

ヒバ材製品販売における収入増への取組について

青森森林管理署 増川事務所

販売係長
○生産係

おくでら
奥寺
とだ
戸田
ひであき
英明
やすふみ
泰文

1 はじめに

青森森林管理署増川事務所は管内でも有数の優良青森ヒバ材の産地である。

これまで、遠くは岐阜県・奈良県・愛知県等へ委託販売材を出品しており、「増川ヒバ」といえば全国に知れ渡っている。

素材の一般公売においては、京都や名古屋等遠くからの買い受け者も多い。

このように人気の高い「増川ヒバ」は、増川事務所の林産物収入のほとんどを占めている。

とりわけ、製品販売収入の中でも、ヒバ材の一般競争に占める比率が約68%となっており、ヒバ材の公売における入札単価の高低が収入の増減に直結する。

このことから、少しでも収入の増へつなげたいとの考えで、ヒバ材に付加価値をつけた「つなぎ材」等を販売し、一定の成果を得たので今後のヒバ材販売のあり方として一考察を述べる。

2 研究の方法及び経過

生産当初から販売課の指導を受け、「つなぎ材」生産に取り組み、管内全体での「つなぎ材」生産の25%に当たる約300m³を生産し販売した。

第1回目の公売では、初めてのことでありうまく応札してもらえるのかどうか心配であったが、最初からつなぎ材の人気は高く、2～3回と公売するうちに、販売に自信が持てるようになってきた。

平成11年度当署における一般競争・随契・同時販売別、一般競争樹種別数量、ヒバ材一般競争等における数量、金額については、図-1～4となっている。

図-1では、一般競争（ヒバ・スギ・ブナ）による販売量が7割を占めている。

図-2では、ヒバ材の数量が4,600m³程で6割をこえている。図-3では、ヒバ材の一般競争の比率が8割近くになっている。図-4においては、ヒバ材の一般競争に占める金額は2億9千万円程となっており、ヒバ材全体の8割近くを占めている。

図-1

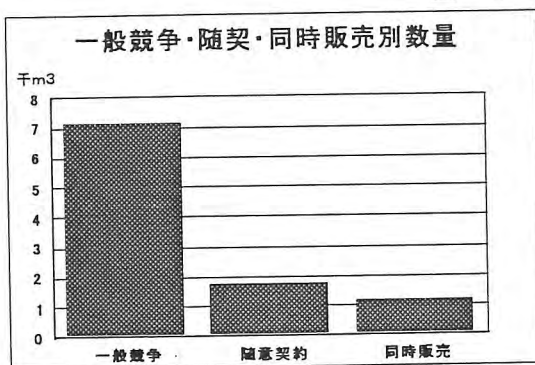


図-2

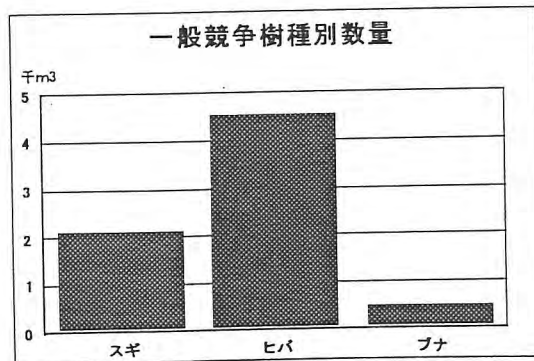


図-3

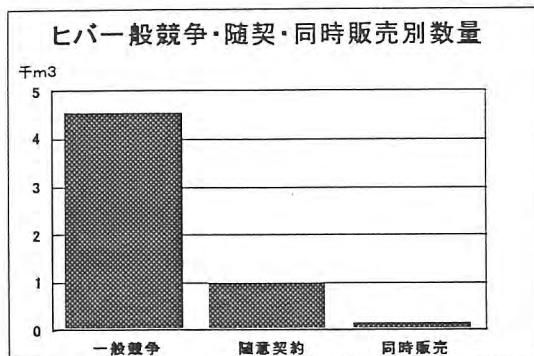


図-4

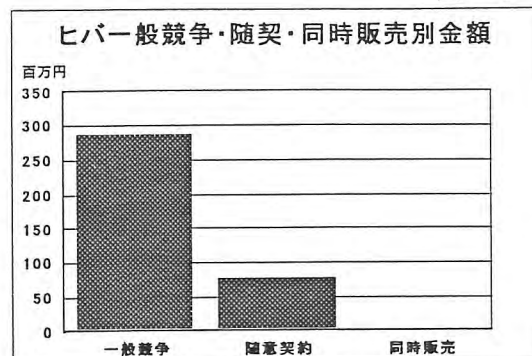


表-1は、「つなぎ材」のタイプ別の販売量を表したものである。

定尺材末口型とは、短尺材（1.9m）と定尺材（4.0m）の組み合わせであり、短尺材末口形型とは、その逆で短尺材が末口にきたもの、短尺材（1.9m）2本型とは、2本とも短尺材の組み合わせ、定尺材2本型とは、定尺材（4.0m）を2本組み合わせさせたものである。

