

アンチダンピング措置の共同申請及び団体申請の 活用促進に関する研究会の開催について

令和2年8月26日
経済産業省
特殊関税等調査室

1. 開催趣旨

アンチダンピング措置は、不当廉売（ダンピング）輸出に対してその価格差に相当する関税を賦課できる、WTO協定上認められた措置である。我が国の産業を他国の不公正貿易措置から救済するため、アンチダンピング措置が適切に活用されることが重要である。

アンチダンピング措置の発動は、通常、国内生産者の申請によってなされるが、申請に当たっては国内の総生産高の4分の1以上を占める生産者によるものであること等の要件を満たすことが必要なことから、複数の事業者が共同して又は事業者団体として申請することが多い。

一方で、複数の事業者又は事業者団体による申請に当たっては、申請に向けた意思決定のための事業者間の調整に係るコストや、申請に当たって必要な価格や収益に関する情報交換に係るコンプライアンス上の懸念といった課題があり、こうした課題が事業者・事業者団体に対して申請への萎縮効果をもたらし、アンチダンピング措置が十分に活用されない要因となっているのではないかとの指摘が、令和元年12月の産業構造審議会貿易経済協力分科会特殊貿易措置小委員会において複数の委員からなされたところである。

こうした状況を踏まえ、本研究会は、アンチダンピング措置の共同申請及び団体申請に当たっての課題を整理し、解決方向を議論することを目的とする。

2. 本研究会の構成等

- ・委員は別紙のとおりとする。
- ・本研究会の事務局は、経済産業省特殊関税等調査室とする。

3. 本研究会及び配付資料等の公開について

- ・本研究会は、委員の率直かつ自由な意見交換を確保するため、原則として非公開とする。
- ・配付資料の取扱いは、事務局が資料提出者と相談して対応を決定する。
- ・研究会の議事概要は、事務局が作成し、必要に応じて発言者の特定可能性についても考慮し、発言者の確認を経て公開する。

以上

アンチダンピング措置の共同申請及び団体申請の
活用促進に関する研究会 委員名簿

(敬称略・50音順)

神戸大学大学院法学研究科教授	川島 富士雄
上智大学法学部教授	川瀬 剛志
神戸大学大学院法学研究科教授	泉水 文雄
大阪大学大学院法学研究科教授	武田 邦宣
長島・大野・常松法律事務所パートナー	服部 薫
西村あさひ法律事務所パートナー	藤井 康次郎
アンダーソン・毛利・友常法律事務所パートナー	中川 裕茂

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ないか。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。

第1回アンチダンピング措置の共同申請及び団体申請の活用促進に関する研究会
議事要旨

- 1 日 時：令和2年8月26日（水）13時～15時
- 2 場 所：ウェブ会議
- 3 出席委員：川瀬委員（座長）、川島委員、泉水委員、武田委員、中川委員、服部委員、藤井委員
- 4 議事要旨：

座長を選任後、事務局から資料1及び2に沿って、研究会の開催趣旨及び委員の構成について説明した。次に、事務局から資料3及び4について説明した後、討議を行った。討議の概要は以下のとおり。

○ AD共同申請の初期段階における同業他社との接触について

（泉水委員）

- 独占禁止法上の懸念を回避するためには、弁護士に依頼して、情報を弁護士に集約することとし、集約したデータは個々の企業には戻さないこととすれば、独占禁止法上の問題は生じず、一番有効な方法と考える。
- アンチダンピング（AD）申請検討の初期段階で弁護士にまだ依頼をしていない場合、基本的には、営業の職員が他社の営業職員と会って価格等の機微情報をやり取りするのは独占禁止法違反のリスクがある。ここまではやっていいということは独占禁止法の解釈からは言えないが、リスクを軽減する方法としては、機微情報を交換しないで、公表情報や民間データ会社が有するデータベースを使う、営業部を使わないようにして経営企画部や法務部が他社との間で情報交換をするなど考えられる。
- ノア・ペニントンの法理については、アメリカ合衆国憲法の請願権が日本の憲法でどのようになるかといった憲法上の論点もあり、この法理を日本に直ちに導入することは難しい。

（武田委員）

- 米国の1995年の国際事業活動ガイドラインには、AD申請についてどこまで競業他社と情報交換することができるかが記載されている。これによると、ノア・ペニントンの法理で保護されるのは、AD申請に必要な不可欠な情報であって、それを超えるもの、例えば、費用や価格、価格トレンド、利潤率についての情報交換は、ノア・ペニントンの法理の保護対象外になるとされている。
- 独占禁止法上の情報交換に関しては、米司法省とFTCの水平協力ガイドラインやEUの水平協力ガイドラインでは、過去のデータ共有か継続的な情報共有かといった視点が重要とされている。AD申請における情報交換が過去のデータにとどまるのか、そうしたデータの交換をずっと続けていくのか、こうした観点からの精査が必要。
- 独占禁止法上の意思の連絡に関する懸念がある場合には、第三者に情報集約、若しくは営業部を情報共有主体に入れないという選択肢が考えられる。今後の検討では、どのような情報交換が許されるのかという問題とレメディーをどうするのかという問題を分けて考える必要がある。

(服部委員)

- 企業同士がM&Aを検討する際、事業者が競争事業者に話を持ちかけること自体は独占禁止法に抵触しないと理解。ただ、そこから進んで協議を進めるときに情報交換の問題が生ずる。一方、競合他社に入札の意思を確認するのはカルテルや談合として認められない。この違いは、共同遂行の正当な理由があるかどうかであり、共同申請の意思確認は、AD申請に共同申請がほぼ必須であることからすると、前者にカテゴライズされるのではないか。
- 競争制限に当たるのは、交換した情報を営業活動に使うことなので、そうした権限がない者が情報共有をすることが望ましい。また、何が機微情報に当たるか、陳腐化するまでの期間も業種によって異なる。

(藤井委員)

- ノア・ペニントンの法理の日本法への適用の可否にかかわらず、機微情報の交換を伴わないAD申請の検討は独占禁止法上問題無いと考える。また、日本の憲法にも請願権や表現の自由に関する規定があるので、ノア・ペニントンの法理と同じような考慮があつて然るべきと考える。
- 実務上の問題はその先にある機微情報のやりとりであり、何かしらのモデルケースを企業に示すことで注意喚起ができるのではないか。そうした企業の不安を払拭することが貿易救済措置の活性化に重要。

(中川委員)

- 事業部の関与なしで申請検討はできないため、法務部と事業部が一緒に取り組む必要。
- 交換が必要な情報は過去情報が基本だが、将来情報が協議の中では出てくることも当然予想されるものであり、過去情報に限定した議論は現実的ではない。クリーンチームだけで対応可能かという議論もでていたが、仮に事業部から一人クリーンチームに来てもらっても、その人だけでできるものではない。
- 初期段階から経済産業省に相談してもらい、情報隔壁になるような第三者の介在をアドバイスするのが良いと考える。

(川島委員)

- AD措置により結果として輸入量が減少した場合に、競争の実質的制限といわれるかもしれないが、独占禁止法第2条第6項に「相互に事業活動を拘束し」とあり、AD申請はそもそも「事業活動」に当たらないのではないか。また、(AD措置による輸入品の排除は)私的独占とはいえなくもないが、ノア・ペニントンの法理ないしそれに類似の原理等で要件を満たさないと整理することが可能ではないか。
- 情報交換について、過去のデータだとしても、勝訴の見込みや勝算を得るために確度の高い情報を得ようと考えれば、独占禁止法に衝突しやすいシチュエーションがありうる。こういうときに情報遮断をしてしまうとうまく申請準備ができなくなってしまうのではないか。

○ AD共同申請の検討における同業他社との情報共有について

(川島委員)

