2026年8月4日

各　位

大阪市中央区瓦町三丁目5番7号
株式会社アドバンスクリエイト
代表取締役社長　濱田　佳治
（コード番号：8798　東証プライム、福証、札証）
（連絡先）執行役員　総合企画部長　曽我　啓介
電話　06-6204-1193

第三者委員会の調査報告書の公表に関するお知らせ

当社は、2026年5月8日付「第三者委員会設置、2026年9月期第2四半期決算発表の延期及び半期報告書の提出期限延長申請の検討に関するお知らせ」にてお知らせいたしましたとおり、当社及び広告代理店事業を行う当社の完全子会社である株式会社保険市場（以下、「保険市場」という。）における過年度の一部の広告取引、ソフトウェアの資産計上等において、不適切な会計処理が行われていた疑義が発覚したことを受け、第三者委員会による調査を進めておりましたところ、2026年7月31日付「第三者委員会の調査報告書の受領に関するお知らせ」にてお知らせいたしましたとおり、同日に調査報告書を受領いたしました。

当社は、本日、プライバシー、個人情報及び機密情報保護等の観点から、部分的な非開示措置に係る対応が完了いたしましたので、添付のとおり、第三者委員会の調査報告書（公表版）を公表いたします。

当社は、今回の事態を重く受け止め、第三者委員会の提言を踏まえた再発防止策を講じてまいります。

記

１．第三者委員会の調査報告書の公表について

第三者委員会の調査報告書（公表版）については、添付をご覧ください。なお、別紙1から別紙9につきましては、プライバシー、個人情報及び機密情報保護等の観点から省略しております。

２．財務的な影響について

第三者委員会による調査の結果、保険市場において、遅くとも2018年12月以降2025年9月までの間、保険会社向けの広告掲載を提供役務とするメディア事業等に係る売上について、合計約7,508百万円の売上前倒計上が行われておりました。

また、保険市場において、遅くとも2019年9月以降、当社の広告運用委託先（以下、「委託先」という。）との間で、合計5回にわたり広告枠の販売取引を行い、合計489百万円の売上を過大に計上しておりました。その見返りとして、当社において、委託先に591百万円を支払い、当該見返りの一種として委託先に対して支払った「クリエイティブ費用」名目の70百万円の支出について、資産性が認められないにもかかわらず、ソフトウェアとして資産計上していたほか、委託先に対する外注費につき、5回にわたり、合計293百万円、本来計上すべきタイミングから翌四半期以降に繰り延べて費用計上していたことが判明いたしました。

３．半期報告書の提出及び 2026 年 9 月期第 2 四半期決算短信の発表について

2026 年 5 月 15 日付「第 31 期（2026 年 9 月期）半期報告書の提出期限延長に係る承認のお知らせ」及び 2026 年 7 月 31 日付「第三者委員会の調査報告書の受領に関するお知らせ」にてお知らせいたしましたとおり、2026 年 8 月 14 日までに、第 31 期（2026 年 9 月期）半期報告書の提出を行う予定であり、2026 年 9 月期第 2 四半期決算短信につきましても、同日までに発表を行う予定です。

４．過年度の有価証券報告書及び決算短信等について

当社は、第三者委員会の調査結果を受けて、過年度の有価証券報告書、半期報告書、四半期報告書及び内部統制報告書の訂正報告書を提出するとともに、過年度の決算短信の訂正を 2026 年 8 月 14 日までに行う予定です。

株主をはじめ投資家の皆様、関係者の皆様には多大なるご迷惑とご心配をおかけいたしますこと、深くお詫び申し上げます。

以　上

調　査　報　告　書

2026 年 7 月 31 日

株式会社アドバンスクリエイト第三者委員会
弁護士　　白井　真
弁護士　　永井　克
公認会計士　髙木　明

目次

第１　第三者委員会による調査の概要 1
１　第三者委員会設置の経緯 1
２　当委員会の構成及び調査体制 1
３　当委員会の独立性及び調査の実効性確保措置 2
４　本調査の概要 2
（1）　当委員会の目的及び調査対象（調査対象とする会計年度を含む。） 2
（2）　調査期間 3
（3）　調査方法 3
５　調査の限界 4
第２　本調査の前提となる事実 6
１　当社の概要 6
２　当社の沿革 6
３　当社及び当社子会社の事業概要 7
（1）　保険市場社 10
（2）　ACR 社 11
４　直近 5 会計年度の業績推移 12
５　組織体制 14
（1）　企業統治の体制 14
（2）　主要な会議体 15
（3）　内部統制システム及びリスク管理体制 15
（4）　監査体制及び会計監査人 16
６　役員の変遷 16
（1）　当社の役員の変遷 16
（2）　保険市場社の役員の変遷 18
７　大株主の変遷 19
８　広告事業に関する業務フロー及び会計処理方針 21
第３　売上計上時期に関する会計処理上の問題 24
１　調査結果の概要 24
２　メディア事業等における売上の計上基準 24
３　本件各取引の売上計上が前倒計上であると認められること 28
（1）　メディア事業等における売上計上に係る業務フロー 31
（2）　保険会社等における広告掲載等の履行義務の充足時期についての認識 38

（3）　営業担当役職員らにおける広告掲載等の履行義務の充足時期についての認識 40
（4）　営業担当役職員が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、取引先である保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求める等していたこと 47
（5）　小括 56
4　本件各取引の売上前倒計上の具体的な実行状況 57
（1）　O 社との取引 57
（2）　I 社との取引 60
5　監査法人に対する売上前倒計上の発覚回避のための行為 64
（1）　売上前倒計上に関連する監査法人の指摘等 64
（2）　売上前倒計上の発覚回避のための行為 73
6　売上前倒計上に関する役職員の関与及び認識 84
（1）　橋本氏について 85
（2）　田坂氏について 87
（3）　櫛引氏について 98
（4）　濱田氏について 100
（5）　鳥居氏について 101
（6）　総合企画部の役職員（上記(3)の櫛引氏を除く。）について 102
（7）　社外役員等について 105
（8）　桜橋監査法人について 105
7　売上前倒計上に関する総括 105
第 4　当社等と P 社との間の一連の取引を通じた会計処理上の問題 107
1　調査結果の概要 107
（1）　本事象における取引類型 107
（2）　調査結果の要旨 107
2　本件 P 社取引スキームの実態 113
（1）　2019 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 113
（2）　2020 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 115
（3）　2021 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 120
（4）　2022 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 121
（5）　2023 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 124
（6）　2024 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況 131
3　桜橋監査法人に対する偽装工作 137
（1）　本件広告枠販売取引における売上維持のための工作 138

（2）　「[redacted] for アドバンスクリエイト」に係る虚偽の証憑の作成・提出……143
4　本件広告枠販売取引、本件資産計上等におけるあるべき会計処理……148
（1）　本件広告枠販売取引について……148
（2）　本件外注費繰延べについて……151
（3）　本件資産計上について……153
5　各連結事業年度の会計上の影響額……155
（1）　反対給付型……155
（2）　費用繰延型……156
6　P 社との本件広告枠販売取引及び外注費繰延処理に係る類似案件の調査……156
（1）　本件広告枠販売取引に係る類似案件調査……156
（2）　本件資産計上取引に係る類似案件調査（無形固定資産その他の固定資産の妥当性検証）……156
（3）　本件資産計上取引に係る類似案件調査（前払費用及び長期前払費用の妥当性検証）……157
（4）　本件外注費繰延べに係る類似案件調査……158
7　本件 P 社取引スキーム等に関する役職員等の関与及び認識……160
（1）　橋本氏について……160
（2）　田坂氏について……162
（3）　濱田氏について……163
（4）　横山氏について……166
（5）　その他の役職員（鳥居氏、櫛引氏、岡田氏及びその他総合企画部経理課職員）について……169
（6）　社外役員について……173
（7）　桜橋監査法人について……173
8　本件 P 社取引スキーム等に関する総括……173
第 5　原因分析……175
1　当社及び保険市場社において実行された不適切な会計処理の構造……175
2　本件不適切処理の直接的原因（不正のトライアングル・内部統制の問題点）……176
（1）　過度な業績達成圧力……177
（2）　証憑確認が形式化した業務プロセスの不備……178
（3）　経理部門における第二線機能の不全……179
3　本件不適切処理を止められなかったリスク管理体制の問題点……181

（1）　リスク兆候に対する認識・評価の不足 181
（2）　三線防衛の機能不全.....181
（3）　監査法人による外部モニタリング機能の限界 182
4　本件不適切処理の根本原因（企業風土・ガバナンスに関わる問題点）..182
（1）　創業者を頂点とする企業風土及び同質化した組織 182
（2）　社外役員に対する情報共有不足による監督機能の限界 187
（3）　情報共有・エスカレーションの不全.....188
第6　再発防止策の提言 190
1　再発防止策の基本方針 190
2　ガバナンスレベルの再発防止策.....190
（1）　創業者の影響力遮断及び院政防止 190
（2）　新経営体制による企業風土改革メッセージ及び経営理念等の見直し等 191
（3）　社外取締役を中心とする取締役会への転換 191
（4）　指名委員会・報酬委員会の実効化 192
（5）　改革担当取締役及び再発防止モニタリング委員会の設置.....192
3　会計・内部統制に関する再発防止策 193
（1）　収益認識に関する証憑要件及び承認プロセスの再設計 193
（2）　外注先に対する売上計上及びバーター取引リスクへの対応 193
4　三線防衛・監査体制の再構築 194
（1）　第一線・第二線・第三線の役割明確化 194
（2）　三様監査及び監査法人との連携強化.....194
5　リスク管理・エスカレーション・人材流出の阻止等 195
（1）　不正リスクアセスメントの定期実施及び人事評価･管理職教育の見直し 195
（2）　リスク情報がエスカレーションされやすい制度の整備 196
（3）　人材のリテンションプランの策定と実行.....196

第１　第三者委員会による調査の概要

１　第三者委員会設置の経緯

株式会社アドバンスクリエイト（以下「**当社**」という。）においては、保険代理店事業における代理店手数料の売上について、将来支払われる代理店手数料の割引現在価値を算出（以下「**PV 計算**」という。）し、これを保険契約成立時に認識、計上する方法により売上を計上していた（以下、PV 計算により計上された売上を「**PV 売上**」という。）ところ、かかる PV 売上について過大に計上している疑い（以下「**PV 問題**」という。）が指摘されたため、当社は、「株式会社アドバンスクリエイト PV 売上に関する調査委員会」を設置し、2024 年 10 月 7 日付け調査報告書及び 2025 年 1 月 10 日付け調査報告書を受領した。

当社は、PV 問題に関して外部機関からの指摘を受けており、これを端緒として、当社及び広告代理店事業を行う当社の完全子会社である株式会社保険市場（以下「**保険市場社**」という。）における過年度の一部の広告取引、ソフトウェアの資産計上等において、不適切な会計処理が行われていた疑義が判明した（以下「**本事象**」という。）。

当社は、本事象の事実関係の解明を図るために、独立性及び専門性を有する第三者による調査が必要であると判断し、2026 年 5 月 8 日、取締役会決議をもって、本第三者委員会（以下「**当委員会**」という。）を設置した。

２　当委員会の構成及び調査体制

当委員会の構成は以下のとおりである。

委員長　白井　真（弁護士　光和総合法律事務所）
委　員　永井　克（弁護士、公認不正検査士　弁護士法人瓜生・糸賀法律事務所）
委　員　髙木　明（公認会計士　株式会社 KIC）

また、当委員会は、当委員会による調査（以下「**本調査**」という。）を補助させるため、以下の補助者を選任した。

所属	氏名等
光和総合法律事務所	弁護士中澤雄仁、同井上龍太郎、同坂下大貴、同橋本祥、同渡辺大祐、同森大輝、同岡本健太、同原田康平、同津﨑雄太
弁護士法人瓜生・糸賀法律事務所	弁護士大牧元、同吉場智哉、同渡邊雄太 弁護士・公認会計士加藤賢、同髙久真史
八雲法律事務所	弁護士笠置泰平
株式会社 KIC	公認会計士信田淳、同寒川貴弘、同澤智彦、同江口博、同篠﨑将明、同平松敬之、同礒村奈穂、他公認会計士 10 名

３　当委員会の独立性及び調査の実効性確保措置

当委員会の委員は、日本弁護士連合会の定める「企業等不祥事における第三者委員会ガイドライン」に基づいて選定されており、いずれもこれまでに当社から業務を受任したことその他当社との利害関係を有する事実のない外部専門家である。また、当委員会は、同ガイドラインに従って調査を実施している。

４　本調査の概要

(1)　当委員会の目的及び調査対象（調査対象とする会計年度を含む。）

ア　当委員会の目的

当委員会は、以下の各事項を目的として本調査を実施した。

① 本事象に係る事実関係の解明（同種又は類似事案の有無を含む。）

② 本事象による連結財務諸表への影響の有無及び影響額の検討

③ 本事象が生じた原因の分析と再発防止策の提言

④ その他、第三者委員会が必要と認めた事項

イ　調査対象（調査対象とする会計年度を含む。）

本調査は、調査の実効性確保を図ることができるかどうかといった観点に加え、法定開示書類（有価証券報告書等）の公衆縦覧期間等も勘案し、当社の連結会計年度である 2020 年 9 月期（2019 年 10 月 1 日開始事業年度）から 2026 年 9 月期第 2 四半期までを対象とする会計年度として、当社、保険市場社及び Advance Create Reinsurance Incorporated（以下「**ACR 社**」といい、当社、保険市場社及び ACR 社を総称して「**当社グループ**」という。）を対象として実施した。

なお、上記対象期間にかかわらず、事実関係の確認について必要と認めた場合においては、その範囲で遡って事実関係に係る調査を実施した。

(2)　調査期間

当委員会は、2026 年 5 月 8 日から 2026 年 7 月 31 日までの間、本調査を実施した。

(3)　調査方法

ア　関係資料の精査

当委員会は、広告取引に関する契約書、申込書や事務フロー等に関する資料、経理及び入出金に関する資料、取引データに関する資料、関係者の経歴・人事に関する資料、及び本事象に関連する可能性がある各種証憑書類等の関連資料の閲覧及び検討を行った。また、取締役会、監査役会等の各種会議体の議事録及び社内規程等の関連資料についても当委員会が必要と認める範囲で閲覧及び検討を行った。

イ　関係者に対するヒアリング

当委員会は、本事象に関与又はその認識を有している可能性が認められる当社又は保険市場社の役職員合計 32 名に対し、ヒアリングを実施した。

さらに、当社又は保険市場社の元役職員や社外の関係者合計 44 名/11 社に対し、ヒアリングを実施した。具体的には、当社又は保険市場社に在職中に本事象に関連する業務に従事していた可能性がある元役職員や本事象に関連して当社又は保険市場社と取引関係にある取引先、当社の前会計監査人を含む。

具体的な対象者については、別紙 1 のとおりであり、社内及び社外の関係者合計 76 名/11 社に対し、合計 88 回のヒアリングを実施した（なお、同一人に対して複数回のヒアリングを実施したケースがあるため、ヒアリング対象者の人数とヒアリング回数とは一致しない。）。

なお、上記のほか、当委員会から本事象に係る事実解明のためにヒアリング調査への協力を申し入れたものの、書面回答による協力やヒアリング調査への協力のいずれも得られなかった当社又は保険市場社の元役職員及び当社又は保険市場社と取引関係にある取引先が複数存し、これらの者に対してはヒアリングを実施することができなかったことを付言する。

ウ　デジタル・フォレンジック調査

当委員会は、本事象に関与又はその認識を有している可能性が認められる当社及び保険市場社の役職員合計 25 名及びグループアドレス 3 件について、サーバから抽出したメール及び Slack、PC 及びスマートフォン（会社貸与品、一部私物を含む。）並びに Messenger のアーカイブデータを保全し、調査を実施した。

デジタル・フォレンジック調査の概要、データの検索・抽出等に使用したキーワ

ード及び具体的な対象者については、別紙 2 のとおりである。

エ　役職員等アンケート

当委員会は、本事象及び本事象に類似する問題の存否等を確認するため、2026 年 6 月 2 日から 2026 年 7 月 2 日まで、当社グループに所属する全役職員に派遣社員及び継続的な業務受託者を加えた合計 321 名[1]を対象にして、当委員会が構築したオンライン環境のアンケートサイト並びに当委員会を宛先とするメール及び郵便を利用してアンケート調査（以下「**役職員等アンケート**」という。）を実施し、その全員である 321 名から回答を受領した。なお、日本語以外の言語を母語とする者に対しては、英語でアンケート調査を実施した。

役職員等アンケートの結果は別紙 3 のとおりである。当委員会は、回答内容を分析した上、更なる確認が必要と判断した内容について、関係資料の調査、回答者・関係者へのヒアリング等によりフォローアップを実施した。その結果については、必要に応じて後記第 3 ないし第 5 に記載した。

オ　情報提供窓口の設置

当委員会は、当社が従前より設置・運営している内部通報規程に基づく内部通報制度とは別に、本事象及び本事象に類似する問題の存否等を対象とし、当委員会を宛先とする情報提供窓口を 2026 年 6 月 1 日に設置して、社内イントラネットの掲示板を利用して、当社グループに所属する全役職員に周知し、広く情報提供を募った。

情報提供窓口への情報提供は 0 件であった。

カ　取引先アンケート

上記の調査方法に加えて、当委員会は、当社及び保険市場社の取引先等合計 29 社に対して、取引先アンケート調査やメールによる照会を実施した。

５　調査の限界

当委員会は、当社自身が本事象に係る疑義につきステークホルダーに対する説明責任を果たすために設置した自主的組織であり、本調査は、法令上の権限に基づく直接強制又は間接強制の強制力を伴うものではなく、関係者における当委員会の性質及び本調査の目的に対する理解に基づく任意の協力の下でその範囲内で実施され

[1] 2026 年 6 月 2 日時点。ただし、休職中又は役職員等アンケート実施前に最終出社を終えて同実施期間中に退職した者（計 8 名）を除く人数である。

たものである。仮に関係当局が法令上の強制的な権限（捜査権限等）に基づいて調査を行った場合には、本調査で確認された事実関係とは異なる事実関係が明らかとなる可能性がある。

また、本調査につき、当委員会としては職業的専門家としての最善の努力を尽くし、本報告書を作成するにつき合理的な心証は得られたものと考えているが、他方で、本調査が、半期報告書の提出期限や決算・監査対応スケジュール等、限られた時間的制約の中で実施されたことも指摘しておかなければならない。そのため、基準日（2026 年 7 月 31 日）までに前記 4・(3)の方法により収集・精査し得た情報に基づき結論を導いており、特定の重要性が認められる事案に調査対象を絞らざるを得なかった点において、完全な網羅性を保証するものではない。

このほか、前記のとおり、ヒアリング調査に関しては、調査対象期間において本事象に関わっていたと思料される退職済みの当社グループ役職員や、当社グループの取引先の一部については協力を得られずヒアリング調査の実施ができなかった対象者が複数存し、かつそれらの者の中には本調査の観点から重要性が認められる者も存在した。よって、仮にこれらの者に対してヒアリング調査を実施することができ、その供述等を得られていれば異なる事実認定結果に至った可能性を排除することはできない。

さらに、本調査は、会社から提供を受けた関係資料やヒアリング供述等に依拠している。これら依拠した資料や供述等について、当委員会は、証拠価値あるいは供述の信用性について慎重かつ多角的に検討した。しかしながら、これらの資料や供述の全てにつき、その作成名義が真正であり、内容が正確かつ完全なものであったことまで検討することは、前記の時間的制約その他本調査の性質上不可能であったことも付言しなければならない。

本調査における事実認定は、こうした任意調査の範囲において時間的制約の中で収集、獲得された証拠や事実に基づくものであるという限界が存する。

また、当委員会は、本調査により、前記のとおり調査の目的を果たすための合理的な基礎を得たものと判断しているが、より時間をかけて、又は他の調査方法を採用していたならば、本調査の結果とは異なる結果となる可能性は否定できず、調査結果が完全であることを保証することはできない。

なお、本調査は当社のために行われたものであり、本報告書の公表により当社ステークホルダーの正当な利益に資することを目的としたものであるが、当委員会は当社以外の第三者に対して法的責任を負うものではない。

第２　本調査の前提となる事実

本項は、当社及びその連結子会社を含む企業グループの概要、沿革、事業概要等を記載するものであり、主として当社の第 30 期有価証券報告書（2025 年 12 月 17 日提出。対象事業年度は 2024 年 10 月 1 日から 2025 年 9 月 30 日まで）その他当委員会が確認した公表資料に基づくものである。

１　当社の概要

2025 年 9 月 30 日時点の当社の概要は下表のとおりである。

会社名	株式会社アドバンスクリエイト
英訳名	Advance Create Co.,Ltd.
代表者	代表取締役社長　濱田佳治
本店所在地	大阪市中央区瓦町三丁目 5 番 7 号
設立年月	1995 年 10 月
資本金	100,000 千円（2025 年 9 月 30 日現在）
発行済株式総数	普通株式 32,468,200 株 A 種種類株式 37,186,700 株（2025 年 9 月 30 日現在）
上場市場	東京証券取引所プライム市場 福岡証券取引所 札幌証券取引所
事業年度	毎年 10 月 1 日から翌年 9 月 30 日まで
従業員数	連結 229 名（うち、当社単体 228 名（臨時雇用者数を除く。））
会計監査人	あおい監査法人（第 30 期連結会計年度から）

２　当社の沿革

当社は、1995 年 10 月に大阪市中央区瓦町に設立され、1997 年 9 月以降、ダイレクトマーケティング手法による保険通販事業を推進してきた。2002 年 4 月に大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場に株式上場し、2015 年 10 月に東京証券取引所市場第二部へ市場変更、2016 年 7 月に東京証券取引所市場第一部銘柄に指定され、2022 年 4 月に東京証券取引所プライム市場へ移行している。本事象に関連する当社の主な沿革は、下表のとおりである。

時期	内容
1995年10月	大阪市中央区瓦町に株式会社アドバンスクリエイトを設立。
1997年6月	アメリカンファミリー生命保険会社（現アフラック生命保険株式会社）と代理店委託契約を締結。
1997年9月	ダイレクトマーケティング手法によるテストマーケティングを開始。
2002年4月	大阪証券取引所ナスダック・ジャパン市場へ株式上場。
2002年6月	株式会社アドバンスメディアマーケティング（現在の株式会社保険市場に吸収合併）を設立。
2003年1月	Webサイト「保険市場（ほけんいちば）」をリニューアルし、現在につながる総合サイトへ転換。
2004年11月	グループ全体のブランド力向上を目的として、株式会社保険市場（現連結子会社）を合弁で設立。
2008年4月	「保険市場」の商標登録。
2008年11月	Advance Create Reinsurance Incorporatedの再保険業の認可取得。
2015年10月	東京証券取引所市場第二部へ市場変更。
2016年7月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定。
2020年3月	オンライン保険相談サービス開始。
2021年3月	保険相談特化型オンライン面談システム「Dynamic OMO」を発売。
2022年4月	東京証券取引所プライム市場へ移行。
2022年9月	福岡証券取引所に重複上場。
2022年12月	札幌証券取引所に重複上場。
2023年6月	アバターAIロープレ支援サービス「アバトレ」開始。
2025年10月	創立30周年を迎える。

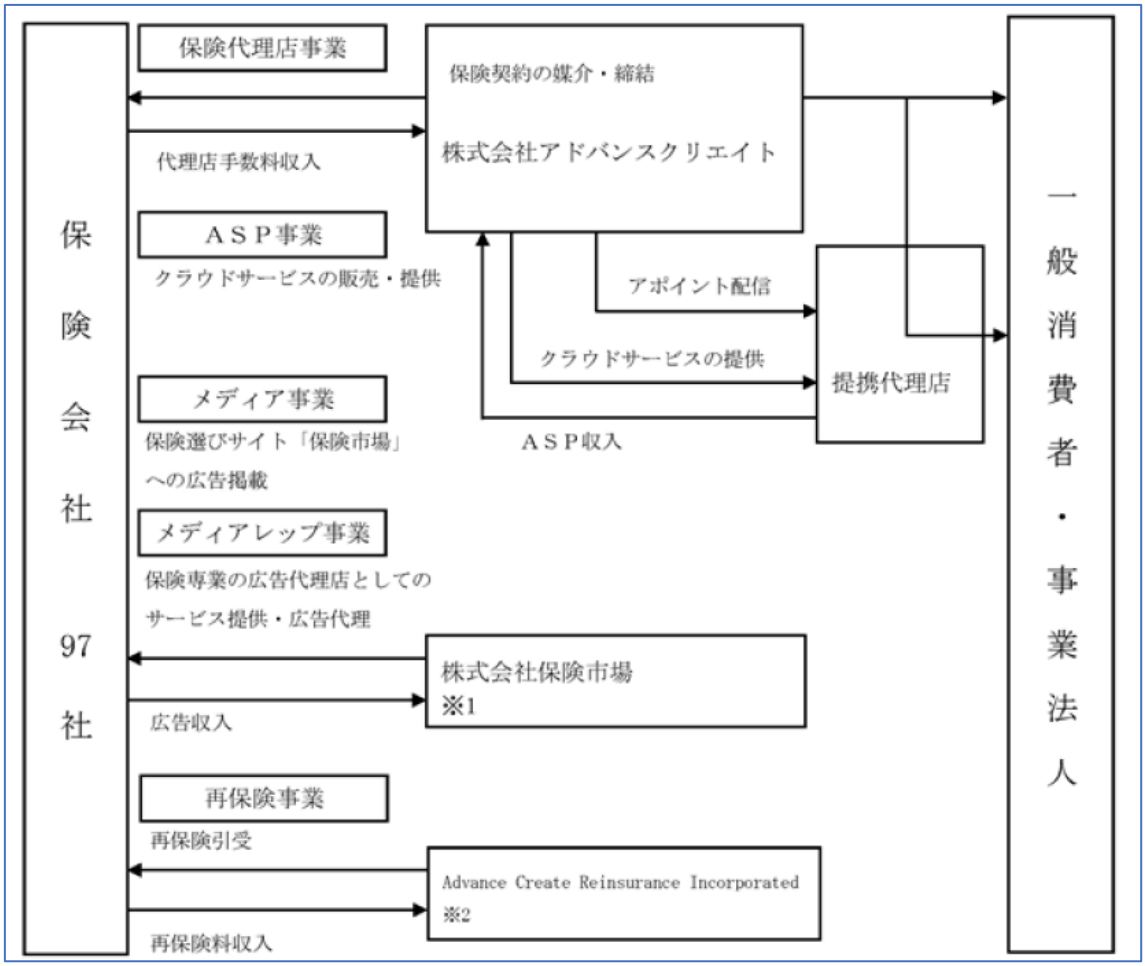
３　当社及び当社子会社の事業概要

当社及びその連結子会社を含む企業グループは、当社グループ及びその他の関係会社（SBIホールディングス株式会社（以下「**SBIホールディングス社**」という。））により構成される。当社グループは、「お客様が最適・快適な購買環境で、簡単便利に保険を購入いただく」ことを基本方針とし、保険ニーズに対応するプラットフォーム戦略を推進している。

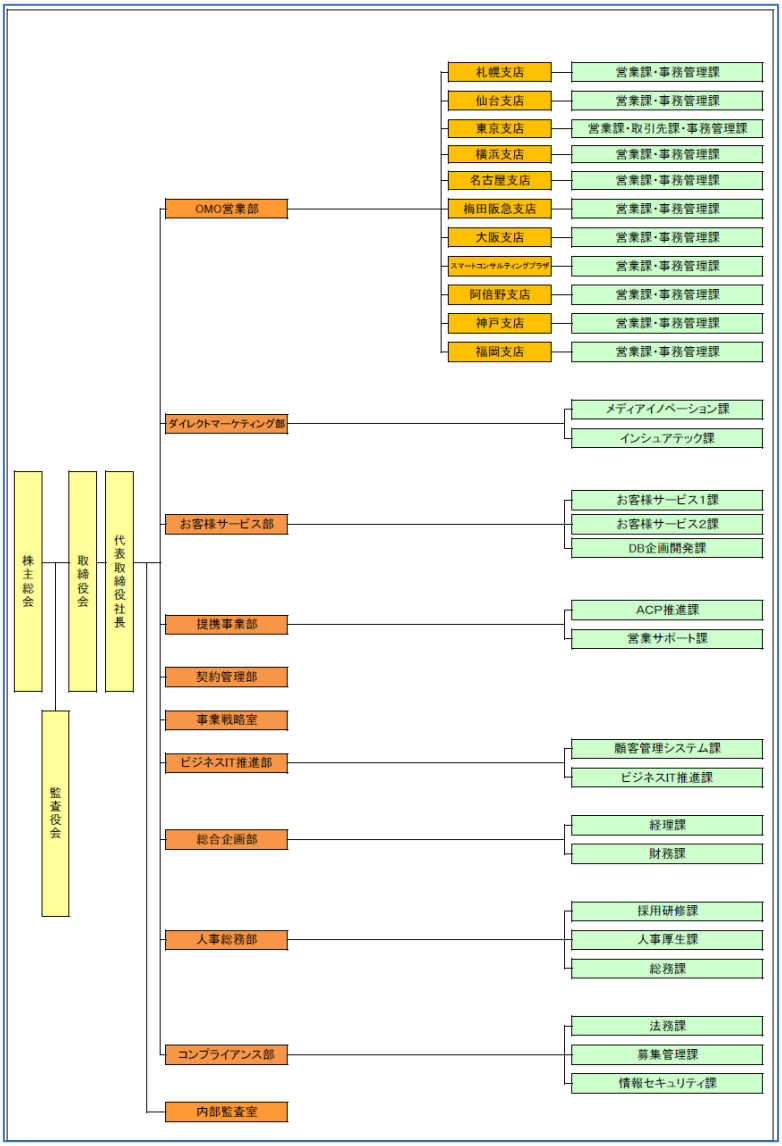
2025年9月期の有価証券報告書によれば、当社は、全国から保険契約希望者を募

集する非対面の通信販売に加え、コンサルティングプラザ「保険市場」を三大都市圏のターミナルを中心に出店し、本社に設置したコンタクトセンターから資料請求者へのアプローチを行うことにより、Web プロモーションとのシナジー効果を生み出しているとされ、グループ間の事業系統及び 2025 年 9 月 1 日時点での当社組織図は下図のとおりである。

【事業系統図】



【組織図（2025 年 9 月 1 日時点）】



当社グループの各セグメントの概要については、下表のとおりである。

セグメント	概要
保険代理店事業	生命保険、損害保険の代理店業及び付帯業務。「保険市場」を統一ブランドとし、Web を中心としたプロモーション活動により保険ニーズ情報を収集し、通信販売、対面販売、ネット完結型保険の販売、他代理店との共同募集等を行う。
ASP 事業	保険会社、提携代理店、顧客の事務負担軽減を目的として、保険契約までの流れを一括管理できる共通プラットフォームに係るクラウドサービスを提供する事業。

メディア事業	当社運営の保険選び Web サイト「保険市場」（以下「**本件サイト**」という。）を媒体とする広告業務。保険市場社が、保険会社各社及び外部クライアントに対し同サイトへの出稿等の営業活動を行う。
メディアレップ事業	本件サイトの運営を通じて蓄積した Web マーケティングのノウハウを基礎として、保険会社等の広告運用を受託する広告運用事業。
再保険事業	当社が保険代理店として獲得した保険契約をベースとして、保険会社各社から ACR 社に出再[2]を受ける事業。

当社グループ会社である保険市場社及び ACR 社の概要は、下表のとおりである。なお、このほかに、その他の関係会社として、SBI ホールディングス社（2025 年 9 月 30 日時点での議決権所有割合 20.03%）が存在する。

(1)　保険市場社

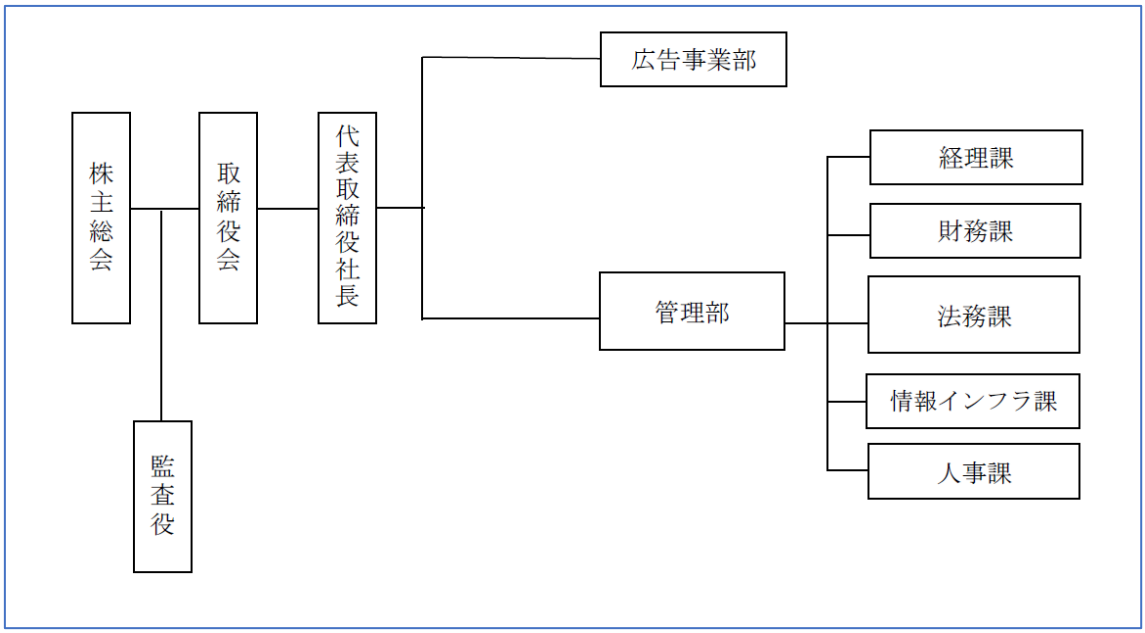
保険市場社は、当社の 100%子会社であり、当社の統一ブランドである「保険市場」の商標管理及び Web 広告等のメディア事業・メディアレップ事業（以下「**メディア事業等**」という。）を行っており、その概要は下表のとおりであり、組織図は下図のとおりである。2025 年 9 月末時点において、保険市場社専属従業員は 1 名のみであり、広告事業部所属である（管理部従業員はいずれも当社と兼任）。なお、保険市場社は特定子会社に該当し、保険市場社の売上高は連結売上高の 10%を超えている。

名称	株式会社保険市場
住所	大阪市中央区瓦町三丁目 5 番 7 号
資本金	90,000 千円（2025 年 9 月 30 日時点）
主要な事業の内容	メディア事業 メディアレップ事業
当社の議決権所有割合	100.0%
関係内容	当社の保険選びサイト「保険市場」への広告営業 当社による経営指導等

[2] 保険会社が契約者から引き受けた保険リスクの一部又は全部を、危険分散等の目的で別の保険会社（再保険会社）に転嫁し、引き受けてもらうことをいい、ACR 社は、ここでいう再保険会社に当たる。

2025 年 9 月期売上高	1,141,549 千円
2025 年 9 月期経常損失	△131,947 千円
2025 年 9 月期当期純損失	△132,367 千円
2025 年 9 月期純資産額[3]	△58,239 千円
2025 年 9 月期総資産額	296,114 千円

【組織図】



(2) ACR 社

ACR 社は、米国ハワイ州に所在する当社の 100%子会社であり、再保険事業を行っている。同社は、米国ハワイ州において 2008 年 11 月に再保険事業免許を取得し、2009 年 3 月より再保険事業の営業を開始している。

名称	Advance Create Reinsurance Incorporated
住所	米国ハワイ州
資本金	219,040 千円（2025 年 9 月 30 日時点）
主要な事業の内容	再保険事業
当社の議決権所有割合	100.0%
関係内容	当社による債務保証及び経営指導

[3] 保険市場社については、2025 年 10 月 24 日付の第三者割当による普通株式発行により 100,000 千円の資本を調達し、同日時点において債務超過が解消されている旨が有価証券報告書に記載されている。

2025 年 9 月期売上高	1,025,099 千円
2025 年 9 月期経常利益	34,768 千円
2025 年 9 月期当期純利益	32,891 千円
2025 年 9 月期純資産額	716,471 千円
2025 年 9 月期総資産額	1,499,957 千円

4　直近 5 会計年度の業績推移

当社グループの過去 6 期の連結経営指標の推移は、下表のとおりである。なお、2020 年 9 月期（25 期）から 2023 年 9 月期（28 期）における数値は、当社の有価証券報告書上、過年度決算訂正を反映した数値として記載されている。

	第 25 期	第 26 期	第 27 期	第 28 期	第 29 期	第 30 期[4]
決算年月	2020 年 9 月	2021 年 9 月	2022 年 9 月	2023 年 9 月	2024 年 9 月	2025 年 9 月
売上高（千円）	9,092,859	9,446,212	9,463,970	10,374,351	7,856,949	6,608,055
経常利益又は経常損失（△）（千円）	△304,062	775,010	48,615	△1,472,934	△808,075	△924,543
親会社株主に帰属する当期純利益又は当期純損失（△）（千円）	△1,608,938	113,486	△1,249,403	△2,433,030	△2,250,286	△1,539,357
包括利	△1,519,098	95,609	△1,314,374	△2,422,724	△2,306,375	△1,539,018

[4] 当社グループは、第 30 期において、営業損失 606,458 千円、経常損失 924,543 千円、親会社株主に帰属する当期純損失 1,539,357 千円を計上しており、有価証券報告書上、継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在する旨が記載されている。もっとも、同有価証券報告書では、第三者割当による普通株式及び A 種種類株式の発行により約 70 億円の資金調達を行い、第 30 期において債務超過を解消した旨も記載されている。

益（千円）						
純資産額（千円）	3,043,653	2,974,852	835,654	△2,329,866	△4,973,639	559,504
総資産額（千円）	8,683,023	10,318,641	10,450,193	8,479,544	7,174,111	10,288,366
自己資本比率（%）	35.0	28.8	8.0	△27.5	△69.5	5.4
営業CF（千円）	1,351,670	1,643,074	364,638	△206,714	△1,674,692	△3,904,305
投資CF（千円）	△527,707	△485,556	△391,920	△668,797	△117,130	△135,963
財務CF（千円）	1,097,922	△488,699	△956,435	△217,498	1,512,036	8,422,877
従業員数（人）	326	319	302	341	281	229

同期間におけるセグメント別の業績は、下表のとおりである。

		2020年9月	2021年9月	2022年9月	2023年9月	2024年9月	2025年9月
保険代理店事業	外部売上	6,577,225	6,730,596	5,810,020	6,169,055	4,745,943	4,413,390
	営業損益	△531,200	321,963	△571,403	△1,822,554	△1,194,578	△888,238
ASP事業	外部売上	183,506	195,224	206,738	258,988	299,138	308,012
	営業利益	12,971	50,209	57,472	94,880	115,157	124,906
メディア事業	外部売上	1,250,421	1,030,768	1,795,551	2,202,118	1,231,834	658,313
	営業利益	261,490	221,225	418,228	466,007	251,718	113,473
メディアレップ事業	外部売上	230,116	546,798	621,234	633,676	449,060	203,240
	営業損益	△92,560	165,553	141,921	77,722	△30,575	△81,440
再保険事業	外部売上	851,589	942,824	1,030,424	1,110,512	1,130,973	1,025,099
	営業損益	131,132	129,601	46,378	△121,126	107,062	83,638

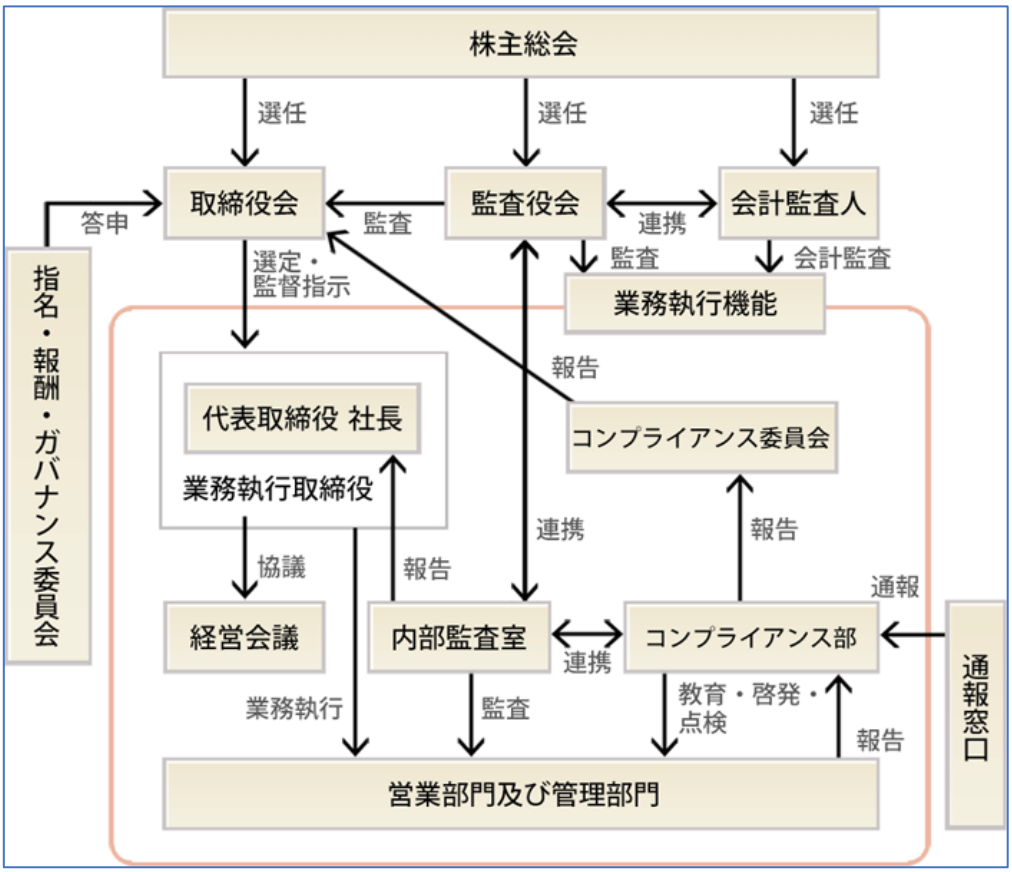
調整額	営業損益	2,400	2,400	2,400	2,400	39,910	41,202
連結合計	外部売上	9,092,859	9,446,212	9,463,970	10,374,351	7,856,949	6,608,055
	営業損益	△215,765	890,954	94,997	△1,302,671	△711,305	△606,458

５　組織体制

（1）　企業統治の体制

当社は、監査役会による監査体制が経営監視機能として有効であると判断し、監査役会設置会社の経営体制を採用している。会社の機関として株主総会及び取締役会を設置しているほか、業務執行における迅速かつ的確な意思決定や機動的対応を図るため、経営会議を設置している。

2026 年 3 月末日現在の経営体制は、取締役 8 名（うち社外取締役 5 名）、監査役 4 名（うち社外監査役 2 名）で構成されている。また、取締役会の諮問機関として、指名・報酬・ガバナンス委員会及びコンプライアンス委員会が設置されており、これらの相互関係は下図のとおりである。



(2)　主要な会議体

当社の主要な会議体等の構成は、下表のとおりである。

名称	議長又は委員長	主な構成・役割
取締役会	代表取締役社長	取締役全員、監査役全員。毎月 1 回の定時取締役会のほか、必要に応じて臨時取締役会を開催し、法令で定められた事項や経営に関する重要事項を決定する。
監査役会	常勤監査役	監査役全員。監査報告の作成、監査方針・計画等の検討を行う。
指名・報酬・ガバナンス委員会	社外取締役	社外取締役 5 名及び代表取締役社長で構成され、取締役等の指名・報酬・コーポレートガバナンスに関する事項を審議・答申する。
経営会議	代表取締役社長	社内取締役及び執行役員で構成され、当社の重要事項について協議を行い、効果的・効率的かつ円滑な経営を図る。
コンプライアンス委員会	代表取締役社長	代表取締役社長、コンプライアンス担当役員、社内委員及びオブザーバーにより構成され、コンプライアンスに関する諸問題の検討、評価、対策の実施を行う。

(3)　内部統制システム及びリスク管理体制

当社は、業務執行及び監督、監視が適正かつ有効に行われるよう、内部統制システムの整備を経営の重要課題として位置付け、会社法第 362 条第 4 項第 6 号その他法令に基づく内部統制システムについて「内部統制基本方針」を定めている。

内部統制基本方針においては、取締役・使用人の職務執行が法令・定款に適合することを確保するための体制、取締役の職務執行に係る情報保存・管理体制、損失危機の管理体制、取締役の職務執行の効率性を確保する体制、当社及び子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制、監査役への報告体制等が定められている。

また、当社は、保険業界を取り巻く環境変化に対応するため、リスクを網羅的に把握し、評価・分析を行う体制を整備しているとされる。リスクの内容に応じた業務分掌を明確化し、各部署においてリスクを認識・管理・対処する体制をとっており、内部監査による検証を行っている。

（4）　監査体制及び会計監査人

当社の監査役会は、2025 年 12 月 18 日現在、監査役 4 名（うち社外監査役 2 名）で構成されている。監査役は、取締役会、経営会議等の社内の重要会議への出席、主要な稟議書その他業務執行に関する重要書類の閲覧等を通じて、取締役の職務執行を監査している。

内部監査については、内部監査室が設置され、責任者 1 名及び担当者 3 名で構成されている。内部監査室は、業務の実施状況及び規則適合性の検証、内部管理の適合性・有効性の検証・評価、関連部署との協議及び改善提案を行っている。また、監査結果については、代表取締役のみならず、監査役への直接報告及び定時取締役会での月次報告を行うデュアルレポーティングラインが構築されているとされる。

