

MITSUI & CO.
GLOBAL STRATEGIC
STUDIES INSTITUTE

不当なアンチダンピング関税の賦課 —知っておくべき取り得る方策とは—

三井物産戦略研究所
国際情報部部席
股野信哉

Summary

- 世界のアンチダンピング（AD）関税賦課件数が今後も増加する見通しの中、企業は、ダンピング輸出をしていないにもかかわらず、輸入国から不当にAD関税を賦課されることがある。
- 生産拠点を外国に移転するなど、サプライチェーンを多様化するにつれ、不当なAD関税賦課に対し、政府の支援は期待しづらくなる。そのため企業は独自に方策を立てる必要に迫られている。
- 具体的には、価格や品質、生産量、輸出量など、同種の製品を製造している他国企業の情報を入手し、実際に賦課された場合に、自社の正当性を立証できるように準備しておくなど、可能な限り多くの方策を立て、それらを複合的に実施するのが効果的である。

1. 本レポートの狙い

近年日本企業にとり、世界の多くの企業と同様、第三国市場の開拓などサプライチェーンの多様化が重要になっている。背景には、中国の過剰生産や米国のトランプ関税により、行き場を失った自社製品のはけ口を求めざるを得なくなったことがある¹。そうした状況下では、通商摩擦が生じ易くなる恐れがある。主なものの1つがAD関税を巡る摩擦である²。たとえ日本企業が公正な価格で輸出をしても、輸入国からダンピング輸出と見做され、不当なAD関税賦課という不利益を被ることがある。そこで本レポートでは、AD関税を巡る最近の動向を整理した上で、不当なAD関税賦課に対し、日本企業が取り得る方策を検討する。

¹ 例えば、トランプ関税への対応として、「マツダはメキシコから利幅が小さい米国向け小型車の輸出を抑え、他地域に振り向け始めた」。同社は「意図的に出荷調整している」という。2025年9月17日付け、日本経済新聞記事。また、サントリーは、スコッチ・ウイスキーの販売を米国からヨーロッパに移すことを検討している旨を表明した。2025年4月3日付け、ロイター記事。

² 輸出国の国内価格よりも安い価格で製品を輸出する不当行為をダンピング輸出という。その防止のため、WTO協定は、ダンピング輸出が存在し、輸入国の産業に損害が生じており、それらの間に因果関係が認められる場合、輸入国がその価格差に相当する関税を賦課する（賦課期間は、原則5年以内だが、損害の回復が見込めない場合は、5年ごとに延長が可能）ことを認めている。これをAD関税という。例えば、国内向けでは120円で販売しているにもかかわらず、100円で輸出するとダンピング輸出である。輸入国において、国産の同一品の価格が110円の場合、輸入品の価格が120円であれば売れないが、100円であれば売れる。輸出国の企業は、ダンピング輸出により、しばらく損失が生じて、輸入国の国産品を市場から追い出しシェアを拡大した後で、価格を引き上げることが可能になる。その防止のため、輸入国は、輸出国における価格120円と輸出した場合の価格100円の差の20円に相当する関税を賦課できる。AD関税賦課により、ダンピング品の輸入減少、国産品の価格の持ち直しや市場シェアの回復が期待できる。「アンチダンピング措置の概要と申請プロセスについて」2020年8月26日、経済産業省貿易経済協力局貿易管理部特殊関税等調査室。

2. AD関税の現状と見通し

2-1. AD関税賦課状況

WTOが設立された1995年から2024年までに世界で賦課されたAD関税の数は、不当なものも含め、4,682件である（図表1）。賦課した数が多い国・地域を挙げると、インド823件、米国673件、EU369件などで、上位10カ国・地域で全体の74%を占める（図表2）³。これらは、頻繁にAD関税を賦課する国として、留意する必要がある。

