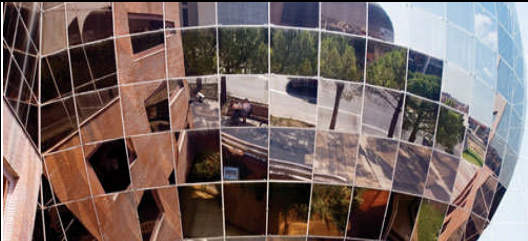


# タックス・フラッシュ TAX FLASH

2010 年第 1 号 2010 NO.1

2010 年 1 月 22 日

<p><b>In this Issue;</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deductibility of promotional expenses – consistent rules for all taxpayers</li> <li>2. Good news for the tobacco and pharmaceutical industries</li> <li>3. Record keeping and reporting requirements</li> <li>4. Revisit your 2009 promotional expenses</li> </ol>	<p><b>本号の項目</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 販売促進費は損金に計上できるかー全ての納税者に適用されるルール</li> <li>2. たばこ産業と医薬品産業への良いお知らせ</li> <li>3. 記録保管と報告要求</li> <li>4. 2009 年の販売促進費の再チェック</li> </ol>
 <p><b>Deductibility of promotional expenses – consistent rules for all taxpayers</b></p> <p><b>Promotional expenses – what has changed?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The MoF has recently introduced regulation PMK.02/PMK.03/2010 which now provides clearer guidelines for all taxpayers on the deductibility of promotional expenses.</li> <li>• The new regulation also revokes the old regulation which placed a cap on the deductibility of promotional expenses for taxpayers in the tobacco and pharmaceutical industries.</li> <li>• The new regulation applies retrospectively from 1 January 2009.</li> </ul>	<p><b>販売促進費は損金に計上できるかー全ての納税者に適用されるルール</b></p> <p><b>販売促進費について何が変わったのか?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財務省は、近時、PMK02/PMK.03/2010 の規則を規定し、全ての納税者に対し販売促進費の損金計上について明確なガイドラインを公表しました。</li> <li>• この新規則により、たばこ産業と医薬品産業の販売促進費の損金計上に、一定の限度額を規定していた旧規則も取り消されました。</li> <li>• 新規則は2009 年 1 月 1 日に遡って適用されます。</li> </ul>

- Detailed record keeping and reporting procedures are now required for all taxpayers, which may in fact be detrimental to some taxpayers that cannot adequately support the deduction of promotional expenses as now required for 2009 and beyond.
- Going forward, taxpayers should revisit their information collection processes to ensure they can properly justify the deduction of promotional expenses in accordance with the new requirements

#### What is deductible?

Prior to the introduction of this new regulation, taxpayers that were not subject to the strict regulation applicable to taxpayers in the tobacco and pharmaceutical industries had little or no guidance on the deductibility of promotional expenses. This regulation now gives all taxpayers clarity and certainty.

The new regulation provides that all taxpayers can deduct promotional expenses which are spent in order to:

- introduce customers to a product;
- suggest the usage of a product to customers;
- maintain sales; and/or
- increase sales.

The promotional expenses which can be deducted are:

- Advertising expenses, whether in printed, electronic or other media;
- Product exhibition expenses;
- New product introduction expenses; and/or
- Sponsorship expenses related with product promotion.

- 新規則になって、全ての納税者に詳細記録の保管と報告手続が求められることになりましたが、實際上、**2009** 年度と今後に関して納税者が、販売促進費を損金計上するための証拠資料を適切に揃えられない場合には、不利益を蒙る可能性があります。
- 今後、納税者は、新規定に従って販売促進費の損金処理を適切に確認できるように、各自の情報収集手続きを再検討する必要があります。

#### どの費用を損金に計上できるか？

この新規則が導入される以前は、たばこ産業と医薬品産業に適用される厳しい規則が適用される納税者は別として、一般の納税者には販売促進費の損金計上に関してのガイドラインはありませんでした。今回の新規則で、全ての納税者に、その明瞭性と確実性が与えられました。

新規則では、販売促進費とは、以下の目的ために費消される費用と考えられています。

- 顧客に製品を紹介する
- 製品の使用を顧客に促す
- 売上を維持継続する、かつ／または
- 売上を増加する

また、新規則は、以下の費用を損金計上できる特定の販売促進費として確認しています。

- 広告費、これは印刷物、電子媒体もしくはその他の媒体を問わない。
- 製品展示費用
- 新製品紹介費用、かつ／もしくは
- 製品販促に関連するスポンサーシップ費用

