

中小事業者等の商品市場利用に向けた 今後の課題と取組み

資 料 編

2008 年 12 月

中小事業者等の商品市場利用に関する研究会

資料編 目次

1. 中小事業者等の商品市場利用に関する研究会設置要綱	22
2. 委員名簿	23
3. 開催状況	24
4. 第1回研究会資料	25
5. 「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」 (東京工業品取引所)	35
6. 「当業者の市場利用促進への取組み」(中部大阪商品取引所)	42
7. 「当業者の市場利用に係る協会の主な取組み」(日本商品先物取引協会)	46
8. 「原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果」(経済産業省中小企業庁)	50
9. 「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」 (全国商工連合会)	65
10. 「ヘッジ等先物市場利用に係る調査結果」(日本商品先物振興協会)	72
11. 「当業的利用アンケート集計結果」(日本商品先物振興協会)	81
12. 第2回研究会資料(抜粋)	87
13. 「米国におけるヘッジ取引の概要」(事務局説明資料)	98

「中小事業者等の商品市場利用に関する研究会」設置要綱

日本商品先物振興協会

1. 趣 旨

原油等原材料の価格変動リスクが、生産者や現物取扱業者の経営を圧迫している現状を踏まえ、それら当業者、特に中小企業が商品市場を利用して事業を円滑化する上での課題及び解決策の検討を行う。

2. 構 成

学識経験者、中小企業事業者団体、金融機関、商品取引会社（商品取引所会員）及び商品取引所から選任した委員 15 名程度で構成する。

また、関連する所管官庁がオブザーバーとして参加する。

3. 検討内容及びスケジュール

商品先物市場が中小事業者等から活用されていない要因を、事業者等からのヒアリング及び当委員会での検討を通じて、事業者サイド、市場サイドなど様々な角度から洗い出し、商品先物市場の活用促進策について提言する。

検討期間は平成 20 年 10 月から 12 月までを予定する。

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

（敬称略）

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	(株)東京工業品取引所 執行役
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 石油流通課課長
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

中小事業者の商品市場利用に関する研究会 開催状況

第 1 回 平成 20 年 10 月 31 日（金）14 時～16 時

議 題 中小事業者の商品市場利用に向けた課題整理

第 2 回 平成 20 年 12 月 2 日（火）14 時～16 時

議 題 中小事業者の商品市場利用に向けた課題と今後の対応について

第 3 回 平成 20 年 12 月 24 日（水）14 時～16 時

議 題 研究会とりまとめ（案）について

中小事業者等の商品市場利用 に関する研究会

【第1回資料】

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

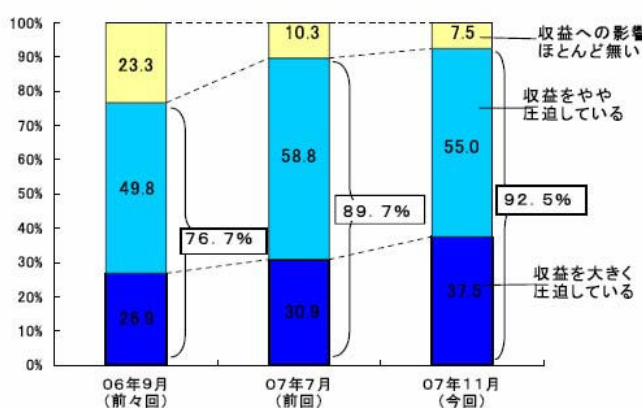


資源価格の高騰が中小事業者に与えている影響

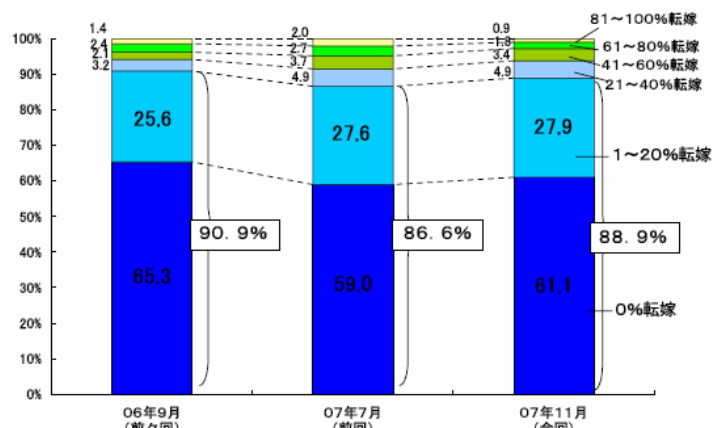
- ✓原油・石油製品価格の上昇による収益への影響は今年の夏より更に拡大し、収益を圧迫している企業の割合は9割を超える。
- ✓価格転嫁が困難な企業の割合は、今年の夏より若干上昇し、約9割に上る。

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

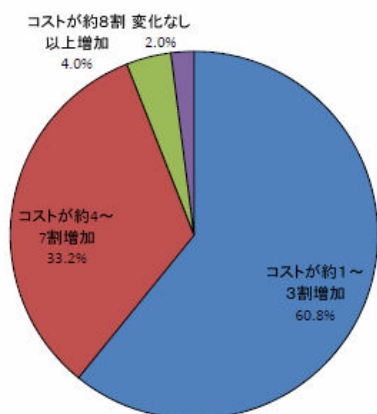


（出所）経済産業省＝中小企業庁「原油価格上昇の我が国産業への影響に関する調査結果」（2007年11月）より

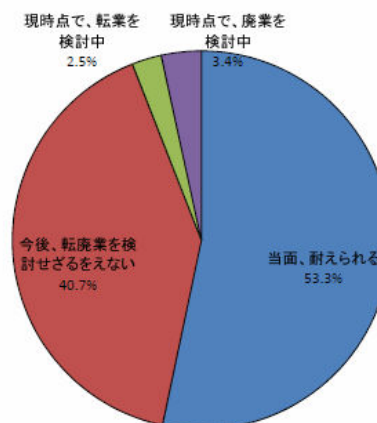
資源価格の高騰が中小事業者に与えている影響 2

- ✓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

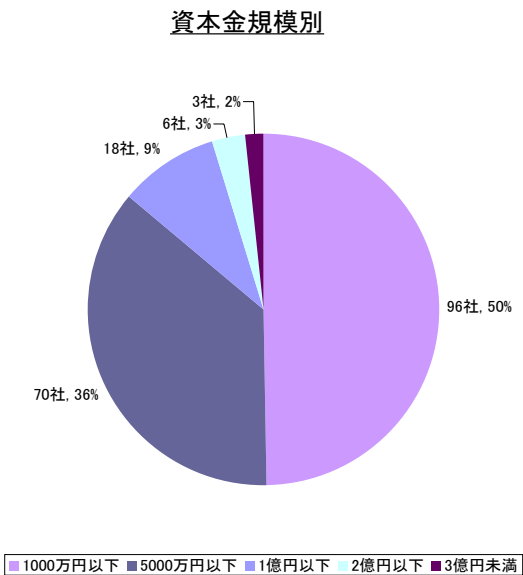


（出所）全国商工会連合会「原油・原材料価格の高騰に関する中小企業緊急調査」（2008年8月）より

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（中小企業数は約150万社）。



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%

中部大阪

2007年中	①年間売高	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%

東穀取

2007年中	①年間売高	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%
どうもろこし	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%

関西

2007年中	①年間売高	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%
どうもろこし	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%

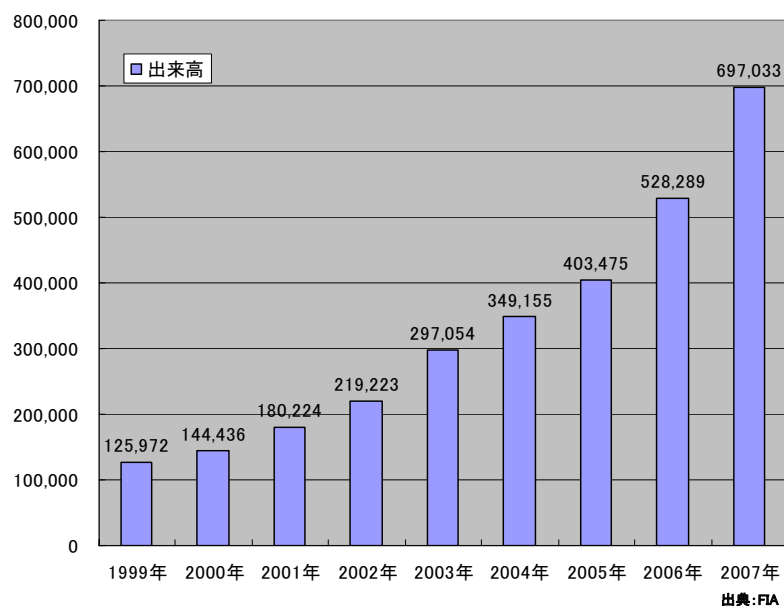
（出所）商品取引所連絡会集計データ（同公式Webサイト）及び日本商品先物振興協会実施アンケート調査（未公表）より

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。

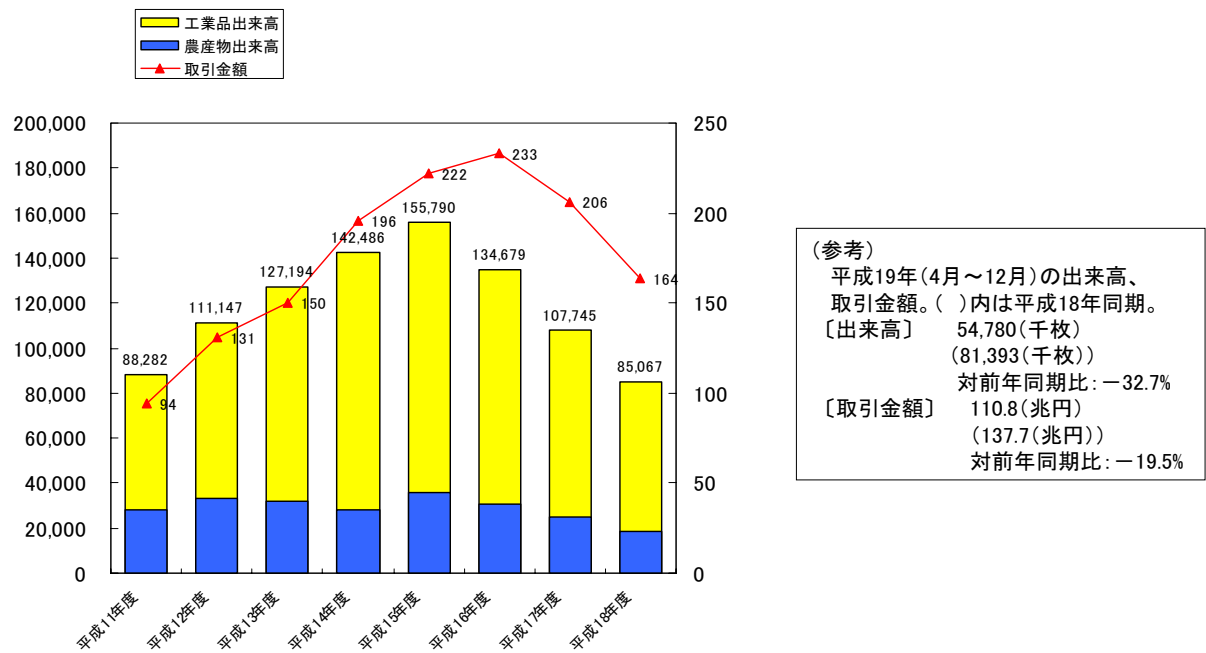
(出所) 経済産業省産業構造審議会商品取引所分科会 (2008年3月27日開催) 資料より



(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。



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。

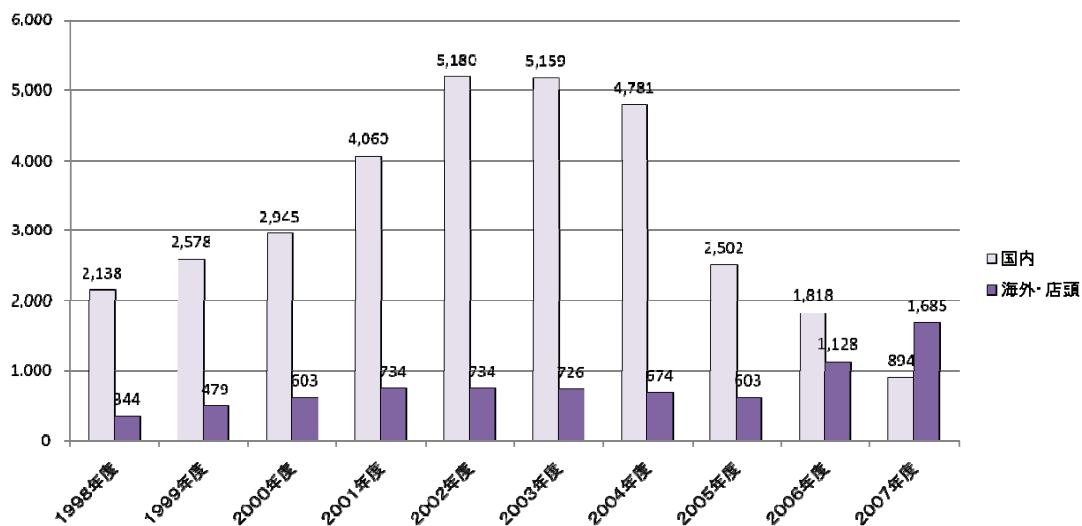
		8年度	9年度	10年度	11年度	12年度	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
出来高 (千枚)	先物	72,711	72,233	74,974	88,282	111,147	127,194	142,486	155,790	134,679	107,745	85,067	71,071
	オプション	570	513	504	363	262	92	49	45	110	58	34	+0
預り証拠金額 (百万円)		505,495	450,105	434,232	433,733	429,924	485,417	495,666	510,057	480,127	472,409	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合会調べ、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。