近年では、2021年に世界で賦課されたAD関税の数が286件と、他の年と比べ突出して多い。これは、2010年代に過剰生産を背景に鉄鋼など中国企業の製品に対する賦課が増加して、世界全体の賦課件数を押し上げていたところ、2020年にはコロナ禍によるロックダウンなどの影響により、賦課に必要な調査が停滞し、2021年になってその分も合わせて賦課されたためとみられる⁴。その後は、経済回復などにより賦課件数は一時減少したが、2024年は中国の輸出増を背景に、米国などの中国製品への賦課が増加したことなどにより、再び世界全体の賦課件数を押し上げた。

2-2. AD関税賦課の見通し

今後は、これらに加えトランプ関税が発動されたことも背景に、AD関税が増加する可能性がある。高関税により米国への輸出が困難になった中国など各国の製品が安価で大量に第三国市場へと輸出され、輸入国は自国企業を守るため、ダンピング輸出でない場合も含め、AD関税の賦課で対抗するという構図である⁵。世界のAD関税賦課件数は、2024年までの年平均で156件であったが、今後はこれを上回って推移することもあり得よう⁶。

³ 同期間に日本企業の製品に対するAD関税の賦課数は177件だった。内訳は中国44件、インド34件、米国31件などで、この3カ国で対日賦課数の62%を占める。日本企業の製品にAD関税が賦課された一例に、コンクリート構造物の補強用ワイヤであるPC鋼より線への米国による賦課がある。米国は1978年、日本製PC鋼より線のダンピング輸出により、同製品を製造する国内企業に損害が生じているとして、日本企業5社の製品に対し、0.62～15.8%のAD関税を賦課した。以後、損害の回復が見込めないとし、延長を繰り返し、2025年11月現在継続中である。「2024年版不公正貿易報告書」経済産業省、「Prestressed Concrete Steel Wire Strand from Brazil, India, Japan, Korea, Mexico, and Thailand」（I - 8）Apr. 2015 U.S. International Trade Commission

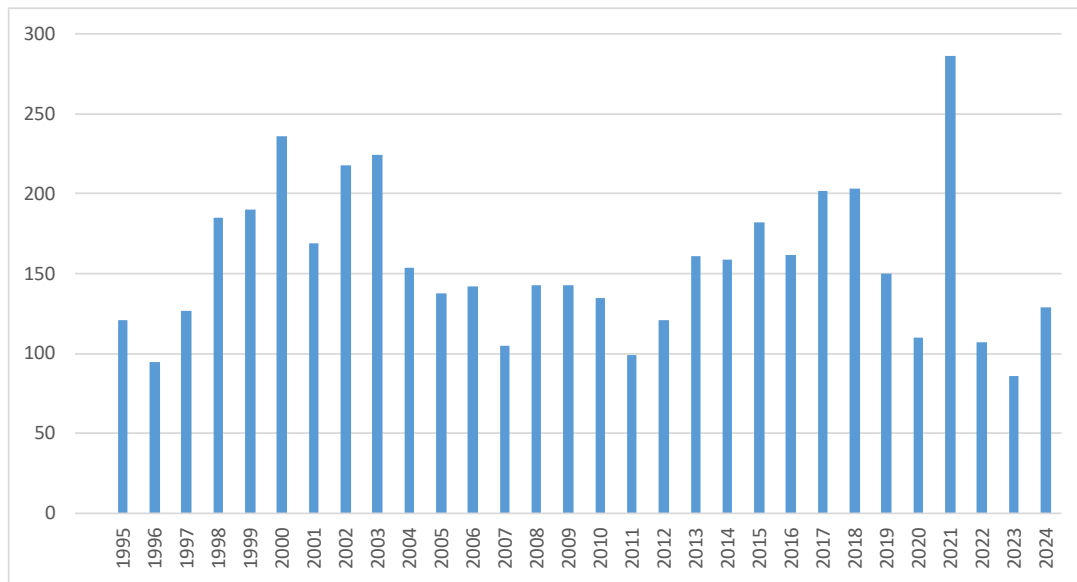
（https://www.usitc.gov/publications/701_731/pub4527.pdf）、「Prestressed Concrete Steel Wire Strand From Brazil, India, Japan, the Republic of Korea, Mexico, and Thailand: Continuation of the Antidumping Duty Finding/Orders and Countervailing Duty Order」November 9, 2020 The Daily Journal of the United States Government