第 30 期における当社の会計監査人は、あおい監査法人である。当社は、第 30 期連結会計年度（2024 年 10 月 1 日から 2025 年 9 月 30 日まで）の連結財務諸表及び第 30 期事業年度の財務諸表について、あおい監査法人による監査を受けている。なお、当社は、第 17 期連結会計年度（2012 年 9 月期）から第 29 期連結会計年度（2024 年 9 月期）までは桜橋監査法人による監査を受けていた。

６　役員の変遷

（1）　当社の役員の変遷

2025 年 9 月末日現在の役員の状況は、取締役 7 名（うち社外取締役 4 名）及び監査役 4 名（うち社外監査役 3 名）である。また、第 30 期有価証券報告書には、2025 年 12 月 18 日開催の第 30 回定時株主総会の議案が承認可決された場合の役員構成として、取締役 8 名及び監査役 4 名が記載されており、その内容は下表のとおりである。

濱田　佳治	代表取締役社長
村上　浩一	取締役
田坂　貴典	取締役ダイレクトマーケティング部長
櫻井　洋二	社外取締役
小坂田　成宏	社外取締役
島津　朝子	社外取締役
篠原　秀典	社外取締役
成川　淳	社外取締役
朝田　宏幸	常勤監査役
三田　与志雄	非常勤社外監査役

谷貝　淳	非常勤監査役
福田　泰明	非常勤社外監査役

なお、2020 年 9 月期から 2025 年 9 月期までの役員の変遷は下表のとおりである（役職はいずれも期末時点）。なお、下線部の役職は会社法上の取締役又は監査役に該当しない職位（理事職）を示している。

	2020 年 9 月期	2021 年 9 月期	2022 年 9 月期	2023 年 9 月期	2024 年 9 月期	2025 年 9 月期
濱田佳治	代表取締役 社長 兼 OMO 営業 本部長	代表取締役 社長 兼 OMO 営業 本部長	代表取締役 社長 兼 OMO 営業 本部長	代表取締役 社長 兼 OMO 営業 本部長	代表取締役 社長 兼 OMO 営業 本部長	代表取締役 社長
櫛引健	専務 業務開発 本部長	専務 業務開発 本部長	専務 業務開発 本部長	専務 経営管理 本部長	専務 経営戦略 本部長	専務 2025.12 退任
橋本孔治	OMO 営業本部 副本部長	OMO 営業本部 副本部長	常務 OMO 営業本部 副本部長	2023.12 退任		
横山欣二	理事 経営企画 本部長	理事 経営企画 本部長	管理本部長	2023.12 退任		
鳥居俊文	理事 OMO 営業本部 副本部長	理事 OMO 営業本部 副本部長	理事 マーケティン グ本部長	営業管理 本部長	管理本部長	2025.12 退任
岡田俊哉				DC 開発 本部長	コーポーレー ト本部長	2025.3 退任
木目田裕	社外取締役（2025.3 退任）					
谷貝淳	社外取締役（2023.12 退任）					
中田華寿子	社外取締役（2023.12 退任）					
篠原秀典				社外取締役（2022.12 就任、2025.3 退任）		
瀬川一美			社外取締役（2021.12 就任、 2023.12 退任）			
櫻井洋二					社外取締役（2023.12 就任）	
高口綾子					社外取締役（2023.12 就任、	

		2025.3 退任）
櫻井祐記		社外取締役（2025.3 就任、同 12 退任）
島津朝子		2025.3 就任
小坂田成宏		2025.3 就任
吾郷孝一	常勤監査役（2021.7 辞任）	
秋吉茂	社外監査役（非常勤） 社外監査役（常勤・2021.7 就任）	社外監査役（非常勤・2025.12 退任）
畠山隆	社外監査役（非常勤・2025.12 退任）	
桑章夫	社外監査役（非常勤・2023.12 退任）	
谷口信之		社外監査役（常勤・2021.12 就任、2025.12 退任）
三田与志雄		社外監査役（非常勤・2023.12 就任）

(2)　保険市場社の役員の変遷

保険市場社の現在の役員の状況は、取締役 4 名及び監査役 1 名であり、その役員構成は下表のとおりである。

鳥居　俊文	代表取締役社長
田坂　貴典	取締役
谷脇　正純	取締役
濱田　佳治	取締役
置田　誠	監査役

なお、2020 年 9 月期から 2025 年 9 月期までの役員の変遷は下表のとおりである（役職はいずれも期末時点）。

	2020 年 9 月期	2021 年 9 月期	2022 年 9 月期	2023 年 9 月期	2024 年 9 月期	2025 年 9 月期
橋本孔治	代表取締役（2023.9 辞任）					
田坂貴典		取締役		代表取締役		

濱田佳治	取締役					
櫛引健	取締役（2024.12 退任）					
谷脇正純				取締役		
a		取締役（2023.2 辞任）				
鳥居俊文	取締役（2020.12 退任）					取締役
横山欣二	監査役（2023.9 辞任）					
b				監査役（2023.12 辞任）		
c					監査役(2024.3 辞任[5])	
d					監査役（2024.11 辞任）	
置田誠						監査役

7　大株主の変遷

当社の大株主の変遷状況は、下表のとおりである。

	2020 年 9 月末	2021 年 9 月末	2022 年 9 月末	2023 年 9 月末	2024 年 9 月末	2025 年 9 月末
筆頭株主	濱田ホールディングス社[6] (19.99%)	濱田ホールディングス社 (19.56%)	濱田ホールディングス社 (19.56%)	濱田ホールディングス社 (19.56%)	濱田ホールディングス社 (19.24%)	ライフネット生命社[7] (29.07%)
第 2 位	濱田 佳治 (7.05%)	濱田 佳治 (6.93%)	濱田 佳治 (6.97%)	濱田 佳治 (7.00%)	濱田 佳治 (6.90%)	SBI ホールディングス社 (28.71%)
第 3 位	住友生命社[8] (4.98%)	住友生命社 (4.38%)	住友生命社 (4.38%)	住友生命社 (4.38%)	日本マスタートラスト社[9](信託口) (4.83%)	濱田ホールディングス社 (6.33%)
第 4 位	ネオファース	ネオファース	ネオファース	ネオファース	住友生命社	FWD 生命社

[5] c 氏は、2023 年 12 月 18 日に保険市場社の監査役に就任し、2024 年 3 月 28 日に辞任した。
[6] 濱田ホールディングス社は、有限会社濱田ホールディングスを指しており、以下同じである。
[7] ライフネット生命社は、ライフネット生命保険株式会社を指しており、以下同じである。
[8] 住友生命社は、住友生命保険相互会社を指しており、以下同じである。なお、2020 年 9 月末時点から 2024 年 9 月末時点までの間の、住友生命社、ネオファースト生命社、メットライフ生命社の 3 社の保有株式数はいずれも同一である（同率 3 位、2024 年 9 月末は同率 4 位）。
[9] 日本マスタートラスト社は、日本マスタートラスト信託銀行株式会社を指しており、以下同じである。

	ト生命社[10] (4.98%)	ト生命社 (4.38%)	ト生命社 (4.38%)	ト生命社 (4.38%)	(4.31%)	[11] (5.99%)
第 5 位	メットライフ生命社[12] (4.98%)	メットライフ生命社 (4.38%)	メットライフ生命社 (4.38%)	メットライフ生命社 (4.38%)	ネオファースト生命社 (4.31%)	メットライフ生命社 (4.29%)
第 6 位	濱田 亜季子 (4.29%)	濱田 亜季子 (4.20%)	濱田 亜季子 (4.20%)	濱田 亜季子 (4.21%)	メットライフ生命社 (4.31%)	濱田 佳治 (2.27%)
第 7 位	富国生命社[13] (4.07%)	富国生命社 (3.99%)	日本マスタートラスト社(信託口) (3.82%)	日本マスタートラスト社(信託口) (3.67%)	濱田 亜季子 (4.14%)	ブロードマインド社[14](1.91%)
第 8 位	太陽生命社[15] (3.31%)	日本マスタートラスト社(信託口) (3.61%)	富国生命社 (3.10%)	富国生命社 (3.10%)	FWD 生命社 (3.68%)	日本マスタートラスト社(信託口) (1.63%)
第 9 位	FWD 富士生命社[16] (2.47%)	FWD 富士生命社(2.41%)	FWD 生命社 (2.86%)	FWD 生命社 (2.85%)	富国生命社 (3.05%)	住友生命社[17] (1.42%)
第 10 位	三井住友海上社[18] (2.26%)	野村證券社[19] (1.99%)	日本カストディ銀行社[20](信託 E 口) (1.94%)	日本カストディ銀行社(信託口) (1.92%)	日本カストディ銀行社(信託 E 口) (1.83%)	第一生命ホールディングス社[21] (1.42%)

[10] ネオファースト生命社は、ネオファースト生命保険株式会社を指しており、以下同じである。なお、同社は、2026 年 4 月 1 日、第一ネオ生命保険株式会社に商号を変更している。
[11] FWD 生命社は、FWD 生命保険株式会社を指しており、以下同じである。
[12] メットライフ生命社は、メットライフ生命保険株式会社を指しており、以下同じである。
[13] 富国生命社は、富国生命保険相互会社を指しており、以下同じである。
[14] ブロードマインド社は、ブロードマインド株式会社を指しており、以下同じである。
[15] 太陽生命社は、太陽生命保険株式会社を指しており、以下同じである。
[16] FWD 富士生命社は、FWD 富士生命保険株式会社を指しており、以下同じである。なお、同社は、2021 年 11 月 2 日、FWD 生命社に商号を変更している。
[17] 2025 年 9 月末時点で、住友生命社と第一生命ホールディングス社の保有株式数は同一である（同率 9 位）。
[18] 三井住友海上社は、三井住友海上火災保険株式会社を指しており、以下同じである。
[19] 野村證券社は、野村證券株式会社を指しており、以下同じである。
[20] 日本カストディ銀行社は、株式会社日本カストディ銀行を指しており、以下同じである。
[21] 第一生命ホールディングス社は、第一生命ホールディングス株式会社を指しており、以下同じである。なお、同社は、2026 年 4 月 1 日、株式会社第一ライフグループに商号を変更している。

８　広告事業に関する業務フロー及び会計処理方針

2025 年 9 月期有価証券報告書によれば、当社の広告事業に関与する部署等は当社ダイレクトマーケティング部（以下「**DM 部**」という。）と保険市場社であるところ、両社の関係性、メディア事業等における業務分掌、営業収益計上プロセス及び会計処理の流れは下表のとおり整理される。

すなわち、DM 部は、会社提出資料上、既契約者又は資料請求者に対するプロモーションの立案・実施、メールマガジンや会員誌の運営、Web サイトその他プロモーションの作成、Web プロモーションの企画・設計、プロモーションに関する外注先管理及び「広告収入（MC）他営業収益の計上業務」を分掌する部門とされている。他方、保険市場社は、当社の 100％子会社として、当社の統一ブランドである「保険市場」の商標管理及び Web 広告等のメディア事業等を行う会社であり、有価証券報告書上、本件サイトへの広告営業を行うとともに、当社から経営指導を受け、役員兼務がある旨が記載されている。

また、保険市場社の広告事業部は、セールスプロモーション全般を対象とした広告事業の企画・立案・実施、取引先との包括的折衝、新規・変更契約の締結、取引条件の決定・変更、営業収益の計上業務、プロモーション策の立案及び効果測定等を分掌するものとされている。したがって、当社の DM 部と保険市場社広告事業部は、いずれも「保険市場」ブランド又は本件サイトを利用した広告・プロモーション収益に関与し得るが、DM 部は当社内のプロモーション・MC 収入計上に係る所管部門、保険市場社は広告営業及び広告事業の実施主体という位置付けで整理される。

項目	DM 部	保険市場社
組織上の位置付け	当社の本社部門の一つ。メディアイノベーション課及びインシュアテック課が置かれる。	当社の 100％子会社。有価証券報告書上、メディア事業及びメディアレップ事業を主要な事業内容とする。
広告・プロモーションへの関与	プロモーションの立案・実施・効果分析、Web プロモーションの企画・設計、Web サイトその他プロモーションの作成等を分掌する。	広告事業部が広告事業の企画・立案・実施、取引先との折衝・契約締結、取引条件の決定・変更等を分掌する。
営業収益計上への関与	保険市場社による本件サイトの広告枠利用に係る収入（MC 収入）に	広告事業部が営業収益の計上業務を分掌し、総合企画部経理課が会

	係る計上業務を分掌する。	計帳簿、月次損益計算書、試算表、期末決算等を分掌する。
取引先との関係	資料上、外注先管理や Web プロモーションに関する業務を分掌する。	有価証券報告書上、保険会社各社及び外部クライアントに対し、本件サイトへの出稿等の営業活動を行うとされる。
主要取引先	保険市場社等	保険会社等の広告出稿企業

後記第 3・2 のとおり、当社においては、「営業収益計上細則」と題する社内規則が定められているところ[22]、同細則上、全ての営業収益（広告補助収入等を含む。）について、その所管部門は「売上報告書」を作成し、総合企画部経理課に提出するものとされている。また、売上報告書等には、収益認識基準を満たすことを証する根拠を記載し、又は資料を添付するとともに、付随して発生する費用等がある場合にはその内容を記載するものとされ、計上額が確定した場合には、相手先に対する請求書に準ずる書類を内部的に保管するものとされている。

段階		業務内容	関係部署又は主体
1	案件形成・営業活動	本件サイトへの出稿、Web プロモーション、広告運用等に関する企画・営業活動を行う。	DM 部 保険市場社広告事業部
2	契約・発注内容の確定	取引先との契約締結、発注内容、広告掲載期間、掲載媒体、対価、支払期日等を確定する。	保険市場社広告事業部 コンプライアンス部法務課
3	広告掲載・広告運用等の実施	広告掲載又は広告運用等の役務提供を実施する。広告収入（MC 収入）については広告掲載期間の満了が役務提供完了時点とされる。	保険市場社広告事業部
4	収益認識要件の確認	役務提供の完了、対価の確定、入金日の確定の 3 条件を確認する。	総合企画部経理課
5	売上報告書の作成・提出	所管部門が売上報告書を作成し、収益認識基準を満たす根拠資料として、①ご注文内容確	保険市場社広告事業部

[22] 保険市場社においては、営業収益計上細則（平成 22 年（2010 年 4 月 13 日制定））が別途定められているものの、総合企画部経理課の職員のヒアリングにより、遅くとも 2018 年 10 月以降、同細則は運用されておらず、保険市場社の経理においても当社の営業収益計上細則に則り経理処理されていたことを確認している。

		認書兼申込書、②取引先とのメール等役務提供に関する証憑を添付して、総合企画部経理課に提出する。	総合企画部経理課
6	経理確認・会計計上	総合企画部経理課が提出資料を確認し、必要に応じて主管部門への照会又は取引先照会を行い、請求書を作成し、会計伝票・会計帳簿に反映する。	総合企画部経理課
7	請求・入金管理	請求書又は請求書に準ずる書類を管理し、入金期日及び入金実績を確認する。入金時には売掛金等の消込みを行う。	総合企画部経理課
8	決算・連結反映	四半期決算又は期末決算において、営業収益、売上債権及び関連費用を決算数値に反映し、必要に応じて連結上の内部取引消去等を行う。	総合企画部経理課

第３　売上計上時期に関する会計処理上の問題

１　調査結果の概要

本調査の結果、メディア事業等においては、遅くとも 2018 年 12 月から 2025 年 9 月までの間、合計約 7,508 百万円分、広告掲載期間又は広告運用期間（以下、併せて「**広告掲載等期間**」という。）にわたり履行義務が充足されるのに先立って売上計上（以下「**売上前倒計上**」という。）をしていた事象が判明した。詳細は別紙 4 のとおりである。

メディア事業等の担当部門である保険市場社広告事業部において、取引先との契約締結を含む営業活動の責任者というべき立場にあり、特に保険市場社代表取締役社長の立場にあった橋本孔治氏（以下「**橋本氏**」という。）及び田坂貴典氏（以下「**田坂氏**」という。）は、売上前倒計上が不適切な会計処理であることを認識しながら、売上前倒計上を実行及び継続するため、証憑の準備、取引先との交渉又は経理部門責任者や監査法人とのやり取り等を行っていた。

２　メディア事業等における売上の計上基準

当社及び保険市場社では、企業会計基準第 29 号「収益認識に関する会計基準」（以下「**収益認識基準**」という。）が 2019 年 9 月期（2018 年 10 月 1 日開始事業年度）から早期適用されている。

同会計基準のうち、収益の認識の時期に関する項目は、以下のとおりである（なお、以下は原文ママではなく、本事象に関連する部分のみの引用であり、下線は当委員会が付したものである。）。

> 7. 「履行義務」とは、顧客との契約において、次の(1)又は(2)のいずれかを顧客に移転する約束をいう。
> (1) 別個の財又はサービス（あるいは別個の財又はサービスの束）
> (2) 一連の別個の財又はサービス（特性が実質的に同じであり、顧客への移転のパターンが同じである複数の財又はサービス）

> 35. 企業は約束した財又はサービス（本会計基準において、顧客との契約の対象となる財又はサービスについて、以下「資産」と記載することもある。）を顧客に移転することにより履行義務を充足した時に又は充足するにつれて、収益を認識する。資産が移転するのは、顧客が当該資産に対する支配を獲得した時又は獲得するにつれてである。
> 36. 契約における取引開始日に、第 38 項及び第 39 項に従って、識別された履行

義務のそれぞれが、一定の期間にわたり充足されるものか又は一時点で充足されるものかを判定する。
37. 資産に対する支配とは、当該資産の使用を指図し、当該資産からの残りの便益のほとんどすべてを享受する能力（他の企業が資産の使用を指図して資産から便益を享受することを妨げる能力を含む。）をいう。
38. 次の(1)から(3)の要件のいずれかを満たす場合、資産に対する支配を顧客に一定の期間にわたり移転することにより、一定の期間にわたり履行義務を充足し収益を認識する。
(1) 企業が顧客との契約における義務を履行するにつれて、顧客が便益を享受すること
(2) 企業が顧客との契約における義務を履行することにより、資産が生じる又は資産の価値が増加し、当該資産が生じる又は当該資産の価値が増加するにつれて、顧客が当該資産を支配すること
(3) 次の要件のいずれも満たすこと
① 企業が顧客との契約における義務を履行することにより、別の用途に転用することができない資産が生じること
② 企業が顧客との契約における義務の履行を完了した部分について、対価を収受する強制力のある権利を有していること

41. 一定の期間にわたり充足される履行義務については、履行義務の充足に係る進捗度を見積り、当該進捗度に基づき収益を一定の期間にわたり認識する。
42. 一定の期間にわたり充足される履行義務については、単一の方法で履行義務の充足に係る進捗度を見積り、類似の履行義務及び状況に首尾一貫した方法を適用する。
43. 履行義務の充足に係る進捗度は、各決算日に見直し、当該進捗度の見積りを変更する場合は、会計上の見積りの変更として処理する。
44. 履行義務の充足に係る進捗度を合理的に見積ることができる場合にのみ、一定の期間にわたり充足される履行義務について収益を認識する。
45. 履行義務の充足に係る進捗度を合理的に見積ることができないが、当該履行義務を充足する際に発生する費用を回収することが見込まれる場合には、履行義務の充足に係る進捗度を合理的に見積ることができる時まで、一定の期間にわたり充足される履行義務について原価回収基準により処理する。

132. 第 37 項における支配の移転は、財又はサービスを提供する企業、あるいは

当該財又はサービスを受領する顧客のいずれの観点からも判定でき、企業が支配を喪失した時、又は顧客が支配を獲得した時のいずれかとなる。通常、両者の時点は一致するが、企業が顧客への財又はサービスの移転と一致しない活動に基づき収益を認識することがないよう、顧客の観点から支配の移転を検討する。
133. 財又はサービスは、瞬時であるとしても、受け取って使用する時点では資産である。資産に対する支配とは、当該資産の使用を指図し、当該資産からの残りの便益のほとんどすべてを享受する能力（他の企業が資産の使用を指図して資産から便益を享受することを妨げる能力を含む。）であり（第 37 項参照）、資産からの便益とは、例えば、次の方法により直接的又は間接的に獲得できる潜在的なキャッシュ・フロー（インフロー又はアウトフローの節減）である。
(1) 財の製造又はサービスの提供のための資産の使用
(2) 他の資産の価値を増大させるための資産の使用
(3) 負債の決済又は費用の低減のための資産の使用
(4) 資産の売却又は交換
(5) 借入金の担保とするための資産の差入れ
(6) 資産の保有

また、当社においては、収益認識基準を適用するに当たり、「営業収益計上細則」と題する社内規則において収益認識に関する具体的な会計方針を定めている。

同細則は、2007 年 3 月 27 日に制定された後、改訂が重ねられているところ、2018 年 10 月 1 日に改訂されたもののうち[23]、メディア事業等における収益認識の時期に関する項目は以下のとおりである（なお、下線は当委員会が付したものである。）。

＜株式会社保険市場＞
9. 広告収入（媒体掲載料）[24]
(1) 収益認識基準
①契約の識別
個別契約
②履行義務の識別

[23] 同細則は、2025 年 4 月 30 日、同年 8 月 20 日にそれぞれ改訂がなされているが、メディア事業等における収益認識に関する具体的な会計方針については実質的な変更はなく、また本調査の対象期間である 2020 年 9 月期から 2026 年 9 月期第 2 四半期（以下「**本調査対象期間**」という。）の大半の期間においては 2018 年 10 月改訂版が適用されていたことから、2018 年 10 月 1 日付け改訂版を以下に記載している。
[24] メディア事業における広告収入を規律する項目である。

他社（アドバンスクリエイト等）の保有する広告媒体を買い取り、保険会社等に販売する

③履行義務の充足による収益の認識

広告出稿期間にわたり認識する

※途中解約等で債権が消滅する契約の場合は、債権が確定した時点で認識する

(2)収益額の算定

①取引価格の算定

個別契約に記載された金額

②履行義務への取引価格の配分

履行義務が一つのみであるため、収益額全額を配分する

(3)その他の取り扱い

①本人と代理人の区分

本人として扱う

10．広告収入（プロモーション）[25]

(1)収益認識基準

①契約の識別

個別契約

②履行義務の識別

他社が行う広告プロモーション運用を行う

③履行義務の充足による収益の認識

運用を実施した期間

(2)収益額の算定

①取引価格の算定

個別契約に記載された金額

②履行義務への取引価格の配分

履行義務が一つのみであるため、収益額全額を配分する

(3)その他の取り扱い

①本人と代理人の区分

広告運用の裁量は全て当社側にあり、運用リスクを負っているため、本人として扱う。

広告出稿者から得られる収入を売上とし、広告媒体を保有する企業へ支払う金額を売上原価として計上する

[25] メディアレップ事業における広告収入を規律する項目である。

メディア事業の収益は、主に[26]、当社が保有する広告媒体である本件サイトの広告掲載枠を保険市場社が買い取り、顧客に期間を定めて広告掲載枠を販売する契約により生じる収益であり、保険市場社がその契約に基づく広告掲載義務を履行するにつれて、顧客が便益を享受するものであるから、収益認識基準第 38 項(1)及び「営業収益計上細則 9. 広告収入（媒体掲載料）」(1)・③に従い、広告掲載期間にわたり収益として認識される。

また、メディアレップ事業の収益は、主に、顧客の依頼を受け、当社以外の他社が保有するウェブサイトの広告媒体に期間を定めて広告を出稿して運用する契約により生じる収益であり、保険市場社がその契約に基づく運用義務を履行するにつれて、顧客が便益を享受するものであるから、収益認識基準第 38 項(1)及び「営業収益計上細則 10. 広告収入（プロモーション）」(1)・③に従い、広告運用期間にわたり収益として認識される。

以上より、当社においては、収益認識基準及びこれらの細則の規定に基づき、広告掲載等期間にわたり履行義務が充足されるものであり、当該期間にわたり売上を計上することが、あるべき会計処理であると考えられる。

この点、当委員会によるヒアリングにおいて、上記細則の所管部署である当社総合企画部の部長（当時）である e 氏、同部部長である f 氏及び同部経理課課長である g 氏も、広告掲載等期間にわたり収益を認識することが適切な会計処理である旨を供述しており、当社においても上記の会計処理が適切な売上計上方法であると認識されている。

よって、広告掲載等期間にわたり履行義務が充足されるのに先立って売上計上がなされた場合、売上前倒計上と評価すべきこととなる。

3　本件各取引の売上計上が前倒計上であると認められること

前記第 1 のとおり、当委員会は、保険市場社が顧客である保険会社等[27]に対して提供した広告掲載取引又は広告運用取引を対象とし、2018 年 10 月から 2026 年 3 月までの見積書、提案書、「ご注文内容確認書兼申込書」等の証憑類やこれに紐づく会計データのほか、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りのレ

---

[26] 広告掲載枠を販売するのではなく、広告物を制作して販売する契約も存在するが、後者については取引件数が少なく金額的重要性も乏しいことから、本文では、広告物を制作して販売する契約を含意する趣旨で、「主に」という記載をした。なお、当該契約は、広告物を顧客に納品した時点において履行義務を充足したものとして収益を認識するため、後記第 3・3 における売上前倒計上の集計においては、一時点で充足される履行義務であるとの整理のもと、金額の集計をしている。

[27] 取引先は保険会社が主であったが、一部、A 社や B 社といった、保険会社以外の取引先も存在したため、本文中で「保険会社等」と表記する場合、これらの取引先を含む趣旨である。

ビュー、当社役職員（退職者を含む。）や保険会社等に対するアンケート又はヒアリングの結果得られた供述等を慎重に吟味して総合評価した結果、当社においては、前記 2 の売上計上方法に拠らず、売上前倒計上をしていたものと判断した。

具体的には、2018 年 10 月から 2026 年 3 月までの期間に計上された売上のうち、同一計上月・同一取引先を単位として未検証残高が 10 百万円を下回るように取引を抽出し、上記方法による調査を実施したところ、当社は、遅くとも 2018 年 12 月以降[28]、2025 年 9 月までの間[29]、売上前倒計上をしていた。下表は、2018 年 10 月から 2026 年 3 月までの期間の売上前倒計上に係る取引（以下「**本件各取引**」という。）につき、前記 2 の売上計上方法に拠っていた場合の売上と売上前倒計上により計上された売上の差額であり、その差が最も大きい事業年度は、2022 年 9 月期であり、その影響額は、365 百万円である。なお、2018 年 10 月から 2026 年 3 月までの期間の全取引金額約 12,653 百万円のうち、抽出したサンプルの総額は約 10,688 百万円（サンプル件数は 345 件）であり、その占める割合は約 84%である。

（百万円）

事業年度	セグメント	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	年度計
2019 年 9 月期	メディア事業	26	252	△13	6	**272**
	メディアレップ事業	－	－	－	－	**－**

[28] 売上前倒計上の開始時期に関しては、田坂氏や、田坂氏の前任の保険市場社代表取締役社長である橋本氏、橋本氏の前任の保険市場社代表取締役社長である鳥居俊文氏（以下「**鳥居氏**」という。）にヒアリングを実施したが、売上前倒計上の開始時期を具体的に特定するに足りるだけの供述を得られなかった。また、会計データ等の客観資料についても、2018 年 10 月と 11 月は売上前倒計上が行われたことを示す資料や供述は不見当であり、かつ、2018 年 10 月より前には売上前倒計上が行われていなかったことを示す資料も不見当であったため、厳密な売上前倒計上の開始時期は不明であると言わざるを得ず、売上前倒計上は遅くとも 2018 年 12 月以降から行われていたものと認定した。

[29] 売上前倒計上の終了時期に関しては、2025 年 9 月期以降も、会計データ等の客観資料上は、売上前倒計上が認められる取引として、C 社及び D 社に係る各取引が存在する。この点について、田坂氏は、2025 年 9 月期以降は、売上計上申請に当たり、総合企画部経理課から広告配信実績に関する証憑の提出を求められることになったこともあり、従前の方法による売上計上申請はしなくなった旨供述しており、D 社に係る取引については、後記 3・(3)で述べるような売上前倒計上の認識が希薄であって、誤謬による売上前倒計上であった可能性を否定できない。他方で、C 社に係る取引については、田坂氏は、売上計上申請方法を改める移行期の取引であり、いきなりこれを改めると売上が大きく減ることから、従前の方法による売上計上申請をしていた旨供述しており、売上前倒計上の認識が認められる。このように、一部、誤謬による売上前倒計上も含まれるものの、2025 年 9 月期以降の取引についても、売上前倒計上が認められることから、売上前倒計上の終了時期としては、これらの取引を含めて、2025 年 9 月までであったと認定した。なお、当委員会は、D 社に係る取引の売上計上当時の会計監査人であり、第 30 期以降の当社の会計監査人であるあおい監査法人からは、上記のとおり広告配信実績に関する証憑が存在していたことや、D 社に対する残高確認状で「差異なし」との回答を受けていたとの説明を受けている。

	合計	26	252	△13	6	**272**
2020年9月期	メディア事業	138	226	△77	△228	**59**
	メディアレップ事業	－	－	－	30	**30**
	合計	138	226	△77	△198	**89**
2021年9月期	メディア事業	48	235	△156	△94	**31**
	メディアレップ事業	△30	－	9	△9	**△30**
	合計	18	235	△147	△103	**1**
2022年9月期	メディア事業	20	439	△111	0	**347**
	メディアレップ事業	－	16	18	△16	**18**
	合計	20	455	△93	△16	**365**
2023年9月期	メディア事業	△310	825	△210	△389	**△84**
	メディアレップ事業	12	64	△17	32	**93**
	合計	△297	890	△227	△356	**9**
2024年9月期	メディア事業	△10	388	△134	△474	**△230**
	メディアレップ事業	△30	51	△20	△69	**△68**
	合計	△40	440	△155	△544	**△299**
2025年9月期	メディア事業	△269	△106	△3	84	**△296**
	メディアレップ事業	△1	△27	△13	－	**△42**
	合計	△271	△134	△17	84	**△338**
2026年9月期	メディア事業	△50	△50	－	－	**△100**
	メディアレップ事業	－	－	－	－	**－**
	合計	△50	△50	－	－	**△100**
合計		**△455**	**2,317**	**△732**	**△1,129**	**－**

（注）＋は当該四半期における売上の過大計上額（前記 2 の計上時期より前倒しで計上された額）、△は過少計上額を示す。

(1)　メディア事業等における売上計上に係る業務フロー

ア　申込みをした保険会社等へのご注文内容確認書兼申込書等の送付

当社におけるメディア事業等の担当部門である保険市場社広告事業部において、取引先である保険会社等との契約締結を含む営業に従事していた橋本氏、田坂氏及び谷脇正純氏（以下「**谷脇氏**」という。）ら営業担当役職員（以下「**営業担当役職員**」という。）は、保険会社等の担当者から広告の掲載又は運用に係る契約の内諾を受けると、広告料金、広告の内容及び広告掲載等期間等の具体的な契約の内容について当該保険会社等の担当者と協議・交渉したうえで、メディア事業に係る取引の場合は「ご注文内容確認書兼申込書」、メディアレップ事業に係る取引の場合は「申込書」（以下、併せて「**申込書等**」という。）を起案し、保険会社等の担当者に送付していた。この申込書等は、別途契約書が作成される場合を除き、必ず起案して、保険会社等との間で取り交わされる書面であった。

なお、営業担当役職員は、申込書等の他に、提案書や見積書を作成して保険会社等に送付することもあった。

イ　申込書等、見積書及び提案書の記載内容

「ご注文内容確認書兼申込書」には、「お申込内容」の欄に「広告費[30]（●年●月分）」、「広告費（●月度）」、「広告費（●月度分）」（以下、総称して「**広告費（●月分）**」という。）等と記載され、「合計金額」の欄に広告料金が記載されていたが、遅くとも 2024 年 10 月頃までは、以下の例のとおり「掲載期間」の欄が空欄になっていたり、広告掲載等期間の記載を見積書又は提案書に委ねる趣旨の記載がされていたりする等、広告掲載等期間が記載されていないものが大半であった。

---

[30] 「ご注文内容確認書兼申込書」の文面は保険市場社が作成していたが、保険会社等による契約の申込書面であって作成者は保険会社等であることから、「広告料金」ではなく「広告費」と保険会社等側の記載がされていた。

【例：「掲載期間」の欄が空欄になっているもの（該当箇所は赤枠の箇所である。】

ご注文内容確認書兼申込書

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 価値市場
広告事業部
TEL [redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
お申込内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

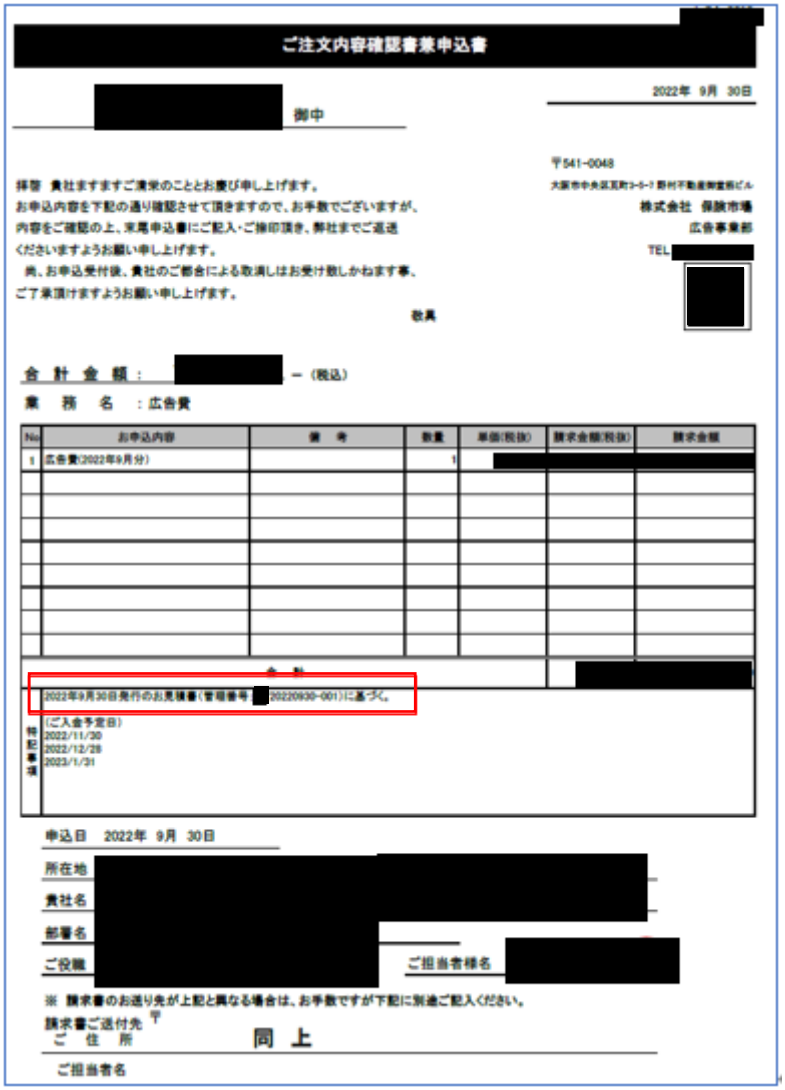
合 計 金 額 ： [redacted]
業 務 名 ：広告費
掲 載 期 間 ：

No	お申込内容	数量	単価(税抜)	請求金額
1	広告費(2020年3月分)	1	[redacted]	
	合 計			[redacted]

【ご入金予定日】 [redacted]
2020年5月20日
2020年6月30日
2020年7月31日
2020年8月31日
2020年9月30日
2020年10月30日

上記内容を確認のうえ、申し込みます。
申込日 2020 / 3 / 31
貴社名 [redacted]
ご住所 [redacted]
部署名
ご役職 [redacted] ご担当者様名 [redacted]
※ 請求書のお送り先が上記と異なる場合は、お手数ですが下記に別途ご記入ください。
請求書ご送付先 〒
ご 住 所
ご担当者名

【例：広告掲載等期間の記載を見積書に委ねる趣旨のもの（該当箇所は赤枠の箇所である。）】



ご注文内容確認書兼申込書

2022年 9月 30日

御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-1 勝村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
お申込内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
尚、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

合計金額： ー（税込）

業務名 ：広告費

No	お申込内容	備考	数量	単価(税抜)	請求金額(税抜)	請求金額
1	広告費(2022年9月分)		1			
				合計		

特記事項
2022年9月30日発行のお見積書(管理番号 20220930-001)に基づく。
(ご入金予定日)
2022/11/30
2022/12/28
2023/1/31

申込日 2022年 9月 30日

所在地

貴社名

部署名

ご役職

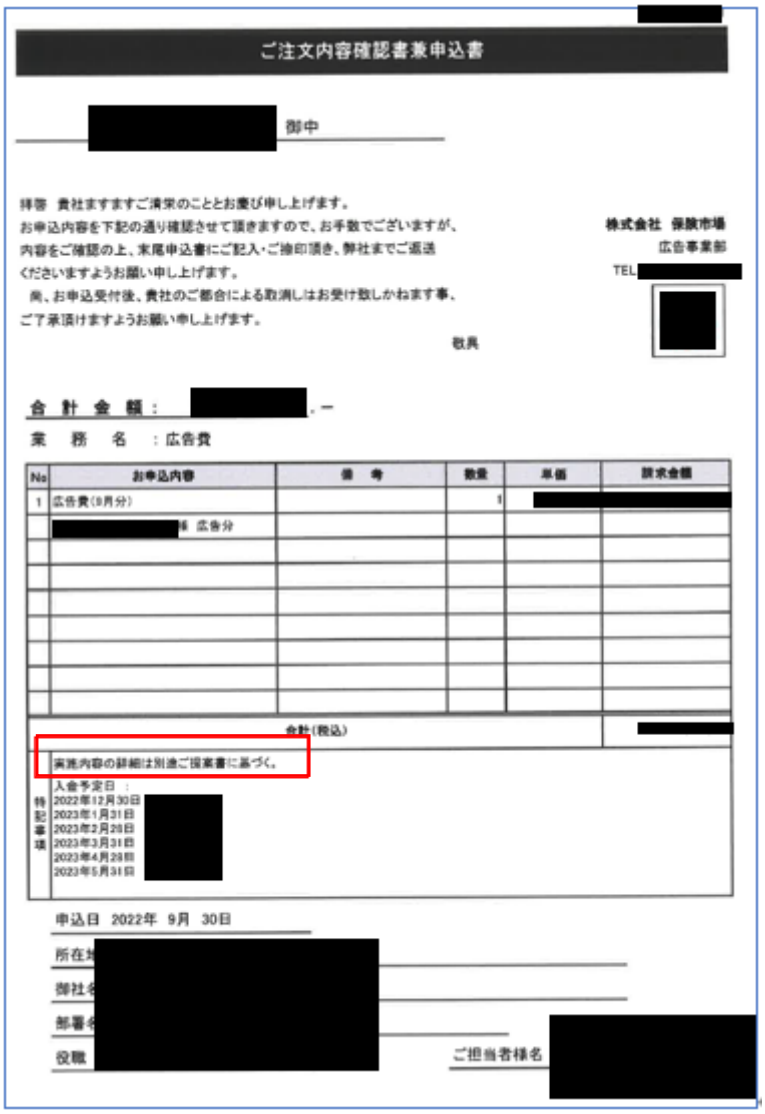
ご担当者様名

※ 請求書のお送り先が上記と異なる場合は、お手数ですが下記に別途ご記入ください。

請求書ご送付先
ご 住 所 〒 同 上

ご担当者名

【例：広告掲載等期間の記載を提案書に委ねる趣旨のもの（該当箇所は赤枠の箇所である。）】



ご注文内容確認書兼申込書

[redacted] 御中

拝啓　貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
お申込内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
尚、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

株式会社　保険市場
広告事業部
TEL [redacted]

合　計　金　額：[redacted]．－

業　務　名　：広告費

No	お申込内容	備　考	数量	単価	請求金額
1	広告費（9月分）		1	[redacted]	
	[redacted]様 広告分				
	合計（税込）				[redacted]

特記事項
実施内容の詳細は別途ご提案書に基づく。
入金予定日：
2022年12月30日
2023年1月31日
2023年2月28日
2023年3月31日
2023年4月28日
2023年5月31日
[redacted]

申込日　2022年　9月　30日

所在地 [redacted]
御社名
部署名
役職
ご担当者様名

これに対して、見積書又は提案書には、広告掲載等期間が記載されることがあり、具体的には、例えば、以下の例のとおり、見積書には「掲載期間：●年●月●日～●年●月●日」といった記載がなされ、提案書には「広告掲載によって期待される効果」として広告掲載月ごとに期待される広告の効果が記載されているものがあった。

【例：見積書における広告掲載等期間の記載】

管理番号：[redacted]20220930-001
2022年9月30日

御 見 積 書

[redacted] 御中

件名： 広告費(2022年9月分)

見積書有効期限：発行日より1カ月間
スケジュール：別途ご提示
お支払い条件：別途ご提示

下記の通り御見積申し上げます。

合計金額			[redacted]	
内　容	数量	単位	単価(円)	金　額
1　広告費(2022年9月分)				
掲載期間：2022年9月26日～2022年12月25日	1	式	[redacted]	
合計(税抜)				[redacted]
消費税額			10%	
合計(税込)				

備　考

※掲載期間中に貴社にご提供可能な保険市場内の資料請求数[redacted]件相当分のプロモーションを行います。
※上記金額は上限金額であり、実際の請求金額は各月26日～翌月25日にプロモーション実績に応じて請求金額を確定し、ご請求書を発行させていただきます。

※10月分については、2022年9月26日～2022年10月25日分までをご請求対象といたします。
※11月分については、2022年10月26日～2022年11月25日分までをご請求対象といたします。
※12月分については、2022年11月26日～2022年12月26日分までをご請求対象といたします。

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7　野村不動産御堂筋ビル
TEL：[redacted]
株式会社　保険市場 [redacted]

【例：提案書における広告掲載等期間の記載】

そして、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月は、見積書又は提案書に記載されている広告掲載等期間の年月より前の月となっているものが少なからずあった。

申込書等の内容について保険会社等から内諾を得ると、営業担当役職員は、保険会社等の担当者から、その署名や記名押印のなされた申込書等の送付を受けていた。

ウ　経理処理申請状況及び売上計上状況

その後、保険市場社広告事業部で経理処理申請業務に従事していたｈ氏及びｉ氏ら経理処理申請担当職員（以下「**経理申請担当職員**」という。）は、営業担当役職員による承認を得た後に、当社における経理部門である総合企画部経理課に対し、デジタル化された同課への経理処理申請・承認手続である「ワークフロー」システム

（以下「**ワークフロー**」という。）を用いる等して、売上報告書や申込書等の証憑類を送付していた。

そして、経理申請担当職員が売上報告書を作成するに当たっては、「ご注文内容確認書兼申込書」に「広告費（●月分）」と記載されていた場合、当該年月を売上報告書の売上計上月の欄に記入し、「合計金額」の欄の金額を売上報告書の売上金額の欄に記入していた。特に、経理申請担当職員が、「シート統合_請求進捗一覧」という Excel ファイルを利用して経理申請業務に従事するようになってからは、上記 Excel ファイルに「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」に記載の年月を売上計上年月の欄に入力すれば、当該年月が売上計上年月の欄に記載された売上報告書が出力されていたため、それを申込書等の証憑類と共に総合企画部経理課に申請していた。なお、h 氏や i 氏に対するヒアリングの結果、h 氏や i 氏を始めとする経理申請担当職員の多くは会計知識を有しているとは認められず、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」の記載と前記 2 の会計処理との関係や会計基準に従った適切な会計処理の方法等を具体的には認識しておらず、保険市場社における業務慣行であるとの認識のもと、このような業務処理を実施していた。

保険市場社の経理申請担当者から売上報告書を受領した総合企画部経理課では、仕訳伝票の起票を担当する職員が、売上報告書の売上計上月の欄に記入された年月を会計システムの伝票日付に記載して仕訳を起票し、上司である経理課長が当該仕訳伝票の承認をすることで、当該年月に帰属する売上としてメディア事業等の売上が計上されていた。なお、総合企画部経理課役職員に対するヒアリングの結果、仕訳伝票の起票を担当する職員や経理課長は、一定程度の会計知識を有していることがうかがわれたが、同職員らが売上計上の証憑として主に確認していたものが、役務提供期間の記載がなされていない申込書等にとどまっていたこと等から、同職員らにおいて、上記業務処理に対する十分なチェックはなされていなかった。

このような業務フローであったため、当社では、見積書又は提案書に記載された広告掲載等期間の年月よりも前の年月にあたる、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に、売上を一括して計上することが通例となっていた。この売上一括計上の方法による以上、保険市場社が「ご注文内容確認書兼申込書」の取得により契約を受注した年月（すなわち「広告費（●月分）」として記載されていた年月）が、広告掲載等期間よりも前の時点である場合には、前記会計基準及び前記細則に反して履行義務の充足前に収益を認識していることになり、すべからく売上前倒計上と評価されることになる。

もっとも、本調査においては、既に掲載が終了した広告につき掲載された広告物に係る現物確認ができなかったこと、広告掲載実績データの保存期間は 3 年であり本調査対象期間における大半の当該データが消失していたこと、当該データが残存

する期間においてもデータ量が膨大かつ極めて技術的であり特定の案件との紐づけが困難であったこと等の事情から、本件各取引の個別の広告掲載等期間にわたる履行義務の完了時期がいつであったかについて厳密に示す客観的なデータ等の証跡を得るには至らなかった。

そこで、後記(2)ないし(4)では、当委員会が、上記の状況であるにもかかわらず、見積書又は提案書に記載された広告掲載等期間は、実際の広告掲載等期間と同じであり、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月（すなわち本件各取引に係る売上の帰属する年月）は、広告掲載等期間よりも前の時点であって、本件各取引につき売上前倒計上をしていたと判断した理由について述べる。

(2)　保険会社等における広告掲載等の履行義務の充足時期についての認識

保険市場社と広告掲載に関する契約を締結していた複数の保険会社等は、契約の申込時に保険市場社に対して将来の期間における広告掲載を求め、これに対する対価を支払う意思であった旨の認識を述べていた。

