

## 飛騨市の農業と食材のこれからを考える

～持続可能な地域農業を目指して～

岐阜県飛騨市 上野力哉



### 1. はじめに

中山間地域における農業は、経済的、環境的、社会的な観点から、食料供給と地域経済の維持、環境保全と生態系の維持、文化と地域コミュニティの継承など、非常に重要である。しかし現在は、農業従事者の高齢化が進み、若い世代の農業従事者の数が減少し、中山間地域特有の地形により、機械化や大規模化も困難で、収益性が低いことから、その確保が難しくなっている。

現状の飛騨市では、その独特な地形や気候条件を活かし、多種多様な農産物を生産している。しかし、農業従事者の高齢化や若手就農者の減少、自然災害、気候変動、新技術への適応など、農業を取り巻く環境は厳しさを増している。本レポートでは、飛騨市の農業や食材の現状と課題を整理し、地域振興に繋がる具体的な提案を示したい。

### 2. 飛騨市における農業を取り巻く現状

#### 2.1 地理的特徴

飛騨市は、岐阜県の最北端に位置し、総面積の約 93%を森林が占め、神通川水系の宮川、高原川とその支流に沿って集落と農地が点在する。農地は標高 300m から 1,100m にわたり、昼夜の大きな気温差が特徴である。1 日の寒暖差は年間を通じて約 10 °C 前後と大きく、昼夜の気温差が大きいことから年間に 88 日も朝霧が発生する。降雨量は決して多くないが、霧のおかげで農地が湿り乾燥を防いでいる。また、山間部特有の複雑な地形から小規模で不整形な農地が多い。

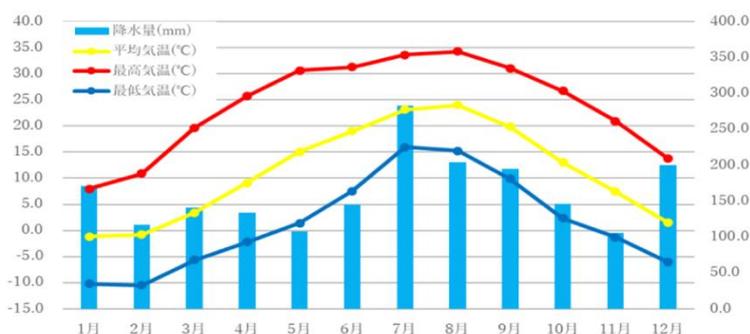


図 1 飛騨市年間気温の推移 (飛騨市の農業の概要より引用)

## 2.2 飛騨市の風土に根差した農産物

主要な作物には、高冷地野菜である飛騨トマトや飛騨ほうれん草、果樹としてのリンゴやモモ、大豆やソバなどがある。飛騨市では、これらの農産物を利用した食のブランド化が進められている。飛騨トマト、飛騨ほうれん草、飛騨米、飛騨牛はその代表例であり、全国的に知名度が高い。これらの農産物は、地域の特色を活かした高付加価値品として市場で評価されている。米の生産においては「飛騨米」が12年連続で米・食味分析鑑定コンクールの国際総合部門で受賞し、国内外で高い評価を得ている。さらに、飛騨牛ブランドも畜産業の重要な柱となっている。令和4年度の市内農産物販売額のうちJA出荷額は約26億2千万円で、そのうち肉

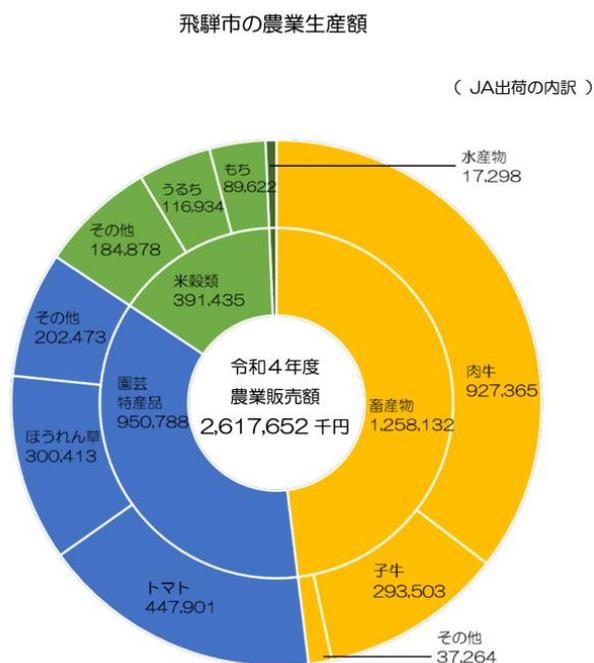


図2 飛騨市の農業生産額  
(飛騨市の農業の概要より引用)

