

ポイントに関する会計処理  
-事例及び会計処理規定の解釈を通じて-

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2018-11-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 村上, 翔一 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10291/19691">http://hdl.handle.net/10291/19691</a>

明治大学大学院経営学研究科

2016 年度

博士学位請求論文

ポイントに関する会計処理

—事例及び会計処理規定の解釈を通じて—

Accounting for points

—through observing transactions and

understanding the accounting procedures about points—

学位請求者 経営学専攻

村上翔一

ポイントに関する会計処理  
—事例及び会計処理規定の解釈を通じて—

目次

はじめに	1
I ポイントとポイント・プログラムの現状	2
1 ポイントの現状	2
2 ポイント・プログラムの運営	5
3 ポイント・プログラムの類型	6
II ポイントに関する現行の会計処理	9
1 我が国における会計処理	9
2 IFRS における会計処理	10
3 我が国の会計処理と IFRIC13 および IFRS15 の会計処理の相違	12
III 我が国におけるポイントに関する会計処理	15
1 ポイントに関する先行研究	15
2 我が国における引当金に関する見解	17
3 ポイント引当金	19
3.1 ポイント引当金への諸概念の適用	19
3.2 ポイント引当金と景品費引当金	20
3.3 ポイント引当金と製品保証引当金	22
IV IASB・FASB におけるポイントに関する会計処理	28
1 EITF00-22 における議論	28
2 D20 の公表前	29
2.1 2006 年 1 月および 3 月における議論	30
2.2 2006 年 5 月における議論	34
2.3 2006 年 7 月における議論	36
2.4 D20 の公表	39
3 D20 の公表後	41
3.1 2007 年 1 月における議論	41
3.2 2007 年 3 月における議論	53
3.3 2007 年 5 月における議論	63

3.4	2007年6月における議論／65	
4	D20からIFRIC13へ／66	
V	IFRS15の規定と解釈・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	70
1	IFRS15とIFRIC13の関係／70	
2	IFRS15の独立型ポイント・プログラムへの適用と問題点／74	
3	IFRS15の提携型ポイント・プログラムへの適用と問題点／79	
4	IFRS15におけるポイント取引の階層性／84	
4.1	重要な権利から見るポイント発行企業の会計処理／90	
4.2	ポイント付与の観点から見る提携企業の会計処理／92	
4.3	ポイント・プログラム運営企業の会計処理／95	
VI	ポイント・プログラムの拡大・・・・・・・・・・・・・・・・	100
1	電子マネーとポイント／100	
2	EITFとIFRICの電子マネーに関する議論／102	
2.1	国際的な議論における電子マネーの取扱い／102	
2.2	IFRICにおける電子マネー検討時のポイントの議論／106	
3	我が国における電子マネーとポイントの議論／107	
3.1	現行における我が国での電子マネーの会計処理／107	
3.2	我が国における電子マネーと比較したポイントの会計処理／109	
4	電子マネーとポイント・プログラムの融合例／111	
4.1	電子マネーとポイントが融合する実務例／111	
4.2	IFRICにおけるポイントが交換される際の会計処理／112	
4.3	4.1における実務例の検討／114	
VII	金融負債と非金融負債・・・・・・・・・・・・・・・・	118
1	前受金勘定や商品券勘定と電子マネーやポイントの関係／118	
2	金融負債と非金融負債／123	
3	交換先から見るポイント負債の分類／130	
4	包括的なポイントの会計処理／136	
	むすび・・・・・・・・・・・・・・・・	141
	文献目録・・・・・・・・・・・・・・・・	143
1	引用文献／143	
2	参考文献／151	

はじめに

我が国において、企業がポイントを発行する機会は増加しており、多くの業界で発行されている。我が国において、ポイント取引を規定する会計基準は存在せず、企業会計原則注解 18 を参考に、実務上、引当金として会計処理される。一方、国際財務報告基準 (International Financial Reporting Standards : IFRS) では、収益認識に関する基準の中に、当該ポイントに関する規定が存在する。我が国の引当金規定は、その規定上、収益に対応する費用の計上が主眼であり、当該費用の相手勘定として引当金が計上され、IFRS では、売上と同時にポイントを付与した場合、受け取った対価を売上とポイントに配分する処理を要求し、その会計処理規定が異なる。どのような思考や理論的根拠から異なる会計処理が導出されるのか、また、後に見ていく様に、両会計処理規定をポイント取引に適用する場合、理論に説明することができない、または、すべてのポイント取引に IFRS が要求する会計処理を適用することができない。このため、すべてのポイント取引に適用可能な会計処理を考究することが本稿の目的である。その際には、まずは、各会計規定がどのような思考に基づいて当該規定を要求しているかを分析し、当該規定がどのような問題点を有しているかを明らかにする。その後、ポイント取引に対して包括的に適用可能な会計処理を、ポイントと類似する領域における議論から援用する。

本稿の構成は、I では、ポイントおよびポイント・プログラムの用語や現状を確認する。II では、我が国の引当金規定や IFRS におけるポイントに関する会計処理規定を確認し、両者の相違点や、我が国の企業で IFRS を導入した企業の有価証券報告書を概観する。III では、我が国における引当金に関する理論を概観し、当該理論がポイント取引と整合的であるかを考究する。IV では、IFRS に含まれるポイントに関する会計指針である国際財務報告解釈指針第 13 号「カスタマー・ロイヤルティ・プログラム」(International Financial Reporting Interpretations Committee Interpretation 13 “Customer Loyalty Programmes” : IFRIC13) の設定に関する議論を概観し、どのような思考方法でポイントに関する会計処理方法を導出したかを確認する。V では、国際会計基準審議会 (International Accounting Standard Board : IASB) と米国財会計基準審議会 (Financial Accounting Standard Board : FASB) とが共同で開発した国際財務報告基準第 15 号「顧客との契約から生じる収益」(International Financial Reporting Standard 15 “Revenue from Contracts with Customers” : IFRS15) におけるポイントに関する会計処理を、IFRIC13 との比較や IFRS15 における設例から理解し、ポイントに関する会計処理に対する IFRS15 の問題点を提示する。VI では、従来よりも拡大しているポイント取引を観察し、その際に、その類似性が指摘される電子マネーの議論を参考に、金融負債としてポイントが認識可能であるかを検討する。VII では、金融負債や非金融負債としてポイントが認識可能であるかを概念的に検討し、また、具体的な事例においてもポイントを金融負債や非金融負債として認識可能であるかを当てはめ、最後に、ポイント取引一般に適用可能な会計処理を考究する。

## I ポイントとポイント・プログラムの現状

### 1 ポイントの現状

現在、航空業、小売業、鉄道業、金融業等の多くの業種・業態で、通常の営業活動に付帯する形でポイントが発行されている。航空業においては、顧客が航空サービスを楽しむ際、その飛行距離に応じたポイントを獲得でき、小売業においては、財貨の購入金額に各企業が設定した比率に応じたポイントを顧客は獲得できる。他の業種でも同様に、企業の主たる営業に付帯する形でポイントが発行されている。そして発行されたポイントは次回の財貨・用役の購入等に使用され、顧客は当該財貨・用役の値引き、財貨・用役以外の景品等と交換、近年では電子マネー等の支払手段に交換することも可能となっている。各企業においてポイントが発行されるが、その交換先は企業によって異なり、多種多様となっている。このように多くの企業で多種多様なポイントが発行されており、このようなポイントを発行する仕組みはポイント・プログラムと呼ばれている。

そもそもポイント・プログラムが運用される目的は、顧客を自社の常客にさせるためであり、この様な施策は総じてロイヤリティ・プログラムと呼ばれる。ロイヤリティ・プログラムの内、次回の財貨・用役の販売に繋げるために上記の様なポイントを用いるロイヤリティ・プログラムをポイント・プログラムと呼ぶ。企業へのポイント・プログラム導入による効果は、顧客の囲い込み<sup>1</sup>、優良顧客化<sup>2</sup>、新規顧客獲得<sup>3</sup>、相互送客<sup>4</sup>と言われる<sup>5</sup>。ポイント・プログラムの導入に際して、顧客がポイントを蓄積する媒体として、ポイントカード、ICチップ、スマートフォン等のアプリケーション等があり、当該媒体を用いて顧客はポイントを蓄積していく一方、企業は当該ポイント蓄積のデータを管理・分析することで、自社の販売促進活動や開発活動に役立てている。このようなデータを近年ではビッグデータと呼び、当該ビッグの意味は、Volume（量）、Variety（多様性）、Velocity（速さ）の3つのV、あるいはそこにVeracity（正確さ）を加えた4つのVとして理解されている<sup>6</sup>。

ビッグデータ活用の例として、ローソンのPontaが挙げられる。ローソンはPontaから積み上げられた、性別、年代、買い上げ点数、リピート率などのデータを分析することによって、商品の品揃えと発注の精度を高めることで、機会ロスが減り、はずれ商品を作る

---

<sup>1</sup> 一度ポイント・プログラム導入会社のサービスを利用した顧客に、他社のサービスを利用しない様に、継続的な利用を促す効果である。

<sup>2</sup> 顧客がポイント・プログラム導入会社のサービスを頻繁に利用することを促す効果である。

<sup>3</sup> ポイント・プログラム自体が魅力的であるならば、その事が契機となり、新たな顧客がポイント・プログラム導入会社のサービスを受けることを促す効果である。

<sup>4</sup> 複数の企業が同一のポイント・プログラムを導入している場合、同一のポイントを収集する事が動機となり、顧客が同一のポイント・プログラムを導入している他社に購買行動を起こすことを促す効果である。

<sup>5</sup> 安岡（2014）、57-60頁。

<sup>6</sup> 柴山（2014）、34-39頁。

確率も低下した<sup>7</sup>。その他にも、上記のデータを活用することによって他社と共同で商品開発を行うなどもしている<sup>8</sup>。このように、企業に蓄積した顧客情報を加工・分析し、自社の業務改善や商品開発、他社と提携して新たな商品開発を行うなど、自社に眠る新たな資源として顧客情報の活用が活発化してきている。

ロイヤリティ・プログラムを、単にその顧客が利用できるポイントという権利を発行するという視点ではなく、どの業態で運用されているかという視点をもって分類することも可能である。その際には、航空業で運用されるロイヤリティ・プログラムはフリークエント・フライヤー・プログラム（Frequent Flyer Program : FFP）、小売業で運用されるロイヤリティ・プログラムはフリークエント・ショッパー・プログラム（Frequent Shopper Program : FSP）等と呼ばれる。これらは業界によって呼び方が変化するだけであり、その内容にはあまり変化はない<sup>9</sup>。航空業においては、例えば航空券を顧客が購入する際のデータを集め、当該顧客の傾向、性別ごとの指向、年齢ごとのサービス利用状況等の分析を行う。同様の分析が小売業でも行われ、その際には、例えばコンビニエンスストアが発行するポイントカードに当該情報が集約し、企業ごとに分析され、各コンビニエンスストアでの仕入等に影響を与える。この様に、FFPやFSPと呼ばれるロイヤリティ・プログラムは、顧客の情報を獲得する手段としてポイントが用いられ易いことから、ロイヤリティ・プログラムとポイント・プログラムが混同される。特にFFPでかつ航空業のポイントであるマイルを発行するものは、特にマイレージ・クラブやマイレージ・サービスと呼ばれる。

しかしロイヤリティ・プログラムとポイント・プログラムは全く同一ではなく、顧客の情報を獲得せずに、顧客の企業に対する忠誠心（Loyalty）を向上させる手段として、ポイント以外の手段を用いる企業も存在する。スターバックスでは数多くのデザインの異なるプリペイド・カードを発行し、当該デザインのプリペイド・カードの獲得という顧客の収集意欲を掻き立てる方法で、ポイントを用いることなく、ロイヤリティ・プログラムを展開している<sup>10</sup>。このように、ロイヤリティ・プログラムとポイント・プログラムは同一ではないものの、ポイントやそれに類似した権利を顧客に発行する施策が多く企業に運用されている。野村総合研究所の調査によると、2011年度におけるポイントの年間最小発行金額の推計は9,772億円であり、翌年度には東日本大震災による売上の減少やポイント発行率の変更により8,684億円に減少したが、2018年度までには9,330億円に遡増するとの予測を出している<sup>11</sup>。また、2012年度の国内最終消費支出は234.4兆円であり、その内ポイント・プログラムの対象は74.4兆円というデータもあり、国内最終消費支出の約三割がポ

<sup>7</sup> 東洋経済新報社（2013）、47頁。

<sup>8</sup> 東洋経済新報社（2014）、68-69頁。

<sup>9</sup> 鉄道業ではフリークエント・ライダー・プログラム（Frequent Rider Program）、宿泊業ではフリークエント・ステイ・プログラム（Frequent Stay Program）と呼ばれる。

<sup>10</sup> 前掲文献、68-69頁。

<sup>11</sup> 野村総合研究所（2014）、安岡（2014）、71頁。

イント・プログラムに関連している<sup>12</sup>。そして近年では、現金取引でなく、IT 技術の発展とともにクレジットカードや電子マネーでの取引が増加すると、ポイント・プログラム対象の売上が増加すると考えられ、よりポイント発行額は増加し、金額的重要性が増すと思われる。また、業種によってポイントの交換先を分類した資料があり、当該分類を以下に示す。

図表 1. 各業種におけるポイントの主な交換先

業種	交換先
家電量販店	自社取扱商品への還元、一部事業者は、他社のポイントや電子マネーへの交換を認める。
流通事業者	自社取扱商品への還元、一部事業者は、他社のポイントや電子マネーへの交換を認める。
航空会社	自社や自社が所属しているアライアンス企業を取り扱っている航空券への交換、自社が提供している独自のギフトや電子マネーへの交換。
クレジットカード	自社が提供している独自のギフトへの交換、他社のポイントや電子マネーへの交換。
携帯電話	携帯電話端末の買換時における利用、自社が提供している独自のギフトへの交換。
共通ポイント事業者	自社取扱商品やサービスへの還元、他社のポイントや電子マネーへの交換。
ポータルサイト事業者	自社取扱商品への還元、他社のポイントや電子マネーへの交換。
ポイント交換事業者	他者のポイントへの交換、自社取扱商品やサービスへの還元。
地域系ポイント事業者	自社取扱商品への還元。

(出典) 経済産業省 (2008d) を筆者引用加筆。

当該分類は 2008 年のものであるが、その際でも、各業種は多くのポイント交換先を認めている。そして、例えば、携帯電話事業は、上記分類では携帯電話端末の買替時における値引きや景品とポイントを交換することが可能であったが、近年では、携帯電話事業者の NTT ドコモは、2015 年 5 月から自社で発行していたドコモポイントを d ポイントに変更し、自社だけでなく、ローソンが発行する Ponta ポイントと交換できる様になり<sup>13</sup>、ソフトバンクは、T ポイント・ジャパンと提携し、自社のサービス利用によって、T ポイントが溜められる様になっている<sup>14</sup>。航空会社が提供するマイルまたはマイレージも、他のポイントへ交換することもでき<sup>15</sup>、クレジットカード業者も、そのポイントを他社のポイントに交換できる様になっている<sup>16</sup>。2008 年当時とは、ポイントの行使先が拡大し、自社以外でポイントを行使することが可能となっている事例が多くなっている。そのため、現状においては、希少価値の高いものは除き、景品に交換する事例は減少しつつあると言える。地域系ポイントは、その地域活性化を目論んでポイント・プログラムが導入されていることから、大手のポイントへ交換される事例は少ない<sup>17</sup>。また、地域系ポイントは、その発行主体が自治体等の非営利企業である場合が多いため、本稿の対象から除外する。従って、営利企業

<sup>12</sup> 野村総合研究所 (2014)、安岡 (2014)、71 頁。

<sup>13</sup> NTT ドコモ (2015)

<sup>14</sup> Softbank 「ソフトバンクポイントについて」

<sup>15</sup> ANA ホールディングス 「提携ポイントへの交換」

<sup>16</sup> 三井住友 VISA カード 「ポイントの交換」。尚、クレジットカード業界において、ポイントを発行する主体は、顧客にクレジットカードを発行する企業 (イシュア) である。

<sup>17</sup> 肥銀コンピュータサービスが運営するくまモンの ICCARD、さっぽろ地域ポイントのまちなわ、千葉県市川市のエコポイント等、多くの地域活性化ポイントが存在する。

が発行するポイントをその分析対象としている。

## 2 ポイント・プログラムの運営

ポイントの発行金額の増加や多くの企業がポイント・プログラムを導入していることにより、ポイントあるいはポイント・プログラムは、我が国において、一般的なものとなっている。そして各企業によって顧客によるポイントの行使条件等は異なるが、顧客のポイント・プログラムへの参加の流れは定型的なものと考えられる。当該流れは、事業者からの勧誘の過程、ポイント・プログラムへの加入の過程、ポイントの付与の過程、ポイントの利用の過程、ポイント・プログラムからの退会・ポイント・プログラムの終了の過程、であるとされる<sup>18</sup>。

事業者からの勧誘は、ポイント・プログラム運営会社や提供会社が顧客へポイント・プログラムへの参加を勧誘する過程である<sup>19</sup>。当該過程は各業種によって異なり、企業が提供する通常のサービスとは別にポイント・プログラム単独で契約を結ぶ場合と、通常のサービスと附随している場合とある<sup>20</sup>。小売業では通常のサービス提供とは別にポイント・プログラム加入の契約を結ぶのに対して、クレジットカード会社においてはクレジットカード利用の契約書の中にポイント・プログラム加入の条項も含まれている。

ポイント・プログラムへの加入は、顧客がポイント・プログラムの加入申込書への記入・提出の過程であり、そこで氏名・住所等の様々な属性情報を記入する場合がある<sup>21</sup>。また、当該申込書を受理した会社は、顧客にポイントカード等の加入者を識別する番号を発行する<sup>22</sup>。

ポイントの付与は、ポイントカード等を発行された顧客が当該ポイント・プログラムを提供する会社に対して購入・来店・アンケート回答等の行動をすることによって、ポイントを貯める過程である<sup>23</sup>。

ポイントの利用は、ポイント・プログラムを提供する会社が提示する条件の下で、顧客が貯めたポイントを使用する過程である<sup>24</sup>。顧客がポイントを使用することにより、当該会社のサービスを得ることができる。

ポイント・プログラムからの退会・ポイント・プログラムの終了は、顧客からのポイント・プログラム退会手続き、ポイント・プログラム運営会社からのポイント・プログラムの利用条件の変更やポイント・プログラム自体の終了を指す<sup>25</sup>。

このように基本的なポイント・プログラムへの参加の流れが経済産業省から示されてい

---

<sup>18</sup> 経済産業省（2008g）、10-11 頁。

<sup>19</sup> 同上文献、10 頁。

<sup>20</sup> 経済産業省（2008b）、1 頁。

<sup>21</sup> 前掲文献、10 頁。

<sup>22</sup> 同上文献、10 頁。

<sup>23</sup> 同上文献、11 頁。

<sup>24</sup> 同上文献、11 頁。

<sup>25</sup> 同上文献、11 頁。

るが、それはポイントおよびポイント・プログラムに対して法的規制が存在せず、基本的に企業と顧客の契約に基づいているために、上記の様な流れとして整理がなされている。我が国において、ポイントに関連した法的な議論は3度行われている。まずは、経済産業省の企業ポイント研究会であり、第1回目は2007年2月に開かれ、2007年6月までに9回開催された。そこでは、現在討論の骨子のみが公開され、内容としては、ポイントの形態・実務例の把握、ポイントを発行するに当たっての消費者（顧客）保護、会計処理、ポイントと電子マネーの差異の観点が表示されている。次に金融庁金融審議会金融分科第二部会の決済に関するワーキング・グループであり、第1回目は2008年5月に開かれ、2008年12月までに12回開催された。当該ワーキング・グループの開催の趣旨は、電子マネー等の決済に関する新しいサービスが普及・発達している状況に対し、その制度的枠組みのあり方の検討を行い、その中にポイントの議論も含まれていた<sup>26</sup>。最後に経済産業省の企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会であり、第1回目は2008年9月に開かれ、2008年12月までに5回開催された。そこでは企業ポイント研究会で取り上げられた消費者保護のあり方を検討することが開催の趣旨であった<sup>27</sup>。結論としては上記研究会とワーキング・グループにおいて、ポイントと電子マネーは異なるものであることが示され、上記研究会は、ポイント・プログラム運営のコストの観点から法的に規制するのではなく、消費者とのトラブルを回避するための適切な表示・説明等を企業に求めるガイドラインを示した<sup>28</sup>。また、公的な機関ではなく、私的な非営利団体である日本インターネットポイント協議会という組織もポイント・プログラム運営に対するガイドラインを示している<sup>29</sup>。このように、ポイントおよびポイント・プログラムに対して法的な規制は存在せず、消費者保護の観点から企業管理の下、ポイント・プログラムは運営されている。

### 3 ポイント・プログラムの類型

各企業は顧客を獲得し、当該顧客を自社の上客とすべく、顧客に不明瞭にならない様に、企業管理の下でポイント・プログラムを運営している。このような統一的な考えの下、様々なポイント・プログラムが運営されている。ポイント・プログラムを運営している企業と発行するポイントとして、株式会社Tポイント・ジャパンのTポイント、株式会社ロイヤリティマーケティングのPonta、楽天株式会社の楽天スーパーポイント、日本航空株式会社や全日本空輸株式会社のマイル、株式会社ヤマダ電機のヤマダポイント、株式会社クレディセゾンの永久不滅ポイント、ジー・プラン株式会社のGポイント等、多く存在する。これらのポイント・プログラムは、ポイント取引の当事者数やポイント発行形態により、大きく3つに分類される。まず、ポイント・プログラムを運営する企業（運営企業）がポイ

---

<sup>26</sup> 金融庁（2008a）

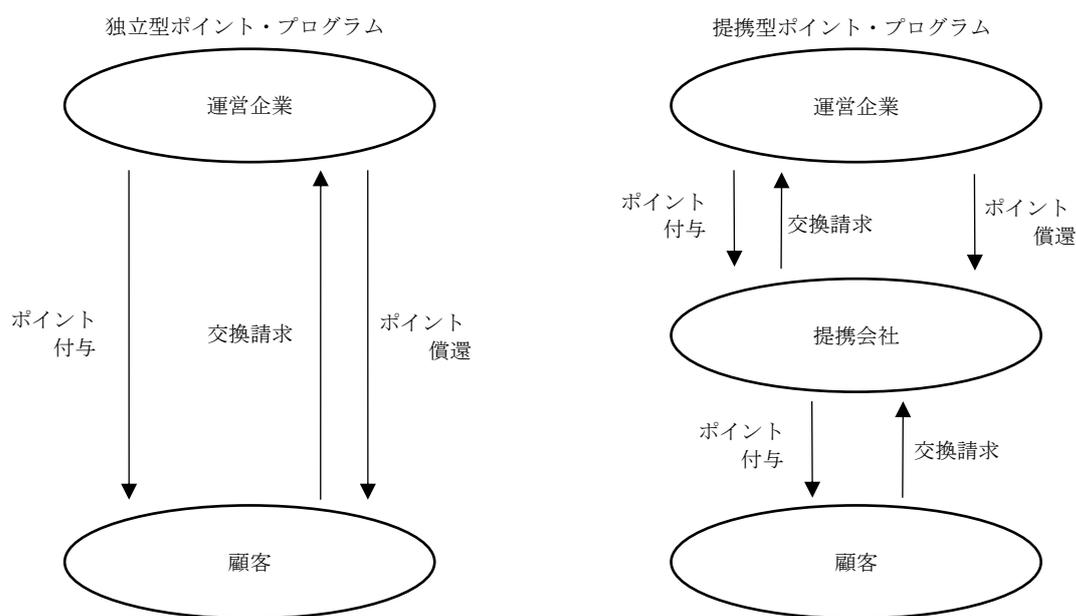
<sup>27</sup> 経済産業省（2008a）

<sup>28</sup> 経済産業省（2008f）

<sup>29</sup> 日本インターネットポイント協議会

ントを顧客に発行し、顧客は当該ポイントを運営企業にのみ使用することができる場合、このような取引形態を独立型ポイント・プログラムと呼ぶ。次に、ポイントを発行する企業が運営企業だけではなく、当該ポイント・プログラムに参加している企業（提携企業）も顧客にポイントを発行する場合や、発行されたポイントを顧客は運営企業だけではなく、提携企業でも使用できる場合、このような取引形態を提携型ポイント・プログラムと呼ぶ。最後に、他の企業において発行されたポイントを、他のポイントに変換するポイント・プログラムを、交換型ポイント・プログラムと呼ぶ。概念的には上記の3つに分類することが可能である。しかし、近年はポイント・プログラムが連携し、自社で発行したポイントを自社でのみ使用ができる独立型ポイント・プログラムはあまり見られず、大半は提携型ポイント・プログラムとなっている。ここで、独立型および提携型ポイント・プログラムの概念図を以下に示す。またこの際、提携型ポイント・プログラムで運営企業と顧客が取引をした場合には、独立ポイント・プログラムと変わらないことから、提携型ポイント・プログラムの概念図では運営企業と顧客との取引は示していない。

図表 2. 独立型および提携型ポイント・プログラムの概念図



(出典) 中村 (2015)、slide.7 を修正加筆。

独立型ポイント・プログラムは上記で説明した通り、運営企業と顧客の相対で行う取引である。運営企業が顧客にポイントを付与し、顧客から交換請求があれば、運営企業が顧客に何らかの財貨・用役を提供する。図表 2 の提携型ポイント・プログラムは、提携企業がポイントを付与し、提携企業で顧客がポイントを使用した例である。提携型ポイント・プログラムにおいて、運営企業と顧客のみが取引を行った場合には、独立型ポイント・プ

プログラムの説明に準じるので、そこに提携企業が絡んだ場合を説明する。この場合には、提携企業がポイントを顧客に付与する前に、運営企業からポイントを付与され、当該運営企業から付与されたポイントを顧客に付与している。また、顧客からポイントが使用された場合には、運営企業が使用されたポイント数に応じて提携企業に金銭を支払っており、運営企業がポイントに関する資金管理を行い、ポイントが使用された提携企業に資金を送っている。このように提携型ポイント・プログラムは、ポイントの発行・行使先が多岐に渡るが、運営企業が資金管理を行っているとして整理される。

その他、顧客のポイントの使用条件によって分類する方法もある。企業から発行されたポイントを、例えば1ポイントを1円で使用できる場合、そのようなポイントは即時使用可能型ポイントと呼ばれる<sup>30</sup>。一方、発行されたポイントがある一定数貯まらなないと、顧客が権利行使できないポイントは、蓄積型ポイントと呼ばれる<sup>31</sup>。即時使用可能型ポイントは、小売業やEC企業<sup>32</sup>等で頻繁に見ることができる。蓄積型ポイントは、クレジットカード会社や交換型ポイント・プログラムのGポイント等で見ることができ、ある一定ポイントまで貯めると、他社の商品券、ポイント、電子マネー等に交換することができる。

このように、ポイント取引の当事者数・発行形態では、独立型ポイント・プログラム、提携型ポイント・プログラム、交換型ポイント・プログラム、顧客によるポイント使用の視点では、即時使用可能型ポイントと蓄積型ポイント、ポイントの交換先の視点では、値引き、景品等と分類することができる。

---

<sup>30</sup> 野口（2010）、49頁。

<sup>31</sup> 同上文献、49頁。

<sup>32</sup> Electronic Commerce の略であり、電子商取引、具体的には楽天株式会社等が運営するインターネット・ショッピングモール等を指す。

## II ポイントに関する現行の会計処理

前章の通り、ポイントおよびポイント・プログラムは、発行形態、顧客の使用条件、交換先等で分類することが可能である。また、その契約の仕方やポイント・プログラム運用によって蓄積したデータの利用の仕方により、企業におけるポイント・プログラムの役割は多様になる。以下では、ポイントに関する会計処理を概観する。ここでは、多様なポイントおよびポイント・プログラムに対する会計処理の根本的考え方が異なる。大別して我が国で行われる引当金処理とIASBが要求する複数要素処理であるが、それぞれの会計処理方法を本章では確認する。

### 1 我が国における会計処理

我が国においてポイントに関する会計基準は存在しない。我が国において、ポイントは期末に引当金として会計処理される実務が存在する。これは監査法人の指導で2002年度以降から引当金処理されており<sup>33</sup>、実際に家電量販店のヤマダ電機は平成13年度からポイント引当金を計上している<sup>34</sup>。平成20年6月18日、金融庁は「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について」という文書を公表し、現行実務で行われているポイントに対する会計処理の整理を行っている<sup>35</sup>。また同年7月2日に、「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について（改訂）」も公表している。両文書は我が国で行われているポイント及びプリペイド・カードに関する会計処理を示した文書であり、前者は相対取引のみを前提として紹介されているが、後者は前者を発展させ、ポイントやプリペイド・カードの取引当事者が3者である場合も紹介している<sup>36</sup>。両文書においてポイントに関する会計処理には3パターン考えられることが示されており、それは、(1)ポイントを発行した時点で費用処理、(2)ポイントが使用された時点で費用処理するとともに、期末の未使用ポイント残高に対して過去の実績等を勘案して引当金を計上、(3)ポイントが使用された時点で費用処理（引当金計上しない）、である<sup>37</sup>。そしてポイント・プログラムの定着とポイントがどの程度顧客に使用されるか、あるいは、失効するかとのデータが蓄積してきたことにより、期末の未使用ポイント残高のうち、将来顧客に使用されると見込まれる部分を引当金として負債に計上し、同時に費用を計上する会計処理が多くなっているとしている<sup>38</sup>。

ここで引当金処理とは、企業会計原則注解18で規定される会計処理である。当該規定の文言は「将来の特定の費用又は損失であって、その発生が当期以前の事象に起因し、発生

---

<sup>33</sup> 本所（2009）、34頁。

<sup>34</sup> ヤマダ電機（2002）

<sup>35</sup> 金融庁（2008b）

<sup>36</sup> 金融庁（2008c）

<sup>37</sup> 同上文献、1頁。

<sup>38</sup> 同上文献、1頁。

の可能性が高く、かつ、その金額を合理的に見積ることができる場合には、当期の負担に属する金額を当期の費用又は損失として引当金に繰入れ、当該引当金の残高を貸借対照表の負債の部又は資産の部に記載するものとする<sup>39</sup>であり、当該文言に従って、ポイントは引当金処理されると解釈されている。また、引当金処理の測定の基礎はポイントの交換対象である交換景品の原価相当額や、ポイント単価の公正価値あるいは交換される商品の売価と多岐に渡る<sup>40</sup>。その測定基礎の違いは景品付き販売と売上代金の減額とみる場合の2つに分かれる。「景品付き販売に準じて処理するとすれば、(省略-筆者) 期末の未使用ポイント残高については、将来のポイントが使用される蓋然性とポイントが使用されたときに発生する原価の見積りにしたがって費用認識される。(省略-筆者) 値引きに準じて処理するとすれば、(省略-筆者) 期末の未使用ポイント残高については、将来ポイントが使用される蓋然性とポイントが使用されたときに生じる売上代金減額の見積りにしたがって費用認識される<sup>41</sup>とされる。従って、我が国におけるポイントに関する処理は3つあり、その中の引当金処理での測定基礎は企業によって違いがあり、統一的でないというのが現状である。また、金融庁は「貸借対照表上引当金として負債に計上するとともに、損益計算書上費用に計上する<sup>42</sup>と言及し、負債と費用のどちらを重視しているかが不明確である。

## 2 IFRS における会計処理

我が国においてポイントは引当金として会計処理されるが、海外の基準は異なる。IASBが公表した会計基準等の内、ポイントに関するものは2本ある。1つはIFRIC13であり、もう1つはIFRS15である。審議の内容は後の章で記述するため、本節では会計処理を簡潔に概観する。

まず、IFRIC13は2007年に公表され、2008年7月以降に開始する事業年度から適用されているポイントに関する解釈指針である。IFRIC13は、我が国においてポイントは引当金として会計処理されるが、一般的な財貨・用役の販売取引と同時にポイント<sup>43</sup>を付与<sup>44</sup>する場合(追加要件がある場合はそれも満たした場合)の会計処理を規定し、複数要素取引として捉えている<sup>45</sup>。当該処理は、売上と同時にポイントを付与した際の受取対価を、当期

---

<sup>39</sup> 企業会計審議会(1982)

<sup>40</sup> 野口(2010)、51頁。

<sup>41</sup> 大雄等(2011)、108-109頁。

<sup>42</sup> 金融庁(2008c)、1頁。

<sup>43</sup> IFRIC13ではポイントを特典クレジット(award credit)と呼ぶが、本稿では用語を統一させるためにポイントとして記載する。

<sup>44</sup> 筆者はポイントの発行と付与を区別している。発行はポイントを顧客に与える行為全般を示し、付与は売上と同時にポイントを与える行為のみを表す。よって発行の中に付与が含まれるが、基本的に発行を扱う場合は付与以外を想定している。上記区別は会計処理を考慮する際に使用し、行為一般を文中で説明する際は、両者まとめて発行として記述している。ただし引用した図表に関しては、引用文通りの文言を用いている。

<sup>45</sup> IASB(2007f), para.3.

の売上とポイントに配分する処理である。受取対価の配分は各構成要素の公正価値を基にして配分することが求められており、具体的な配分方法を決めていない<sup>46</sup>。ポイントの公正価値を測定する際、その失効率も考慮に入れる必要がある<sup>47</sup>。対価配分後、顧客によるポイント行使によって、使用されたポイント分に関する収益を認識する<sup>48</sup>。また、企業がポイント付与時に受け取った対価以上の金額で顧客へ財貨・用役を提供する等、当該ポイントが不利な契約とみなされた場合には、追加費用を引当金として計上することが求められる<sup>49</sup>。

次に、IFRS15であるが、当該会計基準はIASBとFASBとのコンバージェンス活動により2014年5月に公表された収益認識に関する会計基準である。本会計基準では5つのステップを適用して、収益認識を行うことを求めている<sup>50</sup>。まず企業は顧客と契約をし、そこから契約に含まれる財貨・用役の移転の約束である履行義務を識別する<sup>51</sup>。次に、履行義務の充足に伴い受け取る取引価格を算定し、当該取引価格を履行義務に配分する<sup>52</sup>。そして履行義務が充足されれば、配分された金額を収益として認識する<sup>53</sup>。履行義務が複数存在した場合、取引価格を履行義務の独立販売価格に基づいて比例配分する<sup>54</sup>。一般的なポイント付与取引にIFRS15を適用すると、売上と同時にポイントが付与される場合、売上とポイントに関する別個の履行義務が識別され、受取対価が各履行義務の独立販売価格に応じて比例配分される。IFRS15はその適用時期が、IASBにおいて、当初の2017年1月1日以後開始する年度から1年延期され、その適用時期は定かではないが、IFRS15が適用されるとIFRIC13はIFRS15に置き換えられる。

IFRIC13とIFRS15は、ポイントに関して、両基準共に同様の会計処理を求めているが、両基準の相違点は、ポイントの測定属性としてIFRIC13では公正価値を用い、IFRS15では独立販売価格を用いる点、受取対価を売上とポイントに配分する際に、IFRIC13では配分方法を定めていないが、IFRS15では独立販売価格に基づいた比例配分を要求している点である。

前者のIFRIC13の公正価値に関して、その結論の根拠に若干の記載が存在する。ポイントの公正価値と言う場合、ポイント自体の公正価値とポイントが交換され得る財貨・用役の価値という2つの解釈が存在し<sup>55</sup>、その双方の価値が基準上認められている。ポイントを交換され得る財貨・用役の価値に基づいて測定する場合、ポイントが失効する率等を考慮する必要があるとしている<sup>56</sup>。IFRS15の独立販売価格は、企業が顧客に財貨・用役を個別

---

<sup>46</sup> IASB(2007f), paras.5-6.

<sup>47</sup> Ibid., AG2.

<sup>48</sup> Ibid., para.7.

<sup>49</sup> Ibid., para.9.

<sup>50</sup> IASB(2014a)

<sup>51</sup> Ibid., IN7(a)(b).

<sup>52</sup> Ibid., IN7(c)(d).

<sup>53</sup> Ibid., IN7(e).

<sup>54</sup> Ibid., IN7(d).

<sup>55</sup> Op cit., BC14A.

<sup>56</sup> Ibid., BC14A.

に販売する際の価格であり、ポイントについては独立して販売することが少ないため、直接ポイントの独立販売価格を観察することは困難である<sup>57</sup>。その際には、IFRIC13と同様に、ポイントと交換される財貨・用役の価値やポイントの失効率等を考慮する必要がある<sup>58</sup>。従って、両基準におけるポイントの測定額は同一であると考えられる。

後者の配分方法は、IFRIC13において定められていないが、結論の根拠に2つの方法を示している。1つはポイントの公正価値の金額をポイント負債とし、残額を売上とする配分方法と、もう1つはポイントと売上の公正価値とで受取対価を比例配分する方法である<sup>59</sup>。これはどの方法を選択するかは経営者の判断に委ねられるとする原則主義的な会計思考を反映していると考えられる<sup>60</sup>。一方のIFRS15では、収益認識を行う際の5つのステップにもある通り、独立販売価格に基づいて比例配分されることから、配分方法は定められている<sup>61</sup>。このように、IFRIC13とIFRS15では具体的な処理としては若干の相違があるものの、本質的な差異はないとされ、今後IFRIC13はIFRS15に置き換えられる。

### 3 我が国の会計処理とIFRIC13およびIFRS15の会計処理の相違

前節までにおいて、ポイント取引に関する我が国における会計処理とIFRIC13およびIFRS15で規定する会計処理を概観した。我が国においてポイントは引当金として会計処理され、IFRIC13等においては複数要素取引として受取対価を売上とポイントに配分する会計処理が要求される。これらの相違を仕訳を用いて確認する。

我が国においては、金融庁が公表した「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について(改訂)」において、過去の実績により発行したポイントに対する使用率等を企業は見積もることが可能となったことから引当金として会計処理する実務が増えていることが指摘される。ポイント付与時と期中にポイントが使用された場合及び期末未使用ポイント残高に対して引当金を計上した場合の仕訳例は以下の通りとなる。

ポイント付与時

仕訳なし

期中ポイント使用時<sup>62</sup>

(借)	売 上 原 価	xx	(貸)	商 品	xx
決算時					
(借)	ポイント引当金繰入	xx	(貸)	ポイント引当金	xx

<sup>57</sup> IASB(2014a), paras.78-80.

<sup>58</sup> Ibid., paras.78-80.

<sup>59</sup> IASB(2007f), BC14.

<sup>60</sup> Ibid., BC14.

<sup>61</sup> Op cit., IN7(d).

<sup>62</sup> 尚、ポイント引当金を設定する際、ポイント単価を販売する商品の売価で算定する場合には、仕訳は「(借) 費用 (貸) 売上」になると考えられる。

(出典) 金融庁 (2008c) を参考に筆者作成。

一方IFRIC13等では、受取対価を売上とポイントに配分する会計処理が求められる。その際の受取対価の配分方法は度外視し仕訳を示すと以下の通りとなる。

ポイント付与時

(借)	受取対価	xx	(貸)	売上	xx
				ポイント	xx

期中ポイント使用时

(借)	ポイント	xx	(貸)	売上	xx
-----	------	----	-----	----	----

決算時

仕訳なし

(出典) 筆者作成。

上記の通り、我が国における引当金処理は、期末未使用ポイント残高に顧客の使用率等を加味した金額を貸方に負債、借方に費用を計上する。IFRIC13における会計処理は、財貨・用役の提供によって受け取った受取対価を売上とポイントに配分する会計処理が行われる。従って、付与期におけるポイントの当初認識において、我が国では費用が計上され、IFRIC13では受取対価が売上の他にポイントにも配分され、損益計算書の売上高の数値が当該ポイントに配分された金額分異なることになる。

この両者の会計処理は実務上も影響が大きく、IFRSを任意適用した楽天株式会社においては、適用初年度の有価証券報告書において、「日本基準では、ポイント引当金繰入額として販売費及び一般管理費に計上しておりますが、IFRSでは、そのうち、IFRIC第13号『カスタマー・ロイヤルティ・プログラム』の規定に該当するポイントは、付与時に売上収益から控除しております。この影響により、IFRSの売上収益は日本基準に比べ約28,157百万円減少しております」<sup>63</sup>としている。同期の売上高は518,568百万円であり、その減少割合は5.4%である。現時点でIFRSを任意適用している企業でポイントを発行している企業は少ないことから、会計基準変更によるポイントに関連する財務数値の影響を示すことはできないが、野村総合研究所の調査で示した通り、ポイントの市場規模は1兆円と増大していることから、ポイントを引当金として会計処理または売上と比例配分する会計処理することの相違は売上等の主要な財務数値への影響を及ぼし、重要な検討事項であると考えられる。

また、2016年3月期からIFRSを任意適用したKDDIでは、IFRSを導入したことに伴い、ポイントに関する財務諸表上の開示が2つに分かれている。IFRIC13の規定では、売上と同時にポイントを付与する場合を規定していることから、その売上に関する重要な会計方針において、「モバイル通信サービス収入の請求額に応じて、お客様へのポイントを付与するカスタマー・ロイヤルティ・プログラムについては、将来の解約等による失効分を反映し

<sup>63</sup> 楽天株式会社 (2013)、13 頁。

たポイントの見積利用率を考慮して算定された交換される特典の公正価値を繰延べ、お客様がポイントを使用した時点で収益を認識<sup>64</sup>しているとして、ポイント付与取引で受け取った対価をポイントに配分し、当該金額はポイントから交換される特典の公正価値としている。一方、「当社グループは、販売促進を目的として、当社グループとの契約者を対象に、au WALETポイント等のポイントプログラムを運営しております。当社グループでは、契約者による将来のポイント利用による費用負担に備え、主にau WALETプリペイドカードの利用時や、他社が提供するアプリや物販サービスの利用時に付与されたポイント等を、ポイント引当金として負債に計上しております<sup>65</sup>としており、プリペイド・カードで決済を行った場合には、IFRIC13ではなく、国際会計基準第37号「引当金、偶発負債及び偶発資産」(International Accounting Standard 37 “*Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets*” : IAS37) に準じて会計処理が行われる。従って、IFRSを適用すると、IFRIC13やIFRS15またはIAS37によって、ポイントは会計処理される。

ポイントに関する会計処理は、我が国においては、引当金としてのみ会計処理され、IFRSに基づくと、売上と同時か否かで適用される基準が異なり、2つのポイントに関する会計処理が存在することになる。一連の会計基準において、ポイントに関する会計処理規定が複数存在することは、多様な経済事象を反映していると捉えるならば肯定されるが、同一の性質を有する権利・義務には単一の会計処理が適用されるべきと解すならば、複数会計処理規定が存在することは否定される。我が国においては、ポイントに関する会計処理規定がなく、実務上の判断によって、会計処理が行われるが、その理論性が明確でなく、引当金として会計処理するのが適切であるかが問題である。従って、このような背景から、本稿ではポイントに関する会計処理を、その理論的背景や会計処理方法に関して考究する。

### III 我が国におけるポイントに関する会計処理

前章において、我が国ではポイントを引当金として会計処理する実務が存在すると指摘

---

<sup>64</sup> KDDI (2016)、93 頁。

<sup>65</sup> 同上文献、123 頁。

した。また、その際の測定額は、ポイントの公正価値またはポイント交換によって提供される財貨・用役の原価の金額の 2 種類が存在し、引当金として会計処理されるとしても、その測定基礎が異なる。また、金融庁が指摘する「貸借対照表上引当金として負債に計上するとともに、損益計算書上費用に計上する」<sup>66</sup>ことは、我が国における引当金の思考と整合性があるのかが不明確である。そこで本章では、我が国における引当金の思考とポイントを引当金として会計処理する実務が整合的であるかを検討する。

## 1 ポイントに関する先行研究

金融庁は 2008 年に「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について(改訂)」という文書を公表し、期末未使用ポイント残高に対して顧客による使用率を乗じた金額を引当金として計上する実務が我が国で多くなっていることを示している<sup>67</sup>。このことの背景として、「ポイントの属性は『費用』であるという認識のもと『現金主義』から『発生主義』へと変遷」<sup>68</sup>したことによって、引当金処理が行われているとされる。上述の通り、我が国において、ポイントに関する会計処理を規定している基準は存在せず、実務が先行しており、ポイントを引当金として会計処理している<sup>69</sup>。

そもそもポイントを発行するポイント・プログラムはスタンプカードの派生と考えられている。スタンプカードは、それが貯まり店頭で顧客に使用された時点で何かしらの処理がされる。「事業者がスタンプ等を自ら作成し、自己の他の商品又は役務の提供を行う際にその対価の額に応じて顧客にスタンプ等を無償で交付する行為及びそのスタンプ等を所定の枚数取りまとめて提示を受けた場合に自ら一定の商品を引渡し又は一定の役務の提供を行う」<sup>70</sup>とされ、スタンプ等の呈示時点において会計処理がされた。そして IT 技術の発展とともに、顧客によるポイントの交換率・行使率等のデータが蓄積してきたことにより、引当金を設定する際に必要な合理的な見積りが可能となったと判断され、ポイントに関する引当金が計上されるようになったとされる<sup>71</sup>。これは引当金として計上するために必要な合理的見積りが可能になったことで、ポイントは引当金として計上可能になったという指摘であり、ポイントが引当金として計上される理論的根拠は示されていない。

また、ポイントに関する様々な視点を指摘する石川(2008)では、将来の支出義務はすべて明らかにしなければならないという会計思考に基づくと、企業がポイントのある種の債務として認識することは当然であり、ポイントをどのように会計処理するかを論じている<sup>72</sup>。そこでは、ポイントを売上高の一部減額と販売促進費のどちらと考えるか、行使され

---

<sup>66</sup> 金融庁(2008c)、1頁。

<sup>67</sup> 同上文獻

<sup>68</sup> 野口(2010)、49頁。

<sup>69</sup> 斎藤(2008)、34頁。

<sup>70</sup> 高安(2009)、45頁。

<sup>71</sup> 前掲文獻、50頁。

<sup>72</sup> 石川(2008)

なかったポイントが履行義務消滅として利益が計上されるか否か、ポイントを負債とした場合に、顧客の行使期限が設けられていること、顧客が権利行使する額と企業が債務として認識している額との間に差が存在すること、ポイントが負債計上される際の相手勘定はどのような性格であるか、ポイントの付与率の変動する場合はどのように考えるか、ポイント自体が売買される場合にはどのように会計処理を行うか、支払手段の違いによってポイント付与率が異なる場合にはどのように考えるか等、多くの視点を提供している<sup>73</sup>。本所（2009）では、上記金融庁が提示した会計処理を分析し、ポイント発行目的とそこから導出されるポイントの性質を提示し、そこからマーケティング費用と売上の減額の 2 つに分類している<sup>74</sup>。そこでは結論として、会計の目的によって会計処理は変化するとし、経済活動の記録や財産管理の目的から、ポイントが発行された際に費用として処理する方法を提示している<sup>75</sup>。大雄等（2011）は、ポイントに関する会計処理を、その依拠する要素が、費用・収益・負債であるかによって、会計処理が分類されるとし、企業の義務を直接測定する方法を提示したが、ポイント負債の測定額とポイント付与に伴って受け取る対価との差額をどのように処理するかが課題であるとしている<sup>76</sup>。今福（2009）では、ポイント自体が売買の対象である場合があり、その場合の会計処理はどのように行うかの課題を提示している<sup>77</sup>。

このように、先行研究においては、ポイント取引に関する課題を提示はしているが、実務先行的に行われているポイント引当金に関する理論性を論じてはいない。我が国におけるポイントに関する会計処理は、一般的な実務書において、顧客の囲い込みを行うためにポイント・プログラムが運営され、当該ポイントは販売促進としての効果があり、また、顧客によるポイント使用に伴う費用負担に備えて、ポイント引当金を計上するとされる<sup>78</sup>。そして当該引当金は、企業が発行したポイント残高に顧客の使用率と 1 ポイント当たりの単価を乗じた金額が計上される<sup>79</sup>。ここに、販売促進とはいつの期の販売促進であるのか。当期の販売促進費の設定に伴って引当金が計上されるならば、顧客によるポイント使用に伴う費用負担に備えて引当金を設定するとするその金額との整合性は存在するのか。すなわち、当期の販売促進費の金額を引当金として設定するのか、将来顧客によるポイント使用に伴う費用の金額を引当金として設定するのが不明確なのである。また、ここで言う費用は、一般的な用語としての費用なのか、本所（2009）で言うところのマーケティング費用と売上の減額と分類する際の費用なのか。ポイントを発行することで、販売促進の効果が生じる、という一般的に理解しやすい説明であるが、そこにおける会計上の借方項目

---

<sup>73</sup> 同上文献

<sup>74</sup> 本所（2009）

<sup>75</sup> 同上文献、37 頁。

<sup>76</sup> 大雄等（2011）

<sup>77</sup> 今福（2009）、62 頁。

<sup>78</sup> 新日本有限責任監査法人（2011）

<sup>79</sup> 同上文献、10 頁。

と貸方項目の意味が不明確なのである。当該販売促進の効果と技術的に将来使用されるポイントの数量が合理的に見積もることが可能となったことから、実務上ポイントは引当金として処理される。それは「(借)費用(貸)引当金」として一般的に処理される引当金の仕訳に、単にポイントに販売促進の効果があるという理由から、借方の費用項目を販売促進費とし、合理的見積りが可能であることからポイントを引当金として貸方計上すると考えられ、借方項目と貸方項目の関連性が曖昧なのである。このことから、我が国で行われているポイント引当金という実務を、各種引当金の理論と比較し、分析を行う。

## 2 我が国の引当金に関する見解

ポイント引当金に関して論じる前に、引当金に関する所説を確認する。我が国において、引当金に関する規定は企業会計原則注解18に示されている。当該文言は「将来の特定の費用又は損失であつて、その発生が当期以前の事象に起因し、発生の可能性が高く、かつ、その金額を合理的に見積ることができる場合には、当期の負担に属する金額を当期の費用又は損失として引当金に繰入れ、当該引当金の残高を貸借対照表の負債の部又は資産の部に記載するものとする」<sup>80</sup>と示され、当該要件を満たす場合には、「(借)費用または収益(貸)引当金」として会計処理される。ここで要件とは、文言の順に、将来の資産減少、当期以前の事象に起因(収益との対応)、費用又は損失の生じる可能性が高いこと、客観的な測定可能性、である<sup>81</sup>。引当金は、前章3節の仕訳からも分かる通り、当期の収益に対応する費用が計上され、その相手勘定として引当金が設定される。従って、引当金の解釈は、費用の認識原則たる発生主義の原則の理解に依存することになる。発生主義の解釈には諸説あり、当該説を概観した後に、ポイント取引への適用を検討する。

そもそも費用と収益は、努力と成果と言われる通り、その対応関係の理解が必要となる。当該関係は費用収益対応の原則と言われるが、ここで対応とは表示面の対応と内容面の対応が存在する。表示面の対応とは、損益計算書上の記載に関して、費用項目と収益項目との対置表示を意味する<sup>82</sup>。当該表示は、2種類存在し、それは個別的対応と期間的対応である。個別的対応とは、売上高に対する売上原価の様に、個々の商品を媒介とした費用と収益を直接的に確認できる対応の形態であり、期間的対応とは、個別的対応の様な因果関係を確認することは困難であるが、収益と期間を媒介として間接的に確認できる対応の形態である<sup>83</sup>。また、内容面の対応として、因果関係を把握する見解と質的・量的な側面から把握する見解が存在する<sup>84</sup>。前者は、努力と成果たる費用と収益との間の因果関係を把握する

<sup>80</sup> 企業会計審議会(1982)、注解18。

<sup>81</sup> 桜井(2014)、220頁、広瀬(2015)、311-312頁。

<sup>82</sup> 鳶村(1991)、71頁。

<sup>83</sup> 同上文献、72-73頁。

<sup>84</sup> 鳶村(1985)では、その他に、関連性を把握する見解と費用・収益と損失・利得との区別の面から把握する見解が示されているが、前者は収益と費用の因果関係を確認することは不可能であることから、抽象的に把握するため、理論的ではないこと、後者は、損失・

ことであり、単純な因果関係を把握する場合や、因果関係の階層性を持つ場合が存在する<sup>85</sup>。後者は、前者の質的な因果関係に加えて、費用と収益との間の数量面も含める見解である<sup>86</sup>。対応原則は、費用と収益の因果関係をもって把握し、表示上は個別的か期間的かで区別されるのである。

このように費用と収益は、因果と言う対応関係をもって把握されるのであるが、その場合において、引当金を設定する際に生じる費用が、収益とどのような関係をもって計上されるかの理解が必要となる。ここで、費用の認識原則として、一般的に発生主義なる用語が使用されるが、当該発生主義にも解釈が分かれる。発生主義を費用認識の原則として用いる場合、費用のすべてに関する包括的な認識原則とみる広義説と、費用認識すべてを包括する原則とはみない狭義説が存在する<sup>87</sup>。広義説は、価値費消の事実は生じてはいないが、その原因事実が存在していることをもって費用を認識する説であり、狭義説は、価値費消の事実を当期の収益との対応関係をもって費用を認識する説である<sup>88</sup>。広義説において、価値の費消の事実の他、価値費消原因事実の発生によっても、当期の収益との対応関係が存在する限り、費用が計上される<sup>89</sup>。狭義説において、価値費消の事実をもって費用は認識されるが、発生主義の原則とは別に、原因事実に基づく費用の認識は、対応原則によって行われる<sup>90</sup>。従って、費用収益対応の原則は、広義説では、発生主義の原則において認識された費用の内、当期に計上されるための制約条件として機能し、狭義説では、発生主義の原則において認識された費用の他に、当期の収益に対応する費用の追加計上を支援する条件として機能する。

ここで、広義説ではその制約条件、狭義説では追加計上条件として、費用収益対応の原則が機能することになるが、当該機能は、その計算目的に依存して、費用認識の範囲が異なるとする<sup>91</sup>。当該計算目的は、企業利益の算定であり、当該利益は、業績指標性と処分可能性を有している<sup>92</sup>。前者は、企業の経営成績の測定尺度として用いられ、後者は、現行制度と利害関係者との調和の下で、配当財源・課税基礎価額としての処分利益を示し、処分可能利益の計算構造に制約された上での業績指標性が利益には求められている<sup>93</sup>。従って、当該利益の算定を目的とした計算構造の下で、費用の認識が行われることになる。

引当金の計上に伴う費用の認識は、上記の対応原則や発生主義の原則の解釈に従って行

---

利得を費用・収益の関係から把握することが主眼であるため、収益と費用の関係を論じる場合には、その他の理論と変わらないことから、取り扱っていない。

<sup>85</sup> 桜井（2014）、75頁、寫村（1991）、71-72頁。

<sup>86</sup> 広瀬（2015）、27頁。

<sup>87</sup> 寫村（1985）、149頁。

<sup>88</sup> 寫村（1989）、132頁。

<sup>89</sup> 同上文献、134頁。

<sup>90</sup> 同上文献、134頁。

<sup>91</sup> 同上文献、232頁。

<sup>92</sup> 同上文献、99-100頁、森川（1996）、87頁。

<sup>93</sup> 寫村（1989）、100頁。

われる<sup>94</sup>。各種引当金を検討する際にも、利益の性質から導出される費用の範囲、すなわち、発生主義の原則と対応原則の解釈をもって、詳細に検討する必要がある。以下では、実務で行われているポイント引当金の会計処理が、上記引当金の概念と整合的であるかを検討する。

### 3 ポイント引当金

#### 3.1 ポイント引当金への諸概念の適用

前節において、我が国の引当金に関して、伝統的な見解を示した。対応原則においては、収益との因果関係をもって費用が計上され、発生主義の原則においては、費用の発生を、その価値費消事実によって行うか、価値費消原因事実によって行うかの 2 つの見解が示されている。これらの概念とポイント引当金は整合的であるかを本節では検討する。

まず、ポイント発行によって、ポイントが引当金として会計処理される根拠を概観する。上述の金融庁が公表した「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について（改訂）」では、ポイントに対する会計処理基準は存在せず、ポイントを発行した時点で費用処理、ポイントが使用された時点で費用処理するとともに、期末未使用ポイント残高に対して引当金を設定する処理、ポイントが使用された時点で費用処理、の 3 つの会計処理が行われており、ポイント・プログラムの定着により、過去の実績データが蓄積してきたこと等により、引当金を設定する方法が増加しているという<sup>95</sup>。この引当金処理を行う背景として、ポイント発行額の増加とその使用の多様性に伴うポイント未使用分にかかる一種の隠れ債務のような未実現費用の存在を重視し、また IT 技術の発展により、ポイント使用率を合理的に見積もることが可能になったことにより引当金を設定することが可能になった見解<sup>96</sup>、「ポイントの発行による将来発生コストを、可能な限りその原因がある当期に期間対応させ、適正な期間損益計算を行う」<sup>97</sup>という見解、顧客によるポイント行使によって支払対価の減額を享受できる場合において、将来生じると予測される売上の減額を、その原因

