

特集1 動きだした異色商品の上場

画期的な先物市場めざす

鷲野横浜商取理事長に聞く

編集部

全国で講演会開く

——いま、なぜ、野菜バスケット先物取引ですか。

鷲野 横浜商品取引所は1998年10月1日に横浜生糸取引所と前橋乾繭取引所が合併して発足しましたが、前橋乾繭取引所が懸案として研究していたのが野菜の上場でした。いくつかのシンクタンクに報告書をまとめてもらいましたが、大きな問題は先物市場に売りヘッジ、買いヘッジするヘッジャーの姿が見えてこないことでした。

その後、じゃがいもの新規上場（2001年5月）、タマネギの上場検討と、新しいことを進めるうちに、カット野菜業者、野菜納入業者（卸売市場の仲卸が中心）など、当業者（現物取扱業者）の中に「販売先への納入価格は固定的で、仕入価格の揺れが大きいのに悩んでおり、ヘッジの場が欲しい」との声が多数あることが分かってきました。これによって、「ヘッジャー不在論」はなくなり、主要野菜をひとまとめにしての上場が具体化してきました。主要野菜14品目の加重平均価格を取引するという世界初の試みで、画期的な先物市場、画期的な指標価格に育つよう努めたいと思います。

——商いを盛り上げるには、広く認知してもらうのが重要ですが。

鷲野 まず、11月に商品取引員の外務員（営業担当）向けの講演会を全国（札幌、仙台、

東京、横浜、名古屋、大阪、

福岡）で開き

ます。一般の

方にも知って

もらうための

メディアへの

働きかけ、ホ

ームページの充実、資料・ポスター作りなどにも力を入れます。

成功する素地としては、第1に誰でも知っているなじみの野菜であること、第2に生産額、流通量が大きいこと、第3に価格変動が大きいこと、第4に当業者の関心が高いことが挙げられます。

横浜商品取引所 鷲野 宏理 理事長



市場流動性高めるのに全力

まず、市場流動性（取引規模）を高めることに全力投球します。その後、ヘッジャーには先物取引での利益を求めるオーバーヘッジは避けて、現物の商いと同量のヘッジをするよう勧めます。

商品取引員会社では、生糸の取引員で野菜の農産物市場にも加わるところが2社、全く新しく参加するのが2社、合計4社あり、目下、総計29社が参加する予定です。

バスケットという表現は分かりにくいとか、14品目は固定するのか——といった指摘もありますが、推移を見ながら柔軟に対応していきます。