法人が企業ポイントを取得した際の
所得認識について

沼 田 渉

〔 税 務 大 学 校 〕
〔 研 究 部 教 授 〕

論文の内容については、すべて執筆者の個人的見解であり、税務大学校、国税庁あるいは国税不服審判所等の公式見解を示すものではありません。

要 約

1 研究の目的（問題の所在）

ポイントサービスの市場が拡大しており、平成 31 年度の市場規模は 2 兆円程度になると予測される。従来は、特定の企業や企業グループ内のみで利用可能な自社発行型ポイントがその多くを占めていたが、近年は、共通ポイントといわれる業種・業態を越えた企業間で利用のできるポイントサービスが増加している。また、令和元年 10 月の消費税率の引上げに伴い、キャッシュレス決済を前提とした 5% のポイント還元策も導入されており、ポイントサービスの市場はこれまで以上に拡大している。

会計制度に目を向けると、平成 30 年 3 月においては、「収益認識に関する会計基準」(以下「収益認識基準」という。)が公表されたことから、今後、事業者が、顧客との販売取引等において重要な権利の提供となるポイントを付与する場合には、取引価格のうちポイントに相当する部分を履行義務(契約負債)として識別し、当該部分に係る収益をポイントの消滅時に認識することとされた(同基準 17 項、収益認識に関する会計基準の適用指針 48 項ほか)。そして、法人税においても、上記会計基準に一定の要件を加えた法人税基本通達が制定された(同通達 2-1-1 の 7 等：課税の繰延措置)。

しかしながら、これらの取扱いは、ポイントを付与した事業者側(以下「付与側」という。)の規定等であり、ポイントを取得する顧客側(以下「取得側」という。)の処理を定めた明文は存在しない。このため、取得側においてポイントは、そもそも収益として益金の額に算入する必要があるのか、また、益金に算入するとすれば、ポイントの取得時、又は交換や利用といったポイントの消滅時のいずれにおいて認識すべきか、といった疑問が生じる。

そこで本稿では、ポイントについての法的性質ないしは経済的性質を検討することにより、法人がポイントを取得した際の所得認識について考察する。

2 研究の概要

(1) 本稿で取り上げるポイントサービス

「ポイントサービス (Loyalty Program)」は「ポイントプログラム」(以下、単に「サービス」又は「プログラム」ともいう。)とも呼ばれ、付与側となる運営主体(以下「運営企業」という。)又は小売業若しくはサービス業等の営業者が、商品又は役務(以下「商品等」という。)の販売又は提供(以下「販売等」という。)などに応じ、一定の条件で計算された点数(ポイント)をその商品等の購入又は享受(以下「購入等」という。)をする顧客に対して付与する無対価のサービスをいい、取得側に次回以降の商品等の購入対価に充当したり(以下「ポイント充当」という。)、運営企業が提供する特典や景品類との交換又は利用(以下「交換等」という。)をさせることを約する販売等に付随するサービスをいう。

このうち、本稿では、いわゆる B to B 取引において付与・交換等が行われるポイントや、電子マネー (Electronic Money) をはじめとする資金決済に関する法律(以下「資金決済法」という。)所定の前払式支払手段(資金決済法 3 条 1 項)のうち取得側が対価との交換によって取得するものを除く、不特定多数の者が無償で取得するポイント(以下「企業ポイント」という。)に焦点を当て論考を進める。

(2) 企業ポイント取得時の益金認識

イ 益金を認識する際の法的根拠

企業ポイントは、取得側からの権利行使によって具体的な使途が確定するから、取得後、交換等がされるまでの企業ポイントは債権(以下、取得後、交換等がされるまでの企業ポイントについては、「企業ポイントに係る債権」ともいう。)のまま、その状態が維持される。この点、本稿で取り上げる企業ポイントは、取得側が無償で取得するものに限られるから、企業ポイントに係る債権が法人税法 22 条 2 項所定の「資産」に当たる場合には、無償による資産の譲受けとしてその取得時に益金を認識することになる。

ロ 法人税法 22 条 2 項所定の資産該当性

民法が給付義務に裏打ちされた債権を財産とし、また、会社法及び企

業会計が、資産について換金性を有する財産的価値として、①特定の企業による帰属性等と、②資産という具体的な形態を前提としたキャッシュ・フローへの貢献性がある経済的資源と観念していることからすると、租税法における資産概念については、法的な裏付けのある財産に限ることなく、社会通念や常識を踏まえつつ、担税力を認め得る程度に価値を有する債権ないしは経済的資源を支配的に所持しているか否かによって判断すべきである。そして、その判断に当たっては、租税公平主義の理念の下、大量、回帰的に発生する事象に対応すべく可能な限り画一的な基準を採るべきと考える。

この点、企業ポイントに係る債権はそれ自体に換金性はなく、また、売買契約などの給付義務に対し付随的に生じた義務に対応する債権と考えられるが、当該債権は財産権としての実現可能性に問題があるとされるため、その財産的価値には疑問符が付く。また、私法上は、取得側からの交換等の意思表示により、目的物等の使途が確定する停止条件付の債権と解されるから、企業ポイントに係る債権は、これとは異なる性質を持った使途への転換（以下「転換」という。）が実現しない限り、資産という具体的な形態をとった経済的資源に当たるともい難い。

また、過去の行政機関等による整理からすれば、企業ポイントに係る権利義務は、運営企業が作成したポイントサービスに係る利用規約等の約款、及び Web に掲載されたサービス利用上の取決めに対し、取得側が合意することで成立する付合契約と解されており、それゆえ、上記規約等には、運営企業の意思に基づきプログラムそのものの廃止も可能とした解除権に属する条項が存在する。このため、取得側による企業ポイントの権利行使には不確実性が伴う。

そして、企業ポイントには、資金決済法で認められる利用者保護のような制度もなく、また、消費者契約法や不当景品類及び不当表示防止法といった関連諸法令による財産上の請求権も存しないのであるから、転換の意思表示がなされるまでの企業ポイントは、担税力の裏付けが極め

て乏しい債権というべきである。

ところで、会計面からすれば、収益認識基準の適用により契約負債に相当する収益が繰り延べられることとの見合いとして、取得側の費用が整合していないとの見方もある。しかしながら、収益認識基準において、取得側の処理に関する文言が一切認められないことからすれば、同基準は文字どおり、取得側との契約により収益を認識する付与側の規律というべきであり、また、契約負債の金額は、付与したオプションに対し取引価格の一部が配分されているのであって、私法上その対価は従前と同様、当初取引での反対給付として授受されているのである。

そうすると、転換の意思表示がされるまでの企業ポイントに係る債権は、法人税法 22 条 2 項所定の資産概念を充足しないと判断される。

(3) 企業ポイント転換時の益金認識

上記(2)ロのとおり、企業ポイントに係る債権は、取得側による停止条件と付与側による解除権が付された債権と解されるため、交換等の意思表示がされるまでは権利行使に不確実性が伴う。他方、上記の意思表示が行われると、企業ポイントに係る債権はその使途が具体化するとき、このうち当該債権からの転換が実現されることとなる交換等の意思表示がされた場合には、その債権に内在した財産的価値の顕在化と同時に、当該財産的価値を原資とした使途への交換とする 2 つの取引がなされたと観念することができるのではないか。そして、上記財産的価値の顕在化により企業ポイントに係る債権は、法人税法における資産概念を充足すると考える。

このようなことから、企業ポイントに係る債権が上記使途に転換された場合においては、当該転換の時点において当該債権に係る譲受けがあったとして、法人税法 22 条 2 項所定の「無償による資産の譲受け」に当たるといふべきであり、これについては当該債権の時価に相当する金額を収益として認識し、これを益金の額に算入すべきであろう。

そして、上記債権に係る時価は、①前払式支払手段又は現金に転換されたものについては、これらに円貨として記載ないし記録された金額による

べきであろう。また、②食料品、衣類、家具、電気機器、生活雑貨といった物資や食事、理美容をはじめとするサービスへの交換、③食料品をはじめとする製品や食事、宿泊又は映画観賞といったサービスを無償で取得等をする優待チケット類への交換、④各種学術又は慈善事業等を行う法人等に対する寄付（チャリティ）、及び⑤購入等をした商品等の対価並びにクレジットカード会社及び通信事業会社からの請求金額等に対するポイント充当に転換された債権に係る時価については、その用途に係る市場価格をもって時価とするのが原則となる。しかし、多くのポイントサービスにおいては、上記ポイント充当として利用することが可能であり、その際は円貨で表示された対価と企業ポイントとの換算レートによって交換が行われる。よって、簡便な方式として、転換に利用された企業ポイントに係る数量につき、上記換算レートによって算定するのが課税庁及び納税者の両者にとっても有益と解され、このような方式が採られることにより、時価算定の公平性も保たれると考える。

（４）還元ポイント等の益金認識

消費税率の引上げに伴うキャッシュレス・ポイント還元事業における消費者に対する還元は、企業ポイント（以下、ポイント還元事業で付与される企業ポイントを「還元ポイント」という。）又は前払式支払手段（ポイント還元事業で付与される前払式支払手段と還元ポイントを併せて、以下「還元ポイント等」という。）の付与によって行われるところ、この還元に係る還元方法には、ポイント付与、即時充当・即時還元、引落相殺、口座充当の４種類がある。

このうち即時充当・即時還元は、還元ポイントの付与の対象となったキャッシュレス決済に係る取引から直接、還元ポイントに相当する金額が即時に充当される。また、引落相殺及び口座充当に基づくポイント充当並びに前払式支払手段によるポイント付与は、還元ポイント等の付与と同時にその用途が確定する。

よって、上記の還元方法が適用される還元ポイント等の債権は、その付

与時において、上記（２）ロで述べた民法上の給付義務に裏打ちされた債権に該当し、また、会社法及び企業会計にいう換金性を有した財産的価値があるものとして、①特定の企業による帰属性等と、②資産という具体的な形態を前提としたキャッシュ・フローへの貢献性がある経済的資源として顕在化したというべきであるから、法人税法における資産概念を充足すると考える。

このようなことから、上記還元ポイント等の債権については、その取得時において当該債権に係る譲受けがあったとして、同法 22 条 2 項所定の「無償による資産の譲受け」に該当するというべきであり、当該債権の時価に相当する収益の額を益金として認識すべきであろう。そして、上記時価については、各還元ポイント等が該当する円貨との換算方法に基づき算定するのが合理的であろう。

また、企業ポイントによるポイント付与が行われる還元ポイントの債権については、転換の意思表示がされるまでは資産概念を充足しないと考えるべきであろう。

目 次

はじめに	93
第 1 章 ポイントサービスの現状と経理処理等	95
第 1 節 ポイントサービスの現状	95
1 はじめに（ポイントサービスの現状と本稿で取り上げるサービスについて）	95
2 ポイントサービスの現状と利用の意義	96
3 市場規模	99
4 ポイント還元事業	99
第 2 節 企業ポイントに関する経理処理	101
1 はじめに	101
2 付与側の経理処理	101
3 取得側の経理処理	111
4 収益認識基準処理を適用した場合の両当事者の経理処理(モデル取引)	112
第 3 節 企業ポイントを取得した場合の法人税の取扱い	114
第 2 章 企業ポイント取得時の益金認識	117
第 1 節 企業ポイント取得時に益金を認識する際の法的根拠	117
第 2 節 資産該当性に関する考察	118
1 法人税法における資産概念	118
2 企業ポイントに関する過去の検討状況	120
3 関連諸法令による法的規制	124
4 利用規約等に関する具体的検討	127
5 収益認識基準等からの検討	131
6 収益面からの検討	132
第 3 節 小括（益金の認識に関する検討）	134
第 3 章 企業ポイント転換時の益金認識	138

第 1 節 企業ポイントの帰属	138
第 2 節 企業ポイントの使途	138
第 3 節 益金の認識に関する検討	139
1 法人税法 22 条 2 項の検討	140
2 具体的検討	142
第 4 節 転換先となる使途の処理	147
第 5 節 役員等が企業ポイントを取得した場合の課税関係	148
第 4 章 還元ポイント等に関する益金認識	151
第 1 節 はじめに	151
第 2 節 益金の認識に関する検討	152
1 即時充当・即時還元、引落相殺及び口座充当並びに前払式支払手段によるポイント付与	152
2 企業ポイントによるポイント付与	154
結びに代えて	155
別添資料 1 ないし 12	157

はじめに

ポイントサービスの市場が拡大しており、平成 31 年度の市場規模は 2 兆円程度になると予測される⁽¹⁾。従来は、特定の企業や企業グループ内のみで利用可能な自社発行型ポイントがその多くを占めていたが、近年は、共通ポイントといわれる業種・業態を越えた企業間で利用のできるポイントサービスが増加している。また、来店時ポイントのように、取引以外の事由で付与されるものや、株主優待としてポイントが付与されるものも現れており、ポイントサービスはその差別化が加速している。更には、令和元年 10 月の消費税率の引上げに伴い、キャッシュレス決済を前提とした 5% のポイント還元策も導入されており、ポイントサービス市場はこれまで以上に拡大している。

会計制度に目を向けると、平成 30 年 3 月においては、大会社を適用対象⁽²⁾とする「収益認識に関する会計基準⁽³⁾」（以下「収益認識基準」という。）が公表されたことから、今後、事業者が、顧客との販売取引等において重要な権利の提供⁽⁴⁾となるポイント（以下「自社ポイント」という。）⁽⁵⁾を付与する場合には、

-
- (1) 矢野経済研究所「ポイントサービス市場に関する調査を実施（2019 年）」
(https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2178（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧））。
 - (2) ここでいう大会社とは、「中小企業の会計に関する指針」（平成 17 年 8 月 1 日日本公認会計士協会、日本税理士会連合会、日本商工会議所、企業会計基準委員会）の適用が推奨される①特例有限会社、②合名会社、③合資会社、④合同会社、並びに⑤株式会社のうち、i 金融商品取引法の適用を受ける会社並びにその子会社及び関連会社、ii 会計監査人を設置する会社（任意に会計監査人を設置した株式会社を含む。）及びその子会社以外の会社を除いた会社をいい、この大会社には収益認識基準が強制適用される。また、大会社以外においても同基準を任意に適用することができる（同指針 4 ないし 6 項）、「企業会計基準第 29 号「収益認識に関する会計基準」等の公表」（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）本会計基準等の概要（脚注 1））。
 - (3) 企業会計基準第 29 号（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）。この収益認識基準の範囲に定める収益に関する会計処理は、企業会計原則が定める収益に関する会計処理に優先して適用される（同基準 1 項）。
 - (4) 追加の財又はサービスを取得するオプションにより、顧客が属する地域や市場における通常の値引きの範囲を超える値引きを顧客に提供する場合をいう（収益認識基準適用指針 48 項）。
 - (5) ポイント付与時に履行義務を識別する収益認識基準の適用には、その履行義務とな

当該販売等に係る取引価格のうちポイントに相当する部分を履行義務（契約負債）として識別し、当該部分に係る収益をポイントの消滅時に認識することとされた（同基準 17 項、収益認識に関する会計基準の適用指針⁽⁶⁾（以下「収益認識基準適用指針」という。）48 項ほか）。そして、法人税においても、上記会計基準を容認する形で、かかる会計基準に一定の要件を加えた法人税基本通達が制定された（同通達 2-1-1 の 7、2-1-39 の 3：課税の繰延措置）。

しかしながら、これらの取扱いは、いずれもポイントを付与した事業者側（以下「付与側」という。）の規定等であり、ポイントを取得する顧客側（以下「取得側」という。）の処理を定めた明文は依然として存在しない。このため、取得側においてポイントは、そもそも収益として益金の額に算入する必要があるのか、また、益金に算入するとすれば、ポイントの取得時、又は交換や利用といったポイントの消滅時のいずれにおいて認識すべきか、といった疑問が生じる。

そこで本稿では、現状のポイントサービスの内容や経理処理等を概観した上で、ポイントについての法的性質ないしは経済的性質を検討することにより、法人がポイントを取得した際の所得認識について考察する。

る別個の財又はサービスの移転が既存の契約（取引）に係る当事者間でなされることが要件とされる（収益認識基準適用指針 48 項）。

(6) 企業会計基準適用指針第 30 号（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）。

第 1 章 ポイントサービスの現状と経理処理等

本章においては、ポイントの法的性質ないしは経済的性質を検討する前提として、ポイントサービスの現状及び経理処理並びにポイントを取得した場合の法人税の取扱いについて概観する。

第 1 節 ポイントサービスの現状

本節では、ポイントサービスの現状、利用の意義及び市場規模のほか、消費税率の引上げに伴い導入されたポイント還元事業について概観する。

1 はじめに(ポイントサービスの現状と本稿で取り上げるサービスについて)

「ポイントサービス (Loyalty Program)」は「ポイントプログラム」(以下、いずれの用語も同義として用いる。なお、仕組み又は組織等を意識した際は、単に「サービス」又は「プログラム」とする用語も併せて使用する。)とも呼ばれ、一般には、付与側となるポイントサービスの運営主体(以下「運営企業」という。)又は小売業若しくはサービス業等の営業者(以下「運営企業等」という。)が、各種の商品又は役務(以下「商品等」という。)の販売又は提供(以下「販売等」という。)あるいは来店回数などに応じ、一定の条件で計算された点数(ポイント)をその商品等の購入又は享受(以下「購入等」という。)をする顧客に対して付与する無対価のサービスをいい、その顧客たる取得側に次回以降の商品等の購入対価に充当したり(以下「ポイント充当」という。)、運営企業が提供する特典や景品類(以下「特典等」という。)との交換又は利用(以下「交換等」という。)をさせることを約する販売等に付随するサービスをいう⁽⁷⁾。また、広義には、いわゆる B to B 取引において付与・交換等が行われるポイント(以下「事業者ポイント」という。)や、電

(7) 宿輪純一『決済インフラ入門 ビットコイン、フィンテックから日銀ネット、外為決済リスクまで』58頁(東洋経済新報社、2015)。

子マネー(Electronic Money)などがポイントとして認識されることもある。しかし、前者は、取引当事者間の個々の事情により多様なサービスが形成されるため、その類型化は困難を極める。また、後者は、資金決済に関する法律(以下「資金決済法」という。)所定の前払式支払手段(資金決済法3条1項)といい、発行体が対価との交換により発行するものであるため、通常、取得側が取得する場合には対価の負担を要する。このため、付与側から無償で付与されるポイントとは性質を異にする(前払式支払手段の詳細については、後記第2章第2節3(1)で後述する。)

よって、本稿においては、事業者ポイント及び取得側が対価との交換によって取得する前払式支払手段を除く、不特定多数の者が無償で取得するポイント(以下「企業ポイント」という。)に焦点を当て論考を進める。

2 ポイントサービスの現状と利用の意義

以下においては、ポイントサービスの現状とその利用の意義について述べる。

(1) 企業ポイントの現状

現状の企業ポイントは、家電量販店、スーパーマーケット、ドラッグストア及びインターネット通販会社といった小売業やクレジットカード会社、航空会社及び通信事業会社などのサービス業を中心とする企業ないしはその系列企業単位で付与・交換等が行われる独立型ポイント⁽⁸⁾と、ポイントサービスの提供を専門とする運営企業のプログラム⁽⁹⁾に多数の企業が参加し、これらの提携企業間で広く付与・交換等が行われる共通ポイントに大別される。このうち、独立型ポイントは、一般には、自社発行(型)ポイ

(8) 共通ポイントの対極的なものという趣旨(自社又は自社グループによって付与されるもの)で使用した(中村亮介「ポイントプログラムの簿記処理と新たな収益認識基準(第31回関東部会・統一論題報告:収益認識の新たな局面)」日本簿記学会年報第31号79頁(日本簿記学会学会誌編集委員会編、2016))。

(9) 青木章通「グループポイントカードによる市場関連多角化の支援」企業会計62巻5号25頁(2010)。

ントとも呼ばれ、自社又は自社グループ（以下「自社等」という。）内の企業において付与されたポイントが、同一グループ内で交換等がされる企業ポイントをいう。他方、共通ポイントは、多数の企業が単一の企業ポイントを利用することにより、業種等の垣根も越えたより多くの企業間で付与・交換等がされるとの趣旨で用いられる⁽¹⁰⁾のが通例である。しかし、自社発行（型）ポイントには、発行体のみを自社等に制約し、交換先となる企業について特に制約を設けないまま用いられているものや、発行体と交換先の双方を一主体に限定した厳格な用法も認められる。また、共通ポイントの意義についても多様なものが存在する⁽¹¹⁾。

この点、本稿は、事業者ポイント及び取得側が対価との交換によって取得する前払式支払手段を除く、不特定多数の者が無償で取得するポイントを対象に、収益認識基準に対する検討を加えるなどして取得側の課税関係を考察するものであるから、その検討上必要とされる企業会計上の自社ポイントないしは法人税基本通達 2-1-1 の 7 等が用いる以下の「自己発行ポイント等」（以下「自己発行ポイント等」という。）以上に、企業ポイントに関する定義は設けないこととする。

- ・自己発行ポイント等とは、法人が資産の販売若しくは譲渡又は役務の提供（法人税法 22 条の 2 第 1 項（以下「資産の販売等」という。））に伴いいわゆるポイント又はクーポンその他これらに類するもので、将来の資産の販売等に際して、取得側からの呈示があった場合には、その呈示のあった単位数等と交換に、その将来の資産の販売等に係る資産又は役務

