

商品先物取引に対する農業者・農業団体、 関連業者の受容態度についての実証的研究

〔中間報告〕

松 田 友 義
栗 原 伸 一
丸 山 敦 史

はじめに

- 1．調査対象者の特性
- 2．商品先物についての認識
- 3．先物取引に対する受容態度

おわりに

はじめに

取引所法の相次ぐ改正によって新規上場がやり易くなり、多くの新規商品の開発が進められている。われわれが対象としている農産物商品先物の場合でも、98年6月にはコーヒー豆が上場され、先物市場を取り巻く環境にもようやく変化の兆しが見えてきたといえる。当業者の代表格である農業団体の先物取引に対する取り扱い方も変化してきたようである。これまでは否定的にしか取り上げてこなかった農業新聞が、先物の特集を組んだことにもそれは現れている。特集の視点は、将来必要になるかもしれない、というものだったのである。長期にわたる景気低迷と、経済界を取り巻く逼塞感が、新たな試みを受け入れやすくしているという側面もあるのであろう。とはいえ、これは大きな変化といえる。

しかし、法改正によって新規先物商品の試験上場が改正以前と比べると格段に容易になった割には、新規商品が続々と誕生、という事態にはなっていないのも事実である。新規商品の開発には早くとも数年を要するといわれている。法律が変わったからといって、直ぐにテスト上場というわけには行かないということは明白である。まして、先物市場を取り巻く環境が法律の改正に合わせて急激に変化するわけではない。そのような事情を十分考慮しても、かなり前から商品開発が進められてきたはずの商品先物のテスト上場すら実現していないのは何故であろうか？ この事実の背景にあるのは、恐らく、従来から新規上場を妨げる最大の要因と見なされてきた「当業者主義」の存在である。最近の法改正によって当業者主義もかなり緩和されたはずであるが、やはり、当業者の反対を押し切ってまで上場するのは困難

との判断が上場を躊躇させているのであろう。このような意味からも当業者の先物取引に対する認識や姿勢を知ることが重要になっているといえる。

本研究は、1 昨年の生産者に対するアンケート調査に引き続き、生産者団体、卸売業者、仲卸業者等の流通関連業者を対象に、当業者の先物取引に対する受容態度について明らかにすることを目的としたものである。

本論文の構成は以下の通りである。1 において調査対象者の特性についてまとめ、2 では調査対象者の商品先物についての認識についてまとめる。3 で先物取引に対する受容態度と、先の対象者の特性や先物取引に対する認識がどのように関連しているのかについて整理し、最後に分析結果を簡単にとりまとめるとともに、今後の課題について展望する。

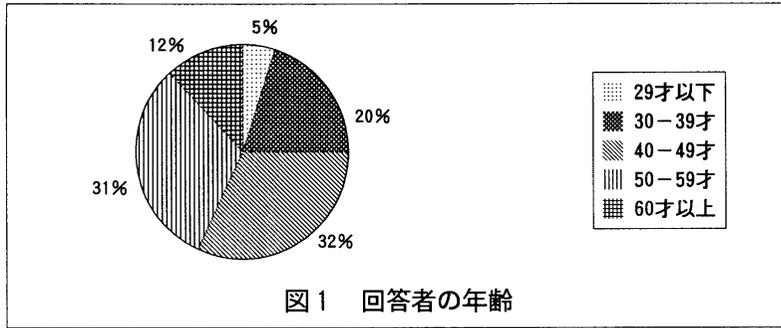
1 . 調査対象者の特性

研究は各地の生産者団体、卸売業者、仲卸業者等に対して98年の夏から99年春にかけて行われた聞き取り調査と、同時に行ったアンケート調査に基づいて行われた。調査は県連等生産者団体、JA、卸売業者、仲卸売業者等計30団体に対して行われた(注1)。聞き取り調査に協力してくれた関係者は延べ50人近くに達した。聞き取り調査は、まずアンケート調査に回答してもらい、それを基に商品先物についての考えを尋ねるという形で行った。対象者は卸売業、仲卸売業では社長等代表者を含む販売部署の責任者の方を、県連等生産者団体の場合にも販売部門の責任者の方を対象として行った。また聞き取り調査と同時に、調査票を5~10部ずつ調査者に預け、後に郵送で回収するという方法でアンケート調査を行った。アンケート調査対象は、主に販売担当部門の部長、課長、係長等の管理職クラスの方に回していただくよう依頼しておいたが、アンケートに記された文面から判断すると、中には役員クラスの回答者も含まれているようである。

聞き取り調査対象者による回答が47、郵送で回収されたのが151である。留め置き、郵送分の回収率は高いところと低いところがあった。平均すると回収率はほぼ50%である。

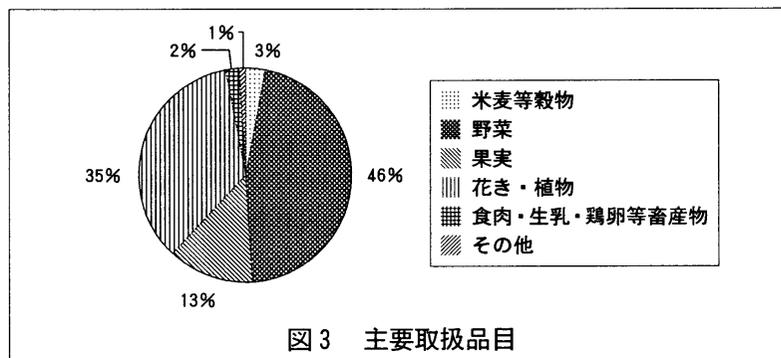
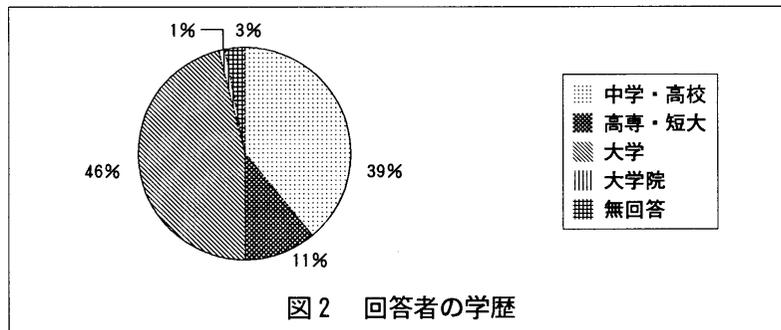
最初に調査対象者と調査対象企業・団体についてのアンケート結果を紹介する。

