

素材生産と販売方法の改善について

長野・経理課処分係 水野 楠 男
 黒姫製品事業所 中島 安美
 事業課販売係 大杉 定美

はじめに

経済の景気低帯に伴ない、住宅着工等、木材需要の大巾な減少により55年度後半頃から木材価格が低迷し、国有林材の販売も不振な状況にあり、本年度に入ってもその回復の兆しはなく、販売の不振は一層長期化することが予想され収入の確保は一段と厳しい情勢にある。

特に当署においては人工林カラマツの生産、販売が主体であり、このカラマツをいかに生産し販売するかが、当署における収入確保の最大のポイントである。しかし、そのカラマツの需要は外材（北洋材）との競合もあって年々減少し、価格も低迷が著しく、これでは販売額の減は益々拡大するものと思われる。

このことから当署における生産、販売方法を改善し、販売の促進と収入の確保を図るために、生産と販売が一体となってその改善に取り組んできた経過と今後の問題点を発表する。

1 改善点と実行結果

先づ生産面の改善方法として、カラマツの全幹材を取り入れ、有利販売の促進を図るため、56年度から一部（480 m^3 ）当該全幹材を生産したが、従来、生産していた普通材と比較し非常に有利な価格で販売することができ、また、その結果生産工程のアップがあった。従って57年度は市場の需要に即応する目的で大巾（3,550 m^3 ）に増大し実行中であるが、その販売実績は好調で上楠、黒姫事業地の値開率は平均140%である。

また、56年度から集材機作業で生産を実行している飯縄（東谷）事業地のカラマツは、小径木で、かつ曲りが多く、一般製材用としては利用価値の低い材であり、地元業者等に聞き