用牛は約13億円、ほうれん草は約3億円、トマトは約4億5千万円を販売する。これら3種の売り上げは、全体の約78%を占め、飛騨市農業の中心となっている。

その他にも、飛騨の特産品「赤かぶの漬物」にも使用される赤かぶや飛騨ネギ、あぶらえ(えごま)など高度成長期以前より栽培されてきた伝統的な農産物も特徴である。

## 2.3 飛騨市の農業構造

農地面積は、令和6年度現在で約907ha(※畑地は含まない)で、令和2年度の約938haに比べて約31ha減少した。それに伴って、自己保全管理地(耕作をしていない農地)は、令和2年度の約145haと比べて約26ha増加しており、直近5年間で耕作されなくなった面積が約57ha増加している。

飛騨市の農業従事者数は、令和6年度で2170名(法人を含む)であり、令和2年度の2194名に比べて24名減少し、ここから自己保全管理地の所有者を除くと、実質は令和6年度で1445名、令和2年度の1634名に比べて189名(約12%)減少している。これら農業従事者のうち65歳以上が77%を占め、40代以下の若い生産者はわずか9%にとどまっている。販売農家は全農家の37%で、残りの63%が自給的農家である。

## 2.4 農産物流通・販売の状況

飛騨市で生産された農産物は、主に JA 飛騨農業協同組合を通じて県外へ流通し、トマトやほうれん草は、主に京阪神地域に出荷され、最盛期における飛騨産野菜の大阪市場のシェアは、トマトで 43%、ほうれん草で約 80%と、市場からはその品質が高く評価されている。地域外では、前述の JA 飛騨の他に、首都圏のレストランや八百屋、コープ有機、直売所などに出荷し、知名度アップや魅力向上にも貢献している。加えて、近年ではふるさと納税を通して農畜水産物が多く出荷され、市の納税額アップだけでなく、農業従事者の所得向上にもつながっている。

その他の野菜は、JA 出荷や一部直売所や地域内で消費されている。飛騨市内には 3 つの直売所があり、地元住民や観光客に新鮮な農産物を提供し、地域内での消費拡大に寄与するだけでなく、農業者と消費者のつながりを深め、生きがい農家の収入確保の場にもなっている。

## 3. 飛騨市の農業が直面する課題

### 3.1 農業生産面での課題

飛騨市のような中山間地域では、傾斜地が多く営農条件が厳しく、飛騨市の 1 経営体あたりの平均耕地面積は 1.3ha で、岐阜県平均の 1.5ha を下回っている。そのため、土地改良事業や圃場整備が進められているものの、平坦地域に比べて進捗が遅れている。また、主食用水稻を耕作する場合も、燃料費や資材高騰などの草刈りや資材への影響、現在まで使用してきた機械の更新、規模拡大に伴う大型機械の購入など、一人一人の生産者に対する経済的負担が増加している。

加えて、農業従事者の高齢化、担い手数の減少が進んでおり、農地の維持管理や集落機能の維持が困難になりつつあり、今後耕作放棄地増え、農業生産量の減少も予想される。人の確保と育成が重要課題となっており、飛騨市でも、若手農業者の育成や新規就農者の支援が進められているが、その効果はまだ限定的である。土地や資金の不足、技術の習得にかかる時間など、若い世代が農業に参入する際の課題は多岐にわたる。

また、飛騨市は気候の特性上、農作物が収穫できる営農期間が約 5 ヶ月と短く、夏場の農業だけでは十分な収入を得られず、営農期間外の仕事確保も課題となっている。

さらに、近年の耕作放棄地の増加から、山林と農地のバッファゾーンが曖昧になり、農業の鳥獣害が増え、農業従事者の耕作意欲を低下させている。

### 3.2 流通・販売面での課題

先述のとおり、飛騨市の農産物は生産時期が限られ、生産量も他地域に比べて少ないという不利な点がある。そのため多くの量が必要なチェーン店などには、輸送手段も確立されていないために、食材を卸すことが難しい。また、首都圏や関西圏などの大規模都市の

個人飲食店へ生鮮食品などを販売する場合でも、飛騨地方から遠いために、ヤマト運輸などの宅配便を利用する必要があり、輸送費用が加わってしまう。加えて、首都圏の周りでは野菜の大産地が一年を通して作付できるため、飛騨の食材を短期的でしか使用してもらえず、販路開拓にも、毎年営業活動やサンプル送付でし、食材の味が変わらない点をわかってもらうまでに時間を要する苦労がある。また、他産地のブランド食材との差別化を行うことも難しい。

