

# 高 齢 級 材 の 有 利 販 売

愛知営林署 業務課 技術専門官 高 濱 美 樹  
生産係長 金 森 茂 夫

## はじめに

当署においては、素材販売を中心に収入確保に努めてきましたが、木材市況が低迷する現在、収入が思うように上がらないのが現状です。今年度、目玉商品として103年生高齢級材生産を通し、最も有利に販売できる方法を探りました。これは人工仕立て木曽ヒノキ複層伐生産群の段戸68ち林小班から生産した材です。表1はこの材の今年度の公売に占める割合を表したもので、材積率で18パーセントですが、販売金額では32パーセントと収入面で大きく貢献しました。このように高齢級材をいかに高値で販売するかによって収入に大きく影響することから、これを最大限に生かすため、第1として宣伝効果を上げること、第2として需要に見合った採材をすること、第3として付加価値を高める椴積方法の三つを柱として収入確保に取り組みました。

表1 68ち林小班高齢級材公売に占める割合

率	林小班 6 8 ち	そ の 他
材 積 率	1 8	8 2
販 売 金 額 率	3 2	6 8

## 1 宣伝効果

販売にあたっては宣伝効果を上げるために委託販売や業界紙等による宣伝、公売案内の送付先の拡大等を行いました。

表2が高齢級材を7月公売に初めてかけるにあたって実施した事項です。7月上旬支局の協力を得て業界紙への投げ込み、支局広報への掲載等多くの人に高齢級材の出品を知らせました。7日には東海地区市場で委託販売を行いました。

表2 素材販売日程表

その結果、電話による問い合わせや、東京や九州等広範囲からの新規の入札がありました。6月公売最終土場における平均入札枚数が5枚だったのに対し7月公売では12枚と高齢級材目当ての入札者が増加しました。また、公売案内の送付にあたっては、近隣署及び需要開発センターに木曽ヒノキ等の高齢級材取り扱い業者を聞き込み、新規の送付先を増やすとともに、宣伝用

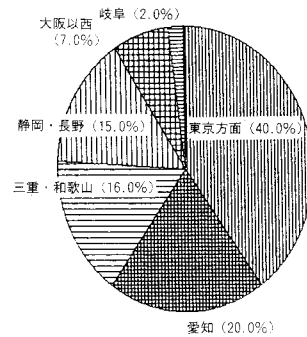
月 日	事 項	公売平均 入札枚数
6月21日	第2回公売	5
7月4日・7日	業界紙掲載	
7月7日	委託販売	
7月10日	第3回公売	12
8月4日	第4回公売	10

の折り込み紙を入れ発送しました。表3が公売案内送付先数と入札者数です。送付先の拡大により7月の入札者は6月より14者増やすことができました。高齢級材落札者の地域別割合を見ても、通常は県内及び近隣県の業者によって占められていますがグラフ1のとおり今年度は東京方面が40パーセントと段突に多く、続いて愛知県内、三重・和歌山県となっています。このような多角的な宣伝により、落札価格形成に大きく関わる新規参入者の増加や県内及び近隣県からの地元業者の増加といった効果が得られました。

表3 公売案内送付先数及び入札者数

区分 \ 月	6月	7月	増減
送付先数	82	115	+33
入札者数	34	48	+14

グラフ1 落札者地域別割合

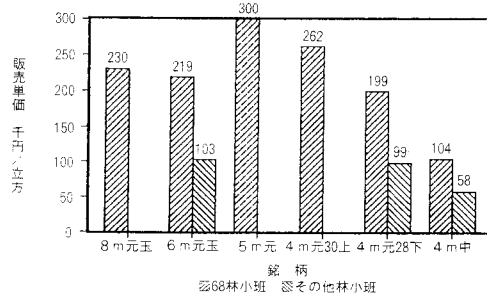


## 2 採材

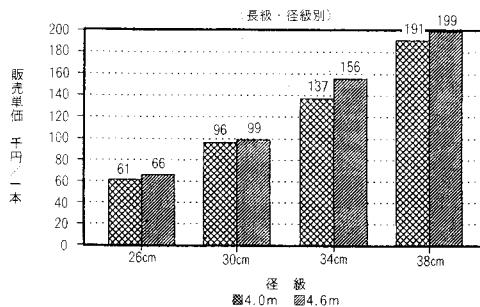
需要に見合った採材とするため、業者への聞き込みや公売結果による分析により有利販売につながる採材に努めました。グラフ2は各銘柄別販売単価です。径級差があり単純比較はできないものの、4mから8mまでの採材の内、最も高く販売できたのは5m材で次いで4m材となり、入札枚数では4m材が最も多かったことから、4m採材を中心に生産を進め販売しました。

4m材に的をしぼってみますと、民間市場では元玉については4mの基準材長に余尺を付け、材を製品にしたときの目流れ部分を考慮した採材がされています。しかし、営林署においては3m元柱材の特殊延べ寸や天然木の40cm未満の余尺材の考えがあっても、人工林ヒノキに余尺を付けて採材することは定着していません。ところが、最終貯木土場において担当者から余尺の短い材よりも、長い材の方が高値がでていたと報告がありました。販売会議で検討した結果、4mの基準材長に余尺を付けて採材し、検知では4.6m等の標示を行うことにより、余尺付き高齢級材が評価されることを狙い

グラフ2 銘柄別販売単価



グラフ3 一本当たり単価



ました。グラフ3のとおり1本当たり単価で見ますと4.6m材の方が4.0m材より高値で販売ができ全体的に有利であることがわかりました。

### 3 最終土場の極積

最終貯木土場における有利販売への取り組みについて述べます。平成4年度の清崎貯木土場の縮小により小口極による販売が少なくなっていました。しかし、今回の高齢級材販売にあたっては、大径材について小口極による極積を中心に実施しました。表4は小口極の極積形式です。4m材について元玉30cm上は1～3本、28cm下は10本程度の極積みとしました。また、中玉でも30cm上は10本程度、その他24cm上と22cm下を分けて極積みしました。一般的に60年生前後の人工林では小口極による販売の有利性はなかなか得られません。しかし、この高齢級大径材では小口極とすることで材の評価が適正に付けられ高値で販売できました。また、一回の公売での販売量を100m<sup>3</sup>程度とし、目玉商品としての効果と数量調整による値崩れ防止により有利販売に努めました。その他の取り組みとして、寒冷沙による干割れ防止や防虫剤の散布を行い、材の品質低下防止に努めました。

表4 高齢級材小口極仕訳型式

銘柄	径級	本数等
4m元玉	30cm上	1～3本
	28cm下	10本程度
4m中玉	30cm上	10本程度
	24cm上	13m <sup>3</sup> 程度

### まとめ

採材から極積、そして販売へと連携して高齢級材をより有利に販売できる方法を試行しながら取り組んできました。

- (1) 高齢級良材の販売において業界紙への投げ込み等は、広い地域まで宣伝ができ効果的であること。
- (2) 採材にあたっては材に付加価値を付ける有利採材をすること。特に高齢級材では余尺を付けた材が有利であること。
- (3) 極積にあたっては小口極とし材の評価を高めること。

これらのことを踏まえ、近い将来木曽ヒノキの減少が予想され代替材として人工林ヒノキ大径材が必要と見込まれる中で、高齢級材の有利販売に努めていきたいと思います。