

# 単木売りと複数本売りととの販売比較 について—木曾ヒノキ良材大径木の有利販売について—

上松木材販売所・貯材第1係 ○ 松原 晴治  
調査係 千邑 美晴

はじめに

従来、素材を最高価格で有利販売するためには、民間の市売りと同じように単木売り(一本売り)することがベストとされ、複数本売りはベストではなく、ベターな販売方法とされてきた。このため、木曾ヒノキの良材大径木、いわゆる目玉材は一本売り、または少本数売りが適当とされ、当所の椴積基準でも末口径が60cm以上の大径材は一本売り、50cm以上のものは3~5本の少本数売りを原則としている。すなわち、有利販売のためにはこれらの目玉材は本来はすべて一本売りすべきであるが、土場のスペースや業務の煩雑さを考慮し、4~5本のまとめ売りもやむを得ないと判断していた訳である。

しかし、複数本売りは、買い手側から見れば一度にまとまった材を購入できるということであり、これがメリットとすれば当然競争効果が働いて売り手側にとっても有利な結果をもたらすのではないかという疑問が生じる。ここでは、そういった単純な疑問から本当に複数本売りは不利な販売なのか、単木売りがベストな販売なのかを調査し、検証してみた。なお、調査は当所の上松土場において行った。この土場は3年度の取扱い数量が24,500m<sup>3</sup>、総販売額が約31億円で、文字どおり日本一の規模を有している。

## 1. 調査・検証について

木材の場合、有利な販売法であるかどうかを検証する際に一番大きなネックは、木材が一本一本すべて異なり、一つとして同じものはないということである。このため、差が生じても、それが販売方法に起因するものなのか木材の違いによるものなのかがわからなくなってしまうことである。

このため、ここでは、次の二つの調査を通して販売の有利性を検証した。

一つは、可能な限り条件をそろえて、ほぼ同等と認められる素材を比較対象にして、単木売りした場合と10本売りした場合とで、販売単価に差が生じるかを調べた。

もう一つは、同じ材で比較してみた。

初めに、3本売りで公売に出品し不落になった物件を、翌月の公売でそれらを別々にし、すべて一本売りして、両者の応札金額に差があるかどうかを調べた。

まず、最初の事例について説明する。

## 2. 調査事例1

最初の事例は、ほぼ同等の木材を対象にし、1本売りと10本売りとを比較したものである。これらの比較材は、すべて産地が王滝、品等は元玉3等材、長さが5m、末口径が40~44cm、検知が上松土場、販売時期が10月と可能な限り条件を同じものにした。従って、予定価格も同じである。あとは一本一本の木質の差が残るが、これは8本、10本と多く集めて比較することにより、誤差が相殺されることを期待した。

販売結果は、表-1のとおりである。

10本売りのまとめ売りでは、平均末口径が42.2cmで平均販売単価は $m^3$ あたり62万円であるが、すべて単木売りした8本(件)の平均径は41.5cmで販売価格は52万円であった。すなわち単木売りに対し、10本のまとめ売りは $m^3$ 当り10万円高く販売されたことになる。

表-1 1本売りと10本売りとの販売比較

販売方法	単木売り(8件)	10本売り(1件)	7本売り(参考)
本数	8本	10本	7本
総材積	6.896 $m^3$	8.918 $m^3$	6.608 $m^3$
平均材積	0.862 (100)	0.892 (104)	0.944 (110)
平均直径	41.5 cm	42.2 cm	43.5 cm
平均単価(万円/ $m^3$ )	52 (100)	62 (119)	62 (119)

- 比較材の条件
- ① 産地 ----- 王滝材 (産地格差を除くため)
  - ② 品等 ----- 元玉3等材
  - ③ 長径級 ----- 5m 40~44cm
  - ④ 検知(計測) ----- 上松土場 (検知格差を排除するため)
  - ⑤ 販売時期 ----- 4月10月 (市況変動による差を除くため)

m<sup>3</sup>当り10万円も高かったと書くと、それはやはり10本売りの方が木柄が良かったのではないと言われそうだが、10本売りの槿は、木口面をみると古い材も多く、特段良いものでないことがわかる。(写真参照)

10本売りの槿の木口面



また、10本売りの販売価格が高かったことは、単なる偶然ではない。このことは平成5年1月にもほぼ同じ条件で7本売りを行ったが、表の参考のとおり、これもm<sup>3</sup>当り62万円ときわめて高い価格で落札されたことからわかる。ただ、7本売りの場合は平均末口径が43.5cmと少し太くなっており、単木売りと比較する場合は若干割引く必要があるが、それでも高値で販売されたことは明らかである。10本売りと7本売りの槿を落札した人になぜこのような高い単価で応札したのか聞いたところ、答えは『普通の相場では52～53万円だが、40～46cmの径級は長押をとるのに適材であり、木柄・色合いをそろえるためには多くの丸太が必要なため、かなり無理して赤字覚悟で応札した』とのことだった。

すなわち、木柄をそろえるためどうしても欲しかったが、木曾ヒノキの良材大径木は少なく入手しにくいいため、通常の見積もりに10万円のプラスアルファして応札したので販売単価が62万円という高値になったということである。

### 3. 調査事例2

この事例は、まったく同じものを3本売りと単木売りとで2回販売し、その応札額を比較したものである。

販売結果は、表-2のとおりである。昨年のX月に3本極を公売に出したところ、最高応札価格は241万円でわずかの差で不落であった。これを品等表示は前回と同じで、出品場所を変え、前回不落となった3本売りととはわからないように配慮し、次のY月にそれぞれ単木売りした。その結果は3本の最高応札額の合計が172万円と前回よりも30%近くもダウンしてしまった。当然、全部が不落であった。3本のうち2本は落札すると思っていたので意外な結果であった。

