

インターネット及びファックスを利用した林産物販売について

計画課 宮沢 一正

はじめに

国有林野事業における産物販売情報は、現在印刷物の郵送や新聞等のマスメディア利用により媒介されているが、情報媒体として近年めざましい発展を遂げているパソコン通信等の電気通信手段に目を向け、これらを用いた林産物販売手法について検討を行うこととし、具体的には、ファクシミリ及びインターネットを利用した林産物販売について、それぞれ、利用方法、問題点等について検討を行った。

第1 ファックス（Fネット）利用による公売物件の公告について

どの業界においてもファクシミリの導入は大変進んでいるといえるが、このファクシミリを効率的に利用するための（Fネット）と呼ばれるサービスがNTTにより行われている。このサービス利用による公売公告について検討する。

I Fネットについて

このサービスは大きく次の内容に分けられる。

1 一斉同報送信

情報をFネットに登録することにより、最大1,0000箇所までの自動送信を行うことができる。

2 一斉受信

多数箇所から送られる情報をいったんFネットに蓄積しておき、後ほどまとめて取り出すことができる。

3 ファクシミリ情報案内

情報をFネットに登録し、顧客が必要に応じて登録情報を手持ちのファクシミリを使って取り出す。

II Fネットの具体的利用方法について

公売に当たっては、事前に公告を行う。

当局においては、新聞等の他、入札資格を有する顧客（特に実績のある者

のみ)に対し、事前に公売案内書を送付しているが、資料の印刷及び送付は大変に手間のかかることである。

Fネットを利用すると、手持ちファクシミリで一度、案内書原稿をFネットに登録するだけで、あらかじめ設定してある送付先に案内書を自動送信することができるので、事務量の大幅な軽減が期待できる。

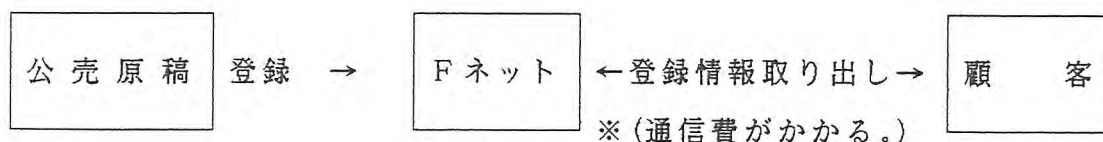
また、送付の対象外となる遠地顧客を始めとした顧客に対しても、(ファクシミリ情報案内サービス)を利用することにより、顧客が手持ちファックスにより、Fネット登録公売情報を入手するという形で、情報の提供が可能であることから、Fネットの利用により競争入札の効果を高め、収益の増大を期待することができる。

Ⅲ 概念図

1 実績のある顧客に、案内書を送付する場合。(一斉同報送信)



2 顧客が登録情報を取り出す場合。(ファクシミリ情報案内)



※フリーダイヤル形式をとることも可能である。

Ⅳ 問題点

送付原稿のページ数が多いと、現行の案内書送付より経費がかかる。

ゆえに、原稿の枚数を減らす努力が必要となる。

ファクシミリを利用するため手書きの原稿は好ましくない。

Ⅴ 費用

1 一斉同報送信

- ・ファクシミリ 2～5万円程度
- ・Fネット契約 800円(初回のみ。)

・通信費

100キロまで A4・B4一枚40円

100キロ以上 一枚50円

・配送結果通知 1枚5円

例

原稿が20ページのを、200件(100キロ以内)に送った場合。

$$20 * 200 * 40 + 200 * 5 = 161,000 \text{円}$$

(現行の場合 郵便費150 * 200 + コピー費10 * 200 = 32,000)

2 ファクシミリ案内を利用した場合

・ファクシミリ案内利用費

10ページまで 7,000円/月

加算額10ページ毎に 3,200円/月

・顧客が情報を取り出すための経費

Fネット契約 800円(初回のみ。)

