

# 素材の安定供給システムによる 販売の取組みについて

岩手営林署 ○事業所主任 神 孝 幸  
販売係長 杣 澤 忠 男  
生産係長 清水野 輝 夫

## 1 はじめに

知っている方も多いと思うが、需要不振な樹材種等の需要開発と、販路の拡大を図ることを目的として、平成4年に、「安定供給システムによる販売」の制度が制定された。略して「システム販売」と言っている。

これは、木材の需要、流通の構造的な変化、国有林材の量的減少、また、質的変化等に対処するため、今までの販売方法に替え、一定の要件を満たす工場等と3ヶ年の協定を結んで計画的に販売し、安定供給を図って行こうとする新たな制度である。

当署においては、平成6年度に、初めてスギ素材600㎡を販売し、また、7年度においても、同じくスギ600㎡を販売したが、特に、地元業界を中心に理解を得ながらこの制度を推進し、定着させる必要があると考え、過去の販売結果を分析するとともに、今後の取組方法について検討したものである。

## 2 課題を取り上げた背景

当署管内における一般製材業者は、操業戸数ではアカマツ主体の業者とスギ主体の業者の割合はほぼ同じであるが、製材量においては、アカマツの量がスギの量を上回っている状況にある。地元工場に対する随契枠も、以前から、アカマツが6割程度で推移している。

これと対照に、当署における生産量は、スギ素材量が年々増加の傾向にあり、必然的に、地元工場の随契枠の要望に答えることに苦慮しているとともに、スギ素材の販売促進に重点をおいて取り組む必要性が出て来ている。

従って、地元業者に、「システム販売」の趣旨を十分理解して頂き、従来の随契枠に替わる販売方法として定着させ、スギ素材の販売を促進するとともに、安定供給を図っていく必要があることから、取り組むこととしたものである。

## 3 研究の方法

研究の方法として、次の五つを課題として取り上げ、今まで当署で実行して来た結果を分析するとともに、当署管内の業者からもいろいろ意見を聞き、検討することとした。

- (1) 販売箇所の選定と販売方法の検討
- (2) 林齢、長・径級、品等による販売物件の適否の考え方
- (3) 買受者の意見聴取

- (4) 製材品の内容と価格及び販売先の調査
- (5) 販売物件のPRと今後のPR活動の検討

#### 4 研究の経過とその結果

##### (1) 販売箇所の選定と販売方法の検討

ア 平成6年度及び7年度に協定した内容は下表のとおりである。

平成6年度・7年度の協定内容

協定年度	買 受 者	樹種	年度別販売計画		
			6年度	7年度	8年度
6年度 (7月)	岩手木材市場 (岩手県)	スギ	200 m <sup>3</sup>	200 m <sup>3</sup>	200 m <sup>3</sup>
7年度 (11月)	沓澤製材所 (秋田県)	スギ	200 m <sup>3</sup>	200 m <sup>3</sup>	200 m <sup>3</sup>

イ 販売箇所の選定に当たっては、品質・形状、運搬等を考慮した結果、6年度・7年度とも、直営生産箇所のいずれも12月実行予定箇所が適当であると考えた。

その理由は次のとおりである。

販売箇所の選定理由

品 質	事業休止期間中に、作業道作設のための支障木を伐採した結果、トビ腐れが少なく、また、目あら材も比較的少なかったこと。
形 状	システム販売における対象物件である中・小径材が多い林分(60~90%)であること。
運 搬	作業道を早めに作設することにより、道路が安定するとともに、一般道路まで近いので、自署ブルによる除雪が可能であること。

ウ 販売方法については概算売払が原則であるが、土場周辺を広く確保することが困難なので、トラクタの搬入の効率性、また、造材作業とトラック積み込み作業の混雑が予想されることから、安全を確保するため、普通巻立、つ