調査対象者の年齢分布(図1)では、20代が5%、30代が20%、40代が32%、50代が31%であり、60代以上層が12%だった。先に行った生産者対象の調査結果では20代が2%、30代が6%、40代が32%、50代が30%であり、60代以上層が30%だった(注2)。両者の相違点は30代と60代以上層に現れている。60代以上層が生産者調査では多く、流通関連業者で少ないこと、30代ではこの逆になっていることである。60代以上層については、定年の存在がこの相違を生む要因の最大のものであることは間違いないが、同時に産地の高齢化が進んでいること、世代交代が順調に行われていないことを意味しているものと思われる。

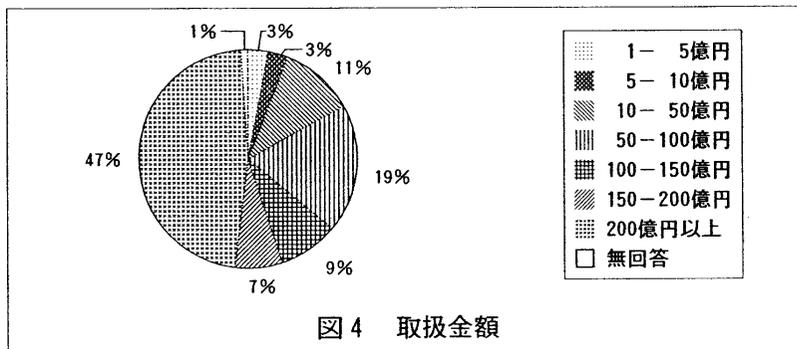


調査対象者の最終学歴の分布（図2）をみると、中学・高校以上に大学卒が多いことが分かる。半数近く（46%）が大卒である。しかし大学院卒業者は1%と極めて少なかった。

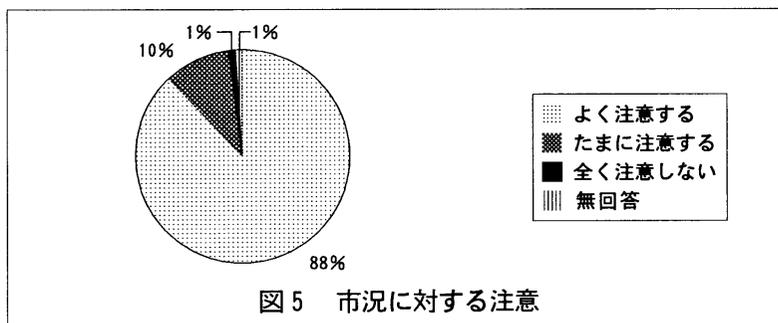
調査対象組織あるいは、調査対象者が所属している部署の主要取扱品目（図3）をみると野菜が46%、花きが35%、果実が13%、米麦等穀物と食肉等畜産物がそれぞれ3%、2%であった。これは調査時点に野菜指数先物、花き先物の上場が検討されており新聞等で話題になったこともあって、意識的に野菜・花き関係流通業者とそれらの主産地を調査地・調査対象として選定したためである。また県連のようにすべての品目を扱っている団体では対象者の所属部署の取扱品目を主要取扱品目とした。その他と答えた回答者の取扱品目はともにきのこである。



次に調査対象組織の経済的規模を知るために年間取扱金額（図4）を答えてもらった。各調査対象者が取扱品目として指定した品目の取扱金額が知りたかったのであるが、明らかに組織全体の取扱金額を答えたと考えられる回答が多く、基準の統一が図られていない面がある（注3）。またそのせいも幾分かはあると思われるが、半数近くが1つの階級に集中してしまっ

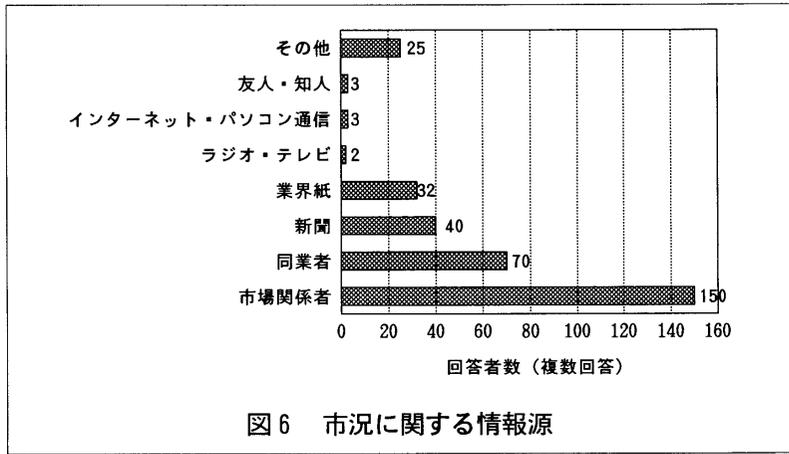


調査対象者が市場価格に対してどの程度の関心を持って仕事をしているのかを示す、市況への関心度（図5）について調査した結果からは「よく注意している」と答えた回答者が88%と最も多く、たまに注意するを加えるとほぼ100%に達し、ほとんどの関係者が市況に注意しながら業務に当たっていることが分かる。これはすべての関係者がある程度価格リスクを意識しながら日々業務に当たっていることを示していると受け取れる数字である。この設問に対する回答は、先の生産者調査とほとんど同じ結果である。