(10) 自社発行（型）ポイントは「独立型」又は「ハウス型」と、共通ポイントは「提携型」とも呼ばれる（青木・前掲注(9) 26 頁、中村・前掲注(8) 86 頁）。

(11) 具体例としては、『2018 年版 ポイントサービス・ポイントカード市場の動向と展望』（矢野経済研究所、2018）における分類のほか、①ポイントの発行者に着目して i 自社発行型、ii 共同発行型、iii 他社買取発行型とするもの、②ポイント数量とその交換能力に着目して i 蓄積型、ii 即時使用可能型とするもの（新日本有限責任監査法人編『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—』3 頁（税務経理協会、2011）、山下大輔「ポイントサービスを自社運用するときの会計処理」企業実務 777 号 32 頁（2017））などが挙げられる。

について、値引きして、又は無償により、販売若しくは譲渡又は提供をすることとなるもので、かつ当該法人以外の者が運営するものを除く上記のポイント等をいう（法人税基本通達 2-1-1 の 7）。

（2）利用の意義

一般に、取得側は運営企業等の求めに応じ、その個別情報などを登録するとともに、運営企業が作成した規約等に同意することでポイントサービスに係る会員資格を取得し、それ以後、商品等の購入等をするごとに一定の条件で計算された企業ポイントを取得する。そして、取得された企業ポイントは、多くの場合には、次回以降の商品等の購入等においてポイント充当としてその対価との相殺に使用したり、運営企業が提供する特典等との交換や他の運営企業が発行する企業ポイントとの交換に利用される。その典型例としては「商品等の対価の 1% に相当するポイントを付与し、次回以降の商品等の購入等において、1 ポイントを 1 円として決済に利用することが可能」といったサービスが挙げられる。

ところで、取得側は、サービスの利用上購買パターンや個別情報などを運営企業等に供与するため、情報の漏えいリスクを負う⁽¹²⁾。他方、付与側においては、頻繁に利用する顧客の囲い込みを図ったロックイン効果としての利用や、将来における購入意欲の誘発といった販売促進に活用する⁽¹³⁾。また、値引きとの比較においては、その付与から交換等がされるまでの期間のキャッシュ・フローの有利性、すなわち手持ち資金の時間的な確保にも効果があるとされる⁽¹⁴⁾。

なお、ポイントサービスは消費者向けのサービスであるため、会員資格は個人を対象としたものが多い。しかし、クレジットカード会社や通信事業会社といった業種においては、法人をサービス対象としたポイントプロ

(12) 宿輪・前掲注(7) 58 頁。

(13) 宿輪・前掲注(7) 58 頁、青木・前掲注(9) 28 頁。

(14) 北浜法律事務所編『バーチャルマネーの法務〔第 2 版〕－電子マネー・ポイント・仮想通貨を中心に－』23 頁（民事法研究会、2018）。

グラムが散見される。そこで、本研究においては、閲覧可能な Web 等の情報を基に、上記クレジットカード会社等と法人との取引上で提供される企業ポイントの内容を別添資料 1 ないし 12 の「法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント」として抽出した。

よって、これ以降、サービスないしプログラムについての具体的な検討を行う際は、上記資料を用いることとする。

3 市場規模

株式会社矢野経済研究所は、平成 30 年度の国内でのポイントサービスの市場規模について 1 兆 8930 億円と推計し、今後は独立型ポイントの発行の拡大に加え、複数の共通ポイントを導入する事業者の増加に伴ったマルチポイント化（1社で数種類のポイントを発行）⁽¹⁵⁾が進み、ポイントの発行額は一層拡大すると予想する。そのため、平成 31 年度の市場規模について 1 兆 9958 億円と予測し、令和 5 年度には 2 兆 4332 億円に達するとの見解を示している⁽¹⁶⁾。

4 ポイント還元事業

消費税率の引上げに伴うキャッシュレス・ポイント還元事業（以下「ポイント還元事業」という。）は、令和元年 10 月 1 日の上記引上げに伴う需要の平準化策として導入されたものであり、同日から令和 2 年 6 月 30 日までの期間において、消費者が対象店舗において登録されたキャッシュレス決済⁽¹⁷⁾

(15) 複数の共通ポイントを導入しているコンビニエンスストアはローソンのみであったが、2019 年 11 月よりファミリーマートが楽天スーパーポイントと d ポイントを導入することとなった。これにより、複数の共通ポイント導入の有無により、コンビニエンスストアの差別化が進むことから、今後、小売業者等ではマルチポイント化が進むものと考えられている（矢野・前掲注(1)）。

(16) 矢野・前掲注(1)。なお、このポイントには、企業ポイントのほか、電子マネーやキャッシュレスアプリといった前払式支払手段として付与されるものも含まれている。

(17) クレジットカード、デビットカード、電子マネー、QR コードなど一般的な購買に繰り返し利用ができる電子的決済手段が対象とされる（経産省「キャッシュレス・ポ

を利用した場合に、中小・小規模の店舗においては 5%、フランチャイズチェーン店舗⁽¹⁸⁾やガソリンスタンドにおいては 2%のポイントが還元⁽¹⁹⁾される制度である。具体的には、キャッシュレス決済事業者（以下「決済事業者」という。）⁽²⁰⁾が、消費者が利用したキャッシュレス決済の利用額に応じ国の補助金⁽²¹⁾を受領し、これを原則として企業ポイント（以下、ポイント還元事業で付与される企業ポイントを「還元ポイント」という。）又は前払式支払手段（ポイント還元事業で付与される前払式支払手段と還元ポイントを併せて、以下「還元ポイント等」という。）の付与をもって消費者に還元する⁽²²⁾。

このようなことから、還元ポイント等に関する所得認識については、企業ポイントに関する益金認識の考察内容を踏まえ、最終章にて検討する。

イント還元事業（キャッシュレス・消費者還元事業）消費者向け説明資料 2019 年 10 月」(https://cashless.go.jp/assets/doc/comsumer_introduction.pdf (令和元年 12 月 26 日最終閲覧)) 1 頁)。

- (18) なお、コンビニエンスストア大手 3 社（セブン-イレブン・ジャパン、ファミリーマート、ローソン）の直営店舗には、この還元事業は適用されない。このため、上記 3 社は、直営店において 2%の増税相当額の値引きを実施することにより、ポイント還元事業が適用されない店舗も含めた全店舗で顧客への還元を実施することとした（令和元年 8 月 21 日付産経新聞）。
- (19) 原則、税込価格に対するポイントを還元するが、一部の決済手段では税抜価格に対するポイント還元を行うものもある（経産省・前掲注(17) 8 頁）。
- (20) 制度上、決済事業者には、キャッシュレス発行事業者である A 型決済事業者、キャッシュレス加盟店支援事業者である B 型決済事業者、及びキャッシュレス加盟店管理事業者である準 B 型決済事業者がある（「CASHLESS キャッシュレス決済事業者登録要領」（2019 年 8 月版一般社団法人キャッシュレス推進協議会）12 頁）。
- (21) 正式名称は「平成 31 年度 キャッシュレス・消費者還元事業費補助金（消費者還元補助）」である（一般社団法人キャッシュレス推進協議会「CASHLESS 消費者還元補助公募要領」（2019 年 8 月）(https://cashless.go.jp/assets/doc/kangen_kouboyouryou.pdf#search=%27CASHLESS+%E6%B6%88%E8%B2%BB%E8%80%85%E9%82%84%E5%85%83%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E5%85%AC%E5%8B%9F%E8%A6%81%E9%A0%98%27 (令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧)) 4 頁)。
- (22) 消費者に対する還元は、決済事業者からの付与のほか、加盟店を介して行われる場合もある（キャッシュレス・前掲注(21) 4 頁）。

第 2 節 企業ポイントに関する経理処理

本節においては、企業ポイントに関する付与側・取得側双方における現状の経理処理について、モデル取引を用いるなどして概観する。

1 はじめに

企業ポイントに係る取得側の経理処理を規律した明文は見当たらない。取得側において、企業ポイントに係る処理が行われるのは、後にポイント充当として利用された場合がその多くを占めると解され、この際は、上記ポイント充当による相殺金額（以下「ポイント充当額」という。）を仕入値引と認識し、取得費用を減額する処理（値引処理）が採られているようである⁽²³⁾。このためか、上記取得費用の全額がポイント充当によって相殺されるケースを含め、その交換等において支出を伴わない取引においては経理処理自体が取られていないと想定する。

一方、平成 30 年 3 月以降において、付与側が自社ポイントを発行する場合には、収益認識基準の適用により企業ポイントに相当する部分を履行義務として識別し、当該部分に係る収益をその消滅時に認識することが可能となった。

このような事情を踏まえ、以降においては、自社ポイントに関する付与側・取得側双方の経理処理について概観していく。

2 付与側の経理処理

企業ポイントの付与側には、収益認識基準の導入前から行われている処理（以下「収益認識基準適用外処理」という。法人税法 22 条 2 項、同法 22 条の 2 第 1 項・4 項）と、収益認識基準を適用した処理（以下「収益認識基準処理」という。同法 22 条 2 項、同法 22 条の 2 第 1 項・4 項、法人税基本通

(23) 藤曲武美『別冊税務弘報 収益認識の税務－法人税法から法人税基本通達まで』127 頁（中央経済社、2018）。

達 2-1-1 の 7⁽²⁴⁾ との 2 通りが存在する。

(1) 収益認識基準適用外処理

付与側が企業ポイントの付与を行う資産の販売等において、収益認識基準を適用しない処理を採る場合は、当該ポイントについては何ら処理せず、対価の全額を売上高に計上する（企業会計原則第二・一 A 及び B 並びに三 B）⁽²⁵⁾。上記ポイントについては、取得側から交換等がされた時点において認識されており、例えば、取得側から後の取引に対するポイント充当があった場合には、当該取引に係る対価からポイント充当額を差し引いたいわゆるネット金額により売上高を計上する。また、特典等への交換等があった場合には、当該特典等の調達費等を費用化する。そして、これらの経理処理は税務においても容認されていると解され、現状、収益認識基準を適用しない付与側において採用されているようである（法人税法 22 条 2 項・3 項 2 号、同法 22 条の 2 第 1 項・4 項）。

なお、期末においては、企業ポイントに係る将来の交換等に対する備えとして、例えば、未使用ポイント残高に対し過去の使用実績等を勘案するなど、将来使用が見込まれる部分を適切に見積もった将来利用見込額をポイント等引当金として貸借対照表に計上するとともに、これとの見合いとして損益計算書上において費用化する実務が一般化している（企業会計原則注解（注 18））⁽²⁶⁾。しかし、法人税法上、上記ポイント等引当金に係る繰入額は債務確定基準を充足しないため、損金の額に算入することはでき

(24) 法人税基本通達 2-1-1 の 7 の適用は、自己発行ポイント等の付与に限られる。なお、収益認識基準の適用においても、他社ポイントは顧客に対する重要な権利の提供（収益認識基準適用指針 48 項）には当たらない（太田達也『「収益認識会計基準と税務」完全解説』69 頁（税務研究会出版局、2018））。

(25) 佐藤友一郎編『法人税基本通達逐条解説 9 訂版』117 頁（税務研究会出版局、2019）。

(26) 金融庁「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）（平成 20 年 7 月 2 日）」1 頁（2008）、佐藤・前掲注(25) 117 頁。

ない（同法 22 条 3 項 2 号）⁽²⁷⁾ ⁽²⁸⁾。

(2) 収益認識基準処理

本項においては、収益認識基準が適用される企業ポイントとこれに関連する法人税の取扱いを検討する。

イ 収益認識基準について

以下においては、収益認識基準の導入経緯を概観した上で、企業ポイントに対し適用される取扱い、並びにその適用の範囲、対象及び時期について検討する。

(i) 導入背景等

収益認識基準が導入される以前の我が国では、「売上高は、実現主義の原則に従い、商品等の販売又は役務の給付によって実現したものに限り」（企業会計原則第二・三 B）とされ、収益認識に関する包括的な会計基準は存在しなかった。他方、平成 26 年 5 月においては、国際会計基準審議会（International Accounting Standards Board。以下「IASB」という。）及び米国財務会計基準審議会（Financial Accounting Standards Board。以下「FASB」という。）の共同により、収益認識に関する包括的な会計基準として「顧客との契約から生じる収益」（IASB は国際財務報告基準（International Financial Reporting Standards。以下「IFRS」という。）第 15 号、FASB は米国会計基準アップデート 2014-09 : ASC Topic606（以下「Topic606」という。)) が公表されたことから、これを踏まえ、企業会計基準委員会は、平成

(27) 佐藤・前掲注(25) 117 頁。なお、ポイント等引当金の計上について、法人税法 22 条 3 項の債務確定基準を充足しないと判断した裁判例として、東京地判令和元年 10 月 24 日公刊物未掲載がある。

(28) 収益認識基準導入前の企業ポイントのうち、付与された時点から即時にサービスが受けられるタイプの企業ポイント（即時使用可能型）については、法人税基本通達 9-7-3《金品引換費用の未払金の計上》の取扱いを準用することにより、未払金の計上を認容しても差し支えないとした論文として、高安満「マイレージサービスに代表されるポイント制に係る税務上の取扱い—法人税・消費税の取扱いを中心に—」税大論叢 58 号 1 頁（2008）がある。

30 年 3 月 30 日において「収益認識に関する会計基準」を公表した。

この基準は、IFRS 第 15 号と整合性を図る便益の一つである財務諸表間の比較可能性の観点から、IFRS 第 15 号の基本的な原則を取り入れることを出発点とし、また、従前、我が国で行われてきた実務等に配慮すべき項目がある場合には、比較可能性を損なわない範囲で代替的な取扱いを追加することにより⁽²⁹⁾、「顧客との契約から生じる収益に関する会計処理及び開示に適用される」規律として開発されたものである（収益認識基準 3 項柱書）。

(ロ) 企業ポイントに適用される取扱い

企業ポイントが、収益認識基準適用指針が定める「当該契約（引用者注：当初の資産の販売等に係る契約のこと。）を締結しなければ顧客が受け取れない重要な権利を顧客に提供するとき」に当たる場合には、上記重要な権利の提供について、既存の契約とは別個の追加の財又はサービスを取得するオプションの履行義務⁽³⁰⁾として取り扱われる（同指針 48 項）。そして、この履行義務に係る収益は、上記追加の財又はサービスが移転することにより履行義務が充足した時に認識される（収益認識基準 35 項）。

この重要な権利の提供とは、例えば、取得側が属する地域や市場における通常の値引きの範囲を超えた値引きを取得側に提供する場合などをいう（収益認識基準適用指針 48 項）。この点、共通ポイントに代表される他社ポイントは、必ずしも当該値引き等が自社で行われるとは限らないためか、取得側に対する重要な権利の提供には当たらないとされる。そのためもあつてか、重要な権利の提供とは自社ポイント

(29) 「企業会計基準第 29 号「収益認識に関する会計基準」等の公表」（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）。

(30) 取得側との契約において、①別個の財又はサービス（あるいは別個の財又はサービスの束）、②一連の別個の財又はサービス（特性が実質的に同じであり、取得側への移転のパターンが同じである複数の財又はサービス）のいずれかを取得側に移転する約束をいう（収益認識基準 7 項）。

に限られると解されている⁽³¹⁾。

そして、付与側が自社ポイントを付与する場合には、履行義務（契約負債⁽³²⁾）が識別されるところ、この場合における売上高又は履行義務の金額は、取引価格⁽³³⁾に対し既存の契約に係る商品等又は自社ポイントの各独立販売価格⁽³⁴⁾の比率を乗ずることにより算出される（収益認識基準 66 項）。このため、自社ポイントと判定された企業ポイントについては、当該ポイントが交換等により将来の財又はサービスが移転する時、又は当該ポイントが消滅する時のいずれかで収益が認識される（収益認識基準適用指針 48 項（収益の繰延べ））。

(ハ) 適用の範囲、対象及び時期

収益認識基準は、顧客との契約の一部が、①企業会計基準第 10 号「金融商品に関する会計基準」の範囲に含まれる金融商品に係る取引、②同基準第 13 号「リース取引に関する会計基準」の範囲に含まれるリース取引、③保険法（平成 20 年法律第 56 号）における定義を満たす保険契約、④顧客又は潜在的な顧客への販売を容易にするために行われる同業他社との商品又は製品の交換取引（例えば、2 つの企業の間で、異なる場所における顧客からの需要を適時に満たすために商品又は製品を交換する契約）、⑤金融商品の組成又は取得に際して受け取る手数料、⑥日本公認会計士協会会計制度委員会報告第 15 号「特別

(31) 太田・前掲注(24)69 頁。他社ポイントのほか、取得側に対し重要な権利の提供とはならない企業ポイントには、商品の販売やサービスの提供に付随しない新規会員加入時や来店時に付与される企業ポイント等がある（収益認識基準 71 項）。

(32) 財又はサービスを取得側に移転する付与側の義務に対して、付与側が取得側から対価を受け取ったものをいう（収益認識基準 11 項）。

(33) 財又はサービスの取得側への移転と交換に付与側が権利を得ると見込む対価の額（ただし、第三者のために回収する額を除く。）をいう（収益認識基準 8 項）。

(34) 付与側が財又はサービスを独立して取得側に販売する場合の価格をいう（収益認識基準 9 項）。なお、企業ポイントの独立販売価格について、直接観察できない場合には、当該ポイントの交換等により取得側が得られると予想される値引きについて、①取得側が当該ポイントの交換等をしなくても通常受けられる値引き、②当該ポイントが交換等される可能性、の各要素を反映して当該ポイントの独立販売価格を見積もることになる（収益認識基準適用指針 50 項）。

目的会社を活用した不動産の流動化に係る譲渡人の会計処理に関する実務指針」の対象となる不動産（不動産信託受益権を含む。）の譲渡に該当する場合には、上記①から⑥に適用される方法で処理する額を除いた取引価格に適用される（収益認識基準 3 項・4 項）。

また、その適用は、平成 17 年 8 月 1 日付「中小企業の会計に関する指針」（日本公認会計士協会、日本税理士会連合会、日本商工会議所、企業会計基準委員会）又は平成 24 年 2 月 1 日付「中小企業の会計に関する基本要領」（中小企業の会計に関する検討会）が用いられる法人⁽³⁵⁾を除き、企業会計原則に優先して令和 3 年 4 月 1 日以後に開始する事業年度⁽³⁶⁾から強制適用され、また、上記の指針及び基本要領に係る対象会社においても任意に適用することができる⁽³⁷⁾。

ロ 法人税における取扱い（自己発行ポイント等に相当する部分の金額を将来の資産の販売等に係る収入の前受けとする方法）

平成 30 年度税制改正後においては、資産の販売等に伴い自己発行ポイント等を付与した場合に、当該ポイント等について、資産の販売等として受領した対価のうち発行した自己発行ポイント等に相当する部分の金額を別の取引（将来の資産の販売等に係る収入）の前受けとして処理することにより、収益の計上を繰り延べることが可能となった（法人税基本通達 2-1-1 の 7）⁽³⁸⁾。

(35) 中小企業の会計に関する指針は、会計基準に基づき計算書類を作成し、公認会計士又は監査法人の監査を受けることとなる、①金融商品取引法の適用を受ける会社並びにその子会社及び関連会社、②会計監査人を設置する会社（任意に会計監査人を設置する株式会社を含む。）及びその子会社を除いた会社を適用対象とし、また、中小企業の会計に関する基本要領も、上記と同様の適用対象による利用が想定されている。

(36) 収益認識基準 81、157 項。なお、IFRS 又は米国会計基準を連結財務諸表に適用する企業からの個別財務諸表に対する収益認識基準の適用ニーズを受け、平成 30 年 4 月 1 日以後開始する事業年度から適用することも可能とされた（同基準 82 項、158 項）。

(37) 「企業会計基準第 29 号「収益認識に関する会計基準」等の公表」（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）本会計基準等の概要（脚注 1）。

(38) 佐藤・前掲注(25) 117 頁、新日本有限責任監査法人編『何が変わる？収益認識の実務～影響と対応』279 頁（中央経済社、2018）。

この取扱いは、会計上、収益認識基準を適用した場合には、対価を得て取得側に対して自社ポイントを付与する部分が独立した履行義務として識別されるところ、これは取引をより精緻に区分しようとするものであるから、収益認識基準に従って自己発行ポイント等の付与による履行義務を当初の資産の販売等とは別の履行義務として区分した場合において、一定の要件を満たすときは、法人税においても、別の取引に係る収入の前受けとして取り扱うこととしたものである。そして、上記「別の取引に係る収入の前受け」という表現が取られたのは、将来、自己発行ポイント等と引換えに資産の販売等を行ったことにより収益が計上される場合に限らず、自己発行ポイント等が失効することにより収益が計上される場合もあり得るためである⁽³⁹⁾。

この通達が適用される自己発行ポイント等とは、第 1 節 2 (1) のとおり、付与側が将来の資産の販売等をした際に、取得側からの呈示を受け、当該呈示のあった単位数等との交換等により、当該将来の資産の販売等に係る値引きをし、無償により資産の販売等をするもので、原則として付与した付与側が運営し、かつ、不特定多数の者に付与するものであって、次の(イ)ないし(ニ)に係る全ての要件を充足するものとされる。

