

Progress～進歩～

一期一会

28年8月号 (広告)
2016年8月発行
三宅税理士法人
代表社員 三宅孝治
(中国税理士会 倉敷支部会員)
倉敷市中島2370番地14
TEL 086 - 466 - 1255
FAX 086 - 466 - 1288
第111号
発行担当者: 山本 翼

ジメジメした梅雨も明け、いよいよ心躍る夏本番ですね！ 気象庁の予測では今年も例年よりも「暑い」夏になるとのこと…。暑い夏、私はついエアコンに頼ってしまう生活を送りがちですが、日本人は昔から夏のことを考えて家を作った方が良く考えていたそうで、鎌倉時代、兼好法師は「家の作りやうは、夏をむねとすべし。冬はいかなる所にも住まる。暑き比わろき住居は、堪へがたき事なり。」(徒然草 第五段)と、夏の住みやすさを優先すべきと考えていたようです。何年も前から、日本の夏は暑く、人々の議論の種だったのでね。

そんな暑い夏にピッタリの今回のテーマは、**夏祭りの協賛金の取扱い** です！

協賛金等の税務上の取扱い

夏祭りなど多くのイベントを控えるこの時期は、その主催者から協賛金を募られることも多くあるかと思えます。そこで今回は、協賛金を支出した場合や供物を購入した場合には税務上どのように処理されるのかを確認してまいります。

法人税における取扱い

協賛金を支出した場合における法人税上の取扱いは、その目的及び主催者等との関係性によって判断します。つまり、その支出が「どんな使われ方をしているか」と、「誰に支払ったか」をポイントに 広告宣伝費 交際費 寄附金のいずれかとして処理をすることになります。

広告宣伝費 として処理するケース

不特定多数の者に対する宣伝効果を意図して支出した場合は、イベントの開催日において広告料としての相当額を広告宣伝費として処理することになると思われます。例えば、以下のような事例では広告宣伝費に該当すると考えられます。

< 事例 >

- ・ 祭りのうちわや会場の提灯・のぼり等に協賛企業名の掲示がある。
- ・ 祭りのパンフレットやホームページに協賛企業名や商品等の広告を掲載している。
- ・ 花火大会のプログラム等に協賛企業に関する広告を掲載している。
- ・ 花火大会の花火打ち上げ時に協賛企業名や商品名がアナウンスされる。

なお、広告宣伝費に該当する旨の証拠資料として、企業名が記載されたパンフレット等を保存しておいて頂くようによりしくお願いいたします。

交際費 として処理するケース

そのイベントの主催者等が顧客や取引先である場合において、その顧客や取引先との今後の取引の円滑化等を目的に協賛金を支出したときは、その支出した協賛金は交際費になる可能性があります。

寄附金 として処理するケース

協賛金の支出が上記 及び のいずれにも該当せず、その支出により、企業名の掲示等の特典を何ら受けることがないような場合には、その支出の名目にかかわらず、寄附金として処理することになると考えられます。

寄附金は、国等に対する寄附金など特定の支出先に対するものについては、その全額又は一定の方法により計算した金額が損金の額となりますが、今回のケースのような寄附金では、次の算式で計算した限度額までが損金の額として認められます。

一般の寄附金の損金算入限度額

$$\text{損金算入限度額} = \text{資本金等の額} \times \frac{\text{当期の月数}}{12} \times \frac{2.5}{1,000} + \text{所得の金額} \times \frac{2.5}{100} \times \frac{1}{4}$$

< 計算例 > 資本金等の額2,000万円、所得の金額1,400万円、1年決算法人の場合の損金算入限度額

$$(2,000\text{万円} \times 12 / 12 \times 2.5 / 1,000 + 1,400\text{万円} \times 2.5 / 100) \times 1/4 = (10\text{万円})$$