この表で分かるとおり、今年度の「つなぎ材」の販売は、短尺材（1.9m）2本型が8割近くと大半を占めている。

つなぎ材のタイプ別販売量 表-1

区 分	材積 (m³)	比率 (%)
定尺材末口型	36	12
短尺材末口型	16	5
短尺材2本型	239	79
定尺材2本型	14	5
計	304	

* 総数と内訳が一致しないのは、四捨五入によるものである。

次に、「つなぎ材」のなかでも、もっとも多く販売した短尺材2本型と一般材を同じ径級、品等のものでm³当たりの単価を比較したのが表-2である。

「つなぎ材」を基準に開差率の最低・最高・中間のものを使用し比較した。ただし、7月は、「つなぎ材」の販売が2口よりなく、8月、12月は、1口よりなかった。

全体で見ると一部、比率の低い月もあるが、ほとんどの月は比率が高くなっている。
 径級が太ければ比率が高いということではなく、あくまでも買い手の「つなぎ材」への見方によって、比率は高くなっていると考えられる。

短尺材 2 本型と一般材の販売額の比較 表-2

単位：千円

区 分			つなぎ材	一般材	比率(%)	備 考
長級	径級	等級	m ³ 単価 (A)	m ³ 単価 (B)	A/B	
1.9 m	42～60	3等-4等	43	31	139	7月分(最高開差率)
1.9 m	40～54	3等-4等	30	27	111	7月分(最低開差率)
1.9 m	34～54	3等-4等	32	14	229	8月分
1.9 m	42～44	4等	39	14	276	9月分(最高開差率)
1.9 m	42～48	3等-4等	53	33	161	9月分(中間開差率)
1.9 m	42～44	4等	22	15	147	9月分(最低開差率)
1.9 m	42～58	4等	42	26	162	10月分(最高開差率)
1.9 m	38～56	3等-4等	35	19	184	10月分(中間開差率)
1.9 m	40～60	4等	34	27	126	10月分(最低開差率)
1.9 m	36～46	3等-4等	34	22	155	11月分(最高開差率)
1.9 m	44～58	3等-4等	34	21	162	11月分(中間開差率)
1.9 m	40～58	4等	27	21	129	11月分(最低開差率)
1.9 m	40～44	4等	29	15	193	12月分

表-3については、販売量が少なかったため、比較する材料が乏しかったが、比率はいずれも200を超えている。

定尺材末口型と一般材の販売額の比較 表-3

単位：千円

区 分			つなぎ材	一般材	比率(%)	備 考
長級	径級	等級	m ³ 単価 (A)	m ³ 単価 (B)	A/B	
1.9 m	62 ~ 62	4等	62	29	214	6月分
4.0 m	60 ~ 60	3等下	140	67	209	6月分

表-4については、定尺材・短尺材(3.0m+2.1m)のものを参考までに算出した。

短尺材末口型と一般材の販売額の比較 表-4

単位：千円

区 分			つなぎ材	一般材	比率(%)	備 考
長級	径級	等級	m ³ 単価 (A)	m ³ 単価 (B)	A/B	
4.0 m	56	3等下	94	64	147	6月分
1.9 m	54	4等	37	25	148	6月分
3.0 m	60	4等	139			12月分 比較材なし(参考)
2.1 m	58	4等				

また、表-5については、3等下の一般材に比較する適当な径級がなかったので、9月分の数値を使用している。

表-3と同様に比較する材料が少なかった。

定尺材2本型と一般材の販売額の比較 表-5

単位：千円

区 分			つなぎ材	一般材	比率(%)	備 考
長級	径級	等級	m ³ 単価 (A)	m ³ 単価 (B)	A/B	
4.0 m	58	3等下	81	56	145	8月分
	54	4等	78	73	107	8月分

表-2～5の結果からみると、単純な比較であり一概にはいえないかもしれないが一番多く生産した短尺材2本型が、一般材と比較してどの月も比率が高く、 m^3 当たりの単価も高いものが多かった。

