

「収益認識に関する会計基準等」インダストリー別解説シリーズ (3)

第3回 小売業—ポイント制度、商品券

公認会計士 いしかわ よし 石川 慶

はじめに

2018年3月30日に企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」(以下「収益認識会計基準」という。)、企業会計基準適用指針第30号「収益認識に関する会計基準の適用指針」(以下「収益認識適用指針」といい、これらを合わせて「収益認識会計基準等」という。)が公表されている。

本稿では、収益認識会計基準等のうち小売業におけるポイント制度及び商品券の会計処理について解説する。

小売業におけるポイント制度は、1ポイント当たりの価値(例えば1ポイント当たり1円など)が定められており、顧客がそのポイント使用により商品購入時に値引きを受けることができる制度が多く見受けられることから、本稿では当該ポイント制度を前提に解説する。

また、「自社でポイント制度を運営し、自社ポイントによる取引を行う場合(ポイント運営に関して企業が本人である場合)」と「他社が運営するポイント制度(共通ポイント制度)に加盟して、他社ポイントによる取引を行う場合(ポイント運営に関して企業が代理人である場合)」では、会計処理が異なるため、本稿では各取引を解説する。

1. ポイント制度

(1) 取引の概要

ポイント制度は、企業が顧客に対して商品販売代金などに応じてポイントを付与し、顧客がそのポイント使用により商品購入時に値引きを受けることや、ポイントと商品を交換することができる制度である。当該制度は、販売促進の手段の一つとして、小売業の多くの企業において導入されている。また、複数の企業が提携し、提携企業間でお互いに利用が可能なポイントを付与する制度(共通ポイント制度)もある。

(2) 自社ポイントの収益認識会計基準等における主な論点

自社ポイント(ポイント運営に関して企業が本人である場合)については、収益認識会計基準の基本となる原則(収益認識会計基準17項(1)から(5)に記載されている5つのステップ)のうち、履行義務の識別(ステップ2)及び取引価格の配分(ステップ4)が主な論点になると考えられる(図表1参照)。

【図表1 自社ポイントの収益認識会計基準等における主な論点】

項目	内容
履行義務の識別(ステップ2)	商品販売に伴って付与した自社ポイントから顧客に対する履行義務が生じるか否か ⇒商品販売に伴って付与した自社ポイントから顧客に対する履行義務が生じると考えられる。すなわち、商品販売時に2つの履行義務(①商品の引き渡し(以下「商品の履行義務」という。)及び②顧客がポイントを使用した時に値引き等を提供する履行義務(以下「ポイントの履行義務」という。))を識別すると考えられる。
取引価格の配分(ステップ4)	2つの履行義務に、取引価格をどのように配分するか ⇒ポイントの使用時に顧客が得られるであろう値引きについて、①顧客がポイントを使用しなくても通常受けられる値引き、及び②ポイントが使用される可能性の要素を反映して、ポイントの独立販売価格を見積る。その後、商品とポイントの独立販売価格の比率で、取引価格を配分する(収益認識適用指針50項参照)。

① 履行義務の識別(ステップ2)

収益認識適用指針では、ポイントは「追加の財又はサービスを取得するオプション」の一つとして例示されている(収益認識適用指針139項参照)。また、「追加の財

又はサービスを取得するオプション(ポイント等)の付与に関する履行義務の識別等について、図表2のように定められている。

【図表2 「追加の財又はサービスを取得するオプション（ポイント等）の付与」に関する履行義務の識別等（収益認識適用指針48項、139項）】

<p>48. 顧客との契約において、既存の契約に加えて追加の財又はサービスを取得するオプションを顧客に付与する場合には、当該オプションが当該契約を締結しなければ顧客が受け取れない重要な権利を顧客に提供するときのみ、当該オプションから履行義務が生じる。この場合には、将来の財又はサービスが移転する時、あるいは当該オプションが消滅する時に収益を認識する。</p> <p>重要な権利を顧客に提供する場合とは、例えば、追加の財又はサービスを取得するオプションにより、顧客が属する地域や市場における通常の値引きの範囲を超える値引きを顧客に提供する場合をいう。</p>
<p>139. 追加の財又はサービスを無料又は値引価格で取得するオプションには、販売インセンティブ、顧客特典クレジット、ポイント、契約更新オプション、将来の財又はサービスに対するその他の値引き等が含まれる。</p>

