

- 本県は、水田作の麦作面積が多い(8,180ha全国5位.R4年)ものの、単収は全国平均よりも低く、技術的改善で品質や収益性の向上が可能と分析。
- このため、普及組織は基本技術の励行に加え、**後期重点施肥技術の導入**による単収と収益向上、収量性や加工適性に優れる**小麦新品種「びわほなみ」の作付拡大**や実需と連携した**県産小麦の商品開発**をすすめた。
- その結果、小麦の**県平均単収が向上**し、**収益性が向上**したほか、「びわほなみ」を用いた**独自の商品が誕生**し、県内の麦作が活性化した。

具体的な成果

普及指導員の活動

1 後期重点施肥技術の導入と収益向上

■ 単収が向上し、肥料費の削減にもつながることが評価され急速に面積が拡大

① 後期重点施肥技術の導入面積

R元産 7.2 ha → R4産約1,600 ha

② 後期重点施肥と品種転換で収益向上
慣行 改善

所得: 43,698円/10a → 75,951円/10a

(費用に減価償却費は含まない)

※ 慣行: 農林61号 + 全量元肥 + 実肥

改善: びわほなみ + 後期重点 + 実肥

2 小麦新品種の作付拡大と単収向上

■ 加工適性で実需からの評価が高く、単収向上が狙える品種として面積拡大

① 麦新品種「びわほなみ」の面積拡大

R元産 195 ha → R4 2,124 ha

② 県内産小麦の平均単収(10a)

