

公売結果の分析による一考察

上田・上田製品事業所 野口和幸

はじめに

製品生産事業は、いかにして安全にかつ効率的に有利販売のできる木材を生産するかが重要な課題となっている。

生産する木材の需要動向・樹種・品質・採材方法等の諸因子によって木材の価格が決定されることから、上田製品事業所は常に販売係とタイアップして需要に応じた採材・極積数量等の検討をし、有利販売に向け努力をしているところである。

今回は、この公売結果を分析する中でどのような販売成果があったかをまとめたものである。

1 事業の概要と現状

上田製品事業所は全幹伐倒・トラクター集材で2,700m³を生産している。

- (1) この事業地の人工林ヒノキは、過去に枝打ちを実行していないため元から節がある。漏脂病が95%を占めている（この地域に多く発生している）
- (2) 地形は、比較的急斜面であり、その中に林道が開設されているため林道幅の比較的広い箇所を土場としているため、極積数量が制限されている。
- (3) 販売方法は山元販売をしている。

表-1 事業予定

面積	本数	資材量	Ha本数	Ha材積	単材積	平均胸径	平均樹高	林齢
2.09	3,763	1,113	1,800	533	0.296	22	17	68

2 事業実行結果

- (1) 通常の2m材は10%程度に対し、表-2の素材内訳で2m材が高い比率となっている訳は、前段で記載したとおり漏脂病という欠点があることからこのような採材となった。

本来なら根曲り・漏脂病は打出しをしてパルプとして販売をするところであるが、パルプ材として販売したのでは収益が上がらないので販売係にご苦勞をお願いして他署・業者と情報を収集したところ、ある業者が「根曲り・漏脂病はそれなりの利用価値があるので2m材として生産してもらえないか」と要望があり、2m材として採材したものである（価格面ではパルプ材を1

とした場合 2.4倍～最高 2.8倍)

- (2) 全幹材も材積率で53%と多くなっているが、この理由として素材用の土場面積が少ないことがありこのような結果となった。

全幹材と素材の収支差を単純に計算をすると、全幹材の材積に歩止り75%をかけた数字に表-2の素材の出材割合をかけたものにそれぞれの単価をかけその数字を合計したものを100とすると、全幹材を素材に換算した場合は83%にしかならず素材に比べ約17%の減になるという結果が出た。土場の確保ができれば素材として販売したほうが有利だったと思われる。

表-2 出材割合

長 径	末口径	本 数 率 %	材積率		値 開 率	
				%		%
2 m	全 部	4 2	3 5	1 7	1 3 1	1 3 7
3 ~ 4 m	1 3 cm下	4 4	3 9	1 8	1 2 9	
	1 4 cm上	1 4	2 6	1 2	1 1 6	
全 幹				5 3	1 5 0	

- (3) 採材上の注意

ア 漏脂病の箇所をいかにして除き、有利販売に結び付けるよう注意する。
イ 採材は3mを中心に行う(4m材で採材すると材が細くなってしまう)

- (4) 桎積は、4~6月までは3m柱材・4m材の18cm上・3m材4m材の12cm下の込桎・2m材全部と、この4種類で桎積していたが公売の結果4m材の18cm上の応札がなく販売面で苦勞していた。そこで販売係と検討の結果、総合的に考え、次回の公売から4m材の18cm上の桎を3m材4m材の18cm上の桎で販売したところ応札枚数も多くなり結果的にm³ 当り 1,000円高く販売することができた。

- (5) PRの面では販売係の方から公売明細書に次回に公売の情報・国有林のPR等工夫を凝らすなど協力していただいた。

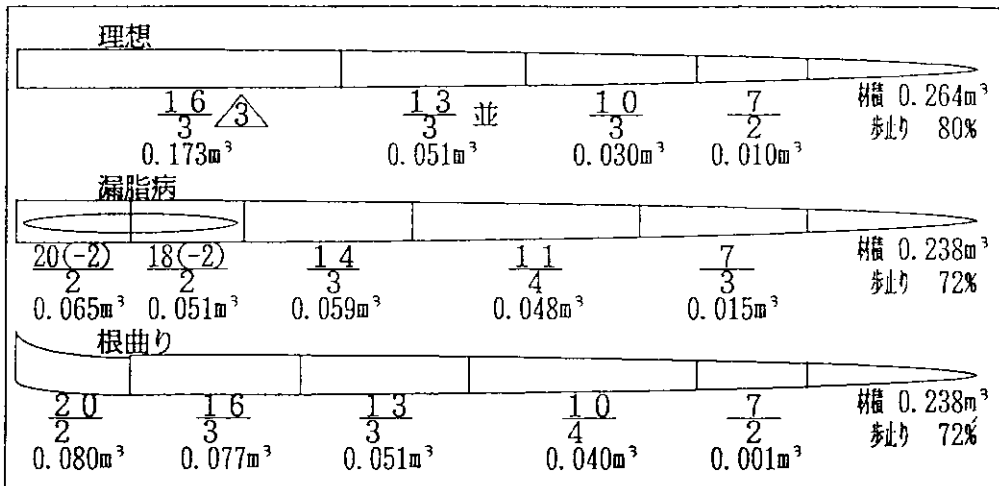


図-1 上田製品事業所の採材パターン

おわりに

土場の面積の問題・材質の問題・木材価格の下落等がある中で、職員が一丸となって販売努力をした結果、販売額が前年度に比べ m^3 あたり6%の収益を上げることができました。