- 調査開始の段階で、共同申請に躊躇している他社を説得するために、どこまで情報が必要なのか。共有が必要かつ共有することが重要な情報だが、独占禁止法上のリスクが高い情報をどうするかということについて議論したい。
- 例えば、営業現場の声は、因果関係判断で重要な情報だと思っている。これを情報交換できるのであれば、勝訴の見込みは立つが、独占禁止法上のリスクは高い。このように、二つの要素が衝突しやすいところに焦点を当てて議論するとよいと考える。

(藤井委員)

- 情報の粒度がもう一つ重要なパラメータだと思っている。高リスク情報でも粒度が荒い情報、例えば、具体的な数字を出さずに方向性・傾向にとどめるというのが一つの方法。具体的な数字を出してしまうと交換不可となってしまう。また、営業現場の声に関しても、通関統計から輸出国の価格が分かっている中で、輸出国企業の価格に対抗してほしいという話があるかという程度であれば、独占禁止法上の問題も生じない可能性があるのではないか。

(泉水委員)

- 過去の情報なら共有してもよいというのは、一般論はそうだが、価格の決め方によっては過去の情報でもセンシティブ情報であり、誰に対する販売価格なのかが個別に特定できるような形も問題があるのではないか。ガイドラインでは確かに過去の情報がいいとなっているが、それは統計データとして中間値を公表するような形にするという前提がある。

(武田委員)

- (仮想事例において) コストカットを図っているC社をAD申請に巻き込もうとする点については、今回の研究会における情報交換に係る論点とは別の独占禁止法上の論点が生じるのではないか。

○ AD共同申請に向けたコスト懸念について

(中川委員)

- 弁護士費用に関しては、(仮想事例において) マーケットシェアの高いC社1社だけで申請できる場合もある。C社の担当者が直接経済産業省と調整したり、申請に際して数社の数字を合算しなくてもよくなれば、コストが抑えられる。C社への説得方法として、C社だけでも申請ができ、コストが低く抑えられるということも考えられるのではないか。

(藤井委員)

- 弁護士費用を抑えようと思うと、企業側の手間が増え、リソースがかかってしまう。
- コストを下げるという工夫も必要だが、コストとベネフィットの比較衡量で進めていくべき。AD措置の暫定措置・確定措置で、どれくらいのメリットが企業にあるのか、過去の事例から示すことができるのではないか。ベネフィットが大きければ、社内のリソースを使うことへの理解も得られる。そういった投資の感覚を企業が持つことができれば、AD申請が活性化するのではないか。

(服部委員)

- 日本はAD措置を最終的に発動している件数が少なく、コストをかけるだけの意味のある武器なのだと思う必要がある。申請時に、ある程度いけそうだという見込みを示すため、申請件数と調査開始件数の情報開示なども必要なのではないか。

○ 事業者団体のAD申請への関与について

(泉水委員)

- 事業者団体が企業にAD申請に参加するよう強いることは、独占禁止法第8条第4項の問題が生じうる。
- 事業者団体が企業の過去の情報を収集して、企業が特定されない形で総量や平均値を提供することは問題ないのではないか。

(中川委員)

- 事業者団体が申請者になる場合は、事業者団体の事務局がどこまで関われるかという問題がある。出向者が多い事業者団体もある中で、事業者団体に対してあまり情報を出したくないという企業もある。事務局に情報を集約する能力があるかどうかも問題。
- AD申請の検討の初期段階では、事業者団体が弁護士を早めに雇ってもらうことが共同申請を進める上で重要になるのではないか。また、概括的な情報だけではAD申請は進まないで、生データの統合が重要。企業に情報はフィードバックできない中で、どうやって独占禁止法上の問題を生じさせずにAD申請を進めていくかが重要。

(以上)

アンチダンピング措置の概要と 申請プロセスについて

令和2年8月26日

貿易経済協力局 貿易管理部 特殊関税等調査室

1. WTO協定上の貿易救済措置について

1-(1). WTO協定の諸原則と貿易救済措置の関係

- GATTでは、最恵国待遇、内国民待遇等の貿易自由化のための基本的な原則を規定。
- 他方、GATTでは、**基本的な原則に対する例外***として、一定の条件のもとで通常の関税率を超えて課税すること等（貿易救済措置）を認めており、調査や発動に必要なルールを規定。

WTO上の原則 —貿易自由化の原則—

● 最恵国待遇原則 (MFN; GATT第1条)

いずれかの国の産品に与える最も有利な待遇を、他のすべての加盟国の同種の産品に対して、即時かつ無条件に与えなければならない。

● 内国民待遇原則 (GATT第3条)

輸入品に対して適用される内国税や国内法令について、同種の国内産品に対して与える待遇より不利でない待遇を与えなければならない

● 数量制限の一般的廃止の原則 (GATT第11条)

● 譲許税率を超える関税賦課の禁止 (GATT第2条)

W
T
O
原
則
の
例
外

アンチダンピング措置 (GATT 6条及びAD協定)

輸出国内よりも安く輸出される産品により輸入国の国内産業に損害が生じる場合に、安値輸出に相当する額を上限に関税を賦課できる

補助金相殺関税措置 (GATT 6・16条及びSCM協定)

輸出国政府から補助金による支援がされている産品により輸入国の国内産業に損害が生じた場合に、補助金相当の関税を賦課できる。

セーフガード措置 (GATT 19条及びSG協定)

輸入急増により国内産業に重大な損害が生じる場合に、関税賦課、数量制限により輸入国の国内産業を保護できる。

* WTO原則の例外としては、他にも一般的例外 (GATT 20条)、安全保障例外 (GATT 21条) などがある。2

1-(2). WTO協定上の貿易救済措置の比較

- WTO協定上のアンチダンピング措置、補助金相殺関税措置、セーフガード措置の3つをあわせて貿易救済措置（Trade Remedy Measures）と呼ばれている。
- アンチダンピング措置及び補助金相殺関税措置は不公正な貿易を是正するための措置。

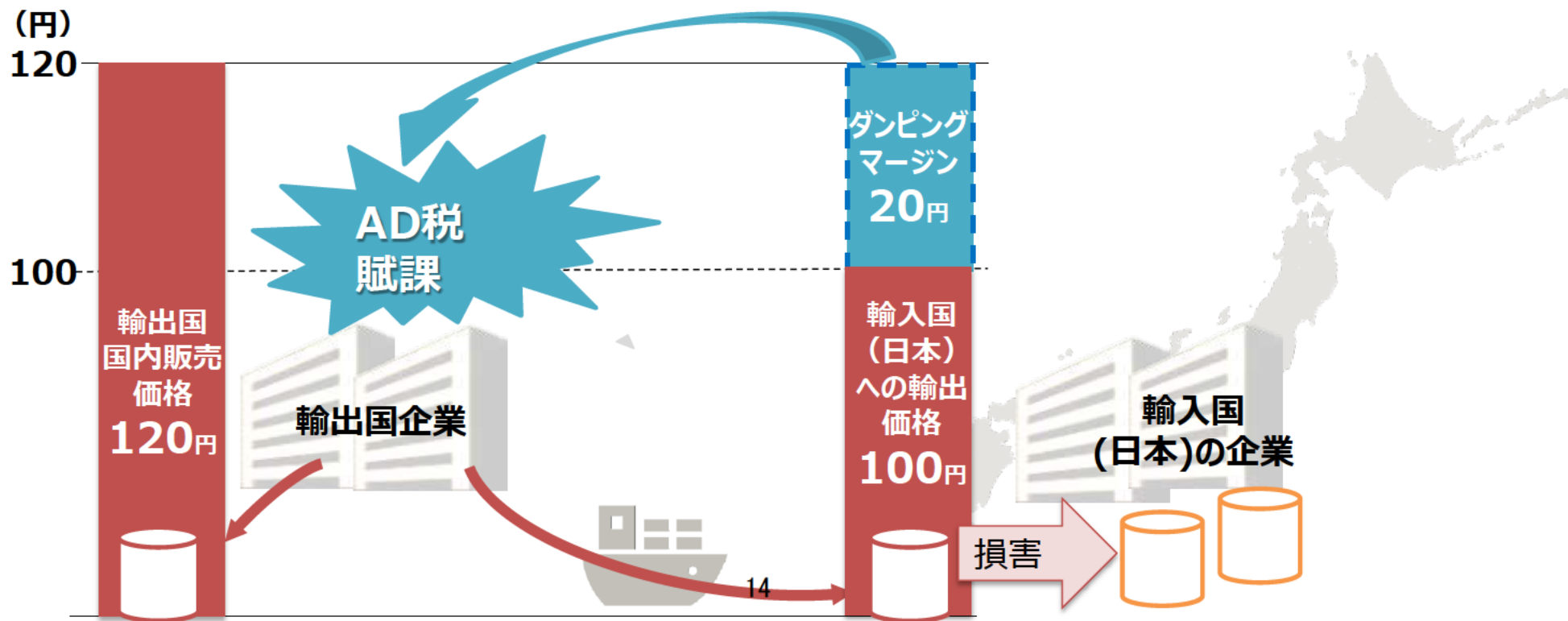
	アンチダンピング	補助金相殺関税	セーフガード
	「不公正」な貿易に対してとられる	「不公正」な貿易に対してとられる	「公正」な貿易に対してとられる
発動のための要件	<ul style="list-style-type: none"> ● ダンピング ● 実質的な損害 ● 因果関係 	<ul style="list-style-type: none"> ● 補助金の存続 ● 実質的な損害 ● 因果関係 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事情の予見されなかった発展 ● 輸入増大 ● 重大な損害 ● 因果関係
措置の内容	関税の賦課	関税の賦課	輸入増加をもたらす原因となるGATT上の義務の停止（関税引上げ、数量制限）
措置の対象	特定国の特定企業からの輸入品	特定国の特定企業からの輸入品	全てのWTO加盟国*からの輸入
措置の期間	5年（延長可能）	5年（延長可能）	4年（延長しても最長8年）