⁴ 加えて、コロナ禍による国内市場の低迷を補うためのダンピング輸出の増加に伴う賦課や、2019年以降のWTO紛争解決手続きにおける上級委員会の機能停止により、AD関税を濫用しやすくなったことなども要因として挙げられる。

⁵ アジア経済研究所は、トランプ関税により「中国からの対米輸出が大きく減少し、行き場を失った中国製品が多くの東南アジア諸国に流入し、結果としてAD関税など貿易救済措置が発動される可能性もある」と予想している。「EPA利用推進有識者勉強会報告書」2025年1月、財務省（https://www.mof.go.jp/about_mof/councils/epa/honbun.pdf）。

⁶ WTOによると、2024年10月～2025年5月に223件のアンチダンピング等の調査が開始され、これは過去10年で最多だった（“WTO Trade Remedies Data Portal” <https://trade-remedies.wto.org>、“WTO Semi-annual reports (Anti-dumping)” <https://trade-remedies.wto.org/en/antidumping/reports> “、WTO Trade Monitoring Update: Latest Trends” <https://tmdb.wto.org/en/explore>を基に集計）。同調査はAD関税賦課の前提であり、この結果は今後の同賦課件数の増加を示唆している。

図表1：世界のAD関税賦課件数の推移



注：縦軸は件数、横軸は年。

出所：WTOウェブサイト

https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.wto.org%2Fenglish%2Ftratop_e%2Fadp_e%2FAD_MeasuresByRepMem.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK（最終閲覧日2025年11月14日）

図表2：AD関税賦課件数が多い国上位10カ国・地域

インド	823
米国	673
EU	369
アルゼンチン	308
ブラジル	286
中国	268
トルコ	216
オーストラリア	177
南アフリカ	163
メキシコ	160
上記10カ国計	3443
日本（参考）	17

注：1995年から2024年6月までの件数。

出所：図表1に同じ。（最終閲覧日2025年11月14日）

3. 不当なAD関税の賦課

3-1. 不当なAD関税賦課の背景

どの輸入国もダンピング輸出には、AD関税で対抗するのは当然である。しかし、企業はダンピング輸出を行っていない、あるいは行っていると認識していないにもかかわらず、輸入国が行っていると

見做し、一方的にAD関税を賦課する場合がある⁷。このような企業側から見れば不当にAD関税が賦課される主な背景として、図表3の5つが考えられる。

図表3：不当なAD関税賦課の背景

①	当該企業は、安価な労働力が豊富で低コスト生産が可能な国に生産拠点を移管するなど、企業努力で価格競争力を向上させた製品を輸出したが、ダンピング輸出と見做されてしまう。
②	輸入国が、自国産業が成長し国際競争力を持つ製品を生産できるようにするための時間稼ぎとして、競合する当該企業の製品をダンピング輸出と見做してしまう。
③	当該企業が、輸入国によるダンピング輸出の有無を判断する調査に協力しなかった、あるいはできなかったために、ダンピング輸出と見做されてしまう。
④	輸入国が、第三国企業による迂回ダンピング輸出の防止を強化する目的で、対象製品の範囲を広げたところ、巻き添えになる形で当該企業の製品も対象となり、ダンピング輸出と見做されてしまう。
⑤	輸入国が、第三国企業の製品をダンピング輸出と認定する際、当該企業の製品が、価格、性能、品質面で差別化できており、輸入国企業の製品と競合していないにもかかわらず、同じ製品名であることなどにより、十把一からげに巻き添えになる形で当該企業の製品についてもダンピング輸出と見做されてしまう。