---

<sup>94</sup> また、各種引当金ごとに対応概念や発生主義の適用の仕方に複数見解が存在する。それらは、対応原則と発生主義の原則による見解、発生主義の原則と対応原則または保守主義の原則によって区別する見解、対応原則または保守主義の原則による見解、である。1 つ目の見解は、すべての引当金は対応原則と発生主義の原則によって計上されるとする見解である（鳥村（1985）、307 頁）。2 つ目の見解は、修繕引当金や賞与引当金は狭義の発生主義の原則の適用によって、貸倒引当金や製品保証引当金は広義の発生主義の原則と対応原則によって、債務保証損失引当金等の損失性引当金は広義の発生主義の原則と保守主義の原則によって計上し、発生主義の原則と対応原則の適否によって分類する見解である（鳥村（1985）、306-307 頁）。3 つ目は、当期の収益に対応する費用は対応原則によって計上し、対応原則で計上できないものは保守主義の原則によって計上されるとする見解である（鳥村（1985）、305-306 頁）。

<sup>95</sup> 金融庁（2008c）、1 頁。

<sup>96</sup> 野口（2010）、49 頁。

<sup>97</sup> 本所（2009）、32-33 頁。

が発生する当期において予め差し引くことで、適正な期間損益計算を達成するという見解<sup>98</sup>、「ポイント発生時点は、(省略-筆者) 企業にとっては売上計上時であり、将来のサービス提供に伴う費用は、費用収益対応の原則から売上に対応させることが必要」<sup>99</sup>という見解、が存在し、そのほとんどはポイントが発行された原因が当期の売上に存在するとして、当期の売上と対応させるために、ポイントを発行した期に費用計上させるとする。従って、ポイント発行に伴う費用は、ポイントが発行された期の収益と対応、すなわち、因果関係が存在することになる。そもそもポイント発行に伴う費用と引当金はどのような事実に基づいて認識されるのであろうか、すなわち、ポイントを費用として認識する場合には、広義の発生主義の原則と狭義の発生主義の原則のどちらをもって、認識されるのであろうか。

前節の通り、広義の発生主義の原則では、価値費消の事実の他に価値費消の原因事実をもって費用を認識するが、対応原則を用いて、当期の収益と対応しない費用は、当期の費用から除かれる。狭義の発生主義の原則では、費用の認識は価値費消の事実をもって行い、対応原則によって、当期の収益と対応する費用を追加計上する。ポイントの発行は、当期の売上と同時にポイントが付与される場合が代表的であり、この発行されたポイントがどのように当期の収益と関わりがあるかが問題なのである。ポイント付与取引を行ったことにより、顧客のポイント行使にかかる費用の発生の原因が生じたとして、価値費消の原因事実が存在していると解釈することが可能である。または、ポイント付与取引で生じた収益に対して、当該取引から将来生じる支出を対応原則をもって当期の費用とする解釈も可能である。両解釈においても、当期の収益とポイントに関する費用との対応関係が存在するかが重要である。そこでの、当期の収益との因果関係をどのように解釈するか。ここで当該因果関係に関して、「一定期間における収益（価値の流入）とそれに対応する費用（価値の流出）とのあいだに、結果（達成）と原因（努力）との結合関係がなければ、損益計算の基本目的である期間的な経営成績を示す損益、つまり業績指標性のある利益を算出されない」<sup>100</sup>との記述を参考にすると、一定期間における結果と原因の因果関係の存在が確認可能であれば、業績指標性を有する利益の算出が可能であり、逆に、当該利益を算定するためには因果関係の存在が必要なのである。では、ポイント付与におけるポイント引当金の計上は、このような業績指標性を有する利益を算定するために必要な結果と原因の因果関係が存在するのか。直接ポイントに期待される販売促進の効果と当期の売上が対応するとの関係を把握するのは困難であることから、ポイント引当金と類似する引当金の思考を援用して当該対応関係を検討する。

### 3.2 ポイント引当金と景品費引当金

ポイント引当金を、売上値引引当金と景品費引当金と比較した文献によると、前者との

---

<sup>98</sup> 櫻田（2005）、208頁。

<sup>99</sup> 監査法人トーマツ（2009）、292頁。

<sup>100</sup> 寫村（1989）、109頁。

類似性は、売上代金の減額を前提とし、売上代金の減額が次期以降に確定するという期間対応の視点を示し、後者との類似性は、両者とも販売促進であり、確定債務ではないという点を示している<sup>101</sup>。確かに両者はポイント引当金と類似している。しかし、売上値引引当金は、当期に計上した収益に対する値引額が、次期以降に確定するのであり、ポイントが売上の減額として用いられる場合には、当該減額の対象となる売上は、ポイント付与時の売上ではなく、顧客によってポイントが使用された時点での売上である。従って、ポイントと減額される収益との帰属の時期が異なるのである。

景品付き販売は、販売促進の目的をもって行われることから、景品付き販売の景品は、販売促進としての性質を有しており、ポイント付与販売のポイントも、その類似性から、販売促進としての性質を有しているとみることができる。では、ここで販売促進とは、どのように解釈すべきであるか。販売促進というその用語の通り、販売を促進すると考えるならば、その対応関係から理解する必要がある。景品付き販売は、販売する財貨・用役に対して景品を付けることから、収益に対して個別的な対応関係と因果関係が存在する。対応原則の内容面を論じる際に対応の階層性を示す見解では、個別的対応は、必要・不可避で金額も比例する価値減少を収益に対応する費用とする<sup>102</sup>。すなわち、収益と個別的に対応する費用の金額は、収益と比例的に生じるのである。しかし、実際の景品費引当金は、期末において、当期の収益に対する将来の景品を提供する費用を見積り、当期の費用として計上した結果、引当金が相手勘定に設定される<sup>103</sup>。このことに関して、「製品の売上数量または売上価額に対応して、与えるべき景品の数量ないし金額が自動的に算出し得るはずであるから、(省略-筆者) 当期に計上すべき景品費の発生額は、(省略-筆者) 将来の発生額を予測するいわゆる見積りの方法によって測定する、という引当金設定の方法による必要はない。(省略-筆者) この景品費の当期計上にもなうその贈与義務は、負債性引当金の一項目としてではなく、未払金の一項目として取り扱うべき」<sup>104</sup>として、景品費の支出額が自動的に算出、景品自体は費消され、その提供が後日されるという価値費消事実の存在をもって費用の認識を行い、また、役務提供契約以外の契約によって生ずる負債項目であるということから、未払金として認識する見解が存在し<sup>105</sup>、当該見解は、費用と収益の対応関係を厳密に解釈したものである。また、本見解に類似する文献として、売上割戻引当金を議論している文献では、費用の観点ではなく義務の観点から貸方項目が議論され、顧客に割戻支給基準が明示されている場合には当期の販売促進費として借方は処理され、また、当該基準が明示されていることから、期末において割戻義務が金銭支給債務として確

<sup>101</sup> 櫻田 (2005)、211-213 頁。

<sup>102</sup> 寫村 (1991)、72 頁。

<sup>103</sup> 寫村等 (2003)、293-294 頁、森川 (1996)、236 頁。

<sup>104</sup> 内川 (1981)、161-162 頁。

<sup>105</sup> 本記述における見積り計算に関して、「買主の権利放棄を見込んで、当期の費用計上額をその総額によることなく実際の発生額に基づいて、その分だけあらかじめ少なく表示するということは、経営者としてはまことに良心的である」(内川 (1981)、163 頁) とする。

定し、未払金として貸方処理され、将来的に確定する割戻義務の当期分と当期に確定している割戻義務の金額分との差額が引当金として処理される、としている<sup>106</sup>。

ポイント付与取引も、その販売に対するポイント付与率は一定に定められているが、そもそも、ポイント付与取引は、IT 技術の発展により顧客別に顧客が有するポイント数を管理していることから、景品付き販売の様に売上数量や金額から自動算出するのではなく、直接ポイント数を把握することが可能である。従って当該見解を援用すると、ポイント付与から生じる費用は、個別的に収益と対応する販売促進費であるが、その相手勘定は引当金ではなく、収益獲得に貢献し、確定債務としての未払金として会計処理されることになる。従って、ポイント引当金は、その債務性を見た場合において、確定債務であるか、すなわち、法的債務性として期限および金額のすべてが確定しているかが問題視される。「ポイントの付与は、約款や広く周知された撤回不可能な方針等に基づいて行われ、企業に現在の債務を負わせるものであり、一般的には負債に該当すると考えられる」<sup>107</sup>とされ、ポイントに関する契約は、前章において示した通り、企業が定める方法・内容によって企業と顧客が相対で行い、企業の取引慣行に基づくため、契約に基づいた債務性が存在する。期限に関しては、ポイントは顧客に発行される都度、その期限が明示され、顧客もそれを確認することが可能である。金額に関しても、ポイント発行の都度、顧客は確認することが可能である<sup>108</sup>。これらのことから、顧客に発行されたポイントは確定債務としての要件を満たしており、引当金ではなく、未払金として会計処理されることが支持される。

### 3.3 ポイント引当金と製品保証引当金

ポイントというサービスに括られず、より大きな顧客への「特典」として括った論文では、当該「特典」に製品保証とポイントを含めて検討している<sup>109</sup>。顧客の行使により、ポイントの場合、企業は値引きや景品の提供を行い、製品保証の場合、企業は保証対象の財貨へ修理を行う。このため、顧客の権利行使時に企業が財貨・用役を提供するため、両者を類似した取引としている。従って、ポイント引当金と製品保証引当金に関してもその類似性が存在すると考えられることから、製品保証引当金の思考方法でポイント引当金が計上可能であるかどうかを検討する。

製品保証引当金は、販売した製品について一定期間内に故障等が生じた際に無償で修理を行うという保証を企業が行っている場合、当期の売上にかかわる将来の修理費を当期の収益と対応する費用として計上する際に設定される引当金である<sup>110</sup>。ここで製品保証引当

---

<sup>106</sup> 松本（1989）、189-196 頁。

<sup>107</sup> 企業会計基準委員会（2009）、11-12 頁。

<sup>108</sup> 実際には、顧客が確認可能なのはポイント数量であり、ポイントの金額ではない。しかし、顧客は、ポイントと交換可能な財貨・用役を確認することが可能であり、ポイントの金額を間接的に確認可能である。

<sup>109</sup> 平野（2012）

<sup>110</sup> 森川（2008）、206 頁、桜井（2014）、232-233 頁。

金は、当期に販売した財貨に対する保証であるため、当該保証にかかる費用は当期の収益に対応させるというのが一般的な解釈である。ここでも、製品保証付き販売を行ったという原因が存在するという解釈と、当該販売によって将来に支出が生じることから、当該支出にかかる費用を当期の収益と対応させるという解釈が成り立つ。ポイント付与取引においても、当該原因または将来の支出の観点から解釈は可能である。しかし、従来の発生主義の原則を適用すると、上記の売上値引引当金と景品費引当金の様に、その対応関係または確定債務の観点から否定されるのであるから、異なる観点からの説明が必要となる。ここで製品保証引当金に関する見解として、発生主義の原則を用いない見解が存在する。当該見解では、保証サービスを一種の予約販売とし、実現主義の原則によれば、販売時点では本体に対する収益額は実現しているが、保証サービスの対価部分はまだ実現しておらず、当該未実現分は前受金として処理されるべきとする一方で、その代金受入時において実現・未実現の区別なく全額を収益計上する手続きが一般化していることにより、当期末実現部分を区別・控除するための手続きが製品保証引当金であるとする見解が存在する<sup>111</sup>。当該見解は、実務上販売取引時に受け取った対価は全額売上高とする慣行を認めたとうえで、未だ実現していない金額を実際に実現した時期に収益が計上されるように修正する。そして、当該修正の方法として、引当金の会計処理が用いられているとする見解である。

製品保証引当金の議論において、太田（1984）では、企業で生起した経済諸事情の実質を描写するという思考と、収益・費用の認識は、共通の関係ないし性質を用いて統一的に規定する必要があるとの思考から、製品保証付き販売を分析する<sup>112</sup>。そこでは、製品保証付き販売と製品保証無し販売との価格の差を当該保証の部分とし、当該差額部分を保証に対する前受けと分析し、現行行われている製品保証引当金繰入の金額は、製品売上高を修正するための収益控除項目として捉える<sup>113</sup>。製品保証取引に対する売上原価が製品保証費であり、売上が製品保証引当金戻入と対応し、製品保証取引にかかる保証分は収益認識と統一的であるとする<sup>114</sup>。そして、前受金処理ではなく引当金処理する根拠として、当該保証の価格が製品の価格と明確に区別されている訳ではなく、販売した顧客の全体に対して統計的・確率的に推定された前受けにすぎないからであるとする<sup>115</sup>。また、松本（1985）では、太田（1984）と同様に、製品の販売価格に販売後の補修用務の金額も含んでいるとし、当該補修用務に対応する売上高を提供されるまで繰り延べる思考を示している<sup>116</sup>。そこでの特徴は、当該製品保証に対する前受金の負債性の記述であり、当該製品保証は、製品を購入した個々の顧客に対してすでに発生しており、負債の期日は、保証期間の末日という形で特定され、必ずしも未確定ではなく、製品保証に対応するとみなされる前受金の

---

<sup>111</sup> 森藤（1986）、163-164頁。

<sup>112</sup> 太田（1984）

<sup>113</sup> 同上文献、22-26頁。

<sup>114</sup> 同上文献、25-26頁。

<sup>115</sup> 同上文献、26頁。

<sup>116</sup> 松本（1985）、111頁。

金額は、理論上は販売価格決定の時点で、販売価格と保証金額が分離されていることから確定金額である、として、実施先、実施日、その金額が確定している負債として認識し得るとしている<sup>117</sup>。製品保証引当金を前受金とする見解は、当該保証の金額は将来提供する保証役務の対価であるとして繰り延べられ、当該金額は企業内においては算定可能であるとしている。以下に、太田（1984）で示される処理を示しておく。

図表 3. 太田（1984）の仕訳

〈実質的な仕訳〉				〈実際の仕訳〉				
（借）		（貸）		（借）		（貸）		
【製品販売】	現金預金	xx	製品売上高	xx	現金預金	xx	製品売上高	xx
			前受金	xx	製品保証引当金繰入	xx	製品保証引当金	xx
	売上原価	xx	製品	xx	売上原価	xx	製品	xx
【保証修繕】	前受金	xx	AS売上高	xx	製品保証引当金	xx	製品保証引当金戻入益	xx
	AS売上原価	xx	現金預金	xx	製品保証費	xx	現金預金	xx

\*AS=アフター・サービス

（出典）太田（1984）、24-26 頁より筆者引用加筆。

しかし、当該前受金処理に対する批判として、山下（1995）が存在する。当該批判は、太田（1984）が経済諸事情と言う名の事実のみを会計上取り扱うことに対して、そこから生じる損益が利害関係者にどのような意味を持つかが不明確であり、業績評価や現行の処分可能利益の算定を目的とする会計システムにおいて、体系的・統一的に説明できるかが不明であること<sup>118</sup>、前受金の反対概念である前払金を買主が認識しているかが不明であり、また、製品保証は、製品に対する信頼度を向上させるための販売促進であるとして、収益項目ではなく、通常営業費用であるとする<sup>119</sup>。経済諸事情と言う名の事実のみを取り扱うことに関して、継続的・反復的に行われる未発生取引に関する損益を計上するように、経済事象の事実認識だけではなく、経済事象の原因をも会計的に取り上げることによって、業績評価が行えるとするとして、広義の発生主義の原則を支持する<sup>120</sup>。

この見解に対して笠井（2012b）は、運用と調達という会計固有の2面性と経済事象を会計事象に取り込むという考えの下から、経済事象は事実のみであり、原因は含まれないとし、また、取引の解釈から売主と買主の会計処理が表裏一体となる様に行う必要はない事を示し、山下（1995）を批判している<sup>121</sup>。しかし、太田（1984）が前受金処理を提示して

<sup>117</sup> 松本（1985）、120-122 頁。

<sup>118</sup> 山下（1995）、125 頁。

<sup>119</sup> 同上文献、126-127 頁。

<sup>120</sup> 同上文献、125 頁。

<sup>121</sup> 笠井（2012b）、13-23 頁。

いるものの、当該処理は販売取引と修繕取引を一連の取引とみなしていることから、未実現分の収益を控除していると解釈し、笠井（2012b）では両者は元々別個の取引であるとして2取引性から導出した前受金処理を提唱している<sup>122</sup>。以下に、笠井（2012a）での処理を示し、太田（1984）の会計処理と共に概観し、ポイント引当金へ適用可能かを分析する。

図表 4. 太田（1984）と笠井（2012a）の仕訳

〈太田（1984）の仕訳〉				〈笠井（2012a）の仕訳〉				
	(借)		(貸)	(借)		(貸)		
【製品販売】	現金預金	xx	製品売上高	xx	現金預金	xx	製品売上高	xx
	製品保証引当金繰入	xx	製品保証引当金	xx	現金預金	xx	前受金	xx
	売上原価	xx	製品	xx	売上原価	xx	製品	xx
【保証修繕】	製品保証引当金	xx	製品保証引当金戻入益	xx	前受金	xx	修繕用役売上高	xx
	製品保証費	xx	現金預金	xx	修繕費	xx	現金預金	xx

（出典）太田（1984）、26頁、笠井（2012a）、7頁より筆者引用修正加筆。

太田（1984）では、収益と費用の認識を統一的な解釈で行うという思考の下で、製品保証引当金繰入を収益控除項目、製品保証引当金戻入を売上項目として識別し、製品保証引当金を収益にかかる引当金としていた。一方、笠井（2012a）では、太田（1984）は販売取引と保証取引とが一連の取引であるとしているため、当初の販売取引から保証にかかる金額を控除する処理が導出されているとしているが、製品の販売とは別個の修繕保証という契約の締結の結果として、製品保証無し価格と製品保証付き価格とに差額があるとしている。従って、両者は、販売取引に付随している保証、または、販売取引とは別個の保証契約、という保証に関する基本思考が異なるということが言える。それでは、このような製品保証の思考をポイント取引に適用する。

顧客がポイントを行行使することで、追加の財貨・用役を企業は顧客に提供するのであるが、当該取引に太田（1984）と笠井（2012a）の製品保証の解釈を適用する。すなわち、顧客に付与したポイントは、販売取引時においていまだ実現していない収益分であるとして、当初販売時において当該金額を控除しておき、使用された時点で収益を計上する方法と、もともとポイント付与取引は、販売取引と追加の財貨・用役を提供する契約の2種類の取引が存在するとの前提の下で、当初販売時において、別個の契約を識別する方法の検討である。

太田（1984）を適用すると、ポイント付与取引は、財貨・用役とポイントを販売している取引であり、当初販売時に財貨・用役とポイントに対する金額を受け取るが、ポイントに関する部分は未だ実現していないとして、当該未実現分を収益から控除し繰り延べ、ポ

<sup>122</sup> 笠井（2012a）、同上文献。

イントが使用された時点で戻入益として、顧客によるポイント行使から生じた収益と擬制する。このように処理することにより、本章 3.1 節において問題となった費用と収益の期間対応が一致することになる。すなわち、ポイントが行使されることによって売上の減額が行われる場合において、ポイント使用による売上とポイント行使によって生じた費用が対応する形で計上される。通常、ポイントを引き当てることによって生じる費用は、当期の売上と対応関係があるとして説明されるが、ポイントの効果が将来の売上の減額をもたらす場合には、当期の収益額の確定や当期の販売促進よりむしろ、個別的対応の観点から、ポイントが使用された時点の収益と費用に関わらせる必要がある。従って、収益控除としてポイント引当金を取り扱うことの方が、対応関係をよりよく示す。

ここで笠井（2012a）が指摘した、販売取引とポイント取引が一連の取引であるかどうかを考える。製品保証付き販売の場合、当初販売した製品と保証される製品は、その対象たる製品は同じであり、両者の取引に同一の財貨という関連が存在した。しかし、ポイント付与取引において、販売取引で提供される財貨と顧客のポイント行使によって提供される財貨は、そのほとんどが同一ではない。従って、取引が同一の財貨によって結び付いているとは言えず、提供される財貨という観点では、ポイント付与取引から生じる販売取引とポイント行使から生じる取引は、異なる取引である。従って、収益控除の観点からポイント引当金を販売取引以降の収益とすることは可能であるが、両取引で提供される財貨という視点からは、関連がないことになる。このことから、収益控除としてのポイント引当金も否定される。

次に、笠井（2012a）が示す様な、ポイント付与取引において、個別の 2 つの契約が存在するとして、販売取引とポイント分に対価が支払われたとする見解を検討する。当該処理は、松本（1985）では引当金処理を支持していたが、ポイントを確定債務として会計処理する方法とも整合的であると考えられる。つまり、ポイントは、その付与先が個別に管理され、有効期限が設定されており、その金額も算定可能で顧客も確認できることから、確定債務としての要件が備わっているため、ポイントを前受金として会計処理する方法と、契約が 2 つ存在するため、2 つの契約に対して対価を受け取ったとして会計処理する方法が、結果として同一の会計処理に帰結するということである。しかし、ここで問題となるのが、ポイント前受金に対してどれほどの金額が配分されるかである。製品保証付き販売の際には、製品保証付き販売と製品保証無し販売との間に、価格の差が存在したことから、当該差額を製品保証に対する前受金として算定可能であったが、ポイント付与取引においては、当該方法を用いることができない。ポイント付与販売とポイントを付与しない販売における価格の差は、通常ゼロであり、そこに価格の差は存在しない。製品保証に対する前受金を算定する際には、通常の販売取引に追加保証の金額がいくら加算されたかを確認することによって、保証に対する前受金を算定する。しかし、ポイント付与取引においては、通常のポイント無し販売とポイント付き販売とでは価格の差はなく、どれ程の金額が追加されているかは不明であり、名目上はゼロとなる。従って、認識面では前受金として考える

ことが可能であるが、測定面ではポイント前受金に対して金額を算定することができないのである。

このように、ポイント引当金を分析する先行研究を基に、各種類似する引当金との整合性を検討すると、ポイント費用が対応する収益はポイント付与時点ではなくポイント使用時点であり、厳密な対応関係の理解から引当金の会計処理が導出されない、販売時に受け取った対価の内、いくらかをポイント分に配分すべきかを算定できない等、ポイント引当金をその他の引当金の論理から理論的に支持するには不十分であることが示される。それにも関わらずポイント引当金が計上されるその背景には、私見ではあるが、上記で示した利益概念の影響が多分にあると思われる。企業がポイントを発行することによって、ある種の債務が生じるのは確かであり、将来において、企業の財産が流出する可能性が高い。そのため、対応関係から生じる業績指標性を優先するよりも、企業内において処分可能な利益がどれ程あるかを算定する場合において、将来のポイントの行使によって社外に流出する金額分を予め当該処分可能利益から控除して置く必要がある。当該将来流出額を控除しないことは、将来の見込まれる流出分をも処分してしまう可能性を示し、ポイント引当金を設定することは当該可能性を排除していると考えられる。また、その際に、ポイント発行残高の全額を義務として計上することは、ポイント行使という実態を反映しないため、その使用される部分のみが貸借対照表に計上されることが考えられる。従って、ポイント引当金を現状において解釈するならば、処分可能な利益を算定するという思考の下で、当該ポイント引当金を計上しなければ、過度に処分可能利益が算定されるという消極的な理由によって肯定されるのである。

#### IV IASB・FASBにおけるポイントに関する会計処理

前章において、我が国でポイント取引に適用される会計処理を確認した。我が国においては実務が先行する形で、発行されたポイント残高の内、顧客の使用が認められる数に対して引当金が計上される。しかし、我が国における引当金の議論・概念にポイント引当金を当てはめると、引当金としてポイントを計上するには理論的とは言えず、技術的に引当金処理が可能であるということと、利益の処分可能性のみを反映した会計処理となる。

一方、海外においては、我が国と同様の会計処理が要求されるのではなく、販売取引と同時にポイントを付与した場合、受取対価を販売した財貨・用役とポイントに配分する会計処理が要求される。ポイント取引に対する我が国で要求される会計処理と海外で要求される会計処理が異なる理由を、海外での基準設定の議論を観察して把握していく。

##### 1 EITF00-22 における議論

現在 IFRS にはポイントを取り扱う会計指針が存在する。それは IFRIC13 や IFRS15 であり、当該指針は受取対価を売上とポイントに比例配分する会計処理を要求している。当該指針を分析するのであるが、IFRIC13 が IASB から公表される以前に、FASB の発生問題専門委員会（Emergency Issue Task Force：EITF）においてポイントに関する議論が存在したことから、EITF の議論を先ず取り扱う。

EITF において Issue.No.00-22「ポイント及びその他の期間又は量に基づくセールス・インセンティブの会計処理」が議論された。そこでは（1）企業が企業の財貨・用役と交換可能なポイントを提供するポイント・プログラム、（2）ロイヤリティ・プログラムを運営する事のみが事業であるプログラム事業者が展開する広範なプログラム、（3）自社の顧客や参加する企業とその顧客に対して企業が展開する提携プログラム、を議論の対象としている<sup>123</sup>。また EITF の議論の範囲は、（a）将来自社または他社から財貨・用役を無料でまたは値引きして受け取る権利を、（1）単一の販売取引の結果として、あるいは、（2）取引量・取引期間の充足の結果として、顧客に与える場合、および（b）取引量・取引期間の充足の結果として一定金額を割戻・返金する場合、である。上記対象と範囲を組み合わせると、（1）取引量・取引期間の充足の結果として、財貨・用役を無料または値引きして顧客に与える権利を、現在の販売取引と関連付けて、企業がどのように会計処理を行うか、（2）単一の取引のみで生じた、財貨・用役を無料または値引きして顧客に与える権利を、現在の販売取引と関連付けて、企業がどのように会計処理を行うか、（3）取引量・取引期間の充足の結果として、一定金額を割戻・返金する場合に企業はどのように会計処理を行うか、（4）取引量・取引期間の充足の結果として、プログラム事業者と企業との契約の下で、他社から財貨・用役を無料または値引きした金額で顧客へ与える権利を顧客に与えた場合、現在

---

<sup>123</sup> FASB(2001b), para.3.

の販売取引と関連付けて、企業がどのように会計処理を行うか、(5) プログラム事業者が他社や顧客にポイントを販売した場合、どのように会計処理を行うか、が議論された<sup>124</sup>。これらを換言すると、(1) 蓄積型ポイントを付与した場合で、ポイントが財貨・用役を無料または値引きして提供する義務である際の売上時における会計処理、(2) 即時使用可能型ポイントを付与した場合で、ポイントが財貨・用役を無料または値引きして提供する義務である際の売上時における会計処理、(3) 売上割戻の会計処理、(4) 蓄積型ポイントで、提携型ポイント・プログラムの場合の企業の会計処理、(5) ポイントの売買、である。ここで、ポイントに関連しない (3) 売上割戻の議論は以下において省略する<sup>125</sup>。

これらの内、(1) と (2) がまず議論された。そして (1) と (2) に対して、売上とポイントの行使によって交換される財貨・用役の割合で受取対価を配分する方法と、付与したポイントがポイント付与時の売上に対して重要な価値を有しない場合には、ポイントの行使によって交換される財貨・用役の見積額を負債として計上する方法の 2 つが提示され、決まることはなかった<sup>126</sup>。そして同時並行で EITF が取り扱っていた Issue.No.00-21「複数要素のある販売契約の会計処理」という収益認識の会計処理の議論の影響を強く受けるとして、議論の中断を決めた<sup>127</sup>。また、(5) に関する検討が若干された。プログラム事業者がポイントを販売した場合、ポイントは多くの財貨・用役と交換され得ることから当該取引は複数要素取引とされた<sup>128</sup>。そして、もしポイント行使によって交換される財貨・用役以外の要素が識別できない、または、その公正価値が決定できないならば、ポイント行使によって交換される財貨・用役の価値をポイントとして計上して残額を売上とする配分方法、または、契約に基づいて比例配分する方法が行われる旨が示されている<sup>129</sup>。また、そのような配分方法に対して、顧客に使用されないポイント不償還分をどのように収益として認識するかの検討事項も示していた<sup>130</sup>。

このように、ポイントに関する会計処理を議論していたが、当時行っていた収益認識の議論を行うのが先決として、中止されたのである。収益認識の議論が先決としていても、ポイントに関する会計処理は基本的に複数要素取引であると考えられていた。また、対価を各要素に比例配分する方法とポイントの重要性が低いと考えられる場合には、負債として計上する方法の 2 つを提示しており、当該方法が後の IASB の議論において、参考にされていたと思われる。

---

<sup>124</sup> FASB(2001b), para.5.

<sup>125</sup> 当該割戻・返金は、合理的な見積りによって負債計上した後に、組織的・比例的に収益控除として扱われとされた。尚、合理的な見積りができない場合、割戻・返金の最高額が負債として計上される (Ibid., para.10.)。

<sup>126</sup> Ibid., para.6.

<sup>127</sup> Ibid., para.9.

<sup>128</sup> Ibid., para.14.

<sup>129</sup> Ibid., para.14.

<sup>130</sup> Ibid., para.15.

## 2 D20 の公表前

### 2.1 2006年1月および3月における議論

EITFにおいて、ポイントに関する会計処理の議論が行われるも、そこでは決着がつかず、複数要素取引における収益認識の方法が先ず議論され、後に当該ポイントの議論が扱われるという順序となった。しかしこの後、EITFにおいてポイントに関する会計処理が議論されることはなく、ポイントの議論はIASBにおいて展開されることになる。

2006年9月、IASBの国際財務報告解釈指針委員会（International Financial Reporting Interpretations Committee：IFRIC）において当該ポイントに関する会計処理案が出された。当該案が出された理由は、ポイント・プログラムから生じる義務をどのように会計処理すべきかについての詳細な規定がなく、実務が多様であったからとされる<sup>131</sup>。当該会計案が出される以前からIFRICにおいて議論はなされており、当該議論の内容は2006年1月のIFRIC会議分から残されている。1月の議論の主要な問題は、国際会計基準第18号「収益」（International Accounting Standard 18 “Revenue”：IAS18）の para.13 または para.19 を適用する環境の特定と、IAS18 の para.13 が適用された場合、どのように翌期以降の収益の金額を測定するか、である<sup>132</sup>。IAS18 に関する規定は後の議論において詳細に行われることから、当該説明は後の記述に譲る。また本議論は後の議論で論じるための背景・範囲・問題の所在を特定することが提案されており、詳細な議論は行われていない<sup>133</sup>。しかし、本議論の解決試案として、IAS18 の規定を適用した場合、ポイント・プログラムは複数要素取引であり、そして収益の前受け（deferral of revenue）として会計処理すべきとする一方で、ポイント・プログラムによって特典として提供された無料または値引きした財貨・用役が通常の営業過程における企業の収益に貢献しない場合、販売促進として会計処理する案を示している<sup>134</sup>。このような背景からポイント・プログラムに関する会計処理がIFRICにおいて詳細に議論されていく。

2006年1月の議論においてポイント・プログラムに関する会計処理に関する主要な論点を示され、当該論点が後の議論において取り扱われていく。2006年3月の議論の主要な問題は、ポイント付与取引を複数要素取引として取り扱うか、販売取引とは別にポイント付与分を引当金として取り扱うか、また、ポイント・プログラム契約下でポイントという顧客の権利をどのように測定するか、である<sup>135</sup>。ポイント付与取引を複数要素取引として取り扱うかという議論において、IAS18 の para.13 には「取引の識別」という箇所があり、そこでは「状況によっては、取引の実質を反映させるために、単一取引の個別に識別可能な構成要素ごとに認識規準を適用することが必要となる」という文言が存在し、本議論では当該文言を（A）複数要素取引の経済的実質、（B）個別に識別可能な構成要素、の観点か

---

<sup>131</sup> IASB(2006f)

<sup>132</sup> IASB(2006a), para.2.

<sup>133</sup> Ibid., para.3.

<sup>134</sup> Ibid., para.3.

<sup>135</sup> IASB(2006b), p.1.

ら解釈することが核となっている<sup>136</sup>。また、その後の認識と測定についても若干言及している。

まず (A) 複数要素取引の経済的実質では、ポイントがそれ自体で収益を創出する財貨・用役であるか、他の売上を促進するコストのどちらであるか、が議論された<sup>137</sup>。そこでは簡単な 3 つの設例、(a) 商品を 10 個購入すると 10% の割戻しが得られる場合、(b) 商品を 9 個購入すると 1 個同じ商品が貰える場合、そして、(c) 商品を 9 個購入すると商品とは別のギフトが 1 個貰える場合、が分析され、それらを区別する要因は販売取引から生じる様々な特典の目的に関連するとした<sup>138</sup>。(b) はその本質として、増量値引き (volume discount) であり、(c) は無料のギフトによって顧客に購入の満足感を与え販売を促している、とする<sup>139</sup>。(c) の支持者は、企業は他ではそのギフトたる財貨・用役を提供せず、顧客は当該企業のギフトを購入する意図もなく、収益貢献しようとしている訳ではない、という見解を示すが<sup>140</sup>、(c) に対する反論は、第三者から提供される財貨・用役を獲得する権利を含んでいるプログラムは顧客に便益を与え、顧客は対価を支払っているとする<sup>141</sup>。その他、その特典が収益創出のための財貨・用役から他の財貨・用役に負担させる費用として変化している場合において、ロイヤルティ・プログラムの性質に基づいたポイントの定義は困難であり、その実質を判断するには、特典の相対的な価値、当該特典が企業の通常の営業において販売されているか否か、当該特典が企業自身で供給あるいは他社から仕入れているか等、様々な要因を参照して判断すべきであるとする<sup>142</sup>。このため、財貨・用役を無料または値引きする特典と追加的に財貨・用役を提供する特典を区別する規準として、企業が目的の財貨・用役を提供するために他社に頼っているか、当初販売取引の金額と比較した特典として提供される財貨・用役の相対的な価値、の 2 つの規準を提案し、収益創出に貢献しないポイント・プログラムは販売促進であるとした<sup>143</sup>。

次に (B) 個別に識別可能な構成要素では、IAS18 の para.13 の個別に識別可能な構成要素 (separately identifiable component) の解釈が議論された。2006 年 2 月、IASB は FASB と MoU を公表し、高品質な会計基準の開発を目指し、その中に収益認識の分野があった。当該分野において提案された契約から構成要素を把握する方法として、(a) 個別に売買できる財貨・用役が 2 つ以上存在するか、(b) もし財貨・用役を提供あるいは未だ提供していない状態においても、企業は個別の財貨・用役に対する対価を受け取る権利を有しているか、が具体例として挙げられている<sup>144</sup>。上記の 2 つの規準に対して、例えば、電気通信

---

<sup>136</sup> IASB(2006b), p.2(para.1).

<sup>137</sup> Ibid., p.2(para.2).

<sup>138</sup> Ibid., pp.2-3(paras.2-6).

<sup>139</sup> Ibid., pp.3-4(paras.7-8).

<sup>140</sup> Ibid., p.4(para.9).

<sup>141</sup> Ibid., p.4(para.10).

<sup>142</sup> Ibid., p.4(para.11).

<sup>143</sup> Ibid., pp.4-5(paras.12-13).

<sup>144</sup> Ibid., p.6(para.19).

会社における携帯電話や電話サービスの販売や製品の据え付け・保証サービス等の具体的事例を観察し、一概に当該規準を用いて構成要素を判別することは困難であるとしながらも、IFRIC は収益認識の議論に対して先行することなく会計処理を規定し、多くの分野を横断した実務の変革を要求していた<sup>145</sup>。そして、個別に認識可能な構成要素がどのような意味であるかを厳密に解釈せずに、IFRIC は複数要素取引としてポイント・プログラムを取り扱う結論に至っており、当該結論の論拠は、(a) 顧客は特典を当初購入時に受け取るまたは受け取らないため、特典は個別に販売される能力、識別可能な価格を有し、また、当初購入時の財貨・用役とは継続的な関係を有していないことから、ポイント・プログラムで提供される特典は個別的に認識可能というどの選択的解釈をも満たす、(b) 特典が個別に認識可能であるという結論は、それらが自社または他社が提供するかに関わらず適用され、提供者の性質は特典が個別に認識可能であるかとは関連しない、としている<sup>146</sup>。当該根拠は、ポイント交換によって提供される特典は、どのように解釈しても個別に識別可能であり、また、特典の提供者が自社であったとしても、他の構成要素とは別個に識別されることを示している。

ポイント・プログラムが付帯する販売取引が複数要素取引として扱われるならば、後の問題として、どのように受取対価を売上とポイントに配分し、また、追加的に引当金 (provision) を認識する必要があるかどうか検討された<sup>147</sup>。ポイントが識別可能な構成要素として認識された場合、IAS18 が要求する規準をもって収益認識されるのであるが、当該ポイントが収益獲得のためのインセンティブである場合、当該ポイントに配分された対価の金額が当期の収益として認識され、IAS18 の para.19 が規定する収益に対応する費用の認識、が要求されるかが検討されている<sup>148</sup>。IAS18 の para.19 は、収益と費用の対応を要求しており、収益に対応する費用の金額が信頼性をもって測定できない場合には収益の計上を認めず、受領した対価を負債として認識することを要求している<sup>149</sup>。ここで、IAS18 の物品販売時の収益を認識する際の条件を検討しており、当該条件は (a) から (e) の 5 つが存在し、その中で特に (a) 物品の所有に伴う重要なリスク及び経済価値を企業が買手に移転したこと、(e) その取引に関連して発生した又は発生する原価を、信頼性をもって測定できること、の解釈を問題としている<sup>150</sup>。(a) に関して例えば、ポイントが収益として認識される理由は、企業がポイントという権利を顧客に付与し、ポイントの権利を享受するか否かは顧客の将来の購入行動によるとし、一方でポイント・プログラムの経済性は

---

<sup>145</sup> IASB(2006b), pp.6-7(paras.20-22).

<sup>146</sup> Ibid., p.7(para.23).

<sup>147</sup> Ibid., p.7(para.26).

<sup>148</sup> Ibid., p.9(paras.28-29).

<sup>149</sup> IASB(2001a), para.19.

<sup>150</sup> Op cit., p.9(para.30). また、IAS18 の収益認識の他の条件は、(b) 販売された物品に対して、所有と通常結び付けられる程度の継続的な管理上の関与も実質的な支配も企業が保持していないこと、(c) 収益の額を、信頼性をもって測定できること、(d) その取引に関連する経済的便益が企業に流入する可能性が高いこと、である。

無料または値引きした財貨・用役を提供することであるとするならば、未だに買手に移転しているとは言えない、とする<sup>151</sup>。(e)では、顧客に保証する権利に対して負担する費用の測定の観点から不確実性の程度の問題が存在する<sup>152</sup>。これらの議論からポイント付与時において、ポイントは収益として認識するには条件を満たしていないとし、また、収益と対応する費用が不確定の場合には収益を認識できない、とした<sup>153</sup>。このことから、IAS18の収益認識条件(a)に関して、顧客の行使の有無によって左右される権利を提供したことによって収益を認識するか、ポイントに対する財貨・用役をいまだ提供していないとして収益は認識されない、という2つの見解の内、後者をIFRICは採用したと言える。また、受取対価を売上とポイントに配分する際のポイントの価値の算定方法として、顧客が利用できる最も有利な販売価格のような財貨・用役の公正価値、顧客が財貨・用役交換の条件を達成しない可能性、ポイントが失効する可能性、を考慮してポイントの公正価値を評価することが提案された<sup>154</sup>。

本議論はIFRICにおけるポイントに関する最初の議論であるため、今後のポイントに関する会計処理の議論に対して重要な位置付けにあるものであると考えられる。ここでの議論の要点は、売上時にポイントを付与した場合、ポイントを個別に識別可能な構成要素として把握したことである。それに伴って、ポイント付与取引は複数要素取引として会計処理されることになる。しかしながら、ここでポイントが無料または値引きした財貨・用役を与える権利、追加の財貨・用役を与える権利、または、その解釈はポイント・プログラムに起因する等、識別可能な構成要素を厳密に考慮せずに、ポイントという権利を顧客に与えたという事実をもって複数要素取引とみなしている。通常の議論の流れとして、複数要素取引の議論を行った後に構成要素を抽出するにも関わらず、厳密な議論もせずに識別可能な構成要素としてポイントを先ず取り扱うこととしており、当該取扱いがポイントがポイント付与売上に対して相対的価値を元来有していることが前提であるため、複数要素処理を行う明確な理由やその他の会計処理を採用しない理由が明確ではない。

また、本記述では引当金と言う用語が出ているが、本用語に対する記述が存在しない。IAS18のpara.19に基づいてポイントに配分された対価が収益となるのは、それに対応する費用が信頼性をもって測定できる場合であり、当該信頼性が得られず、ポイントに配分された対価を収益として計上することができないとする。しかし、当該規定は、収益と費用の対応であり、引当金計上の規定ではない。従って、ポイント付与取引を複数要素取引とみなさずに、別途で引当金を計上する会計処理を直接に否定してはいない。上述の通り、ポイント付与取引を複数要素取引としてみなしているため、当該議論がなされなかったと解釈できるが、そもそもの複数要素取引の判別方法が明確ではないことから、引当金を別途に計上する方法を否定している訳ではない。

<sup>151</sup> IASB(2006b), pp.9-10(para.29, para.31).

<sup>152</sup> Ibid., p.10(para.31).

<sup>153</sup> Ibid., p.10(para.31).

<sup>154</sup> Ibid., p.10(para.32).

ポイント付与取引を複数要素取引とみなした後、IFRIC はポイントに配分された対価を収益として認識しない旨が記述されている。その際の観点は、ポイントという権利の範囲と当該権利が顧客に移転しているか否かで判断している。IFRIC の判断は、財貨・用役を将来獲得できるという権利とポイント使用によって提供される財貨・用役を結び付けて考えるか否かによって、ポイント付与時にポイントに配分された受取対価の金額を収益として認識するかが考慮されている。IFRIC はポイント・プログラムとして、顧客に財貨・用役が提供されるまでの過程を重視していることから、両者を結び付けていると考えられる。ポイント行使によって生じる財貨・用役の提供にかかる費用に関しては不確実性が存在するとしているが、ポイント・プログラムの運用によってある程度の経験値が蓄積しているならば、当該ポイント行使から生じる費用は測定できると思われる。従って、ポイントという構成要素を単なる顧客の権利ではなく、顧客の権利の獲得から企業の財貨・用役の提供までを考慮した要素として認識している点が IFRIC の特徴であると言える。

## 2.2 2006年5月における議論

2006年3月の議論から引き続き、どのようにポイント付与取引を会計的に取り扱うかが議論されている。3月の議論ではポイントに関する会計処理として3つの会計処理が提案されていたとされている。まず、ポイントが付与された販売取引において、売上対価を売上とポイントに配分する複数要素処理、次に、ポイントが付与された販売取引に対して、ポイントを提供することで生じる予想費用に対して引当金を認識する引当金処理、最後に、売上と同時に付与されたポイントの価値が重要で、ポイントが通常の営業で提供される財貨・用役と交換され、または、ポイント・プログラム運営企業自身がポイントを提供している場合にのみ複数要素処理を行い、それ以外の場合には引当金処理を行う折衷処理、が提案されたとする<sup>155</sup>。

前述において3月の議論を詳細に見ていったが、3つの会計処理を提示した箇所は存在しない。あえて3つ提示したと解釈するならば、複数要素と見るか、販売促進と見るか、ポイントの性質はポイント・プログラムに依存する、という具体例から観察する意見があったに過ぎない。また、複数要素取引の経済的実質を考える際に、財貨・用役の提供を他者に頼っているか、売上に対するポイントの相対的価値を考慮することの2つの規準を判断指針とする、という部分が該当し、会計処理自体を提案していた訳ではない<sup>156</sup>。5月の議論の導入においてIFRICでは複数要素取引を支持し、その適用の範囲として、販売取引を必要としない自由に配布される割引券やインセンティブ、追加の財貨・用役の提供よりは現金の割戻しの形態をとる特典 (awards<sup>157</sup>) に対しては範囲外とした<sup>158</sup>。この適用の範囲外

<sup>155</sup> IASB(2006c), para.1.

<sup>156</sup> IASB(2006b), pp.2-5(paras.2-13).

<sup>157</sup> 原文において、ポイント (award credit, credit) と特典 (award) は区別されている。ポイントは特典を獲得する顧客の権利または企業の義務であり、特典は権利の行使または義務の履行によって提供される財貨・用役を示している。当該区別は2006年5月における

の記述は、販売取引の存在が前提にあり、売上割戻を複数要素取引として扱っていない EITF の Issue.No.00-22 の議論を参考にしていると考えられる。

そして、本議論の主要な論点は、ポイント付与企業と顧客がポイント行使する企業が異なる場合の検討である。当該検討事案の例としては、ポイント付与企業が他企業のポイント・プログラムに参加しており、企業はポイント付与する毎にポイント・プログラムを運営している企業へ固定額を支払っている場合である<sup>159</sup>。当該事案において、ポイント付与企業は、ポイントを付与するのみであり、ポイントの使用によって顧客に財貨・用役を提供しないことから、複数要素処理することは不相当であるとし、引当金としてポイントを会計処理することが提案された<sup>160</sup>。しかし、当該事案においても、顧客に売上とポイントという経済的便益が企業と顧客との間で取引されたとするならば、複数要素取引として会計処理する必要があるとして、複数要素処理が提案された<sup>161</sup>。ただし、そのような場合においても、本来ならばポイントを付与する義務はなく、ポイントを付与する義務を有する企業の代わりにポイントを付与している企業は、ポイント付与に対する代価を受け取ることが取引の実質であると考えられ、その場合はポイント付与で獲得した純額を収益として認識すべきであるとした<sup>162</sup>。この自己の計算 (principal) として損益を総額で表示するか、あるいは、代理 (agent) として損益を純額で表示するかの判断規準は存在しないが、下請企業の取引を援用することが示されている<sup>163</sup>。

本議論は 3 月の議論を基に展開されているが、3 月の議論にあった複数要素取引の経済的実質の把握を会計処理に展開して、前回の要約として扱っている点に違和感を覚える。確かに IFRIC は複数要素取引としてポイント付与取引を取り扱っているが、3 月の議論は緻密に行われており、取引の実質の把握と会計処理の検討を分離していた。また本 2.2 節の冒頭でも示したが、付与したポイントを引当金として会計処理する方法は 3 月の議論においては提示されていなかった。確かに 3 月の議論においては、複数要素取引としてみなす場合の個別に識別可能な構成要素の識別方法を議論し、ポイントを識別可能な構成要素として取り扱っていた。しかし、ポイントを識別可能な構成要素とは取り扱わない場合やその場合の会計処理方法に関してはほとんど触れず、言及したとしても販売促進として費用処理することが述べられたに過ぎず、引当金として会計処理することの論拠はほとんどない。これらのことから、IFRIC においてポイント・プログラムに関する会計処理方法は複数要素取引として会計処理を行うことが前提に存在していたことが推察される。

そして、IFRIC のポイントにおける議論は、売上割戻に関する取引を排除しており、EITF

---

議論から顕著であり、従前の議論ではポイント・プログラムとして一括して両者を取り扱っているか、両者を経済価値 (reward) としてまとめて記述している。

<sup>158</sup> IASB(2006c), para.5.

<sup>159</sup> Ibid., para.9.

<sup>160</sup> Ibid., para.10

<sup>161</sup> Ibid., para.11a.

<sup>162</sup> Ibid., para.11b.

<sup>163</sup> Ibid., para.15.

の議論を参考としている部分が垣間見える。ポイントに関する会計処理を規定するに当たり、ポイントを権利そのものとみるか、将来の財貨・用役の提供義務とみるかと 2 分し、後者を採用していることから、財貨・用役の提供義務としてポイントを抑えている。

また、ポイント付与企業と顧客がポイント行使する企業が異なる場合も検討しており、ポイント・プログラムを運営する企業の代わりに企業がポイントを付与している場合、ポイント付与によって受け取った対価とポイント・プログラムを運営する企業へ支払う金額との差額を収益として計上する会計処理を示している。当該会計処理は 3 月の議論における、顧客に財貨・用役が提供されるまでの過程を重視している思考と結び付く。すなわち、ポイント付与によって対価を受け取る行為とポイント付与によって受け取った対価を顧客のポイント行使によって財貨・用役たる特典を提供する義務を有する企業に支払う行為とを一連の取引として扱っていることから、3 月の議論における財貨・用役を将来獲得できる権利とポイント行使によって提供される財貨・用役を結び付けて考える思考と整合性がとれていると思われる。

### 2.3 2006 年 7 月における議論

2006 年 5 月において IFRIC は、ポイントを支払う販売取引を複数要素取引として扱い、受取対価を売上とポイントに配分する会計処理を提示した。同年 7 月の議論では、当該複数要素取引を IAS18 の文言を用いて表現し、既存の会計基準と整合的である旨が示されている<sup>164</sup>。そして本議論における本題は、付与したポイントの測定方法であり、付与したポイントの内、失効分 (forfeiture) をどのように取り扱うかを検討した。ポイントの失効分に関して、(a) 受取対価をポイントに配分する際に当該失効率を考慮するか、(b) 失効が予測されるポイントに配分された金額をどのように収益として認識するか、(c) 失効率が変更された場合、どのような修正が必要であるか、の 3 つが検討された<sup>165</sup>。

当該失効は、ある一定数までポイントを貯めなければ財貨・用役と交換できないという条件において、ある一定数まで貯めることができなかつた場合や単純に交換しなかつた場合に生じる<sup>166</sup>。このような場合にはポイントの失効分を考慮する必要があるが、IAS18 では当該失効に関する言及は存在しない<sup>167</sup>。そこで本議論において、ポイントの失効を考慮した受取対価の配分、収益認識、失効率の修正に対するアプローチを 3 つ提示した。

1 つ目は、企業の観点からポイントの公正価値を観察する方法である。ここでは企業が販売する保証延長サービスとの類似性をもって、当該ポイント取引を観察している<sup>168</sup>。保証延長サービス契約の金額は保証対象の財貨・用役の価値と顧客からの当該保証の請求可能性の両方が考慮され、保証対象の財貨・用役の価値に請求率を乗じた金額が保証延長サー

---

<sup>164</sup> IASB(2006d), p.1(para.1).

<sup>165</sup> Ibid., p.2(para.1).

<sup>166</sup> Ibid., p.3(para.5).

<sup>167</sup> Ibid., p.3(para.6).

<sup>168</sup> IASB(2006d), p.4(para.12).

ビスの価値として算定される<sup>169</sup>。当該保証サービスは、サービスの提供段階に応じて収益認識され、サービスの提供段階は顧客からの請求リスクの消滅を参考に測定されるため、顧客からの予想請求パターンを反映して収益認識される<sup>170</sup>。ポイントの収益認識にも保証延長サービスを援用し、顧客からのポイント使用パターンを考慮して収益認識する<sup>171</sup>。また、失効率を修正した場合、当初の見積りを継続し、遡及修正は行わないが、当初の見積りよりも高い値に失効率を修正した場合において、ポイントに配分された対価の金額を顧客によるポイントの行使によって提供する財貨・用役の金額が超過する場合、当該超過額をIAS37に従って、引当金として会計処理することを求めている<sup>172</sup>。

2つ目は、顧客の観点からポイントの公正価値を観察する方法である。そこでは、企業が有するポイントという義務は条件付きであり、一方の顧客はポイントという無条件の権利を有していることから、保証延長サービスとは異なるとする<sup>173</sup>。顧客の観点において、ポイントの公正価値は顧客がポイントを使用することによって享受できる財貨・用役に対する減額金額全額であり<sup>174</sup>、また収益は、顧客からポイントが使用された場合や財貨・用役の提供義務が失効した場合にのみ認識する<sup>175</sup>。従って、当初から失効すると予測されるポイント分は当初の収益として会計処理される<sup>176</sup>。そして、失効率の見積りが下方修正された場合、当該修正失効率に合わせてポイント負債を計上することから、修正した期の収益を減額し、ポイント負債を追加計上する<sup>177</sup>。

3つ目は、2つ目と同様に顧客の観点であるが、顧客がポイントを使用するか否かにポイントの公正価値は依存し、また、顧客は使用しないポイントには対価を支払わないことから、顧客によるポイント使用の可能性と使用された際のポイントの公正価値の期待値をもって当該ポイントの公正価値を測定し、失効率の考慮は行わない方法を提示している<sup>178</sup>。また、失効率が修正された場合、会計処理としては2つ目と同様の処理となるが、ポイント使用によって計上される収益の金額の修正ではなく、ポイントに支払われた対価の金額の再測定であるとし、理論的解釈が異なるとする<sup>179</sup>。これは、使用しないポイントには顧客は対価を支払わないことから、失効率の修正ではなく、顧客がポイントに支払っている対価の再測定となる。

このように3つのアプローチ方法が提示され、基本方針として、失効率を考慮すべき方針が支持され、1つ目と3つ目のアプローチのどちらかを収益認識要件の草案とすべきとし、

---

<sup>169</sup> Ibid., p.4(para.13).

<sup>170</sup> Ibid., pp.4-5(para.14).

<sup>171</sup> Ibid., p.5(para.15).

<sup>172</sup> Ibid., pp.5-6(paras.16-18).

<sup>173</sup> Ibid., p.6(para.21).

<sup>174</sup> Ibid., p.6(para.22).

<sup>175</sup> Ibid., p.6(para.23).

<sup>176</sup> Ibid., pp.6-7(para.24).

<sup>177</sup> Ibid., p.7(paras.25-26).

<sup>178</sup> Ibid., p.7(paras.28-29).

<sup>179</sup> Ibid., p.8(para.30).

また、失効率の修正はポイント負債残高を調整するための要件とするべきではなく、財貨・用役の提供義務がポイント負債の金額を超えたならば、その超過分を負債として認識することを IFRIC は提案しており、そこで失効率の修正を反映している、としている<sup>180</sup>。これは、失効率が変更された場合、当初の見積もった失効率よりも少なく失効率が修正されたことによって、ポイントに配分された金額以上に費用が生じる場合に、追加の負債を計上することを要請しており、失効率の修正によってポイントに配分された金額自体を修正することを要求しているのではない。このことから、1つ目のアプローチを採用したことになる。

本議論は失効率に関する議論であり、失効率を考慮することを決定している。そもそも失効率を考慮することに関する IFRIC の見解は述べられていないので、私見ではあるが、失効率を考慮する必要性を言及すると、2つの理由があると考えられる。1つ目は売上とポイントに配分される対価の金額が失効率の考慮によって変動することになることから、収益認識の時期が変動するということと、2つ目は顧客によるポイントの使用によって企業から流出する何らかの価値や金額の計上額が変動するという問題である。当該失効率の考慮はポイント取引において重要な事項であると考えられる。ポイント取引において、必ずというほど、顧客が使用しないポイントが生じる。当該使用されなかったポイントをどのように会計的に取り扱うかを本議論では検討しており、その取り扱い方には、大きく 2 通りが考えられる。

まず、発行したポイントがすべて使用されると仮定し、発行したポイントに対応する金額を全額計上し、使用されなかった分を失効した時点で利得として計上する方法がある。一方、失効が予め見込まれるのならば、ポイントを認識する時点で当該失効分も当初から考慮し、使用されると見込まれるポイントの金額を計上する方法である。この 2 通りの内、どちらの方法が販売取引の実質や負債として計上されるポイントの金額を反映するものであるかを検討していると考えられる。企業が顧客に財貨・用役を提供した場合、販売取引の対価として受け取った金銭が企業に流入する。当該流入に裏付けられた収益認識の時期がいつであるかを IAS18 や本議論は論じているならば、その時期を厳密に算定することが要求される。ポイントの失効が当初から認められるにも関わらず、当該失効分をもポイントとして負債に計上し続けることは、収益額を過少に示していることになる。他方、失効が見込まれるにも関わらず、当該失効分を負債に計上しておくことは、負債の過大計上に繋がる。従って、収益計上時期の厳密性の確保やポイント負債の実質的金額を計上するために、ポイントの失効率の考慮は不可欠であると考えられることから、IFRIC は当該失効率を考慮する測定方法を論じていると考えられる。

また、本議論の特徴としては、5月の議論において IFRS の要件や類似する取引には同一の会計処理を求める思考が失効率のアプローチの 1 つに展開されていることである。すなわち、付与されたポイントが行使される過程と保証延長サービスの提供との類似性をもつ

---

<sup>180</sup> IASB(2006d), p.8(para.34).