* SG協定第9条では、途上国を適用除外にすることができる旨を規定されている。

2. アンチダンピング措置の概要

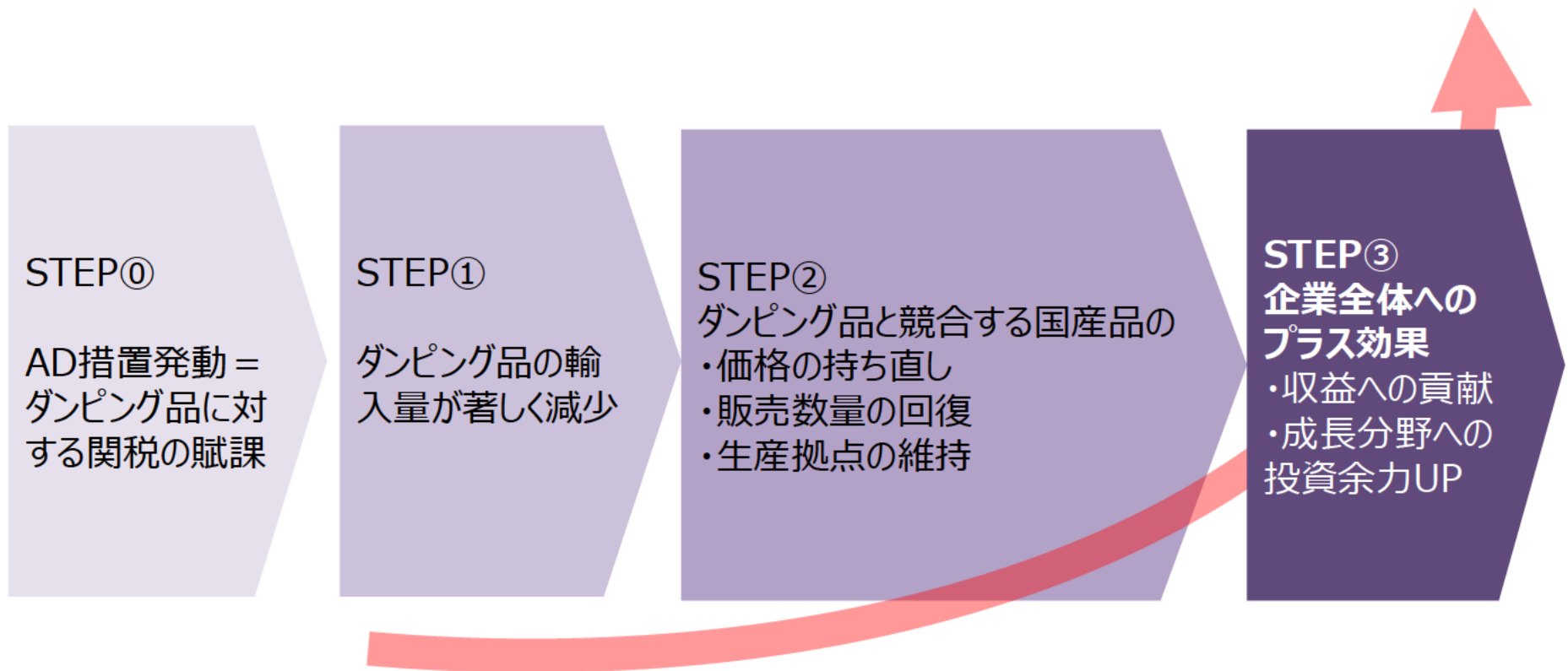
2-(1). アンチダンピング措置の概要

- アンチダンピング（AD）措置とは、政府（経済産業省・財務省）が実施する調査において
 - ① 輸出国の国内価格よりも低い価格による輸出（ダンピング輸出）が存在し、
 - ② 輸入国（日本）の国内産業に損害が生じており、
 - ③ ①と②に因果関係が認められた場合に、その価格差に相当する関税を賦課できるWTO協定において認められた措置。



2-(2). AD措置による効果

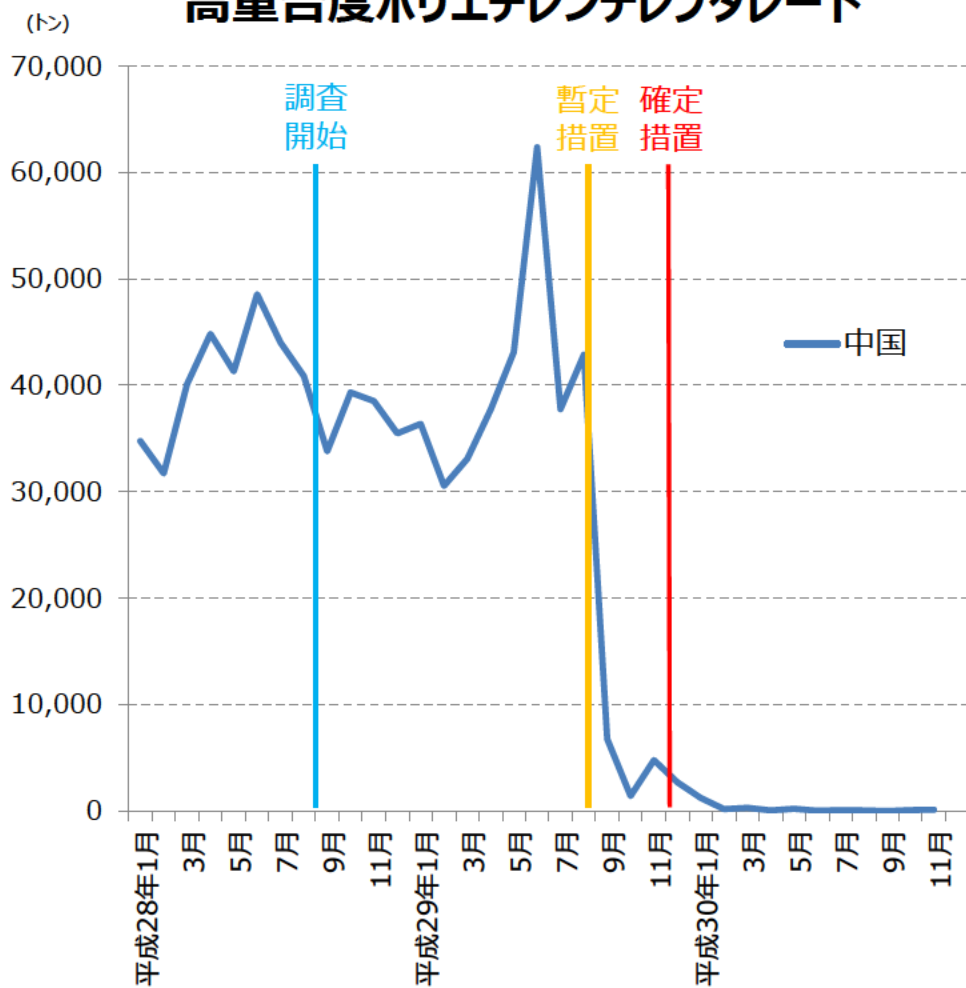
- AD措置によりダンピング品の価格を是正することで、①ダンピング品の輸入が著しく減少し、②ダンピング品と競合する国産品の国内販売価格の持ち直し等が実現できるだけでなく、③企業全体へのプラス効果も期待できる。



