

⇩ 売上割戻しの基準

Q : 当社では、得意先に対し、売上高に応じて売上割戻しを実施してきましたが、この度、販売量が多いなど当社に貢献度の高い得意先に手厚くなるように、基準を見直すことにしました。税務上、何か問題はありますか？

A : 得意先の営業地域の特殊事情、協力度合等を勘案して合理的に定められた基準であれば問題ありません。

【解説】

売上割戻しとは、売上高若しくは売掛金の回収高に比例して、又は売上高の一定額ごとに、法人が得意先に対して金銭で支払うもので、販売促進費としての意味合いから費用計上が認められています。

売上割戻しの算定基準については、一般的に、一定期間の販売価額又は販売数量を基に割戻率を適用して算定されますが、販売高が多い、新規の市場を開拓した等の貢献度の高い得意先に手厚くなるよう、あるいは、販売高の少ない地域に戦略的に営業をかけるため、その地域の特約店に高率の割戻率を適用するなど、法人の販売戦略上より有効な基準を採用しても、それらの基準が合理的に定められたものであれば、税務上特に問題になることはありません。

なお、売上割戻しは金銭で支払うことが前提となっており、金銭の代わりに事業用資産や少額物品（おおむね 3,000円以下）以外の物品の交付費用や旅行、観劇等に招待する費用を支出した場合などは交際費等に該当することとなりますので、ご注意ください。

