多年裡，牛肉幾乎完全消失於日本人的日常餐桌。

牛始終被視為神聖的勞動夥伴，而非食材。

—— 秘密的肉食文化（7 世紀至 19 世紀）

即使官方禁令延續超過千年以上，但肉食從未真正絕跡。

人們總能找到秘密食肉的方式，甚至有人暗中食用牛肉與馬肉，以低調方式延續這份滋味。

野味則以詩意的別稱流傳：

野豬被稱作「山鯨」，鹿則被稱作「楓」。

自 1603 年至 1868 年，日本的對外貿易的港口僅限於長崎一港。

在「出島」這座小島上，只有荷蘭人被允許居住與貿易。

荷蘭人保留了食用牛肉的習慣，當地廚師為他們烹製牛肉鍋，稱為「牛鍋（ushinabe）」。

部分日本人，如通譯與醫師，也因此得以品嚐這道料理。

至 19 世紀中葉，日本開港後，這道牛肉火鍋逐漸傳入城市，演變為今日廣為人知的「牛鍋（gyūnabe）」。



—— 向世界敞開國門（19 世紀中葉）

1854 年，日本結束了長達兩百年的鎖國，向西方世界敞開大門。隨著都市的開放，西方文化逐漸滲透其中，飲食文化也開始改變。

1872 年，明治天皇首次公開食用牛肉，這一舉動向全國宣示古老的禁令已然終結。自此，食用牛肉不再是禁忌，而是現代化與進步的象徵。

「牛」的漢音讀法為 *gyū*，帶有現代而正式的響亮語感，將牛肉與進步、西化聯繫起來。這也契合了在餐館中享用牛肉的國際化形象。許多新式牛肉料理因此冠上「牛」字，其中最具代表性的便是「牛鍋（*gyūnabe*）」。這是一道經改良、符合日本人口味的新式牛肉火鍋，以味噌或醬油湯底烹煮。

對許多日本人而言，這是一種新奇而令人振奮的美食。尤其在東京，各式餐館爭相推出，牛鍋遂成為全國最早風靡的牛肉料理。此後，它逐漸演變為今日廣受喜愛的「壽喜燒」。

—— 品種改良與新牛種的誕生（1868–1944）

自 1868 年明治維新以來，日本開始嘗試將在地牛與歐洲牛進行混種。

然而，這些混種牛既不適合農耕勞作，肉質也顯得粗糙，因此這項計畫於 1910 年前後便被終止。

但這些試驗帶來了「改良和牛」的雛形。

1944 年，日本正式定義了四大和牛品種，其中以「黑毛和種（Kuroge Washu）」最為出眾，其細膩的油花與西方牛截然不同。

—— 和牛作為料理的誕生（20 世紀）

1945 年以前，大多數的日本人仍多半避免攝取脂肪。傳統飲食文化偏好清淡口味，只有少數人注意到霜降（sashi）的價值。他們發現帶有霜降的牛肉更加柔嫩鮮美。

1945 年二戰結束後，日本的飲食文化發生了巨大變化。學校營養午餐開始提供奶油、牛奶與肉類，家庭中冰箱也逐漸普及。到 1960 年代，日本人的脂肪攝取量幾乎是戰前的兩倍。

此時，和牛的霜降迎來了屬於它的時代。

不同於西方牛肉厚重的脂肪，日本黑毛和牛的脂肪富含油酸，能在低溫融化，散發芳香與旨味，如同天然的醬汁自肉中緩緩滲出。昔日被視為瑕疵的脂肪，最終成為風味的精髓。

第 2 章

日山的創業精神

The Founding Spirit of HIYAMA

創業者的決斷

The Founder's Bet

一位來自廣島、眼光卓遠的年輕人—村上，發現了一個商機。
他創辦肉舖，並為其取名為「日山」。
事業隨後進駐日本心臟地帶東京人形町，站上國家舞台的中央。



—— 廣島的大膽起點 — 1912

日山的故事始於 1912 年的廣島縣福山市。當時肉類在日常生活中仍屬罕見，村上禎一身為「日和亭」旅館的養子與繼承人，卻看見其中的機會。他大膽押注，放棄旅館業，改以肉舖立業。