て収益認識のプロセスを導出しているのである。また、1つ目のアプローチと3つ目のアプローチの相違として、前者は企業の観点から収益認識を取り扱っているのに対し、後者は顧客の観点からポイントに支払った対価の測定を扱っている。ポイントが顧客から使用または失効した場合、前者は企業が行う財貨・用役の提供の度合いの見積りやその履行をもって収益を認識し、失効率の修正があり、ポイントに配分された金額以上に財貨・用役の提供の費用が生じた場合には、新たな負債を計上するのに対して、後者はポイントに対して受取対価を配分する際の配分基礎の当初の金額は前者と同じであるが、顧客が有する財貨・用役を受け取る権利の変動を基に収益認識していくため、使用率の修正があった場合には、既に計上した収益を修正してポイントに配分する対価の金額を増減させる。

両アプローチの違いは、企業または顧客の視点という視点の違いとも言えると考えられるが、その他の解釈として、ポイント付与取引と後の顧客によるポイント使用・交換取引を別個または関連する取引とみているかとしても分けることが可能と思われる。1つ目のアプローチが要求する失効率の変動によって新たな負債を計上することは、新たな情報によって失効率を修正することはポイント付与取引時には当該失効率を予想することができなかつたとし、当初の失効率の見積りと後の見積りの修正は別個の情報からもたらされた独立した事象であると考えられる。従って、後の失効率の変動をポイント付与時の会計処理に反映させることなく、新たな負債を計上することを要求していると考えられる。3つ目のアプローチが要求する方法は、失効率の変動をポイント付与時に遡って修正する方法であり、ポイント付与と失効率の修正を関連づけている。これは企業が受け取った対価を厳密に売上とポイントに配分することであり、失効率の修正は当該配分額が間違っていたとする思考である。従って、失効率の修正はポイント付与時の会計処理の修正を示すことになると考えられる。

## 2.4 D20 の公表

これまでの議論を基に2006年9月に国際財務報告解釈指針委員会公開指針D20「カスタマー・ロイヤリティ・プログラム」(IFRIC DRAFT INTERPRETATION D20 “*Customer Loyalty Programmes*” : D20) が公表され、上記議論で決定された事項が当該D20に盛り込まれた。D20の規定の要約は下記図表5においてまとめるが、当該議論において様々な会計処理方法が提示されるも、それらに対する積極的な適否はなく、特にポイント付与取引を複数要素取引として取り扱い、複数要素処理を支持することには、理論的な根拠はあるものの、他の会計処理を採用しない根拠は見受けられない。また、ポイント付与取引に対する会計処理方法を詳細に見ていくと、2006年5月においてIFRICでは当該会計処理方法を3種類と示しているが、4種類が考えられる。

1つ目はIFRICが支持する複数要素処理である。本会計処理方法は、販売した財貨・用役とポイントを独立した構成要素として取扱い、顧客はそれぞれに対価を支払っているとする。そして各構成要素には関連が無いことから別個の要素と考えるのである。そしてポ

イントに配分された金額は、ポイントが顧客に行使された時点で収益に振り替えられるのである。本会計処理方法は IAS18 の para.13 を適用した会計処理方法である。2 つ目の会計処理方法は、上記と同様販売した財貨・用役とポイントを別個の構成要素とみるものの、ポイントという権利を顧客に提供したのは取引契約時点であり、その時点において、いわばポイント収益が計上される。そして、ポイント収益と対応する費用が計上され、その相手勘定として引当金が計上されるのである。本会計処理方法が IAS18 の para.19 を適用した会計処理方法である。3 つ目の会計処理方法は、そもそもポイント付与取引における顧客から受け取った対価は、販売した財貨・用役に対してのみに支払われており、ポイントには支払われていないとする。当該ポイントは収益を構成するのではなく、販売促進として付与されていることから、当該販売促進費を計上し、相手勘定として引当金を計上する方法である。4 つ目の会計処理方法は、ポイント・プログラムの性質に応じて上記会計処理方法を使い分ける方法である。IFRIC においては、引当金を計上する会計処理方法をまとめて 1 つの方法としていることから、3 種類を提示しているが、厳密には、複数要素処理後にただちにポイント分を収益計上した後に、ポイント収益に対応する費用を計上し、その相手勘定として引当金を計上する方法と、そもそもポイント付与取引は複数要素取引ではなく、顧客は販売された財貨・用役にのみ対価を支払い、ポイントは販売促進として顧客に付与されることから、販売取引に対応する費用であり、その相手勘定として引当金を計上する方法の 2 種類が存在する。このように会計処理方法を議論しているものの、ポイントを追加の財貨・用役を提供する構成要素とし、顧客はポイントに対価を支払っているとして、1 つ目の複数要素処理を支持した。

その他に、自己の計算でポイント対価を回収しているか、顧客によるポイント行使によって財貨・用役を提供する企業の代理としてポイント対価を回収しているかの論点と、ポイントが失効する場合の当該失効率をどのようにポイントの測定に反映させるかの論点が存在した。前者においては、顧客によるポイント行使によって財貨・用役を提供する企業がポイント付与取引におけるポイント分に対する対価を回収している場合には自己の計算として取り扱われ、ポイント付与後の財貨・用役の提供とポイント付与にかかる対価の回収が結びついていない場合には代理として取り扱われる。本議論においては、企業がポイントの付与を請け負っている単純な事例を取り扱っていたことから、顧客によるポイント行使によって財貨・用役を提供しない企業は財貨・用役を提供する企業の代理として取り扱っている。

後者においては、ポイントは付与したすべてが顧客に使用されるわけではなく、必ず使用されない分、失効分が生じる。その際に、当該失効分をどのように会計処理するかが論点であり、そこでは 3 種類の考え方が示された。1 つ目は、企業の視点から、付与したポイントの金額に失効率を加味した金額をポイントの公正価値とし、ポイントに配分された対価を収益に振り替える際には付与したポイント数をもって行き、失効率が下方修正された場合には、引当金を計上する方法である。2 つ目は、顧客の視点から、付与したポイントの

金額を全額ポイント負債として認識し、使用・予測を含めた失効の都度、収益に振り替える方法であり、失効率の下方修正は収益をポイントに振り替える処理を要求する。3つ目は、顧客がポイントに対価を支払ったかを重視し、顧客によるポイント行使の確率とポイント行使によって提供される財貨・用役の金額を見積り、それらを掛け合わせた期待値をポイントの公正価値としている。この場合の失効率の変更は期待値の変動を通じて行われ、当該変動額を収益の振替処理を通じて認識する方法を要求している。これらの方法の内、1つ目の企業の視点を重視した方法を採用している。D20の結論の背景には、当初取引時に受け取った対価は確定していると記述されていることから<sup>181</sup>、IFRICはポイント付与取引と後の失効率の変動を別個の事象と捉えていると考えられる。このように主要な論点が議論され、D20は公表された。下記図表5において、D20における要点をまとめておく。

D20は図表5の様な規定となっている。ポイント付与取引を複数要素取引として取り扱い、当該取引において受け取った対価を売上とポイントに配分する処理が提案されている。当該処理は、ポイント付与取引のポイントという構成要素を、ポイントという権利だけではなく、顧客のポイント行使によって生じる財貨・用役の提供義務をも含む概念として捉えている。そして、IAS18のpara.13を適用し、複数要素取引としてポイント付与取引を捉え、IAS18の物品の販売に関する条件の(a)物品の所有に伴う重要なリスク及び経済価値を企業が買手に移転したこと、を満たさず、ポイントの引渡しではなく、顧客からのポイントの使用によって財貨・用役が提供されてから、ポイントにかかる収益が計上される。また、自己の計算または代理の論点では、明確に代理ではない場合には、自己の計算として会計処理し、財貨・用役の提供義務が第三者に移転した場合には、代理として会計処理することが要求されている。そして、ポイントの公正価値は、特典の金額と顧客の行使の割合(失効率)を加味した金額とされ、失効率が修正された場合には、ポイントの行使によって企業が提供する特典の金額に対してポイントに配分された対価の金額を超過した部分を引当金として会計処理する方法を示している。また、特筆すべき事項として、IFRICはカスタマー・ロイヤリティ・プログラムを収益獲得に貢献する資源として、国際会計基準第38号「無形資産」(International Accounting Standard 38 “Intangible Assets”: IAS38)の要件を満たした場合、資産計上を要求していることが挙げられる。

### 3 D20 公表後

#### 3.1 2007年1月における議論

2006年9月にD20が公開され、コメントレターの募集は同年11月まで行われた。2007年1月の議論では、D20に対するコメントレターの分析が行われた。コメントレターの視点は大きく分けて、(a)当該指針の必要性、(b)提案された指針一般、そして(c)指針の範囲、

図表 5. D20 の要約

範囲	・企業が販売取引の一部としてポイントを付与する場合であり、顧客によるポイントの行使に条件があ
----	--

<sup>181</sup> IASB(2006e), BC12.

	<p>る場合にはそれを満たした場合に適用される (para.3)。  ・ここで、無料で配布される割引券等は含まれない (筆者補足)。</p>
論点	<p>・ (a) 企業が無償または値引きされた財貨・用役を提供する義務は、(i) 販売取引から受け取る対価の一部をポイントに配分し、収益の認識を繰り延べる方法 (IAS18 の para.13 の適用)、または、(ii) 提供する財貨・用役の見積将来費用を引き当てる方法 (IAS18 の para.19 の適用)、のどちらによって認識及び測定すべきか、そして、(b) 対価がポイントに配分された際、ポイントに配分すべき金額と収益認識の時期の決定の議論、がある (para.4)。</p>
合意事項	<p>・ 企業は、IAS18 の para.13 を適用し、ポイント付与取引を複数要素取引として会計処理しなければならない (para.5)。  ・ 対価の配分は、構成要素の相対的公正価値、すなわち個別に販売される各構成要素に対する金額、を参照して行われなければならない (para.6)。  ・ ポイントは、顧客がポイントで財貨・用役に交換する際に獲得する値引きの金額を参照して見積られる。当該値引きの名目上の金額は、(a) 当初売上でポイントを獲得していない顧客へ提供される値引き、(b) ポイントの見積り失効率、(c) 貨幣の時間価値、を考慮して減額される。顧客が受け取る特典を選択できる場合、ポイントの公正価値は、選択されると予測される各特典の頻度の割合を加重した利用可能な値引きの範囲における公正価値を反映させる (para.7)。  ・ ポイントに配分された金額は、顧客がポイントを行使した際に特典を提供する義務を引き受けたことを表す。当該金額は、特典の価値と顧客によるポイント行使の割合に関する企業の期待を反映している。企業は、顧客による行使の有無に関わらず、その請求リスクを負っていることに対して対価を受け取っている。従って、リスクの失効や行使のパターンに沿って収益が認識される (BC11)。  ・ 企業は、(a) 特定の会計期間において、ポイントが交換されるパターンを反映し、または、(b) 第三者が顧客へ特典を提供する義務を引き受けたならば、第三者が当該義務を引き受けた時点において、ポイントの観点から収益を認識しなければならない。(a) において認識された収益の金額は、交換が予想される合計数に対して交換されたポイントの数を基に計算される (para.8)。  ・ 第三者が顧客へ特典を提供する義務を引き受けるか否かや引き受ける時点は、企業との契約条項に依存する。第三者が、ポイントが付与されると即時に義務を引き受ける場合、企業は当初売上で同時に収益を認識する。一方、顧客が企業もしくは第三者から特典を請求する選択が可能であるならば、顧客が第三者からの特典の請求を選んだ場合にのみ、第三者が当該義務を引き受けたとする (para.9)。  ・ どの時点においても、特典を提供する義務を果たすための不可避なコストが、受取対価の金額を超過すると予測されるならば、企業は不利な契約を有しており、追加的な負債を、IAS37 に従って、その超過分に対して認識しなければならない。当該負債を認識する必要性は、特典を提供する見積費用が増加した場合、例えば、失効率に関する見積りを改訂した場合において生じる (para.10)。  ・ カスタマー・ロイヤリティ・プログラムは、顧客関係の無形資産を創造または強化する。そのような資産は、IAS38 の認識規準を満たす場合に限り、認識される (para.11)。</p>
発行日 経過措置	<p>・ 企業は、本指針を本指針が最終決定した 3 か月後に開始する会計年度から適用しなければならない。早期適用は推奨され、その旨を開示しなければならない。本指針は遡及的に適用される (para.12)。</p>

(出典) IASB(2006e)を筆者引用作成。

に関わるものであった<sup>182</sup>。2006年1月の議論から、企業が無料または値引きした財貨・用役を提供するポイントのような義務に対して、(i) 複数要素取引として会計処理される場合 (IAS18 の para.13 を適用) と、(ii) 財貨・用役を提供する見積り将来の費用を引き当てられる場合 (IAS18 の para.19 を適用) と、2つの会計処理方法が示され、IFRIC は前者の会計処理を提案している<sup>183</sup>。ポイント付与取引を複数要素処理とする根拠は、現状見当たらず、明確ではない。そして当該提案された指針案に対して、各所からコメントが届いている。当該コメントレターは合計 57 通あり、各コメントレターは、IFRIC がポイント・プログラムの指針を公表することに対して賛同しているが、ポイント・プログラムの本質に関わらず、複数要素取引として会計処理することに対しての支持者は少数であり、幅広い提言がなされていた<sup>184</sup>。

<sup>182</sup> IASB(2007a), p.1(para.1).

<sup>183</sup> Ibid., pp.2-3(paras.5-6).

<sup>184</sup> IASB(2007a), p.3(paras.7-10).

IFRIC はコメントレターを分析するに当たり、まずは複数要素取引としてポイントを会計処理することに対する意見を分類している。D20 に対するコメントは 57 通届き<sup>185</sup>、5 つのコメントは、会計処理を提示せず、その内 2 つのコメントは委員間の意見が合わず統一の見解に対する承認が得られなかったとしている<sup>186</sup>。残りの 52 通はポイントに関する会計処理を提示している。その内 16 通が複数要素取引として会計処理することを支持している<sup>187</sup>。その内の 1 通は、すべての環境下の販売取引において複数要素処理することに対して全てを納得した訳ではないが、個別に認識可能な構成要素またはマーケティングにのみ貢献するという適切な境界線を決めることはできないため、IFRIC に賛同するとしている<sup>188</sup>。他の 15 通も暗黙的にもしくは明確に当該処理を支持しており、例えば、ポイントが使用された際に関連する費用を負うのであり、複数要素処理のロジックは反論できないという意見、複数要素処理は最も納得する方法であるという意見、多くのポイント・プログラムが運営されており、当該プログラムに参加するかは顧客の選択であるとし、当該状況はマーケティング費用よりむしろ顧客に価値を提供しているとして購買取引とは分離されるとする意見があった<sup>189</sup>。いくつかの回答者は、ポイントの公正価値測定やポイントに配分される収益の金額の信頼性を含めた実務の困難性を理由に、複数要素処理に条件を付けており、例えば (a) 引当金処理は、重要な仮定が収益配分の信頼性を減少させる場合や、ポイントは取引全体における相対的に重要ではない構成要素であるという場合において認められること、(b) 当該提案に対する実行可能性や実用的意義を検証するために、フィールド・テストの実施やすべての影響する産業への調査した上で適用を支持すること、(c) 当該指針は重要でない項目に対して適用する必要はないことや、ポイントの使用に制限がかけられているため、当初ポイントが付与された時よりも価値が低いであろう場合には、当該指針は必要ないことを財務諸表利用者に伝えること、を提案している<sup>190</sup>。

次に、ポイント・プログラムが特定のタイプである場合には複数要素処理を行い、それ以外の場合には引当金処理を行う折衷方式を支持するコメントは 20 通あったが、コメントそれぞれが異なる判断指針を示しており、その判断指針の累計は 3 つに分類することができた<sup>191</sup>。1 つ目はポイント・プログラムの性質で判断するグループであり、2 つ目は提供される特典が通常の営業で提供される財貨・用役であるか否かで判断するグループであり、3 つ目は提供される特典が付随的であるか否かで判断するグループである。

折衷方式における最初の見解は、航空会社から提案された見解であり、ポイント・プロ

---

<sup>185</sup> Ibid., p.5(para.5).

<sup>186</sup> Ibid., p.16(para.23).

<sup>187</sup> Ibid., p.5(para.7).

<sup>188</sup> Ibid., p.5(para.7).

<sup>189</sup> Ibid., pp.5-6(para.8).

<sup>190</sup> Ibid., pp.6-7(para.9).

<sup>191</sup> Ibid., p.7(para.10). 尚、内 4 通は折衷方式を支持するのみで、3 種の分類には含めることができなかったと思われる。

プログラムを(1) わずかに営業に貢献するプログラム (Marginally-managed programmes)<sup>192</sup>、(2) 企業通貨 (Monetised)<sup>193</sup>、(3) 提携 (Partner)<sup>194</sup>、の3つに分類し、(1) のポイント・プログラムに引当金処理を適用する見解である<sup>195</sup>。(1) の場合に引当金処理を行う理由は、当該プログラムにおいて顧客による交換請求に応じて特典が提供され、また、ポイントが他社で販売されていないことから、ポイントの公正価値の測定には実務的に困難であるとする<sup>196</sup>。また、プログラム運営者は提供する特典に対する裁量権を有し、ポイントの公正価値は時点に影響することから、同じポイントでも異なる公正価値が割り振られ、収益も同様であり、航空会社は従来からポイント残高を測定してきた<sup>197</sup>。複数要素処理を行うと、ポイント使用による売上に対する税金計算のために新しいシステムを実装しなければならない、負担がかかるとする<sup>198</sup>。本見解は、ポイントに対する測定の困難性と自社のシステム変更にかかる追加的な費用の見解から、すべてのポイント・プログラムに対して複数要素処理を手供することに反論している。

折衷方式における次の見解は、9つの回答者から提案された見解であり、ポイント交換によって提供される特典の性質が、通常の営業で提供される財貨・用役か否か、または、他社から提供される場合で区別されるという見解である<sup>199</sup>。当該見解の論拠は、(a) IAS18の para.13 が要求するのは経済的実質を反映する必要がある場合には、複数要素取引として取り扱うことであり、ポイント交換によって提供される特典は収益を創出する訳ではないことから、当該ポイントはマーケティング費用が実質であり、収益は通常の営業か否かで判断すべきである、(b) 第三者の財貨・用役が個別に販売・流通されないならば、それらは経済的には現金割戻と同質である、(c) 収益は企業が運営する部門の経済的指標として敏感である販売量を反映すべきである、(d) 特典は、それらが顧客に対する直接の関心を示す場合や市況で創出された売上に置き換えられる場合にのみ、収益を生じさせる、(e) D20 において折衷方式を採用しなかった理由は納得のいくものではなく、特典が企業の通常の営業で提供される財貨・用役であるかの判別は明確であり、境界線の設定は困難ではない、(f) IFRIC は結論の背景において、折衷方式を排除する理論的議論を行っていない、とのコメントがあった<sup>200</sup>。本見解は、ポイントの使用によって計上される収益が、通常の営業によって達成された収益であるかを問題としており、収益認識時に提供される財貨・

---

<sup>192</sup> プログラム参加者に企業から追加の財貨・用役に対する限定的な権利を提供するが、有効期限が設定されている (IASB(2007a), p.8(para.11).)。

<sup>193</sup> プログラム参加者に企業によって販売される追加の財貨・用役に対する無制限の権利を付与する通貨を提供する (IASB(2007a), p.8(para.11).)。

<sup>194</sup> プログラム参加者に第三者からの財貨・用役に対する権利を提供する (IASB(2007a), p.8(para.11).)。

<sup>195</sup> IASB(2007a), pp.7-8(paras.11-12).

<sup>196</sup> Ibid., p.8(para.13a).

<sup>197</sup> Ibid., p.8,(para.13b).

<sup>198</sup> Ibid., p.9(para.13c).

<sup>199</sup> Ibid., pp.9-10(paras.14-15).

<sup>200</sup> Ibid., pp.10-11(paras.17a-f).

用役との関係から反論を行っている。

折衷方式における最後の見解は 6 つの回答者から提案された見解であり、ポイントの会計処理はポイント・プログラムの性質に依存するとしているが、これらは主に、IFRIC における取引の実質を反映するために特典を個別に認識可能な構成要素として取り扱う結論の批判に集中している<sup>201</sup>。回答者は、IFRIC のポイントを個別に認識可能な構成要素として取り扱うことに関して賛同はしているが、それは特典が個別に提供され、主要な売上に対して付随的でない場合としている<sup>202</sup>。値引きや割戻のように、もし当初売上に付随的な特典が予想費用の増加として会計処理されるならば、当該費用は、個別的なマーケティング費用として表示されるよりも収益の控除として会計処理すべきであるとする<sup>203</sup>。本見解は、個別的に提供可能な財貨・用役に対しては複数要素処理を適用すべであるが、値引きや割戻のような効果を有するポイントは、個別に提供可能な財貨・用役ではなく、当初売上の減額として処理する方が適切であるとして、複数要素処理と引当金処理の折衷案も支持するコメントも存在したが、特徴として複数要素処理と収益の直接減額処理の折衷案を示しているコメントも存在した。

最後に、費用の発生（引当金）として会計処理する方法（cost accrual approach）を支持するコメントが 16 通あった。当該方法は当初売上に受取対価を全額収益認識し、特典を提供するためのコストを負債として同時に会計処理する方法であり、当該方法においても多くの賛同意見がある<sup>204</sup>。それらの意見は、(a) 多くのポイント・プログラムの実質は売上よりもマーケティング費用であり、ポイントの価値は一般的にとっても低く、顧客は取引が 2 つの構成要素から成っていると認識していない、(b) 公正価値は信頼性をもって必ず測定可能な訳ではなく、複数要素処理は比較可能性を達成する訳ではない、(c) 複数要素処理は実行が困難であり、高品質で有用な情報を作成することはできず、コストが便益を上回ってしまう、(d) 前受収益（deferred revenue）は負債の定義を満たさず<sup>205</sup>、貸借対照表は経済的事実を反映せず、報告された収益は急成長企業を低く評価する、(e) もし複数要素処理の影響が大多数の企業の実務を大幅に変更させるならば、製品保証とポイントの違いが明確でない様に、収益取引での個別に認識可能な構成要素に対する原則が定まるまで、IFRIC はこのような取引に原則主義を課すことに努めるべきではない、(f) ごく少数のポイント・プログラムは複数要素処理で会計処理することが適切であるが、他のプログラムと差別する規準を作成するに時間をかける必要があり、その作成期間において多様

---

<sup>201</sup> IASB(2007a), pp.12-13(para.19).

<sup>202</sup> Ibid., p.13(para.20).

<sup>203</sup> Ibid., p.13(para.21).

<sup>204</sup> Ibid., p.14(para.22).

<sup>205</sup> ポイントを引当金として処理している企業が報告企業の観点から述べた見解では、企業が全額収益として認識していた取引に IFRIC が提示する複数要素処理を適用した場合、報告企業が収益として把握している金額の一部を負債に繰り延べることになるため、真実の収益が計上されず、また一方で、本来なら収益とするものを負債として計上するため負債ではないとする（South African Airways(2006)）。

性を排除するためには、すべてのプログラムに引当金処理を適用するのが得策である、とする<sup>206</sup>。本見解は、ポイント自体がマーケティング費用であること、財務報告の質的特性の側面や負債の定義から複数要素処理を否定、また、複数要素処理の規準を整備した後に適用すべきという意見に分類され、すべてのポイント・プログラムに複数要素処理を適用することへの弊害を指摘している。上記のこれら D20 に対するコメントをまとめたものを以下に示す。

図表 6. ポイント付与取引に対する会計処理への意見

支持する会計処理	コメント数	意見
複数要素処理	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個別に認識可能な構成要素またはマーケティングにのみ貢献するという適切な境界線を決めることはできない (para.7)。</li> <li>・ポイントは、販売取引において、個別に識別可能な構成要素である (para.8)。</li> </ul>
折衷方式	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポイント・プログラムの性質で判断する (paras.10-13)。</li> <li>・特典が通常の営業で提供するか否かで判断する (paras.14-18)</li> <li>・特典が付随的である場合において、引当金処理や売上直接減額処理を適用する (paras.19-21)。</li> </ul>
引当金処理	16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポイントの販売というよりマーケティング費用である (para.22(a))。</li> <li>・ポイントの公正価値は常に信頼性をもって測定できない (para.22(b))。</li> <li>・複数要素処理は適用が煩雑で、情報の質と有用性が低い (para.22(c))。</li> <li>・前受収益 (deferred revenue) は負債の定義を満たさず、経済的実態を示さない (para.22(d))。</li> <li>・収益取引における個別に識別可能な構成要素に対する原則ができるまでは、原則的に行うべきではない (para.22(e))。</li> <li>・少数のプログラムでは複数要素処理が適切であるが、その他のプログラムでは異なる処理を採用し、その規準を作成するまでは引当金処理を適用すべき (para.22(f))。</li> </ul>
無回答	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>・団体内で統一的な意見が形成できなかった (para.23)。</li> </ul>

(出典) IASB(2007a)を筆者引用作成。

上記コメントの整理を行った後、IFRIC のスタッフは D20 を反対する回答者が提出した主要な論点を考慮し、それに対する反論を行った。特典の実質が当初売上を構成するマーケティング費用であり、顧客に対して相当程度の価値を提供している訳ではないという指摘に対して、ポイントの価値は一般的に高くないというのは事実であるが、ポイントという権利を行使するためにある一定額にまでポイントを貯める必要があり、顧客が現金を支払うことによって足りないポイント分を購入する場合やポイントと現金値引きと選択できる場合等あり、特典の実質や本質はそれらの価値とは関係ないとする<sup>207</sup>。顧客を獲得・維持するために設計されたどのような活動もマーケティング費用である可能性があり、そのような活動には現金値引き・割戻や現金を用いないインセンティブが含まれ、それらはマーケティング費用として会計処理する必要はない<sup>208</sup>。顧客に対するインセンティブはマーケティング費用であるか否かでその実質を判断できるが、マーケティング費用は、販売取引を保証するために、取引個別に負担され、当該インセンティブは販売取引自体の一部と

<sup>206</sup> IASB(2007a), pp.14-16(paras.22a-f).

<sup>207</sup> Ibid., p.17(paras.25-26).

<sup>208</sup> Ibid., pp.17-18(para.27).

して存在し、受取対価を減額または追加の財貨の提供という企業と顧客間での市場における交換要素であるとする<sup>209</sup>。従って IFRIC は、ポイントの付与を企業と顧客との交換取引として識別し、そこでは提供しているポイントの価値やマーケティング費用であるか否かで適用する会計処理を判断している訳ではないとする。

マーケティング費用ではなく、特典の実質は増量値引き（volume rebates）であり、予想される収益から減額される金額を負債として計上する方法を支持する見解に対しては、当該特典は顧客に対する提供される財貨・用役の一部であり、顧客から受け取る対価の減額ではないとする<sup>210</sup>。これらのことから、IFRIC におけるポイントは、財貨・用役の提供義務であり、収益の減額や費用の発生ではないことが伺える。

IFRIC は個別に認識可能な構成要素に対する一般的な原則を有していないという指摘に対して、現状販売取引における構成要素を決める一般的な規準を決められずにいるが、ポイント・プログラムに関してはそのような規準を展開する必要はなく、ポイント交換から提供される財貨・用役は本質的に十分に当初売上時に提供される財貨・用役とは独立しており、明確に述べる必要はないとする<sup>211</sup>。主要な商品の取引は単独で行われ、ポイントの付与が付随的である場合には、個別に識別可能ではないであろうが、財貨・用役がセットである場合はいつも、買い手が他の商品を購入することへ誘導するパッケージに他の財貨・用役が含まれていると売手がみなすか否かにより、会計処理は多様化する、としている<sup>212</sup>。

製品保証とポイントでは原則として相違ないという指摘に対して、確かに IAS18 において製品保証は当初売上に対応する費用を計上することを要求し、識別可能な構成要素として取り扱わないことになっているが、製品保証は既に引き渡された財貨・用役に対する追加の費用が直接負担されるのに対し、ポイントから交換された特典は既に引き渡された財貨・用役とは直接関係はなく、後日提供される財貨・用役であるとし<sup>213</sup>、製品保証とポイントの相違点は、提供される財貨・用役が異なるか否かとされる。

個別に流通しないならば、通常の営業で提供されない特典からは収益は生じないという指摘に対して、確かにポイント交換によって提供される特典は主要な活動ではないが、正常営業循環に基づいて提供され、たとえ当該特典が流通していないとしても、ポイント・プログラムの一部として特典を提供している企業は、通常の営業と営業外活動とを区別する正常営業循環基準に基づいて会計処理することを支持している<sup>214</sup>。確かに、特典は通常の営業で提供されない財貨・用役であるかもしれないが、特典は通常の販売活動において付与されることから、営業活動内で提供される財貨・用役として、収益計上要因であると

---

<sup>209</sup> IASB(2007a), p.18(para.28).

<sup>210</sup> Ibid., p.18(paras.29-30).

<sup>211</sup> Ibid., pp.18-19(paras.31-33).

<sup>212</sup> Ibid., p.19(para.34).

<sup>213</sup> Ibid., p.20(paras.35-36).

<sup>214</sup> Ibid., pp.20-21(paras.37-40).

する。

例えばクレジットカード会社が顧客に航空会社のポイントを保証する場合には、引当金処理を適用すべきとし、第三者によって提供される特典からは収益は生じないという指摘に対して、(a) もともと D20 の para.8 (b) において、第三者によって特典提供義務が負担された際に、当該ポイントに対して配分された対価を収益計上、すなわち、受け取った対価を全額収益に計上し、当該義務を決済するコストを負債として計上する会計処理を要求している、(b) 義務に対する決済コストを費用とするか、収益の減額とするかは、ポイントに配分された対価が自己の計算で行われたものか、第三者の代理として行われた場合に依存する、としている<sup>215</sup>。D20 と引当金処理は同様の会計処理を要求しているが、異なる過程を通じて会計処理が展開されており、D20 は (a) 一般要件の例外として第三者のプログラムに対する要件を示しているのではなく、誰が特典を提供しようとも、顧客は暗黙的に 2 つの個別な財貨・用役に対して対価を支払っているとし、(b) 当該指針が、第三者が提供する特典を観察し、または当該特典を個別の構成要素として識別しないとすると、どのように自社または第三者が特典を提供する複合的なプログラムの会計処理方法を決定するかが困難になる<sup>216</sup>、とする<sup>217</sup>。従って、ポイントを構成要素とし、後に財貨・用役の提供義務たるポイント負債が他の第三者が特典を提供することによって解放された場合、特典提供義務からの解放から計上される収益とそれに対応する費用の側面から負債が計上されるため、対応原則や費用の側面から引当金が計上されるとする。

信頼性をもってポイントの公正価値を測定することはできないという指摘に対して、複数要素処理でも引当金処理でも、獲得可能な特典の範囲、特典が交換される頻度、失効率や履行の時点等、多くの変動要因が存在し、両処理は公正価値または費用の見積りのどちらを行うかの違いであるとし、例えば 250 ポイントが財貨・用役の購入に際して \$ 2.50 の減額に交換できるのならば（上記の企業通貨を提供するポイント・プログラム）、一般的には費用より公正価値の方が信頼性をもった見積りができ、ポイントが販売されている場合には、当該価格が公正価値となるとする<sup>218</sup>。多くの回答者は、有効期限が設定されている航空会社のポイント（マイル）の交換先に制限がかかっている場合（上記の営業に貢献するポイント・プログラム）、通常販売される財貨・用役に比べてその公正価値は明確ではないとするが、(a) 例えば航空会社の座席において、ポイント・プログラムで提供される座席の公正価値とポイントの関係の参照として、通常提供されない売れ残った座席を売るチャンネルを通じて売られる平均価格が用いられる、(b) 顧客にマイルの提供と航空運賃の減

---

<sup>215</sup> IASB(2007a), pp.21-22(paras.41-42).

<sup>216</sup> 本記述 (b) は、第三者からの特典の提供を顧客が選択可能にも関わらず、付与したポイント分を含めた全額を収益として計上した場合には、実際に顧客が第三者からの特典提供を選択した場合において、企業はポイント付与に伴う受取対価を第三者に支払わなければならない、そのような場合に対応できない、ということ推定していると思われる。

<sup>217</sup> Op cit., pp.22-23(para.43).

<sup>218</sup> Ibid., pp.23-24(paras.44-47).

額を選択させる場合、ポイントの公正価値に基づいて航空運賃の減額の下限が決められる、  
(c) ある航空会社はクレジットカード会社にマイルを販売し、その価格が必ずしもマイルの公正価値と一致するとは限らないが、当該価格が顧客に保証されるマイルの価値の裏付けとなる、とする<sup>219</sup>。そして、すでに D20 の複数要素処理を行っている航空会社もあり、その際は保証したマイルの公正価値に基づいて負債を計上し、経営者及び監査人は十分に信頼性をもってマイルの公正価値を見積もることができるとしている<sup>220</sup>。従って、ポイントに関する公正価値の測定や引当金の計上は、同程度の測定に関する困難性が存在とするも、ポイントの売買やポイントが売上の減額に用いることができる場合には、見積りよりも確かな証拠として公正価値を測定できるとする。

D20 の採用は便益以上に追加のコストを企業に負担させるという指摘に対して、当該便益は財務諸表の比較可能性やポイント・プログラムの義務の測定の目的適合性を高めるとし、その理由は (a) すべての企業が同一の基準に基づいてポイント・プログラムから生じる義務を測定し、経営成績や財政状態のより有意義な比較を可能にする、(b) 顧客にポイントを保証し、他企業にポイントを売る航空会社のような企業は、同一の基準に基づいて、2つの同じ義務を測定する必要がある、(c) より一般的には、顧客に対する他の履行義務と同様に、企業はポイント履行義務を同一の基準で測定する必要がある、とする<sup>221</sup>。発行形態の異なる同一の義務を同一の会計基準によって測定することで、財務諸表の比較可能性を高めることが便益であるとしている。しかし、売上と同時にポイントを付与する取引以外の場合、本基準の対象外であるが、ポイントが単独で発行される場合にはどのように処理するかを IFRIC は示していない。

ポイントの公正価値が信頼性をもって見積もることができず、収益が配分の信頼性を下げる場合や取引の構成要素としてポイントが相対的に重要でない場合には例外を許容すべきという指摘に対して、例えば、合理的そして信頼性をもった見積りができない場合には、潜在的に最大の金額を負債として認識するならば、失効率を考慮しない粗い正しい測定が、失効率を考慮する正確で誤った測定よりも目的適合的であることになり、そのような状況は否定すべきで、また、全ての取引において特典が取引の構成要素として相対的に重要でないならば、測定の多様性が比較可能性の実質的喪失を引き起こすべきではないため、代替的な方法は許容しないと<sup>222</sup>。よって、コスト・ベネフィットの観点と同様に、同一の会計処理方法を要求することによって、比較可能性を確保することを重視する方針を示している。

重要性のある項目に対してのみ D20 の適用を要求し、ポイントは付与時点において重要ではないことから適用の必要はないとの指摘に対して、確かに IAS8 において重要性のある項目を定義しており、重要性の無い項目に対しては適用を要求しておらず、個々の基準に

<sup>219</sup> IASB(2007a), pp.24-25(para.48).

<sup>220</sup> Ibid., p.25(para.49).

<sup>221</sup> Ibid., pp.25-26(paras.50-51).

<sup>222</sup> Ibid., p.26(paras.52-55).

における重要性の有無の言及を避けている<sup>223</sup>。しかしながら、本解釈指針は特別な事例であり、たいていの重要性のない取引に対して相対的に複雑な会計処理規定を提案しているが、ポイント・プログラムのスキームは、実際よりも価値がある様に見せている便益を提供するために設計されるため、当該非重要性はたいてい認識されず、そのことを結論の根拠に明示することが妥当である、とする<sup>224</sup>。

上記の様なコメントに対する反論をした上で、IFRIC は提案している複数要素処理を維持し、最終指針案に向けて審議を進展する旨を決定し、そのために結論の根拠に複数要素処理を採用する理由の記述を増やすこと、公正価値の測定や収益の認識に関する規定を簡素化するために見直すこと、暫定的取決め事項の追加と適用時期の延期、を決めた<sup>225</sup>。以下に上記議論の要約を示す。

図表 7. 各コメントに対する IFRIC の反論

D20 の反対視点	IFRIC の反論
特典の実質はマーケティング費用	・特典の価値が相対的に低いという事実は、本質によってその価値が決まるとい う実質に影響しない (p.17, para.26)。 ・マーケティング費用とインセンティブは異なり、ポイントというインセンティ ブは販売取引の一部である (p.18, para.28)。
特典の実質は増量値引き	・ポイントは、顧客に提供される財貨・用役の一部である (p.18, para.30)。
IFRIC は個別に識別可能な構成要素に対する一般原則を作成していない	・個別に識別可能な構成要素を定義するために採用される規準がどのようなもの であっても、当初取引の財貨・用役とは完全に独立しているため、特典は当該基 準を満たすものである (p.19, para.33)。
製品保証とポイントでは原理上相違は無い	・販売された財貨と関連があるか否かで判断すると、特典は当初販売した財貨・ 用役とは別個の財貨・用役であるため、異なる (p.20, para.36)。
個別に流通していない場合、特典は収益を生じ得ない	・主たる活動ではなくとも、営業循環基準に基づいて、販売取引の構成要素とし て処理されるべきである (p.21, paras.38-40)。
第三者から提供される特典は収益を生じ得ない	・どの主体が特典を提供しようとも、顧客は暗黙的にポイントに対価を支払って いる (pp.22-23, para.43(a))。 ・複数要素処理は、後に第三者へポイント付与に対する対価の支払いに対応可能 である (p.23, para.43(b))。
ポイントの公正価値は信頼性をもって測定できない	・複数要素処理でも引当金処理でも、獲得可能な特典の範囲、特典が交換される 頻度、失効率や履行の時点等、多くの変動要因が存在し、両処理は公正価値また は費用の見積りのどちらを行うかの違いである (p.23, paras.44-45)。 ・複数要素処理を採用している企業では、経営者と監査人は、十分に信頼性をも ってポイントの公正価値を見積もることができるとする (p.25, para.49)。
そのコストが便益を超える	・財務諸表の比較可能性とポイント義務の測定に関する目的適合性が向上する (pp.25-26, para.51)。
公正価値に信頼性がない場合の例外規定	・例外の採用による測定における多様性が、比較可能性の実質的喪失を引き起 すべきではない (p.26, para.55)。
重要な項目のみに対する適用可能性の強調	・本指針は特殊な事例を扱っており、重要性のないものにも相対的に複雑な会計 処理を要求しており、重要性による適用の有無は結論の根拠で述べるのが妥当で ある (p.27, paras.58-59)。

(出典) IASB(2007a)を筆者引用作成。

複数要素取引としてポイントを会計処理することの次に、公開指針に対する適用の範囲(対象)について議論している。57 通の内、25 通のコメントが適用の範囲について言及し

<sup>223</sup> Ibid., pp.26-27(paras.56-57).

<sup>224</sup> IASB(2007a), p.27(paras.58-59).

<sup>225</sup> Ibid., pp.28-29(paras.60-63).

ており、その多くは、いくつかのポイントはマーケティング費用として取り扱うべきであり、D20の適用外とする旨を示し、その理由は概念的なものや実務的なもので、2つに分類することができる<sup>226</sup>。

1つ目の分類は、当該範囲が、明確に識別された原則ではなく、特別な契約を対象としていることへの指摘であり、当該問題点は、(a) 基礎概念なしに特別な契約を取り扱うと、他の類似する契約に対する指針と一致しないリスクがある点、(b) 特別な契約に対して規定された失効率に対する会計処理方法が不合理に他の契約、例えばテレホンカードの販売、に適用されるリスクがある点、である<sup>227</sup>。IFRICの(a)に対する反論として、異なる規準が用いられているという事実は経済的契約の多様性を反映しており、また、現状すべての事例に働く原則の識別はできないことから、異なる経済的事柄の識別に対処するために異なる規準が用いられるという事実はそれ自体重要ではない、とする<sup>228</sup>。また、(b)に対する反論として、回答者が出した事例は法的拘束力が存在するが、D20を当該事例に適用すると収益は受取対価に基づいて失効部分も期間配分され、当該失効率を取り扱ったIFRSの基準は存在しないが、本規定に基づいて失効部分を考えるならば、基準間での取り扱いに矛盾は生じない、とする<sup>229</sup>。結論として、他の契約で選択された原則とポイント・プログラムを取り扱う上で選択された原則が矛盾するということはなく、今後も失効率に対して本指針を基に検討が重ねられることが示された<sup>230</sup>。ここでは、各経済事象に適用される会計処理規定が異なる場合、当該相違は経済事象の相違であると解釈し、また、本指針案で提案している会計処理を類似する取引に適用しても、それは現在運用されている会計処理規定と矛盾しないことを示している。

2つ目の分類は、当該範囲が、経済的契約を正確に取り扱っていないという指摘であり、当該問題点は、(a) 現金報酬という特典、入会ポイント・誕生日ポイントの様な販売取引と関係ないポイントの保証をD20は扱っていない点、(b) (i) 個別に販売されない財貨・用役と交換される特典は範囲外にすべき、(ii) 金額が重要でなく、顧客がポイント・プログラムに加入したことを理解していない、顧客が2つの別個の項目を購入していると考えられない場合には、マーケティング費用であるとして範囲外にすべき、(iii) BtoBの契約は他の経済的理屈があり、範囲外にすべき、(iv) 提供される項目の価値が重要でない場合は範囲外にすべき、等のD20が取り扱う範囲が広すぎる点、(c) (i) 第三者が提供した場合、第三者側の会計処理を提示すべきであること、(ii) プログラムに関係する企業が多数存在する事例において、各参加企業の会計処理を提示すべきであること、(iii) ポイントが企業間で売買される場合の会計処理、等の経済的契約の片側のみを対象としていること、

---

<sup>226</sup> IASB(2007a), p.30(paras.1-3).

<sup>227</sup> Ibid., pp.30-31(para.4).

<sup>228</sup> Ibid., pp.32-33(paras.6-7).

<sup>229</sup> Ibid., p.33(paras.8-9).

<sup>230</sup> Ibid., p.33(para.10).

である<sup>231</sup>。当該範囲の視点は、ポイントの発行方法の範囲、ポイントの交換対象の範囲、当該指針が取り扱う取引当事者の範囲等、多くの点が指摘されている。

(a) に対する IFRIC の反論として、取引の積み重ねにより最終購入時において現金報酬（現金値引き）が行われる場合には、D20 の範囲内であるが、毎取引現金値引きが行われる場合には現金割戻と同じであり、D20 の範囲外となり、入会ポイント・誕生日ポイントに関しては、ポイントは個々の購入や一連の購入に関連して保証され、当該ポイントは一連の購入と関連して保証されることから、D20 の範囲内とされる<sup>232</sup>。多くのポイント・プログラムがあり、個々に適用の可否を提示することはできないが、経営者や監査人が判断するに当たって参考となるような最も一般的な特徴を有するポイント・プログラムの設例を提示する予定である、とする<sup>233</sup>。当該記述は、入会や誕生日ポイントは、日々の取引の蓄積における売上割戻と同様、一定の取引を前提に発行されている場合には範囲内であり、当該前提が無い場合には適用外であると理解され、後に当該指針は後に提示するとするも、後の議論においては取り扱われていないことから、当該前提を判断する指針を作成することができなかつたと推測され、当該ポイントは範囲外と理解される。

(b) の適用範囲が広すぎるという指摘に対する反論として、測定の不確実性や重要性等の多様な特性で例外を正当化すると、理論的根拠としてどのポイント・プログラムが範囲に含まれるか否かを決定する必要があり、実務の多様性のリスクを引き起こすことになる、とする<sup>234</sup>。図表 5 のコスト・ベネフィットの観点や例外規定の排除で示している通り、IFRIC は同一の義務は同一の会計処理を適用することによって、財務諸表の比較可能性を向上させる方針であることから、価値の多寡等によって会計処理を変更することを回避している。

(c) の取引当事者が多い場合、他社の会計処理を提示すべきことに対して、IFRIC はポイント・プログラムが販売取引においてどのような複数要素取引として考えられるかの指針を提供することが目的であり、第三者における会計処理を提示することを目的としている訳ではなく、コメントにおいても明確に第三者の会計処理を要求するものはなかつたことから、将来の議論事項として考える予定である、としている<sup>235</sup>。また、ポイントが販売される場合の会計処理は、当該指針の範囲外であることから議論を行わないことが示されている。

このように、本議論においては各コメントレターが支持する会計処理方法を分類し、複数要素処理適用に対する批判の反論をしていた。57 通あるコメントレターの内、16 通が複数要素処理を支持しており、その割合は約 3 割程度である。しかし、その支持者においても、販売取引におけるポイントの相対性において、その価値が低いと判断される場合や、実行可能性等に対するフィールド・テストの実施等、複数要素処理を支持しているものの、

---

<sup>231</sup> Ibid., pp.31-32(para.5).

<sup>232</sup> IASB(2007a), p.34(para.11).

<sup>233</sup> Ibid., p.34(para.12).

<sup>234</sup> Ibid., pp.35-36(paras.14-19).

<sup>235</sup> Ibid., p.36(paras.20-23).

完全な支持ではなく、その適用に段階性を要求しているものもあり、3割が純粋に支持しているとは考えられない。ただし、複数要素処理と引当金処理の両処理を要求する折衷方式では、その境界線を引くのは困難であり、どちらの処理を原則とするかの決定は現状では困難と考えられる点では、どちらかの処理に一本化するのが妥当な方法である。

しかし、IFRIC は、個別に識別可能な構成要素を定義することなく、ポイントを当該構成要素として識別している点は理論的ではない。また IFRIC は、引当金処理に対する論拠の批判を中心に行い、複数要素処理採用の積極的論拠が示されておらず、このことは 2006 年 1 月における議論から続いている。また、ポイント付与取引という限定的な事例を対象としており、入会ポイントや誕生日ポイントも含まれるとするが、販売取引の一部としてポイントが付与されなければ当該指針が適用されないことから、現状では未完成な指針であることが否めないのである。

IFRIC において、ポイントは通常の営業過程で提供される財貨・用役を提供する義務として識別され、また、比較可能性の観点から例外規定を設定しないということが方針であると確認できる。ポイントの認識を度外視し、複数要素処理または引当金処理を用いてポイントを測定する場合には、IFRIC は、同程度の技術的算定方法が行われるとして、測定面における困難性は両処理方法とも同じであるとする。確かに、複数要素処理におけるポイントの公正価値の算定は、ポイントの単価または交換される財貨・用役の金額、失効率、ポイント残高を利用し、引当金処理において計上される金額も同要素を用いて算定される。さらにポイントの公正価値を算定する場合、ポイントが個別に売買されるならば、当該価格を参照することが可能である。複数要素処理と引当金処理との間で測定面において相違はないと思われ、複数要素処理の方がより算定方法が多いことになる。このことから、引当金処理から複数要素処理への変更は可能であり、会計処理の多様性を排除し、比較可能性を向上させるために同一の会計処理を要求している。しかし、このように考えたとしても、複数要素処理の引当金処理に対する理論的優位性が示されておらず、個別に識別可能な構成要素の定義が示されていないことから、複数要素処理に統一化することへの論拠および個別に識別可能な構成要素の定義が必要であると考えられる。

### 3.2 2007 年 3 月における議論

2007 年 1 月の議論において、全体的な議論として、会計処理に対する検討と D20 の適用範囲について議論がなされた。会計処理に関しては、複数要素処理、引当金処理、両者の折衷方式の 3 種類の案が提示されたが、IFRIC は複数要素処理を支持する旨を提示し、適用範囲に関しては、ポイント・プログラムで提供される特典の区別をせず、すべてに適用する方針を示し、最終指針案に向けて展開していくことを決めた。2007 年 3 月の議論では、1 月では取り扱わなかったコメントを議論し、指針に具体的な設例を設けるか否かを決め、前回の議論で要求された追加事項を指針案に盛り込むことが、主要な目的である。議論の具体的項目は、ポイントに対する対価の配分方法(「論点 1」)、収益認識要件(「論点 2」)、

第三者による特典の提供（「論点 3」）、その他のコメントの分析（「論点 4」）、以前の議論で変更された事項（「論点 5」）、これらの検討である。

まず「論点 1」はポイントに対する対価の配分方法であり、そこでは（A）D20のように収益配分に対する特定の方法を課すべきではない、（B）ポイントの公正価値が信頼性をもって測定できない場合、（C）指針案に対する疑問点、の 3 種類のコメントに大別でき、順に見ていく。

（A）の配分方法に関して、全コメントレターの内、7 通が配分方法に関心を持ち、内 1 通は D20 の配分方法を支持し、1 通は当該配分方法を否定している<sup>236</sup>。当該配分方法に関して、（a）IAS18 では取引の実質を反映して取引の構成要素を把握することを求めているが、D20 ではさらに各構成要素の公正価値に基づいた受取対価の配分を求めていること、（b）ポイント・プログラムに対する要求が他の契約においても広がるリスクがある一方で、IAS18 に存在する設例が異なる方法を示していること、（c）他の配分方法の方が公正価値の相対的配分より目的適合的な結果を生じること、がコメントとして出され、IFRIC はそれらに対して分析・意見を述べている<sup>237</sup>。IFRIC における分析では、IFRIC は、その権限において、実務の多様性を低減するためにある特定の方法を提案することができるとし、IAS18 以上の要求を行えるとした上で、当該配分方法を議論しているとの意見や、そもそも IAS18 の要求する受取対価を基礎とした配分方法を D20 においても要求しており、IAS18 と一致しているとしている<sup>238</sup>。そして配分方法に対しては、公正価値を用いる方法を要求されているが、複数要素取引において、各構成要素の公正価値の割合で配分する方法（比例配分法：relative fair value method）や、特定の構成要素の公正価値を重視して、差額を他の構成要素に配分する方法（残価法：residual method）があるとしている<sup>239</sup>。このことから、（a）配分方法に関して言及せずに、受取対価を各構成要素に配分すると簡略化する、（b）財貨・用役の公正価値を参照して各構成要素に配分することを要求し、相対的に配分するか残価法を用いるかは言及しない、（c）指針で提示している比例配分法を維持する、ことが提示され、（a）は却下され、現状を維持するとして（c）が提案された<sup>240</sup>。このことは、IFRIC は実務上の多様性を排除するために、対価の配分方法も特定し、比較可能性を重視していると考えられる。

（B）のポイントの公正価値が信頼性をもって測定できない場合に関して、（a）提供される特典に市場価格がない場合、（b）顧客が幅広い財貨・用役から特典を選択でき、信頼性ある見積りを行う事ができない、（c）ポイントの使用率等の過去の情報が存在しない場合、これらにおいて信頼性ある測定ができないとのコメントがあり、各識別可能な構成要素に対価を配分するために公正価値を用いる方法ではなく、特典を提供するために負担する将

<sup>236</sup> IASB(2007b), p.5(para.11).

<sup>237</sup> Ibid., pp.5-6(para.12).

<sup>238</sup> Ibid., pp.6-7(paras.13-14).

<sup>239</sup> Ibid., p.7(paras.15-17).

<sup>240</sup> Ibid., pp.7-8(paras.18-22).

来の費用、費用に合理的な利益を加算した金額または増分費用を用いることをコメントは提案している<sup>241</sup>。これに対して IFRIC は、経営者と監査人がポイントの公正価値を評価する適切な方法を選択するために、自ら判断することを要求した<sup>242</sup>。このことは明確ではないが、IFRIC がポイントを提供される財貨・用役をも含めた概念として理解していることから、当該財貨・用役に対する合理的な金額を見積もることを要求していると考えられ、また、指針内の統一性を図るために、公正価値の見積りを用いていると思われる。

(C) 指針案に対する疑問点では、これまでに議論した論点に対する疑問点が挙げられている。そこでは、ポイントの公正価値をどのように測定するかについて、抽象的なものから具体的な質問が存在する。まず、D20 において用いられている各用語の概念が不明確という指摘であり、その内容は、D20 内の paras.7-8 のように、顧客の視点と企業の視点が混在している点、市場価値または企業が示す料金として公正価値を捉えるのか不明である点、そもそも当該基準は不要である点、である<sup>243</sup>。次に、公開された指針の内容について、(a) 指針の容量が少なく、十分ではない、(b) 値引きの場合の取り扱いが不明であること、(c) 失効率の見積りは、公正価値の算定で反映させるのではなく、収益認識の際に考慮されるのではないかと指摘する<sup>244</sup>。

上記の公開指針の分量が少なく、十分ではないことに関して、(a) 航空会社において、ポイント交換によって提供される航空券は提供される航空券ごとに異なる価格決定方針がなされており、公正価値を基に比例配分する際の処理基準、(b) para.7 における特典の公正価値を測定する際に、値引きを考慮する場合の基準、(c) 顧客が受け取る特典に幅がある場合の評価において、利息を考慮する場合の基準、(d) 顧客に提供する権利を評価するに際して、経営計画の使用が許容されるかどうかの基準、という具体的基準の作成をコメントでは要求している<sup>245</sup>。これらの意見に対して IFRIC は、多くの事例を取り扱う基準と設例を設ける方針、基準の内容または書式を修正する方針、コメントで指摘された para.7 を削除し、特定の基準やポイントの公正価値の見積り方法を提示しない方針、の 3 種類を示し、現状の para.7 を維持する方向で、個別に当該議論に対する新たなセクションを作成することを提案した<sup>246</sup>。本提案は、実務が多様過ぎるため、統一的な会計処理を要求するためには、ポイントの価値測定の方法や事例の呈示が必要と IFRIC は判断したと思われる。

また、値引きの場合の取り扱いが不明であること、特に割引 (discount) の取り扱いに関して、時間価値を考慮しないことが要求され、その理由として (a) ポイントの公正価値測

---

<sup>241</sup> Ibid., p.9(paras.24-25).

<sup>242</sup> IASB(2007b), p.10(para.32).

<sup>243</sup> Ibid., pp.11-12(para.35). 尚、本コメントに対する IFRIC の考えは文面上削除されている。

<sup>244</sup> Ibid., p12(para.36).

<sup>245</sup> Ibid., pp.12-13(para.37).

<sup>246</sup> Ibid., p.15(paras,40-45).

定には実務的多様性があり、厳密に行うほど多くの場合は重要ではない、(b) ポイントは金融商品ではなく、時間価値を考慮する必要はない、また、顧客に財貨・用役に対する割戻しではなく、財貨・用役を提供する特典を保証する場合において、時間価値を考慮し続けるならば、ポイントの測定はインフレの効果を考慮すべきである、という意見が挙げられた<sup>247</sup>。これに対して IFRIC は、特に価値が低いまたは非金銭的な基準で表現されるポイントにおいて、早期に交換が予想される特典に対する時間価値は重要ではないことを受け入れた<sup>248</sup>。しかし、para.7 の規定は特殊な事例・環境であり、当該事例等は名目貨幣額における保証の重要性を考慮しており、当該考慮は合理的であること、また、重要性に対する判断は、IFRS では一般的な原則であり、重要性の判断を各基準において行わないことが IFRIC や IASB の方針であるとして、重要性に対する言及は行わないことを示した<sup>249</sup>。本議論では、ポイントが値引きではなく財貨・用役と交換される場合や短期的に使用されることを考慮し、時間価値の算定は重要性があまりないと判断したものの、重要性に関する記述は概念的なものであるとし、当該記述は行わない旨を決めている。当該時間価値を排除する方針は、IFRIC がポイントを将来の財貨・用役と考えている証左である。

そして、失効率の見積りに関して、ポイントの失効率をその公正価値測定に用いるのではなく、収益認識時に用いることが提案され、当該処理は IFRS2 の方法<sup>250</sup>と類似しているとしている<sup>251</sup>。しかし、当該方法は理論的な理由と言うよりも、実務的に受け入れられた手法で、当該方法の効果は、ポイントに配分された当初収益額を再測定することであり、ほぼ間違いなく、当初配分額は固定され、事後修正は収益認識の割合の修正のみとすべきであると<sup>252</sup>、IFRIC は、ポイントの公正価値は失効率の見積りも考慮して行う、現状の指針を維持することを薦めた<sup>253</sup>。本記述はポイント付与時において、対価の内、企業の視点におけるポイントに支払われた金額を決定し、後の失効率の修正は、ポイントに対する受取対価が確定した上での収益獲得パターンの修正であるとして、見積りの修正を遡及的に反映させず将来的に反映させることを示している。

「論点 2」は収益認識要件であるが、これは後に示す第三者による特典の提供との違いを示すならば、顧客に特典を提供する主体が自社か第三者かという違いである。D20 は、付与したポイントが、(a) 交換された場合の会計処理、(b) 交換されなかった場合、どのように会計的に取り扱うかを示しており、当該取り扱いを示すために設例を設けている<sup>254</sup>。当該設例は後の IFRIC13 に掲載される設例の基となった設例である。そして後に、収益認

---

<sup>247</sup> IASB(2007b), p.16(para.48).

<sup>248</sup> Ibid., pp.16-17(para.49).

<sup>249</sup> Ibid., p.17(paras.50-52).

<sup>250</sup> 修正付与日方式と呼ばれる資本性金融商品の測定方法であり、権利確定後に失効した部分に対して、株式報酬費用を戻し入れず、資本項目間で振り替える方法である。

<sup>251</sup> Op cit., p.18(para.54).

<sup>252</sup> Ibid., p.18(para.55).

<sup>253</sup> Ibid., p.18(para.56).

<sup>254</sup> Ibid., pp.19-22(paras.1-7).

