

第1部

実務上の「コア」論点を整理

ポイント制度の 会計処理上の留意点

有限責任 あずさ監査法人
公認会計士 辻野 幸子

はじめに

わが国では、ポイント制度が発達しており、小売業界・サービス業界を中心に、いろいろな形でポイントが広く付与されている。本稿では、平成30年3月に公表された企業会計基準29号「収益認識に関する会計基準」および企業会計基準適用指針30号「収益認識に関する会計基準の適用指針」（以下、両者あわせて「収益認識基準」という）を適用した場合のポイントの会計処理について概観するとともに、実務上の留意点について解説することとしたい。

なお、本稿は小売業やサービス業に属する企業が顧客に付与するポイントを念頭に執筆しているが、本稿の内容はポイントに限らず、企業が

顧客に付与する将来の値引きを約束するクーポン券やマイレージ等、類似の特典にも当てはまり得る。また、

本文中、意見にわたる部分は筆者の私見であることをあらかじめ申し添える。

一部の収益の認識が後る倒しになる場合も

ポイント制度の 会計処理はこう変わる

この章のエッセンス

- ポイントが、「契約を締結しなければ得られない重要な権利」を顧客に提供するものである場合、今後は別個の履行義務として識別する必要がある。
- ポイントが別個の履行義務である

場合には、対価の一部をポイント部分にも配分し、ポイントが使用されるか失効するまで繰り延べることになるため、一般に現行実務と比べて収益の一部の認識時点が後る倒しになると考えられる。

従来、わが国においては、ポイン

トの会計処理に関する明文規定はなく、実務においては、商品の販売に際してポイントを顧客に付与する場合、一般に、商品の販売時に対価の全額を売上として計上していると考えられる。ただし、商品の販売とは別に、将来顧客がポイントを使用するまで、企業にはポイントに関する義務が残る。そのため、明文規定はないものの、実務上は、ポイント部分について、顧客による将来のポイント使用に要すると見込まれる金額を引当金として計上するケースも多かったと考えられる。なお、この際の引当金の算定方法については、売価をベースとするケースと原価をベースとするケースの両方の実務が見受けられる（「収益認識に関する包括的な会計基準の開発についての意見の募集」参照（図表1））。

これに対して、収益認識基準では、「追加の財またはサービスを取得するオプションの付与」に関するガイドランスが設けられている。商品の販売時やサービスの提供時に顧客に付与されるポイントは、顧客が将来それを使用することにより、追加の財またはサービスを取得することができるものであるため、このガイドランスに従って会計処理することにな