例えば、当委員会のヒアリングに対し、E 社担当者は、2019 年 3 月申込の契約について、2019 年 4 月以降に掲載する広告として申込をしていた旨の回答をした。また、F 社担当者は、2023 年 8 月申込の契約について、「ご注文内容確認書兼申込書」は契約の申込時に保険市場社へ提出する書面であり、過去の広告掲載に対する対価の支払を約す書面ではない、広告掲載等期間は将来の期間であり、当該期間は別途提案書に記載されていた旨の回答をした。また、当委員会にて実施した保険会社等に対するアンケートにおいても、回答が得られたほぼ全ての取引において、広告掲載等期間は申込日より後の期間である旨の回答がなされた。一部の案件においては、広告掲載等期間の始期が申込日よりも前の時点である旨の回答がなされたが、そのような案件においても広告掲載等期間の終期は申込日よりも後の日付であり、具体的な契約内容が定まる前に広告の掲載を開始したに過ぎず、当該申込は将来の広告掲載に対するものであり、広告掲載等期間が終了した取引に対する対価を支払う趣旨ではない旨の認識が示された。

また、保険会社等によっては、例えば、下表のメールのとおり、本件各取引の当時から、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」の記載と広告掲載等期間との齟齬を指摘していたところもある。

年月日	送信者	受信者	内容
2022 年 1 月 25 日	G 社担当者	j 氏	「広告費（2021 年 12 月分）」

		（営業担当役職員）	と記載されたことを受け、「広告費については、2022 年 1 月~6 月分となるので修正は可能でしょうか。」と伝えている。なお、上記指摘に対して田坂氏は G 社担当者に対して、「これまでも、広告費の項目名については申込月を記載をさせていただいております。※弊社計上の兼ね合いでございます。実際の納品月で貴社経理処置いただくため、前回は見積書を添付させていただいておりました。」と伝えている。
2022 年 10 月 31 日	H 社（当時）担当者	田坂氏	「ご注文内容確認書兼申込書」の記載について「添付ご署名依頼を頂きましｈた書類ですが、「広告費期日、広告掲載期間」が相違している為弊社側の署名ができない状況です。」（原文ママ）と伝えている。

これらのやり取りは、保険会社等が、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」の記載は当該取引における広告掲載等期間であるとの認識のもと、保険市場社に対し記載の修正を求めているものであり、かかる事情からすれば、保険会社等は、当該契約において提供を受けるサービスは将来におけるものであると認識していたと認められる。

よって、保険会社等は、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」に記載の年月（本件各取引の売上計上年月）時点では、保険市場社の広告掲載等期間にわたる履行義務は充足していないとの認識を有していたことが認められる。

この点、収益認識基準第 132 項において、「顧客の観点から支配の移転を検討する」と定められていることを踏まえると、本件各取引における、広告掲載等期間にわたる履行義務の充足時期に関する顧客たる保険会社等の認識は、前記 2 の売上計上時期を特定する際の重要な考慮要素となるのであって、保険会社等が、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」に記載の年月（本件各取引の売上計上年

月）時点では、保険市場社の広告掲載等期間にわたる履行義務は充足されていないと認識していることは、本件各取引の売上前倒計上を強く基礎づける事実といえる。

(3)　営業担当役職員らにおける広告掲載等の履行義務の充足時期についての認識

ア　橋本氏

当委員会によるヒアリングにおいて、橋本氏は、要旨、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月は、基本的に広告掲載を開始するよりも前の年月であると個人的には考えていたこと、2014 年 6 月に保険市場社の代表取締役社長に就任した当初から、メディア事業等の収益については広告掲載等期間にわたって案分して毎月売上を計上すべきであると理解していたこと、そのため、広告掲載を開始するよりも前の年月に売上計上をすることについては、e 氏や横山欣二氏（以下「**横山氏**」という。）ら総合企画部経理課を管掌する役職員と相談のうえで対応していたことではあるものの、常に疑問を感じていた旨、供述した。

かかる供述は、2023 年 9 月中旬頃まで保険市場社の代表取締役社長であった橋本氏が、その在任中の本件各取引の売上計上年月の時点では広告掲載等期間にわたる履行義務が充足されていないとの認識を有していたことを直接的に示すものといえる。

イ　田坂氏

本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していないことを田坂氏が認識していたことを示す事情としては以下のような事情が認められる。

① 以下の Slack で、田坂氏が、総合企画部経理課役職員から、「ご注文内容確認書兼申込書」に検収済みであるとの文言を入れるように監査法人から指摘されていることを伝えられたのに対し、「ご注文内容確認書兼申込書」の取付日と検収（納品完了日）は一致しないことの方が多いとの認識を示していること

[redacted] 2023/6/5, 8:17 PM

田坂部長、おつかれさまです。
①[redacted]と②保険会社の広告費の収益計上につき、監査法人からの依頼で1点ずつお願いがございます。

①[redacted]からの広告費
Q2末の監査人講評（添付）で「[redacted]からの依頼でバナ口を設定する一連の作業を、実作業されている担当者にヒアリングしたい」との依頼を受けています。
当社が主張する「広告枠はQ1売切りの後は[redacted]支配下」との主張に、「当社が介在しないと成り立たないですよね」という反証にしたかったと推測します。

一方で、Q3までに[redacted]が出稿完了され3.3億の売上実績は成立しますので、本リクエストはパラレルに淡々と対応すれば問題ありません。
6月16日に往査で来社されますので、担当者をアサイン頂けませんでしょうか。
当方にて、ご担当者様への趣旨の事前説明と、ヒアリング時の立会いをいたします。

[redacted]URL

[redacted] 2023/6/5, 8:22 PM

②保険会社からの広告売上
現状の「広告費（3月分）」の記載については一定の理解を頂きつつあり、
一方で掲載期間は明示しないまでも、最終成果が確定した証として、広告役務の「検収」という区切りを明示してもらいたいとのリクエストがございます。

柳引専務にご相談したところ、田坂部長にお願いするのが良いとのことでした。

保険会社様からご入手頂く「ご注文内容確認書兼申込書」に以下のいずれかを盛り込むことはできますでしょうか。
1. 文末に「上記、正に検収いたしました。」など検収済みである旨の文言を追加。
2. 「ご注文内容確認書兼申込書」のタイトルに「及び検収書」と追記し検収書を代替。
3. 別に検収書を発行する。内容は「ご注文内容確認書兼申込書」の鏡写しで構わない。

[redacted] 2023/6/5, 8:23 PM

お忙しいところ恐れ入りますが、
ご助力の程どうぞよろしくお願い致します。

K khashimoto [redacted] 2023/6/6, 2:59 PM
[redacted]さん。お疲れ様です。返信遅くなりまして申し訳ございません。①担当者の件了解いたしました。②の件田坂さんと連携し確定します。小職の私見としては、3がよいのではないかと思います。

T 田坂 貴典 [redacted] 2023/6/6, 3:12 PM
[redacted]そうですね。注文内容確認書の取り付け日と検収（納品完了日）が一致しないことの方が多いため別でとらないとおかしい感じになります。

② 以下の Slack で、田坂氏が、「実際の納期は注文書や 2 枚付している見積書の通りとするということで今回何とか取り付けている」、「注文書への期間掲載は免責できるよう監査法人と調整お願いします」等と投稿し、実際の納期（＝広告掲載時期）と「ご注文内容確認書兼申込書」の記載に基づく売上計上月とは違う、との認識を示していること

[redacted] 2022/11/30, 12:26 PM

@田坂 貴典 [redacted]
念のためのリマインドですが、注文内容確認書の摘要欄には、残確のように広告費（●●年●●月●●日～●●日掲載分）などの文言が入る認識ですが
お間違いないですか？
今期の売上計上のための確認書からそのように取得する、と監査法人の先生と橋本常務が話をしていたと思いますが、どうでしょうか？

M 谷脇正純 [redacted] 2022/11/30, 12:30 PM

[redacted]そんな話　初耳です
すくなくともフロントで営業やってる私には伝達されてないです

[redacted] 2022/11/30, 12:37 PM

そうなんですね、、、
気になったので、聞いてみたのですが、、、

すみませんが、一度橋本常務にそういう話だったのか、話をしてみてください。

その後、もう今さらどうしようもないものはそれはそれとして、今後どのようにするか検討いただいて、また教えてください。

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/11/30, 12:46 PM

そんな無茶苦茶な、、、確認はしますが、残確と注文書内容確認書は別物で、
注文書内容確認書＝契約書扱い
残高確認書＝あくまで監査法人との書面確認
ということで、実際の納期は注文書や2枚付している見積書の通りとするということで
今回何とか取り付けているところが多いです。
そうでないと注文書すらもらえなくなるところが多数出てきます。
注文書への期間掲載は免責できるよう監査法人と調整お願いします。

:同意: 1・谷脇正純 [redacted]

③　田坂氏は、後記 6・(2)のとおり、当委員会によるヒアリングにおいて、売上前倒計上をしていたという認識があったことを否定する趣旨の供述をする一方で、本件各取引の中の取引類型のうち、以下㋐・㋑の取引類型については、売上前倒計上をしていたことを認める趣旨の供述をしているところ、同取引類型についてのみ売上前倒計上が行われていたことが合理的であると認めるに足りる同取引類型の特異性はないこと

㋐　メディアレップ事業の売上をメディア事業の売上に付け替えるという手段を伴う取引類型

田坂氏が「レップ計上のものを純広売上として 2Q 先付けしており原価のみ 3Q にかかる案件が増えた」と述べている以下の Slack に関し、田坂氏は、将来の期間を広告運用期間とするメディアレップ事業の売上について、期末に一括売上計上するべく、メディア事業に付け替えた上で、期末に一括売上計上した際のやり取りである旨供述し、メディアレップ事業の売上をメディア事業に付け替えた上で、売上前倒計上をしたことを認める供述をしている[31]。

[31] 本調査の結果、このようなメディアレップ事業の売上をメディア事業の売上に付け替えた例は、16 件、約 248 百万円分認められている。詳細は別紙 5 のとおりである。

[redacted] 2022/8/4, 2:46 PM

@田坂 貴典 [redacted]
追加で監査法人より質問がございました。
①前3Qはコロナでレップ純広広告と売上が落ち込んだと聞いておりま　したが、今回は個別の取引先ごとの売上増加はスポット売上があったためと伺っておりましたが、売上全体についての動向を教えてください。
②レップの原価率が1.8%ほど上がっているのは単価があがっていたりするんですか。

以上2点追加でご質問いただきました。
宜しくお願い致します。

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/8/4, 2:59 PM

①季節変動等の影響もすくなく、一般的な出稿量を確保できています。
②いただいている予算に対して成果目標到達のための原価が多くかかってしまったこと。（運用状態がわずかに悪化した）

※②は外向けの説明です。本当は
　レップ計上のものを純広売上として2Q先付けしており原価のみ3Qにかかる案件が増えたからです。

[redacted] 2022/8/4, 2:59 PM

かしこまりました。ありがとうございます。
その旨お伝え致します。

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/8/4, 3:00 PM

※は伝えないでくださいね。

㋑　初回又は前回の取引から期間を空けてする取引類型

田坂氏は、広告取引基本契約を締結した上で「ご注文内容確認書兼申込書」を取り交わして契約を締結するような、初回又は前回から期間を空けてする契約を締結した場合、一括売上計上して、売上前倒計上をしたことを認める供述をしている。

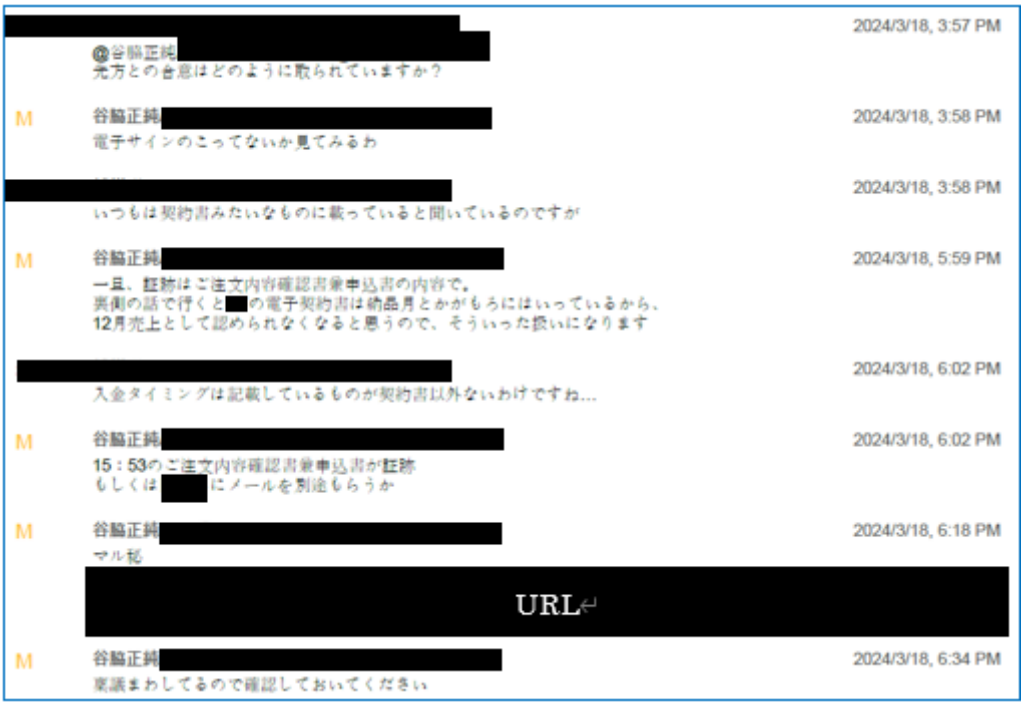
これらのことから、田坂氏もまた、本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していないことを認識していたものと認められる。

ウ　谷脇氏

田坂氏の直属の部下であり、保険会社等との契約締結を含む営業に従事していた谷脇氏は、当委員会によるヒアリングにおいて、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」の記載と、実際の広告掲載等期間との間に時期のずれがあることについては、当時から疑問を抱いていた旨、供述しており、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月時点では、保険市場社の広告掲載等期間にわたる履行義務を充足しているか否かについて疑念を抱いていたことが推認される。

また、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りについて精査し

たところ、I 社との取引に関して、以下の Slack の存在を確認した（なお、2024 年 3 月 18 日午後 6 時 18 分の谷脇氏が送信したメッセージの「マル秘」の後に記載の URL のリンク先は、2024 年 1 月 16 日付けの I 社作成の「注文書」の PDF ファイルデータであり、これには将来の広告掲載等期間に対応する「契約期間」、「作業期間」が記載されていたため、URL の直下に「注文書」の PDF データを記載し、その直下に「契約期間」等の部分を拡大したものを記載した。）。



機密

注文番号：[redacted]

２０２４年１月１６日

注文書

株式会社保険市場　御中

[redacted]

[redacted]第２条に基づいて、以下のとおり注文します。折り返し、注文請書を提出してください。（本注文書とそれに対する注文請書により成立した契約を、以下「本個別契約」といいます）。

１．委託業務名称	保険市場プロモーション
２．本個別契約の目的	当社オフィシャルホームページからの資料請求数伸展を目指すべく、当社商品の認知度向上を図ることを目的とする。
３．契約期間	２０２４年１月１日から２０２４年１２月３１日までとする。
４．作業期間	２０２４年１月１日から２０２４年１２月３１日までとする。 作業期間内に業務が終了しない場合には、貴社は、作業期間を延長して無償で業務を遂行する。ただし、当社の責めに帰すべき事由により業務が終了しない場合にはこの限りではない。
５．委託業務の内容	貴社は、ウェブサイト「保険市場」（パソコン用ウェブサイト、スマートフォン用ウェブサイト等の一切を含む。以下「本件サイト」という）等において、以下の、プロモーションシステムサービスを提供する。なお、デバイスについて以下、パソコンをPC、スマートフォンをSPという。 (1)インパクトバナー（デバイス：PC） 本件サイトのトップページやカテゴリーページの左右に、当社の指定する内容の、当社商品に関するバナー広告を表示する。 (2) スマートフォンバナー（デバイス：SP） 本件サイトのカテゴリページ下部に、当社の指定する内容の、当社商品に関するフローターバナー広告を表示する。

３．契約期間	２０２４年１月１日から２０２４年１２月３１日までとする。
４．作業期間	２０２４年１月１日から２０２４年１２月３１日までとする。

この Slack のやり取りは、谷脇氏が、売上計上を申請する際の証憑として、「契約期間」、「作業期間」の記載のある I 社指定書式による「注文書」を使用すると、売上計上時点では、広告掲載等期間にわたる履行義務が完了していないことが明らかとなり、2023 年 12 月の売上として認められなくなる、すなわち売上が取り消されてしまうため､それを避ける意図であったことを裏付けるやり取りであるといえる。

谷脇氏は、本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していない旨、明確に供述しているものではないものの、上記 Slack のやり取りの内容からすると、その旨認識していたものといえる。

エ　その他の営業担当役職員等

下表のメールのとおり、橋本氏、田坂氏、谷脇氏以外の営業担当役職員や経理申請担当役職員についても、本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していないことを認識していたことと整合するやり取りが発見されている。

年月日	送信者	受信者	内容
2020年1月24日	k 氏（総合企画部経理課役職員）	l 氏	「J 社（1-3 月）※12 月計上」、「K 社（1－3 月）※12 月計上」等の記載がなされた、「第 16 期_㈱保険市場_売上管理表 12 月」との表題の Excel ファイルを、保険市場社の営業担当役職員に送信し、確認を求めている。
2020年6月25日	m 氏（営業担当役職員）	H 社(当時)担当者	「ご注文内容確認書兼申込書」について、「実施の前月（6 月）にお受けしたお申込として項目名を「6 月度」と」する旨、連絡している。
2023年1月6日	j 氏(前出の l 氏と同一人物)	G 社担当者	「ご注文内容確認書兼申込書」の記載（2022 年 12 月分）より後の広告掲載等期間が記載された見積書を、「ご注文内容確認書兼申込書」と一緒に送信している。
2023年10月17日	h 氏	K 社担当者	「ご注文内容確認書兼申込書」の記載（2023 年 9 月分）より後の広告掲載等期間が記載された見積書を「ご注文内容確認書兼申込書」と一緒に送信している。

オ　　小括

以上の営業担当役職員らは、本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していないとの認識を有していたものと評価でき、この営業担当役職員らの認識も、売上前倒計上を基礎づける事実といえる。

（4）　営業担当役職員が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等[32]をする前後で、取引先である保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求める等していたこと

以下のメールのとおり、営業担当役職員である田坂氏は、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、残高確認等の対象となる債権の内容に差異があるという回答を想定していた保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求めていたことが判明した。

From: [redacted]
Sent: Wednesday, November 1, 2023 11:39 AM
To: 田坂 貴典 [redacted]
Subject: FW: 株式会社保険市場様残高確認のご依頼

田坂様

いつも大変お世話になっております。
本日終日外出とのことでメールさせていただきます。

添付の確認書のうち⑤の[redacted]について、
備考欄には 2023/9 末時点役務提供完了となっておりますが、
現時点ではスタートしていないかつスタート時期も未定の認識でして、
その旨記載してもよいのかどうかわからずご連絡いたしました。

お忙しいところ恐縮ですが、ご確認のほどよろしくお願い申し上げます。

[redacted]

[32] 監査法人による確認手続としては、残高確認状の送付によるのが一般的であるが、後記のとおり、本件各取引では、桜橋監査法人による取引内容のメールによる一斉調査も行われていることから、これを含む趣旨として、残高確認等としている。

-----Original Message-----
From: 田坂 貴典 [redacted]
Sent: Wednesday, November 1, 2023 1:29 PM
To: [redacted]
Subject: RE: 株式会社保険市場様残高確認のご依頼

[redacted]

いつもお世話になっております。
保険市場の田坂です。

本件事前にご連絡できておらず失礼しました。
[redacted]については、
目標としている営業的な件数は今後にかけて必ず
追加施策含めて実施させていただきます。
広告自体はレコメンド対応含めて開始していることもございますので、
該当書類については「差異なし」としてご返送いただけますと幸いです。

大変恐れ入りますが何卒よろしくお願いいたします。

RE: 株式会社保険市場様残高確認のご依頼

[redacted]
宛先 ○田坂 貴典

返信 全員に返信 転送 ···
2023/11/02 (木) 9:26

田坂様

いつも大変お世話になっております。
昨日の件、社内で押印を進めていたところ、
会計にかかわる部分で弊社の認識が齟齬している状態で会社の印鑑は押せないとなってしまいまして、
（万一突っ込まれた際まったく説明ができないため）
大変申し訳ございませんが備考欄を相違ありとし、役務提供完了時期を来年３月末とすることはいかがでしょうか。
現在：[redacted]（2023 年 3 月）：2023 年 9 月末時点役務提供完了分
修正：[redacted]（2023 年 3 月）：2024 年 3 月末時点役務提供完了分

ご確認のほど何卒よろしくお願い申し上げます。

[redacted]

また、下表のメールのとおり、田坂氏を始めとする営業担当役職員は、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、保険会社等に対し、桜橋監査法人への回答例を誘導する等の対応を行っていたことが判明した。

このような対応は、本来、監査法人が監査対象会社から独立した第三者である保険会社等から、その認識に基づく文書による回答を直接入手することにより、監査対象会社が保有する記録や経営者の説明を裏付ける信頼性の高い監査証拠を取得するという残高確認等の趣旨を損なうものであり、監査対象会社にとって都合の良い

回答を依頼する等というのは、残高確認等の前提を逸脱する対応であるというほかない。

年月日	送信者	受信者	内容
2020 年 11 月 10 日	橋本氏	J 社担当者	監査法人に「差異なし」というメール回答をするように求めている。
2020 年 11 月 13 日	田坂氏	G 社担当者	「下記内容・文面にてメールを本日中に送付」するよう伝えた上で、「相違がない」にチェックするという文面例を伝えている。
2020 年 11 月 16 日	田坂氏	G 社担当者	「監査法人への送付前に、一度、田坂宛に送付」するよう伝えている。
2023 年 4 月 10 日	櫛引健氏（以下「**櫛引氏**」という。）	D 社担当者	監査法人からの質問に対する回答例を伝えている。
2023 年 4 月 10 日	櫛引氏	L 社担当者	監査法人からの質問に対する回答例を伝えている。
2023 年 4 月 12 日	櫛引氏	J 社担当者	広告掲載等期間に関する回答例を伝えている。
2023 年 4 月 12 日	櫛引氏	M 社担当者	監査法人からの質問内容と回答案を伝えている。
2023 年 4 月 12 日	櫛引氏	I 社担当者	監査法人からの質問に対する回答案として I 社から確認を求められ、回答案について修正している。
2023 年 4 月 13 日	田坂氏	N 社担当者	監査法人からの質問に対する回答例を伝えている。
2023 年 4 月 20 日	田坂氏	N 社担当者	監査法人に対する回答文面を伝えている。
2023 年 4 月 21 日	O 社担当者	櫛引氏	監査法人から追加の質問がきたので「こちらも」回答案

			を教示してほしいと伝えている。
2023年4月21日	櫛引氏	O社担当者	上記教示依頼に対し、回答案を伝えている。

また、下表[33]のMessenger、メール及びSlackのとおり、田坂氏を始めとする営業担当役職員が、当社及び保険市場社関係者との間で、保険会社等から「差異なし」の回答を求めるに当たって協議する等していたことが判明した。

年月日	送信者	受信者	内容（原文ママ）
2019年10月16日	橋本氏	田坂氏	橋本氏　了解です。お疲れ様。残確の話出来た？誰が印鑑押すとか？ 田坂氏　やはり、相違ありになるか、そもそも請求自体が上がってないので、該当案件なしのため、そもそもの返却ができないとのことでした、もし印鑑押す場合はn氏になるとのことでした。 橋本氏　請求自体があがっていないというのはどう理解すればよい・ 田坂氏　請求は、毎月請求月の前月に送る（1000万づつ、10月末、11月末、12月末）なので、まだ今回発注いただいた分はご請求できていません。 橋本氏　ん？でもO社とかと同様の申込書は頂いているんだよね？ 橋本氏　注文内容申込書兼申込書でもらってくれてるもんね。田坂

[33] 以下、Messenger等の双方向のやり取りを引用した表においては、引用した最初のメッセージの送信者、受信者を表の送信者、受信者欄に記載した。

			さん頑張って。 田坂氏　それはもらってます。とらえ方は各社それぞれなのでなかなか牙城が高いです。。 橋本氏　なるほどね。了解。考えます。せっかく田坂さん頑張ったんだから何とかしましょう。もちろん協力してくれたK社の為にも頑張ましょう。
2020年11月11日から同月13日	橋本氏	田坂氏	橋本氏　P社の残確が問題になってます。 田坂氏　すみません、昨日、電話でも念押ししたのですが、、 橋本氏　o氏と連絡がとれず。誰に念押ししたのですか？ 橋本氏　今o氏とも直接連携しました。よろしくお願いします 田坂氏　ありがとうございます。本日中返信でいけそうとのことでした。 田坂氏　少し手こずっているようです。 橋本氏　えっ大丈夫？ 田坂氏　きゅうに経理が勘繰り始めたらしく、o氏含めて対応いただいてます。 （中略） 橋本氏　今o氏から無理との連絡がありましたが、何とかしなければなりません。昨日どんなやりとりになってたのかが分からん。 田坂氏　昨日は書類を送っていて、差異無しで返信お願いします。承知しました。の簡潔なやり

			とりでしたので、そこまでこじれるのは想定外です。 橋本氏　p 氏は大丈夫みたいな事は言ってないとの事。 田坂氏　それはさすがに、ずるいです 橋本氏　全然そんな感じでなかったです。 橋本氏　なんか文章のやり取りでエビデンスみたいなのない？ 橋本氏　P 社何とか出来そうです。 （中略） 橋本氏　L 社と G 社の残高確認は大丈夫ですか？？ （中略） 田坂氏　q 氏から（r 氏 CC）相違ないにチェックされた書面を送付予定である旨を監査法人へメール送信いただきました。 橋本氏　了解。第一弾良かった
2022 年 10 月 13 日	a 氏（総合企画部経理課役職員）	田坂氏	a 氏　出張中すみません。残確の文言について、監査法人からの依頼通りに記載できない保険会社があるかどうかだけでも教えてもらえませんか？ 田坂氏　今のところない認識です a 氏　なるほど、 ということは、出稿分とか掲載期間、何月～何月まで、という記載は OK ってことですね？ 田坂氏　はい、というより、正規（先鋒財務部門）ではない宛先がほぼ全てなので、、、 a 氏　了解です！

			いや、それでも大丈夫です！ 部長以上の役職による印鑑がもらえるのであればかなり助かります！ ありがとうございます！！ 送付先とかはまた s 氏からのメールに返信お願いします！
2023 年 4 月 12 日	櫛引氏	田坂氏 谷脇氏	田坂さん、谷脇さん N 社に対して桜橋監査法人から下記の質問メールが送られる予定です。 【対象取引】 2023 年 3 月　広告料******千円 【質問】 1. 上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。 2. 金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。 3. 広告掲載期間や報酬の決定方針が明記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください 4. 広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。 ・ご対応いただく方の連絡先（役職、氏名、電話番号、メールアドレス）を確認ください

			・上記質問に対しての回答として、下記の案の内容での回答できるか調整ください。 1. 上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。 ・ご認識の通りです。 又は ・本件取引金額は 2022 年 4 月～2023 年 3 月の弊社商品の資料請求数、弊社ホームページへの送客数等の実績に対する対価としてであり、したがって掲載期間に関しては定めておりませんので 2023 年 3 月分としておりま 又は ・弊社は保険市場サイトへの広告掲載については、アドバンススクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。 よって、掲載期間についてはアドバンスクリエイト社に一任しております。 2. 金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。 ・2022 年 4 月～2023 年 3 月の弊社商品の資料請求数、弊社ホームページへの送客数等の実績に基づき、弊社とアドバンスクリエイト社・保険市場社と協議し金額を決定しております。 3. 広告掲載期間や報酬の決定方針が明

			記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください。 ・広告取引基本契約書に基づき、見積書および発注書にて対応しております。 4. 広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。 ・年間を通じて支出の平準化を考え分割払いとしております。 よろしくお願いします 櫛引
2023 年 10 月 31 日	橋本氏	田坂氏	橋本氏　そうか。ならよかった。残確は大丈夫そう？ 田坂氏　今回、全件対象となってしまっており、少額のところが意外に苦戦しています。 橋本氏　大所は大丈夫そうですか？ L 社とか P 社とか 田坂氏　Q 社、NG 出て しまっており、困っています
2023 年 11 月 7 日	田坂氏	橋本氏	橋本氏　後、残確の件は対応させている雰囲気でしたが、何かアクションありましたか？ 田坂氏　L 社は対応します との昨日担当とお話できました。 P 社って社判でした でしょうか？ 橋本氏　社判かな？財務担当にいってるとは思います。o 氏に念 のため確認してもらった方が

			良いとは思います。 田坂氏　o 氏も記憶になく、、、 田坂氏　後、財務でないと社判押せないですが、財務にいくと間違いなく押してもらえないとのことです。 橋本氏　社判まではもらって無いと思います。期末は忘れたけど o 氏でもらってました。 橋本氏　あるとすれば、角印だと思います。

これらの事情は、営業担当役職員が、取引先である保険会社等が「差異あり」との回答をすることを意図的に防ごうとしていたことを意味するものであり、当社における売上計上時期と実際の広告掲載等期間の間に齟齬があることが判明しないように画策していたことを裏付けるものである。

前記のとおり、残高確認等の目的は、監査法人が取引先等の第三者から文書による回答を直接入手することにより、会社が保有する会計記録や経営者の説明を裏付ける信頼性の高い監査証拠を取得することにある。監査対象会社が回答内容の形成に介在することは、監査法人が独立した第三者からの回答を直接入手するという前提及びその信頼性を根本から損なうものであり、監査実務上、通常想定し難い対応である。

このような対応をあえて行っていたこと自体、本件各取引の売上計上年月時点では広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していなかったにもかかわらず、その事実を隠し、売上計上時期が適切であるかのように装おうとしたことを強く推認させる事情といえる。

(5)　小括

以上のとおり、メディア事業等における売上計上に係る業務フローとして、見積書又は提案書に記載された広告掲載等期間の年月よりも前の年月にあたる「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に、売上を一括して計上することが通例となっていたこと[34]のほか、保険会社等及び営業担当

[34]　売上計上をする企業の広告掲載等の履行義務の発生原因たる契約が成立するには、顧客の申込みと当該企業の承諾が必要である。ここで「ご注文内容確認書兼申込書」は、当該顧客たる保険会社等が広告掲載等の申込みをする意思を表示する書面と、当該企業たる保険市場社がこの

役職員らにおける広告掲載等の履行義務の充足時期についての認識が、いずれも本件各取引の売上計上年月の時点では広告掲載等期間にわたる履行義務が充足されていないとの認識であったといえることに加え、営業担当役職員が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、取引先である保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求める等していたことに照らし、本件各取引は売上前倒計上に当たるものと認められる。

4　本件各取引の売上前倒計上の具体的な実行状況

本件各取引のうち、取引金額や取引時期の観点から代表的な取引に関する、売上前倒計上の具体的実行状況は以下のとおりである。

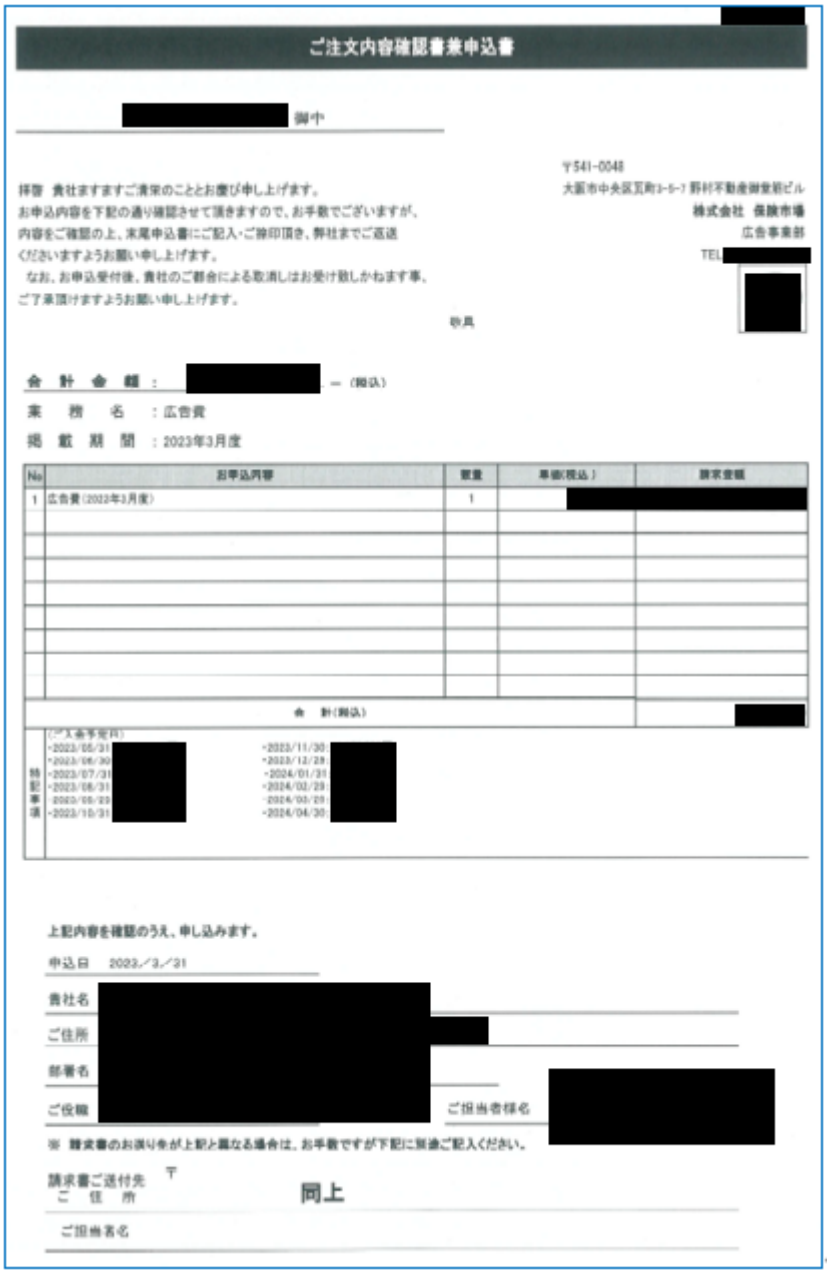
(1)　O 社との取引

O 社との取引では、営業担当役職員は、O 社の担当者から広告契約の申込みを受けると、広告料金及び広告掲載等期間の具体的な契約の内容について O 社と協議・交渉したうえで、「ご注文内容確認書兼申込書」を起案し、O 社の担当者に送付していた。なお、営業担当役職員は、「ご注文内容確認書兼申込書」の他に、提案書を送付することもあった。

そして、O 社との取引でも、以下の例のとおり、「ご注文内容確認書兼申込書」には、「広告費（●月度）」と記載され、「合計金額」の欄に広告料金が記載されていたが、広告掲載等期間が記載されていなかった。また、O 社との取引に関しても、「広告費（●月度）」の当該年月には契約の締結年月を記載することが保険市場社側の通例となっていた。

申込みを承諾する意思を表示する書面が一体化したものと解され、双方の署名又は記名押印による本書面の成立により、それ以降、保険市場社に広告掲載等の履行義務が発生することとなる。そのため、「ご注文内容確認書兼申込書」には、その申込日（成立日）以降における将来の広告掲載についての双方の意思が表示されているものと解するのが合理的である。そして、「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間が記載されず、「ご注文内容確認書兼申込書」の取得に向けて保険市場社が見積書又は提案書を提示している場合があるところ、かかる見積書又は提案書には、「ご注文内容確認書兼申込書」記載の申込日よりも後の将来の広告掲載等期間が記載されているケースが少なからずあった。以上の各書面の意義・目的・用途等からすれば、見積書又は提案書に記載された広告掲載等期間は、広告掲載等の履行義務が生ずる実際の広告掲載等期間が記載されたものであり、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月は、実際の広告掲載等期間よりも前の時点である、と推認することができる。したがって、見積書又は提案書に記載された広告掲載等期間の年月よりも前の年月にあたる「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に売上を一括して計上するフローがとられていたこともまた、売上前倒計上が行われていた根拠の一つと位置付けられる。

【例：O 社との取引における「ご注文内容確認書兼申込書」】



ご注文内容確認書兼申込書

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-1 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL [redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
お申込内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

会 計 金 額 ： [redacted] ― （税込）
案 件 名 ：広告費
掲 載 期 間 ：2023年3月度

No	お申込内容	数量	単価(税込)	請求金額
1	広告費(2022年3月度)	1	[redacted]	
	合 計(税込)			[redacted]

特記事項
（ご入金予定日）
・2023/05/31 [redacted]
・2023/06/30
・2023/07/31
・2023/08/31
・2023/09/29
・2023/10/31
・2023/11/30 [redacted]
・2023/12/29
・2024/01/31
・2024/02/29
・2024/03/29
・2024/04/30

上記内容を確認のうえ、申し込みます。

申込日 2023／3／31

貴社名 [redacted]
ご住所 [redacted]
部署名 [redacted]
ご役職 [redacted] ご担当者様名 [redacted]

※ 請求書のお送り先が上記と異なる場合は、お手数ですが下記に別途ご記入ください。

請求書ご送付先 〒
ご 住 所 同上
ご担当者名

また、以下のとおり、提案書には、「●年度ご提案広告メニューお見積り」等として将来の年度における広告掲載に関する記載がなされており、ここに記載された広告掲載等期間を前提とした合意がなされていた。

【例：O 社との取引における「提案書」】

そして、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月は、提案書に記載されている広告掲載等期間の年月より前の月となっているものが少なからずあった。

なお、「ご注文内容確認書兼申込書」の内容について O 社から内諾を得ると、営業担当役職員は、O 社の担当者から、その署名や記名押印のなされた申込書等の送付を受けていた。

その後、O 社との取引に関しても、経理申請担当職員が売上計上申請し、総合企画部経理課において、売上が計上されていた。

このようにして、当社では、O 社との取引でも、広告掲載等期間の終期の年月より前の年月に、広告掲載等期間に対応する売上を一括計上することが常態化しており、O 社との取引に関する前記営業収益計上細則に反するこのような売上の一括計上は、2018 年 12 月 31 日から 2024 年 3 月 29 日までの間、10 回にわたって、合計

約 1,113 百万円分なされていた。

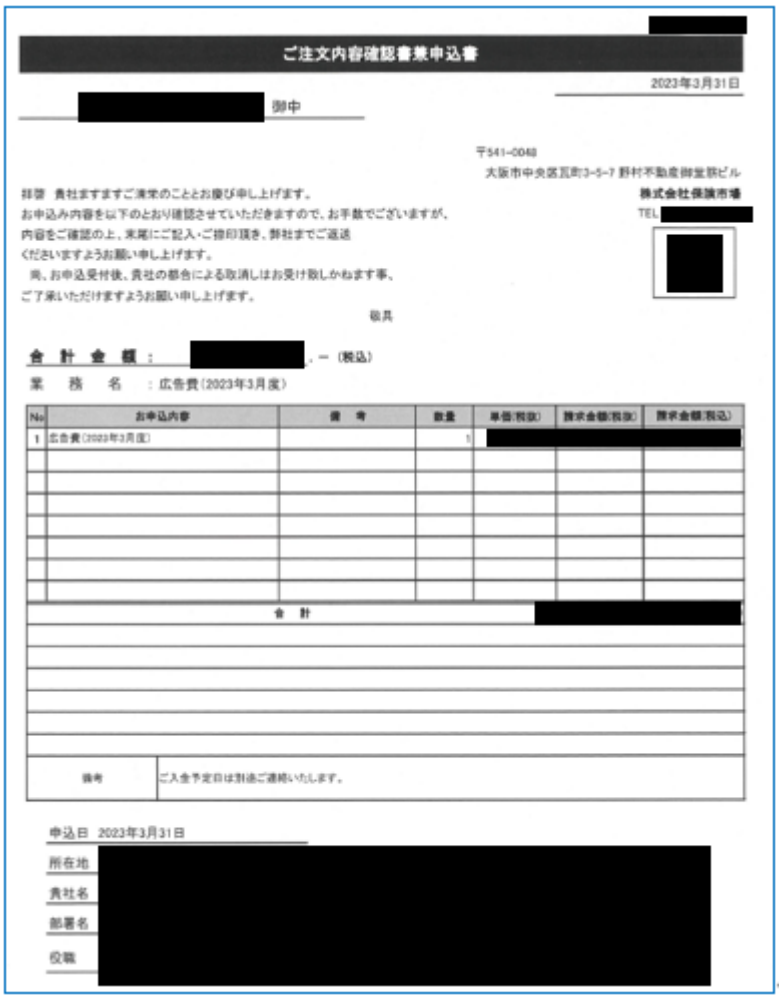
(2)　I 社との取引

I 社との取引では、営業担当役職員は、I 社の担当者から広告契約の申込みを受けると、広告料金及び広告掲載等期間の具体的な契約の内容について I 社と協議・交渉した上で、「ご注文内容確認書兼申込書」を起案し、I 社の担当者に送付していた。

ただし、I 社との取引では、「ご注文内容確認書兼申込書」とは別に、I 社が同社代表取締役名義の「注文書」と題する書面を作成していたほか、保険市場社が「注文書」記載の条件を請ける旨記載した同社代表取締役名義の「注文請書」を作成していた。営業担当役職員は、「ご注文内容確認書兼申込書」の他に、提案書を送付することもあった。

そして、I 社との取引でも、以下のとおり、「ご注文内容確認書兼申込書」には、「広告費（●月度）」等と記載され、「合計金額」の欄に広告料金が記載されていたが、広告掲載等期間が記載されていなかった。また、I 社との取引に関しても、「広告費（●月度）」の当該年月には契約の締結年月を記載することが保険市場社側の通例となっていた。

【例：I 社との取引における「ご注文内容確認書兼申込書」】



ご注文内容確認書兼申込書

2023年3月31日

[redacted] 御中

〒541-0043
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社保険市場
TEL [redacted]

拝啓　貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
お申込み内容を以下のとおり確認させていただきますので、お手数でございますが、
内容をご確認の上、末尾にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送
くださいますようお願い申し上げます。
　尚、お申込受付後、貴社の都合による取消しはお受け致しかねます事、
ご了承いただけますようお願い申し上げます。

敬具

合 計 金 額 ： [redacted] .－（税込）

業　務　名　：広告費（2023年3月度）

No	お申込内容	備　考	数量	単価(税抜)	請求金額(税抜)	請求金額(税込)
1	広告費（2023年3月度）		1	[redacted]		
合　計					[redacted]	

備考	ご入金予定日は別途ご連絡いたします。

申込日　2023年3月31日

所在地 [redacted]
貴社名
部署名
役職

また、以下のとおり、「注文書」には、広告掲載等期間に対応する「契約期間」、「作業期間」が記載されており、ここに記載された広告掲載等期間を前提とした合意がなされていた。

【例：I 社との取引における「注文書」】

機密

注文番号：[redacted]

２０２３年4月１９日

注文書

株式会社保険市場　御中

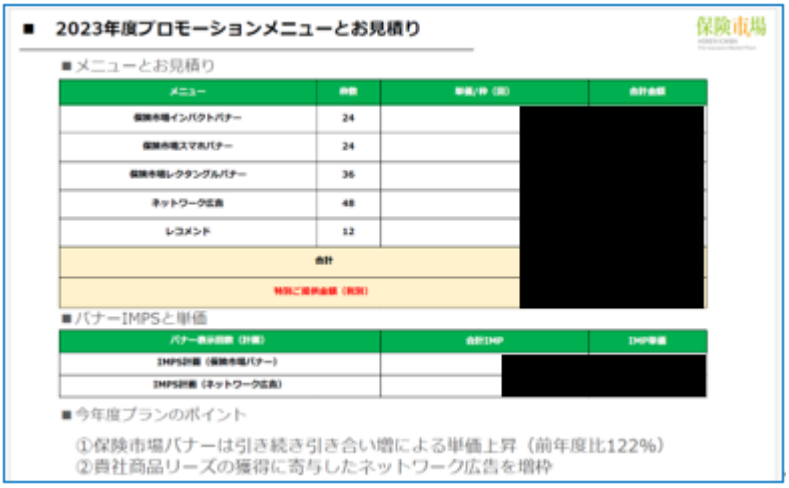
[redacted]

[redacted]第２条に基づいて、以下のとおり注文します。折り返し、注文請書を提出してください。（本注文書とそれに対する注文請書により成立した契約を、以下「本個別契約」といいます）。

１．委託業務名称	保険市場プロモーション
２．本個別契約の目的	当社オフィシャルホームページからの資料請求数伸展を目指すべく、当社商品の認知度向上を図ることを目的とする。
３．契約期間	２０２３年４月２４日から２０２４年１月３１日までとする。
４．作業期間	２０２３年４月２４日から２０２３年１２月３１日までとする。 作業期間内に業務が終了しない場合には、貴社は、作業期間を延長して無償で業務を遂行する。ただし、当社の責めに帰すべき事由により業務が終了しない場合にはこの限りではない。
５．委託業務の内容	貴社は、ウェブサイト「保険市場」（パソコン用ウェブサイト、スマートフォン用ウェブサイト等の一切を含む。以下「本件サイト」という）等において、以下の、プロモーションシステムサービスを提供する。なお、デバイスについて以下、パソコンを PC、スマートフォンを SP という。 (1)インパクトバナー（デバイス：PC） 本件サイトのトップページやカテゴリーページの左右に、当社の指定する内容の、当社商品に関するバナー広告を表示する。 (2) スマートフォンバナー（デバイス：SP） 本件サイトのカテゴリページ下部に、当社の指定する内容の、当社商品に関するフローターバナー広告を表示する。

