

第 1 回中小事業者等の商品市場利用に関する研究会

議 事 次 第

日 時 平成 20 年 10 月 31 日（金） 午後 2 時～4 時

場 所 日本商品先物取引協会 2 階会議室

議 題 1. 中小事業者等の商品市場利用に向けた課題整理
2. その他

以 上

日本商品先物振興協会
中小事業者等の商品市場利用に関する研究会

委 員 名 簿

(平成 20 年 10 月 31 日)

座 長	池 本 正 純	専修大学経営学部 教授
委 員	五十嵐 克 也	日本商工会議所 中小企業振興部長
委 員	石 井 陽一郎	ゴールドマン・サックス証券(株) 市場商品営業部バイスプレジデント
委 員	井 上 成 也	岡地(株) 常務取締役
委 員	小野里 光 博	東京工業品取引所 理事
委 員	河 合 成 治	中部大阪商品取引所 常務理事
委 員	河 本 博 隆	全国石油商業組合連合会 副会長・専務理事
委 員	神 林 秀 幸	住友商事(株) コモディティビジネス部
委 員	佐 藤 一 也	(株) 商工組合中央金庫 組織金融部次長
委 員	瀬 戸 実	全国中小企業団体中央会 事務局長
委 員	田 有 弘	(株) 三井住友銀行 金融商品営業部 上席推進役
委 員	長 瀬 順 也	三菱商事フューチャーズ証券(株) 取締役
委 員	吉 川 雅 泰	独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営基盤支援部長

13 名 (委員 50 音順)

〔オブザーバー〕

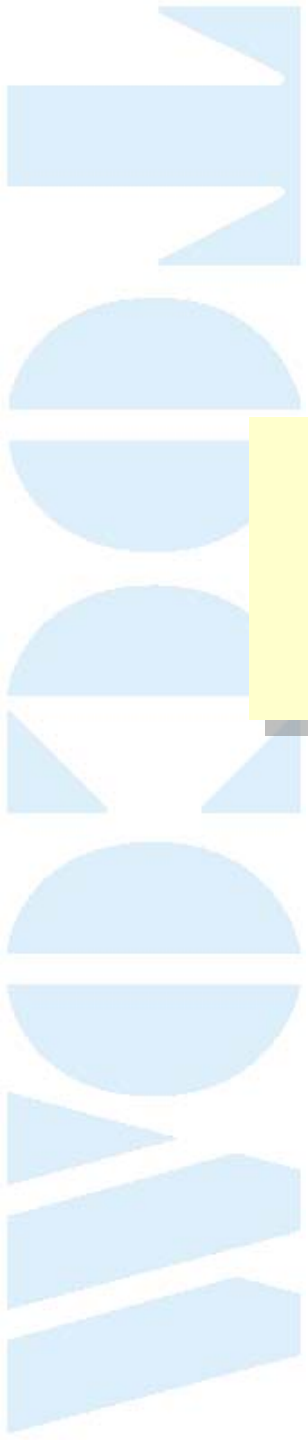
小 山 智	経済産業省 商務流通グループ商務課長
大 山 誠一郎	農林水産省 総合食料局商品取引監理官
岸 敬 也	資源エネルギー庁 流通課課長
荒 井 敏 光	中小企業庁 経営支援課課長補佐 (小規模支援担当)
島 田 純	東京穀物商品取引所 企画部付参事

5 名

〔会務運営〕 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

〔事務局〕 日本商品先物振興協会

以 上



当業者によるヘッジ機能活用に向けた 東京工業品取引所の取り組みについて

平成20年10月
東京工業品取引所

1. 基本的な考え方

- 近時、国際商品の価格高騰及び価格変動幅が著しい状況にあることから、当業者の価格変動リスクに係るヘッジニーズが顕在化。
- 具体的には、
 - ✓ 透明かつ公正な価格指標の提供。
 - ✓ 価格変動リスクのヘッジ機能。
 - ✓ 受渡しを利用した需給調整機能。
- このような状況を背景に、本所では、産業インフラとしての機能を一層発揮し、当業者にとって魅力的な市場を目指すために、以下の取り組みを推進。
 - ✓ 当業者ニーズの把握とそのニーズを踏まえた市場環境の整備。
 - ✓ 当業者の先物市場に対する理解を深めるための啓発活動。

2. これまでの取り組み

(1) 市場環境の整備

- 世界最高水準の新たな電子取引システムの導入に向けた準備。
(導入時期は来年5月を予定。)
- 市場参加者の利便性の向上を図る市場ルールの見直し。
 - ✓ 取引時間の延長
(本年1月から取引終了時間を17時30分に変更。)
 - ✓ 制限値段幅の拡大
(相場の価格変動等を勘案し、価格が制限値段に到達する可能性を極力限定。)
 - ✓ 建玉制限の緩和
(商品特性を踏まえつつ、当業者のヘッジニーズに対応できる水準まで緩和。)

2. これまでの取り組み

(2) 啓発活動(対当業者)

- 当業者団体及び当業者を訪問し、本所市場のPR及び意見交換を実施。
- 当業者団体が開催するイベントへの参加。本年度の主なものは以下のとおり。
 - ✓ 石 油 : SSビジネス見本市(5月、富山)
 - ✓ 貴金属 : LBMA/LPPM Precious Metals Conference(9月、京都)
 - ✓ ゴ ム : ASEAN Rubber Conference 2008(6月、フィリピン)



SSビジネス見本市



ASEAN Rubber Conference 2008

3. 取り組みの成果と実績

3-1. 石油市場

(1) 当業者が価格指標として本所を活用

出光、新仕切り発表

市場連動、週決め方式

原油
原高下
消費者理解得やすい



10月からの卸価格改定方法の概要について説明する福永取締役

出光は10月、10月で発表し、翌朝の面
から始める石油卸価格
格改定方法変更について、東京工業品
格取引所（TOCOM）に

取引と関連する製品
別価格を週ごとに改定
する。改定方法は、先
月の全月平均値を基
に、原油価格の100%
を反映させる。原油
価格の動向に追随し、
消費者の理解を得やす
い。改定方法は、先
月の全月平均値を基
に、原油価格の100%
を反映させる。原油
価格の動向に追随し、
消費者の理解を得やす
い。

具体的には、東京工業
品取引所の石油卸価格
を基に、原油価格の100%
を反映させる。原油
価格の動向に追随し、
消費者の理解を得やす
い。改定方法は、先
月の全月平均値を基
に、原油価格の100%
を反映させる。原油
価格の動向に追随し、
消費者の理解を得やす
い。

ガソリン卸値

新日石、市場連動で決定

10月から変更
週ごとに改定
透明性高める

石油元売り最大手の新日石石油は10月からガソ
リンなど石油製品の卸値の決め方を現在のコスト
積み上げ型から市場連動型に変更する。透明性の
高い市場価格を基準に価格を自動的に決めること
で、スタンド側との交渉を省く。さらに現在の月
ごとの価格改定を週ごとに改める。新方式が導入
されると店頭価格はより頻繁に変わるとも、
需要低迷期には値下がりしやすくなりそうだ。
新しい決め方は、ま
ず、新日石の顧客である
石油販売会社などが指標
として東京工業品取引所
の先物価格か、大手調査
会社が公表しているスポ
ット（業間取引）価格
と交渉する。価格
未定状態が発生し、大半の
元売りの石油精製・販売
部門は実質的な交渉に臨
んでいる。欧米では、スポ
ット価格の動向に合わせて
日替わりで調整して卸値
や店頭価格が変わる（二石
油情報センター）のが主
流だ。新日石は卸値を個



新日石は新しい値決め方式で価格交渉を省く（東京都内のエネオスのスタンド）

別交渉でなく市場価格に
連動する「国際標準」に
基づくことで、交渉の手間
やコストも削減の期待を
抱いている。価格交渉を担
当する約200人の営業人員
は、価格交渉から解放さ
れることで、他の業務に注
力できる。新方式の下では、価格
高騰のため需要が減少し、
円と卸値を下回っている
可能性もある。

のいずれかを基に、週
間の平均価格と連動する
の諸般を加えて週ごとの
卸値とする見込み。規
模の大小を問わず、基本
的に一律の卸値となる。
対象はガソリン、灯油、
軽油、ボイラー用などの
A重油の四品種。石油販
売会社や商社などに制度
変更の打診を始めた。最
大手が抜本的な制度変更
に乗り出したことで、他
社も同様の方式を導入す
る可能性が高い。七月はガソリンの
卸値を前月比で一・八ハ
ン（約五・五円）引き上げるとして石
油販売会社と交渉した。全国的給油所の二
三%を占める約九十九店
の「エネオス」の給油所
が値下げに動いた。影響
が広がると見られる。
一方、国際価格との連
動性が高くなり、世界の需
要が増えている軽油など
は現在に比べて即高にな
る可能性もある。

平成20年9月17日ぜんせき

平成20年7月19日日本経済新聞

3. 取り組みの成果と実績

3-1. 石油市場

(3) 当業者が需給調整等の場として本所を活用

第三の仕入ルート
「先物市場」利用が急増

石油製品の仕入ルートが多様化が進んで、石油先物市場での原油・製品取扱数量が増加している。東工取がまとめた〇六

年の関東地区のガソリン受渡高（別表参照）は五十八万五千キロリットルで、同エリアの販売量の二・三%を占めた。前年に比べて十

四ポイント増加しており、第三の仕入ルートとしての「先物市場」の利用が格段に増え始めている。

平成19年1月29日 ぜんせき

灯油現物過去
最多14万キロリットル
東工取の月限納会
の石油製品2月限納会の単価は、ガソリン、灯油ともに大幅値下がりとなった。ガソリンは14カ月前の安値となる前月比5300円安の4万6300円で、陸上出荷換算・ガソリン税込みでは101・3円。灯油も20カ月前の安値で、前

月比1万1000円安の5万8990円となった。値下がり幅はガソリンが過去4番目、灯油は過去2番目に大きい。現物出来高はガソリンが5万7100キロリットルで、灯油は過去最多となる13万7200キロリットルとなった。総合商社では、ガソリンの受けて三菱、住友、丸紅、渡辺伊藤、灯油の受けて住友、三菱、丸紅、渡辺伊藤の手口が目立った。

一方、東浜海上の現物市場の近況は、ガソリン、灯油ともに軟化しており、SS価格換算でガソリンは103円、灯油は52円、軽油は53円前後。

平成19年7月30日
油業報知新聞

東工取、ガソリン受渡数量が 上場来初の10万KL突破

東京工業品取引所（南学政明理事長）は、24日に納会を迎えたガソリン11月限の本受渡及び申告受渡の合計枚数が2,002枚（うち本受渡は1,626枚）に達し、受渡数量に換算すると10万100キロリットルとなった。これにより上場来初めて10万キロリットルを突破し、受渡枚数及び受渡数量が上場来最高となった。受渡値段は5万300円。なお同取のガソリンは1枚当り50キロリットル。これまでの最高値は07年11月22日納会の07年12月限で、受渡枚数は1,960枚（すべて本受渡）、

受渡数量は9万8,000キロリットルだった。この時の受渡値段は6万9,350円。

石油製品の卸価格では、元売大手が市場価格を指標とする新価格体系に移行しており、同取石油市場の重要性がより一層高まっている。今回受渡を行った会員をみると出光興産や新日本石油の名前はないが、受託会員を通じて取引を行った可能性もあり、新価格体系の導入が影響したかどうかは不明。今後の受渡数量が注目される。

平成20年10月28日
フューチャーズトリビューン

3. 取り組みの成果と実績

3-1. 石油市場

(4) 出来高及び受渡高(2007年)

	ガソリン	灯油	原油
a.出来高	7,529,706枚	2,350,819枚	1,489,018枚
b.現物換算量	376,485,300kl	117,540,950kl	74,450,900kl

c.受渡高 (受渡単位100klで表示)	8,625枚	9,298枚	—
d.現物換算量	862,500kl	929,800kl	—

e.現物流通量	(全国)	61,937,893kl	24,689,420kl	238,816,892kl
	(関東)	25,332,456kl	9,562,437kl	—

(出所)石油連盟、石油統計情報による販売量及び輸入量

出来高／現物流通量 (b.／e.)	(全国)	6.1倍	4.8倍	0.3倍
	(関東)	14.9倍	12.3倍	—
受渡高／現物流通量 (d.／e.)	(全国)	1.39%	3.77%	—
	(関東)	3.40%	9.72%	—

3. 取り組みの成果と実績

3-1. 石油市場

(5) ガソリン・灯油の都道府県別受渡場所(2008年10月現在)



3. 取り組みの成果と実績

3-2. 貴金属市場(2007年)

	金	銀	白金	パラジウム
a.出来高	18,203,194枚	536,583枚	9,169,890枚	207,867枚
b.現物換算量	18,203,194kg	16,468,890kg	4,584,945kg	103,934kg
c.受渡高 (取引単位で表示)	20,919枚	1,760枚	979枚	2,682枚
d.現物換算量	20,919kg	76,260kg	490kg	1,341kg
e.現物流通量	307,289kg	4,468,032kg	35,147kg	51,631kg
(出所)	(社)日本金地金流通協会(国内需要*)	(社)日本金地金流通協会(国内需要*)	ジョンソン・マッセイ Platinum2007* (用途別需要、地域別)	ジョンソン・マッセイ Platinum2007* (用途別需要、地域別)
*公表前につき、上記は2006年の数値(参考)。		*公表前につき、上記は2006年の数値(参考)。		
出来高／現物流通量 (b.／e.)	59.2倍	3.7倍	130.5倍	2.0倍
受渡高／現物流通量 (d.／e.)	6.81%	1.71%	1.39%	2.60%

3. 取り組みの成果と実績

3-3. ゴム市場(2007年)

a.出来高	7,062,252枚
b.現物換算量	35,311,260t

c.受渡高 (取引単位5tで表示)	3,216枚
d.現物換算量	16,080t

e.現物流通量	888,000t
---------	----------

(出所)IRSG国別消費量

出来高／現物流通量 (b.／e.)	39.8倍
受渡高／現物流通量 (d.／e.)	1.81%

3. 取り組みの成果と実績

3-4. アルミニウム市場(2007年)

a.出来高	65,507枚
b.現物換算量	354,350t

c.受渡高 (取引単位で表示)	825枚
d.現物換算量	4,125t

e.現物流通量	4,202,568t
---------	------------

(出所) 日本アルミニウム協会、用途別需要推移

出来高／現物流通量 (b.／e.)	0.1倍
受渡高／現物流通量 (d.／e.)	0.10%

➤ 営業・マーケティング体制の強化

- ✓ 本年12月、本所はガバナンスの強化等を図るために、組織形態を会員組織から株式会社に移行する予定。
- ✓ これに併せて、営業・マーケティング体制を強化。

➤ 当業者のより一層の利便性向上を図るための市場環境の整備

- ✓ 株式会社化後は、当業者のニーズの把握、市場参加の働きかけを行うために、戦略的な営業・マーケティング活動を継続的に実施する予定。
- ✓ 上記の活動を通じて、当業者のより一層の利便性向上を図るための市場環境の整備にも努めていく予定。



ご清聴ありがとうございました。

お問い合わせ先

東京工業品取引所 企画部

Tel: 03-3661-7917 Fax: 03-3664-0089

URL: www.tocom.or.jp

当業者の市場利用促進への取組み

石油市場の受渡し促進の取組みを中心に

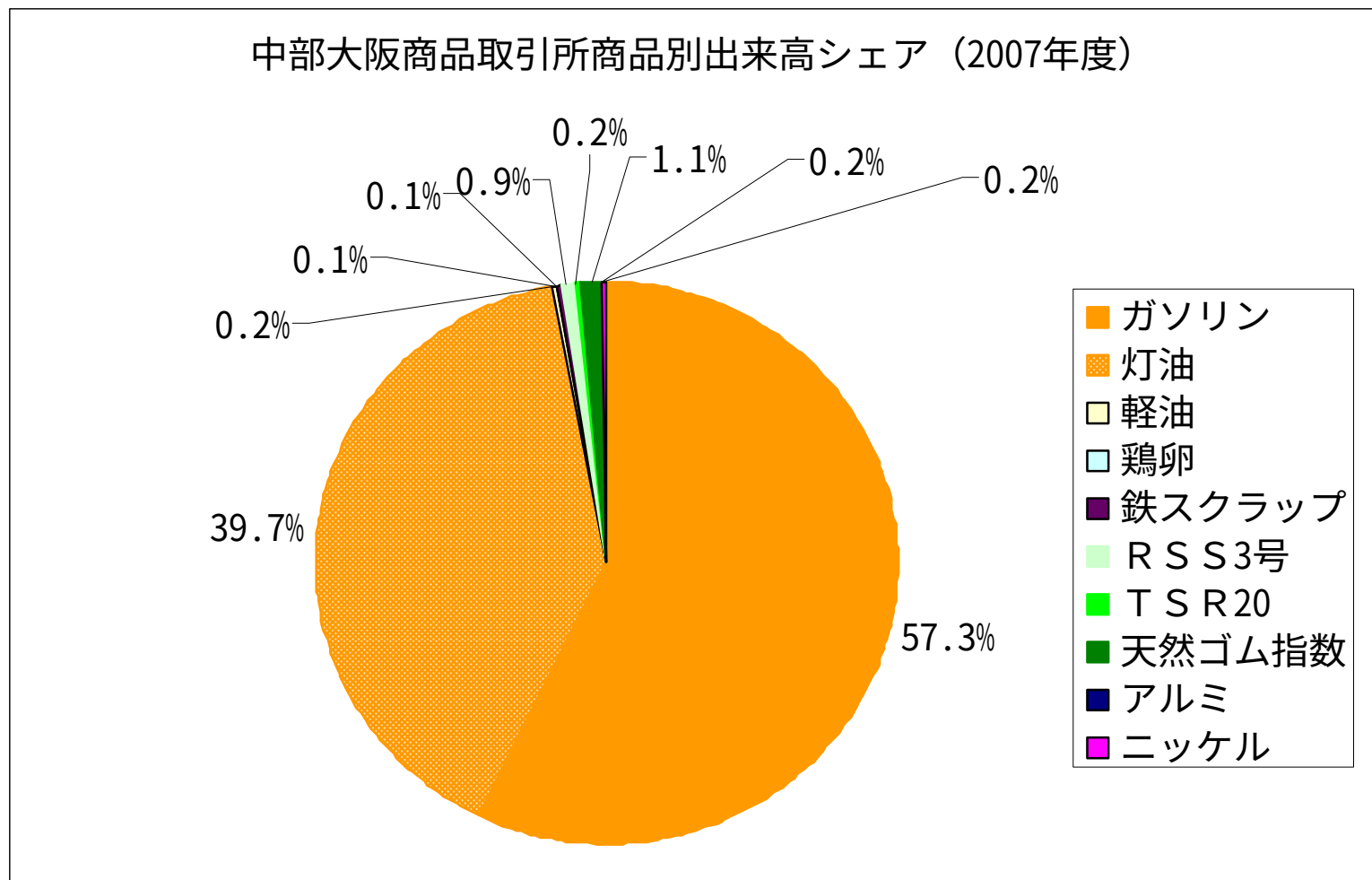
CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

2008年10月24日

中部大阪商品取引所

1. 中部大阪商品取引所の商品別出来高シェア（2007年度）

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE



2. 当業者の市場利用促進のための活動

1. 石油市場 : 石油商業組合における当業者セミナー実施
2. 石油市場 : 当業者グループへの市場利用説明
3. 鶏卵市場 : 当業者団体へ啓蒙活動の展開

1. 石油市場 : 石油商業組合における当業者セミナー実施

- ①石油商業組合の訪問 : 愛知、三重、岐阜、静岡、福井、富山、石川、新潟、長野の中部9県の各県石油商業組合を訪問
当所石油市場の活用についての啓蒙と組合員向けセミナーの実施要請等を説明 (平成20年1月)
- ②セミナーの実施
岐阜県石油商業組合: 西濃地区、東濃地区、中濃地区、飛騨地区 (平成19年10月に各地区で実施)
静岡県石油商業組合: 中部地区、西部地区、東部地区 (平成20年2月に各地区で実施) 天竜支部 (平成20年4月に実施)
長野県石油商業組合: 経営委員会 (平成20年7月実施)
大阪府石油商業組合: 21世紀会 (平成20年7月実施)
- ③愛知県石油商業組合 組合員のSS業者対象 (実践石油先物市場活用セミナー)
東三河地区、西三河・知多地区、東・西尾張地区、名古屋地区 (平成20年4月に各地区ごとに本所で実施)
- ④全石連「SSビジネス見本市 (富山総会)」出展

2. 石油市場 : 当業者グループへの市場利用説明

- ・ 独立系SS当業者グループへグループ単位への本所石油市場の利用説明を実施
→ 現物仕入れの有効なツールとして更なる活用を促すための活動を、当業者グループ総会等を通じて展開
- ・ SS支援会社における定例会議を通じて当所を通じた現物仕入れの有効性について説明

3. 鶏卵市場 : 当業者組合への啓蒙活動の展開

当業者に対する啓蒙を展開 → 日本卵業協会・全国たまご商業協同組合等の総会にて、鶏卵先物市場活用の資料配付

がんばれSS! 応援作戦

第三の仕入れルート、こんな価格を待っていた

＜作戦その1＞ 各県石油商業協同組合への訪問活動

当所での「受渡しを活用した仕入れ」をPRするために、各県石油商業協同組合を訪問するとともに、必要であれば説明会等を実施することを案内しています。

＜作戦その2＞ 独立系SSへの訪問活動

当所を仕入れに利用する独立系SSへの訪問、その団体の総会参加等を通じて、独立系SSの当所利用促進を図っています。

＜作戦その3＞ 石油業界展示会への出展

「愛知石商SSビジネス見本市」、「全国石商SSビジネス見本市」等の石油業界展示会に出展して、広く当所をPRしています。

＜作戦その4＞ イラストパンフレットの製作

石油関連業者には、「当所での仕入れ、販売」を分かり易くイメージできるよう漫画を用いたイラストパンフレットを製作し配付しています。

＜作戦その5＞ イメージポスターの製作

「全日本きものの女王2005」に輝いた女性達（当所大発会にも列席）をモデルとして、ポスター等を製作し当所の取組みをPRしています。

＜作戦その6＞ 「受渡し空白県ゼロ運動」の展開

受渡し空白県ゼロを目指して、全国での受渡実績を積み上げていきます。

＜作戦その7＞ 石油市場会員加入条件の緩和！！

当所会員として石油関連業者が加入し易いように、会員加入金について1/10の軽減措置を設けています。

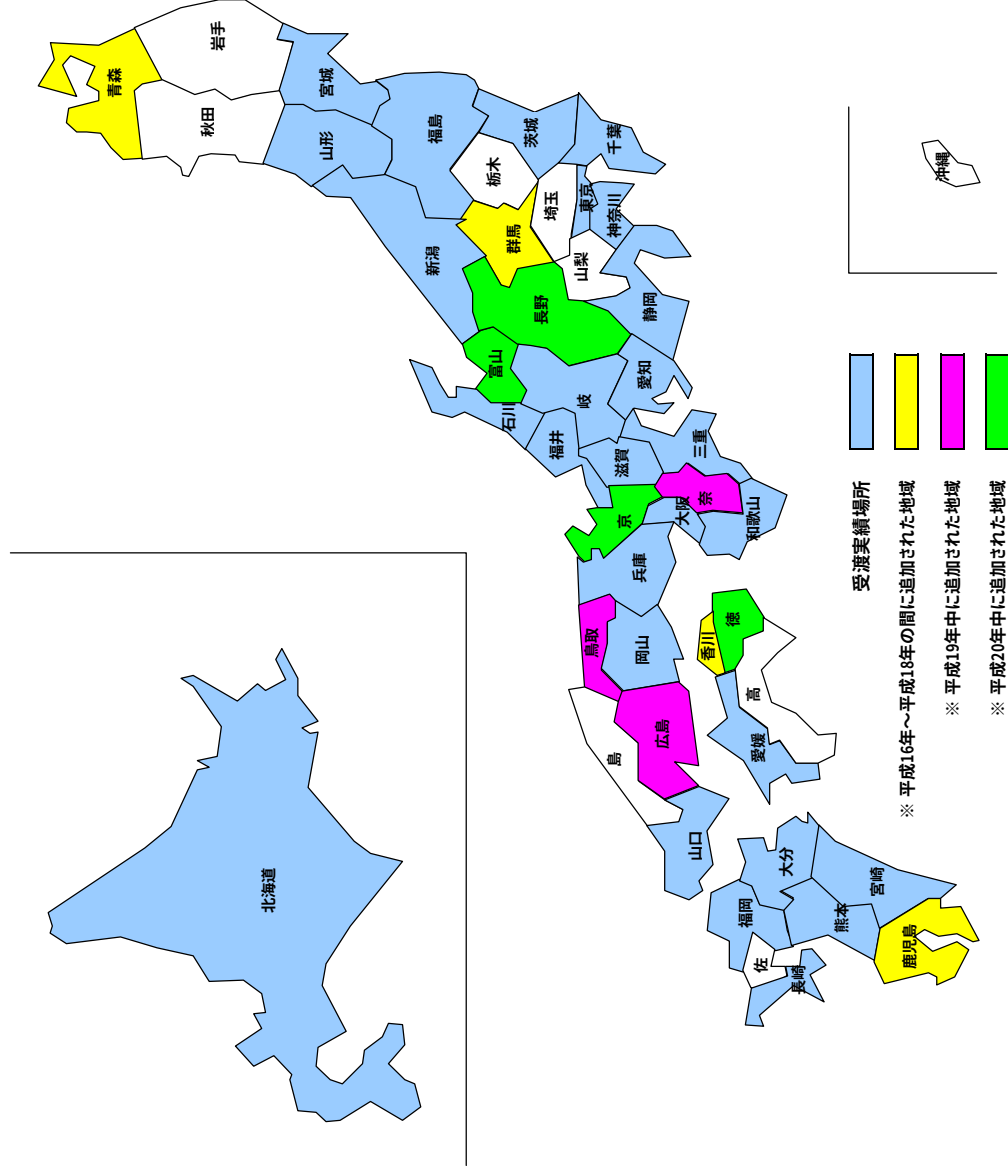
＜作戦その8＞ 石油市場の納会日の変更

平成20年2月限の納会日から、当業者の利便性を考慮し東京工業品取引所石油先物市場と同じ毎月25日に変更。

都道府県別受渡実績（中部大阪商品取引所）

※ 都道府県別の中部大阪石油市場の受渡利用状況
（平成12年5月から平成20年11月までに受渡利用された地域：38ヶ所）

平成20年11月現在（平成20年11月限の受渡分含む）



ガソリン

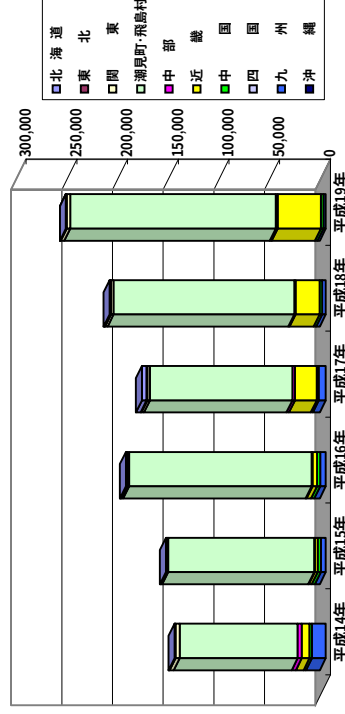
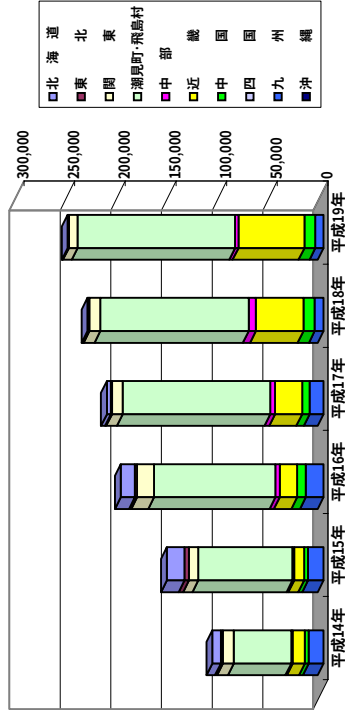
地域別	平成14年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
北海道	8,300	17,220	13,940	4,000	1,180	490
東北	2,100	4,520	2,200	1,100	800	630
関東	10,640	9,140	16,720	10,620	10,760	8,760
甲信・飛島村	56,720	92,840	119,620	145,600	146,260	155,390
中部	1,420	1,760	4,260	4,720	7,080	3,190
近畿	12,000	9,800	17,200	26,600	46,940	65,080
中国	3,740	3,900	8,500	7,420	11,160	10,750
四国	0	0	0	0	60	0
九州	14,880	15,500	17,740	13,920	8,820	8,340
沖縄	0	0	0	0	0	0
合 計	109,800	154,680	200,180	213,980	233,060	252,630

※平成19年6月限から受渡単位を10kに変更（平成19年5月限まで20k）

灯油

地域別	平成14年	平成15年	平成16年	平成17年	平成18年	平成19年
北海道	400	600	640	4,700	1,220	130
東北	400	580	380	720	140	710
関東	4,280	1,100	1,880	2,620	2,700	3,380
甲信・飛島	116,280	143,940	180,180	140,440	178,320	202,820
中部	4,100	560	1,000	2,500	1,260	1,730
近畿	7,600	2,800	4,380	21,600	23,720	42,740
中国	2,220	3,120	3,060	1,960	2,500	2,530
四国	0	0	0	0	0	0
九州	13,880	5,040	5,560	6,980	3,580	2,360
沖縄	0	0	0	0	0	0
合 計	149,160	157,740	197,080	181,520	213,440	256,400

※平成19年6月限から受渡単位を10kに変更（平成19年5月限まで20k）

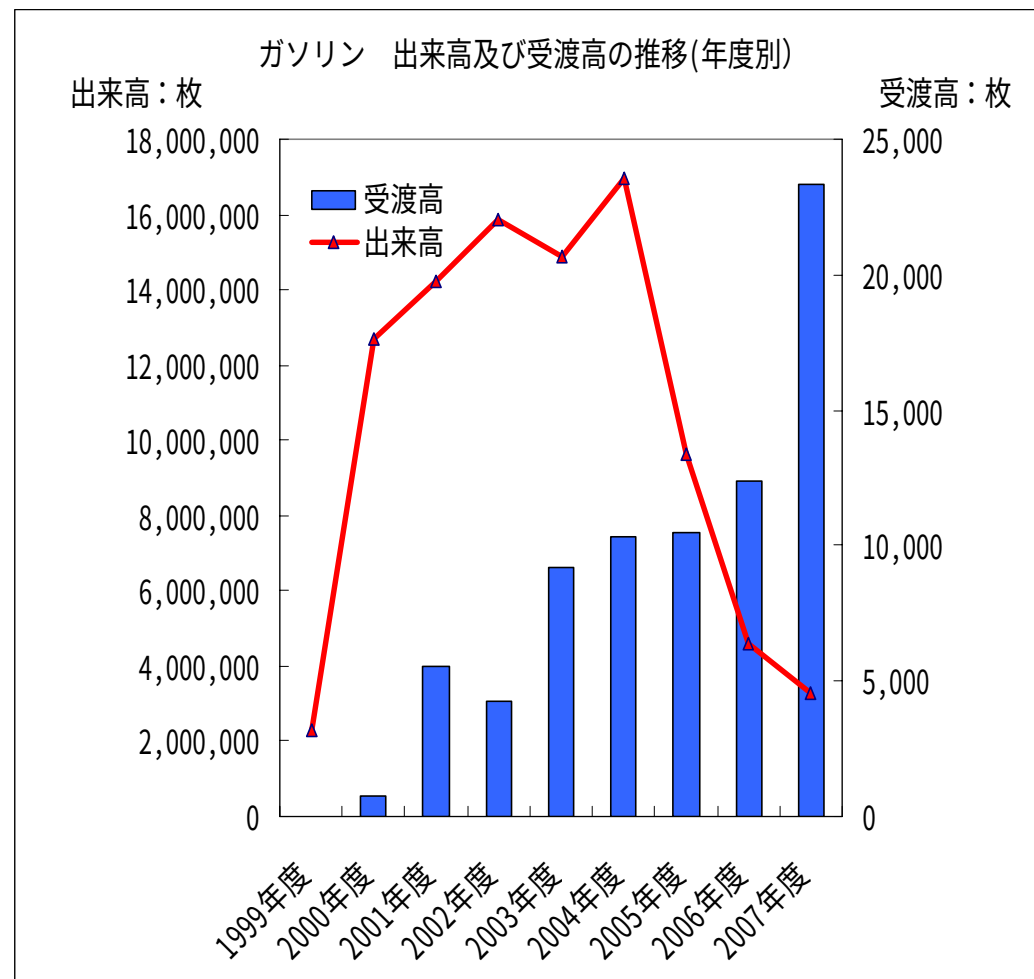


3. 石油商品別出来高と受渡高の推移 (年度別) ① (ガソリン)

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

年度	出来高	受渡高 (枚)	受渡高 (k l)
1999年度	2,286,518	-	-
2000年度	12,686,293	755	15,100
2001年度	14,217,500	5,534	110,680
2002年度	15,886,247	4,245	84,900
2003年度	14,872,796	9,168	183,360
2004年度	16,948,240	10,341	206,820
2005年度	9,621,275	10,492	209,840
2006年度	4,598,885	12,365	247,300
2007年度	3,265,077	23,332	254,850