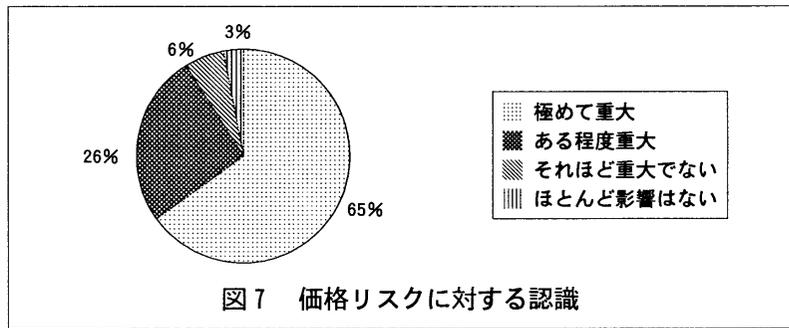


また、良く注意していると答えた回答者に、市況についての情報を何から得ているか、情報源について尋ねた。結果を示したのが図6である。情報源として最も多く挙げられたのは市場関係者であり、次いで同業者であった。答えたのが市場関係者の場合には、同業者と市場関係者は同じ対象を指すことになり混乱したのではないかと反省しているが、この点を考慮しても情報源として最も利用されているのは市場、恐らく卸売市場であろう。卸売市場関係者は「卸売市場は需給情報の集積点である」という表現を頻繁に用いるが、一面では関係

者の一致した見方であること、その意味では的を得た表現であることを図らずも証明した形になった。インターネットやパソコン通信等の新たな情報通信手段を利用すると答えた回答者が1%にも満たなかったことは、普及が遅れていることと同時に、そのようなルートで情報を得たいと思っても、十分な情報が提供されていないという現状の裏返しとして理解できるであろう。



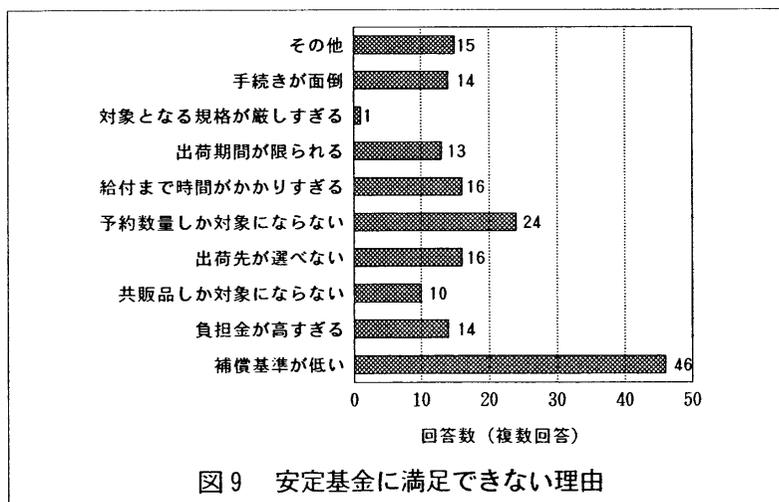
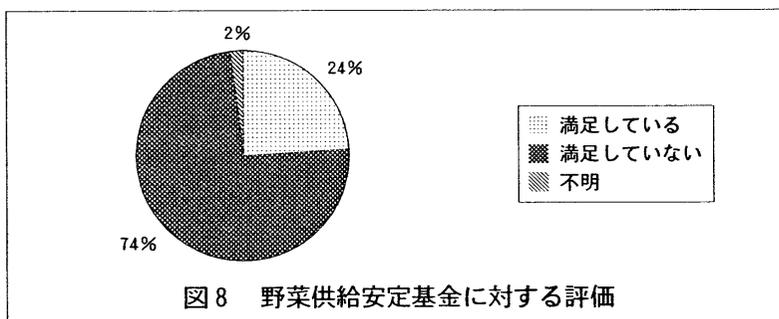
市況情報にそれだけ関心を持っているのは、それぞれの組織にとって、また、調査対象者にとって、価格リスクが重大な意味を持っているからなのかどうかを推定するために、続けて回答者の価格リスクに対する認識を調査した。結果を図7に示す。「極めて重大」とした回答者が65%と最も多く、「ある程度重大」の26%を合わせると90%以上になる。「それほど重大でない」、「ほとんど影響はない」と回答したのは花き卸業・仲卸業の回答者だった。定率の販売手数料を主な収入源とする卸売業者にとっては、価格が下がっても、その分販売量が増えれば、価格低下は何ら問題とはならない。花きのように需要の価格弾力性が高い商品では、価格低下は販売額の増加につながることは理論的にもよく知られている。今回の結果はそのような事実を表しているのであろう。



次いで主要取扱品目が野菜であると答えた回答者に対して行われた「野菜供給安定基金制度」の評価についての調査結果(図8)について検討しよう。この設問を加えたのは、生産

者調査同様、安定基金制度が現在利用可能な価格変動によるリスク回避の唯一の手段であるとともに、生産者の中には、先物取引が実現すると安定基金が廃止される恐れがある、という懸念が存在することが、前回の調査で既に明らかにされており、関連業者の場合にも同様の懸念が存在するのかどうかを知る必要があったためである。

現在の安定基金制度に満足しているかどうかを尋ねると、ほぼ4分の3近い74%が満足していないと答えており、満足していると答えた24%の3倍以上であった。多くの野菜生産者が満足していないと答えたのと同様、実際の事務処理に携わっている関係者も多くの不満を抱いていることが分かる。安定基金に満足していない理由（図9）として最も多く挙げられたのは「補償基準額が低すぎる」というものであった。次いで「予約数量しか対象にならない」が多く、「出荷先が選べない」と「給付までに時間がかかりすぎる」等が挙げられた。「負担金が高すぎる」という回答は14で5番目に多かった。これは先の生産者調査とほぼ同様の回答である。リスク回避という言葉にも値しない程度の保証水準でしかないという厳しい評価が生産者・団体関係業者すべてから下された結論しても構わないであろう。

