

中国ビジネス・ローの最新実務Q & A

第69回

中国のアンチダンピング制度(3)

黒田法律事務所
萱野純子、藤田大樹

前稿では商務部から交付されるアンチダンピング調査質問状の具体的内容について触れたが、本稿ではダンピングマージンの具体的な計算方法及び計算をするうえで問題となりうる事項について検討することにしたい。

一 ダンピングマージンの計算方法

Q1: 中国のダンピング調査において、ダンピングマージンはどのように計算されるのでしょうか。

A1: 中国のダンピング調査において、ダンピングマージンは、次のような計算式によって計算されるのが原則です。

$$\{ \text{加重平均国内販売価格 (ex-works)} - \text{加重平均輸出価格 (ex-works)} \} \div \text{輸出価格 (CIF価格)}$$

アンチダンピング条例(以下「AD条例」という)第6条第1項は、「輸入製品の輸出価格がその正常価額を下回る差額をダンピングマージンとする」とし、ダンピングマージンを計算するうえで、正常価額と輸出価格とを比較する旨規定している。その比較方法として、中国のダンピング調査では、通常、上記の計算式が用いられる。

すなわち、工場出荷段階の加重平均国内販売価格を「正常価額」として、当該価格と工場出荷段階の加重平均輸出価格との差額を算出し、その差額がCIF価格において占める割合が、ダンピングマージンとなるのである。ただ、インボイス価格には、様々な費用が含まれており、工場出荷段階の価格とは合致しないため、工場出荷段階の価格を算定するためには、後述するようにインボイス価格を各種調整項目により調整する必要がある。

もっとも、上記の計算式は絶対的なものではなく、「正常価額」につき、国内販売価格ではなく、第三国向け輸出価格または構成価額(生産コスト、合理的な費用及び利潤の合計)といった別の数値が用いられる場合もあり(AD条例第4条第1項第2号参照)、また、後に検討するように、コストを割って販売されている取引の比率が調査期間内の全取引の20%を超えた場合、コスト割れを起こしている取引は全て「正常価額」の計算から除外されることもあり、その場合にはダンピングマージンの計算も一定の影響を受けることになる。

二 通常の取引の範囲

Q2: 関連会社間での取引など当該取引における製品価格の決定基準が市況を反映していない取引や、加工貿易の原料に用いるため、製品を中国の保税區に輸出する加工貿易取引などであっても、一般の取引と同様に回答書の表に記載して商務部に提出しなければならないのでしょうか。

A2: 関連会社間の取引についても、一般の取引と同様に回答書の表に記載して商務部に提出しなければなりません。ただ、国内取引及び中国向け輸出取引ともに、顧客との関連の有無について記載することが求められており、一般の取引と区別されています。また、中国の関連会社に被調査製品を販売している場合は、当該関連会社の転売状況についても詳細に記載して提出しなければなりません。

加工貿易取引についても、回答書の表に記載して提出しなければなりません。被調査製品が保税區に輸出されているかどうかについても記載することが求められており、一般の取引と区別されています。

ダンピングマージンの計算は、上述のように、正常価額と輸出価格とを比較することによって行われるが、その比較の対象となる価格は、「通常の商取引」において用いられる価格であることが前提となる(AD条例第3条第1項及び第4条第1項参照)。従って、「通常の商取引」ということができない場合、当該取引についてはダンピングマージン(または正常価額)計算の対象から除外されるべきである。

このような「通常の商取引」といえない取引として、①関連会社間の取引及び②加工貿易取引等が挙げられるが、中国のアンチダンピング調査においては、これらの取引が、必ずしもダンピングマージン計算の対象から除外されているわけではなく、案件ごとまたは調査官ごとに異なった取り扱いがなされているのが現状である。

(1) 関連会社間取引

関連会社に対して商品を販売する場合、一般の取引先に対して販売する場合と異なった価格で販売することもある。このような関連会社間の取引においては、商品価格の設定に際して、市況以外の事情を反映させることも多いため、「通常の商取引」ということはできず、当該取引については、ダンピングマージン計算の対象とすべきではない。

しかし、中国のアンチダンピング調査においては、関連会社間取引についても、一般の取引と同様に回答書の表に記載して商務部に提出しなければならない。

もっとも、国内取引及び中国向けの輸出取引ともに、回答書の表中に顧客との関連の有無について記載する欄があり、関連会社間の取引かどうかについて区別がなされている。また、中国国内の関連会社を通じて輸出販売がなされている場合は、当該関連会社から最初の非関連会社に対する転売の状況につき詳細に記載して提出しなければならない。ここでは、日本での輸出に要する経費等とともに、中国国内の物流費、中国の税関の関税・通関費用等の記載も求められており、最初の非関連会社への販売価格から国内及び中国国内で生じた各種経費を控除することにより輸出価格の計算を試みようとしている。