※2007年6月限より
取引単位及び受渡単位
が20klから10klへ変更

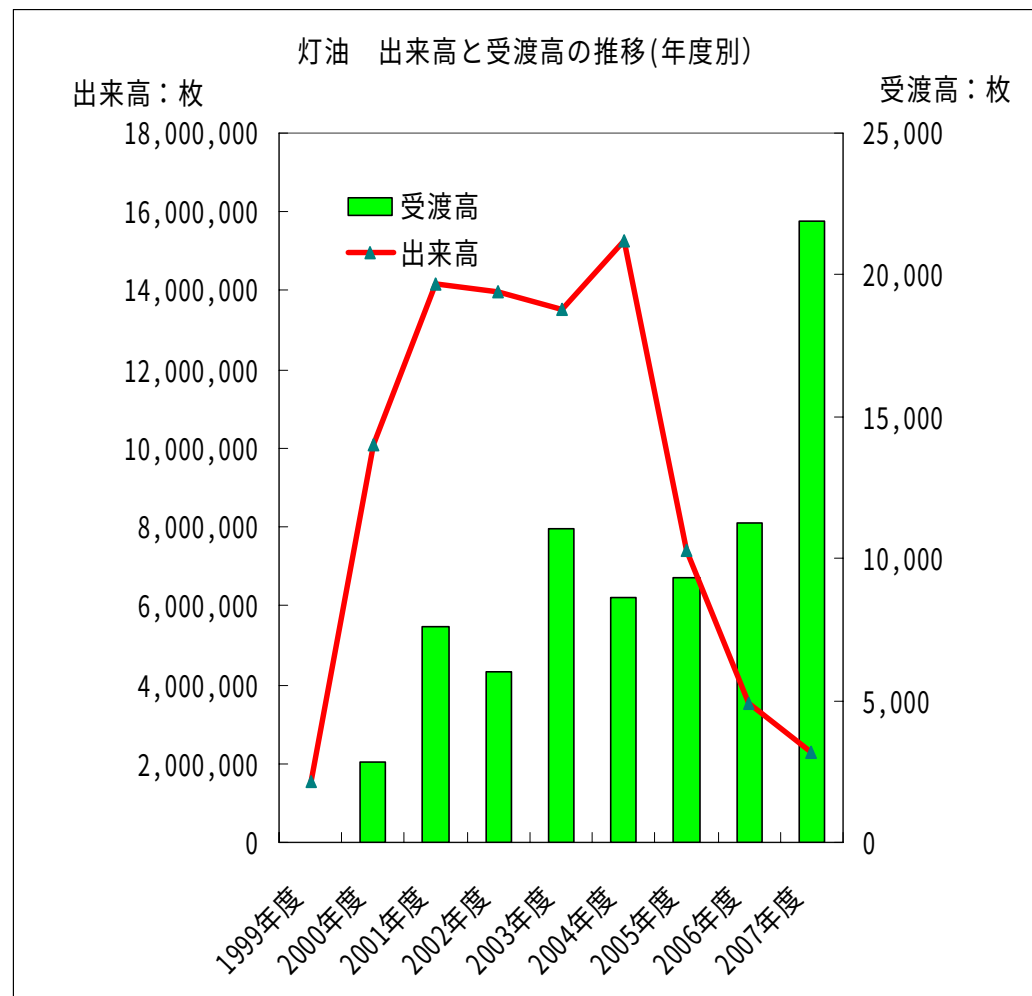


4. 石油商品別出来高と受渡高の推移 (年度別) ② (灯油)

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

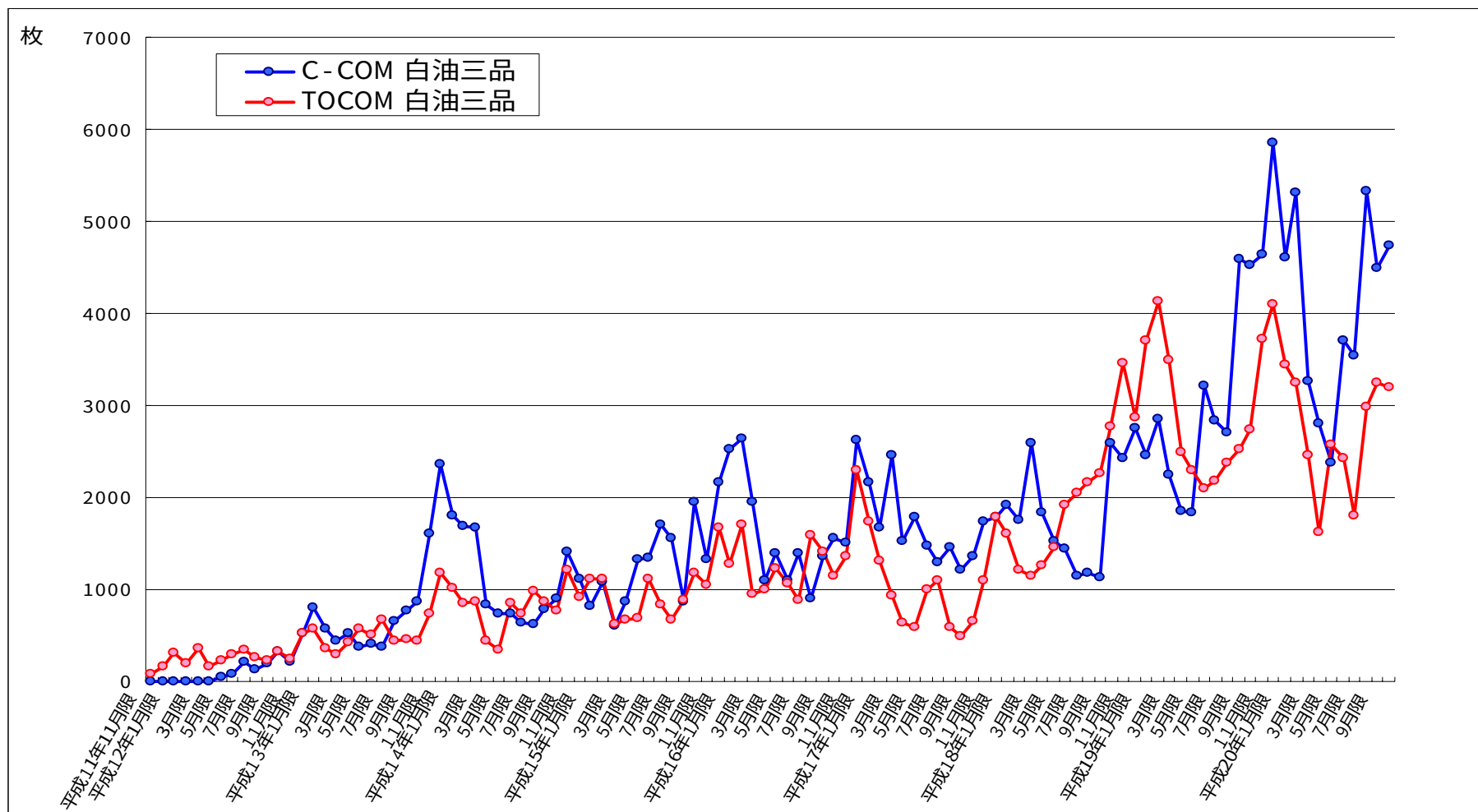
年度	出来高	受渡高 (枚)	受渡高 (k l)
1999年度	1,555,875	-	-
2000年度	10,075,682	2,797	55,940
2001年度	14,151,355	7,593	151,860
2002年度	13,985,681	6,040	120,800
2003年度	13,547,492	11,067	221,340
2004年度	15,285,765	8,657	173,140
2005年度	7,390,144	9,296	185,920
2006年度	3,517,590	11,268	225,360
2007年度	2,262,609	21,912	234,570

※2007年6月限より
取引単位及び受渡単位
が20klから10klへ変更



5. 国内石油製品市場の受渡高推移

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE



参考資料

中部大阪商品取引所 (C-COM) の概要

参考1. 中部大阪商品取引所の概要 (2008年10月24日現在)

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

◇1996年10月 豊橋乾藪、名古屋穀物砂糖、名古屋繊維の3取引所合併により
中部商品取引所誕生

2007年 1月 大阪商品取引所と合併し中部大阪商品取引所へ

◇会員組織

会員 92社 市場会員 32社 (内 受託会員30社)

一般会員 60社

準会員 59社

◇監督官庁 : 農林水産省・経済産業省 共管

◇役員 : 16名 (うち常勤3名)

◇職員 : 20名

参考2. 会員 (2008年10月24日現在)

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

	会員数	内訳		準会員
		市場会員 (内受託会員)	一般会員	
鉄スクラップ	43社	22社 (20社)	20社	5社
石油	54社	30社 (28社)	24社	36社
畜産物	26社	13社 (12社)	13社	4社
ゴム	26社	21社 (20社)	5社	38社
天然ゴム指数	26社	22社 (21社)	4社	38社
アルミニウム	24社	17社 (16社)	6社	5社
ニッケル	17社	17社 (16社)	0社	5社
合計 (実数)	92社	32社 (30社)	60社	59社

参考3. 上場商品

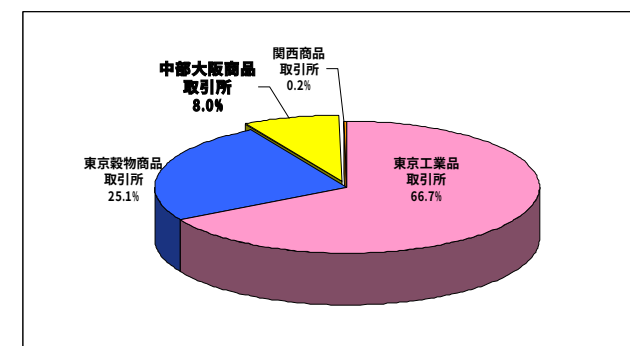
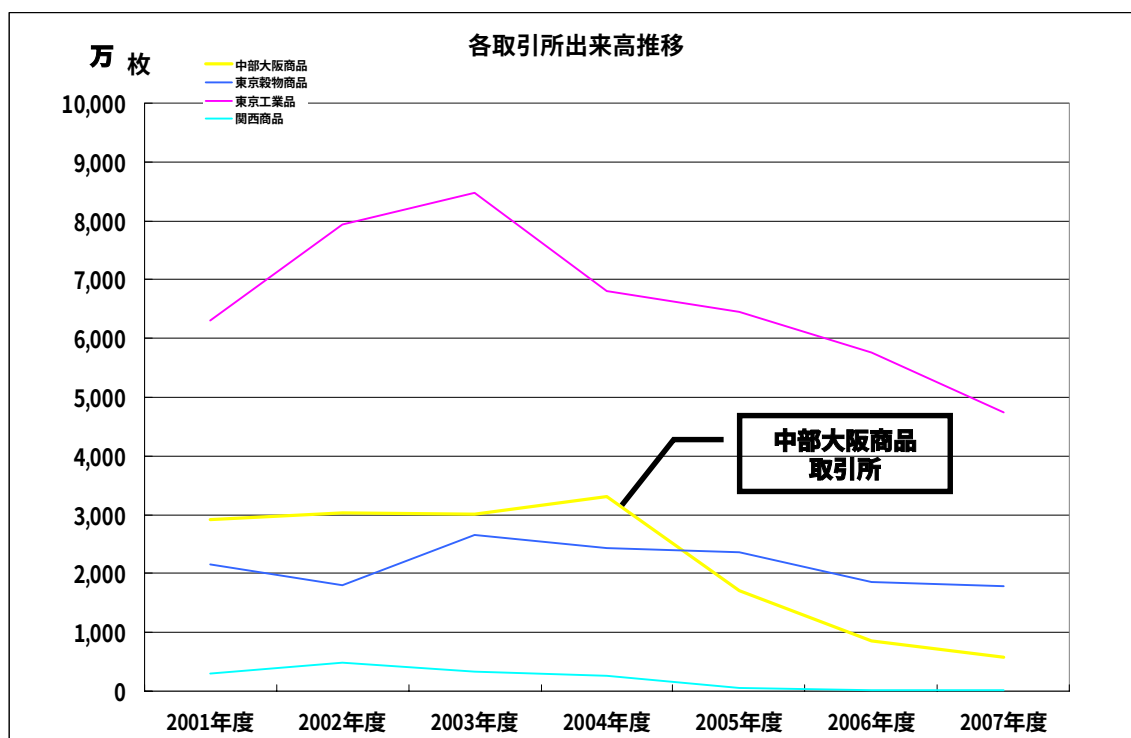
CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

市場	商品	標準品	呼値	倍率
石油	ガソリン	日本工業規格 K2202の2号の品質基準に適合し、かつ硫黄分が10ppm以下のレギュラーガソリン	1kl	10倍
	灯油	日本工業規格 K2203の1号の品質基準に適合する灯油	1kl	10倍
	軽油	日本工業規格 K2204の品質基準に適合し、かつ硫黄分が10ppm以下の軽油	1kl	10倍
鉄スクラップ	鉄スクラップ	(社)日本鉄源協会の定める「鉄スクラップ検収統一規格」の基準に適合し、かつ長辺が1200mm以下の新断バラA	1t	20倍
畜産物	鶏卵	鶏卵清算価格 〔本所が日々独自に鶏卵卸売業者（荷受を含む）から調査する殻付き鶏卵Mサイズ1kgの価格を基に一定の価格算定式により算出した当該月の納会日から起算した前10営業日間の平均価格〕	—	10,000倍
ゴム	RSS3号	国際規格によるリブドスモークドシート3号に該当するもの	1kg	5,000倍
	TSR20	ゴミ含有量0.20%以内、灰分含有量1.00%以内、揮発性物質含有量0.80%以内、窒素含有量0.60%以内、ウォーレス初期可塑性30以上、可塑性残留率40%以上の品質規格を満たすもの。	1kg	10,000倍
天然ゴム指数	天然ゴム指数	本所が毎営業日 午後4時30分に公表する数値	—	10,000倍
アルミニウム	アルミニウム	純度99.70%以上のもので鉄分0.20%以下、シリコンが0.10%以下のアルミニウム地金	1kg	5,000倍

参考4. 本所出来高 ①各取引所との比較

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

- 平成2004年度をピークに3年連続の出来高減少、2007年度はピーク時の15.7%に
- 2007年度の国内シェアは8.0%



(枚)

取引所名	出来高	シェア	前年度比	順位
東工取	47,405,839	66.7%	82.3%	1
東穀取	17,805,305	25.1%	95.8%	2
中部大阪取	5,695,236	8.0%	65.9%	3
関西商取	164,451	0.2%	80.1%	4
合 計	71,070,831	100.0%	83.5%	

注) オプションを除く。過去データは前身取引所のデータを統合。

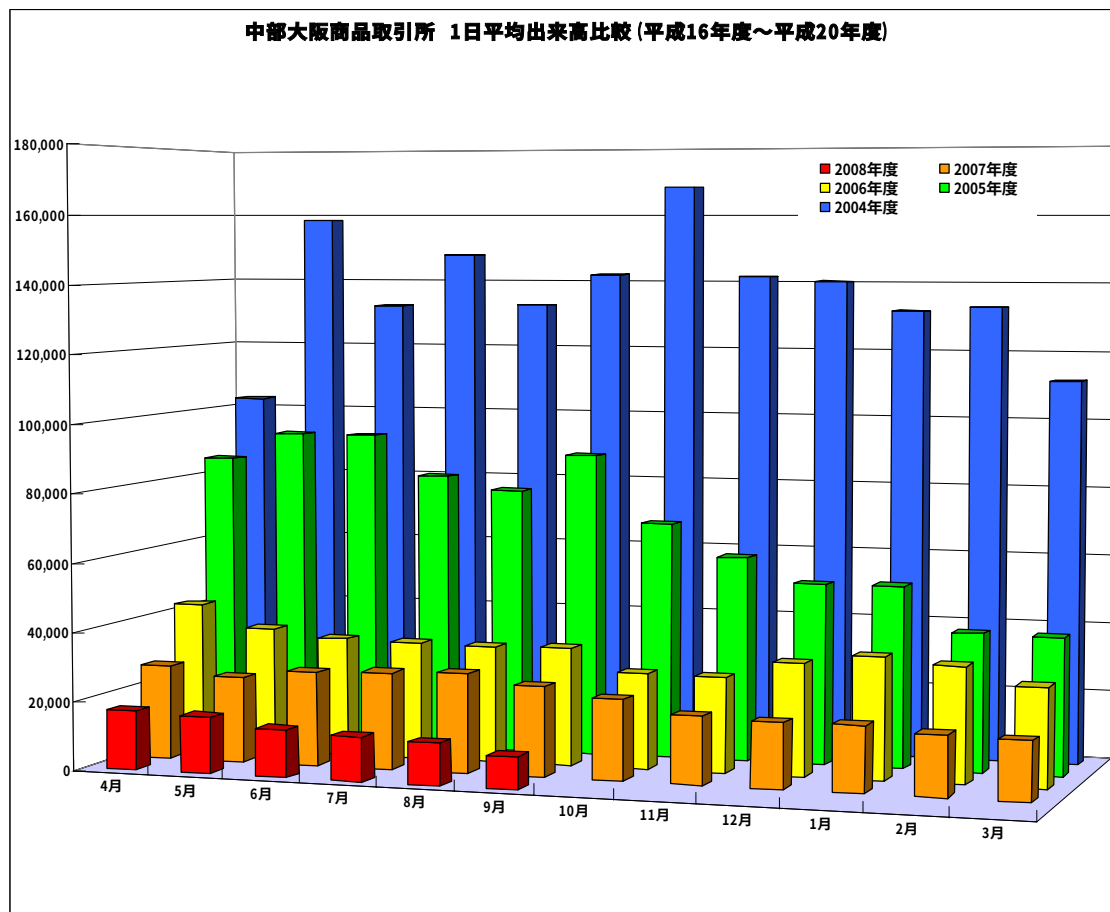
②本所の1日平均出来高

1日平均出来高比較

単位:枚

年月	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
4月	102,894	85,678	43,111	27,241	17,190
5月	158,525	93,706	36,572	24,787	16,387
6月	132,228	93,618	34,540	27,187	13,685
7月	147,818	81,730	34,042	28,040	12,746
8月	132,797	78,040	33,900	28,633	12,097
9月	142,029	88,931	34,380	26,183	9,454
10月	168,239	69,162	27,630	23,408	
11月	141,753	59,962	27,702	19,656	
12月	140,350	52,923	32,740	18,839	
1月	131,843	53,132	35,248	19,080	
2月	132,999	40,295	33,537	17,567	
3月	111,903	40,018	28,655	17,030	

中部大阪商品取引所 1日平均出来高比較 (平成16年度～平成20年度)



③本所の商品別1日平均出来高推移

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

- ガソリン、灯油の出来高に左右される本所出来高（2007年度は、2商品シェア：97%）
- 2007年度の1日平均出来高は、2004年度の1／7に激減

商品別出来高の推移

(万枚)

	ガソリン	%	灯油	%	軽油	鶏卵	鉄 スク	RSS 3号	TSR 20	ゴム 指数	アルミ	ニッケル	合計	1日 平均
2004 年度	1,695	46.6	1,529	42.1	40	51	0	67	68	58	102	24	3,635	14
2005 年度	962	52.5	739	40.3	1	3	9	55	10	27	25	1	1,834	7
2006 年度	460	53.2	352	40.7	1	1	1	25	2	16	5	1	864	4
2007 年度	327	57.3	226	39.7	1	1	1	5	1	6	1	1	570	2

当業者の市場利用に係る協会の主な取組み

- プロ市場化の推進及び委託者トラブル解消に向けた積極的な取組 -

1. 当業者の市場利用に向けた取組	1. 2頁
-------------------	-------

2. 信頼性の確保・向上に係る取組	3頁
-------------------	----

参考 1	市場参加者の状況	4頁
------	----------	----

参考 2	「Rule」リーフレット	5頁
------	--------------	----

2008年10月31日

日本商品先物振興協会

1. 当業者の市場利用に向けた取組（産業インフラとしての活用促進）

- プロ市場化の推進等、産業インフラとしての活用促進に積極的に取り組んでいる。

（1）当業者に向けた取組（産業インフラとしての活用促進）

○当業者等への市場利用知識の普及活動（ヘッジ知識の普及）

- ・ 1992 年 2 月以来、当業者向けの先物市場利用に係る冊子を発行（日経「フューチャーズリポート」）。
- ・ 07 年の同冊子廃刊を契機に代替策として、07 年 2 月からホームページにおいて、取引事例について実需家による市場活用
の実例を紹介。
- ・ 産業界セミナーは、05 年 7 月、「商品先物で勝つ経営」を開催。今後は取引所等と連携して産業界向けセミナー開催を予定。

○「中小事業者の市場利用に係る研究会」の設置

会員における当業者受託に係る実態調査を、06 年 2 月と 07 年 12 月の 2 度にわたって実施。事業者のプロフィール、利用目的等を分析、ヘッジ事例の収集を行った。

本年は、『中小事業者の市場利用に係る研究会』を設置し、原油等の原材料の価格変動リスクの上昇の中で、当業者、特に中小企業が商品市場を利用して、事業を円滑化するに当たっての課題及び解決策の検討を行う（座長は、池本正純・専修大学経営学部教授、委員には、中小企業事業者団体、市場参加者、金融機関、取引所等から選任。両主務省のご協力も得て、10 月中に第 1 回開催し、実行計画を含めたとりまとめを年内に行う予定）。

(2) ビジネスモデル転換への取組

○市場振興戦略会議の設置と具体的検討・提案

2005 年（平成 18 年）3 月、市場振興戦略会議を設置し、主務省、取引所、関係団体も参加して、市場流動性の提供のあり方について、電子取引受託の促進策、商品ファンド受託や海外法人受託の促進策等、対面個人営業依存度の高いビジネスモデルからの転換に向けた課題を整理。

2005 年度、2006 年度の両年度における検討結果を、「利便性検討部会」「経営戦略検討部会」において整理、以下のような具体的提案を行った。

[当業者等の利用を誘引する提案事例（下線部が実現した内容）]

- ・商品スペックの見直し : 値幅制限、証拠金制度見直し（SPAN証拠金等の導入）、建玉制限の緩和等を提言。
- ・市場の信頼性 : 清算機関の総合化とガバナンス強化等機能の充実、適正な市場監視体制のポイント等を提案
- ・市場の利便性の向上策 : トランスファー制度、ギブアップ制度、夜間取引等取引時間の延長、取引員法人部によるヘッジ・サポート（顧客による予めの指示を受けた範囲内での取引の執行）、クリアリングのマルチマネー化等
- ・個人委託者利用 : 証拠金のレバレッジ低減策（顧客の適合性に応じた証拠金設定）、損失抑制に係る取引手法の多様化等（損失額を限定するロスカット注文等）を提案した。ロスカット注文の受託を明確に可能とする省令の改正（省令 102 条第 1 項第 3 号）により実現。
- ・取引事故の少ない取引の誘因策 : 海外受託・商品ファンド受託、電子取引受託、法人受託等顧客トラブルの少ない取引に係る『商品取引責任準備金』の積立義務の軽減を 2006 年 12 月に要望、翌 07 年 4 月に実現。

2. 信頼性確保・向上に係る取組

顧客トラブル減少に向けた取組に関する理事会決議（2006 年 9 月 13 日）と同決議の全会員への周知徹底。

- （1） 勧誘方針の公表の促進 （注）
- （2） ルール遵守の表明（日本経済新聞等への広告掲載、ポスター・チラシの作成・配布等）
- （3） 日商協苦情相談窓口の対外的周知徹底 （日商協バナーの各社ホームページでの掲載等）

上記取組姿勢について会員代表者懇談会を通じて会員理解を深め、ポスターの会員店頭掲示等により業界内の周知を図った。

- 「私たちが守るべきこと、お客様に守っていただきたいこと」（06 年 6 月、日経・読売等）
- 「私たちはお客様の立場に立った営業の推進に取り組んでいます」（08 年 5 月、日経・読売等）。
- ポスター作成 2 千部、リーフレット作成配布 20 万部

（注）07 年 9 月に金融商品取引法と横並びで商品取引所法上の規制となったが、会員に 1 年ほど先行しての実施を呼びかけたもの。

参考 1 市場参加者の現状

商品取引員の取扱比率は売買高全体の8割以上を占める。

商品取引員は市場の流動性供給者として重要な役割を担う。

(平成19年度 先物協会調べ)

平成19年度売買高＝14,214万枚
(7,107万枚×2)

市場会員 (19.5%)	商品取引員 (80.5%)			(市場会員か受託会員か)
会員自己取引 (40.7%)		委託取引 (59.3%)		(会員自己か委託取引か)
市場会員 (19.5%)	受託会員 (21.3%)	個人 (44.5%)	法人等(14.8%)	(法人等は委託取引の25%)
		対面(30.4%)	電子 (14.1%)	(個人委託者の内訳)

参考2



ルール Rule

私たちは遵守します。商品先物取引の信頼性向上と、お客様のために。

商品先物会社が守るべきこと

- 【説明義務の徹底】 商品先物取引の仕組み、証拠金取引であること、証拠金以上の損失が生じることがあることについて、事前にきちんと説明します。
- 【適合性原則の遵守】 取引口座開設に当たって、取引についてご理解いただいたこと、ハイリスク取引に適した資金の性格であること等を確認させていただきます。
- 【勧誘方針の策定と実行】 商品取引所法及び関係法令諸規則を遵守し、常にお客様が安心してお取引いただけるように、信頼性確保のため勧誘方針を策定し実行しています。
- 【相談窓口の設置】 取引におけるご不明な点などは、商品先物会社の顧客相談窓口（管理部等）で受け付けています。

お客様に守っていただきたいこと

- 余剰資金の範囲でのお取引を心がけてください。
（生活資金は絶対に投入しないでください）
- 損失も利益もお客様に帰属します。
（ご自身の判断と責任でお取引を行ってください）
- お取引開始後は、価格を必ずチェックしてください。急激な価格変動により、思わぬ損失が発生することがあります。商品取引所や商品先物会社のホームページなどで、必ず確認してください。
- 取引の結果について、その都度「売買報告書」などで必ずご確認ください。ご不明な点があれば、すぐに顧客相談窓口（管理部等）にお問合せください。

苦情相談は 日本商品先物取引協会
(日商協) 相談センター

TEL03-3664-6243 〒103-0016 東京都中央区日本橋小町9-9 (日商協ビル)

ルール Rule



私たちはお客様の立場に立った営業の推進に取り組んでいます。

守るべきこと、しっかり守ります。

- お客様の取引意思を常に確認します。
- 商品先物取引のリスクをきちんと説明します。
- お客様の知識・経験・資産状況等に適したお取引をおすすめしています。

商品先物取引の勧誘がご迷惑と感じたら、

日本商品先物取引協会
相談センター

TEL 03-3664-6243
(平日9:00~18:00)

中小事業者等の商品市場利用 に関する研究会

【事務局説明資料】

2008年10月31日

1. 乱高下する資源価格と中小企業

乱高下するエネルギー価格

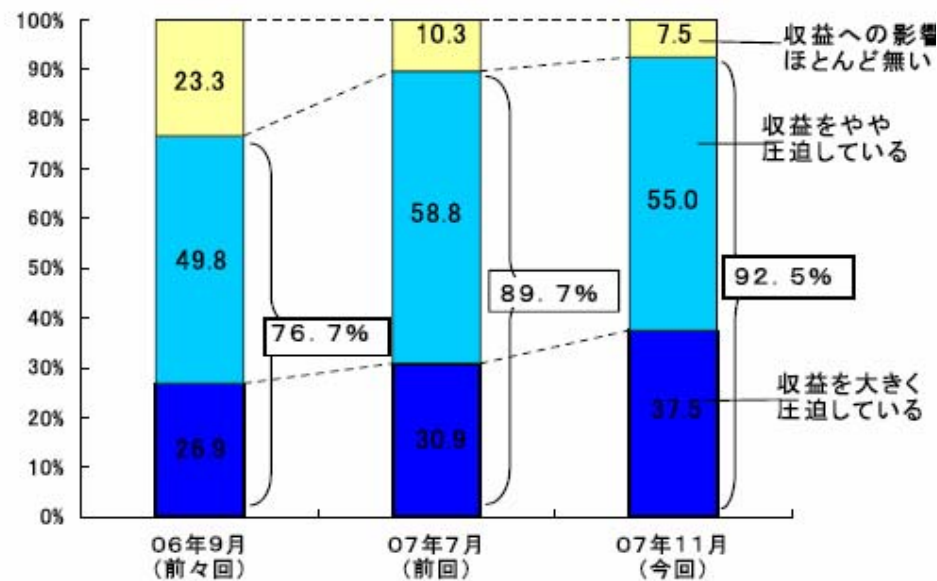


資源価格の高騰が中小事業者に与えている影響

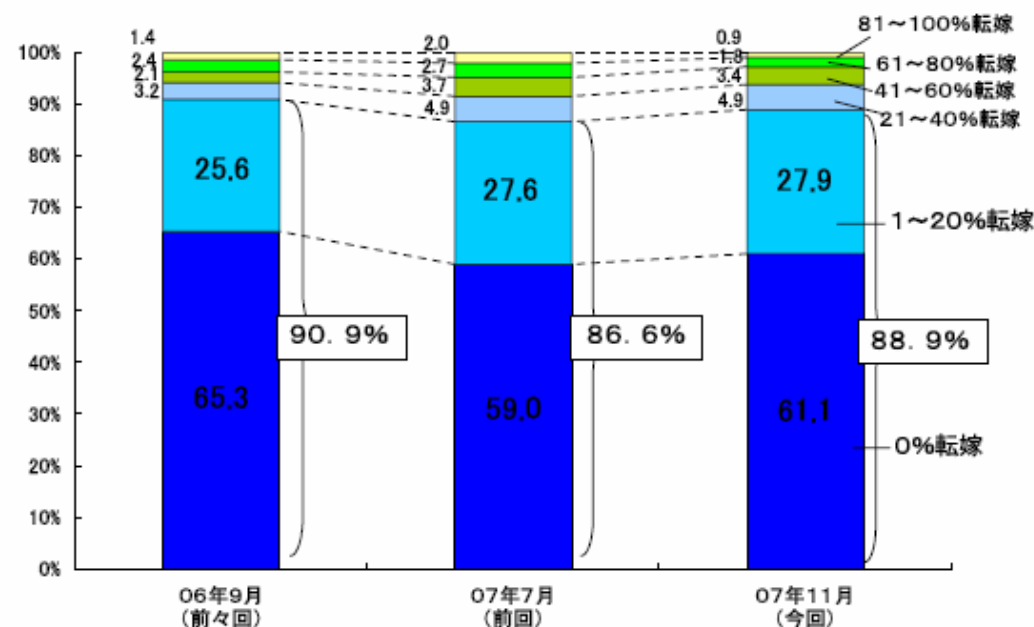
- ✓原油・石油製品価格の上昇による収益への影響は今年の夏より更に拡大し、収益を圧迫している企業の割合は9割を超える。
- ✓価格転嫁が困難な企業の割合は、今年の夏より若干上昇し、約9割に上る。

経済産業省＝中小企業庁「原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果」(2007年11月)より

原油・石油価格の上昇による収益への影響



価格転嫁の度合い

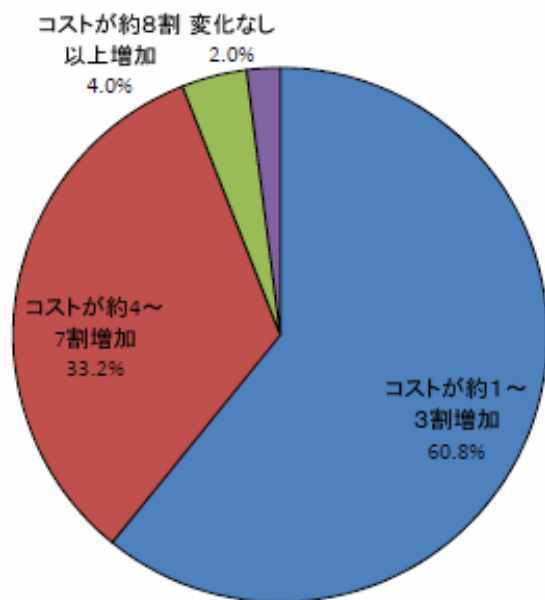


(出所) 経済産業省＝中小企業庁「原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果」(2007年11月)より

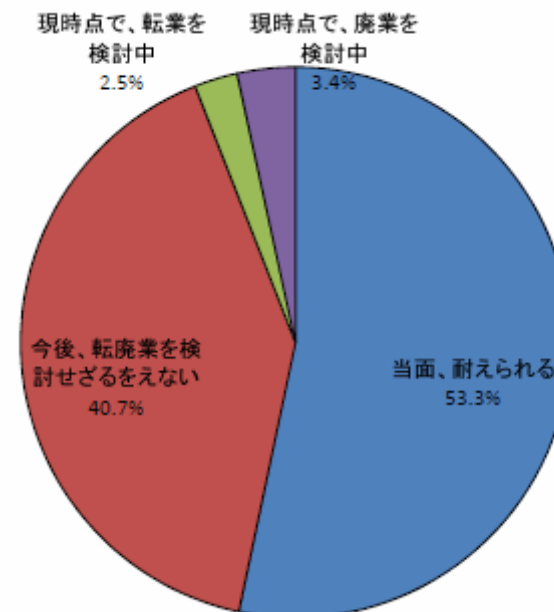
資源価格の高騰が中小事業者に与えている影響 2

- ✓原油・石油製品価格だけでなく、石油製品、穀物、金属などの原材料価格の上昇が中小企業のコスト負担となっている。
- ✓今後、原材料高が長期化した場合には、中小企業経営に重大な影響を及ぼす可能性がある。