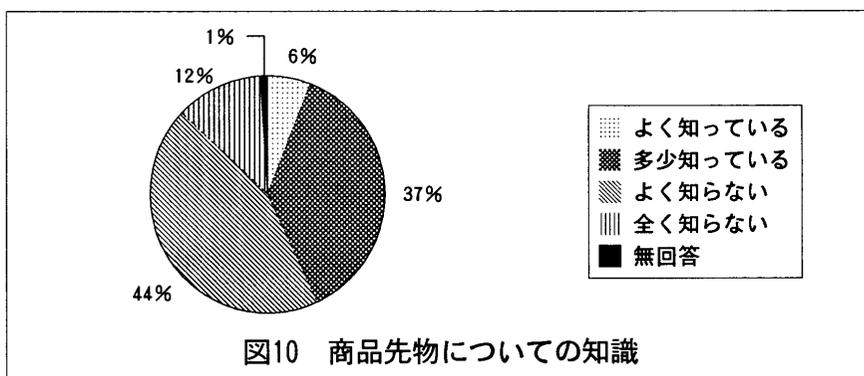


- (注1) 調査対象としたのは、ホクレン農業協同組合連合会、宮城県経済農業協同組合連合会、千葉県経済農業協同組合連合会、千葉県農業協同組合中央会、長野県経済事業農業協同組合連合会、静岡県経済農業協同組合連合会、愛知県経済農業協同組合連合会、大阪府経済農業協同組合連合会、和歌山県農業協同組合連合会、福岡県農業協同組合連合会の10生産者団体、JAいわみざわ、JAびばい、JA安房、の3JA、丸果札幌青果株式会社、名古屋青果株式会社、大果大阪青果株式会社、仙台中央青果卸売株式会社の4青果卸売業者、愛知食肉卸売市場協同組合の1食肉卸売業者、札幌青果卸売協同組合、大阪本場青果卸売協同組合の2仲卸協同組合、札幌花き園芸株式会社（フラワージャパン北海道）、仙台生花株式会社、株式会社大田花き、上野生花株式会社、豊明花き株式会社、株式会社大阪花き、株式会社鶴見花き、西日本花き株式会社、兵庫県生花株式会社、九州日観植物株式会社の10花き卸売業者、計30団体である。
- (注2) 生産者調査の結果については、栗原伸一・松田友義「商品先物取引に対する生産者の受容態度」（日本商品先物振興商会『先物取引研究』第4巻第1号 7、1999年11月）参照。
- (注3) 結局、規模を考える際に、組織全体で考えるかあるいは担当部門だけで考えるかという相違なのであるが、結果的に統一がとれなかったため、販売規模に関連した結果を解釈するには注意が必要となる。

2. 商品先物についての認識

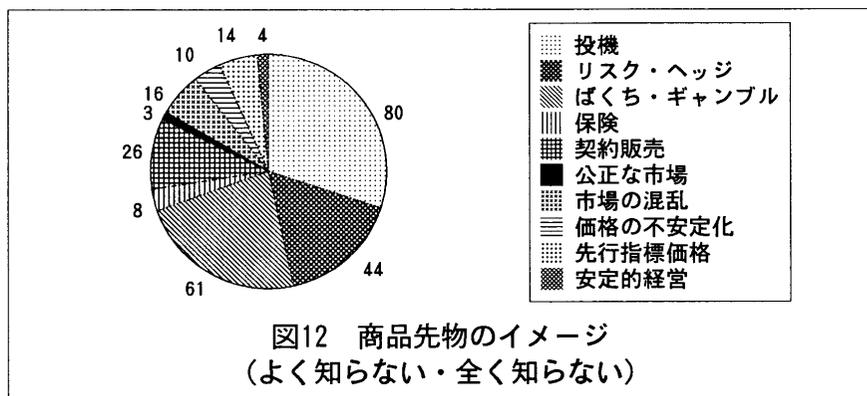
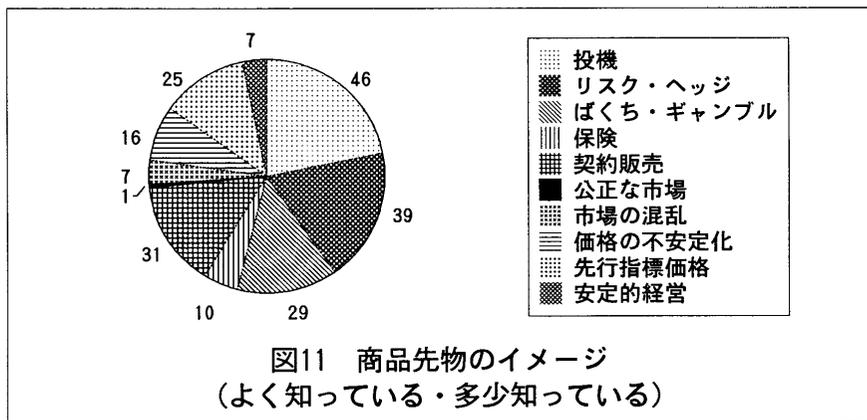
次に調査対象者の商品先物に対する認識についての調査結果をまとめる。

最初に調査対象者が、自分では商品先物取引についてどの程度の知識を持っていると認識しているのかを尋ねた。調査結果（図10）では、「よく知っている」と答えたのはわずかに6%であった。それでも「多少知っている」の37%を加えると44%になり、さすがに生産者に比べ、多少なりとも商品先物についての知識を持っている者が多かった。しかし半数以上（56%）の回答者が「よく知らない」、「全く知らない」と答えており、商品先物取引に関する知識の普及が遅れていることにおいて大きな変わりはないといえる。



