

## ポイント引当金の会計処理

著者: 有限責任監査法人トーマツ 吉永 竜也(公認会計士)

### 1. ポイント制度の概要

ポイント制度とは、商品販売時に顧客に対して利用金額などに応じてポイントを付与し、次回以降の商品販売時に販売価額を割り引いたり、ポイントを商品に交換するなど一定の特典を与える制度である。

### 2. ポイント制度の日本基準での会計処理

ポイントを発行する企業側の一般的な会計処理は、以下のとおりである。

#### (1) ポイント付与時

ポイントは使用された時点で販売価額を減額する。すなわちポイントが使用された時点でポイント付与側の会社に費用が発生する。一般的には、決算時にポイント引当金の計上処理を行うため、実務上、付与時点ではポイントに関する会計処理は行われない。

#### (2) ポイント使用時

ポイントが使用された場合、販売価額が減額されるため、ポイント使用部分を費用として処理する。ポイントの性質をどのようにとらえるかで、次の二つの費用処理方法が考えられる。

- A) ポイントが現金値引きと同様の効果を有する点に着目し、売上値引きとして処理する考え方
- B) ポイントの付与は将来の販売促進効果を有する点に着目し、販売促進費とする考え方

#### (3) 期末決算時

顧客に付与されたポイントのうち、期末におけるポイントの未使用残高については、引当金の計上要件を満たす場合、将来使用されると見込まれる額を引当金として負債計上する。ポイント引当金に関する特定の会計基準はないが、引当金の計上要件については、企業会計原則注解注18にて規定があり、以下の要件を満たす場合には引当金の計上が必要になる。

- A) 将来の特定の費用または損失で
- B) その発生が当期以前の事象に起因し
- C) 発生の可能性が高く
- D) その金額を合理的に見積もることができる場合

ポイントは、商品の販売という過去の事象に起因して発生し、将来のポイント使用時に費用が発生するため、将来の使用見込みを合理的に見積もった上で引当金として負債計上する。

将来の使用見込額は、過去の使用実績などに基づいて算定する。見積りにあたっては、ポイントの有効期限も考慮する。また、引当金の見積りの基礎として、販売価額をもって算出する考え方と、商品原価をもって算出する考え方がある。

#### (設例1) ポイント制度の会計処理

- 10,000円の商品を販売し、100ポイントを付与した
- 還元率は1ポイントにつき1円である
- 期中に40ポイントが使用され、1,000円の商品を960円で販売した
- 期末において、過去の実績率等により将来の使用見込みを見積もった結果、未使用残60ポイントのうち30ポイントが翌期以降に使用されると見込まれる
- 引当金の見積りの基礎として、販売価額をもって算出する考え方による
- 前期末のポイント引当金残高はゼロである

#### ポイント付与時

(借)	現金及び預金	10,000	(貸)	売上高	10,000
-----	--------	--------	-----	-----	--------

#### ポイント使用時

(借)	現金及び預金	960	(貸)	売上高	1,000
	売上値引 or 販売費	40			

#### 期末時

(借)	ポイント引当金繰入額	30	(貸)	ポイント引当金	30
-----	------------	----	-----	---------	----

### 3. ポイント制度のIFRSでの会計処理

国際財務報告基準(IFRS)では、ポイント付与を伴う商品の販売は、商品の販売とポイント交換による将来の商品の提供に対して顧客から対価を得たものとしてとらえ、顧客から得られた対価の一部(将来のポイント交換による商品販売に対応する部分)をポイント使用時まで繰延収益として繰り延べる(国際財務報告基準解釈指針委員会解釈指針(IFRIC)第13号 カスタマー・ロイヤルティ・プログラム)。

ポイントの公正価値の測定は、ポイント使用時の顧客に対して還元される値引額等に、ポイント失効率を加味して測定することなどが考えられる。

対価を商品の売上とポイントの繰延収益とに按分する方法として、次の二つの方法を選択できる。

- 各構成要素の公正価値の比率で対価を按分する方法(設例2)
- ポイント(繰延収益)の公正価値を測定し、売上高は対価からポイント(繰延収益)の公正価値を控除した額とする方法(設例3)

なお、2011年11月に国際会計基準審議会(IASB)より公表された「顧客との契約から生じる収益」再公開草案では、複数の別個の履行義務を有する契約について、取引対価を配分すること(設例2に対応)が原則的な取り扱いとされているため、最終の基準書が公表されるまで推移を見守る必要がある。

