

# 新たな視点に立った販売方法の一考察

## 1. はじめに

国有林野事業が厳しい情勢に置かれている現状において、私達生産事業にたずさわる者は新改善計画を踏まえ、生産性の高い効率的な作業と併せ、収入確保のため、より付加価値の高い製品生産を行い、有利販売に努力しているところであります。

しかし、近年木材価格は長びく木材需要不振により木材産業と共に低迷が続いている現状であり、私達も収入確保のため木材の需要動向を把握し、その販路と需要拡大を図る努力が必要となっています。

そこで現状の限られた販売方法の中で、有利販売のため一方策として、一般競争入札参加の有資格者を拡大することに取り組んでみたので、その結果について発表します。

## 2. 内 容

有資格者を拡大するには、入札参加資格を取得し、国有林材を直接購入したいという気を起こさせる必要がある。私達はその方策として、まだ公売参加資格を取得していない管内の林業関係業者のうち、有資格者41社を除いた123社の中から主要な製材業者21社、木工業者18社、工務店、大工29社の計63社を対象として署の公売参加資格の申請方法を説明しながら、各項目について直接聞き取りする方法で各業者の意見、要望を聞いてそのニーズを探ってみた。

### (1) 調査対象業者の現状

#### ア 製材業者

- 家内工業的な小規模業者は、各工務店等の賃挽きが主体となっている。
- 若干の従業員を抱えた中規模業者は賃挽きのほか、素材を購入し製材品販売も実行し、更に住宅建築にも取り組んでいる。

#### イ 木工業者

- 広葉樹材を使用している業者がほとんどであるが、近年の広葉樹材の不足により全国から資材購入している現状である。
- 針葉樹材の木工業者は、少数であるが、大規模な木曾ヒノキの家具等を生産している業者である。

- 小規模業者は、製材品を購入する業者が多くなっている。
- 中規模業者は、素材を購入するにも注文に応じ購入し、製材している現状である。

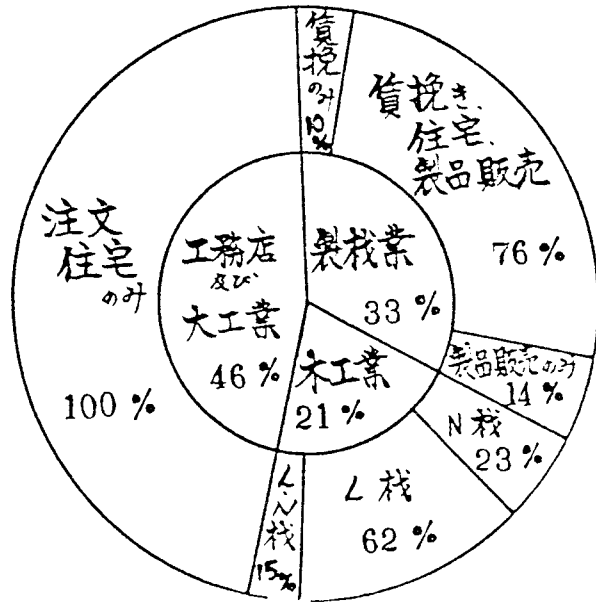
(2) 素材一般公売参加資格取得希望

ア 簡単な資格申請で公売に参加できることをしらなかった業者 84 %

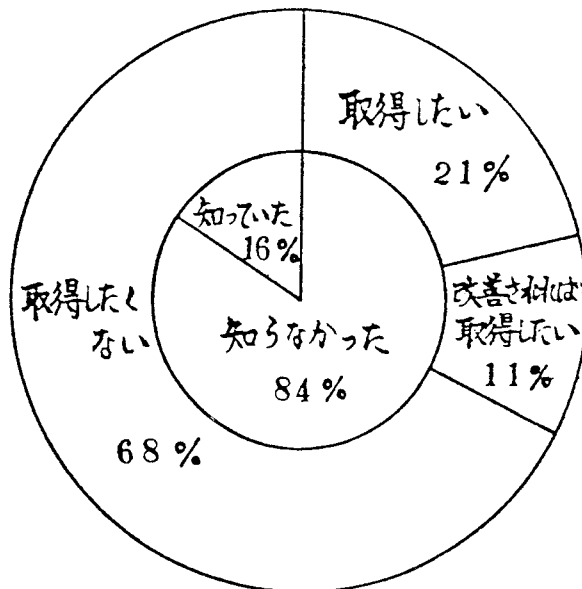
イ 参加取得を取得したい業者 21 %

ウ 今後、一売払物件の量、金額が業者の要望にあえば取得したい業者 11 %

国有林材販売に対するPR不足から知らなかったという意見の中には、製材所を持っていないと資格が取れないと認識している業者が多数あり、又、延納制度については100%近い業者が知らなかったという現状でありま



