

わが署の新規・拡大収入策

諏訪・経営課収穫係 ○黒田 誠
富士見森林事務所 高山 暁美

要旨

わが署においても、自己収入の確保、増大については、業務方針に従い職員が一人丸となって努力しているところである。中でも新規拡大収入策においては、相当の実績と成果を上げている。

ここでは、具体的成果について実施項目、実施結果等を述べると共に、今後においても職員の企業的意識により、さらなる取組みを進めていこうとするものである。

はじめに

わが署の新規・拡大収入策においては、収入実績と共にその歴史は古く、先駆的営林署として自負できるものであると思う。

常に新しいアイデアの掘り起こし、眠っている資源の活用等、創意工夫の努力を積み重ねてきており、その種類は「タラの芽」「クリスマスツリー」にはじまり、「環境緑化木」「松茸」そして「庭石・転石・川砂利」。また、わが署ならではの「森林の水」「黒曜石」さらに「スキー場管理・森林教室といった受託事業」と、多種多様の事業が展開できるようになった。

これらの実績の成果は単に収入を上げるだけでなく、地域社会とのふれあいを深める、より有効な手段としても効果があった。

ここに、わが署の新規・拡大収入策の成果を発表する。

1 収入の確保・増大に多大の成果が得られた。

(1) 実施種類と年数及び実施方法

ア 実施種類は表-1のとおりで営林署管内一円で実施している。

イ 実施年数については、切花、森林の水、庭石等の土石、黒曜石については10年以上、クリスマスツリー及び台木、末木枝条は9年目、環境緑化木が3年目、タラの芽、森林教室、松茸が2年目、スキー場受託については今年度から実施している。

また、年ごとに種類を増し、5年度においては15種類にもなった。

ウ タラの芽、クリスマスツリーは、職員実行により採取・製作し営林署庁舎でお客様に販売している。

エ クリスマスツリーは事前に注文を取っているが、マスコミの報道や口こみによって注文締切後に「何とかならないのか」との問合せがあり、対応に苦慮している。

表-1 実施種類及び実施方法等一覧表

区 分	種 類	実施年数
職員実行	タ ラ の 芽	2年
	クリスマスツリー	9年
	台 木	9年
受託事業	森 林 教 室	2年
	ス キ ー 場 管 理	1年
そ の 他	育 樹 間 伐	6年
	末 木 枝 条	9年
	環 境 緑 化 木	3年
	松 茸	2年
	切 花	10年上
	森 林 の 水	10年上
	庭石、転石、川砂利	10年上
黒 曜 石	10年上	

(2) 収入額

過去9年間の収入実績額及び本年度見込額は表-2のとおりである。

ア 環境緑化木は、3年前から始まった比較的新しい商品だが、既に4,000万円以上を上げ、年平均にしても1,350万円と今や他の追随を許さないトップ商品である。

ここでトウヒ緑化木の販売単価を見ると、販売予定額1,233万円であり、1本当りでは約9,000円、1m³ 当りにすると28万円と木曾ヒノキに匹敵する値段となる。(表-3)

イ 黒曜石は、歴史のある商品で、10年間の平均では560万円と高収入額を上げている。

ウ 受託事業のスキー場管理については、今年度初の試みで現在進行中であり
253万円の収入を見込んでいる。

エ 庭石・転石・川砂利についても黒曜石と同様、歴史のある商品で、10年
間の平均では53万円を上げている。

オ タラの芽は、平成4年度から始めた事業だが、年100万円以上の収入を
得ている。

キ 松茸も2年目にして100万円を越す収入額となった。

ク クリスマスツリー及び台木についても例年100万円前後の収入を得てい
る。

表-2 販売収入額一覧表

(単位：万円)

種類	S59	S60	S61	S62	S63	H元	H2	H3	H4	H5	計	年平均
緑化木								1806	930	1300	4036	1345
黒曜石	419	433	548	485	488	649	642	500	501	972	5637	564
スキー場管理										253	253	253
瓦礫	65	2	61	38	16				163	187	532	53
タラの芽									101	131	232	116
松茸									82	103	185	93
ツリー		43	82	114	78	89	86	100	105	80	777	86
台木		40	38	32	17	22	22	26	15	13	225	25
その他	38	15	13	17	16	12	15	17	37	31	211	21
計	522	533	742	686	615	772	765	2449	1934	3070	12088	1209