商品先物のイメージに相応しい言葉として多く挙げられたのは、「よく知っている」「多少知

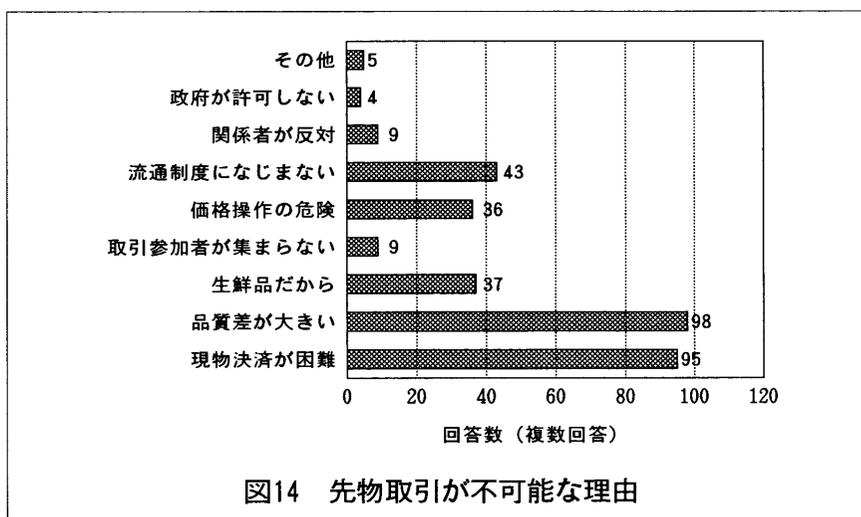
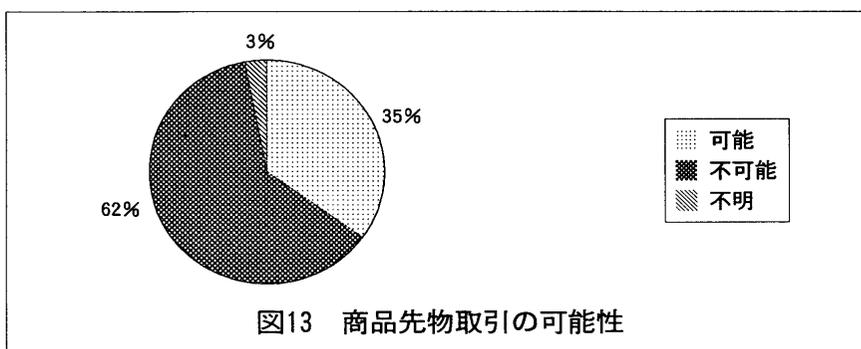
っている」と答えた回答者では、順に「投機」、「リスク・ヘッジ」、「契約販売」だった（図11）。また「よく知らない」、「全く知らない」と答えた回答者が多く挙げたのは、「投機」、「ばくち・ギャンブル」、「リスク・ヘッジ」であった（図12）。契約販売という回答も、「知っている」層で3位、「知らない」層で4位と多く、商品先物取引と契約販売時の商品先渡し取引とを混同している回答者が、生産者の中ばかりではなく流通関連業者の中にもいることを示している。同時に行ったインタビュー調査によって、「よく知っている」と答えた回答者の中に数人、実際に商品先物取引の経験者がいることが判明しているが、彼らが投機家として参加した先物取引の結果が思わしくなかったことが「ばくち・ギャンブル」という回答に結びついたようである。何れにしろ「よく知っている」も「多少知っている」もその知識の内容に大きな差はなさそうだということが明らかとなった。



上述のような知識状態にあることを前提とした上で、先物取引の可能性について尋ねた結果が図13である。「可能」と答えたのは意外に多く35%、逆に「不可能」と答えたのは62%であった。今回の調査では「どちらともいえない」という判断保留の回答項目を削ったためにこのような結果になったものと思われる（注4）。「どちらともいえない」という項目があった前回の生産者アンケートでは、「可能」が19%、「不可能」もともに19%という結果であ

った。これと今回の調査結果とを照らし合わせると、「どちらともいえない」と答えたはずの回答者の多くが「不可能」と答えたらしいことが推察できる。

不可能とする理由（図14）については、「品質差が大きい」、「生産が不安定で現物決済が困難」が基本的な問題点として指摘されている。ついで「現行流通制度になじまない」、「生鮮品だから」、「価格操作の危険が大きすぎる」であった。品質差が大きいことについては、通常の商品先物が標準品を定義して行われており、標準品が定義できることが一つの条件とされていたこともあり、当然の懸念のようにも思われる。彼らの懸念は、産地によっても季節によっても品質が大きく異なる商品の一つの商品として扱うことへの懸念、一つの指標で判断することへの懸念である。また現物決済の困難性に対する懸念は、先渡し取引同様、最終的には現物決済で取引を終えるものとの誤解が大きいことを意味している。「生鮮品だから」というのも現物決済が困難という懸念と同根である。今回もインタビューにおいては、自分たちの取り扱っている品物を投機の対象なんかにしたくない、という率直な反対論を唱える者もいた。

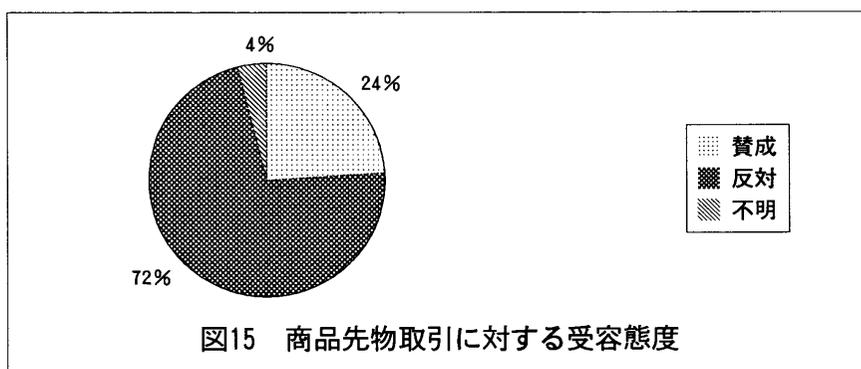


取引所法が改正され、新規商品の候補が数多く挙げられ、具体的な商品設計についての検討

が開始されてから既に数年が経過しているのだが、当業者の間では未だに商品先物に対する従来からのマイナスイメージが払拭されておらず、先物商品についての誤解も多いということ、一言でいうと、一向に理解が進展していないということが再確認されたといえる。

