

中信地域の木材需要と国有林材販売についての一考察

松本・経理課処分係 立川 慎一

はじめに

私が昭和56年4月の配置換で当署の処分業務を担当した時期は、木材不況のかげりが大きく影響を与え、当署の販売も外材指向地域にあって苦心を重ねていた時期である。

署の販売計画での地元産業販興にむけられる随意契約量は、総販売量、1万2千平方メートル（素材換算量）のうち、3千立方メートル、販売比率25パーセントが地元工場に振り向けられる計画であった。そこで外材依存度の高い地域での販売は、地元随契対象工場への対応が、国有林材販売確保の鍵を握るものであると考え、随契工場との接触到心掛けてきた。そうした中で工場との契約から連絡のすべてが個別方式で、違和感があるばかりか、署と対象工場の間が疎遠でありそのうえ不公平感が強いことが明らかになるとともに、工場間の連帯意識の欠除、また地元木材協同組合も、国有林に無関心で地元随契対象工場についてもあまり関与していないことがわかってきた。

私は、中信地域での当署販売事業の立場が想像以上であることを知り、これらは外材指向地域の影響だけではなく他に原因があるのではないかと疑問を待ち始めたのである。

そこでこの原因の解明がこれからの国有林材販売対策上必要であると考え、上司に相談し次の調査を行うことにした。

I 聞取調査

方法として、密接な関係にある地元随契対象工場12社を個別訪問し、署に対する不平不満、または意見や考え方を聞取り、原因を知ることにした。

聞取調査の結果次のことが判明した。

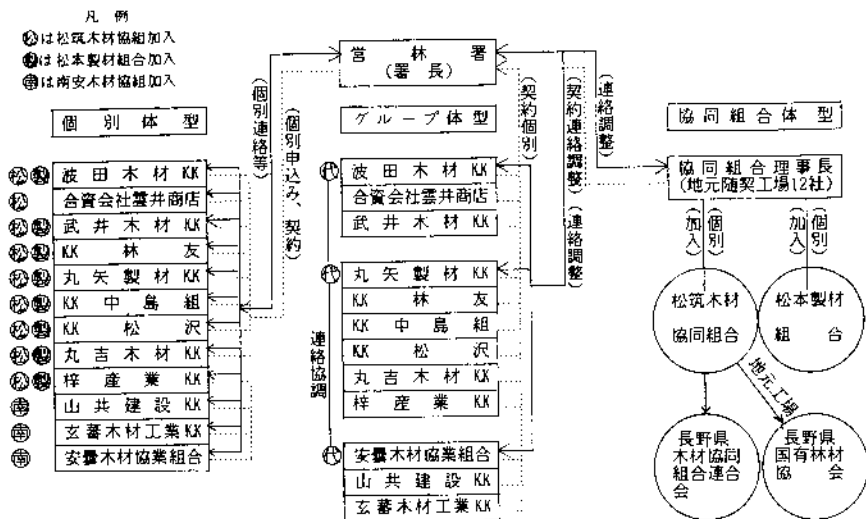
1. 現在の地元工場は、昭和37年の風倒木処理の頃に、地元工場の協同組合が、共同買受けて連帯意識をもって行ってきたのが基礎となった。
2. 昭和42～43年頃、署の指導によって個別契約に切替られ、その頃から中信地域は外材指向に傾き始め、年を追って国有林材と疎遠となった。
3. 個別契約が伸長するに伴い、地元工場は個別主義が強まり、それにしがって署の対応も、自然に個別となり、不公平感が次第につるとともに、連帯感が薄れていった。

以上の原因、経過が明らかになり、その対策として、地元随契対象工場の国有林に対する疎外感の解消こそ、当面必要な対策と考えたのである。

その手段としては、地元工場のまとまりを作り、連帯意識の高揚を図るとともに、随契材の契約は全工場に公開し、全工場がお互いに協議して個別随契極を決定させ、契約は該当する全工場が参加して行うことが、公平であり連帯感の造成につながるものと考え、随契工場所在地別に代表制を設け、署との連絡打合せ、工場間の意志疎通等を、共通の立場で行えるように提案をした。