4－6月期におけるコスト上昇幅（前年同時期比）



原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響



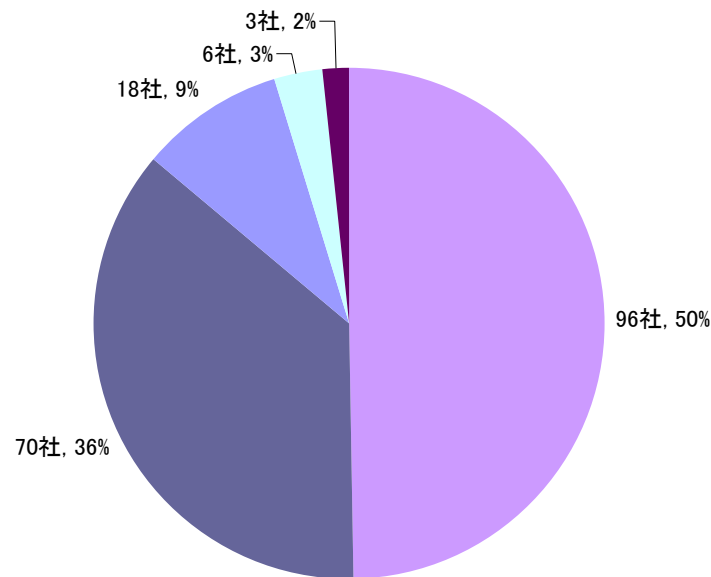
（出所）全国商工会連合会「原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査」（2008年8月）より

2. 中小企業の商品先物市場利用状況

商品先物市場の利用状況

✓商品取引員を仲介者として、ヘッジ目的で取引所取引を利用している中小事業者（資本金3億円未満）は、全国で193社のみ（中小企業の数約150万社）。

資本金規模別



■ 1000万円以下 ■ 5000万円以下 ■ 1億円以下 ■ 2億円以下 ■ 3億円未満

業種別

石油販売、SS	86	大豆	2
石油流通	12	生糸	4
運送業	1	鶏卵	7
貴金属	7	コーヒー	1
鉄鋼商社	1	畜産	2
ゴム	3	食品一般	8
穀物等	17	商社一般	7
雑穀等	21	その他	14

合計	193
----	-----

（出所）日本商品先物振興協会実施アンケート調査（未公表）より

商品先物市場の利用状況

✓上場商品別に中小事業者の利用状況を見ると、極めて低調（TOCOM及び中部大阪商品取引所におけるエネルギー関連商品についても中小事業者の利用は1%未満）。

TOCOM

2007年中	①年間売買高	②中小事業者年間取引枚数	②÷①
ゴム(RSS3)	14,124,504枚	17,326枚	0.12%
金	36,406,388枚	4,774枚	0.01%
金ミニ	910,424枚	0枚	0.00%
銀	1,073,166枚	22枚	0.00%
白金	18,339,780枚	1,317枚	0.01%
パラジウム	415,734枚	352枚	0.08%
アルミニウム	131,014枚	6枚	0.00%
ガソリン	15,059,412枚	29,668枚	0.20%
灯油	4,701,638枚	19,640枚	0.42%
原油	2,978,036枚	4,358枚	0.15%

東穀取

2007年中	①年間売買高	②中小事業者年間取引枚数	②÷①
小豆	777,286枚	19,796枚	2.55%
一般大豆	2,495,572枚	25,123枚	1.01%
NON-GMO大豆	24,561,864枚	103,162枚	0.42%
とうもろこし	9,290,478枚	85,913枚	0.92%
アラビカコーヒー	1,191,742枚	1,629枚	0.14%
ロブスタコーヒー	145,942枚	437枚	0.30%
大豆ミール	4,584枚	1,493枚	32.57%
野菜	3,078枚	0枚	0.00%
生糸	6,192枚	202枚	3.26%
精糖	5,724枚	0枚	0.00%
粗糖	866,658枚	533枚	0.06%

中部大阪

2007年中	①年間売買高	②中小事業者年間取引枚数	②÷①
鶏卵	14,154枚	646枚	4.56%
ゴム(RSS3)	181,966枚	193枚	0.11%
ゴム(TSR20)	23,240枚	218枚	0.94%
ゴム指数	156,396枚	906枚	0.58%
アルミニウム	30,032枚	0枚	0.00%
ニッケル	22,424枚	9枚	0.04%
ガソリン	7,270,658枚	38,400枚	0.53%
灯油	5,370,690枚	34,721枚	0.65%
軽油	17,504枚	0枚	0.00%
鉄スクラップ	11,770枚	50枚	0.42%

関西

2007年中	①年間売買高	②中小事業者年間取引枚数	②÷①
小豆	8,724枚	0枚	0.00%
米国産大豆	44,838枚	10枚	0.02%
とうもろこし	202,802枚	96枚	0.05%
プロイラー	5,832枚	0枚	0.00%
大豆ミール	2,886枚	0枚	0.00%
冷凍エビ	12,496枚	0枚	0.00%
国際穀物等指数	17,820枚	0枚	0.00%
コーヒー指数	22,496枚	0枚	0.00%
精糖	2,832枚	0枚	0.00%
粗糖	8,760枚	0枚	0.00%

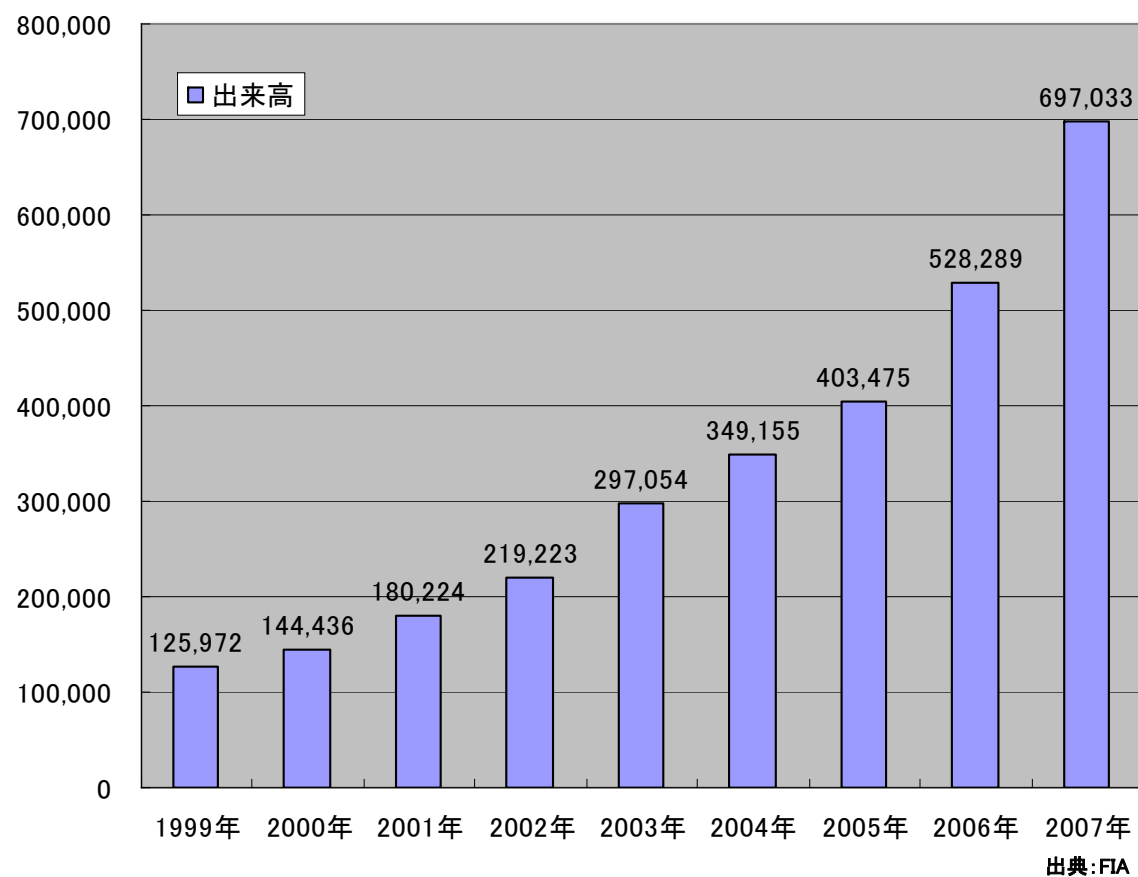
（出所）商品取引所連絡会集計データ（同公式Webサイト）及び日本商品先物振興協会実施アンケート調査（未公表）より

3. わが国における商品先物市場の現状

世界全体における先物市場

✓世界全体の先物取引は2001年から2006年の5年間で3倍の伸びを示し、2007年もさらに出来高を伸ばしている。

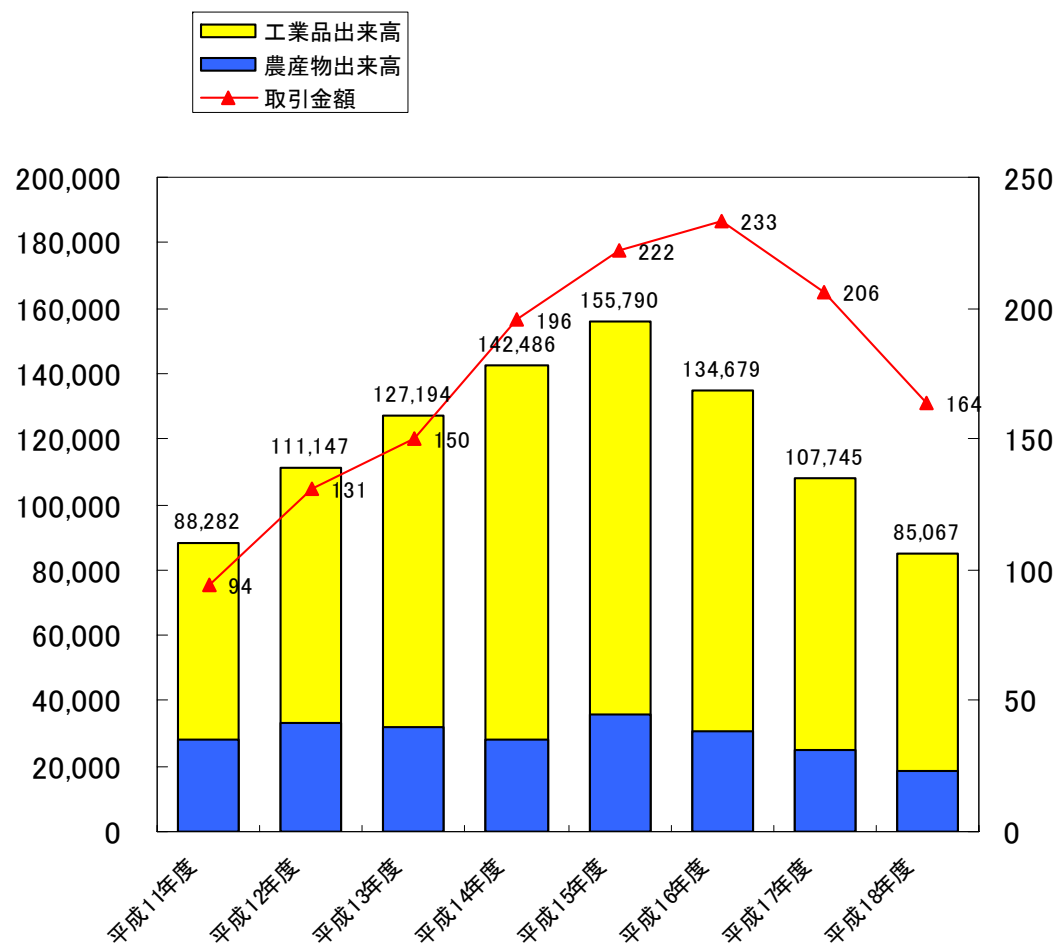
(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年3月27日開催) 資料より



(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年3月27日開催) 資料より

国内商品取引所取引の減少

✓商品取引所における出来高は、平成15年度をピークに減少している。



(参考)
 平成19年(4月～12月)の出来高、
 取引金額。()内は平成18年同期。
 〔出来高〕 54,780(千枚)
 (81,393(千枚))
 対前年同期比: -32.7%
 〔取引金額〕 110.8(兆円)
 (137.7(兆円))
 対前年同期比: -19.5%

(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年3月27日開催) 資料より

商品先物業界の現状

- ✓先物取引の出来高及び預り証拠金額は、平成16年以降減少している。
- ✓商品取引員数や外務員数も近年減少傾向が続いている。

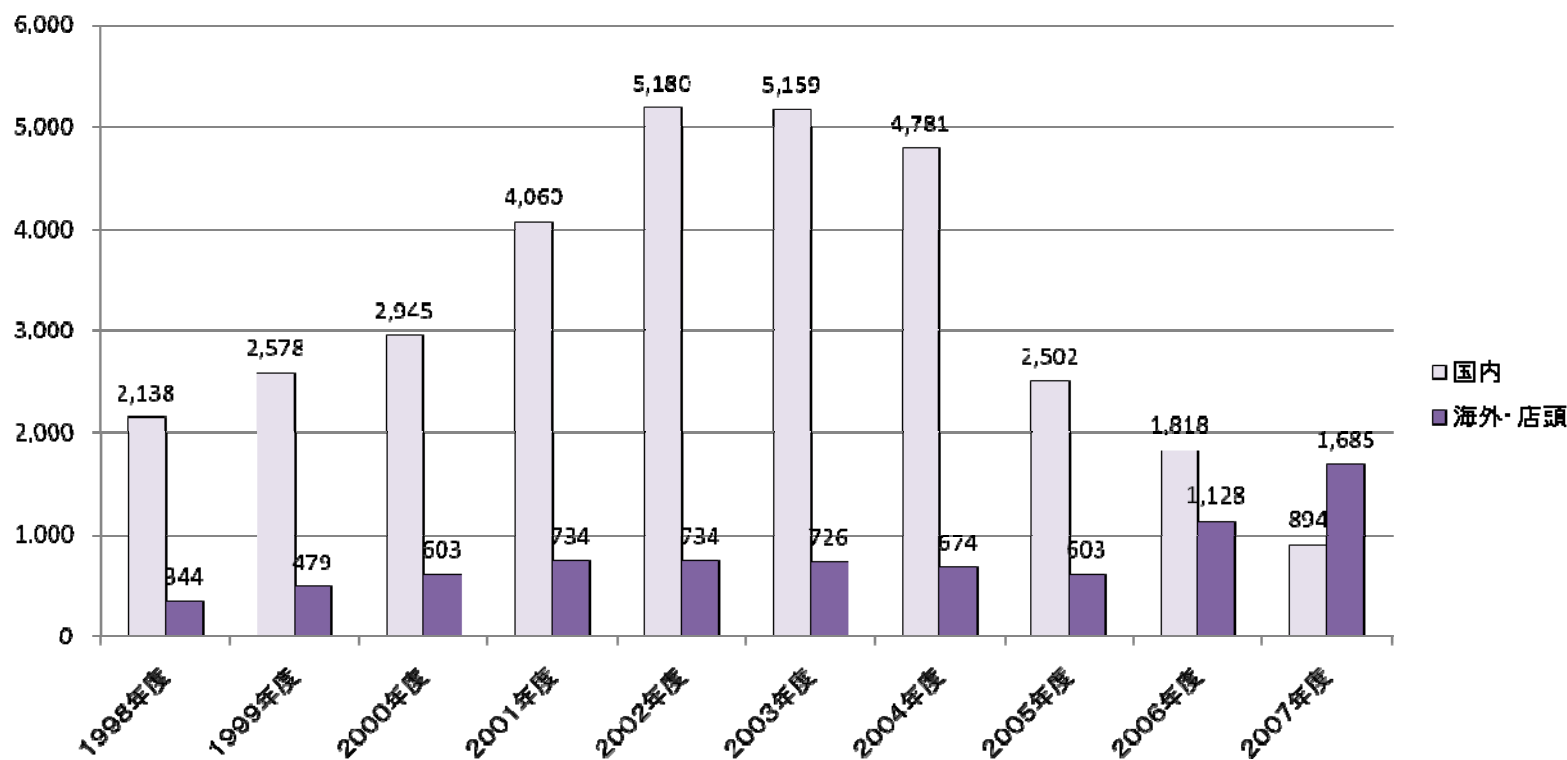
		8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
出来高 (千枚)	先物	72,711	72,233	74,974	88,282	111,147	127,194	142,486	155,790	134,679	107,745	85,067	71,071
	オプション	570	513	504	363	262	92	49	45	110	58	34	+0
預り証拠金額 (百万円)		505,495	450,105	434,232	433,733	429,924	485,417	495,666	510,057	480,127	472,409	360,004	292,056
商品取引員数		126	120	112	110	106	105	100	97	96	86	79	70
営業所数		561	534	497	474	483	486	480	461	433	353	298	226
外務員数(人)		12,144	12,738	12,785	13,196	13,482	14,302	14,310	14,449	14,053	11,511	9,138	6,588
委託者数(人)		105,216	102,428	106,386	101,656	107,225	115,470	118,230	114,181	113,958	103,858	99,551	96,012

出典：(社)全国商品取引所連合会編「商品取引所年報」。預り証拠金額欄の平成17～19年度は日本商品清算機構の貸借対照表上の取引証拠金、平成19年度の出来高及び商品取引員数は商品取引所連絡会調べ、営業所数、外務員及び委託者数は日本商品先物振興協会調べ。

(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年10月2日開催) 資料より

商品先物業界における委託者トラブル

✓以前から商品先物業界においては委託者トラブルが多いとされてきたが、国民生活センターが集計している苦情相談件数を見る限り、近年大幅に件数が減少している。



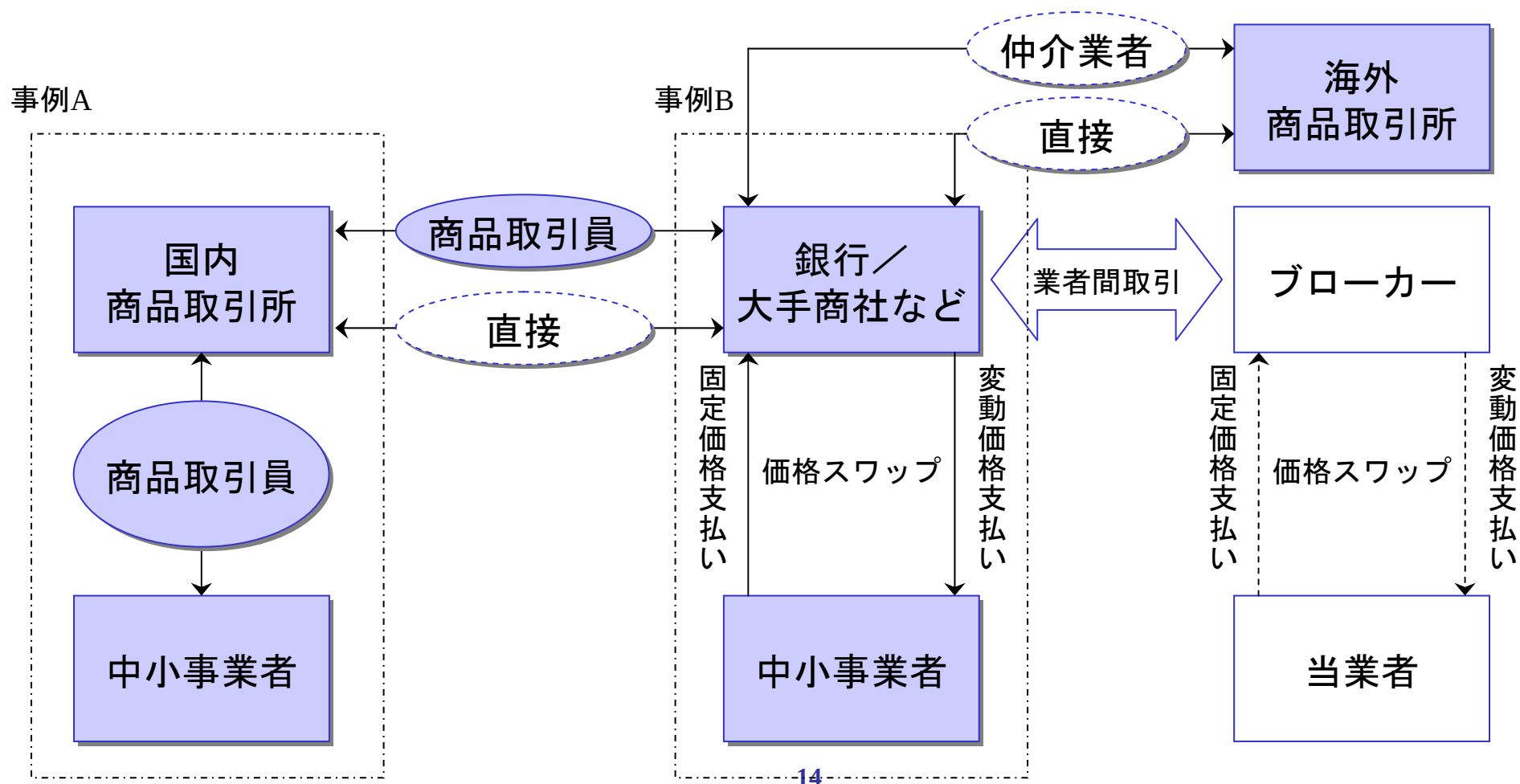
国民生活センター調べ。平成20年5月15日現在。

(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年10月2日開催) 資料より

4. 中小事業者による商品デリバティブ取引 利用事例

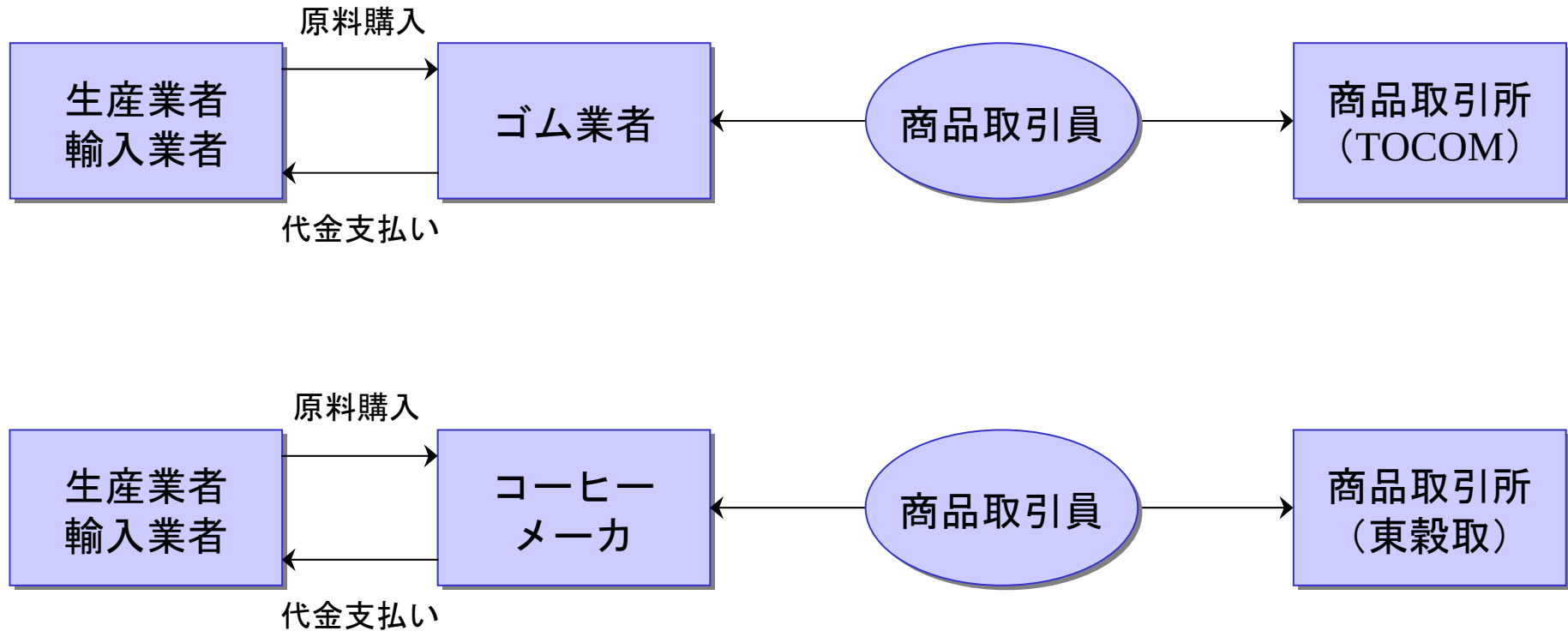
商品デリバティブ取引の利用形態

✓商品取引員の仲介により自ら商品取引所取引を行う方法の他、価格スワップなどを相対で行う（店頭取引）方法もある。



事例A～ゴム業者／コーヒーメーカー

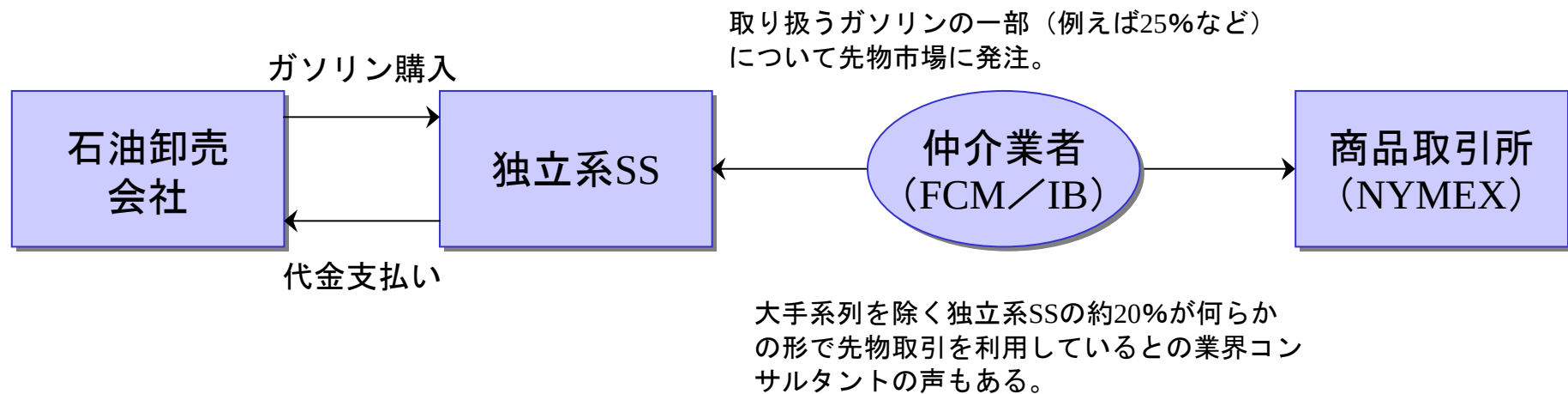
✓ゴム業者やコーヒーメーカーの中には商品取引員を通じて取引所取引を行い、仕入れ価格や在庫価格のヘッジを行っている業者が存在する。



(出所) 日本商品先物振興協会実施アンケート調査 (資料4) より考察

事例A～独立系SS（ガソリンスタンド）

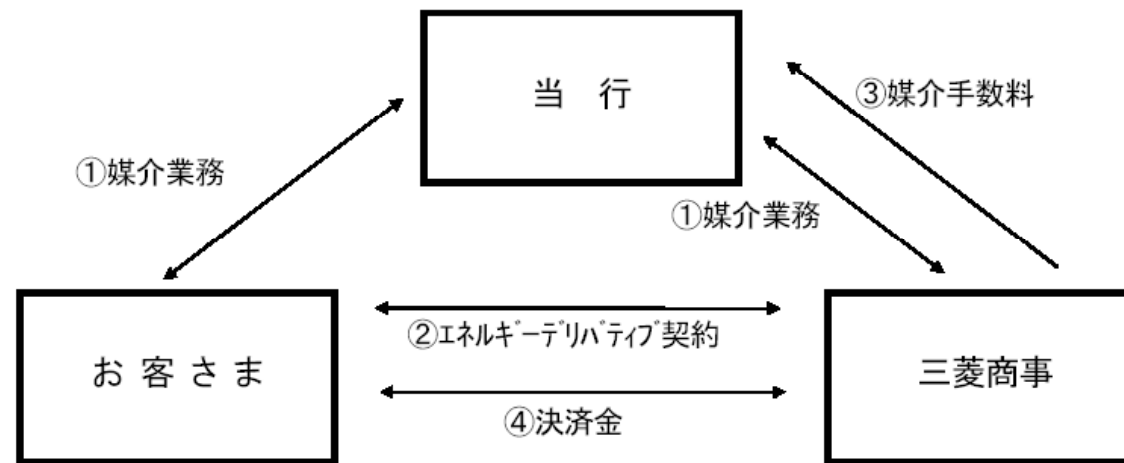
✓アメリカではSSが仲介業者を利用して取引所取引を行い、調達価格のヘッジを行っている事例が見られる。



（出所）日本商品先物振興協会Webサイトより

事例B～三菱商事／百五銀行

✓三菱商事（スワップ組成業者）が地方銀行である百五銀行の取引先（地方バス会社）に対して、エネルギーデリバティブ（価格スワップ）を提供している事例がある。



契約内容（原油価格の変動リスクヘッジ：固定価格を支払い変動価格を受け取るケース）

取引種類	円建てスワップ取引（※）
価格指標	JCC（※）
取引期間	5年
取引数量	3ヵ月毎125キロリットルを5年間（合計2500キロリットル）
取引開始	平成18年11月1日

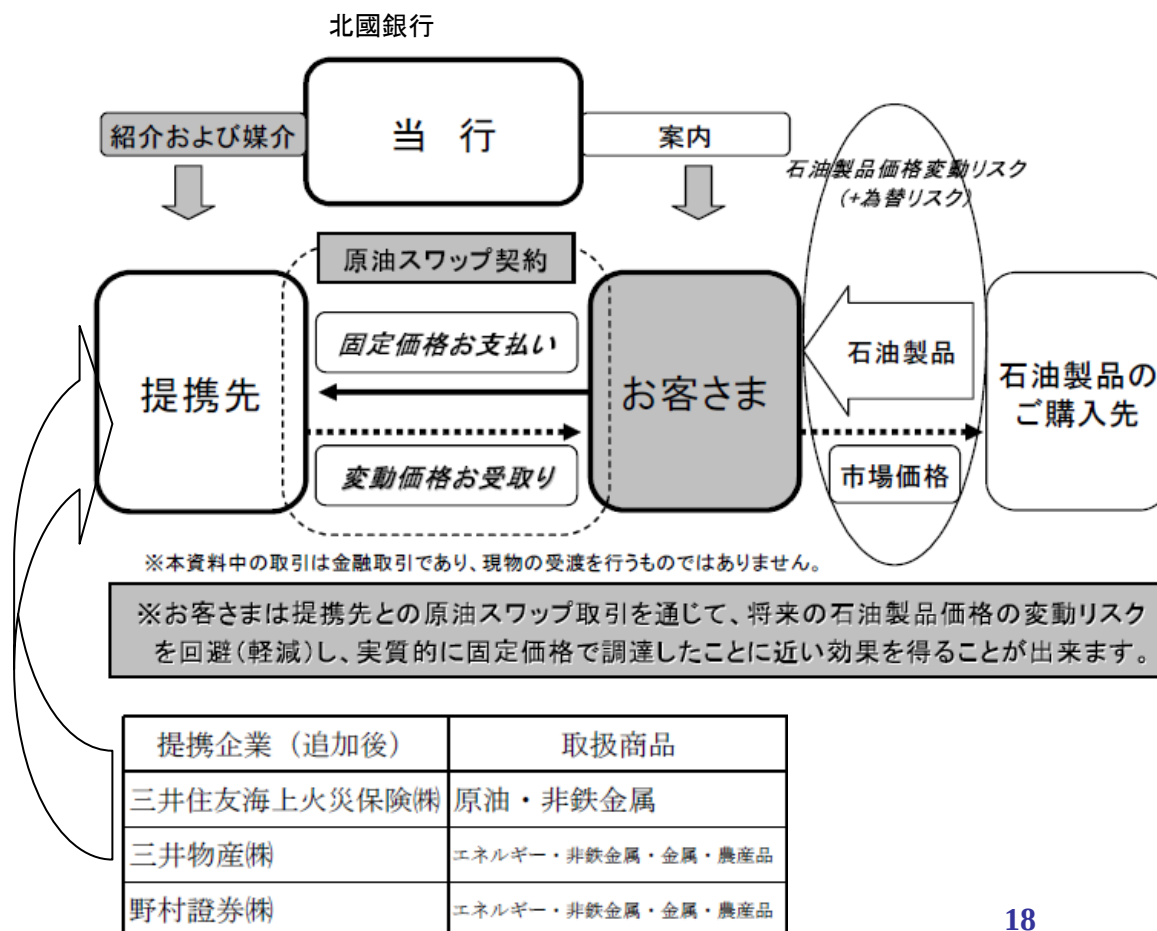
※JCCとは・・・財務省が公表する原油輸入通関統計価格で、日本国内に輸入される原油の月間加重平均価格として毎月公表。

※円建てスワップ取引とは・・・契約で予め価格指標（JCC）の固定価格を定めて、JCCの市場価格がその固定価格を上回った場合は、三重交通株式会社が上回った金額に相当する決済金を受け取り、逆に下回った場合は三菱商事株式会社に決済金を支払う取引（原油価格上昇による費用の増加リスクを回避する）。

（出所）百五銀行ニュースリリース（2006年10月31日）より

事例B～三井住友海上・三井物産・野村証券／北國銀行

✓地方銀行の北國銀行は、三井住友海上・三井物産・野村証券（スワップなどの組成業者）と提携し、自行の取引先に対して、コモディティデリバティブ（スワップ及びオプション）を媒介する取組みを行っている。



【お取引例】

対象指標 : WTI (ニューヨーク商品取引所(NYMEX)に上場された原油先物における受け渡し可能原油の一つ、米国テキサス産中質原油)

取引期間(計算期間) : 2008年4月～2009年3月 (12ヶ月、毎月決済)

契約数量(想定元本数量) : 100KL/月 (合計1,200KL)

お客さまのお支払い(月次) : 60,000円/KL(固定価格) × 契約数量

お客さまのお受取り(月次) : 変動価格(※1) × 契約数量

(※1) 変動価格(月次) = 日々の『WTI価格 × 換算為替レート(米ドル円) × 6.289』の平均値

- ・WTI価格……………NYMEXが公表するWTIの先物第1限月の終値(米ドル建て)
- ・換算為替レート(米ドル円)……………三菱東京UFJ銀行が公表する米ドル円為替レート
- ・6.289……………KL換算値(WTI価格の単位はバレル)