(イ) 自己発行ポイント等が付与された際の資産の販売等に係る契約を締結しなければ受け取れない重要な権利であること

これは、収益認識基準と同様、その付与した自己発行ポイント等が当初資産の販売等の契約を締結しなければ取得側が受け取れない重要な権利を与えるものであるとする要件である。例えば、当該契約が存在する場合と存在しない場合とを比較して、値引きの有無や値引き幅が異なるなど、当該契約を締結しなければ、取得側が得ることのできない将来の財又はサービスの購入等に係る値引き等を受ける権利を与えるものが該当すると考えられる。なお、重要な権利を与えるもので

(39) 佐藤・前掲注(25)117頁。

はないと判断される場合には、上記（１）の収益認識基準適用外処理のとおり、別の履行義務としては区分せず、当初の資産の販売等の際に受け取る対価の全額を収益に計上することになる⁽⁴⁰⁾。

- (ロ) 自己発行ポイント等が発行年度ごとに区分して管理されていること

この要件は、収益認識基準を適用した場合には、一定の自己発行ポイント等について、当初の資産の販売等とは別の取引に係る収入の前受けと取り扱うこととされたが、これは商品引換券等を発行してその対価を受領する場合と経済的には同様のものと考えられる。他方、法人税においては、商品引換券等に係る取扱いとして商品引換券等を発行年度ごとに区分して管理していない場合には、発生原価との対応関係が明らかではないことから、発行年度において一括して収益に計上することとされており（法人税基本通達 2-1-39）、この取扱いとの関係性から自己発行ポイント等における取扱いに関しても同様の要件が付加された。なお、自己発行ポイント等の付与に相当する部分を別の取引として識別し、交換等又は失効までの期間にわたって管理するためには、発行年度別に管理することが前提となる⁽⁴¹⁾。

- (ハ) 自己発行ポイント等に関する権利について、その有効期限を経過したこと、規約その他の契約で定める違反事項に取得側が抵触したことその他の付与側の責めに帰さないやむを得ない事情があること以外の理由により、一方的に失わせることができないことが規約その他の契約において明らかにされていること

この要件は、重要な権利であるというためには、簡単にその権利を喪失させられるようなものは適切ではなく、また、自己発行ポイント等の運営企業等が利益調整に利用することができるようなものも適切ではないため、やむを得ない事由以外の事由により一方的に失わせる

(40) 佐藤・前掲注(25)118頁。

(41) 佐藤・前掲注(25)119頁。

ことができないものに限定された。なお、一定の告知期間を設けてポイントサービスを終了することを規約等において明らかにしているものは、一方的に失わせることができないものに該当する⁽⁴²⁾。

(二) 次の a 及び b をいずれも満たすこと

a(a) その付与した自己発行ポイント等の呈示があった場合に値引き等をする金額（以下、法人税基本通達 2-1-1 の 7 中において「ポイント等相当額」といい、企業ポイントの呈示があった場合に値引き等をする金額については、以下「企業ポイント相当額」という。）が明らかにされており、かつ、将来の資産の販売等に際して、たとえ 1 ポイントの呈示があっても値引き等をするものとされていること（一定単位数に達しないと値引き等の対象にならないものはこの要件を満たす自己発行ポイント等には該当しない）

b) その付与した自己発行ポイント等が当該付与側以外の者が運営するポイント等又は自ら運営する他の自己発行ポイント等で、上記(a)に該当するものと所定の交換比率により交換できることとされていること

上記(a)は、商品等の金品引換券付販売をした場合の取扱い（法人税基本通達 9-7-3：金品引換券が販売価額又は販売数量に応ずる点数等で表示されており、かつ、たとえ 1 枚の呈示があっても金銭又は物品と引き換えることとしているものであるときは、その引換えに要する費用について損金算入を認めるもの）との関係性から 1 単位の自己発行ポイント等であっても値引き等が可能であることが要件とされ、これについては、一定数に達しないと値引き等ができないものは要件を充足しない旨明らかにされた。

なお、自社の商品等と交換する際には一定数を要するものの、他社の企業ポイントへ交換する場合には、1 単位での利用が可能な自

(42) 佐藤・前掲注(25)119 頁。

己発行ポイント等も認められる。このような点を踏まえ、上記(b)は上記(a)の例外として追加されたものである⁽⁴³⁾。

b 当初資産の販売等の対価の額を合理的に割り振ること

また、自己発行ポイント等の付与について、別の取引に係る収入の一部又は全部の前受けとする場合には、当初資産の販売等に際して支払を受ける対価の額を、当初資産の販売等に係る引渡し時の価額等（その販売若しくは譲渡をした資産の引渡しの時における価額又はその提供をした役務につき通常得べき対価の額に相当する金額をいう。）と、当該ポイント等に係るポイント等相当額とを合理的に割り振る必要がある。これは、上記イ(p)のとおり、収益認識基準を適用した際の自社ポイントに係る履行義務は、独立販売価格の比率に基づき取引価格が配分された金額とされている（同基準 66 項）ことから、税務においても会計と同様、適正な対価の額を、当初資産の販売等の額及び自己発行ポイント等に相当する金額に合理的に割り振ることが明らかにされている⁽⁴⁴⁾。

そして、これら法人税基本通達 2-1-1 の 7 による取扱いに基づき、前受けとされた自己発行ポイント等に相当する金額については、当該ポイント等に係る将来の資産の販売等に応じ、失効すると見積られる当該ポイント等も勘案して、その値引き等をする事業年度の益金の額に算入する（同通達 2-1-39 の 3）。また、当該自己発行ポイント等がその付与の日から 10 年が経過した日⁽⁴⁵⁾の属する事業年度の終了の時において行使されずに未計上となっている当該ポイント等がある場合には、当該ポイント等に係る前受けの額を当該事業年度の益金の額に算入すること

(43) 佐藤・前掲注(25)120 頁。

(44) 佐藤・前掲注(25)120 頁。

(45) なお、①付与側が付与した自己発行ポイント等をその付与に係る事業年度ごとに区分して管理しない、又は管理しなくなった場合、②その自己発行ポイント等の有効期限が到来した場合、③付与側が継続して収益計上を行うこととしている基準に達した場合には、これらの事実が生じた日とする（法人税基本通達 2-1-39 の 3(1)及び(2)）。

になる⁽⁴⁶⁾。

なお、国税庁は、平成 30 年において、上記法人税基本通達 2-1-1 の 7 及び同通達 2-1-39 の 3 に係る処理モデルとして、「自社ポイントの付与（論点：履行義務の識別）⁽⁴⁷⁾」を情報発信している（これに関する思考過程は後記 4（2）イ②を参照のこと。）。

3 取得側の経理処理

上記 1 のとおり、企業ポイントの取得側の経理処理を規律した明文は存しないところ、現状、取得側において採られていると考えられる企業ポイントの処理には、次の 2 通りが存在する。

(1) 値引処理

資産の取得若しくは譲受け又は役務の享受（以下「資産等に係る取得等」という。）をする取引側においても、その取得時に企業ポイントに関する処理はされず、対価の全額を費用又は取得原価とする処理が取られる（企業会計原則第二・一 A 及び B 並びに第三・一 A 及び B）⁽⁴⁸⁾。この企業ポイントに係る処理が行われるのは、上記 1 のとおり、その多くは後の取引においてポイント充当に利用された場合と解され、この際は、付与側処理とは対称的にネット金額を費用又は取得価額として計上する処理が行われる（法人税法 22 条 3 項・4 項）。

なお、国税庁が令和 2 年 1 月に公表した「【企業発行ポイントの使用に係る経理処理】⁽⁴⁹⁾」においては、この取得側によるポイント充当の処理を「値引処理」と称し、情報発信している⁽⁵⁰⁾。

(46) 藤曲・前掲注(23)48 頁。

(47) 「○ 収益認識基準による場合の取扱いの例」（https://www.nta.go.jp/publication/pamph/hojin/kaisei_gaiyo2018/pdf/0605_B.pdf（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧））1 頁。

(48) 藤曲・前掲注(23)127 頁。

(49) <https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaishaku/hojin/point.pdf>（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧）。

(50) なお、この情報における備品等の取得費は損金に算入されることが前提に置かれ、

(2) 両建処理

国税庁は、上記「【企業発行ポイントの使用に係る経理処理】」において「両建処理」と称する方法も掲載している。これは、資産等に係る取得等の対価について、その総額を費用等として計上するとともに、当該費用等の見合いとして、ポイント充当額の雑収入と当該充当額が相殺された後の流動資産等の支出額を両建てする処理である（いわゆるグロス金額による処理である。）。

4 収益認識基準処理を適用した場合の両当事者の経理処理（モデル取引）

以下においては、法人税基本通達 2-1-1 の 7 所定の自己発行ポイント等を適用した場合における付与側・取得側双方の経理処理の実例を示す。

(1) 設例

X 1 年 3 月 23 日、商品 A〔消耗品〕 10,000 円を現金で購入し、この際、自己発行ポイント等 100 を取得した（1 ポイント 1 円として利用可能）。この自己発行ポイント等を X 1 年 6 月 3 日の商品 B〔消耗品〕 1,000 円の購入時に、対価の一部としてポイント充当をした。

なお、販売側の予想する将来の自己発行ポイント等の利用確率は 80%であった。

(2) 当事者の処理

イ 付与側

① 収益認識基準適用外処理⁽⁵¹⁾

資産の取得価額が構成されることは想定されていないようである。

(51) 国税庁「収益認識に関する会計基準」への対応について～法人税関係～（平成 30 年 5 月）（https://www.nta.go.jp/publication/pamph/hojin/kaisei_gaiyo2018/pdf/01.pdf（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧））20～21 頁、太田・前掲注(24)66 頁。

[商品 A の販売時（自己発行ポイント等の付与時）の処理]

現金 10,000 / 売上高(商品 A) 10,000

※ 自己発行ポイント等に関する処理は行われない。

[商品 B の販売時（自己発行ポイント等の利用時）の処理]

現金 900 / 売上高(商品 B) 900

※ ポイント充当額は、売上高の減少額によって吸収される。なお、対価の全額がポイント充当された場合には経理処理は生じない。

② 収益認識基準処理⁽⁵²⁾

[商品 A の販売時（自己発行ポイント等の付与時）の処理]

現金 10,000 / 売上高(商品 A) 9,921

契約負債 79

※ 取引価格 10,000 を商品 A 10,000 及び自己発行ポイント等 80 (100×80% (自己発行ポイント等の利用確率)) の各独立販売価格の比率で按分し、売上高と自己発行ポイント等に配分された契約負債（前受金）をそれぞれ計上する。

[商品 B の販売時（自己発行ポイント等の利用時）の処理]

現金 900 / 売上高(商品 B) 979

契約負債 79

※ ポイント充当額(100)は、契約負債(79)の消滅をもって収益として認識される。

(52) 国税庁・前掲注(51)20～21 頁、国税庁・前掲注(47)、太田・前掲注(24)67 頁、桜井久勝『財務会計講義 第 20 版』127 頁（中央経済社、2019）、佐藤・前掲注(25)116 頁。

ロ 取得側

① 値引処理⁽⁵³⁾

[商品Aの取得時（自己発行ポイント等の取得時）の処理]

消耗品費(商品A) 10,000 / 現金 10,000

※ 自己発行ポイント等に関する処理は行われない。

[商品Bの取得時（自己発行ポイント等の利用時）の処理]

消耗品費(商品B) 900 / 現金 900

※ ポイント充当額は、流動資産等の減少額によって吸収される（いわゆる仕入値引）。なお、対価の全額がポイント充当される場合は、経理処理は生じない。

② 両建処理⁽⁵⁴⁾

[商品Aの取得時（自己発行ポイント等の取得時）の処理]

消耗品費(商品A) 10,000 / 現金 10,000

※ 上記①と同様の処理となる（自己発行ポイント等に関する処理は行われない。）。

[商品Bの取得時（自己発行ポイント等の利用時）の処理]

消耗品費(商品B) 1,000 / 現金 900

雑収入 100

※ ポイント充当額は、雑収入として収益認識される。

第 3 節 企業ポイントを取得した場合の法人税の取扱い

法人税法は、課税標準を各事業年度の所得の金額とし（法人税法 21 条）、課税物件を法人の所得とするが、そもそも課税物件たる所得概念には講学上、制限的所得概念と包括的所得概念の 2 つの考え方が存在する。このうち制限的所得概念とは、人が稼得する様々な経済的利益のうち、反復・継続的利得のみを

(53) 国税庁・前掲注(47)、国税庁・前掲注(49)、藤曲・前掲注(23)127 頁。

(54) 国税庁・前掲注(49)、藤曲・前掲注(23)127 頁。

担税力ある所得と捉えるものであり、他方、包括的所得概念は反復・継続的な利得に限ることなく、一時的・偶発的・恩恵的利得も含めて人に帰属するあらゆる経済的利益を担税力ある所得として捉え、課税の対象とする⁽⁵⁵⁾。この点、近年においては、国家行政行動の増大による財政需要の高まりや課税の公平の観点から、我が国も含めた多くの国では包括的所得概念が支持されており⁽⁵⁶⁾、法人税法における所得についてもこの概念によって構成されていると解されている⁽⁵⁷⁾。

法人税における所得の金額は、当該事業年度の益金の額から当該事業年度の損金の額を控除することで計算され（同法 22 条 1 項）、このうち益金の意義については、同条 2 項が「内国法人の各事業年度の所得金額の計算上当該事業年度の益金の額に算入すべき金額は、別段の定めがあるものを除き、資産の販売、有償又は無償による資産の譲渡又は役務の提供、無償による資産の譲受けその他の取引で資本等取引以外のものに係る当該事業年度の収益の額とする。」と規定する。

上記規定は、益金の額を「取引に係る収益」とする。この点、通説においては、法人税法がその取引を法的取引としつつ、原則として実現した利益のみを所得として観念（実現主義）し、未実現利益を課税の対象から除外していることを意味するが、実現した利益は原則として全て益金に含まれる、というのがこの規定の趣旨とされる。このため、取引により生じた損益は、営業取引によるものか営業外取引によるものか、また、金銭の形態をとっているかその他の経済的利益の形態をとっているかといった源泉のいかんや利得の形式等を問わず、益金を構成すると解されている⁽⁵⁸⁾。

包括的所得概念の下において未実現利益は、我が国の立法政策上、帰属所

(55) 岩崎政明『ハイポセティカル・スタディ租税法〔第 3 版〕』186 頁（弘文堂、2010）。

(56) ゲオルグ・シャンツ、ロバート・ヘイグ、ヘンリー・サイモンズの 3 名によって主張された考え方で、金子宏教授が提唱した租税に関する法的考察の中心概念である（淵圭吾「所得の構成要素としての純資産増加」金子宏＝中里実ほか編『租税法と市場』92 頁（有斐閣、2014））。

(57) 岩崎・前掲注(55)186 頁、金子宏『租税法〔第 23 版〕』195、338 頁（弘文堂、2019）。

(58) 金子・前掲注(57)337 頁。

得⁽⁵⁹⁾と合わせて課税所得から除外されている⁽⁶⁰⁾。このうち未実現利益とは、人の担税力を増加させる経済的利益の発生は認められても、当該発生の時点では、所得として認識しない利益をいうが⁽⁶¹⁾、これは、未実現利益等が本質的に所得を構成しないからではなく、それらを捕捉し評価することが困難であるからとされる⁽⁶²⁾。

第 2 節 1 のとおり、法人税法上、企業ポイントの取得側の処理を規定した別段の定めはなく、また、一般に公正妥当と認められる会計処理の基準（同法 22 条 4 項。以下「公正処理基準」という。）について判断すべき会計基準ないし会計慣行も存在しない。この点、取得された企業ポイントは何らかの権利と解されることから、この無償で取得する企業ポイントが益金に当たるとした場合には、同条 2 項が例示する⁽⁶³⁾「無償による資産の譲受け」に該当することになる。また、企業ポイントは、交換等によりその用途が具体化するから、上記企業ポイントの取得時点において益金を認識し得ないとの結論に達した場合には、その交換等の時点において益金の該当性を検討すべきことになる。

よって、次章においては、企業ポイント取得時の益金認識の可否を検討し、これにより益金が認識し得ないとの結論に至った場合には、次々章を設けることにより、交換等をした時点での益金認識の可否について再検討する。

(59) 自己の財産の利用及び自家労働から得られる経済的利益のことをいう（金子・前掲注(57)196 頁）。

(60) 岩崎・前掲注(55)187 頁。なお、立法政策の在り方に関する最高裁判断として、最大判昭和 60 年 3 月 27 日（民集 39 卷 2 号 247 頁）がある。

(61) 岩崎・前掲注(55)187 頁。

(62) 金子・前掲注(57)197 頁。

(63) 武田昌輔編『DHC コメントール法人税法』1105 の 2、1107 の 5 頁（第一法規、2009）。

第 2 章 企業ポイント取得時の益金認識

本章では、企業ポイントの法的性質ないしは経済的性質を検討することにより、企業ポイント取得時における益金認識の可否について考察する。

第 1 節 企業ポイント取得時に益金を認識する際の法的根拠

法人税法 22 条 2 項は、益金の額について「資産の販売、有償又は無償による資産の譲渡又は役務の提供、無償による資産の譲受けその他の取引で資本等取引以外のものに係る当該事業年度の収益の額とする。」と規定し、「無償による資産の譲受け」を上記その他の取引の例示とする。そして、この無償による資産の譲受けについては金銭に限ることなく、現物資産の受贈も会計による無償取得資産の取得原価の時価評価（企業会計原則第三・五 F⁽⁶⁴⁾）に準拠して益金の額に算入されると解されている⁽⁶⁵⁾。

企業ポイントの法的性質ないしは経済的性質に関しては、次節以降で具体的な検討を行うが、第 1 章第 3 節のとおり、取得された企業ポイントは何らかの債権と解されるところ、当該ポイントは取得側からの権利行使によって具体的な使途が確定するから、取得後、交換等の意思表示がされるまでの企業ポイントは上記債権等（以下、取得後、交換等がされるまでの企業ポイントについては「企業ポイントに係る債権」ともいう。）のまま、その状態が維持される。この点、本稿で取り上げる企業ポイントは、取得側が無償で取得するものに限られるから、企業ポイントに係る債権が同項所定の「資産」に当たる場合には、無償による資産の譲受けとしてその取得時に益金を認識することになる。

よって、次節以降においては、取得側によって取得された企業ポイントに係る債権が同項所定の資産に該当するか否かについて考察する。

(64) この規定は、「贈与其他無償で取得した資産については、公正な評価額をもって取得原価とする」と定めている。

(65) 谷口勢津夫『税法基本講義〔第 5 版〕』373、376 頁（弘文堂、2016）。

第 2 節 資産該当性に関する考察

本節においては、企業ポイントに係る債権についての資産概念の充足性を検討する。

1 法人税法における資産概念

以下においては、法人税法が定める資産概念についての検討を行う。

(1) 法人税法の考え方

租税法上「資産」という用語は、定義することなしに用いられているが、租税法又は商法が、法人税法 22 条 4 項等又は会社法 431 条において企業会計との整合性を重視していることからすれば、基本的な租税法の資産概念は、私法及び企業会計の資産概念に準じていると解される。この点、商法は債権者保護、企業会計は期間損益の適正な計算をそれぞれ目的とするから、租税法は租税法主義と租税公平主義の下、公平かつ適正な課税の実現という租税法独自の目的に基づき微妙に乖離していくことも避けられないと解され⁽⁶⁶⁾、その判断に当たっては、社会通念あるいは常識上の概念と乖離せず、また、大量、回帰的に発生する事象に対処すべく、可能な限り画一的な基準によるべきと考える⁽⁶⁷⁾。

(2) 民法における整理

民法において資産は「財産」とされ、このうち企業ポイントが該当する可能性があるものとして契約上の債権がある。この契約上の債権には、財産権の中核をなす給付義務に対応する債権のほか、当該給付義務の履行に付随して生ずる付随義務が存するため、これに対応する債権が想定されることもある。よって、企業ポイントは、資産の販売等に係る給付義務の履

(66) 西山由美「「資産」の意義」金子宏＝中里実編『租税法と民法』54 頁（有斐閣、2018）。

(67) 茂木繁一「税法上の所得概念の解釈について—不法原因等による利得の課税をめぐって—」税大論叢 7 号 13 頁（1973）。

行に付随した債権として認識することが可能と考えられるが、かかる債権は強制的に実現することが観念できないなどとされる⁽⁶⁸⁾。

なお、令和 2 年 4 月には、民法 548 条の 2 《定型約款の合意》が施行されたことから、今後、ポイントサービスが本来の取引契約に係る給付義務に当たると判断されることもあり得るとした見解も認められる⁽⁶⁹⁾。

(3) 会社法及び企業会計における整理

イ 会社法（会社計算規則）においても資産に関する定義は存在しない。

その概念は、法律上権利を有するものには限定されず、ノウハウやのれんに共通する将来の純キャッシュ・フローに対しプラスの影響を与えるものも含め、換金性（処分価値があること）があるものよりも広い範囲の「財産的価値のあるもの」というのが支配的であり、その判断においては「一般に公正妥当と認められる企業会計の慣行」がしん酌される（同規則 3 条）。

