

イデックスオイルレポート ~For a week~

(株)新出光

【概況】

●21日、S&Pグローバルが午前発表した2月の米製造業購買担当者景況指数(PMI)速報値が51.6と前月から上昇。市場予想を上回り、8カ月ぶりの高水準となった。外国為替市場ではドルが対ユーロで上昇し、ドル建てで取引される商品の割高感から売られ相場は70.4ドルへ下落した。

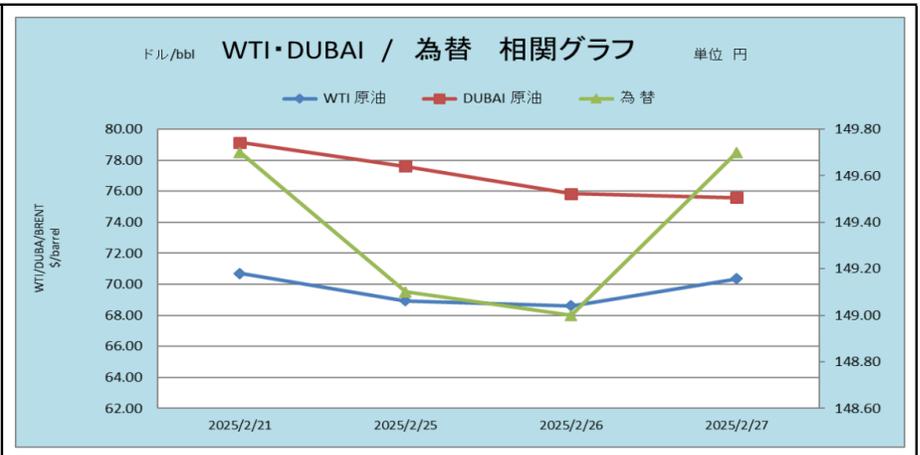
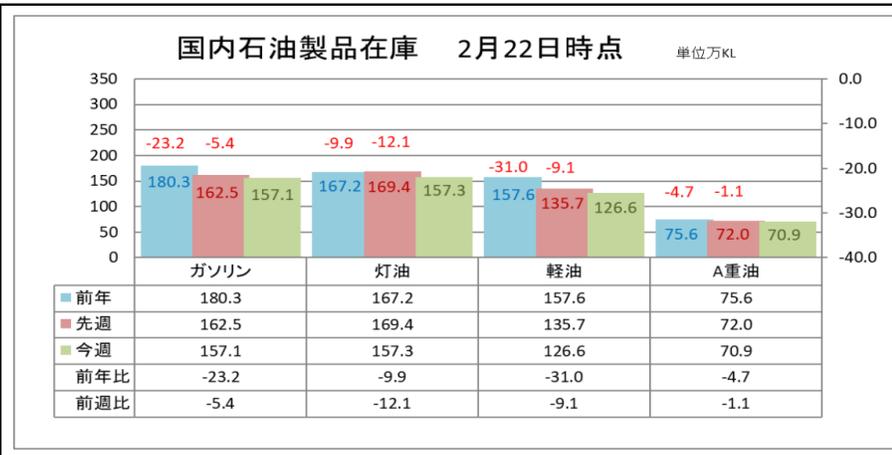
●24日、米財務省は24日、イラン産石油の販売と輸送に関与した30以上の取引業者、タンカー運航業者などを対象に新たな制裁を科す方針を発表。トランプ氏が復活させた対イラン制裁を強化する「最大限の圧力」政策の一環とみられている。供給不安の高まりから、相場はほぼ終日プラス圏で推移し70.7ドルへ反発した。

●25日、米民間有力調査会社コンファレンス・ボード(CB)が午前発表した2月の消費者景気信頼感指数は98.3と、前月(105.3=改定値)から大幅に低下。市場予想(102.5=ロイター通信調べ)も下回った。一方、ドイツ連邦統計局が25日発表した2024年通年の実質GDP(国内総生産)確定値は季節調整済みで前年比0.2%減となり、2年連続のマイナス成長が確定した。これらを背景に、米欧の景気鈍化に伴うエネルギー需要鈍化への懸念が浮上し、原油は売られ相場は68.93ドルへ反落した。