直売所での販売も、高齢により車に乗ることが困難になり、収穫した野菜をまで運べないとの声がかここ数年聞こえてきている。

#### 4. 課題に対する市の対応

##### 4.1 生産面での各種補助制度と農家の反応

飛騨市では、先の生産面での課題に対して、各種補助制度を設けている。具体的には、新規就農者を目指す方を対象とした支援金や家賃補助、就農形態に応じた支援金、中高年就農者に対する機器購入や給付金、中山間地域特有の不整形地を圃場整備する小規模基盤整備事業補助金、鳥獣害設備に対する補助金など多くの補助制度を整備している。

飛騨市における新規就農者は、令和2年から令和5年まで毎年平均2.75人であり、JA飛騨及び市、県が連携し設置している「飛騨トマト研修所」の存在が大きく関係している。前述にも記載したとおりトマトの一大産地であるため新規就農は基本的にトマトである。水稻農家の新規就農は初期投資額が大きいため農業法人への就職を勧めているが、少ないのが現状である。

しかし、これらの補助制度を設けても、高齢の農家にはうまく使えてもらえていないところがある。例えば、機械が壊れてしまった場合にも、補助制度を利用して機器を購入できるが、高齢のために、次に機械が壊れた場合は離農するという声も聞こえる。また、補助金を申請する場合でも、高齢でPCなどを使用することができず、手間が多いため申請が面倒という声も聞こえる。

##### 4.2 直売所出荷者向け事業での模索

飛騨市では、直売所へ出荷するいきがい農家向け事業を実施している。

1点目は、直売施設の建て直し事業である。市内の老朽化した直売所を新たに道の駅へ移設新築し、これまでの経営方法を一新するために、市が野菜販売や店舗経営に精通した方を店長として「地域おこし協力隊」の制度で委嘱し、経営方



写真1 農家向け講習会（筆者撮影）

法や人材育成、販売環境の整備を行った。売り場面積が広くなり、交通の便が良くなったことで売り上げは、建て直し前の 4 倍程度に増加した。

2 点目には、農産物直売施設での販売額アップに向けて専門家を招聘し、直売所の経営相談や直売所内のレイアウト相談などを実施している。さらに、直売所に出荷をしている人、新たに出荷したいと考えている人に対して、年 2 回（8 月、3 月）に売れる野菜講座を開催し、野菜の栽培方法や梱包方法の講習、飛騨では見ない珍しい野菜の種子配布などを行っている。

3 点目には、先の高齢農家の出荷の課題に対して、遠方のお荷者に向けて市が 3 年間テストとして、お荷便（週 2～4 便）を走らせ、市内直売所に集荷する事業を実施している。しかし、本事業に関しては輸送コスト（車両借上料、人件費、燃料費）が大きく、現状のお荷量では採算が取れないことが実証されている。お荷している農業従事者からは、このまま続けてほしいとの声も多いが、この事業は持続可能ではなく、廃止となる。



写真 2 シェフツアー様子（筆者撮影）

#### 4.3 成功した飛騨市産食材流通

飛騨市では、都市圏への食材流通や魅力向上に向けた事業を試みている。

1 点目としては、市外に向けて令和 4 年度より「首都圏シェフツアー事業」を実施している。毎年、ミシュラン 2 つ星店舗や高級料亭の料理長などシェフを招聘し、市内の食材や生産者、自然、生産現場に触れてもらい、販路拡大や認知度向上に繋げようとしている。本事業を通して取引が始まった料理人からは、「飛騨の鮎」の味やストーリーが認められ、数多くの料亭やレストランで使用されて、品薄状態の場合がある。加えて、令和 6 年 8 月には、「なだ万新宿店」の協力で、首都圏内のなだ万所属の料理長 15 名に向けてのレセプションを実施し、1 週間で「飛騨の鮎」500 匹（約 40 万円）の取引につながり、生産者の所得向上にもつながっている。

現在、ある程度は成功しているが、事業経費が大きいことや、飛騨市内生産者が輸送や発注に対する手間の面で対応できるかなど課題がある。実施当初の目的はある程度達成してきたため、今後は食材を気に入ってもらった料理人が飛騨市内で店舗を開設してもらえるよう目指したいと考えている。