注: 所得の金額は、支出した寄附金の額を損金に算入しないものとして計算します。 出典: 国税庁資料

なお、個人事業者の事業所得の計算においては、原則として、寄附金は必要経費に算入されませんのでご注意ください。

消費税における取扱い

協賛金の支出が、課税仕入れとなるか否かは、その支出が「どのような目的で」なされたものであるかによって判断します。何の見返りも受けずに、単に地域への貢献等を目的として協賛金を支出した場合(上記)には、対価性のない取引として課税対象外取引に該当し、課税仕入れとはなりません。

ただし、供物など物品を購入してそれを寄付する場合には、その物品が商品券等の非課税取引でない限り、その購入費用は課税仕入れとなります。

一方で、広告宣伝を目的として協賛金を支出しその恩恵を受ける場合(上記)には、対価性が認められるため課税仕入れに該当します。

いずれの場合も、支出の名目が協賛金であるか寄附金であるかによって判断するのではなく、その内容によって判断する必要がありますので、ご注意ください。

注: 対価性とは、その支出により資産やサービスの給付などを受けることであり、原則として対価性のない取引には消費税は課税されません。

以上、協賛金等を支出した場合の消費税を含めた税務上の取扱いについて確認してまいりました。夏祭りや花火大会などに際し、協賛金の支出を検討される際には、ぜひ上記税務上の取扱いも、その判断材料に加えて頂ければ幸いです。

また、ご不明な点等がございましたら、ご遠慮なくいつでも弊税理士法人職員へお尋ねくださいませ。どうぞよろしくお願いいたします！



～ 税のコラム ～

< 暦年課税 > の申告状況				< 相続時精算課税 > の申告状況			
	平成26年分	平成27年分	増減率		平成26年分	平成27年分	増減率
申告人員	470千人	489千人	+4.1%	申告人員	50千人	49千人	0.1%
納税人員	363千人	380千人	+4.6%	納税人員	3千人	4千人	+5.3%
申告納税額	2,584億円	2,161億円	16.4%	申告納税額	218億円	241億円	+10.2%
1人当たり	71万円	57万円	20.0%	1人当たり	652万円	682万円	+4.6%

国税庁より平成27年分の贈与税の申告状況が発表されました。申告納税額については、平成27年は平成26年に比べ減少する結果となりました。この背景として、平成27年から贈与税の最高税率の引き上げ及び相続税の基礎控除額の引き下げがなされることから、増税前の平成26年には資産移転が多く行われ、その結果、平成26年はその前年に比べ贈与税の申告納税額が急増していた年でした(平成25年分は1,718億円)。したがって、平成27年の申告納税額減少はその反動を受けてのものと考えられます。

一方で、申告人員・納税人員は年々増加していることから、相続対策に主眼を置いた資産移転の動きは平成28年以降も続くように思われます。



～ 夏季休暇のお知らせ ～

勝手ではございますが、**8月11日(木)～8月15日(月)**の間、休暇をいただきます。ご不便、ご迷惑等をお掛け致しますが、宜しくお願い致します。



< Vision >

毎月開催中の**経営計画書作成セミナー**：「Vision」
今月の開催日は**8月4日(木)**です。
不透明な経済情勢が続いておりますが、このような状況にこそ経営計画が求められております。参加された経営者の方々からも多くのお喜びの声をいただいております。まだ参加されたことのない方、経営計画をつくってみませんか。

開催日	対象者	申込期限
8月4日(木)	6・7・8・9月決算法人様	7月29日(金)
9月8日(木)	7・8・9・10月決算法人様	9月2日(金)
10月6日(木)	8・9・10・11月決算法人様	9月30日(金)

< 8月スケジュール >

1	月	*5月決算法人の確定申告・納付期限
		*11月決算法人の中間申告・納付期限 *消費税等(4期)の納付期限(消費税年税額400万円超の8・2月決算法人)
4	木	*経営計画書作成セミナー：Vision
10	水	*7月分源泉所得税・住民税特別徴収額の納付期限
31	水	*6月決算法人の確定申告・納付期限
		*12月決算法人の中間申告・納付期限 *消費税等(4期)の納付期限(消費税年税額400万円超の9・3月決算法人)