「日山」之名，正是由「日和亭」的「日」與「福山」的「山」組成，既承繼過往，又訴說著土地與時代的印記。

—— 拓展東京 — 1928

在廣島經營五、六家店鋪後，他將目光投向首都。

1923 年的關東大地震後，逐步復甦的東京正處於重建與繁榮的時刻。

日本橋人形町的街道上響起商販的叫賣聲，人力車往來不絕，演員奔向戲台，燈籠映照下的街頭小吃飄散著醬油與炭火的香氣。

1928 年，日山於此開設了東京的第一家店。這不僅是一樁生意，更是踏入日本飲食核心地帶的重要一步。

—— 飲食的革新 — 1935

1935 年，日山進一步開設了「壽喜燒割烹 日山」，成為同類型餐飲的先驅。

「割烹」不僅是餐廳的稱呼，更承載日本料理的傳統精髓。

前菜以懷石風格上桌，隨後牛肉經精確切割與細火烹煮，完美呈現於客人面前。

顧客不僅品嚐到上乘和牛，更享受到融合日本風味的完整套餐體驗。

批發專業與餐飲美學在此交融，日山於人形町建立起獨特的經營模式與地位。



—— 戰時下的堅韌 —— 1938-1945

隨後的歲月動盪不安。

1938 年，日山正式登記為「株式會社日山商會」。

不久之後，戰爭爆發，五年的嚴格食肉管制隨之實施。

當時許多同業相繼倒閉，事業幾乎全面停擺。但日山憑藉日積月累的實力與韌性堅持了下來。

戰後和平重臨，日山於 1947 年前迅速恢復零售與餐飲業務，隨後，陸續進駐松屋淺草、銀座與大丸東京等大型百貨公司。

—— 今日依然延續的創業精神

日山最初幾十年的特色不在於規模，而在於遠見。

1912 年，於廣島開肉舖，是源自遠見的決斷。

1928 年，在人形町尚未被公認為「壽喜燒之街」之前進駐，也是源自遠見。

1935 年，將批發與精緻餐飲結合於割烹壽喜燒，也是出於遠見。

日山的強大之處在於「時機」—在新味覺剛萌芽之際入局，並助其茁壯。

這份遠見、膽識與把握時機的精神，至今仍在日山的血脈中延續。

第 3 章

作為藝術的和牛

Wagyu as an Artform

追求美味

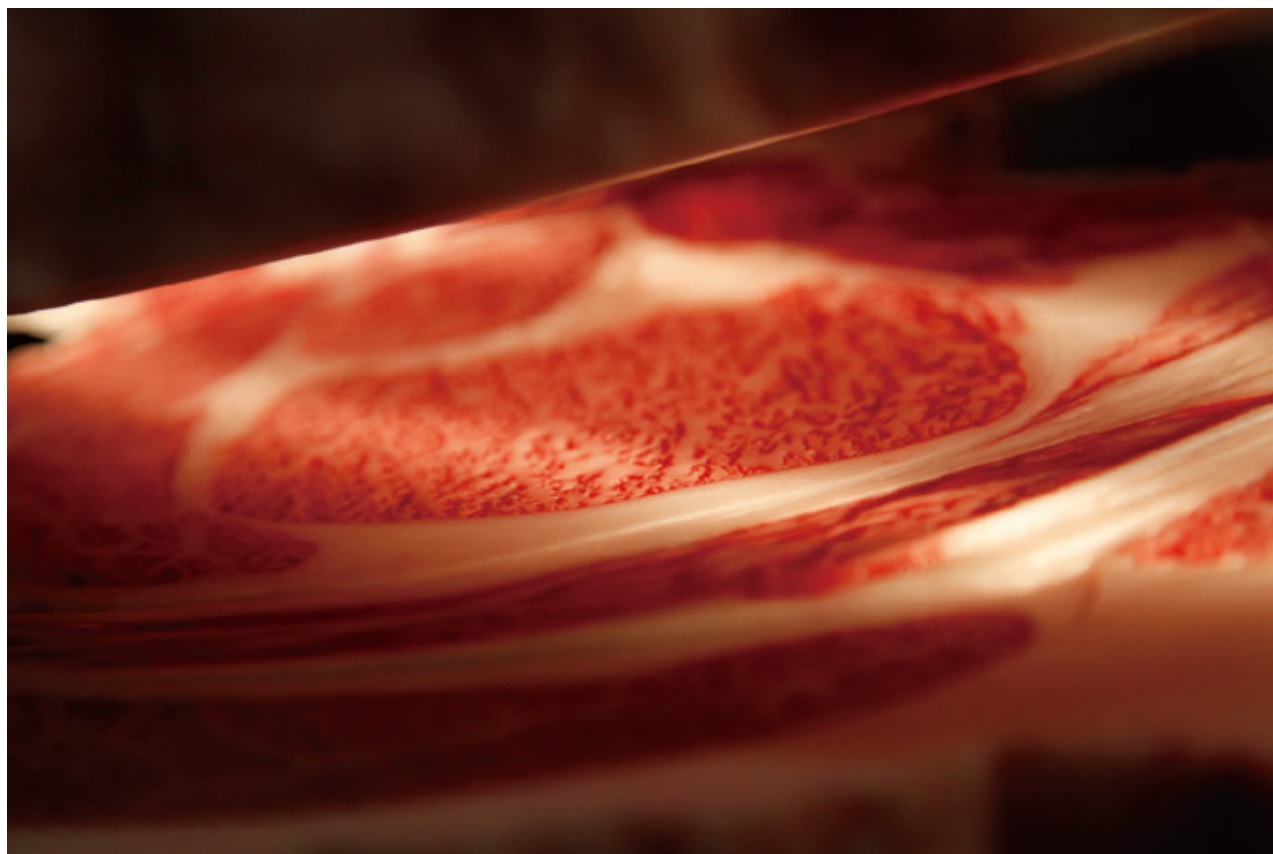
The Pursuit of Flavor

A5 油花，奢華的冠冕。

和牛的魅力，在於入口即化的口感、脂肪誘人的馥郁香氣，以及脂肪的輕盈滑順。

在眾人眼中，A5 的細膩油花被加冕為奢華的象徵。

然而對日山而言，信念始終如一：美味優先，分級其次。



—— 唯一的分級制度

和牛的聲譽建立於日本獨有的分級制度上。

牛肉依步留率（A-C）與肉質（1-5）進行評定。

品質的評估包含：

- 油花（霜降的多寡）、
- 肉色與光澤、
- 紋理與緊實度、
- 脂肪的色澤與品質。

其中最被重視的是油花。A5 被視為最高等級，代表著細緻的霜降、明亮的色澤、與光澤。

這一制度讓買賣雙方有了共通語言，並奠定和牛作為高級食材的地位。

—— 為什麼霜降成為品牌

1970 至 1980 年代，隨著日本經濟的快速成長，霜降被視為奢華的象徵。