また、提案書には「●年度プロモーションメニューとお見積り」等として将来の年度における広告掲載に関する記載がなされており、ここに記載された広告掲載等期間を前提とした合意がなされていた。

【例：I 社との取引における「提案書」】



そして、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月は、提案書に記載されている広告掲載等期間の年月より前の月となっているものが少なからずあった。

その後、I 社との取引に関しても、経理申請担当職員が売上計上申請し、総合企画部経理課において、売上が計上されていた。その売上計上の際は、前記 3・(3)・ウでも触れたとおり、広告掲載等期間に対応する「契約期間」、「作業期間」が記載されていた「注文書」は証憑とせず、広告掲載等期間の記載のない「ご注文内容確認書兼申込書」を証憑としていた。なお、桜橋監査法人は、後記 5・(1)のとおり、監査結果の講評において、I 社との取引の売上計上時期に疑念を呈し、履行義務完了が客観的に確認できる資料の提示を求めていたが、広告掲載等期間に対応する「契約期間」、「作業期間」が記載されていた「注文書」が提示されることはなかった。

このようにして、当社では、I 社との取引でも、広告掲載等期間の終期の年月より

前の年月に、広告掲載等期間に対応する売上を一括計上することが常態化しており、I 社との取引に関する前記営業収益計上細則に反するこのような売上の一括計上は、2019 年 6 月 30 日から 2023 年 12 月 29 日までの間、9 回にわたって、合計約 867 百万円分なされていた。

５　監査法人に対する売上前倒計上の発覚回避のための行為

（1）　売上前倒計上に関連する監査法人の指摘等

本調査対象期間中である 2020 年 9 月期から 2024 年 9 月期当時の会計監査人であった桜橋監査法人は、下表のとおり、保険市場社における売上計上時期に疑念を呈し、2020 年 5 月頃から 2023 年 8 月頃までの間、多数回にわたり、売上の期間帰属が不明確であるとの指摘や、これを明確化する見地から、「ご注文内容確認書兼申込書」に具体的な広告掲載等期間を記載するべきであるとの指摘を繰り返し行っていた（なお、下線は当委員会が付したものであり、原文ママである。）。

レビュー結果の報告資料（25 期第 2 四半期　2020 年 5 月 11 日） 保険市場での広告代理店収入について、売上の計上根拠資料として“ご注文内容確認書兼申込書“を使用しておりますが、当該書類の記載内容について、一部不明瞭なものがありました。（内容が「3 月申込分」となっており、期間帰属が不明瞭）今回は入金確認を実施し、監査上問題なしと判断しておりますが、<u>今後は売上の計上根拠資料として期間帰属に関する記載を明確にしていただく必要があります</u>。<u>期間帰属が明確に記載されていない証憑に基づく売上については、監査上取消させていただく可能性がありますのでご留意下さい</u>。
レビュー結果の報告資料（25 期第 3 四半期　2020 年 8 月 6 日） 保険市場での広告代理店収入について、売上の計上根拠資料として“ご注文内容確認書兼申込書“を使用しておりますが、当該書類の記載内容について、一部不明瞭なものがありました。（内容が「3 月申込分」となっており、期間帰属が不明瞭） 2Q は入金確認を実施し、監査上問題なしと判断しておりますが、<u>今後は売上の計上根拠資料として期間帰属に関する記載を明確にしていただく必要があります</u>。 3Q においては、同様の記載はないとのご報告をいただいておりますが、<u>期間帰属が明確に記載されていない証憑に基づく売上については、監査上取消させていただく可能性がありますので、引き続きご留意下さい</u>。

監査結果の報告資料（25 期　2020 年 11 月 10 日） 2Q において、保険市場での広告代理店収入について、売上の計上根拠資料として“ご注文内容確認書兼申込書“を使用しておりますが、当該書類の記載内容について、一部不明瞭なものがありました。（内容が「3 月申込分」となっており、期間帰属が不明瞭） 3Q 以降においては、同様の記載はないとのご報告をいただいておりますが、期間帰属が明確に記載されていない証憑に基づく売上については、監査上取消させていただく可能性がありますので、引き続きご留意下さい。
レビュー結果の報告資料（27 期第 1 四半期　2022 年 2 月 9 日） 保険市場のメディア/メディアレップ収入について、数か月（最長 12 か月）の分割入金にもかかわらず、一括収益計上している取引（※）について、履行義務完了の要件を満たしているかを慎重に検討する必要があります。履行義務完了の資料を提示いただき、かつ残確に「20××年○月出稿分」と記載する対応が必要になりますのでご留意ください。 ※2021 年 12 月売上 I 社 120 百万円 12 分割入金 2021 年 12 月売上 R 社 60 百万円 12 分割入金
レビュー結果の報告資料（27 期第 2 四半期　2022 年 5 月 12 日） 保険市場のメディア/メディアレップ収入について、数か月（最長 12 か月）の分割入金にもかかわらず、一括収益計上している取引(※)があります。このような取引については、履行義務完了の要件を満たしているかを慎重に検討する必要があるため、履行義務完了が客観的に確認できる資料のご提示や、残高確認書へのより具体的な記載（「20××年○月出稿分」）等、追加的な対応をお願いすることとなります。 ※2021 年 12 月売上 I 社 120 百万円 12 分割入金 2021 年 12 月売上 R 社 60 百万円 12 分割入金
レビュー結果の報告資料（27 期第 3 四半期　2022 年 8 月 8 日） 保険市場のメディア/メディアレップ収入について、数か月（最長 12 か月）の分割入金にもかかわらず、一括収益計上している取引(※)があります。このような取引については、履行義務完了の要件を満たしているかを慎重に検討する必要があり、履行義務完了の事実を客観的に確認するため、以下の対応をお願いいたします。 ・「ご注文内容確認書兼申込書」に、「××年○月〇日～〇日プロモーション費用」等、具体的な役務提供期間を記載 ・期末の売上債権残高確認書においても、上記と同様に役務提供期間を記載

※2021 年 12 月売上 I 社 120 百万円 12 分割入金 2021 年 12 月売上 R 社 60 百万円 12 分割入
監査結果の報告資料（27 期　2022 年 11 月 7 日） 保険市場のメディア収入について、数か月（最長 12 か月）の分割入金にもかかわらず、一括収益計上している取引があります。このような取引については、履行義務完了の要件を満たしているかを慎重に検討する必要があり、履行義務完了の事実を客観的に確認するため、期末の売掛金残高確認手続において、広告掲載期間を具体的に記載するという対応をしていただきました。その結果、残高確認発送先 18 件中 13 件の相手先について、債権残高の妥当性が確認できましたが、現時点で以下の相手先について未回収となっていますので、引き続き督促をお願いします。（中略） なお今後は、「ご注文内容確認書兼申込書」においても具体的な広告掲載期間の記載をお願いします
レビュー結果の報告資料（28 期第 1 四半期　2023 年 2 月 8 日） 保険市場のメディア収入について、数か月（最長 12 か月）の分割入金にもかかわらず、一括収益計上している取引があります。このような取引については、履行義務完了の要件を満たしているかを慎重に検討する必要があるため、「ご注文内容確認書兼申込書」に具体的な広告掲載期間を記載いただくようお願いします。
レビュー結果の報告資料（28 期第 2 四半期　2023 年 5 月 10 日） 保険市場の広告収入の計上時期の証憑については、「御見積書」「ご注文内容確認書」となっておりますが、履行義務を充足したことが客観的、明確にわかる証憑としては、先方の検収確認の資料が必要になります。「ご注文内容確認書」は実質的に検収確認を表していると考えられることから、名称を「検収確認書」に変更するといった対応をご検討ください。
レビュー結果の報告資料（28 期第 3 四半期　2023 年 8 月 7 日） 保険市場の広告収入の計上時期の証憑については、「御見積書」「ご注文内容確認書」となっておりますが、履行義務を充足したことが客観的、明確にわかる証憑としては、先方の検収確認の資料が必要になります。「ご注文内容確認書」は実質的に検収確認を表していると考えられることから、名称を「検収確認書」に変更するといった対応をご検討ください。

このように、桜橋監査法人は、遅くとも 2020 年 5 月 11 日から、メディア事業等における売上計上時期と証憑との関係が明確でないことを指摘し、監査手続の証憑である「ご注文内容確認書兼申込書」に、広告掲載等期間を記載することを繰り返し求めていた。

上記指摘は、2023 年 11 月 16 日付けの 28 期監査結果の講評以降は確認できていないが、その経緯・理由は、以下のとおりであった。

まず、当委員会において実施した桜橋監査法人担当者に対するヒアリング結果によると、桜橋監査法人は、継続的な指導を行っていたにもかかわらず、保険市場社側の対応に改善が見られなかった中で、専務取締役を務めていた櫛引氏からの要望に桜橋監査法人が応じる形で面談を実施することとなり、2023 年 3 月、櫛引氏及び e 氏が、保険市場社のビジネスモデルや売上計上方法を説明するために桜橋監査法人を訪問したとのことであった。そこでは、櫛引氏より、保険市場社においては、1 年間又は半年の包括プロモーションを実施しており、当該包括プロモーションの結果をもって金額が確定し、当該確定した金額を持って後付けで売上を計上しているという説明が、櫛引氏が持参した資料と共に行われたとのことであった。桜橋監査法人によると、当該面談時以前にはそのような説明を受けたことはなく、2023 年 3 月になって初めて、突然そのようなビジネスモデル及び売上計上方法についての説明を受けたとのことであった。

桜橋監査法人は、櫛引氏よりそのような説明を受けたことを踏まえて、その内容を裏付けるために取引先である保険会社等の認識を確認する目的で、保険会社等に対する残高確認等、具体的にはメールによる一斉調査を実施したとのことであった。そして、保険会社等から、櫛引氏による説明と矛盾しない内容の回答を得られたことから、当該四半期会計期間以降は、メディア事業等における売上計上の際の証憑である「ご注文内容確認書兼申込書」に、広告掲載等期間を記載することを求める指摘は行わなくなったとのことであった。

一方で、保険会社等と交わす「ご注文内容確認書兼申込書」は、保険市場社の過去の役務提供に対する対価の合意書面であり、事実上は保険市場社の役務提供が完了したことを保険会社等が認めたことを証するものであるという趣旨で、「「ご注文内容確認書」は実質的に検収確認を表していると考えられることから、名称を「検収確認書」に変更とするといった対応をご検討ください。」との指摘をするようになったとのことであった。

しかし、櫛引氏は、2023 年 4 月頃から、複数の保険会社等に対して、例えば、以下のようなメールを送信していた（以下のメールは、2023 年 4 月 10 日、櫛引氏から I 社担当者に対し送信されたメールである。）。

※当社注：以下のメールにおける「A 社」及び「B 社」との表記については、非開示措置を行ったものではなく、引用されたメールの原文に記載された実際の表現を記載している。

t 様

お世話になっております。
本件に関しご尽力ありがとうございます。

下記の赤字での回答例を参考にしてください。

【対象取引】
2023 年 3 月　広告料 200,000 千円

【質問】
1. 上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。
・ご認識の通りです。（A 社回答例）
・本件取引金額は 2022 年 4 月～2023 年 3 月の新契約保険料の実績に対する対価としてであり、したがって掲載期間に関しては定めておりませんので 2023 年 3 月分としております。（B 社回答例）

2. 金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。
・ご認識の通りです（A 社）
・ご認識の通り、掲載期間（2022 年 4 月～2023 年 3 月）の新契約保険料の実績に基づき、弊社とアドバンスクリエイト社と協議し金額を決定しております。（B 社）

3. 広告掲載期間や報酬の決定方針が明記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください
・例年年度初の 4 月に実施されております、アドバンスクリエイト社と弊社営業部門との当該年度営業戦略打ち合わせにおいて、当該年度の営業目標をすり合わせされております。本案件は、当該営業目標の内法として位置づけられ、内容を確認されております。（A 社）
・期間の期初に当該期間における新契約保険料の目標と広告を利用したセールスプローモーション計画の概要を弊社とアドバンスクリエイト社で合意しその目標に対する達成度合いにより両社間で発注金額を合意しております。その合意に基づき「ご注文内容確認書件申込書」を作成しており、その他の書類は取り交わし

ておりません。（B 社）

4. 広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。年間を通じて支出の平準化を考え分割払いとしております。（従前より分割払いとさせていただいております）（B 社）

以上よろしくお願いします

アドバンスクリエイト
櫛引

上記のメールに対し、I 社担当者は、以下のメールのとおり、桜橋監査法人に対する回答内容について、櫛引氏との協議を重ねていた（①は 2023 年 4 月 11 日に I 社担当者から櫛引氏に対し送信されたメール、②は 2023 年 4 月 12 日に櫛引氏から I 社担当者に対し送信されたメール、③は 2023 年 4 月 12 日に I 社担当者から櫛引氏に対し送信されたメールである。）。

【メール①】

櫛引様

いつもお世話になっております。
記載内容についてご相談させていただきたく、後程改めて電話させていただきます。
（代理店訪問等で予定が詰まっており、夕方の連絡になります）

【質問】
1. 上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。
当社は保険市場サイトへの広告掲載については、アドバンススクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。よって、掲載期間についてはアドバンスクリエイト社に一任しております。

2. 金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。
広告委託における費用に対する効果として、新契約保険料は重要な指標となりま

す。

3．広告掲載期間や報酬の決定方針が明記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください
　事前に保険市場社およびアドバンスクリエイト社と包括的なプロモーションの摺り合わせを前年実績を踏まえて行っています。
　保険市場社より発行される「注文内容確認書」が合意した内容に基づき作成されているため、その他書類は取り交わしておりません。

4．広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。
　双方協議の上、弊社の支出平準化観点から昨年より期間按分での支払いということで合意をしています。

【メール②】

t 様

お世話になっております。
本件に関しご尽力ありがとうございます。
ご回答の案ですが、一部手直しさせていただきました。
この案でご対応いただけるかご検討お願いします。

1 と 4 に関しては御社の回答案通りです。
2 は下記の案での検討をお願いします。
3 は、微修正しておりますので確認ください。

【質問】
1．上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。
当社は保険市場サイトへの広告掲載については、アドバンススクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。
よって、掲載期間についてはアドバンスクリエイト社に一任しております。

2．金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。

2022 年 4 月～2023 年 3 月の新契約保険料をベースにアドバンスクリエイト社と協議の上、金額を合意し決定しております

3. 広告掲載期間や報酬の決定方針が明記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください
毎年、アドバンスクリエイト社と包括的な広告プロモーションの摺り合わせを行っています。
保険市場社より発行される「注文内容確認書」が合意した内容に基づき作成されているため、その他書類は取り交わしておりません。

4. 広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。
双方協議の上、弊社の支出平準化観点から昨年より期間按分での支払いということで合意をしています。

以上よろしくお願いします。

アドバンスクリエイト
櫛引

【メール③】

櫛引さま

いつもお世話になっております。
今朝方はお電話でもありがとうございました。
ご提示いただきました回答内容にて監査法人へ回答いたします。

このようなやり取りの末、I 社を含む保険会社等は、桜橋監査法人からの質問に回答をした。保険会社等の回答内容に関し、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等を精査したところ、桜橋監査法人の質問に対する各保険会社等の回答内容を取りまとめたものと認められる以下の Excel ファイルが発見されている。

会社	申し入れ日（年月）	質問・回答				
		1．上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は2022年4月～2023年3月という認識で間違いありませんでしょうか。	（回答 質問） 2022年4月～2023年3月の広告掲載期間は、アドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして委託しているとのことですが、2022年4月～2023年3月の広告プロモーションの期間で間違いございませんでしょうか？	2．金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。	3．広告掲載期間での新契約保険料の算定方法が明確でない点、その理由をご教示ください。	4．広告費の支払いが一括ではなく、分割払いになっている理由をご教示ください。
[redacted]		広告期間の通りです。	ご認識の通りです。	広告期間に関して、アドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして委託しておりますため、その期間の新契約保険料を算定基礎として、その金額を合意し決定しております。	広告期間に関する新契約保険料の算定方法は、アドバンスクリエイト社の業務内容（ルートプロモーション）の特性上、その時々の状況に応じて変動しております。 そのため、当社ではアドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして、その時々の状況に応じて、その金額を合意し決定しております。	当社は、保険市場サイトへの広告掲載を含めWeb広告プロモーションは、年間の最大化のため、アドバンスクリエイト社へ広告プロモーションとして委託しております。そのため、広告プロモーション実施期間は、年間の最大化を優先としてアドバンスクリエイト社に一任しております。	2022年4月～2023年3月の新契約保険料をベースにアドバンスクリエイト社と協議の上、合意し決定しております。	広告費の支払方法については、アドバンスクリエイト社の広告プロモーションの提供内容を考慮した上で、当社の資金繰りを考慮して、分割払いとしております。	当社は保険市場サイトへの広告掲載については、アドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。よって、掲載期間についてはアドバンスクリエイト社に一任しております。	2022年4月～2023年3月の広告プロモーションにおいて	当社の新契約保険料の算定方法は、アドバンスクリエイト社の業務内容（ルートプロモーション）の特性上、その時々の状況に応じて変動しております。 そのため、当社ではアドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして、その時々の状況に応じて、その金額を合意し決定しております。	当社の広告費の支払いは、当社の資金繰りを考慮して、分割払いとしております。
		当社の広告掲載実績期間は、当社の広告掲載サイトへ表示されております。	当社のホームページへの広告実績及びページごとの掲載実績については表示されております。	当実績期間の金額当社のホームページへの広告実績及びページ毎の実績に基づき、期間と金額の適切さを考慮し、金額を決定しております。	広告費の金額算定の根拠は、ご存じの通り、実績を基に設置を決定した金額を注文表示機能管理部門に伝達しております。	当社のキャッシュフローの関係上、分割払いとさせていただいております。
		当社の広告下限値はございません。		当社の広告下限値はございません。	当社の広告下限値は、当社の広告実績を考慮して決定しております。アドバンスクリエイト社と協議、実績報告書（PDF）の内容確認を行ない、その内容に応じて、当社の広告の実績、当社の広告下限値を決定しております。実績報告は、当社の実績を基の内容として伝達されております。当社は、当社の実績確認されております。	[redacted]
		広告期間の通りです。		広告期間の通りです。	当社については、アドバンスクリエイト社と協議の上、当社の広告期間の実績を考慮して、当社の広告期間に応じた実績値を設定しております。	当社は、当社の資金繰りを考慮して、分割払いとさせていただいております。
[redacted]		当社は保険市場サイトへの広告掲載は、アドバンスクリエイト社へ広告プロモーションとして委託しております。 掲載期間に関しては2022年4月～2023年3月という認識で間違ありません。		1．にて回答の通り、アドバンスクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。 当社は、保険市場サイトのインプレッション量の特性、サイトの広告実績、その他状況、新契約保険料を勘案し、当社広告費の上、決定しております。	広告費の金額算定の根拠は、ご存じ、実績を基に設置を決定しております。	当社の予算の中から分割払いとしております。

また、当委員会が桜橋監査法人から入手したＩ社からの回答は以下のとおりであった。

桜橋監査法人

u 様

お世話になっております。

お問合せいただいている件につき、回答いたします。

ご確認よろしくお願いいたします。

【質問】

1．上記取引の対象となる保険市場サイトへの広告掲載期間は 2022 年 4 月～2023 年 3 月という認識で間違いありませんでしょうか。

当社は保険市場サイトへの広告掲載については、アドバンススクリエイト社への包括プロモーションとして委託しております。

よって、掲載期間についてはアドバンスクリエイト社に一任しております。

2．金額に関して、広告掲載期間での新契約保険料に応じて、最終的な額が決定するという認識に間違いありませんでしょうか。

2022 年 4 月～2023 年 3 月の新契約保険料をベースに、アドバンスクリエイト社と協議の上金額を合意し決定しております。

3．広告掲載期間や報酬の決定方針が明記された資料（契約書、申込書等）がありませんが、その理由をご教示ください
毎年、アドバンスクリエイト社と包括的な広告プロモーションの摺り合わせを行っています。
保険市場社より発行される「注文内容確認書」が合意した内容に基づき作成されているため、その他書類は取り交わしておりません。

4．広告費の支払いが一括ではなく、分割払いとなっている理由をご教示ください。
双方協議の上、弊社の支出平準化観点から昨年より期間按分での支払いということで合意をしています。

これらを見ると、保険会社等は、概ね櫛引氏がＩ社に誘導した回答例に即した回答をしたものと認められる。

一方で、当委員会による保険会社等に対するヒアリング及びアンケート調査において、保険市場社と「ご注文内容確認書兼申込書」を交わす際に、過去の広告掲載等期間が終了したことに伴う対価を支払う認識であった旨を回答した保険会社等は見受けられず、保険会社等の認識は、桜橋監査法人によるメールによる一斉調査時における保険会社等の回答内容とは相違している。そのため、一斉調査時の保険会社等による桜橋監査法人への回答は、あくまで櫛引氏から誘導された内容に沿って行われたものに過ぎず、実際の保険会社等の認識とは相違していたのであって、正確な保険会社等の認識に基づく監査証拠が得られたものとは評価できない。

以上からすると、桜橋監査法人が 28 期第 2 四半期以降から「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間を記載することを求める旨の指摘を行わなくなったのは、櫛引氏らが、保険会社等に対して保険市場社が望む回答をするよう画策した結果、櫛引氏らの想定どおりの回答がなされたことにより、桜橋監査法人としては、売上計上の期間帰属が不明確であるとの指摘が困難になったからであると認められる。

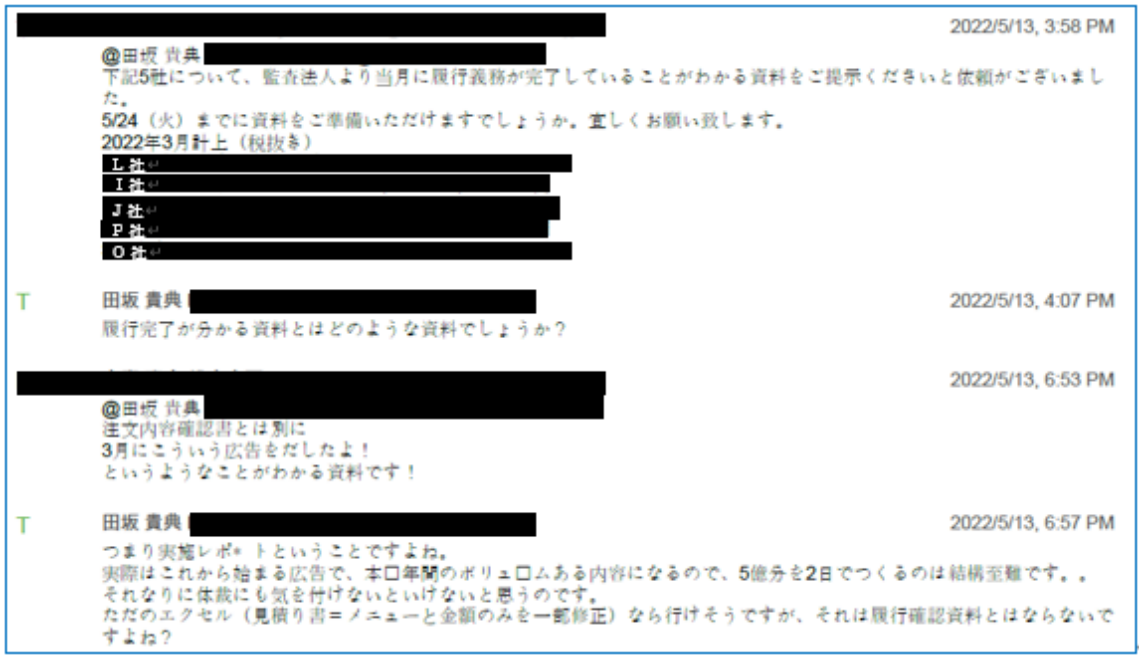
(2)　売上前倒計上の発覚回避のための行為

前記 5・(1)のとおり、桜橋監査法人は売上前倒計上の疑義について所要の措置を講じていたことから、当社及び保険市場社としては、何も策を講じない場合、桜橋監査法人による保険会社等に対する残高確認等を端緒にして、売上前倒計上が露見するおそれがあった。

そのため、営業担当役職員は、前記 3・(4)や、前記 5・(1)のとおり、取引先であ

る保険会社等に対し、「差異なし」での回答を求めるなどし、保険会社等において、桜橋監査法人に「差異なし」の回答をさせることにより、保険市場社における売上計上時期・金額と保険会社等の認識する債務認識時期・金額との間で差異が生じることが判明することによってメディア事業等における売上前倒計上が露見することのないようにしていた。

これに加えて、営業担当役職員は、以下の Slack のとおり、桜橋監査法人に虚偽の広告掲載等期間等の記載をしたり、実際の広告掲載等期間を想起させる文言の削除をした提案書等を提出することを画策していた（以下の Slack で記載の URL のリンク先は画像又は PDF ファイルであったため、URL と対応する画像又は PDF ファイルを URL の直下に記載している。）。


[redacted] 2022/5/13, 3:58 PM
@田坂 貴典 [redacted]
下記5社について、監査法人より当月に履行義務が完了していることがわかる資料をご提示ください と依頼がございました。
5/24（火）までに資料をご準備いただけますでしょうか。宜しくお願い致します。
2022年3月計上（税抜き）
L社
I社
J社
P社
O社

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/5/13, 4:07 PM
履行完了が分かる資料とはどのような資料でしょうか？

[redacted] 2022/5/13, 6:53 PM
@田坂 貴典 [redacted]
注文内容確認書とは別に
3月にこういう広告をだしたよ！
というようなことがわかる資料です！

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/5/13, 6:57 PM
つまり実施レポートということですよね。
実際はこれから始まる広告で、本口年間のボリュ口ムある内容になるので、5億分を2日でつくるのは結構至難です。。
それなりに体裁にも気を付けないといけないと思うのです。
ただのエクセル（見積り書＝メニューと金額のみを一部修正）なら行けそうですが、それは履行確認資料とはならないですよね？

[redacted] 2022/6/23, 8:50 AM

@田坂 貴典 [redacted]
先日話した提案書について、進捗いかがでしょうか。
急かして申し訳ございませんが、今週中に先生に送付する必要がありますので
何卒よろしくお願いします。

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/6/23, 6:48 PM

以下、ご確認ください。
・O社 提案書
・J社 [redacted] 見積書
・I社 提案書（2021年12月分）、見積書（2022年3月）、レポート（一部修正）
・L社 [redacted] 提案書
[redacted]
URL

[redacted] 2022/6/23, 7:25 PM

@田坂 貴典 [redacted]
[redacted]の下記最終ページですが、/月であったり、1か月/本数であったり、※1に月あたり2枠まで、とかいてあったりと、
1か月の掲載ということに反してる表現がありますので、すべて修正お願いします。
また、[redacted]は見積書と提案書という話だったような気がするのですが、、、
[redacted]
URL

メニュー		数量	合計	備考
保険市場カテゴリジャック	[redacted]	12	[redacted]	掲載期間：1週間/本数 ※1
保険市場バナーパッケージ		12		掲載期間：1ヶ月/本数
保険市場レコメンド掲載		12		資料請求目安 [redacted]件/月
保険市場メッセージ配信		6		e-mail,LINEメッセージ
制作費用		12		ページデザイン・コーディング等一式、誘導用バナー作成
合計				（税別）
特別ご提供価格				（税別）

※1：同一カテゴリでは最大月当たり2枠（週）までとさせていただきます。
また空き枠状況によってはご希望のカテゴリでの掲載ができない場合がございます。
※サイトリニューアル、デザイン変更などにより、ご提案メニューの仕様が変更もしくは廃止される場合がございます。
その場合は、代替メニューをご提示させていただきます。

[redacted] 2022/6/24, 9:25 AM

[redacted]の12月の提案書について、下記のように、掲載期間の所に1枠と書いてもらってますが、やはり違和感がありますので、全ページこの行の削除お願いします。
先生に送りたいので、すみませんが、なる早でお願いします。

[redacted]
URL

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/6/24, 10:00 AM

媒体資料がそういう仕様なのですが、、、

[redacted] 2022/6/24, 10:02 AM

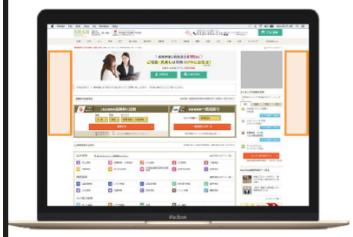
すみません
媒体資料がそういう仕様、というのは変更が難しいということですか？

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/6/24, 10:02 AM

元データ（画像）のため修正に時間かかります。

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/6/24, 10:03 AM

監査のためだけに他の会社にも提供しているもともとの媒体資料を変更するのもおかしな話かとも思いますが、、



掲載面	TOP・医療・がん保険カテゴリページ
掲載デバイス	PCのみ
バナーサイズ	160×600
掲載開始日	ご指定の営業日
掲載期間	1枠
表示形式	ローテーション
備考	・各カテゴリページにおいて配信比率強化

[redacted] 2022/6/24, 11:50 AM

回答ありがとうございます。
[redacted]と相談しましたが、やはり掲載期間は一番大事なところですので、
ここの行をマルっと削除した資料の作成をお願いします。
お手数をお掛けしますが、ここが踏ん張り所だと思いますので、なる早でよろしくお願いします。

[redacted] 2022/6/24, 1:17 PM

@田坂 貴典 [redacted]
度々すみません。
最後に直してもらった[redacted]の下記の所ですが、「月」を入れてください。

[redacted]
URL

[redacted] 2022/9/8, 4:34 PM

@田坂 貴典 [redacted]
監査法人の先生より、3Q取引分についても履行完了が分かる資料の提出をもとめられております。
（5/24にSLACKでご連携いただいているような資料で修正あった場合は、最終提出いただいた資料）
急で申し訳ございません。明日中にいただけると助かります。
今回は [redacted] 広告費2022年6月分 6分割 [redacted] の1件が対象です。
宜しくお願い致します。

[redacted]

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/9/8, 4:39 PM
厳しい、、

[redacted] 2022/9/8, 4:39 PM
かしこまりました。
相談してみます！

T 田坂 貴典 [redacted] 2022/9/8, 4:40 PM
だいぶ変則的な受注となっているので、提案書の掲載期間だけ変えて対応できない内容なので、
いちから作らないとだめなのです。

このように、本調査の過程で、営業担当役職員が、桜橋監査法人に虚偽の広告掲載等期間等の記載を削除したり、実際の広告掲載等期間を想起させる文言の削除をしたりした提案書等を提出することを画策していた形跡が認められたこともあり、当委員会において、桜橋監査法人担当者へのヒアリングを行うと共に、前記 Slack で検出していた提案書等に対応する桜橋監査法人が監査証拠として入手した提案書等の提出を求めた。

そうしたところ、桜橋監査法人から、下表のとおり、当社から提出を受けた提案書等の資料から広告掲載等期間に関する記載を修正したものと認められる複数の提案書等の資料の提供を受けることができた。

（百万円）

保険会社名	資料名	作成年月	金額	当社から提出を受けた資料と桜橋監査法人から提出を受けた資料の相違点
I 社	提案書	2021 年 12 月	■	・作成年月の日付が削除 ・「広告掲載期間：2021 年 12 月 1 日～12 月 31 日」の記載が追加
J 社	見積書	2022 年 3 月	■	・「プロモーション期間：2022 年 4 月～2023 年 3 月」が「プロモーション期間：2022 年 3 月 1 日～3 月 31 日」に修正 ・「（内容）」の項目が追加

O 社	提案書	2022 年 3 月	■	・「2022 年」が「2022 年 3 月度」に修正 ・合計 17 ページが削除 ・「メールマガジン会員約 50 万人」が「メールマガジン会員約 60 万人」に、「LINE 友だち（約 5 万人）」が「LINE 友だち（約 30 万人）」に修正 ・「サイトおよび LP デザインは変更する可能性上がります。その場合は同等の枠の広告掲載を行います。」の文言が削除 ・「2022 年度　追加施策」が「ポイント」に修正 ・「e-mail、LINE メッセージ各月それぞれ 1 回」が削除 ・「その場合は、代替メニューをご提示させていただきます。」が削除 ・「※また、2022 年 9 月に貴社の申し出により、諸条件の協議をできるものとします。」が削除

【当社から当委員会に提供されたＩ社向け 2021 年 12 月の提案書】

■ プロモーションメニューとお見積り

保険市場
HOKEN ICHIBA
The Insurance Market Place

メニュー	メニュー内容	デバイス	単価/枠（回）	掲載枠数	IMP/1枠	IMP/合計	合計金額
インパクトバナー	TOPページやカテゴリページ左右のバナー広告	PC	[redacted]	12枠	[redacted]		
スマホバナー	カテゴリページの下部フローターバナー	SP		12枠			
レクタングルバナー	TOPページやカテゴリページ右上部のバナー広告	PC		12枠			
レコメンド	他社商品を資料請求した際、資料請求フォーム下部に掲載	PC/SP		12枠			
合計							

2

Copyright © 2021 HOKEN ICHIBA Inc. All Rights Reserved.

【桜橋監査法人から当委員会に提供されたＩ社向け 2021 年 12 月の提案書（赤枠部分が主な修正箇所）】

■ プロモーションメニューとお見積り

保険市場
HOKEN ICHIBA
The Insurance Market Place

掲載期間：2021年12月1日～12月31日

メニュー	メニュー内容	デバイス	単価/枠（回）	掲載枠数	IMP/1枠	IMP/合計	合計金額
インパクトバナー	TOPページやカテゴリページ左右のバナー広告	PC	[redacted]	12枠	[redacted]		
スマホバナー	カテゴリページの下部フローターバナー	SP		12枠			
レクタングルバナー	TOPページやカテゴリページ右上部のバナー広告	PC		12枠			
レコメンド	他社商品を資料請求した際、資料請求フォーム下部に掲載	PC/SP		12枠			
合計							

2

Copyright © 2021 HOKEN ICHIBA Inc. All Rights Reserved.

【当社から当委員会に提供された J 社向け 2022 年 3 月の見積書】

見積書番号 [redacted]20210301-001
2022年3月1日

御 見 積 書

[redacted] 御中

件名： 広告費（2022年3月分）

見積書有効期限：発行日より1カ月間
スケジュール：別途ご提示
お支払い条件：別途ご提示

下記の通り御見積申し上げます。

合計金額 [redacted]

	内 容	数量	単位	単価（円）	金 額
1	広告費（2022年3月分）	1	式	[redacted]	
	└プロモーション期間：2022年4月～2023年3月				

合計（税抜）		[redacted]
消費税額	10%	
合計（税込）		

備 考

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
TEL：[redacted]
株式会社 保険市場 [redacted]

【桜橋監査法人から当委員会に提供された J 社向け 2022 年 3 月の見積書（赤枠部分が主な修正箇所）】

御 見 積 書

見積書番号 [redacted]20210301-001
2022年3月1日

[redacted] 御中

件名： 広告費（2022年3月分）

見積書有効期限：発行日より1カ月間
スケジュール：別途ご提示
お支払い条件：別途ご提示

下記の通り御見積申し上げます。

合計金額 [redacted]

	内 容	数量	単位	単価(円)	金 額
1	広告費（2022年3月分）	1	式	[redacted]	
	└プロモーション期間：2022年3月1日～3月31日				
	（内容）				
	保険市場バナーパッケージ	4			
	保険市場 レコメンド掲載	1			
	保険市場メッセージパック	1			
	CRM施策実施月額費用	1			
	特設ページ制作費用	2			
	合計（税抜）				[redacted]
	消費税額			10%	
	合計（税込）				

備 考

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
TEL[redacted]
株式会社 保険市場

【当社から当委員会に提供された O 社向け 2022 年 3 月の提案書】

2022年度　ご提案メニュー③　メッセージ配信

保険市場

メールマガジン会員約50万人もしくは、LINE友だち（約5万人）に対して、
貴社商品を訴求。年齢や性別を指定したターゲティングも可能です※。

	ターゲティングメール	LINE配信
配信数	約50万通※	約20万通※
掲載形式	テキスト／HTML	テキスト、画像
備考	※2021年12月時点 配信日は媒体協議のうえ決定いたします。	

14

2022年度　ご提案メニュー④　ターゲティング広告

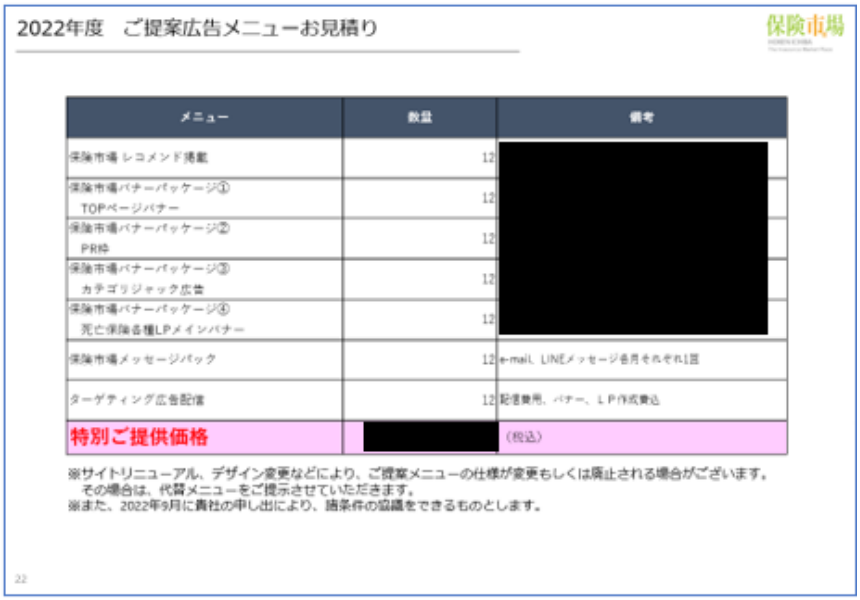
保険市場

保険市場へ訪問履歴があるユーザーやその類似ユーザーへ貴社単独の
広告を出稿します。個別のアプローチを行い検討層の囲い込みを行います。

[redacted]

【2022年度　追加施策】
・ターゲットリストの細分化（離脱期間、訪問ページ毎の計測）
・クリエイティブの定期的な作り直し

15



2022年度　ご提案広告メニューお見積り

保険市場

メニュー	数量	備考
保険市場 レコメンド掲載	12	[redacted]
保険市場バナーパッケージ① TOPページバナー	12	
保険市場バナーパッケージ② PR枠	12	
保険市場バナーパッケージ③ カテゴリジャック広告	12	
保険市場バナーパッケージ④ 死亡保険各種LPメインバナー	12	
保険市場メッセージパック	12	e-mail、LINEメッセージ各月それぞれ1回
ターゲティング広告配信	12	配信費用、バナー、ＬＰ作成費込
特別ご提供価格	[redacted]	（税込）

※サイトリニューアル、デザイン変更などにより、ご提案メニューの仕様が変更もしくは廃止される場合がございます。
　その場合は、代替メニューをご提示させていただきます。
※また、2022年9月に貴社の申し出により、諸条件の協議をできるものとします。

22

【桜橋監査法人から当委員会に提供された O 社向け 2022 年 3 月の提案書（赤枠部分が主な修正箇所）】

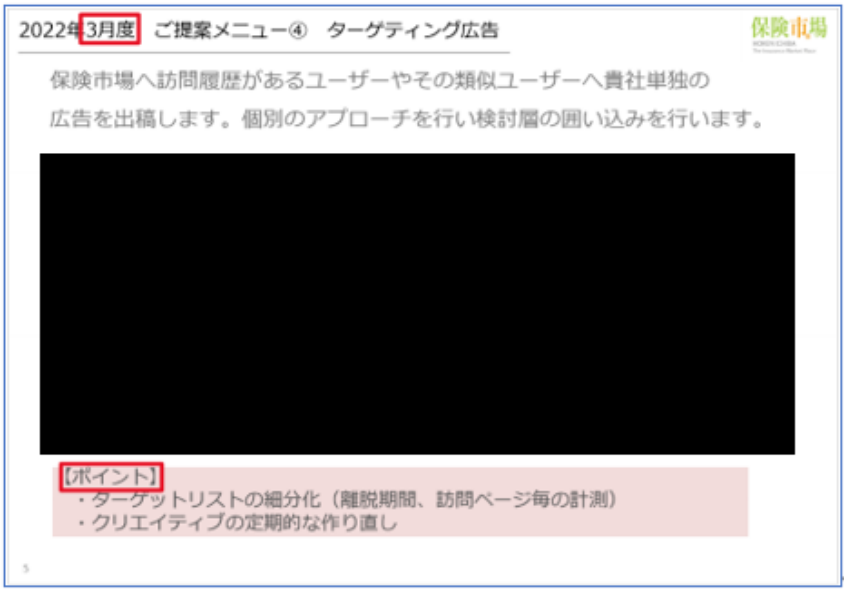
2022年3月度　ご提案メニュー③　メッセージ配信

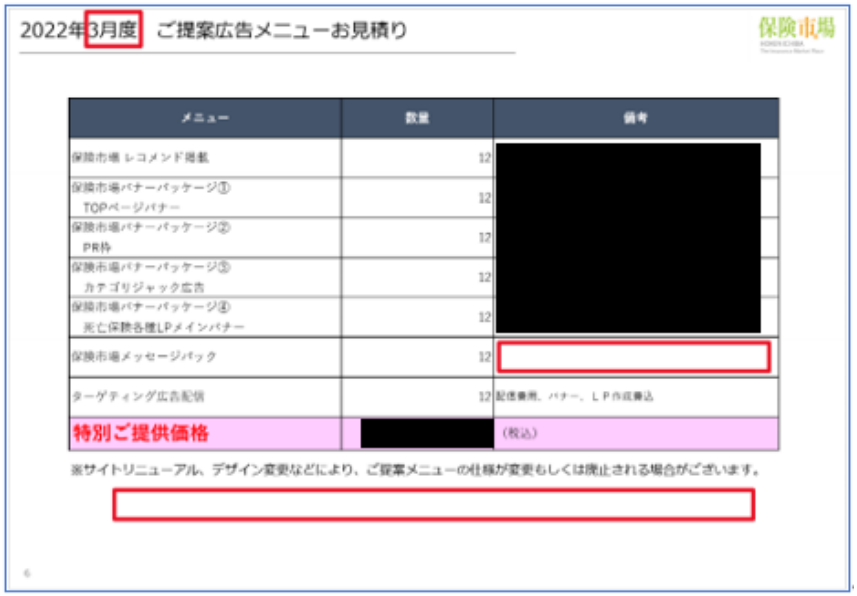
保険市場

メールマガジン会員約60万人もしくは、LINE友だち（約30万人）に対して、
貴社商品を訴求。年齢や性別を指定したターゲティングも可能です※。

	ターゲティングメール	LINE配信
配信数	約60万通※	約30万人※
掲載形式	テキスト／HTML	テキスト、画像
備考	※2021年12月時点 配信日は別途協議のうえ決定いたします。	

4





さらに、田坂氏は、実際の広告掲載等期間を想起させる文言を削除した提案書等を作成していたほか、役務の提供が既に完了しているような体裁を整えた資料を新たに作成したりして、桜橋監査法人に提出していたことを認める供述をした。

これらの行為は、営業担当役職員が、桜橋監査法人へ与える情報を操作して保険市場社における売上の期間帰属が適切であるかのように装うものであり、売上前倒計上の発覚回避のための行為の一つであったと認められる。

６　売上前倒計上に関する役職員の関与及び認識

これまで述べてきたとおり、売上前倒計上には複数の者の関与が認められたところであるが、以下、それら複数の者の関与及び認識について、個別に記載していく

こととする。まず、売上前倒計上が認められた期間における保険市場社の代表取締役社長であった橋本氏及び田坂氏、そして当社において保険市場社を管掌する取締役であった櫛引氏から記載し、次いで、売上前倒計上を認識していたとすればこれを是正する義務を負っていたと考えられる当社又は保険市場社の役職員である、濱田佳治氏（以下「**濱田氏**」という。）、鳥居氏のほか、横山氏ら当社における経理部門である総合企画部の役職員について記載する。なお、本事象における売上前倒計上に当社の社外役員や常勤監査役が関与していた事実は認められず、また、桜橋監査法人がこれを黙認していた事実も認められないが、これらの者の認識についても最後に付言する。

(1)　橋本氏について

橋本氏は、2004 年 3 月に当社入社後、2014 年 6 月から 2023 年 9 月中旬頃まで保険市場社代表取締役社長を務め、2016 年 10 月には当社上席執行役員営業本部長、2021 年 10 月には当社取締役営業本部長を歴任する等、2023 年 12 月に退社するまでの間、営業活動における収益目標の達成に係る事業責任を負う立場にあった者といえる。

橋本氏は、前記 3・(3)・アで触れたとおり、本件各取引がなされた当初から、メディア事業等の収益については広告掲載等期間にわたって案分して毎月売上を計上すべきであることを理解し、かつ、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月が、基本的に広告掲載を開始するよりも前の年月であるとの認識を有していた旨、供述している。

この一例として、2022 年 3 月 24 日、J 社担当者からメールにて「広告費の注文書を2,000万円/四半期で提出する」ことについての提案を受けた際、橋本氏は「2,000万円ずつの注文書につきましては、社内で確認を致しますが、毎年頂戴しております、弊社所定の申込書につきましては、添付の様な形で頂く事は可能でしょうか。」として、申込内容を「広告費（2022 年 3 月度）」、その金額を 80 百万円（税込 88 百万円）と一本化した「ご注文内容確認書兼申込書」を送信した。

上記申込書の「【特記事項】別途注文書の内容に従い出稿を行います。」との記載や、当該メールのタイトルが「2022 年度販売目標」であること、2022 年 3 月 1 日付けの見積書において「プロモーション期間：2022 年 4 月～2023 年 3 月」と記載されていること[35]等からして、2022 年 4 月以降に広告掲載を行う申込内容について