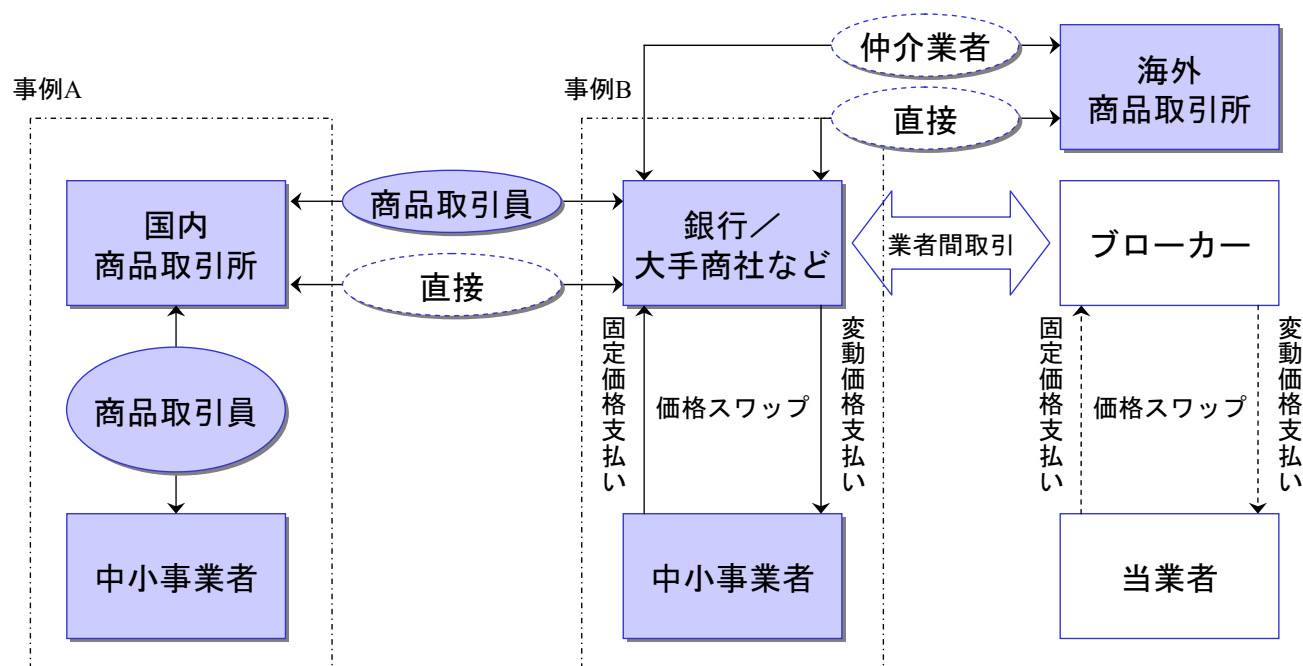
国民生活センター調べ。平成20年5月15日現在。

(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

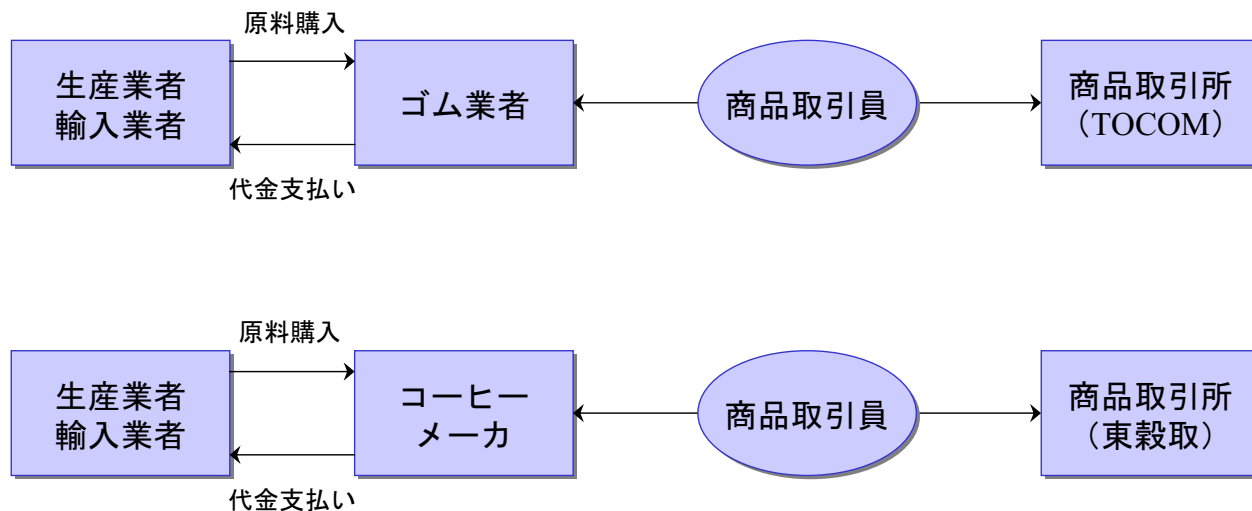
商品デリバティブ取引の利用形態

✓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

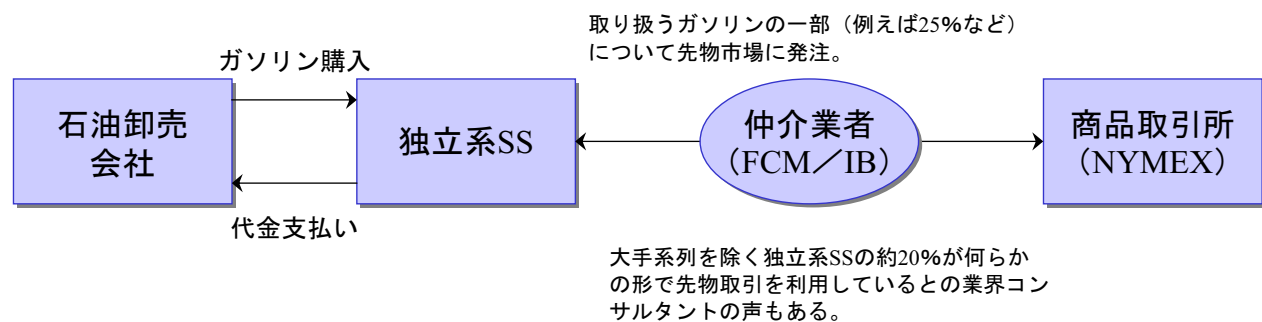
✓ゴム業者やコーヒーメーカーの中には商品取引員を通じて取引所取引を行い、仕入れ価格や在庫価格のヘッジを行っている業者が存在する。



(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）

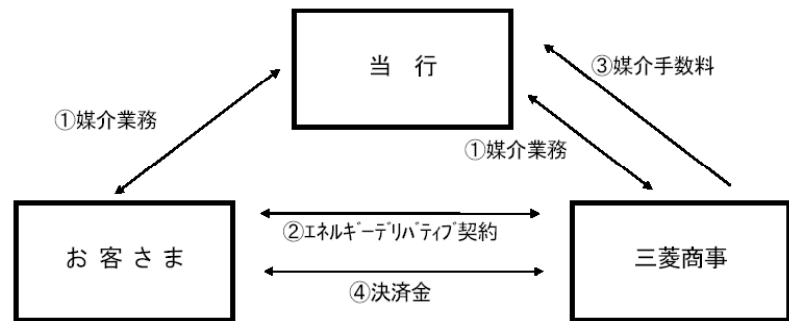
✓アメリカではSSが仲介業者を利用して取引所取引を行い、調達価格のヘッジを行っている事例が見られる。



（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）

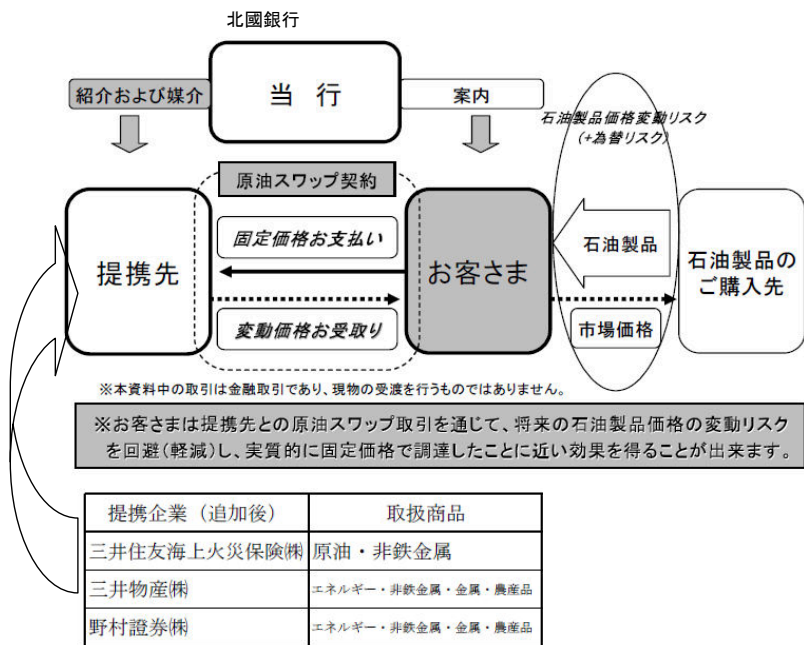
取引種類	円建てスワップ取引（※）
価格指標	JCC（※）
取引期間	5年
取引数量	3ヵ月毎125キロリットルを5年間（合計2500キロリットル）
取引開始	平成18年11月1日

※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、三菱交通株式会社を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箇月の終値(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



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

TOCOM

(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

TOCOM

(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

TOCOW

TOCOM

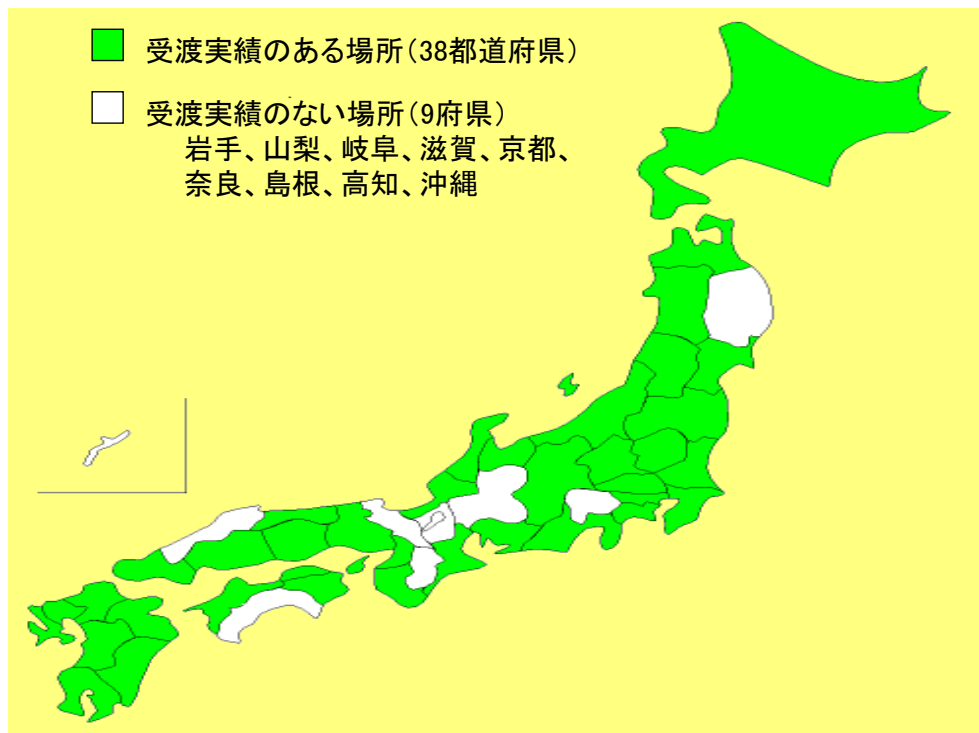
TOCOM

3. 取り組みの成果と実績

TOCOM

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

TOCOM

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)。				
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

TOCOM

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

TOCOM

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。

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

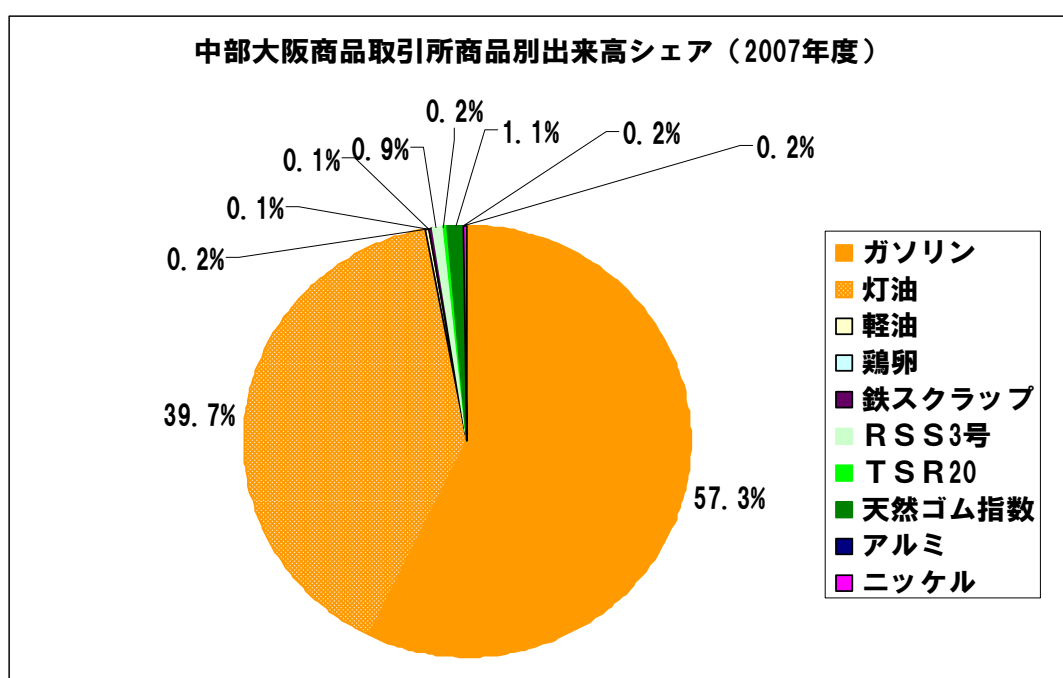
2008年10月24日

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

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

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



当資料に記載の内容・データ等は、現在入手している情報による判断及び仮定に基づいており、リスクや不確実性を含んでおり、必ずしもその内容の正確性を担保するものではありません。将来における実際の数値・動向は、今後のさまざまな要因により、大きく異なる結果となる可能性があります。

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、「当所での仕入れ、販売」を分かり易くイメージできるように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。