（下線は筆者による）

顧客はポイントの使用により、商品購入時に通常の値引きを超える値引きを受けることができるため、自社ポイントの付与は、収益認識適用指針48項（図表2参照）の「顧客が属する地域や市場における通常の値引きの範囲を超える値引きを顧客に提供する場合」に該当すると考えられる。そのため、自社ポイントの付与は、重要な権利（将来の値引きを受ける権利等）を顧客に提供するものであり、当該自社ポイントから履行義務（顧客がポイントを使用した時に値引き等を提供する履行義務）が生じると考えられる。この場合、商品販売に伴って自社ポイントを付与する取引については、2つの履行義務（①商品の履行義務及び②ポイントの履行義務）が識別される。

② 取引価格の配分（ステップ4）

収益認識適用指針では、「追加の財又はサービスを取得するオプション（ポイント等）の付与」に関する取引価格の配分について、図表3のように定められている。

【図表3 「追加の財又はサービスを取得するオプション（ポイント等）の付与」に関する取引価格の配分（収益認識適用指針50項）】

<p>50. 履行義務への取引価格の配分は、独立販売価格の比率で行うこととされており（収益認識会計基準66項）、追加の財又はサービスを取得するオプションの独立販売価格を直接観察できない場合には、オプションの行使時に顧客が得られるであろう値引きについて、次の(1)及び(2)の要素を反映して、当該オプションの独立販売価格を見積る。</p> <p>(1) 顧客がオプションを行使しなくても通常受けられる値引き</p> <p>(2) オプションが行使される可能性</p>
--

（下線は筆者による）

通常、自社ポイントの独立販売価格については直接観察できないため、商品販売と共に自社ポイントを付与する取引については、まず、ポイントの使用時に顧客が得られるであろう値引きについて、①顧客がポイントを使用しなくても通常受けられる値引き、及び②ポイントが使用される可能性の要素を反映して、ポイントの独立販売価格を見積る。その後、商品とポイントの独立販売価格の比率で、取引価格を配分する（具体的な算定方法については設例1参照）。

の処理の両方において、一定の見積計算を伴う点では同様であり、必ずしも収益認識適用指針に基づく処理の方がコストがかかるとはいえないと考えられること、さらに、②収益認識適用指針においては、顧客との契約の観点で重要性が乏しい場合の代替的な取扱い（収益認識適用指針93項参照）が定められているため、実務における負担が軽減される可能性があると考えられることから、代替的な取扱いを定めなかったこととしたとされている（収益認識適用指針186項参照）。

なお、このような顧客に付与するポイントの会計処理について、履行義務として識別して独立販売価格の比率に基づく取引価格の配分を行うことの困難さから、収益認識会計基準等の公開草案に対して、代替的な取扱いを要望する意見があった。この点、①収益認識適用指針に基づく処理及び現行の実務 *1におけるポイント引当金

*1 現行の実務では、自社ポイントについては、顧客への商品販売時にそれらの価格により一括して収益認識し、将来のポイントとの交換に要すると見込まれる金額を引当金として費用を計上する実務が多いものと考えられる。また、当該引当金の算定方法については、販売価格を基礎として計算する事例と、企業が負担する原価を基礎として計算する事例の双方が見られる。

【設例1 自社ポイント制度】

【前提】

- (1) A社は、顧客がA社の商品を100円分購入するごとに1ポイントを顧客に付与するポイント制度を導入している。顧客は、ポイントを使用して、A社の商品を将来購入する際に1ポイント当たり1円の値引きを受けることができる。
- (2) X1年度中に、顧客はA社の商品100,000円を現金で購入し、将来のA社の商品購入に利用できる1,000ポイント（＝100,000円÷100円×1ポイント）を獲得した。対価は固定であり、顧客が購入したA社の商品の独立販売価格は100,000円であった。
- (3) A社は商品販売時点で、付与数1,000ポイントのうち将来950ポイントが使用される（50ポイントは失効する）と見込んだ。A社は、顧客により使用される可能性を考慮して、1ポイント当たりの独立販売価格を0.95円（合計額は950円（＝0.95円×1,000ポイント））と見積った。
- (4) 当該ポイントは、契約を締結しなければ顧客が受け取れない重要な権利（収益認識適用指針48項参照）を顧客に提供するものであるため、A社は、顧客へのポイントの付与により履行義務が生じると結論付けた。
- (5) A社はX2年度末において、使用されるポイント総数の見積りを970ポイントに更新した。
- (6) 各年度に使用されたポイント、決算日までに使用されたポイント累計及び有効期限までに使用されると見込むポイント総数は次のとおりである。