[35] 最終的には、橋本氏に代わって田坂氏が J 社担当者との間でやり取りを続け、「広告費（2022 年 3 月分）」「掲載期間：別途見積書の通り」と記載された 80 百万円の 2022 年 3 月 31 日付け「ご注文内容確認書兼申込書」が提出されている。J 社によれば、2022 年 4 月から 2023 年 3 月の広告期間の申込書だと認識していたため、2022 年 4 月 6 日に J 社担当者が田坂氏に『「3 月度」を「3 月申込分」とし、掲載期間は見積書に記載とできればと考えています』と送信したと

のやり取りが同年 3 月に行われたと考えられるところ、橋本氏は、実際の広告掲載は同年 4 月以降であるが、同年 3 月に売上を多く計上したいがために、経理部門責任者と相談のうえ、上記のやり取りを行ったことを認める供述をしている。

そして、上記の「ご注文内容確認書兼申込書」の送信後、J 社担当者は、「御社のリクエストは、所定の申込書を 8,000 万円として四半期毎にお支払いという認識でよろしいでしょうか。また、その場合、申込書の日付など制約がありますでしょうか？（4 月の日付でよければスムーズかもしれませんが、3 月中の日付だとなかなか難しいかもしれません）」と記載したメールにおいて、橋本氏に打ち合わせの提案をし、2022 年 3 月 28 日に打ち合わせを行った結果、「来期の広告費は 8,000 万円/6,000 万円で 3 月末までの日付で仮の申込書を提出する、4/7 の執行役員会で決裁して本申込書を提出する」との結論になった。

かかる「仮の申込書」を J 社に提出させることとなった理由について、橋本氏は、2022 年 3 月に売上を上げたいということに全て紐づいている、旨供述していた。

加えて、前記 3・(4)で述べたとおり、橋本氏は、田坂氏との間で、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、取引先である保険会社等に対して「差異なし」の回答を自ら求めたうえ、「差異なし」の回答を得るに当たって協議を行い、田坂氏に対し、「田坂さん頑張って」、「せっかく田坂さん頑張ったんだから何とかしましょう。もちろん協力してくれた K 社さんの為にも頑張ましょう。」[36]、「今 o さんから無理との連絡がありましたが、何とかしなければなりません。」等とメッセージを送信している。かかる言動は、橋本氏が、売上前倒計上を可能にする残高確認状の取得を主導していると評価し得るものである。

以上の橋本氏の供述及び言動等からすれば、橋本氏は、売上前倒計上が不適切な会計処理であることを認識しつつ、四半期末に多くの売上を計上したいがため、あえて売上前倒計上を実行していたものと認められる。

なお、橋本氏は、当委員会によるヒアリングにおいて、売上前倒計上が正しい会計処理であるのか個人的には疑問に感じていた旨供述していたが、一方で、e 氏、横山氏及び v 氏ら経理部門責任者に、都度、「ご注文内容確認書兼申込書」や残高確認状の内容を相談し、ときにその助言を受けながら、そうした書類の取得を進めていたものであり、橋本氏が独断で不適切な会計処理を行っていたものではないことを強調している。この供述については、e 氏や横山氏の供述と必ずしも整合するものではなく、直ちに橋本氏の供述どおりに経理部門責任者の認識及び関与を認める

ころ、田坂氏から「広告費（2022 年 3 月分）」と修正された上記「ご注文内容確認書兼申込書」が送付されてきたため、これを提出したとのことである。

[36] 当委員会によるヒアリングにおいて、田坂氏は、この「K 社さん」については、K 社のことであると供述していた。

に足りる証拠を本調査において取得するには至らなかったところである。もっとも、仮にかかる橋本氏の供述が事実であったとしても、それが橋本氏の責任を減ずる要素になりこそすれ、売上前倒計上が不適切な会計処理であることを橋本氏が認識していたとの認定にまで消長を来すものではないことを付言する。

(2)　田坂氏について

当委員会によるヒアリングにおいて、田坂氏は、メディア事業等における売上は、申込書等の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に計上していたのは事実であるが、同年月より前の広告掲載等期間が終了したことによる売上を計上していたのであるから、売上前倒計上ではない旨供述し、不適切な会計処理であるという認識の有無については、曖昧な供述をしていた。

しかしながら、前記 3・(3)・イのとおり、田坂氏も、本件各取引の売上計上年月の時点で広告掲載等期間にわたる履行義務を充足していないことを認識していたと認められる。

これに加えて、保険市場社が取引先である保険会社等と広告掲載に関する契約を締結するに当たり、過去の広告掲載等期間が終了したことに伴う対価を収受する旨の契約書面を作成していた事実は認められず、田坂氏の主張を裏付ける証憑類の存在は認められなかった上、田坂氏が主張するような、過去の広告掲載等期間が終了したことに伴う対価を支払った旨、当委員会によるヒアリング又はアンケートに対して回答を行った保険会社等はいなかった。

そして、田坂氏は、保険市場社において日々の業務を行うに当たり、「ご注文内容確認書兼申込書」、見積書、提案書といった将来の広告掲載に関する証憑類を日常的に目にしていたと認められるうえ、取引先である保険会社等との契約締結を含む営業に従事していた者であって、契約の相手方当事者である保険会社等が、保険市場社に対して将来の広告掲載を求め、これに対する対価を支払う意思であったことを認識し得る立場にあったことを考慮すると、メディア事業等において売上前倒計上がなされているという認識を有していたことは認められる。

そこで、以下、これを前提に、田坂氏にも、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であるという認識が認められることについて記載する。

ア　「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間を記載しない運用は不適切である旨の桜橋監査法人による指摘の内容を田坂氏は認識していたこと

桜橋監査法人は、「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間を記載しないという運用は不適切な会計処理に通ずるという問題意識に基づく指摘をしており、田坂氏がこれらの指摘内容を認識していれば、広告掲載等期間の記載のない申込書等

を証憑とする売上計上方法が不適切な会計処理であることを認識していたということができる。

一方で、前記指摘は、桜橋監査法人が、監査結果の講評の場において、当社の監査役や当社の経理部門である総合企画部経理課の者ら当社の役職員に対してしていた指摘である。

しかし、田坂氏は、2017 年 7 月から保険市場社の取締役の立場にあった者であり、メディア事業等における責任者の 1 人であったところ、前記指摘は、田坂氏の責任領域に関する指摘であるから、田坂氏にその内容が全く共有されていなかったとは到底考えられない。

また、2023 年 2 月から同年 6 月まで当社の経理部門に在籍していた v 氏は、前記 5・(1)に記載の 28 期第 1 四半期の監査結果の講評を受け、当社内で、指摘事項の是正を目的としたミーティングを企画し、2023 年 2 月頃、田坂氏に対し、桜橋監査法人に対する説明を行った旨の報告をしていたことが、v 氏が発出したメール等から認められることから、田坂氏が、遅くとも 2023 年 2 月頃には、前記指摘を認識していたことは、客観的に認められる。

さらに、当社総合企画部職員が発出したメール等のやり取りについて精査したところ、下表のメール及び Slack のとおり、田坂氏が、同職員らから、前記 5・(1)記載の指摘に類する指摘を伝達されていたことが判明している。

年月日	送信者	受信者	内容（原文ママ）
2022 年 11 月 30 日	a 氏	田坂氏	念のためのリマインドですが、注文内容確認書の摘要欄には、残確のように広告費（●●年●●月●●日～●●日掲載分）などの文言が入る認識ですがお間違いないですか？ 今期の売上計上のための確認書からそのように取得する、と監査法人の先生と橋本常務が話をしていたと思いますが、どうでしょうか？
2022 年 11 月 30 日	田坂氏	a 氏	そんな無茶苦茶な、、、確認はしますが、残確と注文書内容確認書は別物で、注文書内容確認書＝契約書扱い残高確認書＝あくまで監査法人との書面確認ということで、実際の

			納期は注文書や 2 枚付している見積書の通りとするということで今回何とか取り付けているところが多いです。 そうでないと注文書すらもらえなくなるところが多数出てきます。 注文書への期間掲載は免責できるよう監査法人と調整お願いします。
2023 年 3 月 13 日	s 氏（前出。総合企画部経理課役職員）	田坂氏	田坂部長 お疲れ様でございます。 3/23（木）に桜橋監査法人様がご来社されます。 その際に下記 2 社について当月に履行義務（広告出稿）が完了していることがわかる資料を頂戴できますでしょうか。 監査法人様より申込書に広告出稿時期が明記してある場合は不要です。と言われておりますが下記 2 社の申込書には広告出稿時期の記載はございませんでした。 2022 年 12 月売上 純広告費　G 社　100,000,000 円 純広告費　P 社　363,000,000 円 お忙しいところ恐縮ですが、※3/20（月）までに資料をご準備いただけ

			ますと幸いです。 以前も監査法人様が来られるタイミングで同様の依頼をさせていただいておりますので前回同様の資料をご準備いただけましたら問題ないかと存じます。 宜しくお願い致します。
2023年3月20日	v氏	田坂氏	田坂部長 おつかれさまです。vです。 先日、桜橋監査法人に訪問して、従前から指摘されている広告費の説明を行いました。 ■概ね了承してもらえた感触ですが、 　先方から、当期約15億の広告費につき、相手先リストが欲しいと言われております。 　（定常の広告費でなく、各Q末に一括でで入ってくる分だけです。） ■ついて、田坂部長に 　①相手先の会社と②各々の広告費金額が入ったリストをご作成頂きたく思っております。 これを桜橋がサンプル選択し、当社の先日の説明と話が合うかをヒアリングを行うとの事です。 ヒアリング可否については事前に

			専務のフィルタリングがかかります。 トップ4は、J社、O社、D社、L社として先方に伝えましたが、全体像が伝えきれていません。20～25社程度と伺っております。 今週中に頂ければ助かります。 ご不明点ございましたら、またご相談させてください。 どうぞよろしくお願い致します。
2023年5月26日	v氏	田坂氏	ACご関係者各位 Cc: 桜橋監査法人　先生方各位 おつかれさまです。vです。 本日、桜橋監査法人様が往査でご来社された際に、保険会社からの広告収入について会話を致しました。 内容としては、掲載期間の記載が困難な請求書で且つ分割入金である点が、広告収入を一括計上する対外的な論拠を弱めており、 期間は明示しないまでも、「検収」という区切りを設けられないか、というご提言でございました。 後程、個別にご相談させて頂きたく存じますが、事前のご周知として共有させて頂きます。 サマリーとしては以下の通りです。 ＝＝ここから＝＝

			①　保険会社へのヒアリングにて、保険会社の認識が当社と整合していることはご理解頂けた。 ②　売上を月割せずに一括とするのは、最終成果が確定するまで金額に変動性があるためで一定理解できる。 一方で、入金が長期分割になっている点は一括計上の論拠としては否定的な心証を与えている。 ③　OC の代替のため掲載期間は明示できない広告費という主張は「（広告売上でなく）代理店収入でないか」という疑義を受けるので 好ましくないと考えている。 ④　ついて、掲載期間は明示しないまでも、最終成果が確定した証として、広告役務の「検収」という区切りを明示してもらいたい。 具体的には以下の通り、A）ご注文内容確認書の記載＋B）残高確認の記載、の合わせ技で考えている。 <u>A）　ご注文内容確認書の記載（いずれか）</u> A-1. 文末に「上記、正に検収いたしました。」など検収済みである旨の文言を追加。 A-2.「ご注文内容確認書兼申込書」のタイトルに「及び検収書」と追記し検収書を代替。 A-3. 別に検収書を発行する。内容は

			「ご注文内容確認書兼申込書」の鏡写しで構わない。 B）残高確認書の記載 　当社が記載する残高確認上の文言を「3月検収分まで」とする（従来「広告費 2022 年 9 月分　掲載期間：9月 1 日～30 日」）。 　残高確認でも検収という区切りを強調するため。 以上、どうぞよろしくお願い致します。 v
2023 年 6 月 5 日から同月 6 日	田坂氏	v 氏	v 氏　②保険会社からの広告売上現状の「広告費（3 月分）」の記載については一定の理解を頂きつつあり、一方で掲載期間は明示しないまでも、最終成果が確定した証として、広告役務の「検収」という区切りを明示してもらいたいとのリクエストがございます。櫛引専務にご相談したところ、田坂部長にお願いするのが良田坂部長にお願いするのが良いとのことでした。 保険会社様からご入手頂く「ご注文内容確認書兼申込書」に以下のいずれかを盛り込むことはできますでしょうか。

			1. 文末に「上記、正に検収いたしました。」など検収済みである旨の文言を追加。 2. 「ご注文内容確認書兼申込書」のタイトルに「及び検収書」と追記し検収書を代替。 3. 別に検収書を発行する。内容は「ご注文内容確認書兼申込書」の鏡写しで構わない。 （中略） 橋本氏　v さん。お疲れ様です。返信遅くなりまして申し訳ございません。①担当者の件了解いたしました。②の件田坂さんと連携し確定します。小職の私見としては、3 がよいのではないかと思います。 田坂氏　そうですね。注文内容確認書の取り付け日と検収（納品完了日）が一致しないことの方が多いため別でとらないとおかしい感じになります。
2023 年 11 月 2 日	b 氏（総合企画部経理課役職員）[37]	田坂氏	b 様 （CC：櫛引専務） お世話になっております。 保険市場の残高確認ですが、A 社に

[37] 内容欄記載のメールは、2023 年 11 月 2 日、b 氏が桜橋監査法人担当者から受信したメールであり、同日、b 氏は CC に櫛引氏を加えたうえで、田坂氏に対し、当該メールを転送したものである。

			送っていたものが差異として回答されました。 貴社認識：売掛金[redacted]千円 先方認識：買掛金[redacted]千円 差異金額：49,500 千円 差異の金額に重要性があり、差異調整をお願いしたく存じます。 貴社の認識額が正しければ、売掛金[redacted]千円について すべて役務提供が完了している確認を先方から（文書の形で）取って頂けますでしょうか。 もし差異となっている 49,500 千円について役務提供が完了している先方からの確認がとれなければ売上取消の方向となりますので、早急にご対応頂けますと幸いです。 お忙しいところ誠に申し訳ありませんが、ご対応のほど、何卒よろしくお願いいたします。

加えて、田坂氏自身、遅くとも 2022 年頃には、桜橋監査法人から売上計上時期に関する厳しい指摘を受けるようになった旨供述していることからも[38]、田坂氏は、遅くとも 2022 年 11 月頃には、前記指摘内容を認識し、広告掲載等期間の記載のない申込書等を証憑とする売上計上方法が不適切な会計処理であることを認識し、その後も上記メール及び Slack にみられるように、複数回にわたって桜橋監査法人からの指摘の伝達を受け、その認識を強めていったものと認められる。

それにもかかわらず、田坂氏は、前記 3・(1) のとおり、営業担当役職員の 1 人として、桜橋監査法人の指摘に適わない申込書等を作成し、保険会社等との認識の相違を自覚しつつ、これを証憑とする売上計上申請の承認をするなど、売上前倒計上に主体的に関与していたのであるから、遅くとも 2022 年 11 月頃以降、田坂氏は、売上前倒計上が不適切な会計処理であると認識していたことが認められる。

また、田坂氏は、前記 3・(4)や、前記 5・(1)のとおり、取引先である保険会社等に対し、「差異なし」での回答を求める等し、保険会社等において、桜橋監査法人に「差異なし」の回答をさせることにより、当社における売上計上時期・金額との間で差異が生じることが判明することによってメディア事業等における売上前倒計上が露見することのないようにしていたものであり、前記 3・(4)で触れた各メールの送受信年月からすると、こうした画策は 2022 年 11 月頃の時点では既になされていたものと認められる。しかも、田坂氏は、前記 5・(2)のとおり、桜橋監査法人に対し、広告掲載等期間を削除した提案書等を提出していたものであり、前記 5・(2)で触れた Slack の送受信年月からすると、こうした画策も 2022 年頃からなされていたものと認められる。

このように、田坂氏については、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であるという認識が認められるにとどまらず、監査法人による売上前倒計上の発覚を免れるため、事実を誤認させる各種画策を講じていたことが判明しており、不適切と認識しながら、売上前倒計上に主体的に関与していたと言わざるを得ない。

なお、田坂氏が不適切な会計処理であるという認識を有していたという認定に沿う事情としては、以下のイ・ウの事情も存在する。

---

[38] 当委員会によるヒアリングにおいて、田坂氏は、2022 年以前から、桜橋監査法人から同旨の指摘があったことを供述していた。この点、2022 年以前は、桜橋監査法人による同様の指摘が監査結果の講評の場でなされていたことを示す直接的な資料は見当たらなかったが、2020 年 2 月 25 日、当時総合企画部経理課の役職員であった w 氏が、e 氏ら当時の同課役職員に対し、残高確認手続で差異が発生する等しており、桜橋監査法人から疑いの目を向けられないようにすることをミーティングで話し合うことを持ち掛けたメールが存在することからすると、この田坂氏の供述は、一定程度の裏付けを伴っていると評価できる。

イ　田坂氏は、意図的に、「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間を記載していなかったこと

下表のメールは、田坂氏が、意図的に「ご注文内容確認書兼申込書」に広告掲載等期間を記載しておらず、広告掲載等期間との齟齬を隠す意図であったことを推認させる。

年月日	送信者	受信者	内容
2020年4月7日	田坂氏	K社担当者	実務期間は見積書に記載し、「ご注文内容確認書兼申込書」には発注月を記載するのが定型様式であると伝えている。
2020年4月20日	田坂氏	L社担当者	ご注文内容確認書兼申込書の「2020年度の」という文言の削除を依頼している。
2021年1月27日	橋本氏	I社担当者 （CCに田坂氏）	「掲載期間」が記載されておらず、「詳細は提案書に記載の通りとします。」と記載された「仮ご注文内容確認書兼申込書」のデータを送っている。
2021年7月26日	田坂氏	G社担当者	「掲載期間」の欄がブランクになっている「ご注文内容確認書兼申込書」のデータを送っている。
2022年4月6日	田坂氏	J社担当者	「掲載期間」の欄の記載振りを調整し、「別途見積書の通り」と記載された「ご注文内容確認書兼申込書」のデータを送っている。

ウ　田坂氏は、「ご注文内容確認書兼申込書」の発注月を操作していたこと

田坂氏が、「ご注文内容確認書兼申込書」の発注月を操作し、売上計上月を発注月とすることを意図していたことを推認させるメールとして、下表のメールが発見されている。

年月日	送信者	受信者	内容
2020年4月14日	田坂氏	G社担当者	申込日は3月末日までの日付とするように伝えている。
2023年11月14日	田坂氏	A社担当者	申込日は10月末日までの日付とするように伝えている。

(3)　櫛引氏について

櫛引氏は、当委員会によるヒアリングにおいて、メディア事業等における売上を計上するためには役務提供が完了していること及びそれについての証憑が揃っていることが必要なことは認識しているが、従前は、過去の保険の販売実績に応じて、当社が支出した広告費の一部を補助する意味合いでマーケティングコストとして受領していたことがあったが、金融庁の指導によりマーケティングコストを受領することができなくなり、当該経緯から、その代替として広告費を受領することになったが、そのような沿革から、広告費は過去の保険の販売実績に応じて金額が決められるとの側面があった旨を供述した。他方で、櫛引氏は、保険市場社と保険会社等との広告掲載契約又は広告運用契約において広告掲載等期間が定められていることを認識しており、広告費として支払を受ける以上、広告料に見合った役務を提供し、広告掲載等期間が終了した後でなければ、収益として認識することができないことについては認識していた旨供述した。

当社における櫛引氏の経歴は前記第2・6・(1)のとおりである。櫛引氏は当社専務取締役として保険市場社を管掌し、前記第2・6・(2)のとおり、2018年には保険市場社の取締役にも就任していた。また、2023年8月から2024年3月まで経営管理本部長として総合企画部を管掌していた。保険市場社における櫛引氏の業務は、保険会社等の上席の役職員と面談する等の営業活動を行い、その情報や結果を、橋本氏及び田坂氏ら保険市場社の代表取締役社長、保険市場社の営業担当等に繋ぎ、保険会社等と保険市場社の担当とを取り持つといったものであり、日々の業務を行うに当たり、申込書等の将来の広告掲載又は広告運用に関する証憑類を日常的に目にしていた者ではなく、契約の相手方当事者である保険会社等が、保険市場社に対して将来の広告掲載又は広告運用を求め、これに対する対価を支払う意思であったことを正確に認識し得る立場にはなかった。

しかしながら、櫛引氏は、前記5・(1)のとおり、2023年3月、櫛引氏自ら桜橋監査法人に対し、売上計上の仕組みを説明すると共に、保険会社等に対しても、桜橋監査法人のメールによる一斉調査の際に、櫛引氏が桜橋監査法人に説明した内容に沿う回答案を伝えて、そのとおりに回答するよう誘導したことは、桜橋監査法人による相次ぐ指摘により、売上前倒計上が行われている事実が露見しないよう対応し

ていたことを推認させるものである。

さらに、2023 年 2 月 26 日、櫛引氏は、公認会計士の v 氏が監査法人からの指摘事項を濱田氏に報告した旨のメールを受信しているが、当該メールには、v 氏が作成したと思われる「監査法人より保険市場の売上先食いが指摘されている」旨が記載された資料が添付されている。また、メール本文には、「架空計上と異なり、実体がある取引で期間帰属だけの問題であるとの認識でご同意を得ております」との記載や「年度内の収益であるとのロジックを組み立てたい」との記載がなされている。

この点について、櫛引氏は、v 氏は当社のビジネスを理解していなかったため売上の先食いであるとの誤解による問題意識を持ったのではないか、と供述するが、v 氏の当該メールの内容が誤解に基づくものであると指摘又は訂正するような内容のメール等は不見当であり、公認会計士である v 氏の指摘が誤解に基づくものであるとする櫛引氏の供述については俄かに信用し難い。そして、その後に櫛引氏が、v 氏のメールにて指摘されているように、年度内の収益であるとのロジックを組み立てて、前記 5・(1)のとおり、桜橋監査法人に説明していること、上記のとおり、桜橋監査法人の保険会社等に対するメールによる一斉調査における保険会社等の回答内容を操作していることを踏まえれば、当該メールは、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であることを櫛引氏が認識していたことを示すものである。

なお、櫛引氏は、過去の保険の販売実績に応じて広告料金の金額が決められる側面があった旨を供述した。しかしながら、広告掲載等期間が終了した後でなければ、収益として認識することができないという櫛引氏の認識を前提とすれば、たとえ過去の販売実績に応じて広告料金の金額が定められる側面があったとしても、過去の販売実績に応じて定められた広告料金の対価として広告が掲載され、当該広告に関する広告掲載等期間が終了しなければ、収益として認識することはできず、売上を計上することはできないことになるのであるから、櫛引氏の当該供述を前提としても、売上前倒計上が不適切な会計処理であることに対する櫛引氏の認識が否定されるものではない。

以上からすると、櫛引氏については、当社における保険市場社の管掌取締役として、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であることを認識しつつ、桜橋監査法人による保険会社等に対するメールによる一斉調査における保険会社等の回答内容を操作する等し、保険市場社の代表取締役社長であった橋本氏や田坂氏と連携していたことが認められる。

（4）　濱田氏について

濱田氏は、当委員会によるヒアリングにおいて、メディア事業等における売上に関し、「ご注文内容確認書兼申込書」の記載内容を認識しておらず、その「広告費（●月分）」として記載されていた年月に売上計上していたかどうかまで認識していなかったが、仮にそのような事実があったとしても、このような売上は、広告媒体としての価値に加え、いわゆる ANP[39]、すなわち保険販売実績に応じたインセンティブとして支払われるものであるから、売上前倒計上ではなく、それ故、不適切な会計処理であるという認識もなかった旨供述していた[40]。

濱田氏は、当社の代表取締役社長であり、監査結果の講評の場に出席して直接講評を受けることはなかったにせよ、当社の監査役や総合企画部経理課の者ら当社の役職員らから、指摘事項の内容の伝達を受ける立場にあったと考えられる。特に、

---

[39] 契約期間中に平均して保険料を支払うとの仮定の下で計算した年換算保険料のことをいう（Annualized New business Premium）。

[40] 濱田氏と完全に同趣旨の供述をするものではないが、インセンティブの具体的な内容やその背景等については、常勤監査役である朝田宏幸氏（以下「**朝田氏**」という。）が、ボリュームインセンティブという用語を用いて詳細に供述した。朝田氏によれば、保険市場社の前身である株式会社アドバンスメディアマーケティング時代に、保険会社のチラシを郵便物に同封して顧客へ発送し、顧客から資料請求を受けた際にダイレクトメールを送信するビジネスが行われており、その際に先行費用として発生する印刷費、封入費、郵送費用等の実費がマーケティングコストと呼ばれるものであるとのことであった。このようなビジネスは、仮に保険代理業務により当初予想されていた成果が達成されなかった場合にも、保険会社等がマーケティングコストを負担しなければならないというリスクを伴うため、15 年程前から、保険会社等がこのような取引を行うことを避けるようになり、次第に、前年度の広告代理業務により成約に至った件数等の実績の数パーセントを成果報酬として保険会社等が支払うものの、その支払の名目を「広告費」として処理するというビジネスモデルに変化したとのことであった。そして、当該成果報酬は、ボリュームインセンティブと呼ばれるようになったとのことであった。なお、朝田氏によれば、成果報酬を「広告費」として処理することになったのは、保険会社等において、実態に即した名目でなければ、前年度の成約件数等の実績を勘案したうえで、翌期の広告費予算を策定できないとの保険会社側の事情に配慮したことによるものであるとのことであった。

しかし、仮にボリュームインセンティブを「広告費」として処理するという朝田氏の供述どおりの運用が行われていたとしても、前年度の成約件数等の実績を勘案して策定されたボリュームインセンティブ自体は、保険会社等と保険市場社における協議の結果合意された翌期の成約目標数を前提に策定された翌期の広告費予算から支払われるものであり、この点は朝田氏も同様の認識である旨供述した。そして、保険会社等において、翌期の成果を目的に策定された広告費予算から支払われるものであり、かつ、これに対応する広告出稿も翌期に実施されるのであれば、その売上は、あくまで翌期に計上されるべきものであって、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に計上すべき売上ではないと評価されることから、仮に前年度の成約件数等の実績に基づいて算定されたボリュームインセンティブを保険会社等が支払っていたという実態が認められたとしても、その支払に対応する売上は翌期に計上すべきこととなるため、これにより売上前倒計上が行われていたことが否定されることにはならない。

なお、各保険会社等に対するアンケートやヒアリングにおいて、「ご注文内容確認書兼申込書」の「お申込み内容」欄に「広告費」と記載された取引について、マーケティングコストやボリュームインセンティブとしての支払であることを認識していた保険会社等は皆無であり、いずれも広告掲載に対する対価として支払っているものと認識していた。また、マーケティングコストやボリュームインセンティブが「広告費」として処理されているのであれば、桜橋監査法人も同様の認識を有していて然るべきであるが、桜橋監査法人に対するヒアリングにおいて、そのような認識は示されなかった。

前記 28 期第 1 四半期の監査結果の講評を受け、当社内で、指摘事項の是正を目的としたミーティングを企画する等していた v 氏は、2023 年 2 月、濱田氏に対し、同監査結果の講評における指摘事項の報告をしていたことが、v 氏が発出したメール等から窺われるうえ、濱田氏自身、当委員会によるヒアリング時、自身のスケジュールを確認して、v 氏から報告を受けた日時や、v 氏が開催したものとみられるミーティングの日時が確認できた旨供述していた。これらからすると、濱田氏は、前記指摘の認識の有無について、曖昧な供述をしていたものの、遅くとも 2023 年 2 月頃には、前記指摘を認識していた可能性がある。

一方で、当社及び保険市場社において日々の業務が行われるに際して、濱田氏自身は、これに関わり、「ご注文内容確認書兼申込書」、見積書、提案書といった将来の広告掲載に関する証憑類を日常的に目にすべき立場にあったわけではなく（実際に、これらの証憑類を目にしていたことを窺わせる客観資料も不見当であった。）、また、取引先である保険会社等の担当者との契約締結を含む日常的な営業に従事していた立場の者でもなく、契約の相手方当事者である保険会社等が、契約締結時に保険市場社に対して将来の広告掲載を求め、これに対する対価を支払う意思であったことを認識し得る立場にはなかったことを考慮すると、メディア事業等において売上前倒計上がなされているという認識は有していなかったものと認められる。

さらに、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りについて精査したが、濱田氏自身が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求めていたことを窺わせる客観資料はもとより、その旨の指示を与え、あるいは報告を受けていたことを窺わせる客観資料も入手するに至らなかった。さらに、濱田氏自身が、桜橋監査法人に対し、虚偽の広告掲載等期間の記載等をした提案書を提出していたことを窺わせる客観資料はもとより、それらの報告を受けていたことを窺わせる客観資料も収集するに至らなかったことからしても、濱田氏について、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であるという認識は認められない。

(5)　鳥居氏について

鳥居氏は、当委員会によるヒアリングにおいて、メディア事業等における売上は、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載されていた年月に計上していたという認識はなく、売上前倒計上がなされているという認識はなかった旨供述していた。

この点、鳥居氏の経歴は、前記第 2・6・(2)のとおりであるが、同氏のヒアリング結果によれば、本調査対象期間外である 2013 年 10 月から 2014 年 6 月まで保険市場社代表取締役社長を務めていた。一方で、本調査対象期間の一部である 2020 年

12 月まで保険市場社取締役を務めていたほか、2025 年 12 月頃以降は、保険市場社代表取締役社長の立場にあるため、橋本氏や田坂氏との業務上の接点を有していた。それにもかかわらず、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」との記載に基づいて総合企画部経理課へ売上の計上申請をする保険市場社の業務フローを認識していたことを示す客観資料は見当たらなかったことからすると、メディア事業等において売上前倒計上がなされているという認識はなかったものと認められる。

また、鳥居氏が前記監査結果の講評における指摘事項を認識していたことを示す客観資料も見当たらなかったことからすると、前記監査結果の講評における指摘事項を認識していたとは認められない。

加えて、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りについて精査したが、鳥居氏自身が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求めていたことを窺わせる客観資料はもとより、その報告を受けていたことを窺わせる客観資料も入手するに至らず、鳥居氏自身が、桜橋監査法人に対し、虚偽の広告掲載等期間を記載する等した提案書を提出していたことを窺わせる客観資料も、それらの報告を受けていたことを窺わせる客観資料も収集するに至らなかったことからしても、鳥居氏について、メディア事業等における売上前倒計上がなされていたとの認識すらない以上、保険市場社における売上計上が不適切な会計処理であるという認識を認めることはできない。

（6） 総合企画部の役職員（上記(3)の櫛引氏を除く。）について

ア 横山氏について

横山氏は、2019 年に当社に入社して、管理本部の IT 統括部での業務を経て、2022 年 1 月より取締役管理本部長として、総合企画部経理課を管掌していた者である。

横山氏は、総合企画部経理課を管掌する取締役として、前記 5・(1) の桜橋監査法人による監査結果の講評にも参加していたため、桜橋監査法人から履行義務完了の要件を満たしていない可能性がある旨の指摘を受けていたことを認識していた。加えて、2023 年に桜橋監査法人による保険会社等に対するメールによる一斉調査が行われることになり、櫛引氏が保険会社等に対し、桜橋監査法人への回答案を提示するに当たって、横山氏と v 氏に回答案の内容で問題がないか確認を求めるメールを送信していた。

しかしながら、当委員会が行ったヒアリングにおいて、横山氏は、桜橋監査法人による指摘について、残高確認等により履行義務が完了していることは裏付けがとれているものと認識していた、広告掲載等期間が「ご注文内容確認書兼申込書」に記載されなかったことは、保険会社等との折衝に時間を要していたこと等が原因であると推測し、横山氏において売上前倒計上があったことを疑わせる契機とはなら

なかった、櫛引氏からのメールは、保険会社側から、どのように回答すればよいか櫛引氏に問い合わせを受け、その回答案を提示しているという程度の認識しか有しておらず、保険市場社における売上前倒計上について認識していなかった旨供述した。

この点、横山氏は、「ご注文内容確認書兼申込書」、見積書、提案書といった広告掲載に関する証憑類を日常的に目にしておらず、保険市場社と保険会社等との契約内容を詳細に認識していた者ではないため、前記 5・(1) の桜橋監査法人からの指摘について上記供述のとおり認識した可能性も否定できない。また、櫛引氏からの前記メールについて、e 氏と共に宛先となっているが、横山氏において売上前倒計上の発覚を防ぐため積極的に保険会社等に働きかけるよう認識していたことを示すメールや、櫛引氏からの質問に対して回答しているメール等は不見当であり、櫛引氏からのメールの宛名となっていることをもって横山氏が、売上前倒計上を認識していたと認定するには至らない。

イ　岡田俊哉氏について

岡田俊哉氏（以下「**岡田氏**」という。）は、2024 年 4 月頃、前任の総合企画部長であった x 氏からその業務を引き継ぎ、2024 年 12 月に総合企画部長に就いているが、「ご注文内容確認書兼申込書」、見積書、提案書といった将来の広告掲載に関する証憑類を日常的に目にしていたことを示す客観資料や、取引先である保険会社等との契約締結を含む営業に従事し、取引先である保険会社等が、保険市場社に対して将来の広告掲載又は広告運用を求め、これに対する対価を支払う意思であったことを認識し得る営業担当役職員と同様の職務に従事していたことを示す客観資料は見当たらなかったことからすると、メディア事業等において売上前倒計上がなされているという認識はなかったものと認められる。

この点、岡田氏は、x 氏から総合企画部長の業務を引き継ぐ際、保険市場社の売上に関しては「エビデンスありき」と言われ、証憑があるもののみを売上計上すべきことは認識していたが、一括計上の問題を引き継いだことはなく、自身も問題視したことはなかった旨述べている。同氏が総合企画部長の業務に従事していた期間の大半は、PV 問題発覚後の後始末に追われていたと思われ、メディア事業等における売上計上時期について問題視しなかったのも無理からぬ状況であったと考えられる。

また、岡田氏の総合企画部長としての在任期間に照らすと、岡田氏が前記監査結果の講評における指摘事項を認識していたとは認められない。

加えて、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りについて精査したが、岡田氏自身が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、保

険会社等に対し、「差異なし」の回答を求めたり、桜橋監査法人に対し、広告掲載等期間の記載を削除した提案書を提出したりしていたことを窺わせる客観資料はもとより、そうした報告を受けていたことを窺わせる客観資料も入手するに至らなかった。かかる状況に鑑みると、岡田氏について、メディア事業等における売上前倒計上への関与はもちろん、これが不適切な会計処理であるという認識についても認められない。

ウ　その他の総合企画部経理課役職員について

前記監査結果の講評が実施されていた 2020 年 5 月頃から 2023 年 8 月頃までに在籍していたその他の総合企画部経理課の役職員としては、e 氏、v 氏、d 氏、a 氏、s 氏、k 氏らがいるところ、同人らは、前記監査結果の講評における指摘事項を認識していたと認められるうえ、橋本氏は、当委員会のヒアリングにおいて、特に、e 氏に対しては、売上前倒計上が正しい会計処理であるのか個人的には疑問に感じていたことや、広告掲載等期間に関して保険市場社と認識の相違がある可能性がある保険会社等から保険市場社における広告掲載等期間に関する書面を取り付けることは困難であること等、問題意識を共有していた旨の供述をしている。

また、当社及び保険市場社関係者が発出したメール等のやり取りについて精査したところ、総合企画部経理課の役職員が、桜橋監査法人が保険会社等に残高確認等をする前後で、保険会社等に対し、「差異なし」の回答を求めていたことを窺わせる客観資料は不見当であったが、前記 5・(2)のとおり、a 氏は、桜橋監査法人に対し、虚偽の広告掲載等期間を記載する等した提案書を提出することに関与したことを窺わせる客観資料が存在し、前記 3・(3)・ウのとおり、d 氏は、広告掲載等期間の記載のある「注文書」を提出せず、広告掲載等期間の記載のない「ご注文内容確認書兼申込書」を提出することに関与したことを窺わせる客観資料が存在する。また、前記 3・(1)で述べた業務フロー上、総合企画部経理課の役職員は、「ご注文内容確認書兼申込書」の「広告費（●月分）」として記載された年月に売上計上することを認識していたと認められるところ、前記 3・(3)・エのとおり、k 氏は、広告掲載等期間が売上計上時よりも後の期間になっていることを認識していたことを窺わせる客観資料も存在する。さらに、営業担当役職員が保険会社等に、「ご注文内容確認書兼申込書」と共に、将来の広告掲載等期間が記載された見積書を送信するメールの CC に総合企画部経理課が含まれているメールも複数存在する。このような事情に照らすと、総合企画部経理課の一部の役職員が、売上前倒計上について認識していた可能性は完全には否定しがたい。

しかし、総合企画部経理課の役職員は、取引先である保険会社等との契約締結を含む営業に従事していた者でもなく、契約の相手方当事者である保険会社等が、保

険市場社に対して将来の広告掲載を求め、これに対する対価を支払う意思であったことを認識し得る立場にはなかったことを考慮すると、メディア事業等において売上前倒計上がなされているという認識は希薄であったと考えられる。

その他、総合企画部経理課の役職員は、入退社に伴う入れ替わりが激しく、相当数が当委員会によるヒアリング時点で退職していたところ、v 氏及び s 氏は当委員会のヒアリング要請を拒絶し、また、a 氏及び k 氏はヒアリング要請に対し応答せず、ヒアリングに応じる総合企画部経理課の役職員（当時）が少なく、長期間同課で業務に従事していた者から供述を得て詳細な事実認定をすることができなかったということもあり、同課の役職員が、メディア事業等における売上前倒計上が不適切な会計処理であるという認識をもっていたと認めるには至らなかった。

(7)　社外役員等について

当委員会において、本調査対象期間当時、当社社外役員であった y 氏ほか数名の当社社外役員や常勤監査役のヒアリングを行ったが、いずれも、メディア事業等において、売上前倒計上が行われていたことや、会計不正が行われていたことの認識はなかった旨供述しており、その他社外役員や常勤監査役にメディア事業等における売上前倒計上等に関与し又は認識があったことを窺わせる客観資料は見当たらなかったことに照らすと、これらの者については、メディア事業等における売上前倒計上等の認識があったとは認められない。

(8)　桜橋監査法人について

本調査対象期間当時の監査法人である桜橋監査法人については、前記 5・(1)で触れたとおり、売上の期間帰属について疑問を呈し、監査結果の講評の場において、是正に向けた指摘を繰り返し行ってきた。28 期監査結果の講評以降に、桜橋監査法人が同様の指摘を行っていた形跡は認められないが、前記 5・(1)で述べたとおり、これは、櫛引氏らが、保険会社等に対して保険市場社が望む回答をするよう画策した結果、収益認識時期に係る差異が存在しないかのような外観が作出され、売上計上の期間帰属が不明確であるとの指摘が困難になったからである。

そうすると、桜橋監査法人において、メディア事業等における売上前倒計上の疑義を看破できなかったことは無理からぬことといえ、メディア事業等における売上前倒計上等の認識を持ちながら黙認していたような状況は認められない。

7　売上前倒計上に関する総括

以上のとおり、橋本氏が、営業活動の責任者として、収益目標を達成し、四半期ごとの決算数値を良くするため、不適切な会計処理と認識しながら、売上前倒計上

を継続しており、田坂氏が、同様の認識を持ちつつ、売上前倒計上を継続し、さらに、当社における保険市場社管掌取締役の櫛引氏とも連携し、桜橋監査法人による売上前倒計上の発覚を免れるための各種画策を講じていた状況に鑑みれば、一連の売上前倒計上は、財務諸表の意図的な虚偽の表示である不正会計であったと評価するのが相当である。

第４　当社等とＰ社との間の一連の取引を通じた会計処理上の問題

１　調査結果の概要

(1)　本事象における取引類型

前記第１のとおり、当委員会が本調査の対象とする本事象においては、当社ないし保険市場社（以下、両社を併せて「**当社等**」という。）とＰ社（以下Ｐ社の役職員のうち当社等との窓口として本事象に関与した者を総称して「**Ｐ社担当者**」という。）との間において当事者の立場を異にする複数の取引を行っていた。

具体的には、①保険市場社を売主とし、Ｐ社を買主とする本件サイトに係る広告枠[41]（以下「**本件広告枠**」という。）の販売取引（以下「**本件広告枠販売取引**」という。）、②当社等を発注者とし、Ｐ社を受託者とする広告運用委託取引（以下「**本件広告運用委託取引**」という。）、③当社を取得者とする「[redacted] for アドバンスクリエイト」の資産計上取引（以下「**本件資産計上取引**」といい、かかる資産計上を以下「**本件資産計上**」という。）であった。

(2)　調査結果の要旨

本調査の結果、前記各取引は、その取引名目や契約形式の如何にかかわらず、全体として、当社等とＰ社との間の緊密な情報共有に基づく精緻な残高管理の下に実施された「借金」とその「返済」[42]を繰り返す不正なスキーム（以下「**本件Ｐ社取引スキーム**」という。）において一連のものとして行われていたと認められる。

すなわち、「借金」は、本件広告枠販売取引による売上の一括計上、又は本件広告運用委託取引における広告運用委託費（以下「**外注費**」という。）の「値引き」に伴う繰延べ（以下「**本件外注費繰延べ**」という。）によって発生していた。その「返済」は、前者については後続する本件広告運用委託取引における反対給付を通じて、後者については翌四半期以降の外注費の請求額に上乗せして支払うことにより、それぞれ行われていた。そして、本件資産計上は、この前者の「返済」として支払われた「クリエイティブ費用」70 百万円について、費用の平準化を図るため、2023 年 10 月にＰ社から「[redacted] for アドバンスクリエイト」を取得したものとして資産計上したものであったが、実際に納品を受けたのはソフトウェアではなく画像データ等にすぎなかった。

---

41 「本件サイトに係る広告枠」とは、本件サイトの広告掲載面につき、買主が保険市場社に対して広告の掲載を求めることができる権利をいう。

42 本事象の関係者は、「借金」や「返済」という文言を用いて本件Ｐ社取引スキームを実行していた。そのため、本報告書においても便宜上当該文言を用いる場合があるが、これらは飽くまで「営業上の貸し借り」を意味するものであって、金銭消費貸借その他の金融取引を意味するものではない。また、当委員会は、本件Ｐ社取引スキームについて、「契約における重要な金融要素」（収益認識基準第 48 項(2)）の存在を認定したものでもない。

この「借金」の類型を整理すると次のとおりである。

・反対給付の合意を伴う方法（以下「**①反対給付型**」という。） 保険市場社が、P 社に対して、本件広告枠を販売し、その販売対価相当額を一括して売上計上するに当たって、当社等が P 社に対して後続する本件広告運用委託取引において当該販売対価相当額以上の利益を供与するという反対給付を合意することによって、本来当四半期又は当期に計上すべきでない売上を当四半期又は当期に計上するもの。
・費用の期間帰属の操作による方法（以下「**②費用繰延型**」という。） 当社が、P 社に対して、支払うべき外注費について、「値引き」に伴ってその支払の猶予を受けることにより、本来当四半期又は当期に発生した費用を翌四半期又は翌期以降に繰り延べるもの。

①反対給付型としては、遅くとも 2019 年 9 月の 30 百万円、2020 年 3 月の 20 百万円、2020 年 9 月の 30 百万円、2022 年 3 月の 79 百万円及び 2022 年 12 月の 330 百万円の本件広告枠販売取引が行われた。②費用繰延型としては、2020 年 5 月の 45 百万円、2022 年 2 月から同年 3 月の合計 48 百万円、2022 年 12 月の 69 百万円、2023 年 3 月の 116 百万円及び 2024 年 6 月の 15 百万円の本件外注費繰延べが行われた。

このように当社等においては、遅くとも 2019 年 9 月から 2024 年 8 月頃までの間、四半期末や決算期末の目標数値を達成する必要が生じる都度、「借金」をすることで、決算数値を操作・改善していた。

本件 P 社取引スキームの特徴として、次の 3 点が挙げられる。

第一に、本件広告枠販売取引には、常に、当社等が P 社に対して同額以上の利益を供与するという反対給付の合意が伴っていた。すなわち、当社等は、本件広告枠販売取引のいずれについても、これに先立ち又はこれと同時に、後続する本件広告運用委託取引において、次の方法により P 社に粗利を追加的に供与し、P 社が負担した本件広告枠の購入費用を実質的に補填することを合意していた（以下、この反対給付としてなされた一連の取引を「**本件反対給付取引**」という。）。この合意の存在は、後記 4 におけるあるべき会計処理の前提となる重要な事実である。

本件反対給付取引	内容
マージン率の引上げ	当社等が P 社に対して支払う外注費について、本件広告枠販売取引に対応してマージン率を引き上げて設定し、当該引上げ部分に相当する金額をもって、P 社が本件広告枠の購入費用として負担した金額を実質的に補填すること
配信量の増加	本件広告運用委託取引において、当社等が、P 社が本件広告枠

	の購入費用として負担した金額を補填する目的で、従前の水準を超えて配信量を増加させて発注し、当該増額部分に相当する金額をもって、実質的に当該負担額を補填すること
クリエイティブ費用の上乗せ支払	当社が P 社に対し、広告クリエイティブの制作等に係る費用として、これに対応する役務の提供を伴わない金額又は当該役務の実態に照らして相当と認められる金額を超える金額を支払い、当該金額をもって、P 社が本件広告枠の購入費用として負担した金額を実質的に補填すること
広告運用代行業務の移管	保険市場社が従前自ら行っていた広告運用代行業務を P 社に移管し、これにより P 社が得ることとなる収益をもって、P 社が本件広告枠の購入費用として負担した金額を実質的に補填すること
その他の調整	上記の各方法以外の方法により、当社等が P 社に対して支払う金額を増額し、又は P 社が得る収益を増加させることにより、P 社が本件広告枠の購入費用として負担した金額を実質的に補填すること

