

創業等ワーキング・グループ  
プレゼンテーション資料

1. 東京商品取引所の現状
2. 商品先物取引に関する環境整備について

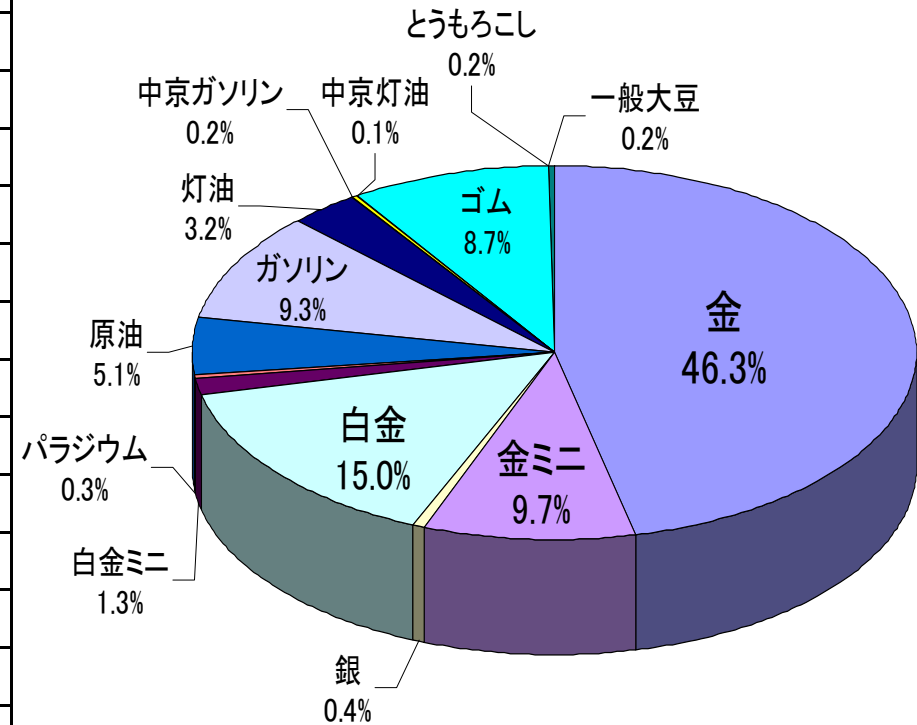
2013年4月

## (1) 概要

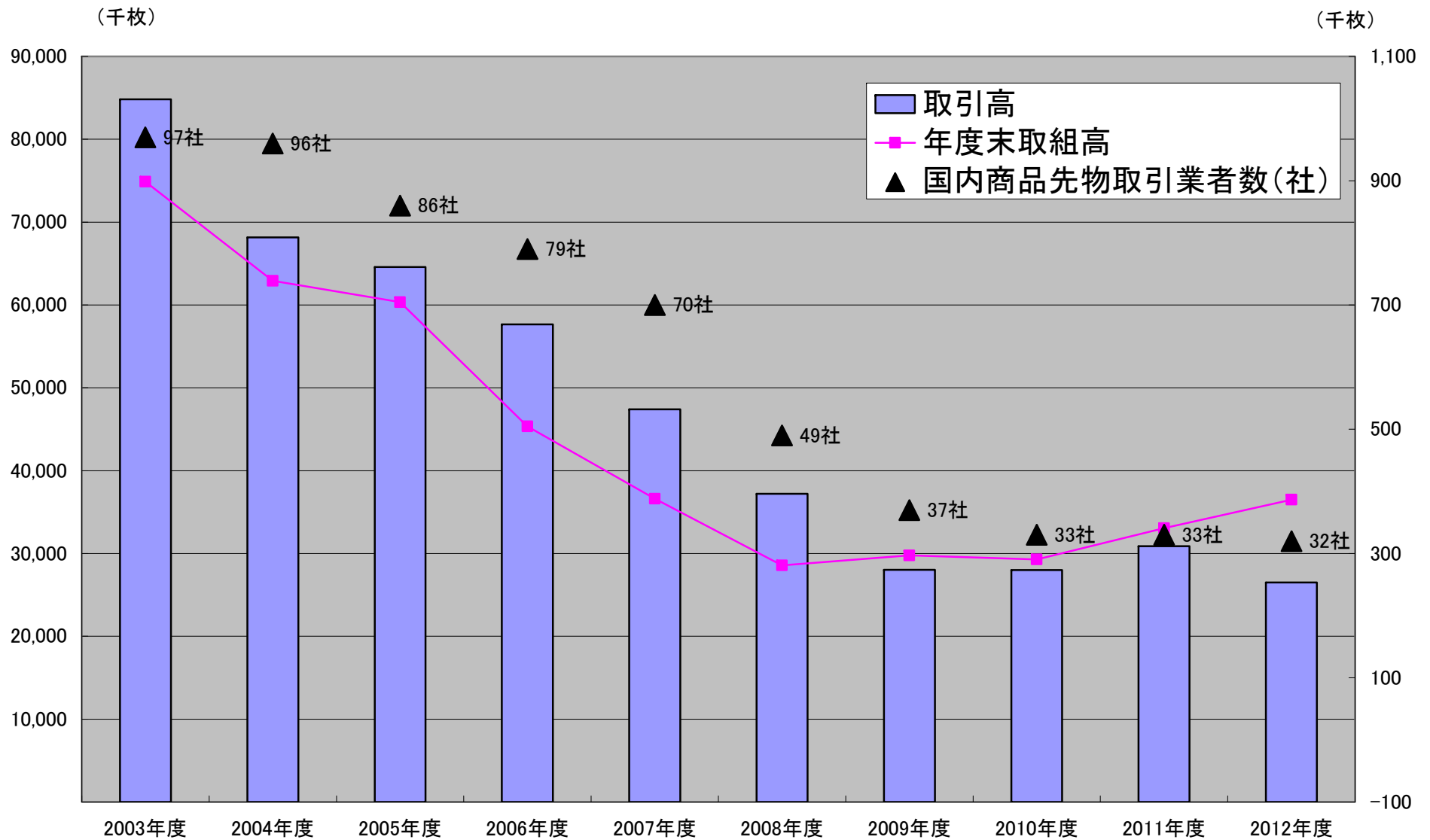
名称	株式会社 東京商品取引所 (Tokyo Commodity Exchange, Inc.)
設立	1951年2月(存続取引所である旧東京繊維商品取引所が創設) 1984年11月、旧東京繊維商品取引所、旧東京ゴム取引所、旧東京金取引所の統合により「東京工業品取引所」を設立。 2008年12月1日、会員組織から株式会社組織に変更。 2013年2月12日、農産物・砂糖市場を開設するとともに、商号を「東京商品取引所」に変更。
代表執行役社長	江崎 格
取締役構成	常勤取締役2名、社外取締役7名
資本金	19億89百万円 (2013年3月末現在)
取引参加者数	95社 (2013年4月1日現在)
社員数	71名 (2013年3月末現在)
規制法	商品先物取引法
規制当局	経済産業省、農林水産省
法的位置付け	商品先物取引法に基づき主務大臣の許可を受けて商品市場を開設する株式会社商品取引所(委員会設置型株式会社)。

## (2) 上場商品

商品市場	物品等	2012年度 取引高(枚)	割合 (%)
貴金属	金	12,265,241	46.3%
	金ミニ	2,562,313	9.7%
	銀	117,957	0.4%
	白金	3,982,501	15.0%
	白金ミニ	338,639	1.3%
	パラジウム	71,045	0.3%
石油	原油	1,345,375	5.1%
	ガソリン	2,475,229	9.3%
	灯油	838,738	3.2%
	軽油	8,955	0.0%
中京石油	ガソリン	50,285	0.2%
	灯油	29,939	0.1%
ゴム	RSS	2,314,630	8.7%
農産物・砂糖	とうもろこし	52,319	0.2%
	一般大豆	45,280	0.2%
	小豆	3,739	0.0%
	粗糖	476	0.0%
合計		26,502,661	100.0%