(出所) 北國銀行ニュースリリース (2008年4月16日) より

5. 中小事業者が商品デリバティブ取引を活用しない要因（仮説）

中小事業者における要因（仮説）

◆ヘッジの必要性を認識していない？そもそもヘッジの必要性がない？

- ✚ 経営リスクの管理や経営リスクのヘッジを行なう必要性について認識が弱い（経営リスクをコントロールしようという発想の経営者が少ない）？
- ✚ そもそも「系列」等の存在を前提として、業者間で価格調整を行なうので、ヘッジの必要性が無い？

◆ヘッジをしたいと思ってもどうしたら良いか分からない？

- ✚ 商品デリバティブがヘッジツールとして活用可能であることを知らない？
- ✚ 商品デリバティブをどのように活用したら良いのか、誰に相談すれば良いのか分からない？

◆ヘッジの有効性は理解していても、活用はしない？

- ✚ 社内に商品デリバティブ取引ないしヘッジ取引全般を任せられる人材がいらない？
- ✚ ヘッジコスト（取引コスト、情報収集コスト、社内体制構築コストなど）が経営リスクの大きさに対して過大となる？
- ✚ 税制上のメリットや会計上の取扱いが不明確なため、利用が躊躇される？
- ✚ そもそも商品デリバティブに対するイメージが悪い（投機的であるなど）ので、取引先や関係者の心情に配慮して商品デリバティブ取引を行なわない？
- ✚ 同業者がやっていないことには手を出したくない？

ヘッジの必要性は認識しているが・・・

ヘッジをする方法についても理解しているが・・・

商品取引員における要因（仮説）

◆中小事業者（当業者）への営業推進の前提となる営業体制がない？

- ✚ 既存の営業体制はリテール（個人委託者）をターゲットにしているため、ヘッジツールを中小事業者に提案できる営業マンがいらない？
- ✚ 新しく中小事業者向けの営業体制を構築しようにも、競争力のある体制整備を行うだけの経営資源（内部留保資金、調達可能資金、人材など）を有していない？

◆営業推進は行いたい、その前提となる「強み」がない？

- ✚ 中小事業者でも利用しやすいパッケージ商品などを開発するノウハウがない？
- ✚ 商品デリバティブ取引の仕組みやマーケットの状況について専門的知見が蓄積されておらず、中小事業者のアドバイザーになれない？
- ✚ 自社のブランド力が無く、中小事業者から認知されていないため、そもそも訪問すら出来ない？

◆営業推進の意思も能力もあるが、制度上の制約がある？

- ✚ 再勧誘が禁止されているので、具体的な提案が行えない（ファーストコンタクトで終わってしまう）？
- ✚ ヘッジ取引をアウトソースしたい中小事業者に対して、投資一任契約を締結したり、ラップ口座を開設することが出来ない（比較的簡易なパッケージ商品の1つが提供出来ない）？

営業推進するための体制
はあるが
・
・
・

営業推進するための「強み」
もあるが
・
・
・

銀行、投資銀行、大手商社などにおける要因（仮説）

◆中小事業者（当業者）への営業推進が行なわれていない？

- ✚ 中小事業者に対して、受身ではなく、積極的にデリバティブ商品（コモディティの他、為替や金利など）を提案する体制がない？またそもそも顧客層に中小事業者が少ない？

◆中小事業者（当業者）と接点の多い仲介業者が不十分？

- ✚ 地方銀行等を媒介者とした営業推進事例があるが、そもそも地方銀行等においてもデリバティブ営業を積極的に推進する体制がない？
- ✚ 地方銀行の他にデリバティブ営業を担当してもらえるパートナー（提携先）が存在しない？
- ✚ 連携可能な商品取引員を知らない（見つからない）？

◆営業推進の体制は構築可能であるが、制度上の制約がある？

- ✚ 金融商品取引業者や金融商品仲介業者が商品デリバティブを取り扱えないことから、販売チャネルの拡大が難しい？

◆そもそも・・・

- ✚ 商品デリバティブ取引自体のイメージが悪いため、積極的な営業推進は会社のブランドやイメージとの兼ね合いで躊躇される？

販売商品と販売チャネルはあるが・・・

商品取引所における要因（仮説）

◆中小事業者（当業者）が取引所取引に参加するメリットがない？

- ✚ ヘッジニーズに対応する適切な上場商品が存在しない（例えば銅等の金属類、電気等のエネルギー、各種インデックス商品）？
- ✚ ヘッジニーズに対応した適切な限月の上場商品が存在しない（限月が短すぎるなど）？

◆スワップ組成業者等がカバー取引を行っていない？

- ✚ カバー取引に対応する上場銘柄が存在しない？
- ✚ カバー取引に適した限月の上場商品が存在しない？
- ✚ カバー取引を行うのに必要な流動性が供給されていない？
- ✚ 海外の主要取引所と比べて、取引条件（例えば値幅制限や売買単位など）やインフラ面で魅力がない又は使い勝手が悪い？

今後の商品先物市場のあり方について（中間整理）

**平成19年12月7日
産業構造審議会商品取引所分科会**

目 次

はじめに

I．今後の商品先物市場のあり方に係る検討に向けた論点整理

1．商品先物市場を巡る現状

- (1) 内外の商品先物市場の出来高等の動向
- (2) 委託者の苦情相談件数等の動向
- (3) 我が国の商品先物市場のあり方に関連する議論

2．商品先物市場の競争力強化等に向け現在取り組んでいる取組

- (1) 競争力強化のための取組
- (2) 委託者トラブルの解消に向けた取組

3．今後の商品先物市場のあり方に係る検討に向けた論点整理

- (1) 基本的な考え方
- (2) 論点整理

II．商品先物市場の金融分野との連携・融合のあり方

1．商品を対象としたETFの実現

2．取引所間の資本提携や幅広い品揃えのための制度整備

3．金融・資本市場と密接な関係を有する商品先物市場の競争力強化

4．金融分野の運用資産が商品先物市場に流入しやすい制度の整備

おわりに

はじめに

国際的な資源・エネルギーの獲得競争の激化、資金の世界規模での移動の一層の進展などを背景とし、国境・分野を超えた市場間競争が日々激しさを増している。特に、近年、海外のデリバティブ¹市場が急速な成長を遂げているのに対し、我が国の商品先物市場は、直近3年間で出来高が概ね半減するなど低迷している。こうした中、我が国の商品先物市場の競争力を強化し、アジアの中核的市場としての地位を確保することが喫緊の課題である。

同時に、我が国の商品先物市場は、海外の商品先物市場の市場構造とは異なり、個人投資家を中心とした市場構造である上、取引上の損失等を巡る個人委託者と商品取引員との間の苦情、紛争等も多く、先物取引に対する否定的な評価が根強いのが現状である。このため、商品先物市場の競争力強化と並び、今後も委託者トラブルの解消に向けた取組が重要である。

更に、本年6月に閣議決定された「経済財政改革の基本方針 2007」では、「『金融・資本市場競争力強化プラン(仮称)』を平成19年内を目途に金融庁が取りまとめ、政府一体として推進する」とされている。特に、このプランでは「取引所において株式、債券、金融先物、商品先物など総合的に幅広い品揃えを可能とするための具体策等を検討し、結論を得る」とこととされている。

本分科会では、これら我が国の商品先物市場を取り巻く内外環境を踏まえ、合計5回の会合を開催し、今後の商品先物市場のあり方に関する基本的な方向性や今後議論を深めるべき論点、商品先物市場の金融分野との連携・融合について検討を行った。本取りまとめは、これら検討の結果を踏まえ、広く今後の商品先物市場のあり方に係る検討に向けた論点整理を行うとともに、今後の「金融・資本市場競争力強化プラン(仮称)」の取りまとめに向け、商品先物市場の金融分野との連携・融合のあり方を示すものである。

¹ 先物取引やオプション取引など、原資産の売買取引から派生した取引のこと。

I. 今後の商品先物市場のあり方に係る検討に向けた論点整理

1. 商品先物市場を巡る現状

(1) 内外の商品先物市場の出来高等の動向

① 出来高の動向

- (a) 世界全体の先物取引は、2001年から2006年の5年間で出来高が約3倍に増大している一方、我が国の商品先物市場は、2003年から2006年の3年間で出来高が約45%減少するなど低迷が続いている。
- (b) 特に、近年、大連等アジアの取引所の著しい台頭もあり、日本の商品取引所の出来高の国際的順位は低下している。

② 国際的な動向

- (a) 国境・分野を越えた市場間競争が激化する中で、海外の取引所は、電子システムの改良、取引時間の延長(24時間化)、商品設計・市場設計の改良、上場商品の拡大・多様化、流動性の担い手に対する優遇支援策など、市場の利便性・信頼性の向上に取り組んでいる。
- (b) 海外では、取引所の株式会社化が進むほか、商品分野のみならず、金融商品分野も含め、取引所間のM & A、国際連携等が進展している。
- (c) また、海外では、商品を対象としたETF²等の金融と商品を横断する投資商品の拡大、金融機関による商品への代替(オルタナティブ)投資の進展など、商品分野と金融分野の融合が進展しており、これが市場の流動性を増大させる重要な背景の一つになっていると考えられる。

(2) 委託者の苦情相談件数等の動向

- ① 商品先物取引に係る苦情相談件数は、(独)国民生活センター調べによると、平成17年度以降、大幅に減少し、それまでの年間7,000件超から年間4,000件超となっている(これらには海外商品先物取引等に係る苦情相談件数が含まれる)。しかし、依然として、苦情相談件数は、高い水準で推移している。
- ② 一方、日本商品先物取引協会によると、苦情の内訳は、不当勧誘が6割以上を占め

² Exchange Traded Fund の略。日本では「上場投資信託」の意味で用いられ、現在、株価指数等に連動したETFは国内外の証券取引所で上場されている。また、商品やその指数等を対象としたETFは、各国の取引所で上場されている。

ており(本年4月～11月実績)、次いで無断売買、一任売買³と仕切回避⁴が同位の順となっている。

- ③また、近年、海外商品先物取引や海外商品先物オプション取引、いわゆる「ロコ・ロンドン」まがい取引⁵に係るトラブルが急速に増加している。

(3) 我が国の商品先物市場のあり方に関連する議論

経済財政諮問会議において、我が国の金融・資本市場の競争力強化の観点から、商品先物市場にも関連する幅広い議論が行われ、「経済財政改革の基本方針 2007」(平成 19 年 6 月 19 日閣議決定)では、以下のとおり記述されている。

「経済財政改革の基本方針 2007」(平成 19 年 6 月 19 日閣議決定(抜粋))

第2章 成長力の強化

2. グローバル化改革

(2) 「金融・資本市場競争力強化プラン」(仮称。以下同じ。)の策定

「金融・資本市場競争力強化プラン」を平成 19 年内を目途に金融庁が取りまとめ、政府一体として推進する。その際、以下の施策については特に重点的に取り組む。

① 取引所の競争力の強化

取引所において株式、債券、金融先物、商品先物など総合的に幅広い品揃えを可能とするための具体策等を検討し、結論を得る。

(②以下、省略)

2. 商品先物市場の競争力強化等に向け現在取り組んでいる取組

こうした我が国の商品先物市場を巡る厳しい内外環境を踏まえ、現在、主として、以下のとおり、市場の競争力強化、委託者トラブル解消に向けた取組が進んでいる。

(1) 競争力強化のための取組

①工業品先物市場の取組〔東京工業品取引所の取組〕

(「工業品先物市場の競争力強化に関する研究会」(本年 6 月)における取組)

³ 商品市場における取引等につき、数量、対価の額又は約定価格等についての顧客の指示を受けないでその委託を受けること。

⁴ 商品市場における取引等の委託につき、転売又は買戻しにより決済を結了する旨の意思を表示した顧客に対し、引き続き当該取引を行うことを勧めること。

⁵ 国際的な大手事業者間の相対で行われるロンドン渡しの金の現物取引(ロコ・ロンドン取引)を称し、事業者が一般投資家を勧誘し取次ぎ等を行う取引のこと。本年7月15日から、特定商取引に関する法律の規制対象となった。

- ・世界最高水準の新たな電子システムの早期導入 (平成 20 年度中)
- ・アジアの中心市場としてふさわしい取引時間への延長
一年明けから2時間延長、新電子取引システムの導入に合わせ24時間化
- ・国際的に遜色のない市場運営ルールの構築
一値幅制限⁶・建玉制限⁷の緩和、情報の開示方法の見直し 等
- ・取引所の株式会社化 (平成 20 年中)

※このほか、一般委託者の保護など市場の信頼性の確保のための取組

②農産品先物市場の取組 [東京穀物商品取引所の取組]

- ・上場商品の見直し
：オプション3商品 (とうもろこし、粗糖、大豆) 休止 (本年3月)、国産大豆ミール (本年 10 月) および野菜 (本年 12 月) の試験上場廃止決定。他方、ヘッジニーズに併せて、魅力ある商品の開発について調査・研究。
 - ・取引システムに関し、一部の商品にザラバ取引⁸を導入予定 (平成20年1月から順次)。現在の板寄せ取引⁹もシステムをバージョンアップ (本年8月)
 - ・値幅制限額等の決定方式を変更 (本年4月から順次)。値幅制限も拡大。
- ※このほか、株式会社化の論点や課題を整理 (本年9月) 等の取組。

(2) 委託者トラブルの解消に向けた取組

①行政の取組

(a)委託者の保護のための制度整備 (商品取引所法の累次の改正)

- ・平成16年法改正 (委託者資産の保全制度の拡充、財務・行為規制の強化等)
- ・平成18年法改正 (広告規制、不当勧誘禁止の拡充、適合性原則¹⁰の拡充等)

(b)厳正な法執行

- ・国内商品先物取引
：平成19年度に既に8件の行政処分を行うなど、立入検査、監督を実施。

⁶ 相場の急激な変動を防ぐため、1営業日のうちの値動きについて、前日の終値から一定の範囲 (値幅) を上回るまたは下回る値段で取引させない市場ルールのこと。

⁷ 市場参加者が保有できるポジション (未決済残玉、「建玉」ともいう) を一定数量以下に制限する市場ルールのこと。

⁸ 売買注文の条件が対当する都度、約定させる仕法で行われる取引のこと。また、約定値段は複数存在。

⁹ 売買注文を単一の価格で約定させる仕法で行われる取引のこと。

¹⁰ 商品取引員は、顧客の知識、経験、財産の状況及び受託契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行って委託者の保護に欠け、又は欠けることとなるおそれがないように、商品取引受託業務を営まなければならないという原則のこと。

- また、法令遵守一斉点検（平成18年）、自主規制機関への監督・指導を実施。
- ・海外商品先物取引
 - ：平成19年度に既に6件の行政処分を行うなど、立入検査、監督を実施。
 - また、海外先物取引業者等の実態把握、消費者への注意喚起等を実施。

(c)その他

- ・本年7月、近時トラブルが急増している「ロコ・ロンドン」まがい取引、海外商品先物オプション取引を特定商取引に関する法律の規制対象とし、同法に基づく規制、監督を開始。
- ・検査・監督部門の定員の増加など、検査・監督体制を強化。

②関係団体の取組

(a)日本商品先物取引協会

- ・商品取引トラブル解消アクションプログラムの策定（平成18年12月）及びそれに基づく会員指導（法令遵守のための社員教育・社内管理体制の点検・整備、特別監査¹¹、中堅外務員特別研修、営業幹部向け法令遵守セミナー、特別電話相談、上級外務員認定制度¹²等）のほか、自主規制規則の作成・見直し、苦情・紛争の解決（あっせん・調停等）、会員及び外務員に対する処分等の取組を実施。

(b)日本商品委託者保護基金

- ・委託者資産の保全のため、その分離保管措置、弁済等を着実に実施。特に、平成16年商品取引所法改正により、委託者資産分離保管の徹底、商品取引員の委託者保護基金加入義務づけ等が措置された結果、これまで商品取引員の破綻等が16件あったが、委託者資産を100%保全した。

(c)日本商品先物振興協会

- ・会員各社における勧誘方針の開示・公表への取組推進、顧客本位の営業姿勢の表明、苦情相談窓口の周知徹底等を内容とする顧客トラブル減少に向けた理事会決議（平成18年9月）とその実施 等

③取引所の取組

(a) 東京工業品取引所

¹¹ 受託業務全般にわたる定期監査とは別に、トラブル解消アクションプログラムに基づき、会員（商品取引員）の法令管理体制を点検する特別の監査のこと。

¹² 登録外務員の中から、これまでの業務実績、試験等に基づき、特に優秀な者を上級外務員として認定する制度のことであり、2007年9月に創設。

- ・一定以上に損失が拡大することを防ぐためのロスカット制度¹³ (会員における制度構築と説明の義務づけ) やリスクを低減した小規模取引商品¹⁴を導入。
- ・外務員専門性向上のための検定試験の実施 (平成 16 年～)。

(b) 東京穀物商品取引所

- ・ロスカット制度の導入 (会員における制度採用の選択は任意)。
- ・TGA (東京穀物商品取引所顧客アドバイザー) 認定制度等を導入。

3. 今後の商品先物市場のあり方に係る検討に向けた論点整理

(1) 基本的な考え方

①商品先物取引が持つ重要な機能

商品先物取引は、以下のような機能を有しており、我が国経済を支える重要な基盤である。今後も、こうした機能が適切に発揮されるよう市場の整備を進めていく必要がある。

(a)透明かつ公正な価格形成機能

：先物市場に出された注文は、明確に定められた規則に基づいて約定され、成立した約定価格は直ちに公表されるため、透明性の高い公正な価格形成が行われる。

(b)価格変動リスクのヘッジ機能、在庫調整機能等

：先物価格が現物価格とほぼ同様の動きをする性質を利用して、現物価格の変動リスクを先物価格の値動きによって相殺することができる。また、予め定める将来の一定時期に現物を受け渡すことから在庫調整等が可能である。

(c)資産運用機能

：商品は株式等との連動性が低く分散投資の観点から有効な運用手段であるとともに、投資少額の証拠金¹⁵を差し入れることにより多額の取引を行うことができるためハイリスク・ハイリターン型の資産運用が行われる。

②今後の商品先物市場の基本的方向性

¹³ 委託者が選択した場合に一定以上に損失が拡大することを防ぎ、投資家のリスクをあらかじめ定めた範囲で限定することを目的とした取引のこと。

¹⁴ 市場に参加する一般投資家のリスクを低減する観点から、標準の取引と比べて取引単位を大幅に小さくした商品のこと。東京工業品取引所では、2007年7月より金において導入(金先物ミニ取引)。標準取引の取引単位1Kgに対し、金先物ミニ取引の取引単位は1/10の100g。

¹⁵ 先物取引に係る取引の担保のこと。基本となる担保の他に、相場の変動による差損の計算額がある一定の割合を超えた場合や、相場の変動が激しくなった場合、あるいは当月が決済期限となった場合の担保として預託する証拠金がある。

- (a)商品先物取引が我が国経済の基盤として重要な役割を有する中で、アジア諸国の取引所の台頭など、我が国の商品先物市場を取り巻く厳しい内外環境を踏まえ、今後、我が国の商品先物市場が国際的な市場間競争の中で生き残るためには、信頼され魅力ある市場となり、アジアの中核的市場としての地位を確保するよう最大限の取組を進めることが喫緊の課題である。
- (b)その際、我が国の商品先物市場に求められている大きな柱は、「競争力強化」と「委託者保護」であると考えられる。特に、委託者保護に関しては、平成18年の商品取引所法の一部改正の際の附帯決議をも踏まえ、委託者トラブルの減少にとどまらず、その解消が必要である。
- (c)現在、こうした内外環境を踏まえ、行政、取引所、自主規制団体等の市場関係者は、競争力強化と委託者保護のための取組を進めている。しかしながら、競争力強化のための取組に関しては、国際的な取引所間の競争環境は常に急速に変化しており、今後、こうした変化に対応した更なる取組についてスピード感をもって検討・具体化する必要がある。また、委託者保護の取組に関しても、現在の委託者トラブルの発生状況にかんがみると、我が国の商品先物市場が投資家から十分な信頼を受けているとは必ずしも言えない状況であり、その信頼を回復・向上させるための更なる取組が必要である。
- (d)このため、競争力強化と委託者保護に向け、現在の取組に加えて、今後、検討・具体化を進めるべき課題について、以下のとおり論点整理を行う。

[参考] 証券取引法等の一部を改正する法律案及び証券取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律案に対する附帯決議 (参議院財政金融委員会 平成 18 年 6 月 6 日) (抜粋)

- 一 …商品先物取引等については、改正後の商品取引所法の執行に鋭意努めることはもちろんのこと、委員会における指摘を誠実に受け止め、商品先物取引はレバレッジ効果を有するリスクの高い商品であることを踏まえ、一般委託者とのトラブルが解消するよう委託者保護に全力を尽くしていくこと。今後のトラブルが解消していかない場合には、不招請勧誘の禁止の導入について検討すること。

(2) 論点整理

今後、市場の競争力強化と委託者保護を図るためには、以下のような視点からの検討や取組が必要である。

①市場の流動性の増大に向けた課題

(a)市場の利便性の更なる向上

<現状・課題>

- ・海外の取引所では、電子システムの高度化、取引ルール・商品設計の見直し等、取組が進んできたのに対し、これまで国内では取組が十分に進んでいなかった。

<今後の方向性>

- ・このため、近時、東京工業品取引所における世界最高水準の電子システムの導入、取引時間の24時間化、制限値段・建玉制限の緩和など、現在、着手されている取組を着実に進めることに加え、海外取引所の動向等を踏まえつつ、市場の利便性の更なる向上のための取組を検討・具体化すべきである。
- ・具体的には、主として、以下のような取組について検討・具体化すべきである。
 - －取引コストの低減(取引所手数料体系の柔軟化(ボリュームディスカウント¹⁶等))
 - －証拠金制度の見直し(リスクに応じた証拠金制度の導入など)
 - －現物受け渡しの円滑化
 - －市場参加に係る書面の英文化、英語による円滑な対応のための体制整備
 - －EFP(Exchange of Futures for Physicals)¹⁷の拡充・活性化
 - －将来における商品取引所間の取引システムの統合・共通化 等

<留意点>

- ・その際、以下のような指摘があり、こうした指摘も踏まえて検討する必要がある。
 - －海外からのアクセスを容易にし、海外の投資資金を呼び込むため、日本においても市場への参入障壁を下げるべきではないか。
 - －誤発注の対処ルールを明確化し、投資家が誤発注した注文で取引が成立したものを取り消せるように制度整備し、末端ユーザーに伝えるべきではないか。
- ・なお、現在、着手されている取組のうち、東京工業品取引所の24時間化については、単に24時間化を実現すれば事足りるわけではなく、流動性を増やすために、関係者が議論し、具体的な対策を講じることが重要であるとの指摘があり、取引所は、今後、こうした指摘を踏まえて具体的な対応をすべきである。

(b)上場商品構成の多様化・拡大

<現状・課題>

¹⁶ 一定期間内で一定枚数以上の約定があった場合等、通常より低い料率を適用する取引所における手数料体系のこと。

¹⁷ Exchange of Futures for Physicals の略。現物取引の契約を結んだ売り方と買い方が、同一価格の先物の買いと売りについて、個別競争売買を介さずに成立させる取引のこと。

・海外の商品先物市場に上場される商品は、その数も多く豊富であるとともに、幅広い市場参加を促すための商品設計の工夫が進んでいるのに対し、我が国の商品先物市場に上場される商品のラインアップは極めて限定的である。

＜今後の方向性＞

・原商品・デリバティブの双方において、ヘッジニーズ・投資家ニーズを踏まえた豊富で魅力ある上場商品構成を実現する必要がある。このため、どのような取組・措置が必要かといった点について、具体的な品目毎に実現に向けて検討する必要がある。幅広い商品構成の観点から、例えば、商品指数、LPG、A重油等のほか、排出量、電力等の新たな分野についても、国際的な動向、国内のニーズを分析し、上場の可能性及び必要な環境整備のあり方を十分検討すべきである。検討の結果、可能なものから、上場を進めるべきである。

＜留意点＞

・その際、以下のような指摘があり、こうした指摘を踏まえて検討する必要がある。

- －軽油についても上場を検討すべきではないか。
- －軽油については、既に試験上場に失敗しており、慎重に検討すべきではないか。
- －上場までの時間がかかりすぎないよう手続を簡素化すべきではないか。
- －取引が不調な上場商品を将来のために維持することも容認すべきではないか。
- －上場の自由度を高め、柔軟かつ迅速な上場ができるように制度整備すべきではないか。

(c)市場参加者の構成の多様化・拡大

＜現状・課題＞

・海外の商品先物市場は、リスクヘッジャー、個人投資家のほか、金融機関、ファンド、機関投資家等の大口のリスクテーカーが参加した、多様で厚みのあるプロ中心の市場である。他方、我が国の場合は、個人投資家が相当割合を占めるとともに、国内の金融機関、証券会社、機関投資家等の市場参加が極めて限定的であるなど、大口のリスクヘッジャーやリスクテーカーの幅広い市場参加が十分に進んでいるとは言い難い。

＜今後の方向性＞

・商品先物市場の競争力強化に向けては、従来の個人投資家を中心とした市場構造から、当業者、機関投資家、金融機関等のいわゆる“プロ”のリスクヘッジャーやリスクテーカー（特に大口の主体）を中心とした市場構造に転換することを目指す必要がある（いわゆるプロ市場化）。

- ・このため、市場参加者の多様化、厚みの増大のため、リスクヘッジャー、リスクテーカー双方において、いわゆる“プロ”（特に大口の主体）の参加を促すべきである。同時に、プロップファーム¹⁸等のリクイディティ・プロバイダー（市場流動性供給者）の市場参加を促すことも重要である。
- ・特に、金融機関、機関投資家等の大口リスクテーカーの市場参加の促進に際しては、これら主体が商品先物市場に直接参入するのではなく、コモディティとファイナンスを結びつける仕組債¹⁹等に投資をするという世界的な潮流を踏まえ、今後、リスク分散のための代替投資を求める投資家ニーズを取り込むためにどのような措置が必要か等について具体的な検討を行う必要がある。その際、金融と商品とを結びつけるデリバティブ商品を通じて、商品先物・現物市場、デリバティブ商品を取り扱う者、投資家をつなぐ重層的で厚みのある構造を構築する必要がある（特に、OTC取引²⁰が可能な工業品については、取引所取引のみならず、OTC取引も含めこうした構造を構築すべきである）。
- ・市場のプロ化に際し、個人投資家については、金融商品取引法の特定投資家に該当するようなプロとみなされる個人投資家とそれ以外の一般投資家に分けてとらえる必要がある。一般投資家については、専門家に運用を委託するファンド形態の活用、外務員の勧誘が介在しないネット取引等を活用するなど、委託に伴うトラブルが生じない形で市場参加するようにすることが必要であるが、いずれにせよ、必要な情報に基づき、自己の判断で、リスクを理解・管理しながら運用できる環境の整備を徹底し、委託者トラブルが解消するよう最大限取り組むことが必要である。

(d)金融と商品の連携・融合の進展

<現状・課題>

- ・海外市場では、金融と商品にまたがる投資商品（商品ETF²¹等）、金融機関等が投資しやすい商品（商品指数等）等もあり、代替投資が拡大している。また、金融と商品の融合が進み、その垣根も低下している。他方、国内では、こうした投資商品の開発・上場が不十分なこともあり、金融機関等による代替投資、融合化が十分に進んでいない。

<今後の方向性>

¹⁸ 自己勘定で取引を行う会社のことであり、市場の流動性提供者の一つである。

¹⁹ デリバティブを組み込んだ債券のこと。

²⁰ Over the counter の略。取引所における取引ではなく、相対で売買を行う取引のこと。

²¹ 受益証券の価格が商品市場や OTC 取引の商品価格や商品指数に連動するように作られた上場投資信託のこと。

・このため、金融商品と商品の融合が進む世界的な潮流の中で、金融商品と商品の垣根を越えた連携・融合を進めるため、今後、金融商品と商品の関係はどうあるべきか、また、どのような取組が必要かについて検討を深めるべきである（ETF、取引所、法規制、監督機関等）。

※なお、このうち、商品を対象としたETFなど、現時点で具体的な方向性について結論づけることができた事項については、下記「II.」のとおり対応する。

(e)その他

上記のほか、以下の指摘があり、こうした指摘を踏まえて検討する必要がある。

- －国内における競争を回避して国際的な競争力を高めることは無理なので、国内の取引所間の競争を促進していく必要がある。まずは、国内で競争することが国際競争に勝つための近道なのではないか。
- －商品先物取引の産業インフラとしての機能を損なわないよう、様々な角度から十分に議論を行った上で結論づけを行う必要があるのではないかと。また、流動性の分散という観点にも十分留意すべきではないか。
- －投資（特に投資によるリスク）に関する国民への教育が必要ではないか。

②市場の信頼性の向上に向けた課題

(a)クリアリングシステム²²の強化

＜現状・課題＞

・我が国の商品先物市場が内外の投資家からより一層信頼されるものとなるためには、強固なクリアリングシステムが整備されることが必要不可欠である。しかしながら、我が国のクリアリングシステムは、清算参加者の財務要件が厳格でなく信用力が低いなど、国際的に比較して必ずしも強固なシステムとはなっていない。

＜今後の方向性＞

・このため、市場の信頼性向上に向け、クリアリングシステムの強化を図る必要がある。その際、例えば、以下のような検討課題があると指摘されており、少なくとも、こうした課題を含め、課題を整理し、必要な見直しを早急に行うことが必要である。

- －決済不履行防止のための監視体制の充実強化
- －トランスファー制度の活用
- －清算参加者の資格要件の見直し

²² 清算機関が、取引の債務を引き受けることにより、取引相手の信用リスクを遮断する制度のこと。

- －取引証拠金、清算預託金、決済不履行積立金等の充実
- －清算参加者として、信用力の高い金融機関の加入を促進 等

＜留意点＞

- ・その際、以下のような指摘があり、こうした指摘を踏まえて検討する必要がある。
- －リアルタイムに近い監視をした場合、そのためのインフラ及びシステムの整備やリスクベースでのマージン²³の検討も必要となる。こうしたことがビジネスとなるのかも含め、まず、どのようなビジョンを持つか検討すべきではないか。また、例えば、OTC取引をリアリングハウスに取り込むことも一つの強化の方法として検討すべきではないか。
- －日本は、J C C H²⁴というアウトハウス型クリアリングハウス²⁵に統合していることを強みにうまく使って先物市場を振興すべきではないか。
- －日本には、商品先物のクリアリングハウスのほか、日本証券クリアリング機構、東証や大証のインハウス型クリアリングハウス²⁶が併存する中で、縦割りの決済組織ではなく、横型のクリアリングシステムを設立すべきではないか。
- －アウトハウス型のクリアリングハウスで一つに集中するのとインハウス型のクリアリングハウスで複数設けるのとで、それぞれ長所・短所がある。

(b)市場の透明性・公正性と市場監視

＜現状・課題＞

- ・市場の信頼性を確保するためには、市場が透明・公正に運営されるとともに、的確な市場監視が行われることが不可欠である。これに関し、我が国の商品取引所では、東京穀物商品取引所において価格推移状況・建玉内容、立会の監視を行っており、また、東京工業品取引所においてはこうした監視に加え SMARTS システム²⁷を採用するなど、一定の取組が進んでいる。

＜今後の方向性＞

- ・こうした状況を踏まえ、取引所は、市場の信頼性をより一層高める観点から、国際的な動向等を踏まえつつ、現在の取組状況について再度点検し、市場の透明性・公正性の向上、市場監視の充実に向け必要な取組を行うべきである。また、行政

²³ 投資家が有する損失のおそれの程度に応じた証拠金のこと。

²⁴ 株式会社日本商品清算機構 (Japan Commodity Clearing House Co.Ltd) のこと。商品取引所法に基づき、商品市場における取引に基づく債務の引受けを行う。

²⁵ 商品取引所とは別組織で、商品取引債務引受業を行う機関。

²⁶ 商品取引所自身で、商品取引債務引受業を行う機関。

²⁷ Securities Market Automated Research Trading and Surveillance の略。オーストラリアの SMARTS 社が開発したパッケージ化された取引監視システムの総称。

においても、市場監視の充実を図る必要がある。

③委託者保護(委託者トラブルの解消)に向けた課題

＜現状と課題＞

・我が国の商品先物市場が、その社会的信頼を回復・向上させるためには、委託者トラブルを解消することが前提となる。しかし、海外商品先物取引に係るものも含め苦情相談件数が年間 4,000 件を越え(独)国民生活センター調べ)、訴訟件数が 1,000 件を超える状況にあるなど、取引員と委託者との間でのトラブルが多い。

＜今後の対応＞

(a)委託者トラブルの解消

・このため、委託者トラブルの解消に向け、行政、関係団体、取引所、取引員等の各主体が全力を尽くし必要な取組を進めていくべきである。特に、「今後のトラブルが解消していかない場合には、不招請勧誘²⁸の禁止の導入について検討すること」との国会の附帯決議がなされていることから、同決議を踏まえた対応を行う必要がある。

・また、委託者とのトラブルが生じない形での個人投資家の商品先物市場への参入という観点から、引き続き、以下の点についても検討を進めるべきである。

－ファンド形態による個人投資家の市場参加の推進

－インターネット取引の推進

－ロスカット制度、ミニ商品など、リスクを限定・低減した取引・商品の推進 等

・上述のとおり、市場のプロ化という観点からも、違法な勧誘を受け、又は仲介された個人投資家を市場に参加させないための取組が必要である。商品取引受託業務の許可を行っている行政としても、勧誘、仲介等の適正化のみならず、多数の委託者トラブルを発生させる取引員に対する許可の取り消しを含めた厳正な処分を通じ、悪質業者の退出等を図るべきである。また、取引所においても、同様に、トラブルを発生させている仲介業者の市場取引の停止を含め、適切な措置を講じることが必要である。