業界與媒體將油花推崇為精緻的標誌。

A5 因此成為最容易銷售的標記，消費者更將最高評分視為品質與奢華的雙重象徵。

等級逐漸成為一種市場語彙，被簡化為「美味」的代名詞。

然而，真正的美味，並非僅靠分數能夠衡量。



—— 和牛脂肪的科學

黑毛和牛的脂肪格外獨特。其中頂級和牛的脂肪約在 20°C 即可融化，遠低於大多數牛肉的脂肪融點。

其中富含油酸（單元不飽和脂肪酸），其賦予香氣與滑順口感。

加熱時釋放出帶有甜味與堅果香氣的化合物，這正是和牛獨有的如絲般口感、在舌尖柔和擴散的風味、以及入口即化的感受。

在西方料理中，脂肪常作為風味的媒介，法國料理依賴奶油與鴨油，地中海料理仰賴橄欖油。

日本的烹調方式卻不同。和牛的脂肪不是外加，而是與肉本身緊密交織。

烹調時，肉本身釋放出天然的醬汁，口感、香氣與旨味交織達到完美和諧，這正是日本獻給世界的獨特美食貢獻。



—— 日山對「美味」的新定義

對日山而言，卓越超越了分數。分級固然吸引目光，但真正留存在舌尖的是味道本身。自創業以來，日山始終將風味、香氣與平衡置於核心。

我們以三大支柱評判美味：

- 味道：紅肉與脂肪的比例，以及旨味的釋放方式
- 香氣：脂肪融化時所散發的芳香
- 脂肪品質：脂肪清爽、後味輕盈、易於消化，以及持續帶出鮮味的能力

日山的原則清晰而堅定：味道至上，品牌與分數只是輔助。

日山的道路，是創造一個屬於和牛的味覺標準，這標準，讓顧客每一次入口，都能確信：這就是日山的和牛。

第 4 章

打造未來，日山標準

Crafting the Future – The HIYAMA Standard

技藝化為信任

Craft Becomes Trust

日山的準則極其簡單：唯有最上等的部位，並以誠信相待。
片片刀工，逐漸累積起信任。
憑藉專注與誠懇，日山將和牛轉化為一份承諾。



—— 從市場到餐桌

我們承接和牛從拍賣會場到餐桌的完整供應流程。

我們工作的核心在於東京食肉市場的「競標」。這裡是日本交易量最大的市場，而日山擁有僅少數企業才能取得的一次批發許可。在競標現場，承襲自創業以來逾百年的淬鍊，日山以獨到的日式鑑肉眼光—「目利」，能精準評估牛肉的油花、色澤、光潤度、紋理，以及整體的平衡。正是這些判斷，確保了日山能選出符合標準的和牛。作為主要批發商，我們憑藉專業的眼光「目利」，在拍賣現場直接判斷並購買，確保品質、數量、與供應的穩定。

自此，和牛的旅程邁向更廣闊的舞台。在零售門市，嚴選的和牛能被帶回家庭餐桌，用於壽喜燒、涮涮鍋、燒肉、牛排等佳饌。而在東京、二世古、香港與台北的餐廳裡，則以美食藝術的形式詮釋和牛文化，創造一道融合美味、款待與文化的非凡體驗。

這段體驗的核心，是日山的代表料理—壽喜燒。其中不可或缺的「割下」，是自餐廳創立以來，世代承襲、始終未曾改變的秘製醬汁。這份秘傳醬汁「日山壽喜燒割烹」由東京總店製作後，送往全球各地，把創始的風味帶到每一張餐桌上。