(3) 実行結果から

ア この10年間で12,000万円の収入があった。(表-2)

イ 10年間の収入額の推移は図-1のとおりで、昭和59年から平成2年までの間は5

00~700万円台の収入で推移しているが、平成3年度には2,400万円と一気に跳ね上がり、4年度1,900万円、5年度には3,000万円に達しようとしており、ここ3年間の収入は一際高くなっている。

表-3 平成5年度トウヒ緑化木単価

本数	1,400本
1本当り単価	8,810円/本
材積	43.96m ³
1m ³ 当り単価	281千円/m ³

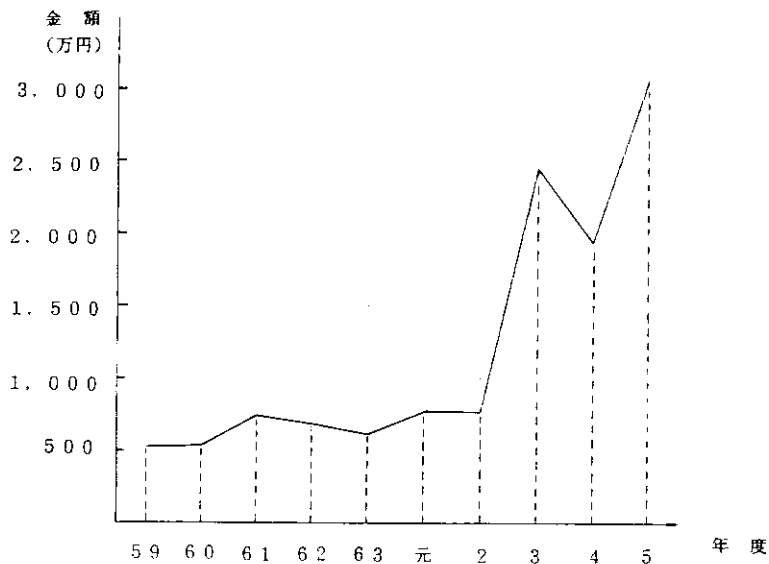


図-1 販売収入額の推移

ウ 平成5年度の高額販売収入のベスト7は表-4のとおりで、1位が環境緑化木で全体収入額の42%、2位が黒曜石の32%、3位がスキー場受託の8%となる。以下、庭石等の土石、タラの芽、松茸、ツリー及び台木と続いている。

また、平成3年度からを見ても1位、2位に変動はなく、いかに環境緑化木と黒曜石の事業が重要かつ有力であるかがわかる。

表-4 高額販売収入ベスト7

(単位：割合 %)

実施項目	H3		H4		H5	
	順位	割合	順位	割合	順位	割合
環境緑化木	1	74	1	48	1	42
黒曜石	2	20	2	26	2	32
スキー場管理					3	8
石、砂利			3	8	4	6
タラの芽			4	5	5	4
松茸			6	4	6	3
ツリー、台木	3	5	5	6	7	3
計		99		97		98

- エ 受託事業のスキー場管理については、今後の有力事業となり得ると思われる。また、森林教室についてもベスト7には入らなかったが、一定の大口固定客を得ており、ある程度の収入を見込むことのできる安定商品である。
- オ 庭石・転石・川砂利は、需要先が特定できず収入の見通しがつきにくい商品ではあるが、潜在的需要は充分あるので今後の需要開拓が鍵となる。
- カ タラの芽・松茸は2年目と歴史は浅いが、今後の有力事業として評価できる。

2 地元諏訪地方はもとより、都会の住民まで営林署をPRすることができ、森林林業について認識を深めてもらうことができた。

(1) タラの芽、クリスマスツリーの販売を通じて、地域住民への営林署のPRができ、その効果は大きなものであった。

ア タラの芽、クリスマスツリーの販売数量及び来客数は表-5のとおりで、平成4年度からのタラの芽の来客数延1,535人、昭和60年度からのクリスマスツリーでは延3,855人、計5,390人にも及ぶ多くの方が来庁された。

そして、対応に当る職員と和やかに歓談し、お目当の商品を手に入れた喜びを急ぐ主婦や子供の目に営林署が一際大きく映ったことと思われる。(写-1~2)