	使用されたポイント		有効期限までに使用されると見込むポイント
	(1年間の実績)	(年度末の実績累計)	(見積総数)
X1年度	450	450	950
X2年度	400	850	970

【各年度の会計処理】

- (1) X1年度中の商品販売時（A社ポイント付与時） (単位：円)

(借) 現金預金	100,000	(貸) 売上高 (*1)	99,059
		契約負債 (*1) (*2)	941

(*1) 取引価格100,000円を、商品とポイントに独立販売価格の比率で配分する。

商品99,059円＝100,000円×（独立販売価格100,000円÷100,950円）

ポイント941円＝100,000円×（独立販売価格950円÷100,950円）

(*2) ポイントについては、履行義務を充足していないため、契約負債を計上する（収益認識会計基準78項参照）。

- (2) X1年度末 (単位：円)

(借) 契約負債 (*3)	446	(貸) 売上高	446
---------------	-----	---------	-----

(*3) ポイントの使用に伴い履行義務を充足した部分の収益を認識する。

ポイント付与時における契約負債941円×（X1年度末までに使用されたポイント450ポイント÷有効期限までに使用されると見込むポイント総数950ポイント）＝446円

- (3) X2年度末 (単位：円)

(借) 契約負債 (*4)	379	(貸) 売上高	379
---------------	-----	---------	-----

(*4) 有効期限までに使用されるポイント総数の見積り修正（950ポイントから970ポイントに修正）を考慮の上、ポイントの使用に伴い履行義務を充足した部分の収益を認識する。

ポイント付与時における契約負債941円×（X2年度末までに使用されたポイント累計850ポイント÷有効期限までに使用されると見込むポイント総数970ポイント）－X1年度末に収益を認識した契約負債446円＝379円

（収益認識適用指針（設例22）を加工）

(3) 他社ポイントの収益認識会計基準等における主な論点

他社ポイント（ポイント運営に関して企業が代理人である場合）については、収益認識会計基準の基本となる

原則（収益認識会計基準17項(1)から(5)に記載されている5つのステップ）のうち、履行義務の識別（ステップ2）及び取引価格の算定（ステップ3）が主な論点になると考えられる（図表4参照）。

【図表4 他社ポイントの収益認識会計基準等における主な論点】

項目	内容
履行義務の識別 (ステップ2)	商品販売に伴って付与した他社ポイントから顧客に対する履行義務が生じるか否か ⇒ 他社がポイント制度の運営に関する責任を負い、企業が他社ポイントを支配していない場合、当該他社ポイントから顧客に対する履行義務は生じないと考えられる。
取引価格の算定 (ステップ3)	商品販売に伴って他社ポイントを付与する取引において、取引価格をどのように算定するか ⇒ 商品販売代金のうち、他社ポイント付与相当部分については、取引価格から除く。

① 履行義務の識別 (ステップ2)

他社が運営するポイント制度に加盟して、企業が顧客に商品販売に伴い他社ポイントを付与する取引を行う場合、当該他社がポイント制度の運営に関する責任を負い、顧客に将来の値引きを受ける権利等の重要な権利を提供する。一方、企業は当該他社に他社ポイントに相当する代金を支払う義務を負っているものの、他社ポイントを支配しておらず、顧客に対しては重要な権利(将来の値引きを受ける権利等)を提供しておらず、他社ポイントから顧客に対する履行義務は生じないと考えられる(収益認識適用指針48項参照)。

② 取引価格の算定 (ステップ3)

収益認識会計基準8項では、『取引価格』とは、財又はサービスの顧客への移転と交換に企業が権利を得ると見込む対価の額(ただし、第三者のために回収する額を除く。)をいう」と定義されている。

