

三井物産[非鉄デリバティブ] 総合コモディティ・ハウス狙う

編集部

三井物産の非鉄デリバティブは金融市場本部商品市場部とその子会社が扱い、同部では日本の顧客からの注文を、同子会社では日本以外の国のロンドン金属取引所（LME）取引を主に行っています。モットーは「公正な価格形成への貢献」「顧客の経営安定化への貢献」「投資家への資産運用選択肢の提供」等、デリバティブ（金融派生商品）の社会的機能を正しく提供することです。そのために同部では、非鉄デリバティブを含む商品デリバティブの総合化を経営戦略として進めています。

日本の注文をLMEにつなぐ

同社の取引対象商品としてはアルミが最も多く、銅、亜鉛、鉛がこれに続いています。このうち、アルミは日本で精錬されていないことから主に圧延メーカーや自動車、家電メーカーといったユーザーからの注文が多く、銅、亜鉛、鉛は山元（＝精錬業者）からの注文が多いとのこと。バブル期は投機的な注文もありましたが、現在は企業からのヘッジ中心の注文になっています。三井物産本体での取引量は年間約4,000万トン。アルミは精錬業者が国内にいないので、価格が上昇してもあまり伸びませんが、日本で生産している銅、亜鉛、鉛は価格の上昇でヘッジ用の注文がかなり増えているとのこと。この顧客からの注文をロンドンの子会社

「三井物産コモディティーズ」を通してLMEにつないでいます。三井物産コモディティーズは資本金が約17億円。三井物産が80%、英国三井物産が20%出資した子会社で、1991年に設立。従業員は約40人で、ニューヨーク、シドニーなどに拠点をもち、三井物産本体とは別個に活動しています。

英国の子会社通じ売買

かつて三井物産は英国に非鉄大手のフィブロとの合弁会社「アングロケミカル」を持っていましたが、株式をフィブロに売却しました。しかし、非鉄市場へのコミットメントをより強固にするため、再度、三井物産系で100%出資、三井物産コモディティーズを設立したのです。ちなみに三井物産からの注文は同社の売り上げの約30%程度とのこと。

三井物産本体はロンドンの子会社とは別に自らの判断でも売買しています。お客からの注文とロンドンの取引時間とは差があるため、独自にポジション（＝まだ決済していない売買）を建てています。いわばリスクを自ら取っているわけですが、日中はポジションを膨らませても、取引の終わる時間までには反対売買をして、ポジションを縮小するなどの手を使ってリスクを少なくするようにしています。当然、損をすることもあります。長い間蓄積されたノウハウを生かし、業績は順調に推移しているとのこと。また、LME

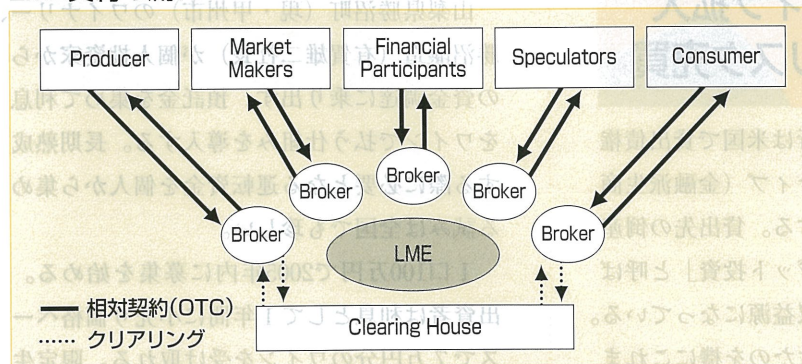
の取引が終わるのが日本時間では深夜になるため、いつも夜、1人を東京・大手町の本社ディーリングルームに常駐させています。

先物取引、スワップが中心

○主な取引手法は先物取引、スワップ、オプション取引です。最も多いのが先物取引で、オプション取引は日本企業があまり好まないため、ほとんどないとのことです。ただ、欧米のファンド筋などはオプション取引をよく行うので、ロンドンの子会社はオプション取引を頻繁に行っています。

○同社の特徴は自分でリスクを取ることで、日本特有の細かいサービス。顧客への資料づくり、確認書づくりなどにも協力しており、日本の会計制度に合った書類を整備することで、顧客のニーズをとらえる作戦です。というのも、顧客からみれば「三井物産はLMEに注文をつなぐブローカーの1つ」として外資系ブローカーと同じ範ちゅうで判断され、厳しい競争にさらされているからです。そこで、価格競争力は当然のこととして、日本で最も多い6人の専任担当を置き、情報提供、資料作成等の価格面以外での顧客サービスにも注力して、顧客との長期的関係を維持する戦略を採っています。

LME契約の流れ



総合化に3つの柱

三井物産商品市場部の狙いは「総合コモディティーハウス」になることです。そこで、以下に重点を置いた戦略としています。

まず、商品分野の総合化をさらに推進すること。すでに取組んでいる非鉄、貴金属、エネルギー、食料、天候デリバティブ等の一層の強化に注力するとともに、排出権取引といった無体物の取引も守備範囲と考えています。

次に、全世界の顧客を網羅すること。現在の子会社群は、ロンドン、ニューヨーク、シドニー、香港に拠点があり、それに東京の本社を合わせて、それら拠点から「世界中の顧客をカバーする」ことが目的です。

また、デリバティブの機能をより有効に活用するため、現物取引との融合も視野に入れています。現物取引との融合を深化させることは、社内の既存現物取引に付加価値を創出する可能性があるだけでなく、商社独自の現物という強みを生かして、金融機関との差別化を図ることにもつながります。

このように総合化を図るのは、さまざまな顧客のニーズに対応することができるようにするのがねらいです。冒頭に言及したデリバティブが持つ社会的機能の提供を正しい形で

行うことが、同社の成長にもつながると確信しています。同社は元々、デリバティブには強く、国内ではトップクラスにありますが、総合化でさらに業容を広げ、顧客からの信頼をより確固たるものにした考えです。