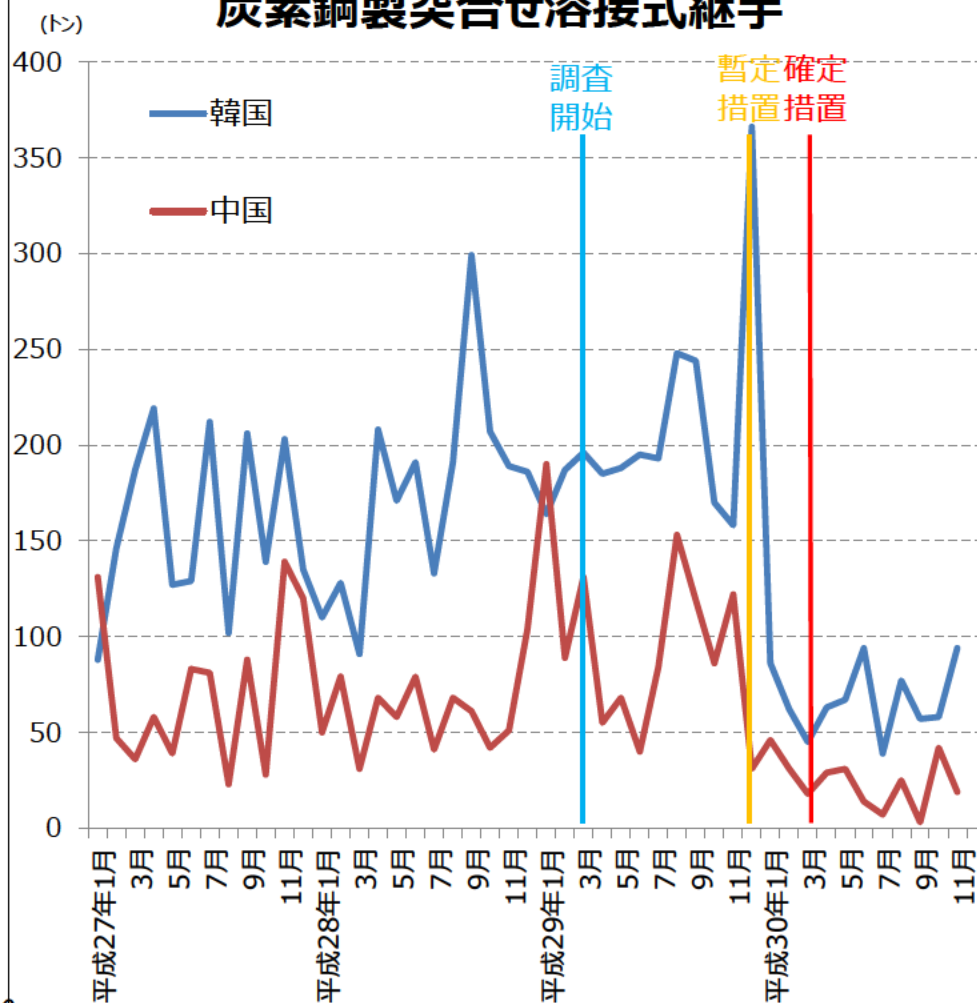
2-(2). AD措置による効果STEP①ダンピング品の輸入量が著しく減少

- AD措置発動後、ダンピング品の輸入量が著しく減少。

高重合度ポリエチレンテレフタレート



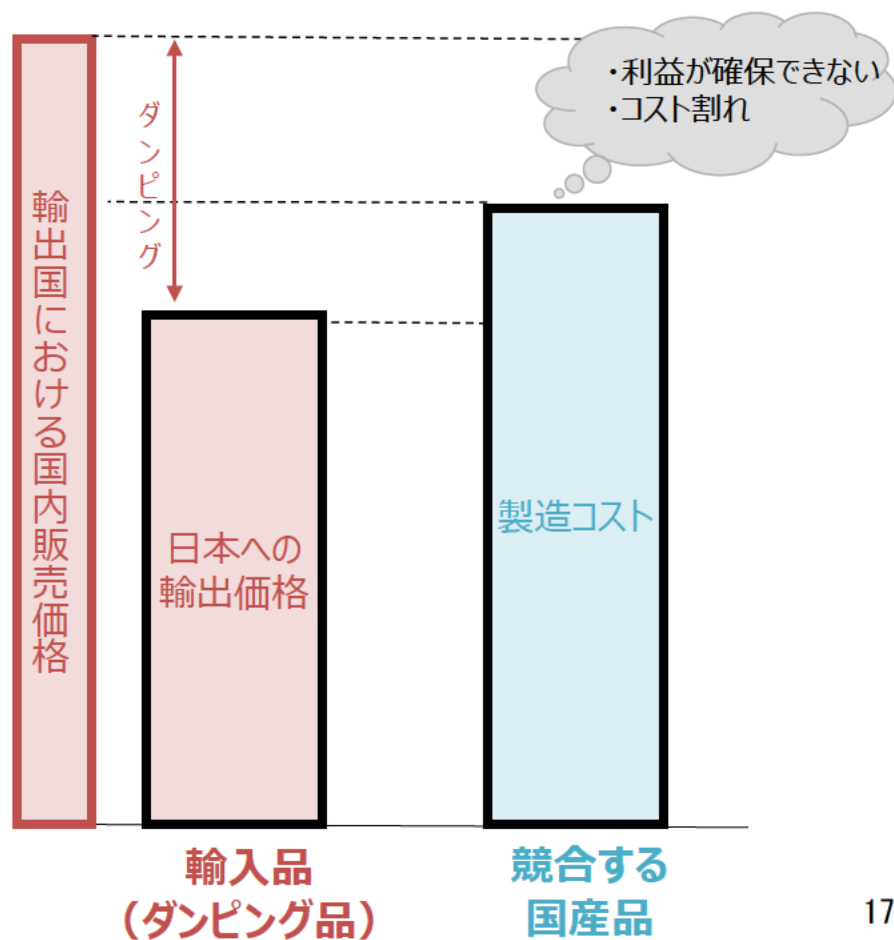
炭素鋼製突合せ溶接式継手



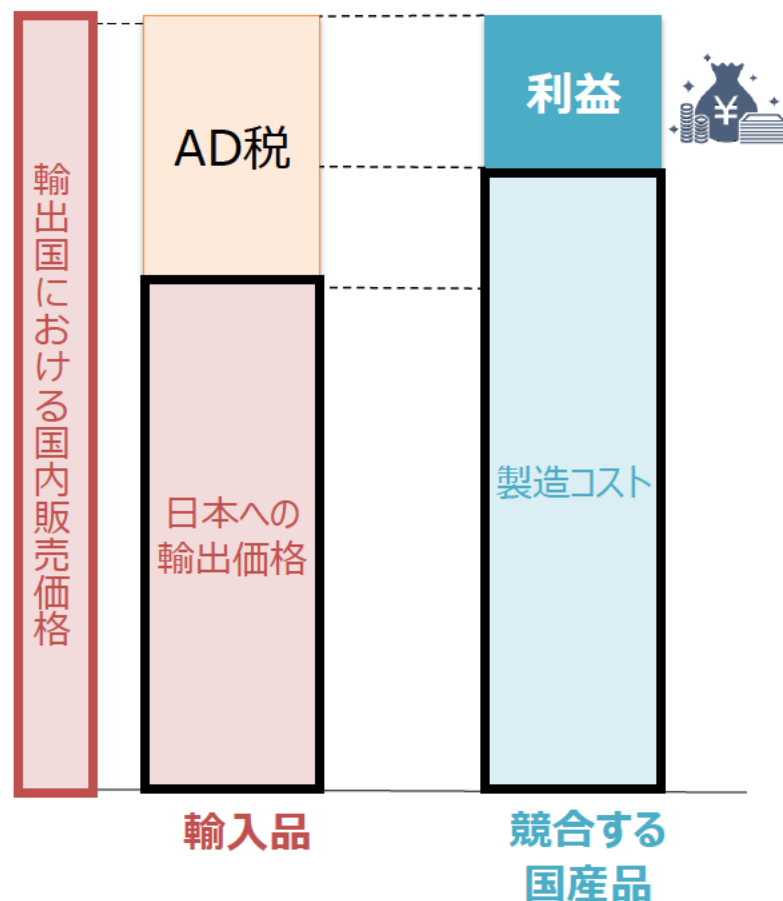
2-(2). AD措置による効果STEP②国産品の価格の持ち直し

- AD措置により、ダンピング品にAD税が課されることで、ダンピング品と競合していた国産品について、適正な価格設定が可能となり、利益を確保できるように。

【AD措置発動前】



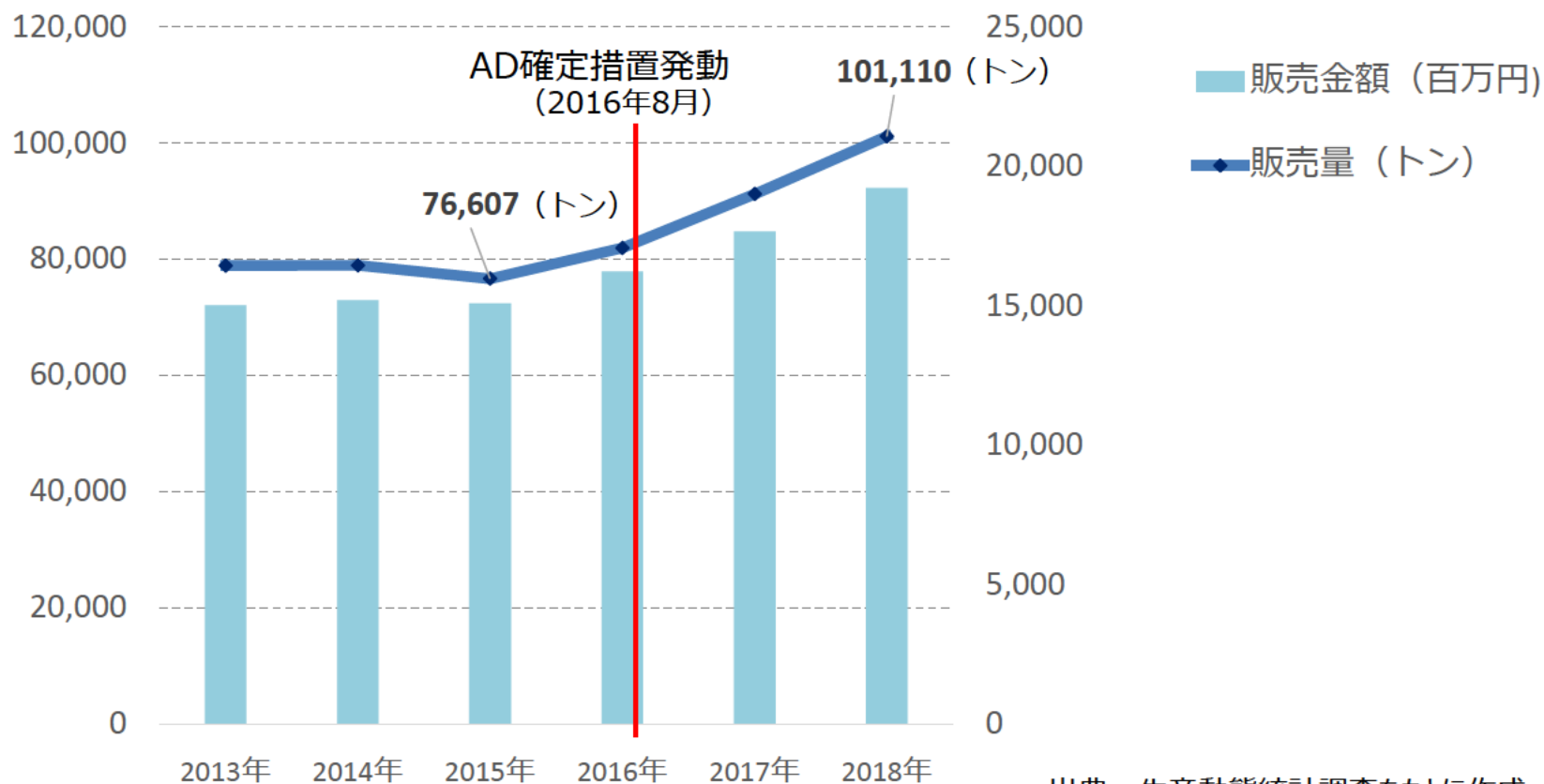
【AD措置発動後】



2-(2). AD措置による効果STEP②国産品の販売数量の回復

- AD措置発動後、ダンピング品の輸入量が著しく減少することで、国産品の国内販売数量が回復し、売上が増加。

水酸化カリウムの国産品販売数量・額の推移

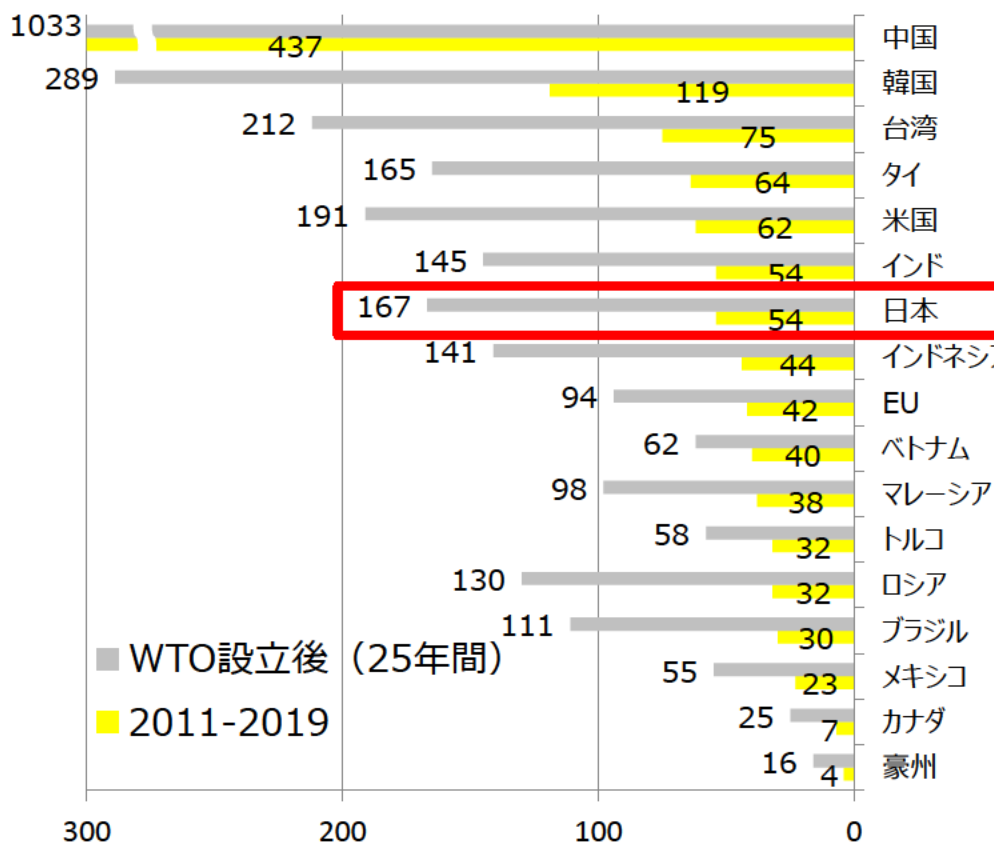


出典：生産動態統計調査をもとに作成

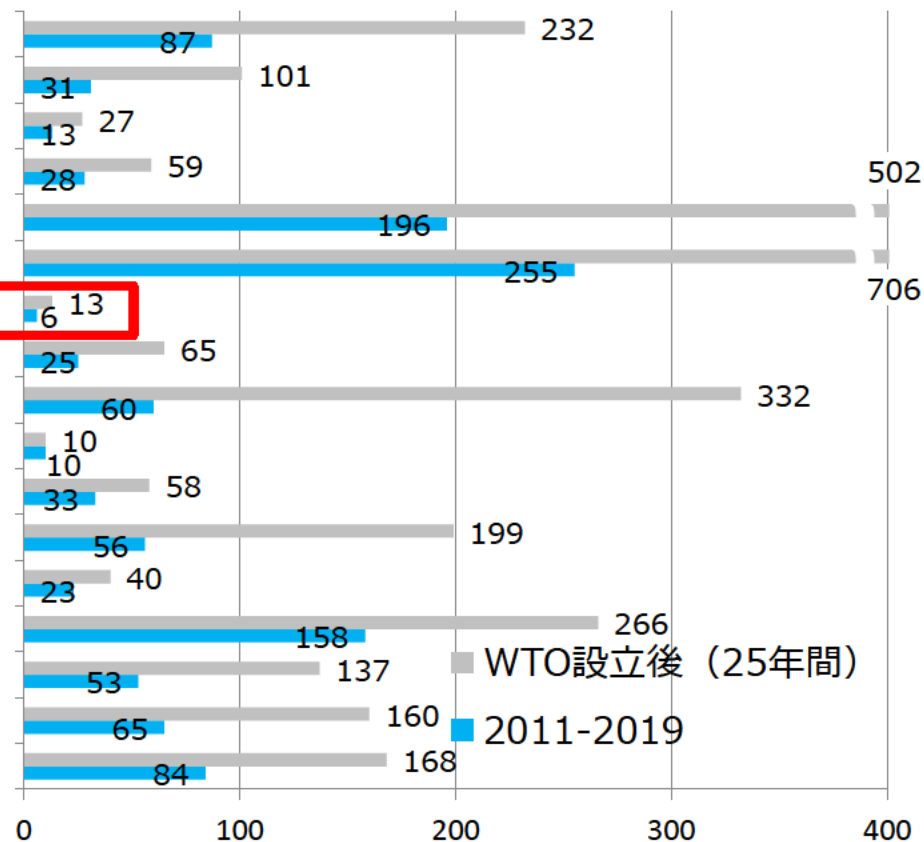
2-(3). 世界・日本におけるAD措置活用状況①

- 世界各国では、AD措置が積極的に活用されている。
- 日本の発動実績は少なく、また、発動件数に比べて被発動件数が圧倒的に多い。

AD措置国別被発動件数1995-2019

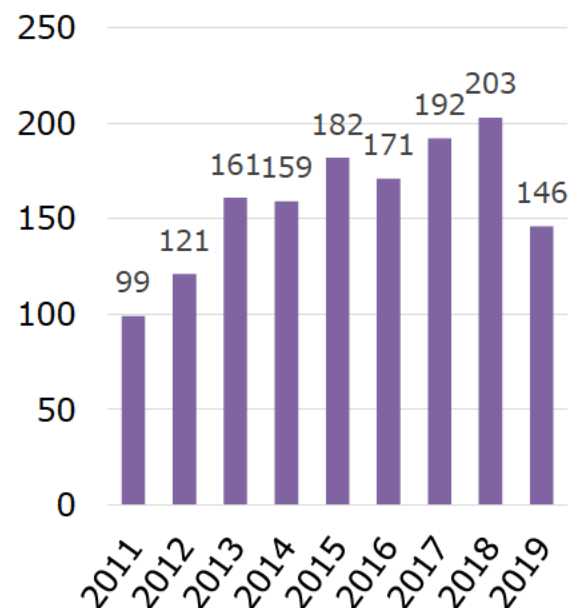


AD措置国別発動件数1995-2019



2-(3). 世界・日本におけるAD措置活用状況②

世界全体でのAD措置発動件数



【2019年の主な内訳】

米国：33件	インド：13件
豪州：12件	中国：12件
欧州：4件	ブラジル：6件
日本：0件	韓国：2件

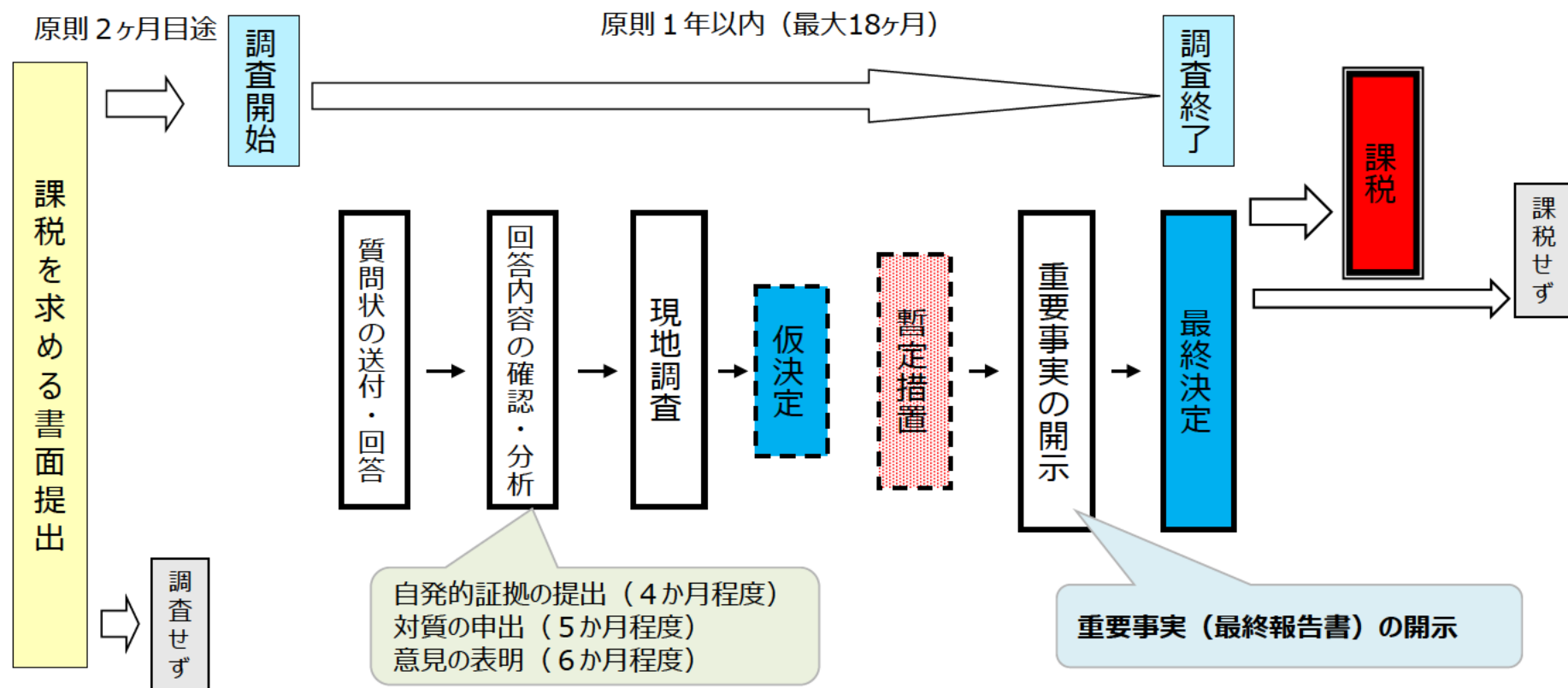