<p>Of course the normal rules for deductibility apply and in order to be deductible, such expenses must still be incurred in relation to earning income which is subject to tax.</p> <p>A concern is whether this is an exhaustive list of deductible expenses. If so it could mean that certain kinds of promotional expenditure, ( e.g. dealer or distributor incentive), may not be deductible . Similarly, the focus of the deductible promotional expenditure appears to be ‘product’ oriented, rather than ‘brand’ oriented. It remains to be seen whether general brand building promotional expenses will satisfy the deductibility requirements of the new regulation.</p>	<p>当然ながら、まず、損金計上のための一般規則が適用されます。即ち、損金計上されるためには、そのような費用は、従来と同様に課税対象所得に関連して発生しなければなりません。</p> <p>このリストが損金計上の販売促進費の網羅的なリストなのかどうかの問題があります。もしそうであれば、一定の種類の販売促進費（例えば、卸店や販売店奨励金など）は損金計上できない意味かもしれません。同様に、損金計上できる販売促進支出は、「ブランド」志向よりもむしろ、「製品」志向であるように思われます。一般的なブランド構築のための費用は新規規則の損金性の要求を満たすかどうかについては明らかではありません。</p>
<p><b>2. Good news for the tobacco and pharmaceutical industries</b></p> <p>The new regulation also revokes PMK.104/PMK.03 /2009, which placed a cap on the deductibility of promotional expenses for taxpayers in the tobacco and pharmaceutical industries, putting them back on a level playing field with all other taxpayers in respect of such expenses.</p> <p>Importantly for taxpayers in the tobacco and pharmaceutical industries that are early balancers, the removal of the cap on deductions for promotional expenses may present an opportunity for those taxpayers to revise their Article 25 installment amount for the remainder of their financial year. Given this new regulation applies retrospectively, those early balancers may still be in a position to manage their forthcoming instalment payments in such a way as to limit any overpayment of tax for the full year.</p>	<p><b>2、たばこ産業と医薬品産業への良い知らせ</b></p> <p>新規規則にて、たばこ産業と医薬品産業の納税者に販売促進費の損金計上限度額を定めていた財務省規則 2009 年第 104 号も取消されました。販売促進費に関してはこれらの納税者は他の全ての納税者と同様な水準の納税環境に復帰しました。</p> <p>年の早い時期に前払法人税が当期見込法人税額に達してしまう、たばこ産業と医薬品産業の納税者にとって重要なことですが、販売促進費の損金認容限度額の撤廃は、それらの納税者にとって年度の残り期間に渡る第 25 条前払法人税額の修正が必要となるかもしれません。この新規規則は、遡及して適用されますので、それらの早期に年間見込税金に達してしまう会社では、今後の第 25 条前払法人税支払で、年間ベースで過払いにならないように管理することが必要とされるでしょう。</p>

Managing instalment payments in this manner to reduce the risk of overpayment could help avoid the need to seek a refund of any overpaid tax in the future.

### 3. Record keeping and reporting requirements

The new regulation requires a nominative list to be attached to the annual corporate tax return, setting out the following data in relation to the recipient:

- Name
- Tax ID
- Address
- Date of expense
- Form and type of expense
- Amount of expense
- Tax withheld slip number
- Amount of tax withheld

For most taxpayers, this list of requirements would represent a greater amount of data than is currently being collected in relation to promotional expenses.

In order to be entitled to the deduction, all of the required information must be included on the nominative list attached to the CITR. Without it, the promotional expense will not be deductible.

### 3. Revisit your 2009 promotional expenses

A point to note about the retrospective application of this regulation is that all of the above information will be required to justify promotional expense claims in relation to last financial year.