### (3) 取引高等の推移



※取組高とは、市場に残っている未決済の建玉数のこと。売り建玉1枚と買い建玉1枚で取組高1枚となる。

### ■ 取引基盤

- 世界最高水準の新たな取引システムの導入
  - ▶ Nasdaq OMX社による第3期取引システム稼動。(2009年5月)
- 取引時間の延長
  - ▶ 15時30分から17時30分まで取引時間を2時間延長。(2008年1月)
  - ▶ 取引時間を23時まで(ゴム市場は19時まで)延長。(2009年5月)
  - ▶ 翌朝 4時まで(ゴムを除く)取引時間を延長。(2010年9月)
- 取引ルールのグローバル・スタンダード化
  - ▶ 制限値段の廃止、サーキット・ブレーカー制度の導入。(2009年5月)
  - ▶ SPAN証拠金制度の導入。(2011年1月)
- 海外からの流動性供給者参入のための環境整備
  - ▶ リモート・メンバーシップの導入。(2009年10月)

## ■ 上場商品

- 金先物ミニ取引を開始。(2007年7月)
- 白金先物ミニ取引を開始。(2008年11月)
- 農産物・砂糖市場の開設。(2013年2月)

※新たな上場商品の候補(中期経営計画より)

- 電力先物市場及びLNG先物市場創設の検討。
- 原油等の国際商品についての海外取引所との共同上場商品の検討。
- LPG、石炭、銅、排出量取引等の上場に向けた研究。