具体的には、会社法 435 条 1 項の委任を受けた会社計算規則が貸借対照表等の表示に関する規定（同規則 72 条以下）を置き、資産の部に表示すべき資産について、適当な項目に細分化することを要求する。これは適当な名称を付すことのみを要求したものとされる（同規則 73 条、74 条）⁽⁷⁰⁾。

また、企業会計原則は、「贈与その他無償で取得した資産については、公正な評価額をもって」貸借対照表に表示すべきと定める（無償取得資産の評価：同原則第三・五 F）。よって、仮に企業ポイントが資産に該当し、上記規則が掲げる項目によって区分された場合には、「投資その他の資産」（会社計算規則 74 条 3 項 4 号チ）として処理される。

ロ また、企業会計上の資産とは、企業が過去の事象として支配している

(68) 内田貴『民法Ⅲ 第 3 版 債権総論・担保物権』5、12 頁（東京大学出版会、2005）。

(69) 山本翔＝小林直弥「無償の付帯サービスと定型約款の変更ルールとの関係性 ポイントサービスなどをめぐる問題」*Business Law Journal*142 号 52 頁（2020）。

(70) 弥永真生『コンメンタール会社計算規則・商法施行規則 [第 3 版]』363 頁（商事法務、2017）。

現在の経済的資源のことをいい、経済的便益をもたらす権利とされる。資産の要件として特に重要とされるのは、①特定の企業による支配と、②経済的資源の 2 点にある。このうち特定の企業による支配とは、経済的便益の帰属性を意味し、この帰属性ないし支配は一般的には法律上の権利とされるが、これは必要条件ではなく、第三者がアクセスすることを禁止する趣旨とされる。また、経済的資源とは、資産という具体的な形態をとり、直接的であるか間接的であるかを問わず、当該企業への経済的便益、すなわちキャッシュ・フローに貢献する潜在能力をいう。潜在能力は、生産能力を指すこともあれば、キャッシュ・インフローへの転換可能性又はキャッシュ・アウトフローを減少させる能力を指すこともあり、要するに企業のキャッシュ・フローに貢献するものをいう。そして、資産は販売に用いられ、他の資産と交換されることにより、企業に経済的便益をもたらす。

なお、これらの経済的便益は貨幣額で合理的に測定できるものとされ⁽⁷¹⁾、その評価においては、それが将来に生み出すと期待される正味キャッシュ・フローの流列を、資本のコストで割り引いた現在価値にすべきとされる⁽⁷²⁾。

2 企業ポイントに関する過去の検討状況

以下においては、企業ポイントに関する行政機関等の法的規制及び制度整備の状況並びに先例研究による法的評価について概観する。

(1) 行政機関等による法的規制及び制度整備の状況

行政機関等による企業ポイント一般を対象とした法的規制及び制度整備に関しては、平成 19 年から平成 21 年頃にかけて議論及び検討がなされたが、現状においても具体的な法的規制等がなされる動きは見られない。

以下、行政機関等の報告書等に記載された議論等の要旨を紹介する。

(71) 広瀬義州『財務会計（第 13 版）』40、187 頁（中央経済社、2015）。

(72) 斎藤静樹『会計基準の研究〈新訂版〉』53 頁（中央経済社、2019）。

イ 平成 19 年 7 月「企業ポイントのさらなる発展と活用に向けて」（経済産業省（以下「経産省」という。）商務流通グループ・企業ポイント研究会）

企業ポイントの利用実態に関する取りまとめと新たな活用法の提案等を行ったが、取得側の保護及び会計処理上の留意点を指摘するに止まった。

ロ 平成 20 年 12 月 26 日「商取引の支払サービスに関するルールのあり方について」（経産省産業構造審議会産業金融部会・流通部会・商取引の支払に関する小委員会）⁽⁷³⁾

現状において企業ポイントは、利用対象や利用条件における制約も大きく、一般的に「どこでも」「誰にでも」用いることができる決済手段とはいえず、法的な規制が必要な段階ではない。

さらに、企業ポイントとの交換等により他の企業ポイントを取得した場合には、前払式証票の規制等に関する法律⁽⁷⁴⁾の適用対象とすべきであるという議論にも触れ、①取得側が対価を支払っているとは評価できないこと、②企業ポイントの交換等により得た企業ポイントであるか否かで運営企業も取得側も価値が異なるとは認識していないため、企業ポイントの交換等によって取得した企業ポイントのみを規制することは期待されていないこと等の理由を指摘し、同法の適用対象とすることは妥当ではないと結論付けた。

ハ 平成 21 年 1 月 14 日「資金決済に関する制度整備について－イノベーションの促進と利用者保護－」（金融庁金融審議会金融分科会第二部会）⁽⁷⁵⁾

(73) 下記ニの経産省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と並行し、収納代行（コンビニによる公共料金の収納等）、代金引換及び電子マネー等、新たな代金の決済手段の発展・多様化に伴い、取得側の保護と運営企業のイノベーションの両立を図るためのルールの構築に関する検討が行われた（北浜・前掲注(14)183頁）。

(74) 平成 22 年の資金決済法の施行に伴い廃止された。

(75) ポイントサービス、収納代行、代金引換、電子マネー等の新しい決済手段につい

企業ポイントについては、法的規制は必要ないとの考え方と規制が必要であるとの考え方の両論が併記されたが、結果として、企業ポイントを主眼とした法的規制を導入すべきという結論にはならなかった。

規制を不要とする考え方としては、①企業ポイントは、前払式支払手段とは異なり、取得側から対価を得ず、基本的に景品・おまけとして無償で発行されているとともに、財・サービスの利用範囲が限定されており、法規制を設ける必要はなく、取得側の保護に向けた運営企業の自主的な取組で対応することで問題はない、②企業ポイントの交換等により得られる特典等の変更・削減や交換等の期限の短縮など、取得側が一方的に不利益な取扱いを受けたり、運営企業が破綻した場合にも取得側の利益が保護されないことがあり得るが、これらについては一般的な消費者保護の制度等で対応すれば足りる、③運営企業が企業ポイントに過度の流通性・汎用性を与えることは考えにくく、決済手段としての機能は限定的であり、現状では制度整備は必要ないとした。

他方、規制が必要との考え方として、①取得側は企業ポイントに対して支払を行っているとの認識がある、あるいは、支払があるとまではいえなくとも得られる企業ポイントを考慮して財・サービスの購入を判断していること、企業ポイントの発行が多額になっていること、企業ポイントでの支払や企業ポイントによる交換等の対象が広がっていることなどから、なんらかの取得側の保護が必要であり、運営企業の自主的な取組では不十分である、②取得側が一方的に不利益な取扱いを受けるなど、運営企業が破綻した場合に一般的な消費者保護の制度では不十分である、③企業ポイントは決済手段として利用される機会が増えており、決済手段としての企業ポイントについてはなんらかの制度整備が必要である、といった考え方が述べられている。

さらに、企業ポイントによる他の企業ポイントへの交換等に関しても、

て、その法的な位置付けの整理、イノベーションの促進及び取得側の保護を図るべく制度整備の在り方についての検討が行われた（北浜・前掲注(14)184頁）。

その法的性質や経済的機能、法的規制の必要性が一般的な企業ポイントと異なるか否かについて両論が併記された。

- ニ 平成 21 年 1 月「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」(経産省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)⁽⁷⁶⁾

運営企業及び取得側に対するアンケートを基に、両者の認識のズレが指摘され、運営企業における取得側の保護に向けた対策として、プログラムに対する十分な説明を行い、取得側とのトラブルを予防すべきである等の提言がなされた。そして、企業ポイント発行時の届出、登録手続の導入や供託義務を課すといった運営企業への法的規制については、運営企業の取組を踏まえ、慎重かつ十分な検討が必要であるとされた(直ちには法的規制が必要とはされなかった)。この際は、プログラムの権利義務については、運営企業と取得側との民法上の契約と評価されることから、企業ポイントの権利性や法的性質は当事者間の合意によって決定される。そして、通例は、運営企業が規約ないし約款等により、その内容を一律に決め、取得側がこれに合意の有無を選択する、いわゆる民法上の付合契約⁽⁷⁷⁾とし、当該規約等の内容は、関連諸法令等に抵触しない限りにおいて、自由に定めることが可能である旨整理している。

- (2) 先行研究による法的評価⁽⁷⁸⁾

ポイントサービスは運営企業と取得側との間の民法上の契約と評価され、その権利性や法的性質は当事者間の合意によって決定される。そのため、

(76) ポイントサービスの高度化・複雑化に伴い、取得側とのトラブルも増加してきていることを踏まえ、各運営企業のポイントサービス導入の実態と企業ポイントに関する取得側の認識・期待を分析することにより、企業ポイントの発行体において取組が必要な点の検討が行われた(北浜・前掲注(14)182頁)。

(77) 契約当事者の一方があらかじめ定めた定型的な条項によって契約内容が規定され、相手方はこれを包括的に承認するか否かの選択しかできない契約であり、上記条項のことを約款ないしは普通契約条款という(『有斐閣 法律用語辞典【第4版】』988頁(2012)、内田貴『民法Ⅱ 第3版 債権各論』17頁(東京大学出版会、2011))。

(78) 上田正勝「企業が提供するポイントプログラムの加入者(個人)に係る所得税の課税関係について」税大論叢 78 号 237 頁(2014)。

法的性質は、個々の契約ごとに検討する必要があるが、少なくとも、契約当事者である運営企業と取得側が企業ポイントに関して共通して有している意思是、付与の元になった取引とは別の何らかの給付を請求できる権利が付与されたもの、ということ是可以する。つまり、ポイントサービスの法的性質は、まず、対価を支払うことなく給付を受けることができるということから、贈与契約であるといえる。

一方、贈与契約として契約が成立しても、具体的に、受贈者である取得側による交換等の意思表示があつて初めて贈与契約の目的物が確定することとなる。つまり、取得側の意思表示が停止条件として機能しているといえる。他方、規約等により贈与者である運営企業は、取得側からの交換等に関する意思表示により目的物が確定するまでは、取得側が選択できる贈与の目的物を変更する権利、さらには、贈与契約を解除する約定解除権が与えられている。

これらを総合すると、ポイントサービスにより取得側が得る債権とは、法的には、(取得側による意思表示という停止条件が成就するまでは、運営企業により行使可能な約定解除権等を付与した)停止条件付贈与契約による債権であると評価できる。

3 関連諸法令による法的規制

以下においては、企業ポイントに関連する法令についての検討を行う。

(1) 資金決済法との関係

資金決済法は、①金額等の財産的価値が記載されていること、②金額・数量に応じ対価を得て発行されるものであること(前払い)、③対価の弁済等に利用できることの各要件を満たすものを「前払式支払手段」(同法3条1項)と定義する。具体的には、デパート商品券やクオカードといった証票に対し金額や数量が記録されているものと、前払式電子マネー⁽⁷⁹⁾をはじめ

(79) あらかじめ入金(チャージ)をした上で、その金額の範囲内で利用できる形式のものをいう。他方、利用後、一定の期日に指定した口座から利用額が引き落とされる形

めとする電子的方法により金額等が記録されたものとの 2 類型がある。

前払式支払手段の発行者には、参入規制（同法 5 条、7 条等）のほか、行為規制として発行保証金の供託義務が課される。この供託義務は、基準日現在の前払式支払手段に係る未使用残高が 1,000 万円を超える場合に、その基準日未使用残高⁽⁸⁰⁾の 2 分の 1 以上の額に相当する金銭を発行保証金として、当該基準日の翌日から 2 か月以内に主たる営業所・事務所の最寄りの供託所に供託する制度である（同法 14 条 1 項、資金決済に関する法律施行令 6 条、前払式支払手段に関する内閣府令 24 条 1 項）。

そして、前払式支払手段の発行者において、破産手続開始の申立て等の事由が生じた場合には、発行保証金について、他の債権に優先して利用者に還付し（資金決済法 31 条）、また、発行者が前払式支払手段の発行を廃止した際の払戻し義務を課す（同法 20 条 1 項）など、利用者の保護を図っている。

（2）消費者契約法との関係⁽⁸¹⁾

ポイントサービスは、運営企業が作成した企業ポイントに関する規約ないし約款等に基づき、運営企業と取得側との間で運用されることから、運営企業及び取得側の契約として消費者契約法所定の消費者契約（同法 2 条 3 項）に該当する。

上記の規約等に関しては、運営企業に対して情報提供の努力義務が課されるほか、取得側の利益を一時的に害する規約等の条項は同法 10 条により無効となることがある。このほか、企業ポイントの付与条件等についての運営企業からの告知において、その内容に虚偽がある場合には、取得側に取消権を認める場合がある。

消費者契約法は、運営企業が、取得側に対し消費者契約の締結を勧誘す

式のものとして「後払式電子マネー」又は「ポストペイ型電子マネー」があり、これらはクレジットカードの枠組みとして理解されている（北浜・前掲注(14)4頁）。

(80) 前払式支払手段の発行者が毎年 3 月 31 日及び 9 月 30 日までに発行したすべての前払式支払手段の未使用残高の合計額をいう（資金決済法 3 条 2 項柱書）。

(81) 北浜・前掲注(14)186頁。

るに当たり、重要事項について事実と異なることを告げ、これを取得側が事実であると誤認して契約の締結をした場合には、取得側に取消権の行使を認める（同法 4 条 1 項 1 号：不実告知）。また、運営企業が、消費者契約の締結を勧誘するに際し、取得側にとっての重要事項又はそれに関連する事項について、取得側にとって有利となる事実を告げ、かつ、当該重要事項について取得側の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと取得側が通常考えるべきものに限る）を故意又は重大な過失によって告げなかったことにより、その事実が存在しないと誤認して契約を締結した場合にも取消権を認める（同法 4 条 2 項：不利益事実の不告知）。

（3）不当景品類及び不当表示防止法との関係

不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」という。）は、価格やその他の取引条件について、実際のもの又は競争事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示、有利であると誤認するような表示又は誤認されるおそれがある表示を禁止しており、これらの違反に対しては課徴金納付命令又は措置命令が行われる（同法 5 条、7 条、8 条）。

また、過大な景品類の提供により消費者の適正な商品選択が歪められることを防止するため、告示により一般懸賞規制⁽⁸²⁾及び総付景品規制⁽⁸³⁾などを設け、これに違反した場合には、措置命令を行う（同法 3 条、4 条、6 条、7 条）。

この点、企業ポイントは利用先がその発行体企業に限定され、かつ、将

(82) 提供する景品類の価額の総合計額が、懸賞に係る取引の売上予定総額の 2%以内であること（公正取引委員会「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和 52 年 3 月 1 日公正取引委員会告示第 3 号、最終改正平成 8 年 2 月 16 日公正取引委員会告示第 1 号）2 項、3 項）。

(83) 懸賞以外の方法による提供（商品の購入者への提供や来店者への提供等）の場合には、①景品類の提供の対象となる取引の価額が 1000 円未満であれば提供できる景品類の価額は 200 円、②1000 円以上の場合に提供できる景品類の価額は取引の価額の 20%の額までとされる（内閣府「一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限」（昭和 52 年 3 月 1 日公正取引委員会告示第 5 号、最終改正平成 28 年 4 月 1 日内閣府告示第 123 号）1 項）。

来の取引での決済手段としてのみ利用できるもの⁽⁸⁴⁾を除き、上記各規制の対象とされる。

4 利用規約等に関する具体的検討

クレジットカード会社及び通信事業会社が提供するポイントサービスの利用規程、利用規定又は利用規約などの約款、及び Web に掲載されたサービス利用上の取決め（会員のみを対象とするサイトを除く。以下、約款及び取決めを総称して「利用規約等」という。）の要旨を取りまとめた別添資料 1 ないし 12 に基づき、そのサービス内容を分析した結果は、次のとおりである。

なお、説明に当たっては、以下の符号を用いることとする。

- ① ワールドプレゼント（三井住友カード株式会社系列のクレジットカードで提供される企業ポイント）〔別添資料 1〕
- ② グローバルポイント（運営企業：三菱 UFJ ニコス株式会社及び同社が指定するカード発行会社）〔別添資料 2〕
- ③ グローバルポイント（コーポレート）（同）〔別添資料 3〕
- ④ Oki Doki ポイント（三菱 UFJ ニコス株式会社が発行する JCB 提携クレジットカードに基づき付与されるものに限る。運営企業：カード発行会社及び株式会社ジェーシービー）〔別添資料 4〕
- ⑤ Oki Doki ポイント（運営企業：カード発行会社及び株式会社ジェーシービー）〔別添資料 5〕
- ⑥ 暮らスマイル（運営企業：株式会社オリエントコーポレーション）〔別添資料 6〕
- ⑦ メンバーシップ・リワード®（運営企業：アメリカン・エクスプレス・インターナショナル Inc. 日本支社）〔別添資料 7〕
- ⑧ 永久不滅ポイント（運営企業：株式会社クレディセゾン）〔別添資料 8〕
- ⑨ d ポイント（運営企業：株式会社 NTT ドコモ）〔別添資料 9〕

(84) 正当な商慣習に照らして値引きと認められる経済上の利益とみなされ、規制の対象外とされる（北浜・前掲注(14)198 頁）。

- ⑩ au ポイント（運営企業：KDDI 株式会社及び沖縄セルラー電話株式会社）〔別添資料 10〕
- ⑪ KDDI まとめてオフィスポイント（運営企業：KDDI 株式会社）〔別添資料 11〕
- ⑫ 法人企業向け T ポイント（運営企業：株式会社 T ポイント・ジャパン）〔別添資料 12〕

（1）企業ポイントの提供等

他社のポイントサービスを提供する④及び⑫を除くプログラムは、付与側の事業に係る主宰企業又はその系列企業が独自に組成し、提供するプログラムである。また、これらプログラムは、利用規約等が存しない①を除き、上記の主宰企業等によって運営されていることが確認できる。

（2）プログラムの利用要件

プログラムの利用は、おおむねクレジットカード又は通信事業サービスの利用契約（以下「主契約」という。）の締結と同時に取得する、会員資格を要件とする。なお、会員資格の取得に当たり、別途手続を要するものもある（⑨及び⑩）。

（3）付与の対象となる取引及び付与率

付与の対象は、クレジットカード又は通信事業サービス等の利用金額とされ、おおむね月額の利用金額 1,000 円当たりの付与率を定めている。このうちクレジットカードの利用金額を対象とするものは、その多くは利用金額 1,000 円に対し 1 単位の付与率を基本とするが、通信事業サービスにおける付与率は各社まちまちである。

（4）付与の相手方

おおむねのプログラムは、その付与先を法人とする（②、④、⑤及び⑧（コーポレート型クレジットカードを除く）、⑨ないし⑫）が、③及び⑧のうちコーポレート型クレジットカードに係る付与の相手方は、法人又はカ

ード利用者（カードの名義人）のいずれかに分かれる⁽⁸⁵⁾。

(5) 保有数量の確認方法

保有数量については、いずれのプログラムもインターネット上に設けられた各社ホームページの会員限定サイト等において確認することができ、一部には、クレジットカード又は通信事業サービスの利用金額に関する請求書類により、確認ができるものもある（②ないし⑨及び⑩）。また、電話での問合せに応じるものも認められる（④、⑤、⑧及び⑩）。

(6) 用途（交換ないし利用の方法）

用途としては、i 食料品、衣類、家具、電気機器、生活雑貨といった物資やグルメ、理美容をはじめとするサービス、ii 商品券、ギフトカード、プリペイドカード、iii 食料品をはじめとする製品、又は食事、宿泊若しくは映画観賞といったサービスを無償で取得又は享受（以下「取得等」という。）する優待チケット類、iv 共通ポイントや航空系会社のマイレージといった他社が発行する企業ポイント、v 電子マネー⁽⁸⁶⁾への交換のほか、vi 一定の手続を経ることにより現金への交換ができるプログラムもある（⑫）⁽⁸⁷⁾。また、vii 購入等をした商品等の対価又はクレジットカード会社若しくは通信事業会社からの請求金額等とキャッシュバック（相殺）を行うポイント充当、viii 各種学術又は慈善事業等を行う法人又は団体（以下「法人等」という。）に対する寄付（チャリティ）としての利用に加え、ix 保有

(85) なお、コーポレートカードには、その利用代金等が法人口座から直接決済されるいわゆる会社決済型と役員及び社員の個人口座から決済されるいわゆる個人決済型の2類型が存在する。なお、別添資料に記載したクレジットカードに係るポイントプログラムについては、規約等の定めがなく、かつ、Webによる企業ポイントに関する取決め等の閲覧を会員のみ限定するものも存するため、全てのコーポレートカードに係る企業ポイントの付与先は確認できていない。

(86) 具体的には、楽天 Edy（別添資料 1、4 及び 5）、JCB プレモカード Oki Doki チャージ（同 4 及び 5）、Suica（同 8）がこれに当たる。

(87) 法人企業向け T ポイントによる利用の可否は確認できていないが、個人向け T ポイントについては、Yahoo!ウォレット受取口座としてジャパンネット銀行口座を登録した Yahoo! JAPAN ID を所持することにより、現金（預金債権）に交換することが可能とされる（<https://support.yahoo-net.jp/PccPoints/s/article/H000004566>（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧））。