図-1-1 素材生産量

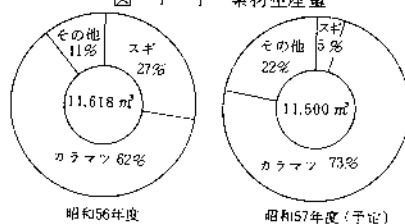


図-1-2 素材販売量

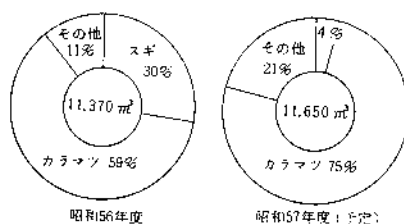


図-2 素材販売額

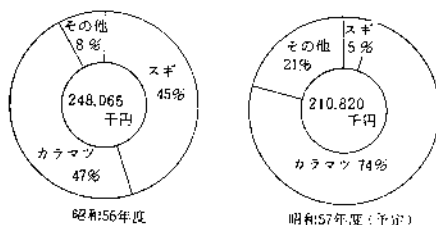


図-3 販売単価の推移
一般材（公売）

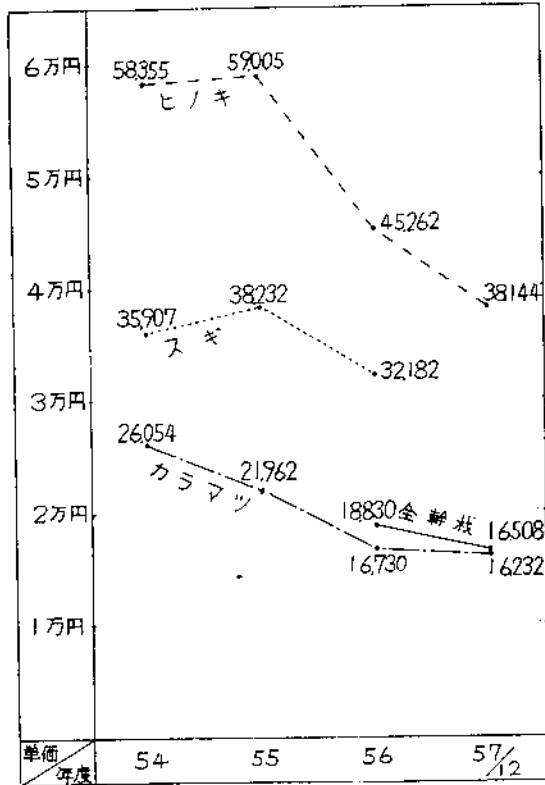


表-1 昭和57年度カラマツ全幹材販売実績表

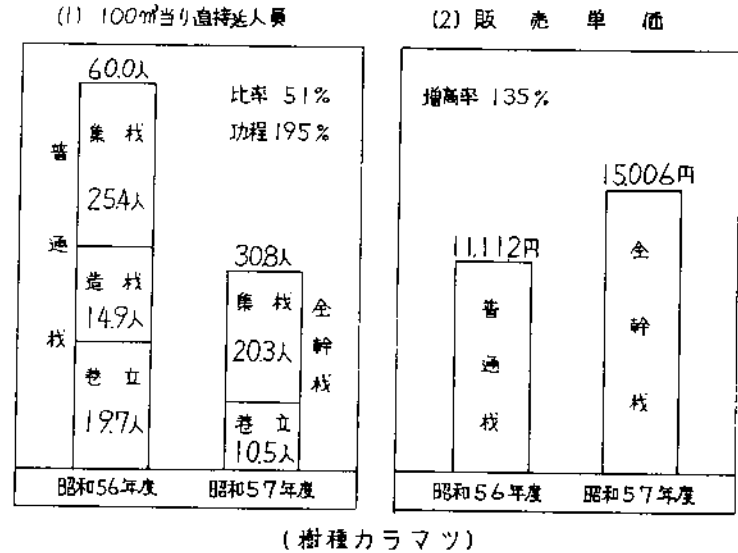
月別 事業地	5 ~ 6		7 ~ 8		9 ~ 10		11		(平均)	
	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率
上楠			24,005	162	20,716	138			22,244	149
黒姫	17,534	138	18,716	151			17,640	120	17,713	134
計(平均)	17,534	138	22,379	159	20,716	138	17,640	120	19,419	140

(注) 調査は公売結果から。

込みしても買受希望がなく、公売に出品しても大半が毎回不落の状態（応札がなく4回も再度出品

した物件もある)であったが、57年度からは全幹材として生産し、一部(970 m³)は概算契約で販売したところ、56年度のような販売不振に至らず、販売価格(135%)及び生産工期(195%)も上昇し、しかも少ない労働力で収入の確保ができた。

図-4 飯縄(東谷)事業地における実行結果の対比



また、従来カラマツの植積については、径級4cm以上、込椋として植積していたものを、13cm以下の細物と14cm以上の太物に選木して植積した。この選木巻立は最終土場で行なうのは容易であるが、すべて山元生産である当署では大へんな作業である。しかし、仕訳したことにより今まで販売不振であった当該込椋が売れるようになり、しかも有利な値開率で販売できた。

表-2 カラマツの込椋と選木椋の販売実績表 東谷(夏山)

区 分 種 別	56年 4 ~ 6月		7 ~ 8月		10 ~ 11月		57年 6 ~ 7月		
	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率	
込椋	径級4cm上	14,092	101	13,858	102	12,944	103		
	落札率	9 (不随29)		5 (不随33)		37 (不随63)			
選木椋 (大物)	径級14cm上				17,740	118	17,988	105	
	落札率				100		100		
選木椋 (細物)	径級13cm下				14,395	157	11,939	111	
	落札率				100		100		

鳴岩・富士見（冬山）

区 分	57年 1 月		2 月		3 月		
	販売単価	値開率	販売単価	値開率	販売単価	値開率	
運木柱 (太物)	径級14cm上	20,815	112	20,153	109	19,667	107
	落札率	100		100		100	
選木柱 (細物)	径級13cm下	16,314	148	16,532	150	14,402	130
	落札率	100		100		100	