日本におけるAD措置発動実績

対象産品	主な用途	対象国	税率	課税期間
綿糸	天然繊維 (衣料用等)	パキスタン	2.1% - 9.9%	1995.8 - 1999.7
ポリエステル 短繊維	合成繊維 (衣料・ 寝具用等)	韓国・台湾	6.0% - 13.5%	2002.7. - 2012.6
電解二酸化 マンガン	乾電池の 正極材材料	オーストラリア	29.3%	2008.9 - 2013.8
		スペイン・南ア フリカ	14.0% - 14.5%	2008.9 - 2019.3
		中国	34.3% - 46.5%	2008.9 - 2024.2
トルエンジイソ シアナート	ポリウレタン原料	中国	69.4%	2015.4 - 2020.4
水酸化カリウ ム	化学肥料や電解 液の原料	韓国・中国	49.5% - 73.7%	2016.8 - 2021.8
高重合度ポリ エチレンテレフ タレート	PETボトル原料	中国	39.8% - 53.0%	2017.12 - 2022.12
炭素鋼製突 合せ溶接式 継手	配管用 金属部材	韓国・中国	41.8% - 69.2%	2018.3 - 2023.3

3. アンチダンピング措置の申請について

3-(1). AD措置発動に向けたプロセス

- 国内企業は、AD課税を求める申請をすることが可能。
- 申請を受けて、調査当局が利害関係者への質問、現地調査により証拠を収集し、AD措置の発動要件を満たすか調査を行う。



※産業上の使用者（ユーザー）は利害関係者ではないが、情報提供や意見表明は可能。

3-(2). AD共同申請プロセスの各段階における意思疎通や情報交換

- AD措置の共同申請プロセス、特に一定程度の検討を事業者間で直接行う場合においては、意思の連絡（共同申請の意思疎通等）は必然的に生じる。また、共同申請までの過程で、競争事業者との間で一定の情報交換等を行う必要がある。

1. 検討初期段階

- 競争事業者間でAD措置の共同申請について意思疎通
- 共同申請を検討する際に必要な最低限の情報交換（ダンピング輸入品に苦しめられている事実等）

2. 検討中期段階