識に対するコメントを分類・紹介し、それらに対して意見を述べている。分類視点は、D20の要件に対するコメント、D20の充分性に基づくコメントである。

まずはD20の要求に対するコメントでは、3つの視点が述べられている。1つ目は、要件等を設定する必要はなく、原則主義の下で会計処理を行えばよい、との指摘に対して、実務上の多様性を懸念し、また、IAS18には失効に関する記述は存在しないため、当該指針を出すとしている<sup>255</sup>。

2つ目に、収益は交換のパターンやリスクの解消を反映して認識されるべきであること、失効率の見積りの変更はポイントに配分された対価の金額の再測定に結びつけるのではなく、後の収益認識の時点に影響させるというD20で目論まれている目的がある事例<sup>256</sup>においては反映していないとの指摘がなされた<sup>257</sup>。これは当初想定された失効率が下方修正された場合において、当該下方修正部分をどのように取り扱うかという問題であり、回答者は当該部分をリスクの解消であるとして収益認識するとしたが、IFRICは当該部分をリスクの見積りが変更されたとして、収益配分計算における違いとし<sup>258</sup>、また、もし交換率が上昇した場合で、ポイント金額を増加すべきとするならば、それは当初認識時のポイント配分額を増加させることになり、収益の遡及修正となってしまうことから、D20の会計処理は当初の目的と一貫した処理であるとする<sup>259</sup>。すなわち、IFRICは、ポイント付与時点においてポイントに配分した金額や収益額に対しては修正を行わず、失効率の修正を行った場合には、当該金額ではなく、将来においてポイントをどのように収益に振り替えるかのパターンの修正や、追加的な負債の計上という、ポイント付与取引より以後の取引に当該修正の影響を反映させる処理を提案している。

3つ目に、D20とIAS8との整合性に対する指摘がなされており、それはD20の文言では、失効率の見積りが変更された場合、受取対価を売上とポイントに配分する際、当該ポイントに配分する際の測定基礎が変更されたと捉え、配分当初の金額を修正することを示していると誤認することから、当該見積りの変更を将来において反映させる旨の記述を追加することを要求され、当該要求を受け入れた<sup>260</sup>。

次に、D20の充分性に基づくコメントでは、IFRICは、ほとんどのコメントは提案された収益認識案に対して不支持を表明しなかったが、多くのコメントは適用方法に対するより詳細な指針が必要であると示した、と分析している<sup>261</sup>。そこでは、失効および使用され

---

<sup>255</sup> IASB(2007b), p.24(paras.10-12).

<sup>256</sup> ある事例とは、ポイントを保証した当年度において全くポイントが景品に交換されず、ポイント付与年度において、ポイントの交換率を下方修正した場合である。

<sup>257</sup> Op cit., pp.24-25(paras.14-15).

<sup>258</sup> 例えば、付与されたポイントの配分価額が100であり、交換見込を90から80に変更した場合、回答者は90の使用見込の内10が収益として認識されるとしたが、IFRICはポイントに配分された金額を配分する際の分母が90から80に修正されたと考えている。

<sup>259</sup> Op cit., pp.25-26(paras.16-19).

<sup>260</sup> Ibid., pp.26-27(paras.21-25).

<sup>261</sup> Ibid., p.28(para.27).

ないと認められたポイントに対する収益認識方法への言及が十分ではない、見積りの変更が行われた際の会計処理に対する指針が必要である、当初ポイントに配分された金額が変更されず、その点が強調されている事について、結論の根拠での指摘が必要である、D20の para.10 の不利な契約に関する記述が不十分である、収益認識に対する方法<sup>262</sup>を明確にすべきである、設例を設定すべきである、等の意見が出された<sup>263</sup>。これらの意見に対して IFRIC は指針を明確にし、設例を指針の中に取り入れることを決めたが、その際、設例の方法は許容される 1 つの方法であるという注意書きを加え、類似する方法が適用される状況の設例を与えることも必要である、とした<sup>264</sup>。

「論点 3」は第三者による特典の提供である。当該前提は、ポイントの付与は自社であるが、特典の提供は第三者である場合である。IFRIC は、当該事例における受け取ったコメントの分析を行い、指針内に設例とその会計処理を設けるかを検討した。

当該検討に際して、簡単な事例を提示した<sup>265</sup>。当該事例とは、ある企業がポイント・プログラムを運営しており、そこでは \$ 1 の販売毎に 2 マイル付与する。当該マイルは、予約状況にもよるが、他の航空会社の航空券を購入する際の金額を減額することができる。そして企業は付与したマイル数を航空会社に知らせ、直ちに \$ 0.0045 を航空会社に支払う義務を企業は負う。そして当期において合計 \$ 2 百万の販売があったことから、\$ 9,000 を航空会社に支払うことになった。企業の見積りによると、付与したマイル総数に対する公正価値は \$ 10,000 であったことから、販売時に受け取った対価をマイルに \$ 10,000 配分した。特典を提供する義務を企業は有していないことから、マイルに配分された金額を全額収益として認識するが、一方でマイル付与に伴って \$ 9,000 の支払義務が生じたことから、当該義務に対する会計処理をどのように行うかを議論した。

当該会計処理を検討するに当たり、2 つの会計処理方法が考えられる。マイルに配分された対価の金額は自己の計算において集めていると仮定し、マイルに配分された金額 \$ 10,000 を収益として認識し、支払義務の金額 \$ 9,000 を費用として処理する A 方法と、マイルに配分された対価の金額は航空会社の代理で集めていると仮定し、マイルに配分された金額 \$ 10,000 と支払義務 \$ 9,000 の差額の \$ 1,000 のみを収益として認識する B 方法が考えらえるとする。

本議論における主要な論点は、収益を総額または純額で表示するかである。D20 において、当該議論は他の IFRIC で行われている表示プロジェクトに含まれるとして、処理方法を決めないことを示していたが<sup>266</sup>、当該議論は、表示の問題と言うよりも、収益認識の時

---

<sup>262</sup> KPMG は会計処理方法として、当期末までに測定された収益額から前期末までに測定された収益額を控除する方法と、年度毎に収益額をポイントの数量をもって把握する方法を示している (IASB(2007b), p.30(para.32))。

<sup>263</sup> IASB(2007b), pp.28-31(paras.28-33)。

<sup>264</sup> Ibid., pp.31-32(paras.35-40)。

<sup>265</sup> Ibid., pp.36-37(para.6)。

<sup>266</sup> Ibid., pp.35-36(para.5)。

期や取引をどのように捉えるかという重要な問題であるため、取り扱うべき旨のコメントが多数存在した<sup>267</sup>。また、前提とは異なるが、ポイントを顧客に付与した場合で、当該ポイントがポイントを発行した企業と他社でも用いることができる場合には、D20 が指定する会計処理を行うと、ポイント発行時点においてポイントに配分された金額が直ちに収益に認識され、後にポイントが自社で使用された場合、ポイントに関する収益が 2 重に計上されるとして、ポイント付与時には純額で収益を計上することも意見として存在した<sup>268</sup>。これらのコメントから IFRIC は、現在提案している D20 に変更を加えない案、IAS18 の para.8 と同様の文言を採用する案、自己の計算または代理としてポイントを付与している場合の指針を特段に設ける案を提示し、後者 2 案が選ばれ、後の議論で決定する方針を決めた<sup>269</sup>。ここで IAS18 の para.8 は、本議論における自己の計算または代理を規定している文言であり、IFRIC は、自己の計算または代理の区別が重要であると解し、当該区分の明確化を決めたと言える。

また、上記特段に設ける案以外を採用した場合、すなわち、ポイント取引に関する具体的な指針提示しないことで生じる問題として、顧客によるポイントの交換が自社と他社で選択可能な場合は、自社と他社でポイントを交換することが可能な複合的なプログラムであり、当該事例における適用方法が不明であり、再考が必要となる<sup>270</sup>。当該事例において、ポイントを交換する権利を顧客は有しており、他社は特典を提供する義務を有しておらず、また、ポイント付与企業は他社に対する支払義務を有していない場合、当初は自己の計算にて収益を認識することになるが、ポイントが他社で交換されると、当該ポイントは言わば失効と同じであるため、失効の会計処理を第三者が特典を提供する場合に適用することになる、とする<sup>271</sup>。顧客が自社または他社でポイントを交換可能な場合、自社で交換されるとポイントが収益となり、他社で交換されると支払義務が生じ、指針上の文言では当該判断を行うことができないことから、本議論では、文言のみで解釈する場合には、どのように会計処理するかを議論している。またここで、失効率の修正と失効はことなり、失効率は収益の認識パターンの修正であるが、失効は最終的な債務免除益であるため、他社で使用されたポイントは、その時点で収益が計上されることになる。

他の関連する質問として、業種によってはその比較は重要であることから、総額で収益認識した際、対応する費用はマーケティング費用やその他の費用項目であるかの質問があ

---

<sup>267</sup> Ibid., pp.38-39(paras.7-8).

<sup>268</sup> IASB(2007b), p.39(para.9). 本記述は、D20 時において、対価の回収が自己または代理のどちらかを指定しておらず、第三者が特典を提供する義務を有する場合には受け取ったポイント分の対価も収益計上することを要求し、当該計上後にポイントが自社で交換されると、ポイントを受け取り対価として収益が再度計上されるため、ポイント付与時とポイント交換時で 2 度収益が計上されることを懸念していると思われる。

<sup>269</sup> Ibid., pp.40-41(paras.12-19).

<sup>270</sup> Ibid., p.42(paras.20-23).

<sup>271</sup> Ibid., pp.42-43(paras.24-26).

り、IFRIC は当該質問に対して意見を示すべきではない旨を決定した<sup>272</sup>。また、上記特段に設ける案以外を採用した場合、第三者が特典を提供する義務を負い、企業はリコース義務を有している場合には、収益を計上できないとのことから、IFRIC は、D20 の para.8 (b) の第三者が特典を提供する義務を有しているという文言は、企業はまったく義務を有していないという文言に修正することを示した<sup>273</sup>。

そしてこれらの議論から、第三者が特典を提供する場合の解釈を促すために設例を示すことを決め、当該設例を、上記の設例に似た単純な設例、本論点で扱った収益を総額または純額で示すという測定と表示の設例、あるいは、上記設例の B 方式のような純額で収益を示す設例、のいずれかを示すかを後に決める旨を決定した<sup>274</sup>。このように設例を設けることにより、業種を超えて広がるポイント・プログラムに対する会計処理規定を導入しやすくしている。

「論点 4」はその他のコメントの分析であり、まずはポイント・プログラムから生じる顧客関係に関する無形資産の認識が議論された。ポイント・プログラムは顧客による次回購入を促し、企業の将来販売量を増加させるため、IFRIC は当初の議論で、ポイントの付与によって将来の便益が企業にもたらされることが予想されることから、企業がポイント付与時に義務そして費用を認識すべきことは誤っているとしていた<sup>275</sup>。IFRIC は、ポイント付与時に特典を提供する義務が生じるという見解において、ポイント付与の結果から将来の売上が促進されることで企業は便益を得ると認めるが、当該便益が義務を取り除くことはできず、むしろ内部生成の顧客関係無形資産を反映するとした<sup>276</sup>。無形資産を取り扱う会計基準である IAS38 を適用すると、当該資産はほとんど認識されず、企業の財政状態を誤って表すとされるが、ポイントは将来売上を促進するという観点からはマーケティング費用とは異ならないとした<sup>277</sup>。このことから、IAS38 の要件を満たす場合には当該資産を計上する旨の記述を D20 において設けていた<sup>278</sup>。これに対して、7 通のコメントは当該記述に対して反対する旨を示しており、その理由として、当該記述は混乱を招き、IAS38 を適用しても内部生成の顧客関係無形資産が認識されるかは疑問であり、また、ポイント付与取引を複数要素処理と引当金処理のどちらで会計処理を行うかという D20 の論点とは関係ないとし、当該記述の排除または更なる解説を求めた<sup>279</sup>。結果として、当該記述を削除する旨を決定し、当該削除の理由を結論の根拠において短く説明することにした<sup>280</sup>。

また、D20 ではその適用に対して遡及適用を要求しているが、5 通のコメントが遡及適用

---

<sup>272</sup> Ibid., p.44(paras.29-32).

<sup>273</sup> IASB(2007b), pp.44-45(paras.34-37).

<sup>274</sup> Ibid., p.46(paras.39-43).

<sup>275</sup> Ibid., p.48(para.2).

<sup>276</sup> Ibid., p.48(para.3).

<sup>277</sup> Ibid., p.48(para.4).

<sup>278</sup> Ibid., pp.48-49(para.5).

<sup>279</sup> Ibid., p.49(paras.6-8).

<sup>280</sup> Ibid., p.49(para.12).

には賛同できない旨を示しており、その理由として、従前に引当金処理を行っていた企業が複数要素処理に会計処理方法を変更すると、以前に付与したポイントで未交換分のポイントは、それぞれが付与された時点における出口価格で付与時の取引を会計処理し直さなければならず、それは煩雑で、付与から長期間経っている場合には実行が困難であり、また、後知恵バイアスがかかる、とする<sup>281</sup>。これに対し IFRIC は、当該事項は IAS8 の一般要求によって判断され、そこでは、実行できないことが企業によって示される場合を除き、遡及適用が要求されることから、当該 D20 の記述を削除し、IAS8 の要件に従うことにした<sup>282</sup>。

適用に関して、その適用時期は、D20 において、発行 3 か月後から始まる会計年度において適用すべきことが要求されているが、4 通のコメントが、継続的に指針に従うために要求されるシステムと会計処理の幅広い変更に対する実施と遡及適用するにあたって要求されるデータの収集に対して期間が短すぎる、ことを示した<sup>283</sup>。その結果、導入準備期間をおおよそ 6 か月にすることを示した<sup>284</sup>。

「論点 5」は以前の議論で変更された事項であり、1 月の議論で提案された事項の確認である。まず当該議論の範囲であるが、IFRIC は当該範囲をより明確にするため、ポイントが、販売取引の一部で、他の財貨・用役の販売と共に、保証される場合にのみ本指針が適用されるとし、また、ポイント・プログラムをより広く言及することも暗示した<sup>285</sup>。それにより、範囲の限界を示すために、結論の根拠において追加の説明を行うことを示した<sup>286</sup>。

また、表題についても論じられ、D20 の表題は「カスタマー・ロイヤリティ・プログラム (Customer Loyalty Programmes)」であるが、より厳密に指針の適用範囲を示すために、「他の財貨・用役の販売と共に保証されるカスタマー・ロイヤリティ・アワード・クレジット (Customer loyalty award credits granted with the sale of other goods or services)」として表題を変更する案が出た<sup>287</sup>。しかし、長い表題は読みやすさに欠け、指針の内容変更の際に変更し難いとのことから、表題を変更しない旨を決定した<sup>288</sup>。

次に、D20 においてマーケティング費用とポイントを区別している旨の記載がないことから、結論の根拠において、ポイントは販売取引の結果として保証され、販売取引自体の構成要素であり、マーケティング費用は販売取引を確保するために独立して負担される、との文言を加えることが決定された<sup>289</sup>。

最後に費用対効果の考慮に関して、現状多くの企業が行っている引当金処理に比べ複数

---

<sup>281</sup> IASB(2007b), pp.50-51(paras.15-18).

<sup>282</sup> Ibid., p.51(paras.23-24).

<sup>283</sup> Ibid., pp.51-52(paras.26-30).

<sup>284</sup> Ibid., p.52(para.33).

<sup>285</sup> Ibid., p.54(paras.3-4).

<sup>286</sup> Ibid., p.55(para.7).

<sup>287</sup> Ibid., p.55(paras.9-10).

<sup>288</sup> Ibid., pp.55-56(paras.11-12).

<sup>289</sup> Ibid., p.56(paras.14-15).

要素処理は適用がより複雑であるとし、また、複数要素処理は有用な情報を提供しないとのことから、当該処理の適用に対する便益よりも費用が勝るとの意見が出たが、それらの意見に対する反論は結論の根拠において要約する旨を決定した<sup>290</sup>。上記までの各論点を以下にまとめる。

図表 8. 2007 年 3 月における議論の要約

論点	コメントの視点	IFRIC の意見
配分方法	・対価配分方法の特定	・D20 で示す比例配分法の継続 (p.8, para.22)
	・ポイントの公正価値測定の信頼性	・経営者と監査人の判断で決定 (p.10, para.32)
	・指針に対する疑問点：基準の分量、値引き (discounting) の場合、失効率の考慮時点	・測定方法に関するセクションを設置 (p.15, para.45) ・ポイントの測定に時間価値を考慮しない (p.16, para.49) ・ポイントの当初測定 (配分基礎額算定) および収益認識に失効率を使用 (p.18, para.56)
認識	・指針の要求に基づくコメント：詳細な要求は不要、失効率修正後の事後認識、IAS8 との一貫性	・実務の多様性と失効率を取り扱う基準がないことから指針を公表 (p.24, para.11) ・当初認識時の遡及修正の不都合性から、失効率の修正は収益認識過程にのみ反映させる (pp.25-26, paras.17-19) ・失効率の修正は将来的に反映させる (pp.26-27, paras.24-25)
	・指針の十分性に基づくコメント	・設例の設置 (pp.31-32, paras.35-40)
第三者による提供	・総額または純額表示	・IAS18 の para.8 と同様の文言を採用する案と自己の計算または代理としてポイントを付与している場合の指針を特段に設ける案のどちらかを反映 (pp.40-41, paras.12-19)
	・複合的プログラム (IAS18 の para.8 の適用時のみ)	・自己の計算として収益認識を行い、ポイントが他社で交換された場合、当該ポイントに対して失効時の会計処理を適用 (pp.42-43, paras.24-26)
	・その他：総額表示時の費用の性質、自社がリコース義務を有している場合	・費用の項目について IFRIC は定めない (p.44, para.32) ・企業はまったく義務を有していない場合に、第三者による提供とする (p.45, para.37)
その他	・無形資産の認識の文言の必要性	・収益認識とは無関係であるため削除 (p.49, para.12)
	・遡及適用の要求	・文言を削除し、IAS8 を適用 (p.51, paras.23-24)
	・適用の時期	・適用に要する期間が短いことから、期間を延長 (p.52, para.33)
変更点	・範囲	・指針の文言の明確化 (p.55, para.7)
	・表題の具体化	・抽象的表題の継続 (pp.55-56, paras.11-12)
	・マーケティング費用との区別	・結論の根拠にて明示 (p.56, paras.14-15)
	・費用対効果	・結論の根拠にて明示 (p.57, paras.17-18)

(出典) IASB(2007b)を筆者引用作成。

上記の議論から、2007 年 3 月における議論は、複数要素処理を提案する D20 の指針を基に各団体のコメントを検討していた。本議論において IFRIC は、全体的に、D20 を否定するコメントは否定し、D20 に不足・蛇足な箇所は修正し、企業の意思決定によって変化する箇所は詳細を定めず、企業の意思決定を尊重する思考を示している。代表的な箇所として、具体的設例の設置、その金額的重要性の観点からポイントの測定に際して時間価値を考慮しないことの決定、カスタマー・ロイヤリティ・プログラムから創出される顧客資産を無形資産として計上しないことの決定、ポイントに関する費用の性質を特定しないことが挙げられる。本議論では、同一取引には同一処理を要求し、財務諸表の比較可能を重視する IFRIC の思考を反映する様に、その適用を支援する肯定的な変更がなされ、遡及修正

<sup>290</sup> Ibid., p.57(paras.17-18).

や無形資産等、他の基準で明示されている処理は削除している。しかし、未だ第三者から特典が提供される場合の規定が定まっていないことから、当該議論が次回で再度論じられることになる。

### 3.3 2007年5月における議論

2007年の1月および3月の議論において、D20に対して寄せられたコメントで指摘された論点が議論され、D20における適用の範囲、会計処理方法が定まった。同年5月の議論では、ポイントへの対価の配分の再検討、前回までの議論で決定した論点の承認、再公開指針の必要性の検討、再公開指針が必要ない場合の適用時期の確認、本指針の承認、が行われた<sup>291</sup>。

ポイントへの対価の配分の再検討において、D20では、各構成要素の公正価値に基づいて受取対価の金額を各構成要素の公正価値で比例配分する比例配分法を支持していたが、前回までの議論において、ポイントの公正価値をそのままポイントに配分し、残額を収益として認識する残価法がコメントレーターにて提案されていた<sup>292</sup>。残価法は、ポイントの公正価値をそのまま利用するため、その適用が容易であり、比例配分法と残価法におけるポイントに配分される金額が近似する場合には、費用対効果の面から支持され、また、IAS18に存在する設例11が残価法を用いていることから支持されるとする<sup>293</sup>。このことに対するIFRICの意見は、確かにIAS18の測定目的と最も一致するのは公正価値で比例配分する方法であり、他の方法は悪用されやすいとし、また、IAS18の設例はその一部を構成するものではないことから、IAS18の解釈から導出すると比例配分法となる、であった<sup>294</sup>。しかし、他のコメントでは、比例配分法を排除せずに、また、引当金処理と逆残価法（reverse residual method）<sup>295</sup>を明確に禁止する、という要件を緩和する方向性も考えられる<sup>296</sup>。このことから、要件を緩和し、公正価値を参照する方法を要求する指針にし、比例配分法も残価法も行えるA方法、比例配分を原則としながらも、比例配分法と残価法におけるポイントの配分額が近似する場合には残価法も使用することを認めるB法、現状のD20を維持するC法、をIFRICは提案し、B法を支持した<sup>297</sup>。IFRICは、公正価値を基礎とした対価の比例配分を原則としており、当該配分方法が残価法と近似する場合には、残価法を認めることから、配分法においても、会計処理方法の統一を目論んでいると考えられる。

---

<sup>291</sup> IASB(2007c), para.3.

<sup>292</sup> Ibid., paras.6-7.

<sup>293</sup> Ibid., para.8. 尚、IAS18の設例11は製品価格に含まれるサービス報酬をの設例であり、製品の販売価格に販売後のサービス提供に対する金額も含まれている場合には、当該金額を繰り延べることを規定している。

<sup>294</sup> Ibid., para.9.

<sup>295</sup> ポイント付与取引において、売上高に受取対価の金額を配分し、残額をポイントに配分する方法であり、結果として、ポイントの配分額はゼロとなる。

<sup>296</sup> Op cit., paras.9-10.

<sup>297</sup> Ibid., paras.12-17.

第三者の特典を提供する場合も前回に引き続き議論され、企業が特典を提供する第三者の代理としてポイントに配分された対価を回収している事例を強調し、また、その場合における収益の認識と測定に対する合意事項を説明することが、3月の議論において決定された<sup>298</sup>。この結果、結論の根拠においてより詳細に自己の計算または代理として会計処理する要件の説明を行う案、代理として会計処理を行う際には、第三者が特典の提供義務を負うのと同時に企業はポイントに配分された対価を第三者に引き渡す義務を負うことから、当該企業の対価の引渡しに関する文言を追加する案、または、設例において自己の計算または代理として会計処理する際の説明を行い、指針自体は簡略化して明示する案、のいずれの案が良いかを議論した<sup>299</sup>。

また、3月の議論において、第三者が特典を提供する場合の収益認識に関する設例を加える決定を決め、自己の計算または代理として対価を回収した場合、収益は総額または純額で測定することを示した<sup>300</sup>。しかし IFRIC のスタッフは改正された部分のみ、すなわち、純額で収益を測定する場合のみを設例において示せばよいとの意見も示されたことから、どちらの方法を設例において示すべきかが議論された<sup>301</sup>。

その他の3月の議論において要求された事項として、暫定的に会計処理を行うのではなく、ポイントに対する会計処理を変更した場合には、IAS8に従って会計処理を適用することとした<sup>302</sup>。実務上、完全な遡及修正の適用ができない場合には除かれるが、当初引当金処理にてポイントを会計処理していた企業が複数要素処理に会計処理を変更した場合、それは見積りの変更ではなく、会計方針の変更であることを明確にし、そして、IAS8を適用する旨とその効果を基準において記述するかが議論されたが、当該記述は不要であることが示された<sup>303</sup>。

IFRIC のデュー・プロセスの手引きにおいて、重要な変更があった場合には再公開指針を公表することが求められており、その公表は変更点の重要性によって判断される。ここで重要な変更点と思われる項目は、第三者が特典を提供する際に代理でポイント対価を回収する場合と D20 に追加で2つの設例を設けることであり、これは D20 の要件を変更していないが、コメントを募集した当初においては存在しなかった項目である<sup>304</sup>。しかし、当該項目はそれぞれ、結論の根拠において自己の計算または代理として会計処理することに関する記述が存在し、その明確化を回答者から提案されたこと、設例についてもより詳細な指針が回答者から要求されたことから、再公開指針を公表する必要はないとの結論に至っている<sup>305</sup>。

---

<sup>298</sup> IASB(2007c), para.20.

<sup>299</sup> Ibid., para.21.

<sup>300</sup> Ibid., paras.23-24.

<sup>301</sup> Ibid., paras.26-27.

<sup>302</sup> Ibid., para.29.

<sup>303</sup> Ibid., paras.30-32.

<sup>304</sup> Ibid., paras.37-38.

<sup>305</sup> Ibid., paras.39-40.

当該指針の適用時期に関して、当初は公表から 3 か月後に適用する予定でいたが、回答者が当該会計方針の変更に伴うシステム変更と遡及修正に伴う情報の収集により多くの期間が必要として、6 か月を要求していた<sup>306</sup>。このことに対して IFRIC では合意に至っていなかったが、長期の導入期間（9 か月）は排除、注意すべき項目であることから 2008 年の 1 月から始まる会計年度に適用できるように発行すること、が一致していた<sup>307</sup>。順調に議論が進むならば、2007 年の 6 月終盤または 7 月初旬に公表され、そこから 6 か月後の 2008 年 1 月から適用が開始されるように努めることが示されている<sup>308</sup>。そして、その他に議論に値する重要事項がなく、3 名未満の反対票であったならば、IASB において当該指針が 6 月の会議で承認されるであろう、としている<sup>309</sup>。

このように 2007 年 5 月の議論では、対価の配分法として比例配分法と残価法の両者を認めた。理論的には比例配分法のみが認められるが、配分額に金額の類似性が認められる場合には残価法を例外的に認め、基本方針とする同一取引には同一処理を要求し、財務諸表の比較可能を重視する方針を貫いている。デュー・プロセスの手続きとして、IFRIC は当初公表した D20 とそれに対するコメントレターの意見を分析するも、配分方法、第三者が特典を提供する場合、設例の設置のみ修正・追加を行い、当該修正・追加を D20 の適用に有益な変更として、D20 に大幅な変更がないことを認めている。すなわち、このことは複数要素処理を適用するに当たり、複数要素取引と識別するための個別に識別可能な構成要素の定義が上記の議論では存在せず、当該処理を適用する十分な理論的根拠が存在しないままということを示している。

### 3.4 2007 年 6 月における議論

2007 年 6 月では、IFRIC が IASB に以前まで議論してきたポイントに関する会計処理の報告を行い、当該指針としての承認を得るための会議が開かれ、D20 とそのコメントを基に議論した事項と合意事項が示された。

まず核となる論点として、ポイントをどのように会計処理するかの方法に関して、IAS18 の para.13 を適用して、当初売上とポイントに受取対価を配分する複数要素処理と IAS18 の para.19 を適用して、ポイント付与時に受け取った対価の全額を収益に計上し、後の特典提供に生じる将来の費用を当初売上に負担する形で計上する処理方法を提示した<sup>310</sup>。IFRIC は両方法の内、当該根拠は、IAS18 は財貨・用役が顧客に提供された時点において収益を計上することを要求し、そのような考えの下ではポイント付与取引は財貨・用役が提供される時期の異なる構成要素が複数存在し複数要素処理が採用され、一方、IAS18 の para.19 は収益と費用の対応を要求し、既に提供されている財貨・用役に対して直接負担さ

---

<sup>306</sup> IASB(2007c), para.42.

<sup>307</sup> Ibid., para.43.

<sup>308</sup> Ibid., paras.44-45.

<sup>309</sup> Ibid., para.47.

<sup>310</sup> IASB(2007d), para.4.

せられる費用の計上を求めており、そのような考えの下ではポイントは付与時の売上に直接対応する費用ではなく、後に提供される財貨・用役である、とする<sup>311</sup>。

D20 に対するコメントを分析した IFRIC は、コメントレターを大きく 3 つに分類し、1 つは D20 を維持するグループであり、ほとんどの会計事務所や会計士協会、一部の会計基準設定団体が賛同し、財務諸表作成者は賛同しなかった<sup>312</sup>。2 つ目はすべてのポイント・プログラムに対して引当金処理を行うことを提案するグループであり、主に財務諸表作成者と一部の会計基準設定団体が賛同しており、その理由は、ポイントはマーケティング費用であることや、適用が単純でより信頼性を有しているとする<sup>313</sup>。最後は、自社が特典を付与する場合やポイント付与時においてポイントの価値が売上に対して相対的に重要である場合には複数要素処理を行い、特典の提供者が第三者である場合やポイントの価値に重要性が無い場合には引当金処理を行うという、ポイント・プログラムの性質によって会計処理を分けるというグループであり、当該方法は主に財務諸表作成者と一部の会計基準設定団体が支持している、と分類した<sup>314</sup>。

このように分類し後に分析を行い、IFRIC は複数要素処理を支持し、そして再公開指針を公表しない旨を示した。IFRIC は公開指針に対する反対者が提示した論点に対して納得することなく、D20 で提案した事項に若干の修正、すなわち、ポイントとマーケティング費用の相違を結論の根拠において説明すること、当該 D20 の適用における費用対効果の記述を結論の根拠において示すこと、2 つの設例を追加すること、適用時期を 2008 年 1 月に変更すること、を決定した<sup>315</sup>。

また、他の回答者は D20 を適用するに当たり、使用されなかったポイントに配分された金額に対する収益の認識の方法、企業がポイント交換率の見積りを変更した場合の会計処理方法、に対する詳細な指針を要求し、IFRIC は設例を通じて提示することを決定した<sup>316</sup>。また、第三者が特典を提供する場合において、具体的な記述が D20 に存在しなかったことから、企業がポイント付与に対する対価を自己の計算または第三者の代理として回収しているかによって、収益の認識・測定方法を区別し、その解釈を結論の根拠において示した<sup>317</sup>。

上記事項を IASB に示し、D20 は IFRIC13 として正式に公表されることになった。また、その適用時に関して、システム変更等の実施に伴う導入期間を設けるため、その適用時期は 2008 年 7 月以降に始まる会計年度と修正された<sup>318</sup>。

#### 4 D20 から IFRIC13 へ

---

<sup>311</sup> IASB(2007d), para.5.

<sup>312</sup> Ibid., para.7.

<sup>313</sup> Ibid., para.8.

<sup>314</sup> Ibid., para.9.

<sup>315</sup> Ibid., para.11.

<sup>316</sup> Ibid., para.12.

<sup>317</sup> Ibid., para.13.

<sup>318</sup> IASB(2007e)

上記の様な経緯から、D20は2007年7月にIFRIC13として公表され、2008年7月以降に始まる会計年度から適用されることになる。上記議論からIFRIC13の特徴点は、3つ考えられる。1つ目は、ポイント付与取引が複数要素取引として会計処理されることが明確になったことである。一度の販売取引において2つの財貨・用役を提供する取引として製品保証取引が存在する。製品保証は、販売した財貨が故障等した際に、同様の財貨を後に修理・保証する企業の義務である。ポイント付与取引は、財貨・用役の販売の後に、追加の財貨・用役を無料又は値引きした金額で提供する企業の義務である。このように、財貨・用役を後に提供するオプションという側面では製品保証とポイントは同様であるものの、そのポイントが対象としている財貨・用役が当初販売した財貨・用役と異なることから、ポイント付与取引は複数要素取引として扱われ、複数要素処理が要求されるのである。また、ここで、IFRICは財務諸表の比較可能を重視する観点から、同一取引に同一処理を要求しており、当該思考から、すべてのポイント付与取引に対して複数要素処理を適用することを決定している。

2つ目は、ポイントの性質上、顧客に行使されず失効する場合があります。当該会計処理方法が提示されたことである。その際IFRIC13において、失効率は、受取対価を売上とポイントに配分する際のポイントの配分基礎の金額を算定する際に考慮され、かつ、当該ポイントへの配分金額を収益に振り替える際にも考慮される。この点、ポイントの価値を算定する際、付与された全てのポイントに対する金額が配分の基礎となる訳ではなく、顧客に使用されないと認められる部分を除いたポイントの金額が当該基礎となる。

3つ目は、ポイントの付与者とポイント交換による特典の提供者が異なる場合の規定が定められたことである。顧客はポイントを付与者とは別の第三者に行使することができ、その場合において、ポイントを付与した企業は特典提供に係る対価を第三者に支払う。このような取引において、付与に伴って回収した対価が、自己の計算または第三者の代理として回収しているのかを判断することになる。前者の場合には、ポイント付与時に受け取ったポイント分の対価を特典の提供義務の移転時に収益計上し、特典提供義務の移転に伴って支払う金額を費用計上し、収益と費用を総額で計上する。後者の場合には、上記受け取ったポイント対価と特典提供義務移転の費用を相殺し、純額を収益計上する。

従来では明確ではなかった事項がIFRIC13を通じて明確に規定され、その効力が生じることになるが、IFRIC13では未だ問題点が存在する。まず、ポイント付与取引を複数要素取引として識別しており、ポイントを個別に識別可能な構成要素として定めているが、そもそも個別に識別可能な構成要素の定義が存在しない。IFRICは、ポイント付与取引におけるポイントを、販売した財貨・用役とは独立した追加の財貨・用役としており、その理論的根拠が乏しい。当該事項は、後に示すIFRS15の検討において議論する。

また、IFRICが考えている引当金処理は、収益と費用の対応の観点から、いわばポイント収益とそれに対応するポイント費用の計上額と同額の引当金を計上することである。確かにポイントの行使によって提供される財貨・用役が、未だ顧客に提供されていないこと

から、ポイントを収益創出要因と考えた場合のポイント収益やポイント費用が計上されないのは当然であり、そのことから引当金の計上は認められない。しかし、引当金を計上する考え方は、そもそもポイントを収益創出要因とは捉えずに、後の特典提供義と考えるならば、収益との対応関係ではなく、負債の観点から計上されるはずである。従って、IFRIC13において、引当金処理を否定しているが、当該否定は収益費用の観点から引当金を計上することを否定しているのであって、負債の側面から引当金を計上することを否定しているものではないのである。最後に本章の締めとして、D20がIFRIC13として確定するに当たって変更された点を以下に示す。

図表 9. D20 と IFRIC13 の主要論点の相違

	D20	IFRIC13
ポイント負債の認識	実質的变化なし	
配分基礎	時間価値を考慮	時間価値の文言削除
配分法	比例配分法	特定しない（比例配分法および残価法の決定は経営者の判断）
ポイント収益の認識	第三者が特典を提供する際の詳細規定なし	第三者が特典を提供する際の規定の詳細化（自己の計算または代理）
その他	無形資産に関する規定有り	無形資産の規定削除

（出典）IASB(2006e)、IASB(2007f)を筆者引用作成。

また、ここで指摘することは、上述の通り 2007 年 5 月の議論で、対価の配分方法は公正価値を基礎とした対価の比例配分を原則とし、配分金額が近似する場合には、残価法を認めるとしたが<sup>319</sup>、IFRIC13 として確定すると、そこでの配分法の説明では、比例配分法と残価法の採用の決定は経営者の判断に委ねるとしている点である<sup>320</sup>。これは議論における結論とは異なり、いわば原則は比例配分法であり、残価法は例外規定としていたものが、配分方法を特定しない方針となった。このことに対する議論はなく、当該結論に至った経緯は不明であるが、IFRIC13 上では、IAS18 では対価の配分方法を決定しておらず、解釈指針において IAS18 以上に規範的とすべきではない旨が示されていることから<sup>321</sup>、IAS18 との関係から配分法の言及を削除したと思われる。

このようにして、D20 は IFRIC13 として公表されたものの、D20、コメントレター、IFRIC13 を分析した論文では、当該複数要素処理では、ポイントの本質と多様性を表現できないとする。それは、航空会社では引当金処理を支持しており、その理由として、マイルは売上と関係ない財貨・用役と交換され、ルート・飛行時間・予約方法等の要素で付与率が異なり、FFP の運用によって売上が増加し、FFP の利用によって負債が増加するとして、引当金処理を歴史的に行っているとする<sup>322</sup>。銀行や金融機関では、ポイント・プログラムの本質がインセンティブであり、引当金処理の方が適用しやすく、実務では引当金処

<sup>319</sup> IASB(2007c), paras.12-17.

<sup>320</sup> IASB(2007f), BC14.

<sup>321</sup> Ibid., BC14.

<sup>322</sup> S.Chapple et al.(2008), pp19-20.

理を適用し、ポイントの重要性が低く、複数要素処理に変更するにはコストがかかるとして、引当金処理を支持している<sup>323</sup>。このような実務的な背景があるにも関わらず、D20 は当初提示した複数要素処理を変更せずに採用したとしている<sup>324</sup>。

IFRIC のように、同一の債務に対して同一の会計処理方法を適用し、財務諸表の比較可能性を向上させる思考のもとでは、統一的な会計処理規定を定めることは必要である。しかし、実務における会計処理の現状や、採用する会計処理方法や棄却した会計処理方法に対する理論的説明・根拠が乏しく、会計基準とするには不十分であると思われる。「FFP の財務効果を完全で公正に表現するための適切な開示の規定は大切ではあるが、これは次なる議論である。なぜなら、その本質を決めた後にのみ、開示要請に対応することができるのである」<sup>325</sup>として、ポイントの本質を決めた後に会計処理を決める方針等が存在するが、会計基準として特定の会計処理方法を採用するならば、会計処理の採択に対する理論的説明が必要である。

---

<sup>323</sup> S.Chapple et al.(2008), p.21.

<sup>324</sup> Ibid.

<sup>325</sup> Gujarathi(1991), pp.58-59.

## V IFRS15の規定と解釈

前章においてIFRIC13が公表されるまでの議論を確認した。そこでは、同一取引には同一処理を要求し、財務諸表の比較可能を重視するという観点からポイント付与取引に対する会計処理規定が公表された。ポイント付与取引が複数要素取引として取り扱われるものの、個別に識別可能な構成要素の定義が存在しなかったことから、ポイント付与取引を積極的に複数要素取引として識別する論拠が乏しいということが確認された。また、IFRIC13の特徴として、ポイントの公正価値を測定する際に失効率が考慮されること、顧客によるポイントの行使によって第三者が特典を提供する際に、企業が自己の計算でポイント付与に対する対価を回収している場合には、ポイント付与によって生じる収益と費用を総額で表示し、企業が第三者の代理としてポイント付与に対する対価を回収している場合には、当該収益と費用が純額で表示されることが、明確となった。後の2008年からIASBとFASBは、契約に基づいた収益認識モデルの開発を開始し、その結果、2014年5月にIFRS15が公表された。当該IFRS15の公表により、IFRIC13は廃止され、IFRS15にポイント付与取引の規定が含まれることになった。IFRIC13に存在した個別に識別可能な構成要素の定義に関する問題点が、以下で示すように、IFRS15が公表した収益認識モデルにおける財貨・用役の移転の約束という概念をもって整理されている。このことから、IFRIC13とIFRS15の規定における相違を観察し、IFRIC13において明確ではなかった上記構成要素の定義が示されたことと、IFRS15におけるポイント付与取引に関する会計処理の整理と問題点の提示を行う。

### 1 IFRS15とIFRIC13の関係

IASBとFASBが共同で収益全般に対する統一的な会計基準を作成し、当該基準がIFRS15である。IFRS15の公表により、通常の販売にポイントを付与する取引に対する会計処理規定の指針であるIFRIC13がIFRS15に内包される形で廃止となる。IFRIC13はポイント付与取引に特化した会計指針であったが、IFRS15は、これまでの議論にもあったIFRIC13が要求する複数要素取引に関する包括的な会計基準である。従って、IFRS15公表後は、ポイント付与取引という複数要素取引を取り扱う際には、IFRS15を参考に会計処理が行われる。ここで、IFRIC13がIFRS15に内包されるとしたが、単純にIFRIC13がそのままIFRS15に吸収されたのかを検討する。

まずIFRS15の要求する収益認識に関するステップが要求され、当該ステップの確認を行う。IFRS15では、5つのステップを用いて、収益を認識することを要求している。IFRS15では第1に顧客との契約を識別する。ここで契約とは、強制可能な権利及び義務を生じさせる当事者間の合意であるとし、当該強制力は法律や取引慣行等により生じ、当該合意によって企業は義務の履行を確約する必要がある<sup>326</sup>。契約を識別する際には、企業が引き渡

<sup>326</sup> IASB(2014a), para.9(a), para.10.

す財貨・用役に対する権利を取引相手が獲得できる一方、当該獲得に応じた取引相手の支払条件を企業が識別できることが要求される<sup>327</sup>。そして、当該契約が確実に行われるという経済的実質や、取引相手の支払いに関して、企業はその回収の可能性が高いかどうかの評価を行うことが要求される<sup>328</sup>。第 2 に契約を識別した後は、当該契約において企業が確約した顧客に財貨・用役を移転する約束を把握する必要があり、当該約束を履行義務と呼ぶ<sup>329</sup>。履行義務を契約から識別する際には、恣意性の排除から、すべての当該約束を履行義務としている<sup>330</sup>。第 3 に履行義務を識別した後は、約束した財貨・用役の顧客への移転と交換に企業が得ると見込んでいる対価の金額（取引価格）を算定し<sup>331</sup>、第 4 に当該取引価格を各履行義務に配分する<sup>332</sup>。当該配分の際には各履行義務に対して、企業が約束した財貨・用役を独立に顧客に販売する際に予測される価格（独立販売価格）を用いて比例して配分しなければならない<sup>333</sup>。第 5 に独立販売価格に基づいて取引価格を履行義務に配分した後は、企業が約束した財貨・用役を顧客に移転することによって企業は履行義務を充足したとし、収益が認識される<sup>334</sup>。

このように複数要素取引の収益認識に関する一般的なステップが示され、当該ステップはポイント付与取引にも適用される。そして、IFRS15 は収益認識に対する一般的な手続きを示しているほか、多くの事例に当該手続きを適用するに当たり、付録 B にて適用指針を示している。本稿ではポイント取引を取り扱っていることから、当該適用指針においてポイントを取り扱っている箇所を概観する。当該箇所は「追加的な財又はサービスに対する顧客のオプション」というカテゴリであり、そこではポイント付与取引に IFRS15 を適用する具体的な指針が示されている。当該箇所では、「そのオプションが契約における履行義務を生じさせるのは、そのオプションが、契約を締結しなければ顧客が獲得できない重要な権利（省略-筆者）を顧客に提供するときのみである。（その場合-筆者）、顧客は実質的に将来の財又はサービスに対して企業に前払をしており、企業はその将来の財又はサービスの移転時又はオプションの消滅時に収益を認識する」<sup>335</sup>としている。当該箇所をポイント取引に落とし込むと、企業が通常の販売取引と同時にポイントを顧客に付与した場合、顧客は購入した財貨・用役とポイントを購入しており、顧客がポイントを使用することによって企業が財貨・用役を提供又は顧客が保有するポイントが失効した場合に収益を認識することを要求している。このようにポイント付与取引は取引当初に財貨・用役を提供する約束とポイントをとという財貨・用役を将来提供する約束の 2 種類の約束が存在することか

<sup>327</sup> IASB(2014a), paras.9(b)(c).

<sup>328</sup> Ibid., paras.9(d)(e).

<sup>329</sup> Ibid., para.22.

<sup>330</sup> Ibid., para.24, BC89.

<sup>331</sup> Ibid., para.47.

<sup>332</sup> Ibid., para.73.

<sup>333</sup> Ibid., para.76.

<sup>334</sup> Ibid., para.31.

<sup>335</sup> Ibid., B40.

ら、両者を履行義務として認識する。履行義務を把握した後は、取引価格を各履行義務の独立販売価格を基に履行義務に比例配分するのであるが、通常ポイントには独立販売価格が存在しない。そこで IFRS15 では、独立販売価格が、直接に観察可能でない場合には、企業はそれを見積もらなければならない、その際、顧客がオプションの行使時に得ると予測される値引きに、顧客がオプションを行使することなしに受けることのできる値引きとオプションが行使される可能性の両者を調整したものを、当該見積りに反映しなければならない、としている<sup>336</sup>。当該見積りをポイントに落とし込むと、顧客が保有するポイントを使用した場合において、1ポイント当たりの企業が提供する財貨・用役の販売価格から値引きされる額を計算し、当該金額に、ポイントが顧客が使用しなくとも得られる値引き額と、顧客が保有するポイントの内、使用されると予測されるポイント数量を加味した金額をポイントの独立販売価格とする。当該ポイントの見積独立販売価格と当初販売取引における財貨・用役の独立販売価格の比率を基に、取引対価を各履行義務に配分する。そして、ポイントが使用された場合、ポイントに配分された金額に総使用見込ポイント数分の使用されたポイント数を乗じた金額を収益として認識する。

IFRS15 では、上記の様にポイント付与取引を取り扱う。IFRIC13 は、ポイント付与取引のポイントの販売取引とは個別に認識可能な構成要素として認識している。しかし、そこでの個別に識別可能な構成要素は定義されておらず、根拠なく当該構成要素としていた。しかし、IFRS15 では、顧客と締結した契約において、財貨・用役を移転する約束を把握し、当該約束を履行義務として識別するステップを示している。当該履行義務の識別ステップは、IFRIC13 において欠如していたポイントを個別に識別可能な構成要素とする要件であり、当該要件をもって、IFRS15 は IFRC13 に比べて質的に向上していると思われる。配分方法において、IFRI13 では公正価値をもって受取対価を配分することを要求している<sup>337</sup>。ここで、2007年に公表された IFRIC13 において、ポイントの金額は、「その公正価値、すなわち、特典クレジットが独立して販売され得る金額」と示されており、後の 2010年の修正において、当該記述は「その公正価値を参照して測定」することのみの記述となり、基準上の公正価値に関する表現が抽象化した<sup>338</sup>。当該理由として、ポイントの公正価値と言った場合、修正前の IFRIC13 では、ポイント自体の公正価値なのか、ポイント交換から得られる特典の公正価値なのか混在していたことから表現を変え、ポイント交換から得られる特典からポイントの公正価値を測定する場合には、ポイントの失効率やポイントを使用しなくとも得られる値引きの金額を反映することを要求している<sup>339</sup>。当該文言の変更は、その文言を表現通りに捉えるならば、ポイント自体の公正価値が測定可能な場合には、付与したポイントすべての公正価値が受取対価を配分するに際して基礎となる金額となるが、ポイント自体の公正価値が測定不能である場合には、ポイント交換から得られる特典から

<sup>336</sup> IASB(2014a), B42.

<sup>337</sup> IASB(2007f), para.5.

<sup>338</sup> Ibid., para.6, IASB(2010), para.6.

<sup>339</sup> IASB(2007f), BC14A.

その公正価値を評価し、特典の金額やポイントの交換率を反映する。従って、ポイント自体の公正価値を測定する際には、その交換率は用いられないことになる。当該ポイントの公正価値を測定する際に交換率を使用するか否かの判断は、修正前後の IFRIC13 における設例 1 の変化によって確認できる。修正前 IFRIC13 では、ポイントを 100 付与し、その交換率は 80% であり、ポイントの公正価値を 1 通貨単位 (CU<sup>340</sup>) と見積もった上で、CU100 をポイントに配分し、後のポイント交換に伴う収益認識において当該交換率を用いている<sup>341</sup>。一方、修正後 IFRIC13 では、ポイントを 100 付与し、ポイント交換から得られる特典の公正価値が CU1.25 であり、ポイントの交換率が 80% である場合、ポイントの公正価値は CU1.25 に交換率 80% を乗じた CU1 と算出し、ポイントの公正価値を CU100 として評価している<sup>342</sup>。また、後のポイント交換によって認識される収益の金額も、修正前 IFRIC13 と同様、当該交換率を用いている<sup>343</sup>。このことにより、IFRIC13 では、ポイント自体の公正価値を測定する際には、交換率を用いず、付与したポイント数すべてに対する金額を配分の基礎とし、ポイント交換から提供される特典等を用いてポイントの公正価値を評価する際には、交換率を用いた金額を配分の基礎とする。このことから、IFRS15 は当該 IFRIC13 のポイントに関する公正価値の考えと踏襲しているとみることができる。ただし、IFRIC13 では、ポイント交換によって顧客が獲得する財貨・用役を特典と表現している一方で、IFRS15 では、当該交換によって顧客が獲得する権利を財貨・用役のオプション、すなわち、値引きとしていることから、その内容は異なっているとみられる。

上記では、ポイント付与取引における IFRS15 の認識の方法、IFRS15 と IFRIC13 でのポイントの独立販売価格または公正価値の算定方法が概ね同一であることを確認した。次に分析するのは、ポイントの独立販売価格が決まったことによって、受取対価をポイント付与取引の構成要素に配分する方法である。IFRS15 では上記の記述の通り独立販売価格の比率を基に履行義務に配分する方法を提示している<sup>344</sup>。一方の IFRIC13 では、対価の配分方法を特段指定せず、各構成要素の公正価値の比率で受取対価を配分する方法も、ポイントの公正価値をそのまま配分し、残額を販売取引の収益に計上する残価法も認めている<sup>345</sup>。これは、取引の構成要素の公正価値を配分の際に参考にすることを IFRIC13 では要求しており、比率で配分する方法も残価法も公正価値を参照した方法であるとして、当該方法の選択は経営者の判断に任せている<sup>346</sup>。このことから、IFRS15 では、IFRIC13 で認めていた残価法を採用しないことが明確であるが、その理由は不明である<sup>347</sup>。IFRS15 において残

---

<sup>340</sup> CU とは、Currency Unit の略で、通貨単位と訳される。

<sup>341</sup> IASB(2007f), IE1.

<sup>342</sup> IASB(2010), IE1.

<sup>343</sup> Ibid., IE1.

<sup>344</sup> IASB(2014a), para.76.

<sup>345</sup> Op cit., BC14.

<sup>346</sup> Ibid., BC14.

<sup>347</sup> IFRS15 において、残価法を用いることで、他の構成要素への配分額がゼロになる可能性を指摘している (IASB(2014a), BC273)。しかし、IFRIC13 で行われる残価法は、ポイ

価法を否定する根拠を基準上から理解するならば、複数の履行義務の独立販売価格の合計と取引対価の差額は、履行義務の束に対する値引きとして捉える、という記述が参考となる。IFRS15では、独立販売価格の比率に基づいて配分する方法は、取引対価に基づいて収益を認識するために行われるのであり、配分の原則ではないとするも、当該方法を配分の基本方法とすることで、配分プロセスの厳格さと規律、それによる企業内及び企業間の比較可能性が高まると指摘している<sup>348</sup>。残価法はポイントの独立販売価格をポイントに配分し、残額を当期の収益に配分する方法である。ポイント付与取引における上記値引きが、販売取引において生じているという確証はなく、また、ポイントに値引きが行われていないという確証もないことから、IFRS15は、企業の恣意性を排除する配分方法を提示していると見ることができる。

IFRS15とIFRIC13の会計処理規定を比較することによって、両者は類似していることが理解できる。IFRIC13では、その適用先がポイント付与取引であり、構成要素を識別する方法は提示されていないが、販売する財貨・用役とポイントを当初から構成要素として取り扱い、IFRS15では、上記ステップから履行義務を識別すると、ポイントは履行義務の1つとして識別されるため、結果としてIFRS15とIFRIC13では同様の要求をポイント付与取引に求めることになる。受取対価の配分において、ポイントの独立販売価格または公正価値の算定方法は、両基準とも、ポイントの金額を直接観察できない場合には、ポイント交換によって提供される特典の価格に、ポイントの交換率等を加味して算出することから、その算定方法は同様である。ポイントの独立販売価格または公正価値が判明した後の取引対価の配分方法であるが、IFRS15では各履行義務の独立販売価格の比率で配分する方法のみを支持し、IFRIC13では配分方法を特定せず、当該比例配分法や残価法を事実上認めている。このことから、IFRS15とIFRIC13では、配分方法のみが異なると理解できる。当該相違点が後の提携型ポイント・プログラムの会計処理において、影響することになるが、当該記述は当該箇所にて示す。

## 2 IFRS15の独立型ポイント・プログラムへの適用と問題点

---

ントの公正価値をそのままポイントに配分する金額とする方法であり、そのような懸念はない。ポイント付与取引の財貨・用役の公正価値を、収益として計上し、残額をポイントに配分する方法は逆残価法 (reverse residual method) と呼ばれ、D20の議論時において、当該方法の適用は否定されている (IASB(2007c), para.10(b))。また、IFRS15では類似する方法として残余アプローチが展開されているが、これは履行義務の独立販売価格を見積もる方法の一種であり、取引対価から観察可能な履行義務の独立販売価格を控除することで、独立販売価格を直接観察できない履行義務の独立販売価格を見積もる方法であり

(IASB(2014a), para.79(c))、受取対価を配分する方法である残価法とは異なる。

<sup>348</sup> IASB(2014a), BC279-BC280. ただし、値引きを各履行義務に比例的に配分すべきではない状況を企業が有している場合には、一定要件に基づいて、特定の履行義務にのみ当該値引きを配分することは可能であるが、ポイント付与取引は当該一定要件を満たしていない (IASB(2014a), paras.82-83, BC281-BC283)。

前節にて、IFRS15 と IFRIC13 の会計処理規定の相違を確認し、概ね同一であるが、受取対価の配分方法が異なると示した。次節も含め、以下からは、IFRS15 をポイント付与取引へ適用することによって生じる問題点を指摘する。その際、前章の D20 での議論でもある通り、ポイントの交換先が自社または第三者であるかによって議論が変化することから、本節ではポイントを付与した企業においてポイントを特典に交換できる独立型ポイント・プログラムにおけるポイント付与取引を取り扱う。

独立型ポイント・プログラムは、取引当事者が企業と顧客の 2 者のみであるため、ポイントに関する会計処理を考究するにあたって基本的な事例であると言える。当該事例に対する設例は、IFRIC13 や IFRS15 においても設けられており、当該事例における会計処理は周知の事柄である。当該事柄を確認するため、一般的な独立型ポイント・プログラムの事例を筆者が設定した簡略的な設例を通じて確認する。

【筆者作成-設例 1】: あるアパレル企業はポイント・プログラムを運営しており、当該プログラムに参加している顧客は、500 円の購入に付き 1 ポイント獲得でき、25 ポイント貯まると当該企業で使用できる商品券 500 円分と交換できる。当期において顧客は商品を購入し、200 ポイント付与された。付与されたポイントの内、150 ポイントが交換されるとして、ポイントの独立販売価格を 3,000 円 (150÷25×500 円) と見積もった。

(1) 商品販売時

(借)	現金	100,000	(貸)	売上	97,087
				ポイント	2,913 <sup>349</sup>

(2) 付与したポイントの内、100 ポイントが交換・使用された。また予想以上にポイントが使用されたことから、今後使用されるポイント数を 175 ポイントに修正した。

(借)	ポイント	1,942 <sup>350</sup>	(貸)	収益	1,942
-----	------	----------------------	-----	----	-------

(3) 付与したポイントの内、50 ポイントが交換・使用された。

(借)	ポイント	555 <sup>351</sup>	(貸)	収益	555
-----	------	--------------------	-----	----	-----

(4) 付与したポイントの内、25 ポイントが交換・使用され、残りのポイントは失効した。

(借)	ポイント	416	(貸)	収益	416
-----	------	-----	-----	----	-----

(出典) IASB(2014a), IE267-IE270 を参考に筆者作成。

上記【筆者作成-設例 1】は IFRS15 に存在する設例を基に、現実に行われているポイント付与取引例を用いて作成した。上記設例の様に多くの企業は、自社のポイントを値引きや商品券などの顧客による自社の次回の購入に充てることができる権利として付与してい

<sup>349</sup> 100,000 円 × {3,000 ÷ (100,000 + 3,000)} = 2,913 円 (小数点以下四捨五入)。

<sup>350</sup> 2,913 円 × 100 ÷ 150 = 1,942 円。

<sup>351</sup> 2,913 円 × 150 ÷ 175 - 1,942 円 = 555 円 (小数点以下四捨五入)。

る事例が多い。このようなポイントを顧客が使用した場合には、企業から減額した財貨・用役を獲得することが可能となる。従ってポイント付与取引の理解として、企業は当初販売時において自社の財貨・用役を提供し、ポイントを顧客に使用された場合には、減額した財貨・用役を提供し、2度販売取引を行っているとして解釈することができる。そのような解釈に基づくと、顧客がポイントを使用した場合、企業は顧客のポイント使用によって提供した財貨・用役に対する収益を計上することになる。このことからポイント付与取引は、引渡時点の異なる財貨・用役の提供義務を有しているため、複数要素取引として取り扱われることになる。

しかし、ポイント付与取引は種類が多く、すべてがこのような説明を行える訳ではない。それは顧客がポイントを使用し、そこから交換される財貨・用役の性質がどのようなものかで、上記解釈は成り立たなくなる。そのような場合の設例を以下に示す。

**【筆者作成-設例 2】**：ある薬局はポイント・プログラムを運営しており、顧客の当該プログラムへの参加は自由である。顧客は当該プログラムへの参加にあたり、ポイントカードが発行される。顧客は当該薬局での購入に際して、当該ポイントカードを提示することで、100円当たり1ポイントが付与される。顧客は当該ポイントをある一定数貯めることにより、薬局が用意するカタログから当該薬局が通常販売していない財貨・用役と交換することができる。顧客は2,000,000円分の商品を薬局から現金で購入したことにより、ポイントが20,000付与された。1ポイント当たりの特典の独立販売価格は1.06円であり、交換率は90%とし、ポイントの独立販売価格を19,080円(20,000×1.06×90%)と見積もった。

(1) 商品販売時

(借)	現金	2,000,000	(貸)	収益	1,981,100
				ポイント	18,900 <sup>352</sup>

(2) ポイントが顧客に16,000分交換され、収益を16,800円(18,900×16,000÷20,000)を計上した。

(借)	ポイント	16,800	(貸)	収益	16,800
-----	------	--------	-----	----	--------

(出典) 筆者作成。

上記【筆者作成-設例 2】は【筆者作成-設例 1】と仕訳はあまり変わらないが、設例の条件であるポイント交換によって提供される財貨・用役が異なる。【筆者作成-設例 1】では、ポイントは顧客の次回の購入時の値引きとしての権利を有し、【筆者作成-設例 2】では、ポイントは企業が提供する財貨・用役ではなく、通常の営業外の特典と交換され、また、顧客によるポイント・プログラムへの加入は自由である。当該設例は、当事者が3者いることから提携型ポイント・プログラムとしてみることも可能であるが、ここではそこを度外

<sup>352</sup> 2,000,000円×{19,080÷(2,000,000+19,080)}=18,900円(小数点以下四捨五入)。

視し、ポイント発行企業（設例では薬局）と顧客との関係を見る。論点として2つ存在し、1つ目はポイント交換によって提供される財貨・用役が、企業の通常の営業で提供される財貨・用役か否かであり、2つ目はポイント・プログラムへの参加が強制であるか否か、である。順に検討していく。

1つ目の顧客がポイントを交換した際に受け取った財貨・用役が、企業が通常の営業で提供する財貨・用役であるか否かの論点は、企業がポイントを使用された際に収益として計上すべきか否かという問題である。通常、企業が販売取引において財貨・用役を提供した際に、その取引対価の増加の相手勘定として収益を計上する。ここで収益とはIFRS15の定義では「(広義の)収益のうち、企業の通常の活動の過程で生じるもの」<sup>353</sup>であり、ポイント付与取引が通常の活動の過程で生じるものかが議論される。確かにポイントが、企業が販売する財貨・用役と交換されるならば、通常の活動・営業の過程で生じるものと言い得る。しかし、企業が通常取り扱っていない財貨・用役たる特典をポイントの交換に際して提供するとなると、企業が財貨・用役の仲介を通常の営業として行っている場合を除き、そのようなポイント取引から収益を計上し得るかが疑問である。企業の認識として、ポイント取引を通常の活動とするならば、ポイント付与取引を収益認識になぞらえて会計処理を適用することも可能であるが、すべてのポイント付与取引にIFRS15を適用するのは困難である。D20の2007年1月における議論において、ポイントを通常の販売活動において付与されている場合には、営業活動内で提供される財貨・用役として収益要因とする旨の記述が存在し<sup>354</sup>、そこから自己の計算または代理として、総額または純額で収益を認識することを示しているが、本当に営業活動内か否かで判断できるかが疑問である。上記設例ではポイント発行企業は薬局であり、通常の営業活動で販売される財貨・用役は薬関係であり、それ以外の財貨・用役を提供することが営業活動であるかが問われる。確かに財貨・用役を移転する義務としてポイントを識別することは可能であるが、ポイントの行使によって収益が計上される際の収益が通常の営業過程のものであるかは判断である。販売活動は業として行われることから、売上高としての収益とみることができ、ポイント取引が企業の活動を代表する活動とは考えられず、ポイントから生じた収益を売上高とするのは理解しがたい。従って、ここでいう営業活動の用語の定義と開示の仕方が不明確である。

2つ目のポイント・プログラムへの参加が強制であるかの論点は、IFRS15の文言を読むと問題点が明確となる。IFRS15は、契約に含まれる財貨・用役を顧客に提供する約束のすべてを履行義務として識別することを要求しているが、その結論の根拠において、履行義務を識別するに当たって、いくつかの事例では、企業は顧客に対して履行義務とはならないインセンティブを提供しているとし、それは当該インセンティブがそれを保証するように設計された契約とは独立して提供される場合であるとする<sup>355</sup>。IFRS15は、財貨・用役の

<sup>353</sup> IASB(2014a), Glossary.