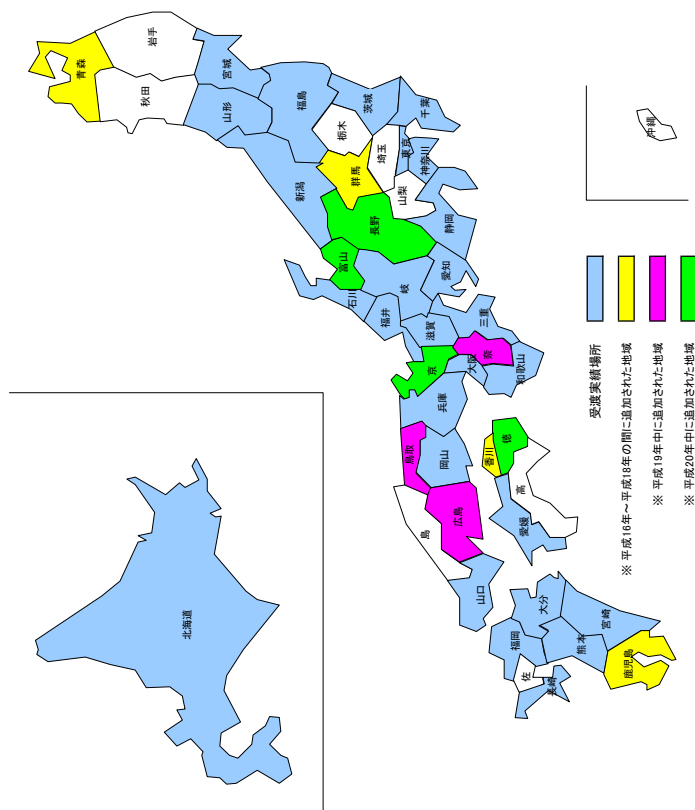
＜作戦その8＞ 石油市場の納会日の変更

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。

平成20年11月現在（平成20年11月限の受渡分含む）

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）



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
中部	56,720	92,840	119,620	145,800	146,320	155,390
近畿	1,420	1,760	4,260	4,720	7,080	3,190
中国	12,000	9,800	17,200	26,600	46,940	65,080
四国	3,740	3,900	8,500	7,420	11,160	10,750
九州	0	0	0	0	60	0
沖縄	14,880	15,500	17,740	13,920	8,820	8,340
合 計	109,800	154,680	200,180	213,980	233,060	252,630

単位：kl

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
中部	116,280	143,940	180,180	140,440	178,320	202,820
近畿	4,100	560	1,000	2,500	1,260	1,730
中国	7,600	2,800	4,300	21,600	23,720	42,740
四国	2,220	3,120	3,060	1,960	2,500	2,530
九州	0	0	0	0	0	0
沖縄	13,880	5,040	5,560	6,980	3,580	2,360
合 計	149,160	157,740	197,080	181,520	213,440	256,400

単位：kl

※ 平成19年5月限から受渡単位を10klに変更（平成19年5月限まで20kl）

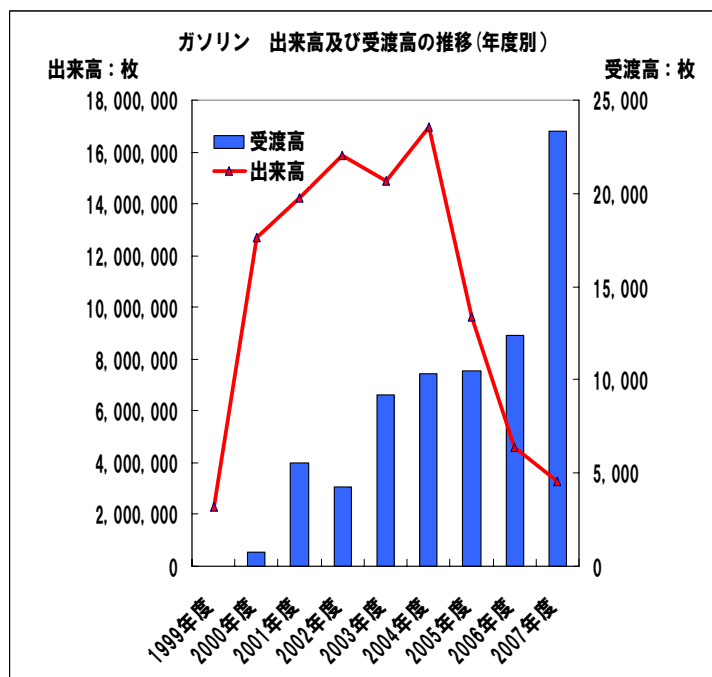
※ 平成19年5月限から受渡単位を10klに変更（平成19年5月限まで20kl）

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 （kl）
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

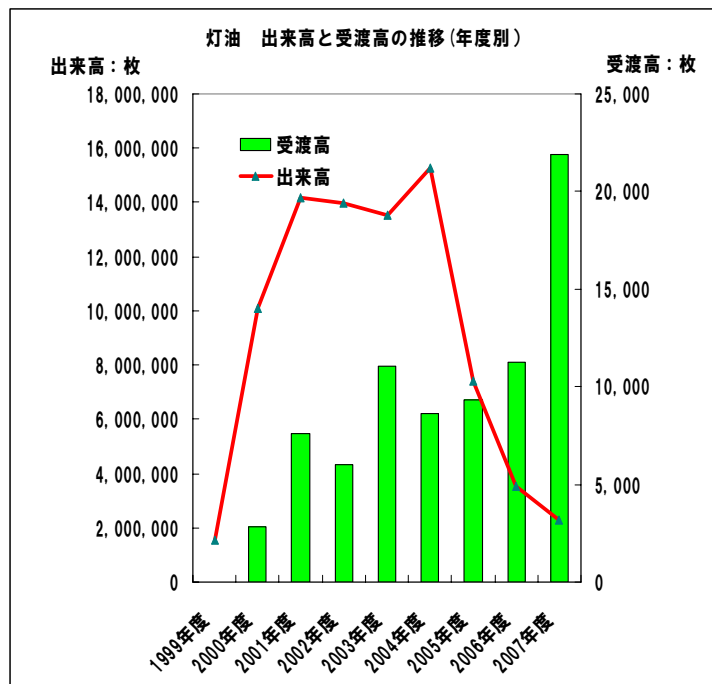


4. 石油商品別出来高と受渡高の推移(年度別)②(灯油)

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

年度	出来高	受渡高 (枚)	受渡高 (kl)
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月限り
取引単位及び受渡単位
が20klから10klへ変更

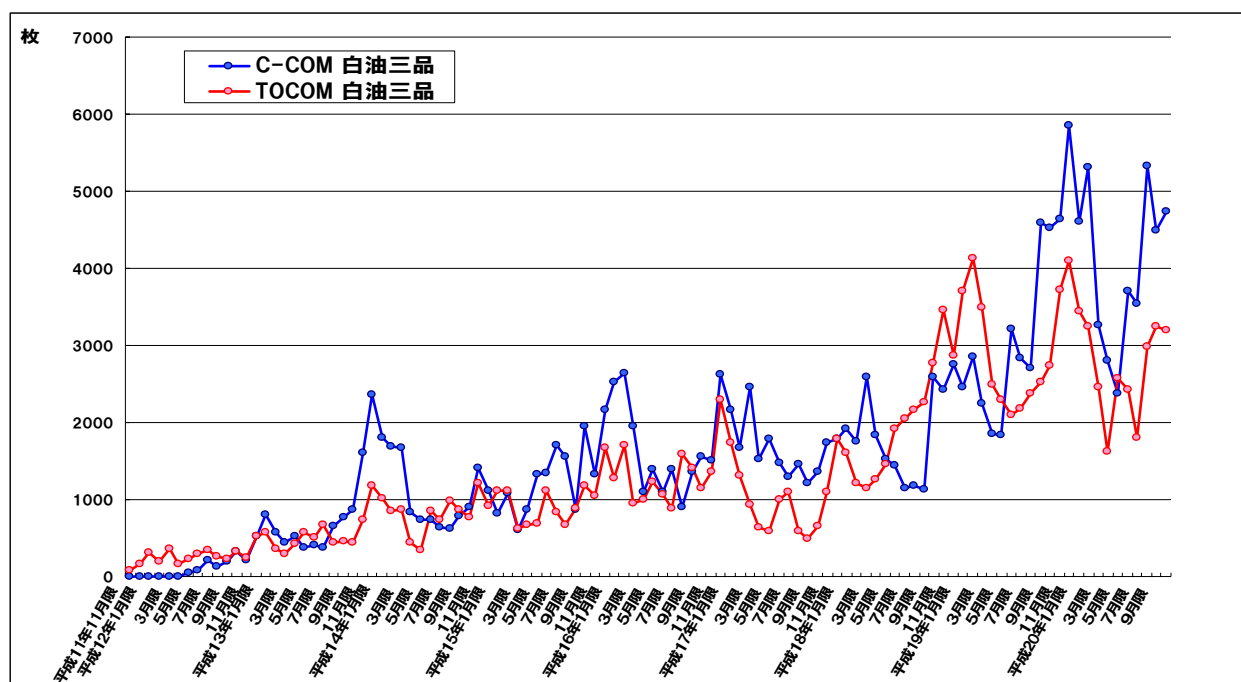


com 中部大阪商品取引所
CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

当資料に記載の内容・データ類等は、現在入手している情報による判断及び仮定に基づいており、リスクや不確実性を含んでおり、必ずしもその内容の正確性を担保するものではありません。将来における実際の数値・動向は、今後のさまざまな要因により、大きく異なる結果となる可能性があります。

5. 国内石油製品市場の受渡高推移

CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE



com 中部大阪商品取引所
CENTRAL JAPAN COMMODITY EXCHANGE

当資料に記載の内容・データ類等は、現在入手している情報による判断及び仮定に基づいており、リスクや不確実性を含んでおり、必ずしもその内容の正確性を担保するものではありません。将来における実際の数値・動向は、今後のさまざまな要因により、大きく異なる結果となる可能性があります。

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

2. 信頼性の確保・向上に係る取組

参考 1 市場参加者の状況

参考 2 「Rule」リーフレット

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「フューチャーズレポート」)。
- ・ 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、取引実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%)		
会員自己取引 (40.7%)		委託取引 (59.3%)	
市場会員 (19.5%)	受託会員 (21.3%)	個人 (44.5%)	法人等 (14.8%)
		対面 (30.4%)	電子 (14.1%)

(市場会員か受託会員か)

(会員自己か委託取引か)

(法人等は委託取引の25%)

(個人委託者の内訳)

参考2

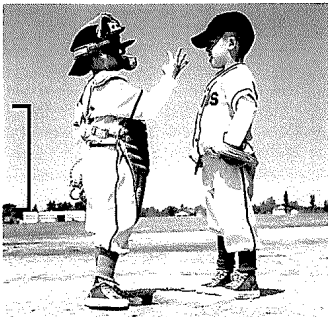


ルール Rule

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
 - 余裕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。

[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)

苦情相談は 日本商品先物取引協会
(日商協) 相談センター
TEL 03-3664-6243 〒103-0016 東京都中央区日本橋小町8-8 (日商協ビル)

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

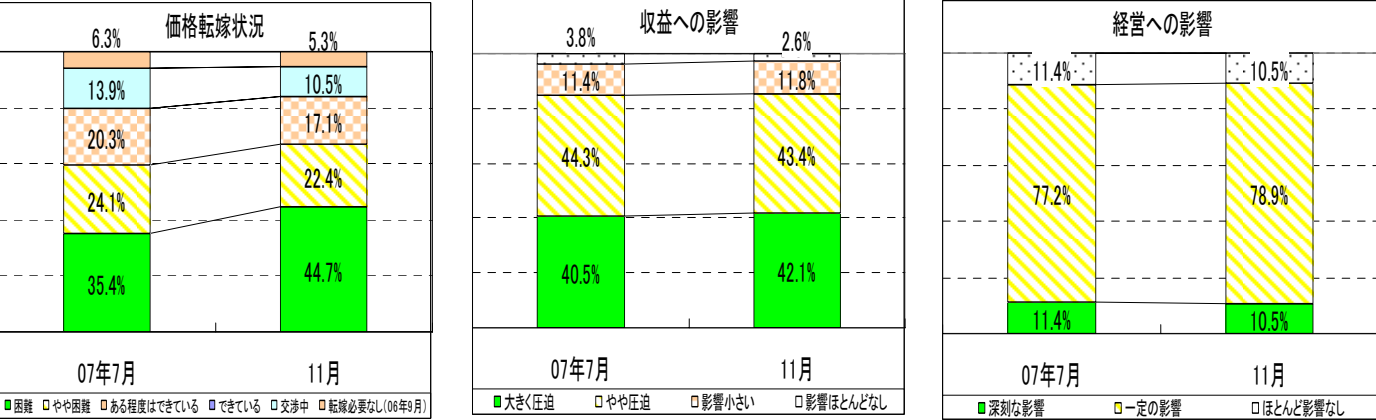
- ・ 最近の原油価格の急騰は、需給要因というよりはサブプライム問題に端を発した金融不安から、マネーが商品マーケットに移行した結果であり、実体経済からあまりにも大きく乖離し過ぎていると言わざるを得ない。事実、我々の主原料の出発原料であるベンゼン、キシレン等の基礎化学品価格は、原油上昇程には上がっておらず、原油価格上昇の

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」:1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)