第二に、P 社が購入した本件広告枠はほとんど行使されたことはなかった。すなわち、本件広告枠について広告を出稿するためには、P 社が保険市場社に対して広告出稿を依頼する必要があるという運用上の制約が存在したが、実際に広告が出稿された実績は、2023 年 6 月から同年 7 月までのごく一部の期間しか存在しなかった。しかも、この期間は、桜橋監査法人から本件広告枠販売取引に係る会計処理の適否について疑義が示され、本件広告枠販売取引に係る義務履行の確認のための客観的証跡の提出を求められた時期と一致していた。加えて、主として田坂氏が P 社担当者を交えて出稿実態の作出を準備していた経緯（後記 3・(1)）を踏まえると、当該出稿自体も、当社等が P 社に働きかけて形式的に作出したものにすぎないと認められる。

第三に、「借金」の残高は、当社等と P 社との間で 1 円単位まで共有・管理されていた。すなわち、当社等と P 社は、「配信計画表」、「出稿計画表」又は「ご返済計画表」等と題する Excel ファイルを作成・更新のうえで共有し、当該資料において、P 社が負担した広告枠購入費用や外注費の「値引き」分を当社等の P 社に対する「借金」と称して、これを将来当社等から P 社に対して「返済」すべきものとして取り扱い、その残高を 1 円単位に至るまで精緻に管理していた。

なお、本件 P 社取引スキームにおける「返済」は、P 社に生じた経済的負担の補填にとどまらず、これを上回る金員を伴うこともあった。この差額は、P 社の負担の補填に付随して生じた計算上の誤差ではなく、当社等が P 社に対して供与するこ

とを約束した利益相当額[43]として、本件反対給付取引の設計にあらかじめ組み込まれていたものであり、結果として、2019 年 9 月から 2024 年 8 月までの全期間を通じて合計額は 102 百万円に上った。

本件 P 社取引スキームにおける資金の流れを図示すると【①反対給付型における資金の流れ】のとおりであり、各事業年度における金額は【①反対給付型の一覧】及び【②費用繰延型の一覧】のとおりである。

【①　反対給付型における資金の流れ（表の期間は仕訳計上月である。）】[44]

【①　反対給付型の一覧（表の期間は仕訳計上期間である。）】[45]

（百万円）

連結事業年度	内容	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	計
2019 年 9 月期	広告枠販売	-	-	-	30	30
	合計	-	-	-	30	30
2020 年 9 月期	広告枠販売	-	20	-	30	50
	広告運用費の増額	-	-	△16	△19	△35

[43] 前記 Excel ファイルにおいて「御社利益」と称されることもあった。
[44] 表上の「広告運用費の増額」は前記の「マージン率の引上げ」及び「配信量の増加」の合計としている。なお、表の期間は仕訳計上月である。
[45] 表上の「広告運用費の増額」は前記の「マージン率の引上げ」及び「配信量の増加」の合計としている。

（百万円）

	合計	-	20	△16	11	15
2021年9月期	広告運用費の増額	△18	△9	-	-	△27
	クリエイティブ費用	-	-	-	△3	△3
	合計	△18	△9	-	△3	△30
2022年9月期	広告枠販売	-	79	-	-	79
	クリエイティブ費用	△8	△8	△11	△23	△49
	広告運用代行業務の移管	-	-	△3	△6	△8
	合計	△8	72	△14	△29	22
2023年9月期	広告枠販売	330	-	-	-	330
	広告運用費の増額	-	△46	△86	△68	△201
	クリエイティブ費用	△26	△17	△31	△45	△118
	広告運用代行業務の移管	△8	△6	-	-	△14
	その他調整	-	-	25	△53	△28
	合計	297	△69	△92	△166	△31
2024年9月期	広告運用費の増額	4	-	-	-	4
	クリエイティブ費用	△103	-	-	-	△103
	その他調整	△10	-	-	-	△10
	合計	△109	-	-	-	△109
総合計		161	14	△122	△156	△102

【①反対給付型の一覧】は、一連の本件広告枠販売取引と本件反対給付取引が当社等の損益に与えた影響額を、その原因となった取引の別に、事業年度及び四半期ごとに整理したものである。この表において、正の数値は、保険市場社がP社に対して本件広告枠を販売したことにより計上された売上の額、すなわち「借金」の発生額を示している。他方で、負（△）の数値は、当該「借金」の「返済」として、当社等が本件反対給付取引を通じてP社に追加的に供与した粗利相当額、すなわち「返済」額を示している。

上記のとおり、「返済」はP社の経済的負担の補填を上回る金員を伴うものであったから、「借金」の発生額と「返済」額とを通算すると、「返済」額が「借金」額を超過することとなる。この表の合計欄に記載された「△102」がその超過額であり、上記の当社等がP社に対して結果的に供与した利益相当額（102百万円）に対応する。

【②費用繰延型の一覧（役務提供月及び仕訳計上月は当社を基準とする。）】

No	役務提供月	仕訳計上月	金額	繰延べの手法
1-1	2020 年 5 月	2020 年 6 月	10 百万円	請求書の期間記載削除 （計上四半期の相違なし）
1-2	2020 年 5 月	2020 年 7 月	17 百万円	請求書の期間記載削除 （計上四半期の相違あり）
1-3	2020 年 5 月	2020 年 8 月	17 百万円	同上
1	合計		45 百万円	
2-1	2022 年 2 月	2022 年 4 月	12 百万円	同上
2-2	2022 年 3 月	2022 年 6 月	12 百万円	同上
2-3	2022 年 3 月	2022 年 7 月	12 百万円	同上
2-4	2022 年 2 月	2022 年 8 月	12 百万円	同上
2	合計		48 百万円	
3-1	2022 年 12 月	2023 年 3 月	23 百万円	同上
3-2	2022 年 12 月	2023 年 3 月	23 百万円	同上
3-3	2022 年 12 月	2023 年 5 月	23 百万円	同上
3	合計		69 百万円	
4-1	2023 年 3 月	2023 年 4 月	57 百万円	同上
4-2	2023 年 3 月	2023 年 5 月	59 百万円	同上
4	合計		116 百万円	
5-1	2024 年 6 月	2024 年 7 月	7.5 百万円	クリエイティブ費用名目による請求 （計上四半期の相違あり）
5-2	2024 年 6 月	2024 年 8 月	7.5 百万円	同上
5	合計		15 百万円	

【②費用繰延型の一覧】は、その「役務提供月」欄において当社が P 社から本件広告運用委託取引に係る役務の提供を受けた月を記載し、その「仕訳計上月」欄において当社が当該役務に係る外注費を実際に費用計上した月を記載し、両者の乖離を示すことで、本件外注費繰延べの状況を整理したものである。「繰延べの手法」欄における「計上四半期の相違」の有無は、当該乖離が四半期をまたぐものであったか否かを示している。

２　本件Ｐ社取引スキームの実態

以下では、前記１において全体像を述べた本件Ｐ社取引スキームの実態、すなわち、「借金」の発生及びその「返済」の状況について、事業年度ごとに時系列に沿って述べる。

(1)　2019 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況

ア　本件広告運用委託取引の概要

当社は、遅くとも 2016 年 3 月頃以降、本件サイト等への集客のため、Ｐ社に対し、検索連動型広告（リスティング広告）及び SNS 広告等の運用型広告の運用業務等を継続的に委託し、その対価として、媒体費（広告掲載費用）に一定料率の手数料（当該手数料の料率を、以下「**マージン率**」という。）を加えた金額を外注費として支払っていた。この本件広告運用委託取引においてＰ社が得る粗利は、マージン率により定まっていた。そのため、当社が発注量を増やし、又はマージン率を引き上げれば、Ｐ社の粗利が増加するという関係にあった。

保険市場社は、Ｐ社による広告運用の状況を当社に代わって管理し、Ｐ社に対して、当該広告運用に関する指示を行う一方で、自らも本件サイト上の一部の広告について運用を行っていた。

本件広告運用委託取引に係る規模は、次第に拡大し、遅くとも 2019 年 9 月頃には、毎月 1 億円ないし 2 億円超、年間 20 億円前後となった。

イ　2019 年 9 月の 30 百万円の広告枠販売取引（①反対給付型）

この頃、保険市場社は、Ｐ社に対して、2019 年 9 月 30 日付けで、本件サイトの広告枠を 30 百万円で販売した。

【2019年9月30日付け「ご注文内容確認書兼申込書」(※赤枠は当委員会による。)】

ご注文内容確認書兼申込書

2019年 9月 30日

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL [redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
先日は仮申込を頂きまして、誠にありがとうございました。
お申込内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、
内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送
くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、
ご了承頂けますようお願い申し上げます。 敬具

合 計 金 額 : ¥32,400,000 . − (税込)
業 務 名 : 広告枠

No	お申込内容	数量	単価(税別)	請求金額
1	広告枠	1	30,000,000	30,000,000
合 計(税抜)				¥30,000,000
消費税額				¥2,400,000
合 計(税込)				¥32,400,000
【ご入金日】¥32,400,000 (2019年10月30日)				

当該広告枠販売取引は、本調査において認められた最初の広告枠販売取引である[46]。これに至る経緯については、客観的証拠が十分でなく、関係者の記憶も不確か

[46] なお、本調査により把握した保険市場社とP社との間の本件広告枠販売取引に係る「ご注文内容確認書兼申込書」は、2019年9月30日付けのものが最古であり、これに先立つ作成日付のものは見当たらなかった。もっとも、前記「アドバンスクリエイト御中 2019年10月～2020年3月配信計画表」と題するExcelファイルには、「過去データ」と題するシートが含まれており、当該シートの「広告購入」欄には2018年10月から2019年8月までの各月につき「¥4,170,000」、合計「¥45,870,000」と記載され、また「広告購入後の利益」欄には広告運用委託によりP社が得る粗利から上記「広告購入」に係る金額を控除した金額が記載されていた。そこで、当委員会は、当社等及びP社の仕訳帳等を確認したが、当該期間について広告枠販売取引の存在を裏付ける記載が見当たらず、当該シートを除き、その存在を裏付ける客観的証拠は確認されなかった。したがって、当委員会は、客観的証拠の乏しい2018年10月から2019年8月までの期間について広告枠販売取引の存在を認定せず、客観的な申込書等によってその存在が裏付けられた2019年9月30日付けの広告枠販売取引をもってその存在を認定し得る最も早い時期の取引であると判断し、保険市場社とP社との間の広告枠販売取引の始期を遅くとも2019年9月と認定した。

な点があるため、詳細は明らかではない。しかし、当委員会のヒアリングにおいて、この当時の保険市場社の代表取締役であった橋本氏及び当該取引に係る「ご注文内容確認書兼申込書」の作成者であった田坂氏は、いずれも、決算期末の目標数値を達成するためにP社に対して本件広告枠の購入を依頼したものであることを否定しなかった。また、P社担当者も、保険市場社から依頼があり、P社において負担する広告枠購入費用が後続する本件広告枠販売取引における粗利を通じて回収できるのであれば差し支えないと考えていた旨を述べている。

前記のとおり、当該広告枠販売取引に関しては客観的証拠が十分ではないが、これらの供述と整合する以下の客観的証拠は存在する。すなわち、当該申込書の作成日付の翌日である2019年10月1日、田坂氏及びP社担当者は、当該担当者作成に係る「アドバンスクリエイト御中_201910-202003配信計画_粗利付き02」と題するExcelファイルを共有し、マージン率の引上げによってP社が後続する本件広告運用委託取引によって得る粗利がどのように増額されるのかを検討していた。また、当該P社担当者は、田坂氏に対して、当該Excelファイルをメールで送付する際、別途Messengerにおいて、「3000万の広告発注いれるにあたり、増額頂ける旨のエビデンスを社内的に取らないといけないようで、お送りしたメールに返信をお願いします。」と送信している。

したがって、2019年9月の30百万円の広告枠販売取引は、当社等が決算期末の目標数値を達成するためにP社に対して本件広告枠の購入を依頼したものであり、この購入費用については「借金」として、P社が後続する本件広告枠販売取引における粗利を通じて回収する形で「返済」されることが予定されていたものと認められる（以下、この「決算数値を目標とする水準に近付けることを目的として、P社に本件広告枠を購入させ、P社が負担する広告枠購入費用を後続する本件広告運用委託取引における粗利を通じて回収させることを前提とする取引構造」を「**本件取引構造**」という。）。

(2)　2020年9月期における「借金」の発生と「返済」の状況

ア　2019年9月分「借金」（30百万円）に係る「返済」の未実現

2019年9月分「借金」（30百万円）の「返済」方法については、橋本氏及び田坂氏とP社担当者との間において、主としてマージン率の引上げという方法によることが検討されていたが、2020年3月時点においても、その引上げは実現していなかった。

他方で、P社が2019年9月に購入した本件広告枠を利用して広告を出稿することもなかった。

イ　2020 年 3 月の 20 百万円の広告枠販売取引（①反対給付型）

このような状況において、保険市場社は、P 社に対し、前記(1)と同様に本件取引構造の下で、2020 年 3 月 31 日付けで、新たに本件広告枠を 20 百万円で購入させた。

【2020 年 3 月 31 日付け「ご注文内容確認兼申込書」（※赤枠は当委員会による。）】

ご注文内容確認書兼申込書

2020年3月31日

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL. [redacted]

拝啓　貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
ご注文の内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、ご注文受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

合　計　金　額　：　¥22,000,000.－（税込）
業　務　名　：広告枠

No	お申込内容	数量	単価(税抜)	請求金額
1	広告枠	1	20,000,000	20,000,000
合　計(税抜)				¥20,000,000
消費税額				¥2,000,000
合　計(税込)				¥22,000,000
【ご入金予定日】	¥22,000,000		2020年5月29日	

※ 消費税法改正に伴い、2019年10月以降の運用実施分につきましては、消費税10%を頂戴いたします。

この時点で、2019 年 9 月分「借金」（30 百万円）及び 2020 年 3 月分「借金」（20 百万円）が発生していた。これらの「借金」は、後続する本件広告運用委託取引において、2020 年 4 月以降、SEM（Search Engine Marketing）[47]広告に係るマージ

[47] SEM（Search Engine Marketing）とは、検索エンジンから Web サイトへのアクセスを増や

ン率を 8%から 12%に引き上げて外注費を加算するとともに、同年 5 月以降、保険市場社が行っていた広告運用代行業務の一部を移管してその手数料相当額を得させることで、上記双方の「借金」が区別されることなく徐々に「返済」された。

また、P 社は、2020 年 4 月頃及び同年 6 月頃、同年 3 月に購入した本件広告枠を利用して広告を出稿することを検討したが、このときも実際に広告を出稿することはなかった。

ウ　2020 年 5 月頃の 45 百万円の費用繰延べ（②費用繰延型）

当社は、2020 年 5 月頃、当四半期の費用を圧縮するため、P 社の承諾を得て、外注費 45 百万円について一時的に費用を繰り延べた。

この点については、P 社担当者は、2020 年 6 月 8 日、田坂氏に対して、「20200608_ご提示アドバンスクリエイト御中_繰延金額更新_202004-202103 配信計画」と題する Excel ファイルを送付していた。当該 Excel ファイルには、2020 年 6 月分の請求につき「①ご請求は 5 月繰延分を＋1,000 万円追加」、同年 7 月分につき「②ご請求は 5 月繰延分を＋1,750 万円追加」、同年 8 月分につき「③ご請求は 5 月繰延分を＋1,750 万円追加」と記載されていた。

このようにして繰り延べられた「借金」（45 百万円）は、実際に前記 Excel ファイルの記載どおり、2020 年 6 月から同年 8 月にかけて、後続する本件広告運用委託取引における請求額に上乗せして支払われることで「返済」された。

なお、この「返済」に係る請求に当たり、P 社は「Google AdWords Search」との請求項目名を付した請求書を発行していたが、本調査の結果、P 社が保管していた当該請求書には「役務提供期間」欄の記載が存在した一方で、当社が保管していた当該請求書には当該記載が存在しないことが判明した。これは、田坂氏が、主として当社の経理部門において通常の外注費に係る請求と費用繰延べ分の「返済」に係る請求とを一見して区別できないようにするため、P 社担当者に対して、当社に交付する請求書から当該記載を削除するよう求め、当該担当者がこれに応じて、当該記載を削除した請求書を当社に交付していたことによるものであった。このような請求書の作成・交付は、以後の本件外注費繰延べにおいても反復されていた。

すためのマーケティング手法等のことを指す。

【P 社が保管していた請求書（※赤枠は当委員会による。）】

合　計　請　求　書

〒541-0048
大阪府大阪市中央区瓦町3-5-7
野村不動産御堂筋ビル 6F

株式会社アドバンスクリエイト
部長

オンラインダイレクトマーケティング部
鳥居 俊文　様

TEL [redacted]　FAX: [redacted]

お客様コード: [redacted]

[redacted]

毎度ありがとうございます。下記の通りご請求申し上げます。　(2020年07月31日締切分)

今回御請求額	御支払期日
￥ 182, 155, 320	2020/08/31

伝票番号	商品名 / 備考	数量	単価	金額
[redacted]	Google AdWords Search	1	10, 000, 000. 00	10, 000, 000
	(リスティングGoogle) 2020/05/01-2020/05/31		消費税	1, 000, 000
			計	11, 000, 000

【当社が保管していた請求書（※赤枠は当委員会による。）】

請　求　書

〒541-0048
大阪府大阪市中央区瓦町3-5-7
野村不動産御堂筋ビル 6F

株式会社アドバンスクリエイト
部長

オンラインダイレクトマーケティング部
鳥居 俊文　様

TEL: [redacted]　FAX: [redacted]

お客様コード: [redacted]

[redacted]

毎度ありがとうございます。下記の通りご請求申し上げます。　(2020年07月31日締切分)

今回御請求額	御支払期日
￥ 182, 155, 320	2020/08/31

伝票番号	商品名 / 備考	数量	単価	金額
[redacted]	Google AdWords Search	1	10, 000, 000. 00	10, 000, 000
	(リスティングGoogle)		消費税	1, 000, 000
			計	11, 000, 000

エ　　2020 年 9 月の 30 百万円の広告枠販売取引（①反対給付型）

保険市場社は、P 社に対し、本件取引構造の下で、2020 年 9 月 30 日付けで、30 百万円の広告枠を購入させた。

【2020 年 9 月 30 日付け「ご注文内容確認書」（※赤枠は当委員会による。）】

ご注文内容確認書

2020年 9月 30日

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL: [redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
ご注文の内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

合 計 金 額 ： ¥33,000,000 .－（税込）
業 務 名 ：広告枠

No	お申込内容	数量	単価(税別)	請求金額
1	広告枠	1	30,000,000	30,000,000
合 計(税抜)				¥30,000,000
消費税額				¥3,000,000
合 計(税込)				¥33,000,000
【ご入金日】¥33,000,000（2020年11月30日）				

前記のとおり、既に発生した 2019 年 9 月分「借金」（30 百万円）及び 2020 年 3 月分「借金」（20 百万円）については徐々に「返済」が進んでいたが、その全額の「返済」は 2020 年 9 月期末時点において未了であった。すなわち、P 社担当者が 2020 年 10 月 23 日に田坂氏に送付した「ご確認依頼 20201023 アドバンスクリエイト御中 11 月以降のご予算シミュレーション」と題する Excel ファイルには、「＜広告枠購入金額＞」、「2019 年 9 月：3,000 万円」、「2020 年 4 月：2,000 万円」、「合計：5,000 万円　残り 890 万円」と記載されていた。

【「ご確認依頼 20201023 アドバンスクリエイト御中 11 月以降のご予算シミュレーション」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

株式会社アドバンスクリエイト 御中

2020年11月以降の配信計画

＜広告枠購入金額＞
2019年9月：3,000万円
2020年4月：2,000万円
合計：5,000万円　残り890万円

作成日：10月12日

■ネット一括20%の場合(ネット一括寄せポートフォリオ)

8月実績

▼1日設計(平日、休日の平均)

8月実績	COST	CV	CPA	マージン率	粗利
資料請求	¥2,775,000	126	¥22,000	12.0%	¥333,000
[redacted]	¥100,000	7	¥15,000	20.0%	¥20,000
ネット一括(SEM)	¥920,000	242	¥3,800	12.0%	¥110,400
ネット一括(その他)	¥577,500	152	¥3,800	20.0%	¥115,500
相談予約	¥1,395,000	35	¥40,000	12.0%	¥167,400
その他	¥232,500	78	¥3,000	12.0%	¥27,900
合計	¥6,000,000	639	¥9,386	12.9%	¥774,200

▼月設計

8月実績	COST	マージン率	粗利
資料請求	¥83,250,000	12.0%	¥9,990,000
[redacted]	¥3,000,000	20.0%	¥600,000
ネット一括(SEM)	¥27,600,000	12.0%	¥3,312,000
ネット一括(その他)	¥17,325,000	20.0%	¥3,465,000
相談予約	¥41,850,000	12.0%	¥5,022,000
その他	¥6,975,000	12.0%	¥837,000
合計	¥180,000,000	12.9%	¥23,226,000

10

※ネット一括270万の場合

10月計画	COST	CV	CPA	マージン率	粗利
資料請求	¥1,800,000	86	¥21,000	12.0%	¥216,000
[redacted]	¥100,000	7	¥15,000	20.0%	¥20,000
ネット一括(SEM)	¥2,200,000	489	¥4,500	20.0%	¥440,000
ネット一括(その他)	¥500,000	111	¥4,500	20.0%	¥100,000
相談予約	¥1,200,000	30	¥40,000	12.0%	¥144,000
その他	¥200,000	67	¥3,000	12.0%	¥24,000
合計	¥6,000,000	789	¥7,604	15.7%	¥944,000
				1日粗利差分	¥169,800

10月計画	COST	マージン率	粗利
資料請求	¥54,000,000	12.0%	¥6,480,000
[redacted]	¥3,000,000	20.0%	¥600,000
ネット一括(SEM)	¥66,000,000	20.0%	¥13,200,000
ネット一括(その他)	¥15,000,000	20.0%	¥3,000,000
相談予約	¥36,000,000	12.0%	¥4,320,000
その他	¥6,000,000	12.0%	¥720,000
合計	¥180,000,000	15.7%	¥28,320,000
		月粗利差分	¥5,094,000

なお、P 社が実際に 2020 年 9 月に購入した本件広告枠を利用して広告を出稿することはなかった。

(3)　2021 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況

2021 年 9 月期においては、新たな「借金」の発生は認められなかった。

その理由については、客観的証拠が乏しく、関係者の記憶も不確かな点があるため、詳細が明らかではない。もっとも、「借金」が決算数値を目標とする水準に近付けることを目的として発生するものであること、そして、2021 年 9 月期は当社グループの連結経常利益が 1,925 百万円（前期比 75.7%増）となり、コロナ禍前の業績を上回って 2 期ぶりに過去最高益を更新した事業年度であったことに鑑みれば、当社等が新たな「借金」を必要としなかったことがその背景にあったと考えても不自然ではない。

他方、「返済」については、前記「ご確認依頼 20201023 アドバンスクリエイト御中 11 月以降のご予算シミュレーション」と題する Excel ファイルに含まれる「新設計（10/20 作成）11/1 より適用」と題する表に、「前回購入分残り：890 万」、「今回購入分：3,000 万」、「合計：約 3,900 万」、「半年回収を前提とし、毎月 650 万の粗利改善が必要」と記載されていた。

【「ご確認依頼 20201023 アドバンスクリエイト御中 11 月以降のご予算シミュレーション」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

■新設計（10/20作成）11/1より適用

11月以降計画

1日設計(基本)

11月計画	COST	CV	CPA	マージン率	粗利
資料請求	¥2,700,000			15.0%	¥405,000
[redacted]	¥200,000			20.0%	¥40,000
リード広告	¥1,000,000			3.0%	¥30,000
ネットー括(SEM)	¥1,400,000			12.0%	¥168,000
ネットー括(その他)	¥600,000			20.0%	¥120,000
相談予約	¥700,000			15.0%	¥105,000
[redacted]	¥300,000			5.0%	¥15,000
その他	¥300,000			15.0%	¥45,000
合計	¥7,200,000			12.9%	¥928,000

1日粗利差分	¥153,800
SEM粗利	¥738,000
粗利差分	¥99,300

＜前提＞
前回購入分残り：890万
今回購入分：3,000万
合計：約3,900万

半年回収を前提とし、毎月650万の粗利改善が必要
1日計算に落とすと、21.6万円の回収が必要

月設計(基本)

11月計画	COST	マージン率	粗利
資料請求	¥81,000,000	15.0%	¥12,150,000
[redacted]	¥6,000,000	20.0%	¥1,200,000
リード広告	¥30,000,000	3.0%	¥900,000
ネットー括(SEM)	¥42,000,000	12.0%	¥5,040,000
ネットー括(その他)	¥18,000,000	20.0%	¥3,600,000
相談予約	¥21,000,000	15.0%	¥3,150,000
[redacted]	¥9,000,000	5.0%	¥450,000
その他	¥9,000,000	15.0%	¥1,350,000
合計	¥216,000,000	12.9%	¥27,840,000

＜ネットー括＞
上限CPA4,200円

月粗利差分	¥4,614,000
SEM粗利	¥22,140,000
粗利差分	¥2,979,000

そして、2021 年 9 月期においては、2019 年 9 月分及び 2020 年 3 月分の各「借金」の「返済」未了額（合計約 8.9 百万円） に加え、2020 年 9 月分「借金」（30 百万円）についても、後続する本件広告運用委託取引においてマージン率を引き上げて外注費を加算することにより、これら 3 件を区別することなく「返済」が進められた。

（4） 2022 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況

ア 2022 年 3 月の 79 百万円の広告枠販売取引（①反対給付型）

保険市場社は、P 社に対し、本件取引構造の下で、2022 年 3 月 31 日付けで、79 百万円の広告枠を購入させた。なお、当該広告枠購入費用の支払は、従前の広告枠販売取引の場合と異なり、一括払ではなく分割払によるものとされた。

【2022 年 3 月 31 日付け「ご注文内容確認書」（※赤枠は当委員会による。）】

ご注文内容確認書

2022年 3月 31日

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL: [redacted]

[redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
ご注文の内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

合 計 金 額 ： ¥86,900,000 .－（税込）

業 務 名 ：広告枠

No	お申込内容	数量	単価(税別)	請求金額
1	広告枠	1	79,000,000	79,000,000
合 計(税抜)				¥79,000,000
消費税額				¥7,900,000
合 計(税込)				¥86,900,000

【ご入金日】 ¥86,900,000（ご入金予定日は別途ご連絡いたします。）

これに先立つ 2022 年 3 月 16 日、橋本氏は、「P 社様ご提案数字」と題する Excel ファイルを作成した。当該 Excel ファイルには、「現行バーター分」[48]、「追加」、「自動車マージン分」、「御社利益」及び「2Q コスト繰越」と記載された欄に数字が記載されるとともに、「・当社で運用を行っている自動車保険の運用（月間 3,000 万前

[48] なお、P 社が当社に発行する外注費の請求書には、2021 年 9 月分以降、従前の内訳には含まれていなかった「[redacted]制作費用」という項目が 1 か月当たり 2.75 百万円（税抜で 2.5 百万円）という金額で追加されることになった。この「[redacted]制作費用」という請求項目に関して、当委員会において、P 社担当者にヒアリングを行ったところ、当該請求項目は、実際にクリエイティブ制作の対価であって、P 社が従来から他社に対しても同様の請求を行っていたものであり、当社に対しても改めて請求するに至ったものである旨の説明があった。しかし、当該税抜の金額が前記「P 社様ご提案数字」の「現行バーター分」欄記載の金額と同一であることや、橋本氏及び田坂氏においては P 社に対して支払を開始した当初の時期の「[redacted]制作費用」についても「借金」に対する「返済」として支払ったものである可能性があると認めていることから、当委員会としては、2021 年 9 月分以降の「[redacted]制作費用」の支払についても「借金」に対する「返済」の一部であると認めた。

後）を御社へ移管」及び「・返済については、タイミングを見て前倒しに。」と記載され、具体的な「返済」の方法等が提案されていた。

【「P 社様ご提案数字」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

広告発注

	Apr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Aug-22	Sep-22	Oct-22	Nov-22	Dec-22	Jan-23	Feb-23	Mar-23	
現行バーター分	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500							15,000
追加	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	45,000
自動車マージン分	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000
御社利益	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	7,000	69,000
	Apr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Aug-22	Sep-22	Oct-22	Nov-22	Dec-22	Jan-23	Feb-23	Mar-23	
2Qコスト繰越	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	48,000

・当社で運用を行っている自動車保険の運用（月間3,000万前後）を御社へ移管
・返済については、タイミングを見て前倒しに。

また、橋本氏は、2022 年 3 月 30 日、「20220330P 社様ご提案数字」と題する Excel ファイルを更新している。当該 Excel ファイルには、シート名に「最終版」と記載され、「新規出稿分」と記載された欄の数字の合計額として「79,000」と記載されていた。

この Excel ファイルの送付を受けた P 社担当者は、2022 年 4 月 8 日、「20220408 アドバンスクリエイト様計画表」と題する Excel ファイルを更新している。当該 Excel ファイルには、「ご返済計画表」と記載され、「新規広告購入費用」の合計額として「79,000」と記載されていた（なお、「単位万」との記載があるが「単位千」の誤記と思料される。）。

【「20220408 アドバンスクリエイト様計画表」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

ご返済計画表

広告発注	22年									23年				単位万
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月		
新規広告購入費用	1,500	1,500	1,500	1,500	8,000	8,000	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	9,500	79,000	
現行バーター費用	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500							15,000	
弊社利益	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000	
自動車マージン	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	18,000	
クリエイティブ費用					6,500	6,500	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	61,000	
2Qコスト繰越	12,000	12,000	12,000	12,000									48,000	

さらに、P 社担当者は、2022 年 4 月 8 日、田坂氏に対して、前記「20220408 ア

ドバンスクリエイト様計画表」と題する Excel ファイルをメールで送付する際、「弊社側で広告費をベースに計画表を作成させて頂きました。 8 月から広告費のご購入が大きくなりますが、 計画通りクリエイティブ費用として 8 月～650 万、10 月-3 月 800 万の合計 6,100 万をご請求させて頂ければと思います。」と連絡している。

以上の事実経過に鑑みると、2022 年 3 月の 79 百万円の広告枠販売取引については、P 社に対する見返りとして、①保険市場社が行っていた広告運用代行業務（自動車保険）の移管と、②クリエイティブ費用の上乗せ支払という、二つの反対給付が「返済」の方法として当社等と P 社の両社間であらかじめ設計されていたと認められる。

そして、その設計に沿って、当社等は、後続する本件広告運用委託取引において、当該各反対給付を通じて P 社に粗利を追加的に供与し、P 社に生じた経済的負担を実質的に補填する形で「返済」を進めた。

なお、P 社は、2022 年 6 月頃、当該広告枠販売取引を通じて購入した本件広告枠を利用して広告を出稿することを検討したことがあったが、実際に広告を出稿することはなかった。

イ　2022 年 3 月頃の 48 百万円の費用繰延値引き（②費用繰延型）

当社は、2022 年 3 月頃、第 2 四半期の費用を圧縮するため、P 社の承諾を得て、外注費 48 百万円について一時的に費用を繰り延べた。

この点については、前記「P 社様ご提案数字」と題する Excel ファイルにおいて、「2Q コスト繰越」と記載された欄にその合計額として「48,000（千円）」と記載されていた。また、当社の総合企画部経理課担当者は、2022 年 7 月 5 日、田坂氏に対し、Slack において、2022 年 3 月分の請求金額について、「4 分割されており、1 回だけ 3Q に入るが、残りの 3 回分は 4Q とのことでした。」と報告していた。

このようにして繰り延べられた「借金」（48 百万円）は、実際には、2022 年 4 月、そして同年 6 月から同年 8 月にかけて、後続する本件広告運用委託取引における請求額に上乗せして支払われることで「返済」された。

（5）　2023 年 9 月期における「借金」の発生と「返済」の状況

ア　2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引（①反対給付型）

(ｱ)　業績目標と交渉の経緯

2022 年から 2023 年にかけて、当社は、グループ全体において、プライム市場上場を維持し、「時価総額 1,000 億円」、「経常利益 30 億～50 億円」の水準を達成することを目標として設定していた。この数値目標は、東京証券取引所が定めるプライム市場の上場維持基準に基づくものではなく、当社の経営陣が市場の期待に応える

ために独自に設定した社内目標であった。このうち経常利益については、2023 年 9 月期の当初予算が 3,076 百万円であったのに対し、2022 年 9 月期の実績は 2,006 百万円であり、実績比約 150%の水準を求めるものであった。

この数値目標に基づく強い業績プレッシャーの下、橋本氏は、2022 年 12 月 12 日、田坂氏に対し、「3 億位の交渉できるかな」、「数字 o 氏と共有お願いします。」等と指示して、P 社担当者との間で、広告枠販売取引の交渉に着手した。そして、同月 21 日、濱田氏に対して、その経過について、「P 社は 330M で決定の予定です。取り急ぎご報告させて頂きます。」と報告した。

このようにして、保険市場社は、P 社に対し、本件取引構造の下で、2022 年 12 月 28 日付けで、本件広告枠を 330 百万円で購入させた。なお、当該広告枠購入費用の支払は、2022 年 3 月の広告枠販売取引と同様に、一括払ではなく分割払によるものとされた。

【2022 年 12 月 28 日付け「ご注文内容確認書」（※赤枠は当委員会による。）】

ご注文内容確認書

2022年 12月 28日

[redacted] 御中

〒541-0048
大阪市中央区瓦町3-5-7 野村不動産御堂筋ビル
株式会社 保険市場
広告事業部
TEL: [redacted]

拝啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
ご注文の内容を下記の通り確認させて頂きますので、お手数でございますが、内容をご確認の上、末尾申込書にご記入・ご捺印頂き、弊社までご返送くださいますようお願い申し上げます。
なお、お申込受付後、貴社のご都合による取消しはお受け致しかねます事、ご了承頂けますようお願い申し上げます。

敬具

合 計 金 額 ： ¥363,000,000 .－ （税込）

業 務 名 ：広告枠

No	お申込内容	数量	単価(税別)	請求金額
1	広告枠	1	330,000,000	330,000,000
合 計(税抜)				¥330,000,000
消費税額				¥33,000,000
合 計(税込)				¥363,000,000

【ご入金予定】 ¥363,000,000(ご入金予定日は別途ご連絡いたします。)
※実施条件等については、通知書(■0016-202212-01)の通りです。

（イ） 通知書による条件の合意

もっとも、P 社担当者は、2022 年 12 月の広告枠販売取引における広告枠の購入金額が、それまでの広告枠販売取引における購入金額を大幅に超えることから、2022 年 12 月 27 日、田坂氏に対して、Messenger において、「当初の配信計画通りにいかなかった場合に購入を検討もしくは見送る旨を申込書にいれたいのですが可能でしょうか？」と送信した。これに対して、田坂氏は、「申込書はむすがしいですね、別途ナンバリングを揃えた、覚書のようなものは出来ると思います」と答えた。

このようなやり取りを受けて、橋本氏は、2022 年 12 月 29 日付けで、P 社担当者宛てで、「通知書」と題する文書を作成し、田坂氏を通じて交付した。当該通知書には、「2022 年 12 月 28 日付で発注いただきました『広告枠』について、下記の条件で実施することについて同意した事を通知致します。」と記載され、「諸条件」と

して、「別紙に定める出稿計画表の通り委託を行います。運用金額等について計画と乖離が発生した場合は、その額に応じて、広告枠販売の中断、もしくは委託条件の延長等を検討いたします。」と記載されていた。

【2022 年 12 月 29 日付け「通知書」】

通知書番号：[redacted]0016-20221201
2022 年　12 月　29 日

[redacted]

株式会社アドバンスクリエイト
橋本　孔治[redacted]

通知書

2022 年 12 月 28 日付で発注いただきました「広告枠」について、下記の条件で実施することについて同意した事を通知致します。

1. 期間
実施期間：2023 年 1 月 1 日～2023 年 12 月 31 日

2. 広告費
36,300 万円（税込）　※発注先：株式会社保険市場

3. 諸条件
別紙に定める出稿計画表の通り委託を行います。
運用金額等について計画と乖離が発生した場合は、その額に応じて、
広告枠販売の中断、もしくは委託条件の延長等を検討いたします。

以上

前記通知書に添付された「出稿計画表」（以下「**当初出稿計画表**」という。）には、本件広告運用委託取引において、当社から P 社に対する一定の発注金額を確保したうえで、2023 年 1 月以降のマージン率を、2022 年 12 月までの実績（「生保」16%、「損保」4.30%、「ネット一括」7%）から暫定的に大幅に引き上げることで（「生保」

20%、「損保」15%、「ネット一括」20%、「デジパン」13%[49]、330 百万円の「借金」を「返済」する旨が示されていた[50]。

【当初出稿計画表（抜粋）（※赤枠は当委員会による。）】

粗利

プロダクト	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
生保	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	
損保	¥11,250,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	
ネット一括	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	
デジパン	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	
合計	¥37,930,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	粗利差額(昨年対比)
差額	¥22,204,315	¥27,017,185	¥29,730,668	¥26,290,528	¥22,881,615	¥27,883,493	¥22,138,553	¥28,031,954	¥32,172,961	¥20,996,678	¥21,548,630	¥26,890,000	¥307,784,588

暫定マージン率	
~12月	1月以降
16%	20%
4.30%	15%
7%	20%
	13%

なお、2022 年 12 月 29 日付け通知書については、「株式会社アドバンスクリエイト　橋本孔治」と記名され、当社等の社判や代表者印ではなく、橋本氏の個人印が押印されていた。また、2022 年 12 月 28 日付け「ご注文内容確認書」には、「※実施条件等については、通知書（[redacted]0016-202212-01）の通りです。」と記載されていたものの、同通知書が当社内に共有された形跡は認められなかった。

（ｳ）　返済額の上乗せ

また、田坂氏が 2023 年 1 月 6 日に更新した「出稿計画表 202301」と題する Excel ファイルにおいては、当初出稿計画表に示された「返済」に関する記載よりも更に具体的な内容が示されており、そこには「借金」の額を超える金員の供与が明示的に組み込まれていた。すなわち、当該 Excel ファイルにおいては、2022 年度（1 月から 12 月）に本件広告運用委託取引を通じて P 社が配信金額について得た粗利の金額と 2023 年度（1 月から 12 月）に計画された本件広告運用委託取引を通じて P 社が配信金額について得るであろう粗利の金額の差額合計約 307 百万円に、「クリエイティブ費用」名目で 4 月から 12 月までの 9 か月間、合計 99 百万円（1 か月当たり 11 百万円）を加算するとの計算方法により、P 社が本件広告運用委託取引において得る粗利が総額 406 百万円となり、当社が P 社に対して 2022 年 12 月の広告枠販売取引の販売代金 330 百万円との差額 76 百万円を上乗せして「返済」する設

---

[49] 別紙「出稿計画表」のプロダクト欄記載の「生保」とは生命保険、「損保」とは損害保険、「ネット一括」とはネット保険の一括見積り、「デジパン」とは保険商品のデジタルパンフレットの略称である。

[50] なお、橋本氏は、2022 年 12 月 28 日、田坂氏に対し、Messenger において、「P 社の件、この前作ってくれて資料（返済計画）送ってもらえると助かります。資金について社内で結構シビアに見られそうなので、いろいろ考えて対応する必要があるかもしれません。」、「この前見たのは、出稿計画から 3.3 億はいけますねの資料ですね。クリエイティブ費用で、年間約 1 億、マージン等で 2.3 億のイメージですか？」等と送信しており、当該出稿計画表を指して「返済計画」と呼んでいた。

計となっていた。

【「出稿計画表 202301」と題する Excel ファイル】

23年度計画

配信金額

プロダクト	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
生保	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000	¥80,000,000
損保	¥75,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000	¥90,000,000
ネット一括	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000	¥30,000,000
デジパン	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000	¥36,000,000
合計	¥221,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000	¥236,000,000

粗利

プロダクト	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
生保	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	¥16,000,000	
損保	¥11,250,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	¥13,500,000	
ネット一括	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	¥6,000,000	
デジパン	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	¥4,680,000	
合計	¥37,930,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	粗利差額(昨年対比)
差額	¥22,204,315	¥27,017,185	¥29,730,868	¥26,290,528	¥22,881,615	¥27,883,493	¥22,138,553	¥28,031,954	¥32,172,981	¥20,996,878	¥21,548,630	¥26,890,000	¥307,786,580
クリエイティブ費用				¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥99,000,000
												合計	¥406,786,580
												広告費	¥330,000,000
												差し引き	¥76,786,580

暫定マージン率	
～12月	1月以降
16%	20%
4.30%	15%
7%	20%
	13%

（エ）　「返済」の難航

既に発生していた 2022 年 3 月分「借金」（79 百万円）については、2023 年 3 月までに、後続する本件広告運用委託取引において、保険市場社が行っていた広告運用委託業務（自動車保険等）の移管及びクリエイティブ費用の上乗せ支払という反対給付を通じて「返済」が完了した。

また、2022 年 12 月分「借金」（330 百万円）については、後続する本件広告運用委託取引において、2023 年 1 月以降、マージン率の引上げにより外注費を加算するとともに、2023 年 4 月以降は、クリエイティブ費用の上乗せ支払も加えた反対給付を通じて「返済」が進められた。

もっとも、2022 年 12 月分「借金」（330 百万円）の「返済」は、その初月である 2023 年 1 月から当初出稿計画表どおりには進捗しなかった。すなわち、P 社担当者は、田坂氏に対して、Messenger において、2023 年 1 月 23 日、「今月の配信は当初の計画 1 月 2.21 億は難しそうでしょうか？難しい場合広告購入金額だけ改めてすり合わせさせていただければ幸いです。」と送信し、同月 27 日、「当初 1850 万の購入ご希望でしたが、粗利が厳しく購入金額をご相談させて頂けると幸いです。」と送信し、「返済」が当初出稿計画表どおりに進捗しなかったことを理由に、P 社が保険市場社に対して分割して支払うことになっていた 330 百万円の広告枠購入費用のうち 2023 年 1 月分の支払金額を減額できないか相談した。

この相談の結果、広告枠購入費用に係る 1 か月当たりの支払金額は、保険市場社が当初想定していた金額から減額されることとなり、その後も 2023 年 6 月までの間、後続する本件広告運用委託取引における粗利の多寡に応じて、月によって 0 円となったり 45 百万円となったりするなど大きく変動することとなった[51]。

---

[51] 特に広告枠購入費用に係る 2023 年 6 月分の支払金額は、0 円となった。これは、当社の希望

その後、P 社は、当社等の希望を受けて、2023 年 7 月以降、広告枠購入費用に係る 1 か月当たりの支払金額を一定に固定することとし、当該支払金額は、当該広告枠購入費用総額 330 百万円から同年 1 月から同年 6 月までの既払金額の合計 103 百万円を控除した残額 227 百万円を、同年 7 月から同年 12 月までの 6 か月で均等に分割して 37.8 百万円となった[52]。もっとも、このように支払金額を固定した結果、配信実績が当初出稿計画表記載の金額に達しなかった場合には、P 社が当社等との取引において 1 か月当たりの収支が赤字となることを避けるため、当社が「借金」の「返済」のためにクリエイティブ費用（「[redacted]制作費用」）、「Google AdWords Display」等の名目で支払わなければならない金額が増額されることとなった[53]。

なお、P 社が 2022 年 12 月に購入した本件広告枠については、2023 年 6 月から同年 7 月までの間、当該広告枠の行使により広告が出稿されたかのような外形が存在する。しかしながら、後記 3・(1)のとおり、当該出稿は、桜橋監査法人から広告枠販売取引に係る義務履行の確認のために客観的証跡の提出を求められた当社等が、P 社に働きかけて形式的に作出したにすぎないものであった。

イ　2022 年 12 月の 69 百万円の費用繰延べ（②費用繰延型）

当社は、2022 年 12 月頃、当四半期の費用を圧縮するため、 P 社の承諾を得て、外注費 69 百万円を一時的に繰延べた。

この点、P 社担当者は、2023 年 5 月 1 日、田坂氏に対し、「※変更後のお支払いサイト　2023 年 2 月末締め 2023 年 3 月末入金：23 百万円（入金済）／2023 年 3 月末締め 2023 年 4 月末入金：23 百万円⇒5 月末入金／2023 年 4 月末締め 2023 年 5 月末入金：23 百万円⇒6 月末入金」と連絡していた。

このように繰り延べられた「借金」（69 百万円）は、実際には、2023 年 3 月から同年 5 月にかけて、23 百万円ずつ 3 回に分割し、後続する本件広告運用委託取引における外注費の請求額に上乗せして支払われることで「返済」された。

ウ　2023 年 3 月の 116 百万円の費用繰延べ（②費用繰延型）

当社は、2023 年 3 月、当四半期の費用を圧縮するため、 P 社の承諾を得て、外注費 139 百万円のうち 116 百万円を一時的に繰り延べた。

により、2023 年 6 月分の外注費 25 百万円について「値引き」が行われた結果、本件広告運用委託取引における粗利が減少したことに伴うものであった。なお、当該「値引き」に係る金額は、2023 年 7 月、同年 8 月にそれぞれ 12.5 百万円を外注費に上乗せして支払われて「返済」されている。

[52] 当該残額は円単位では割り切れなかったため、その剰余は 2023 年 12 月分に加算され、同月分の支払金額は 38 百万円とされた。

[53] 例えば 2023 年 9 月分は、配信実績が当初出稿計画表記載の金額に達しなかったため、「Google AdWords Display」等の名目で 26 百万円の外注費の上乗せ支払が行われている。

その後、橋本氏又は田坂氏とP社担当者との間において複数回にわたる調整が行われた結果、このように繰り延べられた「借金」は、実際には、2023年4月に57百万円、同年5月に59百万円を、後続する本件広告運用委託取引における外注費の請求額に上乗せして支払うことで「返済」された。

（6）　2024年9月期における「借金」の発生と「返済」の状況

ア　配信実績の計画未達分の調整及び「返済」の一旦の完了

（7）　配信実績の計画未達による「返済」額の調整

前記(5)・アのとおり、2022年12月分「借金」（330百万円）については、配信実績の未達によりP社への「返済」額が当初出稿計画表に記載されていた金額に不足しており、後続する本件広告運用委託取引において外注費の請求額を調整することにより、徐々に「返済」が進められていた。このような状況は、2024年9月期に入っても同様であり、2023年10月下旬においても、P社に対して「返済」すべき金額には相当額の残高が存在した。