Taxpayers should therefore revisit the information

過払になる危険を減らすような方法をとって、法人税の前払支払いを管理することは、将来の過払還付を請求する必要を回避することにも役立ちます。

### 3. 記録保管と報告要求

新規則では年次法人税申告書に記名リストの添付が要求されます、以下の受領者に関する詳細データが記載されます。

- 名前
- 税務登録番号
- 住所
- 費用支出日
- 費用の形態と種類
- 費用金額
- 源泉税票の番号
- 源泉税額

ほとんどの納税者にとって、この要求リスト作成のため、現在収集されているものより多くの販売促進費に関するデータが求められています。

税務上で費用計上（損金算入）できるためには、要求される情報が全て法人税年次申告書に添付される記名リストに記載されている必要があります。そうでないと、販売促進費は税務上の費用計上が認められません。

### 4、2009 年の販売促進費の再チェック

この規則の遡及的適用に当たって注意すべき点は、上記の情報の全てが、昨年度（2009 年度）に関する販売促進費の費用計上を認めてもらうために必要とされることです。

それゆえ、納税者は、2009 年の販売促進費に関

<p>they have in respect of their 2009 promotional expenses to determine whether they have the required information, or can obtain it in time for the lodgement of their 2009 CITR.</p> <p>Taxpayers that have already lodged their 2009 CITR (such as early balancers) should consider whether it is worthwhile amending those returns to include promotional expenses which had not been deducted.</p> <p>Going forward, information collection processes and systems should be reviewed to determine whether the collection of the required information is possible and/or worthwhile in relation to the taxpayer's total promotional expense</p>	<p>して、要求される情報が揃っているか、もしくは法人税申告の期限までにそれを入力することができるかどうかを決定するために、手元にある情報を再チェックする必要があります。</p> <p>すでに 2009 年度の法人税申告書を提出済みの納税者（(12 月以前に) 早く期末が到来する会社）は、損金計上処理されていなかった販売促進費を含んでいる法人税申告書を修正するかどうか、その価値を検討する必要があります。</p> <p>将来に向かって、納税者の販売促進費に関連して要求されて情報の収集が可能か、もしくは収集価値があるかどうかを決定するために、情報収集手続とシステムをレビューする必要があります。</p>
---	--

ご質問等の連絡先、下記の PWC の各専門家へご連絡ください。

アリ・マルディ ali.mardi@id.pwc.com	アリ・ウィドド ali.widodo@id.pwc.com
アンソニー・アンダーソン anthony.j.anderson@id.pwc.com	アントン・マニック anton.manik@id.pwc.com
アントニウス・サンヨジャヤ antonius.sanyojaya@id.pwc.com	アイ・ティン・ファン ay.tjhing.phan@id.pwc.com
エンゲリン・シアギアン engeline.siagian@id.pwc.com	ヘンドラ・リー hendra.lie@id.pwc.com
ジム・マクミラン jim.f.macmillan@id.pwc.com	ラクスマ・ジュイタ Laksmi.djuwita@id.pwc.com
マギー・マーガレット margie.margaret@id.pwc.com	ナズレイ・シレガー nazly.siregar@id.pwc.com
ヌルヤディ・ムルショディワルノ nuryadi.mulyodiwarno@id.pwc.com	ポール・ラマン paul.raman@id.pwc.com
レイ・ヒエディフン ray.headifen@id.pwc.com	ティム・ワトソン tim.watson@id.pwc.com
スヤンティ・ハリム suyanti.halim@id.pwc.com	

また、上記以外にも、ジャパンデスクの北村浩太郎 [hirotaro.kitamura@id.pwc.com](mailto:hirotaro.kitamura@id.pwc.com)、または、割石俊介 [shunsuke.wariishi@id.pwc.com](mailto:shunsuke.wariishi@id.pwc.com) まで、ご質問等、ご遠慮なくご連絡ください。

PT プリマ・ワハナ・チャラカ/ プライスウォーターハウスクーパース

PT Prima Wahana Caraka / PricewaterhouseCoopers,

Plaza 89, Jl. H.R. Rasuna Said Kav.X-7, NO.6

Jakarta 12920, INDONESIA,

Telephone. +62 21 521 2901, Fax. +62 21 52905555,

お断り、

この日本語訳はジャパンデスクが作成していますが、原文が英語であることをご承知いただき、参考資料としてご利用ください。(英語のオリジナルフォーマットの原文は、[www.pwc.com/id](http://www.pwc.com/id) から入手できます。)  
また、作成に当っては細心の注意を払っておりますが、掲載情報の正確さ、記載内容や意見、誤謬や省略について当事務所が責任を負うものではありません。実務上、個々に記載している問題が発生した場合には、関連する法律・規則を参照し、税務専門家の適切なアドバイスを入手する必要があります。