

国有林材（素材）販売手法の改善 —民材市売と協調公売—

松本・経理課処分係 立川 慎一
事業課販売係 百瀬 邦忠

要 旨

販売事業における活動は、日頃から企業的感觉をもって行うことが要請されているところである。特に前だれ精神を高揚させ、地域需要に対応した多様な需要者を求め、有効な販売を展開しながら市場確保を図りつつ、終極の目標である収入確保への効果を上げる必要がある。

そうしたなかで、経営改善の一環として民材市売土場の一区画を借上げて製品事業所を移転すると共に土場を設けた。これが、切っ掛けとなって、市売と協調させた素材公売を行ったところ、成果をあげることができたばかりでなく、市場の定着に役立っている。

はじめに

課題をとり上げた動機は、昭和59年1月経営改善計画の一環で、当署松本製品事業所が長野県森林組合連合会中信支所土場の一区画を借上げて移転を行った。このような民材市売機関土場内の移転は、長野営林局では初めてのケースである。

表一 松本製品事業所（土場）現況

種 別	規 模		対 比	備 考	
	旧 土 場	現 土 場			
全 面 積	10,154 m ²	4,000 m ²	39%	} 2分の1以下となる	
貯材有効面積	4,318	1,900	44		
総 量	4,300 m ³	4,300 m ³	100		
	白 署 生 産 量	4,300	3,100	72	
	大町材受入量		1,200	0	
貯材回転率	1.7 回	3.0 回	176		

借上げ土場は、旧土場に比較して全面積で39%、貯材有効面積では44%の規模であり、生産量に変がないことから、旧来の仕組みによる販売では、貯材回転操作に重大な影響を与えるおそれが見込まれた。

そこでこの解決策として、何か工夫はないかと模索するなかで、県森連市売と素材公売の協調を考えたのが、動機となった。

1 販売手法改善の経過

民材市売と協調公売をするためには、まず現実の販売手法の分解から始めた。

1. 従来公売の方法

- (1) 現物（公売物件）は貯木場
- (2) 入札は営林署会議室
- (3) 契約は署長室又は入札場

この方法の特徴は

ア、国側は在署のまま仕事のできる利点がある

イ、入札者の側からみると、

(ア) 売ってやる方式で不親切になりやすい

(イ) 現物所在場所が離れているため、再入札等の下見ができない。

こうしてみると、国側の利益を優先し、お客に対し親切に欠ける方式である。

一方、移転先の状況をみると、

2. 移転先の条件特質

- (1) 官民素材が、同一土場に集荷される
- (2) 市売参加者が従来以上に、公売に参加できる

このような、条件特質をうまく活用することを考えた。

3. 販売手法改善の方向

- (1) 官民国産素材を同一土場で現物を熟覧しながら入札できる、仕組みとする。そのためには、
- (2) 入札者の便益を図るため、市売と公売を協調させ、同一日同会場で行う必要がある
- (3) 内外に対する宣伝仕組みを考える必要がある（市売は毎回官製葉書で行っている、この活用を思いついた）

4. 県森連中信支所との協議調整

改善の方向が決ったので、中信支所と協議したところ、

- (1) 合同入札によって、入札参加者の増加をうながすことができる
- (2) 国有林材公売取得がより期待できる
- (3) 木材市場として、将来の流通センター的役割の定着化が図れる

など、合同で行うメリットが期待できるので、あらゆることに、協力するとの快諾を得た。

早速、実施具体策としての調整を図り、次の方法で協調公売を行うことにした。

(1) 公売日時及び会場

ア、日時の調整は毎年12月に翌年の実施日時を調整する。

イ、実施時間は、営林署は午前中、中信支所は午後を原則とする。

ウ、入札会場は、中信支所入札場を借上げ使用する。

(2) 内外への宣伝対策

毎回の市売案内葉書の下段を割愛して、合せ宣伝する。

(3) 公売参加への対策

従来に加へ市売参加者の公売への参加をうながすための勧誘と、入札意欲の喚起を図るため、中信支所市売案内発送先を調べたところ、案内総数86業者中、46業者（51％）が公売参加無資格者であることが判明したので、次の対策を行うことにした。