この点、P社担当者が2023年11月2日に更新したExcelファイルの表によると、その残高は同年9月末時点で総額約140百万円であった。なお、当該表の備考欄には、2023年1月から同年6月までの間について「配信金額に応じて買付金額を設定」、同年7月から同年12月までの間について「配信金額に関わらず、買付金額を固定」と記載され、さらに2023年6月に広告枠購入費用の支払金額が0円であったことについて「↑貴社ご相談の粗利マイナス2500万円＆[redacted]費用1100万円を7月、8月に後ろ倒ししたため広告買付なし」と記載されており、「返済」の方法と時期について調整を行ったことが確認された。

【「20231102」と題するExcelファイル中の「買い付け額計算用」タブ】

メモ	項目	2023年1月	2023年2月	2023年3月	2023年4月	2023年5月	2023年6月	2023年7月	2023年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月	合計
貴社作成	当初広告買い付け額	¥17,000,000	¥17,000,000	¥17,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥330,000,000
	実績広告買い付け額	**¥8,500,000**	**¥11,000,000**	**¥2,500,000**	**¥36,000,000**	**¥45,000,000**	**¥0**	**¥37,800,000**	**¥37,800,000**	**¥37,800,000**	**¥37,800,000**	**¥37,800,000**	**¥38,000,000**	**¥330,000,000**
貴社作成	当初計画粗利	¥37,930,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥479,910,000
	実績粗利	**¥28,325,189**	**¥31,782,466**	**¥23,525,064**	**¥45,517,801**	**¥57,842,923**	**¥28,114,960**	**¥53,481,167**	**¥31,071,305**	**¥19,716,242**				
[redacted]	**残り計画粗利**										**¥46,800,000**	**¥46,800,000**	**¥47,000,000**	
	備考			配信金額に応じて買付金額を設定						配信金額に関わらず、買付金額を固定				
							↑貴社ご相談の粗利マイナス2500万円＆極費用1100万円を7月、8月に後ろ倒ししたため広告買付なし							

また、この頃、田坂氏は、P社に「返済」すべき「当初計画粗利」の進捗をその「計画進捗（累積）」欄に記載するExcelファイルを作成し、月次で管理していた。具体的には田坂氏が2023年11月10日にP社担当者に送付した同日時点の「※10-12月計画※広告買付金額と粗利金額」と題するExcelファイルには、2023年10月から同年12月までの間、当初出稿計画表において計画されていたP社の粗利が不足する中で、マージン率を17%から20%に引き上げたり、保険市場社との本件広告運用委託取引における粗利や「その他（システム）」名目の費用を加えたりするこ

とで「返済」することが検討されていた。

【「20231110「※田坂※広告買付金額と粗利金額」」と題する Excel ファイル中の「買い付け額計算用」シート】

23年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月	合計
31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥330,000,000
7,800,000	¥37,800,000	¥37,800,000	¥37,800,000	¥38,000,000	¥330,000,000
0,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥479,910,000
31,071,305	¥19,716,242	¥46,000,000	¥46,000,000	¥45,000,000	¥456,377,117
4,000,000	¥29,500,000				¥23,500,000
45,071,305	¥49,216,242	¥46,000,000	¥46,000,000	¥45,000,000	¥479,877,117
########	¥-137,032,883	¥-91,032,883	¥-45,032,883	¥-32,883	
らず、買付金額を固定					
万円＆[redacted]費用1100万円を7月、8月へ上乗せ					

本来必要な運用グロス(17%)	¥270,588,235	¥270,588,235	¥264,705,882	
予算(17%→20%)	¥130,000,000	¥100,000,000	¥100,000,000	
予算(レップ)10%	¥0	¥50,000,000	¥50,000,000	
合計	¥130,000,000	¥150,000,000	¥150,000,000	
想定粗利(AC)	¥22,100,000	¥20,000,000	¥20,000,000	
想定粗利(保険市場)	¥0	¥5,000,000	¥5,000,000	
その他(システム)	¥10,000,000	¥15,000,000	¥10,000,000	
制作費	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	
粗利合計金額	¥43,100,000	¥51,000,000	¥46,000,000	¥140,100,000
不足額(予定)	¥-2,900,000	¥5,000,000	¥1,000,000	¥3,100,000

もっとも、このような検討の中で、橋本氏は、2023 年 11 月 13 日、田坂氏に対して、Messenger において「P 社の件です。[redacted]の金額が余りにも大きくなると、社内で相当厳しいチェックが入り、余計ややこしくなりそうとの事でした。(株) 保険市場と分けて出す事は可能との事です。それでもまだ金額多いかもしれないとの回答でした。」と報告しており、「返済」は次第に両社の中で調整が困難になっていった。

特に当社の 2023 年 12 月の本件広告運用委託取引に係る予算が想定よりも低額に抑えられ、P 社の粗利が当初出稿計画表記載の金額と比較して不足することが明らかとなった。そのため、P 社担当者は、2023 年 12 月 4 日、田坂氏に対して、Messenger において、当社からの発注額が 15 百万円にとどまる以上、P 社が本件広告枠を買い付け続けることは困難である旨、及び、これ以上クリエイティブ費用名目での費用計上も難しく、本件広告運用委託取引における発注量のボリュームが

なければ財務面で対応できないため、本件広告枠の買付け自体を停止できないかという相談を申し入れた。これに対し、田坂氏は、P 社が支払うこととなる本件広告枠の購入金額と P 社が追加的に受け取ることとなる本件広告運用委託取引における粗利の金額との均衡が失われていることを認めたうえで、保険市場社から P 社への本件広告枠の購入金額の請求を 1 か月繰り延べられないか確認する旨を回答した。

このように「借金」の「返済」に向けた調整は、P 社担当者にとっても多大な負担となっていた。

（ｲ） 資産計上による「返済」に係る費用の平準化

a クリエイティブ費用名目による多額の請求の発生と費用平準化の必要性

前記(5)・アのとおり、2022 年 12 月分「借金」（330 百万円）の「返済」については、遅くとも 2023 年 11 月頃には、マージン率の引上げ及び発注量の増加という方法のみによって、当初出稿計画表記載のとおりに P 社に粗利を供与することが困難な状況にあった。そのため、当社等と P 社との間では、不足する粗利を、クリエイティブ費用名目の上乗せ支払を更に加えることによって補うことが検討された。具体的には、2023 年 4 月以降上乗せ支払いされていたクリエイティブ費用 1 か月当たり 11 百万円に加えて、さらにクリエイティブ費用（「[redacted]制作費用」）として 2023 年 10 月に 20 百万円、同年 11 月に 20 百万円、同年 12 月に 30 百万円の合計 70 百万円の上乗せ支払がなされることとなった。

もっとも、当社等においては、2024 年 9 月期第 1 四半期の決算数値の確保が課題とされていた状況にあり、当該クリエイティブ費用を当四半期の費用として計上すれば、同四半期の損益を悪化させることとなることが懸念された。このような状況の下で、当社が P 社に対するクリエイティブ費用に係る支出を費用として計上しない形で処理することが検討されていた。

こうして、当社は、P 社に対するクリエイティブ費用に係る支出について、これを無形固定資産として計上し、数年にわたる減価償却費として費用配分することによる費用の平準化を企図した。そして、その前提として、当初、P 社から AI を用いたクリエイティブ生成システムそのものを取得することを検討した。

b システム取得の断念と画像データ等の受領

しかしながら、P 社担当者からは、P 社が AI を用いたクリエイティブ生成システムである「[redacted]」はシステムとして販売できる性質のものではないとして、システムとしての販売には応じられない旨の意向が示された。

その結果、当社が 2023 年 10 月から同年 12 月までの間にクリエイティブ費用として支払った合計 70 百万円（前記 a 参照）に対する納品物として最終的に受領し

たものは、P 社が本件広告枠取引における業務の過程で過去 1 年近くにわたって作成した「[redacted]」関連の広告クリエイティブの完成物、元画像及び素材等の 2,000 枚を超える画像データ等であって、コンピュータに一定の仕事を行わせるプログラムや、システム仕様書、フローチャート等の関連文書の納品を受けたものではなかった。

c　「[redacted] for アドバンスクリエイト」を購入したものとした本件資産計上

当社が前記 a のとおりクリエイティブ費用に関して費用の平準化を検討する中で、田坂氏は、単なる素材等の画像データ等の受領では無形固定資産（ソフトウェア）として資産計上することは困難である旨を総合企画部から説明された。そこで、田坂氏は、受領した画像データ等をクラウド上に格納し、検索や AI を用いたクリエイティブ生成に役立てる仕組みを社内で構築したうえで、実際には P 社からソフトウェアないしシステムを購入していないにもかかわらず、P 社から「[redacted] for アドバンスクリエイト」と称するソフトウェアないしシステムを購入したものとして資産計上するという案を総合企画部と協議して、本件資産計上が実行された[54]。

本件資産計上の経緯については、当時の総合企画部の担当者（退職者）の当委員会のヒアリング要請に対する協力が得られなかったため、ヒアリングを行うことができず、その詳細が明らかとはならなかった。もっとも、当委員会のヒアリングにおいて得られた田坂氏の供述は、次の客観的証拠と整合している。すなわち、田坂氏が 2023 年 12 月 4 日に更新した「※1113※田坂※広告買付金額と粗利金額」と題する Excel ファイルにおいて、「その他（システム）」という名目が「[redacted] コンテンツ費」という名目に変更された後、田坂氏が同月 8 日に更新した同種の Excel ファイルにおいて、当該「[redacted] コンテンツ費」という名目が「資産計上」という名目に変更されている[55]。

---

[54] 本件資産計上の対象となった支出に係る請求書の役務提供月は、それぞれ 2023 年 10 月、同年 11 月、同年 12 月と記載されていたが、その資産計上月は同年 10 月となっており、役務提供前に資産計上されていた。

[55] Excel ファイル上の「[redacted] コンテンツ費」、「資産計上」の合計は 65 百万円となっているが、最終的には 70 百万円となっている。

【2023 年 12 月 4 日に更新した「※1113※田坂※広告買付金額と粗利金額」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

本来必要な運用グロス(17%)	¥270,588,235	¥270,588,235	¥264,705,882	
予算(17%→20%)	¥130,000,000	¥100,000,000	¥15,000,000	
予算(レップ)10%	¥0			
合計	¥130,000,000	¥100,000,000	¥15,000,000	
想定粗利(AC)	¥22,100,000	¥20,000,000	¥3,000,000	
想定粗利(保険市場)	¥0	¥5,000,000	¥5,000,000	
[redacted] コンテンツ費	¥25,000,000	¥20,000,000	¥20,000,000	
	¥47,100,000	¥45,000,000	¥28,000,000	¥120,100,000
不足額(予定)	¥1,100,000	¥-1,000,000	¥-17,000,000	¥-16,900,000
[redacted] 制作費	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000	¥11,000,000

【2023 年 12 月 8 日に更新した「※1113※田坂※広告買付金額と粗利金額」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

本来必要な運用グロス	¥270,588,235	¥270,588,235	¥264,705,882	
予算(AC)20%	¥162,173,605	¥106,867,078	¥15,000,000	
予算(レップ)10%	¥0	¥50,000,000	¥50,000,000	
合計	¥162,173,605	¥156,867,078	¥65,000,000	
想定粗利(AC)	¥27,569,513	¥21,373,416	¥3,000,000	
想定粗利(保険市場)	¥0	¥5,000,000	¥5,000,000	
資産計上	¥25,000,000	¥20,000,000	¥20,000,000	
合計利益	¥52,569,513	¥46,373,416	¥28,000,000	¥126,942,928
不足額	¥6,569,513	¥373,416	¥-17,000,000	¥-10,057,072

このような名目の変転は、当該支出が、当初から特定の役務又は資産の対価として認識されていたのではなく、「返済」に必要な金額をいかなる名目で処理するかという観点から、事後的に「システム」、「[redacted] コンテンツ費」、「資産計上」へと変更されたものであることを示している。

以上のとおり、当社は、本件資産計上において、「[redacted] for アドバンスクリエイト」を購入したとして「[redacted]制作費用」（クリエイティブ費用）を資産計上したが、その実態は、実際には P 社からソフトウェアないしシステムを購入していないにもかかわらず、これを購入したこととして 、P 社に対する「返済」に係る費用の平準化を図ろうとしたものと認められる。

もっとも、当社は、2025 年 1 月、本件資産計上に係る 70 百万円の全額について、2024 年 9 月期第 1 四半期の処理として減損損失を計上している。

（ｳ）　2024 年 1 月頃における「返済」の一旦の完了

このようにして粗利不足への対応としての調整を行いながら「返済」が進んだ結果、遅くとも 2024 年 1 月頃には、2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引に伴う「返済」が完了した。

この点、田坂氏が 2024 年 1 月 24 日に更新した「1208 修正※1113※田坂※広告買付金額と粗利金額」と題する Excel ファイルにおいても、不足額が「-57,072」と記載されており、遅くとも同日までには、2022 年 12 月の広告枠販売取引に係る「借金」（330 百万円）がその上乗せ額も含めて全額が「返済」されていたことが裏付けられる。

【田坂氏が 2024 年 1 月 24 日に更新した「1208 修正※1113※田坂※広告買付金額と粗利金額」と題する Excel ファイル（※赤枠は当委員会による。）】

メモ	項目	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月	合計
計画	当初広告買い付け額	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥31,000,000	¥330,000,000
	実績広告買い付け額	¥37,800,000	¥37,800,000	¥37,800,000	¥38,000,000	¥330,000,000
	当初計画粗利	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥40,180,000	¥479,910,000
粗利実績	実績粗利	¥19,716,242	¥46,000,000	¥46,000,000	¥45,000,000	¥456,377,117
	粗利調整額	¥29,500,000				¥23,500,000
	合計	¥49,216,242	¥46,000,000	¥46,000,000	¥45,000,000	¥479,877,117
計画進捗（累積）		¥-137,032,883	¥-91,032,883	¥-45,032,883	¥-32,883	
備考						

本来必要な運用グロス	¥270,588,235	¥270,588,235	¥264,705,882	
予算（AC）20%	¥162,173,605	¥106,867,078	¥15,000,000	
予算（レップ）10%	¥0	¥50,000,000	¥50,000,000	
合計	¥162,173,605	¥156,867,078	¥65,000,000	
想定粗利（AC）	¥27,569,513	¥21,373,416	¥3,000,000	
想定粗利（保険市場）	¥0	¥5,000,000	¥5,000,000	
資産計上	¥20,000,000	¥20,000,000	¥35,000,000	¥11,000,000
合計利益	¥47,569,513	¥46,373,416	¥43,000,000	¥136,942,928
不足額	¥1,569,513	¥373,416	¥-2,000,000	¥-57,072

イ　2024 年 6 月の 15 百万円の費用繰延べ（②費用繰延型）

もっとも、「借金」の「返済」が一旦完了した後も、本件 P 社取引スキームは終了しなかった。すなわち、当社は、2023 年 9 月期からの損失計上と借入の大幅な増加等により、資金繰りが一段と逼迫したことから、2024 年 6 月、当四半期の費用を圧縮するため、P 社の承諾を得て、外注費 15 百万円について一時的に費用を繰り延べた。

この点、濱田氏は、2024 年 6 月 24 日、田坂氏を含む当社の経営幹部に対して、Slack において、「田坂には、P 社の値下げと、櫛引さんと田坂は追加の広告を。そ

して、全員で営業協力の保険を取れ。もし、できないなら、私が交代してその部門のマネジメントをしてやる。絶対にこの第 3 四半期は黒にする。そして、第 4 四半期は私の描いた形で終える。結果的に利益準備金を使わなくても済むと思うが、保険をかける。」と指示した。

田坂氏は、この指示を受けて、P 社担当者に対して、外注費の繰延べを打診した。P 社担当者は、2024 年 6 月 28 日、田坂氏に対し、Messenger において、「今回の繰り延べは 1,500 万で大丈夫でしょうか？その場合 7 月、8 月に上乗せのご請求でしょうか？」と連絡し、田坂氏は、これに「1500 万であれば大変助かります。ありがとうございます。ご請求は 7 月 8 月に上乗せでお願いしたいです。」と応じた。同日夕方には、P 社担当者は、「こちら調整できましたので、ご連絡いたします。z と連携してご請求対応できるようにします。」と返信し、田坂氏は「こまかいやり取りは z 様とご連携させていただきます。」と応じている。

このようなやり取りを通じて 2024 年 6 月の外注費から 15 百万円が「値引き」される形で繰り延べられた「借金」は、実際には、2024 年 7 月に 9 百万円、同年 8 月に 9 百万円を、後続する本件広告運用委託取引において外注費の請求額に上乗せして支払うことで「返済」された[56]。

このようにして、2024 年 1 月頃には一旦は解消していた「借金」は、当社の一段と逼迫した資金繰りを背景とした濱田氏の指示を契機として、同年 6 月、外注費の繰延べという形で再び発生することとなったが、一連の本件 P 社取引スキームは、同年 8 月の「返済」をもって終了した。

３　桜橋監査法人に対する偽装工作

前記 2 のとおり、当社等は本件 P 社取引スキームを長期間にわたり継続していたが、その間、桜橋監査法人からの指摘を回避するために種々の対策を講じていた。そこで以下では、当社が、2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引に係る売上の一括計上を維持し、あるいは、これに関連する本件資産計上及び本件外注費繰延べの実態の露見を防ぐ目的で、桜橋監査法人に対して行った偽装工作について述べる。

当委員会が認定した偽装工作は、①本件広告枠の消化状況の外形整備、②「[redacted] for アドバンスクリエイト」に係る虚偽の証憑の作成・提出に大別される。

---

[56] なお、この「返済」に係る請求に当たり、P 社担当者は、従前の費用繰延べとは異なり、[redacted] を使用したクリエイティブ費用名目の請求書を発行した。また、この「返済」に当たっては「値引き」されたことによって生じた「借金」の金額 15 百万円に対して 3 百万円が上乗せされた合計 18 百万円が支払われて「返済」されていた。

(1)　本件広告枠販売取引における売上維持のための工作

ア　桜橋監査法人の指摘及び桜橋監査法人が示した売上計上の要件

前記 2・(5)･アのとおり、当社等は、2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引について、2023 年 9 月期第 1 四半期にその全額を売上として一括計上した。

これに対し、桜橋監査法人は、当該取引に対するレビューの一環として、2023 年 4 月 4 日、櫛引氏に対して、メールで「2022 年 12 月計上の P 社への広告収入 330 百万円につきまして、 現状では申込書兼確認書（広告期間の記載なし、[redacted]部の統括個人印のみで社印無し）しか提出いただけておらず、売上計上の適切性が確認できていない状況となっております。」と送信した。そして、同年 10 日、横山氏に対して、メールで「P 社との広告枠販売の件について、法人内で検討させていただきましたが、2022 年 12 月での一括計上は認められず、一旦前受金に計上したうえで広告出稿に応じて収益認識すべきとの結論になりました。」との結論を伝えた。

これらのメールの背景については詳細が明らかではないが、当社総合企画部次長であり、監査法人対応を担当していた v 氏は、2023 年 4 月 7 日、e 氏に対して、メールで「先般ご相談した P 社の枠売りの件ですが、往査の際田坂さんとともに u 先生と aa 先生に説明した段階です。一方で、先方は上級審査官から、掲載期間もなく 3 月に多額に計上されている点が不審に思われ、履行義務は掲載時間に比例するのではないのかと疑念を呈されている模様です。」として、この当時、桜橋監査法人の上級審査官が 2022 年 12 月の広告枠販売取引に関して疑念を抱いていたことを報告していた。

桜橋監査法人の前記結論を受けて、当社は、2023 年 4 月 11 日以降、当該取引の会計処理に関する理論的裏付けを検討するようになった。これと並行して、橋本氏及び田坂氏は、同月 19 日、Messenger において、橋本氏が「今日 o 氏と打ち合わせをするんですが、実態を作る話って何か進んでますか？？」と尋ねたのに対し、田坂氏が「o 氏にはリストアップの依頼はさせていただいています。」と回答している。このように、遅くとも同日以降、P 社担当者も交えて、P 社が購入した本件広告枠に広告が出稿された実態を作出する準備が進められていた。

もっとも、この準備は、2023 年 4 月 21 日時点においてもなお具体化していなかった。すなわち、P 社担当者は、同日、田坂氏に対し、Messenger において、「候補企業はこちらでございます。ただ、企業側に確認したわけではなく、こういう条件であれば掲載 OK してくれそうな企業を営業からヒアリングして選んでおります。御社側で取捨選択して頂いた上で、企業側に話を入れようと思いますので、何卒よろしくお願い申し上げます。」と送信しており、広告出稿先候補企業の選定作業は、P 社の営業担当者への聴取に基づく推測の域を出ておらず、当該企業側への確認及

び打診自体も未了であった。

このような状況において、桜橋監査法人は、当社に対し、2023 年 5 月 10 日付け「28 期 2Q レビュー講評メモ」を提示し、その別紙「P 社に対する広告収入について」において、「2022 年 12 月に、保険市場が P 社に対して『広告枠』を販売し、売却代金 330,000 千円を一括で収益計上していますが、会計上は、広告枠を売り切っていたとしても、(中略) 広告が出稿された時点ではじめて履行義務が充足され収益認識の要件を満たすと考えます」と指摘した。そのうえで、桜橋監査法人は、当社に対し、本件広告枠の消費を客観的に確認できる資料（広告主、広告掲載期間、広告掲載方法、枠の消費の程度、金額等）の提示を求めるとともに、2023 年 6 月に第 3 四半期までの広告掲載状況及びオペレーション状況を直接見学・確認する旨を告げた。

この際、桜橋監査法人が当社に対して示した 330 百万円の本件広告枠販売取引に関する売上計上の要件は、①実際に広告が出稿・掲載されて履行義務が充足されること、又は②行使期間が終了し、未行使の本件広告枠に係る権利が消滅することにより、以後の役務提供義務及び返金義務が存在しないこと（すなわち、これ以上行使されないことが確定的となること）であった。

しかしながら、前記のとおり、2022 年 12 月に売上を一括計上した 330 百万円の本件広告枠販売取引については、2023 年 4 月 21 日時点において実際の広告出稿が全く存在せず、その後も同様の状況が続いたため、当社が 2023 年 9 月期第 3 四半期末である同年 6 月末までに、前記①の要件を充足させることは、現実的には不可能であった。

この結果、田坂氏は、桜橋監査法人に当該売上計上を認めさせるためには、「実際に広告が出稿・掲載されて履行義務が充足され（た)」との外形又は、「これ以上行使されないことが確定的とな (った)」との外形をそれぞれ人為的に作出するほかない状況に至った。

イ　広告出稿実態を仮装するための虚偽の広告枠掲載依頼シートの作成・提出

まず、「実際に広告が出稿・掲載されて履行義務が充足され（た)」との外形については次のとおりである。

田坂氏は、2023 年 5 月 24 日、橋本氏及び v 氏に対し、2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引についての監査対応に関して、Slack において、「まだ資料の準備できていません、、、がこういうの作りたいはお話しできます。」、「イメージ送ります。明日には、半分以上、枠埋まっている状態を作ります。本番は Google スプレッドシートにて展開予定です。」と送信するとともに、「【P 社様】広告枠_出稿管理表_2023」と題する Excel ファイルを作成・共有した。当該 Excel ファイルには、「出

稿管理表」及び「保険市場　広告枠掲載依頼シート」[57]と題するシートが含まれていたが、いずれも、その実質的な内容についての記載はなく、いわばひな形の状態であった。なお、当該「出稿管理表」の広告主名欄には、P 社担当者が田坂氏に対して 2023 年 4 月 21 日に送信した広告出稿先候補企業名が転記されていた。

v 氏は、前記「保険市場　広告枠掲載依頼シート」を桜橋監査法人に提出したうえで、2023 年 5 月 25 日、橋本氏及び田坂氏に対して、メールで「監査法人対応の資料のご準備どうもありがとうございました。おかげさまで、報告内容についての異論はほとんど無く『結果をお待ちします』とご回答頂きました。『保険市場　広告掲載依頼シート』という資料がエビデンスとして良い心証をもってもらえました。」、「■　このシートに P 社の社名や担当者印の記載が欲しいとのリクエストがありました。」と報告した。併せて、v 氏は、当社も P 社も従来「枠で売買した」との認識でおり当該 Excel のような資料を準備したのは初めてであること、掲載スケジュールは第 2 四半期末から第 3 四半期にかけてとなる見込みであること、第 3 四半期までに本件広告枠を消費しきるのは確実であることなどを桜橋監査法人に説明した旨も報告した。

田坂氏は、前記「保険市場　広告枠掲載依頼シート」への P 社担当者印に関するリクエストについて、2023 年 5 月 26 日、v 氏に対して、「デジタルでのやり取り（Slack）等を想定しており、押印欄をつけたとしても機能しないです。」などと伝え、v 氏との間で、P 社担当者による押印は不要とする運用を確認した。

その後、P 社担当者は、田坂氏に対して、Messenger において、2023 年 6 月 13 日、「広告枠への出稿の件ですが、取り急ぎ S 社の弊社営業担当より掲載 OK を取りましたので、添付バナーと LP にて掲載いただけますと幸いでございます。」と連絡し、同月 14 日、「T 社も弊社営業担当より OK を取りましたので、LP とバナーをご共有させていただきます。」と連絡した。

しかしながら、当委員会が S 社及び T 社の両社に確認したところ、両社から、P 社との間に契約関係はあるものの、本件サイトへの広告出稿を依頼した事実やその出稿を承諾した事実はない旨の回答を得た。また、P 社担当者は、当委員会のヒアリングにおいて、両社との契約は成功報酬型であるところ、当該出稿によって成約に至らなかったため費用は発生しておらず、両社に確認しても本件サイトへの広告出稿の事実を認識していないはずである旨を述べた。

以上によれば、P 社担当者による前記 2023 年 6 月 13 日及び同月 14 日の各連絡は、遅くとも前記ア記載の同年 4 月 19 日以降 P 社との間で行われてきた広告出稿

---

[57] 「保険市場 広告枠掲載シート」は、「出稿依頼シート（元データ）」との名称が付されたタブを開くと表示されるシートである。

の実態作出の準備に関する経緯に照らせば、P 社担当者が実際に P 社の営業担当者から広告出稿に関する確認をしたか否かの判断を措くとしても、いずれにせよ、当社からの要望に応えるため広告出稿という外形を作出する趣旨で行われたものであると認めるのが相当である。

そして、田坂氏は、2023 年 6 月 23 日、v 氏に対して、Slack において、「広告枠掲載出稿管理表」と題する Excel ファイルを共有した。当該 Excel ファイルのうち「出稿管理表」と題するシートには、広告主として S 社、T 社及び生命保険会社 3 社（C 社、U 社及び M 社）の合計 5 社の企業名が記載され、2023 年 1 月から同年 6 月までの間に合計 144 枠[58]の本件広告枠について出稿があったかのような記載のある表が掲載されていた。また、「出稿依頼シート」と題するシートは、前記 5 社について各社 1 通ずつ作成されており、「依頼日：2023/03/15（C 社）」、「依頼日：2023/03/24（U 社）」等、実際の作成時期（2023 年 5 月下旬以降）に先行する日付が依頼日として記載されていた。

この遡及的な日付の記載について、田坂氏は、当委員会のヒアリングにおいて、次のとおり供述している。すなわち、2023 年 5 月下旬頃、同年 6 月までに合計 144 枠の本件広告枠に広告を出稿してくれる広告主を、P 社を通じて確保することが困難であると認識した。そこで、既に本件サイト上に掲載されていた既存の保険会社広告のうちまだ売上計上されていないものについて、P 社が購入した本件広告枠を過去に遡って行使したものとして事後的に割り当てることにより本件広告枠を消費したこととする処理を自ら発案したが、その際 P 社にはその旨を伝えなかった。そして、客観的に見れば事実と異なる依頼日を遡って記載した虚偽の書類を作成し、つじつまを合わせるために遡って資料を作ったが、明らかな誤りだったと今も思う旨を述べている。

以上によれば、当社は、2023 年 5 月下旬以降に急遽作成した広告枠掲載依頼シートに、実際の作成時期に先行する広告主による広告出稿依頼日付をバックデートで記載したうえ、これをあたかも当該日付時点で P 社からの依頼に基づき正規に発生した本件広告枠の行使であるかのように装って、桜橋監査法人に提出したものと認められる。

したがって、このような広告枠掲載依頼シートの作成・提出は、取引の実在性に関する桜橋監査法人の判断を誤らせる目的による偽装行為であったと認められる。

なお、桜橋監査法人は、2023 年 9 月期第 4 四半期において、当社に対して改めて広告枠掲載依頼シートの提出を求めた。田坂氏は、橋本氏からその話を聞き、同年

---

[58] この合計 144 枠は、2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引に関する「御見積書」と題する書面に記載されていた枠数の合計と一致する。

8 月 4 日、Messenger において、「以前渡したものが、最終盤でした。そこで監査のヒアリングも受け、問題ない旨をいただいですが、なぜ今、再確認されてるのでしょうか？」、「あと指摘あるとすれば終了確認の欄の日時と確認者のところですが、もし埋めるのであれば 6 月末の日付と適当な担当者（ab さんとか、田坂でもよい）を入れれば問題ないかと思います。」と伝えており、この頃にも同種の偽装工作を重ねていたことが判明している。

ウ　監査法人往査時における掲載作業の実演

2023 年 6 月 16 日、桜橋監査法人の監査担当者が、P 社に対する広告枠販売取引に係る役務提供の適正性を検証する目的で保険市場社を往査し、掲載作業に係るシステム操作の作業見学が実施された。

田坂氏は、この往査に先立ち、担当者である ab 氏に対し、桜橋監査法人の監査担当者の前で、P 社に販売した本件広告枠に関して、アドサーバー（Google Ad Manager）における掲載実演を指示した。ab 氏は、アドサーバー上の配信実績自体は全て実態を伴うものと認識し、その指示に従って T 社又は S 社に係る広告に関する掲載実演を行ったが、実際は、前記イのとおり、その掲載に係る P 社の広告出稿依頼は当社からの要望に応えるために作出されたものであった。

なお、当該往査当日の夜、v 氏から田坂氏宛ての Slack において、「田坂部長、本日は監査法人のアテンドどうもありがとうございました。P 社依頼から掲載作業を実際に見てもらったことで、取引の実在性に関する疑念が大きく晴れたと思います。ご説明も明快でした。大変ありがたかったです」とのメッセージが送信されている。

エ　業務完了確認メールによる「行使終了」の外形作出

次に「これ以上行使されないことが確定的とな（った）」との外形については次のとおりである。

桜橋監査法人は、2023 年 7 月下旬、2023 年 9 月期第 4 四半期の往査を行う中で、総合企画部長であった b 氏に対して、広告掲載依頼シートの提出を求めた。

これを受けて、b 氏が当該広告掲載依頼シートを提出したところ、桜橋監査法人は、2023 年 8 月 4 日、b 氏に対して、「保険市場の広告枠売りに関して、今朝頂いた P 社から入手した資料を拝見いたしましたが、先方から入手したことがわかるサインもしくは印がありません。決算打ち合わせでもお伝えさせていただきましたが、先方からの資料の入手を前提に、審査上この売上を認めていることもあり、このままでは意見審査に影響があるのではと懸念しております。」、「当方が確認させていただきたいことは、頂いた『広告掲載依頼シート』が確かに先方からのご依頼に基づくもの、という証跡でして、それに先方のサインもしくは印があればそれが確認

できるという理解です。」と伝えて、P 社の押印又は署名等のある証跡の提出を求めた。

そこで、b 氏は、2023 年 8 月 7 日、田坂氏に対して、Slack において、その旨共有した。これに対し、田坂氏は、P 社の押印又は署名等の代替として、「データでお送りし、相違ない旨をメール（もしくは Slack 等）で返信いただくだけではだめですか」と提案し、「当社→2022 年 12 月に「ご注文内容確認書兼申込書」にてご発注頂きました”広告枠”＜業務名＞について、2023 年 6 月 30 日時点で業務が終了している事をお伝えさせて頂きます」、「P 社→終了している事を確認しております。」という具体的なメール案を提示した。

2023 年 8 月 8 日、橋本氏は、田坂氏が提案した文面をほぼそのまま採用して、P 社担当者に対し、「2022 年 12 月に『ご注文内容確認書兼申込書』にてご発注頂きました広告枠について、2023 年 6 月 30 日時点で業務が終了している事をお伝えさせて頂きます。」とのメールを送信し、P 社担当者から、同日中に「完了の件かしこまりました。」との返信を得た。この業務完了確認メールのやり取りについては、橋本氏が P 社担当者との間でそのような外形を作出することについて協議したうえで行っていたものであった。

なお、桜橋監査法人は、当社宛に提出した 2023 年 8 月 7 日付け「第 28 期 3Q レビュー講評メモ」別紙において、「2022 年 12 月に、保険市場が P 社に対して『広告枠』を販売し、売却代金 330,000 千円を一括で収益計上した取引について、当四半期末までに広告枠の消費が完了したことを示す根拠資料ご提示いただく予定でしたが、まだご提示いただいていません。なるべく早くご提示頂けますようお願いします。根拠資料としては、以前にドラフトとしてご提示いただいた『保険市場広告枠掲載依頼シート』の正式版を先方から入手していただくことを想定しています。」と記載していたが、最終的には、前記 P 社担当者の役職等をその名刺の提出を求めて確認したうえで、前記メールにおける「完了の件かしこまりました。」との記載箇所を含むメール部分の確認をもって、本件広告枠の消費が完了したことを示す根拠資料が提出されたものと取り扱った。

(2) 「[redacted] for アドバンスクリエイト」に係る虚偽の証憑の作成・提出

ア 取引実態

本件資産計上の対象とされた「[redacted] for アドバンスクリエイト」は、前記 2･(6)・ア・(ｲ)のとおり、次の①ないし③の各点に照らし、独立して稼働するソフトウェアないしシステムとしての実態を欠くものであった。

すなわち、①当社が P 社から取得したものは、P 社が本件広告運用委託取引の履行の過程で作成した広告クリエイティブの完成物及びその素材である画像データ等

約 2,000 枚にとどまり、当社が、プログラムや、システム仕様書、フローチャート等の関連文書の納品を受けた事実は認められなかった。また、②P 社においても、「[redacted]」はシステムとして納品する性質の商品ではなく、システムを販売した事実はないと認識していた。③当社において「[redacted] for アドバンスクリエイト」との名称を付した画像検索システムとしてこれが作成されたのは 2024 年 1 月頃であって本件資産計上の後であり、かつ、その実際の内容は短期間で制作されたデモ版というべきもので、その制作を行った当社の DM 部インシュアテック課担当エンジニアの PC 内に保存されるにとどまり、その後当社等の社内で利用された事実も認められなかった。

したがって、無形固定資産としての資産計上を認め得る取引実態は、そもそも存在しなかった。なお、かかる取引実態を前提とした場合における会計上の評価は後記 4･(3)のとおりである。

イ　虚偽の証憑の作成・提出

田坂氏は、前記のとおり、P 社に対する「返済」に係る「クリエイティブ費用」について、数年にわたって減価償却費として費用計上することで、その費用の平準化を図り、2024 年 9 月期第 1 四半期の決算数値を目標とする水準に近付けることを目的で、本件資産計上をすることとし、その後、2024 年 9 月期第 2 四半期における監査法人対応の期限が迫った 2024 年 2 月頃、桜橋監査法人による監査手続において当該資産計上の実態が露見することを防ぐ目的で、次の虚偽の証憑の作成に関与した。

なお、このような虚偽の証憑の作成には、当社の総合企画部も関与した可能性がある。すなわち、2024 年 2 月 7 日、当社取締役であった岡田氏は、田坂氏に対し、Slack で「【急ぎ案件/監査法人対応】[redacted]（ソフトウェア/P 社）の①ソフトウェア仕様書、②納品書と請求書、この①と②の 2 点、お手元にありますか？」、「本日 13 時を目途に提出可能でしょうか？」などと伝え、監査法人への提出用証憑の緊急対応を依頼している。

（7）　検収書

当社は、田坂氏が当社名義で作成した 2023 年 10 月 31 日付け「検収書」と題する文書を桜橋監査法人に提出した。

当該文書は、「下記のとおり、検収書を発行いたします。ご査収の程よろしくお願いいたします。」との記載があり、2023 年 10 月 31 日に「[redacted] for アドバンスクリエイト」一式が当社本社において納品されたかのような体裁が整えられていたが、そのような納品の事実はなく、その内容が虚偽のものであった。

【2023 年 10 月 31 日付け「検収書」】

2023 年 10 月 31 日

検　収　書

[redacted] 御中

株式会社アドバンスクリエイト
〒541-0048
大阪府大阪市中央区
瓦町 3 丁目 5 番 7 号

検収印
[redacted]

下記のとおり、検収書を発行いたします。
ご査収の程よろしくお願いいたします。

【　記　】

納品日	2023 年 10 月 31 日
品名	[redacted] for アドバンスクリエイト
数量	1 式
納品場所	株式会社アドバンスクリエイト　本社

以上

当該検収書について、P 社は、当委員会からの資料提出依頼に対する回答書において、「[redacted]はシステムを納品するような商品ではございませんので、該当する検収書はいただいておりません」として、「[redacted] for アドバンスクリエイト」をシステムとして納品した事実や、これに対応する検収書を受領した事実も存在しないと認識である旨を回答している。

（ｲ）　取扱説明書

また、当社は、その当時当社の経理課に所属していたｃ氏を最終更新者とする「[redacted] for アドバンスクリエイト取扱説明書」と表題の文書（2024 年 2 月 7 日最終更新）を桜橋監査法人に提出した。

当該文書は、表紙に「[redacted] for アドバンスクリエイト 様」との記載や、その内容において「本サービスは、P 社が開発した『[redacted]』の機能を貴社向けにカスタマイズしたものです。」、「本サービスは貴社専用にカスタマイズされたものであり、最新の情報や機能については本サービスの公式サイトや担当者までご確認ください。」などの記載があり、末尾に P 社の著作権表示が付されるなど P 社が当該文書を作成して当社に交付したかのような体裁が整えられていたが、そのような作成・交付の事実はなく、その内容が虚偽のものであった。

【c 氏を最終更新者とする「[redacted] for アドバンスクリエイト取扱説明書」と表題の文書（2024 年 2 月 7 日最終更新）】

[redacted]

[redacted]

× Advance Create The Insurance Market Place

[redacted] for アドバンスクリエイト 様

当該取扱説明書については、P 社の担当者は、当委員会のヒアリングにおいて、当該取扱説明書の存在自体認識していない旨を述べており、当委員会の調査においても、当社と P 社との間で、当該取扱説明書の作成等に関する協議又は承諾があった形跡を示す資料は見当たらなかった。

ウ　桜橋監査法人による資産計上の容認

以上のとおり、桜橋監査法人は、このようにして当社が提出した証憑や田坂氏に対するヒアリング結果に基づいて本件資産計上を容認したものと認められる。

４　本件広告枠販売取引、本件資産計上等におけるあるべき会計処理

前記 1 のとおり、 当社等と P 社との間の一連の取引には、当事者の立場を異にする複数の類型が含まれる。そこで、当委員会は、それぞれの取引の外形に応じて、①本件広告枠販売取引については収益認識、②本件外注費繰延べについては費用の期間帰属、③本件資産計上については無形固定資産（ソフトウェア）の資産計上という各局面に適用される会計基準等に照らして、あるべき会計処理を検討した。

(1)　本件広告枠販売取引について

ア　本件広告枠販売取引に関連する会計基準

本件広告枠販売取引から生じる収益の認識については、収益認識基準及び企業会計基準適用指針第 30 号「収益認識に関する会計基準の適用指針」（以下「**収益認識適用指針**」という。）に基づいて判断される。

収益認識基準は、顧客との契約から生じる収益を 5 つのステップ（①契約の識別、②履行義務の識別、③取引価格の算定、④履行義務への取引価格の配分、⑤履行義務の充足による収益の認識）により認識する旨を定めている。このうち、本件広告枠販売取引において問題となるのは、③取引価格の算定である。収益認識基準のうち本件に直接関係する条項は以下のとおりである。

第 27 項　同一の顧客（当該顧客の関連当事者を含む。）と同時又はほぼ同時に締結した複数の契約について、次の(1)から(3)のいずれかに該当する場合には、当該複数の契約を結合し、単一の契約とみなして処理する。

(1) 当該複数の契約が同一の商業的目的を有するものとして交渉されたこと

(2) 1 つの契約において支払われる対価の額が、他の契約の価格又は履行により影響を受けること

(3) 当該複数の契約において約束した財又はサービスが、第 32 項から第 34 項に従うと単一の履行義務となること

第 46 項　履行義務を充足した時に又は充足するにつれて、取引価格（第 54 項の定めを考慮する。）のうち、当該履行義務に配分した額について収益を認識する。

第 47 項　取引価格とは、財又はサービスの顧客への移転と交換に企業が権利を得ると見込む対価の額（ただし、第三者のために回収する額を除く。）をいう（第 8 項参照）。取引価格の算定にあたっては、契約条件や取引慣行等を考慮する。

第 48 項　顧客により約束された対価の性質、時期及び金額は、取引価格の見積りに影響を与える。取引価格を算定する際には、次の(1)から(4)のすべての影響を考慮する。

（中略）

(4)　顧客に支払われる対価（第 63 項及び第 64 項参照）

第 63 項　顧客に支払われる対価は、企業が顧客（あるいは顧客から企業の財又はサービスを購入する他の当事者）に対して支払う又は支払うと見込まれる現金の額や、顧客が企業（あるいは顧客から企業の財又はサービスを購入する他の当事者）に対する債務額に充当できるもの（例えば、クーポン）の額を含む。

顧客に支払われる対価は、顧客から受領する別個の財又はサービスと交換に支払われるものである場合を除き、取引価格から減額する。顧客に支払われる対価に変動対価が含まれる場合には、取引価格の見積りを第 50 項から第 54 項に従って行う。

第 64 項　顧客に支払われる対価を取引価格から減額する場合には、次の(1)又は(2)のいずれか遅い方が発生した時点で（又は発生するにつれて）、収益を減額する。

(1) 関連する財又はサービスの移転に対する収益を認識する時

(2) 企業が対価を支払うか又は支払を約束する時（当該支払が将来の事象を条件とする場合も含む。また、支払の約束は、取引慣行に基づくものも含む。）

また、収益認識基準第 63 項に関し、収益認識適用指針は以下のとおり定めている。

第 30 項　顧客に支払われる対価が顧客から受領する別個の財又はサービスと交換に支払われるものである場合（会計基準第 63 項）には、当該財又はサービスを仕入先からの購入と同様の方法で処理する。ただし、顧客に支払われる対価が顧客から受領する別個の財又はサービスの時価を超えるときには、当該超過額を取引価格から減額する。

なお、顧客から受領する財又はサービスの時価を合理的に見積ることができない場合には、顧客に支払われる対価の全額を取引価格から減額する。

イ　当社の計上方法の適否

(ｱ)　検討の対象

前記のとおり、本件広告枠販売取引においては③取引価格の算定が問題となる。その主要な論点は「顧客に支払われる対価」（収益認識基準第 63 項）であり、その前提として、契約の結合（収益認識基準第 27 項）について検討する必要がある。そこで、以下ではこの 2 点について検討する。

(ｲ)　収益認識基準への当てはめ

a　契約の結合（収益認識基準第 27 項）に関する検討

収益認識基準第 27 項は、同一の顧客（その関連当事者を含む。）と同時又はほぼ

同時に締結した複数の契約について、同項に定めた条件のいずれかに該当する場合には、当該複数の契約を結合し、単一の契約としてみなして処理することを求めている。

この点、前記 2 のとおり、本件広告枠販売取引の実施に当たっては、当社等が、P 社に対し、後続する本件広告運用委託取引において販売金額と同額以上の粗利を供与するという本件反対給付取引を行う旨の合意が存在し、本件広告枠販売取引及び本件反対給付取引は、一連の取引として計画・実施されたものであった。

そのため、本件広告枠販売取引及び本件反対給付取引は、収益認識基準第 27 項(2)が定める「(2)1 つの契約において支払われる対価の額が、他の契約の価格又は履行により影響を受けること」に該当する。

したがって、本件広告枠販売取引及び本件反対給付取引は不可分な一連の取引であり、会計上は両取引を結合された「単一の契約」とみなし、その実態を評価することが適切であると判断される。

b　顧客に支払われる対価（収益認識基準第 63 項）に関する検討

収益認識基準においては、ステップ 3 として③取引価格の算定がなされる。「取引価格」とは、財又はサービスの顧客への移転と交換に企業が権利を得ると見込む対価の額（ただし、第三者のために回収する額を除く。）をいう。そして、その算定に当たっては、契約条件や取引慣行等を考慮し（収益認識基準第 47 項）、「顧客に支払われる対価」等の影響を考慮することとされている（収益認識基準第 48 項）。加えて、収益認識基準第 63 項は、「顧客に支払われる対価」について、顧客から受領する別個の財又はサービスと交換に支払われるものである場合を除き、「取引価格」から減額する旨を定めている。

そこで、本件広告枠販売取引及び本件反対給付取引が結合された単一の契約であることを前提として、本件反対給付取引によって当社等が P 社に支払った対価が、収益認識基準第 63 項によって「取引価格」から減額されるべき「顧客に支払われる対価」に該当するか否かを検討する。

まず、本件反対給付取引について、P 社による一定の役務提供があること自体は否定できない。しかしながら、前記 2 のとおり、①本件反対給付取引によって P 社に支払われた対価には、通常想定される役務提供の対価に加え、「上乗せ部分」が含まれていたこと、②この「上乗せ部分」は、役務の内容、工数、難易度その他の役務提供の実態を基礎として算定されたものではなく、本件広告枠販売取引によって発生した「借金」の「返済」として、本件広告枠販売取引との対応関係を基礎として決定されていたことが認められる。