(b)情報の正確な開示

・同時に、取引員各社の苦情等の件数などの委託者保護に関する情報を正確に開示することは、商品先物取引に対する社会的信頼を確保する観点からのみならず、

²⁸ 契約締結の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話をかけて、契約締結の勧誘を行うこと。

こうした情報が委託者保護制度のあり方を検討する際の基礎となり、その内容にも深く影響するという観点からも、極めて重要である。しかしながら、今回、委員より指摘があったとおり、商品取引員及び日本商品先物取引協会を通じて開示される会員各社の苦情等の件数について、これまで必ずしも適切な開示が行われていなかった。今後、こうした不適切な情報開示が行われることのないよう、委託者保護に関する情報の開示に当たっては、正確な情報を開示するものとする。

(c) 海外商品先物取引、オプション取引等

・また、海外商品先物取引、海外商品先物オプション取引等について、以下のような指摘がある。このため、こうした指摘を踏まえつつ、今後、制度的な措置も含め、必要な措置のあり方について具体的に検討していくべきである。

－今般、特定商取引法で措置されたものの、これはあるべき姿ではなく、今後、国内外分け隔てせず抜本的な見直しが必要ではないか。

－海外商品先物オプション取引の店頭取引は金融商品販売法の対象に入っていないのは適当ではないのではないか。

<留意点>

その際、以下のような指摘があり、こうした指摘を踏まえて対応する必要がある。

(a) 委託者の保護

・消費者が望まなければ誘わないという制度がない限り、儲かりますと言われれば取引してしまうのが普通である。営業の自由もあるが、職場や家庭への勧誘により生活が脅かされることのないよう入口からの規制を考えるべきではないか。

・日本の商品先物市場が現時点では個人委託者によって支えられており、プロ化を進めるとしても、ここ2～3年のうちにそれが実現できるとは思えず、当面の間、個人依存となることは否定できないのではないか。

・1～2年で商品先物市場から個人委託者がいなくなることは非現実的であるとしても、基本的方向性はプロ市場を目指し、その過渡期においては十全なる委託者保護を取るべきではないか。

・個人が委託者になること自体には反対しないが、望まないにもかかわらず勧誘されて取引をした者を自己責任で取引したのだからトラブルになっても仕方ないというのは適当でない。これを解決するには不招請勧誘を禁止すべきではないか。

・委託者トラブルが多い取引員とそうでない取引員とで一律でない対応が必要ではないか。

・商品先物取引は勧誘入口段階の苦情が全体の7割を占めており、これが最大の

問題。商品先物市場がプロ市場を目指すということであれば、プロ市場にふさわしい適合性原則の水準を上げるか、自分で取引をしたいと言って取引をする人達のみで市場を構成するかのどちらかにすべきではないか。

(b) 委託者への情報提供、苦情分析

- ・ロスカット制度等の委託者保護のための制度に関する消費者への情報提供を十分に行うべきである。
- ・また、日本商品先物取引協会等が受け付けた苦情については、その内容について、しっかり分析すべきである。

(c) その他関連事項

- ・ロスカット制度の導入により、商品取引員が負担する委託玉のリスクが低下するので、純資産額規制比率²⁹の計算の見直しを行うことが可能ではないか。
- ・純資産額規制比率を計算するための財務情報について、各社の財務情報を比較できるような開示を行うべきではないか。

④取引所、取引員等の組織・事業運営に関する課題

(a) 取引所の組織・事業運営

＜現状・課題＞

- ・海外の取引所においては、株式会社化など、ガバナンスの強化の観点を踏まえた組織運営が進められてきたが、我が国の商品取引所においては、これまで、必ずしも、こうした取組が十分に進んでいるとは言えなかった。

＜今後の方向性＞

- ・このため、既に株式会社化を進めている取引所については、その取組を着実に進めるとともに、それ以外の取引所においても、ガバナンスの強化等の観点を踏まえ、取引所の株式会社化、内部統制システムの導入等について検討を行い、これらを行うことが適当な場合には、その具体化を進めるものとする。

(b) 取引員の組織・事業運営

＜現状・課題＞

- ・近時、商品取引員を巡る経営環境は一層の厳しさを増している。日本商品先物振興協会によれば、商品取引員（協会員）の平成18年度の取扱高は、平成15年度比 56%で 44%の落ち込みとなっている。また、平成18年度決算では調査に回答

²⁹ 純資産額の、商品市場において行う取引につき生ずる相場の変動その他の理由により発生し得る危険に対応する額に対する比率。

した商品取引員70社のうち42社が経常収支がマイナスとなっており、これがプラスである27社についても23社が経営環境が厳しいとしている。

- ・こうした中、同協会においては、信頼性確保に係る取組を進めるほか、市場振興戦略会議を設置し、平成18年3月、トラブルのない取引の普及による流動性を確保するための取組等について報告書を公表するなど、取組を進めている。

＜今後の方向性＞

- ・こうした状況を踏まえ、商品取引員においては、委託者保護を前提としつつ、今後、想定される経営環境の中で新たなビジネスモデルを構築していくことが求められる。また、経営環境次第では、商品取引員の統合・合併、受託会員から取次取引員や市場会員へといった業態転換が進むと考えられる。その際、既存取引員の統合・合併、自主廃業、撤退等が急激に進むことによる市場の混乱や委託者保護上の問題等を最小限にとどめるべく、新規参入も考慮に入れつつ適切に対処していくことが必要である。
- ・このため、今後、これらの指摘を踏まえつつ、委託者の保護を前提とした商品取引員の業態転換の円滑化、新たなビジネスモデルの構築等に向け、必要な措置のあり方について検討すべきである。

＜留意点＞

- ・その際、以下のような指摘があり、こうした指摘を踏まえて検討する必要がある。
 - －今後の措置としては、以下のような点が重要ではないか。
 - ・経営環境に係る会員の共通認識の醸成
 - ・参入・退出に係る環境整備（取次業への参入・転換の環境整備、他社清算を業とする清算参加者参入のための環境整備、取次業と清算引受会社間の権利義務関係の明確化、IB（Introducing Broker：契約仲介者）制度の導入等）
 - ・将来的には一定の要件を満たした商品取引員に対して、個人の一任売買を解禁することを検討すべきではないか。
 - ・清算制度の充実・強化、取引所システムの共通化 等

II. 商品先物市場の金融分野との連携・融合のあり方

本分科会におけるこれまでの議論、「経済財政改革の基本方針 2007」の記述等を踏まえ、商品先物市場の金融分野との連携・融合に向け、以下のような方向性で対応すべきである。なお、「金融・資本市場競争力強化プラン（仮称）」の取りまとめに際しては、少なくとも、こうした事項を盛り込む方向で対応すべきである。

1. 商品を対象としたETFの実現

- (1) 商品を対象としたETFに関しては、投資家からのニーズが指摘されているほか、国内商品先物市場に連動したものが金融商品取引所において上場されれば、我が国の商品先物市場の流動性の増大をもたらす。こうした観点を踏まえ、商品を対象としたETFを実現するため、必要な制度整備を行うべきである。

【ポイント】

- ①投資信託及び投資法人に関する法律施行令第3条の「特定資産」の範囲
→「商品」及び「商品先物取引に係る権利」を追加する。
- ②商品ファンド法との重複規制の調整
→「投資運用業を行う者」が商品ファンド法の適用を受けないようにする。
- ③その他所要の制度整備
：投資信託法で現物交換を可能とする場合の同法の所要の改正など

- (2)同時に、商品取引所は、ヘッジ取引・裁定取引を通じた市場の流動性の増大に向け、国内商品先物市場に連動する商品を対象としたETFが上場されるよう最大限の取組を進めるべきである。

2. 取引所間の資本提携や幅広い品揃えのための制度整備

- (1)我が国の商品先物市場が競争力を強化し、今後の発展可能性を高めるため、取引所間の連携や競争のための環境整備を図ることが喫緊の課題である。このため、国際的な動向等を踏まえ、取引所間の資本提携をより行いやすくすることや商品取引所が金融商品を取り扱うことについて、拙速とならないよう留意しつつ、喫緊の課題として検討を進めるべきである。
- (2)具体的には、近年、国際的に取引所間の資本提携が活発になっている状況を踏まえ、こうした動向について調査・分析を行うとともに、商品取引所法における①兼業禁止規制の緩和、②議決権保有制限の緩和、③持株会社の規定の整備について、

意義、課題等を検討し、商品取引所法の制度・運用の見直しを行う（なお、金融商品取引法においても所要の制度整備が必要と考えられる）。

(3)その際、以下の点に留意すべきである。

- ①商品先物取引が有する産業基盤としての機能等を踏まえ、商品取引所法と金融商品取引法は、異なる法目的・規制体系を有している。こうした状況を踏まえ、商品取引所が金融商品を取り扱う場合には、金融商品取引法の下で規制を行うことが適当である。
- ②逆に、金融商品取引所又は金融商品取引所持株会社の子会社が商品先物市場を開設する場合には、上記と同様の趣旨から商品取引所法の規制の下でこれを行うものとするべきである。

3. 金融・資本市場と密接な関係を有する商品先物市場の競争力強化

- (1)金融・資本市場の競争力強化に際しては、これと密接な関係を有する商品先物市場も同時に競争力強化をしていくことが重要である。このため、金融・資本市場の競争力強化に合わせ、この点を明らかにすべきである。
- (2)具体的には、金融・資本市場の競争力強化に合わせ、市場の利便性の向上、幅広い品揃えの実現、市場参加者の多様化など、商品先物市場の競争力強化を進めることを明らかにすることが必要である。

4. 金融分野の運用資産が商品先物市場に流入しやすい制度の整備

- (1)金融と商品の連携・融合の進展の観点から、金融分野における運用資産が商品先物市場に流入しやすい環境を整備することが必要である。
- (2)具体的には、以下のような制度整備を進めるべきである。
 - 銀行、保険会社等が、現物受け渡し決済に伴う法令上のリスクを懸念することなく商品先物市場で取引できるよう制度整備する。
 - 年金等が商品先物で資産を運用できるようにするなど、金融市場で運用されている資金が商品先物市場に流入しやすい環境を整える。

※その他委員からの指摘と留意すべき事項

今回の分科会においては、以上のとおり委員間で意見の一致を見たところであるが、その過程において、各委員から以下のような指摘がなされた。こうした指摘については、引き続き、今後の論点として認識するものとする。

(1) 商品を対象とするETFの実現

- ・商品を対象にしたETFについて、投資信託法に商品や商品先物取引に係る権利を入れて、商品ファンド法の適用を受けないことにすることとした場合、投資信託法と商品ファンド法の違いがわかりにくくなってしまわないか。

(2) 取引所間の資本提携や幅広い品揃えのための制度整備

[商品取引所法と金融商品取引法の規制関係に関する指摘]

- ・海外では、トウモロコシ、金、原油等の原資産がいったんデリバティブ化すると、金融商品として扱われることが一般的であり、日本における取扱いとはギャップがある。日本の法律も国際標準に整合させるべきではないか。金融商品取引法と商品取引所法の2つの法律で規制され、監督機関も分かれており、実際に取引を行う立場からは利便性がないため、2つの法律を統合していくなど、新しく取引に参加する事業者にとってフレンドリーな仕組みにしないとうまくいかないのではないか。
- ・現行の商品取引所法の枠外で商品先物市場を開設するとなると、産業インフラの機能がどのように担保されるかという点について懸念が生じる。商品取引所が持つ産業インフラとしての機能に留意すべきであり、こうした懸念に配慮し、十分に議論を行うべきではないか。
- ・産業インフラとしての重要性については、例えば、国内産業政策との関係から農産品は別の扱いとするとしても、国際商品となっている金、アルミ、原油等については、金融商品として取り扱ってよいのではないか。産業政策の観点から検討するとしても、全ての商品を一律に考える必要はなく、従来の商品について分けて考えていくべきではないか。
- ・商品取引所の産業基盤としての機能は重要であり、機能によって規制のあり方は異なるので、形式的に法律を一つにしても、機能が異なるものが一つの法律と一緒に含まれていれば、結局、法律が二つあるのと同じであり、手間がかかることに変わりはないのではないか。
- ・商品先物は金融商品とは異なるということが重要なポイントであり、産業インフラとしての機能は必要であるから、単純に金融市場と一体化するのは難しいのではないか。
- ・必要な規制の形で機能的に、ある機能に対して適切な規制をかける必要がある。法律が2つで、それぞれが自己完結的な規制体系であるという過剰規制の問題が出てくる。他方、一つの法律になったところで、機能が異なると、その中で独自の規制が必要になり、横断的法制といっても実際にどこが横断可能かという点が重要な

ポイントになってくる。

- ・金融と商品の垣根の横断化に関する工程表のようなものを作って、取り組んでいく必要があるのではないか。
- ・課徴金制度や犯則調査権限など、金融商品取引法と商品取引所法の規制が整合していない点について、これらを整合させるべきではないか。

[その他]

- ・金融商品取引法と商品取引所法の統合といった議論に至らないとしても、取引所のマージンの計算やクリアリングの方法に係る金融と商品のデリバティブの規制を同じにすべきではないか。産業政策の観点から金融商品と同一の扱いをできないものについては区別し、基準を設けた上で、金融と商品の規制を同じにすべきである。つまり、原則としては、ある程度、規則を一緒にした上で、例外を設けるという方法にすべきではないか。
- ・金融商品取引法と商品取引所法にまたがる論点について、金融審議会と商品取引所分科会で別々に議論しているが、合同の場を作って議論すべきではないか。
- ・商品と金融分野との連携・融合を促進する中で、商品と金融の一体課税についても取り組んでいくべきではないか。

おわりに

今般、「競争力強化」と「委託者保護（委託者トラブルの解消）」という2つの理念の下に整理された各課題について、今後、スピード感をもって検討・具体化を進める必要がある。今般、整理された論点には、法制度の改正を含みうるものとそうでないものが混在していることから、各論点を早急に整理の上、本分科会を中心として検討を開始するとともに、可能なものから具体化に着手すべきである。

また、今般、取りまとめを行った論点整理は、現在の商品先物市場を取り巻く内外環境を前提として、今後、検討・具体化が必要な最小限度の論点を抽出したものである。このため、商品先物市場を巡る内外環境が急激なスピードで変化し続ける中で、今後、検討・具体化すべき課題が新たに生じること等も十分に想定され、今後も、我が国経済を支える基礎的な経済インフラとしての機能を発揮させる観点から、検討の枠組みを柔軟に考えていく必要がある。

産業構造審議会商品取引所分科会委員名簿

平成19年12月

◎尾崎 安央	早稲田大学大学院法務研究科教授
荒井 史男	日本商品先物取引協会会長
池尾 和人	慶應義塾大学経済学部教授
石戸谷 豊	日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員
上村 達男	早稲田大学法学学術院長
大河内 美保	主婦連合会副会長
加藤 雅一	日本商品先物振興協会会長
久野 喜夫	FIAジャパン理事
高井 裕之	住友商事株式会社理事 金融事業本部副本部長
多々良 實夫	日本商品委託者保護基金理事長
中島 敬雄	株式会社みずほコーポレート銀行常務執行役員
南學 政明	東京工業品取引所理事長
平井 茂雄	新日本石油株式会社常務取締役
堀田 健介	モルガン・スタンレー証券株式会社最高顧問
森 宏史	明治製菓株式会社取締役常務執行役員
家森 信善	名古屋大学大学院経済学研究科教授
唯根 妙子	社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会常任理事
渡辺 好明	東京穀物商品取引所理事長

(◎印:分科会長、50音順、敬称略)

**産業構造審議会 商品取引所分科会
開催状況**

第1回 平成19年9月27日(木) 15:00～16:50

(議題) 商品先物取引を巡る現状について

第2回 平成19年10月11日(木) 10:00～11:50

(議題) ①市場の流動性の増大に向けた課題

②商品を投資対象としたETFについて

第3回 平成19年10月31日(水) 16:00～18:05

(議題) ①取引所、取引員等の組織・事業運営

②市場の信頼性の向上

③委託者保護

第4回 平成19年11月28日(水) 10:00～11:40

(議題) ①商品先物市場の金融分野との連携・融合のあり方

②今後の商品先物市場のあり方について(中間整理)(骨子案)

第5回 平成19年12月7日(金) 9:30～11:30

(議題) 今後の商品先物市場のあり方について(中間整理)(案)

原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果

平成19年11月27日
経済産業政策局
中小企業庁

1. 調査の概要

○原油価格上昇が我が国産業に与える影響について、10回目の調査を実施（中小企業は9回目）^{【注】}。調査期間は、本年10月下旬から11月中旬まで。

【注】2004年8月より、原油価格上昇が我が国産業に与える影響について調査を実施（大企業調査：過去9回、中小企業調査：過去8回）。前回は本年8月7日発表。

2. 調査結果

（1）大企業調査の結果

○総じて見れば、価格転嫁が若干困難になる中、収益・経営に与える影響については、大きく深刻化しているわけではないが、多くの企業が収益面で影響を受けている。

○原油・石油製品の投入比率が大きい業種の一部では、収益への影響が若干拡大。

（2）中小企業調査の結果

○原油・石油製品価格の上昇による収益への影響は今年の夏より更に拡大し、収益を圧迫している企業の割合は9割を超える。

○価格転嫁が困難な企業の割合は、今年の夏より若干上昇し、約9割に上る。

原油価格は、足下では史上最高値を更新し、依然として、90ドルを超える高水準で推移していることから、経済産業省としては、原油・石油製品の価格動向が産業・企業に与える影響について、引き続き細心の注意を払いフォローしていく。

【参考】

大企業調査 対象業種（11業種、76社）

・原油・石油製品の投入比率が大きい業種：

化学、板ガラス、紙・パルプ、サッシ・耐火物、セメント、繊維

・原油・石油製品の投入比率が小さい業種：

非鉄金属、鉄鋼、産業機械、電気機械、自動車・自動車部品

中小企業調査 対象業種（25業種、1,133社）

・製造業：金属製品、食料品製造、プラスチック製品、非鉄金属等

・非製造業：建設、運輸、卸・小売、クリーニング等

原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果

平成19年11月27日
経 済 産 業 省

1. 背 景

経済産業省は、本年8月、「原油価格・原材料価格上昇の我が国産業への影響に関する調査」を公表した。原油価格は、足下では史上最高値を更新し、引き続き、90ドルを超える高水準で推移していることから、更なるフォローアップ調査を行った。

2. 調査の概要

- 調査期間：10月29日～11月22日
- 調査期間における原油価格の変動幅（単位：ドル / バレル）
 - ・ ドバイ（日経） 81.40（10月31日） ～ 90.30（11月21日）
 - ・ WTI 90.38（10月30日） ～ 98.03（11月20日）

【参考】調査期間における為替レートの変動幅（単位：円 / ドル）

 - ・ 108.82（11月22日） ～ 115.55（11月1日）
- 調査対象業種・企業
原油・石油製品の投入比率が大きい業種を中心とする経済産業省所管の11業種・76社（大企業）
- 調査方法：担当部局を通じたヒアリング、公開情報
- 主要な調査項目
 - ① 原油価格上昇の収益・経営への影響
 - ② 価格上昇の影響への対応（製品価格への転嫁等）

3. 調査の結果

【総 論】

(1) 全体

価格転嫁については、前回調査と比較すると、「困難」と回答する企業が約3割5分から約4割5分に増加している。

収益への影響、経営への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。収益への影響については、「大きく圧迫」と回答する企業が約4割となっている。また、経営への影響については、「深刻な影響」と回答する企業が約1割となっている。

(2) 原油・石油製品の投入比率が大きい業種（化学、板ガラス、紙・パルプ、サッシ・耐火物、セメント及び繊維）^{【注】}

価格転嫁については、前回調査と比較すると、「困難」と回答する企業が約3割から約4割に増加している。「ある程度できている」と回答する企業が約3割と前回調査とほぼ同様の結果となっている。転嫁が困難な理由としては、前回調査とほぼ同様、多くの企業が、市場における競争が激しいこと、販売先との交渉が困難であることを挙げている。

収益への影響については、前回調査と比較すると、若干影響が拡大している。「大きく圧迫」と回答する企業は約6割となっている。

経営への影響については、前回調査とほぼ同様で大きな変化はない。

全体として見ると、企業の売上等が総じて好調なことから、今のところ、原油・石油製品の価格上昇の影響が大きく深刻化しているとは言えない。

(3) 原油・石油製品の投入比率が小さい業種（非鉄金属、鉄鋼、産業機械、電気機械及び自動車・自動車部品）

価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「困難」と回答する企業は約4割から約6割に増加している。「やや困難」と回答する企業も約2割から約3割に増加している。転嫁が困難な理由としては、前回調査とほぼ同様、多くの企業が、市場における競争が激しいこと、販売先との交渉が困難であることを挙げている。

収益への影響については、前回調査と比較すると、若干影響が拡大している。「やや圧迫」と回答する企業は6割となっている。

経営への影響については、前回調査とほぼ同様で大きな変化はない。

全体として見ると、若干価格転嫁が困難になる中、企業の売上等が総じて好調なことから、今のところ、原油・石油製品の価格上昇の影響が深刻化しているとは言えない。

以上を総括すれば、今回の調査では、経営・収益への影響は、前回調査と比較して、大きく深刻化しているわけではないが、原油・石油製品の投入比率が大きい業種の一部では、価格転嫁が若干困難になる中、収益への影響が若干拡大している。原油・石油製品の投入比率が小さい業種の一部でも、価格転嫁が若干困難になる中、収益への影響が若干拡大している。

今後の懸念事項としては、多くの企業が、原油・石油製品のコスト負担増及び電力・物流等の二次的コスト負担増による業績への影響を懸念している。

原油価格は、依然として高水準で推移している。経済産業省としては、原油・石油製品の価格動向が産業・企業に与える影響について、引き続き細心の注意を払いフォローしていく。

【注】産業連関表を用いて見直した結果、セメントについては今回より原油・石油製品の投入比率が大きい業種に分類。また、本調査は定性的なヒアリング調査であり、必ずしも影響度合いの水準を示すものではない。

【業種別】

(1) 原油・石油製品の投入比率が大きい業種・企業

①化 学

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「困難」と回答する企業は約2割から約3割に増加している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「影響が小さい」と回答する企業は約1割からゼロと減少している。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「深刻な影響」と回答する企業が約1割からゼロと減少している。

②板ガラス

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、困難になってきている。「困難」と回答する企業は約3割から全ての企業に増加している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「大きく圧迫」と全ての企業が回答している。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「困難」と回答する企業はゼロから約3割に増加している。

③紙・パルプ

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、ばらつきが見られる。「やや困難」と回答する企業がゼロから約2割に増加する一方、「ある程度できている」と回答する企業が4割から6割に増加している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「大きく圧迫」と回答する企業が6割、「やや圧迫」と回答する企業が4割となっている。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「深刻な影響」と回答する企業が4割、「一定の影響」と回答する企業が6割となっている。

④サッシ・耐火物

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「ある程度できている」と回答する企業が約2割からゼロに減少している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、広がりが見られる。「大きく圧迫」と回答する企業が5割から8割に増加している。

- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「深刻な影響」と回答する企業が2割、「一定の影響」と回答する企業が7割となっている。

⑤セメント

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「困難」と回答する企業が約3割から約7割となっている。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「やや圧迫」と全ての企業が回答している。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、「一定の影響」と回答する企業が約7割から全ての企業となっている。

⑥繊維

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干進展がみられる。「困難」、「やや困難」と回答する企業は約9割から約6割に減少している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、若干改善が見られる。「やや圧迫」と回答する企業が約5割から約3割に減少する一方、「影響が小さい」と回答する企業はゼロから約2割に増加している。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「深刻な影響」と回答する企業が約2割、「一定の影響」と回答する企業が約8割となっている。

(2) 原油・石油製品の投入比率が小さい業種・企業

①非鉄金属

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、困難になっている。「困難」と回答する企業が約1割から約4割に増加している一方で、「ある程度できている」と回答する企業は約3割から約1割に減少している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「大きく圧迫」と回答する企業が約4割、「やや圧迫」と回答する企業が約6割となっている。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。全ての企業が「一定の影響」と回答している。

②鉄 鋼

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、若干困難になってきている。「やや困難」と回答する企業が5割から8割に増加している一方、「ある程度できている」と回答する企業は5割から2割に減少している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「大きく圧迫」、「やや圧迫」と回答する企業が6割となっている。
- ・ 経営への影響については、前回調査とほぼ同様の結果となっている。「一定の影響」と回答する企業が8割となっている。

③産業機械

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、困難になっている。「困難」と回答する企業が約6割から約8割に増加している一方、「転嫁の必要なし」と回答する企業は約3割から約1割に減少している。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、ばらつきが見られる。「大きく圧迫」と回答する企業は約1割からゼロに減少している。また、「ほとんど影響なし」と回答する企業は約1割からゼロに減少している。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「一定の影響」と回答する企業が約9割となっている。

④電気機械

- ・ 価格転嫁については、前回調査と比較すると、同様の結果となっている。「困難」と回答する企業が5割となっている一方で、「転嫁の必要なし」と回答する企業が約3割となっている。
- ・ 収益への影響については、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。「大きく圧迫」、「やや圧迫」と回答する企業が約5割。「影響小さい」、「影響ほとんどなし」と回答する企業が約5割となっている。
- ・ 経営への影響については、前回調査と比較すると、若干広がりが見られる。「一定の影響」と回答する企業が約3割から5割に増加している一方で、「ほとんど影響なし」と回答する企業が5割から約3割に減少している。

⑤自動車・自動車部品

- ・ 価格転嫁、収益への影響、経営への影響について、前回調査と比較すると、ほぼ同様の結果となっている。

- ・ 価格転嫁については、全ての企業が「困難」と回答している。収益への影響については、全ての企業が「やや圧迫」と回答している。経営への影響については、全ての企業が「一定の影響」と回答している。

【参考】調査対象企業の主要なコメント

原油価格上昇への対応

- ・ 原燃料の多様化などの合理化努力によって一部吸収しているものの、吸収しきれない部分については顧客への価格転嫁によって対応せざるを得ない【化学】。
- ・ 省エネ型設備の積極導入、工程加工条件の見直し、ボイラ燃料見直し検討【繊維】。
- ・ 石炭・天然ガスエネルギーの増使用、その他の原料のアップ分も含めた製品価格への転嫁努力【鉄鋼】。
- ・ 転換は困難なるも、交渉は継続実施。オプション他の導入検証。燃料転換。市況以外の固定費低減交渉【電気機械】。
- ・ 経費削減や設計変更、調達先の拡大などによる原価低減活動を実施【産業機械】。
- ・ 原油価格等の高騰が経営に与える影響は自助努力で吸収できる範囲を超えている。ユーザーに一部負担をお願いしてきたが、未だ満足のいく転嫁を認めてもらえない状況。今後も粘り強く交渉を継続【非鉄金属】。
- ・ 当社製品価格の値上げ交渉の継続。市場競争が激しい製品においては、取引先からの値下げ要請が強いが、原油高を理由とした価格据置（或いは値上げ）交渉を継続。ヘッジによる価格上昇リスクへの対応【板ガラス】。

原油価格上昇に伴う経営への影響

- ・ 春から夏場にかけての原油価格上昇による原料、燃料市況の高騰に対し、コストダウン、燃料転換、製品価格への転嫁を進めてきたが、影響の全額を吸収するのは困難。さらに、10月に入ってから原油急騰の影響が今後具体的に効いてくる可能性が大であり、更なる減益影響を懸念【繊維】。
- ・ 特に価格高騰が著しいナイロン素材を中心として、減産措置を検討している部門や設備投資計画の実施を見送っている部門がある【繊維】。
- ・ 07年4月の期初に計画した、原材料調達の事業計画を大幅に上回る値上げ要請を樹脂メーカーより強く受けたため、事業計画を修正【電気機械】。
- ・ 影響はあるが、生産合理化で吸収する見込【サッシ】。

その他要望事項等

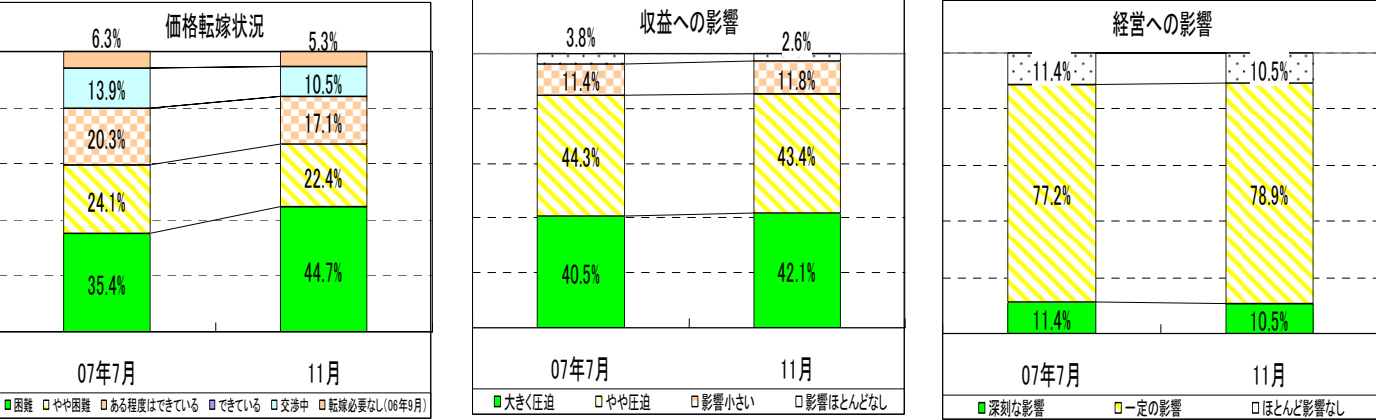
- ・ 最近の原油価格の急騰は、需給要因というよりはサブプライム問題に端を発した金融不安から、マネーが商品マーケットに移行した結果であり、実体経済からあまりにも大きく乖離し過ぎていると言わざるを得ない。事実、我々の主原料の出発原料であるベンゼン、キシレン等の基礎化学品価格は、原油上昇程には上がっておらず、原油価格上昇の

かなりの部分が金融商品としての投機的影響と思われる。この４年間、こうした実体経済と乖離した原油価格の急騰、または急落に振り回されており、難しいとは思いますが、原油等の商品を金融商品として扱う場合の何らかの規制が設けられないか、真剣に議論を開始しても良いのではないかと【繊維】。

- ・ 政府、業界レベルでの安価原料・代替原燃料使用のための技術開発への支援。政府、業界レベルでの原料輸出国との関係強化による長期安定的な資源確保対策の継続推進【鉄鋼】。
- ・ 素原料が高騰する背景は、需要の拡大・オイルマネーによる投機等と言われている。原油を含めた素原料の安定調達と価格安定化に向けて努力をいただきたい【電気機械】。
- ・ 原油高騰は既に長期に亘っており、経営に与える影響は見逃しがたいものがある。自助努力では吸収しきれない高騰分については製品価格への転嫁を試みているが、原油高騰の影響は顧客も少なからず受けており、転換は困難な状況にある。今後とも交渉は続けるものの、やはり根本的には原油価格高騰の終息が必要であり、価格安定に向けた諸施策の実施に期待【非鉄金属】。
- ・ 原油の値上がりが厳しすぎる。樹脂材料などへの影響が今後も予想される。原油価格の安定化を期待【サッシ】。

原油価格上昇の我が国産業への影響調査結果について(07年11月27日公表)