R元産 322 kg → R4 373 kg ※

※ 新品種導入と後期重点施肥、排水対策等の基本技術の励行が効果を発揮

3 小麦新品種を用いた新商品の開発

■ 滋賀県産「びわほなみ」を使用した**中華麺3商品(冷やし中華、つけ麺、中華麺)**が開発された。

■ 県内大型量販店で地元産小麦を使った食材としてその魅力を発信している。



試作麺と商品紹介チラシ

平成29年

■ 施肥体系の導入に向け、普及センターが中心となり、JAや先進農家からなる研修組織を立ち上げ、研修会を開催。

■ 各農業者が部分的な技術の導入を決定。

平成29～令和4年

■ 後期重点施肥や新品種「びわほなみ」の実証ほの設置、栽培こよみの作成、資材調達の調整、現地巡回や研修会の開催。

■ 「びわほなみ」については、赤かび病対策の**適期防除体制(3回)を構築**した。

■ 後期重点施肥に対応した省力的な肥料散布方法の実証を複数行った。

令和3～4年

■ 「県産小麦の活用」をテーマにプラットフォームの形成を支援し、県製麺工業組合を核に**中華麺開発プロジェクトチームを立上げた**。

■ 商品展示会、消費者評価会への出品とフィードバック、大学、事務機メーカーの協力を得た商品紹介資料の作成を支援。



プラットフォーム参加者

普及指導員だからできたこと

・ 施肥体系や新品種を導入する生産者の不安を普及員が丁寧に技術指導したことが急速な面積拡大を可能とした。

・ 商品開発に必要な人材を普及員がコーディネート力で組織化し、運営したことが新商品の開発につながった。

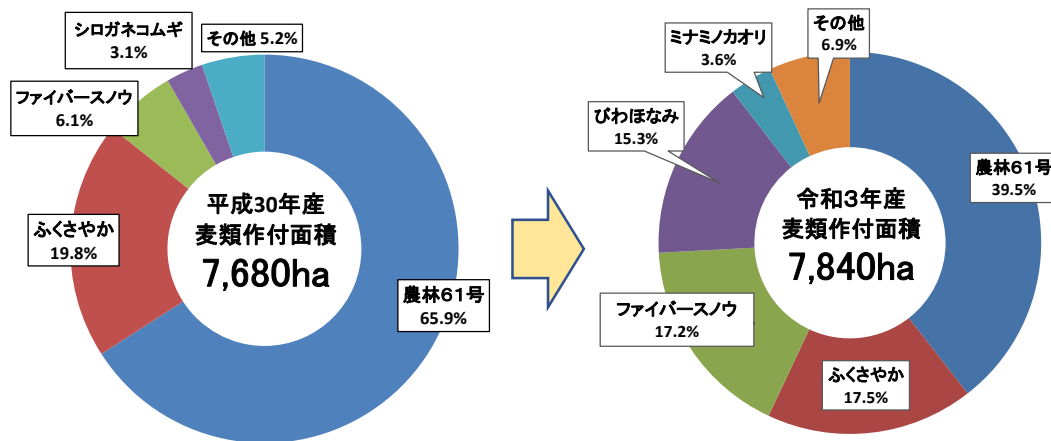
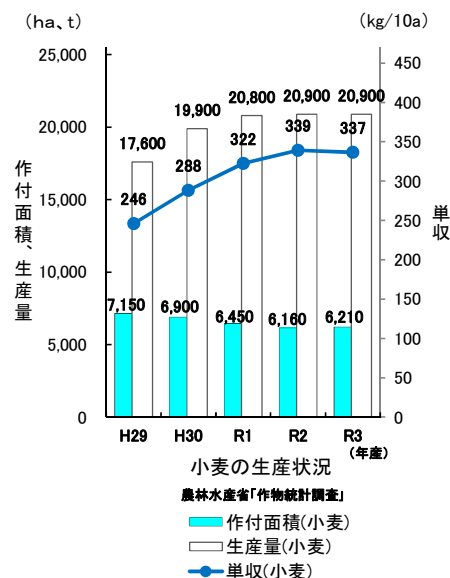
小麦新品種と施肥改善による産地の活性化

活動期間：平成29～令和4年度

1. 取組の背景

滋賀県は水田率が高く（92.9%）、生産調整品目としての麦作が盛んであるものの（8,180ha 全国5位・R4年）、単収は低く、令和元年産小麦の平均単収は全国が490kg/10aであるのに対し、322kg/10aと低迷していた。県は水田農業の収益性向上を目指し、現状よりも麦の単収を高め、麦作比率を高めることが、後作の大豆も含めた作付体系として収益確保に有利であると考えた。

これに伴い普及組織では、排水の徹底に加え、後期重点施肥体系（以下、「後期重点施肥」と記載。）の技術導入と主力品種である「農林61号」から、加工適性に優れ多収が期待できる新品種「びわほなみ」への転換によって単収と収益性の向上が可能であると分析した。さらに、実需と連携した県産小麦の商品開発を併せてすすめることで、利用拡大と生産者の意欲向上も狙いとした。



滋賀県内麦類品種の作付面積比率の推移

2. 活動内容（詳細）

- ・小麦後期重点施肥の導入、面積拡大

平成29年に後期重点施肥について、農業者を集めた県域の研修会を開催したのち、各普及センター単位で現地実証圃等（7.2ha）を設置し、従来の緩効性肥料を用いた全量元肥施肥体系との比較や実証を行った。

後期重点施肥では、2 月頃に行う施肥時期や量が重要であり、より効果のある栽培を目指すため、施肥や生育確認の調査は生産者と関係機関が一体となって活動した。

・小麦新品種「びわほなみ」への品種転換の推進

「びわほなみ」は、当時の主力品種「農林 61 号」に比べ、短稈で多収であるものの、赤カビ病に弱いため、現場への普及拡大には、開花期前後に 3 回の薬剤防除を行う体制の整備を進めた。また、共同乾燥施設の利用や資材調達、栽培暦の作成、栽培研修会の開催、現地巡回指導を行い、普及が JA や生産者と密に連携して活動したことが、新技術と新品種が信頼され急速な面積拡大につながったといえる。



新品種播種前研修会の様子

・県産小麦を用いた独自商品の開発支援

製粉・製めん性に優れた「びわほなみ」は、製粉会社が「びわほなみ」100%の小麦粉を発売することに伴い、普及は「県産小麦の活用」をテーマとする研修会を開催し、プラットフォームを形成した。生産者、JA、製粉業者、全農、製麺業者、飲食業者、金融機関、コンビニ、大学、高校や文具メーカー等、様々な立場の人々が集まり、参加者で中華麺開発プロジェクトチームを立ち上げ、商品開発を支援し、消費者評価会、展示会への出展や大学生や事務機器メーカー等と連携して商品紹介資料の作成支援を行った。



