

平成 24 年 2 月 17 日

企業会計基準委員会 御中

社団法人不動産協会

IASB 改訂公開草案「顧客との契約から生じる収益」に対する意見

貴会において平成 23 年 12 月 22 日付で公表されました IASB の改訂公開草案「顧客との契約から生じる収益」に関する意見の募集（以下、「本公開草案」という）につきまして、下記のとおり意見を取りまとめましたので、ご高配いただきますようお願い申し上げます。

記

総論

本公開草案の改定にあたっては、業種による違いのみならず、同一業種内の同一財・サービスであっても、個別性が高い取引もあり得ることから、各々の財・サービスにおける各国の商取引慣行・契約実務慣行を踏まえ、慎重に検討頂きたい。特に、不動産事業は、不動産そのものの個別性のみならず、取引において定められる契約条件が多岐にわたるため、個別実態に合う会計処理を容認することも検討されたい。

各論

1. ASBJ 質問番号 7（及び 番号 8 中間財務報告において要求される開示）

年度の開示では、収益の認識基準等の定性的情報に加え、定量的な情報の開示（収益の分解表示、契約資産・負債の調整表、未充足の履行義務の満期分析、契約コストや不利な履行義務による債務の情報等）が提案されている。これに同意するか。同意しない場合、これらのうち、利用者が得る当該情報からの便益と、情報の作成及び監査のコストが見合っていないと考えられる開示項目は何か。

(回答)

同意しない

(理由)

本公開草案の提案による開示内容については、財務諸表作成者にとっては多大な実務負担が発生するが、利用者にとって、その負担を上回るだけの有用性があるかは疑問である。特に履行義務の開示については、当初の予想存続期間が 1 年超の契約について、残存する履行義務の金額、及びそれらが充足されると見込まれる時期の開示が求められているが、履行義務の充足時期を、毎期末（中間財務報告でも要求される場合には、年 4 回）に、全ての契約について調査や管理を行う必要があり、財務諸表作成者側の実務負担の増加に伴う多大なコストが発生することが懸念される。一方で、その負担に対して、財務諸表利用者にとっての利用価値は乏しいと考えられる。

2. その他（契約獲得の増分コスト、本公開草案 94～97 項）

本公開草案（96 項）では、契約を獲得するためのコストのうち、契約を獲得したかどうかに関係なく発生したであろうコストは、発生時に費用として認識しなければならないことが提案されている。例えば分譲マンション事業においては、着工前から販売活動が行われることが多いため、広告宣伝を行う時期についても着工前に開始されることが多い。そのため、特に大規模な分譲マンション事業など工期が長い物件においては、広告宣伝を行う時期と収益認識の時期は大きく異なることになる。また、個々のマンションの事業計画や事業採算の判断には、土地の取得費や建設費、設計料などのほかに販売のための広告宣伝費なども織り込まれており、販売価格には、それらの支出の回収も見込んだ上で価格が設定されているのが通常である。加えて、分譲マンションのように広告宣伝が開始された段階で完成・販売することが合理的と考えられる製品の広告宣伝費は、回収可能か否か明確ではないビジネスの広告宣伝費とは異なる性質を持つと考えられる。すなわち、個別の分譲マンションの物件広告などの広告宣伝費については、販売価格を通じて回収することが可能であり、回収するまでの期間は資産として認識すべきものである。

しかしながら、本公開草案（96 項）の中に「明示的」という文言が含まれていることにより、資産化できる範囲が限定されてしまっているため、上記のような場面に対応できない可能性がある。「明示的」か否かは有効なメルクマールとなりえないのではないかと。

仮に、発生時での費用処理が求められた場合、大規模な分譲マンション事業などにおいては、費用発生時と収益実現時が決算期を大きく跨ぐことになるが、企業が事業管理や経営上の意思決定を行う際などは、原価（土地、建物等）と広告宣伝費等は一体として扱っており、同一の決算期に反映されることが企業の実態を表すものと思われる。現行の我が国の考え方である「費用収益対応の原則」を守ることが、財務諸表の利用者にとっても有用である。

以上