

28. 蟹田スギの生産販売について

蟹田営林署 ○ 平山 透
葛西 滋

1 はじめに

70年生から80年生のスギの人工林が多い蟹田署では「スギの使い方～使われ方」及びスギの有利採材、広域販売は収入確保に直結する重要な課題であり、これに対処するため、これまでの販売収入委員会を改組して、年次別に解決すべき目標を定めて取り組んで来たところである。

以下、これについて報告する。

| | |
|-----|-----------------|
| 委員長 | 次長 |
| 事務局 | 事業課長 |
| 委員 | 総務課長 経営課長 |
| | 庶務係長 会計係長 収穫係長 |
| | 生産係長 販売係長 中師班主任 |
| | 釧路・後潟事業所主任 |
| | 収穫係1名 販売係2名 |

(図-1) 販売収入委員会

(図-2) 委員会の目標

この委員会の元年度の二大目標は「スギのブランド化」と「分収育林の完売」であった。一見この二大目標は別々の課題のように思われるが、蟹田スギの売り込みが蟹田の山の評価を変えようという波及効果に期待し一体不離の課題として取り組むことにしたものである。

その分収育林の販売進行状況は次のとおりである。
端的に昭和62年度から分収育林の売れ行きを追って見ると62年度は10口、63年度は6口で元年度期首の売れ残り口数は78口であった。これに対して平成元年度の結果は、平成2年2月末で60口余りの販売を達成している。

2 スギの販売ウェイト

(図3～5)は総販売量に対するスギの占めるウェイトで、63年度のスギのウェイトは43%と前年に比べ3%ダウンしているが、元年度には47%となっている。

また、広葉樹のウェイトが多くなっているため販売収入委員会の活動目標でも第2ランクに据え取り組んでいくことになった。

| 区分 | 販売量 m^3 | ウェイト % |
|-----|-----------|--------|
| スギ | 11164 | 46 |
| ヒバ | 9765 | 41 |
| 広葉樹 | 2654 | 11 |

(図-3) スギの販売ウェイト
(昭和62年度)

スギの販売ウェイト(63年度)

| 区分 樹種 | 販売量 [㎡] | ウェイト [%] |
|----------|------------------|-------------------|
| スギ | 10 684 | 43 |
| ヒバ | 11 669 | 47 |
| 広葉樹 | 2 193 | 9 |

(進行報告による)

(図 - 4) スギの販売ウェイト
(昭和 6 3 年度)

スギの販売ウェイト(元年度)

| 区分 | 販売量 [㎡] | ウェイト [%] |
|-----|------------------|-------------------|
| スギ | 9 988 | 47 |
| ヒバ | 7 444 | 35 |
| 広葉樹 | 3 369 | 16 |

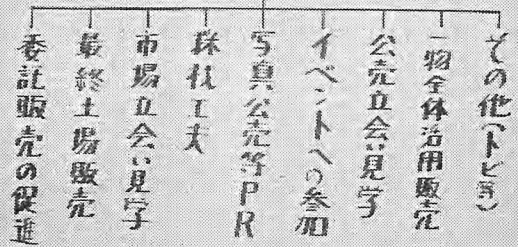
(12 月分進行報告におよ)

(図 - 5) スギの販売ウェイト
(平成 元 年 度)

3 スギのブランド化の具体的行動

蟹田スギのブランド化に向けてどのような取り組みをしたかは(図 - 6) のようになる。

スギのブランド化の具体的行動



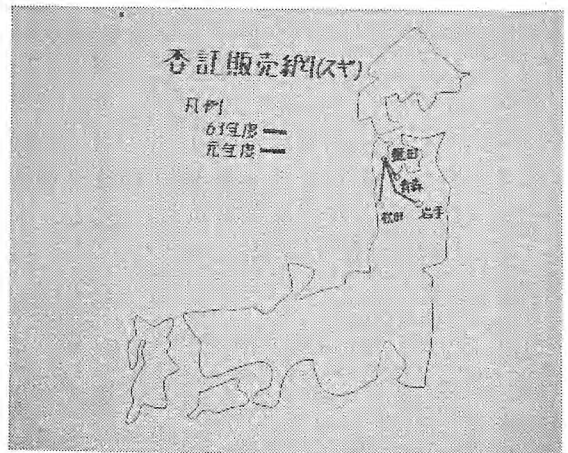
(図 - 6) スギのブランド化の
具体的行動

ア 委託販売の促進

(図 - 7 , 8) で分るようにスギの販売網がヒバに比較して極端に狭くなっている。また、スギの広域販売を進める一方で、地元の公共施設等にスギ材を使用させる運動も必要である。