ポイントの運用 (⑧)⁽⁸⁸⁾など、各プログラムにおいて多種・多様な特典等が用意されている。

なお、多くのプログラムにおいては、上記viiのキャッシュバック(相殺)が取り入れられており、この際は、円貨で表示された請求金額等と企業ポイントとの換算レートに基づき交換等が行われる(①、②、④、⑤及び⑦ないし⑫)。

(7) 交換等に必要な最少数量

1単位から交換等に用いることができるもの(①、②及び⑨ないし⑫)と、一定数量に達するまでは交換等ができないもの(③ないし⑥)がある。

(8) 権利の移転

譲渡については、ほとんどのプログラムで禁止されており(②ないし⑫)、また、質入れ(④ないし⑥及び⑩)、担保(⑥、⑩及び⑪)や他人との共有・貸与(④、⑤、⑩及び⑪)を禁止するものも多い。なお、契約上の地位が異動した際に承継されるものもある(⑨及び⑩)。

(9) 有効期限及び権利の喪失等

有効期限のない⑧を除き、取得から短いもので1年、長いものでも5年が経過すると、企業ポイントの権利は失効する。また、ほとんどの企業ポイントは、主契約の解約又は無効、会員資格の取消し又は喪失等により、その権利は失効する(①ないし⑪)。

(10) プログラムの終了、停止及び変更等

ほとんどの運営企業において、プログラムを終了又は中止し、また、その内容を変更することができる(②ないし⑫)。なお、利用規約等に関する改定の権限を別途、定めているプログラムも多い(④ないし⑨及び⑪)。

(88) 永久不滅ポイント及び同ポイントの移行先であるマネックスポイントは、これに該当する。

5 収益認識基準等からの検討

第 1 章第 2 節 2 (2) ロのとおり、現行の法人税は、収益認識基準による処理を容認している（法人税基本通達 2-1-1 の 7《ポイント等を付与した場合の収益の計上の単位》）。これは、過度に保守的な会計処理や恣意的な見積りが可能な会計処理については、公平な所得計算の観点から問題があるものの⁽⁸⁹⁾、取引をより精緻に区分しようとの前提の下、企業ポイントの付与側が、上記基準に基づいて当該ポイントに係る履行義務を当初の資産等の販売等とは別個のものと区分した場合（収益認識基準 17 項及び同基準適用指針 48 項）には、法人税においても一定の要件を満たすことを条件に、別の取引に係る収入の前受けとして取り扱うこととしたものである⁽⁹⁰⁾。なお、企業ポイントの付与による履行義務は、実務上は「契約負債」として認識される（同 4 (2) イ②）ところ、この契約負債とは、財又はサービスについて取得側に移転する付与側の義務に対し、付与側が取得側から対価を受け取ったものとされる（収益認識基準 11 項）。

また、同 2 (2) イ(イ)のとおり、収益認識基準の導入前の我が国においては、収益認識に関する包括的な会計基準はなく、売上高については企業会計原則に定められた実現主義に基づき、その処理が行われていた（同原則第二・三 B）。他方、平成 26 年 5 月には、国際会計基準審議会（IASB）及び米国財務会計基準審議会（FASB）において「顧客との契約から生じる収益」（IASB においては IFRS 第 15 号、FASB においては Topic606。（以下「国際基準」という。)) が公表されたため、これを踏まえ、我が国では IFRS 第 15 号との整合性を図る便益の 1 つである財務諸表間の比較可能性の観点から、同号の基本的な原則を取り入れることを出発点に、「顧客との契約から生じる収益に関する会計処理及び開示に適用される」規律として収益認識基準は開発されたのである⁽⁹¹⁾。

(89) 太田・前掲注(24)64 頁。

(90) 佐藤・前掲注(25)118 頁。

(91) 収益認識基準 3 項柱書、「企業会計基準第 29 号「収益認識に関する会計基準」等

そして、国際基準も含めた上記各基準においては、付与側の処理に関する規定が詳細に定められる一方、取得側の規定は一切設けられていないのである。

6 収益面からの検討

以下においては、会社法及び企業会計における収益に関する整理、並びに国税庁が発信する企業ポイントに関する課税方針について検討する。

(1) 会社法及び企業会計での収益に関する整理

収益とは、資本取引以外によって純資産を増加させる原因をいう。このうち営業外の活動によって生じた収益は営業外収益（会社計算規則 88 条 1 項 4 号）と、また、非通例的な企業活動によって生じた利益は特別利益（同項 6 号）と区分され、これらはいずれも「一般に公正妥当と認められる企業会計の慣行」をしん酌して判断すべきとされる⁽⁹²⁾。

この点、上記 1（3）イのとおり、企業会計は「贈与その他無償で取得した資産」（無償取得資産の評価：企業会計原則第三・五 F）について、資産の部に表示すべきと定めており、この際の取得原価は時価評価が原則とされる。このため、上記無償取得資産の見合いとして計上されることとなる収益の額についても時価によるべきと理解されている⁽⁹³⁾。

(2) 国税庁が発信する企業ポイントに対する課税方針

第 1 章第 2 節 2（2）ロ等においても紹介したが、国税庁は、自己発行ポイント等の経理処理に関する情報として「自社ポイントの付与（論点：履行義務の識別）⁽⁹⁴⁾」を発信する。これによれば、その取得側の取扱いとして値引処理（同 4（2）ロ①）を示している。

また、企業ポイントの利用者に向けた「【企業発行ポイントの使用に係る

の公表」（平成 30 年 3 月 30 日企業会計基準委員会）。

(92) 弥永・前掲注(70)419 頁。

(93) 谷口・前掲注(65)373 頁。

(94) 国税庁・前掲注(47)。

経理処理】⁽⁹⁵⁾」とする情報においては、当該企業ポイントを使用した際の経理処理として、値引処理又は両建処理（同①又は②）の 2 通りを示している。

更には、企業ポイントに係る会員が共通ポイントを取得した際の取扱いである「○ 共通ポイント制度を利用する事業者（加盟店 A）及びポイント会員の一般的な処理例⁽⁹⁶⁾」においては、両建処理（同②）のみを示している。

なお、個人所得税に係る取扱いとなるが、「No.1907 個人が企業発行ポイントを取得又は使用した場合の取扱い⁽⁹⁷⁾」とする情報においては、通常の商取引での値引きと同様の行為が行われたとして、取得及び交換等があったいずれの時期においても原則、課税対象とはならないとする一方、企業ポイントを使用して株式等を購入した場合の企業ポイント相当額については、一時所得の収入金額を構成する旨の見解を示している。また、抽選キャンペーンに当選するなど、臨時的・偶発的に取得した企業ポイントについては、上記通常の商取引における値引きと同様の行為が行われたとはいえないとして、当該ポイントを使用した日の属する年分の一時所得に当たるとする。

このように、国税庁は、企業ポイントの取得に係る課税時期については原則、交換等の時点としつつも、当該ポイントの種別ないし態様に応じ区々の取扱いを示す現状にある。

(95) 国税庁・前掲注(49)。

(96) <https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaishaku/hojin/0019012-152.pdf>（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧）。なお、この処理方法を公表するに当たっては、運営企業との間で生ずる企業ポイントに相当する金額に係る債権債務、及び加盟店として負担するポイント費用や仮受消費税に関する情報も同時に発信している。

(97) <https://www.nta.go.jp/taxes/shiraberu/taxanswer/shotoku/1907.htm>（令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧）。

第 3 節 小括（益金の認識に関する検討）

- 1 第 2 節 1（2）のとおり、民法が給付義務に裏打ちされた債権を財産とし、また、同（3）のとおり、会社法及び企業会計が、資産について換金性を有する財産的価値があるものとして、①特定の企業による帰属性ないしは支配と、②資産という具体的な形態を前提としたキャッシュ・フローへの貢献性がある経済的資源と観念していることからすると、租税法における資産概念については、法的な裏付けのある財産に限ることなく、社会通念や常識を踏まえつつ、担税力を認め得る程度に価値を有する債権ないしは経済的資源を支配的に所持しているか否かによって判断すべきであり、その判断に当たっては、租税公平主義の理念の下、大量、回帰的に発生する事象に対応すべく可能な限り画一的な基準を採るべきと考える。
- 2 この点、企業ポイントは、その取得時点から権利行使が可能な停止条件が付された債権であり、会社法及び企業会計の観点からも、換金性があるものより広範囲な「財産的価値のあるもの」に属し、それらは取得側に帰属して後のキャッシュ・フローにもプラスに作用する。

そして、企業ポイントの交換等によって資産等が取得等された場合において、値引処理が取られると、その取得費用はポイント充当額に相当する金額が明らかに過少に計上される。よって、収益認識基準による契約負債ないし法人税における前受け処理がされた段階において、取得側が資産として認識すべきとする理論は成り立つ。

また、当初販売等に係る対価については、従前はその全額が収益として認識されていたが、収益認識基準の導入に伴い、取引価格のうち企業ポイントに相当する金額は契約負債として識別され、結果、その消滅までの期間、課税が繰り延べられることとされた。それにもかかわらず、取得側においては従前と同様、上記対価の全額が損金に算入されるため、不合理であるとの意見もあり得なくもない。

このようなことから、企業ポイントについては、その取得時点においてい

ずれも資産として認識するとともに、仮に、企業ポイントに係る権利が失効した場合には、その時点において損失を認めるのが好ましいとの意見も十分成立する。

- 3 しかし、企業ポイントに係る債権はそれ自体に換金性はなく、また、私法上は商品に係る売買契約又はサービスに係る役務提供契約の給付義務に対し、付随的に発生した義務に対応する債権と考えられるが、当該債権は財産権としての実現可能性に問題があるとされる。よって、その財産的価値には疑問符が付く。

また、上記 2 のとおり、会社法等における整理内容を具備しているにしても、企業ポイントは、取得側からの交換等の意思表示によって目的物若しくはサービス又は寄付といった使途が確定する停止条件付の債権と解され、それゆえ、企業ポイントに係る債権は、これとは異なる性質を持った使途への交換等、換言すれば、当該債権からの転換（以下「転換」という。）が実現しない限りは資産という具体的な形態をとった経済的資源に当たるともいえる。

ところで、過去の行政機関等による法的整備等からすれば、企業ポイントに係る権利義務は、運営企業が作成した利用規約等に対し、取得側が合意することで成立する民法上の付合契約と解される。そして、この利用規約等は関連諸法令等に抵触しない限り、自由に定めることができるとされるが、このこともあってか、各プログラムの利用規約等には、運営企業の意思に基づくプログラムの変更のほか、プログラムそのものの廃止も可能とした解除権に属する条項が存在する。

このため、企業ポイントに係る債権には上記取得側による停止条件に加え、付与側の解除権が付されていると解され、取得側による企業ポイントの権利行使には不確実性が伴う。

そして、抽出したプログラムの利用規約等において、付与側と取得側との間の企業ポイントに対価性を認める定めは存しないから、企業ポイントは無償で発行される債権といえる。このため、企業ポイントには、資金決済法で

認められる利用者保護のような制度は存在しない。また、消費者契約法による救済規定はポイント規約等の無効等を求めるものであるため、そもそも財産上の請求には当たらないし、上記行政機関等による法的整備等によれば、取得側の保護は消費者契約法をはじめとする既存の制度によるべきとされるが、同法所定の不実告知及び不利益事実の告知に関する取消権は売買契約などの主契約に対する権利であり、また、景表法所定の法的規制や行政処分もサービスの運営企業を対象とする規制等である。よって、これらは、いずれも付随義務に係る債権を対象としたものではないから、企業ポイントには、関連諸法令による財産上の請求権は存在しない。さらには、上記利用規約等の定めによれば、大半のプログラムは、会員資格の喪失や一定期間取引等がない場合にもその権利は失効し、また、他者に対する権利移転が禁じられているほか、現金への転換も多数の手續を課した例外的なサービスが存在するにすぎない。

そうすると、企業ポイントは、広い意味では債権といえたとしても、転換の意思表示がされるまでの企業ポイントは、担税力の裏付けが極めて乏しい債権というべきである。

他方、会計面からすれば、収益認識基準の適用により、契約負債に相当する収益が繰り延べられることとの見合いとして、取得側の費用が整合していないとの見方もある。この点、契約負債とは、財又はサービスを取得側に移転する付与側の義務に対し、当該付与側が受け取った対価のことをいう。また、収益認識基準の規定に加え、その開発経緯においても取得側の処理に関連する文言は一切認められないから、収益認識基準は文字どおり、取得側との契約により収益を認識する付与側の規律というべきであり、当該規律に定められた用語も付与側の処理に係る定めとして設けられたものと解される。さらには、契約負債の金額は、付与したオプションに対し取引価格の一部が配分されているのであって、私法上その対価は従前と同様、当初取引での反対給付として授受されているのである。

そして、現状、国税庁が発信する情報においても、企業ポイントの取得時

において収益を認識すべきとする見解は認められない。

- 4 以上のことから、転換の意思表示がされるまでの企業ポイントに係る債権は、法人税法 22 条 2 項所定の資産概念を充足しないと判断されるため、その取得時において益金を認識することはできないというべきであり、これについては、取得側が上記意思表示をした時点をもって資産概念を充足すると考えるべきであろう。

第 3 章 企業ポイント転換時の益金認識

本章では、企業ポイント取得時の益金認識を否定した前章までの検討結果を踏まえ、企業ポイント転換時における益金認識の可否について考察する。

第 1 節 企業ポイントの帰属

第 2 章第 2 節 4 に記載した別添資料 1 ないし 12「法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント」に係る検討内容からすれば、同資料で取り上げた企業ポイントは、コーポレート型クレジットカードを除き、法人に対して付与される（同（4））。また、上記コーポレート型クレジットカードには、法人ないしカードの利用者たる役員及び社員（以下「役員等」という。）に対し付与されるものとの 2 類型が認められる⁽⁹⁸⁾。よって、カード利用者を付与先とするものを除き、その企業ポイントの帰属先は法人となる。

また、法人が、費用等を支出する場合において、役員等が自己名義の、①企業ポイントの会員資格を呈示したり、②クレジットカードで決済を行う⁽⁹⁹⁾などして当該役員等が取得した企業ポイントにつき、その帰属先を当該法人とする就業規則等を置く場合にも、その帰属先は法人になると解される。

第 2 節 企業ポイントの使途

第 2 章第 3 節のとおり、転換の意思表示がされるまでの企業ポイントは、法

(98) コーポレートカードには、その利用代金等が法人口座から直接決済されるいわゆる会社決済型と役員及び社員の個人口座から決済されるいわゆる個人決済型の 2 類型が存在する。なお、別添資料に記載したクレジットカードに係るポイントプログラムについては、規約等の定めがなく、かつ、Web による企業ポイントに関する取決め等の閲覧を会員のみ限定するものも存するため、全てのコーポレートカードに係る企業ポイントの付与先は確認できていない。

(99) この場合、役員等は法人から受領した資金を自己名義のクレジットカードの引落口座に入金し、決済を行うことになる。

人税法 22 条 2 項所定の資産概念を充足しない。このため、同第 2 節 4 (6) の交換等のうち、企業ポイントに係る債権の性質が維持される、共通ポイントや航空系会社のマイレージをはじめとする他社が発行する企業ポイント (同 iv)、及び保有する企業ポイントの運用 (同 ix) を使途とするものについては、資産概念を充足しないと解すべきであろう。

よって、以下においては、同 (6) に掲げた使途のうち次のものに対象を絞り、益金の認識を検討する。

- ① 食料品、衣類、家具、電気機器、生活雑貨といった物資やグルメ、理美容をはじめとするサービスへの交換
- ② i 証票に金額若しくは数量が記録された商品券、ギフトカード、プリペイドカード又は前払式電子マネーなどの前払式支払手段、ii 食料品をはじめとする製品、又は食事、宿泊若しくは映画観賞などのサービスを無償で取得等をする優待チケット類への交換
- ③ 各種学術又は慈善事業等を行う法人等に対する寄付 (チャリティ)
- ④ 購入等をした商品等の対価並びにクレジットカード会社及び通信事業会社からの請求金額等とキャッシュバック (相殺) を行うポイント充当としての利用
- ⑤ 現金への交換⁽¹⁰⁰⁾

第 3 節 益金の認識に関する検討

本節では、企業ポイント転換時の益金認識について検討する。なお、検討に当たっては、益金認識の法的根拠となる法人税法 22 条 2 項について再度、詳細な検討を加える。

(100) 法人企業向け T ポイントによる利用の可否は確認できていないが、個人向け T ポイントについては、Yahoo!ウォレット受取口座としてジャパンネット銀行口座を登録した Yahoo! JAPAN ID を所持することにより、現金 (預金債権) に交換することが可能とされる (<https://support.yahoo-net.jp/PccPoints/s/article/H000004566> (令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧))。

1 法人税法 22 条 2 項の検討

以下においては、企業ポイントの用途に応じて益金が認識されることを前提に、その法的根拠となり得る法人税法 22 条 2 項の規定について検討を加える。

(1) 無償による資産の譲受けに係る収益

第 2 章第 1 節で既に述べたとおり、「無償による資産の譲受け」に係る収益は、法人税法 22 条 2 項において例示として掲げられており、金銭のみならず、現物資産の受贈も会計による無償取得資産の取得原価の時価評価（企業会計原則第三・五 F⁽¹⁰¹⁾）に準拠して益金が認識されると解されている⁽¹⁰²⁾。

(2) 無償による役務の享受に係る収益

無償による役務の享受に係る収益については、企業会計等による規定が認められない⁽¹⁰³⁾ことから、益金として認識すべきか否か疑問が生じる。

この点、中里教授は、無償の役務の享受による経済的利益については、当該経済的利益の時価相当額をわざわざ収益に計上せずとも、当該役務に対する支払が存在しないことの結果として当該経済的利益分の費用計上が行われないから、当該費用の額（＝当該役務の享受による経済的利益相当額）の分だけ所得金額は自動的に増加させられるとする。このため、経済的利益を受けた場合にも収益に計上する必要はなく、法人税法 22 条 2 項もこれを収益に計上すべき場合として列挙していないとする⁽¹⁰⁴⁾。

この点、税制の立案機関は、平成 22 年度税制改正において、内国法人が受けた完全支配関係のある他の内国法人からの受贈益を益金不算入（同法 25 条の 2 第 1 項）とした経緯について「寄附金（引用者：これには、金銭

(101) この規定は、「贈与其他無償で取得した資産については、公正な評価額をもって取得原価とする」と定めている。

(102) 谷口・前掲注(65)373、376 頁。

(103) 会計上は対価の支払が生じないことで、結果、利益が押し上げられるため、役務に係る収益とこれに係る費用の両建計上は通常行われない（谷口・前掲注(65)376 頁）。

(104) 金子宏監修『租税法辞典』60 頁〔中里実〕（中央経済社、2001）。

その他の資産の贈与のほか、経済的利益の無償の供与も含まれる。)の支出を受けた側は、支出側の損金算入の有無にかかわらず、受贈額を収益として益金の額に算入することとされていた」とし、従前から受贈額一般が同法 22 条 2 項によって益金認識されていた旨の解釈を示す⁽¹⁰⁵⁾。

なお、無償の役務の享受に関するものではないが、水野教授は、債務免除益を同項所定の「その他の取引」に当たるとし⁽¹⁰⁶⁾、また、金子教授は、上記債務免除益（名古屋地判昭和 52 年 11 月 14 日訟月 23 卷 13 号 2338 頁）をはじめとする経済的価値の流入を「その他の取引」に当たるとした裁判例⁽¹⁰⁷⁾を支持することで、無償の経済的価値の流入について広く益金に含まれるとの見解を示す⁽¹⁰⁸⁾。

このように、無償による役務の享受に係る収益は、これを肯定する立案機関の見解は存するものの、有力な学説は認められない。しかし、無償の経済的価値の流入について、広く益金を構成するとした金子教授の意見を踏まえると、無償による役務の享受に係る収益は、同項の例示には掲げられていないものの⁽¹⁰⁹⁾、これについては「その他の取引」に係る収益として益金の額に算入されると解すべきであろう⁽¹¹⁰⁾。

(3) 低額による資産の譲受け及び役務の享受に係る収益

イ 増井教授は、最三小判平成 7 年 12 月 19 日(民集 49 卷 10 号 3121 頁)が低額による資産の譲渡について「有償による資産の譲渡」に当たるとの位置付けを示していることからすれば、低額による資産の譲受けは「その他の取引」に当たると解するのが、公正妥当な会計処理の基準（法人

(105) 国税庁『平成 22 年 税制改正の解説』206 頁 (2010)。

(106) 水野忠恒『大系租税法 (第 2 版)』458 頁 (中央経済社、2018)。

(107) 千葉地判昭和 59 年 7 月 25 日 (判時 1143 号 67 頁)、東京高判平成 3 年 2 月 5 日 (行集 42 卷 2 号 199 頁)、東京地判平成 15 年 7 月 17 日 (判時 1871 号 25 頁)。

(108) 金子・前掲注(57)339 頁。

(109) 会計上は対価の支払が生じないことで、結果、利益が押し上げられるため、役務に係る収益とこれに係る費用の両建計上は通常行われない(谷口・前掲注(65)376 頁)。