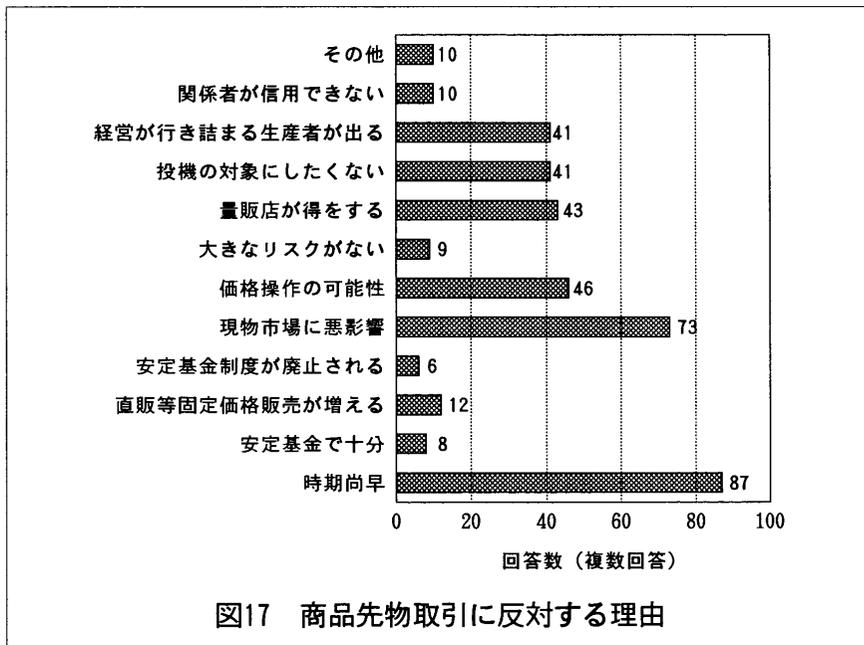
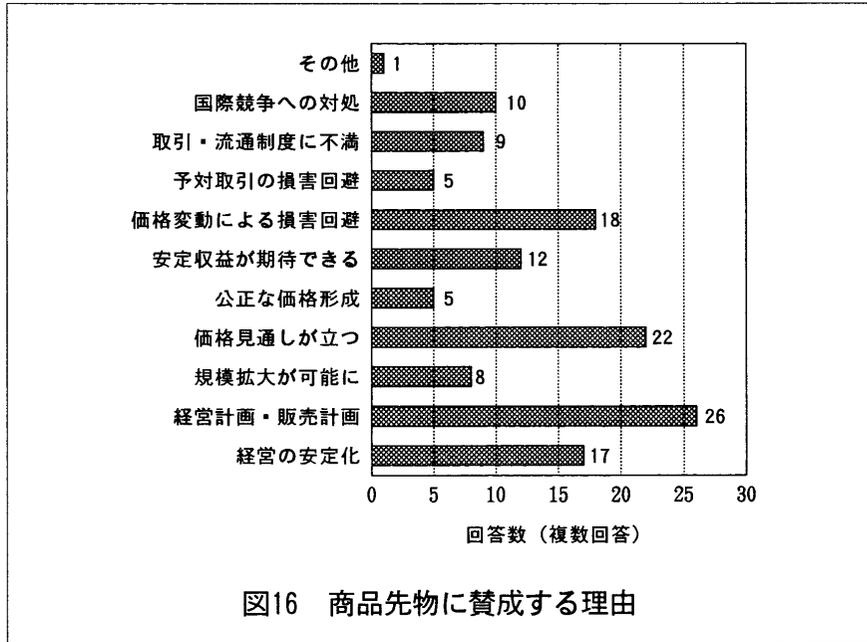
3. 先物取引に対する受容態度

商品先物の上場に対しての受容態度（図15）については、賛成が24%、反対が72%と賛成のほぼ3倍であった。この3倍という差は、生産者向けの調査結果の賛成21%、反対20%と比べてもかなり大きいといえる。これは先にも記したように、「どちらともいえない」という態度保留の回答項目を削除したことによるものと思われる。この層の多くが二者択一を迫られて反対に回ったのであろう。



商品先物に賛成する理由として挙げられたのは「経営計画が可能になる」、「価格見通しが立つ」、「価格変動による損害を回避できる」等である（図16）。

また、商品先物取引に反対する理由（図17）としては「時期尚早」という答えがもっとも多かった。この時期尚早には二つの意味があると考えられる。一つは商品先物についての知識が不十分であるという意味での時期尚早論である。インタビューに答えてくれた関係者の中にも、もっと理解できるようになれば態度変更もあり得るということを示唆する者が多数あった。他の一つは、当業者が未だに商品先物を受け入れられるレベルに達していないという意味での尚早論である。当業者の経営規模が小さいこと、リスク管理を徹底できるほどの規模に達していないこと、さらに経営者といえるような人材が育っていないことを挙げる者もいた。次いで多かったのは「現物市場に悪影響を与える」であった。他に「価格操作の可能性ある」、「量販店だけが得をする」、「経営が行き詰まる生産者が出る」、「投機の対象にたくない」という回答が多かった。さすがに生産者とは異なり「安定基金が廃止される」という危惧を理由に挙げた者は少なかった。



この受容態度と、これまでみてきた回答者の属性とがどのような関係にあるのかをクロス集計した結果によってみてみよう。年齢別に受容態度がどのように変わるかをみたのが表1である。若手に賛成が多く年を取るにつれて反対が増えるという傾向はみられるが、40から

49才までのちょうど中間管理職、中堅層で賛成が減り、反対が増えている（注5）。生産者調査の結果でもこの年齢層の反対が、すぐ上の年齢層よりも多かったことを考えると、この40 - 49才層というのには、単なる年齢を超えた意味があるのかも知れない。残念ながら本調査ではこれ以上詳細なデータを集めることができなかつたので、これが何を意味するのかを確認することはできなかつた。

表1 年齢別受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
年 齢	29才以下	80.0%	20.0%	0.0%	100.0%
	30 - 39才	32.5%	62.5%	5.0%	100.0%
	40 - 49才	17.2%	79.7%	3.1%	100.0%
	50 - 59才	23.0%	72.1%	4.9%	100.0%
	60才以上	4.3%	95.7%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

次に学歴と受容態度の関係をみたのが表2である。学歴との関係では今回も明らかな傾向を見いだすことができなかつた。

主要取扱品目と受容態度との関係をみた結果が表3である。これによると最も反対の多いのが米麦等穀物を取り扱っている回答者であり、恐らくすべての取引所が米先物商品の上場を最終目標としているであろうことを考えると、実現までにはまだ時間がかかりそうな気配である。しかし、米麦等穀物関係の回答者は6人であり、極めて少ないということを考慮しておく必要があるであろう。次いで反対の多かったのは野菜であり、以下果実、花き・植物、食肉の順で反対が減り、賛成が増えている（注6）。

