



# ローリーラック アセスメントメソドロジー

2019年11月1日更新

## 変更点

北海道(苫小牧、石狩)LSA 重油のアセスメントを中止する。

## 価格評価方法の適切性

リム情報開発株式会社（以下「当社」とする）が、レポート上で公開するすべての価格評価の目的は、エネルギー業界の関係各社に対して商談が成立可能な水準を示すことで、透明性の高い、より適正な価格での取引を進められるようにすることにある。当該目的を達成するため、当社は以下に記載する「価格評価の一般原則」およびレポート毎の価格評価方法を定めている。当社は当該目的を達成するために必要と判断するすべての基準と手続を「価格評価の一般原則」およびレポート毎の「価格評価の原則」に含めており、これを遵守して価格評価を実施することから、当社の価格評価方法は適切であると判断している。

### 第1章 価格評価の一般原則

#### 第1条（価格評価の目的）

当社が実施し、レポート上で公開するすべての価格評価の目的は、エネルギー業界の関係各社に対して商談が成立可能な水準を示すことで、透明性の高い、より適正な価格での取引を進められるようにすることにある。

#### 第2条（価格評価の実施）

第1条に定めた目的を達成するため、当社は「価格評価の一般原則」およびレポート毎の価格評価方法（以下「アセスメントメソドロジー」とする）内に以下の項目を定め、これらに従って価格評価を実施する。

- 価格評価対象となる取引
- 価格評価対象となる対象時間取引
- 価格評価の優先順位
- 取材先の選定
- 取材方法
- スーパーバイザーの設置および役割
- スーパーバイザーの選定
- スーパーバイザーによるレビュー品質の維持
- 価格評価の整合性および一貫性の保持
- 市場情報の信頼性および充分性
- アセスメントメソドロジーの公開
- アセスメントメソドロジーの定期的な見直し
- アセスメントメソドロジーの変更
- 評価価格の変更および訂正
- 受渡数量基準
- 特定の数量単位（バレル等）が用いられる理由

#### 第3条（価格評価対象となる取引）

各インデックスにおいて、もっとも流動性がある数量、期間、地域を価格評価の対象とす

る。価格評価の対象とする取引の詳細については、その対象となる数値数量、参考として考慮される市場情報、価格評価に用いられる「リムトレーディングレポート」内の情報、および取引所等の特定市場情報とあわせてレポート毎のアセスメントメソドロジー内に記載することとする。

#### 第4条（価格評価対象となる対象時間取引）

各インデックスにおいて、日本を含むアジア時間における取引のうち最も有効かつ利便性があると当社が判断する時間を価格評価の対象時間とする。詳細については、レポート毎のアセスメントメソドロジー内に記載することとする。

#### 第5条（価格評価の優先順位）

各インデックスにおいて、相対取引、他の取引市場での成約価格、買唱え、売唱えのうち、価格評価のために採用する市場情報、および採用する市場情報が複数存在する場合の優先順位を定める。詳細については、レポート毎のアセスメントメソドロジー内に記載することとする。

#### 第6条（取材先の選定）

市場情報の収集にあたり、売り手、買い手に偏りがないように、取扱量の多さ、市場に与える影響力等を鑑みて選出した複数のメジャー、産油会社、産ガス会社、石油会社、トレーダー、商社、ディーラー、需要家等に取材を実施することとする。

各レポートチームは、取材先の地域性および取材先から取得した情報の種類について偏りがないか検討することとする。取材先の地域性や情報の種類に偏向性を認識した場合には、取材担当者とチームリーダーで取材先からの除外を検討する。検討の結果、取材先から除外すべきであると判断された場合には、社長の承認を得た上で取材先から除外する。

#### 第7条（取材方法）

中立性、公正性の観点から適切な資質および技術を有していると当社が判断する取材担当者が、電話を主体に電子メール、チャット等を駆使して取材を行うこととする。取材先担当者の信頼性を確保するために、原則として取材先の会社へ直接電話することにより、当該担当者が在籍していることを確認することとする。

#### 第8条（スーパーバイザーの設置および役割）

各レポートに対して、2名以上のスーパーバイザーを設置する。レポート公表前に、各レポートに設置されたスーパーバイザーのうち少なくとも1名が、価格評価がアセスメントメソドロジーに遵守して行われており、整合性および一貫性が保持されているかという観点からレビューを実施することとする。

