

A D 共同申請の仮想事例（検討初期～中期段階）

令和2年8月26日
経済産業省
特殊関税等調査室

0. 前提条件

事業会社Aでは、ここ1年間で自社製品Xの売上が著しく減少していた。担当の営業部では、製品Xと競合するP国産品が、ここ数年にわたり極めて安値で大量に輸入されており、それを引き合いにした失注や製品価格の引下げといった事例が多発していることに着目し、その状況を打開するための策として、AD申請を行うことを検討することとした。AD申請を行うためには、申請者の生産高が総生産高に対して25%以上であることが必要であったが、A社の製品Xの生産高は総生産高に対して20%であったことから、国内で製品Xを生産する他の事業会社であるB社（生産高割合25%）及びC社（生産高割合45%）と共同で申請を行う方向で検討を進めることとした。（A社・B社・C社の生産高の合計は国内総生産高の90%となり、A社・B社・C社が共同で申請を行うことにより要件を満たすこととなる。）

ハードル1. 同業他社との接触が認められない

まず、A社営業部は、P国産品の輸入が急激に増加していることや、それら輸入品に対抗する手段としてA社がAD申請を検討していること等の定性的情報について、B社及びC社と共有し、B社及びC社において、AD申請を共同で行うことの可否について検討を行ってもらおうとした。

しかし、A社経営企画部及び法務部は、一般的な情報であったとしても、同業他社と情報を共有することは、独占禁止法に抵触する（競争の実質的制限につながる）おそれがあるとして、①A社営業部がB社及びC社と接触することを認めず、その結果、A社営業部はB社及びC社に直接相談をもちかけることを断念した。

⇒論点①：AD共同申請についての初期段階の検討は、同業他社間においてどのように進めればよいか。

例：輸入量の推移等、一般に公開されている統計情報をまとめる。

日本でのAD措置事例等について、経産省特関室が公開している情報を基にまとめる。
各社営業部以外の職員でチームを構成し、情報の共有範囲を限定した上で検討を行う。

ハードル2. 申請コストに対する各社のスタンスが揃わない

そこで②A社営業部は、弁護士（申請代理人）を立て、B社及びC社に相談をもちかけることとした。

B社は、A社同様に、国内市場においてP国産品との競合に苦しめられており、AD申請に対して比較的前向きな姿勢であったが、③共同申請者に名を連ねる条件として、国内最大手であるC社も申請者となることを挙げた。C社は、自社のコストカット等により収益改善を図っており、AD申請については、②ダンピングによる他社の損害の状況がわからない中で、費用対効果（勝算があるのか否か）が不明であるとして③消極的な姿勢を示した。特に、AD課税申請に係るコストは最低限に抑えたいとして、④新たに人的リソースを割くことや、②多額の弁護士費用を負担することは困難であるとの見解を示した。

⇒論点②：AD申請の勝算と申請に向けたコストが比較衡量されるAD共同申請の初期・中期段階において、弁護士費用を極力低く抑えることができるか。主たるコストは何か。

⇒論点③：AD共同申請の初期・中期段階において業界としてコンセンサスを醸成するための工夫はないか。

⇒論点④：AD共同申請を進める上で必要な社内の理解を得るためには何が効果的か。

ハードル3. 業界団体によるAD申請の呼び掛けができない

A社、B社及びC社が所属する業界団体Dは、通常業務の一環として、財務省貿易統計等の公表統計をベースに、会員企業が生産する製品と競合する製品の輸入量等についての情報を集計し、各会員企業に対してその集計結果を提供していた。その過程において、業界団体Dは、ここ数年で国内製品XがP国から大量に輸入され、その単価が極めて安くなっていることに気づいていたが、⑤複数の会員企業が出席する会合において、輸入品の情報や分析結果を提示し議論することは、独占禁止法に抵触する（競争の実質的制限につながる）おそれがあるとして、P国製品に係る問題提起等を行うことができていなかった。

⇒論点⑤：業界団体は、AD申請を検討する各会員企業に対してどのような付加価値を提供できるか。

例：業界団体が定期的に集計している情報（公表統計等）を必要な加工を施し提供する。
世界各国のAD措置発動状況等についての情報を提供する。