

販売におよぼす桧積方法

神岡営林署 小林泰喜・谷口吉一
上島昌弘

1. はじめに

当事業所は、伐採から桧積まで実行して、年間7,980㎥生産し最終土場で3,359㎥販売している。そのうち、人工林ヒノキは2,924㎥で179,491千円と製品売り払い代の54%をしめている。

事業地は、標高900～1,200mの豪雪地帯で根曲りした立木が多く、奥地化に伴い林分内容も悪く、特に節が多くなり年々品質が低下している。

このような状況で「1円でも多くの収入を！」を目標に、採材は元玉をより多く、桧積は元中区分別良材の特選木の桧を作るなど、創意工夫により実行し収入の確保に努めてきたが、地元の業者から長尺材（7m材、8m材）の注文、流通業の顧客から元中混桧の希望があるなど要望も多く、固定客はもちろん、今後、顧客の増加を図るうえから、公売結果をもとに分析検討したので発表する。

2. 内 容

(1) 顧客の状況

当署は、地元をはじめ吉城郡、高山市、益田郡、県内、長野、愛知、三重県と広範囲に及んでいるが、大半が顧定客で、その内容は次のとおりであるが、県外の3回以上応札数の少ない原因は、愛知県が多く63年度初応札3社を含め2回応札が8社あったためである。

単位：社

内訳	地区	神岡・上宝	吉城郡	高山市・大野郡	益田郡	岐阜県内	県外	計
総	数	8	8	10 10	10	15	16	67
製	造	4	7	4 4	4	7	12	38
流	通	4	1	6 6	6	8	4	29
3回以上	応札	6	6	6 6	10	10	5	43

(2) 販売内訳

① 最終における地区別(素材ヒノキのみ)

単位：材積 m^3 金額千円

地区 内訳	神岡・上宝	吉城郡	高山市 大野郡	益田郡	岐阜県内	県外	計
材積	232	375	286	495	512	828	2,728
比率	9	14	10	18	19	30	100
金額	18,711	23,382	15,672	25,000	40,678	43,179	166,622
比率	11	14	9	15	25	26	100

② 最終における製造流通別

単位：材積 m^3 金額千円

地区 内訳	神岡・上宝	吉城郡	高山市 大野郡	益田郡	岐阜県内	県外	計
製 造	材積	365	11	350	396	670	1,792
	金額	22,633	230	14,614	31,186	35,165	103,828
流 通	材積	232	10	275	145	158	936
	金額	18,711	749	15,442	10,386	9,492	62,794

(3) 元中區別桧と混桧との販売比較

9月以降、同一生産地点の4 m 材において混桧4桧57 m^3 を販売した結果次のとおりであり、混桧が m^3 当たり257円高く、応札は混桧が平均枚数が多いものの固定客が多い。

販売実績

単位：材積 m^3 金額円

区 別 桧	材積	金額	平均単価	応札枚数			桧数	一桧当 たり枚数
				流通	製造	計		
元玉	66,806	6,616,410	99,039	27	15	42	5	8.4
中玉	125,818	6,983,441	55,504	33	27	60	9	6.7
混桧	57,066	4,175,000	73,161	22	122	34	4	8.5

上表の混桧を、元中區別した場合の金額予想

単位：材積 m^3 金額円

桧 別	材 積	平均単価	販売予想金額	混桧売上高	差 引
元 玉	22.808	99,039	2,258,882		
中 玉	34.258	55,504	1,901,456		
計	57.066		4,160,456	4,175,000	14,662

m^3 当たり……14,662÷57.066＝257円

(4) 特選木の販売状況（ヒノキのみ）

同一品等の中から、通直で 色 つや 目づまりの特に優れていると思われる素材31 m^3 を販売した。

一桧あたりの応札枚数は、平均9.2枚、桧の大きさは平均約1.4 m^3 であり、 m^3 当たり154,875円と高値となっている。

(5) 長級別販売状況（ヒノキのみ）

基準長外の7～10 m 材 20 m^3 採材し販売した結果次のとおりである。

一桧あたりの応札は、平均2.6枚と少なく、桧の大きさは平均約2.9 m^3 であり、 m^3 当たり86,829円であった。

3. 結 果

- (1) 当署の公売参加者は、製造57%と若干多い。
- (2) 購入は益田以南が材積で67%を占めている。
- (3) 購入は益田以南が製造業が、以北は流通業が多い。
- (4) 元中區別桧と元中混桧を比較した場合、混合桧が若干高く、応札人気ともほぼ変わらない。
- (5) 特選木は、人気が高く高値で販売でき、有利販売となっている。
- (6) 長尺材は注文を受けたが、7 m は公売においてまずまずだったが、8 m 以上は公売での販売は困難である。

4. 対 策

- (1) 販路の拡大を図る。

分析の結果、地元製造業の購入が少ないため、今後地元で開催される森の市等の機会をとら

え、PRの強化により工務店も含め、地元業者の掘り起こしに努める。

(2) 有利販売に努める。

新鮮材の供給は、販売上一番大切なことであり、生産から販売までの期間の短縮を図るとともに、元中混合桧を主体に生産現場との直結を生かし、業者のニーズに合った採材と、小口桧をはじめ家一軒分とする単位の桧等、買い易い桧積に努める。

(3) 桧積方法の工夫を図る。

特選木、目玉商品コーナー等を設け、効果的な位置配置を考え、出材の状況を考慮しつつ、仕訳のポイントを絞った桧積を行う。

5. ま と め

今後、この分析結果をもとに、更に収入確保を図るため、職員一人一人が、販売係という気持で、情報を収集し、生産から販売まで一体となって取組みを進めて参りたい。