#### 第9条（スーパーバイザーの選定）

スーパーバイザーは、価格評価対象商品および市場について十分な経験および知識を有したものを、取締役会の承認を得た上で選定することとする。スーパーバイザーは、担当するレポートの価格評価および記事作成に携わらないものとする。

#### 第10条（スーパーバイザーによるレビュー品質の維持）

スーパーバイザーによるレビューの品質が適切に保たれていることを確認するため、社長以外の者がスーパーバイザーとしてレビューを実施したレポートについては、定期的に社長によるスポットチェックを行うこととする。スポットチェック実施後は、当該スポットチェックの証跡を保管することとする。

#### 第11条（価格評価の整合性および一貫性の保持）

価格評価の担当者間での価格評価結果の整合性および一貫性を保持するため、スーパーバイザーによるレビューの他、価格評価シミュレーションを定期的実施することとする。

#### 第12条（市場情報の信頼性および充分性）

各価格評価の担当者は、取材先より取得した市場情報が関連当事者との取引に関する情報、恣意的な情報その他異常な情報でないかを当該取材先および他の複数の取材先に確認し、必要に応じて精査することとする。関連当事者との取引情報や恣意的な情報等の異常な市場情報が検出された場合には、追加取材により裏付けをとることで価格評価に採用する市場情報から除外するか否かを判断することとする。また、重大な事項については速やかにスーパーバイザーおよび社長に報告することとする。これらのうち重要な専門家判断は、各レポートチームの取材メモ、アセスメント経緯シート等に記録することとする。情報提供者から提供された市場情報が恣意的なものでないことを確認する必要がある場合は、必要に応じて情報提供者のバックオフィスから情報を得ることを検討することとする。

一部の流動性の低い市場においては、価格評価に使用する市場情報が単一の取材先からのみ得られる場合がある。そのような場合においても、本アセスメントメソドロジーに定める手続により当該市場情報が価格評価のために採用可能かどうかを判断することとし、当該市場情報が単一の取材先からのみ得られている事実をもって、価格評価に採用する市場情報から除外すべきであるとは判断しないものとする。

情報提供者に対しては、アセスメントメソドロジーをWEB上に公開し、また協力を要請することで、当社が定める価格評価方法上の条件を満たすすべての市場情報が提供されるものと期待している。

#### 第13条（アセスメントメソドロジーの公開）

2名以上の取締役役に承認されたアセスメントメソドロジーは、当社のWEB上にアップロードし、外部取引先、情報提供者、購読者等が入手可能な状態で管理することとする。

#### 第14条（アセスメントメソドロジーの定期的な見直し）

アセスメントメソドロジーは年1回（毎年10月開催の取締役会時）、および商品市場に重大な変更があった場合に見直しを実施する。見直しの結果、必要であると認められた場合においてはアセスメントメソドロジーの変更を検討することとする。アセスメントメソドロジーの見直しを実施するにあたっては、外部取引先、購読者など有識者から聞き取った意見を参考にする。

#### 第15条（アセスメントメソドロジーの変更）

価格評価方法に影響を与えるアセスメントメソドロジーの変更が必要と判断された場合、

関連するレポートチーム内で十分に議論した上で変更点を稟議事項とし、2名以上の取締役の承認を得ることとする。2名以上の取締役による変更点の承認後、アセスメントメソッドロジー変更の原則として1カ月前、少なくとも2週間前までに、アセスメントメソッドロジー変更を実施する旨、および変更日を各レポート上で告知することとする。

2名以上の取締役による変更点の承認後、当該変更点を反映したアセスメントメソッドロジーを変更日までに2名以上の取締役により承認するものとする。

価格評価方法に影響を与えるアセスメントメソッドロジーの変更にあたっては、外部取引先、購読者などの利害関係者から変更内容に関する質問を受け付けることとする。当該質問およびこれに対する当社の回答については原則としてレポートまたはWEB上で公開することとするが、利害関係者が非公開を希望する場合、その他利害関係者との信頼関係を保持するために必要であると当社が判断する場合は非公開とする。

価格評価方法に影響を与えないアセスメントメソッドロジーの訂正については、2名以上の取締役による承認を受けた後に、レポート上で訂正に関する告知を行い、速やかに訂正を反映する。