この点、商品販売代金のうち、ポイント制度を運営する企業に支払う義務が生じる他社ポイント付与相当部分については、当該ポイント制度を運営する企業(第三者)のために回収する金額と考えられる。したがって、他社ポイントの付与を伴う商品販売取引の取引価格は、商品販売代金から他社ポイント付与相当部分を除いて算定される(収益認識会計基準47項参照)。

【設例2 他社ポイントの付与】

【前提】

- (1) 小売業を営むA社は、第三者であるB社が運営する共通ポイント制度に参加している。当該制度の下では、A社は、A社の店舗で商品を購入した顧客に対し、購入時に当該制度のメンバーであることが表明された場合には、購入額100円につきB社ポイントが1ポイント付与される旨を伝達する。同時に、A社は、B社に対してその旨を連絡し、B社はA社の顧客に対してB社ポイントを付与する。その後、A社はB社に対し、1ポイントにつき1円を支払う。
A社の顧客に対して付与されたB社ポイントは、A社に限らず、B社が運営する共通ポイント制度に参加する企業において利用できる。また、それらの企業における商品の購入で獲得されたB社ポイントも、A社で利用できる。
A社とB社との間に、上記以外の権利及び義務は発生しない。
- (2) A社は、A社の観点からは、B社ポイントの付与は顧客に重要な権利(収益認識適用指針48項参照)を提供していないと判断した。A社は、B社ポイントが顧客に対して付与される旨をB社に連絡し、同時にB社ポイントに相当する代金をB社に対して支払う義務を有するのみであり、A社はB社ポイントを支配していないと結論付けた。
- (3) A社は、自社の店舗で商品を顧客に現金1,000円で販売するとともに、顧客に対してB社ポイントが10ポイント付与される旨を伝達した。同時に、A社はB社に対してポイント付与の旨を連絡した。
- (4) A社は、B社に対して上記の付与ポイント(10ポイント)相当額の10円を支払った。

【A社の会計処理】

(1) 商品販売時(B社ポイントの付与時)

(単位:円)

(借) 現金預金	1,000	(貸) 売上高 (*1)	990
		未払金 (*2)	10

(*1) A社は、顧客に対する商品販売の履行義務に係る取引価格の算定において、第三者であるB社のために回収した金額(すなわち、1,000円のうち10円)を除外する。なお、商品の売上原価への振替の仕訳は省略する。

(*2) B社に対する未払金を認識する。

(2) A社からB社に対するポイント相当額の支払時

(単位:円)

(借) 未払金	10	(貸) 現金預金	10
---------	----	----------	----

(収益認識適用指針〔設例29〕を加工)

2. 商品券

(1) 取引の概要

商品券は、券面に記載された金額の商品を提供してもらい権利のある証券であり、販売促進の手段の一つとして、小売業の企業等により発行されている。

商品券には、①発行した企業が運営する店舗等でのみ使用できる「自社商品券」と、②加盟企業が運営する店舗等で共通して使用できる「共通商品券」があるが、本稿では「自社商品券」について解説する。

なお、資金決済に関する法律（以下「資金決済法」と

いう。）の適用を受ける商品券（資金決済法3条1項に規定する「前払式支払手段」に該当する商品券）は、原則として払い戻しが禁止されており（資金決済法20条2項参照）、本稿では当該商品券を前提に解説する。

(2) 自社商品券の収益認識会計基準等における主な論点

自社商品券については、収益認識会計基準の基本となる原則（収益認識会計基準第17項(1)から(5)に記載されている5つのステップ）のうち、履行義務の充足（ステップ5）が主な論点になると考えられる（図表5参照）。

【図表5 自社商品券の収益認識会計基準等における主な論点】

項目	内容
履行義務の充足（ステップ5）	発行した自社商品券のうち、顧客が使用しない部分（非行使部分）に係る収益をどのように認識するか ⇒ ①非行使部分について、将来において権利を得ると見込む場合、 <u>自社商品券の行使による売上高と比例的に収益を認識する。</u> ②非行使部分について、将来において権利を得ると見込まない場合、 <u>顧客が自社商品券を行使する可能性が極めて低くなった時に収益を認識する</u> （収益認識適用指針54項参照）。

自社商品券を顧客に発行した場合、将来において商品券の券面に記載された金額分の商品を受け取る権利が顧客に付与され、企業は将来（顧客が自社商品券を使用した時）において商品を引き渡す履行義務を負う。そのため、企業は顧客から自社商品券に係る支払を受けた時に、支払を受けた金額で契約負債を認識する（収益認識適用指針52項参照）。