表2 学歴と受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	不 明	
学 歴	中学・高校	27.3%	72.7%	0.0%	100.0%
	高専・短大	19.0%	66.7%	14.3%	100.0%
	大 学	22.6%	73.1%	4.3%	100.0%
	大 学 院	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	無 回 答	20.0%	80.0%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

表3 取り扱い品目別受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
取 扱 品 目	米麦等穀物	16.7%	83.3%	0.0%	100.0%
	野 菜	19.6%	79.3%	1.1%	100.0%
	果 実	20.0%	76.0%	4.0%	100.0%
	花き・植物	26.1%	66.7%	7.2%	100.0%
	食 肉 等	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	そ の 他	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

また取扱金額との関係（表4）では、販売規模が大きくなればなるほど価格リスクも大きくなり、その分賛成が多くなるであろうと推測していたが、今回も明白な傾向を見いだすことはできなかった。敢えていうならば規模が大きくなるほど消極的であるという逆の傾向が存在するようにも思われるが、これが小規模で何らかの商品の取り扱いに特化した組織の方がリスク回避の必要性を強く感じているためなのかどうかは明らかではない。取扱金額については設問に不備があった上に、47%もの大量の回答者が同じ階層に入ってしまったので、これについても残念ながら確たることはいえない。ただ実際、取引に参加することで大きな効果が期待できる、参加してくる可能性の高い大規模階層でも21%の賛成が得られたということは注目に値するであろう。

市況に注意しながら活動している回答者は何らかの危険回避の方法を望んでおり、先物商品の上場に対する需要度も高いと思われる。市況に対する注意度と受容態度の関係を表5に示しておいた。「たまに注意する」の階層で賛成と反対が同率になっているが、89%もの圧倒的な数の回答者が「よく注意する」と答えていることから、この結果からは何の情報も期待できないであろう。

表4 取扱金額別受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
取 扱 金 額	1－ 5億円	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	5－ 10億円	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
	10－ 50億円	14.3%	76.2%	9.5%	100.0%
	50－100億円	33.3%	64.1%	2.6%	100.0%
	100－150億円	23.5%	76.5%	0.0%	100.0%
	150－200億円	23.1%	69.2%	7.7%	100.0%
	200億円以上	20.8%	76.0%	3.1%	100.0%
	無 回 答	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

表5 市況に対する注意と受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
注 意	よく注意する	20.5%	76.7%	2.8%	100.0%
	たまに注意する	47.4%	47.4%	5.3%	100.0%
	全く注意しない	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
	無 回 答	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

価格リスクに対する認識と受容度の関係（表6）では、「極めて重大」と答えた階層の方が、「ある程度重大」と答えた階層よりも受容度が高くなっている。

商品先物に対する知識水準と受容態度の関係（表7）では、「よく知っている」階層で受容度が最も高く、「全く知らない」階層で受容度が最も低くなっており、この限りにおいては常識的な結果である。しかし回答者の大半が含まれる「多少知っている」階層と「よく知らない」階層とを比べると、「賛成」と「反対」の関係が逆転している。これが知識水準と受容度の関係を正確に表しているのか、それともこれらの階層に含まれる回答者の間には何の差もないのか、即ち、本来一つの階級としてまとめるべきことを表しているのかは判断に苦しむところである。仮に後者の考えにたち、「詳しくは知らない」とでもいう新たな階層として集計すると、この階層は全体の81%を占め、「賛成」が24%、「反対」が73%となり、「よく知っている」と「全く知らない」の中間的な傾向を示すようになる。恐らく知識水準と受容度は比例するという解釈が正しいのであろう。

表6 価格リスクに対する認識と受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
認 識	極めて重大	26.2%	70.8%	3.1%	100.0%
	ある程度重大	21.2%	75.0%	3.8%	100.0%
	それほど重大ではない	40.0%	60.0%	0.0%	100.0%
	ほとんど影響はない	0.0%	90.9%	9.1%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

表7 知識状態と受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
知 識	よく知っている	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
	多少知っている	23.0%	74.3%	2.7%	100.0%
	よく知らない	24.1%	71.3%	4.6%	100.0%
	全く知らない	20.8%	75.0%	4.2%	100.0%
	無 回 答	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

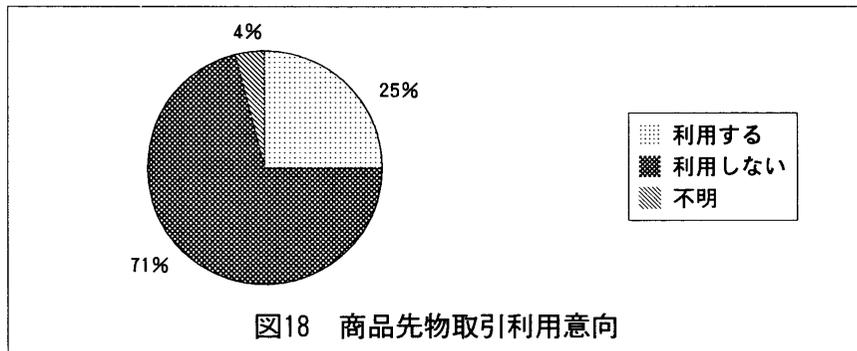
商品先物についての議論をいくら重ねても実現性がないということになれば回答にも影響を与えることとなろう。商品先物の可能性の判断と受容度との関係を表8に示す。

表8 可能性の判断と受容態度

		受 容 態 度			計
		賛 成	反 対	無回答	
可 能	可 能	49.3%	46.4%	4.3%	100.0%
	不 可 能	8.9%	89.5%	1.6%	100.0%
	無 回 答	40.0%	20.0%	40.0%	100.0%
計		23.7%	72.7%	3.5%	100.0%

「可能」と回答した者の半数近く49%が「賛成」と回答しており、逆に「不可能」とした者の90%が「反対」と回答している。逆に考えると、反対だから「不可能」と回答したのではないかと思わせる結果である。

最後にもし、商品先物取引が実現した場合に利用するかどうかを尋ねた。25%の回答者が「利用する」と答えたが、71%の回答者は「利用しない」という答えだった(図18)。この答えも先に説明した「どちらともいえない」という選択肢を削除したことによる影響が大きいものと考えられる。



