

我が署における有利販売について (835)

角 館 署

業務課 戸 井 田 菊 久

総務課 鎌 田 悦 朗

1 はじめに

国有林野事業の経営改善の推進にあたって、収支改善を図ることは重要な課題であるが、木材需要の低迷、外材・代替材との競合等により素材の販売収入は思うように上がらず改善計画を圧迫する大きな要因となっているものと考えています。

このような中で木材の付加価値を高め、また、需要者のニーズに耳を傾けながら有利販売を進めていくことが私たちに与えられた使命であります。

そこで当署では、販売促進対策委員会が中心となり需要動向に即した生産販売活動を積極的に推進することを目標として、取り組んだ有利販売について報告します。

2 取り組みへの背景

今年度の直営生産事業について、夏山は、3セット・6事業地において秋田杉を主体に5,500m³、冬山は、4セット・2事業地で3,230m³を目標に実行しています。

また、今年度の請負生産事業については、2事業地で2,400m³を巻立生産したところであります。なお、今年度の製品販売の内訳は、「表-1」のとおりであり、今年度の直営生産予定量8,800m³に対して、随意契約等の販売量が54%となっています。

「表-1」 今年度の製品販売の内訳 単位；m³

区	分	直営生産量	比率%	請負生産量
随 契 委 託 販 売 量 等	地元工場等への随意契約量	2,923		
	安定供給システム販売量	1,440		
	計	4,773	54	
	一 般 公 売	4,027	46	2,400
合	計	8,800	100	2,400

そこで、「表-2」による「販売促進対策委員会」において、今年度の販売方法及び収入確保等を図る観点から協議し、実行しているところであります。

「表-2」 販 売 促 進 対 策 委 員 会

1 構 成	委員長 署 長 委員 次 長・総務課長・業務課長・業務管理官 会計係長・会計係員（事務担当者）・生産係長 事業所主任・事業所員（現場計測者） 事務局 販売係長（主査）
2 目 的	木材の市況・需要動向に即し有利販売について検討し、 収入の確保を図る。
3 開 催	委員長が必要と認める時に開催する。

*販売推進事項

- (1) 常に市況動向に目を向け、需要者のニーズに応じた有利販売について探求する。
- (2) 採材・仕訳について、講習会を開催する等現場職員との意見交換・連携を図る。
- (3) 公売等の結果については、早急に分析し今後の対応も含めて、関係者へ周知する。
- (4) 需要動向を把握し、適切な対応・PRを積極的に行う。

*収入確保対策

高齢級林分の有利販売を図る。

収入確保方策については、今年度の素材生産事業地に樹齢70～80年生代の高齢級の林分があることに着目し、優良材の生産を検討しました。

これまで、当署における地元工場資材等は、3.65mの普通材であったが、特殊材の販売について地元工場等に対して聞き込み調査をしたところ、優良材については4.00m材の人気があったことから取り組むこととしました。

3 優良材の販売について

今年度の直営生産入角事業地は、林齢82年生であり、これまでの公売結果も比較的良好であったことから、優良材を長級4.00mに採材し9月公売において「表-3」のとおり単木販売を実施しました。その結果全量落札し大きな成果が得られました。

「表-3」 単木販売による有利販売 単 位 ; 円

長級 m	径級 c m	等 級	材 積 m ³	単 木 販 売 販 売 額	上 廻 率 %	入 札 枚 数	備 考
4.00	50	元玉	1.000	151,210	155	5	
4.00	50	〃	1.000	123,000	130	5	
4.00	48	中玉A	0.992	103,310	150	6	
4.00	46	中玉A	0.846	92,310	150	5	
4.00	46	〃	0.846	86,410	140	6	
4.00	46	〃	0.846	86,310	140	5	
4.00	44	中玉A	0.774	74,000	160	4	
4.00	44	〃	0.774	74,000	150	5	
4.00	42	中玉A	0.706	63,610	150	5	
4.00	40	中玉A	0.640	62,810	165	5	
4.00	40	〃	0.640	43,990	115	5	
4.00	40	〃	0.640	42,900	110	5	
4.00	38	中玉A	0.578	49,500	145	5	
4.00	38	〃	0.578	38,900	115	5	
計		14本	10.860	1,092,280	145		

注；上廻率については5%括約の四捨五入で計上

公売を実施した結果入札枚数は平均5枚であったが、単木販売についての電話等による問い合わせが殺到し、署の販売努力姿勢に対する業界の関心を誘いました。

4.00m材は、径級が40cm以上で太いものほど人気があり、その中でも円柱形で年輪が緊密な物件程高額で落札しました。

更に、販売促進対策委員会においては、この公売結果をふまえ、採材に工夫しながら4.00m材の販売促進をすることとし、10月公売においては、「表-4」のとおり巻立販売を実施してみました。

「表-4」 優良材の巻立による有利販売 林齢；82年 単価；m³ 当たり

長級	径級	等級	本数	材積	販売単価	上廻率	入札枚数
4.00	34~48	中玉AB	17	10.912	90,368円	155%	5
	40~48	〃	9	6.924	80,000	150	6
	計		26	17.836		150	

注；上廻率については、5%括約の四捨五入で計上

公売の結果、前回の単木販売のPRの成果もあり、また運搬にも適する量ということもあって高額で落札しました。

更に、林齢84年生の請負生産事業地においても、事業体の協力を得て、優良材の長級4.00m採材を行い公売を実施したところ一部上廻率が160%で落札した物件もありました。

4 実行結果

以上のとおり、優良材の4.00m採材の単木販売等を試みた結果、これまで進めていた3.65m材で販売した場合の平均単価に対して単純比較ですが、総体的にみて有利販売につながったものと考えています。

更にこれらの活動を通じ、現場も含めた署全体に収入確保のムードができ、緑化木の販売・石の販売・イベントの開催等を実施するとともに、お客様の対応に配慮した明るい職場づくりにも貢献されています。

こうした努力の結果、今年度の製品販売収入は当初予定額を大きく上回る見込みであります。

5 今後の課題

以上のような販売活動を通じて、明らかになった問題点、また今後の反省すべき課題として次の点があげられます。

- (1) 単木販売で買受者が異なる場合、運搬等に不合理が生ずること。また、契約までの期間、材の管理に支障をきたすおそれがある。
- (2) 単木販売は、並列したことにより現物全体が熟覧できないとの意見があったので、空間を設けて配列する必要がある。
- (3) 林道等の路肩や法面にかけて配列することは、決壊にもなることからさけるべきである。
- (4) 土場の近くに配列箇所が確保できない場合、配列箇所までの運搬距離が長くなることから重機の借り上げ等経費のかかり増しが予想される。
- (5) 長級4.00m材の単木販売の径級は、40cm以上が妥当と考えられる。

このようなことから今後に向けては、

優良材の生産について、今まで以上に署と現場の連携を強化することはもちろんのこと、販売方法等についても地元工場等の情報把握に努め、公売案内する場合に目玉物件等は「次回公売の予告」通知をしたり、写真添付等してPR活動を積極的に行うことが大切であると考えます。

6 まとめ

以上が我が署における販売促進対策委員会を中心として取り組んだ有利販売の実情であるが、こうした営林署の販売努力姿勢が地域木材産業の関係者を初め、地域住民の理解と信頼を得るとともに、収入確保に効果的であることから、今後とも署・現場一体となってより一層積極的に取り組んでいきたいと考えています。