

## ◁ 広告宣伝費の損金算入時期

**Q** : 当社では、来期に新商品の発売記念キャンペーンを企画しています。キャンペーン内容については新聞に掲載し、宣伝用のパンフレットやノベルティも製作する予定です。これらの費用は、広告宣伝費として処理しようと考えていますが、どの時点で損金算入すればよろしいでしょうか？

**A** : 新聞の掲載料は、掲載された段階で一時に損金算入できます。宣伝用のパンフレットやノベルティについては、配布した段階で損金算入するのが原則で、貴社が手元に所有している間は貯蔵品として資産計上します。

### 【解説】

広告宣伝費は、交際費や寄附金と異なり、税法上損金不算入などの特別な規定が設けられていないため特に定義が定められていませんが、「不特定多数の者に対する宣伝的効果を意図するもの」が含まれるとされ、例えば、マスメディアを通じての広告費、宣伝用のピラやDMの作成及び配布費が一般的です。

新聞の掲載料については、送られてくる請求書によって費用計上することも多いようですが、あらかじめ契約により金額も決まっていると考えられますので、掲載された段階で費用計上します。また、宣伝用のパンフレットやノベルティについては、得意先や一般消費者に配布した段階で損金算入するのが原則ですので、これらがまだ貴社の手元に残っている間は、貯蔵品として資産計上する必要があります。期末に発注、納品まで完了し、配布は翌期という場合は注意が必要です。