注1：③に関し、例えば、2025年4月、米国商務省は太陽光パネルへのAD関税と補助金相殺関税の賦課を決定したが、マレーシア企業へは14.64%なのに対し、カンボジア企業へは3,403.96%だった。これはカンボジア企業が調査に協力しなかったことへの報復的措置とみられている。（2025年4月23日付、Cambodian Journalists Alliance Association電子版記事<https://cambojanews.com/u-s-solar-tariffs-soar-amid-trade-rift-cambodia-denies-china-proxy-role/>）。

注2：④に関し、ダンピング輸出の対象製品を特定するには、HSコードを利用するが、例えば、従来6桁ベースで特定していたのを4桁ベースに変更すると、より多くの類似製品が対象になる。

出所：「2024年版不正貿易報告書」経済産業省から、三井物産戦略研究所作成。

3-2. 日本企業に対する不当なAD関税賦課の事例

日本企業に対する不当なAD関税賦課の事例としては、中国による日本製ステンレス製品を対象にしたものがある。中国は2019年、日本製ステンレス製品が中国へダンピング輸出され、自国のステンレス産業に損害が生じているとして、同製品に対し18.1～29.0%のAD関税を賦課した⁸。ダンピング輸出は行っていないとの企業の主張を受け、日本は2021年、中国が不当なAD関税を賦課しているとして、WTOの紛争解決手続きに訴えた。結果、WTOは2023年、中国のWTO協定違反を認定し、同国に措置の是正を勧告した⁹。これを受け中国は2024年、当該AD関税を撤廃した。

ただし、日本の勝訴ではあるが、すべての主張が認められたのではない。認められたのは、次の2点がWTO協定に違反するとの主張である。①中国が、ステンレス製品の国内生産高ではなく、価格を低く抑え得る国内販売高を基にダンピング輸出があると主張した点¹⁰。②中国が、ダンピング輸出の存在を立証するのに不可欠な

⁷ ダンピング輸出の有無につき、輸出企業と輸入国間で意見の相違がある場合、決着をつけることができるのは、WTOの紛争解決手続きである。ただし、現在は同手続きにおける上級委員会が機能しておらず、必ずしも決着がつくとは限らない（WTO紛争解決手続きの機能停止については、拙稿戦略研マンスリー「長期化するWTO紛争解決の機能停止」

https://www.mitsui.com/mgssi/ja/report/detail/_icsFiles/afieldfile/2025/01/22/2501_matano.pdf参照）。また、日本について、同手続きを利用して決着をつけたのは、一部の案件に限られ、日本企業が真にダンピング輸出を行ったためにAD関税を賦課された事例が何件あるか判然としない。ただし、本稿「3-1. 不当なAD関税賦課の背景」は、多くの日本企業に該当するとみられ、同企業に対する不当なAD関税賦課事例は相当数あると推察される。

⁸ 2021年6月21日付け、日本鉄鋼新聞記事。なお、経産省によると、AD関税賦課による日本製ステンレス製品の中国における売り上げ減は、年間56億円、関税負担額は同11億円に上った。

⁹ パネル報告書“CHINA-ANTI - DUMPING MEASURES ON STAINLESS STEEL PRODUCTS FROM JAPAN” 2023年6月19日、WTO。

¹⁰ 判決文に相当するパネル報告書（109ページ）は「『国内産業』とは、同種の製品の国内生産者の全体又はこれらの国内生産者のうち当該製品の生産高の合計が当該製品の国内総生産高の相当な部分を占めている生産者をいうものと解する」と規定するWTO協定（アンチダンピング協定4.1条）に矛盾すると指摘した。なお、中国が国内販売高を基にした意図は、同報告書に明示されていないが、国内販売高には安価