地元随契対象工場も提案の趣旨を理解し、地域ごとの代表者を決め、昭和56年9月から実施してきた結果、次の成果を得た。

図一 地元随契工場体別系統図



メリット、デメリット

メリット なし

- デメリット
1. 個別主義で協調性がない。
 2. 個別調整が必要。
 3. 国有林材の振興に無関心。
 4. 個別契約処理で相互に負担が大きい。

メリット、デメリット

- メリット
1. 連帯意識と協調性が生まれた。
 2. 個別配材の不公平感がなくなった。
- デメリット
1. 組織力がとぼしく国有林振興に消極的である。
 2. 個別契約処理で相互に負担が大きい。

メリット、デメリット

- メリット
1. 署と緊密になり意思の疎通が図れる。
 2. 国有林販売行政がやりやすくなった。
 3. 国有林材の振興に組織力として役立つ。
 4. 資金力の調達が容易になる。
 5. 契約業務の軽減が図れる。
- デメリット
1. 協同組合の事務負担が生ずる。

- 1) 連帯意識と協調性が生まれた。
- 2) 個別配材の不公平感がなくなった。

しかしながら、メリットだけではなく、現行方法では、組織力がとぼしく国有林材振興には消極的であり今後これらについて地域の動態を考慮しつつ、協会又は協同組合への組織化が大きな課題である。

次に、営林署管轄地域内の木材需要動向、並びに意識調査を行い、需要動向に添ったキメの細かい販売施策を行うために、アンケート調査を行った。(表一 略)

II アンケート調査

アンケートの対象者は、当署管内の「競争入札参加資格者(林産物販売関係)」82社を対象とした。回答は50社で回収率60パーセントであった。

取りまとめ方法は、需要の大宗を占める製材業と、国産材の流通に大きな影響を持つ製材生産流通業別に行った。

また比較対照として、松筑地方事務所で扱っている、県木材業者及び製材業者登録条例に基づき登録されたものから、必要因子を集計して対象資料に用いた。

1. 製材業のとりまとめ結果

(1) 工場規模と資材購入量の比較表

表一 工場規模と資材購入量の比較表

	林業機械				製材機械				従業員数 人	資材購入量					
	集材 機台	トラ ック 台	チェーン 台	送材車付 鋸 台数	テーブル 鋸		丸鋸			国産材 計%	外材 %	1社当 平均 購入量 ㎡			
					台数	kw	台数	kw							
県登録製材業 47社平均	0.3	2.1	2.6	1.1	37.0	1.3	18.9	1.0	3.0	6.4	5.5	11.5	17.0	83.0	2,600
地元随契工場 12社平均	0.3	3.3	3.2	1.4	54.4	1.8	28.0	1.0	3.2	13.8	9.9	7.1	17.0	83.0	3,030
同 対 比	-	1.2	0.6	0.3	17.4	0.5	9.1	-	0.2	7.4	4.4	[4.4]	-	-	430

注 比較対照は1社当りの平均値を用いた。

この比較で見ると、工場規模でも資材購入量においても、地元随契対象工場のウェイトの高いことが判明した。

(2) 経営意識調査取りまとめ

表一 経営意識調査表

区 分	現有設備を将来どうするか				不況対策どうしていますか		
	拡 充 す	現 有 保 持	改善合理化 で縮減する	木材需要に 合せ縮減する	現有取引を 大切に無理 しない経営	景気上向く まで操短す る	積極的に需 要を掘起し 切捨ける
地元随契工場 12社	-	7	2	3	10	-	2
同上以外の工場 10社	-	10	-	-	7	-	3
計	-	(77%) 17	(9%) 2	(14%) 3	(77%) 17	-	(23%) 5