※()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

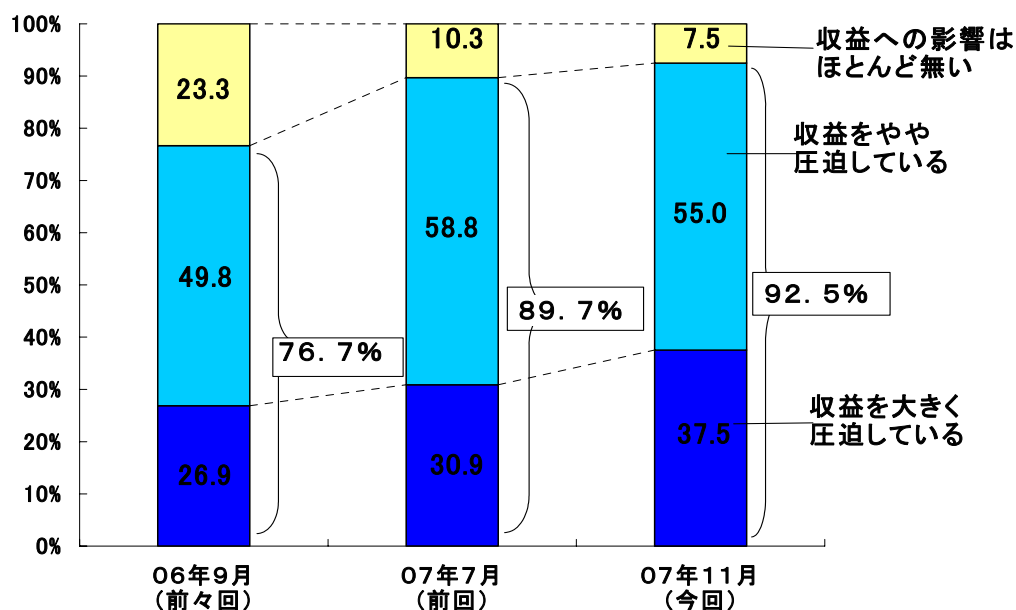
(1) 原油・石油製品の価格上昇が与える影響について

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

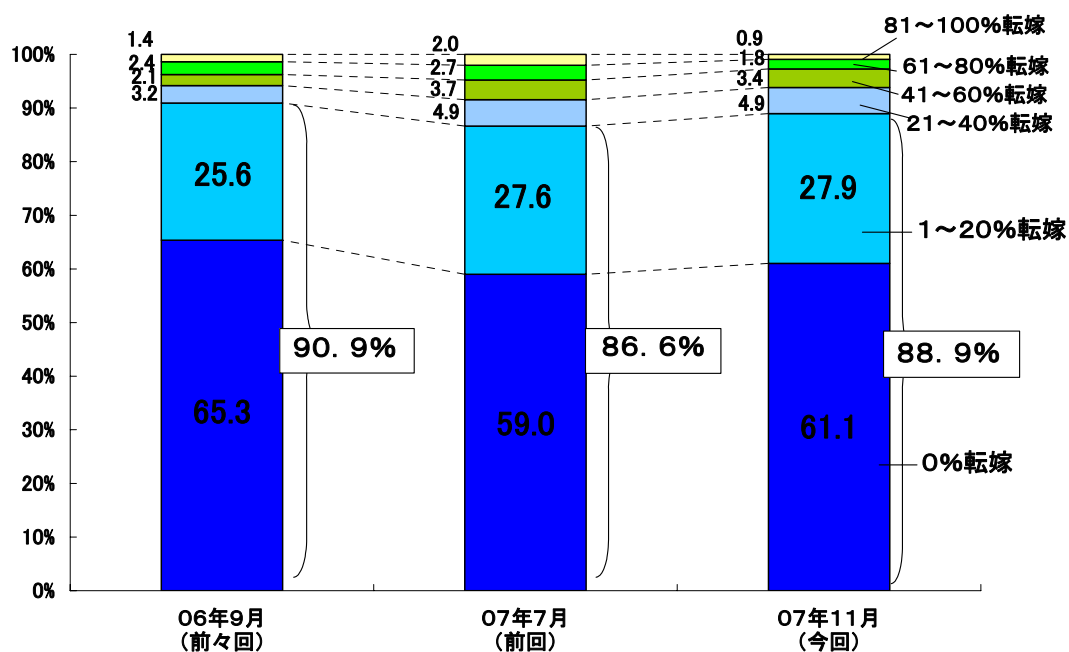
- 原油・石油製品の価格上昇によって収益に影響があるとした企業の割合は、今年夏の前回調査の9割弱（89.7%）から拡大し、92.5%にまで上った。



- 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

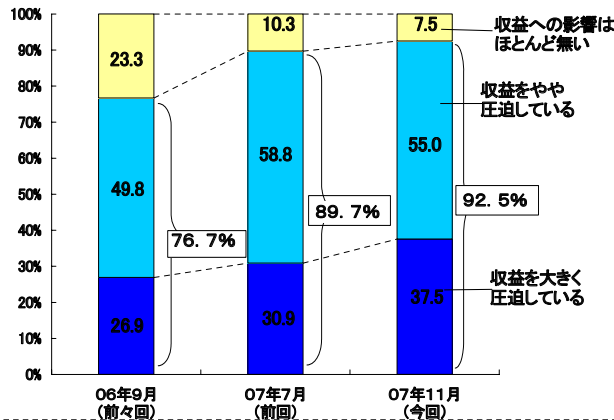
(平成19年11月27日公表)

～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～

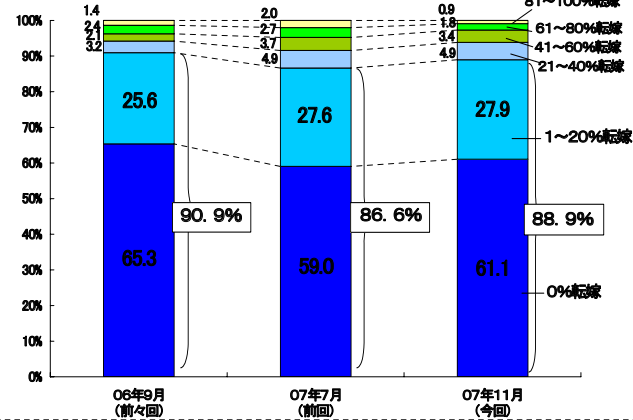
原油価格の上昇により収益を圧迫されている企業は9割を超える。

- ー 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。
- ー 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。
- ー 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

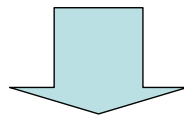
- ・ 全国943箇所に特別相談窓口を設置
(平成17年9月～平成19年10月末の累計相談件数:6,064件)

○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

問い合わせ先：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

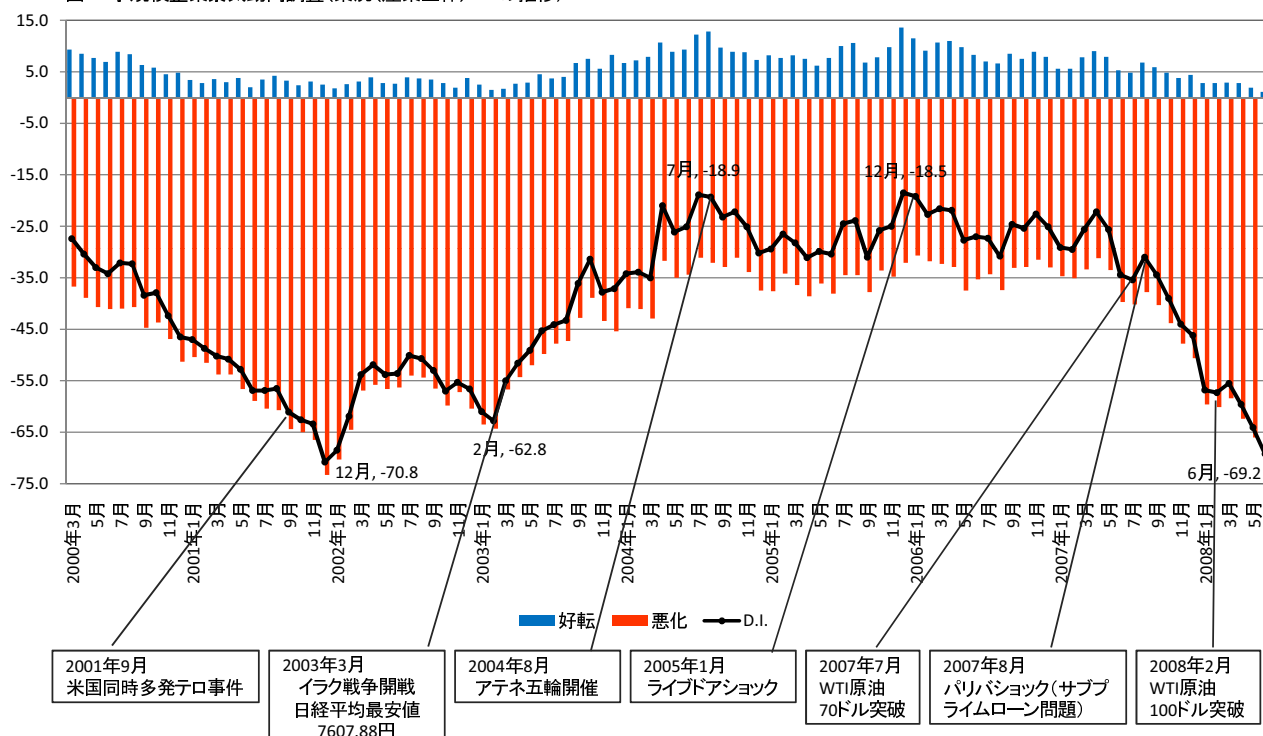
商工会は、商工会法に基づき、「その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、あわせて社会一般の福祉の増進に資すること」(商工会法第3条)を目的とした、地区内の商工業者により自主的に組織された法人。全国の市町村に1,905の商工会があり、約100万の会員事業者を有する。

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＞

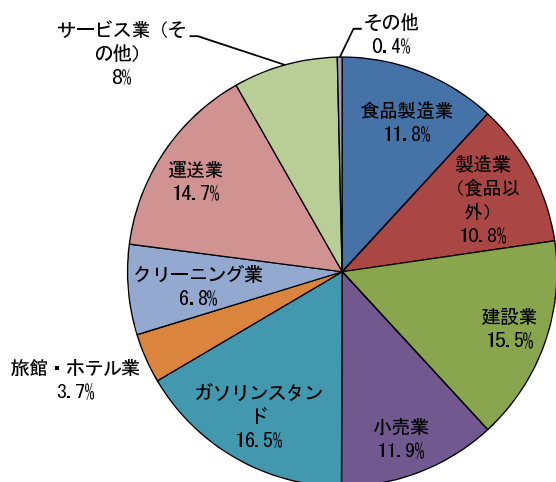
- 原油・原材料価格の高騰により、98.0%の企業でコストが増加
- コスト上昇分の価格転嫁については、45.0%の企業で価格転嫁は困難と回答
- 収益への影響は、「前年比4割以上減」(31.4%)、「前年比2～3割減」(53.3%)
- 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響については、「当面耐えられる」(53.3%)、「今後、転廃業を検討せざるを得ない」(40.7%)、「現時点で転業を検討」(2.5%)、「現時点で廃業を検討」(3.4%)
- 政府への要望については、「ガソリン・燃料価格への補てん措置」、「揮発油税、軽油引取税の減税」、「原材料価格に対する補てん措置」、「緊急融資」、「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

3

3. 調査対象

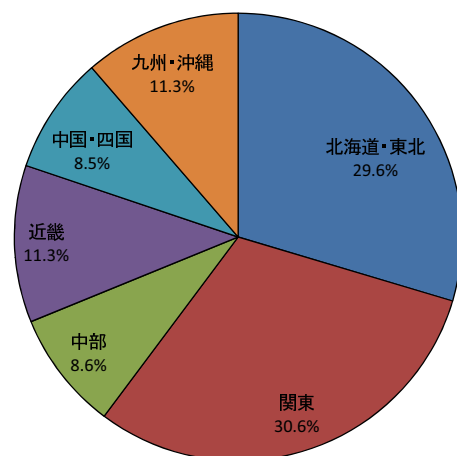
- ・調査期間：平成20年7月8日～14日
- ・調査対象企業数：商工会員1,604企業
- ・実施方法：全国の412商工会の経営指導員による企業への聞き取り調査

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

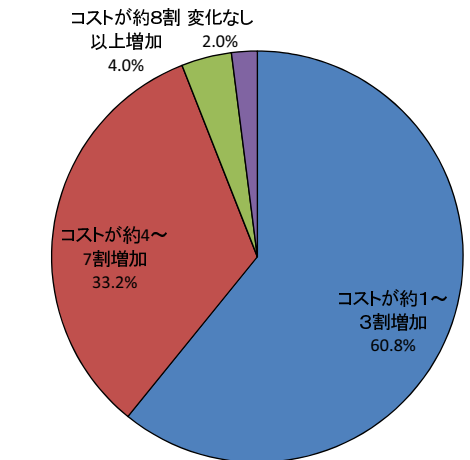
4

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。

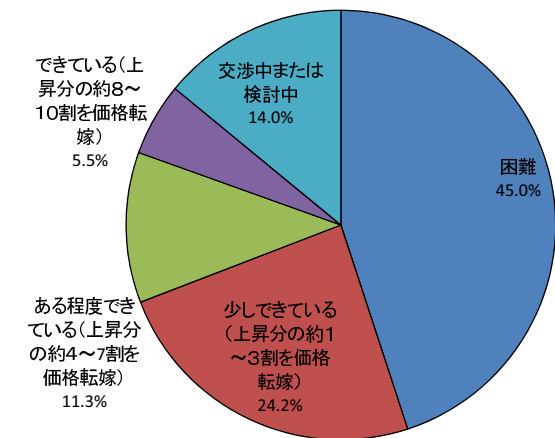
・コスト上昇分の価格転嫁については、45%の企業が困難と回答。価格転嫁できた場合でも、価格上昇による消費者の買い控えで売上の減少、返品が増加等の影響が出ている。

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

5

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、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＞

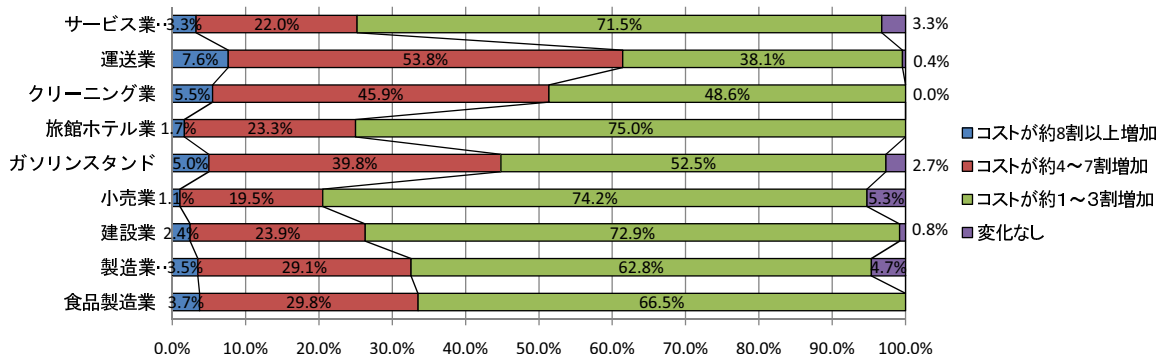
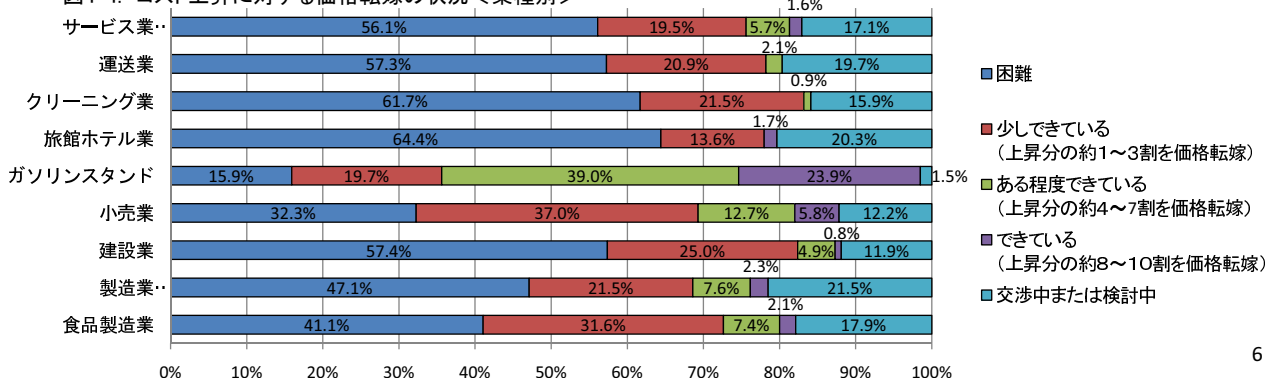