データを開示しなかった点¹¹。

認められなかったのは、中国市場において、不当に国内製品の価格を引き下げたり、市場シェアを奪い国内産業に損失を与えたりはしていないという点である¹²。否認理由は、日本は、中国が日本製品にインドネシア製品などと合わせてAD関税を賦課すると決めたことが、WTO協定違反であると立証していないためである¹³。

ここから浮かび上がるのは、輸入国が複数の国からの同種の製品にまとめてAD関税を賦課することは容易だということである。これは、同じものでも品質や性能などで他国の製品と差別化している日本製品にとり不利だといえ、この事例のように企業がダンピング輸出をしていないと主張しているにもかかわらず、他国製品の巻き添えになる形で日本製品がAD関税を賦課されるケースは今後も多分に起こり得よう。

4. AD関税賦課形態の多様化

中国の過剰生産や米国のトランプ関税などへの対応として、日本企業を含め世界で多くの企業が国境を跨いだサプライチェーンを拡充するにつれ、AD関税を賦課する形態は多様化している。主に図表4の6つの形態があると考えられ、実際にはこれらがいくつも絡み合って複雑になる可能性がある。これは、日本企業や政府が不当なAD関税賦課に効果的に対応するのを困難にする。

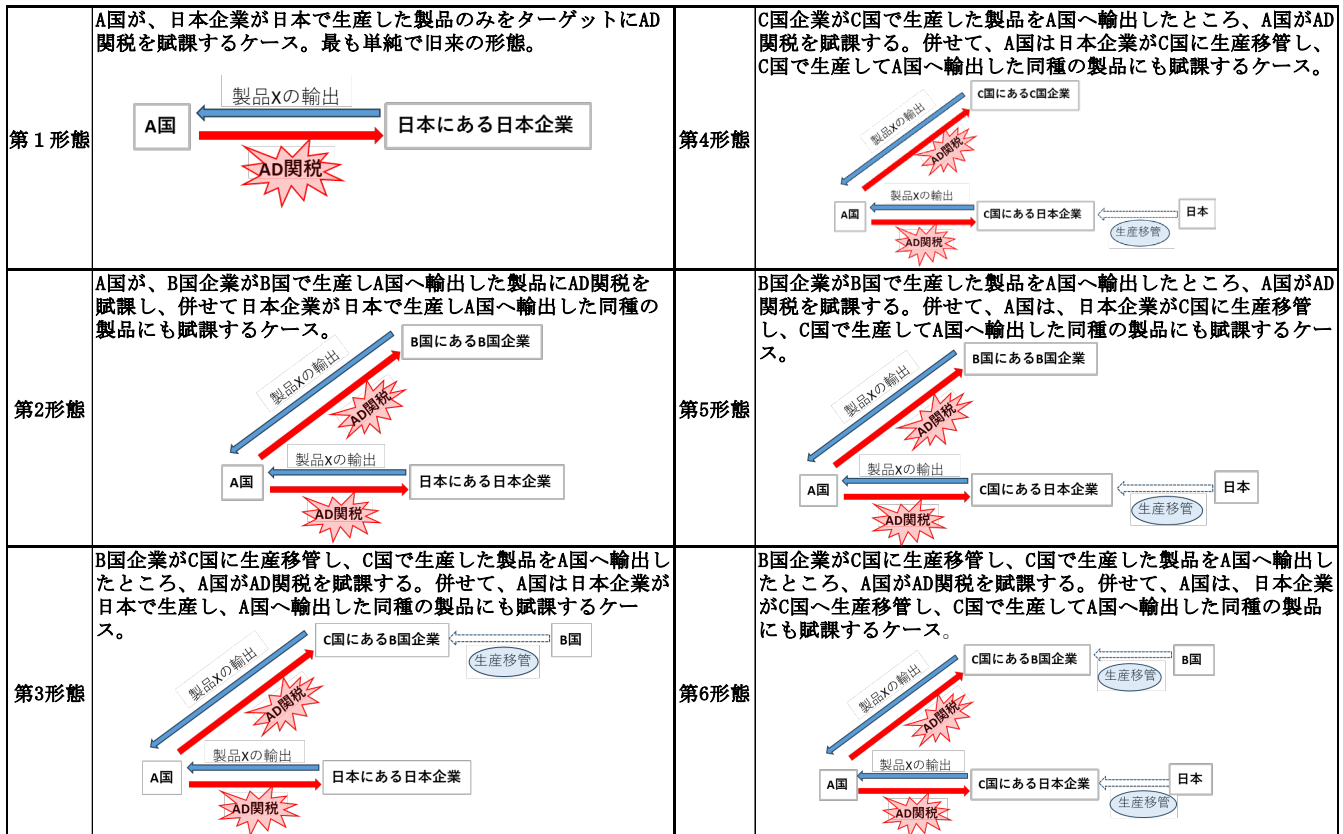
な輸入ステンレス製品も含まれるので、中国におけるステンレス製品の全体の価格が、国内生産高を基にするよりも低く抑えられ、ダンピング輸出の存在を主張するのに資すると考えたためと推察される。