表一 2 素材公売実施日

区 月 別	61.1以降実施予定日						60 実施日						備 考	
	国有林		県 森 連				国有林		県 森 連					
	前 期	後 期	前 期	後 期	後 期	前 期	後 期	前 期	後 期	後 期				
1	日 10	金	初市 10	日 金	28	日 火	日 金	11	日 金	初市 11	日 金	31	日 木	宮林署午前 市売午後
2	17	月			17	月	20	水			20	水		
3	7	金	7	金	25	火	12	火	12	火	30	土		
4	25	金	9	水	25	金	22	月			22	月		
5	15	木	15	木			17	金			17	金		
6	20	金	2	月	20	金	21	金	4	火	21	金		
7	24	木	7	月	24	木	24	水	8	月	24	水		
8	19	火			19	火	19	月			19	月		
9	24	水	4	木	24	水	24	火	6	金	24	火		
10	23	木			記念市 23	木	21	月			記念市 21	月		
11	28	金	11	火	28	金	26	火	9	木	26	火		
12	保留				16	火					16	月		
計	11	回			19	回			11	回			18	回

表一 3

第 回 市 売 ご 案 内	
官製はがき	毎々格別なる御引立をいただき厚く御礼申し上げます 下記により市売りを開催いたしますので御来場賜ります ようご案内申し上げます
	記
	市売日時 月 日 入札開始午後12時30分
	保証金 現金 ¥100,000
	出品物件 ひのき すぎ からまつ あかまつ もみ けやき その他広針葉樹 (約 m)
	入札方法 長野県森連市売規定による
	材引渡し 木材代金納入後による
	入札場所 長野県森連中信木材市場 長野県南安曇郡三郷村温 (〒399-81) TEL(0263) 77-2347 松本営林署素材公売ご案内
	当日松本営林署の資格付一般公売が当会場で実施されま すので併せてご案内いたします
	記
入札時間 受付午前10時 締切午前11時即時開札	
出品物件 ほか 種類 (約 m)	
入札条件 この入札の条件は「一般競争入札物件明細書」 の公告条項による	

県森連中信支所案内

営林署案内

表一 4 県森連市売参加者数調

区 分	市売参加者数(人)		中信支所市売案内発送数		備 考
	総 数	内国有林入札 参加資格者数	総 数	国有林入札 参加資格者数	
総 数	420	(51%) 213	86	(49%) 42	(無資格者率 51%)
地域別内訳	長 野	(51%) 167	77	(52%) 40	(無資格者率 48%)
	中 京	11	6	0	
	関 東	31	2	1	
	その他	4	1	1	

ア、毎回公売市売に資格取得の呼びかけをする。

イ、小口業者には県森連中信支所の代理入札を指向させる。

ウ、公売明細書を30部程度中信支所に預け自由に利用させる。

エ、市売のみの業者でもなるべく公売会場へ入れる配慮をする。

オ、松本製品事業所では、市売の植積技術を参考に、樹材種について需要に合せた植積をする。

II 販売手法改善実施の結果と成果

改善手法の実施は、当初2カ月位は全体に戸惑いもあつたが、要領を得るに従い順調な推移をたどりつつ、昭和59、60両年の実施結果は、従来方法で行った昭和58年と比較してみると、次の推移となつた。

1. 入札参加者の状況(1回当平均)

58年を100とした指数で比べると、59年187、60年222、で全体に伸びたが、特に地元以外が目覚ましい伸び率を示した。

2. 落札率の推移(1カ年平均)

落札率での比較では、58年65%に対して、59年89%、60年94%を記録し、年を追って順調な伸び率を示し、局全体の落札率に比べても高い率を示している。

3. 落札者の地域別分布の推移

落札者の地域別分布では、58年100とした指数でみると、59年189、60年176を示し、58年から比べると参加者数に比例して増率となり、競争力が高くなったものと考へられる。

4. 価格の推移

落札価格の推移の比較をしてみると、58年100に対し、59年124、60年120と両年ともに、局全体平均の年次指数に対しても、また、長野県主要経済指標による木材価格指数に比べても、指数の推移では一応の成果が認められる。

5. 高品質材展示公売の実施結果

改善手法を実施中の昭和60年10月には、東北信、中南信10署の高品質材展示公売が県森連特殊材及び優良国産材展示即売会に合せ実施され、落札率93%の好成果が得られた。

			指数	
58	総数	11.5人	100	
	内 訳	地元	5.2人	
		県内	2.5人	単独
県外	2.8人			
59	総数	21.8人	187	
	内 訳	地元	7.2人	(133)
		県内	5.7人	(163)
		県外	10.2人	(331)
60	総数	25.5人	222	
	内 訳	地元	8.8人	(163)
		県内	6.5人	(186)
		県外	10.2人	(392)

図-1 入札参加者の状況（1回当平均）

			指数
58	松本署	65%	100
59	局全体	75%	(100)
59	松本署	89%	137
	局全体	82%	(100)
60	松本署	94%	145
	局全体	89%	(119)