(110) 無償による役務の享受の益金認識を考察した論文として、戸塚裕輔「益金が生ずる無償取引について—無償による役務の享受の取扱いに関する理論的検討—」税大論叢 97 号 93 頁 (2019) がある。

税法 22 条 4 項) の内容として導かれるべきとする⁽¹¹¹⁾。他方、谷口教授は、低額による資産の譲受けについても時価と対価との差額が「無償による資産の譲受け」に当たるとして、益金を認識すべきとの見解を示す⁽¹¹²⁾。また、上記(2)のとおり、金子教授は、経済的価値の流入について同項の「その他の取引」に該当するとし、これには株式を低額で譲り受けた場合における時価との差額に相当する受贈益(東京地判平成 15 年 7 月 17 日判時 1871 号 25 頁) も含まれるとの見解を示す⁽¹¹³⁾。

このようなことから、低額による資産の譲受けについては、その根拠とする文言上の争いはあるものの、学説及び判例はいずれも益金認識を肯定する立場にあると考える。

ロ 他方、低額による役務の享受に係る収益についての益金該当性に関しては、有力な見解が認められない。しかしながら、上記イのとおり、無償の経済的価値の流入が低額取引も含めたところで観念され、また、上記(2)のとおり、無償の経済的価値の流入は「その他の取引」として広く益金に含まれると解されていることからすれば、低額による役務の享受に係る収益についても益金を認識すべきことになるであろう。

2 具体的検討

(1) 第 2 章第 3 節 3 のとおり、企業ポイントに係る債権は、取得側による停止条件と付与側による解除権が付された債権と解されるため、交換等の意思表示がされるまでは取得側による権利行使に不確実性が伴う。他方、上記の意思表示が行われると、企業ポイントに係る債権はその使途が具体化するところ、このうち当該債権からの転換が実現する上記第 2 節①ないし⑤を使途とする交換等の意思表示がされた場合には、その債権に内在した財産的価値の顕在化と同時に、当該財産的価値を原資とした使途への交換

(111) 増井良啓『租税法入門〔第 2 版〕』225 頁(有斐閣、2018)。

(112) 谷口・前掲注(65)376 頁。

(113) 金子・前掲注(57)339 頁。

とする 2 つの取引がなされたと観念することができるのではないか。そして、上記財産的価値の顕在化により企業ポイントは、担税力を認め得る程度に価値を有する債権に変態したというべきであるから、当該債権は上記転換の時点をもって上記第 2 章第 3 節 1 で述べた法人税法 22 条 2 項が規定する資産概念を充足すると考える。

- (2) イ この点、企業ポイントに係る債権は、付与側からの付与によって既に権利が移転しているから、転換の時点において資産として認識することはできないのではないかと疑義が生じる。

確かに当該債権は、付与側からの付与により法的には移転する。しかし、第 2 章第 3 節 1 のとおり、法人税法が定める資産概念は、担税力を認め得る程度に価値を有する債権等の所持をもって認識すべきと解されるところ、転換の意思表示がされるまでの企業ポイントに係る債権は、その担税力が極めて乏しい債権と解されるから、当該債権によって資産概念の充足はないというべきである。

ロ また、企業ポイントが転換された際の課税関係については、財産的価値の顕在化という論理を持ち出さずとも、その使途について、上記 1 で掲げた無償による資産の譲受け若しくは役務の享受又は低額による資産の譲受け若しくは役務の享受を根拠とする益金の認識によって課税理論の構築は可能であるとの意見もあり得なくもない。

ところで、法人税の所得金額は、企業利益の算定技術である企業会計に準拠することを原則としつつ⁽¹¹⁴⁾、これに一定の調整を加える方式で算出する構造が採られており、この調整には企業会計上の費用ないし損失について損金の算入を制限する規定のほか、資産の取得価額の形成要素となるものなどがある。この例としては、損金算入限度額の範囲で損金算入を認める寄附金（法人税法 37 条）や交際費等（租税特別措置法 61 条の 4）が挙げられ、これら限度額はいずれも費用等の実額（グロス）

(114) 金子・前掲注(57)348 頁。

を基準として算出される⁽¹¹⁵⁾。

他方、第 1 章第 2 節のとおり、値引処理が取られる場合（対価の一部に対しポイント充当がされる場合）を除き、多くの取得側において企業ポイントの転換に係る処理が取られていない現状を踏まえると、上記財産的価値の顕在化に伴う収益と当該財産的価値との交換による用途への転換という 2 つ取引として認識されることはまれであり、値引処理が行われた場合であっても、ポイント充当額は処理の対象とされない。よって、いずれにしても損金算入限度額の算出上で必要とされる費用等の実額（グロス）を把握することはできず、結果、値引処理は適正な所得計算を阻害する⁽¹¹⁶⁾。

このようなことから、企業ポイントが転換された際の法人税の取扱いについては、財産的価値の顕在化により生じた収益と当該価値との交換による用途への転換という 2 つの取引として観念すべきであり、経理処理自体が行われないケースに至っては、簿外経費や簿外資産を容認する結果を招いていると考える。

ハ なお、第 1 章第 2 節のとおり、値引処理は現状の会計処理において広く採られていると考えられるため⁽¹¹⁷⁾、これを法人税の取扱い上公正処理基準とし、損金の額に算入すべきとの意見も考えられる（法人税法 22 条 4 項）⁽¹¹⁸⁾。

この点、会計上「値引き」とは仕入値引とも言われ、仕入品の量目不足、品質不良、破損等の理由により対価から控除される額と定義されている（財務諸表等規則 79 条及び財務諸表等規則ガイドライン 79）⁽¹¹⁹⁾が、他方、同 3（1）等のとおり、実務上では単に仕入れた商品等の値

(115) 室和良＝田中康雄「緊急対談 国税庁公表の処理例の内容とその本質とは「共通ポイント」税務のポイント」税務弘報 68 巻 4 号 10 頁（2020）。

(116) この点、国税庁・前掲注(96)においては、雑収入と費用との 2 段階の処理を示している。

(117) 国税庁・前掲注(47)、国税庁・前掲注(49)、藤曲・前掲注(23)127 頁。

(118) 谷口・前掲注(65)375 頁。

(119) 監査法人トーマツ編『会計処理ハンドブック(第 4 版)』221 頁(中央経済社、2007)。

段を割り引いてもらうことを仕入値引ということもある。よって、現状行われている値引処理は会計慣行といえなくもない。

しかしながら、上記(1)のとおり、取得側による転換の意思表示は、企業ポイントの財産的価値を顕在化させる効果を有すると解すべきであるから、上記の意思表示をもって付与された権利に係る経済的利益は実現したというべきであろう。他方、値引処理という値引きとは、上記財産的価値との交換によって実現する二次的な効果と考える。そして、法人税の所得金額の計算においては、この値引額も含めた使途の総額（グロス）を必要とするのである。このようなことから、値引処理は会計上で定着した処理であるにしても、これが法人税の所得計算に影響する限りにおいては、容認できないと解すべきであろう。

- (3) 以上のことから、企業ポイントに係る債権が上記第2節①ないし⑤の使途に転換された場合においては、当該転換の時点において当該債権に係る譲受けがあったとして、法人税法 22 条2項所定の「無償による資産の譲受け」に当たるといべきであり、これについては当該債権の時価に相当する金額を収益として認識し、これを益金の額に算入すべきであろう⁽¹²⁰⁾。しかし、上記債権に係る時価を測定するのは困難を伴う。よって、同①な

(120) 仮に、役員等が企業ポイントを転換することにより、当該ポイントを無断で着服した場合には、業務上横領罪（刑法 253 条）が成立する。よって、上記事実が認められた法人においては、上記転換の時点において、当該ポイントに係る収益を益金の額に算入するとともに、原則的には、同時点において、横領による損金とこれと同額の横領者に対する損害賠償請求権に係る益金を認識すべきであろう（最一小判昭和 43 年 10 月 17 日訟月 14 卷 12 号 1437 頁）。他方、損害賠償請求権の存在・内容等を把握し得ず、権利行使が期待できないといえるような客観的状况にある当該請求権の収益については、通常人を基準として、当該請求権の存在・内容等を把握し得る事業年度の益金として認識すべきであろう（東京高判平成 21 年 2 月 18 日訟月 56 卷 5 号 1644 頁）。なお、上記請求権計上後の法人において、当該請求権に係る債権の全部又は一部を貸倒れとして損金経理をした場合において、横領者の支払能力等からみて回収が確実であると認められる部分の金額については、給与として取り扱われる（法人税基本通達 9-7-17）（佐藤・前掲注(25)254、1007 頁）。このため、法人においては、上記の給与に係る源泉徴収義務（所得税法 183 条ほか）の負担のほか、その横領者が役員に該当する場合には、役員給与の損金不算入規定（法人税法 34 条 1 項）の適用を受けることになる。

いし⑤に掲げた使途については、以下の換算金額をもって時価と代えるのはどうか。

まず、同② i 又は⑤の前払式支払手段又は現金に転換された債権については、これらに記載ないし記録された円貨により決済手段として利用されること、会計上、商品券等の購入又は電子マネーのチャージは預け金、前払費用又は仮払金などの資産として計上され、その費用は使用時に認識されているところであり⁽¹²¹⁾、他方、商品券等の販売側における法人税の取扱いにおいては、将来の財又はサービスの対価の前受けと考えられている⁽¹²²⁾。そして、これらが時価であることについては異論がないと考えられるから、上記前払式支払手段等に転換された企業ポイントに係る債権の時価は、上記円貨として記載ないし記録された金額によるべきであろう⁽¹²³⁾。

また、上記② i 及び⑤を除く、同①、② ii、③及び④に転換された債権の時価については、その使途となる特典等に係る個々の市場価格をもって時価とするのが原則となろう。この点、同①、② ii、③及び④に係る特典等には、運営企業等が販売する物資やサービスに加え、他の企業からの調達品等も多数存在すると考えられるため、市場価格の把握には困難を伴う。他方、第 2 章第 2 節 4 (6) のとおり、別添資料で取り上げた 12 のポイントプログラムのうち 10 のプログラムにおいては、購入等をした商品等の対価やクレジットカード会社及び通信事業会社からの請求金額等に対し、ポイント充当として用いることが可能であり、その際は円貨で表示された対価と企業ポイントとの換算レートによって交換等が行われる⁽¹²⁴⁾。

このようなことから、同①、② ii、③及び④に転換された企業ポイントに係る債権については、特典等の市場価格を原則としつつ、簡便な方式と

(121) 藤曲・前掲注(23)141 頁。

(122) 佐藤・前掲注(25)242 頁。

(123) 参考に、還元事業で取り扱われる還元方法には、補助金の算定目的と解される後記第 4 章第 1 節 1 ①及び③の要件が付されている (キャッシュレス・前掲注(21)7 頁)。

(124) 参考に、還元事業で取り扱われる還元方法には、補助金の算定目的と解される後記第 4 章第 1 節 1 ①ないし③の要件が付されている (キャッシュレス・前掲注(21)7 頁)。

して、転換に利用された企業ポイントに係る数量につき、上記換算レートをもって算定するのが課税庁及び納税者の両者にとって有益と解され、このような方式が採られることにより、時価算定の公平性も保たれると考える。

第 4 節 転換先となる使途の処理

本節においては、企業ポイントに係る債権の転換先となる上記第 2 節①ないし⑤の使途について、その処理を検討する。

1 上記第 2 節①について

上記第 2 節①の食料品、衣類、家具、電気機器、生活雑貨といった物資やグルメ、理美容をはじめとするサービスに転換された場合には、福利厚生費、給与等、交際費等といった費用等ないしは資産への該当性についての判断を行う。仮に、交際費等の額及び減価償却資産（法人税法 31 条）⁽¹²⁵⁾に当たる場合や資産の取得価額を構成する場合、並びに給与等⁽¹²⁶⁾の支給先が役員である場合（同法 34 条 1 項）には、損金算入限度額や償却限度額などにより、損金の算入金額が制限されることがある。

2 同②について

同② i の前払式支払手段は預け金、前払費用又は仮払金等として、また、同 ii の優待チケット類は商品券等として資産に計上する。なお、これらが費消された場合には、上記 1 と同様、費用等ないしは資産への該当性を検討し、その処理を行うことになる。

(125) 無償又は低額による減価償却資産の取得価額は、取得の時における当該資産の取得のために通常要する価額とこれを事業の用に供するために直接要した費用の合計額とされる（法人税法施行令 54 条 1 項 6 号）。

(126) この場合、法人においては給与所得の源泉徴収義務が生ずる（所得税法 183 条ほか）こととなる。なお、この給与所得に対する課税問題については後記第 5 節を参照されたい。

3 同③について

同③の寄付行為は、寄附金の額（法人税法 37 条 7 項）⁽¹²⁷⁾に該当すると考えられるため、同条が規定する損金算入限度額の範囲で損金に算入されることになる⁽¹²⁸⁾。

4 同④について

同④のポイント充当に転換された場合についても、上記 1 と同様、その金額に関する費用等ないしは資産への該当性を検討し、その処理を行う。

5 同⑤について

同⑤の転換により得た現金はその額を流動資産として計上する。

第 5 節 役員等が企業ポイントを取得した場合の課税関係

1 前節までにおいては、法人に帰属する企業ポイントを前提に置き、その課税関係の検討を行ってきたが、上記第 1 節①及び②のとおり、法人の費用等の支出において、役員等が自己名義の会員資格を呈示するなどして企業ポイントを取得する⁽¹²⁹⁾ことも考えられる。よって、以下、この点について検討する。

2 上記 1 のケースにおいては、法人が自己を帰属先とする特約等を設けない限り、企業ポイントの帰属先は役員等となる。他方、費用等は法人を当事者

(127) 寄附金の額は、経済的利益の供与の時における価額とされる。

(128) 寄付先の多くは、公益を目的とする事業を行う法人又は団体によって占められているが、ソフトバンク株式会社が提供する T ポイントサービスの Web においては、税制上の寄附金には該当しない旨の記載がある (<http://tsite.jp/pc/r/donation/guide.pl> (令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧))。

(129) 第 1 章第 1 節 2 (1) の現状の企業ポイントの具体例としては、ヤマダポイント (株式会社ヤマダ電機：家電量販店)、Amazon ポイント (アマゾンジャパン合同会社：インターネット通販会社)、永久不滅ポイント (個人会員向け) (株式会社クレディセゾン：クレジットカード会社)、JAL マイレージバンク (日本航空株式会社：航空会社)、d ポイント (d ポイントクラブ) (株式会社 NTT ドコモ：通信事業会社)、T ポイント (株式会社 T ポイント・ジャパン：共通ポイント) などが挙げられるが、これらも含め、主要な企業ポイントの多くは個人を対象とするサービスである。

とする取引であるから、経済取引は法人に帰属する。よって、役員等が取得した企業ポイントは、法人の業務に基因した経済的利益と解することができる。

この点、雇用契約又はこれに準ずる関係に基づき、非独立的に提供された人的役務の対価として雇用者から受け取る資産ないし経済的利益(フリンジ・ベネフィット)は給与所得(所得税法 28 条 1 項。以下「給与等」という。)に該当するとされる⁽¹³⁰⁾。よって、役員等による上記企業ポイントの取得は、当該法人からの給与等に当たると解すべきであろう。

ところで、第 3 節までにおいては、法人が無対価で取得した企業ポイントを対象に、当該ポイントの課税時期を転換時点とする結論を示した。しかし、給与等は、雇用契約等を前提とした人的役務の提供に係る対価であるから、企業ポイントを対価とする給与等については、その受給者による当該ポイントの取得をもって課税適状とすべきではないか。そして、この理は、事業に係る対価として企業ポイントを受領した場合の課税関係とも符合すると解される。

他方、企業ポイントを対価とする給与等の課税関係については、無対価で取得した企業ポイントと同様、転換された時点において認識し、課税の統一化を図るべきとの意見もあろう。しかし、役員等によって取得された企業ポイントは個人のポイント口座等において保有されるところ、当該口座等には、個人取引によって取得された企業ポイントが多数存在すると考えられる。このため、法人の費用等に基因した企業ポイントを特定するのは困難であり、当該ポイントに係る転換の事実を把握するのは極めて難しい。

よって、役員等が法人の費用等の支出に基因して取得した企業ポイントについては、その取得時において、企業ポイントの時価に相当する経済的利益の供与を受けたとして給与等の課税を行うべきであり、これにより当該法人においては、上記給与等に係る源泉徴収義務を負担することになろう(同法

(130) 金子・前掲注(57)242 頁、佐藤英明『スタンダード所得税法〔第 2 版〕』167 頁(弘文堂、2016)。

183 条ほか)。なお、上記経済的利益の時価については、消費者向けプログラムの多くには、キャッシュバック（相殺）として利用する際の換算レートが存すると考えられるため、当該レートによる換算金額をもって時価とするのが合理的であろう。

- 3 他方、一般に法人は、役員等に対し通勤手当や住宅手当等を支給するところ、これを受領した役員等が、上記通勤費用等の支出において企業ポイントを取得することはままある。

この点、上記通勤手当等に係る資金は通常、現金ないし預金債権として役員等に交付されるため、当該資金の処分権限は役員等に移転する。そして、当該役員等は、上記資金をもって自己と交通機関等との取引において企業ポイントを取得するのである。

そうすると、役員等は、個人消費者として企業ポイントを取得したにすぎないと解されるから、国税庁が情報発信する「No.1907 個人が企業発行ポイントを取得又は使用した場合の取扱い⁽¹³¹⁾」のとおり対応すべきことになる⁽¹³²⁾。

(131) 国税庁・前掲注(97)。

(132) 一時所得とする見解を示す文献として、新日本・前掲注(11)241 頁がある。

第 4 章 還元ポイント等に関する益金認識

本章では、企業ポイントの益金認識に関する前章までの検討結果を踏まえ、還元ポイント等の益金認識に関する検討を行う。

第 1 節 はじめに

- 1 第 1 章第 1 節 4 のとおり、ポイント還元事業における消費者への還元は、企業ポイント又は前払式支払手段の付与により行われることとされており、決済事業者においては、消費者が利用したキャッシュレス決済の利用額に応じて補助金を受領し、これを事前に登録した方法により還元する。

このポイント還元事業において利用ができる還元ポイント等は、①企業ポイント又は前払式支払手段に相当する金額を購入対価に充当する方法、②企業ポイントに相当する金額を金融機関口座からの引き落とし金額と相殺する方法又は消費者の口座に発行した当該ポイントに相当する金額を付与し、その後の決済に充当する方法、③企業ポイントと資金又は前払式支払手段に記録された金額との交換、のいずれかによって企業ポイント又は前払式支払手段を円貨に換算できるものとされ、物資やサービスといった特典等への交換等に限定した企業ポイントは対象外とされる⁽¹³³⁾。

- 2 そして、決済事業者から消費者に対する還元ポイント等の具体的な還元方法には、ポイント付与、即時充当・即時還元、引落相殺、口座充当の 4 種類がある。このうちポイント付与とは、当該事業者が消費者の決済額に応じた企業ポイント又は前払式支払手段を付与するものである。即時充当・即時還元とは、購入時の購入金額に対し、即時に還元ポイントに相当する金額（以下「還元ポイント相当額」という。）を充当するものである。引落相殺とは、利用金額に応じた金額を口座から引き落とす際に、還元ポイント相当額を引

(133) キャッシュレス・前掲注(21)7頁。

落金額と相殺する方法である。口座充当とは少なくとも 1 か月以内の期間ごとに口座に還元ポイント相当額を付与し、その後の決済に充当する方法である⁽¹³⁴⁾。

- 3 この点、ポイント還元事業で付与される還元ポイント等は、いずれも国の補助金が原資とされるため、取得側が対価との交換によって取得するものには当たらない⁽¹³⁵⁾。また、企業ポイントによるポイント付与、引落相殺及び口座充当（以下「ポイント付与等」という。）は、いずれも付与の対象とされた取引から還元ポイント相当額が控除されることはなく、交換等が行われるまでの期間においては企業ポイントとしての状態が保持される。このため、上記交換等がされるまでのポイント付与等は、第 3 章までにおいて検討した企業ポイントと同様の性質を有するといえる。

第 2 節 益金の認識に関する検討

以下においては、還元ポイント等に係る還元方法の区分に応じ、益金の認識を検討する。

1 即時充当・即時還元、引落相殺及び口座充当並びに前払式支払手段によるポイント付与

- (1) 第 1 節 2 の還元方法のうち、即時充当・即時還元は、還元ポイントの付与の対象とされるキャッシュレス決済に係る取引から直接、還元ポイント相当額が即時に充当される。また、引落相殺及び口座充当に基づくポイント充当並びに前払式支払手段によるポイント付与においては、付与の対象となった取引から還元ポイント等に相当する金額が控除されることはないが、同 2 のとおり、その転換先がポイント充当、又は前払式支払手段の付与として事前に決められているため、付与と同時にその用途が確定する。