<sup>354</sup> IASB(2007a), pp.20-21(paras.37-40).

<sup>355</sup> Op cit., BC89.

提供義務をすべて履行義務として識別する方針を採るが、財務諸表に対して重要性のないものかを他の基準で判断するとしている<sup>356</sup>。このことは、顧客が契約の一部として対価を支払っている場合と販売促進目的でインセンティブを提供している場合は、区別が困難であるため、インセンティブを契約の一部として取り扱う指摘がなされている<sup>357</sup>。ここで、契約とは、強制可能な権利及び義務を生じさせる複数の当事者間の同意であるとし<sup>358</sup>、当該契約の中から履行義務を識別するのが IFRS15 の収益認識のステップである。ここで、一般的にポイント付与取引はその取引の中に、財貨・用役の販売とポイントの付与が同時に行われているとすることから、両者を個別の履行義務として識別するのであるが、それは同一契約の中に約束が複数存在する場合に適用される。第 1 章において、ポイント・プログラムの契約の仕方を挙げ、ポイント・プログラム単独で契約を結ぶ場合と通常のサービスと附随してポイントが付与される場合の 2 種類を示した。前者は小売業等が用いる契約であり、後者はクレジットカード企業等が用いる契約である。このことから、ポイント付与取引と言っても、契約が 2 種類の場合と 1 種類の場合が存在する。上記【筆者作成・設例 2】にもある通り、顧客の自由意思でポイント・プログラムに参加できる場合、契約は 2 種類存在し、ポイント・プログラムへの加入契約に伴ってポイント付与契約が生じ、販売取引とポイント発行取引で契約は異なることになる。そのように考える場合、もともと契約が 2 種類あることから、ポイント付与を販売取引とは別個の取引と考えることができる。IFRS15 の規定上、同時に締結した複数の契約を単一の契約として考慮する旨の規定も存在する。当該規定において、(a) 契約が単一の商業的目的を有するパッケージとして交渉されている、(b) 1 つの契約で支払われる対価の金額が、他の契約の価格または履行に左右される、(c) 複数の契約で約束した財貨・用役が単一の履行義務となる、のいずれかに該当する場合には、複数の契約を単一の契約として取り扱わなければならない<sup>359</sup>。上記 (a) は、例えば家電量販店において、その財貨・用役の販売に対して、ポイントの付与率を増加させる場合が考えられるが、もともとポイントの付与率は一定で変動しない場合には、別個の契約として考えられる余地がある。(b) は、ポイントの付与の有無で販売取引の取引価格の金額は変動しないことから、ポイント付与取引には当てはまらない。(c) は、販売する財貨・用役とポイントの顧客による行使にはなんら関係はないことから、該当しない。従って、販売取引とポイント発行取引が単一の商業的目的を有するパッケージとして交渉されているか否かが、同一の契約としてみなすか否かの判断指針となる。しかし、IFRS15 内で当該パッケージに関する指摘は存在せず、その判断は企業によって異なることから、契約を基に取引を判断することは D20 で議論されていた会計処理の多様性を生じる余地がある。

このように、IFRS15 が扱う活動が通常の活動であるため、当該通常がどの程度を示しているかという解釈の問題と、IFRC13 には個別に識別可能な構成要素の定義がなかったが、

---

<sup>356</sup> IASB(2014a)., BC90.

<sup>357</sup> Ibid., BC386.

<sup>358</sup> Ibid., para.10.

<sup>359</sup> Ibid., para.17.

IFRS15の収益認識ステップにおいて、財貨・用役の移転義務たる履行義務の定義が示されたことにより、IFRIC13における欠陥が補完されたと言えるが、当該履行義務を識別する際の原因となる契約に関して、その解釈に曖昧さを残すことから、ポイント付与取引に複数要素処理を適用するに当たって、更なる問題を生じさせていると考えられる。

### 3 IFRS15の提携型ポイント・プログラムへの適用と問題点

提携型ポイント・プログラムの会計処理の議論は、IFRIC13やD20に存在した、ポイントを付与する企業が、自己の計算で付与しているのか、ポイント発行主体の代理としてポイントを付与し、当該付与に対する対価を回収しているのか、という2つの視点で会計処理が分類される。IFRS15においても、提携型ポイント・プログラムの会計処理に関して、その指針となる箇所が存在する。当該自己の計算または代理という概念がIFRS15においても展開され、「本人か代理人かの検討」というカテゴリに記述されている。

IFRS15における「本人か代理人かの検討」は、IFRIC13に由来から存在した、自己の計算で対価を回収している場合には総額にて収益を計上し、第三者の代理として対価を回収している場合には後の費用を加味した純額にて収益を計上する会計処理を要求する規定の発展形として捉えることができる。IFRIC13において、当該自己の計算か第三者の代理かの判定は、ポイント交換によって特典を提供する義務を有する当事者が自社または第三者であるかという判断に基づいていた<sup>360</sup>。そして顧客がポイントの交換先を選択できる場合には、当該交換先を顧客が決定した場合に自己の計算か代理かが決まる、としている<sup>361</sup>。

当該判別は基本的にIFRS15においても変わることはなく、より詳細に記載されている。IFRS15はその収益認識のステップの内に、履行義務を識別する過程を設けている。従って、ポイント付与によってどのような履行義務が生じたかの判断を行う際に、本人か代理人かという判断が参考にされる。この際の指標が例示されており、それらは(a) 契約履行の主たる責任は誰が有するか、(b) 顧客が財を注文した際に、当該財の在庫リスクを誰が負うか、(c) 第三者の財貨・用役の価格設定において、企業に裁量権がなく、企業が得られる便益が限定されているか、(d) 企業の対価が手数料形式か否か、(e) 第三者の財貨・用役と交換に顧客から受け取る金額について、企業が信用リスクに晒されているか、等がある<sup>362</sup>。これらの指標は顧客に提供する財貨・用役をその提供の前に企業が支配しているか否かを判断する際に用いられ、支配していると考えられる場合には、本人として会計処理を行うことを要求している<sup>363</sup>。これらをポイント取引に適用すると、ポイント交換から特典を提供する義務の主たる責任は誰が有するか、当該特典の在庫リスクは誰が負うか、ポイント付与によって受け取る対価が手数料形式か否か等となる。そしてIFRS15では、ポイント取引において具体的に、企業がポイント取引の本人または代理人であるかの検討を加えて

<sup>360</sup> IASB(2007f), paras.7-8.

<sup>361</sup> Ibid., para.8(a)(ii).

<sup>362</sup> IASB(2014a), BC37.

<sup>363</sup> Ibid., BC37.

いる。例えば企業の約束を、特典を提供する義務であると識別した場合、企業はポイントと特典を支配<sup>364</sup>しており、企業は履行義務の主たる責任を有するとして本人であると判断する<sup>365</sup>。一方、企業の約束を、販売取引においてポイントを提供することであると識別し、当該ポイントが第三者で用いられるならば、企業は顧客へポイントを提供する手配を行ったとして、代理人であると判断する<sup>366</sup>。しかし IFRIC13 と同様、顧客がポイントの交換先を選択できる場合には、当該選択後に企業が本人か代理人であるかの判断や、報酬または手数料を受け取ったか等を加味して、収益を総額または純額で認識することを判断している<sup>367</sup>。

以上のことから、IFRS15 は、収益認識のステップを作成したことにより、IFRIC13 で議論された自己の計算または代理という考え方を、当該ステップに合わせるように修正し、「本人か代理人かの検討」で示している。IFRS15 は、企業の約束の識別から履行義務を識別し、当該履行義務で要求される財貨・用役の顧客への移転前に、当該財貨・用役を企業が支配しているか否かの判定を行い、当該支配を有している場合には、企業は財貨・用役を移転する義務を有していることから本人であるとして、総額で収益を認識し、当該支配を有していない場合には、企業は財貨・用役の顧客への提供を手配していることから代理であるとして、純額で収益を認識すること、を要求している<sup>368</sup>。当該要求は IFRS15 の設例を見ると明確である。ある設例では、企業が不動産建設業者であり、顧客に特殊化された設備を提供することを約束し、当該設備を外部に外注したとしても、その提供義務は自社が有し、企業の対価は手数料ではないことから、契約の本人として会計処理を行う<sup>369</sup>。ある設例では、企業が航空券を通常の価格よりも低く仕入れ、顧客に転売する事例であり、そこでは企業が有する履行義務は航空サービスを提供することではなく、航空券の提供であり、その販売価格は企業が決定することができることから、契約の本人として会計処理を行う<sup>370</sup>。他の設例では、企業は顧客に食事券を販売するが、その際に顧客からの注文を受けてから食事券をレストランから仕入れ、顧客への販売価格はレストランと共同で決定し、企業の対価は手数料形式としていることから、代理人として会計処理を行う<sup>371</sup>。設例

---

<sup>364</sup> ここで支配とは、「当該資産の使用を指図して当該資産からの残りの便益のほとんどすべてを得る能力」(IASB(2014a), BC120) とし、当該支配が一時点で顧客に移転する場合の指標として、(a) 企業が資産に対する支払を受ける現在の権利を有している、(b) 顧客が資産に対する法的所有権を有している、(c) 企業が資産の物理的占有を移転した、(d) 顧客が資産の所有に伴う重大なリスクと経済価値を有している、(e) 顧客が資産を検収した、が列挙され、これらをすべて満たす必要はないが、参考にされる (IASB(2014a), para.38, BC155)。

<sup>365</sup> IASB(2014a), BC384.

<sup>366</sup> Ibid., BC383.

<sup>367</sup> Ibid., BC385.

<sup>368</sup> Ibid., BC379-BC382.

<sup>369</sup> Ibid., IE234-IE238.

<sup>370</sup> Ibid., IE239-IE243.

<sup>371</sup> Ibid., IE244-IE248.

から判断できることは、企業が有する履行義務を企業がどのように識別し、当該履行義務を充足するための財貨・用役に対する在庫リスクを有するか、販売価格の設定に企業の裁量権があるか、対価の受領が手数料形式か否か等で決定される。これらを合理的に判断して本人か代理人かの判断が行われる。

これらの要因を提携型ポイント・プログラムに適用する。以下に具体的な事例を取り上げるが、ここでは取引の概念だけを示す。提携型ポイント・プログラムには多くの種類が存在するが、我が国で一般的なのが、広く様々な業界で使用できるポイントを発行するポイント・プログラムに自社が加入することである。それは、顧客が1ポイントを1円の値引きに使用できるポイント・プログラムである。企業側の取引は、自社が付与したポイント数と同額の金額をポイント・プログラム運営企業に支払い(1ポイント付与ごとに1円を支払う)、ポイントが顧客に使用された場合、使用された分のポイント数を金額に換算した額がポイント・プログラム運営企業から支払われる仕組みである。ポイント付与側は、ポイント付与取引において、当該ポイントの付与に対して、ポイント仕入等の在庫リスクがあるならばIFRS15の本人として、付与と同時にポイントを仕入また顧客に提供するならば代理人として考えることが可能である。また、ポイント交換から特典を提供することも契約と識別している場合、本人として考えられる。様々考えられるが、IASBから公表されている設例で最も数値が明確なものとしてIFRIC13の設例2がある。当該設例の要旨と仕訳例を以下に示す。

**【IFRIC13-設例2】**：商店は航空企業が提供しているポイント・プログラムに加入しており、商店の売上CU1毎に1ポイントが顧客に付与される。商店が1ポイント付与する毎にCU0.009を航空企業に支払う。ある期に商店はCU1百万を現金で売り上げ、1百万ポイントを顧客に付与した。商店はポイントの公正価値をCU0.01と見積もっている。受取対価の配分法には残価法を用いる。また、自己の計算で対価を回収している場合には、特典を顧客に提供した時点で収益を認識する。一方、第三者の代理として対価を回収している場合には、第三者からポイント付与に伴う対価を受け取る権利を得た時点で収益を認識する。

(1) ポイント付与時					
(借)	現金	1,000,000	(貸)	収益	990,000
				ポイント	10,000
(2) 収益認識時-自己の計算 (航空企業が特典を提供した時点)					
(借)	ポイント	10,000	(貸)	収益	10,000
	費用	9,000		現金	9,000
(2) 収益認識時-第三者の代理 (航空企業から対価獲得の権利を得た時点)					
(借)	ポイント	10,000	(貸)	収益	1,000
				現金	9,000

(出典) IASB(2007f), IE6-IE10 を参考に筆者作成。

本設例は条件が少ないことから、自己の計算か第三者の代理のどちらが適切であるかは不明であることから、仕訳例から判明することを分析する。上記の仕訳例で判明することは、IFRIC13 における自己の計算では、総額でポイントに関する収益を計上し、それに対応する費用も総額で計上し、第三者の代理では、ポイントに関する収益から費用を差引いた純額を収益として計上することである。

上記の提携型ポイント・プログラムに当該仕訳を適用するならば、おそらく第三者の代理の仕訳が適用される可能性が高い。それは、企業のポイント付与行為を履行義務と識別し、当該履行義務において移転する財貨・用役はポイントであり、当該ポイントに対する在庫リスクは、ポイント付与時に運営企業に付与費用を支払うことから、存在しない。そのように考えるならば、企業はポイント付与取引を第三者の代理または代理人として会計処理することになり、ポイント付与に関する収益は純額にて計上されることになる。しかし、ここで可能性が高いと表現したのは、ポイントが自社で使用された場合には、ポイント付与のみではなく財貨・用役等の特典の提供も履行義務に含まれるため、特典は自社が有する財貨・用役であり、在庫リスクを有していることから、自己の計算または本人として会計処理することになるからである。ここでは、ポイントは自社で使用されることはなく、ポイント付与のみが履行義務であるとして、以下に検討を続ける。

上記設例 2 は IFRIC13 の設例であり、IFRS15 で要求される事項と若干異なる箇所が存在する。それは IFRIC13 では受取対価の配分法を特定しておらず、公正価値による比例配分法と残価法を認めているが<sup>372</sup>、IFRS15 では独立販売価格による比例配分法のみしか認めしていない点<sup>373</sup>である。ここでポイントに対する公正価値と独立販売価格が同じであると仮定し、上記設例 2 の仕訳を IFRS15 で要求する比例配分法に変更すると以下の通りになる。

(1) ポイント付与時

(借)	現金	1,000,000	(貸)	収益	990,100
				ポイント	9,900 <sup>374</sup>

(2) 収益認識時-第三者の代理

(借)	ポイント	9,900	(貸)	収益	900
				現金	9,000

(出典) IASB(2007f), IE6-IE10 を参考に筆者作成。

IFRIC13 の設例 2 を IFRS15 の要件に適用すると上記の様な仕訳となる。上記の状態であると問題はないが、本設例を、顧客が 1 ポイントを 1 円の値引きに使用でき、企業がポ

<sup>372</sup> IASB(2007f), paras.5-6, BC12-BC14.

<sup>373</sup> IASB(2014a), para.76, BC266.

<sup>374</sup>  $1,000,000 \text{ 円} \times \{10,000 \div (1,000,000 + 10,000)\} = 9,900 \text{ 円}$  (小数点以下切捨て)。

ポイントを付与した際に、1ポイント当たり1円をポイント・プログラム運営企業に支払うという、我が国で一般的な提携型ポイント・プログラムに適用すると以下の様な仕訳となる。

【筆者作成-設例3】: A企業は、B企業が運営するポイント・プログラムに参加している。A企業は、CU100の販売毎に1ポイントを付与している。またポイントを付与する毎に、A企業はB企業に1ポイントにつきCU1を支払う。顧客は1ポイントをCU1の値引きに用いることができ、ポイントを使用された企業はB企業から使用されたポイントにCU1を乗じた金額が支払われる。また、付与したポイントに対して、どの程度使用されるかをA企業は把握しておらず、A企業では、どのような場合においても顧客によるポイントの使用を受け入れている。当期においてA企業ではCU1,000,000の現金売上があり、顧客に10,000ポイントが付与された。A企業はポイントを付与することがポイント取引における約束であると識別しているため、付与時点で収益を認識する。

(1) ポイント付与時

(借)	現金	1,000,000	(貸)	収益	990,100
				ポイント	9,900

(2) 収益認識時-代理人

(借)	ポイント	9,900	(貸)	現金	10,000
	費用	100			

(出典) 筆者作成。

上記事例は、IFRIC13の設例2を一般的な提携型ポイント・プログラムに適用し、また、受取対価の配分方法はIFRS15で要求している比例配分法を用いている。IFRIC13とIFRS15は、ポイントの公正価値や独立販売価格の算定方法は同様であり、ポイントの金額を直接観察できない場合には、ポイント交換によって顧客が獲得する特典や値引きの金額を参照することを要求している<sup>375</sup>。従って、顧客が1ポイントをCU1の値引きに使用することができるならば、1ポイントの金額はCU1となる。また、A企業は、ポイント・プログラム運営主体ではないことから、顧客によるポイント使用率は把握できないため、付与したポイント全数に対して履行義務を識別することになる。このような前提からポイント付与取引に対して会計処理を行うと、上記仕訳の様になる。

A企業に限らず、提携型ポイント・プログラムに加入しているポイントを付与している企業は、ポイント取引に関して、収益が計上されずにポイント付与に伴う費用が計上されることになる。IFRIC13では、ポイントに配分された金額以上に特典の提供に費用が掛かる場合には、当該超過費用をIAS37に従って引当金を計上することを要求しており<sup>376</sup>、IFRS15においては、当該同様の規定は存在しないが、IAS37を適用して会計処理すること

<sup>375</sup> IASB(2007f), AG1-AG2, IASB(2014a), B42.

<sup>376</sup> IASB(2007f), para.9.

を示している<sup>377</sup>。そして当該 IAS37 を適用する前提として、ポイント交換によって提供する特典の予想コストが増加した場合等の費用の見直しを行った際を想定している<sup>378</sup>。上記の提携型ポイント・プログラムの事例は、もともとポイントを付与した際に支払われる金額が契約により決まっており、ポイント付与に対する費用が変動している訳ではない。このことから、費用の見直しから不利な契約になったのではなく、もともと契約が不利であったということになる。しかし、元から不利な契約を締結してポイントを付与することは合理的ではなく、収益認識の側面からは、ポイントを付与していたとしても企業に損が生じない会計処理を行う方が合理的である。従って、提携型ポイント・プログラムに対する会計処理は IFRS15 の要求する事項を適用せずに、異なる思考によって会計処理する方法を探るべきである。すなわち、比例配分法のみを配分方法として認めるのではなく、ポイントに配分される金額とポイント付与に伴う支出額に差が生じない配分方法を採用する必要がある。

#### 4 IFRS15 におけるポイント取引の階層性

前述の通り、独立型ポイント・プログラムに IFRS15 を適用すると、その適用方法によっては、ポイント付与取引に関する会計処理に多様性を持たせることになり、一方、提携型ポイント・プログラムに IFRS15 を適用すると、取引対価の配分の観点から、履行義務の当初認識の時点から不利な契約となる可能性を指摘した。前者は、IFRIC13 においてもポイント付与取引に複数要素処理または引当金処理を適用するかの議論はあったが、そこでは複数要素処理を強制的に適用させたため、ポイント付与取引に対する会計処理には多様性は生じ得なかった。しかし、上記の通り、IFRS15 の規定を用いると、契約をどのように捉えるか、すなわち、販売取引とポイント発行が同時に行われた場合、両者が単一の商業的目的であるか否かで、取引の把握の仕方が企業によって異なることになる。後者は、IFRS15 が要求する履行義務の独立販売価格を用いて取引対価を比例配分する方法では、ポイント付与に伴って、外部のポイント発行企業にポイント発行対価を支払う場合には、当初認識の時点から純額で損が生じることになることから、契約の当初から不利な契約を締結していることになる。IFRIC13 においては、取引対価の配分法として残価法の選択が認められていたことから、外部に支払う金額をポイント履行義務に配分することで、ポイント付与に関して、純損失が計上されない方法も採用できた。IFRS15 は、ポイント付与を第三者の代理として行い、その対価として手数料が受け取れることが前提で議論されており、付与したポイント数に応じた金額を第三者に支払うようなポイント付与取引には、その前提が異なることから、適合しない。このような状況下において、本節では、IFRS15 の規定を、ポイント取引に適合する形で整理・修正を行う。その際に、今までに取り扱っていた独立型と提携型のポイント・プログラムの会計処理を分類していき、そこから、企業の判

---

<sup>377</sup> IASB(2014a), BC295.

<sup>378</sup> IASB(2007f), para.9, Ibid., BC294.

断が介入しない会計処理の適用方法を提示する。

まず、独立型ポイント・プログラムの会計処理において、その規定は IFRS15 では、「追加的な財又はサービスに対する顧客のオプション」のカテゴリで指摘がなされ、提携型ポイント・プログラムの会計処理は「本人か代理人かの検討」のカテゴリで指摘がなされている。前者では、当該オプションには多くの形態があることが指摘され<sup>379</sup>、その独立販売価格は顧客がオプション行使時に獲得する値引きを用いることにしている<sup>380</sup>。後者では、他の当事者が顧客への財貨・用役の提供に関与している場合には、その提供自体が履行義務である場合は本人、その提供の手配を行っている場合には代理人として会計処理することを要求しているが<sup>381</sup>、ここで上記両者での財貨・用役は何を指しているのか。

独立型ポイント・プログラムにおいて、企業は顧客にポイントを付与する。この場合、企業が提供しているのはポイントという財貨・用役を獲得するオプションであるが、当該オプションの独立販売価格を見積る際には、オプション自体の独立販売価格ではなく、オプション行使によって顧客が獲得する値引きの額を参考とし、オプション行使によって獲得する財貨・用役を対象としている。一方、提携型ポイント・プログラムにおいて、本人または代理人のどちらかという議論は度外視して、企業がポイント付与の仲介を行っている場合、その際の財貨・用役はポイントそのものである。例外として、ポイントが当該企業で用いられた場合には、企業の財貨・用役たる商品を提供することになるが、多くの企業は、ポイント自体を提供している。従って、前者における財貨・用役は、顧客のポイント行使によって提供される企業の商品であり、後者では、ポイント自体が財貨・用役なのである。

このように考えると、ポイント付与取引において、当該履行義務がポイントのみであるか、ポイントと顧客によるポイントの行使によって提供される商品の 2 つである場合の 2 種類の履行義務が考えられる。では、このポイントのみである場合と、ポイント行使によって提供される商品等も含む場合の判別は、どのように行うか。それは、そのまま両者の相違点である商品等の提供義務を有しているか否かで判断することが妥当である。独立型ポイント・プログラムにおいて、ポイントを発行する企業は、ポイントを顧客に行使されることで自社の商品等を顧客に提供することから、ポイントを付与し後の商品等も提供する。提携型ポイント・プログラムにおいて、ポイント・プログラムの運営企業は、発行されたポイントの管理とポイントを顧客が使用した場合、使用された企業に対して、使用されたポイント数に相当する金額を当該企業に支払うことから、顧客が有するポイントの権利を保証し、ポイント交換から得られる商品等の提供を保証しているとみることができる。一方、ポイント・プログラムに参加している企業は、ポイントを顧客に付与した場合、付与したポイント数に応じた金額を運営企業に支払い、顧客にポイントを使用された場合、

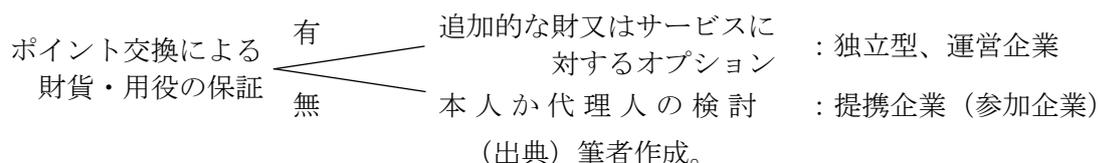
---

<sup>379</sup> IASB(2014a), B39.

<sup>380</sup> Ibid., B42.

<sup>381</sup> Ibid., B34.

使用されたポイント分の金額を運営企業から受け取り、商品等を顧客に提供する。当該参加企業は、ポイントを付与するものの、必ずしも当該ポイントで顧客に商品等を提供する訳ではないことから、ポイントのみを提供しているとする。従ってこのように判断すると、顧客によるポイントの行使によって提供される商品等を保証しているか否かによって、「追加的な財又はサービスに対するオプション」または「本人か代理人の検討」のカテゴリに分類される。当該関係を以下に示す。



ポイント付与取引を、IFRS15に従って、ポイントとポイント交換から提供される財貨・用役（商品等）の観点から分類すると、上記の様な分類図となる。このような見解から、前節で指摘した独立型及び提携型ポイント・プログラムの会計処理に対する問題点の検討を行う。

独立型ポイント・プログラムの会計処理の問題点は、商業的目的のパッケージの把握の仕方によって、会計処理が異なるという面であった。それは、販売取引とポイント発行取引を単一の契約とみなすかという問題であり、単一とみなすならば複数要素処取引として複数要素処理が要求されるが、契約が別個である場合には、それぞれ異なる会計処理が適用される<sup>382</sup>。当該議論は、上記 D20 でも議論された事項であり、このように、商業的目的といった企業の目論見をもって取引を判断することは、統一的な会計処理を導出しない。従って、企業の思惑に左右されない事柄をもって会計処理を規定しなければ、ポイント取引に対する会計処理の多様性を生じさせることになる。当該多様性を排除するための会計処理を導出するために、IFRS15が要求するポイント取引に関する会計処理を精査する。

ポイント・プログラムに関する規定は、上述の通り、IFRS15内の「追加的な財又はサービスに対する顧客のオプション」のカテゴリに存在する。当該オプションは顧客が無料又は値引き価格で追加的な財又はサービスを受け取る権利であり<sup>383</sup>、説明として、「オプションが契約における履行義務を生じさせるのは、そのオプションが、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（省略-筆者）を顧客に提供するときのみ」<sup>384</sup>であり「オプションが顧客に重要な権利を提供している場合には、顧客は実質的には将来の財又はサ

<sup>382</sup> IFRS15は個別の契約の会計処理を定めていることから（IASB(2014a), para.4）、販売取引とポイント発行取引が別個の契約と判断されるならば、前者がIFRS15の適用範囲内であり、後者はポイント発行に伴って受け取る対価が存在しないことからIFRS15の範囲外となる（IASB(2014a), BC386）。

<sup>383</sup> IASB(2014a), B39.

<sup>384</sup> Ibid., B40.

ービスに対して企業に前払」<sup>385</sup>をしているとする。すなわち、顧客が家電量販店等のポイント・プログラムに加入しており、当該家電量販店等で商品を購入した際、ポイントも同時に付与された場合、顧客は商品とポイントの両者を購入していると仮定している。その際、付与されたポイントは貯めることで景品と交換可能や1ポイントを1円として使用可能であることが前提となっている。

IFRS15には数多くの設例が存在するが、その中の「追加的な財又はサービスに対する顧客のオプション」のカテゴリにIFRIC13の設例と類似した設例が存在する。また、他の設例においてポイント・プログラムとの明示はないが、ポイント・プログラムと同等のスキームであるので、以下に示す。

**【IFRS15:設例 49—重要な権利を顧客に与えるオプション（値引券）】**ある企業が、製品AをCU100で販売する契約を結ぶ。契約の一部として、企業は顧客に、今後30日間のCU100までの将来の購入についての40%の値引券を与える。企業は、季節的な販売促進の一環として、今後30日間のすべての販売について10%の値引きを提供するつもりであり、10%の値引きを40%の値引券に加えて使用することはできない。すべての顧客は、今後の30日間の購入について10%の値引きを受けることになるので、顧客に重要な権利を与えている唯一の値引きは、その10%に対して増分となる値引きである（すなわち、追加的な30%の値引き）とし、当該値引券の使用可能性を80%、平均CU50に対して値引券が使用されると見積った。

[仕訳]

(借)	現金	100	(貸)	売上	89 <sup>387</sup>
				減額券 <sup>386</sup>	11 <sup>388</sup>

(出典) IASB(2014a), IE250-IE253 を筆者修正加筆。

**【IFRS15:設例 52—カスタマー・ロイヤルティ・プログラム】**ある企業がカスタマー・ロイヤルティ・プログラムを有しており、顧客にCU10の購入ごとに1のカスタマー・ロイヤルティ・ポイントを与えている。各ポイントは、企業の製品の将来の購入時にCU1の値引きと交換できる。このポイントは、顧客が契約を締結しないと受け取れない重要な権利を顧客に与える。したがって、企業は、顧客にポイントを提供する約束は履行義務であると結論を下す。製品をCU100,000で販売し、ポイントを10,000発行したが、

<sup>385</sup> Ibid., B40.

<sup>386</sup> 設例上では「値引券」の勘定科目を用いているが、会計上の値引きは商品の質に対する瑕疵に起因する売上の減額である。ここではそのような瑕疵は認められないことから、減額として表記している。

<sup>387</sup> 独立販売価格：CU100。配分価額：CU100 ÷ (CU100 + CU12) × CU100 = CU89。

<sup>388</sup> 独立販売価格：CU50 × 30% × 80% = CU12。配分価額：CU12 ÷ (CU100 + CU12) × CU100 = CU11。

顧客による使用は 9,500 ポイントと見込まれたため、1 ポイント当たりの独立販売価格を CU0.95 と見積った。

[仕訳]

(借)	現金	100,000	(貸)	売上	91,324 <sup>389</sup>
				ポイント	8,676 <sup>390</sup>

(出典) IASB(2014a), IE267-IE270 を筆者修正加筆。

上記設例 49 と設例 52 は IFRS15 上では、「追加的な財又はサービスに対する顧客のオプション」というカテゴリの設例であり、類似する設例である。両者は「企業が、契約において、(省略-筆者)、オプションを顧客に付与している場合に、そのオプションが契約における履行義務を生じさせるのは、そのオプションが、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 (省略-筆者) を顧客に提供するとき」<sup>391</sup>の設例である。また、設例 52 に対して、「条件が異なる場合があるので、カスタマー・ロイヤルティ・プログラム契約のすべてには当てはまらない可能性がある。特に、取決めに複数の当事者がいる場合は、企業は、特典クレジットを生じる取引における顧客を決定するためにすべての事実及び状況を考慮すべきである」<sup>392</sup>とし、すべてのポイント・プログラムに対して適用可能ではない事を類推させ、特に提携型ポイント・プログラムについてはその内容を考慮することを言及している。

設例 49 と設例 52 における相違点は、企業がカスタマー・ロイヤルティ・プログラムを展開しているかの認識の有無と、顧客に与えている重要な権利部分の特定、に関する記述である。設例 49 においては、ポイント・プログラム認識の有無は存在せず、すべての顧客に与えている 10%の値引きではなく、一部の顧客に与える追加 30%分の値引きを履行義務として認識することを要求している。設例 52 においては、企業はポイント・プログラムの運営をしており、ポイント・プログラムの下で発行されるポイントを履行義務として認識することを要求している。これら設例を考慮すると、企業がポイント・プログラムを運営しているかどうかの認識は関係なく、ポイント等の重要な権利を与えている顧客と与えていない顧客との区別が存在し、企業が重要な権利を顧客に与えた場合に履行義務を認識する会計処理を要求していると考えられる。当該重要な権利に関する記述は D20 の議論において、1 度のみ提示されている。2006 年の 5 月の議論において、D20 の適用の範囲を議論する際において、販売取引を必要としない自由に配布される割引券やインセンティブは

<sup>389</sup> 独立販売価格：CU100,000。配分価額：CU100,000 ÷ (CU100,000+CU9,500) × CU100,000=CU91,324。

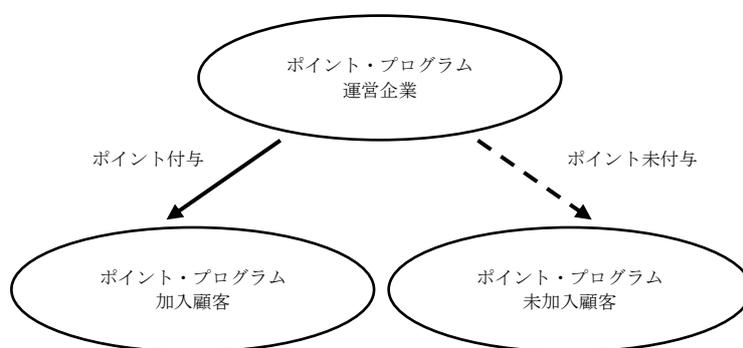
<sup>390</sup> 独立販売価格：CU9,500。配分価額：CU9,500 ÷ (CU100,000+CU9,500) × CU100,000 =CU8,676。

<sup>391</sup> IASB(2014a), B40.

<sup>392</sup> Ibid., IE249. また文中の特典クレジットとは、ポイントを包括する顧客の権利のことである。

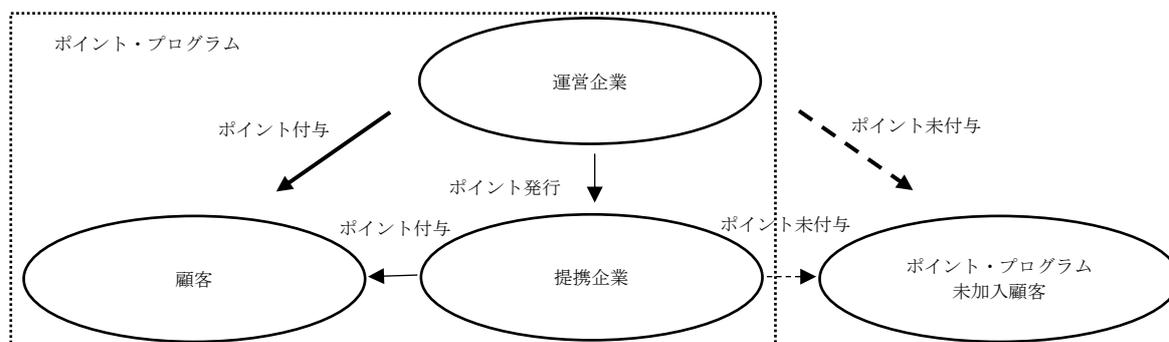
適用範囲外とする記述が存在する<sup>393</sup>。これらのことから、販売取引に付随して顧客に権利が提供されること、すべての顧客に提供される権利ではないこと、の 2 つの要件が重要な権利の判断規準であり、ポイントを IFRS15 に基づいて会計処理するに当たって要求される要件である。その様に考えられる場合、独立型において、運営企業はポイントを付与する顧客と付与しない顧客との区別が可能である。提携型においては、運営企業と提携企業との間でポイント発行取引が行われ、提携企業が顧客にポイントの付与を行う。運営企業はポイントを付与する顧客と付与しない顧客の区別を行うことはできず、提携企業においてのみ、当該顧客の区別が可能となる。上記記述をまとめ以下に図示する。

図表 10. 独立型ポイント・プログラム



(出典) 筆者作成。

図表 11. 提携型ポイント・プログラム



(出典) 筆者作成。

従来のポイント・プログラムの説明においては、ポイント・プログラムの運営主体はどこか、ポイントの付与者は誰か、顧客がポイントを使用できる企業はどこか、というポイント・プログラムに関する当事者の関わり方が考慮されていた。従って、独立型では上記当事者が企業と顧客の 2 者であり、提携型ではそこに提携企業も含め 3 者以上いるという単純な関係が想定されていた。しかし、IFRS15 の「当該契約を締結しなければ顧客が受

<sup>393</sup> IASB(2006c), para.5.

「取れない重要な権利」<sup>394</sup>であるポイントが重要な権利として扱われるのは、販売取引で付与され（契約を締結）、なおかつ、当該権利がすべての顧客に与えられるものではないことである。設例 49 において、すべての販売取引ではなく、一部の販売取引に値引券を与える契約を盛り込み、当該契約の有無によって顧客の判別を行っている。設例 52 において、カスタマー・ロイヤルティ・プログラムに加入しているか否かによって顧客の判別を行っている。よって、独立型・提携型共に、ポイント・プログラムに IFRS15 を適用する場合、ポイントが付与される顧客とポイントが付与されない顧客の両者の存在、すなわち、ポイント・プログラムに関わりのない顧客の存在が前提になければならない。

ポイント・プログラムに関する会計処理は、IFRS15 の設例を考慮すると、顧客に重要な権利を与えている事を反映させる必要がある。すなわち、上記図表で示す通り、ポイントが付与する当事者が一部の顧客にはポイントが付与し、その他の顧客にはポイントが付与しないという、ポイント付与者がポイントという顧客にとって重要な権利の付与の有無を確認できることが必要である。独立型において、ポイントが付与する主体は運営企業であり、当該運営企業がポイントカードの呈示等の顧客の求めに応じてポイントを顧客に付与する。顧客の求めが存在しなければ、運営企業は顧客にポイントが付与することはない。また、ここで、提携型ポイント・プログラムに参加している提携企業もポイントが付与し、一部の顧客にのみポイントが付与している場合があるが、前述の通り、ポイント交換から提供される商品等の財貨・用役に対して責任を有している訳ではないので、当該重要な権利の検討を行わず、本人か代理人かの検討が行われる。

#### 4.1 重要な権利から見る独立型ポイント・プログラム

独立型ポイント・プログラムに上記 IFRS15 の設例の解釈から導出した重要な権利の考え方を適用する。すなわち、(a) 一部の顧客にポイントが付与する場合と、(b) すべての顧客にポイントが付与する場合、の 2 種類の取引が考えられる。前者は、一部の顧客にポイントが付与していることから、当該ポイントは重要な権利として考えられる。この場合において、企業は顧客に重要な権利を付与していることから、当該ポイント付与取引に IFRS15 が適用される。その場合の会計処理は、上記で述べている通りの IFRS15 以前の IFRIC13 で要求されている複数要素処理である。当該会計処理は上記において、設例等も含め示していることから、省略する。それでは後者のすべての顧客にポイントが付与する場合を考究する。

すべての顧客にポイントが付与する場合、すなわち、ポイントを重要な権利として扱わない場合、その際の参考として、IFRS15 においても検討されている製品保証を参考にする。家電量販店等で顧客が商品を購入した際、当該商品に対して保証が付いている場合がある。当該製品保証には 2 種類あり、それぞれサービス型とアシュアランス型と呼ばれている。

---

<sup>394</sup> IASB(2014a), B40.

サービス型とは、延長保証等の追加で顧客に提供される製品保証であり<sup>395</sup>、アシュアランス型とは、提供された商品が当初期待された性能を発揮しない等の欠陥に対して、商品交換・修理するための製品保証である<sup>396</sup>。サービス型は、一般的に、商品の販売とは独立して提供するか否かが交渉され、当該保証は販売した財貨・用役とは独立した販売価格を有する。その場合には、当該保証は履行義務として識別することが要求される<sup>397</sup>。一方、アシュアランス型は、商品の販売の際に、当初予定されていた性能を保証するために、販売された商品と同時に提供される保証であり、別個の販売価格は存在しない。その場合には、欠陥のある商品交換・修理するための別個の負債を認識すべきとして、IAS37 に従って、負債計上が要求される<sup>398</sup>。上記サービス型とアシュアランス型の製品保証の違いは、顧客が製品保証を独立で購入することができるか否かであり、購入可能な場合にはサービス型、購入不能な場合にはアシュアランス型として分類される<sup>399</sup>。当該思考をポイントがすべての顧客に付与される場合に適用する。

上記製品保証の区別、特にアシュアランス型は、すべての顧客にポイントが付与される場合に近似する。すなわち、アシュアランス型は、商品の販売時において、当該商品販売の取引価格の内に当該保証の金額が含まれており、当該保証に対する独立した販売価格が存在しない。一方のすべての顧客にポイントを付与する場合は、財貨・用役の提供と同時にポイントが付与されており、当該財貨・用役の取引価格にポイントの金額も含まれ、通常ポイントには独立した販売価格は存在しないことから、アシュアランス型の製品保証とすべての顧客にポイントを付与する取引は、販売時に同時に提供される点と独立した販売価格が存在しないという点において近似する。すべての顧客に付与されるポイントは、前述の通り重要な権利として扱われないことから、識別可能な履行義務ではなく、そして、上記のアシュアランス型との近似性から、アシュアランス型と同様の会計処理が適用され、アシュアランス型はIAS37 に従って会計処理される。IAS37 では、報告期間の末日における現在の債務を決済するために必要となる支出の最善の見積りが引当金の金額として計上されることから<sup>400</sup>、当該要求をすべての顧客に付与されるポイントに適用する。当該ポイントが財貨・用役の販売時の値引きとしての義務を有するか、外部から仕入れた財貨・用役の提供義務であるかはその事例にもよるが、1ポイント当たりの値引き額あるいは一定数のポイントによって交換される財貨・用役の金額を基礎として、そこに顧客の使用率を加味した金額がポイント負債の金額として計上される。従って、すべての顧客にポイントを付与する場合には、当該ポイントの使用によって受け取ることができないあるいは将来提供すべき財貨・用役の購入の見積り金額が負債として計上されることになる。

---

<sup>395</sup> IASB(2014a), BC371.

<sup>396</sup> Ibid., BC374.

<sup>397</sup> IASB(2014a), BC371.

<sup>398</sup> Ibid., B30, BC376.

<sup>399</sup> Ibid., B29-B30.

<sup>400</sup> IASB(2001c), para.36.

独立型においては、運営企業が自ら発行したポイントを顧客に付与し、顧客が発行したポイントの管理は運営企業自身が行い、顧客は運営企業にのみポイントの使用が可能である。すなわち、運営企業が顧客に付与したポイントが重要な権利である場合、IFRS15の適用を受け、IFRS15が要求する複数要素方式を採用することになる<sup>401</sup>。つまり、IFRS15の設例から見受けられる、一部の顧客に重要な権利を与え、顧客の区別がなされた場合に、複数要素処理が要求される。一方、運営企業がすべての顧客にポイントを付与する場合は、当該ポイントは重要な権利ではないと考えられ、売上とは別個の履行義務を認識する必要はなく、IFRS15の範囲外となり、別建てでポイントに関する負債を計上することになる<sup>402</sup>。具体的な事例として、クレジットカード企業や携帯電話等のサービスを提供する通信事業者において、当該企業は顧客とクレジットカードの契約や携帯電話利用の契約を行う際に、付随的にすべての顧客と自社が有するポイント・プログラム入会の契約も同時に行っている<sup>403</sup>。そのため、当該企業は、すべての顧客にポイントを付与していることになり、重要な権利を提供していないと考えられ、IFRS15の範囲外とされる。当該企業はIFRS15ではなく、IAS37に従って引当金が計上される<sup>404</sup>。結果として、独立型の運営企業が一部の顧客にポイント等の重要な権利を与えた場合にIFRS15が適用され、ポイント付与に関する会計処理には複数要素処理がなされる。

#### 4.2 ポイント付与の観点から見る提携企業の会計処理

提携型においては独立型と異なり、運営企業が発行したポイントを、提携企業が顧客に付与し、提携企業においてポイント使用の顧客の求めがあった場合、当該提携企業は値引き等の対応を行う。当該対応は提携企業が行うが、ポイントの管理・保証は運営企業が行うため、提携企業が付与したポイントを提携企業自身が保証する訳ではない。自社が付与したポイント等の重要な権利が自社以外で使われる場合や、自社以外の提携企業によって付与されたポイントが自社で使用される場合もあり、ポイント付与者とポイント使用時の財貨・用役提供者が異なる場合が存在する。よって、提携型においてポイントという履行義務は必ずしも自社の財貨・用役を提供する義務ではないことから、IFRS15の設例をそのまま提携型の提携企業に適用することはできず、提携型ポイント・プログラムを財貨・用役の提供義務ではなく、ポイント自体の提供という視点から考える必要がある。

そもそも提携型ポイント・プログラムのビジネス・モデルは、各社が運営していたポイント・プログラムをまとめて、シェアード・サービスのひとつとしてアウトソーシングされたとみなすことができる実務例が存在する<sup>405</sup>。提携企業は顧客にポイントを付与するごとに手数料を支払い、その対価として運営企業から顧客の購買情報や販売促進活動のため

<sup>401</sup> Op cit., para.26.

<sup>402</sup> IASB(2014a), B40, BC294-BC296.

<sup>403</sup> 経済産業省 (2008d)、7頁、9頁。

<sup>404</sup> IASB(2001c), IASB(2014a), BC295.

<sup>405</sup> 海保 (2010)、140頁。

の情報の獲得、他社からの送客を期待している<sup>406</sup>。そこから提携型ポイント・プログラムの効果を、(1) アウトソーシングしてコストを下げ、(2) 異業種提携先との間で送客を行い、(3) 自社以外の顧客の購買情報の獲得すること、との指摘も存在する<sup>407</sup>。また、顧客情報と結びついたポイントサービスの自社での構築はコスト等で敷居が高いことから、ポイントサービスのアウトソーシング化が現実的な方法である、との指摘も存在する<sup>408</sup>。前章で紹介した T ポイント導入の実例として、「自前のシステム投資と維持も不要で、毎月の利用料を CCC 社に支払うだけで済む」<sup>409</sup>との記述もあり、ポイント・プログラムのアウトソーシングとしてのサービスが展開されていることが伺える。従って、以下からは提携型ポイント・プログラムをアウトソーシングとして考究していく。

提携型ポイント・プログラムは、各企業がポイント・プログラムを導入するにはコストがかかるとの理由等から、運営企業が運営するポイント・プログラムに参入、すなわちポイント・プログラム運営に係るシステム構築等の労力をアウトソーシングすることである。従って、上記 T ポイントの例にもある通り、提携企業が運営企業のポイント・プログラムを利用するというアウトソーシングに伴うシステム使用料が発生するのである。また同時に、提携企業は運営企業が発行するポイントを顧客に付与する際に、ポイント付与料を運営企業に支払うことになる。当該ポイント付与料は運営企業で保管され、ポイントが使用された際に、運営企業からポイントが使用された企業に使用されたポイント分の金額が支払われる。アウトソーシングに伴う費用であるシステム使用料は費用として処理されるであろうが、同時に支払うことになるポイント付与料をどのように考えるかが問題となる。よって、提携企業において、当該ポイント付与料およびポイント付与という取引をどのように会計処理するかを検討する。

ポイント付与料およびシステム使用料は提携企業が顧客にポイントを付与する際に発生する。具体的には、顧客との売上取引の際に顧客からポイントカード等の呈示を受けて、提携企業が顧客にポイントを付与し、そこからポイント付与料やシステム使用料が発生し、引き落としがなされる<sup>410</sup>。ポイントの付与率やシステム使用料は売上高に対して一定割合が定められていることが多いことから、売上取引時には両者の金額は判明していることになる。また、提携企業は顧客の求めに応じてポイントを付与することから、商品とポイントを顧客に引き渡していると考えられる。これらの仕訳を以下の筆者作成の取引例を使用し検討する。

**【筆者作成-設例 3】**: A 商店は運営企業 B のポイント・プログラムに加盟している。A 商

<sup>406</sup> 同上文献、140 頁。

<sup>407</sup> 同上文献、143 頁。

<sup>408</sup> 菊池 (2015)、97-98 頁。

<sup>409</sup> 東洋経済新報社 (2013)、39 頁。

<sup>410</sup> 大雄等 (2011)、114-115 頁。

店は顧客に商品を 10,000 円（原価率 80%）で販売し、ポイントを 2%付与した。1 ポイントは 1 円として顧客は使用することができる。A 商店は顧客から現金で売上代金を受け取った。また、運営企業 B のポイント・プログラムに加盟していることから、ポイント付与数と同額をポイント付与料として、また、現金売上額の 1%をシステム使用料として支払うこととなっており、即座に両金額が引き落とされる。

[仕訳]

(借)	現	金	10,000	(貸)	売	上	10,000
	ポイント	資産	200		現	金	300
	システム	使用料	100				
	費	用	8,200		商	品	8,000
					ポイント	資産	200

(出典) 筆者作成。

ポイントの付与は提携企業と顧客との取引を通じて行われる。よって、提携企業から顧客へポイントを引き渡していると考えられる。また、提携企業はポイントを顧客へ付与する際に、運営企業へ売上データを送信し、そこからポイント付与料等の支払金額が定まる。提携企業が顧客へ付与するポイント数と提携企業が運営企業へ支払うポイント付与料が同額であることから、ポイント付与料はポイントを仕入れる金額と考えられ、ポイント仕入とポイント販売が提携企業において同時に行われていると解することができる。IFRS15において「オプションが顧客に重要な権利を提供している場合には、顧客は実質的に将来の財又はサービスに対して企業に前払」<sup>411</sup>しているとする記述は、現在のポイントという重要な権利に対して顧客は支払いを行っているという解することができる。また「多くの場合には、ポイントに相当する金額を支払わずに商品を購入することはできないようになっている。

(省略・筆者) 顧客は商品の代金を支払うとともにポイントを購入していると捉える限り、これは一種の抱き合わせ販売」<sup>412</sup>という指摘もあり、そのように解すならば、顧客は提携企業から売上対象たる商品とポイントを抱き合わせで購入していることになる。売上取引時に顧客からのポイントカード等の提示がなければ、当該運営企業へのデータ送信は行われることなく通常の販売取引のみが行われるが、顧客から提携企業にポイントカード等が提示された場合、商品とポイントの抱き合わせ販売が行われているとみなすことができる。従って、顧客が重要な権利たるポイントに対しても対価を支払っているが、提携企業は当該ポイントに対する履行義務は必ずしも自社の商品等の財貨・用役を提供する義務ではない、という事実を反映させる会計処理を行う。すなわち、上記 IFRS15 の設例 49 における複数要素処理の仕訳を行わず、ポイント仕入とポイント販売を反映させる仕訳を行う事が、取引の流れを忠実に表現できると解する。また、ポイントが提携企業において使用された

<sup>411</sup> IASB(2014a), B40.

<sup>412</sup> 石川 (2008)、21 頁。

場合の取引も以下に示す。

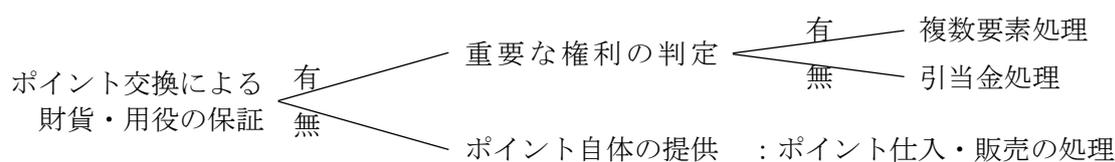
【筆者作成-設例 4】：上記【筆者作成-設例 3】と同様の条件で、A 商店は顧客に商品を 8,000 円で販売した。A 商店は顧客から売上代金の内、200 円分をポイントで支払う旨を受けた。また、ポイント付与は現金受取額から 2%とする。使用されたポイント分の支払いは運営企業から送金される。

[仕訳]

(借)	現	金	7,800	(貸)	売	上	8,000
		ポイント資産 a	200				
		ポイント資産 b	156		現	金	234
		システム使用料	78				
	現	金	200		ポイント資産 a		200
	費	用	6,556		商	品	6,400
					ポイント資産 b		156

(出典) 筆者作成。

ポイント資産 a 勘定は顧客から使用されたポイント分を示し、ポイント資産 b 勘定は提携企業が付与したポイント分を示している。上記仕訳の通り、ポイント付与取引をポイント仕入とポイント販売を同時に行っていると解すると、両ポイント資産勘定は一時的に簿記処理されるが、ポイント付与に対する支払いと仕入れたポイント分を即引き渡すことから、残高には残らない。そしてポイント仕入であることから、販売したポイント分は抱き合わせで販売した商品と同様に売上原価として費用処理させることになる。ポイント自体が販売促進的な側面を持つことから、ポイントに関する費用は販売促進費として処理する実務も存在するが<sup>413</sup>、ここではポイント仕入とポイント販売を同時に行っていると考究したことから、売上原価として費用処理することを提示する。このように解釈することで、IFRS15 における各履行義務の独立販売価格で取引価格を比例配分する方法からの弊害を回避でき、また、本人または代理人かの判別は不要になるのである。従って、これまでの議論をまとめると以下の分類図となる。



(出典) 筆者作成。

<sup>413</sup> 金融庁 (2008c)、1 頁。

#### 4.3 ポイント・プログラム運営企業の会計処理

上記では提携型における提携企業の処理を見てきた。提携型においてポイント付与取引は、運営企業からのポイント仕入と、顧客へのポイント販売を同時に行う取引と示した。一方、運営企業において、提携企業がポイントを顧客に付与したことによって提携企業が運営企業に支払ったポイント付与料は、運営企業においてポイント販売に伴う対価ではない。ポイント付与料は顧客によるポイントの使用に備えた資金であり、売上ではなく負債として計上され、顧客によってポイントが使用された場合に、当該負債が減少し、ポイントが使用された企業に資金が流入することになる。当該取引は他店商品券と類似しており、他店商品券の取引は、商品券発行企業が自社の商品券販売の後に、他社から自社の商品券決済の呈示があった場合に、商品券と同額の金銭を支払うものである。商品券と同様の取引と解すならば、運営企業が提携企業からポイント付与料を受け取った際に、将来の顧客のポイント使用に備えた預り金等の負債として計上されることになる。よって、ポイント付与料は全額を負債として認識することになる。

顧客から対価を受け取り、同額をポイント負債として計上するが、実際提携企業が顧客に付与したポイントが全額使用される訳ではない。運営企業がポイント付与料を全額負債として計上した後、顧客に使用されない分をどのように会計処理するかが問題となる。通常、発行されたポイントは返金不能であり、また、使用期限が設定されている。ポイントの付与が行われてから 1 年間で使用期限である場合や、直近のポイントの付与が行われてから 1 年以内がすべてのポイントに対する使用期限とされる場合がある等、ポイントの使用期限には様々存在する。そこで IFRS15 の前受金規定では「企業が契約負債における非行使部分の金額に対する権利を得ると見込んでいる場合には、企業は、見込まれる非行使部分の金額を、顧客が行使する権利のパターンに比例して収益として認識しなければならない。(省略-筆者) 見込んでいない場合には、企業は見込まれる非行使部分の金額を、顧客が残りの権利を行使する可能性がほとんどなくなった時に収益として認識しなければならない」<sup>414</sup>としている。当該記述をポイント取引に落とし込むと、前者は、発行したポイント 100 の内、20%が失効すると企業が見込んでおり、当該発行したポイントが 2 年に渡り使用されると仮定された場合、失効されると見込まれるポイントを 2 年に渡り失効益として収益認識することを要求している。後者は、ポイントの発行に伴い使用期限が延長するポイント・プログラムを企業は運営していたが、特定の顧客に対するポイント発行が無くなり、使用期限を過ぎたために全額失効した場合が想定される。

上記では、提携企業がポイントを付与し、ポイント付与料を受け取った際の運営企業の会計処理を示した。しかし実際は、提携型において、運営企業もポイントを付与する。従って、さらなる問題点は、提携型における運営企業と提携企業の両者がポイントを付与する場合、運営企業のポイントに関する会計処理はどのように処理されるか、である。提携型における運営企業は、上記で示した通り、提携企業がポイントを付与した際、ポイント

---

<sup>414</sup> IASB(2014a), B46.