図-2 落札率の推移（1か年平均）

		総数	人数	指数
S 58	地域別分布	総数	46人	100
	地元	25人		
	中南信	4人		
	木曾	8人		
	東北信	1人		
	関東	2人		
	中京	6人		
関西	0人			
S 59	地域別分布	総数	87人	189
	地元	33人		132
	中南信	1人		150
	木曾	13人		163
	東北信	1人		100
	関東	3人		150
	中京	16人		267
関西	15人		1500	
S 60	地域別分布	総数	81人	176
	地元	31人		124
	中南信	15人		188
	木曾	5人		63
	東北信	0人		0
	関東	6人		300
	中京	9人		150
関西	15人		1500	

図-3 落札者の地施別分布の推移

公売落札準備	平均	指数
58	松本署平均	34.7
	石全体平均	56.1
59	松本署平均	43.0
	石全体平均	51.1
60	松本署平均	41.5
	石全体平均	56.7

注 局全体は利用課資料による

参考、長野県主要経済指標（61.1.15付け長野県建設工業新聞から）

木材価格指数の推移（経済調査会「積算資料」による）

555	(100)
58	(84.2) 100
59	(83.2) 99
60	(83.2) 99

図-4 価格の推移

表 5 昭和60年度東北信、中南信地区高品質材展示公売結果

署 別	出 品 量		落 札 量		不 落		落札率	備 考
	件数	数 量	件数	数 量	件数	数 量		
飯 山	8	11,745 ^m	8	11,745 ^m			100%	
長 野	2	20,792	2	20,792			100	
上 田	7	8,305	5	6,680	2	1,625	80	
岩村田	3	15,852	3	15,852			100	
白 田	13	19,810	12	18,888	1	0,922	95	
松 本	12	23,819	11	22,333	1	1,486	94	
諏 訪	21	26,120	20	25,040	1	1,080	96	
伊 那	19	28,598	17	25,477	2	3,121	89	
駒ヶ根	2	8,861	2	8,861			100	
飯 田	23	29,898	19	24,696	4	5,202	83	
計	110	193,800	99	180,364	11	13,436	93	

6. 県森連中信支所のメリット

S58年度以降の入札参加数等の状況

1. 入札参加延入数（各年1月～12月）

S58 (単独市売)	254	指数 100
S59 (合同市売)	836	111
S60 (合同市売)	920	122

2. 落札率(1回当平均)

S58 (単独市売)	72.7%	指数 100
S59 (合同市売)	75.6%	103
S60 (合同市売)	90.2%	122

1. 入札参加者が増加した。

2. 落札率が向上した。

3. 県森連中信所の要因説明

(1) 民有林材と合せ、国有林材の入手が容易となった。

(2) 市売出荷材の品質が国有林材の公売並びに販売委託材の出品で向上した。

(3) 国有林公売材の取得不足を補うために競争力が高くなった。

(4) 小口需要者の代理入札が増加した。

参考 県森連中信支所公売取得量

S58 m ³		S59 m ³		S60 m ³	
落札不随	計	落札不随	計	落札不随	計
50	2,522,437	277,520	142	14	156

以上の因子が相乗効果となつて成果を上げることができたものである。

図一5 県森連中信支所のメリット

国有林の成果に対して、県森連のメリットについて調べたところ、図-5の通り期待された成果が得られた。

Ⅲ ま と め

販売手法の改善を図り、民材市売と協調公売を始めて2カ年間の結果をまとめて見ると、次の三項目に要約される。

1. 国有林公売と民間市売との協調で、相乗効果が生まれ、官民素材の販売促進並びに有利販売に結びついた。
2. 官民素材の木材市場センターとしての定着に役立った。
3. 木材業界の意見や需要動向等が、肌で感じることができ、販売に反映させることができた。

お わ り に

国有林野事業の厳しい財政事情のもとにおける販売事業は、企業的感觉に添った前だれ精神を発揮しつつ、地域需要に見合った販売仕組みを考えながら、有利な販売を行うことが要請されている。

こうしたときに、製品事業所が県森連中信工場内の一画に移り、面積が狭くなったにもかかわらず、市売機関と連携できる位置となったことが要因となり、それに加えて県森連中信支所のたゆまない御協力があって、販売手法の改善が図られ、民材市売と協調した素材公売のできたことが、有利な販売促進につながり、当署素材公売の特色となった。

これを機会に、一層の努力をはらいつつ、終極の目的である収入確保の達成を念願し、発表とする。