プラットフォーム参加者

3. 具体的な成果（詳細）

後期重点施肥の導入が令和 4 年産小麦で約 1,600ha（県内小麦の約 25%）となり、多収性品種の「びわほなみ」への転換も急速に進んだ結果、県内小麦の単収が向上した。これには排水対策をはじめとする基本技術が励行されたことが前提となっている。

A 地域普及センターの計算では、従来品種で全量元肥型の緩効性肥料体系の場合、B 市の平均単収が 250kg/10a であったものが、「びわほなみ」への転換と後期重点施肥に切り替えたことで、市全体の単収が 451kg/10a となり、品質も全量 1 等 A ランクとなった。これにより、約 32,000 円/10a の所得向上が見込めることを実証できた。

小麦新品種の新商品の開発は、多くの関係者を巻き込み「生中華麺（びわ

小麦「農林 61 号」と「びわほなみ」の経営試算表

	「農林 61 号」	「びわほなみ」
収入 (A)	72,615	120,422
支出 (B)	28,917	44,471
所得 (C)=(A)-(B)	43,698	75,951

※農業者の聞き取りより作成

※令和 3 年産「農林 61 号」と令和 4 年産「びわほなみ」を比較

※収入に販売代金と畑作物の直接支払交付金、水田活用直接支払交付金、産地交付金を含む

※支出に種苗費、肥料代、防除費、乾燥・調製費等を含む

※消費税、施設・農機具代などの減価償却費を含まない

ほなみ 100%)」、「つけ麺（びわほなみ 70%、国産麦全粒粉 30%）」、「冷麺用中華麺（びわほなみ 100%）」の 3 商品を開発した。商品パッケージ作成や広報面での支援のほか、成果を生産者に発信したことで生産者の意欲が向上できた。また、今回取り組んだ「県産農産物の利用拡大」をテーマにしたプラットフォーム形成とプロジェクト支援の手法は、食に関わる様々な立場の人々をつなぎ、地産地消に貢献する仕組みとして有効な手法であることが確認できた。



試作麺と商品紹介チラシ

① 後期重点施肥技術の導入面積

R 元産 7.2 h a → R4 産約 1,600 h a

② 麦新品種「びわほなみ」の面積拡大

R 元産 195 h a → R4 2,124 h a

③ 県内産小麦の平均単収 (10a)

R 元産 322 kg → R4 373 kg

④ 後期重点施肥と品種転換で収益向上

所得： 43,698 円/10a → 75,951 円/10a

(所得は交付金等を含み、減価償却費の徐算はしていない。)

⑤ 小麦新品種を用いた新商品の開発

県内産小麦新品種 3 商品 (中華麺) を開発

4. 農家等からの評価・コメント

新品種へ転換し、初めて麦の収支がプラスになりました。品種転換して良かったです。(生産者 B)

従来行ってきた商品開発とは異なり、生産者や J A、全農、大学、金融機関や文具メーカー等と連携して幅広い視点で商品開発ができ、大変ありがたいです。(C 製麺組合)



各地で現地研修会を開催

5. 普及指導員のコメント

県内全域で普及組織が一丸となって麦作の単収向上と品質改善にとりくむことができている。新たな品種と新たな施肥体系の導入と地域への普及は普及活動が得意とする分野であり、地域の水田農業をさらに活気づけたい。(農業技術振興センター 農業革新支援部 地域農業支援係 主幹 森茂之)

6. 現状・今後の展開等

今後、さらに後期重点施肥やびわほなみの面積が拡大した場合においても、確実に成果を得るには、省力的な追肥技術の導入と適期防除が徹底できる体制を維持していくことが重要である。



小麦への省力的な追肥作業 (2月)