●26日、EIAが発表した石油在庫統計によると、ディステレート(留出油)在庫が前週比390万バレル増と、市場予想(ロイター通信拡大版調査)150万バレル減に反して積み増しとなった。ガソリン在庫も前週比40万バレル増(同予想80万バレル減)と増加した。これを受け、石油製品相場がともに下落。原油在庫は前週比230万バレル減(同=260万バレル増)となったものの、石油製品相場の下落が原油相場を押し68.62ドルへ続落した。

●27日、トランプ米大統領は26日、SNSへの投稿で、米石油大手シェブロンがベネズエラで事業を行うための許可を3月1日をもって撤回すると明らかにした。シェブロンは事業許可の取り消しで、ベネズエラ産原油を輸出できなくなる。代わりにベネズエラ国営石油PDVSAが石油を輸出する場合、米国の製油所は自国の対ベネズエラ制裁のため石油が購入できなくなる。これを受け、供給混乱への警戒感が高まり、原油は買い進み相場は70.35ドルへ反発した。

2月28日 16:00現在 WTI原油 69.90ドル 為替 1ドル 150.67円



	次回元売変動予測 3/6~	元売変動予測
ガソリン	→	-0.4~-0.9
灯油	→	-0.4~-0.9
軽油	→	-0.4~-0.9
A重油	→	-0.4~-0.9
LSA	→	-0.4~-0.9

【製品卸価格】

《今週》今週の元売り仕切り改定は、3社ともに原油コスト(OSP含む)は「±0円」、補助金は、「-13.1円・0%」、都合「+0.6円」の改定となった。資源エネルギー庁の公表する全国レギュラーガソリンの25日時点の小売価格平均は184.3円となっている。

《3月6日以降》次回の元売り改定は、原油コストは「-2.0円~-2.5円」、激変緩和補助金は「-10.9円・0%」の見込みで、都合「-0.4円~-0.9円」の改定予測となっている。

※原油コスト「-2.0円~-2.5円」
 ※激変緩和補助金「-10.9円」前週比+1.6円
 ※現時点での予測です。

【次世代エネルギー】 < ついに販売開始のソニー・ホンダ新EV、あえて「テスラ強」の地で勝負する理由 >

2025年に北米で販売を開始したソニー・ホンダモビリティの新EV「AFEELA」は、米テスラや中国メーカーが強いEV市場でどう戦うかが注目される。アフィーラの競争力の源は、ソニーのスマホ事業を率いた川西泉氏と十時裕樹氏のコンセプトに基づくもので、一般的な自動車メーカーのEVとは異なり「走るスマホ」として、購入後も機能が進化し続けることにある。これは、テスラの「OTA(オーバー・ジ・エア)」のような機能を取り入れ、外部のエンジニアがアプリを開発できる環境を提供することによって実現される。アフィーラは「いじり倒せるガジェット」として、異分野の知見を集めることで車を深化させていくことを目指す。

また、ソニー・ホンダは米国市場を主市場とし、そこにソニーの「勝てる分野」に集中する戦略を感じる。ソニーはかつてリーマン・ショック後に韓国や中国勢に追い越された過去を持ち、その経験から「自社が勝てる領域」に集中する方針を採用してきた。ソニーとホンダが米国で一定のブランド力を持っているため、米国市場で革新的なEVを展開することで競争優位性を得られると考えている。また、中国メーカーが米国市場に参入しにくい現状を鑑み、彼らが市場に進出する前に競争力をつける必要がある。

ソニー・ホンダは、高付加価値なEVを目指し、ソニーとホンダのブランド力を活かすことが鍵だと見ている。この取り組みは、日本企業全体にとっても、前例にとらわれず革新を追求する先進事例となることが期待されている。