図4-4. コスト上昇に対する価格転嫁の状況＜業種別＞

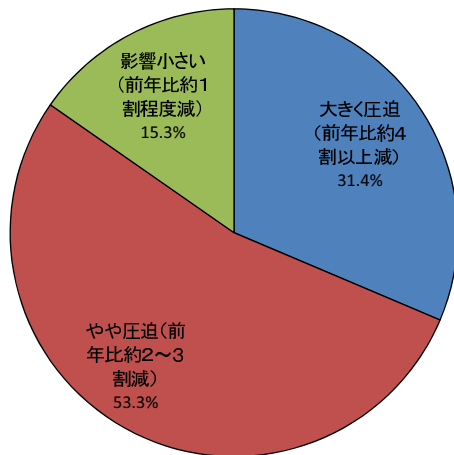


6

5-1. 原油・原材料価格高騰の中小企業経営への影響

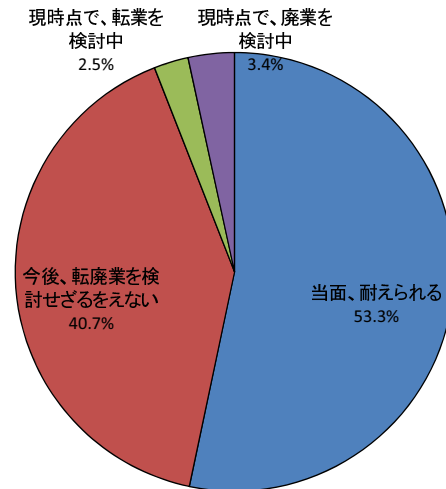
・収益が4割以上減少している企業は、約3分の1と高水準。全体で約85%の企業が前年比で収益減少と回答。
・「当面、耐えられる」との回答企業であっても、耐えざるを得ないのが実情。経営者の個人債務保証、自宅担保の債務を抱えているため廃業したくてもできないとの声があった。

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

7

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)

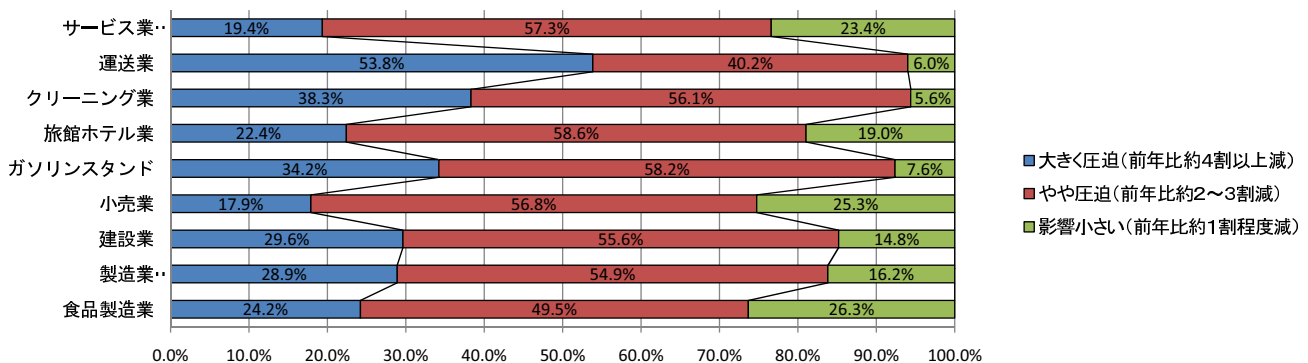
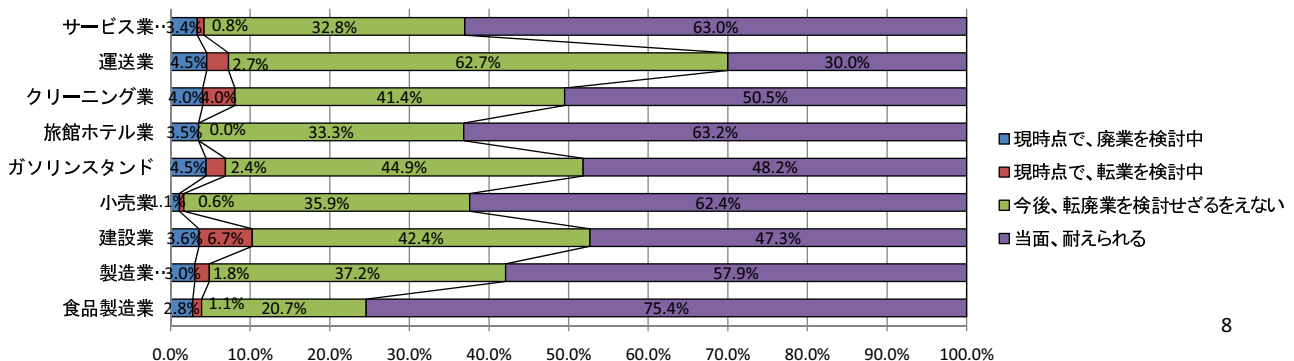


図5-3. 原油・原材料高が長期化した場合の経営への影響



8

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

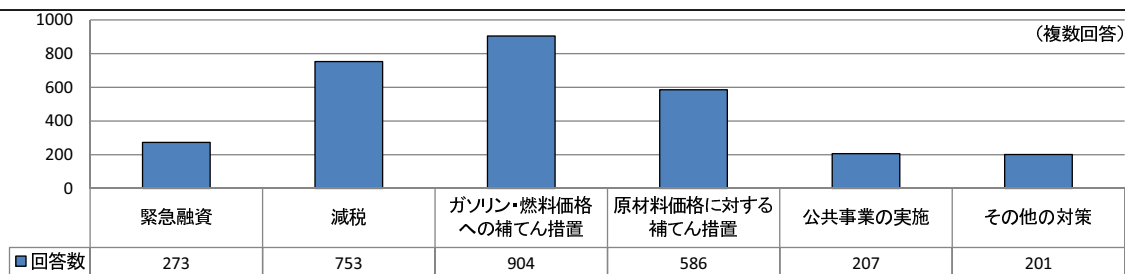
ガソリン代、仕入コストの上昇のほか、取引先の業況悪化に伴い、掛け売りの増加や支払いの遅延等が発生しており、運転資金が不足している。運転資金対策として、①長期、低金利(できれば無利息)、無担保・無保証の経営安定化緊急融資、②保証協会の緊急特別保証、③既存債務の返済条件の緩和及び利子補給制度の実施を求める。

(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。



9

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ギリギリなので、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、消費者からのしつぺ返しを食らい、商品が売れなくなり、返品の手です(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)

◆我慢せざるを得ないが現状。金属を加工するには油を使用し、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)

11

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きている(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。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急いで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、落れ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(宮崎県 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)

12

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	受け(購入)	1200 枚	取引総量の 約 1.5%	
部石油	渡し(販売)	1200 枚	約 1.5%	
東京石油・中	受け(購入)	20 枚	取引総量の 約 66.7%	(2007 年)
部石油	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</u>	<u>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</u>	<u>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】

東京コーヒー 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。(東京コーヒ-)
- ・ 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。(東京コーヒ-)

【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。(東京コーヒ-)
- ・ 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。(東京コーヒ-)
- ・ 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。 (東京コーヒー)

(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。

当業的利用アンケート 中間集計

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
同アンケートの回答があった社

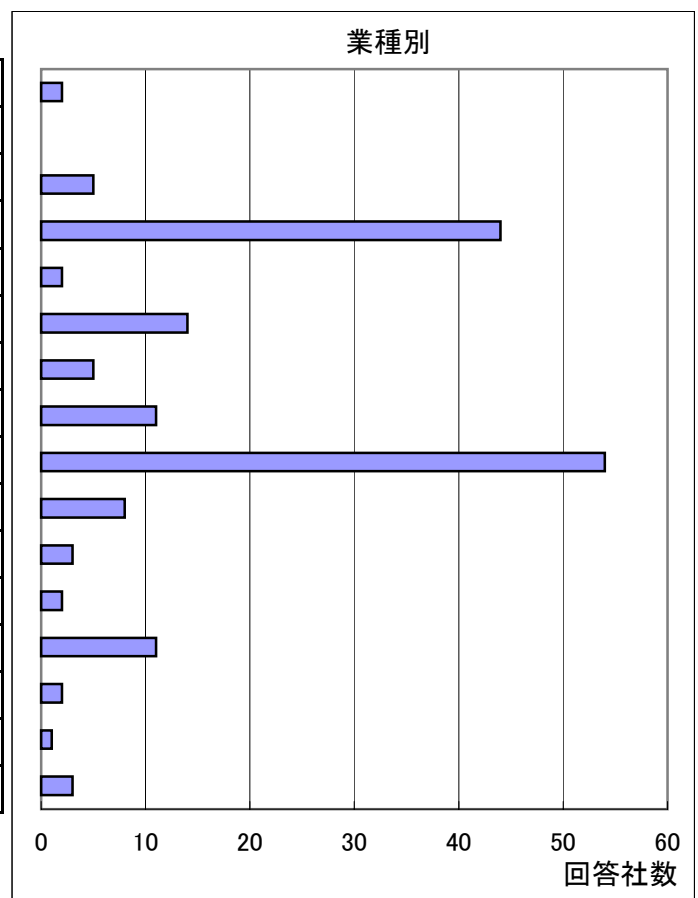
330 社

167 社

プロフィール情報

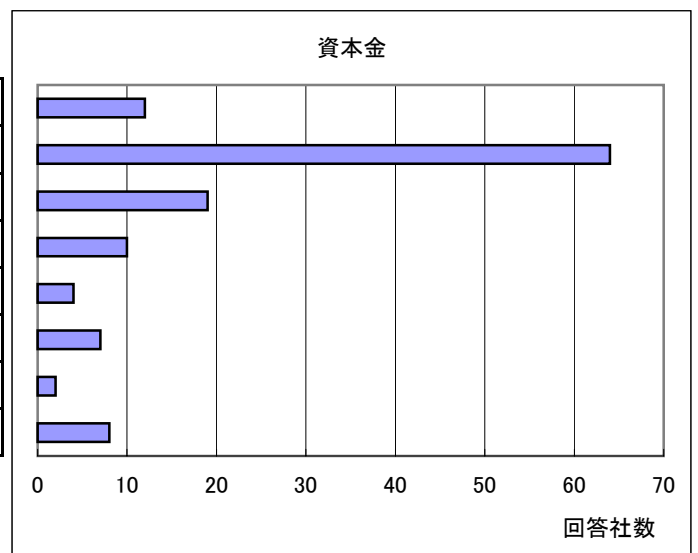
(1) 業種 割合(%)

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	



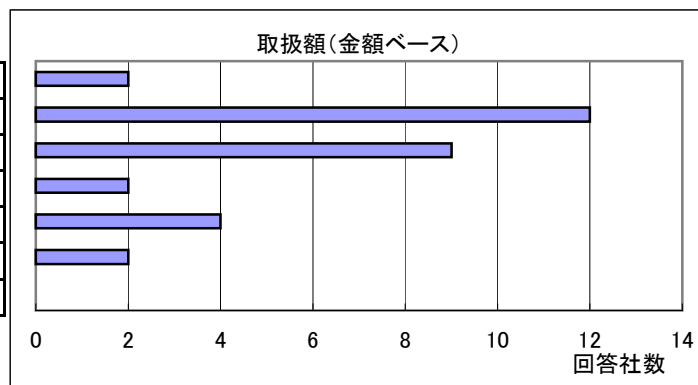
(2) 資本金 割合(%)

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	

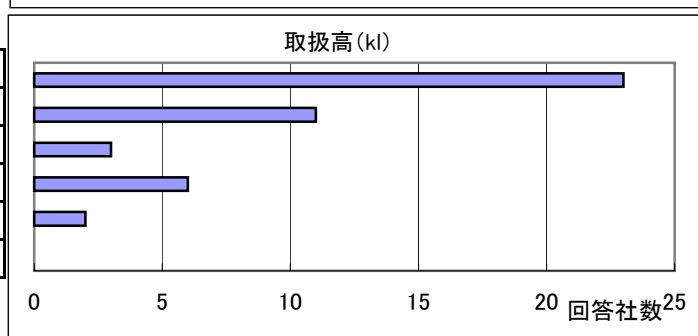


(3) 上場商品に係る現物取扱高

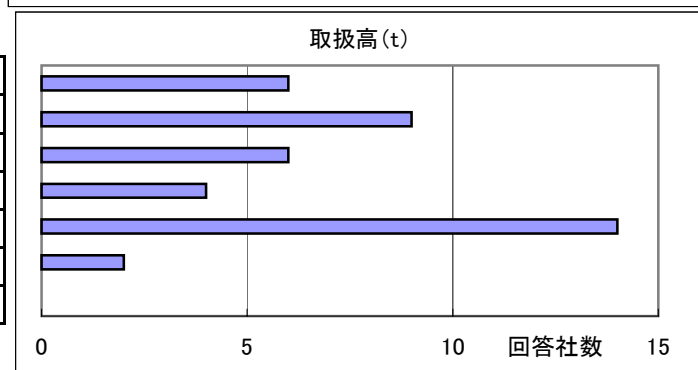
① 金額ベース	割合(%)	
1億円未満	2 社	6.5%
1億円～10億円未満	12 社	38.7%
10億円～50億円未満	9 社	29.0%
50億円～100億円未満	2 社	6.5%
100億円～500億円未満	4 社	12.9%
500億円～1,000億円未満	2 社	6.5%
1,000億円以上	0 社	0.0%
回答合計	31 社	