¹¹ 注9の報告書（112ページ）と同じ。

¹² 日本は、日本製ステンレス製品は、EU、韓国、インドネシアの製品などと合わせてAD関税を賦課されたが、中国への輸出が急増したインドネシア製と比べ、日本製品の輸出は少量で、価格や品質も異なる高級品との認識であった。

¹³ より厳密には、パネルが、日本は中国がアンチダンピング協定3.3条に矛盾する行動をとったことを立証していないと判断したため。

図表4：AD関税賦課の6形態



出所：三井物産戦略研究所作成。

5. 不当なAD関税賦課に対し、日本企業が取り得る方策

以上を踏まえると、輸入国による日本企業の製品への不当なAD関税賦課に対し、日本企業が取り得る方策は、図表4にあるAD関税賦課のどの形態に該当しているかなど、個々の状況により異なる。

5-1. 基本的な方策

基本的な方策は以下の4つである。①まず、輸入国はAD関税を賦課する前に、対象となる製品について価格や輸入量などダンピング輸出にかかわる調査を行うので、当該製品を生産する企業は、ダンピング輸出ではないと立証するに足るデータや資料をあらかじめ用意し、調査が行われた際には輸入国へ提示・説明して、不当なAD関税の回避に努めることである。②回避できなかった場合は、日本政府にWTOのAD委員会の場などを通じ、撤回のため輸入国へ働きかけるよう要請することである。③また、撤回のため日本政府による速やかな支援を得られるよう、輸入国にある日本大使館やジェトロなど政府の出先機関と日ごろから緊密な関係を築いておくことである。④撤回できなかった場合は、日本政府にWTOの紛争解決手続きの活用を要請することである¹⁴。

5-2. 日本政府の支援が得難い場合の方策

¹⁴ 実際には、輸入国による調査に応じる際など、企業側にコストが生じるので、AD関税を賦課された場合に生じる不利益と比較の上、何もしないという方策を選ぶこともあり得る。

ただし、同②と④にある日本政府の支援を受けることは、図表4の第1～第3形態のように当該日本企業が日本で生産している場合は容易だが、第4～第6形態のように外国へ生産移管している場合は困難になる。日本政府ではなく、通常、移管先の国の政府への支援要請となるが、途上国の場合などは支援体制が十分とは限らない。また、移管先が現地法人であっても、日本の親会社100%出資の子会社であるなど、移管先の政府から見れば実質的な外国企業である場合も満足な支援が得られるとは限らない。

