

新鮮材の生産販売について

— 我が署における素材の有利販売への取組み —

坂下・有利販売プロジェクトチーム
販売係 松 井 乙 彦

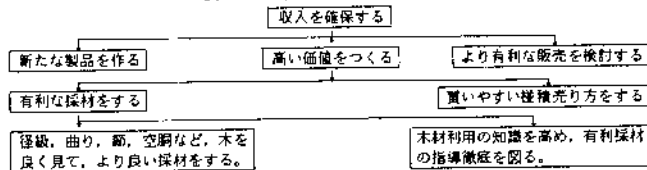
はじめに

近年、国有林野事業の財政事情は悪化の一途をたどっており、昭和56年度決算においては、1,472億円の損失を計上するにいたった。木材価格が低迷している状況の中で、指示された収入目標を達成するため、署員の英知を集めるべく結成した有利販売プロジェクトチームの活動状況を中心に、我が署における素材の有利販売への取組みを発表する。

1 プロジェクトチームの編成と収入確保対策

決められた素材生産量のもとで、材価の低迷を克服して収入を上げて行くためには、商品たる木材の価値を高め、より有利な販売方法を採用することが肝要である。このための方策をさぐるべく、昨年、署長を筆頭に経理課、事業課、製品事業所の関係職員からなる「有利販売プロジェクトチーム」を編成した。最初にチームのメンバーによって、日頃考えて来た収入確保対策を出し合い、表-1のように集約した。

表-1 収入確保対策の集約



次にこの対策の実施計画を表-2のとおり樹立し、担当者が中核となって具体的に実行した。

項 目	実施計画	項 目	実施計画
1 新鮮材の供給	・各セット毎に現地検討指導する。	4 様積売りの改善 (1)商品質材の単木公売 (2)柱適材の少量様積 (3)品質の均一な様積 (4)寸目の未木口記入	・貯木場担当者と打合せてスペースの許す限り細かな様積の指示 (経理課長)
2 採材方法の改善 (1)延寸の短縮 (2)根元の化粧掛け (3)チェックによる測尺 (4)空洞等の適切な打出し (5)採材長の有利性の検討 (6)根曲り付き柱材の生産 (7)有利採材現地指導		5 価格評定上の検討 (1)人工林材中目4m元玉割物 (2)成葉樹特殊材の木工価格 (3)打出し材の販売価格	・市況出材状況みながら検討した。 (販売係)
3 新たな製品生産 (1)根株の生産 (2)打出し材の生産	・情報を集める。 (生産係)	6 視察等 (1)市況視察 (2)製材工場見学	・市況視察等(処分係) ・連絡とり実施(事業課長)

II 新鮮材の供給

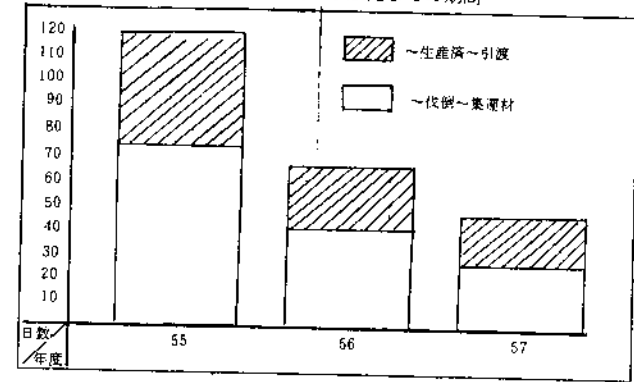
かつては、生産量の確保を優先するあまり、生産期間が長期化し、変色、虫害等による品質低下から公売落札率の悪化をまねいたこともあった。新鮮材供給のため、表-3のように作業方法を重点に改善に努めた。

表-3 新鮮材供給の留意事項

- 1 先山伐倒数量は最少限にとどめる。
(降雪期の先行伐倒は特に控え目にする。)
- 2 伐倒作業開始前に架線敷を徹底する。
- 3 造材済材は早く搬出する。
- 4 搬入材は、早期に巻立を完了する。
- 5 基準量以外でも公売近くでは完了材とする。