素材一般公売参加資格者の取得希望



した。

以上の実態から、国有林の販売システムがまだ一般に理解されていないことが明らかになりました。

(3) 素材一般公売参加資格を取得したくない主たる理由

- ア 外材の方が安い上、規格品が入手しやすく利用率が高い
- イ 民間市場等の利用で十分需要に応じられる。
- ウ 製品購入や賃挽き専門である。
- エ 希望樹材種の単極がない。
- オ 一売払物件の量が多く多額である。

〈意見〉

① 近年、委託販売が増えたため、国有林材も少量であれば市場で自由に購入できるようになった。

② 素材購入よりも、製材品購入が直ちに欲しい物が少量でも確実に入手できる。

一般的に工務店及び製材業者は、従来より外材に依存している率が高く、又、木材業界は昔のような活気がなく、小規模な取り扱いにまで落ち込んでいる業者もありますが、飛騨地方の住宅用材については、国産材が主流であり、今後、更にこれらの業者についても参加資格を取得させる余地があるものと考えられます。

(4) 調査業者の極積希望数量

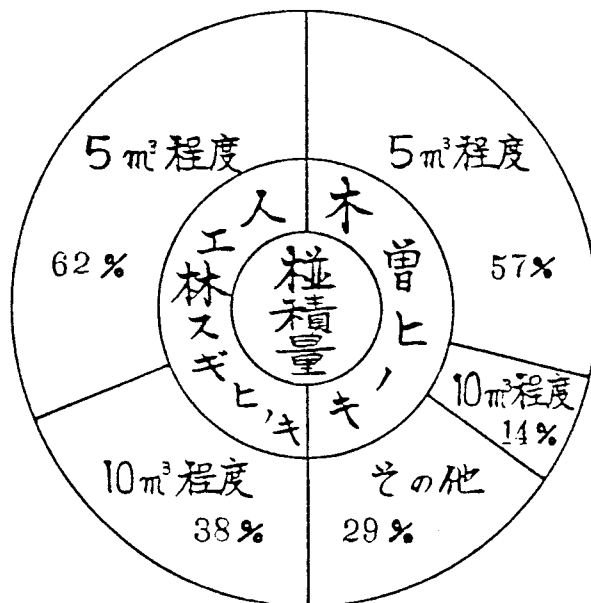
- 木曾ヒノキ。人工林スギ、ヒノキともに5<sup>m</sup>程度を希望している業者が大半である。

〈意見〉

- ① 極積量が多すぎる。
- ② 希望樹材種の単極がない。
- ③ 需要にあわせた採材及び仕訳をした極がない。

なお、採材についても聞き取り調査を実施しましたが、樹材種別

調査業者の極積希望数量



に極めて多様化しており、今後需要者のニーズを的確に把握し、仕訳や伐採に反映させることが必要であると考えられます。

(5) 国有林に対する意見

- 「売ってやる」という考えを変えよ。
- 資格申請手続きは、無くするか、あるいは簡単にせよ。
- 民間並みに商品のPRを含めた販売努力をせよ。
- カラマツ等の需要開発を研究せよ。
- もっと新鮮材を供給せよ。

以上が国有林に対する意見として、各方面の業者から指摘されましたが、これらは私達国有林に働く者として反省すべき重要な事項であり、一日も早く改善すべきことが多いと考えられます。

私達が今までに行ってきた販売に係る色々な問題に対していかにPRが不足していたかが痛感されました。それに「売ってやる」という姿勢が強いという見方に対しては、貯木場などの現場と署が一体となって、電話の対応一つについても、「買っていただく」という気持ちをさらに積極的に進め、公売物件についても一般の人に気軽に見てもらおうという努力や、公売を実施する際には近隣の業者へは公売公告を持参し、その説明をする中で一人でも多くの人が公売に参加してもらうような販売努力も必要であると考えます。

また、指摘されたように国の企業としては、民間企業の先頭となるべく、今後カラマツの増大に対しては、時代を先取りした木材需要の開発に努め、このPRをしてゆくことも私達に与えられた使命であると考えられます。

これを機会に林業マンとして、時代の流れに取り残されることなく、新しい21世紀のビジョン作りに漸新な気持ちを持ちつつ努力しなければならないことを感じました。

### 3. ま と め

以上の調査の結果から、新たに資格申請者を18件増やすことができ、更に、中小業者のニーズも把握することができました。これにより、今後の公売に参加する業者が増えてくるものと考えており、有利販売につながるものと確信いたしております。

今後の販売戦略としては、これまで不足していた販売システムのPRに努め、古い体質である「売れる時代」の「座して商売する」時は既に終わったことを認識し、発想の転換を図り、「売る時代」という積極的な考え方に立って現場、署、局が一体となり販売地域の需要状況と多様化するニーズに応じたきめ細かい採材や積積、更に今まで以上のシビアな新鮮材の供給を行い、併せて、木材の需要開発、積極的な販売拡大等の対策を先取りし、木材価格の維持向上を図ることが

極めて重要でありこれが厳しい財政再建を図っていく上での、私達国有林に働く一人ひとりに課せられた使命と考えております。