まり、選別巻立ての販売とした。

販売方法については、安全等も考慮しながら、状況に応じて決定する必要があると考える。

代金納入については、年度内収入を確保するため、契約相手の理解を得た上で、出来るだけ現納とすることに努めた。

- (2) 林齢、長・径級、品等による販売物件の適否の考え方  
平成6年度・7年度に販売した物件で見てみることにする。

ア 6年度販売物件

契約相手：岩手木材市場

樹種	長級 m	径級 cm	品等	割合 %	備考
スギ 一般材	3.65	14～20	中玉	49	55年生 目あらが少ない
	〃	22～28	中玉	42	
	〃	30～34	中A	8	
	〃	36～44	中A	1	
計				100	総材積 223 m <sup>3</sup>

中玉が91%を占めており、また、林齢が55年の割に目あらが少ないことから、システム販売の方が適当と考えた。

イ 7年度販売物件

(ア) 契約相手：岩手木材市場

樹種	長級 m	径級 cm	品等	割合 %	備考
スギ 一般材	3.65	14 ~20	中玉	10	54年生 やや目あら
	〃	22 ~28	中玉	44	
	〃	30 ~34	中A	24	
	〃	36 ~44	中A	21	
	〃	46上	中A	1	
計				100	総材積 81 m <sup>3</sup>

中玉が54%と少ないが、30cm以上の中Aがやや目あらであり、システム販売の方が適当と考えた。

(イ) 契約相手：沓澤製材所

樹種	長級 m	径級 cm	品等	割合 %	林齢
スギ 一般材	3.65	14 ~20	中玉	15	54年生 やや目あら
	〃	22 ~28	中玉	51	
	〃	30 ~34	中A	28	
	〃	36 ~44	中A	6	
計				100	総材積 86 m <sup>3</sup>

中玉が66%と少ないが、30cm以上の中Aがやや目あら材であり、システム販売の方が適当と考えた。

7年度の販売物件では、30cm以上の中Aが46%・34%とやや多

めになっているが、目あら材については、製材業者が嫌う傾向にあることから、システム販売の方が適当と考えた。

### (3) 販売物件に対する買受者の意見

6年度及び7年度に販売した物件の買受者から、システム販売による今回の販売について意見を聞いてみたところ、結果は次のとおりであった。

ア 選別巻立をしたことから、事前に熟欄出来て良かった。

今後も続けて欲しい。

イ 売払時期は、営林署の計画もあると思うが、弾力的に考えて欲しい。

ウ 現納の場合、数量を小さくし、契約を何回かに分けて欲しい。

エ 少量で良いので、良材の太物も入れて欲しい。

オ システム販売については説明を受けているが、まだ十分理解していない業者もいる。

### (4) 製材品の内容と販売価格及び販売先

ア 製材品については羽柄材が一般的であるが、内訳は

(ア) 貫材

(イ) 野縁材

(ウ) 胴縁材

(エ) 破風材

などとなっている。

イ 価格については、平均で45,000円位となっている。

ウ 製材品の販売先については、素材買受者の在住県である岩手県及び秋田県内が中心となっているが、一部、関東及び関西圏にも出荷されている。

### (5) 販売物件のPRと今後のPR活動の検討

ア 6年度・7年度のPRについて

6年度・7年度については、営林署の販売方針説明会の際に、地元製材業者等に対し、それぞれ説明を行った。

今回の意見聴取で話があった、「内容を十分理解していない業者もいる。」ということについては、更に聞いてみると、「自分が申込業者として対象になるのかならないのか分からなかった。」ということであった。

イ 今後のPR活動について

今後のPR活動については、次のように考えている。

(ア) 説明会等では、具体的に説明するようにする。

(イ) 説明会以外でも、機会をとらえて呼びかける。

(ウ) 業者との意見交換の場を今まで以上に持つようにする。

## 5 まとめ

この研究結果から、システム販売を更に推進して行くためには、次の様なことが

必要であると考える。

販売時期 …… 買受者の要望にも対処できる様な弾力的な生産が必要である。

販売方法 …… 署の販売計画に沿いつつ、買受者の要望も考慮しながら販売方法を選択していく必要がある。

PR活動 …… 説明会のほかにも、地元業者との意見交換の場を持っていく必要がある。

システム販売は、従来の随契に替えて、今後、段階的にこの制度に移していくこととされているところであり、今回の研究結果を踏まえ、地元業者を中心に更に理解をして頂きながら、この制度の推進・定着に向け、尚一層努力して行く考えである。