一方、顧客は自社商品券に係る権利の全ては行使しない場合がある（収益認識適用指針53項参照）。この顧客により行使されない権利（非行使部分）については、企業が将来において権利を得ると見込むか否かで、会計処理が異なることとなる（図表6参照）。

【図表6 顧客により行使されない権利（非行使部分）の会計処理（収益認識適用指針54項参照）】

契約負債における非行使部分に係る権利の見込み	会計処理
①企業が将来において権利を得ると見込む場合	非行使部分の金額について、 <u>顧客による権利行使のパターンと比例的に収益を認識する。</u>
②企業が将来において権利を得ると見込まない場合	非行使部分の金額について、 <u>顧客が残りの権利を行使する可能性が極めて低くなった時に収益を認識する。</u>

なお、図表6①の会計処理（非行使部分の金額について、顧客による権利行使のパターンと比例的に収益を認識する会計処理）について、収益認識会計基準等の公開草案に対して、一定期間経過後の一時点で負債の消滅を認識して収益を計上するこれまでの実務を認める代替的な取扱いを要望する意見があった。この点、収益認識適用指針に基づく非行使部分の見積りについては、実務において著しく困難となるとの意見が聞かれていないことを踏まえ、収益認識適用指針において代替的な取扱いを定めないこととしたとされている（収益認識適用指針187項参照）。

【設例3 商品券】

【前提】

	(ケース①) 非行使部分について、企業が将来において権利を得ると見込む場合	(ケース②) 非行使部分について、企業が将来において権利を得ると見込まない場合
X1年度	A社は、商品券10,000円を顧客に発行した A社は、最終的な非行使部分を発行額の5%と見込み、当該部分について、将来、権利を得ると見込んでいる	A社は、非行使部分について、将来、権利を得ると見込んでいない
X2年度	顧客は、商品券6,000円を使用し、A社の商品を購入した	
X3年度	顧客は、商品券3,500円を使用し、A社の商品を購入した	
X10年度	—	顧客が残りの商品券を使用する可能性が極めて低くなった

【商品券の年度推移】

(単位：円)

	使用された商品券		未使用の商品券	(ケース①) 非行使部分について、権利を得ると見込む分
	(1年間の実績)	(年度末の実績累計)	(年度末の実績)	(年度末の見積)
X1年度	—	—	10,000	500
X2年度	6,000	6,000	4,000	500
X3年度	3,500	9,500	500	500
X10年度	—	9,500	500	500

【ケース①の各年度の会計処理】

(単位：円)

X1年度	(借) 現金預金 10,000 (貸) 契約負債 (*1) 10,000 (*1) 自社商品券を発行し顧客から支払を受けた時に、支払を受けた金額で契約負債を認識する。
X2年度	(借) 契約負債 6,000 (貸) 売上高 6,000 契約負債 (*2) 316 売上高 316 (*2) 非行使部分の金額500円について、顧客による権利行使のパターンと比例的に収益を認識する。 非行使部分について権利を得ると見込む分500円×(権利行使分6,000円÷権利行使見込総額9,500円(=発行額10,000円-非行使部分500円))=316円
X3年度	(借) 契約負債 3,500 (貸) 売上高 3,500 契約負債 (*3) 184 売上高 184 (*3) 非行使部分の金額500円について、顧客による権利行使のパターンと比例的に収益を認識する。 非行使部分について権利を得ると見込む分500円×(権利行使分3,500円÷権利行使見込総額9,500円(=発行額10,000円-非行使部分500円))=184円
X10年度	仕訳なし

【ケース②の各年度の会計処理】

(単位：円)

X1年度	(借) 現金預金 10,000 (貸) 契約負債 (*4) 10,000 (*4) 自社商品券を発行し顧客から支払を受けた時に、支払を受けた金額で契約負債を認識する。
X2年度	(借) 契約負債 6,000 (貸) 売上高 6,000
X3年度	(借) 契約負債 3,500 (貸) 売上高 3,500
X10年度	(借) 契約負債 (*5) 500 (貸) 売上高 500 (*5) 非行使部分の金額500円について、顧客が残りの権利を行使する可能性が極めて低くなったため、収益を認識する。

以上