#### 第16条(評価価格の変更および訂正)

レポート上で公開した評価価格については、公開後に変更を実施しないこととする。ただし、誤字、脱字、タイプミスによる訂正は除く。

## 第2章 ローリーラックにおける価格評価の原則

### 価格評価の目的

価格評価の目的は、レポートの発行日に取引された標準的なスポット売買の実勢相場を表すことにある。実勢相場とは、「競争原理が働くなかで、多くの市場参加者(プレーヤー)間で実際に取引が成立した価格帯、または買付け可能な価格、あるいは販売可能な価格」、すなわち「最も多く取引が成立した価格帯」および「最も多く取引が成立しうる価格帯」と定義する。

### 価格の定義

取引が成立しない場合でも製品の価値は変動するものとする。価格とは、変動する製品の価値を計るものとする。

製品の価値は、需給や生産コスト、他の市場状況やプレーヤーの観点によって変動するものとする。

### 評価の方法

価格評価は、レポート発行日に得た成約情報、売買唱え、需給状況が基本的な要素となる。

価格評価をする上で材料とする成約情報、売買唱えは大別して次の2点とする。

- (1) 売買当事者双方から確認を得たもの
- (2) 売買当事者の何れか一方から確認を得たもの

このうち価格評価の時間内で入手した成約情報を優先する。ヒストグラムを作成し、そこから成約の集合体を読み取り、その集合体を中心にアセスメントを行う。

一方、成約件数が取れない、ないしは不十分の場合は、ヒストグラムを作成しない、または最新見積もりを中心にグラフを作成し、成約可能な水準をアセスメントする。成約、売買唱えがない場合は売り気配、買い気配を参考にする。極端な高値、安値の取引はそれが仮に事実であっても、多くの市場参加者が唱えている売買の価格帯から大きく乖離している場合、評価の対象から除外する。いずれの場合も、その評価価格に至った経緯を説明するように努める。

製油所、油槽所出荷がある地域では、各出荷所間での相互作用が起こりうるため、いずれか一方の情報が乏しい場合、他方の動向に応じて価格を算出することがある。また、周辺出荷地の価格的影響も受けることがあるため、価格情報が乏しい場合は周辺地域の動向を参考にすることがある。

### 成約の定義

① 売買の双方当事者、または片方の当事者から「売った」、「買った」と判断できる情報を入手した場合、それを成約と判断する。具体的には、売り手が見積もりを提示し、それで売れている、あるいはその価格で買ったと当事者から聞いた場合、また見積もり提示から価格交渉を進めて売った、ないしは買った、という情報をリムの取材記者が入手した場合は成約とみなす。成約情報の吟味として、売買当事者、出荷地、受渡し期限、倉取りまたは届けの区別を確認、数量はアセスメント対象の最小数量 10kl 以上を対象とする。

② JOX や TOCOM 現物市場などオンライン取引で成立した取引も成約とみなす。

### 成約件数と数量の取り扱い

商習慣上、成約数量は価格評価の当日に明確とならない場合が多いため、アセスメントは数量よりも件数に重点を置く。より多くの当事者間で取引が成立した、あるいは成立可能な水準の価格を評価価格とする。成約が取れない、または件数が不十分のため売買唱えでアセスメントをする場合、需給状況を鑑みて少しでも多くの取引が成立しうる価格帯を評価価格とする。なお、成約件数の多少については、判断基準が相対評価であり、絶対評価ではない。

### 情報が乏しい場合の価格評価方法

① 価格評価当日に取材先から成約、売買唱えが得られない場合は、需給環境、その他の市場動向からみて、前日の唱えが維持されていると判断できるときは前日の唱えを価格評価とする。

② 価格評価当日に取材先から成約、売買唱えが得られない場合は、周辺地域や他の市場動向に応じて価格を動かすことがある。

③ 一つの成約、売買唱えが得られ、それが周辺地域の相場動向や他の市況からみて妥当と判断できる場合、その価格を評価の対象とする。需給環境、周辺地域の相場動向や他の市況の動向に応じて、その価格を評価価格のレンジ内に入れる。

## 価格評価の上下値の採用基準

最大値幅を1円とする。

需給状況と「いくらまで買ったか、ないしは売ったか」、または「いくらまでなら買えるか、ないしは売れるか」を複数の市場関係者に取材し、情報を取得する。1社から安く買う場合もあるが、複数と売買している場合もあるため、転売価格も聞き、それで売買し得るかどうかをアセスメント価格に反映する。