そうした場合は、日本企業は自力で方策を立てる必要がある。具体的には、輸入国の企業や第三国の企業など、同種の製品を製造している他企業の当該製品の価格や品質、生産量、輸出量など、輸入国によるAD関税賦課の根拠となる情報をあらかじめ入手しておくことである。ただ、他企業から直接情報を入手するのは困難が予想される。そこで例えば、①現地法人や日本の本社が加入している業界団体、②自社と他企業の共通の顧客、③他企業が出展している展示会への参加、④世界中にオフィスを構え、グローバルな情報ネットワーク機能を持つ商社など、複数の第三者を介した情報入手を試みれば、可能性は高まるだろう。入手した情報を基に同種の自社製品と比較し、差別化可能なことを明確にしておくことは、上述の不当なAD関税賦課事例のような、他国製品の巻き添えになる形でAD関税を賦課されるケースにおいて、輸入国によるWTO協定違反を立証し、不当なAD関税を撤回させるのに資するだろう。

加えてこれを補完する方策として、以下の3つが挙げられる。1つ目は、輸出先の多様化を進め、リスクを分散することである。2つ目は、不当なAD関税を賦課した輸入国政府に撤回を求めるロビー活動を行うことである¹⁵。これも自社だけで行うのは困難が予想されるので、以下の例などあらゆる機会を捉えたロビー活動に効果が期待できる。①輸入国にある日本の商工会議所と連携して行う。②第三国企業の同種の製品が自社と同様に不当なAD関税を賦課されており、同第三国の商工会議所も輸入国にある場合、当該商工会議所同士で連携してロビー活動を行うよう要請する。③同輸入国政府と日本企業との対話の場に参加する¹⁶。3つ目は、経済連携協定（EPA）の活用である。日本が締結したEPAの多くにはビジネス環境整備章が設けられており、その規定に従い外国企業に対する不透明な規制や投資環境の悪化、恣意的な措置などについて政府間で協議する「ビジネス環境整備に関する委員会」といった協議の場が設置されている¹⁷。不当なAD関税を賦課した輸入国が当該EPAの締結相手であれば、その協議の場で同AD関税について問題提起するよう日本政府に要請する。

¹⁵ 図表3に記載の自国産業の成長のための時間稼ぎや、AD関税賦課対象の拡大を背景とした不当なAD関税は、輸入国の意図的な行為であるため、撤回は容易ではないが、徹底したロビー活動を行う価値はある。

¹⁶ 例えば、中国には商務部主催の「外資系企業ラウンドテーブル会議」がある。同会議は、商務部が外資系企業の意見を収集し、タイムリーに企業の関心に応えるため、定期的開催する外資系企業との座談会である。2023年は15回開催し、400社以上の外資系企業が出席した。2024年3月5日付け、ジェトロビジネス短信記事 (<https://www.jetro.go.jp/biznews/2024/03/5cd63323851e7fd8.html>)。他にも中国では、地方政府主催などさまざまな外資系企業が参加可能な座談会が開催されている。また、日本とマレーシアの間には、両国間のビジネス環境改善に関する提言などを目的とする日本マレーシア経済協議会（JAMECA）がある。

¹⁷ 日本の発効済みEPAは19件。うち、14件（シンガポール、メキシコ、マレーシア、チリ、タイ、インドネシア、ブルネイ、フィリピン、ベトナム、インド、パルー、オーストラリア、EU、イギリス）にビジネス環境整備章またはビジネス環境についての協議に関する規定がある。

6. まとめ

ひとたびAD関税が賦課されれば、対象となった製品の輸出が減少または停止して¹⁸、輸入国における市場シェアを失うリスクがある。これを可能な限り回避するため、企業には以上の方策を十分に認識し準備をした上で、複合的に実施することが求められよう。

当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できるとされる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社および三井物産グループの統一的な見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社および三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。

¹⁸ 2025年10月29日付け、ジェトロビジネス短信「過剰生産と中韓からの流入、マレーシア巡る貿易救済措置の不透明性高める」によると、マレーシアが2025年5月に日本製ブリキに「最大36.8%のAD税を課した結果、同年8月時点のマレーシア向け輸出は前年同期比で99.1%減に激減した」。