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	

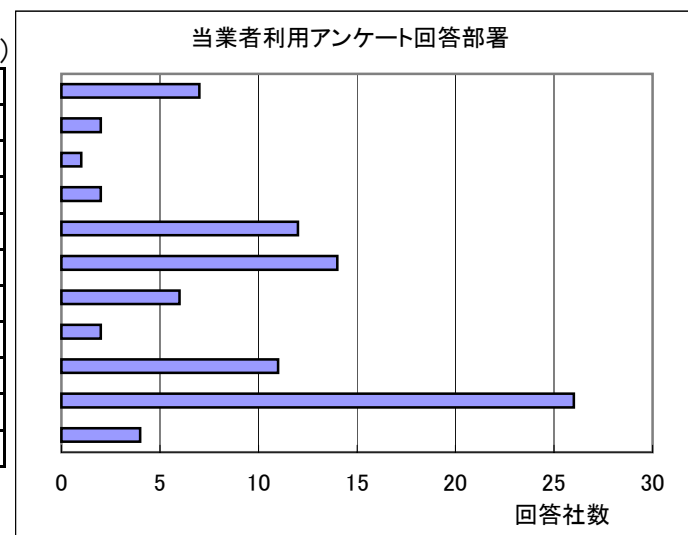


②-2 取扱高ベース(t)	割合(%)	
1000トン未満	6 社	14.6%
1000トン～1万トン未満	9 社	22.0%
1万トン～5万トン未満	6 社	14.6%
5万トン～10万トン未満	4 社	9.8%
10万トン～50万トン未満	14 社	34.1%
50万トン～100万トン未満	2 社	4.9%
100万トン以上	0 社	0.0%
回答合計	41 社	



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

36 社

具体的な銘柄

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
--------	---

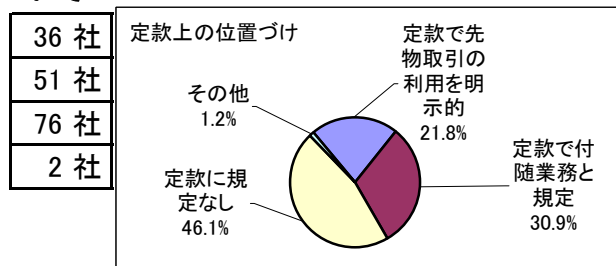
ニッケル	2
------	---

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



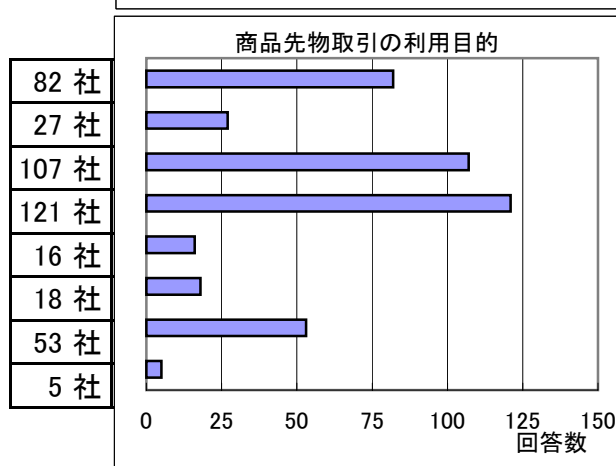
Q3 商品先物取引の利用目的について(複数回答可)

- 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



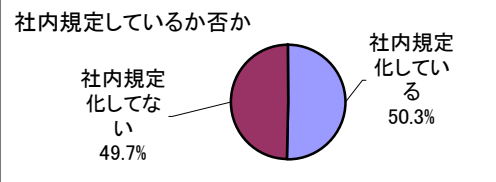
109 社
24 社
8 社

ヘッジ取引のノウハウ(ヘッジ手法)の概略について

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

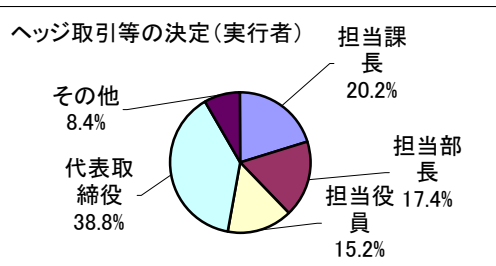


Q5 実際のヘッジ取引等の決定(実行者)は誰が行うか。

- 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

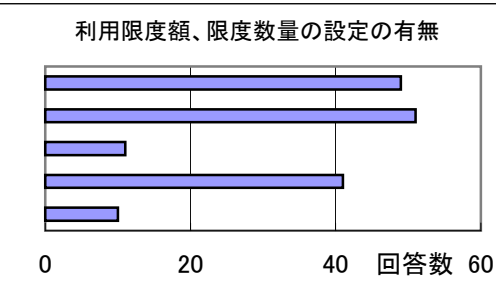


Q6 商品先物取引の利用限度額、限度数量等を設定しているか否か。

- 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

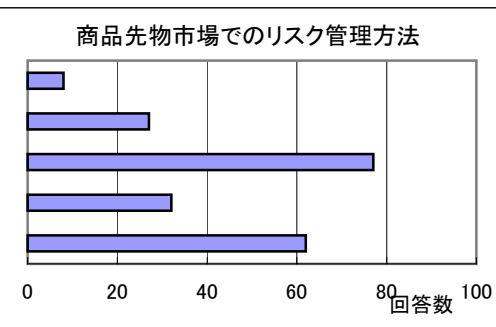


Q7 商品先物市場の利用に係るリスク管理方法について

- 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

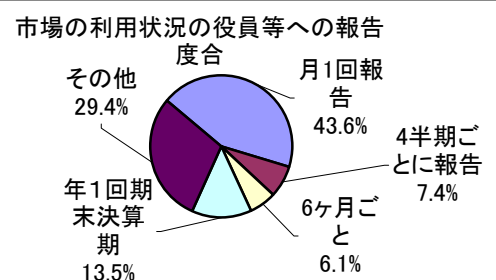
62 社
32 社
77 社
27 社
8 社



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

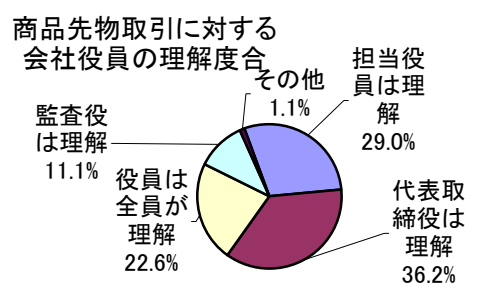
71 社
12 社
10 社
22 社
48 社



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

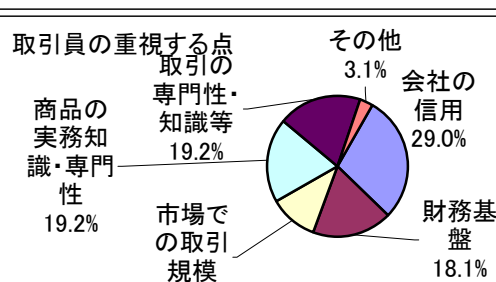


Q10 取引相手となる商品取引員の重視する点（複数回答可）

- 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）

中小事業者等の商品市場利用 に関する研究会（第2回）

【事務局説明資料】

2008年12月2日

中小事業者等の声

商品価格乱高下の影響と業界特性 1

SS業界

- ✚ 石油製品価格が高騰する中、値引き競争が激化し、倒産・廃業する業者が増加している。
- ✚ 卸売価格に指標連動制が導入され、小売価格差が拡大していることも、値引き競争を加速させているように思われる。また指標に対する馴染みの薄い経営者の間で混乱が見られる。

水産業界

- ✚ 燃料費が増加する一方で漁獲高が伸び悩んでおり、黒字経営を続けられる者は少ない。
- ✚ 一斉休漁によるアピール、輪番制休漁による燃料費抑制といった対策をとっている。
- ✚ 燃料費が高騰しても、水産物の販売価格にはほとんど反映することができない。

タクシー業界

- ✚ 事業者数が多く、過当競争による廃業事例も見られる。
- ✚ 経費に占める割合は人件費がもっとも高いが、給与水準自体が低いため、燃料費の増加を人件費の削減でカバーすることは難しい。また車両整備など安全確保にかかる費用も削減することができない。
- ✚ 運賃が認可制であるため、弾力的に運賃への価格転嫁ができない。

商品価格乱高下の影響と業界特性 2

クリーニング業界

- ✚ 利用の落ち込みから経営環境が厳しいのは事実だが、石油製品である溶剤やボイラー燃料の購入費用の経費全体に占める割合が低いため、石油価格の高騰によって各業者が大打撃を受けるには至っていない。
- ✚ 燃料・溶剤の1回あたりの仕入は小さな単位で行われる。

ゴム業界

- ✚ 原料高の影響で業績に翳りが見られる。これまで生産量が増加していたので何とかやって来たが、今後への不安が大きい。
- ✚ 中小事業者は仕入、納入の場面では共に、価格決定力が弱い。

プラスチック業界

- ✚ 合成樹脂の需要が堅調であった上、原油価格が度々高騰したため、幾度も原料費の値上げがあり、経営を圧迫している。
- ✚ 合成樹脂メーカー（仕入れ先）、製造メーカー（販売先）の価格決定力が強く、下請けである中小事業者に価格転嫁される傾向がある。

食品業界（味噌）

- ✚ ほぼ全ての業者が零細企業であり、業界トップ企業でも300人規模である。そのため各業者における仕入れも小さな単位で行われる。
- ✚ 18年ぶりに商品の価格改定を行ったが、大手小売の発言力が強いいため時間を要した。

中小事業者のヘッジ取引への認識・背景 1

SS業界

- ✚ 例えば「TOCOM」という語句にさえ初めて耳にする者が多い、というレベルでの知識不足がある。
- ✚ 明日倒産するかもしれないという経営環境の中、零細事業者の経営者には経営リスクのヘッジを検討するだけの時間的、精神的余裕が無い。

水産業界

- ✚ 系統組織において共同購入を行っており、全漁連ではヘッジ取引を実施している。また実現には至っていないが、一部の大規模な県漁連はヘッジ取引に対する関心がある。
- ✚ 地方の漁業者にはデリバティブ取引を得体が知れない、あるいは怖いとして敬遠する傾向がある。

タクシー業界

- ✚ デリバティブの存在自体を知らない者が多いと思われる。
- ✚ 損失の可能性やヘッジコストの負担に対する抵抗感が大きいと思われる。

中小事業者のヘッジ取引への認識・背景 2

クリーニング業界

- ✚ 各事業者は特段の対策行動を取っていない。デリバティブ取引については、負担するリスクに見合わないと思われる。
- ✚ 各事業者は仕入れ価格の安定よりも、安定供給を受けること、キャッシュフローが継続することを重視する傾向が強い。
- ✚ 「先物」という用語からは投機や悪徳商法が連想される。

ゴム業界

- ✚ デリバティブ、スワップなどの用語に対する馴染みがない。
- ✚ 多くの経営者は知識不足のため、提案内容を検討することさえ難しいであろう。

プラスチック業界

- ✚ 中小製造業者の関心対象は、ヘッジ手法よりも製品の品質、受注など事業の本流(ものづくり)に関することにある。
- ✚ 保守的な考え方の経営者が多く、本業外のことにあまり耳を貸したがない。

食品業界（味噌）

- ✚ ヘッジ取引の意義を理解できても、損失を出すことに恐怖感がある。
- ✚ 仕入れ価格に対する戦略よりも、製品の品質を維持・向上することに心血を注ぎたいと考えるのが一般的な事業者の気質である。

ヘッジ取引活用に当たっての課題 1

SS業界

- ✚ 系列間の取引が中心で、現物取引の二次流通（業転）市場が発達しておらず、仕入れ価格差を甘んじて受け入れているケースが多い。
- ✚ 大半が個人経営の零細企業で取扱量も月間100KL程度である。デリバティブ取引を検討する規模（例えば数十店舗を展開）の業者は全国でも数十社程度である。

水産業界

- ✚ 全漁連を頂点とした大規模な燃料共同購入システムが構築されている（全漁連の供給量は、漁船燃料全体の4割程度と推測される）。
- ✚ 小規模な県漁連や漁協クラスでは単独でヘッジ取引を行うほどの規模を持たない。

タクシー業界

- ✚ 経営者は目先の経営課題に追われ、長期的視野に立った経営ができていない。
- ✚ 会員の8割以上が車両数30台以下の小規模事業者であるため、取引を企画・運営できる人材の確保が難しい。

ヘッジ取引活用に当たっての課題 2

クリーニング業界

- ✚ 地域外の燃料販売業者との繋がりがなく、馴染みの業者以外からの仕入れには消極的。
- ✚ 原料費が低い構造ゆえに、調達価格の安定化が重要課題になりづらい。
- ✚ 業界では共同購入に対するニーズが小さく、実行できる仕組みもない。

ゴム業界

- ✚ 中小事業者の活用事例を全く聞いたことがない。もっとも在庫をあまり持たないので、在庫価格に対するヘッジニーズについては関心が低いと思われる。
- ✚ 原料供給元および製品納入先がほぼ固定されており、取引相手の選択肢が少ない。

プラスチック業界

- ✚ 原料供給元が2～3社の大手企業に限られている上、業者間の原料転売マーケットが未発達である。
- ✚ デリバティブ取引の検討以前に、貸し渋りにより運転資金の工面に苦労している。

食品業界（味噌）

- ✚ かつては大豆の購入経路が限られていたため、共同購入も行われていたが、現在は各業者が商社から買い付けている。
- ✚ デリバティブ取引の内容を理解して、適切なリスク管理体制を取ることのできる業者は例外的。

ヘッジ取引に対する期待、要望 1

SS業界

- ✚ 零細企業の多くがデリバティブ取引を行うことは難しい為、供給業者サイドでリスクヘッジを行い、卸値の価格を安定させて欲しい。もちろん大手業者や一部の零細企業が個別に検討を行なうこと自体はあり得る為、中小・零細企業の経営者でも理解出来るような啓蒙は期待される。業界団体としても、業界のためになる提案があれば検討したい。
- ✚ 取引所取引を行うこと自体は経営リスクのヘッジ手段となる可能性もあるが、SS各社が有するタンクの規模が現物受渡しのロットより小さいことが多い他、商標権の問題も存在することから、こうした事項に対する改善が望まれる。

