

取組事例：流通①

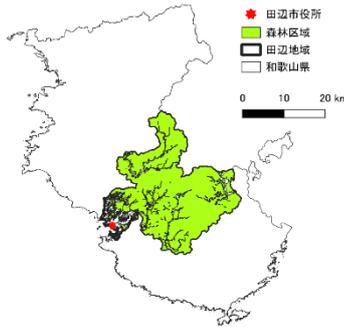
## ⑦ Web 入札と共同市開催による原木市場の活性化

和歌山県田辺地域

- ✓ Web 入札と地域内の共販所が連携した共同市の開催による高付加価値販売と新規顧客の獲得

### ■地域の基本データ

総面積	102,691 ha
森林面積	90,815 ha
民有林面積	82,984 ha
人工林面積	60,171 ha
主要樹種	ヒノキ、スギ、広葉樹



### ■当該取組の参画者

林業成長産業化運営協議会（西牟婁森林組合、龍神村森林組合、和歌山県、田辺市）

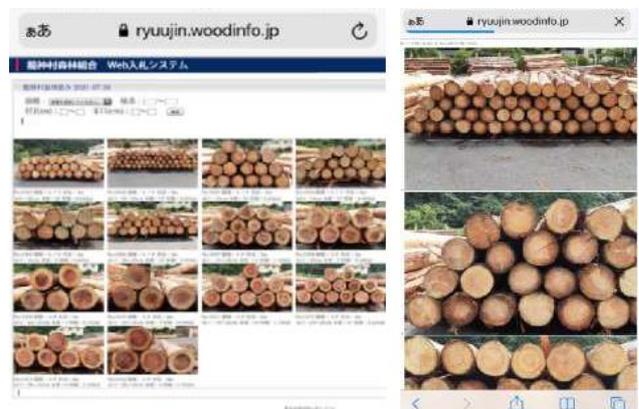
### ■課題と目的

- ・田辺地域には、田辺木材共販所、龍神木材共販所の2つの原木市場があり、古くから地域の原木流通を支えてきた。しかし、近年は直送が増えたため、取扱量は減少傾向にある。このことから、原木市場としての有利販売を模索している。また、増産された素材を高付加価値販売可能な需要者に販売していくため、新規顧客を開拓する必要がある。
- ・そこで、Web による原木販売が可能な電子システムの導入や紀州材原木祭（2つの原木市場による合同木材市）を開催することにより、新規顧客の取り込みや、これを通じた価格形成力の向上を目指す。

### ■取組の概要

<Web 入札システムの導入>

- ・原木情報を電子的に管理し、Web による原木販売が可能な電子システム（Web 入札システム）を2つの原木市場で導入した。令和2年度までに基盤整備を完了し、令和3年度からはトライアル入札を行っている。令和4年3月には流通コストの削減を図る取組として、原木市場ではなく、中間（サテライト）土場での Web 入札も実施した。
- ・効率的な販売を図るとともに、原木の長さや径級だけでなく、材の質や出荷元、木口写真など、買方が購入の際に必要な情報を付与することで、原木の付加価値の向上を図った。



図表 7-1 Web 入札画面（資料：田辺地域）

<原木祭開催と販路拡大のための取組>

- ・田辺木材共販所、龍神木材共販所の2社が共同で木材販売を実施する「紀州材原木祭」(合同木材市)の開催、及び新規顧客を獲得するための顧客営業、パンフレット作成、SNS発信、高付加価値化をPRした広告出稿など各種取組を実施した。
- ・原木祭では、紀州材の強みである強度をPRするため、原木に強度表示(ヤング係数相当の指標)を行い「価値」の見える化に取り組んだ。



図表 7-2 原木祭 (資料: 田辺地域)



図表 7-3 原木の強度測定(左)と強度表示(中央・右)(資料: 田辺地域)

## 取組の成果・効果

<Web 入札システム>

- ・コロナ禍で市場に来場できない顧客とも取引が可能となり、また営業可能な範囲が広がるなどの効果が出ている。出荷者は中間土場からも販売可能となり、市場への運搬コストを低減できる効果があった。
- ・スギ原木、ヒノキ原木共に、1 m<sup>3</sup>当たりの販売平均単価が、市売りよりもWeb入札で高くなるなど価格上昇が見られた。令和3年度にトライアルによるWeb入札を実施した結果、龍神村森林組合で販売した原木単価は、スギ

原木では 13,218 円/m<sup>3</sup>(市売り)から 14,819 円/m<sup>3</sup>(Web)へ、ヒノキ原木では 16,499 円/m<sup>3</sup>(市売り)から 18,512 円/m<sup>3</sup>(Web)への価格上昇が見られた。

市売りとWeb入札単価比較(R3 スギ原木)

13,218 円/m<sup>3</sup>(市売)  
→ 14,819 円/m<sup>3</sup>(Web入札)

<原木祭開催と販路拡大のための取組>

- ・開催の定着により、優良材の出荷・集荷が進み、買方が定着するとともに、新規顧客として新たに買方 20 社との取引が開始された。また、片方の森林組合が生産した原木を、もう一方の森林組合の原木祭にも出品することにより、片方の共販所のみで取引を行っていた買方が、もう一方の共販所にも来場するようになるといった効果もみられた。
- ・優良材荷主の出荷欲・市場の集荷欲が高まり、遠方の新規顧客が増加、合同市開催前・開催後の月平均取扱量が増加、また販売単価も上

昇がみられた。

- ・原木の強度表示については、強度を必要とする買方に「原木購入ロスが少なく済む」というメリットがあり、その分、単価を上げて購入する動機が生まれた。

市場における10月次平均取扱量

H27~29 平均: 5,094 m<sup>3</sup> →  
H30~R3 平均: 5,502 m<sup>3</sup>

## ■成功要因／横展開のポイントや苦勞した点

### <Web 入札システム>

- ・システム化による事務の効率化・省力化が求められていたことや、単価向上のために遠方からも購入できる手法を検討していたことなどに加えて、コロナ禍で、一時期対面販売ができない状況があったことが、システム導入への後押しとなった。

### <原木祭開催と販路拡大のための取組>

- ・田辺木材共販所と龍神木材共販所が地域林業の活性化や、新規顧客獲得のために良質な木材を多く集める必要性を感じていたなど、共通目的があった。
- ・ニーズを見極め、需要者へ必要な材が届くシステムを構築・更新することで、需要と供給の最適化を図った。

## ■取組の展開

- ・情報システム利用による原木取引（Web 入札等）、「紀州材原木祭」（合同木材市）の開催については継続的に取り組んでおり、県外顧客獲得にも力を入れている。Web 入札に係る取組として、中間土場からの販売を増やすため、造材・仕分技術に長けた市場の技術職員が出荷者への現場指導等を行う計画としている。また、原木祭においては、2つの原木

市場が共同で営業活動を実施するとともに、材の販売では、例えば JAS 工場など強度を必要とする買方に対してアプローチをかけ、取引を増やす計画としている。

## ■事業実施にかかった主な費用（H29-R3）

「紀州材原木祭」（合同木材市）の開催（協議会運営含む）

3,932 千円（うち国費 2,804 千円）

Web 入札システム（原木管理システム）の導入

7,892 千円（うち国費 57 千円）