

蒜山は、日本で最大のジャージー牛の生産地である。主にミルクの生産に活用されるこの乳牛のおかげで、蒜山は、おいしい乳製品を作る地域として、広く称賛を浴びることとなった。

1954年、農作に不適合とされた蒜山の半自然草地を利用すべく、ニュージーランドからジャージー牛の群れが輸入された。ジャージーは、ホルスタイン（馴染み深い、白黒の乳用種）のおよそ3分の2の大きさだが、およそ、その大きさに比例する量のミルクを生産している。ジャージーはまた、大型のホルスタインと比べ、必要とする飼料が少なく、摂取した飼料については、体重を増やすのではなく、高い割合で、ミルクに変換することができる。さらには、その耐寒性と従順な気質が組み合わさることで、ジャージーは、効率的にミルクを生産できるため、蒜山の酪農業の確立をはかる上で理想的な選択肢となったのだ。今日、この地には、およそ2,000頭のジャージー牛が育成されている。

ジャージー牛乳の乳脂肪分はおよそ5パーセントとなっており、非常に濃厚な味わいを楽しめる。この割合は、ホルスタインのミルク（およそ4パーセント）と比較しても高い。脂肪は、カルシウムやビタミンに加え、高い水準の抗酸化物質、ベータカロチンを含有している。これにより、蒜山のミルクは非常に淡い黄色の色合いを有し、「ゴールデンミルク」のニックネームも付けられている。また、ジャージー牛乳は、タンパク質と無脂固形分がやや多いなど、組成における濃度が全体的に高くなっている。

この乳牛は、主に山の草原で草を食べて餌をとるため、ミルクの味もまた、地域のテロワールを反映したものになる。テロワールは、ワイン用のブドウに使用されることが多い用語で、土壌、地形、気候の組み合わせが生産物の味に与える影響を指している。観光客は、新鮮なミルク、ソフトクリーム、ヨーグルト、職人技のチーズなど、多くの地元の乳製品を通して、この、蒜山独自の特徴を体感することができる。製品は、観光施設、スーパーマーケット、コンビニ、宿泊施設において、広く入手可能である。また、一部の小さな生産者では、顧客への直接販売を行っている。路肩に看板を出し、通りすがりの旅行者を引き付けている。