

商品の基礎 先物取引の社会的意義

作成： 株式会社コモディティー インテリジェンス

商品価格に受け身な日本人

- ① 日本人は商品価格に鈍感ではないでしょうか？
大阪の人は、価格を値切ったり交渉することに長けているかもしれませんが、でも、中国やインド、中近東の人々が、価格交渉をする迫力には負けないでしょうか？
- ② 価格は定価が当たり前とっていないのでしょうか？
デパートで買い物をする人が値切ることはないでしょう。
日本人の選択肢は、スーパーやショッピングモールで安売りされるものを選好するという、受け身の態度しか採れないのではないのでしょうか？
- ③ 価格を自らの手で決める場所、それが市場です。いわば、売値を受け入れるか、買わないかの選択しかない日常から脱却して、オークション会場で手を挙げて価格形成に参画する行為が市場で売買を行うことです。

- ④ 市場の対局にあるのが、カルテルとか、計画経済です。日本の電気代が九電力の意のままに決められ、官僚がそれを監視していたことに何の疑問も抱かずに受け入れていたことが、市場が無いことの結果です。
- ⑤ 共産主義は、平等に生きることを理想として、官僚が作成する計画に従って生産を行い、誰に搾取されることもなくその成果を平等に分配することにユートピアを夢見ました。

確かに、並んでさえいれば、教育費も食費も無料か安い価格で分配され、隣人と共に貧困を受け入れさえすれば、生活の心配はないことは、ある意味ではユートピアだったかもしれません。

しかし、そこには競争が排除されていたため、量さえ確保されれば、品質を問わない体質が生まれました。おそらく、世界中が競争の無い世界であれば、ユートピアになったかもしれません。しかし、肩や生き馬の目の抜くような激しい競争社会で、弱肉強食の修羅場に生きる資本主義世界の中で、強いものが勝ち残り、より高品質な製品や、より効率的な生産方法により、商品の品質格差ができたところが共産主義の限界でした。

- ⑤ 中国の鄧小平は、毛沢東が掲げた農民革命が2000万人の餓死者を出して大失敗に終わったことを横目に見て、毛沢東の死後四人組を排除して実験を握ると、社会主義における市場開放に邁進しました。黒い猫でも白い猫でもねずみを取る猫は良い猫であるとして、一人でも先に経済的に裕福になることを奨励し、経済特区では、海外企業に開放して先端商品や技術を一気に導入しました。
- ⑥ 今や市場経済は中国で最も発達しています。これを商品市場と置き換えれば、中国は世界の商品先物取引市場の出来高の合計で米国を抜いて一位となり、インドの商品先物取引所の出来高もベストテンに2取引所が入っています。

			万枚
1	米国	ニューヨーク商品取引所 (NYMEX)	54,491
2	インド	マルチ商品取引所 (MCX)	34,462
3	中国	上海期貨交易所 (SHFE)	30,823
4	中国	鄭州商品取引所 (ZCE)	26,586
5	英国	ICEフューチャーズヨーロッパ	26,900
6	米国	シカゴ商品取引所 (CBOT)	24,269
7	中国	大連商品取引所 (DCE)	18,287
8	英国	ロンドン金属取引所	14,659
9	米国	ICEフューチャーズUS	5,372
10	インド	国立商品デリバティブ取引所 (NCDX)	4,199
11	ロシア	ロシア取引システム株式取引所	3,839
12	日本	東京工業品取引所	3,166
13	米国	シカゴ商業取引所 (CME)	3,006
14	欧州	NYSE LIFFE	2,072
14	米国	カンザス商品取引所	658

公正な価格の形成のための市場

- イ) 一方、資本主義の世界では、メーカーは自分の作った商品の価格は自分で決めたりします。時にはライバル企業と談合をして、価格を話合うことがしばしばありました。独占とか、カルテルとか価格を握ることは企業の夢であり、独占禁止法があるにもかかわらず、生産者価格が守られることがありました。
- ロ) 米国はいち早く資本主義のこの欠陥を見抜き、自由競争を守ることを是としてきました。競争を排除することは、進歩や革新をはばむ害悪であるという思想です。そうした精神風土ではぐくまれてきたのが、商品市場でした。

八) 江戸時代、世界に先駆けて近代的先物取引の方法を開発したのは日本でした。大阪の淀屋の前に集まった商人は、コメ一俵を現物ではなく、米切手で取引し、それを3分の1の頭金で取引できるという今日のレバレッジも開発しました。

当時将軍吉宗は、米の価格が高騰して困っていた。備蓄米を放出しても価格は下がらなかった。そこで江戸の商人に大阪商人と同様な米市場を作らせた。ところが、江戸商人は、談合により価格をコントロールして、自ら相場で儲けようとしていました。そこでときの財務大臣大岡越前の守は大阪の市場を復活させ、自由に取引が行える環境を整えました。そうして初めて、米価格は需給によって決まることになりました。

