

住友商事[社内天候デリバティブ]

取引先への販売にも力 電力自由化を見越して布石

編集部

住友商事は各種のデリバティブ（金融派生商品）を取り扱っていますが、その一環として、今年4月、天候デリバティブを売り出しました。この商品は「メインディッシュの片隅に置く商品」（住友商事）ですが、将来、エネルギーデリバティブを拡大するうえでの、先兵的役割を担っていると位置づけています。

社内の利益相反を調整

この天候デリバティブは同社コモディティビジネス部が中心になって作り上げました。

住友商事は総合商社だけに、夏なら「冷夏になったら利益が出る部門と損が出る部門」や「猛暑になったら利益が出る部門と損が出る部門」など、利益相反の部門を多数かかえています。

冬なら同様に「暖冬になったら利益が出る部門と損が出る部門」もあれば、「厳冬なら利益が出る部門と損が出る部門」もあります。

これらの部門を天候デリバティブを使って仲介すれば、相互の利益になるし、コモディティビジネス部も利益が出ると判断したものです。

手法は、一般の天候デリバティブと変わりません。気温など一定の条件を定めてプレミアム（＝保険料のようなもの）を受け取り、その条件以上に気温が上がった（もしくは気温が下がった）ら、一定額を補償金として支払うというものです。

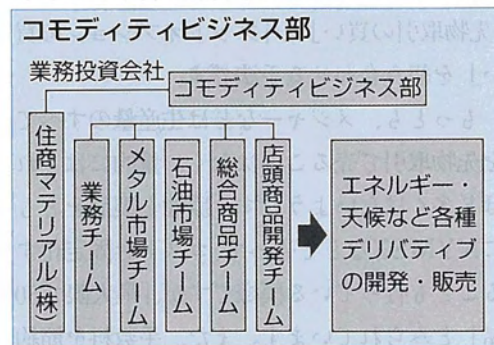
当初は、社内向けから始めましたが、営業部隊の力を借り、関係会社、取引先などにも、その範囲を広げつつあります。同社の取引先には同社との取引とは関係ない部門もあり、そこで天候によって損を出したら、それが同社との取引にも影響が出かねません。そちらのリスクもカバーできたらと考えています。

ただ、夏は始めたばかりだったので成約は少なく、「助走の助走段階」で、これからが「助走段階」に入るとしています。

リスクを再ヘッジ

夏と異なり、冬場の難しい点は「利益相反」の業種が少ないことです。夏は冷夏で損が出るところも多ければ、猛暑で損をする業種も数多くありますが、冬場は暖冬で利益が出る業種は「テーマパーク」「建設工事」など数少ない半面、厳冬では電力、エネルギー、衣料などほとんどの業種が利益を上げるからです。

ただ、このように損得を出す部門がマッチ



しない場合は同部がリスクを引き受け、それを各種の手法を使って外部の金融機関など各種機関にリスクヘッジ（保険つなぎ）することで、リスクを減らし、ビジネスを活発化させる方針です。

実はコモディティビジネス部は前身を貴金属部といい、それがLME(ロンドン金属取引所)をめぐる銅の不祥事で解散。その後、為替市場部商品市場課として、再発足しました。貴金属など各種商品のディーリングを行い、さらにディーリングの枠を穀物、石油関係に広げ、フレートデリバティブも始めました。最近では排出権取引など無体物の取引にも進出、その方面の大手、ナットソース・ジャパン社にも出資しています。

本丸はエネルギー市場

そのような事業拡大の一環として、天候デリバティブにも目をつけたものです。それだけに「社内の気温による利益相反を調整するだけでなく、天候デリバティブをビジネスとして取り扱っていく」という姿勢です。すでに同部では、エネルギーデリバティブを行っており、その延長線上の商品として天候デリバティブを捉えています。

いわば、天候デリバティブは本丸ではなく、本丸は電力、石油、天然ガスなどエネルギー市場です。エネルギーは気温によって消費量が大きく異なり、リスクヘッジは欠かせません。そのリスクヘッジ手段の1つが天候デリバティブなのです。

現在、経済産業省を中心に「電力取引所」構想が進められています。(P4「電力取引」の項を参照)。これが本格的に稼働すれば、気温によって電力の消費量は上下するので、電力取引所での電力価格も動くようになります。

そうならば、ヘッジの手段として各種デリバティブが求められるようになり、「その1つとして天候デリバティブもクローズアップされよう」という雄大な戦略を描いています。

同部の高井裕之副部長は天候デリバティブをディナーのメインディッシュに例え、こう言っています。「メインディッシュには中心に肉や魚を置くが、端に野菜などを乗せる。この中心になるのがエネルギーであり、端にあるのが天候デリバティブだ」。

目下はノウハウを蓄積

それだけに「目先の成約にこだわらず、総合エネルギー市場ができたときに備え、品揃えをしておいてこそ、相乗効果でエネルギービジネスが発展する」という路線を描いています。「天候デリバティブは助走段階」というのは天候デリバティブの販売そのものが助走段階ということもありますが、総合エネルギービジネスそのものが助走段階にあるという認識です。

「天候というファクターは無視できない。みんなが取り扱う前に進出しておく必要がある。電力マーケットのリスクヘッジにもいまからノウハウを蓄積していきたい」としています。米国の天候デリバティブ市場は約9,000億円。「日本も半分はいく」とみて、着々、布石を打っています。

総合エネルギー・リスク・マネジメント