ア. 「現有設備を将来どうするか」

- (ア) 現有保持……17社の77パーセント
- (イ) 改善合理化で縮減……2社の9パーセント
- (ウ) 木材需要に合せ縮減……3社の14パーセント

イ. 「不況対策をどうしているか」

- (ア) 現有取引先を大切に無理しない経営……17社の77パーセント
- (イ) 積極的に需要を掘起して切り捨ける……5社の23パーセント

以上の結果から、現在木材産業構造不況下での経営は、現有を保守していくことが、当然の

凝結となったが、特に随契対象工場に縮減を意識している工場もあり、底の深い不況への対処がうかがえる。

(3) 原木購入の意識調査取りまとめ

表一四 原木購入の意識調査表

区 分	外材購入の決めて					国産材購入の決めて				国有林材購入の決めて			
	消費者指向に応じて	材質が扱いやすい	価格メリットがある	供給が安定している	歩止りがよい	消費者指向に応じて	材質が堅牢であるため	長年使用取引きがあるため	適材入手のため	特殊注文に応じるため	長年使用取引きがあるため	地元随契工場であるため	
地元随契工場12社	7	3	1	1		7	1	2		3	1	8	
同上以外の工場10社	3	3	1	1	1	7			1	5	2		
計	(48%) 10	(29%) 6	(9%) 2	(9%) 2	(5%) 1	(78%) 14	(6%) 1	(10%) 2	(6%) 1	(42%) 8	(16%) 3	(42%) 8	

ア. 「外材購入の決め手」

- ㊦ 消費者指向に応じて……10社48パーセント
- ㊧ 材質が扱いやすい……6社の29パーセント
- ㊨ 価格メリットがある、供給が安定している、歩止りがよい、を合せ……5社の23パーセント

購入の決め手の内、消費者指向が半分を占めているが、中信地域で外材依存が高くなった原因の一つに、堅牢さより見た目の美しさを宣伝したのも、大きな原因であろう。

イ. 「国産材購入の決め手」

- ㊦ 消費者指向に応じて……14社の78パーセント
- ㊧ 材質が堅牢、長年の使用取引き、適材入手を合せ……4社の22パーセント

国産材は消費者指向が高いが、この原因は、地方の旧家等の建築が、地場国産材によることが多いのが、大きな原因である。しかし、材質が堅牢、長年の使用取引きが少ないことは、いかにも外材指向地域の特徴をうかがわせる。

ウ. 「国有林材購入の決め手」

- ㊦ 特殊注文に応じて……8社の42パーセント
- ㊧ 地元随契工場として……8社の42パーセント
- ㊨ 長期使用取引きがあるため……3社の16パーセント

国有林材の購入では、「特殊な注文があったとき」または「地元工場として」購入しているものが大半をしめ、「長年使用取引きがある」の少ないことは、国有林材ばなれの現実をうきぼりにさせたものである。

また、このことは地元工場の多くが外材とのかかわりの深いことをうかがわせる。

(3) 代金等の決済状況

ア. 原木購入代金決済の状況

外材は手形取引き93パーセント、決済日数平均110日である。
現金決済7パーセントは、中信地域内の取引きによるものである。

表一五 代金等の決済状況表

区 分	原木購入の代金決済						販売の代金決済		
	外 材			国 産 材			手形 %	日数	現金 %
	手形%	日 数	現金%	手形%	日 数	現金%			
地元随契工場12社	93	114	7	14	98	86	24	132	76
同上以外の工場10社	92	103	8	2	105	98	22	85	78
計	93	108	7	9	100	91	24	113	76

国産材は現金取引き91パーセントで、外材と反対の結果である。

聞き込みによると、必要とするだけの取引きが多いことが、主なる原因のようである。

イ. 販売代金決済の状況

現金取引き76パーセント、手形取引き24パーセント、決済日数平均113日である。

2. 素材生産流通業のとりまとめ結果

(1) 生産機械規模と生産量等比較表

表一六 生産機械規模と生産量等比較表

区 分	林 業 機 械			従業 員数 人	素 材 生 産 量						素 材 販売比率	
	集 機 台	ト ッ ク 台	チェ ン 台		県内国有林		県内民有林		県外民有林		県内	県外
					比率 %	実数 ㎡	比率 %	実数 ㎡	比率 %	実数 ㎡		
県登録業材生産流通業45社平均	1.0	1.1	2.6	1.5	43	176	51	200	6	24	72	28
アンケート提出同業16社平均	3.7	1.2	4.7	7.4	54	990	46	810			55	45
同 対 比	2.7	0.1	2.1	5.9	11	814	(5)	610	(6)	24	(17)	17

