

～税務のチェックポイント Q&A51～

本メルマガは山下税理士に日常業務の中から「間違いやすい・見落としがちな」税務のチェックポイントをQ&A形式でご寄稿頂いたものになります。ぜひご参考になさってください。

『質問』

広告宣伝費と交際費等との区分

《内容》

顧問先の会社において、広告宣伝のために、パンフレットを作ったり、小売店に看板、ボックス等を贈ることがありますが、このような費用が広告宣伝費に該当するのかそれとも交際費等に該当するのかはどのような基準等で行うことになるのでしょうか。

『答』

広告・宣伝に要する費用の交際費等と広告宣伝費との区分につきましては、措置法通達61の4(1)－9の規定において交際費等には該当しない等の区分に関しての例示がされていますので、これらが一般的に判断基準として使用されています。

(解説)

1 租税特別措置法施行令第37条の5第2項第3号の規定から、会社が通常支出する広告宣伝費（テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、その他チラシ等）は、当期の損金の額に算入されると考えられます。つまり、措置法通達61の4(1)－9の規定において「不特定多数の者に対する宣伝的効果を意図するもの」は、原則として広告宣伝費の性質を有するものとして損金算入が認められていると捉えられます。

2 しかし、これ以外の広告・宣伝に要する費用の交際費等と広告宣伝費との区分につきましては措置法通達61の4(1)－9の規定において次のようなものは交際費に含まれないものとして例示がされています。

- (1) 製造業者又は卸売業者が、抽選により、一般消費者に対し金品を交付するために要する費用又は一般消費者を旅行、観劇等に招待するために要する費用
- (2) 製造業者又は卸売業者が、金品引換券付販売に伴い、一般消費者に対し金品を交付するために要する費用
- (3) 製造業者又は販売業者が、一定の商品等を購入する一般消費者を旅行、観劇等に招待することをあらかじめ広告宣伝し、その購入した者を旅行、観劇等に招待する場合のその招待のために要する費用
- (4) 小売業者が商品の購入をした一般消費者に対し景品を交付するために要する費用

- (5) 一般の工場見学者等に製品の試飲、試食をさせる費用（これらの者に対する通常の茶菓等の接待に要する費用を含む。）
- (6) 得意先等に対する見本品、試用品の供与に通常要する費用
- (7) 製造業者又は卸売業者が、自己の製品又はその取扱商品に関し、これらの者の依頼に基づき、継続的に試用を行った一般消費者又は消費動向調査に協力した一般消費者に対しその謝礼として金品を交付するために通常要する費用

(注) 例えば、医薬品の製造業者（販売業者を含む。）における医師又は病院、化粧品の製造業者における美容業者又は理容業者、建築材料の製造業者における大工、左官等の建築業者、飼料、肥料等の農業用資材の製造業者における農家、機械又は工具の製造業者における鉄工業者等は、いずれもこれらの製造業者にとって一般消費者には当たらない。

3 なお、温泉招待、観劇招待をすることも、不特定多数の者を前提とする場合は広告宣伝費として取り扱われますが、得意先等特定の者に対する温泉、観劇の招待のための費用は、「交際費等」に該当することになりますので注意が必要です。また、メーカーが特約店を温泉に招待するための費用などは、明らかに、たとえ新製品の展示等のためであっても、一般に「交際費等」として取り扱われることとなります。

※なお、税務のチェックポイントQ&Aに関するご質問は受付しておりません。
予めご了承ください。

〈著者プロフィール〉

山下 徳夫 氏

税理士、長崎県出身、旧大蔵省在職時には、法人税法関係の法律の企画立案事務に従事し、税務大学校教授在職中に公益法人課税・減価償却関係等に関する論文発表。

■■■■■ 著作権 など ■■■■■

著作権者の承諾なしにコンテンツを複製、他の電子メディアや印刷物などに再利用(転用)することは、著作権法に触れる行為となります。また、メールマガジンにより専門的アドバイスまたはサービスを提供するものではありません。貴社の事業に影響を及ぼす可能性のある一切の決定または行為を行う前に必ず資格のある専門家のアドバイスを受ける必要があります。メールマガジンに依拠することによりメールマガジンをお読み頂いている方々が被った損失について一切責任を負わないものとします。