1. 調査対象企業(76社)の調査結果



2. 業種別の調査結果

原油価格上昇我が国産業への影響に関する調査(07年11月27日公表)				
	価格転嫁状況	収益への影響	経営への影響	
原油・石油製品の投入比率 が大きい業種	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:約2割(約3割) 「やや困難」:2割(約3割) 「困難」:約4割(約3割) 「交渉中」:約2割(約2割) 「転嫁の必要なし」:1割未満(なし)	「大きく圧迫」:約6割(約5割) 「やや圧迫」:約3割(約4割) 「影響小さい」:1割未満(1割未満) 「影響ほとんどなし」:1割未満(なし)	「深刻な影響」:約2割(約2割) 「一定の影響」:約8割(約7割) 「ほとんど影響なし」:約1割(約1割)	
	化学	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:5割(約6割) 「やや困難」:約1割(約1割) 「困難」:約3割(約2割) 「交渉中」:約1割(約2割) 「転嫁の必要なし」:約1割(なし)	「大きく圧迫」:約6割(約6割) 「やや圧迫」:約3割(約3割) 「影響小さい」:なし(約1割) 「影響ほとんどなし」:約1割(なし)	「深刻な影響」:なし(約1割) 「一定の影響」:約8割(約8割) 「ほとんど影響なし」:約2割(約2割)
	板ガラス	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:なし(約7割) 「困難」:10割(約3割) 「交渉中」:なし(なし) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:10割(10割) 「やや圧迫」:なし(なし) 「影響小さい」:なし(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:約3割(なし) 「一定の影響」:約7割(10割) 「ほとんど影響なし」:なし(なし)
	紙・パルプ	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:6割(4割) 「やや困難」:2割(なし) 「困難」:なし(なし) 「交渉中」:2割(6割) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:6割(6割) 「やや圧迫」:4割(4割) 「影響小さい」:なし(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:4割(4割) 「一定の影響」:6割(6割) 「ほとんど影響なし」:なし(なし)
	サッシ 耐火物	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(2割) 「やや困難」:3割(3割) 「困難」:5割(4割) 「交渉中」:2割(1割) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:8割(5割) 「やや圧迫」:2割(5割) 「影響小さい」:なし(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:2割(2割) 「一定の影響」:7割(8割) 「ほとんど影響なし」:1割(なし)
	セメント	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:なし(なし) 「困難」:約7割(約3割) 「交渉中」:約3割(約7割) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:なし(なし) 「やや圧迫」:10割(10割) 「影響小さい」:なし(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:なし(なし) 「一定の影響」:10割(約7割) 「ほとんど影響なし」:なし(約3割)
	繊維	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:約2割(約1割) 「やや困難」:約3割(約5割) 「困難」:約3割(4割) 「交渉中」:約2割(約1割) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:5割(約5割) 「やや圧迫」:約3割(約5割) 「影響小さい」:約2割(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:約2割(2割) 「一定の影響」:約8割(8割) 「ほとんど影響なし」:約1割(なし)
原油・石油製品の投入比率 が小さい業種	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:約1割(約2割) 「やや困難」:約3割(約2割) 「困難」:約6割(約4割) 「交渉中」:1割未満(約1割) 「転嫁の必要なし」:1割(約1割)	「大きく圧迫」:約2割(約2割) 「やや圧迫」:6割(約5割) 「影響小さい」:約2割(約3割) 「影響ほとんどなし」:1割未満(約1割)	「深刻な影響」:1割未満(1割未満) 「一定の影響」:約8割(約8割) 「ほとんど影響なし」:約1割(約2割)	
	非鉄金属	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:約1割(約3割) 「やや困難」:約4割(約4割) 「困難」:約4割(約1割) 「交渉中」:なし(約1割) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:約4割(約4割) 「やや圧迫」:約6割(約6割) 「影響小さい」:なし(なし) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:なし(なし) 「一定の影響」:10割(10割) 「ほとんど影響なし」:なし(なし)
	鉄鋼	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:2割(5割) 「やや困難」:8割(5割) 「困難」:なし(なし) 「交渉中」:なし(なし) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:2割(約3割) 「やや圧迫」:4割(約3割) 「影響小さい」:4割(5割) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:なし(なし) 「一定の影響」:8割(約8割) 「ほとんど影響なし」:2割(約3割)
	産業機械	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:なし(なし) 「困難」:約8割(約6割) 「交渉中」:約1割(約1割) 「転嫁の必要なし」:約1割(約3割)	「大きく圧迫」:なし(約1割) 「やや圧迫」:約6割(約3割) 「影響小さい」:約4割(約4割) 「影響ほとんどなし」:なし(約1割)	「深刻な影響」:なし(なし) 「一定の影響」:約9割(約8割) 「ほとんど影響なし」:約1割(約2割)
	電気機械	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:約2割(約2割) 「困難」:5割(5割) 「交渉中」:なし(なし) 「転嫁の必要なし」:約3割(約3割)	「大きく圧迫」:約2割(約2割) 「やや圧迫」:約3割(約3割) 「影響小さい」:約3割(約2割) 「影響ほとんどなし」:約2割(約3割)	「深刻な影響」:約2割(約2割) 「一定の影響」:5割(約3割) 「ほとんど影響なし」:約3割(5割)
	自動車・自動車部品	「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:なし(なし) 「困難」:10割(10割) 「交渉中」:なし(なし) 「転嫁の必要なし」:なし(なし)	「大きく圧迫」:なし(なし) 「やや圧迫」:10割(8割) 「影響小さい」:なし(2割) 「影響ほとんどなし」:なし(なし)	「深刻な影響」:なし(なし) 「一定の影響」:10割(10割) 「ほとんど影響なし」:なし(なし)
		「できている」:なし(なし) 「ある程度できている」:なし(なし) 「やや困難」:なし(なし) 「困難」:約1割(約1割) 「交渉中」:約1割(約1割) 「転嫁の必要なし」:約1割(約1割)	「大きく圧迫」:約1割(約1割) 「やや圧迫」:約1割(約1割) 「影響小さい」:約1割(約1割) 「影響ほとんどなし」:約1割(約1割)	「深刻な影響」:約1割(約1割) 「一定の影響」:約1割(約1割) 「ほとんど影響なし」:約1割(約1割)

※()内は前回調査(07年7月)の数字。

原油価格上昇による中小企業への影響調査（11月調査）

平成19年11月27日
中 小 企 業 庁

1. 調査の概要

- 調査期間：11月上旬～11月中旬
- 調査対象企業
製造業、建設業、運輸業、卸・小売業、サービス業等に属する中小企業1,133社
(全国中小企業団体中央会傘下の団体加盟企業、
全国中小企業取引振興協会の取引あっせん事業登録企業に調査したうち回答があったもの)
- 調査項目
 - 自社で使用する原油・石油製品の仕入価格の現状・見通し
 - 原油・石油製品の価格上昇が与える収益への影響
 - 原油・石油製品の価格上昇分に対する製品・サービス等の価格への転嫁の状況等
- 調査結果のポイント
 - 原油価格上昇により収益を圧迫されている企業は9割を超える。
 - 原油・石油製品については約9割の企業が価格転嫁困難な状況。

2. 調査結果

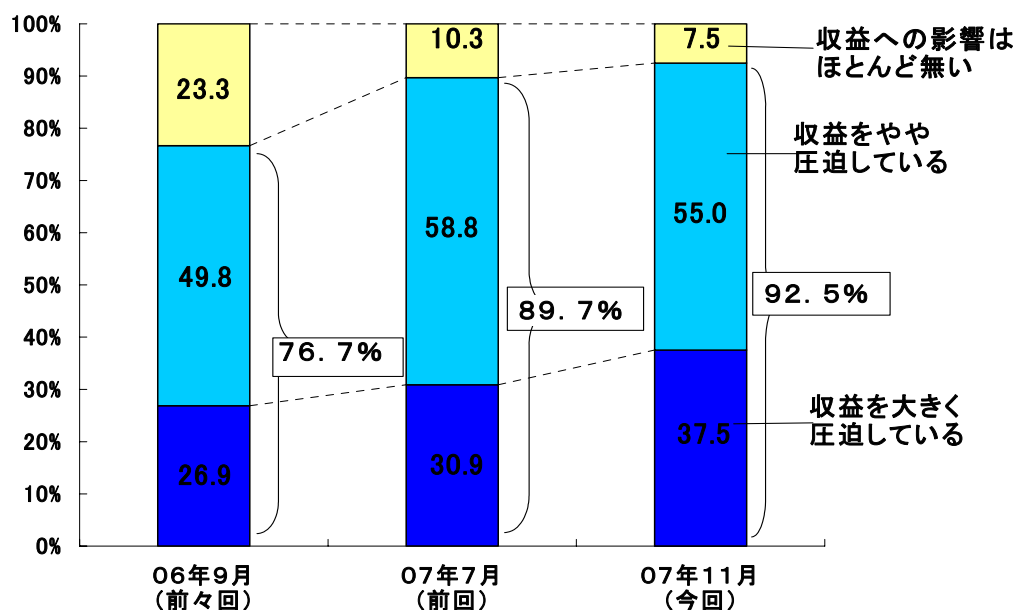
(1) 原油・石油製品の価格上昇が与える影響について

① 仕入価格の動向

- 自社で使用する原油・石油製品の仕入価格が、最近4ヶ月の間に「上昇している」と回答した企業の割合は9割を超える。また、今後とも原油・石油製品の仕入価格が「上昇する」と見込んでいる企業の割合も、全体の約9割5分（94.1%）にまで達している。

②収益に与える影響

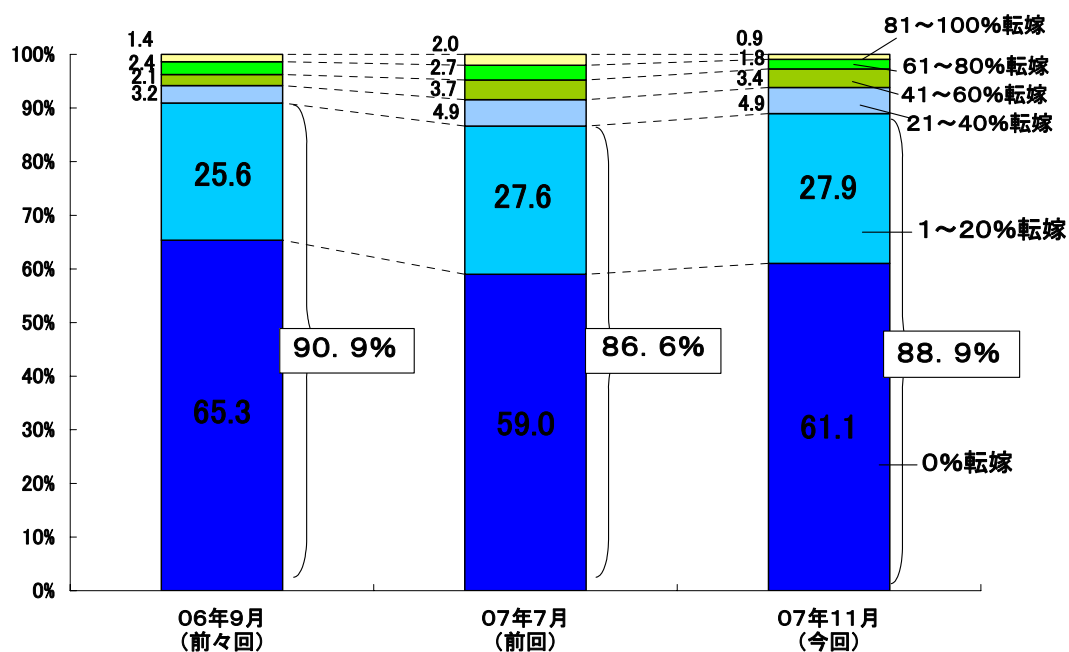
- 原油・石油製品の価格上昇によって収益に影響があるとした企業の割合は、今年夏の前回調査の9割弱（89.7%）から拡大し、92.5%にまで上った。



- 業種別に見ると、窯業・土石製品、石油製品、パルプ・紙製品、出版・印刷、クリーニング、運輸、繊維工業等においては、9割以上の企業が「収益が圧迫されている」と回答している。

③販売価格への転嫁の動向

- 原油・石油製品価格のコスト上昇分について、自社の製品・サービス等への価格転嫁の度合いを見ると、価格転嫁困難（20%以下）な企業の割合は低下傾向から反転し、約9割に上るなど高い水準にある。



④販売価格への転嫁の今後の見通し

- 「転嫁は困難」とする企業が5割5分（56.1%）、「やや困難」とする企業が約4割（39.1%）となっており、合わせると9割5分（95.2%）の企業が今後とも転嫁が困難と感じている。

3. 本調査を踏まえた関連中小企業者対策について

以上の調査結果を踏まえ、中小企業庁としては、原油価格上昇に伴う関連中小企業者対策として、別添の措置を講ずることとした。

(別 添)

原油価格上昇に伴う関連中小企業者対策

平成 19 年 11 月 27 日
中 小 企 業 庁

「原油価格上昇による中小企業への影響調査」（11月調査）の結果を踏まえ、関連中小企業者への対応策として、下記の措置を講ずることとしました。

記

○中小企業金融対策

原油価格上昇の影響を踏まえ、政府系金融機関からの借入金に係る既往債務に関し、個々の中小企業者の実情に応じて返済条件緩和を実施する。

また、政府系金融機関・民間金融機関に対し、原油等の価格上昇に伴う影響に配慮するよう要請する。

○下請適正取引等の推進

関係事業者団体に対し、原油等の価格上昇に伴う下請事業者への配慮を行うよう要請する。

また、価格転嫁を不当に妨げる事業者に対し、下請代金法に基づく検査を積極的に実施する。

<本件の問い合わせ先>

中小企業庁事業環境部企画課調査室

担当者： 井上補佐、寺岡、牟田

電 話： 03-3501-1511（内線5241）

03-3501-1764（直通）

中小企業庁事業環境部金融課（中小企業金融対策関連）

担当者： 高橋補佐、岡崎係長

電 話： 03-3501-1511（内線5271）

03-3501-1766（直通）

中小企業庁事業環境部取引課（下請適正取引等の推進関連）

担当者： 佐藤補佐、金井補佐、疋田係長、渡辺係長

電 話： 03-3501-1511（内線5291）

03-3501-1669（直通）

原油価格上昇による中小企業への影響

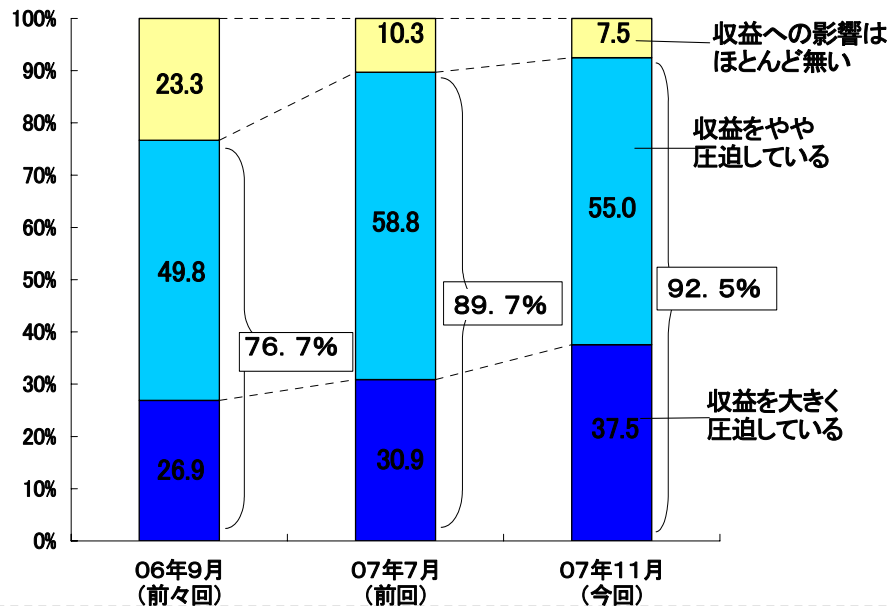
(平成19年11月27日公表)

～11月上旬から中旬にかけて、全国の中小企業1,133社の回答を集計～

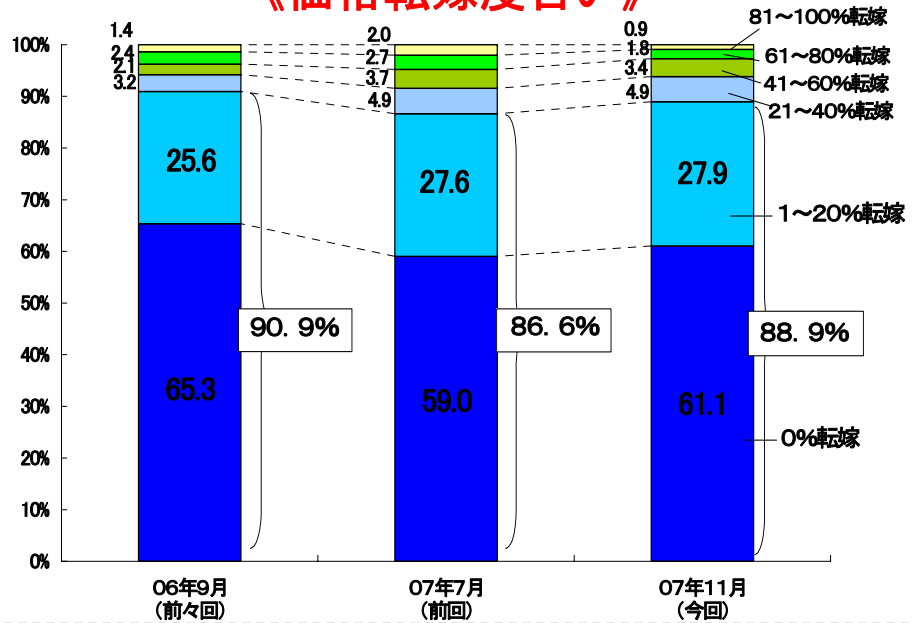
原油価格の上昇により収益を圧迫されている企業は9割を超える。

- 一 原油・石油製品価格の上昇による収益への影響は今年の夏より更に拡大し、収益を圧迫している企業の割合は9割を超える。
- 一 特に収益への影響が大きい業種は、窯業・土石製品、石油製品、パルプ・紙製品、出版・印刷、クリーニング、運輸、繊維工業等。
- 一 価格転嫁が困難な企業の割合は、今年の夏より若干上昇。全く転嫁できていないとする企業が6割。4割以上転嫁できている企業は1割に満たない。

《収益への影響》



《価格転嫁度合い》



《これまでの対策》

関連中小企業対策

○特別相談窓口

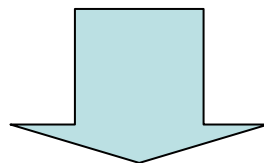
- ・ 全国943箇所に特別相談窓口を設置
(平成17年9月～平成19年10月末の累計相談件数:6,064件)

○中小企業金融対策

- ・ 政府系金融機関等によるセーフティネット貸付・保証
(平成17年9月～平成19年10月末の貸付・保証実績件数:5,117件、金額:941億円)

○下請適正取引等の推進

- ・ 下請適正取引ガイドライン(平成19年6月)、買いたたき防止のためのガイドブック(平成19年7月)を策定・周知等



《新たに講じる対策》

○中小企業金融対策

- ・ 政府系金融機関からの借入金に係る既往債務に関し、個々の中小企業者の実情に応じて返済条件緩和を実施。
- ・ 政府系金融機関・民間金融機関に対し、原油等の価格上昇に伴う影響に配慮するよう要請。

○下請適正取引等の推進

- ・ 関係事業者団体に対し、原油等の価格上昇に伴う下請事業者への配慮を行うよう要請。
- ・ 価格転嫁を不当に妨げる事業者に対し、下請代金法に基づく検査を積極的に実施。

平成 20 年 8 月 1 日

報道関係者各位
プレスリリース

全国商工会連合会

原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査の結果について

全国商工会連合会(東京都港区、会長:清家 孝:以下「全国連」)は、平成 20 年 7 月 8 日～14 日にかけて、原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査を実施しましたので、結果を発表いたします。

全国連では、調査結果を踏まえて、今後、政府等関係機関に中小企業対策を要望する予定です。

[調査概要]

- ・調査期間:平成 20 年 7 月 8 日～14 日
- ・調査対象企業数:商工会員 1,604 企業
- ・実施方法:全国の 412 商工会の経営指導員による企業への聞き取り調査

- 原油・原材料価格の高騰により、98.0%の企業でコストが増加
- コスト上昇分の価格転嫁については、45.0%の企業で価格転嫁は困難と回答
- 収益への影響は、「前年比4割以上減」(31.4%)、「前年比2～3割減」(53.3%)
- 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響については、「当面耐えられる」(53.3%)、「今後、転廃業を検討せざるを得ない」(40.7%)、「現時点で転業を検討」(2.5%)、「現時点で廃業を検討」(3.4%)
- 政府への要望については、「ガソリン・燃料価格への補てん措置」、「揮発油税、軽油引取税の減税」、「原材料価格に対する補てん措置」、「緊急融資」、「転廃業支援」等の回答

※商工会について

商工会は、商工会法に基づき、「その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資すること」(商工会法第3条)を目的とした、地区内の商工業者により自主的に組織された法人。全国の市町村に 1,905 の商工会があり、約 100 万の会員事業者を有する。

全国商工会連合会は、商工会の全国組織。

【本件に関するお問い合わせ先】

担当者:企業支援部 企業環境整備課(佐々木、井上)

TEL:03-3503-1257

FAX:03-3580-6577

E-mail:kigyo@shokokai.or.jp

URL:<http://www.shokokai.or.jp/>

原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査

調査期間:平成20年7月8日～14日
調査対象:商工会員1,604企業

平成20年8月1日
全国商工会連合会

問合わせ先:企業支援部企業環境整備課
TEL03-3503-1257(佐々木、井上)
E-mail:kigyo@shokokai.or.jp

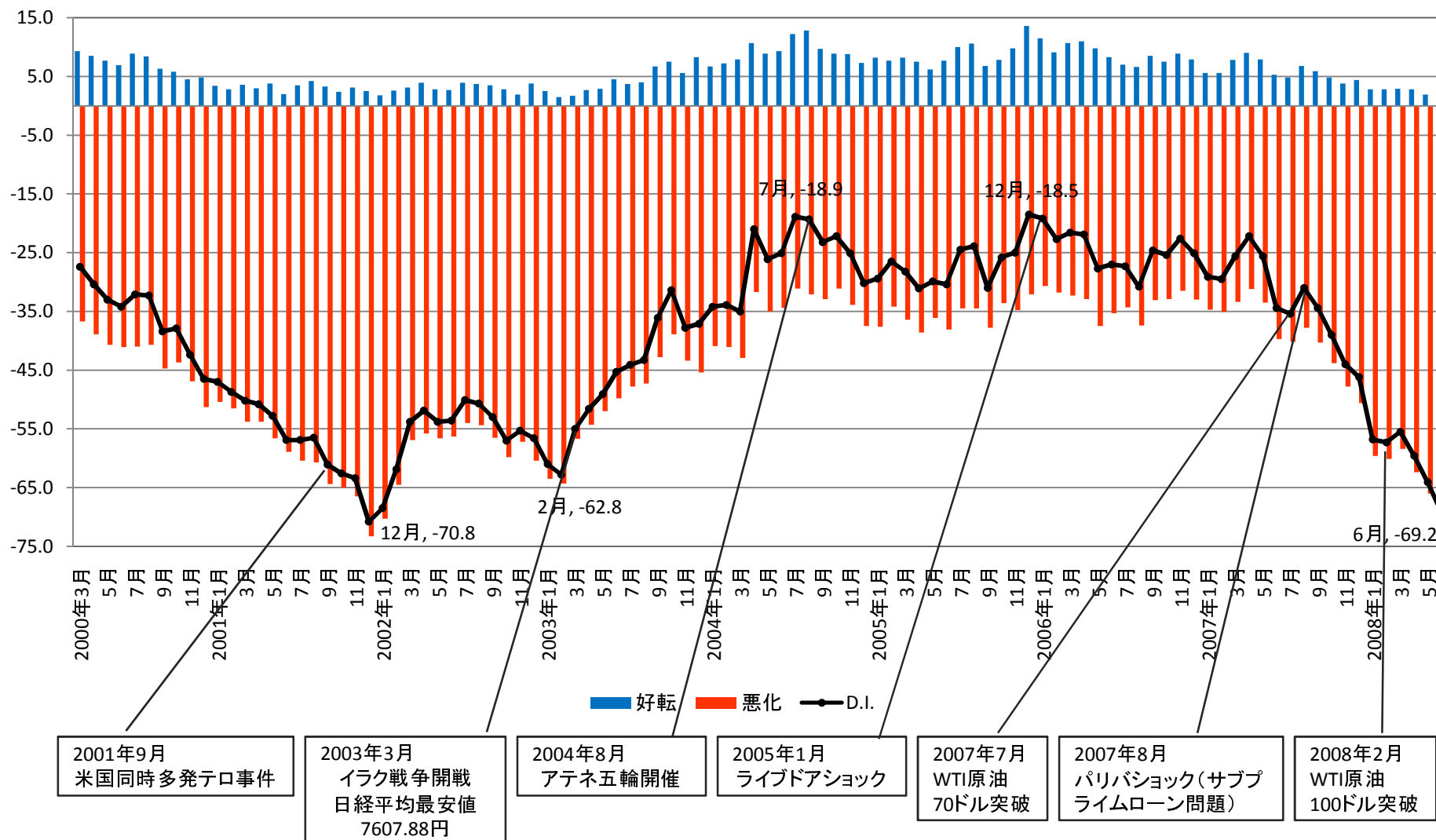
※商工会について

商工会は、商工会法に基づき、「その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資すること」(商工会法第3条)を目的とした、地区内の商工業者により自主的に組織された法人。全国の市町村に1,905の商工会があり、約100万の会員事業者を有する。

1. 調査実施の背景

- 本会が毎月実施している小規模企業景気動向調査(調査対象:全国300商工会の経営指導員)において、小規模企業の業況を示す業況D.I.は原油・商品価格の急騰が始まった2007年8月以降、急速に悪化を続けており、最近の調査では-69.2ポイント(2008年6月期)となっている。これは、本調査開始以降、最悪の業況であった-70.8ポイント(2001年12月期:平成不況末期)に匹敵する深刻な状況となっており、事業者からは原油・原材料高について悲鳴に近いコメントが寄せられている。
- 本会では、上記調査結果を踏まえ、業況悪化の主因とみられる原油・原材料価格の高騰について、中小企業に与えている影響等の緊急調査を実施した。

図1 小規模企業景気動向調査(業況(産業全体)D.I.の推移)



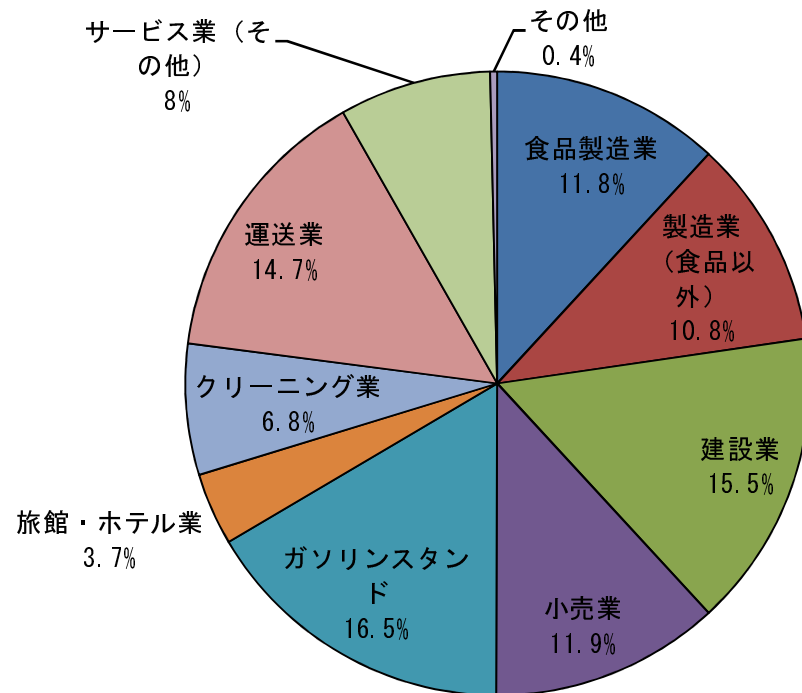
2. 原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査＜結果概要＞

- 原油・原材料価格の高騰により、98.0%の企業でコストが増加
- コスト上昇分の価格転嫁については、45.0%の企業で価格転嫁は困難と回答
- 収益への影響は、「前年比4割以上減」(31.4%)、「前年比2～3割減」(53.3%)
- 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響については、「当面耐えられる」(53.3%)、「今後、転廃業を検討せざるを得ない」(40.7%)、「現時点で転業を検討」(2.5%)、「現時点で廃業を検討」(3.4%)
- 政府への要望については、「ガソリン・燃料価格への補てん措置」、「揮発油税、軽油引取税の減税」、「原材料価格に対する補てん措置」、「緊急融資」、「転廃業支援」等の回答

3. 調査対象

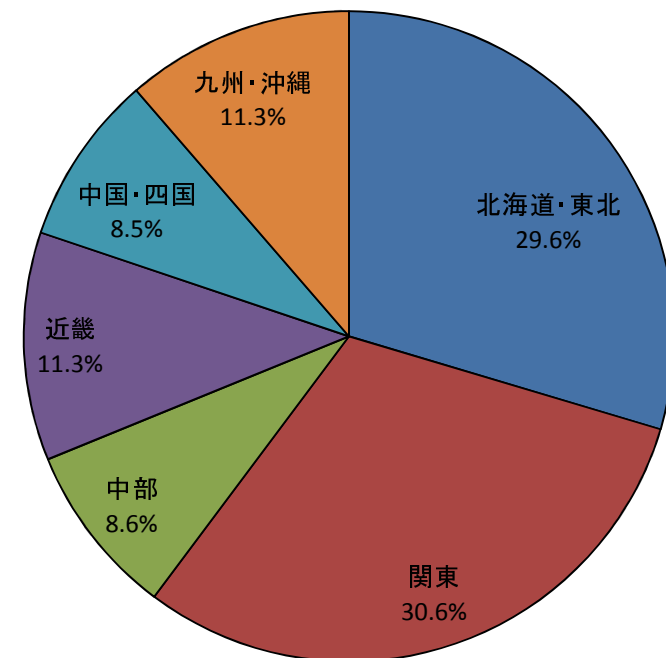
- ・調査期間:平成20年7月8日～14日
- ・調査対象企業数:商工会員1,604企業
- ・実施方法:全国の412商工会の経営指導員による企業への聞き取り調査

図3-1 業種別回答数



業種	業種別回答数
食品製造業	190
製造業(食品以外)	174
建設業	248
小売業	191
ガソリンスタンド	264
旅館・ホテル業	60
クリーニング業	109
運送業	236
サービス業(その他)	126
その他	6
総数	1,604

図3-2 地域別回答数

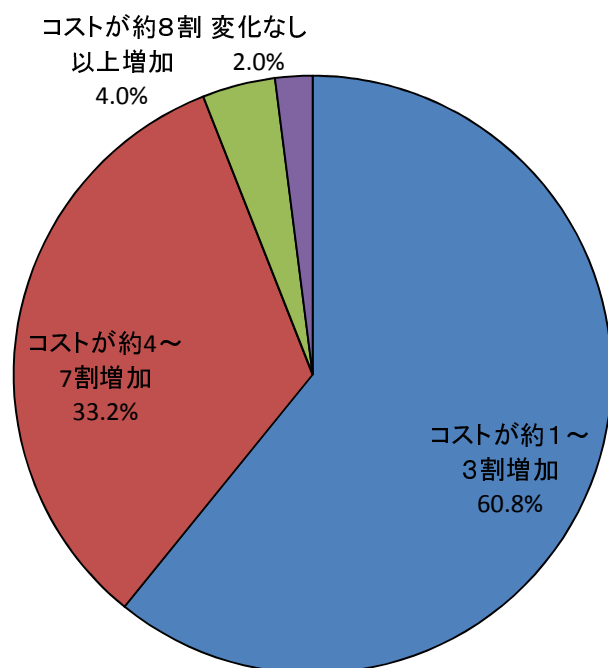


地域	地域別回答数
北海道・東北	475
関東	491
中部	138
近畿	182
中国・四国	136
九州・沖縄	182
	1,604

4-1. 原油・原材料価格高騰によるコスト増加の状況と価格転嫁の状況

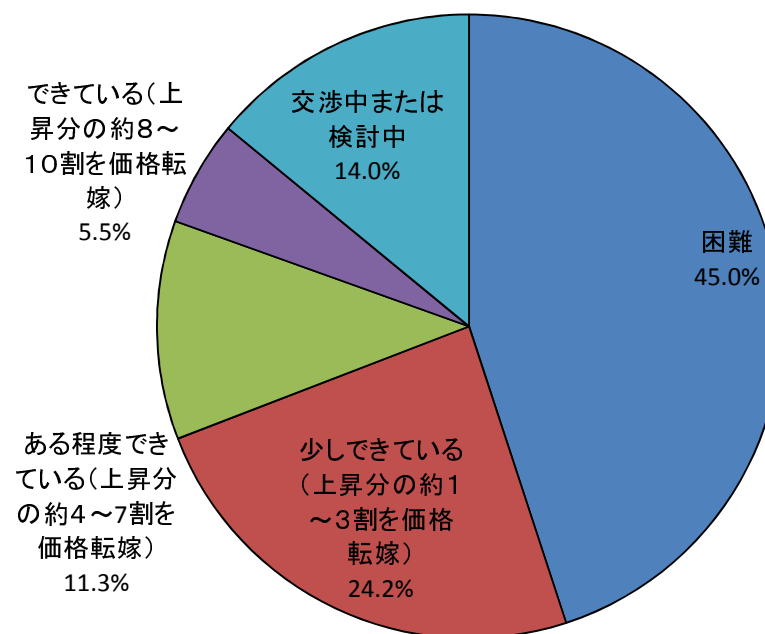
- ・ガソリン・軽油・重油、石油製品（洗剤・包装資材、プラスチック、ナイロン、塩化ビニール等）、穀物（小麦、大豆、飼料等）、原材料（鉄、非鉄、紙等）の価格上昇により、ほとんどの中小企業でコスト増となっている。
- ・コスト上昇分の価格転嫁については、45%の企業が困難と回答。価格転嫁できた場合でも、価格上昇による消費者の買い控えで売上の減少、返品が増加等の影響が出ている。

図4-1. 4-6月期におけるコスト上昇幅(前年4-6月期比)



項目	4～6月期のコスト上昇幅
コストが約1～3割増加	968
コストが約4～7割増加	528
コストが約8割以上増加	63
変化なし	32
有効回答数	1,591

図4-2. コスト上昇に対する価格転嫁の状況



項目	価格転嫁の状況
困難	714
少しできている(上昇分の約1～3割を価格転嫁)	384
ある程度できている(上昇分の約4～7割を価格転嫁)	180
できている(上昇分の約8～10割を価格転嫁)	87
交渉中または検討中	223
有効回答数	1,588

4-2. 原油・原材料価格高騰によるコスト増加の状況と価格転嫁の状況＜業種別＞

- ・運送業は、ガソリン・軽油高騰の影響大きいが、競争激しく、荷主・元請業者に対して価格転嫁が困難な状況。国交省が推進するトラック運送業者の燃油サーチャージ制度についても、荷主・元請の理解が得られないため、行政指導を求める声がある。
- ・ガソリンスタンドは、価格転嫁進むが、顧客の購入頻度・購入量が減少し売上は減少している。
- ・建設業では、建設資材価格の上昇が続いており、先が読めないため、一ヵ月先の仕事でも怖くて見積もりが出せないとの声がある。
- ・豆腐製造業では、スーパーに頭を下げて値上げを認めてもらったが、消費者の支持を得られず“返品の日”となったとの事例があった。