この結果、図-1に示すように伐倒から販売までの期間を、従来の半分以下に短縮することができた。

図-1 伐倒から販売までの期間



III 採材方法の改善

採材の良否が販売価格に与える影響は、極めて大きい。採材方法の改善のため、製品事業所の各セット毎に次のような現地指導を行ないその実行に努めた。

第一は、材積当たり価格が有利になる柱適材の積極的な生産である。人工林の、径級14~22cmの適材は3m又は6mの柱材を採材するよう指導した結果、図-2、図-3に見るように大幅に増加した。

第二は、明確に元玉とわかる造材の仕方である。柱適材の場合、元玉と中玉とでは価格に五割以

上の差が出ることもあるため根張り部分の化粧掛け、又は根曲り付き材の生産など、元玉採材の指導を行うとともに、きめ細かな造材に努めた。

第三は、木曽ヒノキ高品質材及び長材の生産である。従来、木曽ヒノキについては5mを主に、一部6m採材を行ってきたが適直な材については可能な限り長材とするよう指導した結果、表-4のとおり57年度は従来の二倍近い生産量となった。

図-2 柱通材年度別販売量

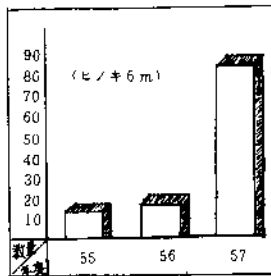


図-3 柱通材年度別販売量

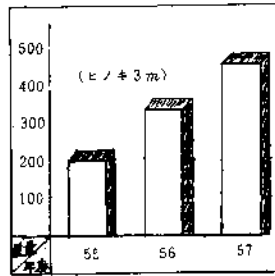


表-4 木曽ヒノキ高品質材年度別数量及び販売価格

年度	長級種別	5m材	6m材	7m材	8m材	10m材	計	指数	備考
		数量 m³	48	26					
55	単価 円	49	27						
	金額 円	2,352	702				3,054	100	
	数量 m³	45	30				75	100	
56	単価 円	37	42						
	金額 円	1,665	1,260				2,925	96	
	数量 m³	83	39	4	7	2	135	183	昭和57年1月現在
57	単価 円	48	30	68	52	42			
	金額 円	3,984	1,170	272	364	84	5,874	192	

IV 新たな製品生産

木曽ヒノキやケヤキの根株（打出材）、あるいは高品質なケヤキ、コウヤマキ大径木の単木販売など、従来少なかった特殊な材の生産販売に努めた。57年度に生産販売した特殊材は図-4のとおりである。

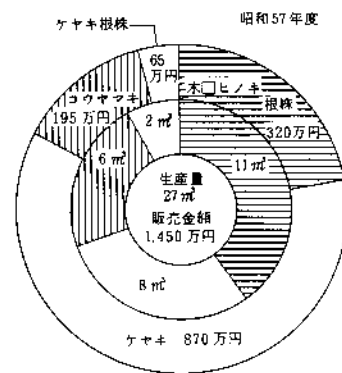
V 植積方法の改善

買手が見易く、買い易い植積みとするため、

(1) 植の大きさについては、買受人の意向を把握しその状況に応じて次のような量としてきた。

人工林の下目材は15~20m、中目材は25

図-4 特殊材の生産量及び販売額



m、柱材は5~15mを月安に、又、木曽ヒノキについては、尺上は30~50m、中目は30~40mを目安としている。

(2) 従来元口に記入していた径級等の標示を原則として末口標示として見易くした。

(3) 植積量に応じて、古レールを利用したL型ホー立を効果的に採用し、植積材の安定と搬出時トラック積込みの容易化に努めてきた。また、貯木場の効果的な使用にも役立っている。

VI 植積材の品質管理

植積材の品質を確保するため、梅雨期には虫害防止のため、スミパークE、パインテックスを散布。夏期には木口割れや口焼けを防ぐため、高品質材を主体に、ダイネットによる日覆を行っている。

VII 製材状況等の視察

販売した材がどのように製品化されるか、素材の品等格付と製材の品等格付の関係など、木材について総合的な知識を高めるため、製材工場や市売の視察を行ない、職員の職務意欲の向上に努めた。

おわりに

以上、当署がプロジェクトチームを中核として、新鮮材の生産、有利販売に取り組んできた概要を

紹介したが、これらの努力の結果図-5に見るように公売落札率が向上し、成果を上げることができた。

国有林野事業が非常に困難な事態に直面しているとき、収入確保は私達の責務であることを強く自覚し、今後さらに改善に努力して行きたい。

図-5 公売落札率結果