表-5 タラの芽・クリスマスツリーの販売数量及び来客数

(単位：来客数 人)

実施項目	数量 単位	S60		S61		S62		S63		H元	
		数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数
タラの芽	パック										
クリスマスツリー	本	320	264	547	452	717	592	562	464	609	503
計			264		452		592		464		503

H2		H3		H4		H5		計	
数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数	数量	来客数
				1,454	646	2,000	889	3,454	1,535
633	523	490	405	438	362	351	290	4,667	3,855
	523		405		1,008		1,179		5,390



写-1 タラの芽販売



写-2 クリスマスツリー、
台木販売

イ 来庁されたお客様を対象に実施した「平成5年度タラの芽販売のアンケートから（図-2の1～2の3）、

(ア) 「あなたの住まいは」との問いに、地元諏訪市をはじめとする諏訪地域からが97%と大半を占めたなか、3%約30人は塩尻市等遠方から買い求めてきており、広範囲に亘ってお客様が来庁されている。

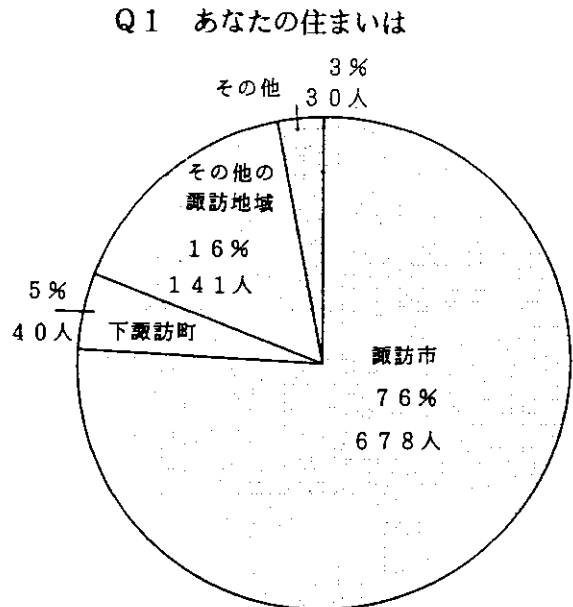


図-2の1

Q2 タラの芽販売を何で知りましたか

(イ) 効果のある宣伝方法としては、「タラの芽販売を何で知りましたか」の問いから、1番が「新聞」で70%、2番が「テレビ、ラジオ」で11%、あと、「口こみ」「前年から」あるいは「通りかかったから」という順番で、約8割の方がマスコミの報道を通じて知ったということである。

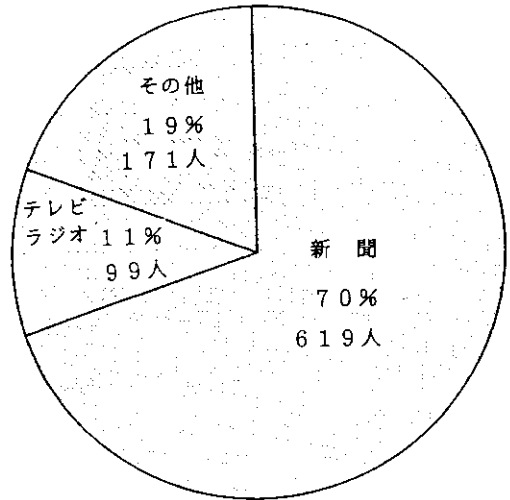


図-2の2

Q3 営林署を知っていましたか

(ウ) 「営林署を知っていましたか」との問いには、「タラの芽販売を通じて」が24%、「ツリー販売」からが10%と、計34%約300人近くの方に初めて知っていただくことができ、PRの方法としても有効であったことが裏付けられた。

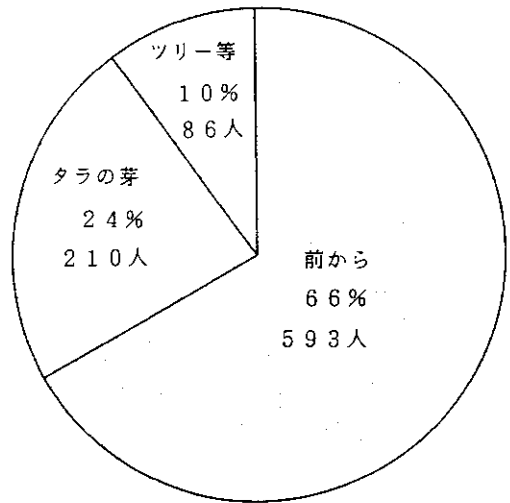


図-2の3

このアンケート結果から記者クラブへの投げ込み等によるマスコミの活用により、いざマスメディアに取り上げられた時働くその力は、計り知れないPR効果を営林署にもたらすものとする。