写真 3 鮎レセプション様子（筆者撮影）

2 点目は、市内に向けて、飛騨市内の飲食

店と生産者をつなぎコラボメニューを提供する地産地消イベント「飛騨市まるごと食堂」を行っている。実施前は、市内飲食店は飛騨市内の生産者のことを知らず、野菜など豊富にある資源をわざわざスーパーなどで購入していたため、市が間に入り価格交渉や必要な食材を確保し取引に繋がった。本事業は、コロナ禍の令和2年度に開始し、市内の飲食店、生産者の両方の支援を目的に実施し、両者間の取引が順調に増えている。しかし、本事業も5年目を迎え、メディアへの発信力も少なくなり、新たな展開として市外に向けて、令和6年度はJA飛騨、サガミグループと協力し名古屋市内19店舗にて、飛騨市内産の食材を使用したメニューを提供する「飛騨市まるごと食堂 with サガミ」を実施した。今年度実施して、流通に関するノウハウが無いいため、トラブルが発生し、流通コストなどの改善が必要になっている。

3点目は、未来のシェフとなる専門学生とコラボし、市内の食材を使用した料理を考案してもらい、飛騨市内のイベントで販売する事業である。本事業の目的は、専門学生に市内の食材を知ってもらうだけでなく、生産者の思いやこだわり、ストーリーに触れてもらうことにある。学生がすぐに新規の取引につながらないが、将来レストランを開く際に、少しでも飛騨市の生産者を思い出して取引に繋がってくれればと考えている。

#### 4. 他地域における先進事例の検討

このように、飛騨市として担い手確保や地元食材の新たな流通形態に取り組んでいる、そこで、他地域の先進事例を検討したい。

##### 4.1 新規就農につながるスマート農業の導入

スマート農業は、日本各地でその重要性が高まっており、ドローンを用いた効率的な農薬散布や、センシング技術を活用した土壌・作物のモニタリングなどが挙げられる。これらの技術は、作業の効率化だけでなく、データに基づいた精密な農業を可能にし、これまでベテラン農業者が経験してきた農業技術の可視化や、地球環境の変化による気候や栽培条件の変化に対応できるため、新規就農する農業者の参入ハードルを下げることが出来る。



写真4 まるごと食堂 with サガミ  
(HIDAICH より引用)



写真5 メニュー説明する学生  
(飛騨市：筆者撮影)

富山県では、ICT（情報通信技術）を活用した水田管理やドローンを用いた農薬散布の導入を進め、農業（毎日の水見、管理）の省力化が図られている。また、高齢化に伴う労働力不足の解消にも貢献し、新規就農で始める若者にも取り入れられ、働きやすい農業環境を提供できている。

#### 4.2 直売所と観光の融合

観光地としての魅力を活かし、地元農産物の直売所を観光客向けに展開することは、必要不可欠である。地元産品を用いた料理を提供する飲食店の併設や、収穫体験や郷土料理教室などの体験型イベントは、観光客と地域住民との交流を促進し関係人口の増加、農業の魅力を広く発信する手段となる。直売所での野菜販売額が増加し、生産者の栽培意欲が向上する。

奈良県飛鳥村の「あすか夢販売所」では、地域の特産品であるいちごや地域内で生産される農産物を販売することで多くの利益をあげている。

#### 4.3 地域食材のブランド化

現在の観光動向では、「地元の美味しい食を楽しむ」という理由が上位にあり、食材の魅力向上、ブランド化を推進する手段として、地元食材を活かした料理を提供し発信することが有効とされている。

長崎県雲仙市では、地域食材や食文化を生産者が地道に発信し、地元食材に惚れたシェフや直売店主が雲仙での活動を始めたことをきっかけとして地域活性化が図られ、美食都市アワードに選ばれている。



写真 6 オーガニック直売所タネト  
(雲仙市：筆者撮影)

#### 4.4 移住定住サポート

移住定住事業を実施する上で、福井県池田町「池田暮らしの7ヶ条」が物議を醸したように、地元住民と移住者の関係構築は重要な課題であり移住した後、定住に繋げるまでを政策対応しなければならない。特に新規就農で移住する人は、農地管理に加えて水路管理など先住者や隣接している農地管理者との関係構築を行う必要がある。

ゼミの現地研修で訪れた山口県周防大島町や愛媛県伊予市では、移住者も含めた団体、組織が窓口となり、地域内での活動や風習、役割を移住希望者に説明し、実際に短期滞在してもらうことで地域の雰囲気や体験できる活動を実施している。また、移住希望者との対話や実際の体験を通して、地域の受け入れ方針に合わなそうな方には、他の地域を勧め

ながら移住を断るという選択肢を手段として持っており、定住するまでを想定した受け入れ活動を意識している。

## 5. 提案—飛騨市の目指すこれからの農政

### 5.1 若手農業者の育成

飛騨市が持つ特有の農業資源を活かし、以下のような若手農業者向けの支援プログラムを設け、地域の農業基盤を強化したい。高齢化が進む中、若手農業者を積極的に育成することが、農業の持続可能性を高めるための鍵となる。