水産業界

- ✚ 取引による損失を限定する仕組みを作り、取引に伴うリスクを軽減して欲しい。
- ✚ 地域密着型のアドバイザー制度の普及が望まれる。

タクシー業界

- ✚ 長期的なメリットと共に取引に伴うリスク、デメリットも理解できるように説明して欲しい。
- ✚ 取引の影響(付随するコスト負担など)に関して十分な注意喚起をして欲しい。

ヘッジ取引に対する期待、要望 2

クリーニング業界

- ✚ 「先物」「デリバティブ」のような用語は表現方法を変えたり、日本語的な表現に統一したりするのがよいと思われる。

ゴム業界

- ✚ 合成化学メーカー等の大手業者が、中小事業者のリスクを肩代わりする形で価格ヘッジをしてもらいたい。

プラスチック業界

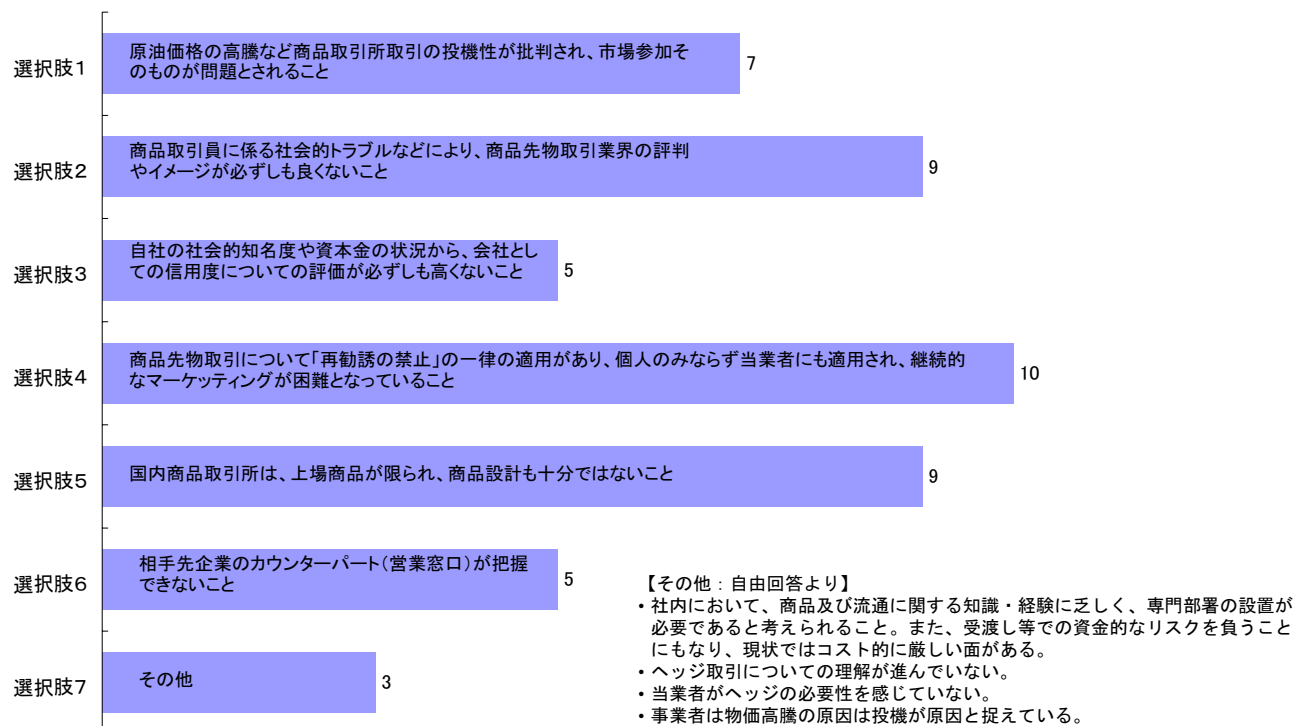
- ✚ 当業者よりも卸業者の方が、価格変動リスクをヘッジするニーズが高く、実際に受けるメリットも大きいであろうと思われる。

食品業界（味噌）

- ✚ 市場の値動きは実需を反映していない。投機マネーによる乱高下が発生しないシステムの整備が望まれる。
- ✚ 中小事業者側に取引を行う規模と体制がないため、取引所における利便性向上や関連制度の改善等については実感が沸かない。

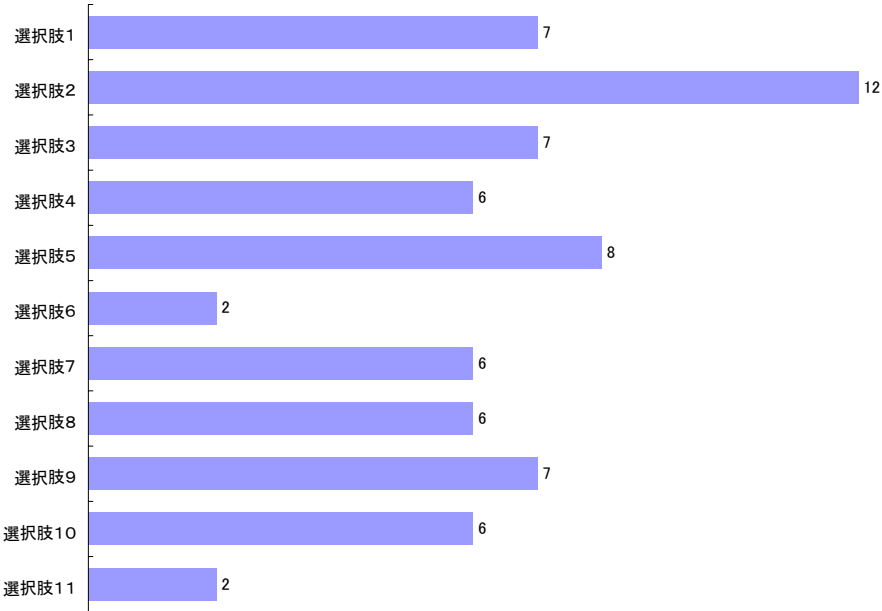
商品取引員の声

当業者に対するアプローチを行う上での障壁 1



(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

当業者に対するアプローチを行う上での障壁 2



1	当業者において、商品先物市場を利用したヘッジ手法が存在すること自体についての知識がない
2	当業者に商品先物取引やヘッジ取引についての知識があっても、実務的なレベルの知識・経験等専門性をもった社員がいない
3	店頭デリバティブ等包括的なリスク管理サービスの提供において、引受リスクのヘッジを「内外の市場間の裁定取引」や「海外市場における自己取引」でカバーする必要がある場合、「純資産額規制比率」により、商品取引員に過大な純資産額を求められる場合がある
4	ヘッジ取引に係る専門性を持たない当業者に対して、合意に基づいて事前に定めたヘッジ方針に則って商品取引員に投資判断を委ねる契約や、商品投資顧問等の専門家を活用する口座（「ラップ口座」等）の開設ができない
5	商社等からのヘッジつき現物商品の仕入れや金融機関の提供するデリバティブ等を活用し既に商品先物取引以外のヘッジ手段が講じられているらしい
6	当業者のキャッシュフローが月1回等定期的で、取引員の資金立替が頻繁に発生し資金力が求められる
7	上場商品が中小事業者等当業者のリスク管理に見合う商品設計となっていないこと
8	自社において、ヘッジ会計や税務処理についての知識の欠如を埋めることができる専門性をもったコンサルティング能力があるとは必ずしもいえない
9	当業者役員に一般投機の勧誘と勘違いされ、担当窓口までのアクセスが難しい
10	横並び意識が強く、当業者における同業他社の利用事例が少ないこと（知られていないこと）により尻込みする例が多い
11	その他

【その他：自由回答より】

- ・流動性の欠如による乱高下が続く国内市場のヘッジ機能に対する疑問
- ・原料の安定供給を確保するため、不定期に定期市場（先物市場）から原料調達をすることに慎重になる業者がいる。仕入先の心証を害したくないという意味。（農産物）
- ・中小業者には十分なキャッシュフローをもたない業者も少なくなく、追証請求に対するタイムリーな資金対応がむずかしいという会社もある。

（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

商品取引所商品及び制度上の課題

	商品取引所商品の課題	制度上の課題
A	✓売買単位、受渡単位が中小事業者のヘッジニーズに比べて大きすぎるのではない か。単位を引き下げると共に短期間のヘッジにも対応しやすいよう各限月の流動性を 高める工夫も必要ではないか。	✓現状ではストップ高、ストップ安になるケースが多く、ヘッジが必要 な時に瞬時に対応し難い状況がある。制限値幅の拡大（もしくは撤廃） などの措置が必要ではないか。
B	✓東京工業品取引所の石油受渡においてローリー渡し、代替地格差、売買単位等 についてSSが参加しやすいように検討できないか。	NA
C	✓石油元売、大手当業者については建玉制限が厳しいこと	✓中小当業者にとって現在の証拠金が割高でヘッジ現受けに必要な数量 の取引をし難いこと。
D	✓粗糖の受渡ルールをNYに準じてC&FからFOBに変更すべき。 ✓大豆の受渡単位を拡大すべき。	NA
E	✓受渡地の拡大・納会後の受渡に関しては、取引員が責任を負うことなく受渡の当 事者同士の責任で自由度を持たせて行うことが出来るようにすべき。	✓サーキットブレーカーの全市場導入。 ✓最低証拠金額の引上げ。 ✓値洗しの引き出し。
F	✓流動性向上	NA
G	✓上場商品の多様化による参加者の拡大 ✓ヘッジャーの利用ニーズに即した受渡条件の整備	✓一般委託者に比して知識が豊富であるので、一定の規制（両建等）の 緩和をすることが必要。 ✓当業的市場利用者のニーズを業界として調査すべき。
H	✓市場の流動性の確保 ✓受渡玉の品質について信用度の向上（農産物）	✓受渡ルールをより当業者の商慣習に近いものとする。
I	✓受渡枚数の拡大	✓有価証券が充用されている場合、受渡までの値洗の立替が生じること。
J	✓倍率変更により取引コストが上昇することを避け、ミニ商品と標準商品でプロ・ アマを区別しながら流動性を向上させる商品設計をしてほしい。 ✓建玉制限の影響等により歴史的に期近限月の流動性が乏しい一方で期先流動性は 相対的に大きい。スプレッド市場を充実させる等2－4番限が中心限月になるよう な商品設計が必要。	✓定率会費等の優遇措置の見直し。 ✓スプレッドポジションには証拠金負担が軽減されるような制度の導入。 ✓受託契約準則30条（利息の非付与）の改正。
K	✓期近流動性不足（建玉制限）、東京原油の限月構成（期近2限月不要） ✓現物市場、OTC市場との整合性（裁定取引）、東工取の値付けの不自然さ。（特 に寄り付き）→他の限月に比して高すぎ、安すぎと、ミスプライスが多すぎる。	NA
L	✓当社においては当業者の取引が殆どない。商品性の改善や制度的な改善によるも のより、社内における人的体制の整備の対応が必要。	NA

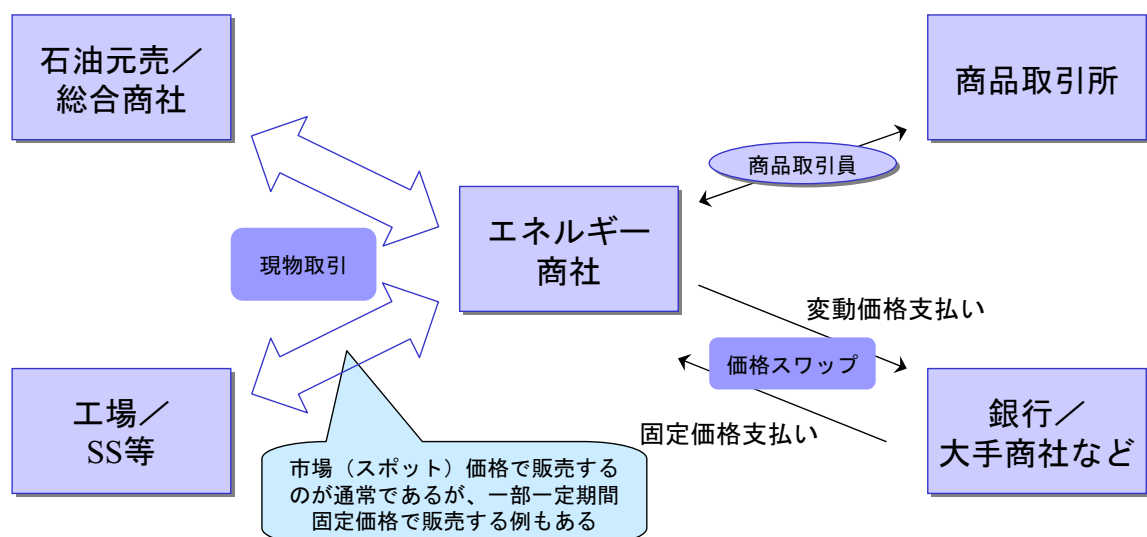
（出所）日本商品先物振興協会実施アンケート調査（未公表）より

商社の声

エネルギー商社（当業者）
総合商社（スワップ組成業者）

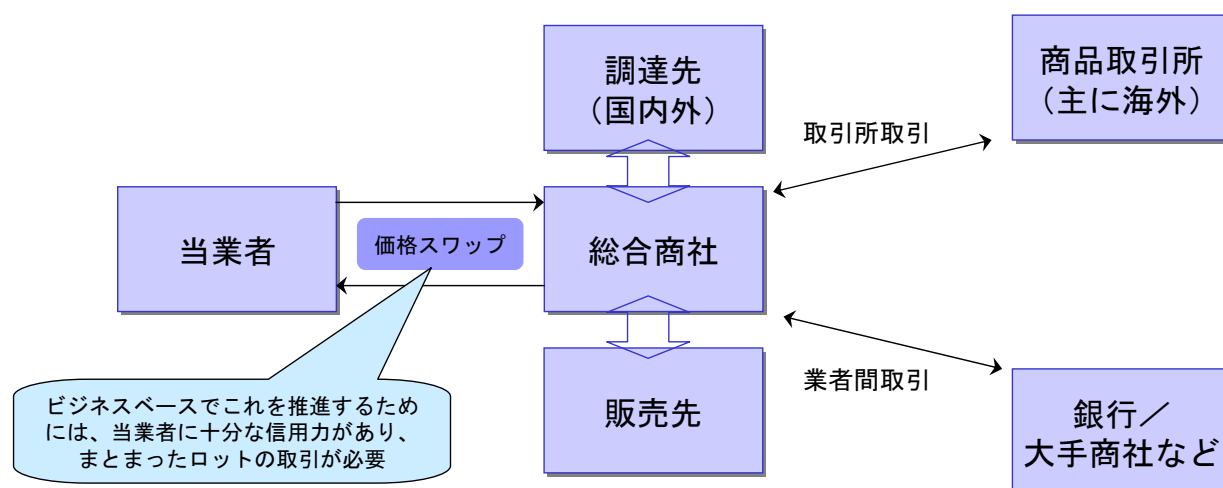
エネルギー商社によるデリバティブの活用

- 国内でエネルギー販売を行っているエネルギー商社では、自らが取扱う現物に係るリスクヘッジの為にデリバティブを活用している。
- 一部のエネルギー商社では、自らが価格変動リスクのヘッジを行っていることを前提として、都度市況価格で現物を提供するのではなく、一定期間固定価格で現物を供給しているケースもある。