(2) 体験林業を通して未来を託す子供達に、森林・林業の重要性を理解させることができた。

受託事業の1つとして、体験林業における森林教室のインストラクター派遣費用を平成4年から有償として実施しているところだが、表-6のとおり無償時代の昭和57年当初から合わせると、その数は過去10年間で19,000人以上にも及ぶ。その体験内容も地ごしらえ、植付から始まり、下刈、除伐、間伐さらに歩道作りと各種実施しており、多くの子供達に森林林業の重要性を肌で感じさせることができた。(写-3~4)

表-6 体験林業参加者数

(単位：参加者数 人)

年度	学校数	参加者数
S57	4	321
S58	5	463
S59	10	717
S60	16	2,300
S61	14	2,049
S62	22	2,298
S63	16	2,759
H元	12	2,000
H2	17	1,615
H3	19	1,951
H4	19	1,509
H5	18	1,883
計	172	19,865



写-3 体験林業
(地ごしらえ作業)



写-4 体験林業
(間伐作業)

(3) 松茸の販売を通じて売払い相手方が「富士見町国有林愛護会」を結成され直接・間接的に営林署を支援していただいている。

具体的には松茸の払い下げ場所は、西岳及び編笠山国有林にまたがる234.9ヘクタールの広大な区域とその周辺における

ア 国有林の巡視

イ 林道維持作業

ウ 山火事防止運動

エ 盗木・盗石等の監視

オ 歩道・登山道の整備

等を富士見森林官の指示のもとに、愛護会63名の会員に手助けしていただいている。

このような団体を作ることこそ、PR活動が求めている具体的成果といって良いと考える。

おわりに

経営改善を進める上で自己収入の確保・増大は必要不可欠である。

そこで、目標達成にあたり職員の意識、知識を総動員し

- 1 販路拡大のための情報収集
- 2 新たな産物を発掘するというチャレンジ精神
- 3 前だれ意識でお客様を大切にするという心

をキーポイントとして位置づけ、未利用資源で有効活用できるものはもうないのか、お客様にはどのように接すれば良いのかを過去の実績を踏まえながら追及し続け、相応の成果を上げているところである。

今後においても、この盛り上がりつつある企業意識により、今自分達に何ができるかを念頭に少しずつでも「できることから実践しよう」と、職員が一丸となって新たな取組みを始めているところである。(図-3)

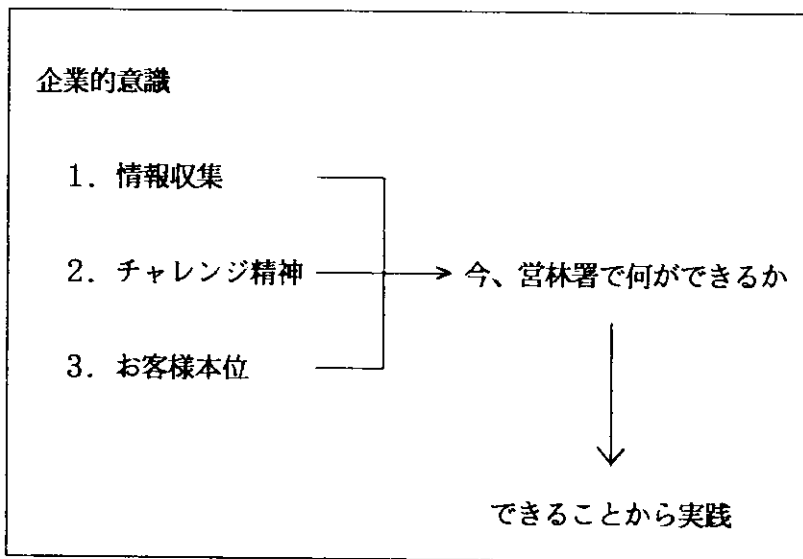


図-3