二) 需給によって価格が決まるということは、不作のときに価格は上昇することになりますが、そのこと自体は阻止することはできません。

しかし、誰かが不正な操作をして一部の人の利益のために価格が維持されるようなことは無くなるでしょう。なぜなら大阪の米市場には米商人以外の人々がたくさん参加したからであり、数人の意思で動かせるものではなかったからです。

ホ) 市場はプロの手に任せるべきだという発想を抱く官僚がいます。いわゆる当業者だけが参加する市場の方が需給を正確に反映するという考え方です。この考え方には市場をよく知らないことによる欠陥があります。それは流動性が市場にとっては最も大切なことであるという点です。市場にとって、最も重要なことは、いつでも適正な価格で買って自由に売れるという環境です。流動性が無くなった市場は意味をなしません。

その典型的な例が現物市場です。

ハ) 築地の魚市場に行けばおわかりになるでしょう。大漁のときは魚の価格は下がりますが、時化などで不漁のときは、魚の価格は極端に高くなっています。売り手が少なく、買い手が多いからです。市場価格の変動、ボラティリティーを比較すれば、現物市場では、非常に価格が乱高下していることがわかるでしょう。

ト) 江戸時代の大坂商人はその点でも優れていました。なぜなら、帳合米という、秋に収穫される米を春から売買するという先物取引を始めたからです。

チ) 先物市場であれば、将来の予測が加わるため、現物を持っていない人でも空売りすることで市場に参加できます。

まだ誰にもわからない先物を取り扱うことにより、市場の流動性が一気に増しました。これは、米国政府が金の価格がロンドンのロンドン市場でたった四人の銀行家の手で作られていた当時の金価格という重要な経済指標を、米国の手に入れるために、ニューヨークに金の現物市場ではなく、先物市場を作ったのです。

リ) こうして日本のわたしたちの先祖が開発した商品先物というデリバティブ取引は、戦前では日本の主力産業であった繊維業で有効利用されていました。

又) 当時世界一の絹糸の生産者だった日本は、横浜生糸取引所の商品先物市場価格が世界の生糸価格を支配していました。

以上は商品先物市場が公正な価格の形成を行うという必要な社会的意義を持っているという説明です。

要するに、日本に商品先物市場が無くなるということは、日本人は上場された商品価格は他人の手にゆだねるということを意味します。

すでに原油価格は一方的に上げ下げされており、ほとんどの日本人は原油価格形成に参画していませんが、インド人はマルチ商品市場で原油価格の形成に参加しています。インドの価格がどれだけニューヨークの原油価格に影響があるか今のところ不明ですが、価格は時間帯によってアクティブな市場が関与しています。仮にインドが開いており、ニューヨークやロンドンが眠っている時に大事件が起きればインド人だけが、そのリスクを回避することができるでしょう。

また、聞くところによれば、日本の合成樹脂価格は大連商品取引所の合成樹脂価格の値動きに大きく影響を受けているといえます。

日本の合成樹脂メーカーもそれを購入する加工業者も、すでに価格を自ら決める権利が無くなり、残された道は、買わないとか売らないという選択肢しかありません。そんな価格は不当に安すぎるとコスト割れした大連市場の価格に対して文句を言っても、世界がその価格で取引するなら、退場する以外に道はありません。

ル) 鉄鉱石の価格は、以前は、新日鉄とBHP等の豪州鉱山会社が年に数度決めていました。

ところが、今では毎日鉄鉱石価格は変動しています。なぜなら、中国に上場されたからです。北京国際鉱業権取引所（CBMX）で鉄鉱石の先物取引が開始されています。

ここでも、新日鉄とトヨタ自動車は自動車鋼板価格を決定する主導権を失っています。

商品市場ができて、その市場の流動性が高まると、自然にそこでできた価格は世界を支配し、メーカーもユーザーもその市場価格以外でその商品を売買することは不可能になります。

その価格形成に参加してもしなくてもどちらでも良いかもしれませんが、しかし、高過ぎると思えば市場で売ることができれば、自ら価格の変動に参加して、自己を防衛したり、価格変動リスクから逃れたりすることができます。

系列ヘッジと市場ヘッジ

- A. 中国が鉄鉱石価格を1年の長期契約ではなく、3ヶ月、1ヶ月とどんどん短縮して今や時価で契約しているのは、中国の鉄鋼メーカーが先物市場でヘッジをしているからです。
- B. 日本の鉄鋼メーカーが今やヘッジをしているかどうか定かではありませんが、大部分の日本企業は、原料等を輸入に頼り、市場に上場されているにも拘わらず、ヘッジというと系列ヘッジしか頭にはありません。
- C. 系列ヘッジとは、原料代の値上がりは、製品代に転嫁して川下に流していくという日本企業のやり方です。結局すべての値上がりは消費者に還元されます。逆に、円高などで為替差益を得る企業は、円高で輸出企業に対する救いの手を差し伸べろと差し迫った議論がされている中で、ひっそりと、為替差益は系列ヘッジしません。従業員の給料や、今期の利益として懐に入れていたのではないのでしょうか。
- D. しかし、原料代が上がると自動車鋼板はトヨタに値上げ交渉をやりに行くことになります。