逆に定尺材2本型は、比率からすれば低くなっている。これは、8mという長材は特殊な用途にしか使用されないためと思われる。今後、生産したとしても付加価値効果はあまり期待できないと考えられる。

いずれにしても、「つなぎ材」は、どのタイプも価格の面において有利に販売されているのが分かる。

表-6はヒバ材の長級別販売額等の内訳を今年度の12月分まで集計したものである。いろいろ異なる条件の中で販売しており、単純には比較できないにしても、1.9m極に比べて、「つなぎ材」は m^3 当たり単価、落札率、平均応札枚数等すべてにおいて上回っており人気が高かった。

「つなぎ材」の m^3 当たり平均販売単価をみると、全口数平均で5万円（税抜き）になっており、開差率においても相当高い数値になった。

一般競争入札ヒバ材長級別販売額等内訳 表-6

長級別	材積 (m^3)	販売額 (千円)	m^3 単価 (千円)	入札 口数	落札 口数	落札率 (%)	全口の応 札枚数	1口平均 応札枚数
打ち出し材	5	741	137	2	2	100	10	5.0
長材	104	20,281	194	71	57	80	201	2.8
4m材単木	60	11,904	199	38	38	100	175	4.6
つなぎ材	304	15,063	50	30	30	100	180	6.0
4m材極	2,766	182,971	66	167	158	95	503	3.0
2.1m材極	178	15,862	88	14	14	100	121	8.6
1.9m材極	668	14,092	21	46	40	87	104	2.3
計	4,087	260,913	64	368	339	92	1,294	3.5

注) 1 販売額はすべて税抜き価格である。

2 材積・金額とも、それぞれ m^3 ・千円単位で記載しているため m^3 単価を算出しても一致しない。また、材積の計も一致しない。

4 考察

以上述べたとおり「つなぎ材」は、大変な人気の中で全口を完売することができた。一部買い受け業者から次のような質問でつなぎ材等の販売に対する意見を聞いたところ、

- (1) どうして「つなぎ材」を買い受けしたのか。
 - ① 定尺材よりも単価が安く魅力がある。
 - ② 同じものを短尺で買うよりも、「つなぎ材」の方がいろんな工夫ができ役物も採れる。
- (2) 「つなぎ材」をどのような木取りをして製品にしましたか。

ほとんどの木を長材として扱った。
- (3) 今後どのような「つなぎ材」を希望しますか。
 - ① 少しでも丸太の径が太いもの。
 - ② 短尺材どうしの「つなぎ材」は、最低でも長級を4.06m以上(定尺+延べ寸6cm)にしてほしい。また、これからの建築物はメーターモジュール(基準単位)規格となるので、1.9mの「つなぎ材」よりも、2.1mのつなぎ材を希望する。
- (4) 今後どのような「つなぎ材」を買い受けたいですか。

役物が採れるような「つなぎ材」は積極的に買い受けしたい。

という意見であった。

今年度初めて取り組んだ「つなぎ材」の販売であったが、結果的に「つなぎ材」の販売量は300m³を上回り、当署のヒバ材販売量の7%、局全体の販売量では約20%となった。

当署のヒバ材販売数量からすれば少ない量だが、ヒバ材製品販売の全体に与えた波及効果は大きいものがあったと考えている。

その他にも、打ち出し材・4m並びに長材の単木売り等も行い単価アップを目指した結果、長材の1本売りでは、m³当たり330千円という材もあり、全体ではm³当たり平均単価が63千円(税抜き)と他署に比べ約150%の数値となってあらわれた。

また、委託販売でも多くのものを出品しており、12月末でヒバ材は、地元青森県内市場をはじめ遠くは愛知県・岐阜県内市場等へ11件、材積で185m³程、金額では38,000千円(税抜き)程を販売した。広葉樹についても、青森県内と岐阜県内市場へ2件、38m³程、金額では7,300千円(税抜き)を販売した。

来年度のヒバ材の製品販売にあたっては、今年度の販売経験を生かし、「つなぎ材」の販売においては、買い受け者の意見も参考としながら、今後における「つなぎ材」生産・販売の要点としては、

