



2023年 5月 8日 担当 虻川

原油が大幅安、米景気減速懸念で 金は反落

8日朝方の国内商品先物市場で、原油は大幅に続落して取引を始めた。取引量が多い10月物は1キロリットル5万9780円と連休前の2日の清算値に比べ3570円安い水準で寄り付いた。米金融引き締め長期化で景気を冷やし、原油需要が落ち込むとの見方から売りが先行している。

米連邦準備理事会（FRB）は2～3日の米連邦公開市場委員会（FOMC）で0.25%の利上げを決定した。おおかたの市場予想通りだったものの、パウエルFRB議長はFOMC後の会見で早期の利下げを否定した。

外国為替市場で円相場は1ドル=135円ちょうど近辺と、連休前の2日夕と比べ2円以上の円高・ドル安水準で推移している。円建てで取引される国内原油先物に割高感を意識した売りも重荷となっている。

金は反落している。中心限月の2024年4月物は1グラム8753円と同12円安い水準で寄り付いた。連休中に一時8870円まで上昇し、中心限月として最高値を更新したため、目先の利益を確定する売りに押されている。

ただ、下値は限定的となっている。米地銀破綻や米債務上限問題を巡る不透明感から投資

家のリスク回避姿勢は根強く、「安全資産」とされる金への需要が続いている。

白金は続落。中心限月の24年4月物は1グラム4531円と同50円下回る水準で取引を

始めた。

日経新聞



2023年 5月 8日 担当 虻川

〔JPX エネルギー〕 ドバイ原油、WTI 安受け大幅続落 = 景気減速懸念

東京商品取引所のドバイ原油先物相場は大幅続落。中心限月 10 月きり（6 番ぎり）の始値は前営業日比 3570 円安の 5 万 9780 円。日中立ち会いは、東京の大型連休中のニューヨーク原油（WTI）先物相場が米国の利上げに伴う景気減速懸念で大幅に下落した地合いを引き継ぎ、売りが優勢となっている。

ガソリン（バージ）、LNG、電力、大阪取引所の CME 原油等指数先物はいずれも出合いがない。

時事通信



ウメト インフォメーション



2023年 5月 8日 担当 虻川

ANA、CO2 排出実質ゼロの燃料で運航 G7 に合わせ

全日本空輸（ANA）は1日、二酸化炭素（CO2）排出量が実質ゼロの燃料を使ったフライトを始めた。CO2の排出枠を売買するカーボンクレジットを活用し、製造から輸送の段階での排出が実質ゼロになった燃料を使う。広島で開く主要7カ国首脳会議（G7サミット）に合わせて広島空港を発着する便に適用し、国内外に環境への取り組みを示す。

広島と羽田空港などを結ぶ路線で、5月末まで計682便で運航する。1カ月間で約1万トン弱のCO2を削減できる。排出量が実質ゼロになった燃料を使うのは国内の航空会社では初めてという。

INPEXがアラブ首長国連邦で生産したマーバン原油を出光興産が輸送し、同社がジェット燃料に精製する。INPEXと出光がカーボンクレジットを購入して実質ゼロとするが、購入費用はANAが負担する。

ANAは2050年度までに航空機の運航でのCO2排出量を実質ゼロにする目標を掲げる。30年には消費燃料の10%以上を再生航空燃料（SAF）に置き換える方針だ。ただSAFは製造量が少なく、コストはカーボンクレジットに比べ10～100倍以上かかるといわれている。

ANA 調達部の村主典陽部長は「SAF が手に入りにくいなかで、今できることを進めていきたい」と話した。

日経新聞



2023年 5月 8日 担当 虻川

FFGS、JP2023で「生産環境の最適化」「新規ビジネス創出」提案

富士フイルムグラフィックソリューションズ（株）（山田周一郎社長、以下「FFGS」）

は、「JP2023・印刷DX展」に出展し、「Start Smart Style～スマートな印刷で奏でる新たな未来」をテーマに、「生産環境の最適化」「新規ビジネスの創出」という2つの側面から、実践的な生産改革の手法を提案する。

FFGSは、これまでも印刷ビジネスの持続的な成長に向けた社内改革として、成長戦略へ活用する経営資源（人材、設備、時間、資金）を生み出す、「生産環境の最適化」を提唱してきた。JP展のブースでは、これまでの活動を通じて分かってきた持続的に利益を生み出す生産環境のメカニズムの説明と、すぐにでも取り組める実践的なソリューションを、プレゼンテーションと展示コーナーで提案する。

また、「生産環境の最適化」で生まれた余力を活かした「新規ビジネスの創出」に繋がるソリューションを、多数のサンプルと実機デモで紹介する。

印刷ジャーナル



ウメモト インフォメーション



2023年 5月 8日 担当 虻川

食品・日用品の主要メーカー、7割が今後1年で値上げ

食品・日用品の値上げは2023年度も続く見通しだ。日本経済新聞が主要メーカーを対象に調査したところ、7割の企業が今後1年間に値上げする方針を示した。原材料高の影響が長引く一方、コスト上昇分の価格転嫁の割合は「5割未満」が半数に上った。物価高に賃金上昇が追いつかず、消費者は節約志向を強めている。値上げが受け入れられるかどうかは、賃上げの動向が影響しそうだ。

日経リサーチを通じて食品・飲料・日用品など消費財メーカー338社を対象にインターネットと郵送の併用でアンケート調査を実施した。3月上旬から4月中旬までに93社が回答した。

23年度は検討中なども含めて75%の企業が値上げする方針だ。「価格は変える予定はない」は14%にとどまった。サントリー食品インターナショナルなど飲料大手は1日、25年ぶりに缶コーヒーを一斉に値上げした。山崎製パンは7月に食パンを再値上げする。

食品や日用品だけでなく、幅広い商品やサービスの価格が上昇し、消費者は節約志向を強めている。帝国データバンクの推計によると、23年度は食品だけで22年度に比べ1世帯あたり2万6000円の負担増となる見込みだ。

実際、今回の調査では値上げ後に「販売量が減った」とする企業は約5割に達した。キッコーマンの中野祥三郎社長は「豆乳やしょうゆなど値上げした後に動きが悪い商品があった」と話す。

それでもメーカーが値上げに取り組むのは、原材料やエネルギーなどコスト上昇分の価格への転嫁が遅れているためだ。85%の企業がコスト上昇分を「価格転嫁できている」と回答した一方、「全くできていない」も11%あった。価格転嫁できている企業の状況を聞いたところ、「8割以上」は12%にとどまり、半数は「5割未満」だった。

日経新聞