(設例2) 公正価値の比率で対価を按分する方法

店頭販売価格1,000円の商品に対して、100ポイントを付与する。1ポイントの公正価値は0.95円とする。

店頭販売価格 1,000円	}	取引価格の配分	
		ポイント100 =95円相当	87円 = (1,000 ÷ (1,000 + 95) × 95)
		商品 =1,000円相当	913円 = (1,000 ÷ (1,000 + 95) × 1,000)

(借)	現金及び預金	1,000	(貸)	売上高	913
				繰延収益	87

(設例3) 公正価値と同額をポイントに配分する方法

設例2と同じく、店頭販売価格1,000円の商品に対して、100ポイントを付与する。1ポイントの公正価値は0.95円とする。

店頭販売価格 1,000円	}	取引価格の配分	
		ポイント100 =95円相当	95円
		商品 =1,000円相当	905円 = (1,000 - 95)

(借)	現金及び預金	1,000	(貸)	売上高	905
				繰延収益	95

なお、本文中の意見に関わる部分は私見である。

今回記載した内容については、2013年3月に中央経済社から刊行された『Q&A業種別会計実務・6 小売』（トーマツ コンシューマービジネス インダストリーグループ著）にも詳細を記載していますので、ご参照ください。

また、本稿はトーマツ コンシューマービジネスメールマガジンにてご紹介した記事です。同メールマガジンでは、消費財、小売などのコンシューマービジネス業界におけるトピックスを配信します。

トーマツグループでは、専門性と総合力を活かしたナレッジや最新情報をWebサイトに掲載し、その情報を「トーマツ メールマガジン」として無料で皆さまにお届けしています。

ご登録をご希望の方は、トーマツグループ Webサイト(下記ご参照)からお申込みください。バックナンバーもこちらよりご覧になれます。

ナレッジ > トーマツメールマガジン [www.tohmatsu.com/mm](http://www.tohmatsu.com/mm)

トーマツメールマガジン 検索


メールマガジン一覧

- トーマツ総合メールマガジン
- トーマツIFRSメールマガジン
- デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー メールマガジン
- コンシューマービジネスメールマガジン
- ライフサイエンス ニュースレター
- テクノロジー・メディア・テレコム メールマガジン
- トーマツ チャイナ ニュース
- ヒューマン キャピタル ニュースレター
- グロース エンタープライズサービス メールマガジン

配信お申し込み



すでにセミナーにお申込されている方はQRコードからお申し込みください



## 有限責任監査法人トーマツ

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル  
Tel 03-5220-8600 Fax 03-5220-8601  
[www.tohmatsu.com/dtc](http://www.tohmatsu.com/dtc)

トーマツグループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(英国の法令に基づく保証有限責任会社)のメンバーファームおよびそれらの関係会社(有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング株式会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー株式会社および税理士法人トーマツを含む)の総称です。トーマツグループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各社がそれぞれの適用法令に従い、監査、税務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー等を提供しています。また、国内約40都市に約7,300名の専門家(公認会計士、税理士、コンサルタントなど)を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はトーマツグループWebサイト([www.tohmatsu.com](http://www.tohmatsu.com))をご覧ください。

Deloitte(デロイト)は、監査、税務、コンサルティングおよびファイナンシャル アドバイザーサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを提供しています。デロイトの約200,000名を超える人材は、“standard of excellence”となることを目指しています。

Deloitte(デロイト)とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド(“DTTL”)ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTLおよび各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL(または“Deloitte Global”)はクライアントへのサービス提供を行いません。DTTLおよびそのメンバーファームについての詳細は [www.tohmatsu.com/deloitte/](http://www.tohmatsu.com/deloitte/) をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、その性質上、特定の個人や事業体に具体的に適用される個別の事情に対応するものではありません。また、本資料の作成または発行後に、関連する制度その他の適用の前提となる状況について、変動を生じる可能性もあります。個別の事案に適用するためには、当該時点で有効とされる内容により結論等を異なる可能性があることをご留意いただき、本資料の記載のみに依拠して意思決定・行動をされることなく、適用に関する具体的事案をもとに適切な専門家にご相談ください。