総合商社によるデリバティブの活用と営業推進

- ✚ 総合商社においては、自ら現物の輸出入及び販売を行っている場合が通常で、自らのリスクヘッジを目的としてデリバティブを活用している。
- ✚ またスワップ組成業者として、エネルギー商社等の中間流通業者の他、大手当業者に対してデリバティブを提供している。
- ✚ デリバティブを提供するには、相手方となる企業の与信設定を行う必要があるが、中小企業の場合にはこれが難しい上、ロットが小さいため、ビジネススペースで取扱うことが出来ない。



商社における問題認識

- ✚ 大手総合商社等では、既存取引があって取引上の信用が蓄積されている中小事業者でないと与信枠の設定が出来ないこと、小ロットのヘッジニーズへの対応は費用対効果の観点からビジネスとして採算が合わない。



業界団体や組合等において構成員分の建玉をまとめてくれるような取組みがあれば、ロットの問題はクリアできる可能性がある。また本当に商品デリバティブの活用を推進するのであれば、中小事業者の信用補完に対する公的支援等が必要ではないか？またインタビューを行なったエネルギー商社のような中間業者によるリスクヘッジが期待されるのではないか？

- ✚ 取引所や業界が取引所の流動性向上に対する取組みを強化する必要がある。確かにA重油等、上場商品の充実も重要であるが、現状では既存の建玉が分散してしまう可能性がある。
- ✚ また値幅制限自体は海外にも存在するが取引が再開されるまでの期間が短く影響を限定的なものとしている(NYMEXは10分程度で再開)。

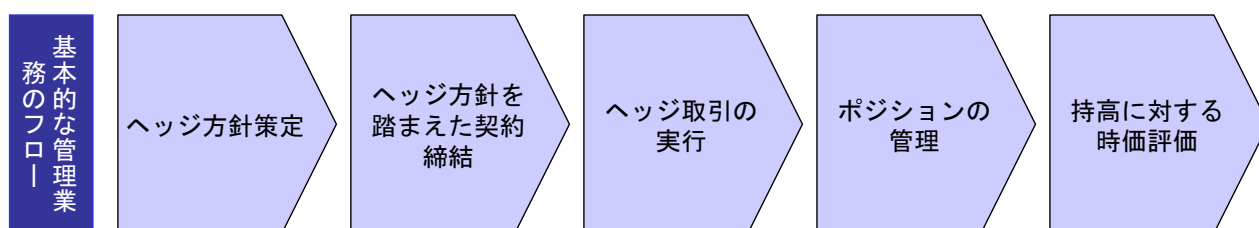


実際に顧客に価格スワップ等を提供している総合商社等では、リスクヘッジのために商品デリバティブを活用する上で、取引所の市場流動性が最大のポイントであるとしている。海外主要取引所と同等のインフラが整備されることを前提として、適切な利用を業界で促していく必要があるのではないか？

商社における問題認識

- ✚ 自らリスクヘッジのためにデリバティブ取引を行なうには、リスク管理のための内部管理体制の整備、管理コストの負担、リスク管理の実行能力等も必要となることから、必然的に大企業（例えば年商100億クラス）が中心となる。
- ✚ 当業者においては、ヘッジ会計導入段階でデリバティブ取引を断念するケースもある。

➡ リスク管理のための体制というのは、会社の規模や組織形態によって適切な内容であれば良いはずで、上場企業や一部の大企業だけでなく、中堅／中小事業者において必要とされる体制について一定のガイドラインやアドバイスがあると当業者による商品デリバティブ活用の可能性が出て来るのではないかな？ 会計制度がヘッジ活用の障壁となってしまうというのは不適切ではないかな？ ヘッジ会計導入についての指南等が必要ではないかな？



経済産業省「経理・財務サービス スキルスタンダード」（2004）を参考に作成

米国におけるヘッジ取引の概要

【事務局説明資料】

2008年12月2日

当業者の建玉 (CFTC大口建玉報告=08年11月18日分)

【先物+オプション】

取引所	市場	総建玉(枚)	当業買い(%)	人数	当業売り(%)	人数
CBOT	コーン	1, 615, 398	703, 251 (43.5)	293	655, 685 (40.6)	308
CBOT	大豆	423, 940	182, 460 (43.0)	77	191, 815 (45.2)	90
NYMEX	原油	2, 810, 519	1, 386, 915 (49.3)	77	1, 469, 477 (52.3)	90
COMEX	金	454, 194	168, 485 (37.1)	108	232, 517 (51.2)	123

【先物】

取引所	市場	総建玉(枚)	当業買い(%)	人数	当業売り(%)	人数
CBOT	コーン	994, 551	499, 706 (50.2)	234	504, 726 (50.7)	271
CBOT	大豆	311, 824	158, 826 (50.9)	92	164, 822 (52.9)	115
NYMEX	原油	1, 122, 604	573, 044 (51.0)	76	576, 098 (51.3)	89
COMEX	金	289, 700	95, 697 (33.0)	40	166, 813 (57.6)	44

米国のヘッジ・サービス提供者

FCM

- 商品取引員に相当
- ヘッジ戦略の立案から売買の執行、清算、建玉の管理までを一貫して提供
- 子会社またはグループ会社としてヘッジ・サービス提供者としてのIBやCTAを抱えている例も

IB

- イントロデュースング・ブローカー（仲介業者）
- 現在、産構審商取引分科会で導入の方向で議論
- ヘッジ戦略の立案と提案
- 取引はFCMに委託
- 顧客資産はFCMに委託。同資産はFCMが分離保管

CTA

- 商品投資顧問
- ヘッジ戦略の立案と提案
- 一任契約を締結のうえ、自己の裁量で、戦略に基づく売買の執行が可能
- 取引はFCMに委託

その他

- CFTCに登録のないコンサルタント
- 主たる利用市場はOTC市場
- グループにOTC取引会社を有するケースあり
- ヘッジャーの取引相手となるケースあり

FCMとIBは通常、委託者の取引約定枚数に応じて手数料収入を得ている。典型的な手数料は1枚当たり30ドル～80ドル(*)。しかしヘッジングで取引枚数が過少となる場合には、別途、コンサルタント的契約を結ぶケースもある。

* Commodity Brokers & Commission rate, By Chuck Kowalski, About .com

ヘッジ・サービスの実際

当業者がヘッジ・サービス提供者を求める理由 ⇒ 日本と同じ

- 適正なノウハウ(人材)の不在
- 市場ウォッチの困難
- コアビジネスへの専心

ヘッジ・ツール

- 取引所取引(先物取引・先物オプション)
- OTC取引

⇒ 先物取引を単独で用いるケースはまれ。多くの場合は先物とオプション、スワップ等を組み合わせて利用。農家向けの各種保険との併用、現物取引との組み合わせを提案するケースも。

	取引所取引	OTC取引
流動性	大	小
柔軟性	小	大
清算	あり	なし
業者	CFTC登録	非CFTC

テイラー・メイドの提案

- 典型的なセールス・トーク ⇒ 「1社1社の異なるニーズに対応。貴社だけのヘッジ戦略を構築いたします」

FCMによるヘッジ・サービスの提供例

⇒近年の傾向として、FCMが当業者（特に農家）のヘッジ・オペレーションに積極的関与するケースは減っている。First Capital Ag社は農産物のヘッジ・サービスに特化している数少ない例外。

【First Capital Ag社について】（HP：www.firstcapitolag.com）

- フューチャーズ・コミッション・マーチャント（FCM）、NFA ID: 0176293
- 本社：ウイスコンシン州プラットビル
- 自社を“アメリカのヘッジ・ブローカー”と呼称。農産物ヘッジングへの特化をセールス・ポイントとし“あえて万人向けのサービスは提供していない”と説明
- とうもろこし、大豆、小麦、綿花農家向けに書面によるマーケティング計画“6ステップ・プラン”を商標登録。同計画はプット・オプションの買いと現物売りを組み合わせ100%ヘッジが目標
- 顧客：穀物エレベーター、エタノール生産プラント、食品会社、その他の商業用商品関連会社

農家のヘッジ・サービス提供者探しの例

⇒ 農家向けにヘッジ戦略を提案するIBは多い。農家はネットを通じて自分にあったサービス提供者を探すことができる。口座開設に至るまでの流れは次の通り。

- ① 農業関係者向けの情報提供サイト「ファーム・ネット・サービシーズ」にアクセス
(HP: www.farmnetservices.com)
- ② 各種サービスのインデックスの中から「ヘッジング・サービス」を選択
- ③ 6件の検索結果を表示
- ④ その中から“Farmers Options & Hedging Services”社に接続、各種条件等検索
- ⑤ 条件が合えば口座開設

【ファーム・ネット・サービシーズについて】

- ・ ネット・マーケティング・サービスのひとつ
- ・ 本社：ノースダコタ州マンダン
- ・ 掲載内容は農業関連のサービスと商品：農機具から金融まで
- ・ 情報は1600以上の分類（サブカテゴリー含む）
- ・ 情報取得側（主として農家）は利用無料
- ・ 情報掲載者は年間499ドル～の掲載料
- ・ 情報提供者は1100社超

CTAによるヘッジ・サービス提供例

⇒CTAはCFTC管轄の市場における取引アドバイスを提供するが、資産運用の提供に特化しているケースが少なくない。そうした中でGenuine Trading Services社はリスク管理をベースとしたアドバイスも積極的に展開している。

【Genuine Trading Services社について】（HP：www.guinecta.com）

- 商品投資顧問、NFA ID: 0350575 本社カナダ・オンタリオ州トロント
- 取引所上場の先物・オプション取引に加えOTCデリバティブでリスク管理を実現
- 経営リスクや市場リスクによってもたらされるエクスポージャーを減衰するために組み立てたヘッジ戦略を精査し、一任契約に基づき戦略を運用
- 自社の「売り」として“コモディティー・ベシス・ヘッジング”戦略を提唱。同戦略はヘッジャーのためのものであり、このため同社は世界中の商品取引所にパイプを持っていると強調
- またHPでは、CFTCに登録済みのCTAであることを述べ、信用力の強化に役立っている
- 顧客：ヘッジファンド、ミューチュアルファンド、ペンションファンド（年金基金）、各種基金、企業、信託、一部の個人

CFTC登録のないコンサルタントによるヘッジ・サービス提供例

⇒特定の業界知識と経験を持つコンサルタントがヘッジングのアドバイスを提供する例もある。ただしCTAではないため一任契約を結び、ヘッジ戦略を実現するための取引を商品市場につなぐことはできない。このためOTCデリバティブを活用する例が多い。

【Hedge Solutions社について】（HP：www.hedgesolutions.com）

- エネルギー関連のヘッジ業務に特化したコンサルタント。本社ニューハンプシャー州マンチェスター
- CFTC登録なし。ただし関連会社（創立者が同一）にOTCデリバティブ会社あり
- 顧客：暖房油精製業者、プロパン販売代理店、ガソリン・ディーラー、農産業界への各種販売業者、ディーゼル・ディーラー、地方自治体、その他の商業ユーザー
- ヘッジング戦略の立案から執行、リアルタイムの取引監視
- 関連会社のOTC取引会社（Northland Energy Trading社）がヘッジ戦略に則した取引の執行を助力

ヘッジ・サービス提供社の社員プロフィール

Farmers Options Hedging Services (IB)

社員	農家	主な経歴
1	○	生家は農産物、酪農農家。ラジオで農産物市況解説。テクニカル分析講座講師。
2	×	豚専門肥育アナリスト。農業関連企業セールス、国内歳入庁(IRA)職員。養豚関係著書多数。
3	○	自営農業歴27年。800エーカー。生物物理学士。
4	○	会計学士。前職はカーギル。主として経理部門に従事。

Mid West Futures (CTA兼IB、ギャランティー先はVision Financial Markets)

社員	農家	主な経歴
1	○	農学士(経済・財務)。1万1千頭の商業用飼育施設の共同経営を経験。
2	×	元通貨トレーダー。
3	×	08年入社。銀行業務・財務・投資科学の学士号取得。
4	○	IB資格取得者。
5	○	6500エーカー。財務学士。自家のヘッジ実務のかたわら他の農家へのサービス提供。
6	○	小麦・酪農農家出身。ファイナンシャル・プランナー。マネージド・フューチャーズの利用を提唱。
7	○	農家歴40年以上、現役。経済学士。
8	×	銀行業界出身。その後、エレベーターで農業経営を学ぶ。農業保険代理店経営。

ヘッジ・サービス提供社の社員プロフィール(続き)

Mid West Futures (CTA兼IB、ギャランティー先はVision Financial Markets)

社員	農家	主な経歴
9	×	農業経済学士。農業保険を併用したヘッジを提唱。また現物の売却と先物／オプションの組み合わせを推奨する。
10	○	牛、豚の肥育、とうもろこしなどを生産。70年代初頭から先物取引を活用。その経験を顧客に提供。
11	○	元教師。その後、飼料専門コンサルタント、農業用品販促・管理、エタノール業界などを経験。
12	○	自家の農業、牧場、畜産で25年超の経験。90年、ヘッジシステム構築の必要性を痛感。00年入社しブローカーに。
13	○	飼料用穀物生産農家出身。農学士。クロープコンサルタント(13年)を経てアグロミスト(16年)を経験。
14	○	動物学と農業経済の学士号。卒業直後からとうもろこし、大豆、小麦等の生産と酪農に従事。
15	○	子牛の繁殖が主。通常の酪農も。空軍経験。