- 農業研修プログラムの充実  
地元の農業経験者や専門家を講師として招き、作物の栽培技術や市場のニーズに応じた経営方法を学ぶ機会を提供し ICT やスマート農業技術の導入に関する最新知識を学べる研修を設け、次世代農業者が高度な技術を習得できる環境を整える。
- 地域外からの就農希望者への支援  
地域外からの移住者や農業未経験者が飛騨市で農業を始めやすいように、移住支援金や住宅提供、家族の生活サポート（学校や医療施設の案内）を行う。また、地域住民に馴染めるよう交流を深めるイベントや定期的な相談会を開催し、地域への定着を促す。また、各個人には県の農業普及員や市職員だけでなく地域の相談役をつけることで行政では踏み込むことが難しい部分を補うことを実施する。

### 5.2 農業者同士、異業種との交流環境の創出

飛騨市では営農期間が短いため、農閑期を活用して、農業者同士や地元、首都圏の料理人、IT 関係者、企業、飲食店、個人事業主など、異業種との交流の場を創出したいと考えている。この取り組みは、農業者にとって、新たな技術や栽培品目の習得、冬季の仕事創出、自身のブランディングや意識改革のきっかけとなるだけでなく、他の事業者にも地方農業や農家が抱える課題を理解してもらう機会となる。

### 5.3 補助金制度の簡略化やシステム化

飛騨市では多くの補助制度が整備されているものの、現在主流の補助金申請手続きは Excel を使用しており、申請に手間がかかる点が課題となっている。そのため、職員が生産者に代わって申請書を作成するケースが多いのが現状である。この課題を解決するため、申請者が簡単に補助制度を利用できる仕組みを構築する必要がある。具体的には、AIOCR 技術を活用して申請書の自動入力を行い、職員がその内容をチェックして交付決定の手続きに進むプロセスを導入することで、職員の負担軽減を図りたい。

#### 5.4 新たな農産物集荷システムとして各地区の直売所出荷者コミュニティの構築

市による直売所への集荷のテスト事業の継続が困難であることから、新たな集荷システムを構築し出荷者の負担軽減を図りたい。5名程度の出荷者ごとのグループを作り、その中で出荷日を決めて集荷する担当を分けることで、ある程度のインセンティブを与え、出荷者がまとめて運ぶことができる。

#### 5.5 地域食材のブランド力の強化

現在の日本では、良いものは首都圏やインターネットで販売され、本来あるはずの地元では、買えないことが多い。飛騨市では、観光地である利点を活かして、市独自のブランド化により、全国的な認知度を向上させ観光客の来訪や消費を促したい。そのためには、以下の2点が不可欠である

- 地域食材のストーリーの明確化  
「飛騨米」や「飛騨牛」以外にも、誇れる食材ひとつひとつのストーリーを明確化し、可視化することで一般消費者、料理人へのタッチポイントを増やす。そのために、職員以外の、これまで飛騨市の食材に惚れ使用しているシェフなど外から飛騨の食材を見ている人の目線を大事にして、協力を求めたい。
- マーケティング活動の強化  
都市部のレストランや飲食店、料理人と連携し、試食会やプロモーションイベントを引き続き実施し市所有のサイトやメディアを通して活動を発信したい。

### 6. まとめ

飛騨市の農業は、高品質な農産物を生産でき、その農産物は多くの料理人や消費者に認められながらも、農業従事者の減少や農地面積の減少など課題を抱えている。本レポートで提案した具体的な取り組みを通じて、農業の持続可能性と地域振興の実現を目指したい。行政職員の特性上、同部署に長い期間在籍できるわけではないため今後すべての提案を実施できるわけではない。しかし、本レポートを作成するにあたり得た知識や経験を組織内で共有し、飛騨の農業が抱える課題解決に向かい組織的に継続して事業を行う。

農業の振興は、単なる生産性の向上にとどまらず、地域の文化や生活、歴史を守り、未来に継承する重要な役割を果たす。地域全体で農業を支える仕組みを構築し、次世代に誇れる持続可能な地域社会を築くことが飛騨市の未来にとって必要である。

### 7. 参考文献、資料

- ・飛騨市の農業の概要

サイト：<https://www.city.hida.gifu.jp/soshiki/19/>

- ・飛騨市公式食の情報サイト「HIDAICHI」

サイト：<https://hidaichi.jp>

- ・富山県スマート農業推進方針の策定について

サイト：<https://www.pref.toyama.jp/1612/smartnougyouyousuisinhousin.html>