付与料とシステム使用料を受け取る。その際の会計処理は上記で示した。それに加えて、運営企業もポイントを付与するとすると、どのような会計処理が追加されるであろうか。当該問題点を以下に論じる。

追加される会計処理には 2 種類が考えられる。すなわち、顧客が運営企業と取引する際に、すべての顧客が運営企業のポイント・プログラムに加入しているか否かである。上記で示した CCC 社のポイント・プログラムでは、すべての顧客が当該ポイント・プログラムに加入しなければ、子企業が運営するレンタル事業サービスを受けることができない。一方、マイレージ等の航空業界が展開するポイント・プログラムは、旅行券等の購入に際して、顧客が当該ポイント・プログラムに加入することは必須ではない。従って、上記 2 種類が考えられるが、両者の事例は、ポイント・プログラムにすべての顧客が加入しているか否かの判断が可能であり、上記で展開した会計処理が適用されることになる。しかし、この分類を適用したポイントに関する会計処理には、ポイント負債の金額表示面において問題が生じる。以下に取引例と運営企業の仕訳を示す。

**【筆者作成-設例 5】**：C 企業は提携型ポイント・プログラムを運営している企業である。当該ポイント・プログラムに加入している企業は、運営企業も含め、売上高に対するポイント付与率は 1% であり、顧客は 1 ポイントを 1 円として使用することが可能である。また、提携企業においてポイントが顧客に付与された場合、ポイント付与料として、付与したポイント 1 につき 1 円が運営企業に支払われる。当期において提携企業では 1000 ポイントを顧客に付与し、運営企業においては 100,000 の売上があった。顧客によるポイントの使用率はポイント全体の 70% である。

仕訳 1：運営企業を利用したすべての顧客がポイント・プログラムに加入している場合

(借)	現金	1,000	(貸)	ポイント (外部付与分)	1,000
	現金	100,000		売上	100,000
	費用	400		ポイント (当社付与分)	400

仕訳 2：運営企業を利用した一部の顧客がポイント・プログラムに加入している場合

(借)	現金	1000	(貸)	ポイント (外部付与分)	1000
	現金	100,000		売上	99,305
				ポイント (当社付与分)	695

(出典) 筆者作成。

**【筆者作成-設例 5】**において、運営企業・提携企業の両者が発行したポイントは合計で 2,000 ポイントである。そして、ポイント全体の使用率は 70% であることから、使用が予想されるポイント数は 1,400 である。仕訳 1 では、すべての顧客がポイント・プログラムに加入している場合の仕訳であるが、当該状況下では、IFRS15 における会計処理は適用さ

れず、発行した全ポイント数に対する計上不足分を負債として計上することになる。その場合、IAS37 が要求する引当金を計上することになる。IAS37 における引当金の要件は、企業が過去の事象の結果として現在の債務を有し、当該債務を決済するために経済的便益を有する資源の流出の可能性が高く、かつ、当該債務の金額に対して信頼性ある見積りができる場合、である<sup>415</sup>。ポイントは運営企業・提携企業の過去の売上取引の時点において発行され、顧客からポイントが、運営企業で使用されると財貨・用役、提携企業で使用されると資金が流出する。そして、発行済み全ポイント数の内、どれ程のポイントが使用され、また 1 ポイント当たりの価値が判明しているため、ポイント引当金として負債計上される。その場合、ポイントに関する引当金であるため、未計上ポイント部分が会計処理される。よって、企業が見込むポイント使用見込金額である 1,400 のうち、計上済みポイント負債の金額を差し引いた 400 が計上されることになる。一方、仕訳例 2 では、一部の顧客がポイント・プログラムに加入していることから、IFRS15 が適用され、複数要素処理で会計処理されることになる。その場合、売上高とポイントが使用されると見込まれる価値 700 にて、受取対価が比例配分されることになる。提携企業から受け取ったポイント付与料と同額の 1,000 と、IFRS15 適用によって計上されたポイント負債分 695 の合計金額は 1,695 であり、全ポイント使用見込金額の 1,400 と一致しない。仕訳 2 におけるポイント負債の合計額は、異常な場合を除き、必ずポイント全体の見込使用数の価値と一致することはない<sup>416</sup>。従って、ポイントに対して IFRS を適用すると、運営企業が計上するポイント負債の金額は、一部の企業は当該企業が見込む顧客によるポイント使用数の価値を反映し、その他の企業では実際に見込んでいる顧客によるポイント使用数の価値を反映しない。すなわち、企業がポイントの付与を顧客の全員に行っているか否かによって、会計上のポイント負債の金額が企業の見込みと乖離する場合が存在する。

また、計上されたポイント負債の金額を実際に運営企業が将来使用されると見込んでいるポイントの金額にするためには、修正処理が必要となる。しかし、上記提携企業のみがポイントを付与する提携型ポイント・プログラムの場合と同様、ポイント発行の際に現金等の対価を得ている場合、将来の顧客のポイント使用に備えた資金として考えるならば、会計的なポイント負債の金額と企業のポイント使用見込額とに差額があるとしても、受取対価が存在する会計的なポイント負債の金額が支持される。しかし仕訳 1 では、資金に裏付けられたポイントとポイント負債に対する計上不足額が会計処理され、結果として、実際に運営企業が見込んでいる顧客によるポイント使用数の価値がポイント負債として計上されることになる。従って、IFRS を適用して会計処理をする場合、ポイントにおいて、資金的裏付けが存在するポイント負債と企業が使用されると見込まれるポイント負債の両者

---

<sup>415</sup> IASB(2001c), para.14.

<sup>416</sup> 提携企業が発行したポイント数を A、運営企業の売上高を B、ポイント付与率を  $x$  ( $0 < x < 1$ )、顧客によるポイント使用率を  $y$  ( $0 < y < 1$ )、とした場合、設例 5 において、全ポイント使用見込数とポイント負債計上額が一致していると仮定すると、 $(A+Bx)y=A+B \cdot Bxy \div (B+Bxy)$  となり、当該数式を解くと、 $x$  と  $y$  には解が存在しない。

の金額が計上され、単にポイント負債の金額を企業間で比較することは不可能となる。

このように IFRIC13 で不足していた構成要素に関する定義を IFRS15 が補完したとしても、IFRS15 を詳細に解釈すると、ポイントに関する会計処理には多様性が生じることになる。IFRIC13 の議論において、同一の義務に同一の会計処理規定を要求し、財務諸表の比較可能性を重視する思考を示したが、上記 IFRS15 の解釈では、当該比較可能性を担保することはできないのである。

現在、ポイントは日々の取引に複雑に絡み合い、多くの場面で発行される。特にポイントの発行機会は日々増え、提携型ポイント・プログラムが主流となりつつある。しかし、提携型ポイント・プログラムを会計的に取り扱う場合、取引対価を重視する場合やポイント負債の測定を重視する場合等、ポイントに対するどのような側面を重要視するかで、ポイントに関する会計処理は変貌してゆく。上記で示した通り、ポイント発行取引を重視するか、発行済みポイントの総体を重視するかによっても会計処理が異なっていく。このことから、より広範なポイント取引を観察して、ポイント取引に対する会計処理を考究する。従って、後の章では、IFRIC13 や IFRS15 の規定から離れ、ポイントに関連する領域の取引の議論を観察し、そこから解釈の多様性を生じないポイントに関する会計処理方法を探る。

## VI ポイント・プログラムの拡大

前章の通り、経済事象としてポイント取引が拡大していくと、ポイントに関する会計処理も多岐に渡る。当初のポイント取引は企業と顧客の相対取引であり、そこでのポイントが、値引きとしての効果や、景品といった追加の財貨・用役を提供する効果が期待されていたことから、我が国引当金の議論にあった通り、売上値引引当金や景品費引当金との類似性をもって、ポイント引当金として計上する理論が導出される。このような類似性に焦点を当てると、本所（2009）の様に、ポイントの発行目的や性質をマーケティング費用や売上の減額と分類することになり、費用収益の側面からポイント进行分析することになる。一方、IFRIC13やIFRS15の様に、ポイント付与取引を顧客との契約を基礎に分析すると、1つの取引に2つ以上の約束を把握し、履行義務を認識することになり、資産負債の側面からポイント进行分析することになる。しかし現在では、ポイント取引は当初議論されていたものよりも多様となり、特にポイントの交換先が売上の減額や追加の景品を与えるだけではなく、電子マネーと交換されるものまで存在する。電子マネーは、従来から存在する商品券に類似し、ポイントよりも商品購入の支払手段としての性格が増す。当該電子マネーとポイントの相違点と、ポイントが電子マネーに交換される場合の会計処理の現状を把握し、その会計処理を提示する。

### 1 電子マネーとポイント

2015年11月23日、企業会計基準委員会（以下、ASBJ）においてIASBに対する意見書「[IAS第32号『金融商品：表示』-企業が発行したプリペイド・カードに係る負債の当該企業の財務諸表における分類]に関する暫定的なアジェンダ決定に対するコメント」が公開された<sup>417</sup>。本意見書は表題が示す通り、企業が発行したプリペイド・カードに関する会計処理に対して、IASBが暫定的に示したアジェンダに対するASBJの意見書である。当該意見書は、結果として、そのほとんどが文言を変えた形で採用された。ASBJの意見は、電子商取引が増加することに伴い、プリペイド・カードにカスタマー・ロイヤリティ・プログラムが付帯している事例が増加していき、両者が結合した場合の会計処理が曖昧となってしまうことに鑑み、当該事象に対するIASBの資源配分の観点から、本暫定的アジェンダからカスタマー・ロイヤリティ・プログラムを除くことを提案している<sup>418</sup>。我が国にお

<sup>417</sup> 企業会計基準委員会（2015）

<sup>418</sup> 同上文献、3-7項。

いて、上記電子マネーとポイント付与の事例は増加しており、当該結合事例に対する会計処理規定も明確ではない。このため本章では、明確ではない当該結合事例に対する会計処理を、上記アジェンダに関する議論、我が国の議論や実務例の観察を踏まえ、我が国で従来考えられる会計処理を基に検討・提示する。また、言語の直訳はプリペイド・カードであるが、その形態は物的及び電子的形態も含まれることから、議論の対象物を電子マネーとして考える<sup>419</sup>。まず、プリペイド・カードを電子マネーとして考える根拠を以下に示す。

まず、我が国における電子マネーとポイントの関係について概観する。我が国において電子マネーおよびポイントの比較に関する会計処理の議論はみられず、法的性質・相違の検討が金融庁および経済産業省において行われていた。

金融庁の金融審議会金融分科会第二部会「決済に関するワーキング・グループ」は、新たな決済手段として電子マネーの登場、銀行以外の事業者による新しいサービスの普及等による小額決済市場の発展に伴い、その制度的枠組みを審議するために開催された<sup>420</sup>。その際、電子マネー等である前払式支払手段とポイントが比較・議論され、ポイントは景品・おまけとして無償で発行されることから、対価性を有する電子マネー等と同様の規制をすべきではなく、消費者保護に向けた事業者の自主的な取り組みで対応することで問題ないとの考え方が示されている<sup>421</sup>。そして 2010 年に「資金決済に関する法律」（以下、資金決済法）が施行された。

一方、経済産業省において、企業ポイント研究会と企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会（以下、法的保護研究会）が開催された。現状、前者は議事要旨のみしか公開されず、資料等がなく、後者は資料等が公開されている。前者の開催目的はポイント発行実務の把握と思われ、後者の開催目的は、ポイント・プログラムを企業が運営するにあたり、運営後の条件変更や倒産・合併に伴うポイントの法規制について、消費者保護の観点から検討することである<sup>422</sup>。結論としては上記の金融庁の場合と同様に、消費者が対価を支払わないポイントを電子マネーと同様に取り扱わないこととしている<sup>423</sup>。

我が国の議論では、ポイント・プログラムをマーケティングツール、ポイント自体を景品・おまけと考え、ポイントは電子マネーと異なるとし、ポイントに対して電子マネーと同様の規制を行わないこととした。そして法的性質研究会において、ポイントを一律に法規制することはできないとし、ポイント・プログラムに関するガイドラインを提示した<sup>424</sup>。

このことからポイントに対する独自の法規制は現在も存在せず、現状は「不当景品類及

---

<sup>419</sup> 原語は、EITF においては Prepaid Stored-Value Products、IFRIC では Prepaid Cards と示されているが、その内容は物的及び電子的形態も含まれるとし、当該概念には、商品券、プリペイド・カード、電子マネー等が含まれる（FASB(2015a), para.7）。本稿では電子マネーとしてまとめて表記する。

<sup>420</sup> 金融庁（2009）、1 頁。

<sup>421</sup> 同上文献、5-6 頁。

<sup>422</sup> 経済産業省（2008a）

<sup>423</sup> 経済産業省（2008g）、32 頁。

<sup>424</sup> 経済産業省（2008f）

び不当表示防止法」および「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」や、一部のポイント・プログラム導入企業は日本インターネットポイント協議会が示しているガイドラインを参考にポイント・プログラムを運営している。

上述の通り、経済産業省において、電子マネーとポイントの相違点が議論されていた。電子マネーは対価性があり、「おまけ」であるポイントは対価性がない、として区別されている<sup>425</sup>。資金決済法が制定され、そこでは商品券、プリペイド・カード、電子マネーは前払式支払手段として定義されている。前払式支払手段は「証票、電子機器その他の物（省略-筆者）に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（省略-筆者）であって、その発行する者又は当該発行する者（省略-筆者）から物品を購入し、若しくは借り受け、又は役務の提供を受ける場合に、これらの対価の弁済のために提示、交付、通知その他の方法により使用することができるもの」<sup>426</sup>又は「証票等に記載され、又は電磁的方法により記録される物品又は役務の数量に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（省略-筆者）であって、発行者等に対して、提示、交付、通知その他の方法により、当該物品の給付又は当該役務の提供を請求することができるもの」<sup>427</sup>と定義している。これらの定義の要件を示すと（1）金額等の財産的価値が記載・記録されること（価値の保存）、（2）金額・数量に応ずる対価を得て発行される証票等、番号、記号その他のものであること（対価発行）、（3）代価の弁済等に使用されること（権利行使）、の3つが挙げられる<sup>428</sup>。このため、対価をもって発行される支払手段は同類に扱われ、商品券、プリペイド・カード、電子マネーは同様の法規制が要求される。

ポイントにおいても「その発行に対価性のあるものについては、前払式支払手段に該当」<sup>429</sup>するとされるが、基本的に「おまけ」として発行される企業ポイントは前払式支払手段に当たらず<sup>430</sup>とされ、ポイントは前払式支払手段とはならないとされる。しかし、電子マネーの対価性は金銭のみ、とは示されておらず、「電子マネーについては、金銭その他、対価」<sup>431</sup>とされ、対価にその他のものが含まれることから、その他が明確にならない限り、ポイントが前払式支払手段に含まれないとは断定できない。ただしここでは、一般的には区別されているとの解釈で議論を進めていくことにする。

## 2 EITF と IFRIC の電子マネーに関する議論

### 2.1 国際的な議論における電子マネーの取り扱い

上述の意見書の発端は2012年に遡る。EITF と IFRIC に対して同時に、ある金融機関が、

---

<sup>425</sup> 経済産業省（2008e）

<sup>426</sup> 総務省（2009）、第3条1項1号。

<sup>427</sup> 同上文献、第3条1項2号。

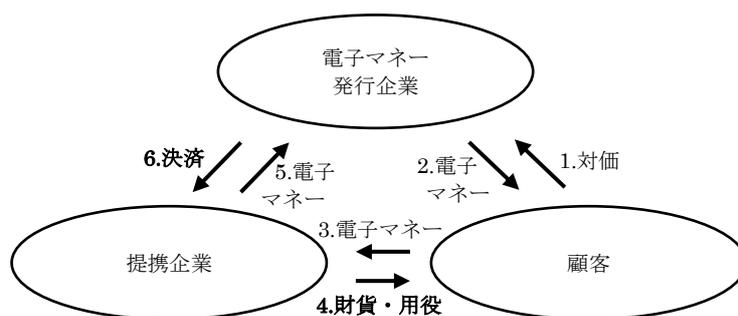
<sup>428</sup> 高橋（2010）、65-66頁、同上文献、第3条1項1号2号。

<sup>429</sup> 高橋（2010）、39頁。

<sup>430</sup> 太田等（2010）、44頁。

<sup>431</sup> 前掲文献

特定の条件<sup>432</sup>を有する電子マネーの内、顧客に使用されない分（breakage、 unspent balance：以下、不償還分）に関して、電子マネーの発行者はどのように会計処理すればよいかの質問を行った<sup>433</sup>。当時、現在の IFRS15<sup>434</sup>の策定途中であったが、IFRS15 の草案時点から、当該不償還分が IFRS15 の範囲内かどうかの議論があった。EITF 及び IFRIC は IFRS15 が確定した後に、当該電子マネーに関する不償還分に関する会計処理の議論を行う旨を決め、IFRS15 確定後、当該問題を議論している。当該議論の発端は、IFRS15 に存在する前受金規定に関するものである。当該前受金規定は、顧客が企業から財貨・用役を受け取る前に当該企業に対価を支払った際の会計処理規定であり、相対取引が前提である<sup>435</sup>。しかし、EITF と IFRIC に届いた質問は、企業に対して顧客が前払いを行うと同時に電子マネーを受け取り、当該電子マネーを顧客が電子マネー発行企業（以下、発行企業）に対して使用せず、電子マネーの受け入れを許諾している提携企業（以下、提携企業）に用いた場合の会計処理である。当該関係を以下に示す。



図表 12. 電子マネー発行・使用の概念図

(出典) IASB(2015d), para.29 を引用し筆者修正加筆。

IFRS15 は相対取引を前提とした会計基準であるが、本事例は顧客が対価を前払いした相手以外から財貨・用役を受け取る場合であり、三者間取引である。すなわち、顧客から対価を受け入れることで発行企業は電子マネーを顧客に発行し、顧客が提携企業に対して電子マネーを使用することで顧客は提携企業から財貨・用役を受け取り、提携企業からの電子マネーの決済の求めに応じて発行企業は電子マネーの決済を行う。当該関係から発行企業が発行した電子マネーが、顧客に対する財貨・用役を提供する義務、つまり非金融負債に該当するか、提携企業に対する決済義務、つまり金融負債に該当するかが争点となった<sup>436</sup>。

<sup>432</sup> 特定の条件とは、失効日がなく、換金できず、財貨・用役とのみ交換可能で、預金口座と結びついていない等である（FASB(2015a), Appendix A）。

<sup>433</sup> FASB(2015a), para.3, IASB(2014b), para.1.

<sup>434</sup> 米国においては同様の基準が Accounting Standards Codification Topic 606 として制度化されているが、両者を同一なものとして IFRS15 として表記する。

<sup>435</sup> IASB(2014a), B44-B47.

<sup>436</sup> Op cit.

図表 12 を用いるならば、発行会社において電子マネーが、矢印 4 の財貨・用役を提供する義務、または、矢印 6 の決済を行う義務のどちらかが争われた。

EITF では、電子マネーに関する取引は、発行企業と顧客との取引と発行企業と提携企業との取引があるとしたうえで、発行企業と提携企業との間に生じる電子マネー決済取引の側面を重視し、電子マネーを金融負債の定義に合致するとした<sup>437</sup>。ここで金融負債の定義とは現金または他の金融商品を他の持分に引き渡す契約上の義務、である<sup>438</sup>。

IFRIC において、発行企業が有する電子マネーの義務は、提携企業に対する契約上の支払義務で、発行企業自体が財貨・用役を提供する訳ではなく、また、顧客は財貨・用役の購入に際して生じる金融負債を電子マネーで決済することが可能で、一方の提携企業は支払手段として電子マネーを受け入れている場合にのみ、その電子マネーの保有者に対して金融資産を生じさせるとしている<sup>439</sup>。このことから、国際会計基準第 32 号「金融商品：表示」(International Accounting Standard 32 “*Financial Instruments : Presentation*” : IAS32) の金融負債の定義を満たすとして、電子マネーを金融負債とした<sup>440</sup>。またここで金融負債の定義とは、他の持分に現金または他の金融資産を引き渡す契約上の義務、であり、また、契約義務を決済するために現金または他の金融資産を引き渡すことを回避する権利を持分が有していない場合、当該義務は金融負債の定義を満たすとしている<sup>441</sup>。

EITF と IFRIC の両機関は、発行した電子マネーに対する発行企業の義務は、提携企業に対する決済義務として金融負債の定義に合致するという結論に至っている。しかし、電子マネーを金融負債とした両機関は、その後の会計処理において相違を見せる。EITF においては、電子マネーを金融負債の定義と合致していると認めたが、通常の金融負債の認識中止規定を用いずに、IFRS15 と同様の認識中止規定を用いる。すなわち、発行した電子マネーの内、不償還分が認められる場合には、当該不償還分を償還される電子マネーと同様の期間に認識中止させ、不償還分が予想できない場合には、ほとんど使用されないと認められた時点において一時に認識中止させる会計処理方法を提示した<sup>442</sup>。当該会計処理に対して、金融負債とするならば他の金融負債と同様の認識中止規定を用いるべきとの反対意見もあったが<sup>443</sup>、発行した電子マネーの内、不償還分も表示することは有用な情報を提供せず、不償還分を認識中止することで発行企業が有する負債を最も真実に表示するとし、通常の金融負債に対する例外規定として当該会計処理を支持した<sup>444</sup>。

一方の IFRIC では、(a)預金口座と同様に、顧客の行動に基づいて、現金を支払う契約上の義務であり、当該義務は不可避であること、(b)金融負債の定義を満たす一方で、IAS32

<sup>437</sup> FASB(2015a), para.28b, para.32, para.46.

<sup>438</sup> Ibid., para.15a.

<sup>439</sup> IASB(2014b), paras.21-24.

<sup>440</sup> Ibid., paras.18-20.

<sup>441</sup> Ibid., paras.18-19.

<sup>442</sup> Op cit., para.28a, para.32.

<sup>443</sup> Ibid., para.34.

<sup>444</sup> Ibid., para.32, para.46.

では、金融資産を有する相手を同時に識別することを要求していないこと、(c)財貨・用役の獲得のために、顧客は発行企業に対して現金支払いの指図をする権利を有し、提携企業は顧客に財貨・用役を提供する代わりに、発行企業から現金を受け取る権利を獲得すること<sup>445</sup>、これらを理由に、国際会計基準第 39 号「金融商品：認識及び測定」(International Accounting Standard 39 “*Financial Instruments : Recognition and Measurement*” : IAS39) と国際財務報告基準第 9 号「金融商品」(International Financial Reporting Standard 9 “*Financial Instruments*” : IFRS9) が要求する認識中止規定に従って、不償還分が存在すると予想されたとしても、当該義務が消滅するまで金融負債を認識中止してはならないとした<sup>446</sup>。そして、EITF の様に例外規定を採用しない理由として、狭い修正は他の金融商品会計に対して意図しない結果を生じさせる可能性がある旨を述べている<sup>447</sup>。これまでの両機関の相違を以下にまとめる。

図表 13. 電子マネーの取扱い

負債の分類	EITF 金融負債	IFRIC 金融負債
分類の根拠	発行企業と提携企業との間に生じる電子マネー決済取引の側面を重視。	発行企業：提携企業に対する契約上の支払義務で、発行企業自体が財貨・用役を提供する訳ではない。 顧客：財貨・用役の購入に際して生じる金融負債を電子マネーで決済することができる 提携企業：支払手段として電子マネーを受け入れている場合のみ、その電子マネーの保有者に対して金融資産を生じさせる。
認識中止の方法	IFRS15 と同様の認識中止規定。発行した電子マネーの内、不償還分が認められる場合には、当該不償還分を償還される電子マネーと同様の期間に認識中止させ、不償還分が予想できない場合には、ほとんど使用されないと認められた時点において一時に認識中止させる。	義務が消滅するまで金融負債を認識中止してはならない。
認識中止方法の根拠	発行した電子マネーの内、不償還分も表示することは有用な情報を提供せず、不償還分を認識中止することで発行企業が有する負債を最も真実に表示する。	狭い修正は他の金融商品会計に対して意図しない結果を生じさせる可能性がある。

(出典) FASB(2015a)、IASB(2014b)、IASB(2015d)を筆者引用加筆。

上記の会計処理を基とし、両機関は個別に詳細な検討を行う。EITF は、電子マネーと取引形態が類似するトラベラーズ・チェックも当該検討の範囲に加えるべき旨のコメントレターを受け取り、当該検討も行った。トラベラーズ・チェックはその使用方法として、財貨・用役の購入に際して、顧客は支払手段として用いることも可能であり、銀行に持ち込むことで現金に換金することも可能である<sup>448</sup>。従って、トラベラーズ・チェックの支払手

<sup>445</sup> IASB(2015d), paras.21(a)(b)(c).

<sup>446</sup> IASB(2015d), para.22.

<sup>447</sup> Ibid., para.46(a).

<sup>448</sup> 監査法人トーマツ (2009)、10 頁。

段としての性質や現金への換金性を考慮して、会計処理を三つ提示した<sup>449</sup>。検討の結果、EITFは、近似した製品が、現金と交換可能か否かによって、異なる認識中止規定を用いるべきではないとして、財貨・用役だけではなく、現金と交換可能な電子マネーも当該規定の範囲に含む旨を決定した<sup>450</sup>。そして本規定は正式に可決された<sup>451</sup>。また、ポイントに関しては、顧客に発行する際に現金等の前払いを要求しないことや、経済的に電子マネーとは異なるとして、当該範囲には含めない旨がコメントレターにあり<sup>452</sup>、当該意見を採用したと思われる。

## 2.2 IFRICにおける電子マネー検討時のポイントの議論

IFRICにおいて、ポイントが当該電子マネーの認識中止に関する議論の範囲に含まれるかの詳細の議論が行われ、結果として含まれないという結論に至っている。そもそもポイントは、発行企業から売上取引と同時に顧客に付与される。その際に売上対価がポイントに支払われたものであるかの議論が存在するが、本議論ではポイントが発行企業にとって金融負債か否かという視点で行われている。すなわち、顧客によるポイントの行使により、発行企業が提携企業に対する支払いを回避できない場合は金融負債であり、顧客がポイントを行使した際、財貨・用役提供の最終的な責任を発行企業が有している場合は非金融負債であり、ポイントはそのどちらであるかという議論である<sup>453</sup>。前者の場合には、ポイントは金融負債であることから、使用の可能性がほとんどないとしても、顧客から使用されるまでは認識中止できないとし<sup>454</sup>、また、そもそも現行の会計処理規定において、ポイントの公正価値を見積もる際に、ポイントの不償還分は考慮されていることから、当該認識中止規定は必要ないとしている<sup>455</sup>。後者の場合、(a)ポイントは財貨・用役を提供する義務であり、(b)ポイント発行企業は、顧客が提携企業で使用できるポイントの数に制限を加えることで、提携企業に対する支払いを回避することが可能で、従って、(c)ポイントに対して認識された義務は前受収益 (deferred revenue) を表示し、当該前受収益から成り立っている経済的便益の流出は、現金または他の金融資産を支払う義務というより財貨・用役を提供する義務であり、金融負債ではない、とする<sup>456</sup>。このことから、ポイントに対する発行者の義務は金融負債または非金融負債 (前受収益) であり、その区別は契約によるとし、

---

<sup>449</sup> FASB(2015c), paras.8-9.

<sup>450</sup> FASB(2015c), paras.10-12.

<sup>451</sup> FASB(2016). 当該規定における電子マネーの特徴は、物的または電子的発行形態であり、発行企業または提携企業で、財貨・用役または現金と交換可能であるが、未請求資産法 (unclaimed property laws) が適用されるものや銀行口座に結びついているものは適用されず、そして、他の会計基準が存在する場合にも当該規定は適用しないとしている (FASB(2015c), para.8a)。

<sup>452</sup> FASB(2015b), para.14.

<sup>453</sup> IASB(2015d), para.33, para.37.

<sup>454</sup> Ibid., para.34.

<sup>455</sup> Ibid., para.35(a).

<sup>456</sup> Ibid., para.37.

会計処理としては、(a)発行したポイントを金融負債とした場合、その測定時において、発行企業が有している提携企業に対して将来支払う金額が測定額となり、(b)非金融負債とした場合、当初認識時は非金融負債であるが、顧客が提携企業にポイントを使用した際に、当該非金融負債を金融負債に振り替え、その両負債の差額を収益に計上する会計処理を提示している<sup>457</sup>。最終的にポイントは、(a)その契約により金融負債または非金融負債として会計処理され、(b)電子マネーと構造は似ているが、それは一般的ではなく、(c)発行企業が提携企業に対するポイント行使数に制限をかけている場合には、異なる会計処理が導き出される、として、当該検討の範囲にポイントを含めないことを決定し<sup>458</sup>、当該旨を盛り込んだ最終案を提示した<sup>459</sup>。

上記をまとめると、EITFにおいては、電子マネーが財貨・用役の他に現金と交換されたとしても、その交換先の相違で会計処理に変化はなく<sup>460</sup>、会計処理に関して、不償還分を認識し続けることは有用な情報を提供しないとして<sup>461</sup>、電子マネーを金融負債としながらも、電子マネーという取引の実質と情報有用性の観点から通常の金融負債の認識中止規定に対する例外規定を承認した。一方のIFRICにおいては、金融負債の定義から電子マネーを金融負債とし、金融商品会計において意図しない結果を生じさせる可能性からEITFの様な例外規定を採用せず<sup>462</sup>、他の金融負債と同様の会計処理規定を適用する案を提示した<sup>463</sup>。従って、他の金融負債との整合性の観点から、電子マネーの会計処理を規定した。そして両機関とも、ポイントについては、EITFではその経済性や発行に際しての前払いの有無、IFRICでは発行企業がポイントの使用条件を決定することやポイントは金融負債と非金融負債の両方があり得ること等により、電子マネーの会計処理規定の範囲には含めていない。

### 3 我が国における電子マネーとポイントの議論

#### 3.1 現行における我が国での電子マネーの会計処理

我が国において、ポイントに関する法規制は存在しないが、電子マネーに関する法規制は存在し、資金決済法が当該法規制である。当該規制において前払式支払手段が定義され、当該文言を再度示すと「証票、電子機器その他の物（省略-筆者）に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（省略-筆者）であつて、その発行する者又は当

---

<sup>457</sup> Ibid., paras.39(a)(b), Appendix A.

<sup>458</sup> IASB(2015d), para.45.

<sup>459</sup> IASB(2016), Appendix A. 最終案において、電子マネーの特徴は、(a)失効日がなく、(b)返金、換金、現金との交換ができず、(c)財貨・用役とのみ交換可能で、(d)指定された店舗でのみ使用可能で（発行企業のみ場合は除く）、発行企業は現金を提携企業に支払う契約義務を有し、(e)残高に対する手数料がなく、(f)カスタマー・ロイヤリティ・プログラムの一部やカスタマー・ロイヤリティ・プログラムを有するものは除かれる、である (IASB(2016), Appendix A)。

<sup>460</sup> FASB(2015c), para.12.

<sup>461</sup> FASB(2015a), para.32.

<sup>462</sup> Op cit., para.46(a).

<sup>463</sup> Ibid., para.22.

該発行する者（省略-筆者）から物品を購入し、若しくは借り受け、又は役務の提供を受ける場合に、これらの対価の弁済のために提示、交付、通知その他の方法により使用することができるもの」<sup>464</sup>又は「証票等に記載され、又は電磁的方法により記録される物品又は役務の数量に応ずる対価を得て発行される証票等又は番号、記号その他の符号（省略-筆者）であって、発行者等に対して、提示、交付、通知その他の方法により、当該物品の給付又は当該役務の提供を請求することができるもの」<sup>465</sup>である。これらの定義により商品券、プリペイド・カード、電子マネー等が前払式支払手段として規制される。上記定義において重要な文言は「対価を得て」である。前払式支払手段を発行する企業は、現金等の対価を得て、前払式支払手段を発行することになる。事実、商品券、プリペイド・カード、電子マネー等は、基本的に、企業が顧客から受け取った現金等と同額の権利を顧客に与え、次の購入取引時に顧客は発行された前払式支払手段を用いることができる。上記前払式支払手段はすべて同様の会計処理が行われると推察される。例えば、前払式支払手段発行企業が前払式支払手段を顧客に販売し、その対価として現金を受け取った際の仕訳は以下の様に考えられる。

(借)	現金	xx	(貸)	前受金 (預り金)	xx
-----	----	----	-----	--------------	----

(出典) 金融庁 (2008)、平野 (2012) を参考に筆者作成<sup>466</sup>。

現金を対価に前払式支払手段を発行し、そのほとんどが発行企業で用いられるとした場合は、貸方の勘定は前受金と考えられ<sup>467</sup>、発行企業以外で用いられる場合には、貸方に預り金として処理し<sup>468</sup>、決済の要請があった場合に、預り金勘定を取り崩し、現金を引き渡すことになると考えられる。当該貸方の勘定科目の判別は、発行した前払式支払手段がどこで用いられるか、つまり、発行企業で用いられるならば前受金勘定、発行企業以外の提携企業で用いられるならば預り金勘定として会計処理される。

上記では電子マネーの当初認識を扱った。以下では電子マネーの事後認識を扱うが、事

<sup>464</sup> 総務省 (2009)、第 3 条 1 項 1 号。

<sup>465</sup> 総務省 (2009)、第 3 条 1 項 2 号。

<sup>466</sup> 法人税法の本則方式では「(借) 現金 (貸) 売上」として、電子マネーを発行した時点で、受取対価を売上計上し、ただし書方式では上記処理を行う。このことについて「(ただし書き方式は-筆者加筆) 商品等の引渡し時点で収益を認識する実現主義会計に配慮した取り扱いであり、税務会計と企業会計とのバランスをとった」(渡辺 (2010)、67 頁) としている。従って、本論は企業会計を取り扱っていることから、本則方式に関しては扱わない。

<sup>467</sup> 金融庁 (2008c)、4-5 頁。

<sup>468</sup> 平野 (2012)、65 頁。尚、平野 (2012) では、ポイントに関する議論であったが、自社の売上に結びつく場合には前受金勘定を用いるべき意見があるが、他社の商品の購買に用いられた場合には、預り金としての要素が強くなるとして、両者を包含した特典履行義務勘定を用いている (平野 (2012)、65 頁)。

後認識に関しては我が国において規定が存在する。電子マネーに関する会計処理において問題となるのは、上記の EITF と IFRIC でも議論されていた通り、電子マネーが発行された後、不償還分が計上され続けることである。これについて我が国では、電子マネーの使用の見込みが低いと判断された場合、電子マネー負債の認識を中止し、後に使用の見込みが生じた場合は引当金として計上される<sup>469</sup>。当該引当金処理は日本公認会計士協会が負債計上を中止した項目に係る引当金として、法的債務は残っているが、その不履行の可能性を考慮して利益計上した後に、当該負債に関する履行の可能性が生じた際に引当金を計上するものである<sup>470</sup>。当該引当金は「負債計上の中止処理後、将来返還（支払）請求に応じた場合費用が発生することになるため、引当金の要件を満たしている可能性がある。このような会計事象については、将来の返還（支払）リスクに対する備えとして注解 18 の引当金計上の可否を検討する必要がある」<sup>471</sup>として計上される。仕訳は以下の様に考えられる。

長期未使用の電子マネーの認識中止

(借) 電子マネー xx (貸) 雑 益 xx

認識中止後に、将来の使用見込みの可能性が高くなった場合

(借) 電子マネー回収引当金繰入 xx (貸) 電子マネー回収引当金 xx

(出典) 金融庁 (2008) を参考に筆者作成。

当該規定は、将来の使用可能性を見積もって計上するという、将来支払義務を計上することを認めた規定である。当該規定の趣旨を考えると、商品券や一部の電子マネー等には、有効期限が設けられていない場合があるため、その不償還分に対して、いったん電子マネーに関する負債の全額認識中止を行い、使用の可能性が生じた分のみ引当金の計上を行う会計処理、または、電子マネーに関する負債計上金額の内、不償還分のみを認識中止する会計処理、が考えられる。前者は我が国の実務で許容されている会計処理であり、後者は上記で EITF が提示した会計処理である。会計処理の方法は異なるものの、両会計処理は、電子マネーに関して顧客から使用される金額を計上するという意味において、内容は同じものと考えられる。

### 3.2 我が国における電子マネーと比較したポイントの会計処理

ポイントに関する会計処理は、金融庁が公表した「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について（改訂）」において、実務上、引当金処理されていることが述べられている<sup>472</sup>。その根拠として、企業会計原則注解 18 の「将来の特定の費用又は損失であって、

<sup>469</sup> 金融庁 (2008c)、4-5 頁。

<sup>470</sup> 日本公認会計士協会 (2011)、5 頁。

<sup>471</sup> 同上文献、4 頁。

<sup>472</sup> 前掲文献、1 頁。

その発生が当期以前の事象に起因し、発生の可能性が高く、かつ、その金額を合理的に見積ることができる場合には当期の負担に属する金額を当期の費用又は損失として引当金に繰り入れ、当該引当金の残高を貸借対照表の負債の部又は資産の部に記載するものとする」という文言を理由に処理されている<sup>473</sup>。具体的には、企業が発行したポイント残高に失効率と1ポイント当たりの価値を考慮した金額が会計処理される<sup>474</sup>。当該失効率は、顧客に使用されない部分であり、結果として会計処理される金額は、顧客に使用されると考えられる部分である。以下に、期末未使用ポイント残高に対して引当金を計上した際の仕訳例を示す。

(借)           ポイント引当金繰入           xx   (貸)           ポイント引当金           xx

(出典) 金融庁 (2008c) を参考に筆者作成。

ポイントは電子マネーと異なり、対価性がなく、顧客が購入した財貨・用役に付随して景品・おまけとして無償で発行されているとの考えから引当金処理される<sup>475</sup>。そして当該実務が行われる理由として、「ポイント発生時点は、(省略-筆者) 企業にとっては売上計上時であり、将来のサービス提供に伴う費用は、費用収益対応の原則から売上に対応させることが必要」<sup>476</sup>とされる。ポイントを付与した販売取引にポイントに係る費用を対応させるため、販売取引と同じ期にポイント費用を計上する。つまり、ポイント発行の側面から説明がなされている。

上記の仕訳例から、金融庁や経済産業省の研究会の議論の通り、会計処理面において、電子マネーとポイントは、その対価性の面から会計処理が大きく異なる。電子マネーは現金等の対価をもって発行することから、会計処理上も借方に現金が計上され、一方、ポイントはおまけであることから、顧客からの現金の受け入れは存在せず、ポイント発行企業の自己負担として、借方に費用が計上される。対価性の観点において、電子マネーの発行とポイントの発行は、会計処理上の相違が見られ、区別することは可能となる。電子マネーあるいはポイントの発行時における当初認識・当初測定<sup>477</sup>の議論において、両者の会計処理は対価性の観点から区別される。一方、電子マネーに対して事後認識・事後測定を行うと、将来に使用されると見込まれる電子マネーの金額が引当金処理される。結果として、我が国においては、法的な議論は対価性という側面から規制し、電子マネーとポイントを区別しているが、会計処理面から見ると、当初は対価性の側面から区分できているとしても、電子マネーに対する使用の見込みがなくなり、その後に再度使用の見込みが生じた場合には、発行企業は電子マネーおよびポイント共に将来において顧客から使用される金額

<sup>473</sup> 同上文献、12頁。

<sup>474</sup> 新日本有限責任監査法人 (2011)、10頁。

<sup>475</sup> 金融庁 (2009)、5頁。

<sup>476</sup> 監査法人トーマツ (2009)、292頁。

分を引当金として会計処理することになる。ただし、両者共に引当金として会計処理されるが、電子マネーは顧客に使用された際に発行企業が支払うべき義務の金額を計上するのに対し、ポイントはポイント付与取引に対応したポイント費用を計上するという費用の側面から会計処理されることが相違点である。

電子マネーとポイントはその経済性は異なるとされ、会計処理も異なるが、両者を詳細に観察すると近似する点も多い。そして、実務の取引を観察しても、昨今では、電子マネーとポイントの境界が曖昧な事例も存在する。当該実務を以下において観察する。

#### 4 電子マネーとポイント・プログラムの融合例

##### 4.1 電子マネーとポイントが融合する実務例

電子マネーとポイントの融合例は多々あり、近年、新聞でも取り上げられている例として LINE の LINE ペイカードと LINE ポイントがある。無料通話アプリを展開する LINE は、O2O<sup>477</sup>の戦略として様々なサービスを展開し、その際の重要な役割として LINE ペイカードとそこに付帯する LINE ポイントという決済サービスを提供している<sup>478</sup>。LINE ペイカードは、LINE の専用口座にお金を預け入れて使用することができるプリペイド・カードであり、現在では JCB 加盟店で使用することができる。また LINE ペイカードを用いることで、100 円につき LINE ポイントが 1 ポイント付与される。当該 LINE ポイントは、その区間先として様々なサービスが存在するが、その中には、1 ポイントを 1 円として LINE ペイカードに交換することも可能である。

このような電子マネーとポイントの融合例は小売業、流通行、鉄道業では多く見られるが、その中でも、ポイントが顧客の意思決定を問わず、自動的に電子マネーに交換される事例も存在する。

島根県・鳥取県を中心に活動を行っている山陰合同銀行では、山陰地域の加盟店で使用可能なプリペイド式電子マネーである「ごうぎんデュプリ」（以下、デュプリ）を発行し、ポイント・プログラムを付帯させている<sup>479</sup>。デュプリは、200 円の利用につき 1 デュプリポイントが付く<sup>480</sup>。そしてデュプリポイントは、500 ポイント貯まるごとに自動的に 500 円分のデュプリと交換される<sup>481</sup>。当該事例は電子マネーとポイントの連携をもって決済市場における地域内循環を目指す戦略とされる。

ドラッグストアを全国展開するココカラファインは、ココカラクラブカードというポイントカードを発行している。当該ポイントカードは利用金額に応じてポイント付与率が変化するステージ制を設けており、貯まったポイントは商品券や景品と交換することができ

---

477 「オンライン・ツー・オフライン」の略で、ネット上の顧客を実店舗に送客するサービスのことである。

478 日本経済新聞社（2016）、6 面。

479 金融財政事情研究会（2015）、28-33 頁。

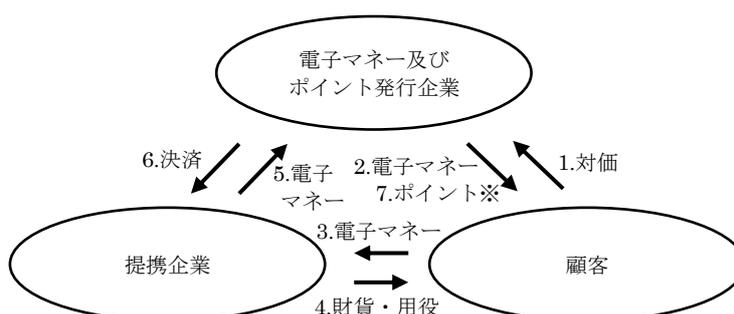
480 同上文献、32 頁。

481 山陰合同銀行（2014）、30-31 頁。

る<sup>482</sup>。また当該ポイントカードにはプリペイド機能が付いており、顧客が店頭でチャージすることで、次回の購入の際に支払手段として用いることができ、当該支払手段の使用先は、ココカラファイングループ外の Visa 加盟店でも用いることが可能である<sup>483</sup>。また、当該プリペイド機能を用いて顧客がココカラファイングループで商品を購入した際、当月プリペイド払いした金額の内 0.25%が翌月に自動チャージされ、残高に加算されるキャッシュバック特典が付いている<sup>484</sup>。

上記事例は顧客に対して有益な企業戦略であるが、ここでの議論はデュプリやココカラクラブカードにおけるポイントの自動チャージ機能である。デュプリポイントでは、その交換対象が電子マネーであり、かつ、自動的に電子マネーにチャージされる。ココカラクラブカードでは、プリペイド機能を用いて顧客が特定店舗で支払った場合、月額支払額の 0.25%が自動的にプリペイド残高に加算される。両事例は、ポイントが発行され、当該ポイントが自動的に電子マネーに交換される事例として括ることができる。当該関係を以下に図式する。

図表 14. 電子マネーの使用により発行されるポイント



※ポイントはある一定条件を満たすと自動的に電子マネーとなる。

(出典) 図表 12 を参考に筆者作成。

電子マネー及びポイント発行企業は、対価の受け入れと同時に顧客に電子マネーを発行する (矢印 1・2)。顧客は、当該発行企業が発行する電子マネーを顧客の支払手段として受け入れている提携企業に引き渡すことで、提携企業から財貨・用役を受け取る (矢印 3・4)。提携企業は、顧客に使用された電子マネーの金額を発行企業に報告することで、当該金額分を発行企業から受け取り、決済が行われる (矢印 5・6)。通常の電子マネー決済の取引は、これで終わりであるが、顧客が電子マネーを用いることによってポイントが発行される場合においては、追加の取引が発生する。すなわち、電子マネーでの取引情報が提携企業から発行企業にもたらされると、電子マネーを使用した顧客に対して発行企業が、使用した

482 ココカラファイン「ココカラポイント機能について」

483 ココカラファイン「プリペイド機能について」

484 ココカラファイン「プリペイド機能について」

電子マネー一分に対するポイントが顧客に発行される（矢印 7）。そして、上記事例は、当該発行されたポイントが自動的に電子マネーに交換される（矢印 7※）。この様に電子マネーとポイントが発行される場合、ポイントの性質はどのように考えられ、どのように会計処理されるのであろうか。事例は異なるが上記 IFRIC の議論において、会計処理が例示されているのでいかに示す。

#### 4.2 IFRIC におけるポイントが交換される際の会計処理

近年ポイントの交換先として電子マネーが選択可能な事例が増加している。そして、上記の電子マネーの議論でポイントも検討され、電子マネーとポイントの区別が曖昧となっている。また、ポイントが電子マネーに交換される取引に対して、我が国において、会計処理の指針となる公式な文書は存在しない。しかし、上記で紹介した IFRIC では、電子マネーと発行形態が類似するポイントの発行・使用に対する検討が行われ、仕訳例も存在する。そこでは、顧客がポイントを発行企業または提携企業に用いることが可能な場合を検討している。その際、ポイントは財貨・用役を提供する義務であり、当該義務の最終的な責任を有しているのが発行企業であるとして、ポイントは非金融負債であるとしている<sup>485</sup>。以下にその仕訳例を示す。

[取引事実] 第 1 会計期間において、電子商店（以下、商店）は CU10 の販売ごとに 1 ポイント付与している。当該ポイントは現金と交換はできない。顧客は当該ポイントを、予約状況にもよるが、商店との契約に基づいた航空会社が提供する航空旅客券、または、商店の商品に対して用いることが可能である。商店は財貨・用役を提供する最終的な責任を有し、ポイントを航空旅客券と交換するための顧客に対する条件を拡大・制限することができる。商店は、顧客が航空会社にポイントを使用した際に、1 ポイントにつき CU1 を航空会社に支払うことに合意している。商店は、総額 CU10,000 を売り上げた。そして 1,000 ポイントを付与し、その内 600 ポイントが使用されると見込まれる。商店は、ポイントの使用に基づいた、顧客に対する財貨・用役の提供に対する最終的な責任を識別する。結果として、例えば 1 ポイント=CU1.25 として決定される様な、ポイントが使用された際に当該財貨・用役の公正価値を参考に、ポイント行使先の公正価値を測定する。第 1 期において、450 ポイントが航空旅客券と交換された。第 2 期において、150 ポイントが航空旅客券と交換された。

[仕訳例]

<sup>485</sup> IASB(2015d), para.37. 尚、発行されたポイントが提携企業にのみ使用可能であり、顧客の使用の都度、発行企業は提携企業に使用されたポイントに対する支払義務を負う場合、ポイントは金融負債であるとし、その仕訳例も存在する (IASB(2015d), para.33, Appendix A)。

ポイント発行時						
(借)	現 金	10,000	(貸)	収 益		9,250
				ポイント負債		750 <sup>486</sup>
第1期ポイント交換分						
(借)	ポイント負債	562 <sup>487</sup>	(貸)	収 益		112
				支 払 義 務		450
	支 払 義 務	450		現 金		450
第2期ポイント交換分						
(借)	ポイント負債	188 <sup>488</sup>	(貸)	収 益		38
				支 払 義 務		150
	支 払 義 務	150		現 金		150

(出典) IASB(2015d)、Appendix A を引用し筆者修正加筆<sup>489</sup>。

仕訳例における支払義務勘定は、顧客がポイントを航空会社の用役に交換したことにより生じた、商店の航空会社に対する支払義務を示す。仕訳例が示すことは、ポイントは、発行時には、将来に財貨・用役を提供する義務として商店から発行され、非金融負債として会計処理されるが、ポイントが商店以外に使用されると、契約に基づき、航空会社に使用されたポイント数に応じた金額を商店が支払うため、ポイントは非金融負債から金融負債に変化し、両負債の公正価値の差額が収益として計上されるのである。仕訳例には、ポイントが航空券にのみ交換可能であり、そのためポイントが金融負債である場合も存在したが、当該場合には、発行されたポイントの公正価値の全額が金融負債として計上され、ポイントの行使の都度、商店が航空会社に支払いを行うことから、現金支払いの仕訳が行われている<sup>490</sup>。

ポイントに対する最終的な責任をポイント発行企業が有している場合には、ポイントは非金融負債となり、当該ポイントが提携企業で用いられるならば、その後に決済が行われることから、金融負債となる。ここで、ポイントが電子マネーに交換される場合を考慮すると、非金融負債たるポイントが金融負債たる電子マネーに交換されるため、上記の仕訳例と同様の仕訳が行われると考えられる。しかし、一般的な電子マネーの発行では、発行企業において使用可能な場合、それは財貨・用役の獲得に対する前受けであることから非

<sup>486</sup>  $CU1.25 \times CU100,000 \times 10\% \times 60\% = CU750$ 。

<sup>487</sup>  $CU750 \times 450 \div 600 = CU562$  (小数点以下切捨て)。

<sup>488</sup>  $CU750 - CU562 = CU188$ 。

<sup>489</sup> IFRS15 では、受取対価を履行義務に配分する際の方法として独立販売価格によって比例配分するが、ポイントに関する会計処理指針である IFRIC13 では、受取対価の配分法として、ポイントに対する公正価値を測定した後に、残額を収益に計上する方法も選択可能であり、IASB(2015d)では、後者の方法を前提として議論している (IASB(2015d), note3)。

<sup>490</sup> IASB(2015d), Appendix A.

金融負債と考えられ、一方、提携企業において使用可能な場合、顧客による使用に伴って決済が行われることから金融負債となる。

#### 4.3 4.1 における実務例の検討

ポイントが顧客に行使されることによって、金融負債または非金融負債に振替られる関係は、電子マネーもポイントも同じであり、2 の EITF と IFRIC の議論で、ポイントを検討するのは理解できるが、電子マネーの会計処理の範囲外とすることに対しては疑問を抱かざるをえない。確かに、電子マネーとポイントの経済性、すなわち、それらの発行に対する意義は、電子マネーは支払手段の提供、ポイントは販売促進活動の一環であり、両者は異なる。しかし、当事者の関係から分析するならば、両者に相違は少なく、むしろ近似する点が多い。顧客の使用方法の観点からは、電子マネーは支払手段としての機能のみであり、ポイントはその使用先は多く、限定することは難しく、両者を同一なものとしてみなすことは困難である。だが、本章 4.1 節で紹介した、デュプリやココカラクラブカードの様に、顧客が獲得したポイントが電子マネーとのみ交換可能という、顧客によるポイントの使用方法が限定されている場合、ポイントは上記の EITF や IFRIC で議論されている通りの財貨・用役を提供する義務とは言えない。デュプリ等の実務例を基に、国際財務報告基準等を除き、我が国の会計慣行で認められる会計処理を用いて、以下に設例・仕訳例を示す。

[設例] A 企業は電子マネーを発行している。当該電子マネーには、ポイント・プログラムが付帯しており、顧客による電子マネーのチャージの時点ではポイントは発行されず、顧客が電子マネーを使用するたびに、100 円分につき 1 ポイント付与される。付与されたポイントが 500 ポイントになると、自動的に 500 円分の電子マネーにチャージされる。当該電子マネーは A 企業以外（提携企業）でも用いることが可能で、その際には A 企業から提携企業に即日決済される。上記前提のもとで、(1) 顧客が現金 100,000 円を電子マネーにチャージした場合、(2) 顧客が電子マネー 70,000 円分を A 企業で使用した場合、(3) 顧客が電子マネー 10,000 円分を提携企業で使用した場合、(4) 期末時点、の会計処理を示す。なお、電子マネーのチャージが行われる度に、ポイントの有効期限が 1 年更新されるポイント・プログラムであり、ポイントはほとんど自動交換されると仮定し、期末ポイント発行残高の 95% を引当金として計上する。

[仕訳例]

(1) 電子マネー発行時

(借)	現	金	100,000	(貸)	電 子 マ ネ ー	100,000
-----	---	---	---------	-----	-----------	---------

(2) 電子マネー 70,000 円分が A 企業で使用された場合

(借)	電子マネー	70,000	(貸)	売上	70,000
	費用	500 <sup>491</sup>		電子マネー	500
(3) 電子マネー10,000円分が提携企業で使用された場合					
(借)	電子マネー	10,000	(貸)	現金	10,000
(4) 期末時点					
(借)	ポイント引当金繰入	285 <sup>492</sup>	(貸)	ポイント引当金	285

(出典) 筆者作成。

本章 3 節の金融庁や経済産業省の議論では発行時の対価性をもって電子マネーとポイントを区別していた。しかし、対価性の有無は関係なく、発行した電子マネーが顧客に使用された場合、電子マネー発行企業は、電子マネーが発行企業以外で使用された際、電子マネーの金額分を支払わなければならない。つまり、電子マネー発行企業にとって対価性は関係なく、発行した電子マネーが発行企業以外で使用される場合、電子マネーは将来支払義務となる。電子マネーに対する法的規制は、その対価性によって規制の有無が決定されるが、電子マネーの性質を観察する限りでは、対価性の有無に左右されず、すべての電子マネーは同一の義務となる。従って、法規制は対価性の有無で、その取り扱いを分けるとしても、経済的な効果を重視すると、電子マネーをすべて同一の義務として識別する必要がある。

ある一定の条件を満たすと自動的に電子マネーに交換されるポイントも同様の事が言える。前項では、500ポイント貯まると自動的に500円分の電子マネーに交換される場合、プリペイド・カードで支払った分の0.25%がプリペイド・カードにチャージされる場合の2つの事例を取り扱った。両事例とも、顧客による電子マネーの使用により、使用された金額に対して一定比率のポイントが付き、当該ポイントが一定額貯まり、一定期間後に電子マネーに自動的に交換される。自動的にポイントが電子マネーと交換されるならば、ポイントは電子マネーの前段階としてみなすことができる。その様にみなすことができるのならば、表示上、電子マネーと自動的に電子マネーと交換されるポイントの両者を異なる支払義務を有する負債として、別々の勘定科目にして計上することは情報として不都合であると思われる。

ポイントに関する会計処理を考究するに当たり、我が国の引当金、IFRI13やIFRS15では、ポイント付与を前提として考えている。我が国においては、ポイント付与取引時の売上高に対応させる形で費用を計上し、IFRS15では、そもそもの適用の範囲がポイント付与取引である。しかし、入会ポイントや誕生日ポイントの様に、ポイントが単独で発行される場合には、上記会計規定では説明ができず、また、適用ができない。この場合、概念的に、ポイントに対する企業の義務を直接測定する方法が提案される。

<sup>491</sup> ポイント自動交換分：50,000円×1%=500。

<sup>492</sup> ポイント引当金繰入額：(80,000円×1%－500)×95%=285。

我が国の引当金処理や IFRS15 の処理とは異なったポイントに関する会計処理を提案している文献に大雄等（2011）がある。大雄等（2011）では、当該会計処理を展開するに当たり、取引関係をポイント発行者と顧客の 2 者を想定し、その中で、従来から考えられるポイントに関する会計処理がフローの側面を重視していたことから、ストックの側面を重視する<sup>493</sup>。当該会計処理は「ポイント付き商品販売によって生じる義務が、期末日においてその義務から解放されるために企業が合理的に支払う金額によって測定」<sup>494</sup>することとしており、顧客によるポイントの行使によって生じるポイント発行企業の将来支払義務の測定を論じている。しかし、当該文献は IFRIC13 の会計処理を前提として論じ、売上対価を売上とポイント負債に配分する際にポイント負債の測定額をその将来支払義務とするのか、ポイント付与取引とは関係なくポイント負債を測定する際にその将来支払義務の金額を計上するのかが明確ではない<sup>495</sup>。解釈として、ポイント負債をその将来キャッシュ・アウトフローで測定した金額と、ポイント負債に配分された売上対価の差額である利益マージンの会計処理方法を論点として挙げていることから<sup>496</sup>、前者と考えられる。

大雄等（2011）では、ポイントに関する会計処理全般を議論していたことから、当該会計処理を概念的に提示していた。大雄等（2011）が論点として挙げた利益マージンは、ポイントが売上と同時に付与される場合を想定した論点である。しかし、売上と同時にいう前提を排除し、ポイント負債に対する将来支払義務の測定という考えを援用する。本節が前提とするポイントは電子マネーに自動的に交換されるポイントであり、当該ポイントは IFRIC が提示したポイントが金融負債である場合と一致する<sup>497</sup>。すなわち、ポイント発行企業は提携企業からポイントの決済を要求された場合、回避することはできず、決済を行う事になる。このように考えると、従来履行義務や非金融負債として考えられてきたポイントは、その性質上、金融負債として考慮する余地もあることが分かる。上記 EITF と IFRIC の議論での、IFRIC の指摘にもある通り、ポイントにも金融負債である場合と非金融負債である場合と分かれるという。そこでの議論は、ポイントが支払義務であるとする場合には金融負債であり、ポイントが最終的に財貨・用役を提供する義務であるとする場合には非金融負債である、との判断であった<sup>498</sup>。IFRIC が電子マネーの規定にポイントを含めなかったのは、様々な条件に左右されるとしており、ポイントが金融負債ではないという論拠ではない。従って、ポイントが金融負債または非金融負債のどちらの負債であるかを検討する。

---

<sup>493</sup> 大雄等（2011）、112-113 頁。

<sup>494</sup> 同上文献、112 頁。

<sup>495</sup> 大雄等（2011）、112-113 頁。

<sup>496</sup> 同上文献、113 頁。

<sup>497</sup> IASB(2015d), para.33.