### 上限値のアセスメント

①ヒストグラムにより成約の集合体が見て取れる場合

市場参加者から情報を入手し、複数取引の成立が実際に確認できる価格の上限を採用する。

②成約が取れない、または件数が不十分な場合

#### 【需給が強い場合】

複数の取引参加者に提示された見積もりで、価格交渉をすることなく手当て可能な価格、ないしは転売可能な価格の上限を採用する。

#### 【需給が弱い場合】

複数の買い手および売り手が取引可能な見積もり価格のうち、競争力が残る価格の上限を採用する。

### 下限値のアセスメント

①ヒストグラムにより成約の集合体が見て取れる場合

市場参加者から情報を入手し、複数取引の成立が実際に確認できる価格の下限を採用する。

②成約が取れない、または件数が不十分な場合

#### 【需給が強い場合】

最安値の見積もりでも買い手が限定される場合は不採用とし、次いでより多くの買い手が取引可能な見積もりの最安値を下限に採用する。

#### 【需給が弱い場合】

見積もりが複数の市場参加者に提示されており、限定されずに手当て可能な見積もりの最安値を下限に採用する。最安値の見積もりを提示するのが1社だけであっても、複数の市場参加者が手当て可能な場合は下限に採用する。

### 数量単位

取引数量の単位はリットル、取引通貨は円とする。国内石油産業では、商習慣としてリットルをもとに陸上取引を行っており、これに沿って単位を規定している。

### 価格評価の対象油種

レギュラーガソリン、灯油、軽油、A重油、LSA重油の5油種を価格評価の対象とする。このうち、4製油所（千葉、川崎、中京、阪神）の軽油は、課税と未課税を分けて価格評価を行う。

ただし、東名阪の4油槽所（八潮、横浜、中京、阪神）はA重油の価格評価を行わず、LSA重油だけとする。一方、北海道はA重油だけとする。

## 品質

基本的に日本工業規格 (JIS) + 業界標準規格に合致した国産品あるいは通関後の輸入品を評価対象とし、スポット市場で広く流通しているものを「一般流通品」と見做す。特殊規格品は対象外とする。このうち、重油について、A 重油は硫黄分 0.5%品を対象とする。LSA 重油は硫黄分 0.1%品を対象とする。

## 標準数量

最低取引数量は 10kl とする。ただし、数量制限条件や数量値引き条件がついた取引における価格は、これをそのまま反映することはしない。また、標準数量から外れる場合でも、価格評価の参考とすることがある。

## 受渡形態と受渡ポイント、価格評価地域

製油所・一次基地および二次基地(油槽所)出しスポット石油製品タンクローリー取りの EX パイプ取引を価格評価の基準とする。ただし、届けベースの取引も価格評価において参考材料とするケースもある。その際、EX パイプ価格への引き戻しは実勢のローリー運賃を用いる。

### 東名阪製油所出しローリーラック市況

地域	出荷	適用
千葉	製油所	
川崎	製油所	川崎出しを基準とし、根岸出しを参考とする
中京	製油所	
阪神	製油所	堺出しを基準とし、和歌山出しも参考とする

### 東名阪油槽所出しローリーラック市況

地域	出荷	適用
東京・埼玉	油槽所	埼玉・八潮の三愛石油・東京ターミナル出しを基準とする
横浜	油槽所	大東通商、セントラル・タンクターミナル横浜事業所 (CTT) の両油槽所出しを基準とする
中京	油槽所	名古屋港潮見埠頭 (9 号地) を基準とする
阪神	油槽所	



## その他の製油所・油槽所出しローリーラック市況

地域	出荷	適用
北海道	油槽所	石狩、苫小牧の両油槽所出しを基準とし、製油所出しを参考とする
仙台	製油所	仙台製油所出しを基準とし、塩釜油槽所出しを参考とする
四国	製油所 油槽所	四国製油所および坂出の油槽所
福岡	油槽所	福岡方面の油槽所出しを基準とし、北九州方面も参考とする