- 各事業者の対象産品に係る事業についての情報（販売価格、生産高、国内販売量、売上高、営業利益等）を収集、合算
- ダンピング輸入品に係る情報の収集（代表者1社による収集で可）
- 収集、合算した情報をもとに、申請の検討を進めるかの方針を決定

3. 検討後期段階（申請書作成段階）

- 上記2. で収集した情報以外に申請に必要な情報（損害15指標、事業者とユーザーの間の交渉で具体的に輸入品を引き合いに出された情報等）を収集
- これらの収集、合算した情報をもとに²³、申請書ドラフトを作成し、当局と調整

3-(3). 初期段階の課題：業界の合意に関する要件の充足

- 申請段階・調査開始段階においては業界内の一定の合意が必要。
- 要件を充足する必要から、複数企業による共同申請のニーズあり。（我が国のAD申請のうち4分の3は共同申請又は業界団体によるもの）
 - ※ 同業の企業間における横並びの意識（フリーライドや、ユーザー企業等からの反発への懸念）も、共同申請のニーズに寄与。
- このため、AD申請の検討を始めるに当たっては、同業他社との連絡が必要。

申請時に必要となる要件

$$\frac{\text{申請者の生産高}^*}{\text{国内総生産高}^{**}} \geq 25\%$$

*輸入生産者等の生産高は除く。（「調査開始時に必要となる要件」についても同様。）

業界団体で申請を行う場合は、団体の構成員の2以上の者が調査対象製品を生産していることが必要。**

調査開始時に必要となる要件

$$\text{申請を支持する国内生産者の生産高} > \text{申請に反対する国内生産者の生産高}^*$$

*申請に支持も反対も表明しない者は、この要件の算定時に考慮しない。

3-(4). 中期段階の課題：AD申請の成否の検討

- AD申請の中期段階では、AD申請の勝算と申請のコスト（弁護士に依頼して本格的な検討を進めるか）が比較衡量される。
- 検討には申請に必要なデータのうち、主なものを用いることが多い。

AD申請相談フォーム（抜粋）

(3) ダumpingの状況

※例えば、対象国の国内販売価格、対象国から日本への輸出価格について記載する（自由記述）

(4) 輸入動向（データソース：○○○○）