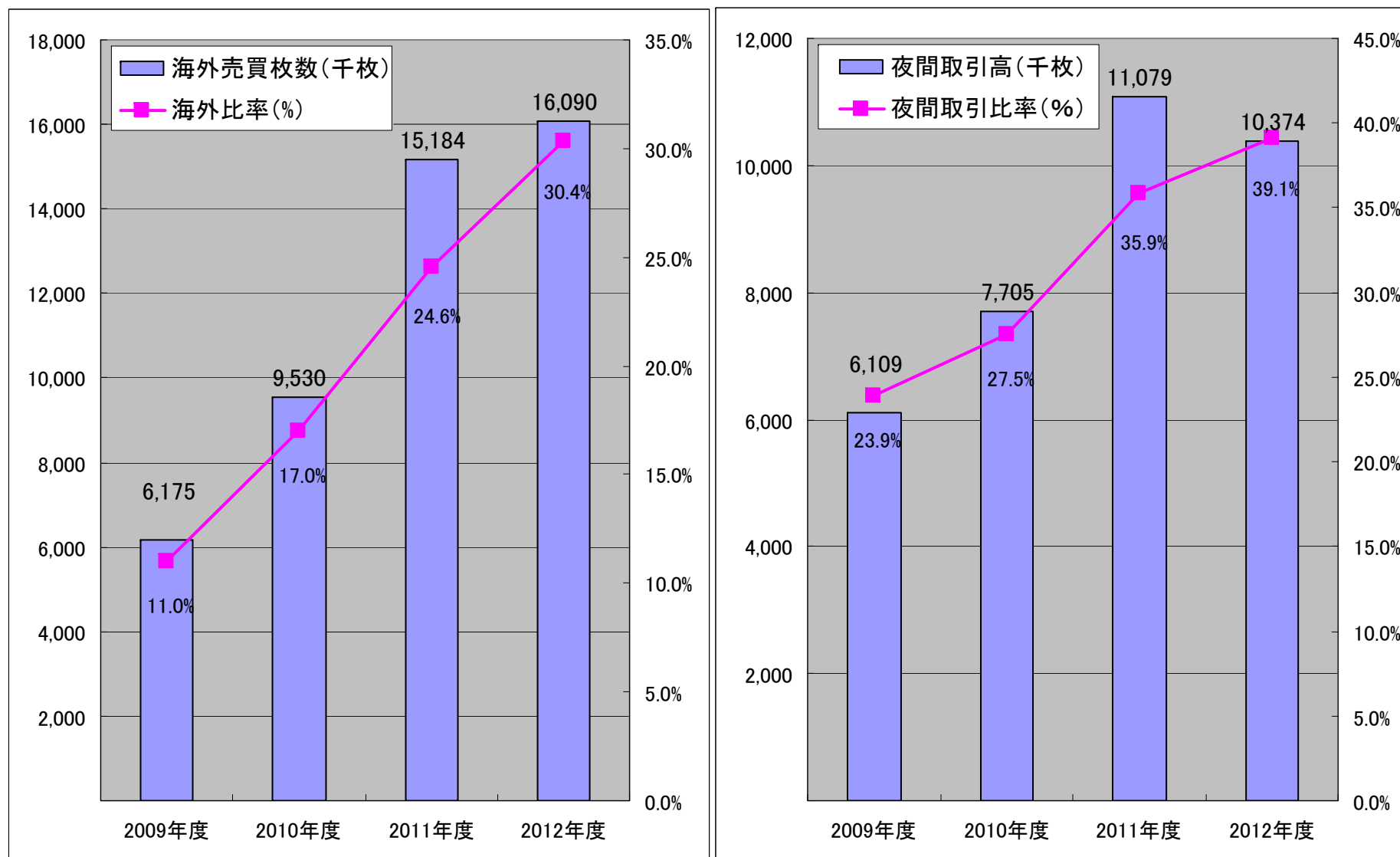
## ■ 市場参加者

- 当社先物価格に連動する投資信託・ETFの組成。(2010年2月～)

## ■ 経営基盤

- 会員商品取引所から株式会社商品取引所に組織変更。(2008年12月)
- 株式会社日本商品清算機構を100%子会社化。(2012年12月)
- 農産物・砂糖市場の開設と同時に、商号を「株式会社東京商品取引所」に変更。(2013年2月)

## (5) 最近の取引高等の状況



### ■ 経営目標

- ・ アジアの中核的な総合コモディティ・マーケットとなることを目標に、商品市場の活性化、多様化により、産業インフラとしての機能を一層高める。
- ・ 安定的な市場運営の確保に向けたコスト構造の転換を図る。

### ■ 基本戦略

#### (1) 市場参加者に係る事業戦略

多様な市場参加者獲得のための営業活動の強化

#### (2) 上場商品に係る事業戦略

上場商品ポートフォリオの充実

#### (3) 取引基盤に係る事業戦略

利便性及び信頼性向上のためのインフラ整備

#### (4) 経営基盤に係る事業戦略

商品市場の発展に向けた経営基盤の強化  
国内外の取引所との連携方策の検討

#### (5) クリアリングに係る事業戦略

クリアリング機能の整備・強化

#### (6) イメージ向上に係る事業戦略

商品先物取引に対するイメージの向上

市場仲介機能の強化

多様な市場参加者の参入

取引高増加

企業価値の向上



### (1) 機関投資家のコモディティ投資に係る規制等

- 銀行、保険会社等に対する業務規制

⇒差金決済できず現物を保有しなければならない事態を懸念し、参入を躊躇

- 公的年金の運用者である年金積立管理運用独立行政法人の年金運用方針

⇒年金運用方針にコモディティ投資が含まれていないため、年金資産のコモディティでの運用はほとんど行われていない（米国等と顕著な相違）

### (2) 税制・会計制度

- 現物株式と商品先物取引の税制上の損益通算不可

- ヘッジ会計・税制の適用基準

⇒内部管理体制の構築の必要性、コモディティの特性が考慮されていない 等

### (3) 商品先物取引法(商先法)と金融商品取引法(金商法)の規制の相違

- 勧誘規制の相違

- ⇒取引所取引に係る不招請勧誘に対する規制の相違

- 取引証拠金に係る制度の相違

- ⇒差換預託時の委託証拠金や銀行保証の取扱いの相違

### (4) その他

- 「商品先物取引の委託者の保護に関するガイドライン」による適合性原則の解釈指針

- ⇒顧客勧誘時の年収要件や年齢要件等、適合性原則の画一的な運用

- 原燃料価格の上昇を下流に転嫁できる制度の広範な存在

- ⇒価格変動リスクを市場でヘッジするインセンティブが不十分