### 価格評価対象となる取引形態

スポット・ベース(1)の新規取引(2)を評価基準に置き、製油所および油槽所のラック渡し、すなわち EX パイプを基準とする。価格評価においては、OTC 市場での成約価格、売買唱えのリムの記者による取材を基本とする。また、リムトレーディングボード(3)（リムの WEB サイト掲載のリムトレーディングボード）の成約価格、売買唱えも加える。JOX（ジェー・オイル・エクスチェンジ）、東京商品取引所石油スポット取引など、オンラインの現物取引は当日 15 時 30 分までにできた成約、ないしは売買唱えを対象および参考とする。届けベースの取引は、実勢運賃を用いて、ラック渡し価格に換算したものを参考とする。ターム取引は除外する。産業燃料ユーザー向けのいわゆる直需、直売取引は、参考として考慮するものの、直接的な価格評価の対象としない。

官公需関連の入札価格も同様の扱いとする。セット販売や交換(スワップ)取引などは価格評価の上で参考とするが、全面的に反映することはない。

#### (1)～(3)の説明

(1)スポット市場に供給される生産、輸入品。これらのうち、非系列向けを中心に、海上市場から陸上市場に流入したもの、先物市場で現引きされたもの、油槽所の在庫、系列向けあるいは産業燃料向けだったもののスポット市場に流入したものなど、スポット市場で取引相手を限定することなく供給される製品をスポット供給玉とみなす。

(2)新規取引とはその日に初めて浮上した商談を対象とする。最初に売買された数量を日を分けて同一価格で受け渡す、あるいは引き取る場合、2 日目を降については新規取引とはみなさない。卸業者が SS 業者等の買い手に提示する見積もり価格で適用される受け渡し期間中に受発注された場合は、これを新規取引とみなし、その見積もり価格は評価の対象となる。

	売り手	対象玉・価格	買い手
○3/1	A 商社	①ノンブランドガソリン 500kl(2～5 日デリバリー) 108.0 円で成約	B 商社
×3/2	A 商社	①のうち 200kl 受渡し 108.0 円	B 商社

### (3) リムトレーディングボードに掲載の価格評価対象

「リムトレーディングボード」に掲載された成約価格を価格評価の対象とする。売買唱えも価格評価の参考にする。「リムトレーディングボード」に掲載する成約、ならびに売買唱えは、「リムトレーディングボード」に登録した売り手、買い手により直接寄せられたものに加え、電話、電子メールおよび「ヤフーマッセンジャー」など、インスタト・メッセージングサービスを通じて寄せられたもの、さらに本紙記者の取材したものとする。

### スポット取引に携わるプレーヤー

リムが定めるスポット陸上市場を構成するプレーヤーは以下のとおりとする。

(1) ガソリン、灯油、課税軽油、A 重油、LSA 重油のスポット取引を行う主要プレーヤーは、元売り、商社、卸、販売業者、小売業者。これらのプレーヤー間で実施されるスポット取引価格を評価の対象とする。

仕向け先が限定されるなどの条件付き取引は相場動向を把握するうえで参考にするものの、そのまま評価に反映はしない。具体的には以下の2点が該当する。

- ① 石油元売りが取引相手に供給するスポット玉の卸価格
- ② 産業需要家など最終需要家が仕入れる価格

(2) 未課税軽油のスポット取引を行う主要プレーヤーは、販売元売り、輸入元売りと特別徴収義務者。これらのプレーヤー間で実施されるスポット取引価格を評価の対象とする。製造元売りと販売、輸入元売り間の成約価格、売買唱えは参考とするが、そのまま反映することはない。

(1)、(2)のいずれの場合でも、系列特約店に対しての系列内取引は評価対象から除外する。

\*製造元売り、販売元売り、輸入元売りは総務省が毎月初旬に公表した内容に準ずる。最新状況はリム情報開発 WEB サイト「用語集」を参照。

### 評価対象期間

レポート発行日の翌日の受渡物を評価対象とし、2~7 日先までの受渡しを参考とする。このうち、期近渡しの売買唱え、成約を優先する。ただし、祝日の受渡しは対象としない。また、当月レポート最終発行日の前日までの評価対象は月内渡しまでとし、当月のレポート最終発行日から翌月渡しを対象とする。なお、代金の支払い期間については前払いまたは受渡後 30 日以内の取引を基準とする。

### 価格評価時間帯

当日の価格評価時間帯は各市場(受け渡しポイント)とともに東京時間 10 時~17 時 30 分とする。