(134) 経産省・前掲注(17)15 頁。

(135) キャッシュレス・前掲注(21)1 頁。

ところで、転換された企業ポイントに係る債権が、法人税法 22 条 2 項が定める資産概念を充足することは第 3 章第 3 節 2 で述べたところであるが、前払式支払手段については、企業ポイントの定義から外されているため、その資産概念についての検討はされていない。しかし、当該前払式支払手段は、第 2 章第 2 節 3 (1) のとおり、発行者には発行保証金に関する供託義務が課せられ、破産手続開始の申立て等の事由が生じた場合には、利用者は他の債権に優先して還付が受けられるなど、利用者に対する保護規定が構築された債権である。そして、企業会計においては、決済手段として利用されるまでは預け金等の資産として区分される。

また、企業ポイントによるポイント付与を除く企業ポイントが付与される還元方法については、利用金額等から還元ポイント相当額が相殺されてしまうため、消費者において企業ポイントの取得があったと認識されにくい。しかし、第 1 節 1 のとおり、ポイント還元事業は企業ポイント又は前払式支払手段の付与をもってなされること、そのいずれが付与された場合であっても、一旦は債権（以下「還元ポイント等に係る債権」という。）を取得したと認識するのが制度趣旨に沿った理解というべきである。

そうすると、上記の還元方法が適用される還元ポイント等に係る債権は、その付与時において、第 2 章第 3 節 1 で述べた民法上の給付義務に裏打ちされた債権に該当し、また、会社法及び企業会計にいう換金性を有した財産的価値があるものとして、①特定の企業による帰属性等と、②資産という具体的な形態を前提としたキャッシュ・フローへの貢献性がある経済的資源として顕在化したというべきであるから、法人税法における資産概念を充足すると考える。

- (2) ところで、上記 (1) のとおり、企業ポイントの付与が採られる還元方法については、利用金額等から還元ポイント相当額が直接控除されるため、取得側において還元ポイントを取得したとの認識は薄く、他方、会計上においては、ネット金額による値引処理が取られると考えられるため、これを公正処理基準として税務上也容認すべきではないかとの意見も想定され

る。

この点、企業ポイントについては、取得時における取引対価の一部を当該ポイントの対価と見る見解も認められるため、取得側において負担が生じているといえなくもない。

しかし、還元ポイントは、国の補助金を原資に付与されるため、明らかに取得側の利得を構成する。また、第 3 章第 3 節 2 (2) ロのとおり、法人税の所得金額の算定においては、費用等の総額（グロス）に基づき損金算入限度額及び償却限度額等を計算する必要があるため、同処理が採られた場合には適正な所得計算が害される。

- (3) このようなことから、上記の還元ポイント等に係る債権については、その取得時において当該債権に係る譲受けがあったとして、法人税法 22 条 2 項所定の「無償による資産の譲受け」に該当するというべきであり、当該債権の時価に相当する収益の額を益金として認識すべきであろう。そして、上記時価については、各還元ポイント等が該当する上記第 1 節 1 ①ないし③の円貨との換算方法に基づき算定するのが合理的であろう（これにより、ポイント充当がされた際も、その取引は総額（グロス）で処理されることになる。）。

なお、還元ポイント等に係る債権の使途に関する処理、及び役員等が還元ポイント等を取得した場合の課税関係については、第 3 章第 4 節及び第 5 節と同様の取扱いを取るべきと考える。

2 企業ポイントによるポイント付与

企業ポイントによるポイント付与がされる還元ポイント等に係る債権については、第 3 章までにおいて述べたとおり、転換の意思表示がされるまでは資産概念を充足しないと考えるべきであろう。よって、上記債権に係る益金の認識等については、同章を参照とされたい。

結びに代えて

従前から、ポイントを取得した際の法人税等の取扱いがなかったことに加え、収益認識基準の導入により付与側の益金認識時期との関係性にも疑義が生じたことから、販売やサービス等に付随して無償で取得するポイントを対象に、法人の所得認識に関する考察を行った。

企業ポイントは、取得側による交換等の意思表示によってサービスに係る給付等が現実するから、少なくとも交換等がされた時点においては課税適状となる。また、企業ポイントが何らかの権利と想定されることからすれば、法人が所得として認識する際は「無償による資産の譲受け」に当たると考えられるから、その判断は資産への該当性に帰着する。この点、拙稿においては、資産についての判断基準として私法概念に準拠した規範を定立するとともに、行政機関等による法的性質等の検討や収益認識基準をはじめとする会計基準等のほか、現行のポイントサービスに係る運用実態などを判断要素とすることで、企業ポイントがもたらす経済的利益についての価値分析を行い、もって、権利行使前の企業ポイントが有する担税力を測定することにより、取得時における資産該当性を否定する結論を示した。

他方、企業ポイントに係る権利が行使された場合であっても、企業ポイントに係る性質が維持される限りは、資産価値の変動はない。この点は、企業ポイントに関する権利行使のうち課税適状とすべき性質変更がされた債権について、「転換」とする概念を用いることで資産概念を充足する使途の特定を図った。

また、本研究中には、消費税率の引上げに伴うキャッシュレス・ポイントの還元事業の導入もあった。同事業による還元は、企業ポイントのほか、前払式支払手段の利用も可能とされるが、これらは国の補助金が原資とされるため、いずれの還元手法が取られた場合であっても取得側の利得を構成する。よって、還元ポイント等の所得認識においては、この点に留意しつつ、上記の企業ポイントに係る判断基準を準用することにより、所得認識に関する判断基準を示した。

なお、役員等が法人取引に関連し、企業ポイントを取得した際の取扱いについても言及したが、この点は、法人における企業ポイントの取得規制及び役員等の取引への介入状況、また、役員等の地位及び権限といった当該法人との関係性等により、その判断は変動する。

最後に、拙稿は、一般的な法規制の下で運用される企業ポイントを題材に、その所得認識一般について考察したものであるが、今般のキャッシュレス決済に関する普及・推進もあり、企業ポイントの利用者保護に向けた議論が再燃することもあり得なくもない。また、令和 2 年 4 月からは改正民法による定型約款の合意（同法 548 条の 2）が施行されたところ、その運用状況によっては、企業ポイントに係る財産的価値が向上することも十分に考えられる。このため、本稿の活用に当たっては、企業ポイントに関する法的及び経済的性質の動向を再確認するとともに、個々の事実関係についても十分に検討した上で、課税判断を行っていただくようお願いしたい。

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	三井住友カード株式会社
ポイントサービス名	ワールドプレゼント
利用規約等	ワールドプレゼントに関する規約はない (Webによる掲載のみ)
運営企業	不明
利用要件等	三井住友ビジネスカードFor Owners、三井住友ビジネスカード、三井住友マーチャントメンバーズクラブ (加盟店専用)、ANAコーポレートカード、FreeeVISAカード、Goody Forowners VISAカード、マネーフォワードビジネスVISAカードが対象とされる。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを使用した場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントが付与される。
付与の相手方	不明
保有数量の確認方法	v passで確認できる。
ボ イ ン ト サ ー ビ ス の 使 途 (交換ないし利用の方法)	<p>景品効果 (グッズ、商品券等) には、商品券等として、なだ万「お食事券」、ルートインホテルズ宿泊優待券、カエトカード、タリーズカード、MOS CARD、図書カードNEXT、東日本復興支援ジュエグルメカード、ミスターーナッツ商品券、すかいらーく優待券、マックカード、QOカード、VJAギフトカード、三井住友VISAプリペイドがある。</p> <p>ワールドプレゼントモールには、ファッション、生活雑貨、キッチン・テーブルウェア、アウトドア・スポーツ、キッズ・ベビー、ホビー、家電製品、グルメ、フルーツ・野菜、体職、カガロギフトのカテゴリから商品等を選択できる。</p> <p>また、マイル리지移行先には、ANAマイル리지、ミレミリアマイル리지、クリスフライヤーマイル리지、プリティッシュエアウェイズエグゼクティブクラブAvis、フライングブルーマイル리지、イースタンマイルズポイントがあり、また、Vpassを経由したポイント移行には、Pontaポイント、dポイント、nanacoポイント、WAONポイント、楽天スーパーポイント、ビックポイント、Gポイント、ジョーシンポイント、カネエポイント、JAF次年度会費、Tポイント、PeXポイント、スターバックスカード、ベルメゾン・ポイント、プレミアムポイント、RealPay、ゴールドポイント、auWALLETポイント、楽天Edy、ショップ de ポイント、自治体ポイントがある。</p> <p>キャッシュバック・iDバリューとしては、キャッシュバック (一部を除き法人カードは利用不可)、Dバリューがある。</p> <p>オンラインギフトカードの交換としては、Amazonギフト券、Google Playギフトコード、App Store & iTunesギフトカードがある。</p> <p>寄付先には、ユニセフ (国際連合児童基金)、国際WFP、日本ユニセフ協会連盟 (世界遺産活動)、WWFジャパン (世界自然保護基金)、日本赤十字社、Present Tree (森林再生)、京都大学「iPS細胞研究基金」、「JOCオリンピック選手強化寄付プログラム with Visa」、「Vレジット復興寄附金」、「トビタテ! 留学JAPAN日本代表プログラム」、公益財団法人がん研究会、「かながわペットのいち基金」がある。</p> <p>また、TOHOシネマズ映画鑑賞引換券、109シネマズ映画鑑賞引換券、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンTMスタジオ・パスへの交換もできる。</p>
交換等に必要の最少数量	1ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	不明
有効期限	プラチナカードはポイント獲得月から4年間、ゴールドカードはポイント獲得月から3年間、上記以外のカードはポイント獲得月から2年間有効となる。
権利の喪失等	カードを退会 (解約) すると、ポイントは失効する。
サービスの終了、停止及び変更等	不明
参考Web (令和 2 年 4 月 27 日最終閲覧)	https://www.smbc-card.com/hojin/index.jsp https://www.smbc-card.com/mem/wp/index.jsp http://www.worldpresentmall.com/entry/kiyaku.php VpassID規約: https://www.smbc-card.com/mem/kiyaku/pop/kiyaku_vpass.jsp

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主要企業名	三菱UFJニコス株式会社
ポイントサービス名	グローバルポイント
利用規約等	MUFGカード グローバルポイント利用規程 MUFGカード・アメリカン・エクスプレス・カード グローバルポイント利用規程
運営企業	三菱UFJニコス株式会社及び同社が指定するカード発行会社
利用要件等	MUFGカードビジネス (Visa・Mastercard) 又はMUFGカード・ビジネス・アメリカン・エクスプレス*・カードの各カードの貸与を受け、MUFGカード法人会員規約 (ビジネスカードVisa・Mastercard (R) 用) 又はMUFGカード法人会員規約 (ビジネスカード・American Express用) に承認する。
付与の対象となる取引及び付与率	カードを使用しショッピングを行った場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントがクレジットの支払月ごとに付与される。
付与の相手方	法人
保有数量の確認方法	MUFGカードWebサービス及びご利用明細書で確認できる。
ポイントサービス	<p>ポイント交換商品カタログに掲載されたバラエティ、キッチン&テーブル、グルメセクション、ファッション&ビジネス、ヘルス&ビューティ、ギフトカタログ、チケット&サービス、チャリティのカテゴリから選択し、交換ができる。</p> <p>このうちチケット&サービスには、Amazonギフト券、図書カードNEXT、マックカード、全国共通お食事券ジュブレルメカード、おこめギフト券、ハーゲンダッツ ミニカップギフト券、ユナイテッドシネマ/シネプレックス共通映画鑑賞券、スターバックスカード、QUOカード、厳選いいもの便り専用クーポン、三菱UFJニコスギフトカードが、チャリティには、オイスカ「湾岸林再生プロジェクト」、地球・人間環境フォーラム、国連WFP、あしなが育英会、JOCオリンピック選手強化寄付プログラム with Visa、日本ユネスコ協会連盟、がん研究会、日本ユニセフ協会が、また、ポイント移行の対象ポイントには、pontaポイント、楽天スーパーポイント、Tポイント、nanacoポイント、WAONポイント、JALマイレージバンク (マイル)、dポイント、auWALLETポイント、ベルメゾン・ポイント、ビックポイントがある。</p> <p>また、ショッピング代金から差引きをするキャッシュバックに利用することもできる。</p>
交換等に必要最少数量	1ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	第三者に譲渡等はいできない。
有効期限	取得月から2年間 (24ヵ月間) 有効となる。
権利の喪失等	運営企業は、カードの有効期限の到来、退会、会員資格の取消等、カードの会員資格を喪失した場合には、付与したポイント及びポイントの交換等をする権利を喪失させることができる。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業らは、いつでもサービスを終了、中止又は内容を変更することができる。この場合、運営企業は終了、中止又は変更する旨を当社ホームページ上で告知するか、又はその旨を会員に通知する。
参考Web (令和 2 年 4 月 27 日 最終閲覧)	https://www.cr.mufg.jp/business/index.html https://www.cr.mufg.jp/mufgcard/point/global/index.html https://www.cr.mufg.jp/member/rule/mufgcard/globalpoint.html https://www.cr.mufg.jp/member/rule/mufgcard/globalpoint_b.html

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	三菱UFJニコス株式会社
ポイントサービス名	グローバルポイント(コーポレート)
利用規約等	MUFGカードグローバルポイント(コーポレート)利用規程
運営企業	三菱UFJニコス株式会社及び同社が指定するカード発行会社
利用要件等	MUFGカードコーポレート(Visa・Mastercard)、MUFGカードゴールドプレステージコーポレート(Visa・Mastercard)、MUFGカードエクスプレスコーポレート(Visa・Mastercard)、UFJ Card JCBコーポレートカード、JCBエクスプレスビジネスカード(いずれも個人決済型に限る)の各カードの貸与を受け、MUFGカード法人会員規約(コーポレート用・個人決済型)に承認する。
付与の対象となる取引及び付与率	カードを使用しショッピングを行った場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントがクレジットの支払月ごとに付与される。
付与の相手方	役員又は社員
保有数量の確認方法	MUFGカードWebサービス及びご利用明細書で確認できる。
ポイントサービス	<p>ポイント交換商品カタログに掲載されたバラエティ、キッチン&テーブル、グルメセレクション、ファッション&ビジネス、ヘルス&ビューティ、ギフトカタログ、チケット&サービス、チャリティのカテゴリから選択し、交換等ができる。</p> <p>このうちチケット&サービスには、Amazonギフト券、図書カードNEXT、マックカード、全国共通お食事券ジュワフルメカード、おこめギフト券、ハーゲンダッツ ミニカップギフト券、ユナイテッドシネマ/シネプレックス共通映画鑑賞券、スターバックスカード、QUOカード、厳選いいもの専用クーポン、三菱UFJニコスギフトカードが、チャリティには、オイスカ「湾岸林再生プロジェクト」、地球・人間環境フォーラム、国連WFP、あしなが育英会、JOCオリンピック選手強化寄付プログラム with Visa、日本ユネスコ協会連盟、がん研究会、日本ユネスコ協会が、また、ポイント移行の対象ポイントには、pontaポイント、楽天スーパーポイント、Tポイント、nanacoポイント、WAONポイント、JALマイレージバンク(マイル)、dポイント、auWALLETポイント、ベルメゾン・ポイント、ビックポイントがある。</p>
交換等に必要の最少数量	200ポイントから交換等が可能となる。
権利の移転	第三者に譲渡等はやできない。
有効期限	各年、11月から翌年10月までに付与されたポイントが、翌々年10月末日を経過する日まで利用できる。
権利の喪失等	運営企業は、カードの有効期限の到来、退会、会員資格の取消等、カードの会員資格を喪失した場合には、付与したポイント及びポイントの交換等をする権利を喪失させることができる。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業らは、いつでもサービスを終了、中止又は内容を変更することができる。この場合、運営企業は終了、中止又は変更する旨を運営企業のホームページ上に告知するか、又はその旨を会員に通知する。
参考Web(令和2年4月27日最終閲覧)	https://www.cr.mufg.jp/business/index.html https://www.cr.mufg.jp/business/service/corp/globalpoint/index.html https://www.cr.mufg.jp/member/rule/mufgcard/globalpoint_corp.html

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	三菱UFJニコス株式会社
ポイントサービス名	Okidokiポイント
利用規約等	Okidokiポイントプログラム利用規定
運営企業	カード発行会社及び株式会社ジェシービー
利用要件等	UFJ Cardビジネスクラブ法人カード（JCB）、JCB CARD Bizカード及びJCB法人カードの各カードの貸与を受け、各JCB会員規約に承認した者を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを使用しショッピング等を行った場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントがクレジットの支払月ごとに付与される。
付与の相手方	法人（なお、カードごとに付与される）
保有数量の確認方法	MyJCB、カードご利用代金明細書及び電話で確認できる。
ポイント の 使 途 （ 交 換 し な い 利 用 の 方 法 ）	Okidokiポイントプログラムカタログ（特典）に掲載されたキッチン、グルメ、ヘルス&ビューティー、エンターテイメント・レストラン、JCBトラベル旅行代金ポイント充当プラン、キャッシュバック、ポイント移行、ギフトカード・商品券、ポイントチャリティーのカテゴリから商品等を選択し、交換等ができる。 このうちポイント移行の対象ポイントには、nanacoポイント、スターバックスカードチャージ、auWALLETポイント、dポイント、楽天スーパーポイント、楽天Edy、Tポイント、WAONポイント、ビッグポイント、ビッグネットポイント、ベルメゾンポイント、セシルスマイルポイント、ジョージンポイント、カエトカード、ANAマイレージクラブ[マイル]、ANAマイレージクラブ[ANA SKYコイン]、JALマイレージバンク（JMB）[マイル]、デルタ航空スカイマイルがある。また、ギフトカード・商品券等には、nanacoカード、スターバックスカード、ユニクロギフトカード（3,000円分）、マックカード（2,000円分）、MOS CARD（2,000円分）、KFC CARD（2,000円分）、KOMECA（コメダ珈琲店プリペイドカード）（2,000円分）、ハーゲンダッツギフト券（4枚）、全国共通お食事券ジュブルメカード（2,000円分）、ドトールバリューカード（2,000円分）、ドトールバリューカード（5,000円分）、JCBプレモカード（3,000円分）、JCBギフトカード、JCBプレモカードOkidokiチャージがある。 寄付については、公益財団法人日本ユニセフ協会、WWFジャパン（公益財団法人世界自然保護基金ジャパン）、特定非営利活動法人国連UNHCR協会、特定非営利活動法人国境なき医師団日本、Present Tree（認定NPO法人環境リレーションズ研究所）、公益社団法人日本エネソコ協会連盟、日本赤十字社、国連WFP、公益社団法人日本臓器移植ネットワーク、京都大学iPS細胞研究所が対象となる。 また、Okidoki Shoppingの支払に使用することもできる。
交換等に必要最少数量	原則として、200ポイント以上となった場合に特典等との交換等ができる。
権利の移転	譲渡又は買入れはできず、他人との共有も認められない。
有効期限	一般カードは2年間、ゴールドカードは3年間、プラチナカードは5年間で有効となる。
権利の喪失等	カードの会員資格を喪失した場合のほか、死亡した場合には、ポイントの付与や特典等との交換等その他ポイントサービスに係る全ての権利を喪失する。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業らは、個別の合意することなく、利用規定を改定できる。 また、運営企業らは営業上その他の理由により、ポイントプログラムを終了し、又は内容の変更を行うことができる。
参考Web（令和2年4月27日最終閲覧）	https://www.cr.mufg.jp/business/index.html