(図 - 7) ヒバの委託販売網

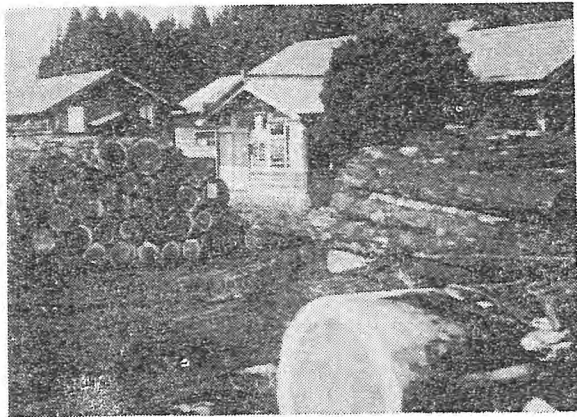


(図 - 8) スギの委託販売網

イ 最終土場販売

秋田県方面の顧客から人気があり、スギの平均販売単価が8万円を超える公売結果となっている。

(写真-1)は最終土場風景である。



(写真-1)は最終土場風景

ウ 高齢スギの採材工夫

3.65mの30cm上, 4m・6m材の元玉は別巻立としてフォークローダーを使用してトビを使わないよう作業を進めている。その他の内容は(図-9)のとおりである。

高齢スギの採材工夫

- 1 4m・6m材(干級36%)の積極的の生産
- 2 3m材(干級16-20%の特材角)の生産
- 3 きめこまかな選別巻立
- (例) 365m材は28"下と30"上別巻立(中玉)
- 4 4m・6m材は36"上と46"上別巻立

(図-9) 高齢スギの採材工夫

エ 一物全体活用販売

高齢スギを有利採材することによって生じる端材や勿材の販売を「一物全体活用販売」と称して実行した。

端材類の内, 1.1m材について別巻として販売したところ公売では, m³当たり2万円位で売ることが出来た。

スギ1.1m³材は主に格天井材に使用されるようである。

一物全体活用販売

| 区分 種別 | 種類 | 数量 | 単価 | 販売額 |
|----------|-------|-------------------|------------------|---------------------|
| スギ | 端材 | 3900 ^口 | 21 ^円 | 81,000 ^円 |
| | 1.10材 | 146 ^坪 | 14,762 | 2,155,300 |
| ヒバ | 根株 | 10 ^本 | 2000 ~100,000 | 461,000 |
| | 捌枝 | 464 ^本 | 30 | 13,905 |

(図-10) 一物全体活用販売

オ イベントへの参加

蟹田スギを広くPRするためには, まず蟹田町の売り込みを考えて, 蟹田町から「蟹田町をPRする名刺」の台紙を2千枚いただき, 東京営林局土地利活用計画室へ1千枚送り, 分収育林のPRの際「蟹田町」のPRをしていただくよう依頼している。

残りの1千枚は63年度に行った局の木材フェアで配り, PRに努めた。

4 スギの長級別生産ウェイト

(図-11)で分るように当初準高品質材生産ウェイトは9%と予想していたが、結果は10%伸びの19%になった。

また、1.9m以下が増えたのは、1.1m材が新たに含まれたからである。

スギの長級別生産ウェイト(平成元年度)

(%)

| 区分 | 190以下 | 400(1.3m以下) | 305(1.4~1.5m) | 365(1.6~1.8m) | 特級良材 |
|------|-------|-------------|---------------|---------------|------|
| 当初予想 | 6 | 1 | 40 | 11 | 9 |
| 実行結果 | 11 | 2 | 33 | 35 | 19 |

(図-11) スギの長級別生産ウェイト (平成元年度)

5 スギの販売単価の推移

(図-12)は、販売収入委員会を中心とした蟹田スギのブランド化を販売平均単価の面から追ってみた。

材価の高騰が4~5%の範囲にあったにしても、平成元年度の指数が121となったことは評価されてよいことであろう。

| 区分 | 62 | 63 | 平成元 |
|----|-------|-------|-------|
| 単価 | 37141 | 38810 | 45120 |
| 指数 | 100 | 104 | 121 |

(進行報告による)

(図-12) スギの販売単価の推移

6 スギのサンドライ化

やませの蟹田においては、サンドライ化は非常に難しいと思われるが、乾燥材の生産は大切であり、今後も葉枯し材の生産を積極的に実行していく考えである。

また、1月中に伐倒した材を4月早々に生産を行いスギの寒切材と銘打って販売し、その波及効果を検証したいと考えている。

なお(図-13)を参考までに添付した。

| 区分 | 数量 | 実行時期 | 結果 |
|----|-------------------------------|----------------------|-----------------|
| 63 | 2218 ^{m³} | 8月~10月 ^{中旬} | サンドライの基準に達しなかった |
| 元 | 3318 ^{m³} | 8月~10月 ^{下旬} | |

(図-13) スギのサンドライ化

7 考 察

今後、蟹田スギの人気を一時的なものにしないための手だてが必要であり、そのために、さらに広範囲な動向調査とPRを積極的に実施していく考えであり、併せて、蟹田地域におけるスギのニーズの掘り起こしに努めていきたい。