

プラチナデリバティブ 日本興業銀行 価格下落時のリスクを補償 在庫の評価損をなくせる

編集部

プラチナは装飾品として多く使われていますが、実は工業製品にも多用されています。なかでも、自動車の排気ガスの浄化装置の触媒として、化学工場の触媒としては、なくてはならない存在です。ところが、プラチナは貴金属のなかでも最も価格変動の激しい商品の1つで、これを使う装飾品メーカーや自動車会社などの企業を悩ませてきました。ここに目をつけて開発したのが日本興業銀行のプラチナデリバティブ「プラチナカラー」です。

上がった時は企業が払う

このプラチナデリバティブの最大の特徴は「プラチナ価格が下落した時のリスクをヘッジ（保険つなぎ）しよう」という点です。お客にとっては「下がった時は利益が出て、上がった場合は損が出る」という性格の商品です。専門的にいいますと、「お客はプットオプションを興銀から買う」「コールオプションを興銀に売る」ということになります。

プラチナは価格変動が激しいばかりか、時に大輸出国ロシアからの出荷が止まることもあり、装飾品メーカー、自動車メーカーなどはある程度、プラチナ在庫を持たないと安心して操業ができません。いわば、在庫の価格下落リスクを抱えたまま操業しているのです。

なかには先物取引でヘッジしている企業もありますが、多くはヘッジは商社などに任せているのが実情です。

しかも、プラチナは1990年代から2000年にかけて供給不足から上がり続けてきたのが2001年初頭から下げに転じ、在庫を持ちにくくなっていました。そこに目をつけた興銀が5月に「下落時のリスクヘッジ商品」としてプラチナデリバティブを開発したのです。

損得なしの場合も

この商品は契約した企業の契約終了時のプラチナ価格が一定額（＝下限ストライクレート）を下回った場合は興銀が損失分を払い、プラチナが一定の価格（＝上限ストライクレート）を上回った場合は企業が興銀にその分を支払う」というものです。これによって、当該企業はプラチナの在庫価格を一定にして、価格の変動に煩わされることがなくなります。いわば、先物取引の機能を興銀が代行しているということもできます。

仕組みはごく簡単です。まず、「プラチナ価格の参照日」を決め、これを元に価格を設定します。次いで、「権利行使日」を設定、権利行使日の5営業日後を決済日とします。もし、決済日のプラチナ価格が上限ストライクレ

トを上回った場合はお客が興銀にその差額に元本 (=キログラム単位) を掛けたものを払い、プラチナ価格が下限ストライクレートを下回った場合は興銀がお客に支払います。

問題はそのストライクレートです。興銀が資料を作成した時は2001年2月でしたが、この時は上限ストライクレートを1グラム2,299円、下限ストライクレートを1グラム1,900円としていました。そこで、この間の価格はどちらも支払いも受け取りも生じないこととなります。

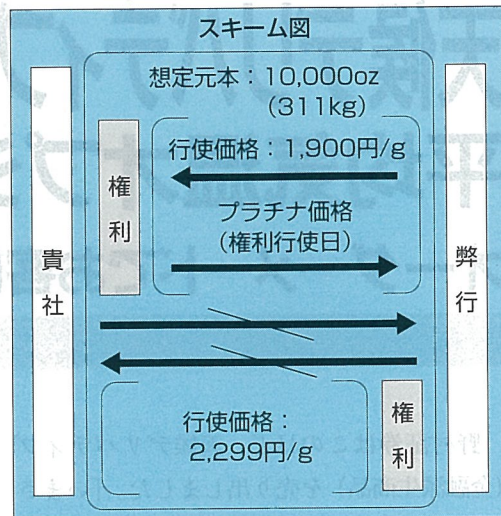
価格が下がった場合、興銀は損が出ますが、銀行間取引でヘッジし、損が出にくい体制を整えています。

円建て、キログラム取引

このプラチナデリバティブはお客の利便性を考え、「ドル建て、トロイオンス単位」ではなく「円建て、キログラム単位」としました。世界のプラチナ先物取引は欧米では「ドル建て、トロイオンス単位」ですが、国内は「円建て、キログラム単位」です。このような国内の事情にも配慮しました。

円建てのプラチナ価格はロンドンのLPPM (London Platinum and Palladium Market) 取引所におけるプラチナスポット公示価格 (USD/oz) を基準にし、イングランド銀行のドル/円公示レートで円に換算し、それをグラム単位にはじき直したものを使っています。

元本は一応、311キログラム (1万オンス) としていますが、「お客のニーズに応じたい」としており、数10キログラム単位でも対応したいとしています。期間は決めていませんが一応、最長1年程度をメドにしています。決済日はお客の要望に応じるとのことです。



金融のノウハウを援用

興銀はこれまでファイナンシャルリスクをヘッジするノウハウを蓄え、それを商品の価格ヘッジなどに援用してきました。すでに原油デリバティブなどではかなりの実績を持っています。そこで「顧客がどのような商品を求めているか」を探ったところプラチナのデリバティブにニーズがあると分かり、この商品を開発、販売したとのことでした。

プラチナは世界で先物取引が行われ、ヘッジできます。にもかかわらずあえてプラチナデリバティブに乗り出したのは「先物取引と異なり手数料がかからないので安くヘッジでき、需要が見込める」とみたためです。

これまでのところ「損は出していない」段階とのことでした。興銀では今後も顧客のニーズに合った商品を開発していきたいとしています。また、2002年4月には富士銀行、第一勧業銀行と合併しますが、「このような分野を手がけているのは興銀だけ」とのことです。合併後も、この分野では同社が中心になるのではないかとみられます。