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	株式会社ジェーシービー
ポイントサービス名	Okidokiポイント
利用規約等	Okidokiポイントプログラム利用規定
運営企業	カード発行会社及び株式会社ジェーシービー
利用要件等	UFJ Cardビジネスクラブ法人カード（JCB）、JCB CARD Bizカード及びJCB法人カードの各カードの貸与を受け、各JCB会員規約に承認した者を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを使用しショッピング等を行った場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントがクレジットの支払月ごとに付与される。
付与の相手方	法人（なお、カードごとに付与される）
保有数量の確認方法	MyJCB、カードご利用代金明細書及び電話で確認できる。
ボイ イ ン ト サ ー ビ ス の 使 途 （ 交 換 不 し 利 用 の 方 法 ）	Okidokiポイントプログラムカタログ（特典）に掲載されたキッチン、グルメ、ヘルス&ビューティー、エンターテイメント・レストラン、JCBトラベル 旅行代金ポイント充当プラン、キャッシュバック、ポイント移行、ギフトカード・商品券、ポイントチャリティーのカテゴリから商品等を選択し、交換等ができる。 このうちポイント移行の対象ポイントには、nanacoポイント、スターバックスカードチャージ、auWALLETポイント、dポイント、楽天スーパーポイント、楽天Edy、Tポイント、WAONポイント、ビッグポイント、ビッグネットポイント、ベルメゾン・ポイント、セシルスマイルポイント、ジョージンポイント、カエトクカード、ANAマイレージクラブ【マイル】、ANAマイレージクラブ【ANA SKY コイン】、JALマイレージバンク（JMB）【マイル】、デルタ航空スカイマイルがある。また、ギフトカード・商品券等には、nanacoカード、スターバックスカード、ユニクロギフトカード（3,000円分）、マックカード（2,000円分）、MOS CARD（2,000円分）、KFC CARD（2,000円分）、KOMECA（コマダ珈琲店プリベイドカード）（2,000円分）、ハーゲンダッツギフト券（4枚）、全国共通お食事券スタブルメカード（2,000円分）、ドトール バリュエカード（2,000円分）、ドトール バリュエカード（5,000円分）、JCBプレモカード（3,000円分）、JCBギフトカード、JCBプレモカードOkidokiチャージがある。 寄付については、公益財団法人日本ユニセフ協会、WWFジャパン（公益財団法人世界自然保護基金ジャパン）、特定非営利活動法人国連UNHCR協会、特定非営利活動法人国境なき医師団日本、Present Tree（認定NPO法人環境リレーションズ研究所）、公益社団法人日本エネテック協会連盟、日本赤十字社、国連WFP、公益社団法人日本臓器移植ネットワーク、京都大学iPS細胞研究所が対象となる。 また、Okidoki Shoppingの支払に使用することもできる。
交換等に必要最少数量	原則として、200ポイント以上となった場合に特典等との交換等ができる。
権利の移転	譲渡又は買入れはできず、他人との共有も認められない。
有効期限	一般カードは2年間、ゴールドカードは3年間、プラチナカードは5年間で有効となる。
権利の喪失等	カードの会員資格を喪失した場合のほか、死亡した場合には、ポイントの付与や特典等との交換等他ポイントプログラムのサービスに係る全ての権利を喪失する。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業らは、個別の合意することなく、利用規定を改定できる。 また、運営企業らは営業上その他の理由により、ポイントプログラムを終了し、又は内容の変更を行うことができる。
参考Web（令和2年4月27日最終閲覧）	https://www.jcb.co.jp/point/index.html https://www.jcb.co.jp/promotion/ordercard/corp/standard3/713245023135100&ad_id=co_jp_hospe_list_2016q_hos0163&utm_medium=1st_hos_&utm_source=hos_&utm_term=hos0163_list_&yclid=YSS.1000122670.EAIaIqobChMI5qyZw56g6A1Vv6gWchORVQqQoEAAAYASAEgKkDPD_BwE https://okidoki.icata.net/catalog/2020_1/ https://www.jcb.co.jp/kiyaku/pdf/okidoki_kitei_2003.pdf

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	株式会社オリエントコーポレーション
ポイントサービス名	暮らしスマイル
利用規約等	eオリコサービス利用規約
運営企業	株式会社オリエントコーポレーション
利用要件等	EX Gold for Biz M(エグゼクティブゴールドフォー ビズएम)及びUPTY for Biz M(アプティフォー ビズएम)を利用し、eオリコサービス利用の登録が認められた者を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを使用した場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1スマイルが付与される。
付与の相手方	不明
保有数量の確認方法	eオリコサービス及びご利用代金明細書で確認できる。
ポイント イ ン ト サ ー ビ ス の 使 途 (交 換 不 し 利 用 の 方 法)	「オリコポイントカタログ」に掲載されたフード、キッチン、ライフ、ビューティ&ヘルス、ビジネス、アウトドア、レストラン&エンターテインメント、トラベル、チャリティー、ギフトカードなどの商品等と交換等ができる。 また、オンラインクーポンへの移行には、Amazonギフト券、App Store & iTunesギフトカード、Google Playギフトカード、QUOカードPay、nanacoギフト、EdyギフトID、ファミリーマートお買い物券、イオンシネマ映画観賞券、すかいらーくご優待券、自治体ポイントのほか、提携サービスポイント移行として、ANAマイレージクラブ、JALマイレージクラブ、dポイント、WALLETポイント、楽天スーパーポイント、Tポイント、電子マネーWAONポイント、Pontaポイント、ベルメゾン・ポイント、ちよコムポイント、京王グループ共通ポイントがある。 カタログ未掲載の限定商品（フード、ライフ、ビジネス、レストラン&エンターテインメント、キッチン、ビューティ&ヘルス、アウトドア、トラベルのカテゴリあり）のほか、JOCオリンピック選手強化寄付プログラム with Visa、eオリコサービス限定オリコトリグッズへの利用も可能である。
交換等に必要最少数量	200スマイルから交換等が可能となる。
権利の移転	第三者に譲渡、担保提供、売買又は買入等を行うことはできない。
有効期限	取得した月を含めて13ヶ月～24ヶ月間利用できる。
権利の喪失等	カードの解約又は無効や、カード会員規約を遵守していないなどの事情がある場合には、スマイルの交換に応じない。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、事前に告知等することなく、規約を変更又は追加等できる。 また、運営企業は、何ら通知することなく、サービスの利用又は中止をすることができ、サービスの全部又は一部の提供を終了することができる。
参考Web (令和 2 年 4 月 27 日 最終閲覧)	https://www.orico.co.jp/business/creditcard/ https://www.orico.co.jp/creditcard/point/ https://www.orico-net.jp/catalog2020/ https://order.orico.co.jp/common/administrator/content/pdf/1018000_1_4.pdf#search=%27%E3%82%AA%E3%83%A8%E3%83%88%E3%82%B3%E3%83%B0%E3%83%9D%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E3%8A6%E3%8F7%E3%8427

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主幹企業名	アメリカン・エクスプレス・ジャパン株式会社
ポイントサービス名	メンバーシップ・リワード®
利用規約等	アメリカン・エクスプレス・カード・サービス「メンバーシップ・リワード」プログラム会員規約
運営企業	アメリカン・エクスプレス・インターナショナルInc. 日本支社
利用要件等	アメリカン・エクスプレス・ビジネス・カードの利用者を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを利用するごとに、基本的には、利用金額100円に対し1ポイントが暦年で累積されて付与される。
付与の相手方	不明
保有数量の確認方法	請求書及びウェブサイトから確認できる。
ボ イ ン ト サ ー ビ ス	<p>カード利用代金、旅行代金（アメリカン・エクスプレス・トラベル オンライン、HIS アメリカン・エクスプレス・トラベル・デスク、日本旅行）及び提携店の商品券に交換しての即時決済、季節やトレンドに合わせたアイテムや「体験」をテーマにしたアイテム、日々の生活に役立つアイテムなどバラエティ豊かな500以上の商品等への交換等ができる。AMAZONギフト券をはじめとするEクーポン、全国百貨店共通商品券、百貨店ギフトカード及びMOS CARDなどの商品券、運営企業が開催するカルチャー、グルメ、エンターテイメント・スポーツなど種々のオリジナルイベントや、ホテル・レストラン、ホーム・キッチン・日用雑貨、Amazingといったカテゴリからの選択もできる。</p> <p>また、ANAマイレージクラブ、SASユーロボーナス、アジアマイル、アリアイタリア航空クラブ・ミッドレミアム、エティハド航空エティハド ゲスト、エミレーツ航空エミレーツ・スカイワーズ、ユールフランスKLMフライング・ブルー、カタール航空プリヴィレッジクラブ、シンガポール航空クリスフライヤー、タイ航空ロイヤルオーキッドプラス、チャイナエアラインダイナスティフライヤー・プログラム、デルタ航空スカイマイル、フィンエアアフィンエアー・プラス、ブリティッシュ・エアウェイズエクゼクティブ・クラブ、ヴァージンアトランティック航空フライングクラブや、楽天スーパーポイント、Tポイントへの移行もできる。</p> <p>なお、メンバーシップ・リワードカタログサイトへはオンライン・サービスによるユーザー登録等が必要となる。</p>
交換等に必要最少数量	不明
権利の移転	他の会員その他の者に譲渡することはできない。
有効期限	累積されたポイントは、原則的には翌暦年1年間利用できる。
権利の喪失等	カード会員の会員資格が事由のいかんにかかわらず終了した場合、累積したポイントは失効する。なお、他の対象カードに切り替えられた場合には、累積したポイントは切り替え後の対象カードのポイントとして引き続き有効とされる。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、必要あると認めるときは、いつでも規約を変更することができる。運営企業は、事業上の必要により、いつでもプログラムを中止することができ、また、その裁量により、特典・便益をいつでも変更することができる。
参考Web（令和2年4月27日最終閲覧）	https://www.americanexpress.com/jp/credit-cards/green-business-corp-card/ https://www.americanexpress.com/ja-jp/rewards/membership-rewards/

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	クレジットカード会社
主宰企業名	株式会社クレディセゾン
ポイントサービス名	永久不滅ポイント
利用規約等	永久不滅ポイント規約 UC法人カード・コーポレートカードに関する永久不滅ポイント特約
運営企業	株式会社クレディセゾン
利用要件等	UC法人カード及びコーポレートカードを対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	上記カードを使用した場合に、基本的には、月額の利用金額1,000円に対し1ポイントがクレジットの支払月ごとに付与される。
付与の相手方	法人カードは法人 コーポレートカードはカード使用者
保有数量の確認方法	カード会員用Webサービス、自動音声及びご利用明細書で確認できる。
ボ イ ン ト サ ー ビ ス	STOREEにあるグルメ(精肉・肉加工品、野菜、米・パン、惣菜、乾物、コーヒー豆・紅茶・お茶、魚介類・水産加工品、乳製品・チーズ・卵、麺類、調味料・トッピング、煎餅・缶詰)、スイーツ(和菓子、アイスクリーム、洋菓子)、ドリンク・お酒(ビール、日本酒、洋酒・リキュール、ワイン、焼酎、水・ソフトドリンク)、キッチン(キッチン用品・調理道具、食器・カトラリー)、ホーム・インテリア(インテリア雑貨、生活日用品、ガーデン・DIY・工具、文具・手芸、寝具)、家電(生活家電、理美容家電、パソコン・スマートフォン・タブレット、キッチン家電、TV・オーディオ・カメラ)、ファッション(ファッション雑貨、アクセサリー、かばん・靴)、ビューティー・ヘルスケア(スキンケア、メイクアップ、ヘアケア、健康・ヘアケア、ネイルケア・オナールケア)、ベビー・キッズ(ベビー、玩具、キッズ)、ペット用品(いぬ、ねこ)、趣味(スポーツ・アウトドア、ホビー・レレゲーム)、体験(エンタメ、サービス)のカテゴリの中にある商品等を選択して交換等できる。また、ギフト券・ポイント移行、チャリティ、サッカー日本代表、夢のアイテム、ポイントdeお買い物サービス、東地袋52、カード限定アイテムのカテゴリもある。このうち、ギフト券の移行には、mijica、スターバックスカード、Amazonギフト券、すかいらーくご優待券、プリンスチケット、モスカード、UCギフトカード、SEIYUショッピングカードなどが、ポイント移行には、永久不滅ウォレット、(みずほマイレージクラブカード/ANA限定) ANAマイル、(マネックスセゾンカード限定) マネックスポイント、自治体ポイント、nanacoポイント、Pontaポイント、dポイント、JALマイル、auWALLETポイント、クラブツーリズム旅行代金充当、ベルメゾン・ポイント、(Tokyo Metro To MeCARD UC限定) メトロポイント、(SEIBU PRINCE CLUBカード限定) プリンスポイント、(WOWOWセゾンカード限定) WOWOW視聴料、(みずほマイレージクラブカード限定) 楽天スーパーポイント、(ヤマダLABI ANAマイレージクラブカードセゾン・アメリカン・エキスプレス・カード限定) ヤマダポイントなどがある。寄付先としては、サッカー日本代表強化資金、首里城の再建支援、ノーベル賞大聖堂支援金、赤城自然園の自然環境保全活動、iPS細胞研究所支援、盲導犬の育成支援、世界の子どもたちの教育支援などがある。ポイントdeお買い物サービスを利用することにより、200ポイント当たり900円相当としてカード利用代金に充当することができる。ポイント運用としては、Netアンサー限定ないしはアットインターネット限定のポイント運用サービスを利用することもできる。なお、電子マネーへの交換として、みずほマイレージクラブカードセゾンSuica限定でSuicaのチャージもできる。
交換等に必要の最少数量	不明
権利の移転	第三者に譲渡したりすることはできない。
有効期限	有効期限はない。
権利の喪失等	会員又はカード使用者が退会又は会員資格を喪失等した場合には、ポイント及び交換等に関する一切の資格を失効する。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、規約の一部又は全部をいつでも改定できる。また、サービスの全部又は一部を変更、中止又は廃止できる。
参考Web(令和2年4月27日最終閲覧)	https://www.saisoncard.co.jp/ https://www.saisoncard.co.jp/point/ https://www.saisoncard.co.jp/point/pdf/aqf_kiyaku.pdf?search=%27%E6%B0%B8%E4%B9%85%E4%B8%8D%E6%BB%85%E3%83%9D%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%83%88%E8%A6%8F%E7%B4%84%27

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	通 信 事 業 会 社
主宰企業名	株 式 会 社 N T T ド コ モ
ポイントサービス名	d ポイント
利用規約等	ドコモビジネスプレミアクラブ会員規約
運営企業	株式会社NTTドコモ
利用要件等	本規約に従い、ドコモビジネスプレミアクラブに入会した者を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	ポイント提供対象サービスの月額の利用料金1,000円につき、5~100ポイントが付与される。
付与の相手方	法人（回線単位（請求単位）で付与されるが、一括請求等の場合は合算されて付与される。）
保有数量の確認方法	My docomo、請求書、口座振替のご案内及びご利用料金のご案内等で確認できる。
ボ イ ン ト サ ー ビ ス	<p>1 ポイント1円として、ドコモの携帯電話を対象とした商品の購入及び修理代金に充当することができる。また、電池パックへの交換のほか、ビジネスコースとして、グルメコース（グルメギフト2019、ランチ・ディナープラン）、リビンググッズコース（ホーム家電、キッチン・ダイニング、ビューティー・ヘルス、ファッション、レジャー・ホビー、防災・DIY、ラーニング）、エンターテインメントコース、トラベルコースのカテゴリによる特典等に利用することができる。</p>
交換等に必要最少数量	1 ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	他社に譲渡又は移行することはできない。なお、契約が名義変更されたときは契約上の地位が承継されたときは、新しい契約者に移行される。
有効期限	各年、4月から翌年3月末日までに付与されたポイントが、3年2カ月を経過する日まで利用できる。
権利の喪失等	ポイント提供の対象サービスに係る契約が解約されて会員資格を失ったときは、ポイントは全て喪失する。なお、解約の際、退会の申出をした場合は代表回線の契約者等に残る。
サービスの終了、停止及び変更等	特典の内容は、運営企業らの都合により、周知又は通知なしに追加、変更又は一時停止をすることがある。また、運営企業は、必要と認めたときには会員への予告なく、規約及びMy docomoの内容、特典の内容等を変更することができる。プログラムの実施期間は運営企業が任意に設定し、これを終了させる場合、1カ月前までにMy docomoへの掲載等により通知する。
参考Web（令和2年4月27日最終閲覧）	https://www.mydocomo.com/web/houjin/pointyutai/top.html https://www.mydocomo.com/web/utility/about/rules/bpc.html

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	通 信 事 業 会 社
主宰企業名	K D D I 株 式 会 社
ポイントサービス名	a u ポ イ ン ト
利用規約等	auポイントプログラム利用規約
運営企業	K D D I 株 式 会 社 及 び 沖 縄 セ ル ラ ー 電 話 株 式 会 社
利用要件等	auサービス会員及びKDDI電話・ネット等会員を対象とする。
付与の対象となる取引及び付与率	基本的には、au通信サービス及びKDDI電話・ネット等サービスに係る月額の利用料金1,000円に対し10ポイントが付与される。
付与の相手方	法人（回線単位（請求単位）で付与されるが、一括請求等の場合は合算されて付与される。）
保有数量の確認方法	ホームページ、音声情報サービス及びカスタマーセンターへの問い合わせにより、確認できる。
ポ イ ン ト サ ー ビ ス	<p>1 ポイント1円として、au携帯電話の機器代金、故障時の有償修理代金、電池パック、共通ACアダプタ等の購入代価と交換等を行うことができる。また、auの利用者はau Online Shopでオプション品やプリペイドカードと交換等することもできる。</p> <p>このうちオプション品としては、スマートフォンをはじめとする携帯関連機器が、また、プリペイドカードとしては、App Store & iTunesギフトカード、Google Playギフトカード、ニンテンドープリペイド番号、プレステーションストアチケット、Microsoftソフトウェア、windowsストアデジタルプリペイドカード、Xboxデジタルプリペイドカード、Xbox Liveゴールドメンバーシップがある。</p>
交換等に必要の最少数量	1 ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	第三者に譲渡、貸与、買入れ又は担保に供することはできない。なお、通信サービスの利用権等の契約上の地位の譲渡又は承継をした際に、所定の要件を満たすときは第三者に移行する。
有効期限	付与された月から48カ月後の月末まで利用できる。
権利の喪失等	auサービス会員及びKDDI電話・ネット等の資格を失った場合は、ポイントは失効する。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、Webサイトに掲載することにより、プログラムの内容又はプログラムの提供条件を変更することがあり、また、その都合により、一部又は全てを停止又は終了することがある。
参考Web（令和 2 年 4 月 27 日 最終閲覧）	https://www.au.com/support/point/ https://www.au.com/support/point/regulation-au-point/

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	通 信 事 業 会 社
主宰企業名	K D D I 株 式 会 社
ポイントサービス名	K D D I ま と め て オ フ ィ ス ポ イ ン ト
利用規約等	KDDIまとめてオフィス 会員規約
運営企業	K D D I 株 式 会 社
利用要件等	KDDIまとめてオフィス提出条件を承認し、登録された会員を対象とする（なお、別添資料10のauポイントプログラム利用規約の会員は除かれる。）。
付与の対象となる取引及び付与率	基本的には、月間の利用料金1,000円に対し20ポイントが付与される。
付与の相手方	法人（契約単位）
保有数量の確認方法	会員サイト及び請求書で確認できる。
ポ イ ン ト サ ー ビ ス	<p>使用（交換ないし利用の方法）</p> <p>auポイントプログラム利用規約に基づくポイントとして、1ポイント1円で別添資料10のauポイントプログラムで交換等ができるほか、KDDIまとめてオフィス会員限定サイトのカウネット等での交換等もできる。</p>
交換等に必要最少数量	1ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	第三者に譲渡、貸与又は担保に供することはできない。
有効期限	付与された月から48カ月後の月末まで利用できる。
権利の喪失等	退会に伴い、付与されたポイントのほか、KDDIまとめてオフィスに関する全ての権利は失効する。
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、予告又は通知をすることなく、必要に応じて規約及び個別条件を変更することができる。また、その都合により、予告又は通知をすることなく、特典の内容の一部又は全部について、追加、削除、変更、適用の一時停止又は終了等を行うことができ、また、KDDIまとめてオフィスについて一部又は全部を終了することができる。
参考Web（令和2年4月27日最終閲覧）	https://www.kddimatomete.com/ https://media3.kddi.com/extlib/files/business/smb/business-support/office/application/pdf/kiyaku.pdf#search=%27KDDI%E3%81%BE%E3%81%A8%E3%82%81%E3%81%A6%E3%82%AA%E3%83%95%E3%82%A3%E3%82%B9%E4%BC%9A%E5%93%A1%E8%A6%8F%E7%B4%84%27

法人取引を付与の対象とする主要な企業ポイント

企業ポイント付与の対象となる事業	通 信 事 業 会 社
主宰企業名	ソ フ ト バ ン ク 株 式 会 社
ポイントサービス名	法 人 企 業 向 け T ポ イ ン ト
利用規約等	ポイントプログラム (Tポイント) 提供条件書 法人企業向けTポイントサービス利用にあつての遵守事項
運営企業	株式会社Tポイント・ジャパン
利用要件等	ソフトバンク携帯電話等のサービスの利用等に応じ、株式会社Tポイント・ジャパンが提供するTポイントを付与する。
付与の対象となる取引及び付与率	基本的には、ソフトバンク携帯電話等の月額利用料金1,000円に対し、株式会社Tポイント・ジャパンが提供する法人向けTポイント5ポイントが付与される。
付与の相手方	法人 (請求単位に法人企業向けポイント口座に付与される。)
保有数量の確認方法	法人コンシェルサイトで確認できる。
ボ イ ン ト サ ー ビ ス	<p>1 ポイント1円として、携帯電話の利用料金、購入代金及び修理代金、レンタルサービス携帯電話のレンタルサービス料金及び修理代金、オプション品の購入代金の支払に利用することができる。また、①Yahoo! JAPAN IDに登録した上で、法人コンシェルサイト経由でYahoo! JAPAN及びYahoo! JAPAN提携サイトを、②株式会社Tポイント・ジャパンの提携先が発行する法人組織キーを所持している場合には、当該提携先の運営店舗を利用することもできる。</p>
交換等に必要最少数量	1 ポイント単位で交換等ができる。
権利の移転	第三者へ譲渡又は承継することはできない。
有効期限	原則として、ポイント数の変動 (貯める、使う、交換する) から1年間、利用できる。
権利の喪失等	不明
サービスの終了、停止及び変更等	運営企業は、ホームページへの掲載等を行うことにより、サービスを変更することができ、また、1カ月前までにホームページへの掲載等を行うことにより、サービスの提供を中断又は終了することがあり、取得側はあらかじめ承認の上、本サービスを利用する。
参考Web (令和 2 年 4 月 27 日 最終閲覧)	https://www.softbank.jp/ https://cdn.softbank.jp/mobile/set/common/pdf/legal/spguide/service/tpoint_service.pdf https://tsite.jp/pc/r/kiyaku/pdf/kiyaku_sbcorp.pdf