通信費

100キロまで A4・B4一枚40円

100キロ以上 一枚50円

例

原稿が20ページのを、顧客(100キロ以内)が取り出す場合。

$$20 * 40 = 800 \text{円}$$

第2 インターネット利用による林産物の販売について

インターネットを始めとしたパソコン通信は、その即時性、汎地域性等から次世代の情報交換手段として注目されている。

その用途は、情報伝達を伴うあらゆる分野におよぶが、特に、「ネットワークのネットワーク」とも呼ばれるインターネットを商業用に利用した場合、不特定多数の顧客(インターネット利用者)と直接の情報交換が可能となるため、販売活動における、営業コストや物流コストが、大幅に削減されると考えられており、95年以降のネットワークの急速な拡大に伴い、多くの民間企業がインターネットを利用した販売市場の開拓に力を入れている。

国有林野事業においては、販売業務に代表される営利活動を、事業の柱として持っていることもあり、このネットワークの活用による、次世代的な事

業形態を導入することにより、事業の一層の推進を図ることが可能と考えられる。

その具体案として、「インターネットを利用した、一般競争入札による販売業務の改善」と、「インターネットを利用した、特定事業で作られる林産物の販売」を上げる。

I インターネットを利用した、一般競争入札による販売業務の改善

1 インターネットを利用した公売案内書による物件の公告

公売に当たっては、事前に公告を行う。

当局においては、新聞等の他、入札資格を有する顧客（特に実績のある者のみ）に対し、事前に公売案内書を送付しているが、インターネットを利用して公告することにより、案内書送付事務量及び経費が減少するとともに、遠地顧客を始めとした、より多くの顧客に対して公告が可能となることから、競争入札の効果が高まり、収益の増大が期待できる。

2 インターネットを利用した入札

当局における一般競争入札の方法は、郵便入札（これを認める場合）と入札場所における入札の2通りであるが、素材販売等の一般競争入札においては、通常、入札保証金を伴わないため、インターネットを利用した入札も物理的に可能である。

インターネットによる入札を実施すれば、ネットワークを利用している顧客であれば、入札場所にいなくても、即時かつ簡易に入札できる（例えば、郵便入札に頼っていた遠方の顧客であっても、入札締め切り時間直前の入札が可能となる。）ため、顧客負担の軽減が図れることから、入札件数の増大が期待できる。

また、入札結果を完全自動集計化するなど、円滑かつ確実な開札作業を実現できるとともに、不落の場合に行われる再入札（現行では入札場所にいる顧客のみで行っている。）においても、入札結果を、入札後直ちにインターネット経由で発信することにより、入札所にいない顧客においても再入札に対応できることから、より多くの再入札者をもって、再度入札を行うことが可能である。

II インターネットを利用した、特定事業で作られる林産物の販売

特定事業で作られられる林産物については、十分な販路を持たないため、

売り上げ金額の低い物が多い。

インターネットの利用により、不特定多数の顧客（インターネット利用者）に対し、直接広告活動が行えることから、販路開拓無しに販売額を延ばせる可能性が高い。

Ⅲ 問題点

1 I-1について

法規上の問題はないが、公告する情報量は、莫大な量となる（局内の素材公売の巻き立て等件数、年間10,000件程度）ので、この情報入力をどのように行うかによって必要な経費に大きな差がでてくる、ちなみに新分散との連携は、技術的に可能であるが、現行新分散の販売システムデーターであると、秋田営林局の販売業務形態にはなじまず（データーの出力形態及び、概算売り払いへの対応ができない。改善は要望している。）、新分散システムを利用する場合、システムの改善が必要不可欠となる。

2 I-2について

会計法上は、入札の方法について特に定めはないため、法規的な問題はないと考えられる。

会計法の解説書においても、入札の方法について、（特に禁止されていない限り、郵便または、電信で入札を行ってもさしつかえない。）としていることから、以下の点について、入札方法の改善を図れば、実行は可能である。