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
全世界からの 輸入量 (T)					
対象国からの 輸入量 (T) (国ごとに記載)					

※「年度」は貴社会計年度を指し、2019年度は2019年度直近月次決算累計とする。

(5) 価格動向（データソース：○○○○）

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
国産品（自社製 品）の国内販売価 格（円/kg）					
対象国産品の日本 国内での販売価格 （円/kg）（国ごと に記載）					

25
※「年度」は貴社会計年度を指し、2019年度は2019年度直近月次決算累計とする。
※対象国産品の価格情報は、営業活動等により把握できた情報等をベースに記載してもよい。

3-(4). 中期段階の課題：AD申請の成否の検討

- 損害の立証については、損害指標の一部のみを用いて試算。
- 自社のデータのみでの検討が基本だが、より精緻な検討のため、他社のデータも踏まえた検討が必要となるケースも多い。

AD申請相談フォーム（抜粋）

（6）損害指標等（一部のみ）（自社の調査対象産品に係るデータのみを記載）

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
生産量（kg）					
国内販売量（kg）					
自家消費量（kg）					
売上高（円）					
売上原価（円）					
営業利益（円）					

※「年度」は貴社会計年度を指し、2019年度は2019年度直近月次決算累計とする。

（7）因果関係

- 対象産品の影響以外（例えば、調査対象国以外の国からの輸入品）で損害指標等が大きく変動した場合（自由記述）：

3-(5). 後期段階の課題：AD措置の申請書作成

- AD措置の申請に当たっては、AD措置の発動要件（①ダンピング、②国内産業への損害、③両者の因果関係）を満たすことの証拠を合理的に入手可能な範囲で提出する必要。
- 申請書の作成に当たっては、専門知識を有する弁護士に依頼する場合がほとんど。