從市場的競標到餐桌，日山以批發商、零售商與餐廳的角色，持續傳遞和牛的真正精髓。



—— 味覺的格式化

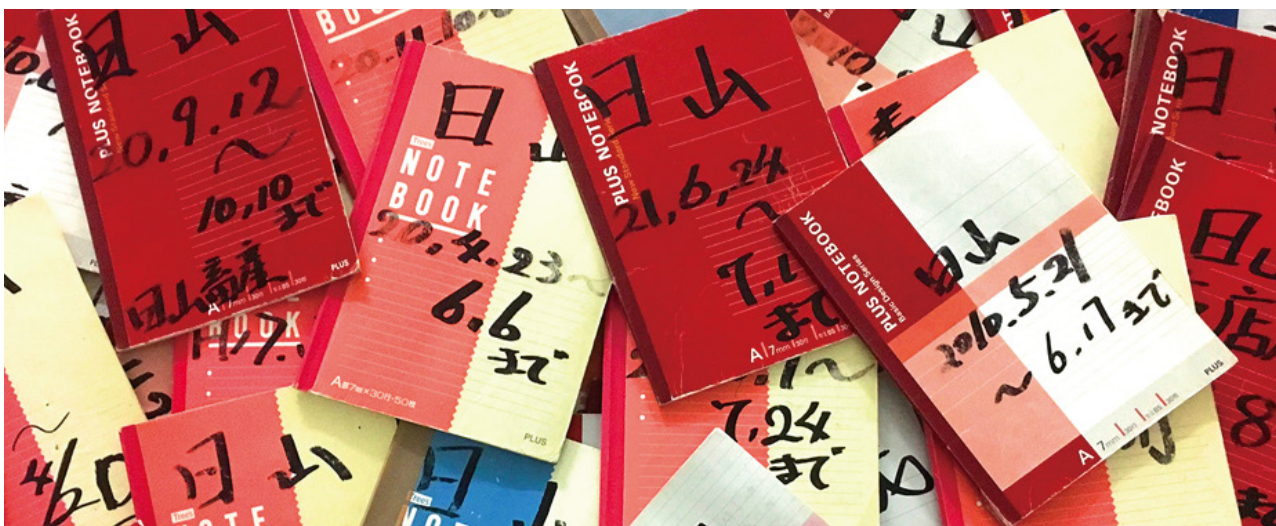
日山的信任建立在「選擇的技藝」之上。

在拍賣會上，我們以專業判斷油花、色澤、觸感與平衡。

購入後，每頭牛都需經內部試吃，並將香氣、脂肪品質與味道詳實記錄於「日山筆記」，並與每頭牛的專屬 ID 對應。

在筆記裡，留下的是真實且貼近日常的描述：「宛如烘焙甜點般的甜香」、「溫潤細膩的脂肪」、「堅果般深沉的風味」。

這一味覺記錄格式，使日山能超越評分，從「風味」本身來傳達牛肉的獨特價值。



—— 對品質的堅持

日山的標準立基於對細節的徹底講究。

我們重視脂肪能否乾淨地化開、帶出來的香氣，並在旨味與柔嫩之間取得完美平衡。

這些特質來自每一步：飼養方式、環境、飼料。

飼料的細微差異，往往造成香氣、口感與脂肪感受的顯著不同。

透過謹慎採購與試吃驗證，我們確保每一片肉都符合日山的風味格式。

—— 與牧場的連結

在拍賣會場，我們只能看到肉質，卻無法得知牛隻的飼養方式或環境。
為彌補這道缺口，因此，我們會走訪牧場，傾聽生產者的聲音，並將消費者的回饋帶回去。
牛隻一旦出貨，飼主往往鮮少有機會品嚐成品，也難以直接了解消費者的反應。
透過牧場走訪，日山扮演橋樑的角色：將顧客的回饋傳遞給生產者，再把農家的用心帶回餐桌。
這樣的知識與信任循環，讓和牛文化得以不斷進化，也正是日山能始終站在中心的理由。

—— 下一代的和牛

日山正積極投入未來的和牛事業：關注新的餐飲方式、永續發展、國際出口。
如今，我們已將和牛供應至亞洲多個地區，並視每一步為更宏大使命的一部分——相信和牛的潛力，並以此開創日本「飲食故事」的新篇章。
日山標準結合傳承與創新，承諾隨著味覺一同演進，持續走在開拓之路上。

第 5 章

台北，以及更遠的未來：超越和牛文化的旅程

Taipei, and Beyond — A Cross-Cultural Journey of Wagyu