1つとして、末口径の小さいものについては、「つなぎ材」としての付加価値効果は少ないので、生産する目安としては、末口径で40cm程度以上とする。

2つとして、腐れ、節、曲がり等多少の欠点があっても、1材面からでも役物がとれるような製品については、積極的に「つなぎ材」を生産する。

3つとして、「つなぎ材」は短尺材2本型が最も需要が多く、価格面においても有

利であり、付加価値効果も大きい。

4つめとして、特に、短尺材で径級の大きいものについては、短尺材としないで積極的につなぎ材を生産する。

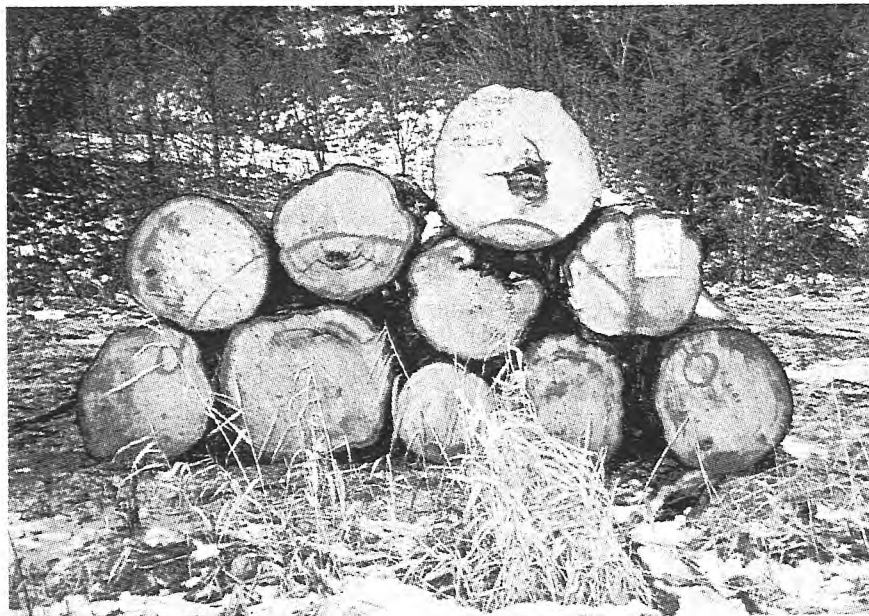
以上のことを踏まえ、上局の指導を得ながら、皆さん方からいただいた貴重なご意見を参考として、買い手の皆さん方に少しでも喜ばれるような、ヒバ材の販売をしていきたいと考えている。

5 むすび

今年度の製品販売収入額については、広葉樹、スギ材が当初予定を下回る製品販売量となるものの、「つなぎ材」生産等による販売が好影響して、ヒバ材の製品販売収入額は当初の予定額をすでに上回ることができた。

増川ヒバ材を業界のみなさん方に喜んで買っていただくためにも、来年度は「つなぎ材」等の生産を一般公売数量のうち10%以上を目標に、より付加価値をつけたヒバ材の生産販売を目指していきたいと考えている。

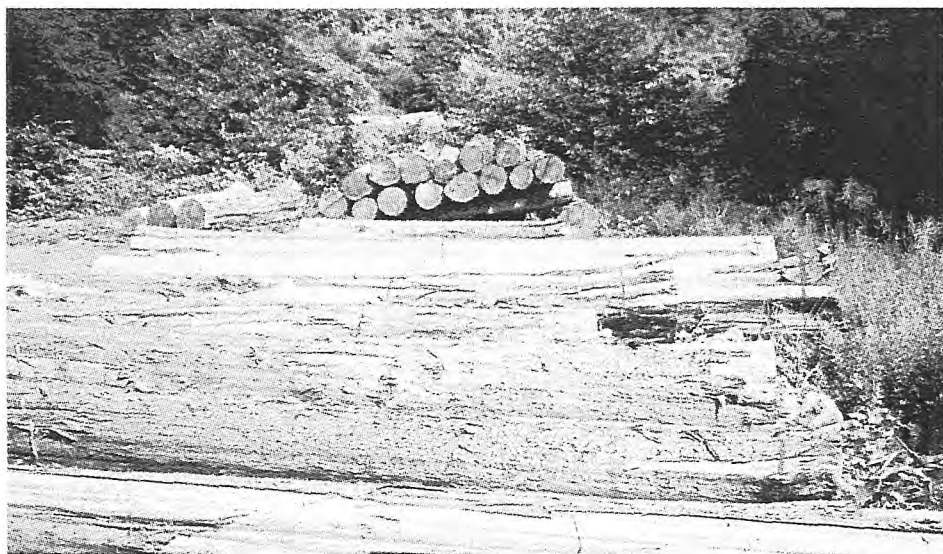
結果的には、そのことがヒバ材の m^3 当たりの販売額の単価アップになり、収入増へつながると考えているからである。



つなぎ材の極積状況



つなぎ材の木口表示状況



打出し材の陳列状況