表-2 3本売りと1本売りの販売比較

販売時期	4年X月	4年Y月		
本数・径級	3本 (48・50・50)	1本 (48cm)	1本 (50cm)	1本 (50cm)
応札価格(万円/本)	①241 (A社) ②238 (B社) ③149 (C社)	①42 (C社)	①62 (C社) ②60 (D社)	①68 (D社) ②47 (C社)
合計額	241	172 = (42 + 62 + 68)		
平均単価(万円/本)	66 (100)	47 (71%)		

樹種 : 木曾ヒノキ  
 品等 : 元玉3等材  
 長径級 : 5m ・ 48cm ・ 50cm ・ 50cm

この調査では、販売したものは全く同じものであるが、販売時期が1ヶ月違うので、市況の変動による影響が考えられるが、この時期の毎月の木曾ヒノキの出品量は、おおむね2,000m<sup>3</sup>程度で一定しており、需給ギャップによる価格変動は見られなかった。よって、この場合も1本売りよりも3本売りの方が有利に思われるが、結論を急ぐ前に、C社がこれらのすべての極に応札したことに着目し、その購買パターンを見てみる。

C社はすべての物件に応札しているが、3本売りでは、最高応札者A社の241万円に対して149万円と著しく低い応札額になっている。ところが、1本売りでは、3件のうち2件がC社が最高応札者になっている。ここで、興味深いのは、C社の1本売り3件の応札額を合計すると151万円となり、ほとんど3本売りの応札額149万円と同じになることである。

C社に応札の仕方を聞いたところ、まとめ売りの場合はこのように1本1本の評価額の合計で複数本極も応札するとのことであった。そして、1本売りは買えるが複数本売りは買いたくてもいつも買えないとのことであった。このことは、1本売りよりも複数本売りの方が競争効果が強く働くことを意味しているものと思われる。

すなわち、良材が多く集まるほど買い手の購買意欲が高まり、互いに競争することにより買い手は応札に際し1本1本の評価額の合計にさらにプラスアルファして入札するのではないかと考えられる。この競争がどの程度働くのか当所の販売事例の中から応札枚数で比較してみた。

表-3は、昨年9月から今年1月までの公売物件のうち、木曾ヒノキ大径良材に対する応札枚数を単本売りと4本売り以上とで比較したものである。表に見られるとおり、1本売り42件の平均応札枚数が8.8枚なのに対し、4本以上の極野19件に対するそれは11.4枚と多数本売りの方が30%も応札枚数が多くなっている。このことから、多数本売りの場合は、一本売りよりも競争効果がより強く働いていることが理解できる。

表-3 単木売りと多数本売りとのお札枚数比較

販売方法	一本売り	多数（4本以上）本売り
販売件数	42件	19件
お札枚数（総数）	368枚	217枚
平均お札枚数	8.8枚（100）	11.4枚（130%）

調査対象時期 : 4年9月 ~ 5年1月

対象種 : 木曾ヒノキ目玉種（おおむね40cm以上）

#### 4. 競争効果の働く理由

今までの調査事例をとおして、1本売りよりも多数本売りの方が競争によりお札単価がセリ上がることが分かったが、なぜ競争効果が生じるのか顧客に多数本売りのメリットを尋ねると、ほぼ同質・同規格のそろった材を一度にそろえられることである。特に木柄をそろえられることが重要で、神社・仏閣等に納品する場合には相手側から色合いを統一するよう注文をつけられるとのことである。このため、まとまって良いものが出ると少しくらい無理をしても買っておいて、いざという時の注文に備えたいという気持ちが働くようである。このような買い手側のニーズを考慮すると木曾ヒノキの販売については、単木売りが常にベストではなく、38~46cmクラスのもの、同質・同規格のものがある程度まとめて販売することにより、単木売り以上の競争効果が発生し、有利販売につながるが大いに期待される。しかしながら、木曾ヒノキ大径良材のまとめ売りの有利性については、まだ首を傾げる方もいると思われるが、これは経済学における物の価格は、需給関係で決定されることから自然の道理と思われる。すなわち、木曾ヒノキ良材の38~46cmクラスは利用上多数本が必要である（需要サイド）が、今や木曾ヒノキの良材は少ない（供給サイド）という需給ギャップがあるため、価格が釣り上がってくると解釈できるからである。

## 5. まとめ

以上をまとめると、表-4のとおりである。

- (1) 木曾ヒノキの大径良材38～46cmの場合は、長押などに用いられ、買い手は木柄や色合いをそろえるため、多数の本数を必要とすることから、5～10本のまとめ売りが競争効果が高く有利と思われる。
- (2) 径級48～58cmも競争効果が期待できるため、2～5本売りが妥当と思われる。
- (3) しかし、60cm以上では、その利用が1本1本異なってくること、及び2～3本売りにすると総価が高すぎて買い手が応札しにくくなるため、1本売りが妥当と考えられる。

表-4 木曾ヒノキ大径良材の販売（まとめ）

径 級	販売本数	根 拠
38～46cm	5～10本	① 長押などに用いられ、買い手は木質・色合いをそろえるため、多数の本数を必要とする。 ② 1本売りよりも競争効果が高く、有利
48～58cm	2～5本	1本売りよりも競争効果が高く、有利
60cm～	1本	① 特殊採材となり、1本毎に買い手によって利用の仕方が異なってくる。 ② 2～3本売りでは、総価が高くなり、買い手は応札できない。

おわりに

今回の調査により、今まで私たちが行ってきた多数本売りの妥当性・理論的裏付けがとれたことは大きな収穫であった。

今後も、買い手の真のニーズに即した極づくりを行い、有利販売に努めていくことにしている。