(1) 入札書類に対し、署名、記名、押印が必要としていることについて

パソコン通信においては、実存する書面による表示を行えないので、物理的に署名等の行為は不可能であり、何らかの対処が必要となる。

(2) 入札資格証明の提示について

郵便入札の場合、入札書とともに、入札資格を証明する書類を添付しなければならないこととしている。

インターネットを利用する場合は、ファックス等の電気通信手段による、入札資格証明書の提出を認めるなど、何らかの改善が必要となる。

(3) 電話回線の使用により生ずる問題点

電話回線により特定時間に入札する場合、入札件数が多いと回線処理能力の関係から、入札に応じきれない場合が予想されるので、入札実行

の方法について工夫が必要となる。

(4) 情報守秘の問題

入札においては、その公正を保つ必要があるが、電気通信を利用した入札の場合、入札開始から開札までの間の情報の守秘が完全に保てるかが大きな課題となるので、この点をクリアーできる方法について十分検討する必要がある。

3 II について

情報入力をどのように行うかが問題となる。

4 共通の問題点

(1) システムを運用する人材の養成について

基本システムの構築、運用については、大部分の外部委託が可能であるが、特にI-2のように全署を対象としたシステムの場合、システム利用のための研修等が新たに必要となる。

(2) 関係業界の利用者がまだ少ないことについて

I-1のように、関係業界に限定されたインターネット利用については、関係業界におけるインターネットの利用が促進されない限り、十分な活用が図れない。

IV 費用について

費用については、利用形態により大きく異なるが、参考に例を上げる。

1 インターネット利用のための基本的な費用

- ・ハード パソコン及びモデム代 20～30万円
- ・ソフト 通信等の各種ソフト 2～10万円程度
- ・通信事業者利用料金

プロバイダーと呼ばれる通信事業者を利用する必要がありそのための費用。初回加入料金 1～3万円程度 利用料金 10～30円/分

- ・電話代 既設回線を利用できるので、通常の通話料金と同じ。

2 システム開発費

- ・I-1やIIのような広報的利用のみの場合
初期投資 100～200万円程度
- ・I-2の場合
初期開発費 500万円程度

各署への端末導入費用 1箇所30～40万円（既設パソコンの利用も可）

3 システム運用費

- ・システム管理費 10万円／月
- ・情報入力費 委託の場合，A4，1ページで2～10万円
- ・通信事業者利用料金 前記料金＊端末台数
- ・電話代

V インターネット有効活用の為に

インターネットの拡大が進むにつれて，個人もホームページを開設するなど，ネットへの情報発信量が莫大な量となりつつあり，木材販売情報のように特定の者に対して情報を発信するものならばよいが，広報や，不特定多数を対象とする販売の場合には，こちらの発信した情報を，相手に選択してもらわなければ，せっかく発信した情報が無駄となってしまいうため，様々な工夫が必要になると考えられるが，最低次の点は抑えるよう心掛けるべきである。

1 ホームページの名前について

インターネットの情報選択は，特定のものを直接指定する場合でなければ，「サーチエンジン」などと呼ばれる検索ツールを利用して，自分の必要とする情報を発見し，画面上に取り出す。

とかくお役所のホームページとなると，威風堂々「〇〇省ホームページ」とか「〇〇県」などと言った，単純明快なホームページの名称が目立つが，例えば，「秋田営林局のホームページ」をより多くの人に見てもらいたければ，「白神ページ（秋田営林局のホームページ）」とした方が，より多くの人にホームページを見てもらえるはずである。

2 関連ページとのリンク

他の情報との関連付けを行うことを「リンクを張る。」と言うが，他のホームページに対してリンクを張ると，外から自分のホームページへアクセスするための窓口が広がることになるので，自分が発信する情報と関係のありそうなホームページ（例えば，営林局であれば，他の官公庁，関連業界，関連団体等。）に対しては，積極的にリンクを張る必要がある。

参考 業務におけるインターネット利用方法案

I 広 報

- ・ 国有林野及び秋田営林局のPR
- ・ 外部意見の収集

II 活 用

- ・ 分収育林の広告

III 販 売

- ・ 入札
- ・ 公売の公告
- ・ 国有林材のPR
- ・ 特定事業産物の販売

IV 普 及

- ・ 森林倶楽部等イベント参加者の募集
- ・ 研究情報の入手

V 計 画

- ・ 計画書の公表
- ・ 森林情報の提供（販売もあり得る）