<sup>498</sup> Ibid., para.33, para.37.

## Ⅶ 金融負債と非金融負債

前章において、電子マネーにおける議論とそれをからめたポイントの性質を考究した。EITF や IFRIC は、電子マネーが他社で用いられた場合、そこで決済義務が生じることから、電子マネーを金融負債としたが、認識中止の処理は相違を見せた。EITF では、情報有用性の観点から、電子マネーの内、その失効が認められる部分は、有効期限内に渡って収益に計上する方法を示し、IFRIC では、他の金融負債との整合性から、通常の金融負債の認識中止の規定を用いる方針を決めた。IFRIC では、当該電子マネーと類似するポイントを議論し、ポイントは金融負債と非金融負債の両方が存在し、各種契約や条件によって異なることを指摘し、電子マネーの規定から除外している。これは、ポイントが他社で使用された場合、そこで決済取引が行われることから、金融負債の性質を有し、自社で使用された場合、財貨・用役の提供義務として、非金融負債となるとする。このように、従来においてポイントは財貨・用役の提供義務として考えられていたが、取引の拡大から、決済義務としてポイントを捉える余地があり、一概に財貨・用役の提供義務として捉えることができなくなっていることを示している。このことから、ポイントを金融負債と非金融負債という側面から検討し、包括的なポイントに関する会計処理を考究する。

### 1 前受金勘定や商品券勘定と電子マネーやポイントの関係

前章の様に、電子マネーの会計処理に関する議論において、EITF と IFRIC の両機関は、発行企業側において電子マネーは金融負債であると位置づけ、会計処理方法を提示した。ここで金融負債とは、FASB では、現金又は他の金融商品を他の持分に引き渡すこと、潜在的に不利な条件で他の金融商品を交換すること、のどちらかを行うべき契約上の義務である<sup>499</sup>。一方、IAS32 では、他の企業に現金又は他の金融資産を支払うこと、金融資産又は金融負債を当該企業にとって潜在的に不利な条件で他の企業と交換すること、のいずれか

---

<sup>499</sup> FASB(2015a), para.15.

の契約上の義務である<sup>500</sup>。また、我が国における金融負債の定義は、「支払手形、買掛金、借入金及び社債等の金銭債務並びにデリバティブ取引に生じる正味の債務等」<sup>501</sup>とされ、日本公認会計協会が公表した「金融商品会計に関する実務指針」（以下、実務指針）においては、「他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務又は潜在的に不利な条件で他の企業と金融資産若しくは他の金融負債（他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務）を交換する契約上の義務」<sup>502</sup>である。我が国の基準上の定義は具体的であるが、日本公認会計士協会が公表した実務指針の定義は抽象的であり、当該抽象的な定義と FASB と IASB の金融負債の定義は類似しており、定義において相違はないと思われる。そして、上記の通り、FASB と IASB は電子マネーを金融負債と決定していることから、両機関の議論を参考にすると、我が国においても電子マネーは金融負債とされる可能性は高い。しかし、電子マネーの前身と言われる商品券やプリペイド・カードを会計処理する際には、我が国では商品券勘定が用いられ、そこでの記述は金融負債の定義とは合致しない。以下に、各種会計学辞典に記載される商品券・前受金・前受収益の記述を比較する。

図表 15 のように、商品券勘定は一般的に、商品等の財貨・用役を提供する義務を示している。商品券やプリペイド・カードは、顧客の視点では、商品購入の前払いであり、後に商品を獲得する。従って、単なる前受けと考えるならば、畠村等（2003）の様に、企業は前受金勘定で処理することもできるが、森田等（2001）や安藤等（2007）では、商品券勘定と前受金勘定の相違点として、前受金勘定は手付金としての意味を有しており、商品券は手付金としての意味を有していないことから、勘定科目を区別することが示されている<sup>503</sup>。

しかし一般的に、商品券勘定や前受金勘定は、その財貨・用役提供義務の観点から会計処理が行われていると考えられる。法的な議論において、商品券とプリペイド・カードは資金決済法で前払式支払手段として規制され、当該規制には電子マネーも含まれる<sup>504</sup>。法的規制に基づいて会計処理を行うとするならば、電子マネーは従来の商品券等と同様に、商品券勘定で会計処理が行われる。しかし、FASB や IASB は、相対取引ではなく 3 者間取引を前提としているが、電子マネーを金融負債としている。それは、森田等（2001）や安藤等（2007）の記述と類似している。森田等（2001）と安藤等（2007）では、他店商品券の受け入れと同時に財貨・用役を提供する場合には、他店商品券が金銭債権となる旨が記述されている。FASB と IASB は、電子マネー発行主体の観点から、自社で使用されず他社

---

<sup>500</sup> IASB(2011b), para.11.

<sup>501</sup> 企業会計基準委員会（2008）、5 項。

<sup>502</sup> 日本公認会計士協会（2005）、5 項。

<sup>503</sup> 森田等（2001）、579 頁、安藤等（2007）、752 頁。

<sup>504</sup> 資金決済法が施行される以前は、「前払式証券の規制等に関する法律」において、商品券やプリペイド・カードが前払式証券として規制されていたため、両者に対して同一の会計処理が適用されていたと思われる。後に、電子マネーが商品券等と同種の取引であるとして、前払式証券に電子的なものを含めた概念が前払式支払手段であり、当該前払式支払手段を規制するために資金決済法が制定された。

で電子マネーが使用された場合には、電子マネーは金融負債となるとしている。商品券が使用された側において、他店商品券は金銭債権となり、電子マネー発行者側において、他社で電子マネーが使用された場合には金融負債となる、ということから、ここで言う金銭債権と金融負債が反対概念であるとするならば、表裏一体の関係であるということが言える。我が国の金融資産の定義には「現金預金、受取手形、売掛金及び貸付金等の金銭債権」<sup>505</sup>が含まれており、正確な表裏一体の関係ではないが、反対概念であると言える。このことは我が国においても、引き受けた他店商品券や他店で使用された当店発行の商品券は、後に決済を要する債権・債務となるということであり、当店発行の商品券が使用される相手によって、その義務が変化することを示している。従って、我が国における商品券の考え方と FASB と IASB の電子マネーの議論は整合性があると考えられる。

図表 15. 商品券・前受金・前受収益の比較

	商品券	前受金	前受収益
黒澤 (1965)	[trading stamp]将来商品を引き渡す義務を示す勘定。商品切手が発行されたときは、その勘定の貸方に記入し、商品と引き換えたとき借方に記入し、それだけ義務を消滅したことになる。(387頁)	[advances received]受注品または受注工事などの手付金として前払いの意味で受け取った金額であって、役務の給付を営業目的とするものの営業収益の前受金も含まれる。前受金はふつう、現金による返済はなく、物品や給付の引渡しによって、その債務は相殺されるもの。(387頁)	[deferred income, deferred revenue]期間損益確定のため次期以後に属する部分について、その前受分を計算し、すでに計上された当期の収益から控除するとともに、繰延負債として次期に繰越すもの。次期以降に生ずる収益の前受けであって前受金とは異なるもの。(388頁)
鳥村等 (2003)	商取引上からは、品代の前受けであり、前受金勘定で処理すべきものであるが、他の前受金勘定と区別するため、商品券勘定が用いられる。(262頁)	商品や製品あるいは受注工事の対価の前受代金を処理する勘定であり、役務の給付を営業主目的とする事業を営む企業における営業収益の前受額も当勘定で処理する。前受金は現金をもって返済されないの、商品や工事等の引渡し、あるいは役務の給付によって前受金という債務が履行され、直接売上高等の収益勘定に振り替えられるか、または売掛金と相殺されて精算が行われる。(261-262頁)	一定の契約にかかるもので、一定の契約に従って供与する給付についての前受額は前受収益勘定で処理する。また、営業外収益にかかるものに限られる。(267頁)
森田等 (2001) ・ 安藤等 (2007)	[trading stamp, ticket or coupon for goods]将来においてその商品券の券面額の範囲内の金額の商品等を引渡すことを明らかにした契約を示す証書。将来における財貨あるいは用役の引渡義務を表す負債であり、給付義務であって、金銭債務ではないことから、預り金や仮払金とは異なり、手付金の意味をもつものでもないことから、前受金とも異なる。商品券の受取りの引換えに財貨・用役を提供したときには、商品券という負債の減少と売上げの実現とが生ずる。受入れ商品券は金銭債権で	[advances received]受注工事、受注品等に対して、その売上計上または引渡しの前に受注先より受領した代価の全部または一部を表す勘定であり、主たる営業活動に関連して生じる確定債務である。役務の給付を主たる営業目的とするものの営業収益の前受額は、主たる営業活動から生じるので、前受金に属する。(森田等(2001)、973頁、安藤等(2007)、1252頁)	[deferred revenue]一定の契約に従って継続して役務の提供を行う場合、まだ提供していない役務に対して支払いを受けた対価を、前受収益という。前受収益は将来の役務提供義務を示す負債であるが、繰延収益(繰延負債)は、債務性がない点で前受収益とは異なる。(森田等(2001)974頁、安藤等(2007)、1252頁)

<sup>505</sup> 企業会計基準委員会(2008)、4項。

	あることから、他店商品券等とし、商品券とは区別しなければならない。(森田等(2001)579頁、安藤等(2007)、752頁)		
神戸大学 会計学 研究室 (2007)	[gift tickets, merchandise certificate]顧客に対して商品を将来引き渡すべき義務。小売店連合会などで共通の商品券が発行されている場合に、同一連合会に加盟する他店が発行した商品券と引換えに商品販売する場合、他店商品券勘定を用いる。(673頁)	[deferred revenue, deferred income]財または用役の提供に先立って代金の一部または全額を受領した場合の手付金を処理するための勘定。前受収益が、一定の契約に従い、継続して役務の提供を行っている場合、いまだ提供されていない役務に対して受け取った対価であり、時間の経過とともに次期以降の収益となるものであるのに対して、前受金は役務提供契約以外の契約などによるものである。(1111-1112頁)	[deferred revenue, deferred income]一定の契約に従い、継続して役務の提供を行う場合、いまだ提供していない役務に対して支払いを受けた対価を前受収益という。商品等の売上代金の前受額のような、期末において役務の提供を行っていない、役務提供契約以外の契約による未解決項目である前受金とは区別される。対価を受領したという意味で繰延収益(繰延負債)と区別される。(1111-1112頁)

(出典) 黒澤(1965)、寫村等(2003)、森田等(2001)、安藤等(2007)、神戸大学会計学研究室(2007)を筆者引用加筆。

このように従来からの存在する商品券の会計処理と昨今行われた電子マネーの会計処理の議論には共通項がある一方で、疑問点が存在する。商品券が使用された場合には、商品券勘定を借方に記入すると同時に、貸方には売上勘定を記入するが、そこでの解釈には2通りの考え方が存在する。まずは従来通り、商品券勘定を財貨・用役を提供する義務であるとして、商品券が使用されると財貨・用役が提供され、売上が計上されるという処理である。一方で、上記図表15中の寫村等(2003)の前受金勘定の説明の通り、「商品や工事等の引渡し、あるいは役務の給付によって前受金という債務が履行され、直接売上高等の収益勘定に振り替えられるか、または売掛金と相殺<sup>506</sup>されるとし、売掛金と相殺する処理も考えられる。当該処理は、販売取引によって、借方に売掛金、貸方に売上が計上され、後に商品券と当該売掛金が相殺されるという処理である。上記会計処理2つを以下に示す。

#### 商品券の処理(1)

【発行】	(借)	現金	xx	(貸)	商品券	xx
【販売】	(借)	商品券	xx	(貸)	売上	xx

#### 商品券の処理(2)

【発行】	(借)	現金	xx	(貸)	商品券	xx
【販売】	(借)	売掛金	xx	(貸)	売上	xx
【決済】	(借)	商品券	xx	(貸)	売掛金	xx

(出典) 筆者作成。

前者は、商品券の発行取引と商品券対価とした財貨・用役の提供取引という、2つの取引

<sup>506</sup> 寫村等(2003)、261-262頁。尚、傍点は筆者加筆。

を、商品券を媒介にして取引を行っているともみなすことができる。後者は、商品券の発行取引、販売取引、そして、決済取引の 3 取引が存在する。これらの取引は、商品券を媒介としている訳ではなく、商品券で考えるならば、商品券取引と販売取引に分けることができる。このことは、森田等（2001）や安藤等（2007）における商品券勘定と前受金勘定の相違点として指摘される手付金の考え方と整合的である。前者の取引は、商品券自体が売上に直結することから、前受金勘定の説明にある財貨・用役の提供義務であり、手付金を意味している。後者の取引は、商品券取引と販売取引が分かれており、商品券の発行が将来顧客に提供される財貨・用役を特定している訳ではなく、財貨・用役を提供することにより生じた債権を、商品券にて相殺していると解釈することが可能である。この点から、前者の商品券勘定は、財貨・用役の提供義務を示しており、後者の商品券勘定は、売掛金等の金融資産が将来流出することを示している。前者の解釈は、上記図表 15 で示されている通りであるが、後者に関して、前章の電子マネーに関する議論において、IASB が異なる視点で示している。

IASB は、電子マネーに関する議論における例として、ショッピングセンターが発行する電子マネーを示している。そこでは顧客の視点が示されており、顧客が有する電子マネーは、財貨・用役の購入に際して生じる金融負債を決済するために顧客は当該権利を有しているとして、金融資産であるとする<sup>507</sup>。IAS32 では金融商品を「一方の企業にとっての金融資産と、他の企業にとっての金融負債又は資本性金融商品の双方を生じさせる契約」<sup>508</sup>と定義しており、この定義を援用すると、契約締結した際において、顧客には電子マネーという金融資産が生じ、契約の相手方に金融負債が生じる。この場合における契約の相手方は、電子マネー発行企業であり、当該発行者に金融負債が生じる。すなわち、電子マネー発行企業と顧客とが電子マネー発行に関する契約を締結し、後に顧客が財貨・用役を購入する際に生じた買掛金等の金融負債を当該電子マネーたる金融資産で決済するという関係が成り立つ。上記ショッピングセンターの例示は、電子マネー発行企業において電子マネーが使用される前提ではないことから、当該発行企業が財貨・用役を提供する義務を有していないことは明らかであり、必然的に、当該発行企業が有する義務は金融負債となる。しかし、上記で商品券の仕訳を示した様に、電子マネーを発行した企業において電子マネーが使用された場合、電子マネーを売掛金等の金融資産を決済する義務として考えることが可能であることから、電子マネーを発行することが、必ずしも財貨・用役を提供する義務と直結する訳ではないのである。

また、前章で示した通り、IFRIC の電子マネーの議論において示されたポイントの解釈として、その発行企業においてポイントは、金融負債と非金融負債の両方があり得るとしている。ポイントを非金融負債として認識する根拠は、(a)ポイントは財貨・用役を提供する義務であり、(b)ポイント発行企業は、顧客が提携企業で使用できるポイントの数に制限

---

<sup>507</sup> IASB(2015a), para.16.

<sup>508</sup> IASB(2001b), para.11.

を加えることで、提携企業に対する支払いを回避することが可能で、従って、(c)ポイントに対して認識された義務は前受収益（deferred revenue）を表示し、金融負債ではない<sup>509</sup>、としており、前受収益であるとする。我が国における「deferred revenue」に対する解釈は、上記図表 15 において、歴史的には前受収益と訳すが、近年では前受金とも訳すようであり、従って、一定の役務提供契約または財貨提供の手付金としての意味が存在する。しかし、IFRS15 においてポイントは、期末の決算時に振替処理される訳ではないことから、ここで言う前受金として処理されていると思われる。それは、IFRS15 において、契約における約束を識別し、そこから履行義務が認識され、それら履行義務に対して取引対価が配分されるというステップが要求されることから、ポイントもある種の前受金であると推定される。従って、IFRS15 の要求するポイントに関する会計処理は以下の様に解釈される。

#### IFRS15 におけるポイント付与取引に関する会計処理

(借)	現金	xx	(貸)	売上	xx
	現金	xx		ポイント	xx

(出典) 筆者作成。

取引対価は、ポイント付与取引において、当初売上の財貨・用役とポイントに対して支払われる。従って、IFRS15 の複数要素処理を解説する仕訳では、上記仕訳の借方の現金はまとめて表示されるが、実際には、貸方の各要素に対して払われているため、借方の現金はまとめて表示されるのではなく、貸方要素毎に表示する必要がある。このように解釈すると、上記仕訳の「(借) 現金 (貸) ポイント」は、商品券等と同じ仕訳となり、その性質も商品券等と同様なものとなる。IFRIC13 において、「顧客は、その特典クレジット（ポイント・筆者）を無償又は割引価格の財又はサービスなどの特典と交換することができる」<sup>510</sup>としており、IFRS15 では、ポイントを「顧客が既存の契約の一部として（多くの場合は黙示的に）対価を支払うオプション」<sup>511</sup>とし、当該オプションは「追加的な財又はサービスを無料又は値引き価格で取得する顧客のオプション」<sup>512</sup>であり、顧客は当該オプションに暗黙的に支払っているとする。このことは、商品券が企業における将来の財貨・用役の提供義務を示すという記述と対応する。すなわち、顧客の視点において商品券は、将来の財貨・用役の獲得権利であり、顧客は商品券の獲得に対価を支払っている。このことは、IFRIC13 や IFRS15 のポイントの説明と整合的である。このように考えると、ポイントは、商品券等と同様の権利・義務を示す。その一方で、商品券等と電子マネーは同様の権利・義務を

<sup>509</sup> IASB(2015b), para.37.

<sup>510</sup> IASB(2007f), para.1.

<sup>511</sup> IASB(2014a), BC386(a).

<sup>512</sup> Ibid., B39.

示すとするも、電子マネーが発行企業以外で顧客に使用されると、発行企業側においてその義務は、財貨・用役を提供する義務から決済義務になるため、金融負債であるとされる。従って、前章の EITF と IFRIC が扱った電子マネーだけではなく、商品券、プリペイド・カードやポイントも金融負債として取り扱うことが可能なのである。EITF と IFRIC が行った議論を援用するとなると、商品券等の発行企業以外で当該商品券等が使用された場合が導出されることになるが、上記の商品券の仕訳の通り発行企業で使用される場合も、商品券等を顧客が使用することによって、企業が有する売掛金等の金融資産と相殺されると考えることも可能であり、ポイントもそのように考えることが可能である。従って、金融負債と非金融負債の理解を通じて、多様なポイントがどのような負債であるかを分析する。

## 2 金融負債と非金融負債

商品券の仕訳の通り、商品券の性質の解釈には 2 通りの考え方が存在する。1 つは、商品券を将来の財貨・用役の提供義務とする思考であり、もう 1 つは、商品券の使用をもって、販売取引において生じた売掛金等の金融資産と相殺する思考である。IFRIC13 や IFRS15 の要求する複数要素処理をポイント付与取引に適用すると、ポイントが使用され、収益が計上する際の仕訳の解釈も、上記商品券の仕訳にも存在した 2 通りの考え方を適用することが可能である。すなわち、ポイントを追加の財貨・用役を提供する約束として把握し、履行義務を識別し、ポイントの行使から収益が計上されるという思考と、ポイントという将来の支払義務を免除する権利を顧客に発行し、後の販売取引時に生じた金融資産を当該顧客の権利で相殺させるという思考である。当該仕訳を以下に示す。

ポイントを追加の財貨・用役を提供する義務とする場合

【付与時】	(借)	現金	xx	(貸)	売上	xx
					ポイント	xx

【使用時】	(借)	ポイント	xx	(貸)	売上	xx
-------	-----	------	----	-----	----	----

ポイントを金融資産を決済するための義務とする場合

【付与時】	(借)	現金	xx	(貸)	売上	xx
					ポイント	xx

【使用時】	(借)	売掛金	xx	(貸)	売上	xx
		ポイント	xx		売掛金	xx

(出典) 筆者作成。

ポイント付与取引と後のポイント行使時の取引を考えた場合、上記 2 つの方法が考えられる。前者の仕訳は、ポイントが追加の財貨・用役を提供する義務として、ポイントの行使によって収益が計上される。後者の場合には、ポイント使用時における販売取引とポイント行使取引を別取引と考え、ポイントは販売取引で生じた金融資産を相殺する効果を有

する権利・義務であるとする。IFRIC の電子マネーでの議論において、財貨・用役提供の最終的な責任を発行企業が有している場合には、ポイントを非金融負債としていた<sup>513</sup>。しかし、我が国の議論では、前受金・前受収益（deferred revenue）は、一定の契約の下で、提供する財貨・用役が決まっていることが想定されているが、ポイント取引において、ポイントの発行時点では、ポイントの交換対象は決まっていない。当該指摘は商品券勘定と前受金勘定の相違点として図表 15 でも示されている。従って、ここで、金融負債と非金融負債における定義と範囲を確認し、ポイントがどちらに含まれるかを精査する。

まず IFRS では、IAS32 において、金融負債の定義は、他の企業に現金又は他の金融資産を支払う、または、金融資産又は金融負債を当該企業によって潜在的に不利な条件で他の企業と交換すること、のいずれかの契約上の義務であるとする<sup>514</sup>。そもそも、金融負債を生じさせる契約である金融商品は、一方に金融資産、他方に金融負債を生じさせ、その具体例として、売掛金・買掛金、受取手形・支払手形等を IAS32 では挙げている<sup>515</sup>。従って、当該契約により、相反する性質の債権・債務が生じることが前提となっていると考えられる。また、当該契約によって、生じた権利・義務が、最終的に現金の授受につながるものであれば、金融商品の定義を満たすとし<sup>516</sup>、最終的な現金の流入・流出で取引が終了するものが、金融商品であるとする。そして、前払費用（prepaid expense）、前受収益（deferred revenue）や大部分の製品保証債務等は、経済的便益の流入出が現金又は他の金融資産の受け渡しではなく、財貨・用役の提供であるので、金融資産・金融負債ではないとする<sup>517</sup>。

IFRS には、非金融負債を直接扱った基準は存在しない。しかし、IAS37 の規定は、いわゆる引当金に関する規定であり、金融負債ではない、という意味で、非金融負債であると言える。当該引当金は、「時期又は金額が不確実な負債」<sup>518</sup>と定義され、「(a) 企業が過去の事象の結果として現在の債務（法的又は推定的）を有しており、(b) 当該債務を決済するために経済的便益を有する資源の流出が必要となる可能性が高く、(c) 当該債務の金額について信頼性ある見積りができる場合」に認識される<sup>519</sup>。ここで負債の定義は「過去の事象から発生した企業の現在の義務で、その決済により、経済的便益を有する資源が企業から流出する結果となることが予想されるもの」<sup>520</sup>とし、負債の定義から引当金規定が導出されていると考えられる。そこでの現在の債務には、法的債務と推定的債務が存在し、前者は契約や法律によって強制力がある債務であり、後者は実務慣行や企業が外部者に責

---

<sup>513</sup> IASB(2015b), para.37.

<sup>514</sup> IASB(2001b), para.11. 尚、本論では資本性金融商品に関しては取り扱っていないので、当該資本性金融商品に関する金融負債は対象外としている。

<sup>515</sup> IASB(2001b), AG4.

<sup>516</sup> Ibid., AG7.

<sup>517</sup> Ibid., AG11.

<sup>518</sup> IASB(2001c), para.10.

<sup>519</sup> Ibid., para.14.

<sup>520</sup> IASB(2005), para.10.

務を受諾することを表明し、かつ、企業が当該責務を果たすという妥当な期待を外部者に惹起する様な、企業の過去の行動から発生した現在の債務である<sup>521</sup>。また、ここで決済とは、近年の負債に関する議論において、現金の移転の他、IFRS15における財貨・用役の移転等、多くの決済の形態が存在することから、「相手方への現金、資本性金融商品、その他の資産又はサービスの移転」を決済とすることを提示している<sup>522</sup>。従って、IAS37の引当金は、過去の結果として、現金またはその他の資産または用役の移転をもたらす現在の債務であり、金額を合理的に見積もることができるもの、と解することができる。

そしてIFRSにおいて、2005年に、IAS37を修正し、国際会計基準第37号修正案「引当金、偶発負債及び偶発資産」(Amendments to IAS No.37 “Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets”: 改訂IAS37)を公表した。そこでは、非金融負債を規定し、IAS32で定義されている金融負債以外の負債を非金融負債として定義している<sup>523</sup>。具体的には、負債の定義を満たしており、非金融負債について信頼できる見積りが可能な場合に、非金融負債を認識することを要求している<sup>524</sup>。IAS37と改訂IAS37における非金融負債の定義と認識の差異として、その蓋然性の有無が挙げられる。前者には蓋然性要件が含まれているが、後者には含まれていない。ここでは、当該変更を注視するのではなく、金融負債と非金融負債の分類を取り上げ、また、負債の計上に際して、費用側面または負債の側面から計上されるかを検討していることから、規定の詳細は検討しない。このような視点から観察すると、「(IAS37の筆者)引当金の認識要件は、一般的な負債認識の要件を援用して若干の具体化が行われているに過ぎない」<sup>525</sup>として、負債の定義から引当金を導出しているとする一方で、「定義からは、純粋にストック概念が適合するのは一実在するのは一資産のみである」<sup>526</sup>として、経済的便益を有する資源の流出として、負債自体の定義にフローの概念が存在することから、改訂IAS37の非金融負債においても、純粋なストック概念から導出された非金融負債ではないことになる。

しかし、2015年に新しく提示された概念フレームワークでは、負債を「企業が過去の事象の結果として経済的資源を移転する現在の義務」として定義し<sup>527</sup>、以前の負債の定義に存在した、経済的便益を有する資源の流出というフローの概念を排除しており、ストックの概念でのみ定義を行っている。当該定義と、改訂IAS37を併用することによって、経済的資源の移転という上記の決済の概念を有した金融負債以外の負債を非金融負債とすることで、負債の概念から純粋に演繹される非金融負債の概念が導出される。このことから、IAS37と従来の負債の定義を併用したフローの概念の非金融負債と、改訂IAS37と新しい

---

<sup>521</sup> Ibid., para.10, paras.13-14.

<sup>522</sup> IASB(2015b), BC12-BC15.

<sup>523</sup> Op cit., para.10.

<sup>524</sup> IASB(2005), para.11.

<sup>525</sup> 川村 (2007)、31 頁。

<sup>526</sup> 鈴木 (2011)、57 頁。

<sup>527</sup> IASB(2015c), para.4.24.

負債の定義を併用したストック概念の非金融資産とが成立することになる。

また、従来のフロー概念の非金融負債を引当金とし、ストック概念から導出した非金融負債を純粋な非金融負債とする場合<sup>528</sup>、これらの共通項は負債性引当金を含むということである<sup>529</sup>。ここで言う負債性引当金は、資産・負債アプローチのもとでその法的債務性が認められる引当金を指すと考えられる<sup>530</sup>。従って、引当金と非金融負債は債務性を有すると解釈される。一方、引当金と非金融負債の相違点としては、非金融負債には前受金や前受収益なども含まれるという指摘と<sup>531</sup>、IAS32における前払費用や前受収益が金融資産・金融負債ではないとする指摘<sup>532</sup>が表裏一体の関係であると解釈するならば、前受収益や前受金が引当金には含まれない非金融負債の項目となる。前受収益と前受金は、収益計上要因となる将来の財貨・用役の提供義務であり、単なる財貨・用役の流出ではない。このことから、引当金以外の非金融負債は、将来の収益に関わる財貨・用役の提供義務とみることができると考えられる。

我が国における金融負債の定義は、前に述べた通り、「支払手形、買掛金、借入金及び社債等の金銭債務並びにデリバティブ取引に生じる正味の債務等」<sup>533</sup>とされ、実務指針においては、「他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務又は潜在的に不利な条件で他の企業と金融資産若しくは他の金融負債（他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務）を交換する契約上の義務」<sup>534</sup>である。また、実務指針の結論の背景において、金融負債には金銭債権の引渡義務が含まれており<sup>535</sup>、そして、金融負債の当初認識時の測定は、原則として、時価に基づく等価交換であるとし、その支払額をもって金融負債の帳簿価額となる<sup>536</sup>。

我が国において、非金融負債の定義は存在しないが、引当金の規定は存在する。当該規定は、企業会計原則注解 18 であり、「将来の特定の費用又は損失であつて、その発生が当期以前の事象に起因し、発生の可能性が高く、かつ、その金額を合理的に見積ることができるときには、当期の負担に属する金額を当期の費用又は損失として引当金に繰入れ、当該引当金の残高を貸借対照表の負債の部又は資産の部に記載するものとする」<sup>537</sup>とされる。第 3 章において示していたが、我が国の引当金は、当期の収益に対応する費用を計上し、その相手勘定が引当金として計上されることから、直接的に引当金として負債に計上することを示していない。ただし、企業会計基準委員会が公表した「引当金に関する論点の整

---

<sup>528</sup> 以下では、非金融負債の内、フロー概念から導出されるものを引当金、ストック概念から導出されるものを非金融負債としている。

<sup>529</sup> 企業会計基準委員会（2009）、14 項、注 4。

<sup>530</sup> 寫村（1989）、219-222 頁、227-228 頁。

<sup>531</sup> 前掲文献、注 5。

<sup>532</sup> IASB(2001b). AG11.

<sup>533</sup> 企業会計基準委員会（2008）、5 項。

<sup>534</sup> 日本公認会計士協会（2005）、5 項。

<sup>535</sup> 同上文献、217 項。

<sup>536</sup> 同上文献、29 項、243 項。

<sup>537</sup> 企業会計審議会（1982）、注解 18。

理」では、上記 IAS37 と改訂 IAS37 の引当金又は非金融負債の定義に照らして、我が国の各種引当金が当該定義に合致するかを個別に検討し、負債に該当するものが多くあることが示され、本稿で取り扱うポイントに関する引当金も該当するとしている<sup>538</sup>。上記の「引当金に関する論点整理」の時期を考慮すると、IFRS を参考にするならば、金融負債とフロー概念の非金融負債が我が国には存在することになる。

米国会計基準において、金融負債は、現金又は他の金融商品を他の持分に提供、または、潜在的に不利な条件で他の企業と他の金融商品を交換する契約上の義務である、とする<sup>539</sup>。また、負債とは、「過去の取引または事象の結果として、特定の実体が、他の実体に対して、将来、資産を譲渡しまたは用役を提供しなければならない現在の債務から生じる、発生の可能性の高い将来の経済的便益の犠牲」<sup>540</sup>と定義される。

また、米国会計基準では、非金融負債の定義は存在しないが、SFAS5 と SFAS143 が非金融負債に関する規定として理解される。SFAS5 は、偶発事象に関する規定であり、ここでは、偶発事象を、「ある将来の事象が生起または生起しないことによって、最終的に解決される企業に対する損益に関する不確実性を有する現存している条件、状態または関連した環境」<sup>541</sup>と定義している。そして、偶発損失から生じる見積損失は、2つの条件を満たす場合に、利益に賦課することが要求され、当該要件は、(a) 財務諸表日において、資産が減損、または、負債を負担したという可能性があることを、財務諸表の発行の前に入手可能な情報が示しており、この場合において、将来の事象によって当該損失の事実の確認を行うことができる可能性が高いことを暗示していること、(b) 損失の金額を合理的に見積もることができること、である<sup>542</sup>。また、偶発損失の具体例として、受取勘定の回収可能性、製品保証に関する義務、火災・爆発・その他の災害による企業財産の損失・損傷のリスク等が挙げられている<sup>543</sup>。このように SFAS5 の規定は、一定要件を満たす偶発損失を利益に賦課するため、我が国の引当金規定に近似する。このことは「SFAS 第 5 号の公表の影響の下、(省略-筆者) 我が国の企業会計原則注解 18 の引当金が行われた」<sup>544</sup>とされるように、我が国の引当金規定の参考となった基準であり、偶発損失の具体例から、偶発損失の内、要件を満たすものは当期の損益計算に含められることから、我が国の引当金と同様に、収益費用の対応原則に類似するものとして捉えられる。

一方の SFAS143 は、資産除去義務に対する会計処理を規定している。上記の SFAS5 を収益費用の対応概念や収益費用中心観から導出されたものと考えれば、SFAS143 は資産負債中心観から作成された基準であり、「基準 (省略-筆者) を作り変えることには消極的であ

---

<sup>538</sup> 企業会計基準委員会 (2009)、30-48 項。

<sup>539</sup> FASB(2015a), para.15.

<sup>540</sup> FASB(1985b), para.35.

<sup>541</sup> FASB(1985a), para.1.

<sup>542</sup> Ibid., para.8.

<sup>543</sup> Ibid., para.4.

<sup>544</sup> 松本 (2014)、16-17 頁。

るが、(省略-筆者) 新しい領域ともいえる『資産除去債務』で非金融負債領域の会計基準を作成した<sup>545</sup>として、負債の観点から非金融負債を規定している。つまり、上記の負債を定義である「過去の取引または事象の結果として、特定の実体が、他の実体に対して、将来、資産を譲渡したまたは用役を提供しなければならない現在の債務から生じる、発生の可能性の高い将来の経済的便益の犠牲」<sup>546</sup>を満たす資産除去債務は、負債として認識すべきことを示している<sup>547</sup>。ここでは、リース債務を除く、購入・建設・開発や固定資産の通常の営業から生じる有形固定資産の除去を要求する法的義務に対して規定している<sup>548</sup>。ここでは法的義務を、既存または成立した法律・法令・条例・書面または口頭での約束や禁反言の原則下の推定的債務の結果として決済が要求される義務、とし<sup>549</sup>、そこでの測定は、現在において決済にかかる金額としての公正価値の合理的見積りが要求されることから<sup>550</sup>、収益や利益に対応・賦課させる費用ではなく、負債の認識・測定を中心に扱っていることが分かる。

このように、IFRS、我が国の会計基準、米国会計基準では、金融負債と非金融負債・引当金の規定は異なり、IFRS では負債が金融負債と非金融負債とに2分類される方針を提案している。一方で、我が国・米国会計基準においては、金融負債の定義はあるものの、非金融負債に関する定義はなく、従来から存在する引当金規定等がそれを代替しているとみえるが、前章で示した様に、我が国の引当金は費用の発生を重視することから、負債に関する規定ではない。従って、純粋な非金融負債の規定は存在しない。しかし、金融負債に関する定義は、各基準も同質なものであり、現金又は金融資産を他の企業に提供する契約上の義務が金融負債として、示されている。ただし、IAS32 では、前受収益(deferred revenue)は現金又は他の金融資産の受け渡しではなく、財貨・用役の提供であるとし、金融負債ではないとするが<sup>551</sup>、一方の我が国の規定では、金融負債には金銭債権の引渡義務を含むとし<sup>552</sup>、詳細な記述が異なる。すなわち、IAS32 では、「deferred revenue」なる用語は、財貨・用役を提供する義務であるとし、我が国では、金融負債には金銭債権の引渡義務が含まれることから、上記商品券勘定、前受金勘定そしてポイント勘定の理解が変化する。我が国の会計学辞典においては、「deferred revenue」は前受金と前受収益の両方を示す場合があり、その区別は文脈によるが、IAS32 では、当該規定において、並列的に前払費用を示していることから、当該用語を経過勘定項目としての前受収益を示しているものと考えられる<sup>553</sup>。このことから、前受金や商品券に関して、金融商品となる余地が存在す

---

<sup>545</sup> 同上文献、17 頁。

<sup>546</sup> FASB(1985b), para.35.

<sup>547</sup> FASB(2001a)

<sup>548</sup> Ibid., para.2.

<sup>549</sup> Ibid., para.2.

<sup>550</sup> FASB(2001a), para.3, para.7.

<sup>551</sup> IASB(2001b), AG11.

<sup>552</sup> 日本公認会計士協会 (2005)、217 項。

<sup>553</sup> Op cit., AG11.

る。金融商品の定義は、一方に金融資産、他方に金融負債を生じさせる契約であることから、契約当事者にある種の権利と義務を生じさせる前受金・商品券も金融商品となる可能性が存在する。ただし、前受金は、手付金としての意味を有することから、財貨・用役を提供する義務としての意味合いが強いものと思われ、その場合には金融商品には該当しないと考えられる。従って、商品券そしてポイントは金融商品となるか検討する必要がある。また、商品券・ポイントが金融負債とならない場合には、非金融負債または引当金として会計処理することとなる。この場合、単なる財貨・用役の提供義務として認識するならば引当金として、収益計上要因たる財貨・用役の提供義務も含む概念として認識するならば非金融負債として会計処理され、当該会計処理の思考は D20 や IFRIC13 におけるポイントに関する議論と整合的であると考えられる。ただし、非金融負債は負債の側面からその定義が行われるが、IFRIC13 や IFRS15 の複数要素処理や履行義務は、対価の受け取りが前提にあることから、議論の視点が異なるが、収益に係るかどうかは負債の分類では重要になると考えられる。しかし非金融負債は、各基準において共通の定義は示されていない。現状、非金融負債には、金融負債以外の負債（非金融負債）や引当金として、負債の側面から説明する場合と費用の側面から説明する場合が存在する。非金融負債は SFAS143 の様に、法的義務から規定しているが、負債の分類の観点からは金融負債と非金融負債として分類することによって一貫性が保たれる。また、負債と言うよりもむしろ損益に関連させるならば、引当金や IFRS15 の履行義務として認識する方法が支持される。このことから、金融負債は各基準同質として扱い、非金融負債に関しては、負債の分類から一貫的である IASB、費用の側面を重視する引当金規定を有する我が国・米国、そして、収益要因として識別する IFRS15 の 3 方法を比較対象とし、ポイントに適用する。上記各基準の比較を、負債の側面からは米国基準よりも非金融負債を提案する改訂 IAS37 が有意であり、我が国と米国の引当金規定が同質である、という理由から、米国基会計準を除いた図表を以下に示す。そして、これらの会計規定が、各種ポイントの発行形態においてどのように適用されるかを下記に検討する。

### 3 交換先から見るポイント負債の分類

ポイントの取引形態は、第 1 章で確認した通り、独立型ポイント・プログラム（以下、独立型）、提携型ポイント・プログラム（以下、提携型）、そして、交換型ポイント・プログラム（以下、交換型）、の 3 種に分けることが可能である。また、ポイントの交換先として、上記議論している、景品の様な財貨・用役、財貨・用役の値引き、電子マネーに交換することが可能である。そして、ポイントの発行形態は、売上と同時に付与される場合と売上とは別に発行される場合の 2 種類が存在する。従って、これらの取引形態・交換先・発行形態を組み合わせ、それらを金融負債または履行義務や非金融負債として考えた場合の会計処理を検討する。以下では、各事例の組み合わせを括弧書きで示す。そして、当該各事例に対して、前節で示した、金融負債処理、複数要素処理、非金融負債・引当金処理

の各処理を適用することが可能であるかを検討する。ここで、金融負債と非金融負債・引当金は負債の分類方法であり、複数要素処理は処理方法である。非金融負債を金融負債以外の負債と捉えた場合、複数要素処理で識別する履行義務も非金融負債となるが、ここではポイントに対して適用可能な会計処理を分析するという観点から検討を行うため、厳密な定義を検討する訳ではない。そして、前章で示した通り、非金融負債と引当金の処理は、改訂 IAS37 と我が国の引当金規定の様に異なるが、ここではまとめて括り、後に分類する。

まず「独立型・景品・付与」の場合を検討する。本事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として企業が準備する景品とのみ交換が可能で、ポイントの発行が売上と同時である場合、である。この場合、顧客はポイントを行使することによって、企業から景品を受け取る。しかし、当該景品提供取引は、販売取引とは別に顧客が権利行使することで景品が提供されることから販売取引ではなく、販売取引にかかる金融資産・金融負債を生じ得ないことから、当該事例において、金融商品は生じ得ない。ポイント行使時に顧客に金融負債が生じ得ないことから、ポイントを付与時点において金融商品と捉えるのは困難であり、この場合には、ポイントを財貨・用役の提供義務として捉える必要があ

図表 16. 金融負債と非金融負債の比較

	金融負債	非金融負債
IFRS	<p><b>【定義】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>他の企業に現金又は他の金融資産を支払う、または、金融資産又は金融負債を当該企業によって潜在的に不利な条件で他の企業と交換すること、のいずれかの契約上の義務 (IAS32, para.11)。</li> </ul> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>生じた権利・義務が、最終的に現金の授受につながるものであれば、金融商品の定義を満たす (IAS32, AG7)。</li> <li>前払費用 (prepaid expense)、前受収益 (deferred revenue) や大部分の製品保証債務等は、経済的便益の流入出が現金又は他の金融資産の受け渡しではなく、財貨・用役の提供であるので、金融資産・金融負債ではない (IAS32, AG11)。</li> </ul>	<p><b>【定義：引当金】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>時期又は金額が不確実な負債 (IAS37, para.10)。</li> </ul> <p><b>【認識：引当金】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(a) 企業が過去の事象の結果として現在の債務 (法的又は推定的) を有しており、(b) 当該債務を決済するために経済的便益を有する資源の流出が必要となる可能性が高く、(c) 当該債務の金額について信頼性ある見積りができる (IAS37, para.14)。</li> </ul> <p><b>【その他：負債の定義】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>過去の事象から発生した企業の現在の義務で、その決済により、経済的便益を有する資源が企業から流出する結果となることが予想されるもの (IASB(2005), para.10)。</li> </ul> <p><b>【その他：決済】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>相手方への現金、資本性金融商品、その他の資産又はサービスの移転 (IASB(2015b), BC12-15)。</li> </ul>
日本	<p><b>【定義】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>支払手形、買掛金、借入金及び社債等の金銭債務並びにデリバティブ取引に生じる正味の債務等 (企業会計基準委員会 (2008)、5 項)。</li> <li>他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務又は潜在的に不利な条件で他の企業と金融資産若しくは他の金融負債 (他の企業に金融資産を引き渡す契約上の義務) を交換する契約上の義務 (日本公認会</li> </ul>	<p><b>【定義：引当金】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>将来の特定の費用又は損失であつて、その発生が当期以前の事象に起因し、発生の可能性が高く、かつ、その金額を合理的に見積ることができる場合には、当期の負担に属する金額を当期の費用又は損失として引当金に繰入れ、当該引当金の残高を貸借対照表の負債の部又は資産の部に記載するもの (企業会計原則注解 18)。</li> </ul>

計士協会（2005）、5項。 <b>【その他】</b> ・金融負債には金銭債権の引渡義務を含む（日本公認会計士協会（2005）、217項）。	<b>【その他】</b> ・我が国で設定される各種引当金はIASBの負債の定義に合致し、ポイント引当金も合致するとされる（企業会計基準委員会（2009）、30-48項）。
--	--

（出典）IASB(2001b)、IASB(2005)、IASB(2015b)、IASB(2015c)、企業会計基準委員会（2008）、企業会計基準委員会（2009）、企業会計審議会（1982）、日本公認会計士協会（2005）を筆者引用加筆。

る。そのため、複数要素処理または非金融負債として会計処理される。

前章で示した様に、ポイント取引に対して会計処理を行う場合、IFRS15の処理方法と非金融負債・引当金として会計処理する方法が考えられ、ポイント付与取引時に履行義務を2種類識別するか、販売取引とは別にポイントの付与を行ったかは理論的な判断が必要となる。ここでポイントが金融負債か否かを判断するのは、将来の時点で顧客の金融負債を決済するかまたは他の企業に現金又は他の金融資産を支払うか否かであり、ポイント取引において金融資産が生じるのは、次の販売取引であるため、次の販売取引の有無がポイントを金融負債として判断する指針となる。従って、以下でも同様に販売取引の観点からポイントを金融負債として認識可能かを判断する。

「独立型・景品・発行」の事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として企業が準備する景品とのみ交換が可能で、ポイントの発行が売上と同時にではなく、ポイントの発行が単独で行われる場合、である。この場合も同様、ポイントの行使によって、顧客は企業から景品を受け取ることができる。そして、景品提供取引は、前事例と同様に次の販売取引が存在しないことから、金融資産を生じ得ず、ポイントは金融負債とはならない。従って、ポイントは財貨・用役の提供義務として把握される。しかし、上記「独立型・景品・付与」の事例と異なる点は、ポイントが売上と同時に付与されておらず、独立して発行されている点である。ポイントが独立して発行されている場合、販売取引において履行義務を識別するとする複数要素処理は適用することができない。複数要素処理は、識別した履行義務に取引価格を各履行義務に配分する。ポイントを単独で発行する場合、ポイントを履行義務として識別したとしても、顧客からの支払対価が存在しないことから、取引価格の金額を履行義務に配分することはできず、複数要素処理は適用できない。そのため、非金融負債・引当金としてポイントを会計処理する方法のみが適用可能となる。

「独立型・値引き・付与」の事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として次の販売取引の値引きとして使用が可能で、ポイントの発行が売上と同時にである場合、である。この場合、当該値引きは、次の販売取引の際に使用され、当該販売取引の価格から、例えば1ポイントを1円の値引きとして使用することが可能である場合である。このことから、ポイントの行使には販売取引の存在が必要であり、ポイントは顧客の購入取引から生じる顧客の金融負債を決済するための権利として機能するため、その相手たる企業では、ポイントは金融資産を決済する金融負債としてポイントは機

能する。このため、本事例におけるポイントは金融負債として認識することが可能である。また、ポイントの付与に対する取引対価の存在、付与したポイントたる財貨・用役の提供義務として当該財貨・用役の金額を確認できることから、他の方法として、履行義務として認識する方法と非金融負債・引当金として会計処理する方法も可能であり、それらは「独立型・景品・付与」の事例と同様に適用することが可能である。

「独立型・値引き・発行」の事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として次回の販売取引の値引きとして使用が可能で、ポイントの発行が売上と同時ではなく、ポイントの発行が単独で行われる場合、である。当該事例は「独立型・値引き・付与」と同様、ポイントが値引きとして使用することが可能であることから、金融負債として認識することが可能である。しかし、本事例のポイントは、販売取引を行わずに単独で発行されることから、取引価格が存在せず、履行義務に配分することができない。従って、複数要素処理を適用することはできない。また、ポイントの金額を確認することによって、財貨・用役の提供義務の金額が算定できる場合は、非金融負債や引当金として会計処理することは可能であり、当該会計処理方法は適用可能である。

「独立型・電子マネー・付与」の事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として企業が提供する電子マネーにチャージし次回の取引時に使用が可能で、ポイントの発行が売上と同時である場合、である。顧客は、初回の販売取引の際に、ポイントが付与され、当該ポイントは電子マネーと交換可能である。当該電子マネーは、商品券やプリペイド・カードと同様に、次回の購入取引の時の支払手段として用いることが可能である。従って、値引きの事例と同様に、顧客は購入取引から生じた金融負債を決済する権利として使用でき、企業は販売取引から生じた金融資産を決済する義務としての効果を有する。このことから企業は、金融負債としてポイントを認識することが可能である。また、履行義務を認識する方法や非金融負債・引当金を認識する方法も「独立型・値引き・付与」の場合と同様に、販売価格やポイントの発行額の存在により、複数要素処理と非金融負債・引当金として会計処理することが可能である。

「独立型・電子マネー・発行」の事例は、独立型ポイント・プログラムであり、顧客はポイントの行使先として企業が提供する電子マネーにチャージし次回の取引時に使用が可能で、ポイントの発行が売上と同時ではなく、ポイントの発行が単独で行われる場合、である。「独立型・電子マネー・付与」と同様、顧客は金融負債を決済する権利、企業は金融資産を決済する義務として、ポイントは性質を有することから、企業にとっては金融負債として認識することが可能である。そして、ポイントが販売取引とは単独で発行されることから、履行義務を認識した後に取引対価を配分する方法を適用することはできない。また、ポイントの発行額の存在により、将来の財貨・用役の提供義務の額を算定可能である。

提携型ポイント・プログラムは、前章で示した図表 2 や図表 11 の通り、取引当事者が 3 名以上いる場合であり、それぞれ運営企業、提携企業、顧客である。ここで、運営企業がポイントを顧客に発行し、顧客がポイント発行企業（運営企業）でポイントを使用すると、

独立型ポイント・プログラムと同様となることから、(1) ポイントの発行主体は運営企業であるが、顧客のポイント使用先が提携企業である場合、(2) ポイントの発行主体が提携企業であるが、顧客のポイント使用先が運営企業である場合、(3) ポイントの発行主体および顧客によるポイントの行使先が提携企業の場合、の3パターンが提携型には存在する。従って、それぞれのパターンを検討する。

(1) の運営企業はポイントが顧客に発行し、顧客が提携企業でポイントを使用する場合、ポイントの交換先が景品・値引き・電子マネーであったとしても、運営企業は、ポイントが顧客に行使されたことによって、提携企業との間でポイントの決済を行うことから、ポイントは決済義務としての性質を有し、金融負債として認識可能である。当該思考は、前章の EITF および IFRIC における電子マネーの議論と同様であり、電子マネーを顧客に使用された提携企業が、運営企業との間で使用された電子マネーに対する決済を行う際の考えと同じである。また、当該議論を援用するならば、提携企業を通じた顧客への財貨・用役の提供義務と識別することも意見として存在し、金融負債以外の負債として認識可能であると指摘されていたが、運営企業が直接財貨・用役を顧客に提供しないことから、非金融負債としての認識可能性は低いと考えられる。ここで低いと表現したのは、運営企業が発行したポイントが、提携企業の財貨・用役を顧客へ提供することを斡旋する義務として識別するならば、財貨・用役の提供を斡旋する義務として非金融負債として認識可能であるということである。また、この場合で、販売取引と同時にポイントを付与する際、取引対価を受け取っていることから複数要素処理を適用することは可能であるが、販売取引とは別に単独でポイントが発行される場合には、複数要素処理は適用できないことになる。

(2) の場合、ポイントが発行する主体が提携企業であるため、運営企業は、ポイントの発行額に応じた金額を提携企業から受け取り、顧客のポイントの行使によって、景品・値引き・電子マネーを提供することになる。従って、企業は提携企業から受け取った金額を負債として認識し、それぞれの交換先に応じた義務として会計処理する必要がある。上記独立型ポイント・プログラムで検討した各種交換先の検討を考慮すると、景品と交換される場合には財貨・用役の提供義務としてのみ認識可能であり、金融負債として認識することはできない。値引き・電子マネーと交換される場合には、財貨・用役の提供義務として認識することも次回の販売取引で生じる金融資産の決済義務として認識することも可能である。また、本事例は、提携会社のポイントの付与に応じて、運営企業は、ポイント発行による対価を得ることから、取引対価を履行義務に配分する方法がすべてにおいて適用可能となる。当該方法は、複数要素処理と同様の方法であるが、識別可能な構成要素がポイントのみであるため、取引対価の全額がポイントという義務に配分されることになる。

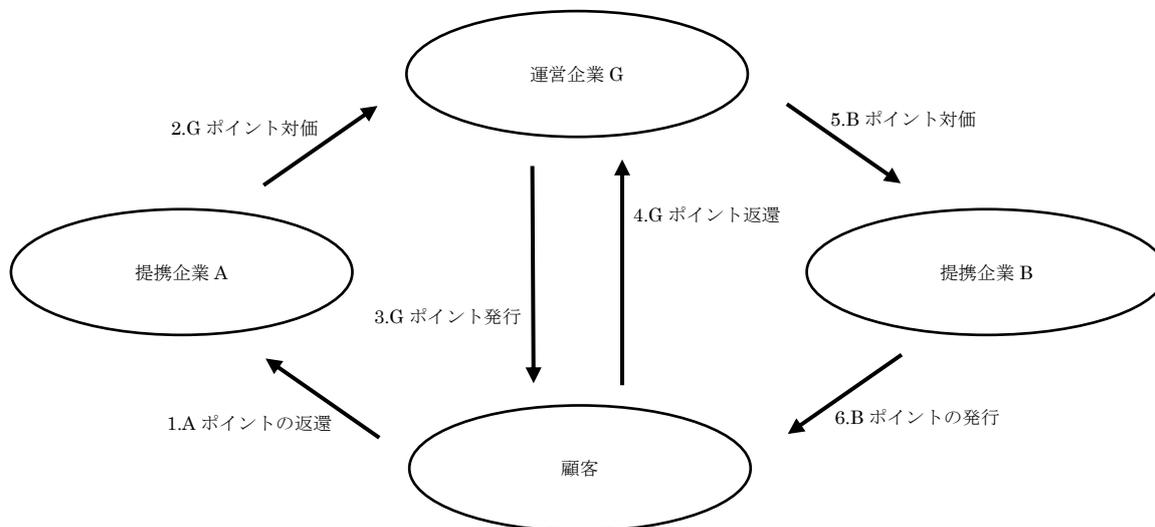
(3) のポイントの発行主体および顧客によるポイントの行使先が提携企業の場合、運営企業は、ポイントの管理を行っている場合とポイント仲介業である場合の2つの事例が考えられる。前者において、提携企業がポイントを発行することにより、ポイント発行に対

する対価を受け取り、顧客が提携企業でポイントを使用した際には、当該使用されたポイントに応じて、提携企業と決済を行う。この場合、ポイントを発行するに当たって、対価の受け入れが存在することから、複数要素処理を適用することは可能である。また、提携企業でポイントが使用されたことによって、ポイントの決済が生じることから、決済義務として金融負債として処理することも可能である。しかし、上記と同様、ポイントを財貨・用役の提供の斡旋する義務として識別するならば、非金融負債として認識することは可能であるが、EITF や IFRIC の議論を見ると、困難と思われる。

後者の場合、第 1 章における分類では、交換型ポイント・プログラムに該当し、自社のポイントを販売し、顧客の求めに応じて、他のポイントを購入するという業務形態となる。当該ポイント・プログラムは、片岡等 (2012) で紹介されており、そこでは A 提携会社は、発行した A ポイントを顧客の求めに応じて運営企業 G が発行している G ポイントに交換すると同時に運営企業 G に対価を支払い、後に顧客が G ポイントを B ポイントに交換する際には、運営会社 G が B 提携会社に対価を支払うことによって、顧客に B 提携企業が発行する B ポイント交換供される。当該関係を片岡等 (2012) で示されている図をもって示す。

当該運営企業 G が、交換型ポイント・プログラムの運営主体であり、当該企業の会計処理を検討する。片岡等 (2012) では、運営企業 G は、購入する B ポイントの金額と B ポイ

図表 17. 交換型ポイント・プログラムの関係図



(出典) 片岡等 (2012)、123 頁を筆者引用加筆。

ントへの交換率を乗じた金額を引当金として計上する実務例を紹介している<sup>554</sup>。ここで、当該ポイント取引を、上記と同様の視点で分析すると、まず、ポイント負債を認識する契機は、顧客へポイントを発行する時点であり、提携企業 A からの取引対価がポイント負債

<sup>554</sup> 片岡等 (2012)、123-124 頁。

の金額となる。このことは提携型ポイント・プログラムの(2)の事例と同様であり、取引対価を履行義務に配分する処理方法と整合的である。また、ポイントの義務の性質を分析すると、運営企業が発行したポイントは、他のポイントを顧客に提供するための義務であり、財貨・用役たる他のポイントの提供義務に対する顧客の権利をポイントとして発行していると考えれば、運営企業ポイントは、他のポイント提供に対する前受けとして非金融負債の認識が行われる。一方、顧客が有する運営企業ポイントが、他のポイントを購入するための義務と考えられるならば、金融負債として認識される。それは、運営企業が他のポイントを購入する際に提供する購入対価をポイントで決済し、差額が手数料として会計処理される。本議論はIFRS15における本人か代理人かの検討と同様であり、金融負債と非金融負債の観点から当該処理を検討すると、金融負債と考えると決済における手数料が生じることから代理人として処理され、他のポイントという財貨・用役を提供する義務としてポイントを非金融負債として考えると本人として処理される。

このように、ポイント・プログラムの取引形態、ポイントの交換先、ポイントの発行形態の組み合わせから、ポイントを金融負債、履行義務、非金融負債・引当金として会計処理可能かの検討を行った。上記の検討を下記に図表にまとめる。

このように、図表18の様に分類すると、販売取引を経由せずにポイントが行使できる場合には、ポイントは販売取引から生じる金融資産を決済する義務たる金融負債として認識することはできない。また、販売取引と同時にポイントが付与されなければ、取引対価がな

図表 18. ポイントの組み合わせと会計処理の適用の可否

		金融負債	履行義務	非金融負債・引当金
独立型・景品・付与		×	○	○
独立型・景品・発行		×	×	○
独立型・値引き・付与		○	○	○
独立型・値引き・発行		○	×	○
独立型・電子マネー・付与		○	○	○
独立型・電子マネー・発行		○	×	○
(1)	提携企業が財貨・用役を提供・付与	○	○	△(財貨・用役の提供を斡旋する義務)
	提携企業が財貨・用役を提供・発行	○	×	△(財貨・用役の提供を斡旋する義務)
(2)	提携企業がポイントを発行・景品	×	○	○
	提携企業がポイントを発行・値引き	○	○	○
	提携企業がポイントを発行・電子マネー	○	○	○
(3)	ポイント管理	○	○	△(財貨・用役の提供を斡旋する義務)
	交換型	○ (IFRS15の代理人規定)	○	○ (IFRS15の本人規定)

(出典) 筆者作成。

いことから、IFRS15が提示する会計処理を適用することはできない。そして、すべてのポイントに対して同一の会計処理を適用するならば、ポイントを非金融負債または引当金と

して会計処理する方法のみが導出されるのである。しかし、改訂 IAS37 では、非金融負債の定義は金融負債以外の負債であり、金融負債への適用の検討が先に行われ、適用されなければ非金融負債となる。この適用法をポイント取引に当てはめると、運営企業が景品を提供する場合以外が金融負債となり、景品を提供する場合は非金融負債となる。

#### 4 包括的なポイントの会計処理

前節において、各ポイント取引に金融負債、財貨・用役の提供義務たる履行義務、非金融負債のそれぞれが適用可能かを検討し、顧客によるポイント行使時に販売取引が存在しない場合には、ポイントを金融負債として認識することはできず、また、ポイントが販売取引と同時に付与されなければ、IFRS15 が規定する履行義務を識別できず、複数要素処理を適用することはできないことを示した。しかし現状では、ポイントの交換先は、景品や値引き等の選択肢があり、単純にポイントを財貨・用役の提供義務や金融資産の決済義務として、図表 18 の様に単純に分類することはできない。また、各ポイント取引に適用できる余地があるのは、非金融負債として認識する場合のみであるが、非金融負債の定義は、金融負債以外の負債であることから、金融負債か否かの検討が先に行われ、範囲外となれば非金融負債となる。

IFRIC の電子マネーにおける議論では、ポイントを非金融負債として認識した後に、ポイントが他社で使用された場合には、決済義務に変更したとして、非金融負債から金融負債に振り替える処理を示していた<sup>555</sup>。ここでは、ポイントは財貨・用役を提供する義務であるということの他に、当該義務の最終的な責任をポイント発行企業が有している場合には、ポイントは非金融負債であるとしている<sup>556</sup>。当該財貨・用役を提供する義務に対する最終的な責任は、他社へポイントの行使を行うに当たって、ポイント数に制限をかけていることが想定されている<sup>557</sup>。当該自社で発行したポイントを他社で使用するに対して、数量等の制限をかけていない場合には、財貨・用役の提供義務に対する最終的な責任を自社が有しているとは考えらず、自社と他社は共に、財貨・用役の提供義務を有していると共に、他社で使用される可能性が存在する。このような場合には、ポイントは、その定義上、金融負債として識別される。そして、後に、自社でポイントが使用された場合には、金融負債に該当しなくなったことから、非金融負債に振り替えられるのである。

またポイントという負債は、契約上、顧客に対しては支払対価の決済権利、発行企業には受取対価の決済義務、または、提携企業で使用されたポイントは、提携企業に対しては顧客の権利行使に対する決済権利、企業はその決済義務としての性質を有する。このような点から、ポイントは金融商品と考えられるが、ポイントは法的債務または推定的債務であり、当該債務を決済するために経済的便益を有する資源を流出する必要がある負債であ

---

<sup>555</sup> IASB(2015d), Appendix A.

