

## マーケットニーズに応じた採材

### 1. まるい林産株式会社(出雲)

- 【業務内容】原木生産
- 【設立】H29設立
- 【従業員数】11名
- 【原木生産量】5655m<sup>3</sup>(R5実績)



出典:しまね林業事業者ガイドブック

### 2. 取組の経過及び概要

#### (1) 原木販売額の向上に向けた課題

- ①これまで、伐倒後の採材は、6m材の採材を優先していたことから、**需要に対応した材の生産が不十分**。
- ②集材・採材時に材が傷つき、**販売額が低下**。

#### (2) 取組の概要

##### ①市場ニーズの情報収集

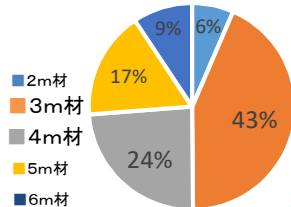
市場で不足している、または需要の高い材の寸法や径級の情報収集。

#### 【収集した情報例】

径級・材長ごとの構造 家一軒の建築に必要な木材の割合  
必要量の情報・知識



これまで6m材の採材を優先していたが、3m4m材の需要が高いことが判明。



##### ②社内で情報共有

得られた情報を毎月の定例業務ミーティングで共有し、**採材の意識を改革**。



定例業務ミーティング

##### ③見た目を意識した採材の徹底

社員に対して集材・採材に際しての重機取扱いの注意点を周知。



丁寧な重機の取扱

### 3. 取組の成果

#### (1) 販売単価の向上

- ①市場ニーズの高い3, 4m材の生産量が増加し**需要にマッチした出荷**を実現。これにより、R4はA材(建築用材)の出荷量がR1と比較し増加。
- ②見た目を意識した採材を徹底し、出荷材の品質が向上。
- ③ウッドショックの影響も加わり、**販売単価も年々向上**。

	R1	R5	R5/R1
A材出荷量	567m <sup>3</sup>	2,092m <sup>3</sup>	269%up
m <sup>3</sup> 単価	5,598円	7,884円	41%up

#### (2) 新たな販売先の開拓

- ①これまで取引の無かった県内製材所に直送を開始。
- ②出荷先や市場のニーズに対応するため、山土場での用途別仕分けの徹底やスキルアップのための研修を実施。



山土場で仕分けられた材



外部講師による採材研修

**A材の需要と供給情報を収集し 社内で共有化していくことで、原木販売額の向上に努めていく。**

まるい林産株式会社 伊藤部長

### 4. 課題と今後の取組方向

#### (1) 製材用原木の出荷拡大

高性能林業機械の導入により、生産性の向上を図るとともに、林業公社収穫事業等を活用し**出荷量を確保**。

#### (2) 新たな出荷先の開拓

市場価格の動向を注視し、**県外企業への直送**を検討。