実際に利用するか否かは既に受容態度に表されていると思われるが、敢えて受容態度と利用意向の関係をみた(表9)。「賛成」と回答した者のうち実に77%が実際に利用すると回答しているが、「利用しない」と回答した者も19%存在した。「賛成」だが「利用しない」というのは、一見すると矛盾するが、組織の中で実際に責任を負って利用することのできる人間がどのくらいいるかと考えると、むしろ賛成者のほとんどが「利用する」と答えたことの方が不思議なくらいである。逆に「反対」と答えた者のうち10%が「利用する」と答えており、利用するとみられるのは結局回答者の4分の1となっている。

表9 受容態度と利用意向

		利用意向			計
		利用する	利用しない	無回答	
受容態度	賛成	76.6%	19.1%	4.3%	100.0%
	反対	9.7%	87.5%	2.8%	100.0%
	無回答	0.0%	71.4%	28.6%	100.0%
計		25.3%	70.7%	4.0%	100.0%

以上が回答者の商品先物取引に対する回答を分析した結果である。総じて商品先物取引に対しては生産者同様厳しい見方をしており、商品先物が上場されることに対しては回答者の72%が反対の意向を示した。しかし、これまでの常識から考えると4分の1近い24%の回答者が賛成の意向を示していることは、大きな変化であり、商品先物取引の将来にとってはむしろ明るい展望が見えてきたと解釈すべきではないだろうか。

もちろん、この結果が流通関係者全体の意向をどれだけ代表するかについては、各品目別、各種団体別、業種別のサンプル数が少ない等の制約条件も考慮しなければならない。

(注4) 今回の調査では前回の生産者に対する調査とは異なり賛成、反対の他に設けてあった「どちらともいえない」という回答項目を削除してある。確かに大部分の回答者は迷いながらもどちらかに丸を付けてくれている。実質的な三者択一から完全な二者択一方式に変えたことによって減少した利用可能回答数は思ったより少なく198人のうち、わずかに7人であった。この中のどれほどの回答者が三者択一の質問だった場合に、「どちらともいえない」という答えを選んだかということは推測するしか

ないが、かなり多かったのではないであろうか。三択にして有効回答数を減らすことと、二択にして強制的に選択させ有効回答数を増やすことのどちらがいいのか、結果的にどちらが良かったのかは簡単に判断できない。

(注5) 生産者調査では30代で賛成25%、反対0%、どちらともいえない75%、40代では賛成も反対も20%、50代では賛成30%、反対15%だった。

(注6) 今回インタビュー時に野菜指数先物とキク先物についての資料を持参し、アンケート後の聞き取り調査時に資料として利用した。インタビューの後参考までにとそのまま調査対象機関においてきたのであるが、これが何らかの影響を与えているのかも知れない。

おわりに

以上の簡単な記述的分析からでも、農産物流通関係者が、今回の調査で上場予定商品として紹介した「野菜指数」、「白キク現金決済先物」、「キク指数先物」等の商品先物についてどのような認識を持っているのかについていくつかの事実が明らかになった。

まず、調査対象者の24%が商品先物取引に賛成であると答えたことから、農産物流通関係者の間に、自らリスク回避を図ることの必要性が徐々に浸透しているらしいことが推察される。商品先物取引に対する関係者の受容態度決定には生産者調査同様、以下の要因が影響していること、あるいはそれほど影響しないことが明らかになった。

1. 年齢や学歴といった要因の影響については今回も明らかな結論を出すことができなかった。
2. 近い将来上場が予定されている野菜と花きについては、野菜を主要取扱品目としている関係者の方に反対が多かった。
3. 取扱額による影響は今回も明らかではなかった。
4. 価格リスクに対する認識が重大であるとする関係者の方に賛成が多かった。
5. 先物取引に対する知識水準が高い者ほど賛成するらしいことが再確認された。
6. 商品先物が可能と判断している者ほど受容度は高かった。
7. 調査対象者の四分の一近くが商品先物が上場された場合、利用するという意向を示した。また上場に賛成した者の内77%もの回答者が利用意向を示した。

またアンケート調査の結果からは明らかでないが、聞き取り調査の感触からは業態によっても受容態度が異なるらしいことも明らかとなった。

取り敢えず今回の調査からいえることは、前回の調査同様、野菜・花き等新たな商品先物取引の実現のために最も必要なのは関係者に対する知識普及、啓蒙活動であるということである。この啓蒙・普及のための試みが、生産者・生産者団体、流通関連業者の受容態度を大きく変化させる可能性をもっているのである。いくら当業者主義が緩和され新商品の試験上場が容易になったとはいえ、敢えて当業者の強い反対を無視して上場しようとする取引所は

ないものと思われる。円満な上場が成功のための条件であるとすれば、ますますもって啓蒙・普及活動の重要性が高まっていることは明らかである。

何れにしろ、生鮮農産物に対する商品先物取引の導入というのは日本ではこれまで経験したことのない新たな試みである。まして生鮮野菜の指数先物にしても花き先物にしても世界でも初めての試みである。実現までにもいろいろな紆余曲折があるであろうように、上場されてからもかなりの普及のための努力が必要となるであろう。そのためにもこの分野での数多くの研究の蓄積が必要となることは明らかである。

今回の調査結果が調査対象として選択した個々の業者や団体等の個別の特性によって、どの程度影響を受けたのかは明らかではない。また前回の生産者調査とアンケート方法を変えたために、すべてを直接比較することもできないが、可能な部分だけでも比較してみたらよりおもしろい結果が得られることと思われる。今回は時間の都合で果たせなかったが近い将来、何らかの機会をとらえて分析してみようと考えている。

追記 本研究は、社団法人日本商品取引員協会「商品先物取引に係る研究調査助成制度」

1997年度助成による研究、「商品先物取引に対する流通関連業者の受容態度についての実証的研究」の一部をとりまとめたものである。助成して下さった取引員協会の方々をはじめ、アンケートに協力して下さった多くの生産者団体の方々、流通関連業者の方々に感謝します。