(2)加工貿易取引

中国では、経済政策の一環として、保税區等の経済特区が設けられているが、海外企業が当該保税區に原材料を輸出し、当該保税區内において中国の安価な人件費を利用して加工を行ったうえ、当該加工によりできた製品を海外に再輸出するといった貿易が盛んに行われている。このような加工貿易取引は、製品を原材料に用いることを目的として中国に輸出し、当該製品は中国国内に流入することはなく再度国外に輸出されていくため、「通常の商取引」ということはできず、ダンピングマージン計算の対象とすべきではない。

しかし、中国のアンチダンピング調査においては、当該加工貿易取引についても回答書に記載して提出することが求められており、ダンピングマージン計算の対象とされている。

もっとも、ダンピング課税措置が確定した後においても、当該加工貿易取引の原材料として中国の保税區に輸出されている製品については、ダンピング課税を徴収しないといった取り扱いが現在のところなされているようである。

三 各種調整項目について

Q3:ダンピングマージンの計算のためには、通常、工場出荷段階の価格を算定する必要があるとのことですが、具体的には、どのような方法で当該価格を算定するのでしょうか。

A3:工場出荷段階の価格については、顧客への実際の販売価格から、各種の費用を調整項目として控除したり、加算したりする方法によって算定します。これらの調整項目として、例えば、価格調整等販売価格に直接影響を与える項目や、物流費用等の直接販売費用、広告費用等の間接販売費用等が挙げられます。

ダンピングマージンの計算に際しては、正常価額と輸出価格とを、工場出荷段階という同一の取引段階において比較するのが通常である。そして、この工場出荷段階の価格を算定するためには、顧客への実際の販売価格(通常は、インボイス価格)から各種の費用を調整項目として控除または加算する必要がある。これらの調整項目として、国内販売及び中国向け輸出販売ともにそれぞれ十数項目が挙げられているが、主なものとしては、①ディスカウント・リベート等の価格調整、②物流費用等の直接販売費用、③広告費用・アフターサービス費用といった間接販売費用、④信用費用といった項目がある。

(1)ディスカウント・リベート等の価格調整

商慣習上、製品を一定量以上購入することを条件に、販売単価をディスカウントしたり、リベートを交付する等して販売価格を調整することがよく見られる。また、日本の商慣習として、その金融機能または保険機能を期待して、商社を介在させた取引も多く見られるが、メーカー及びユーザーが、商社に実際の販売価格を知られることを嫌い、契約書上の価格の受け渡しとは別に、リベート等の名目で直接金員のやり取りを行っていることもよくある。

これらの価格調整項目による調整については、当該価格調整を行う旨の合意文書や、実際に価

格調整に供する金員が支払われている旨の証憑(例えば、銀行の入出金明細表等)などを提出し、当該価格調整方法に関する説明等を行う必要がある。

(2) 物流費用

ユーザーが工場まで製品を受け取りに来るような場合を除き、通常はメーカーが、製品を製造後、ユーザーに輸送する必要があるため、輸送費用や保険費用等が発生する。また、製造後すぐに出荷せずに、製品を工場倉庫等に保管しておくことも多いため、倉庫費用等も発生する。これらの物流費用についても、価格調整項目として考慮される。

これらの価格調整項目による調整についても、上記(1)同様、輸送インボイス、B/L等の輸送証券、保険契約の証明書類及び倉庫保管費用の価格表などの証拠資料を提出し、費用の算出方法などを説明する必要がある。

(3) 広告費用・アフターサービス費用といった間接販売費用

製品を販売する過程においては、広告宣伝費用、セールスマンの人件費、営業事務所の費用といった費用が発生するのが通常であり、販売後においても、アフターサービス費用等が発生することは一般的である。

間接販売費用についても、広告契約書、事務所の賃貸借契約書などの証拠資料を提出し、費用の算出方法などを説明する必要がある。しかし、上記(1)及び(2)と異なり、中国の調査当局がこれらの間接販売費用を価格調整可能な費用として認める可能性は極めて低い。

(4) 信用費用

各取引の代金の支払い条件は一定ではなく、「引渡し後14日払い」「月末締め3ヵ月後払い」等様々である。こうした信用費用については、当該国の法定利率等適切な基準を提示し、説明する必要がある。