図4-3. 4-6月期におけるコスト上昇幅(前年4-6月期比)＜業種別＞

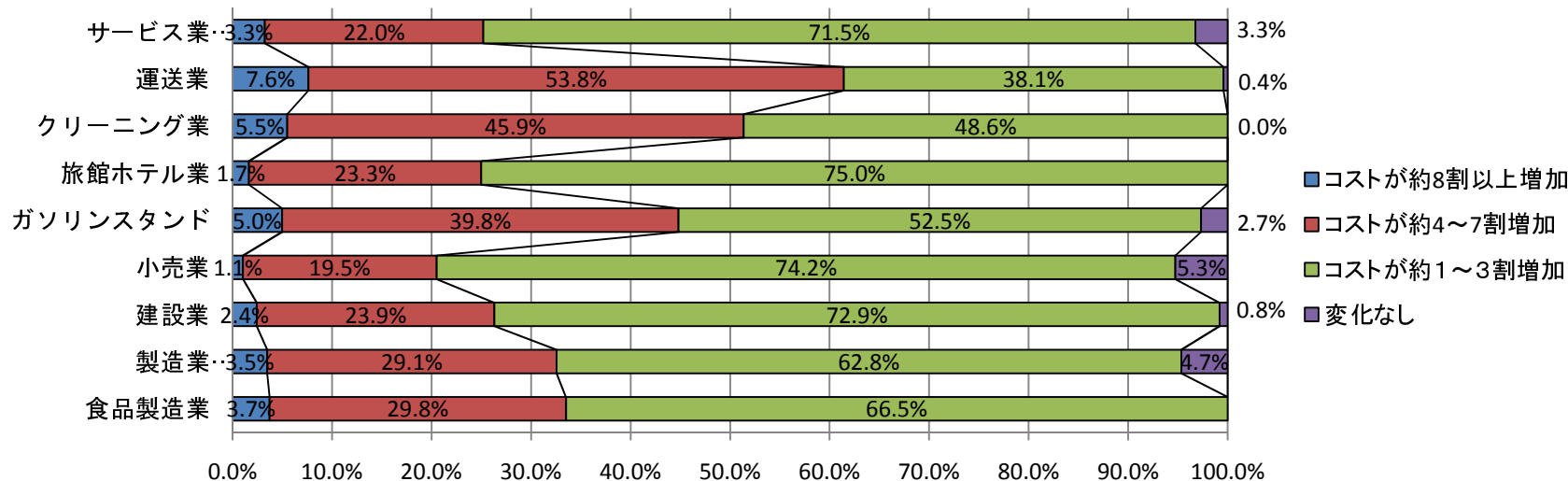
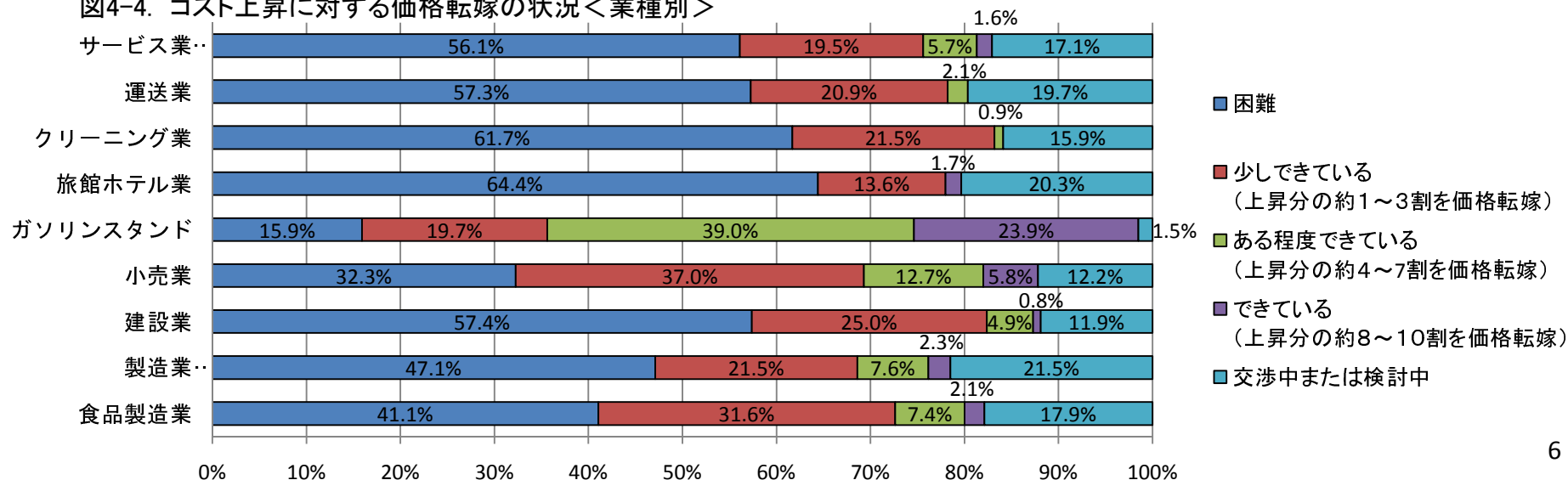


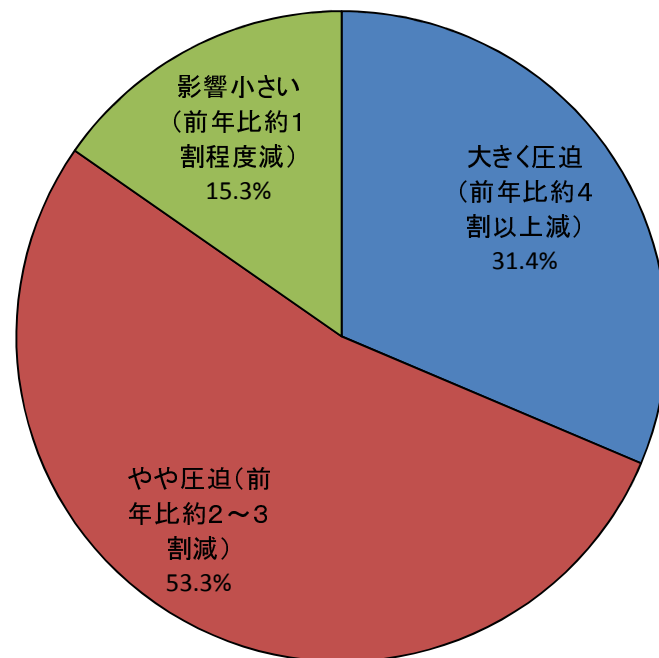
図4-4. コスト上昇に対する価格転嫁の状況＜業種別＞



5-1. 原油・原材料価格高騰の中小企業経営への影響

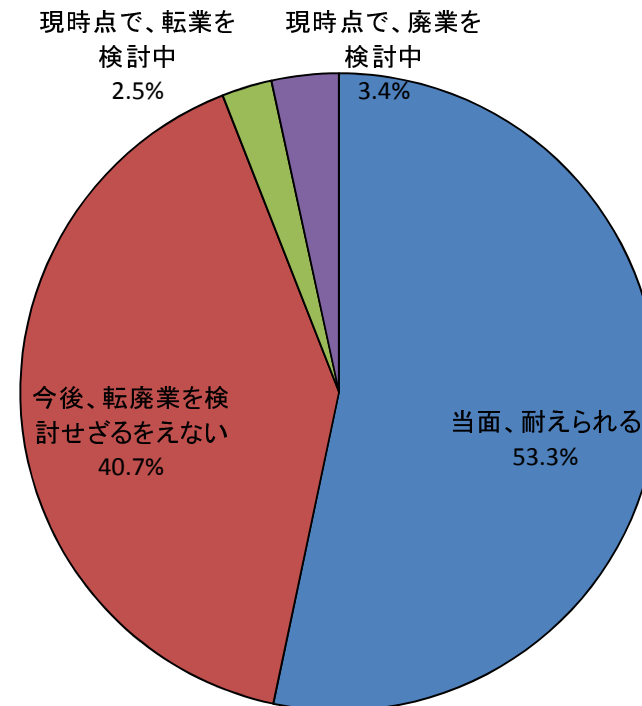
- ・収益が4割以上減少している企業は、約3分の1と高水準。全体で約85%の企業が前年比で収益減少と回答。
- ・「当面、耐えられる」との回答企業であっても、耐えざるを得ないのが実情。経営者の個人債務保証、自宅担保の債務を抱えているため廃業したくてもできないとの声があった。

図5-1. 収益への影響(前年比)



項目	収益への影響
大きく圧迫(前年比約4割以上減)	498
やや圧迫(前年比約2～3割減)	846
影響小さい(前年比約1割程度減)	243
有効回答数	1,587

図5-2. 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響



項目	原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響
当面、耐えられる	797
今後、転廃業を検討せざるをえない	609
現時点で、転業を検討中	38
現時点で、廃業を検討中	51
有効回答数	1,495

5-2. 原油・原材料価格高騰の中小企業経営への影響＜業種別＞

- ・運送業、クリーニング業で収益が大きく減少している。クリーニング業は、洗濯回数、配達回数を減らす等で自助努力。
- ・現時点で廃業を検討中との回答が多かったのは、運送業(4.5%)、ガソリンスタンド(4.5%)、クリーニング業(4.0%)。
- ・運送業は、荷主・元請業者への価格転嫁難しく、今後、転廃業を検討すると回答した企業が最多(62.7%)。
- ・建設業では、現時点で転業(6.7%)、廃業(3.6%)を検討する企業が多い。

図5-3. 収益への影響(前年比)

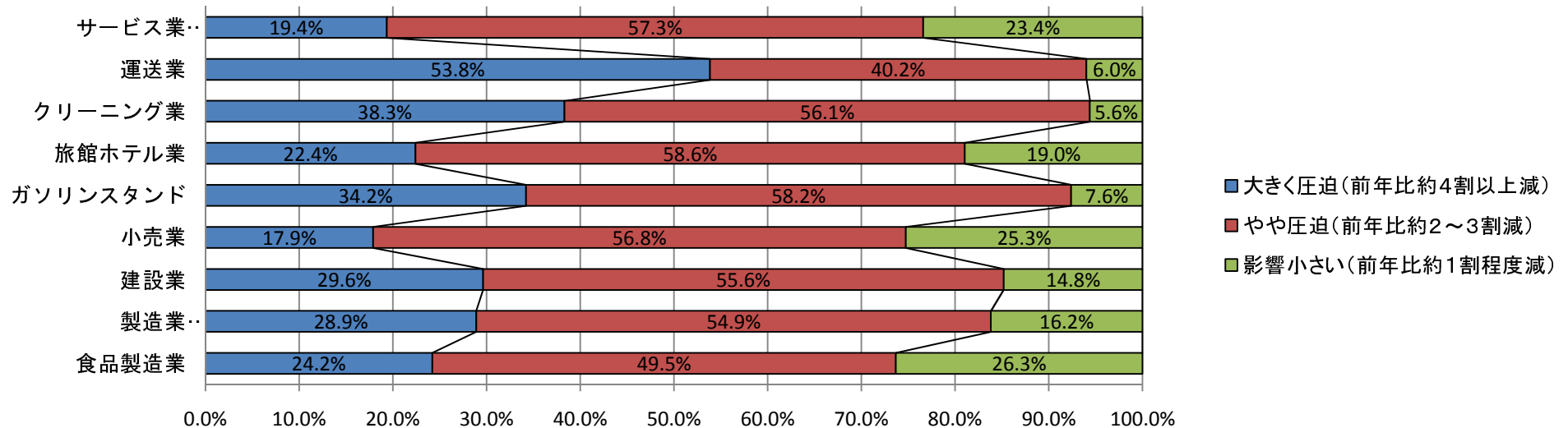
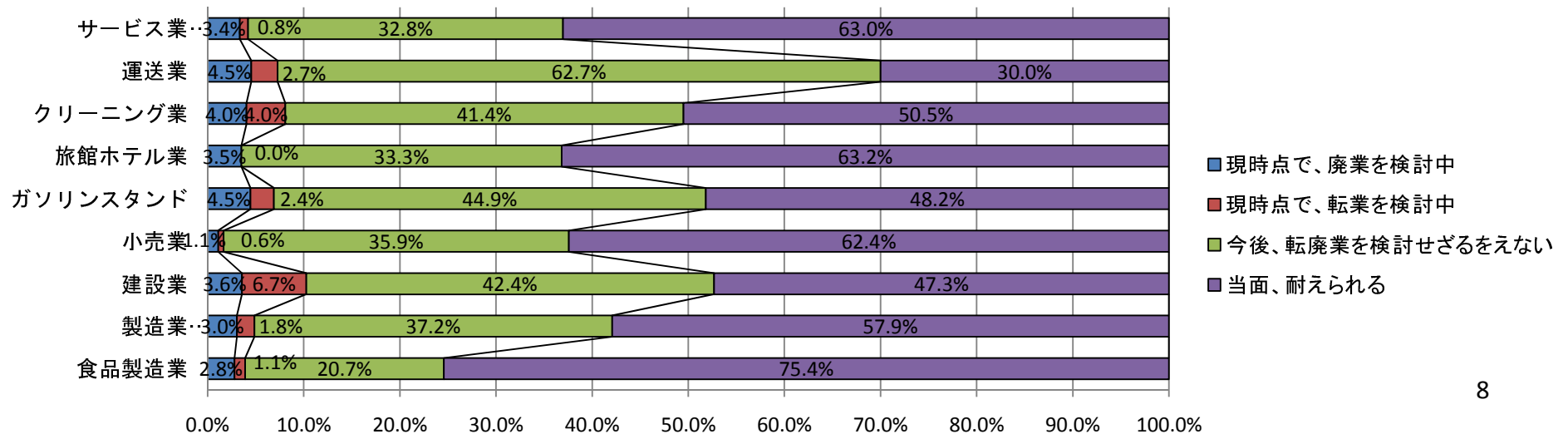


図5-3. 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響



6. 国に求める原油・原材料価格高騰に関する緊急対策(事業者の声より)

(1) ガソリン・燃料価格への補てん措置

ガソリン・軽油、ボイラー燃料の高騰は、全ての業種において、中小企業経営に大きな負担となっている。石油は、日本経済を支える重要なエネルギー源であり、中小企業の経営安定化措置として、業務用として使用するガソリン・燃料について価格上昇分の補てん措置、助成等を求める。

(2) 減税(揮発油税、軽油引取税の引き下げ(または廃止)によるガソリン・軽油価格の引き下げ)

ガソリン・軽油高対策として、国が決定権を持つ揮発油税、軽油引取税の引き下げ(または廃止)を求める声が多数あった。特に我が国の流通を支える下請運送業の経営は危機的状況であり、ガソリン・軽油価格の引き下げのため、原油市場が安定化するまでの間、一時的に税率を引き下げ(または廃止)するべきである。

(3) 原材料価格に対する補てん措置

原油・資材価格上昇分が反映されていない公共事業の積算単価について、受注後の資材価格の変動に応じた見積単価の改定または価格上昇分の上乗せを認めてほしい。

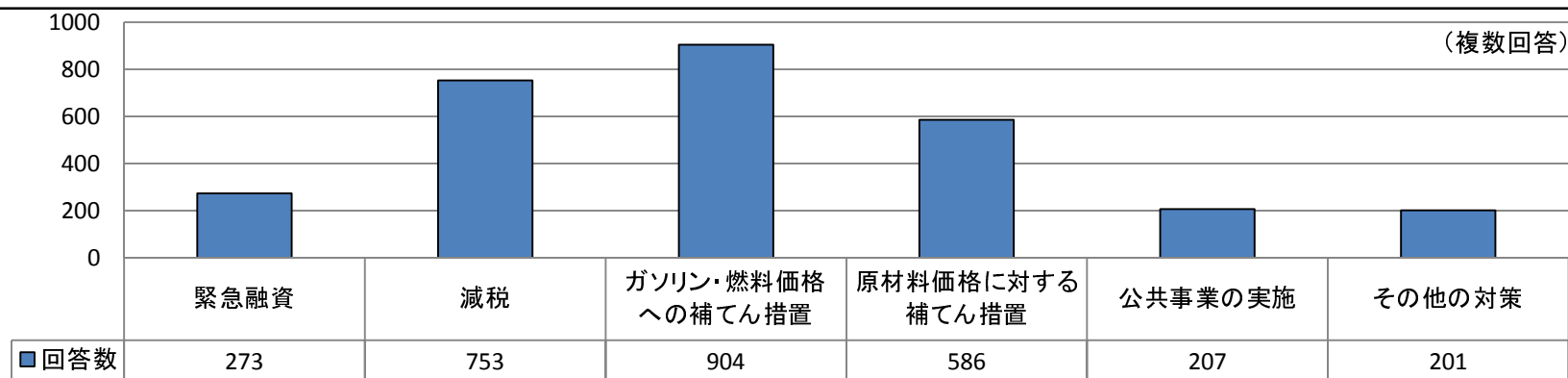
食料価格の安定化のため、小麦、大豆等の価格統制(輸入価格上昇分の国庫負担)を実施するか、中小企業の業務用については、上昇分の補てん措置を求める。

(4) 緊急融資等金融対策の実施

ガソリン代、仕入コストの上昇のほか、取引先の業況悪化に伴い、掛け売りの増加や支払いの遅延等が発生しており、運転資金が不足している。運転資金対策として、①長期、低金利(できれば無利息)、無担保・無保証の経営安定化緊急融資、②保証協会の緊急特別保証、③既存債務の返済条件の緩和及び利子補給制度の実施を求める。

(5) 公共事業の実施、その他の対策

- ・商工会地域の産業は、建設業と農業・漁業で成り立っている。公共事業があれば、地元の小売、サービス業も潤う。
- ・代替エネルギーの開発・推進により新産業を創出する等、中小企業の転業、新規参入支援策を実施すべき。
- ・政府は、原油、穀物市場への投機資金の規制、マネーゲームの沈静化を世界各国に働きかけよ。



7-1. 事業者からのコメント

1. 運送業

◆競争が激化し、価格転嫁どころか運賃そのものが下落している。原油高騰で収益が圧迫されており、危機的状況（山形県 旅客運送業）

◆国交省とトラック運送業界では、燃料コストの上昇を運賃として上乗せできる燃料サーチャージ制の導入を促進しているが、小規模事業所では、荷主・元請業者の理解が得られず価格転嫁は難しい。国の行政指導を望む（茨城県 運送業）

◆廃業したくても、個人保証を入れた借入金の返済があるため廃業できない（新潟県 運送業）

◆省エネ運転やアイドリングストップ、配送ルートの効率化など可能な限り自助努力しているが、もはや限界を超えている（新潟県 運送業）

2. ガソリンスタンド

◆価格転嫁はある程度できているが、顧客の購入頻度、1回の購入量が減少。売上の確保が難しくなってきた（島根県 ガソリンスタンド）

◆販売価格が上がり売掛金が増えたため、取引先が売掛金を期日に全部を支払ってくれなくなった。このため、運転資金不足となり、銀行から借入をすることになった（秋田県 ガソリンスタンド）

◆ガソリンスタンドだけの待ちの姿勢ではジリ貧なので、灯油などの宅配を行い、攻めの経営をしている（広島県 ガソリンスタンド）

3. サービス業

◆競合店との競争もあり、簡単には価格転嫁できない。現状は何とか少ない蓄えを取り崩し対応しているが、これが長期化すれば当然転廃業を考えなくては（岐阜県 クリーニング業）

◆ボイラー燃料、洗剤、ドライ液、ハンガー、包装ビニール等石油製品の高騰により利益が圧迫されている（鳥取県 クリーニング業）

◆毎日していた洗濯の回数を2日に1回に変更するなど経費節減につとめている（青森県 クリーニング業）

◆従業員への車通勤手当、寒冷地手当（燃料代）への燃料価格上昇分の反映は経営上難しい（北海道 サービス業）

◆原材料が4割程度高騰。1割ほど価格転嫁したが、昼の来客数が減少。この状況が続けば、廃業も考える（滋賀県 飲食店）

4. 旅館・ホテル業

◆当地温泉は、冷泉のため重油で沸かしている。原油高騰は死活問題である。旅行等のレジャーは、減少している（岩手県 旅館・ホテル業）

◆今後、鮮魚等の仕入れが確保できなくなることや、出控えによる来客減が予想される。今冬は、価格転嫁を検討している（京都府 旅館・ホテル業）

◆宿泊客も自己負担になる飲食代削るような状態。ほとんど素泊まりの客ばかり。売上見込めず経費増。どうにかならないものか（茨城県 旅館・ホテル業）

7-2. 事業者からのコメント

5. 建設業

◆大量の軽油を使う重機を使用するため、原油価格の高騰は、工事原価の上昇に直結する。資材・材料価格の上昇と併せて、経営難に陥っている(北海道 建設業)

◆鉄製品、生石灰について価格変動が激しく見積書すら出せない状況。需要が縮小した現状で、見積書も出せないのであれば受注活動も出来ず企業の安楽死につながる(青森県 建設業)

◆工事受注しても、工事期間中にも資材・燃料代は値上がりしており、結局当初の受注金額では利益が吹っ飛んでしまうケースが度々ある(三重県 建設業)

◆価格高騰のため、個人の受注が激減し、仕事がないのが現状です。中小企業を倒産に追いやる政治が憎い(兵庫県 建設業)

6. 小売業

◆肥料原料輸出国が国外輸出制限を行っているため、一部の肥料価格が3倍以上、または、肥料自体が入荷できない状況。コスト高による農業離れが心配(三重県 農業関連小売業)

◆牛乳を中心とした乳製品の宅配をしているが、仕入値の上昇と配達用燃料代の倍増で、収益を圧迫している。販売価格の値上げで、1割以上の顧客を失った(福岡県 牛乳販売業)

◆パートの勤務時間を減らし人件費を削減したり、仕入れに行く回数を減らすことで燃料費を節約している。逆境にあるからこそ、企業努力を惜しまず知恵を絞るべき(長崎県 小売業)

7. 製造業

◆銀行借入が困難であるため、家族の定期預金等の取り崩しで資金繰りをしているが、そろそろ限界である(青森県 食品製造業)

◆大豆の高騰で、地元スーパーへお願いして値上げをした。しかし、消費者からのしっぺ返しを食らい、商品が売れなくなり、返品の山です(山形県 豆腐製造業)

◆燃料高騰により、養殖場まで行き来するだけで赤字の状態である。価格転嫁は難しい(宮城県 牡蠣養殖・加工業)

◆製麺機をはじめとする機械で使う重油や、納品車のガソリン、小麦等原料の異常な値上がりで、今後、事業の存続にも影響するのではないかと、心配している(熊本県 食品製造業)

◆我慢せざるをえないが現状。金属を加工する際には油を使用し、機械にもメンテナンスで油が必要不可欠。全て高騰しているので、この先が不安(茨城県 製造業)

◆発注者の要請で工賃は引き下げられ、インク・紙代・溶剤その他原材料の値上げ。その上、景気低迷で、仕事量は、3分の1に(埼玉県 印刷業)

◆当面耐えられると回答したが、実態は、あらゆる手を尽くして耐えなければいけないという状況。耐えられない場合は、廃業せざるを得ない(兵庫県 製造業)

◆原油高騰で、木材の乾燥コストが上がっているが売値に転嫁できない(三重県 製材業)

8. 政府への要望(事業者のコメントより)

1. 原油価格高騰について

◆中小企業経営になくてはならないエネルギー源であるガソリン・軽油・灯油等の燃料について、価格上昇分に補てん措置を求める(全国、全業種から複数回答)

◆揮発油税、軽油引取税の即時廃止(または、減税)を実施し、ガソリン・軽油価格の引き下げ、国民生活の安定化を！(全国の運送業、ガソリンスタンド等から複数回答)

◆ガソリン減税や価格上昇分などの直接補填をしてもらわないと、全国でかなりの数の運送業者が倒産してしまう恐れがある。自社の経営努力だけではもう限界に来ている(岩手県 運送業)

◆ガソリンを使わずには生活できない田舎の人たちの負担を考えてほしい。都市部の電車利用客からの電車税の徴収等を考えて、国全体で公平な負担を望む(茨城県 製造業)

◆原油価格の高騰を止めることが難しいことはわかる。しかし、軽油引取税の一時的な減税などは、政府の決断次第。政府ができることだから求めている。景気が回復した時に、税率を元に戻せばよいのではないかと(石川県 運送業)

◆当面は、なんとか経営努力で凌いで、耐えるしかない。原油高騰に対しては減税処置など、国としての考え方を示すべきである。そうでなければ、不安が増すばかりである(愛媛県 食品製造業)

◆石油元売は、国内で販売するより海外の方が高く売れるとのことで軽油・白灯油(ジェット燃料)を輸出に回しているため、ガソリンより軽油・白灯油の方が割高になってきている。早急に、国内への安定供給を怠っている石油元売への行政指導を求める(福岡県 ガソリンスタンド)

◆渋谷区がクリーニング業者に対して行っている助成金制度のようなものを実施して欲しい(茨城県 クリーニング業)

2. 原材料価格の高騰について

◆価格高騰前に見積りし、落札した長期の公共工事では、材料価格の高騰で当初計画に大幅な支障が出ている。当初契約価格や公共工事積算価格への上昇分の反映を望む(茨城県 建設業)

◆国民がこれだけ困っているのだから、早急に対応をお願いしたい。国が緊急施策として小麦、バター等の価格調整を行って欲しい。今のままでは商売をやっていけない(栃木県 洋菓子製造業)

◆国は、国民の生活状況や地域の経済を本当に理解しているのか。これ以上節約できないほど努力している。国内生産を高め、農産物の安定供給をして欲しい(福岡県 食品製造業)

3. その他

◆当面の対策としては、単なる緊急融資ではなく転廃業のための援助も含めるべきである(広島県 ガソリンスタンド)

◆転業・新分野進出といっても、それぞれの分野における規制や法律等が存在し、簡単に対応できるものではなく、もっと手厚い政策的な転業支援策が必要だと思う(宮城県 建設業)

◆中小企業こそが、日本の産業の原動力であることを、国や行政機関に理解していただきたい。大企業中心の施策ばかりではなく、我々中小企業の生の声を聞く機会を設けて欲しい(岐阜県 クリーニング業)

◆漁師だけの問題ではない。政府は、中小企業に目を向けてほしい(兵庫県 建設業)

◆大企業の利益独り占めという産業構造を打破しない限り中小零細企業の未来はないし、企業格差は大きくなるばかりである。大企業への増税を財源にした、零細企業への減税・補填措置を実施し、利益再配分を国家レベルで行うべき(三重県 製造業)

平成 20 年 5 月 13 日

ヘッジ等先物市場利用に係る調査結果

調査実施期間 平成 19 年 12 月 27 日～平成 20 年 1 月 20 日

調査対象 ヘッジ取引のある会員 17 社

調査回答法人数 26 社

1. 商品先物市場の利用を開始した時期ときっかけについて

(1) 取引開始時期

1980 年以前	4 社	(27 年以上	取引)	
1980～1990 年	3 社	(17 年以上～27 年未満取引)		
1990～2000 年	6 社	(7 年以上～17 年未満取引)	小計 13 社 (50%)	
2000～2005 年	5 社	(3 年以上～7 年未満取引)		
2005 年以降	4 社	(3 年未満取引)		
無回答	4 社	(約 50%が 2000 年以前からヘッジ取引経験)		
計	26 社			

(2) 取引開始のきっかけについて(複数回答可)

①価格の上昇による原材料コストを製品価格等への

転嫁ができなかったため。 7 社 26.9%

②同業他社が利用していることを知ったから。 6 社 23.1%

③海外市場で利用していたから。 5 社 19.2%

④実物価格の下落 (又は上昇) により大きな損失を被ったため。 5 社 19.2%

⑤商品取引員からの営業・勧誘があったから。 2 社 7.7%

⑥公認会計士等からのアドバイスを受けたから。 0 0%

⑦その他 8 社 30.8%

- ・ 原材料仕入れや製品売却時に取引所価格を参考としていたが、昨今、短期間で価格変動が頻繁であるためヘッジを考えていたところ、東南アジアでのゴム業者会合で商品取引員と出会う機会があり、取引を開始した。(東京ゴム)
- ・ 石油製品は、海外市況や季節要因等によるマーケット変動が大きく、収益のブレを回避するためにヘッジニーズから、試験的に活用した。(東京灯油等)
- ・ 在庫商品のヘッジのため。(東京灯油・中部灯油等石油製品)
- ・ 上場設立に参加したため。(東京コーヒー)
- ・ 原材料の手当てをするため。(東京農産物)

- ・ 取引所合併に伴い市場会員を離脱したため (東京ゴム)

(説明)

どのようなきっかけで取引を開始したかを設問したものである。価格変動リスクの管理手段として取引したとするものが、その他の記載分も含めて、15社 57.7%を占めた。リスクヘッジ手段として知ったきっかけは、「同業他社の利用を知って」や「営業・勧誘があった」、「業者会合での取引員との出会い」、「上場設立に参加」の計10社 38.5%である。先物市場利用に係る知識の普及活動の必要性を示す結果である。

米国市場では、取締役が公認会計士の勧告に従わず農産物の価格変動リスクをシカゴ先物市場でヘッジしなかったことにより、値下がり損失を被った結果について、会社が株主代表訴訟を受け、取締役責任を問われ会社が敗訴した事例がある(1992年 インディアナ州)。価格変動リスクのヘッジ手段としての商品先物市場の活用は、会計士、監査法人にとっての助言範囲とされているかもしれないとして、選択肢を設けたが、回答はゼロであった。

2. 利用商品市場と利用目的について

(1) 利用商品先物市場 (回答 26 社)

東京穀物商品取引所	小豆	3 社
	コーヒー	2 社
	大豆	1 社
	不明	1 社
東京工業品取引所	石油(ガソリン、灯油、原油)	5 社
	貴金属(白金、パラジウム)	1 社
	ゴム	5 社
	不明	1 社
中部大阪	石油(ガソリン、灯油)	4 社
	鶏卵	2 社
	不明	1 社

(2) 利用目的(複数回答可) (複数回答可)

①現物市場等と組み合わせたヘッジ取引	24 社	92.3%
②現物購入又は販売の場として上場商品の受渡し	16 社	61.5%
③海外商品先物市場と組み合わせた裁定取引	8 社	30.8%
④倉庫機能の利用(現物在庫・保管費用節約)	5 社	19.2%
⑤その他(具体的記載)	3 社	11.5%

- ・ ゴムの国際マーケットはあるが、TOCOM が開放方面・値動きから最も利用しやすい(流

動性があるから。(東京ゴム)

- ・ 投機的運用 (東京石油)
- ・ 期先限月の価格予測 (中部鶏卵)

3. 先物市場における受け渡しについて

(1) 受け渡しの有無について

- | | | |
|-----------------|------|-------|
| ① 受け渡しをすることがある。 | 24 社 | 92.3% |
| ② 受け渡しをすることはない。 | 2 社 | 7.7% |

(2) 受け渡しをするケースについて (複数回答可)

- | | | |
|------------------------|------|-------|
| ①当初から現物商品の受け渡しを想定していた。 | 20 社 | 76.9% |
| ②結果として現物受渡しとなった。 | 8 社 | 30.8% |
| ③その他 | 2 社 | 7.7% |

- ・ 余剰在庫を取引所市場で売却し現金化。(東京ゴム)
- ・ ユーザーや商社に販売のほか、市場価格で売却現金化。(東京ゴム)

(3) 現物受渡し数量と取引総量に占める割合 (過去 2 年の実績)

(記載 14 社)

農産物 (5 社)

東京小豆	受け(購入)	20 枚	取引総量の約 50%	
	同	20 枚	約 4%	(2007 年)
	渡し(販売)	10 枚	約 2%	(2006 年)
東京大豆	受け(購入)	200 枚	取引総量の約 1%	(2007 年)
東京コーヒー	受け(購入)	—	取引総量の 約 1.7%	(2007 年)

工業品 (9 社)

東京石油製品	受け(購入)	1000 枚	取引総量の 約 3%	
	渡し(販売)	1000 枚	約 3%	
	受け(購入)	300 枚	5~10%	(2007 年)
東京石油・中部石油	受け(購入)	1200 枚	取引総量の 約 1.5%	
	渡し(販売)	1200 枚	約 1.5%	
東京石油・中部石油	受け(購入)	20 枚	取引総量の 約 66.7%	(2007 年)
	渡し(販売)	60 枚	100%	(2007 年)
東京ゴム	受け(購入)	349 枚	取引総量の 約 66%	(2006 年)
	渡し(販売)	52 枚	約 1%	(2006 年)

(記載なし 12 社)

4. ヘッジ取引について

(1) 取引ポジションについて (複数回答可)

- ①売り買い双方のヘッジポジションを持つことがある。 16社 61.5%
- ②買いポジション(買い建て)である。 7社 26.9%
- ③売りポジション(売り建て)である。 6社 23.1%

(2) ヘッジ取引のタイミング (複数回答可)

- ①相場の変動が予測されたとき。 16社 61.5%
- ②商談成立等商品の購入(販売)数量が決まったとき。 12社 46.2%
- ③事業年度の当初において、前年度実績に応じて決める。 0社 0%
- ④その他(具体的記載) 3社 11.5%

- ・原材料購入時及び製品販売契約成立時 (東京ゴム)
- ・年度毎に方針・限度枠・ターゲットを設定し市場を見ながら機動的に (東京石油)
- ・現物相場よりも先物相場が値下がりしたとき (東京農産物)

(3) ヘッジ比率について(方針・ルールがある場合)

- ①実物市場の予定取引数量を100%ヘッジする。 1社 3.8%
- ②一定量をヘッジしている。 3社 11.5%
 - ・実物の予定取引数量の80%をヘッジする。
- ③相場状況(商品市況の強弱予想)によりその都度部内部合議 1社 3.8%
 - 1) 相場動向によりヘッジ数量を増加させたり外したりする 13社 50.0%
 - 2) 相場動向が不透明なときは、ヘッジ割合を高める 2社 7.7%
 - 3) 相場動向が不透明なときは、ヘッジ割合を低くする 2社 7.7%
 - 4) その他(例えば、相場トレンドが上昇局面にあると予想する場合は、 1社 3.8%
 - アンダーヘッジ、下降局面にあるときはオーバーヘッジする等異なる。)

回答なし 3社 11.5%

(4) 先物市場の利用が貴社の業績にもたらした効果

①業績について

- 1) 業績低下を防いだ。 9社 34.6%
- 2) 業績向上に貢献した。 6社 23.1%
- 3) 悪化につながった。 1社 3.8%
- 4) 業績低迷を防ぐことはできなかった。 0社 0.0%