素材生産流通業も、県登録業者に比較して、機械規模、生産量ともに上廻っていることが、うかがい知れる。

素材の流通販売の内、県登録業者では県内販売比率が72パーセントと高く、アンケート対象者が55パーセントで、販売流通圏の大きいことが特徴である。

(2) 経営意識調査取りまとめ

ア. 「現業を将来どうするか」

現業堅持10社の67パーセントとが高く、他業種を併業3社21パーセントが次いでいる。また、将来拡大するが1社、需要に合せ縮減が1社あることが目を引く現象である。

イ. 「他業種併業は」経営多角化を図るが2社、現業ではメリットがないので、将来何かを併業するが1社である。

ウ. 「不況対策どうしているか」

現有取引先を大切に無理しない経営が11社69パーセント、積極的に需要を掘起して切り抜けるが4社25パーセント、景気向上向くまで操短するが1社である。

表一 経営意識調査表

区 分	現業を将来どうするか				他業種併業とは			不況対策どうしていますか		
	拡大する	現状維持	木材需要に合せて縮減	他業種を併業する	現業種のみではメ리트が見えない	将来の需要構造を見通して	経営の多角化を図る	現有取引を大切に無理ない経営	景気向上向くまで操短する	積極的に需要を掘起し切抜ける
アンケート提出 16 社	(6%) 1	(67%) 10	(6%) 1	(21%) 3	1		2	(69%) 11	(6%) 1	(25%) 4

代金等の決済状況表

区 分	原木購入の代金決済						販売の代金決済		
	外 材			国 産 材			全 平 均		
	手形 %	日数	現金 %	手形 %	日数	現金 %	手形 %	日数	現金 %
アンケート提出 16 社	2	105	98	3	105	97	43	132	57

素材生産流通業も、現下の不況時代に即応して、保守的な経営意識が強い反面、現業を保持しつつ、他業種を併業し加えて、積極的に需要を掘起しながら、不況に対応する意気込みも一部にあることは、好ましい現象である。

3) 代金等の決済状況

ア. 原木購入代金決済の状況

外材の購入決済は現金が98パーセントを占めているが、国産材も97パーセントが現金であり、取引が大口でないことと、民有林は現金希望の強いことが反映された結果である。

イ. 販売代金決済の状況

販売代金では、手形取引が43パーセント、決済日数 132日、現金が57パーセントで、購入に比べ手形取引が多く、資金繰りに工夫が必要であることが、うかがえる。

地元木材協同組合が、国有林に何故無関心であるか、原因は何かを知るため聞き取り調査を行ったところ、次のことが明らかになった。

1. 設立は、昭和32年9月で当時から加入組合員の業種は、多業種にわたり、対象地域も、松本市、塩尻市、東筑摩郡までの広域範囲であるため、細部までは手がとどかない状態にあった。
2. 昭和42年7月松本外材荷受協同組合が設立され、外材指向の体制が整い、急速に外材依存が高まっていくにしたがい、国有林とは疎遠となっていった。

聞き取り調査から得たものは、中都市経済圏の中での大組織協同組合そのものを、国有林との連携を図るようにすることは、組織機構からむづかしいが、協同組合内に国有材部会を設けることは、さしてむづかしくない、加入組合員の意識の有無と、林産行政指導にかかるのではないかと史料される。

おわりに

中信地域は、外材依存の需要構造地帯であるため、その動向を把握しながら、国有林の担い手である地元随契対象工場の動態を見極めて、需要に対応した販売施策を講じつつ、効果のある地域産業育

成を図ることが、国有林材販売行政の役割である。そのためには、地元随契対象工場との緊密な協調、工場間の連帯意識の高揚に努めるとともに、地域林産行政と連携を保ち、地域における国有林材の存在価値を認識して、国有林販売事業を進展させる必要がある。このような観点に立ち、少しでも小さな改善を積み重ねることが、国有林野事業経営の厳しい財政に貢献できるのではないかと、また地域林産業の発展につながるのではないかと思ひ、当署で現実に行ってきた事例を、あえて発表したものである。