傳承不息

The Legacy Continues

百年來，日山的故事仍在延續。

從東京的古老街巷，到海外的新興城市 — 如今，輪到台北了。

這，就是日山。



—— 台北的新篇章

百餘年來，日山於東京人形町，見證並塑造了日本飲食文化的演變。

如今，這段歷程在台北開啟新篇章。

這不只是單純的拓展，而是與當地生活節奏一同呼吸，讓品牌與這片土地的文化共生。

正如創業者村上在廣島創辦肉舖，後來進駐日本橋，日山如今帶著同樣的開拓精神跨越國界。

—— 日山的體驗

我們希望，來日山的每一次用餐，都能成為一段值得銘記的難忘回憶。

這是一場傳達和牛的本質、並且融入日本款待之心的饗宴。

透過用心呈現真正的和牛，能將深刻的感動帶到每一張餐桌上。

即使時代變遷，這份信念始終如一。

おもてなし（omotenashi）日式待客精神，透過五感展現：

- 視覺：精緻的霜降與牛肉細膩的紋理。
- 聽覺：壽喜燒在鍋中翻騰的聲響，伴隨甜美醬油香氣升起。
- 嗅覺：脂肪緩緩融化，釋出宛如隱藏醬汁般的芳香。
- 味覺：層次分明、細膩而難忘的滋味。
- 觸覺：服務人員的每一個舉止皆蘊含款待之心。

這些瞬間交織在一起，讓每位賓客都能在台北的餐桌上，感受日本飲食文化的交流與共鳴。

—— 邁向全球傳承之路

日山長年深耕市場，主要以第一線批發商的身份建立信任。
直接採購確保能穩定提供品質優良、數量可靠的牛肉，使優質肉品持續、穩定地供應。
正因有這樣的基礎，我們才能安心支撐著廚師、餐廳，服務每一位顧客。

作為和牛文化的承載者，我們始終與時代同行。
今日，很多人追求更健康、永續的飲食選擇，以及嶄新的肉品饗宴。

我們將這些變化納入自身角色的一部分。
日山的標準不是固定不變的，而是隨著需求，不斷進化。

以根植市場的傳統為基礎，結合回應變化與偏好的遠見，
我們將和牛的文化傳承至未來。
我們的使命清晰且堅定：
傳遞值得信賴的風味，開創文化交會的餐桌，並不斷開拓世界牛肉的未來。