回答なし 10社 38.5%

②価格競争力について

- 1) 競争力を維持できた。 8社 30.8%
- 2) 競争力を向上させた。 5社 19.2%
- 3) 悪化につながった。 1社 3.8%
- 4) 低下を止めることはできなかった。 0社 0.0%

回答なし 12 社 46.2%

5. 取引所価格の指標価格としての利用について (複数回答可)

- | | |
|----------------------|------------|
| ①販売価格や購入価格の交渉の値決めるとき | 20 社 76.9% |
| ②在庫評価 | 5 社 19.2% |
| ③損害保険料設定のとき | 3 社 11.5% |
| ④輸入時 | 3 社 11.5% |
| ⑤その他 | 3 社 11.5% |
| ・ 裁定取引の時 | |
| ・ 損益の評価時 | |
| ・ 事業予測に利用 | |
| ・ 現物価格との比較 | |

6. 海外の商品先物市場の利用状況について

- | | |
|-----------|------------|
| ①利用している。 | 9 社 34.6% |
| ②利用していない。 | 17 社 65.4% |

7. 商品先物取引以外の商品価格変動リスクのヘッジ手段の活用の有無について

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| <u>活用している</u> | <u>5 社 19.2%</u> |
| ①天候デリバティブ (店頭デリバティブ) の活用 | 2 社 7.7% |
| ②損害保険 | 0 社 |
| ③その他 | 3 社 11.5% |
| (為替取引 (東京小豆利用者)) | 1 社) |
| (記載なし) | 2 社) |
| <u>活用していない。</u> | <u>21 社 80.8%</u> |

8. 当業者として、今の商品先物市場や受託会員等に望むこと、ご意見について

(1)売買単位 (又は受け渡し単位) について

【農産物】

東京コーヒ- 期近の現受け、現渡しのボリューム規制が 100 枚を上限では少量すぎる。

東京大豆 Non-Gmo 大豆は、10t を 50 t にすべきである。

東京小豆 受け渡し枚数の増加を望む。

受渡しについての意見 受渡しルールがあまりにも売り方に都合がよいことになっている。このようなルールであれば、現物を受けようにも受けることができない。

【工業品】

貴金属 全般的に受け渡しを容易にできる制度を求める。

東京石油

- ・ 現状のままでよいが、売買単位 100kl の方が利用しやすい。(軽油がない状態では、販売業者の参加が限られることから、50kl は中途半端である。)
- ・ 1 枚あたりを 100~200kl に拡大する。
- ・ 受け渡しロットを拡大する。

(2) 値幅制限について

【農産物】

- ・ 海外に比較して値幅制限が小さい。(東京コマー)
- ・ NY 市場では値幅制限がないため、東京市場も外してはどうか。(東京コマー)

【工業品】

- ・ 海外市場に合わせて値幅制限を拡大する方向を指示する。(東京貴金属)
- ・ 値幅制限は現状のままでかまわないが、サーキットブレーカー制度に移行してはどうか。(東京石油)
- ・ NY 市場では値幅制限がないため、東京市場も外してはどうか。(東京石油)

(3) 共用格差について

【農産物】

- ・ 市場動向に合わせて、等級格差を定期的に見直す。(東京コマー)
- ・ 受け渡し共用品・格付けの頻度を増やし、業者間の実態と受け渡し共用品のズレを是正していく(受け渡し共用品の中には取引所の値段では全く折り合うことのないものや受け渡し実績のないものがいつまでも共用品になっている)。

【工業品】

- ・ 世界標準の基準を希望する。(東京貴金属)
- ・ ゴムの RSS3 について、国際基準よりも日本基準が厳しく、国外当業者の受け渡し実績低下につながっている(見直しすべきではないか)。(東京ゴム)

(4) 利便性の向上について

【農産物】

- ・ ボリュームが増加すれば、将来性がある。(東京コマー)
- ・ 納会時に販売(渡し)と購入(受け)を同時に行えるようにしていただきたい。(東京小豆)

【工業品】

- ・ 当業者の使いやすい市場ルール設計をする。(東京貴金属)
- ・ 上場していない商品のクラックペーパー(クラックスプレッド)市場の開設をする。(東京石油)

(5) 商品取引員のヘッジ取引等に係る専門性について

- ・ 現物受渡しについての知識は十分にある。(東京コマー)

(6) 上場商品についての意見

【農産物】

- ・ コーヒーについては、海外倉庫での受け渡しを認可し、海外参加者を増加させてはどうか。（東京コーヒー）
- ・ 関西商品取引所の一般大豆の取引高増加を望む。（東京大豆）

【工業品】

- ・ ゴム市場において、特に昨今現物取引が増加しているTSR20のザラバ取引市場を望む。（東京ゴム）
- ・ 石油製品については、軽油の再上場を希望する。（東京石油、同意見2社）
- ・ 軽油とA重油の上場を望む。（東京石油・中部石油市場利用者）

9. ヘッジ会計（金融商品時価会計）について

（1）ヘッジ会計の採用について

①イエス	7社	26.9%
②ノー	14社	53.8%
回答なし	5社	19.2%

※ ヘッジ会計を採用していれば、期をまたがる現物取引と先物取引との間の損益調整ができる。期末の先物ポジションの時価評価益については、次期における現物取引予定との相殺により、実現益と見ないことが可能となり、課税対象から外することができる。

（2）ヘッジ会計を採用しない14社の理由（比率は14社対比）

①ヘッジ認定の要件を整備するのが困難である。	4社	28.6%
②自社の先物市場における取引量が少ない。（中部鶏卵）	1社	7.1%
③社内ルールで、期中において一旦取引を清算する。（石油製品）	1社	7.1%
④税務署からヘッジ認定が受けられない。	0社	0.0%
回答なし	8社	57.1%

10. 商品先物市場は、欧米諸国では事業者には活発に利用されているのに対比し、わが国商品先物市場が利用されていない理由について（複数回答可）

1) 投機をしていると見られてしまうから。	11社	42.3%
2) 先物取引イメージが悪いから。	10社	38.5%
3) 社内に専門家がないから。	10社	38.5%
4) ノウハウについての知識がないから。	9社	34.6%
5) 利用方法を知らないから。	8社	30.8%
6) 同業他社が利用していないから。	5社	19.2%
7) 市場リスク管理について経営責任を問われることがないから。	1社	3.8%
8) 製品や下請けに価格転嫁できるから。	0社	
9) その他（具体的記載は下記のとおり）	5社	19.2%

- ・ 当業者の必要とする当限に流動性がないから。 (東京農産物2社)
 - ・ 流動性がなく透明性に欠ける。 (東京コeer)
 - ・ 大豆、とうもろこしを見るとあまりにも商社よりのルールになっている。
 - ・ ヘッジ対象である現物価格とのベシスリスクが大きいから。 (東京石油)
 - ・ 当業者に魅力ある市場設計がなされていないから。 (東京貴金属)
- (理由) 受渡し及びタテ玉制限等のルールについて、ヘッジのために市場を使おうとしている当業者に対し大幅に緩和し利用しやすくしてほしい。これまでの建て玉制限では、一般投資家と当業者のバランスが著しく取れていないように見受けられる。当業者のヘッジのための建て玉は、取組高の増加に大きな貢献をする。流動性リスクの観点から魅力的市場と映るのではないか。
- ・ 期近の流動性が低く、当業者のヘッジ手段として機能しにくい。 (東京石油)

11. 価格変動リスクのヘッジの場や機関投資家の資産運用の場等として、活発に利されるために必要なことについて (複数回答可)

- 1) 期近取引の流動性を増大させ大口取引の参入をこなせる市場とする。 16社 (61.5%)
- 2) 先物市場についての利用ノウハウの普及を図る。 9社 (34.6%)
- 3) 先物取引のイメージアップを図る。 8社 (30.8%)
- 4) 投資信託、商品ファンド等専門家による運用市場とする等プロ化を図る。 8社 (30.8%)
- 5) 市場リスクの管理責任が取締役会に帰すると自覚されるようにする。 4社 (15.4%)
- 6) その他 3社 (11.5%)
 - ・ 先限主体の売買から当限主体の売買にすることが必要である。
 - ・ 馬券を買うように小口で売買できるようにしてはどうか。
 - ・ 世界的に先進的・透明性が高いと認められる市場管理・設計・運営を図る (ローカルルールからの脱却)。

12. わが国商品先物市場をより多くの当業者の方々にご利用をいただくために、また、先物市場を利用する企業文化を育てるために、現に利用されている方々の活用実態を紹介していきたいと考えています。貴社のご協力をいただけますか。

- ①協力する。 6社
 - ア. 社名を出してもよい。 1社
 - イ. 社名は出せない。 4社
 - ウ. 条件付きで協力する。 1社
 - ②協力できない。 12社
- (集計了)

委託手数料とヘッジ取引

委託手数料については、平成 17 年 1 月から、完全に商品取引員の自由裁量によることとされた。手数料についての段階的自由化は、平成 11 年（1999 年）1 月のインターネット取引と投資顧問業者経由の取引から移行し、以後順次、13 年当業者取引、15 年大口取引の 10% シェア部分の取引、16 年大口取引の 50% 取引シェア部分へ自由化の取引範囲が拡大されていった。それまでは、取引所が商品取引員と顧客との間の委託手数料を規定する「固定手数料制」が採用されていた。

委託取引の主流が、個人投資家（一般委託者）であるために、主として個人委託者に対するサービスの対価としての手数料として設定され、上場商品の現物等を取り扱う事業者から見ると割高であった。そのため、事業者がヘッジ取引の場として商品先物市場を利用する場合には、ア）取引所に会員加入して自ら売買する、イ）委託手数料の会員割引を受けて商品取引員に委託する、という方法があった。

いずれの方法が選択されるかは、取引規模と取引コストの問題であった。ア）の場合には、一定規模以上の取引利用がある場合に選択され、自前の取引者（場立ち=トレーダー）が直接市場で売買することになる。イ）の場合には、自前の取引者（場立ち）を抱えるコスト負担よりも、取引を商品取引員に委託する方がコスト軽減できる。いずれの場合も事業者が会員にならないと、手数料割引を受けることができないという制約があったために、会員当業者以外の事業者に対しての法人ビジネスは展開されないという事情にあった。固定手数料制が、委託取引に占めるヘッジ取引比率の低い理由の一つになったと考えられる。

固定手数料制の下では、委託取引として市場間裁定取引や異なる受渡し限月間の裁定取引はコスト高で行われることは極めて稀であった。さらに、売買仕法自体も、同一時間帯に一商品一限月の立会いしか行われなかったために、裁定取引機会が制限され、市場取引が単純投機中心とならざるを得なかったという技術的事情も重なる。

当業的利用者アンケート 集計結果

調査期間:平成19年2月16日～2月28日

対象:先物協会会員 75社

回答会員数 18 社

会員より当業的利用アンケートをお願いした社

330 社

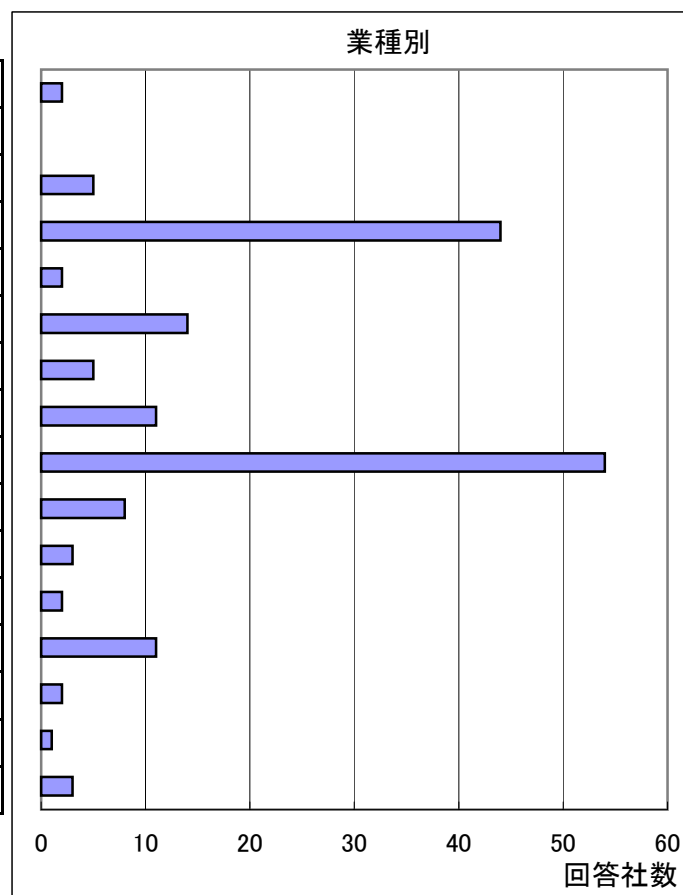
同アンケートの回答があった社

167 社

プロフィール情報

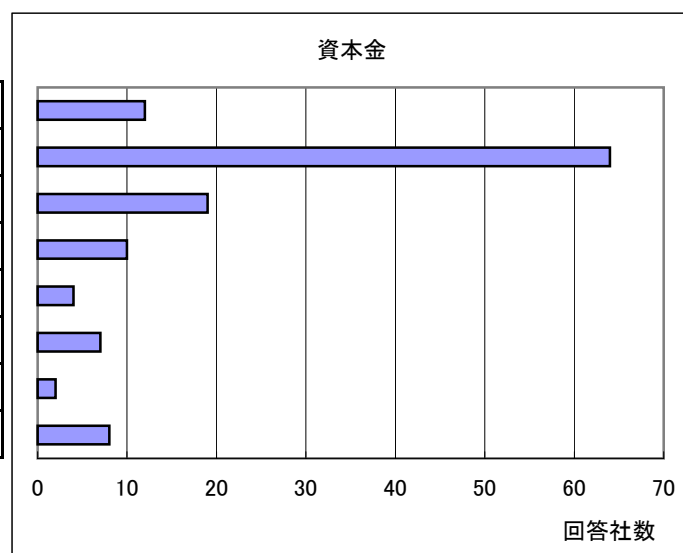
(1) 業種 割合(%)

商品取引員	2 社	1.2%
取引所一般会員	0 社	0.0%
ディーラー・トレーダー	5 社	3.0%
総合商社・商社	44 社	26.3%
地金商社	2 社	1.2%
穀物商社	14 社	8.4%
ゴム商社	5 社	3.0%
ゴム製造・販売業	11 社	6.6%
石油製造・販売業	54 社	32.3%
ガソリンスタンド	8 社	4.8%
金属・鉄鋼製造販売	3 社	1.8%
貴金属・製造販売	2 社	1.2%
食品製造・販売業	11 社	6.6%
畜産業	2 社	1.2%
金融機関	1 社	0.6%
その他	3 社	1.8%
回答合計	167 社	



(2) 資本金 割合(%)

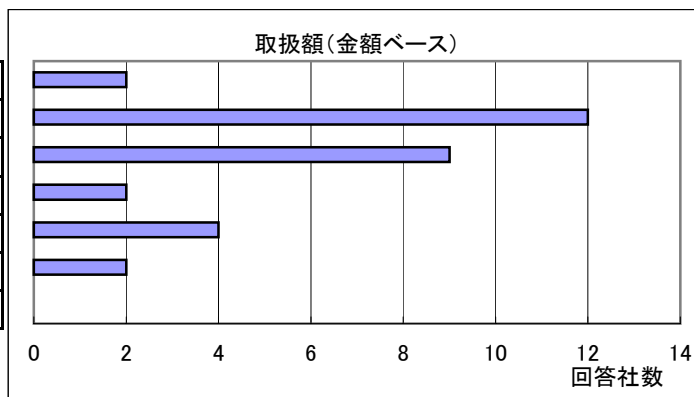
1千万円未満	12 社	9.5%
1千万円以上～1億円未満	64 社	50.8%
1億円～10億円未満	19 社	15.1%
10億円～50億円未満	10 社	7.9%
50億円～100億円未満	4 社	3.2%
100億円～500億円未満	7 社	5.6%
500億円～1,000億円未満	2 社	1.6%
1,000億円以上	8 社	6.3%
回答合計	126 社	



(3) 上場商品に係る現物取扱高

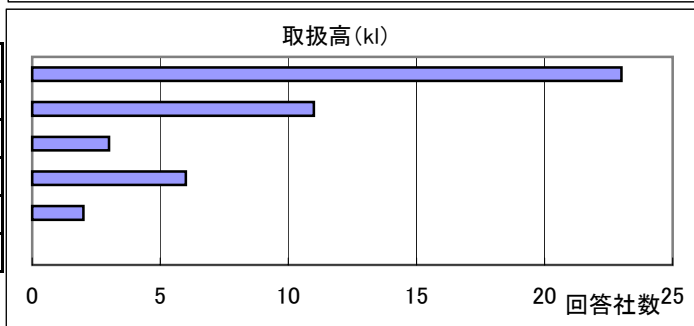
① 金額ベース 割合(%)

1億円未満	2 社	6.5%
1億円～10億円未満	12 社	38.7%
10億円～50億円未満	9 社	29.0%
50億円～100億円未満	2 社	6.5%
100億円～500億円未満	4 社	12.9%
500億円～1,000億円未満	2 社	6.5%
1,000億円以上	0 社	0.0%
回答合計	31 社	



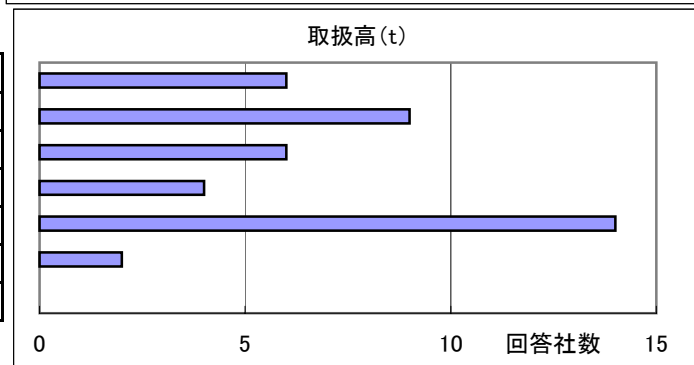
②-1 取扱高ベース(kl) 割合(%)

1万kl未満	23 社	51.1%
1万kl～10万kl未満	11 社	24.4%
10万kl～100万kl未満	3 社	6.7%
100万kl～500万kl未満	6 社	13.3%
500万kl～1000万kl未満	2 社	4.4%
1000万kl以上	0 社	0.0%
回答合計	45 社	



②-2 取扱高ベース(t) 割合(%)

1000トン未満	6 社	14.6%
1000トン～1万トン未満	9 社	22.0%
1万トン～5万トン未満	6 社	14.6%
5万トン～10万トン未満	4 社	9.8%
10万トン～50万トン未満	14 社	34.1%
50万トン～100万トン未満	2 社	4.9%
100万トン以上	0 社	0.0%
回答合計	41 社	

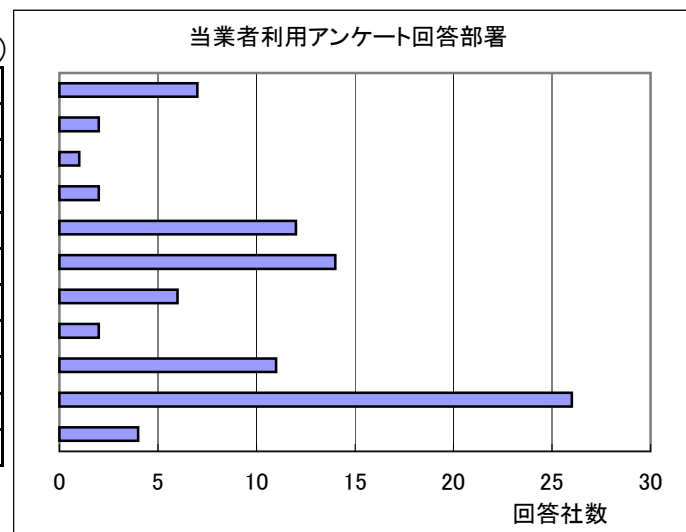


③ 取引枚数ベース 割合(%)

1千枚未満	0 社	0.0%
1千枚～5千枚未満	0 社	0.0%
5千枚～1万枚未満	0 社	0.0%
1万枚～3万枚未満	0 社	0.0%
3万枚～5万枚未満	1 社	100.0%
5万枚～10万枚未満	0 社	0.0%
10万枚以上	0 社	0.0%
回答合計	1 社	

(4) 回答者の所属部署 割合(%)

石油燃料部門	7 社	8.0%
ゴム部門	2 社	2.3%
化学部門	1 社	1.1%
金属部門	2 社	2.3%
食糧部門	12 社	13.8%
業務管理・仕入販売部門	14 社	16.1%
営業部門	6 社	6.9%
総務部門	2 社	2.3%
トレーディング部門	11 社	12.6%
会社役員	26 社	29.9%
その他	4 社	4.6%
合計	87 社	



Q1 現在、利用している商品先物市場

1) 農産物市場

具体的な銘柄

36 社
東穀一般大豆 8

東穀コーン 6

東穀小豆 6

2) コーヒー市場

4 社

3) 砂糖市場

5 社

4) 貴金属市場

9 社

具体的な銘柄

金 3

白金 3

銀 2

5) ゴム市場

31 社

具体的な銘柄

東工取RSS 6

中部大阪RSS 4

中部大阪TSR 4

6) 石油製品市場

80 社

具体的な銘柄

東工取ガソリン 6

中部大阪ガソリン 5

東工取灯油 5

7) 原油市場

20 社

8) 鶏卵市場

4 社

9) 鉄スクラップ市場

1 社

10) 飼料指数市場

0 社

11) コーヒー指数市場

0 社

12) その他

7 社

具体的な銘柄

東工取アルミ 2

ニッケル 2

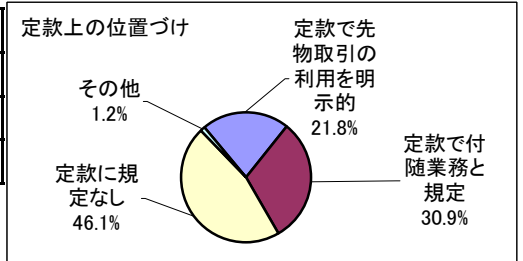
中部大阪アルミ 1

Q2 商品先物市場の利用についての会社定款上の位置づけについて

- 1) 定款で先物取引の利用を明示的に規定
- 2) 定款で「付随する業務」として規定
- 3) 定款には特段の規定なし
- 4) その他

具体的に：別紙参照

36 社
51 社
76 社
2 社

**Q3 商品先物取引の利用目的について(複数回答可)**

- 1) 1年以内の予定取引のヘッジ
- 2) 1年超の予定取引のヘッジ
- 3) 価格変動リスクの回避
- 4) 上場商品現物の購入又は販売(受け渡し)
- 5) 換金(上場商品の売却)のため
- 6) 倉庫機能(商品必要時まで在庫を持たないようにするため)
- 7) 市場間輻取り等トレーディング
- 8) その他

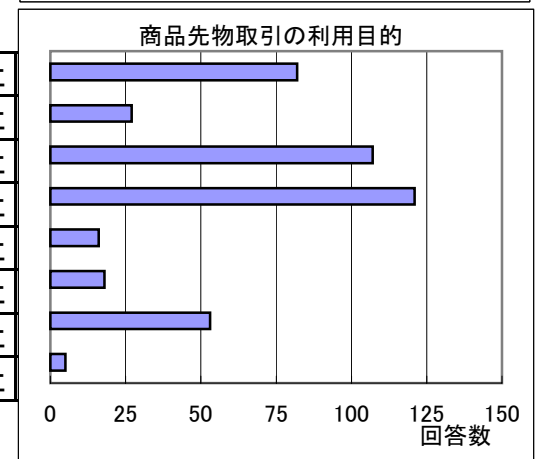
ヘッジの種類について

- 1) 上場商品の購入・販売に関係した購入価格・販売価格の固定のため
- 2) スワップや店頭デリバティブ販売等に伴うリスク管理等のため
- 3) その他

具体的に：別紙参照

ヘッジ取引のノウハウ(ヘッジ手法)の概略について

82 社
27 社
107 社
121 社
16 社
18 社
53 社
5 社

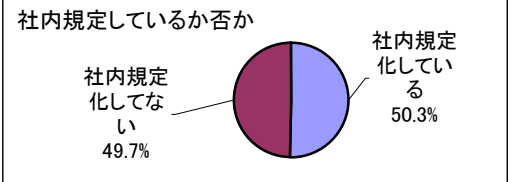


109 社
24 社
8 社

Q4 ヘッジ取引等実行方針が社内規定化しているか否か。

- 1) 社内規定化されている
- 2) 社内規定化されていない

76 社
75 社

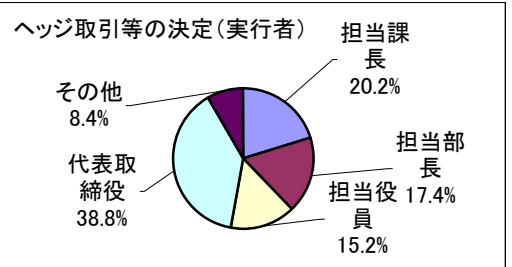


Q5 実際のヘッジ取引等の決定（実行者）は誰が行うか。

- 1) 担当課長
- 2) 担当部長
- 3) 担当役員
- 4) 代表取締役
- 5) その他

具体的に：別紙参照

36 社
31 社
27 社
69 社
15 社

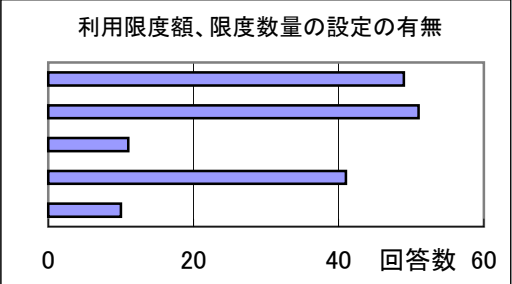


Q6 商品先物取引の利用限度額、限度数量等を設定しているか否か。

- 1) 取引限度数量（又は取引限度額）のみを設定
- 2) 取引限度数量（又は限度額）と損失限度額の両方を設定
- 3) 損失限度額のみを設定
- 4) いずれも設定していない
- 5) その他

具体的に：別紙参照

49 社
51 社
11 社
41 社
10 社

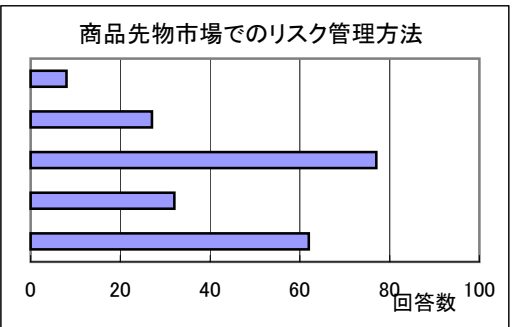


Q7 商品先物市場の利用に係るリスク管理方法について

- 1) 取引予定数量との比較による管理
- 2) 取引契約（約定）金額または想定元本による管理
- 3) 時価による管理
- 4) 価格変動率の変化に伴う影響額の把握による管理
- 5) その他

具体的に：別紙参照

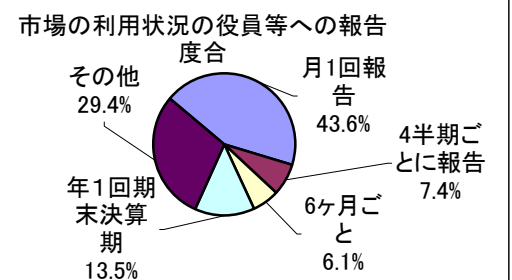
62 社
32 社
77 社
27 社
8 社



Q8 商品先物市場の利用状況について役員会等への報告の度合

- 1) 月1回報告
- 2) 4半期（3ヶ月）ごとに報告
- 3) 上期・下期等6ヶ月ごとに報告
- 4) 年1回期末決算期に報告
- 5) その他：別紙参照

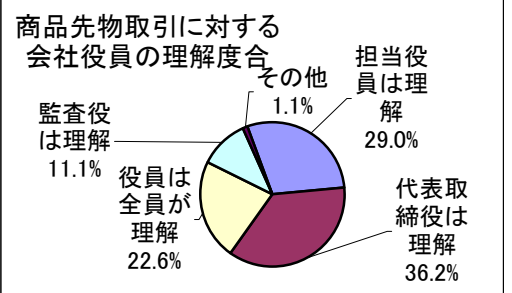
71 社
12 社
10 社
22 社
48 社



Q9 役員は商品先物取引について理解があるか否か。（複数回答可）

- 1) 担当役員は理解している。
- 2) 代表取締役は理解している。
- 3) 役員は全員が理解している。
- 4) 監査役は理解している。
- 5) その他：別紙参照

81 社
101 社
63 社
31 社
3 社

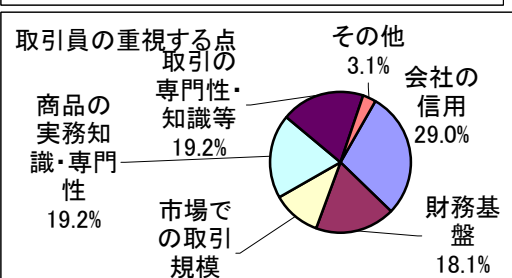


Q10 取引相手となる商品取引員の重視する点（複数回答可）

- 1) 会社としての信用
- 2) 財務基盤
- 3) 商品市場における売買高等取引数量（規模）
- 4) 上場商品の生産・流通・販売についての実務知識・専門性
- 5) 商品先物取引利用にかかる専門性・知識（ノウハウ等）
- 6) その他

具体的に：別紙参照

131 社
82 社
51 社
87 社
87 社
14 社



別紙

具体的な内容

Q2:商品先物市場の利用についての会社定款上の位置づけ。(その他)

- ・天然ゴムを含む上場商品を扱う規定がある (1社)
- ・先物取引規定あり (1社)
- ・製品販売数量に応じた分のヘッジ (1社)

Q3:商品先物取引の利用目的(その他)

- ・市場間鞘取り (1社)
- ・スペキュレーション (1社)
- ・Metal Sourcing (1社)
- ・受渡し(小売業者へつなぐ) (1社)
- ・利益追求のため (1社)
- ・販売数量に応じたヘッジ (1社)
- ・安定的仕入先 (1社)
- ・現在利用していない (1社)

ヘッジ取引のノウハウ(ヘッジ手法)の概略。

- ・現物の売買成約時の反対取引をする
- ・海外買付け分の売りヘッジ、国内売付け分の買いヘッジ
- ・来月の業転価格との比較
- ・穀取の価格が安い時、現受けする
- ・在庫の1/2程度
- ・海外よりの仕入価格と国内定期価格の動きを注視し、取進める
- ・現物に対する売りヘッジ
- ・現物不足時の買いヘッジ
- ・現物価格と定期市場におけるアービトラージ
- ・価格固定のため一旦ヘッジを行い、商品の保有期間、保管コスト、金利を踏まえ、鞘関係を鑑みて限月や市場を乗り換えていく
- ・灯油の販売価格を入札などで単価契約した場合、先物を買っておけば購入価格が決まるので損をすることはない。
- ・灯油(冬季)仕入価格安定の為
- ・東京市場＝海外先物市場＝海外現物市場＝為替＝フレート全ての市場、イーブンポジションのヘッジ取引
- ・海外価格ベースでの購入価格に対しての国内市場ヘッジ
- ・限月間差による在庫オペレーション
- ・市場間格差によるアービトラージ
- ・製品の原料価格以下になったら買って行く
- ・海外で買った現物に対し、国内価格下落のリスクを避けるため、国内取引所で売ヘッジを行う。
- ・現在、考えていない
- ・原産地で直接購入する際、価格の下落をヘッジする
- ・現物に対する売りヘッジ、現物不足に対する買いヘッジ

Q5：社内でのヘッジ取引等を決定する者(実行者)について。(その他)

- ・権限者により承認された者 (3社)
- ・担当者 (2社)
- ・トレーダー (2社)
- ・行う場合は代表取締役 (1社)

Q6：商品先物取引の利用限度額、限度数量等を設定しているか否か。(その他)

- ・取引限度額 (1社)
- ・VaR (1社)
- ・必要数量 (1社)
- ・小売販売可能数量以内 (1社)
- ・全社販売数量の20%以内 (1社)

Q7: 商品先物市場の利用に係るリスク管理方法について。（その他）

- ・社内システム （1社）
- ・数量、金額、現物との関係上で、一概には言えない （1社）
- ・損益管理のみ （1社）
- ・予算を設定する （1社）
- ・状況を見ながら取引するか否か考える （1社）
- ・会社がリスクを負うほどは利用しない （1社）
- ・詳細不明 （1社）

Q8: 役員会等への商品先物市場利用状況の報告方法について。（その他）

- ・毎週報告 （7社）
- ・毎日報告 （4社）
- ・利用ごとに報告 （3社）
- ・特に報告なし （2社）
- ・社長には決算時のみ （1社）
- ・購入量がわかるように掲示 （1社）
- ・役員が利用している （1社）
- ・会計事務所との連絡を行う （1社）
- ・評価損益の報告を行う（評価損時はレポート提出） （1社）

Q9: 貴社の役員は商品先物取引についての理解がありますか。（その他）

- ・会社役員全員が理解しているとは言い難い。 (2社)
- ・会社役員は理解している。 (1社)
- ・担当役員は反対している。 (1社)

Q10 : 取引相手として商品取引員を選ぶ際の基準として重視する点。（その他）

- ・会社の信頼性、世間的評判 （3社）
- ・担当者の人柄、熱心さ （2社）
- ・グループ、関係会社 （2社）
- ・穀物の受渡を希望する意見があった。 (1社)
- ・受渡し実績 （1社）
- ・オンライントレードの機能、手数料 （1社）
- ・現在の商品取引（一般大豆）は売り手が有利なルールがある。売買は売り手と買い手が公平であるべきであり、不公平が続けば、取引に参加しなくなる。 (1社)
- ・現物化する際の枚数やその条件を調整する能力 （1社）