- E. 実は、日本でこうした系列ヘッジをしない企業群があります。それは非鉄金属業界、ことに電線メーカーです。銅価格は毎日猫の目のように上下していますが、それを電線メーカーはいちいち系列ヘッジしていません。
- F. 銅電線メーカーはLMEでヘッジしているから東京電力や自動車会社、ゼネコンに銅地金価格の値上げをお願いに行くことはないでしょう。
- G. 銅地金を購買部が購入すると商社やLMEのリングメンバーを通じてLMEで売りつなぎます。一方銅電線が売れた分だけ営業部は銅地金純分をLMEの売りを買戻します。
- H. たったこの二つの取引で、価格はどうなっても利益が確保されます。
- イ) 仮に銅価格が値下がれば、先物で売ってものを買戻せば利益が出ます。その利益を銅製品価格の値下がりの原資とすることができます。
 - ロ) 仮に銅価格が値上がれば、先物で売っていたものを買戻すと損失が出ます。その損失は、原料を安く仕入れているために生じる利益と相殺できます。

- ハ) 原料を仕入れるときには、将来価格が上がるか下がるかまったくわかりません。
- 二) また、経営者はそうした価格の変動リスクを利益の源泉としてはなりません。
- ホ) だから、原料価格がどう動いても、その反対の損益を先物市場で得られるようにしておけば、収益にぶれは出ず、製品の加工による付加価値のみが、企業の収益となります。これが健全な経営というものでしょう。
- へ) ヘッジは企業のものだけではありません。
ブラジルの農民はコーヒー価格が高値を付けていた間にNYのコーヒー市場で売りつないだそうです。だから価格が下がっても利益は確定しています。儲け損なうことはありますが、経営としては、コスト以上の価格で売れば、いつ暴落するかわからないので、保険を掛けるべきだと思います。
- ト) 今や米国だけでなく、豪州の小麦農家もシカゴを毎日みており、中国農民は大連を見ているでしょう。もともと大連市場は三井物産が満州の農産物価格の公正な価格を作るために創設したものです。

ヘッジは企業だけではない。

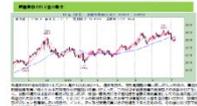
- 1) ヘッジは企業のものだけではありません。
ブラジルの農民はコーヒー価格が高値を付けていた間にNYのコーヒー市場で売りつないだそうです。だから価格が下がっても利益は確定しています。儲け損なうことはありますが、経営としては、コスト以上の価格で売れば、いつ暴落するかわからないので、保険を掛けるべきだと思います。
- 2) 今や米国だけでなく、豪州の小麦農家もシカゴを毎日みており、中国農民は大連を見ているでしょう。もともと大連市場は三井物産が満州の農産物価格の公正な価格を作るために創設したものです。
- 3) 国民にとっても、たとえば、大豆価格が高くなり、サラダ油が上昇することが見えていても、あるいは米の価格が先物市場が先行して上がり始めれば、現物市場はタイムラグを持って上昇して来ます。買いだめで逃れる手もありますが、今後インフレの恐れが出た場合などは商品投資を先行させて生活のヘッジができます。

株式会社コモディティー インテリジェンス

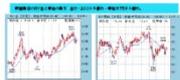
では、以下の情報を作成しています。

配信ご希望の方は以下にメールで配信希望とご記入の上ご連絡ください。

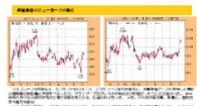
1カ月程度無料配信させていただきます。



品名	単位	価格
金	100g	1,800,000
銀	100g	150,000
白金	100g	1,200,000

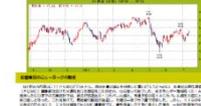


経済指標の動向と今後の見通しについて解説しています。

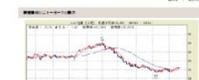


品名	単位	価格
小麦	100kg	150,000
大豆	100kg	120,000
とうもろこし	100kg	80,000

毎週月曜日 週刊ゴールド
毎週火曜日 週刊経済指標
毎週水曜日 週刊穀物
毎週木曜日 週刊原油
毎週金曜日 週刊砂糖またはコーヒー
毎週金曜日 週刊展望
月2回のコメ



品名	単位	価格
原油	100kg	1,000,000
軽油	100kg	800,000
灯油	100kg	700,000



砂糖の動向と今後の見通しについて解説しています。



市場の動向と今後の見通しについて解説しています。



品名	単位	価格
白米	100kg	150,000
玄米	100kg	120,000

メール：kondo@commi.cc
ホームページ：<http://commi.cc/>

電話 03-3667-6130

ファックス： 03-3667-3692

住所：〒103-0014 東京都中央区日本橋蠣殻町1-11-3-310