申請に必要となる主な情報

申請書の構成例

① 調査対象製品の定義（製品の特性に関する情報）

① **ダンピング**

以下を用いてダンピングマージンを計算（原則1年分の情報を基に計算）

- 日本向け輸出価格
- 正常価格（輸出国国内販売価格）
- 控除費用等

③ **両者の因果関係**

営業現場での声
ダンピング以外の要因の説明

② **国内産業への損害**

原則過去3年以上、以下の項目を検証

- 調査対象製品の輸入量の推移
- 国産品・輸入品の価格比較
- 損害15指標

1.	申請者の氏名又は名称及び住所又は居所.....	1
2.	不当廉売された貨物の品名、銘柄、型式及び特徴.....	1
2-1.	不当廉売された貨物の品名.....	1
2-2.	不当廉売された貨物の所属する関税定率法別表の適用上の所属区分及び輸入統計品目番号.....	1
2-3.	不当廉売された貨物の銘柄、型式及び特徴.....	1
3.	不当廉売された貨物の供給者又は供給国.....	3
4.	本邦の産業に利害関係を有する者に該当する事情.....	3
4-1.	本邦の産業が生産する不当廉売された貨物と同種の貨物.....	3
4-2.	申請者が本邦の産業に利害関係を有する者に該当することの説明.....	5
5.	不当廉売された貨物の輸入の事実及び当該輸入の本邦の産業に与える実質的な損害等の事実の概要.....	6
5-1.	不当廉売された貨物の輸入の事実.....	6
5-1-1.	正常価格.....	6
5-1-2.	本邦向け輸出価格.....	7
5-1-3.	不当廉売差額（ダンピング・マージン）.....	8
5-2.	不当廉売された貨物の輸入の本邦の産業に与える実質的な損害の事実の概要.....	9
5-2-1.	不当廉売された貨物の輸入量.....	9
5-2-2.	不当廉売された貨物の輸入が本邦産の同種の貨物の価格に及ぼす影響.....	9
5-2-3.	不当廉売された貨物の輸入が本邦の産業に及ぼす影響.....	10
5-2-4.	因果関係.....	11
6.	本書面に記載された事項の一部又は証拠の全部若しくは一部を秘密として取り扱うことを求めるときは、その旨及びその理由.....	12
7.	関税定率法第8条第4項の規定による求めに対する関係生産者等又は関係労働組合の支持の状況.....	13
8.	その他参考となるべき事項.....	13
8-1.	不当廉売された貨物の輸入者.....	13
8-2.	不当廉売された貨物と同種の貨物を生産している申請者以外の本邦の生産者等.....	13
8-3.	不当廉売された貨物と同種の貨物の産業上の使用者及びその団体.....	13
8-4.	不当廉売された貨物の本邦及び他国における不当廉売関税課税状況.....	14

調査対象製品の定義

ダンピング

国内産業への損害

因果関係

「合理的に入手可能な」情報で記載

3-(6). 申請に必要となる情報の具体的内容

企業の秘密情報

「合理的に入手可能な」情報で記載

調査対象産品に係る情報を収集

① 調査対象産品の定義（産品の特性に関する情報）

物理的及び化学的特性、製造工程、用途、流通経路、輸入統計品目番号等を検討。

① ダumping

以下を用いてダumpingマージンを計算（原則1年分の情報を基に計算）

- 日本向け輸出価格（ベース：貿易統計等）
- 正常価格（輸出国国内販売価格）（ベース：業界紙等）
- これらと比較するにあたって控除すべき経費等



③ 両者の因果関係

営業現場での声（例：輸入品を引き合いに出され失注が増加している）

ダumping以外の要因の説明（例：第三国からの輸入量、第三国品の日本国内での販売価格）

② 国内産業への損害

原則過去3年以上、以下の項目を検証

- 調査対象産品の輸入量の推移（ベース：国内統計、貿易統計等）
- 日本国内での需要量、国産品・輸入品の価格比較（ベース：国内統計、貿易統計、日本の生産者のデータ）
- 損害15指標の総合的な評価（1販売、2利潤、3生産高、4市場占拠率、5生産性、6投資収益若しくは7操業度における現実の及び潜在的な低下、8資金流入、9在庫、10雇用、11賃金、12成長、13資本調達能力若しくは投資に及ぼす現実の及び潜在的な悪影響、14国内価格に影響を及ぼす要因又は15ダumpingの価格差）（ベース：日本の生産者の財務データ）

【参考①】 国内産業への損害（数量効果・価格効果の例）

企業の秘密情報

数量効果の例	X年度	X + 1年度	X + 2年度	対X年度
				全世界輸入量
A国からの輸入量	215千MT	263千MT	441千MT	+105.1%
全世界輸入量に占めるA国の割合	81.7%	85.9%	92.3%	+10.6ポイント
国内需要量*	754千MT	758千MT	765千MT	+1.5%
国内需要量に占めるA国産品の市場占拠率	28.5%	34.7%	57.6%	+29.1ポイント

*国内需要量については、業界団体が集計する統計情報や生産動態統計が活用可

価格効果の例	X年度	X + 1年度	X + 2年度	対X年度
				国産品の国内販売価格
輸入品の国内販売価格	165円	158円	154円	▲7.1%
国産品と輸入品の販売価格差	15円	17円	19円	+26.7%
国産品と輸入品の販売価格差率	8.3%	9.7%	11.0%	+32.5ポイント

【参考②】 国内産業への損害（損害15指標の例）

企業の秘密情報

損害指標の例		X年度		X+1年度	X+2年度	対X年度
国産品の国内販売量		539千MT		495千MT	324千MT	▲39.9%
国産品の市場占拠率[国産品の国内販売量 / 国内需要量]		71.5%		65.3%	42.4%	▲29.1 [°] ｲﾄ
国産品の自家消費量		100千MT		97千MT	98千MT	▲2%
国産品の国内販売額		80百万円		70百万円	40百万円	▲50%
国産品の自家消費額		17百万円		17百万円	16百万円	▲5%
売上高 (国内販売額 + 自家消費額)		97百万円		87百万円	56百万円	▲42%
利潤(利益)	営業利益	9.7百万円		4.9百万円	▲3.1百万円	正→負
	経常利益	8.2百万円		3.3百万円	▲2.7百万円	正→負
生産高(量)		786千MT		693千MT	603千MT	▲23.3%
生産性	[生産量 / 雇用]	8.73千MT		7.97千MT	7.54千MT	▲13.6%
投資	設備投資額[該当貨物部分]	15百万円		15百万円	13百万円	▲13.3%
	投資率[上記投資額 / 全社投資額]	7.4%		4.3%	1.6%	▲5.8 [°] ｲﾄ
投資収益	[営業利益 / 設備投資額]	14.2%		5.9%	▲9.8%	▲24.0 [°] ｲﾄ
	[経常利益 / 設備投資額]	11.5%		8.3%	▲6.8%	▲12.1 [°] ｲﾄ
操業度 (稼働率) [生産量 / 生産能力 (800千MT)]		98.3%		86.6%	75.4%	▲22.9 [°] ｲﾄ
キャッシュフロー (営業)		90百万円		87百万円	▲18百万円	▲108百万円
期末在庫	期首	期末	158千MT	118千MT	+10.3%	
	10千MT	107千MT				
雇用		90人		87人	80人	▲11.1%
賃金		335千円		330千円	325千円	▲3%
成長		生産設備の停止、研究開発費の抑制など成長の見込みは鈍化傾向にある。				
資金調達能力		新規設備投資の抑制が認められるなど資金調達能力は低下傾向にある。				

【参考③】因果関係の立証の例

- 因果関係については、国内産業の損害が①ダンピング輸入の影響であることだけでなく、②ダンピング輸入以外の要因についても説明することが必要。

- 営業現場での声（営業日誌や取引先とのやり取り結果等）をもとにした説明

- ①
- ダンピング品の輸入量の急増及び価格の引き下げにより、国産の貨物の販売量、市場占拠率及び販売価格が下落。
 - 現に、使用者から、ダンピングされた安価な貨物の価格を引き合いに値下げ要求が行われている。
⇒これらの事実は、ダンピングと損害に因果関係があることを十分に示している。

②

(1) 第三国輸入品の影響：国内産業への損害は、調査対象国ではない国（第三国）からの輸入によるものではないか？

【説明の例】

- 第三国からの輸入品の価格を調べたところ、ダンピング品の価格や、国産の貨物（日本国内でダンピングと競合する品）の価格を常に上回っている。
- 購入者は、価格で購入先を決定する。
⇒よって、国産の貨物の価格を引き下げていたのは 第三国からの輸入品ではない。



(2) 自家消費の変動：国内産業への損害(売上高の減少)は、自家消費（自社内取引）の減少によるものではないか？

【説明の例】

- 2011年から2013年の間で自家消費分の生産高に顕著な変動はない。
- 自家消費分の出荷価格は、ダンピング品の影響を受けている商品市場価格を適用。
⇒自家消費についての価格及び売上高の2011年以降の減少は、ダンピング品の価格引き下げによるものである。