<sup>556</sup> Ibid., para.37.

<sup>557</sup> Ibid., para.37(b).

る。一般的に、法的債務または推定的債務は金融負債、非金融負債や引当金として処理される。金融負債は、IFRS9 では、実効金利法を用いて償却原価で事後測定し<sup>558</sup>、我が国においては、債務額、または、収入に基づく金額と債務額が異なる場合には、償却原価法に基づいた金額を貸借対照表価額とする<sup>559</sup>。金融負債は、受け取った金額と債務額が異なる場合には、その差額を費用として期間配分を行う。一方で、非金融負債や引当金は、IAS37 では、債務を決済するため、又は債務を第三者に移転するために企業が合理的に支払う金額<sup>560</sup>、改訂 IAS37 では、債務の決済若しくは移転のために第三者に支払う合理的な金額<sup>561</sup>、我が国では、合理的な見積り金額<sup>562</sup>、がその価額とされる。従って、非金融負債や引当金は、合理的に支払う金額がその金額となる。このように、金融負債と非金融負債や引当金に対する測定方法は異なり、負債の分類によってその金額が異なることになる。

ポイントの会計処理を検討するに当たっては、どのような金額を測定するかの問題が存在する。ポイントの発行額が多額となり、その金額的重要性が増大したことにより、会計処理しないことが隠れ債務と考えられたため、我が国では引当金としてポイントを処理することに繋がった。従って、その債務の金額を示すことが必要と考えられたのであるが、ポイントの性質を分析すると、金融負債と非金融負債の両側面を有し、その適用の仕方により、会計処理される金額が変化する。上記の通り、金融負債は取引金額を基に測定され、債務額との差額を期間費用とし、非金融負債はその合理的な見積り金額を測定額とする。また、測定以前の、負債の分類において、金融負債の適否の後に非金融負債の適否を検討することから、ポイントは金融負債となる。しかし、ポイントの発行には、売上と同時に付与する場合とポイント単独で発行される場合が存在し、前者においては、取引対価の受け入れを金融負債の増加と同時に受け取った対価と見ることが可能であるが、後者は、対価なく金融負債を増加させていると考えられることから、未履行契約として会計処理がなされない。その場合には、別途に非金融負債として会計処理されることになるが、当該処理によって、対価のあるポイントと対価のないポイントが計上され、ポイント負債として計上される金額が、対価の有無によって変動することになる。このことは、事例は異なるが第5章の4.3で示したポイント・プログラム運営企業の会計処理と同様、対価の有無が混在している同一の性質を有する債務をまとめて開示した場合、その取扱いによっては、異なる数値が計上されてしまう。従って、会計処理の相違によって、異なる会計数値が生じることが、企業が有する債務の実態を正確に示さない。このことから、同一の性質を有する債務には、同一の会計処理を要求することにより、数値の変動を排除し、債務の実態を正確に示すためには、その測定は、現金の受け入れがなくとも、債務額を計上する会計処理が求められる。

---

<sup>558</sup> IASB(2009), para.4.2.1.

<sup>559</sup> 企業会計基準委員会 (2008)、para.26。

<sup>560</sup> IASB(2001c), paras.36-37.

<sup>561</sup> IASB(2005), para.29.

<sup>562</sup> 企業会計審議会 (1982)、注解 18。

このように考えると、ポイントは金融負債であるという前提の下で、その測定金額として当該債務の金額を計上する方法が提示される。ポイントは決済義務を有する法的債務である。従って、法的債務を計上する他の規定である非金融負債や引当金の規定を援用することになる。当該規定は、上述の通り、合理的に見積り金額を計上することを要求するが、金融負債は、最終的には債務額まで貸借対照表価額を実効金利法や償却原価法を用いて加減する。金融負債として認識した後、非金融負債の測定方法を援用し、合理的な見積り額を計上するか、金融負債の測定規定を重視し、債務額全額を計上するかが選択肢として残される。

ポイントはその性質上、失効が存在する。金融負債の場合、顧客が金融資産を放棄した場合には、債務免除益として特別損失として計上されるが、ポイントの失効は、経常的に存在するものであり、全業種を見ても顧客の使用率は70%以上である<sup>563</sup>。金融負債として見た場合、その債務の最大30%は免除益として考えられ、当該免除分も計上する必要があるかが問題となる。当該議論は、第6章のEITFとIFRICにおける電子マネーの見積り失効分をどのように取り扱うかと同様の議論であり、EITFでは、使用されない分の計上は有用な情報を提供しないとし、失効分を認識中止する方針を示し<sup>564</sup>、IFRICは、他の金融負債との整合性を勘案し、実際に法的に免除された場合に認識中止することを示している<sup>565</sup>。このように、測定金額の決定には、情報有用性の観点と他の基準等との整合性の観点等の観点が存在する。

IASBが2015年に公開草案として公表した「財務報告に関する概念フレームワーク」では、有用な財務情報の質的特性として、目的適合性と忠実な表現を基本的な質的特性として挙げている<sup>566</sup>。前者を、「利用者が行う意思決定に相違を生じさせることができる」<sup>567</sup>こと、後者を、「単なる法的形式に関する情報ではなく、経済現象の実質に関する情報を提供する」<sup>568</sup>こと、としている。これらの質的特性は、会計上の見積りに関して、前者は、「見積りの使用は、財務諸表の作成の不可欠の一部であり、財務諸表の目的適合性を必ずしも損なうものではないが、見積りは適切に記述し開示する必要がある」<sup>569</sup>とし、後者は、「見積りの表現は、その金額が見積りであるものとして明確かつ正確に記述され、その見積りのプロセスの内容と限界が説明され、その見積りを作成するための適切なプロセスの選択と適用の際に誤謬が生じていない場合には、忠実となり得る」<sup>570</sup>とする。本記述で指摘されているのは、意思決定に有用な情報を提供するために、意思決定者によって異なる意思決定が行われるか、また、経済事象を法的だけではなく、その実質を考慮しているか、を

<sup>563</sup> 経済産業省（2008c）、1頁。

<sup>564</sup> FASB(2015a), para.32, para.46.

<sup>565</sup> IASB(2015d), para.22, para.46(a).

<sup>566</sup> IASB(2015c), para.2.4.

<sup>567</sup> Ibid., para.2.6.

<sup>568</sup> Ibid., para.2.14.

<sup>569</sup> Ibid., para.2.12.

<sup>570</sup> Ibid., para.2.19.

必要としている。そして、会計上の見積りは、財務諸表の作成に不可欠であり、見積りに関する適切なプロセスの選択と適用が正確に行われている場合、財務情報が有用であると

する。

企業が会計上の見積り行為を行うに当たり、結果として、その見積額が実際の金額と一致している場合には、その行為は認められるべきである。しかし、見積りが適切でない場合、見積り行為を行うことによって、有用な情報が提供できないのであれば、見積り行為を行うべきではない。このように考えるならば、発行したポイントに関する見積り行為は、それが適切である場合には認められるべきであり、適切でないならば認められるべきではない。このことは、我が国におけるポイントを引当金として計上する場合の様に、過去の顧客による使用率から将来の使用率を算定できる場合には、当該使用率を用いて引当金を計上するのと同様である。従って、当該使用率が合理的に見積もることができるのならば、有用な情報の提供の観点から、将来の使用率として用いることを提示する。

従って、顧客との販売取引から生じた金融資産を決済する義務、または、提携企業に対する決済義務として、ポイントを金融負債として認識するが、その測定は、我が国の引当金と同様に合理的な見積りが可能な場合には、有用な情報を提供するという観点から、債務額を全額計上するのではなく、将来の使用が見込まれる金額を計上する。債務額の増加により、費用が計上されたとして、我が国の引当金の観点ではなく、負債の増加の観点から計上が行われる。この際、対価が存在するポイントと対価が存在しないポイントが生じるが、両者を合算して、ポイント負債として表示する。また、景品等にポイントが自社で使用された場合には、金融負債として認識していたポイントを非金融負債に振り替える処理を行うことを提示する。このようなポイントに対する会計処理を行うことにより、同一の性質を有する債務が、その発行形態に左右されずに、企業が予測する顧客の使用率を反映した金額を開示でき、IFRIC13 がその議論から重視していた財務諸表の比較可能性が保たれることになる。

## むすび

上述の通り、ポイントに関する会計処理を、既存の会計規定の観点、ポイントに類似する電子マネーの観点から検討し、ポイント取引一般に適用可能な会計処理を考究した。既存の会計規定の観点では、我が国の引当金規定や **IFRIC13** や **IFRS15** の考え方を検討した。我が国の引当金は、その規定上、収益に対応する費用と当該費用の相手勘定として引当金が計上される。従って、ポイント引当金が計上される際に生じる費用が、当期の収益と対応、すなわち、どのような因果関係を有しているかを分析し、ポイント引当金と類似する引当金の理論を援用したとしても、当期の収益との対応関係、確定債務としての未払金、ポイントに対して対価を配分する際の販売価格の観点から、それぞれ援用することはできず、我が国引当金規定では理論的には説明できないことを示した。

次に、**IFRIC13** におけるポイント付与取引に対して複数要素処理を適用する際の理論的根拠を、当該指針を公表するに至るまでの議論を概観することによって、模索した。当該議論において、ポイントに関する会計処理方法として、複数要素処理、引当金処理、両処

理をポイント・プログラムの性質によって使い分ける折衷案が示され、IFRIC は複数要素処理を採用した。当該議論の特徴として、ポイントの失効率を考慮すること、第三者が財貨・用役を提供する際、収益を総額または純額で表示することを提案している。しかし、当該議論でも明らかなように、複数要素処理を採用する際に重要な個別に識別可能な構成要素の定義がなく、当該定義がないまま複数要素処理が採用されているため、複数要素処理に対する理論的根拠の欠如が IFRIC13 の欠点と言える。

IASB と FASB が共同で IFRS15 という収益認識基準を作成し、当該基準により IFRIC13 は廃止される。IFRIC13 と IFRS15 における会計処理規定の関係を検討し、IFRIC13 と同様の会計処理規定と複数要素処理を採用するに当たり欠如していた上記構成要素の定義が、IFRS15 において示され、IFRS15 は、IFRIC13 を上方修正する形で収容していることが確認された。しかし、IFRS15 を具体的事例に適用し、IFRS15 の設例を詳細に検討すると、IFRS15 には階層性があることが判明する。企業が発行するポイントが、単なる権利を示しているか将来の財貨・用役の提供義務であるか否か、また、すべての顧客に提供されるか否かで、ポイントが重要な権利であるか否かが決まり、当該分類により、会計処理が異なることを示した。そして、提携型ポイント・プログラムの運営企業では、IFRS15 の適用次第では、ポイントとして計上される数値の意味が異なり、IFRIC13 の議論時から重視されていた財務諸表の比較可能性が欠如することになる。

このことから、財貨・用役の提供義務としてポイントを抑えるのではなく、ポイント取引が拡大している現状を踏まえ、ポイントの交換先である電子マネーの議論を概観した。そこでは、決済義務たる金融負債として電子マネーを抑えることを EITF および IFRIC が決定し、IFRIC では、ポイントには金融負債と非金融負債が存在することを示していた。このことから、自動的に電子マネーに交換されるポイントは、金融負債として認識する余地があることを示した。

そして、ポイントにも金融負債として認識する余地があることが示されたことから、ポイントが金融負債または非金融負債であるかを検討した。そこでは従来から存在する商品券を挙げ、そこでも金融負債または非金融負債として認識可能であることを示した。また、各会計基準における金融負債や非金融負債の定義等を概観し、両者の統一的理解を抽出し、当該理解を具体的事例の組み合わせに適合するかを検討した。最後に、改訂 IAS37 にもある通り、金融負債の適否を先ず検討し、後に非金融負債とするアプローチ法を援用し、ポイントを金融負債として認識するも、測定方法において、ポイントは対価なく発行される場合も存在し、また、ポイントの発行額を開示することがポイントに関する会計処理の問題点であることから、非金融負債の測定法を援用し、ポイント発行額が開示される会計処理案を提示した。上記の様な会計処理を行う事によって、負債の側面からポイントを認識し、また、その計上金額は企業が発行した金額となり、同一の性質を有する債務を同一の方法で会計処理することが可能となるのである。

当該結論の結果、新たな課題として、金融負債、非金融負債、履行義務等、多くの負債

内での分類が存在するが、これらをどのように区別して認識するかが不明確であることが挙げられる。すなわち、商品券の議論でも示した様に、それを財貨・用役の提供義務と識別する場合と決済義務と識別する場合とでは、その会計的取扱いが異なる。また、未だ確定していないが、非金融負債の定義を金融負債以外の負債とする場合、収益認識基準における履行義務は、どちらの負債として認識されるのかが不明確である。売掛金や買掛金は金融商品と考えられていることから、当該金融商品を決済する権利・義務と解すならば、履行義務は金融商品であり、将来において商品等を提供する義務とするならば、非金融負債となる。このように負債の分類は未だ未整備であり、これらの整備が必要であると考えられる。

## 文献目録

### 1 引用文献

ANA ホールディングス「提携ポイントへの交換」、

<http://www.ana.co.jp/amc/reference/tukau/point/index.html> (accessed September 1, 2016)。

Chapple, S., Moerman, L. and Rudkin, K. (2008), *Customer Loyalty Programmes: IFRIC13 and the Ambiguities of Revenue Recognition*, University of Wollongong Research Online, 2008,

<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1531&context=commpapers> (accessed September 1, 2016).

FASB(1985a) Statement of Financial Accounting Standards No.5, *Accounting for Contingencies*,

- [http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document\\_C/DocumentPage?cid=1218220126761&acceptedDisclaimer=true](http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220126761&acceptedDisclaimer=true) (accessed September 1, 2016).
- FASB(1985b) Statement of Financial Accounting Concepts No.6, *Elements of Financial Statements* (訳は、平松一夫・広瀬義州訳 (2010) 『FASB 財務会計の諸概念〈増補版〉』中央経済社、を参考にした。)
- FASB(2001a) Statement of Financial Accounting Standards No.143, *Accounting for Asset Retirement Obligations*,  
[http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document\\_C/DocumentPage?cid=1218220124991&acceptedDisclaimer=true](http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220124991&acceptedDisclaimer=true) (accessed September 1, 2016).
- FASB(2001b) EITF abstracts Issue No.00-22, *Accounting for “Points” and Certain Other Time-Based or Volume-Based Sales Incentive Offers, and Offers for Free Products or Services to Be Delivered in the Future*,  
[http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document\\_C/DocumentPage?cid=1218220142974&acceptedDisclaimer=true](http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220142974&acceptedDisclaimer=true) (accessed September 1, 2016).
- FASB(2015a) Issue Summary, *EITF Issue No. 15-B, “Recognition of Breakage for Prepaid Stored-Value Cards”*, March 5, 2015,  
[http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document\\_C&pagename=FASB%2FDocument\\_C%2FDocumentPage&cid=1176165857107](http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176165857107) (accessed September 1, 2016).
- FASB(2015b) Issue Summary, *EITF Issue No. 15-B, “Recognition of Breakage for Certain Prepaid Stored-Value Cards”*, September 3, 2015,  
[http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document\\_C&pagename=FASB%2FDocument\\_C%2FDocumentPage&cid=1176166381665](http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176166381665) (accessed September 1, 2016).
- FASB(2015c) Issue Summary, *EITF Issue No. 15-B, “Recognition of Breakage for Certain Prepaid Stored-Value Cards”*, November 12, 2015,  
[http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document\\_C&pagename=FASB%2FDocument\\_C%2FDocumentPage&cid=1176167250593](http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176167250593) (accessed September 1, 2016).
- FASB(2016) EITF Ratification Minutes, *Minutes of the December 11, 2015 Board Meeting: EITF Ratification*, January 4, 2016,  
[http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document\\_C&pagename=FASB%2FDocument\\_C%2FDocumentPage&cid=1176167784833](http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176167784833) (accessed September 1, 2016).
- Gujarathi, M. R. (1991), *Bridging the Gap in GAAP: A Case Study of Accounting for Frequent Flyer Plans*, *Accounting Horizons*, 5(3), pp.57-68.
- IASB(2001a) International Accounting Standard 18, *Revenue* (訳は、財務会計基準機構訳 (2014) 『国際財務報告基準 (IFRS®) 2014』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2001b) International Accounting Standard 32, *Financial Instruments : Presentation* (訳は、財務会計基準機構訳 (2014) 『国際財務報告基準 (IFRS®) 2014』

中央経済社、を参考にした。)

IASB(2001c) International Accounting Standard 37, *Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets* (訳は、財務会計基準機構訳(2014)『国際財務報告基準(IFRS®) 2014』中央経済社、を参考にした。)

IASB(2005) Exposure Draft, *Amendments to IAS No.37, Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets and IAS No.19 Employee Benefits*, <http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Liabilities/EDJune05/Documents/EDAmendstoIAS37.pdf> (accessed September 1, 2016). (訳は、企業会計基準委員会訳「IAS第37号修正案 公開草案 引当金、偶発負債及び偶発資産 IAS第19号修正案 公開草案 従業員給付」を参考にした。  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/iasb/ed/20050630\\_2.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/iasb/ed/20050630_2.pdf) (accessed September 1, 2016)。)

IASB(2006a) INFORMATION FOR OBSERVERS, *Customer Loyalty Cards/Programmes*, January 2006,  
[http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8\\_135\\_0601ifricob08.pdf](http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8_135_0601ifricob08.pdf) (accessed September 1, 2016).

IASB(2006b) INFORMATION FOR OBSERVERS, *Customer Loyalty Programmes*, March 2006, [http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8\\_135\\_0603ifricob08.pdf](http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8_135_0603ifricob08.pdf) (accessed September 1, 2016).

IASB(2006c) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IAS 18 Customer loyalty programmes*, May 2006,  
[http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8\\_135\\_0605ifricob03.pdf](http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8_135_0605ifricob03.pdf) (accessed September 1, 2016).

IASB(2006d) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IAS 18 Customer loyalty programmes*, July 2006,  
[http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8\\_135\\_0607ifricob02.pdf](http://www.ifrs.org/Archive/Documents/8_135_0607ifricob02.pdf) (accessed September 1, 2016).

IASB(2006e) IFRIC DRAFT INTERPRETATION D20, *Customer Loyalty Programmes*, <http://www.ifrs.org/Current-Projects/IFRIC-Projects/IFRIC-13-Customer-Loyalty-Programmes/Documents/IFRICD20.pdf> (accessed September 1, 2016).

IASB(2007a) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IAS 18 - Customer Loyalty Programmes*, January 2007,  
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2007/January/11th/0701-AP3-AP3i-AP3ii-D20-obs.pdf> (accessed September 1, 2016).

IASB(2007b) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IAS 18 Customer loyalty programmes*, March 2007,

- <http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2007/March/8th/0703-AP2-2V-D20-Comment-letters-obs.pdf> (accessed September 1, 2016).
- IASB(2007c) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IAS 18 Customer loyalty programmes*, May 2007,  
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2007/May/3rd/0705-AP2-Cust-loyalty-ob-notes.pdf> (accessed September 1, 2016).
- IASB(2007d) INFORMATION FOR OBSERVERS, *IFRIC X Customer loyalty programmes, Requests for ratification of Interpretation*, June 2007,  
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/IASB/2007/June/20th/IFRIC-0706-AP7A-B-obs.pdf> (accessed September 1, 2016).
- IASB(2007e) IASB Meeting Summaries and Observer Notes, June 2007,  
<http://www.ifrs.org/Current-Projects/IFRIC-Projects/IFRIC-13-Customer-Loyalty-Programmes/Meeting-Summaries-and-Observer-Notes/Pages/IASB-June-2007.aspx> (accessed September 1, 2016).
- IASB(2007f) International Financial Reporting Interpretations Committee Interpretation 13, *Customer Loyalty Programmes* (訳は、財務会計基準機構訳 (2009) 『国際財務報告基準 (IFRS®) 2009』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2009) International Financial Reporting Standard 9, *Financial Instruments* (訳は、財務会計基準機構訳 (2014) 『国際財務報告基準 (IFRS®) 2014』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2010) International Financial Reporting Interpretations Committee Interpretation 13, *Customer Loyalty Programmes* (訳は、財務会計基準機構訳 (2014) 『国際財務報告基準 (IFRS®) 2014』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2014a) International Financial Reporting Standard 15, *Revenue from Contracts with Customers* (訳は、企業会計基準委員会訳 (2015) 『国際財務報告基準 (IFRS®) [特別追補版] IFRS 第 15 号「顧客との契約から生じる収益」』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2014b) Staff Paper, *IAS32 Financial Instrument: Presentation: Classification of liability for prepaid cards issued by a Bank in the Bank's financial statements*,  
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2014/November/AP13%20-%20IAS%2032%20Classification%20of%20liability%20for%20prepaid%20cards%20issued%20by%20a%20Bank.pdf> (accessed September 1, 2016).
- IASB(2015a) Staff Paper, *IAS32 Financial Instrument: Presentation: Classification of liability for schemes similar to prepaid cards issued by a Bank*,  
<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2015/January/AP06%20-%20IAS%2032%20Classification%20of%20liability%20for%20s>

chemes%20similar%20to%20prepaid%20cards%20issued%20by%20a%20Bank.pdf  
(accessed September 1, 2016).

IASB(2015b) Exposure Draft, *Classification of Liabilities (Proposed Amendments to IAS1)*,

[http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/IAS-1-classification-liabilities/Exposure-Draft-February-2015/Documents/ED\\_Classification-of-Liabilities\\_Prop-Amendments-to-IAS-1.pdf](http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/IAS-1-classification-liabilities/Exposure-Draft-February-2015/Documents/ED_Classification-of-Liabilities_Prop-Amendments-to-IAS-1.pdf) (accessed September 1, 2016). (訳は、企業会計基準委員会訳「負債の分類 IAS®第1号の修正案」を参考にした。

<http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/IAS-1-classification-liabilities/Exposure-Draft-February-2015/Documents/ED-Amendments-IAS-1-JP.pdf> (accessed September 1, 2016).)

IASB(2015c) Exposure Draft, *Conceptual Framework for Financial Reporting*,

[http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/ED\\_CF\\_MAY%202015.pdf](http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Conceptual-Framework/Documents/May%202015/ED_CF_MAY%202015.pdf) (accessed September 1, 2016). (訳は、企業会計基準委員会訳「財務報告に関する概念フレームワーク」を参考にした

[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/iasb/ed/20150528\\_01.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/iasb/ed/20150528_01.pdf) (accessed September 1, 2016).)

IASB(2015d) Staff Paper, *IAS32 Financial Instrument: Presentation: Classification of liability for prepaid cards issued by a Bank in the Bank's financial statements*,

<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2015/July/AP04-IAS-32-Classification-of-liability-for-prepaid-cards-issued-by-a-Bank-in-the-Banks-financial-statements.pdf> (accessed September 1, 2016).

IASB(2016) Staff Paper, *Finalisation of agenda decision: Classification of liability for a prepaid card in the issuer's financial statements*,

<http://www.ifrs.org/Meetings/MeetingDocs/Interpretations%20Committee/2016/January/AP05%20-%20IAS%2032%20-%20prepaid%20card%20+%20comment%20letters.pdf> (accessed September 1, 2016).

KDDI (2016) 「KDDI 株式会社第 32 期有価証券報告書」、

[http://media3.kddi.com/extlib/files/corporate/ir/library/yuka\\_shoken/pdf/yuho\\_2016\\_B4REos.pdf](http://media3.kddi.com/extlib/files/corporate/ir/library/yuka_shoken/pdf/yuho_2016_B4REos.pdf) (accessed September 1, 2016)。

NTT ドコモ (2015) 「報道発表資料 ドコモポイントを進化させた新たなポイントサービス「dポイント」を提供」、

[https://www.nttdocomo.co.jp/info/news\\_release/2015/05/13\\_04.html](https://www.nttdocomo.co.jp/info/news_release/2015/05/13_04.html) (accessed September 1, 2016)。

South African Airways(2006) D20 Comment Letter, *SAICA SUBMISSION ON IFRIC DRAFT INTERPRETATION D20 – CUSTOMER LOYALTY PROGRAMMES*,

- <http://www.ifrs.org/Current-Projects/IFRIC-Projects/IFRIC-13-Customer-Loyalty-Programmes/Comment-Letters/Documents/CL22.pdf> (accessed September 1, 2016).
- 安藤英義・新田忠誓・伊藤邦雄・廣本敏郎 (2007) 『会計学大辞典 第五版』、中央経済社。
- 石川雅之 (2008) 「ポイント債務とその会計処理」『愛知淑徳大学論集-ビジネス学部・ビジネス研究科篇-』第4号、15-33頁。
- 今福愛志 (2009) 『企業統治の会計学 IFRS アドプションに向けて』、中央経済社。
- 内川菊義 (1981) 『引当金会計論』、森山書店。
- 大雄智・中村亮介・岡田幸彦 (2011) 「ポイントプログラム会計のフレームワーク」『会計』第179巻第6号、森山書店、107-121頁。
- 太田洋・松下由英 (2010) 「資金決済法および関連政令・内閣府令案の概要 (下) 一送金・決済サービスの新たな可能性」『NBL』第923巻、商事法務、38-44頁。
- 太田正博 (1984) 「引当金会計の研究 (1) -接近法と製品保証引当金-」『福岡大学商学論叢』第28巻第3号、1-32頁。
- 海保英孝 (2010) 「ポイント・プログラムをめぐる経営の諸問題について」『成城大学-経済研究』第187巻、成城大学経済学会、119-148頁。
- 笠井昭二 (2012a) 「資産負債観の説明能力-製品保証引当金 (2) -」『三田商学研究』第55巻第1号、1-15頁。
- 笠井昭二 (2012b) 「資産負債観の説明能力-製品保証引当金 (3) -」『三田商学研究』第55巻第2号、1-29頁。
- 片岡洋人・岡田幸彦・窪田祐一 (2012) 「会計デザイン-ポイント交換プログラムの生成・進化の経験から-」『会計』第181巻第5号、115-127頁。
- 川村義則 (2007) 「非金融負債をめぐる会計問題」『金融研究』第26巻3号、27-67頁。
- 監査法人トーマツ (2009) 『勘定科目ハンドブック (第2版)』、中央経済社。
- 企業会計基準委員会 (2008) 「金融商品に関する会計基準」、  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/documents/docs/fv-kaiji/fv-kaiji.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/documents/docs/fv-kaiji/fv-kaiji.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 企業会計基準委員会 (2009) 「引当金に関する論点の整理」、  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/documents/summary\\_issue/provisions/provisions.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/documents/summary_issue/provisions/provisions.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 企業会計基準委員会 (2015) 「「IAS 第32号『金融商品：表示』-企業が発行したプリペイド・カードに係る負債の当該企業の財務諸表における分類」に関する暫定的なアジェンダ決定に対するコメント」、  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/international\\_issue/comments/20151123.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/international_issue/comments/20151123.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 企業会計審議会 (1982) 「企業会計原則」(中央経済社 (2012) 『新版会計法規集第5版』を参照した。)

- 菊池一夫（2015）『常勝！ポイントサービス戦略』株式会社アспект。
- 金融財政事情研究会（2015）「地域内循環とシナジーを追及する山陰合同銀行のカード戦略」  
『月刊 消費者信用』第33巻第4号、金融財政事情研究会、28-33頁。
- 金融庁（2008a）「金融審議会金融分科会第二部会 [決済に関するワーキング・グループ]  
（第1回）議事録」、  
[http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/dai2/gijiroku/20080516.html](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/dai2/gijiroku/20080516.html) (accessed  
September 1, 2016)。
- 金融庁（2008b）「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について」、  
[http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/dai2/siryoku/20080618-1/01.pdf](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/dai2/siryoku/20080618-1/01.pdf) (accessed  
September 1, 2016)。
- 金融庁(2008c)「ポイント及びプリペイドカードに関する会計処理について（改訂）」、  
[http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/dai2/siryoku/20080702/02.pdf](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/dai2/siryoku/20080702/02.pdf) (accessed  
September 1, 2016)。
- 金融庁（2009）「金融審議会金融分科会第二部会 決済に関するワーキング・グループ 報  
告」、[http://www.fsa.go.jp/singi/singi\\_kinyu/dai2/siryoku/20090109/04.pdf](http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/dai2/siryoku/20090109/04.pdf) (accessed  
September 1, 2016)。
- 黒澤清（1965）『会計学事典』、青林書院新社。
- 経済産業省（2008a）「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会の開  
催について」、  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g80919a03j.pdf>  
(accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省（2008b）「企業ポイントの現状と消費者・企業の認識」、  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g80919a05j.pdf>  
(accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省（2008c）「参考資料 3 主要事業者の現状認識（各社へのヒアリングより）」、  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g80919a08j.pdf>  
(accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省（2008d）「参考資料 1 各業種のポイント運用の概要」、  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g81010a04j.pdf>  
(accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省（2008e）「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会（第3  
回）-配布資料 資料 5-4「従来型電子マネー及びポイントに対する規制のあり方につ  
いて」」、<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g81023a07j.pdf>  
(accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省（2008f）「企業ポイントに関する消費者保護のあり方（ガイドライン）（案）」、  
<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g81219a04j.pdf>

- (accessed September 1, 2016)。
- 経済産業省 (2008g) 「企業ポイントの法的性質と消費者保護のあり方に関する研究会報告書(案)」、<http://www.meti.go.jp/committee/materials2/downloadfiles/g81219a05j.pdf> (accessed September 1, 2016)。
- 神戸大学会計学研究室 (2007) 『第六版 会計学辞典』、同文館出版。
- ココカラファイン「ココカラポイント機能について」、<http://www.cocokarafine.co.jp/healthcare/club/point.html> (accessed September 1, 2016)。
- ココカラファイン「プリペイド機能について」、<http://www.cocokarafine.co.jp/healthcare/club/prepaid.html> (accessed September 1, 2016)。
- 山陰合同銀行 (2014) 「2014 山陰合同銀行ディスクロージャー誌 情報編」、[http://www.gogin.co.jp/about/disclosure/2014\\_j/\\_SWF\\_Window.html](http://www.gogin.co.jp/about/disclosure/2014_j/_SWF_Window.html) (accessed September 1, 2016)。
- 斎藤毅 (2008) 「IFRIC13 号もフォロー ポイント引当金の実務ポイント」『経理情報』通巻 1179 号、中央経済社、34-38 頁。
- 桜井久勝 (2014) 『財務会計講義 (第 15 版)』、中央経済社。
- 櫻田譲 (2005) 「ポイント引当金計上の簿記処理と小売卸売業における引当金計上の実態」『山口経済学雑誌』第 53 巻第 5 号、201-224 頁。
- 柴山和久 (2014) 『ビックデータを利益に変える方法』幻冬舎。
- 寫村剛雄 (1985) 『会計原則コンメンタール [増補改訂版]』、中央経済社。
- 寫村剛雄 (1989) 『会計学一般原理』、白桃書房。
- 寫村剛雄 (1991) 『体系財務会計論』、中央経済社。
- 寫村剛雄・山上一夫 (2003) 『新勘定科目全書 (第 2 版)』、中央経済社。
- 新日本有限責任監査法人 (2011) 『ポイント制度の会計と税務-カスタマー・ロイヤルティ・プログラムのすべて-』、税務経理協会。
- 鈴木昭一 (2011) 「会計上の負債の本質と認識に関する一考察～特に非金融負債に関連して」『経理知識 (明治大学経理研究所)』第 91 号、51-62 頁。
- 総務省 (2009) 『資金決済に関する法律』 <http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/strsearch.cgi> (accessed September 1, 2016)。
- Softbank 「ソフトバンクポイントについて」、  
<http://www.softbank.jp/mobile/point/information/> (accessed September 1, 2016)。
- 高橋康文 (2010) 『逐条解説資金決済法』 社団法人金融財政事情研究会。
- 高安満 (2008) 「マイレージサービスに代表されるポイント制度に係る税務上の取扱い—法人税・消費税の取扱いを中心に—」『税務大学校論叢』第 58 号、1-60 頁。
- 武田隆二 (2009) 『最新 財務諸表論 (第 11 版)』、中央経済社。
- 東洋経済新報社 (2013) 『週刊東洋経済—特集 楽天 VS.T ポイント』第 6482 号、東洋経済新報社。

- 東洋経済新報社 (2014)『週刊東洋経済—特集 小売り激変』第 6523 号、東洋経済新報社。
- 中村亮介 (2015)「新たな収益認識基準とポイントプログラムの簿記処理」第 31 回日本簿記学会関東部会統一論題報告資料。
- 日本インターネットポイント協議会「JIPC ガイドライン」、  
<http://www.jipc.jp/guideline/guideline151217.pdf> (accessed September 1, 2016)。
- 日本経済新聞社 (2016)『日経 MJ』2016 年 4 月 1 日。
- 日本公認会計士協会 (2005)「金融商品会計に関する実務指針」、  
[http://www.hp.jicpa.or.jp/specialized\\_field/files/00224-000428a.pdf](http://www.hp.jicpa.or.jp/specialized_field/files/00224-000428a.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 日本公認会計士協会 (2011)「監査・保証実務委員会実務指針第 42 号、租税特別措置法上の準備金及び特別法上の引当金又は準備金並びに役員退職慰労引当金等に関する監査上の取り扱い」、  
[http://www.hp.jicpa.or.jp/specialized\\_field/files/2-8-42-2a-20110426.pdf](http://www.hp.jicpa.or.jp/specialized_field/files/2-8-42-2a-20110426.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 野口教子 (2010)「ポイントサービス取引の会計処理アプローチ—ポイントにかかる日本の会計慣行としての引当金処理と国際会計基準による収益の繰延処理について—」『會計』第 178 巻第 1 号、47-58 頁。
- 野村総合研究所 (2014)「会員制サービス／ポイントプログラムの現状と今後」、  
<https://www.nri.com/jp/event/mediaforum/2014/pdf/forum209.pdf> (accessed September 1, 2016)。
- 平野智久 (2012)「顧客へ付与する特典に関する会計問題」『三田商学研究』第 55 巻第 1 号、53-70 頁。
- 広瀬義州 (2015)『財務会計 (第 13 版)』、中央経済社。
- 本所靖博 (2009)「ポイント取引の本質とその簿記処理」『経理知識』第 88 号、明治大学経理研究所、27-38 頁。
- 松本徹 (2014)『非金融負債会計の研究-蓋然性要件の取扱いを中心として-』、専修大学出版局。
- 松本敏文 (1985)「製品保証 (工事補償) 引当金の負債性の再吟味-引当金処理と前受金処理-」『同志社商学』第 37 巻第 2 号、80-125 頁
- 松本敏文 (1989)「売上割戻未払金と売上割戻引当金」『同志社商学』第 40 巻第 5 号、168-197 頁。
- 三井住友 VISA カード「ポイントの交換」、<https://www.smbc-card.com/mem/wp/keihin.jsp> (accessed September 1, 2016)。
- 森川八州男 (1996)『財務会計論 [改訂版]』、税務経理協会。
- 森川八州男 (2008)『体系財務諸表論 (第 2 版)』、中央経済社。
- 森田哲也・岡本清・中村忠 (2001)『会計学大辞典 第四版増補版』、中央経済社。

- 森藤一男（1986）『財務会計制度論』、中央経済社。
- 安岡寛道（2014）『「ポイント・会員制サービス」入門』、東洋経済新報社。
- 山下寿文（1995）「製品保証引当金の性格について-前受金説についての疑問点」『企業会計』第47巻第12号、123-128頁。
- ヤマダ電機（2002）「ヤマダ電機平成13年度有価証券報告書」  
[http://www.yamada-denki.jp/ir/pdf/report/yhyh/9831\\_02yhyh.pdf](http://www.yamada-denki.jp/ir/pdf/report/yhyh/9831_02yhyh.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 楽天株式会社（2013）「楽天株式会社2013年度有価証券報告書」  
[http://corp.rakuten.co.jp/investors/documents/pdf/dai17\\_yuho.pdf](http://corp.rakuten.co.jp/investors/documents/pdf/dai17_yuho.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 渡辺貞彦（2010）「前払式支払手段の発行に係る収益の帰属の時期」『税務大学校論叢』第66号、1-103頁。

## 2 参考文献

- FASB(2003) EITF abstracts Issue No.00-21, *Revenue Arrangements with Multiple Deliverables*,  
[http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document\\_C/DocumentPage?cid=1218220142945&acceptedDisclaimer=true](http://www.fasb.org/jsp/FASB/Document_C/DocumentPage?cid=1218220142945&acceptedDisclaimer=true) (accessed September 1, 2016)。
- IASB(2003) International Accounting Standard 39, *Financial Instruments : Recognition and Measurement* (財務会計基準機構訳(2014)『国際財務報告基準(IFRS®)2014』中央経済社、を参考にした。)
- IASB(2006) Press Release, *IFRIC publishes proposed guidance on customer loyalty programmes*, 7 September 2006,  
<http://www.iasplus.com/en/binary/pressrel/0609ifricd20pr.pdf> (accessed September 1, 2016)。
- 秋葉賢一（2014）「IASBの収益認識基準(5)-ポイント付販売の取扱い-」『経営財務』通巻3173号、税務研究会、28-31頁。
- 秋山学（2010）「割引におけるポイント・貨幣の主観的価値」『人間文化(神戸学院大学)』第28号、41-47頁。
- 青木章通（2016）「小売業におけるロイヤルティ・プログラムの成功要因に関する分析」『會計』第190巻第2号、30-42頁。
- 青木章通・佐々木郁子（2011）「小売業におけるプロモーション手法の検討-ポイント制度と値引き販売に関する実証分析-」『メルコ管理会計研究』第4号-II、京都大学学術出版会、3-16頁。
- 阿部昌利・豊田秀樹・岩間徳兼・鈴川由美（2012）「再来店までの日数を幾何分布で表現した項目反応理論による顧客ロイヤルティの測定法-百貨店ID-POSデータへの適用を通

- じて-」『行動計量学』第39巻第2号通巻77号、日本行動計量学会、67-79頁。
- 石井理恵子・田中弘（2013）「ポイントプログラムの会計処理」『商経論叢（神奈川大学）』第48巻第3号、13-52頁。
- 石川雅之（2010）「ポイント引当金再論」『愛知淑徳大学論集-ビジネス学部・ビジネス研究科篇-』第6号、7-23頁。
- 市川市「いちかわエコボカード」、  
[http://ichikawa.genki365.jp/ichikawa\\_volunteer/ecovo.htm](http://ichikawa.genki365.jp/ichikawa_volunteer/ecovo.htm) (accessed September 1, 2016)。
- 大河原久和・上條洋（2007）「ポイントビジネスのあり方を再検討する時期に」『金融財政事情』通巻2766号、金融財政事情研究会、34-37頁。
- 大木正志（2009）「IFRIC 収益関連解釈指針（IFRIC 第12号サービス譲与契約、IFRIC 第13号顧客ロイヤルティ・プログラム、IFRIC 第15号不動産工事契約）」『会計・監査ジャーナル』通巻650号、第一法規、49-54頁。
- 太田正博（1985）「企業会計原則注解「注18」の引当金概念規定の影響」『福岡大学総合研究所報』第83号人文科学編（第35号）、57-75頁。
- 小島信史（1988）「引当金に関する一考察-企業会計原則注解18を手掛かりに-」『朝日大学経営論集』第3巻第2号、97-112頁。
- 笠井昭二（2012）「資産負債観の説明能力-製品保証引当金（1）-」『三田商学研究』第54巻第6号、55-74頁。
- 笠井昭二（2012）「資産負債観の説明能力-製品保証引当金（4）-」『三田商学研究』第55巻第3号、1-17頁。
- 川田剛（2005）「会計と税務の接点-（ポイントカード）金券」『International Taxation』第25巻第1号、税務研究会、116頁。
- 企業会計基準委員会（2013）「第18回基準諮問会議 資料（3）-4」、  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/standards\\_advisory/minutes/20130716/20130716\\_08.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/standards_advisory/minutes/20130716/20130716_08.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 企業会計基準委員会（2016）「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」、  
[https://www.asb.or.jp/asb/asb\\_j/press\\_release/domestic/shueki2016/shueki2016\\_02.pdf](https://www.asb.or.jp/asb/asb_j/press_release/domestic/shueki2016/shueki2016_02.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 北村行伸（2010）「電子マネーと現金決済の選択」『金融（全国銀行協会）』通巻758号、8-17頁。
- 木村重義（1969）『体系 会計学辞典』、ダイヤモンド社。
- 木村直人（2010）「【第2回】製造業～製品保証引当金、売上割戻引当金、その他環境関連～」『経営情報』通巻1261号、中央経済社、50-53頁。
- 木村直人（2010）「【第3回・完】小売業～ポイント引当金、店舗閉鎖損失引当金、etc～」

- 『経営情報』通巻 1263 号、中央経済社、47-51 頁。
- 木村由貴子 (1991) 「プリペイド・カード会計の研究-発行企業の退職金を中心に-」『商学論叢 (日本大学大学院)』第 16 号、103-112 頁。
- 黒川行治 (2009) 「非金融負債の公正価値測定の含意」『會計』第 176 巻第 5 号、1-16 頁。
- 公正取引委員会 (2006) 「「家電用電気製品の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」の公表について」、  
[http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/shijyoukyousou/pdf/060629.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/shijyoukyousou/pdf/060629.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 高田橋範充 (2007) 『ビジネス・アカウンティング』、ダイヤモンド社。
- 神戸大学会計学研究室 (1997) 『第五版 会計学辞典』、同文館出版。
- 小塚壮一郎 (2014) 『支払決済法 [第 2 版] -手形小切手から電子マネーまで-』、商事法務。
- 齋藤香織 (2014) 「企業ポイントの経済的効果について：企業ポイントの地域通貨としての可能性」『立教ビジネスデザイン研究』第 11 巻、89-102 頁。
- 齋藤浩司 (1991) 「法人税実務 プリペイドカードの会計と税務」『税経通信』第 46 巻第 9 号通巻 637 号、税務経理協会、219-226 頁。
- 酒井弘行 (1992) 「小売業 (量販店・スーパー及び百貨店業)」『JICPA ジャーナル』通巻 441 号、第一法規、42-48 頁。
- 佐久間裕幸 (2015) 「Q&A 相談室 法人税務 ポイントカードの税務」『企業会計』第 67 巻第 9 号、137-139 頁。
- 佐々木郁子 (2007) 「ロイヤルティ・マーケティングとは何か-三石 (1999) にもとづいて-」『東北学院大学経営・会計研究』第 14 号、85-93 頁。
- 佐々木郁子・青木章通 (2016) 「ロイヤリティ・プログラムに関する実態調査-その戦略的活用と効果-」『産業経理』第 75 巻第 4 号、産業経理協会、48-58 頁。
- 札幌市「さっぽろ地域ポイント まちのわ」、<http://machinowa.jp/> (accessed September 1, 2016)。
- 塩塚武康 (2007) 「電子マネーの会計」『大阪商業大学論集』第 3 巻第 1 号通号 145 号、63-76 頁。
- 寫村剛雄 (1993) 『財務諸表論精鋭』、税務経理協会。
- 庄司真人 (2008) 「ロイヤルティ・プログラムにおけるカード保有に関する一考察」『日本経営診断学会論集』第 7 巻、185-194 頁。
- 新日本有限責任監査法人 (2012) 『IFRS 国際会計の実務 International GAAP®【下巻】』、レクシスネクシス・ジャパン。
- 新日本有限責任監査法人 (2011) 『完全比較 国際会計基準と日本基準【第 2 版】』、清文社。
- 鈴木和男 (1990) 「プリペイド・カードの会計処理」『JICPA ジャーナル』通巻 419 号、第一法規、59-63 頁。
- 鈴木理加 (2015) 「返品権・ポイント付き販売契約、製品保証契約」『企業会計』第 67 巻第

- 5号、72-79頁。
- 醍醐聰（2008）「顧客対価に係る負債と収益の認識」『會計』第174巻第3号、1-16頁。
- 高木啓輔（2009）「ポイントプログラムにおけるデータ分析手法の検討」『日本福祉大学経済論集』第39号、81-97頁。
- 田島四郎監修・西尾慎三・岩村譲一編著『理論実務 企業会計ハンドブック』、帝国地方行政学会。
- 田中健二（2008）「資産除去債務の会計」『産業経理』第68巻第1号、産業経理協会、30-37頁。
- 田邊朋子（2009）「IFRSにおける各種引当金の取扱い（その2）」『経理情報』通巻1229号、中央経済社、35-39頁。
- 辻敢・本田望（2005）「経理の窓 ポイント引当金について」『税経通信』第60巻第6号通巻849巻、税務経理協会、189-192頁。
- 土屋博（2008）「ショッピングモールにおけるポイントプログラムと電子マネー」『電気設備学会誌』第28巻第5号、電気設備学会、337-341頁。
- トーマツ金融インダストリーグループ（2013）『Q&A 業種別会計実務 11・クレジット』、中央経済社。
- 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（2013）『Q&A 業種別会計実務 6・小売』、中央経済社。
- 東郷作郎（2011）『ポイントカードをマーケティングに使いこなす本』、ダイヤモンド社。
- 中田真佐男（2013）「電子マネー決済の現状と課題」『金融ジャーナル』第54巻第6号、金融ジャーナル、80-83頁。
- 中村亮介・岡田幸彦・大雄智（2012）「提携型ポイントプログラムにおけるキャッシュ・フローの特性と会計処理」、日本会計研究学会第71回全国大会自由論題報告資料。
- 成田智弘（2009）「負債計上を中止した項目に係る引当金の会計と税務」『税経通信』第64巻第5号、税務経理協会、186-193頁。
- 成田礼子（2009）「ポイント引当金の会計と税務」『税経通信』第64巻第6号通巻908号、税務経理協会、205-211頁。
- 南泉充秀・長岡美奈・川久保孝之（2008）「各種引当金の取扱いの検討事項」『経理情報』通巻1177号、中央経済社、18-22頁。
- 日本銀行情報サービス局（2012）「「生活意識に関するアンケート調査」（第51回）の結果-2012年9月調査-」、[http://www.boj.or.jp/research/o\\_survey/ishiki1210.pdf](http://www.boj.or.jp/research/o_survey/ishiki1210.pdf) (accessed September 1, 2016)。
- 日本公認会計士協会（2009）『収益認識』、税務経理協会。
- 野口教子（2009）「ポイントサービス会計-IFRIC第13号との比較による我が国の現状と課題-」『産業経理』第69巻第3号、産業経理協会、107-121頁。
- 野村総合研究所（2006）『2010年の企業通貨 グーグルズン時代のポイントエコノミー』、

- 東洋経済新報社。
- 長谷川茂男 (2013)『米国財務会計基準の実務 (第7版)』、中央経済社。
- 肥銀コンピュータサービス「くまモンの ICCARD」、<http://www.kumamotoiccard.jp/>  
(accessed September 1, 2016)。
- 平井克彦 (1995)『新版 引当金会計論』、白桃書房。
- 平井克彦 (2002)「偶発事象会計」『経営論集 (明治大学)』第50巻第1号、25-35頁。
- 福山憲児 (2016)「制度の特徴に応じて選択するポイント引当金の会計処理上の留意点」『経  
理情報』通巻1442号、中央経済社、45-49頁。
- 藤田敬司 (2006)「負債会計の基礎概念と実践課題 Part I」『立命館経営学』第44巻第6  
号、1-25頁。
- 古山和則 (2002)「ポイントカード 費用の認識とポイント 割引引当金の会計処理」『経  
理情報』通巻979号、中央経済社、24-26頁。
- 本田元 (2013)『新技術で決済が変わる！ 図解カードビジネスのしくみ』、中央経済社。
- 本田元 (2016)『クレジットのすべてがわかる！ 図解カードビジネスの実務』、中央経済  
社。
- 前川邦生・林裕二・菊谷正人 (1998)『会計学基礎論 (第2版)』、中央経済社。
- 松本徹 (2012)「非金融負債会計の国際的な動向と我が国の対応」『會計』第182巻第4号、  
124-136頁。
- 松本徹 (2013)「非金融負債の認識における蓋然性要件の一考察」『会計論叢 (明治大学専  
門職大学院)』第8号、93-111頁。
- 松本敏史 (2005)「引当金の認識と測定-4つの会計モデル-」『龍谷大学経営学論集』第45  
巻第3号、62-75頁。
- 三島聖子 (2011)「法令解説 資金決済に関する政令及び関連する内閣府令について」『時  
の法』通巻1876号、朝陽会、6-22頁。
- 望月恒男・堀好一 (2009)「ポイントの会計処理と商品券の税務-IFRIC13「カスタマー・  
ロイヤリティ・プログラム」と比較して-」『愛知学院大学論叢 商学研究』第50巻第  
1号、39-49頁。
- 安岡寛道 (2009)「企業通貨における電子マネーの現状と将来性」『日本大学大学院総合社  
会情報研究科紀要』第10号、23-30頁。
- 山榭忠恕・寫村剛雄 (1976)『体系財務諸表論 [基準篇] [改訂版]』、税務経理協会。
- 山榭忠恕・寫村剛雄 (1992)『体系財務諸表論 [理論篇] [四訂版]』、税務経理協会。
- 山本知己 (2013)「ポイント原資の捻出と経営数値に与える影響について」『立教 DBA ジャ  
ーナル』第3巻、85-95頁。
- 山本知己 (2015)「電子マネーの普及に関する一考察：先行研究からの考察」『立教 DBA ジャ  
ーナル』第6巻、43-52頁。
- 山本守 (2006)「ポイント引当金の現状と対応-膨らむ財務圧迫要因-」『経理情報』通巻1116

- 号、中央経済社、56-59 頁。
- 有限責任監査法人トーマツ (2009) 『会計処理ハンドブック<第 5 版>』、中央経済社。
- 有限責任監査法人トーマツ (2014) 『国際財務報告基準 (IFRS) 詳説 iGAAP2014 第 3 巻』、レクシスネクシス・ジャパン。
- 横山和夫 (2011) 「引当金の経営分析-大型家電販売業における比較経営分析-」『経理研究 (中央大学経理研究所)』第 54 巻、37-50 頁。
- 横山和夫 (2013) 『引当金会計制度論-日本における引当金会計制度の史的変遷』、森山書店。
- 吉田康志 (2012) 「新たな支払手段と預金通貨-「電子マネー」は本当に新しい支払手段なのか-」『金融』通巻 788 号、全国銀行協会、3-11 頁。
- 若林隆久 (2007) 「企業ポイントは企業通貨といえるか」『赤門マネジメント・レビュー』第 6 巻第 12 号、659-674 頁
- 若林隆久 (2008) 「企業ポイント交換市場の構造と形成」『組織科学』第 42 巻第 2 号、2008 年 12 月、組織学会、47-60 頁。
- 若林隆久・勝又壮太郎 (2013) 「戦略的提携ネットワークの形成要因：産業要因か、企業要因か、ネットワーク要因か？」『組織科学』第 47 巻第 1 号、組織学会、69-79 頁。
- 渡辺竜介 (2013) 「複合取引にみる収益・負債の認識と測定思考-販売に伴う保守サービス契約とポイント制度の会計処理を題材として-」『商学論纂 (中央大学)』第 54 巻第 6 号、167-190 頁。

## 初 出 一 覧

次の各章は、以下の査読付き論文をもとにして、修正・加筆を施している。

### I ポイントとポイント・プログラムの現状

「ロイヤリティ・プログラムの会計処理-顧客情報とポイントに関する分析を通じて-」  
『経営学研究論集』第 42 号、明治大学大学院、2015 年 2 月、97-115 頁。

### III 我が国におけるポイントに関する会計処理

### IV IASB・FASB におけるポイントに関する会計処理

「ポイントの法的解釈と経済事象を反映した会計処理」  
『経営学研究論集』第 40 号、明治大学大学院、2014 年 2 月、167-186 頁。

### V IFRS15 の規定と解釈

「顧客の判別に基づいたポイントプログラムの会計処理-IFRS15 の設例の理解を通じて-」  
『経営学研究論集』第 44 号、明治大学大学院、2016 年 2 月、39-56 頁。

### VI ポイント・プログラムの拡大

「電子マネーとポイントの会計処理-EITF 及び IFRIC の議論を通じて-」  
『経営学研究論集』第 45 号、明治大学大学院、2016 年 9 月、89-108 頁。

次の各章は、本論文の作成にあたって書き下ろしたものである。

はじめに

### II ポイントに関する現行の会計処理

### VII 金融負債と非金融負債

むすび