(注) 長級は3.0～4.0m 調査は公売結果から。

図-5 流通動向の推移

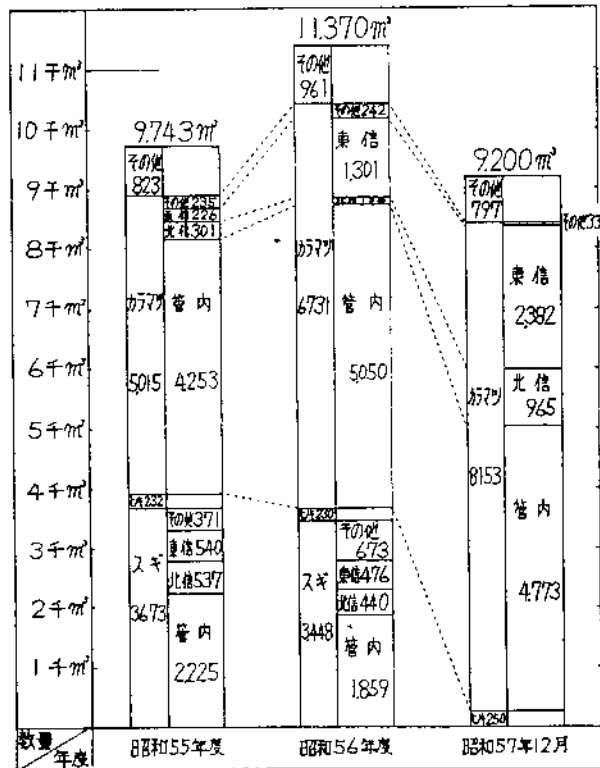


表-3 販売アンケート集約概要

設 問	回 答						分析または対策	
対 象 地 域	当 署 管 内 75%			東 北 信 25%			管内の地元業者が大部分を占め近隣地域とで全体となっているが、県外業者も時折参加している。	
者 業 の 種	製 材 57%		素材生産 20%		流通 13%	バルブ 3%	その他 7%	参加者は製材業者が主体である。
傾 向	参加頻度 10回 25%	9回 10%	8回 30%	7回 5%	6回 20%	4回 5%	3回 5%	年間11回実施 3割位が常連で参加率50%以上が9割となっている。
希 望 積 積 量	20 m³ 6%	30 m³ 50%		40 m³ 19%	50 m³ 19%	50 m³以上 6%	30 m³ 前後の口が最適である。	
仕 材 の 種 別	30 cm 上との選別を希望 55%		選別不要 45%				アカマツ、カラマツを行なっているが選別の要否は半々であり検討を要する。	
仕 材 の 一 般 用 材	現状 26%	13 cm 下と中目との選別を希望 56%		劣材を選別 9%	径級その他 9%		13 cm 下との選別は現在行っており大体現状に近い。	
入 札 案 内 記 載	現 状 95%				もっと早く 5%		遠隔地への案内は速達便を考慮する。	
細 書 等	信 頼 60%		有 り 40%				計割格付等の誤りがあったと指摘する回答が4割あることは今後十分な注意をする必要がある。	
そ の 他	長級 4.6 m, 2.0 m 採材を希望						一部の希望であるが今後検討を要する。	
	規格表示を明瞭に。							
	注文採材取引を希望。						一般化することは困難であるが今後研究を要する。	
	アカマツは採材時期に配慮して。							

これは夫々の用途に応じた需要ができるためであり、買受人も特定の業者でなく広い範囲となった。この選木方法は最も販売不振であった、トラクター作業で生産している飯縄（東谷）事業地で、56年9月から実行したものであり、その後は各事業地で実行しているが、始めた頃より価格は落ち着いてきており、最近では土木仮設用材等の需要もあって13cm下の細物種は好結果となっている。

次に販売面の改善方法としては、事前に市況、需要動向等を把握するため、業界との意思疎通を図ることを目的に、セールスによる販売を促進した。56年6月の公売ではカラマツは全幹材が落札したのみで、普通材は全部不落であったが、セールスによって大半を販売した。この時期にセールスをして販売したものは47件（1,590㎡）である。

なお、その後もセールスを行っており、これによって管外業者の公売参加が増え、販路の拡大ができた。

また、公売参加業者等を対象にアンケート調査を行ない、需要動向等（樹材種、積積量、採材等）を取りまとめ生産面に反映している。

たとえば、積積量の画一化を改め、積積基準表による基準量（樹材種により異なる）に満たなくても完了種とし、小種にして買い易くした。その結果今まで公売に参加しなかった業者が参加して購入するようになった。

また、採材についてもカラマツの長級は従来から地元需要の関係で、3.65mを多く採材していたが、56年から一般に需要のある4.0mを主体に採材し、その需要に応じている。

なお、最近では従来1.8m（N材）で採材していた根曲り材を、需要度の高い2.0mも採材して、有利に販売しており、こうした需要動向に弾力的な対応で販路の拡大を図っている。

しかし、最も大きな改善点はカラマツの全幹材を極力とり入れたことと、一部全幹材（小径低質材）を概算契約にしたことが好結果となっている。

II 今後の問題点

このように生産と販売方法を改善したことにより、有利販売の促進と収入の確保を図ることができたが、今後その実行については次のような問題があり検討しなければならない。

1. 全幹材は需要動向に支配されるので、その生産は弾力的に対応する必要がある。

表-4 改善点と今後の問題点

改 善 点			問 題 点		
1	全幹材の導入	有利販売 生産工程のアップ	1	全幹材	需要動向に支配
2	概算契約	有利販売	2	概算契約	小口需要者を圧迫
3	選木種積	有利販売	3	選木種積	山元土場では 量的生産に限度
4	アンケート調査	需要動向に対応	4	注文材に応じて	契約制度の見直し
5	セールス	販売の促進 販路の拡大	5	販売不振材	需要の開拓

2. 全幹材の概算契約は小口需要者や、採材、搬出施設等のない業者の購買力を圧迫するので、考慮して実行する必要がある。
3. 選木種等の生産を増やすことは巻立箇所が多く必要となり、工期も低下するので、山元土場では量的に限度がある。
4. 販売促進の面から注文材に応じられる契約制度の見直しや、販売不振材については、積極的にその需要を開拓する必要がある

おわりに

以上、当署における人工林カラマツを主体に、その生産と販売方法の改善についての一端を述べたが、今後、早期に木材市況の好転を期待することは難かしい現状であり、販売額の増は益々厳しいものと思われるが、今までの経過を究明し、より良い改善に向けて努力したい。

なお、この改善方法については現場の職員の皆さん、特に基幹作業職員の皆さんの理解と協力によって実行できたものであり、深く感謝するものである。