このことからすると、本件反対給付取引の対価のうち、通常想定される役務提供の対価を超える支払部分については、実質的にはP社に対する経済的利益の供与としての性質を有すると考えられ、本件広告枠販売取引とは独立した別個の財又はサービスと交換に支払われるものとは評価しがたい。そのため、当該支払部分は、収益認識基準第 63 項に基づき取引価格から減額され、その結果、単一の契約とみなされる本件広告枠販売取引についても、その収益計上額から控除されることになる。

(ｳ)　小括

以上のとおり、本件反対給付取引における通常想定される役務提供の対価を超える支払部分は、本件広告枠販売取引の収益計上額から控除されることになる。そして、前記のとおり、当該支払部分はいずれも本件広告枠販売取引の収益計上額と同額以上であるため、結局、本件広告枠販売取引の収益計上額は全て控除されることとなる。

(2)　本件外注費繰延べについて

ア　本件外注費繰延べに関連する会計基準

外注費等の期間費用については、企業会計原則（第二　損益計算書原則）に基づく必要がある。企業会計原則は、全ての費用及び収益をその支出及び収入に基づいて計上し、その発生した期間に正しく割り当てるよう処理することを求めている（発生主義の原則）。

したがって、費用の計上時期は、現金の支出時点や請求書の発行時点ではなく、役務の提供を受けた事実（費用の発生の事実）に基づいて決定される。本件外注費繰延べに直接関係する定めは以下のとおりである。

第二　損益計算書原則　一Ａ　すべての費用及び収益は、その支出及び収入に基づいて計上し、その発生した期間に正しく割当てられるように処理しなければならない。ただし、未実現収益は、原則として、当期の損益計算に計上してはならない。

イ　当社の計上方法の適否

(ｱ)　検討の対象

認定事実によれば、当社は、四半期末又は決算期末において当四半期又は当期の変動費を圧縮する必要が生じた際、本来当四半期又は当期の費用として計上すべきP社に対する外注費について「値引き」を受け、これを実質的な「借金」として認識したうえで、後続期間の請求に上乗せして支払うことを反復していた。当該繰延べ及び返済は、具体的には以下の手法により行われていた。

a　　役務提供期間の記載削除による繰延べ

P 社発行の請求書には通常「役務提供期間」が記載されるところ、「値引き」の返済に充当される請求項目については、通常の運用分と区別するため、役務提供期間欄が空欄とされて（期間の記載が削除されて）いた。この結果、当該請求に係る費用は、実際に役務の提供を受けた期間との対応関係を離れ、請求書が発行された月の外注費として計上されることとなり、費用の期間帰属が請求のタイミングの操作によって恣意的に決定される状態となっていた。

b　　クリエイティブ費用（[redacted]制作費用）を用いた繰延べ

2024 年 6 月に行われた 15 百万円の繰延べについては、その返済（同年 7 月及び 8 月の請求への上乗せ）に際して、[redacted]を使用したクリエイティブ費用名目の上乗せ請求が用いられた。当該上乗せ分は、その名目にかかわらず、計上された期に提供を受けた役務の対価ではなく、先行する期間に受けた「値引き」に対する返済としての性格を有するものである。

（ｲ）　あるべき会計処理（費用の期間帰属の修正）

a　　値引きの取消し（費用の当初発生期間への計上）

前記の「値引き」は、当事者間において「借金」として認識され、後続期間における上乗せ請求により実質的に全額の支払いが予定されていたものであるから、役務の対価を確定的に減額する値引きとしての経済的実質を有さず、支払の繰延べにすぎない。したがって、あるべき会計処理としては当該部分の費用を取り消し、役務の提供を受けた期間の費用（外注費）として計上する必要がある。

b　　返済としての外注費計上の取消し

他方、後続期間においてクリエイティブ費用等の名目で上乗せ請求され、外注費として計上された金額のうち、前記「借金」の返済に相当する部分は、当該期間に提供を受けた役務の対価ではなく、先行する期間に発生した債務の弁済にすぎない。したがって、当該部分の費用計上を取り消し、「値引き」を受けた期間の費用（外注費）として計上する必要がある。

（ｳ）　小括

以上のとおり、本件の「値引き」及び返済（上乗せ請求）は、いずれも費用の発生の事実に基づかずに外注費の計上時期を操作するものであり、発生主義の原則（第二損益計算書原則一Ａ）に反する。あるべき会計処理としては、「借金」としての「値

引き」を取り消して費用を本来の発生期間に計上し、返済としての外注費の計上を取り消すことにより、外注費の期間帰属を実際に役務の提供を受けた期間に正しく割り当てるよう修正することとなる。

(3)　本件資産計上について

ア　本件資産計上に関連する会計基準

ソフトウェアを無形固定資産（ソフトウェア）として資産計上するには、移管指針第 8 号「研究開発費及びソフトウェアの会計処理に関する実務指針」（以下「**ソフトウェア実務指針**」という。）の定める要件を満たす必要がある。ソフトウェア実務指針のうち本件資産計上に直接関係する条項は以下のとおりである。

> 第 6 項　本報告におけるソフトウェアとは、コンピュータ・ソフトウェアをいい、その範囲は次のとおりとする。
>
> ① コンピュータに一定の仕事を行わせるためのプログラム
>
> ② システム仕様書、フローチャート等の関連文書
>
> 第 7 項　コンテンツは、ソフトウェアとは別個のものとして取り扱い、本報告におけるソフトウェアには含めない。ただし、ソフトウェアとコンテンツが経済的・機能的に一体不可分と認められるような場合には、両者を一体として取り扱うことができる。
>
> 第 11 項　自社利用のソフトウェアの資産計上の検討に際しては、そのソフトウェアの利用により将来の収益獲得又は費用削減が確実であることが認められるという要件が満たされているか否かを判断する必要がある。その結果、将来の収益獲得又は費用削減が確実と認められる場合は無形固定資産に計上し、確実であると認められない場合又は確実であるかどうか不明な場合には、費用処理する。
>
> 第 29 項　ソフトウェアがコンピュータに一定の仕事を行わせるプログラム等であるのに対し、コンテンツはその処理対象となる情報の内容である。コンテンツの例としては、データベースソフトウェアが処理対象とするデータや、映像・音楽ソフトウェアが処理対象とする画像・音楽データ等を掲げることができる。ソフトウェアとコンテンツとは別個の経済価値を持つものであることから、本報告ではコンテンツはソフトウェアに含めないこととした。

イ　当社の計上方法の適否

前記 2・(6)・ア・(ｲ)のとおり、当社は、本件資産計上において、P 社から「[redacted]

for アドバンスクリエイト」を取得したこととして、2023 年 10 月[59]に外部取得のソフトウェアとして 70 百万円を資産計上している。

しかし、その実態は、当社が、P 社からソフトウェアないしシステムを購入していないにもかかわらず、これを購入したこととして 、P 社に対する「返済」に係る「クリエイティブ費用」について、数年にわたって減価償却費として費用計上することで、平準化を図ろうとしたものであった。

また、当社が P 社から取得したものは、P 社が本件広告運用委託取引の履行の過程で作成した広告クリエイティブの完成物、元画像及び素材等の画像データ等約 2 千枚であった。当該画像データ等は、ソフトウェアによる処理の対象となる情報の内容そのものであるから、ソフトウェア実務指針第 7 項及び第 29 項にいうコンテンツに該当し、ソフトウェア実務指針第 6 項のソフトウェアには含まれない。

さらに、当該画像データは、特定のプログラムによる処理を前提としなければ利用価値を有しないというものではなく、それ自体が広告素材として独立した利用可能性を有するものである。他方で、当社が P 社から当該画像データと併せてこれを処理するプログラムの提供を受けた事実はない。そうすると、ソフトウェア及びコンテンツが経済的・機能的に一体不可分と認められる場合（ソフトウェア実務指針第 7 項ただし書）にも当たらない。

したがって、本件資産計上の対象とされたものは、そもそもソフトウェア実務指針上のソフトウェアに該当せず、無形固定資産（ソフトウェア）として計上する余地はない。

なお、2024 年 1 月頃に当社のエンジニアが「[redacted] for アドバンスクリエイト」との名称を付した画像検索システム(ソフトウェア)を作成したことが窺われるが、当該システムは、短期間で制作したデモ版というべきもので、その成果物も当該エンジニアの PC 内に保存されているにとどまり、その後当社等の社内で利用されたことも認められず、これが、ソフトウェア実務指針第 11 項の要件を満たさないことも明らかである。

以上のとおり、本件資産計上は、実際には「借金」の「返済」の手段としてコンテンツである画像データ等を購入したにすぎない取引であるにもかかわらず、これをソフトウェアに該当するとして資産計上したものであり、実態と異なる会計処理を行ったものである。

よって、あるべき会計処理としては本件資産計上を取り消し、これに伴い計上された減損損失についても併せて取り消すこととなる。そのうえで、本件資産計上に係る支出は、その実質において本件反対給付取引を通じた「返済」の一環として P

[59] 過去の過年度訂正による影響で、2023 年 10 月に全額減損損失を計上している。

社に対して供与された経済的利益であるから、前記(1)と同様に、本件広告枠販売取引の修正と一体として処理すべきであると判断する。

５　各連結事業年度の会計上の影響額

(1)　反対給付型

本件広告枠販売取引及び本件資産計上取引に係る各連結事業年度の影響額は以下のとおりである。広告代理店収入の明細は、別紙 6 のとおりである。

（百万円）

連結事業年度	科目	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	計
2019 年 9 月期	広告代理店収入	-	-	-	30	30
	売上原価	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	30	30
2020 年 9 月期	広告代理店収入	-	20	-	30	50
	売上原価	-	-	△16	△15	△31
	合計	-	20	△16	14	18
2021 年 9 月期	広告代理店収入	-	-	-	-	-
	売上原価	△18	-	-	△2	△20
	合計	△18	-	-	△2	△20
2022 年 9 月期	広告代理店収入	-	79	-	-	79
	売上原価	△7	△7	△11	△24	△51
	合計	△7	71	△11	△24	27
2023 年 9 月期	広告代理店収入	330	-	-	-	330
	売上原価	△27	△51	△55	△136	△272
	合計	302	△51	△55	△136	57
2024 年 9 月期	広告代理店収入	-	-	-	-	-
	売上原価	△43	-	-	-	△43
	特別損失	△70	-	-	-	△70
	合計	△113	-	-	-	△113

（注）広告代理店収入（売上）の正の数値は、売上の過大計上額、売上原価の△は原価の過大計上額を示し、それぞれ取り消すべき金額である。売上原価の正の数値は期間帰属（計上時期）の変更による影響額を示す。

(2)　費用繰延型

本件外注費の繰延べに係る各連結事業年度の影響額は以下のとおりである。該当の取引の明細は、別紙 7 のとおりである。

（百万円）

連結事業年度	科目	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	年度計
2020 年 9 月期	売上原価	-	-	35	△35	-
	合計	-	-	35	△35	-
2021 年 9 月期	売上原価	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-
2022 年 9 月期	売上原価	-	48	△24	△24	-
	合計	-	48	△24	△24	-
2023 年 9 月期	売上原価	69	70	△139	-	-
	合計	69	70	△139	-	-
2024 年 9 月期	売上原価	-	15	-	△15	-
	合計	-	15	-	△15	-

（注）売上原価の正の数値は、本来原価を計上すべき役務提供月の計上額、△は繰延計上されていた取り消すべき金額を示す。

６　Ｐ社との本件広告枠販売取引及び外注費繰延処理に係る類似案件の調査

(1)　本件広告枠販売取引に係る類似案件調査

本件広告枠販売取引に係る類似案件調査は、対価性を欠く取引又は実態を伴わない取引（いわゆるバーター取引）を利用した、架空売上及び水増し売上の計上の有無を検証することを目的として実施したものであり、具体的には、本調査対象期間において、当社の会計処理上「売上」及び「費用」の双方が計上されている取引先について、一定の基準額を設定して抽出し、対価性及び経済合理性の有無を検証したものであるが、不適切な会計処理を窺わせる取引は確認されなかった。

(2)　本件資産計上取引に係る類似案件調査（無形固定資産その他の固定資産の妥当性検証）

本件資産計上取引に係る類似案件調査（無形固定資産その他の固定資産の妥当性検証）は、当社の無形固定資産及び長期前払費用に係る取引について、取引実態の有無及び資産計上の妥当性（資産性）を検証することを目的として行ったものである。外部取得のソフトウェア及び長期前払費用にあっては年間取引金額が 10 百万

円以上である取引先を抽出対象としたうえで、外部取得のソフトウェアは仕訳 1 件あたりの金額が 100 万円以上の取引、及び長期前払費用は取引先ごとに各 1 件の取引をそれぞれ抽出した。また、自社開発ソフトウェアにあっては固定資産台帳において、年間計上金額が 5 百万円以上である明細を抽出した。

これらについて、各種証憑等との照合等を実施した結果、資産性が認められない不適切な資産計上等に伴い、4 件のソフトウェアにつき、資産の過大計上が認められた。その金額的影響は、後記(3)「ソフトウェア、前払費用及び長期前払費用の過大計上額」に記載のとおりである。該当の取引の明細については、別紙 8 のとおりである。

(3) 本件資産計上取引に係る類似案件調査（前払費用及び長期前払費用の妥当性検証）

本件資産計上取引に係る類似案件調査(前払費用及び長期前払費用の妥当性検証)は、当社の前払費用及び長期前払費用に係る取引について、取引実態の有無及び資産計上の妥当性（役務提供期間に応じた費用配分の適正性及び資産性）を検証することを目的として実施したものであり、当社の前払費用及び長期前払費用の内訳明細資料のうち、役務提供の対象期間の記載がない取引等当委員会において設定した条件を満たす取引を抽出して、証憑等との照合等を実施した。

その結果、前払費用の過大計上として 11 件の取引が検出されたものであり、その金額的影響は、以下の「ソフトウェア、前払費用及び長期前払費用の過大計上額」のとおりである。該当の取引の明細については、別紙 9 のとおりである。

【ソフトウェア、前払費用及び長期前払費用の過大計上額】

（百万円）

連結事業年度	科目	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	年度計
2020 年 9 月期	売上原価	-	-	39	-	39
	営業外費用	-	-	-	2	2
	特別損失	-	-	-	△39	△39
	合計	-	-	39	△36	2
2021 年 9 月期	営業外費用	△0	△0	△0	△0	△0
	合計	△0	△0	△0	△0	△0

2022年9月期	営業外費用	△0	△0	1	△0	0
	合計	△0	△0	1	△0	0
2023年9月期	販管費	-	39	△30	△6	2
	営業外費用	△0	△0	△0	△0	△0
	特別損失	-	△3	-	-	△3
	合計	△0	36	△31	△6	△1
2024年9月期	販管費	2	△1	-	-	1
	営業外費用	△0	△0	△0	△0	△0
	特別損失	△0	-	-	△1	△2
	合計	1	△1	△0	△1	△2

（注）正の数値は本来費用を計上すべき役務提供月の計上額、マイナス（△）の数値は資産計上されていた修正すべき金額を示す。

(4)　本件外注費繰延べに係る類似案件調査

本件外注費繰延べに係る類似案件調査は、本調査対象期間の各四半期において費用として計上すべき支出について、翌四半期以降へ繰り延べる等の会計処理により、当該四半期の利益が過大に表示されていないかを検証することを目的として実施したものであり、「外部への支払経費」科目のうち、当委員会において設定した条件を満たす取引を抽出して、証憑等との照合等を実施した。その結果、メール等により本件外注費繰延処理と類似する意図的な費用の繰延べを窺わせる事項が複数検出され、これらをまとめた金額的影響としては、後記ウのとおりとなる。

ア　請求書の修正による費用繰延べ

デジタル・フォレンジックの結果及び田坂氏のヒアリングにより、田坂氏から取引先に対し、2023年3月に発生した費用を翌月に繰り延べるため、請求書の件名を修正するよう依頼がされ、実際に2023年9月期第2四半期に計上すべき5百万円（税抜）が予算達成のために意図的に翌四半期以降に繰り延べられていたことを確認した。かかる費用は、2023年3月に役務提供の受領が完了した取引であり、発生した期間である2023年9月期第2四半期の費用として計上すべきものであったと認定した。

イ　複数の手法を使った費用繰延べ

デジタル・フォレンジックの結果、a 氏と b 氏との間で、2023 年 3 月末に発生した費用を翌四半期以降に繰り延べる処理が行われ、その結果を b 氏から櫛引氏に報告していたことを窺わせるメールを確認した。上記メールに記載された各会計処理と会計データ（仕訳帳）との照合を実施した結果、入力済みの会計処理の取消や前払費用処理等、複数の手法による経費の繰延べが行われていたと認められた。

これらの費用は、いずれも 2023 年 3 月以前に役務提供の受領が完了した支出であり、発生した期間である 2023 年 9 月期第 2 四半期の費用として計上すべきものであったと認定した。

ウ　本類似案件調査により検出された費用の繰延べ

前記の手続を実施した結果、本調査対象期間における不適切な繰延べとして 157 件の取引が検出された。前記ア及びイの各事項並びに本項の検出事項による各事業年度への影響額は、以下の「費用繰延べ検出事項一覧」に記載のとおりである。該当の取引の明細は、別紙 9 のとおりである。

【費用繰延べ検出事項一覧】

（百万円）

連結事業年度	科目	第 1 四半期	第 2 四半期	第 3 四半期	第 4 四半期	年度計
2020 年 9 月期	販管費	0	△0	△1	1	△0
	合計	0	△0	△1	1	△0
2021 年 9 月期	販管費	1	△1	△1	△0	△0
	合計	1	△1	△1	△0	△0
2022 年 9 月期	販管費	1	△1	3	2	5
	合計	1	△1	3	2	5
2023 年 9 月期	売上原価	△0	6	△6	-	△0
	販管費	△1	58	△55	△2	△0
	合計	△1	64	△61	△2	△1
2024 年 9 月期	売上原価	7	△6	-	-	0
	販管費	7	△3	0	△1	3
	特別損失	-	-	-	△3	△3
	合計	14	△9	0	△5	△0
2025 年	販管費	4	△6	△3	△0	△6

9月期	合計	4	△6	△3	△0	△6
2026年 9月期	販管費	△1	-	-	-	△1
	合計	△1	-	-	-	△1
合計	売上原価	6	△0	△6	-	-
	販管費	13	45	△58	△1	△0
	特別損失	-	-	-	△3	△3
	合計	20	44	△64	△5	△4

（注）正の数値は本来費用を計上すべき役務提供月の計上額、マイナス（△）の数値は費用計上されていた取り消すべき金額を示す。

7　本件P社取引スキーム等に関する役職員等の関与及び認識

本件P社取引スキーム（この一環として行われた本件広告枠販売取引、本件外注費繰延べ及び本件資産計上を含む。）並びに前記 3 の桜橋監査法人に対する偽装工作（以下、併せて「**本件P社取引スキーム等**」という。）に関し、当社等の役職員等の関与及び認識を個別に検討する。その検討の順序は、関与の時期及び程度に照らして、本件P社取引スキーム等の設計又は実行を担った橋本氏及び田坂氏から始め、濱田氏、横山氏及びその他の役職員（鳥居氏、櫛引氏、岡田氏及び総合企画部経理課職員）、社外役員、桜橋監査法人の順とする。

(1)　橋本氏について

ア　本件P社取引スキーム等に関する関与及び認識

当委員会によるヒアリングにおいて、 橋本氏は、P社に本件広告枠の購入や外注費の「値引き」をしてもらったことに対し、当社側から後続する本件広告運用委託取引において配信量を増やす、マージン率を引き上げる、クリエイティブ費用を上乗せして支払う、又は広告運用代行業務の一部を移管するなどしてP社に利益を渡すという関係があった旨、このような関係を「借金」又は「返済」と呼び、「配信計画表」等の一覧表をP社側と共有することを通じて精緻に残高管理をしていた旨を供述し、本件P社取引スキームへの関与及び認識があることを認めている。

これらの供述は、「配信計画表」等の一覧表の作成者又は最終更新者が橋本氏となっているものがあること及び橋本氏が当該一覧表をP社側とやり取りして協議していたことを示すメール等の客観的証拠と整合している。

特に本件外注費繰延べについて、橋本氏は、本来一括して計上すべき外注費を意図的に分割し、翌四半期又は翌期以降に繰り延べる認識であった旨を供述しており、費用の期間帰属を意図的に歪める処理であることの認識を自認するとともに、この

ような対応をしてよいのかという迷いがあった旨を供述して、その不適切性を当時から認識していたことも認めている。

他方で、橋本氏は、P 社に対するクリエイティブ費用名目での支払については、P 社において広告クリエイティブを制作していたという実態があった旨を述べる等、本件反対給付取引の一部には取引の実態があった旨を供述している。

しかしながら、本件 P 社取引スキームにおいて問題とされるべきは、個々の役務の実在性ではなく、本件広告枠販売取引及び本件外注費繰延べと本件反対給付取引とが「借金」の解消に向けた「返済」として条件付けられていたという両取引間の関係性にある。

橋本氏は、このような関係性の存在自体を当委員会のヒアリングの当初から一貫して認め、P 社からの請求額に「返済」に相当する上乗せ部分が含まれていたことも認めている。そうすると、上記供述は、一連の取引が通常の取引であって不適切な会計処理に当たらないとの結論を導くものではなく、かえって、両社間の取引の対価のうち通常想定される役務提供の対価を超える部分を取引価格から減額すべきであったことを基礎付ける方向に働く供述と評価すべきである。

イ　小括

以上を踏まえると、橋本氏は、本件 P 社取引スキームの「借金」と「返済」という本件取引構造及び本件外注費繰延べの意図性・不適切性のいずれについても具体的に認識した上で、四半期ごとの業績数値達成のため（特に、橋本氏は、本件広告枠販売取引のうち 2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引について、足りない実績を埋めるものとして行った旨、明確に供述しているところでもある。）に、売上を計上し、あるいは費用を減らすために、P 社との交渉及び本件 P 社取引スキームの実行を主導的に担った者と認められる。

ただし、橋本氏は、濱田氏から当社の取締役を解任する旨を告げられたことを契機として、遅くとも 2023 年 6 月頃以降、本件 P 社取引スキーム等への関与の程度が低下し、その実行の主体は次第に田坂氏に移行して、同年 12 月をもって当社を退社したことにより、その関与が終了した。

もっとも、橋本氏は、前記 3・(1)・エのとおり、2023 年 8 月 8 日、P 社担当者との間であらかじめ協議した上で業務完了確認メールを送信し、また、前記 2・(6)・ア・(ｱ)のとおり、2023 年 11 月 13 日、田坂氏に対して「[redacted]の金額が余りにも大きくなると、社内で相当厳しいチェックが入り、余計ややこしくなりそうとの事でした。」と報告している。このように、橋本氏は、2023 年 6 月頃以降は主導的立場から退いたものの、退社の直前まで一定の関与を継続していたものと認められる。

(2)　田坂氏について

ア　本件P社取引スキーム等に関する関与及び認識

当委員会によるヒアリングにおいて、田坂氏は、本件P社取引スキーム等の実行過程を最も具体的に供述しており、①本件広告枠の購入費用及び外注費の「値引き」額をP社に対する「借金」として認識し、「配信計画表」等の一覧表をP社側と共有することを通じて、その残高を精緻に管理していた旨、②マージン率の引上げ、クリエイティブ費用の上乗せ支払、広告運用代行業務の移管等の「返済」の手法を橋本氏とともに設計した旨、③「[redacted] for アドバンスクリエイト」について、受領した画像データ等をクラウド上に格納し検索可能な仕組みとして社内で再構築することにより、資産計上ができるソフトウェアであるかのような体裁を整えた旨、④桜橋監査法人への対応として保険会社を広告主とする広告を過去に遡ってP社の本件広告枠に割り当てたこととする対応を発案し、「広告枠掲載依頼シート」等につき実際の作成時期より過去の日付を依頼日として記載した資料を事後的に作成して桜橋監査法人に提出したほか、「[redacted] for アドバンスクリエイト」 について虚偽の内容の取扱説明書及び検収書を桜橋監査法人に提出した旨、及び⑤2024 年 6 月には外注費 15 百万円の繰延べ及び同年 7 月・8 月の請求への上乗せ支払という方法による「値引き」を自ら選択してP社担当者に依頼した旨を述べて、本件P社取引スキーム等への全面的な関与及び認識があることを認めている。

これらの供述は、田坂氏自身が作成・更新に関与した「配信計画表」等の一覧表、「役務提供期間」欄の記載のないP社名義の各請求書、田坂氏が当社名義で作成した検収書、並びにメール、Slack 及び Messenger 上のやり取り等の客観的証拠とも整合している。

これらに加えて、田坂氏は、「広告枠掲載依頼シート」について日付を遡って作成したことについて、2023 年 5 月に桜橋監査法人からP社へ販売した本件広告枠の消費状況が分かる客観的資料の提出を求められたことを受け、つじつまを合わせるために日付を遡って資料を作った旨を供述しており、当該資料の作成当時において、田坂氏がその不適切性を認識していたことが認められる。つまり、田坂氏は、単に本件P社取引スキームにおける本件取引構造を理解していたにとどまらず、その不適切性についても当時から認識していたと認められる。

ただし、「借金」の発生、すなわち決算対策を目的とした本件広告枠の販売や外注費の「値引き」の意思決定について、田坂氏は自らこれを行った者ではない。田坂氏の関与は、あくまで橋本氏により既に決定された取引を前提として、「借金」の「返済」及びその後始末を担ったという性格を有するものである。

また、2024 年 6 月の外注費の「値引き」についても、田坂氏が自発的に着手したものではなく、濱田氏が同月 24 日、田坂氏を含む当社の経営幹部に対し、P社から

外注費の「値引き」を受けるよう強く指示したことを直接の契機とするものである。しかも、濱田氏は、当該指示に際し、業績数値の確保を至上のものとする姿勢を田坂氏に対して明示していた。このように、田坂氏は、2024 年 6 月の外注費の「値引き」について、その具体的な実行方法を自ら選択して行ったものではあったが、濱田氏からの強い指示を契機として、結果として従前と同様に繰延べを実行したものである。

イ　小括

以上によれば、田坂氏は、本件 P 社取引スキームの「借金」と「返済」という本件取引構造、「返済」の手法の内容、及び各局面における処理の不適切性のいずれについても最も具体的に認識した上で、その実行の全般を担い、かつ、桜橋監査法人からの指摘を回避するための各種の偽装工作に主体的に関与した者であり、本事象の実行面における中心的人物であることは疑いようがない。

もっとも、田坂氏は、少なくとも橋本氏が中心的に本件 P 社取引スキームに関わっていた 2023 年 6 月頃までの間は、橋本氏の指示のもと、本件 P 社取引スキームを実行していたにすぎず、不適切な売上計上や外注費の繰延べ等により業績数値を達成するという意図を有していたとまでは認められないこと、その関与形態についてみても、「借金」の発生に係るそもそもの意思決定には関与しておらず、橋本氏が自身に課せられた業績数値を達成するために作出した「借金」の「返済」ないし後始末を担ったという従属的な立場にあったとみられることや、2024 年 6 月の費用繰延べは、業績上のプレッシャーの下でなされた濱田氏の強い指示を契機として実行したものであることに鑑みると、田坂氏が専ら自らの積極的かつ主体的な意思に基づき、本件 P 社取引スキーム等を実行していたと評価することは相当ではない。

(3)　濱田氏について

ア　本件 P 社取引スキーム等に関する関与及び認識

濱田氏は、当委員会によるヒアリング及び当委員会からの書面照会に対する回答書（以下「**ヒアリング等**」という。）において、①P 社との間で共有されていた「配信計画表」等の一覧表の存在は一切知らされていなかった、②2022 年 12 月頃まで、P 社との間の広告枠販売取引の存在自体知らなかった、③遅くとも 2023 年 11 月頃までには P 社に対するいわゆる「借金」の存在を認識したが当該「借金」は実態のある取引による利益をもって「返済」されたはずである、④桜橋監査法人に対する偽装工作が行われていたことは知らなかった、⑤2024 年 6 月に田坂氏に対して P 社から「値引き」を受けるよう指示（以下「**本件値引き指示**」という。）したことはあるが、その結果として費用が繰り延べられることまでは認識していなかった、⑥

本件資産計上については、P 社に対する支払を費用ではなく資産計上可能な形式で行うよう自ら指示したものの、当該取引の内容は具体的に把握しておらず、ソフトウェアないしシステムを購入したものと認識しており、実態を欠くものであるとは知らなかった旨を供述している。この点、濱田氏は、2022 年 12 月 21 日、橋本氏から Slack で、広告枠販売取引の経過について 330 百万円で決定する予定であるとのメッセージを受信しており、遅くともかかる時点において、保険市場社と P 社との広告枠販売取引自体については認識を有していたといえる。そして、当委員会が行ったヒアリング等において、濱田氏自身、遅くとも 2023 年 11 月頃までには、 P 社に対するいわゆる「借金」の存在、すなわち、P 社との間の広告枠販売取引や外注費の「値引き」によって P 社に経済的負担を負わせた場合には、後続取引を通じてこれを補填しなければならないという関係を認識していた旨を供述していたことから（前記③）、細部に至らないまでも、概括的に本件 P 社取引スキームの実態を認識していたと認められる。

しかし、前記供述のうち、①及び②（「配信計画表」等の一覧表及び広告枠販売取引の存在自体の不知）については、本件 P 社取引スキームを主導していた橋本氏及び田坂氏が、いずれも濱田氏に対して当該一覧表に関する報告をしたことがない旨、濱田氏の前記供述の内容と矛盾しない内容を供述していることに加え、濱田氏が当該一覧表の存在や「借金」に関する精緻な残高管理の詳細を認識していたと認めるに足りる客観的証拠も発見されていない。

したがって、濱田氏が本件 P 社取引スキームの具体的な設計内容及び残高管理の実態まで認識していたと認定することはできない。

さらに、濱田氏の前記供述③は、いずれも P 社との取引全体を通じた対価の授受、すなわち商取引上の反対給付関係の存在を前提とした「借金」と「返済」である旨を述べるにとどまるものであり、他にこれを覆すような客観的証拠も見当たらないことから、濱田氏がいう「借金」と「返済」が、直ちに外注費の「値引き」相当額を後続期に付け替えて別の名目等で P 社に支払ったり、単純に請求時期を繰り延べさせるような会計上の利益操作を意味したものとまで評価することは困難である。

イ　本件資産計上取引に関する関与及び認識

前記ア･④及び同⑥の主張に関しては、濱田氏が、㋐2023 年 11 月 2 日、櫛引氏に対し iMessage において「田坂に P 社に何があっても資産購入させてください。もう一つ、田坂が理解していないみたいですので、システムの資産の要件を備えさせた資産購入でなければ否認されます。」と、㋑同日、田坂氏に対し iMessage において「システムでも[redacted]でも良いから決めろ。ただし、経理の確認を私と一緒に e にする事。」と、㋒同月 4 日、鳥居氏に対し Slack において「P 社の件は絶対に資産

購入か1年間の前払いで決着させてくれ。」、「この四半期を考えると広告費は出せないので、資産、システム、何か経費にならないもので決着させてくれ。」とそれぞれ指示している事実が認められる。これらの客観的証拠に照らせば、本件資産計上取引に当たっては、濱田氏の指示が関係しているようにも窺われる。

他方で、濱田氏の関与は、上記各指示に見られるとおり、P社に対する支払を「費用」計上によらず「資産」計上の形式で処理するとの外形上の枠組みを示しているにすぎないうえ、濱田氏自身、P社に対する「借金」は、当社が資産計上できるようなものを購入して返すようにとの意図であった旨を述べており、かかる説明自体あながち不合理とも言い切れず、上記指示以降、濱田氏が本件資産計上取引に関する経過報告を受けた様子もない。

以上によれば、本件資産計上取引に関しては、濱田氏の指示が発端となったと認められるものの、濱田氏が、「[redacted] For アドバンスクリエイト」の実態を把握し、本来資産計上できないものであることを認識しながら、あえて資産計上するよう指示したとまでは認められない。

ウ　本件値引き指示に関する関与及び認識

濱田氏は、前記ア･⑤のとおり、当委員会のヒアリング等において、本件値引き指示について、本来計上すべき時期以降に費用を繰り延べることまでは含むものではなく、外注費の繰延べが行われていたことも認識していない旨を述べた。

この点、濱田氏は、2023年3月中旬、橋本氏に対し、iMessageで「繰延は最後のバッファーにおいておけ。まだ積み上げられるから。下期に負の遺産を持ち越したくない。」等と指示し、さらに、2024年6月には、田坂氏に対して「田坂、P社の値引きはやれ。君がやらないのなら、私がac氏かad氏に頭下げて頼む。」等とP社に対して外注費の「値引き」を求めるよう本件値引き指示をしている。またこれに加え、2024年6月24日には、本件値引き指示の際、当時発生していたPV問題に関連して、Slackで「業績が全てだ。会計問題が最悪のシナリオになっても、業績があれば、最悪死にはしない。」と述べたことが、それぞれ認められる。

これらの事実を総合すれば、濱田氏は、2023年3月の時点で外注費の繰延べが費用計上額の調整手段としての機能を有することを理解しており、本件値引き指示についても、これが単なる支払金額の減額ではなく、決算数値の調整に向けられた費用の先送りであることを認識したうえで、これを容認したようにも窺われる。

これに対し、濱田氏は、書面照会の回答において、上記2023年3月のiMessageについて、「バッファー」は管理会計と財務会計の差異又は前払費用を、「負の遺産」は第2四半期以降への業績のしわ寄せをそれぞれ指すものであり、いずれも費用の期間帰属を意図的に操作する趣旨ではない旨、上記2024年6月のSlackについて

は、当時発生していた PV 問題を念頭に置いた発言であり、P 社との外注費の「値引き」ないし費用繰延べを念頭に置いたものではない旨をそれぞれ主張しているところ、これらの主張それ自体に合理性があるかはやや疑問が残るものの、直ちに排斥できるほどの客観的証拠の入手には至っておらず、また、他に濱田氏が外注費の繰延べを認識していたと認められる証拠も見つかっていない。

エ　桜橋監査法人に対する偽装工作に関する関与及び認識

前記 3 の桜橋監査法人に対する偽装工作については、いずれも田坂氏を中心として、総合企画部の一部の職員などとの間で行われたものであり、濱田氏に対してその報告がなされた形跡は認められない。したがって、濱田氏について、桜橋監査法人に対する偽装工作に係る関与及び認識は認められない。

オ　小括

以上を踏まえると、濱田氏が、2022 年 12 月 21 日時点で、橋本氏から保険市場社と P 社との 330 百万円の広告枠販売取引が行われることを認識し、遅くとも 2023 年 11 月頃までに、P 社との取引において「借金」及びその「返済」が行われていることを概括的に認識していたと認められるが、本件 P 社取引スキーム等の詳細な内容まで把握していたとは認められない。

また、濱田氏による前記 7・(3)・イの 2023 年 11 月 2 日及び同月 4 日の各指示が、本件資産計上の発端となったものと認められるものの、実態としては「借金」の「返済」として費用計上すべきものを資産計上するよう指示したものとまでは認められない。そして、前記 7・(3)・アの本件値引き指示についても、本来費用計上すべき時期よりも後に費用を繰り延べることを指示したものと認めることはできない。

(4)　横山氏について

ア　本件 P 社取引スキームに関する関与及び認識

横山氏については、本件 P 社取引スキームのうち、本件広告枠販売取引に関する関与が窺われる。すなわち、横山氏は、当社取締役管理本部長として、2022 年 1 月より総合企画部経理課を管掌する取締役であったところ、2023 年 2 月 7 日、田坂氏に対して「第 1Q で P 社への売上が立っていますが、この内容を教えてもらえませんでしょうか？」「保険市場サイトの広告の枠を P 社が購入した後は、P 社が保険会社等に営業をして、利ザヤを載せて提供する、という理解でよいでしょうか？」との Slack を発信しており、遅くとも上記時点までに、P 社との広告枠販売取引が存在すること自体は認識していたと認められる。

もっとも、当委員会のヒアリングにおいて、横山氏は、管理部門を管掌するようになった 2022 年 1 月頃以降、その取引額が大きいことを認識したものの、これを売切りの取引であったと理解しており、本件 P 社取引スキームの全体像については把握していなかった旨、また 2022 年 12 月の 330 百万円の広告枠販売取引についても、大口の取引が存在したこと自体の記憶はあるが、その発案者、濱田氏の具体的な指示内容等については記憶がない旨を供述した。

この点、上記 Slack は、その文言自体が本件広告枠販売取引の基本的な仕組みそのものを田坂氏に問い合わせる内容にとどまり、本件 P 社取引スキームの中核をなす「借金」と「返済」の対応関係にまで踏み込んだやり取りは見られない。仮に横山氏が本件 P 社取引スキームの実態を認識していたのであれば、そもそも取引の基本的な仕組みを部下に問い合わせる必要はないはずであり、当該 Slack の内容は、むしろ横山氏の上記供述と整合する。さらにその他、当該供述を排斥するに足りる客観的証拠等は不見当である。

したがって、横山氏が本件広告枠販売取引に関して本件 P 社取引スキームの実態を認識していたと認定することはできない。

イ　本件外注費繰延べに関する関与及び認識

横山氏は、以下のとおり、本件外注費繰延べの具体的手法に関する Slack を複数回にわたって送信しており、この点への関与も窺われる。

具体的には、①2023 年 4 月 24 日、田坂氏に対して「①についてですが、金額の大きいものは役務提供が 4 月以降になると言う証憑をとる必要が出ると思います。逆に言えば、役務が 4 月になると一文を先方の会社印鑑をもらえれば、前払は OK と考えられます。」、「月ズレしてますかね？」、②2023 年 5 月 18 日、橋本氏に対して、「P 社の請求についてですが、誠に勝手ながら、分割繰延のイメージを作成しております。」、③2023 年 6 月 9 日、橋本氏に対して、「P 社は 1 億円分交渉。」、「繰り延べのことを話すべきかと思っています。」、「分けていただいても大丈夫です。こちらで配分します。」、④2023 年 6 月 14 日～16 日にかけて、橋本氏に対して、「別件のほうですが、昨日は資料にあった案②は税込 90M のイメージでしたか？」、「今 P 社には、繰り延べではなく利益を営業として減らし、7-9 月で値上げする事（社長の案ですが）で提案し、現在検討中です。e さんにも連携してます。金額は 7,000 万から 9,000 万円だとおもいます。（確定がわからないので幅があってすいません）ギリギリのラインですが、こちらで何とかまとめられないか一旦チャレンジしてみます」との Slack をそれぞれ送信している。

これらの Slack の文言、殊に「分割繰延」、「繰り延べのことを話すべき」、「7-9 月で値上げする」、「こちらで配分します」といった表現は、既に発生した費用を後続

四半期に付け替えるという費用の繰延べを念頭に置いた表現と評価するのが自然であって、単なる支払条件の調整に関するやり取りとは理解しがたい。

これに対して、横山氏は、当委員会のヒアリングにおいて、上記各 Slack につき、①[redacted]関連費用のうち前払費用化できる適切なものを探していた旨、②期間案分した方が妥当だと思った可能性がある旨、③支払日をずらすということは役務提供期間もずらす趣旨であろうと思われる旨、④繰延べのことを話していると思われるが、後述の供述も含めると最終処理や交渉内容は明確には記憶していない旨、⑤このタイミングでは経理実務にほとんど関与していない時期であり、どのような話が進んでいるか覚えていない旨をそれぞれ述べた。その上で、実際に繰延べがなされたか、金額がいくらであったか、どの期間にされたかについては、自身の記憶からは明らかでない旨を述べる等、本件外注費繰延べについて、少なくとも不適当であるとの認識を有していなかった旨を供述した。

横山氏の上記各 Slack は、費用の繰延べを示唆する内容であり、既に提供済みの役務について「支払日をずらすということは役務提供期間もずらす趣旨」であるとの供述は不自然であると言わざるを得ず、上記各 Slack を費用の繰延べと無関係なものと解する横山氏の主張には、一定の疑義が残る。しかしながら、横山氏が費用の繰延べについて P 社と具体的な協議をしていたことやその協議内容を把握していたことを示す客観的証拠は不見当であることに照らせば、上記横山氏の主張につき、これを排斥し、本件外注費繰延べに関して認識を有していたとまで認めるのは困難である。

ウ　小括

以上によれば、横山氏は、P 社との本件広告枠販売取引及び本件外注費繰延べに係る一定の情報に接していたと認められるものの、①本件広告枠販売取引に関しては、これが本件 P 社取引スキームの一環として行われていたことまで、②本件外注費繰延べに関しては、これが意図的な不適切な期間帰属操作であることまで、それぞれ具体的に認識していたと認定するに足りる証拠はなく、横山氏について、本件 P 社取引スキームへの関与又はこれについての認識を認めることはできない。

(5)　その他の役職員（鳥居氏、櫛引氏、岡田氏及びその他総合企画部経理課職員）について

ア　鳥居氏について

(ｱ)　本件Ｐ社取引スキームに関する関与及び認識

鳥居氏は、2024 年 1 月 9 日、田坂氏に対し、Slack で「橋本が残した P 社との取引の負債はもうなくなってるの？」とのメッセージを送信しており、鳥居氏は遅くとも同時点までにＰ社との取引に係る何らかの未精算の経済的負担が存在することを認識していたかのようにも見える。

しかしながら、鳥居氏自身は、当該「負債」の意義について、P 社から受けた単純な「値引き」を意味するものであると理解していた旨を供述しており、鳥居氏が直接的に本件Ｐ社取引スキームに関与していたことを示す証拠もないことからすると、当該供述が不合理とは言いがたい。

以上の各事情に照らせば、鳥居氏が本件 P 社取引スキームの実態を具体的に認識していたとまでは認定するには至らない。

(ｲ)　本件資産計上取引に関する関与及び認識

前記(3)・イのとおり、鳥居氏は、2023 年 11 月 4 日、濱田氏から Slack で「P 社の件は絶対に資産購入か 1 年間の前払いで決着させてくれ」との連絡を受け、「P 社の件、全体像も把握できましたので、承知いたしました。」と回答している。さらに鳥居氏は、Slack で「P 社からの購入に件どうですか」、「ここまできたからには、絶対にしくじれない」と送信しており、P 社からの資産購入について関与していたことが窺えるものの、鳥居氏が、前記(3)・イの濱田氏の認識を超えて、本件資産計上取引に関する具体的認識を持ち得る関与をしていたことを示す証拠は見当たらない。

以上の各事情に照らせば、鳥居氏が、本件資産計上取引について、本来資産計上できないものであったことまで具体的に認識していたと認定することはできない。

イ　櫛引氏について

(ｱ)　本件Ｐ社取引スキームに関する認識

櫛引氏は、2018 年 12 月に保険市場社の取締役に就任し、取締役としては営業関係を管掌する立場にあった。

櫛引氏は、当委員会のヒアリングにおいて、P 社との関係については挨拶をしたことがある程度で実質的な付き合いはなく、P 社との広告枠販売取引について詳細は分からず、P 社との外注費の「値引き」交渉については発注量に応じた通常の商慣行の範囲内のものと認識していた旨をそれぞれ供述した。

また、櫛引氏は、本件 P 社取引スキームの構造まで具体的に認識していたと認め

るに足りる証拠はほかにない。

したがって、櫛引氏が本件 P 社取引スキームの実態を具体的に認識していたと認めることはできない。

(ｲ)　本件資産計上取引に関する認識

櫛引氏は、2023 年 11 月 2 日、濱田氏から、iMessage において「田坂に P 社に何があっても資産購入させてください。」、「できれば、P 社の子会社などの方が良いかも知れません。」との指示を受け、「承知いたしました。子会社からの購入の可能性、資産としての要件、しっかりと確認いたします。」と応答している。

もっとも、櫛引氏は、当委員会のヒアリングにおいて、上記濱田氏の指示を、当社が P 社又はその子会社に対して資産を売却する意味であると理解していた旨、また、当該取引は結局成就しなかったものと理解していた旨、さらに「[redacted] for アドバンスクリエイト」との名称は本件ヒアリングにおいて初めて認識した旨を供述しており、これを排斥するに足りる客観的証拠は不見当である。

そうすると、櫛引氏が、本件資産計上取引について、本来資産計上できないものであったことまで具体的に認識していたと認定することはできない。

ウ　岡田氏について

前記 3・(2)・イ・(ｲ)のとおり、岡田氏は、2024 年 2 月 7 日、田坂氏に対し、Slack で「【急ぎ案件/監査法人対応】[redacted]（ソフトウェア/ P 社）の①ソフトウェア仕様書、②納品書と請求書、この①と②の 2 点、お手元にありますか？」、「本日 13 時を目途に提出可能でしょうか？」などと伝え、桜橋監査法人への提出用証憑の準備を依頼している。

この点につき、岡田氏は、当時自身は経理部門を管掌していなかったが、濱田氏から銀行対応を指示され、その流れの中で監査法人対応をしていたときに監査法人から依頼された資料を提出するよう田坂氏に指示したに過ぎず、「[redacted]」自体ほとんど記憶にない旨を述べる。かかる岡田氏の供述を否定する証拠はなく、また、岡田氏が本件資産計上の対象の実態、本件広告枠販売取引の実態又は本件外注費繰延べに関する情報に接していたことを示す客観的資料も見当たらない。

したがって、岡田氏について、本件 P 社取引スキーム等に係る会計処理の不適切性に関する認識を認めることはできない。

エ　その他総合企画部経理課職員について

330 百万円の広告枠販売取引に関する監査対応が行われていた 2023 年 4 月以降

[60]において総合企画部経理課の役職員としては、b 氏、v 氏、a 氏及び g 氏が在籍しており、当委員会では、これらの者の関与及び認識についても検討したが、いずれの者についても不適切な処理との認識を持ちながら関与していたとは認められなかった[61]。

（7） 本件 P 社取引スキームに関する関与及び認識

本件広告枠販売取引については、①前記 3・(1)・ア記載の 2022 年 12 月の 330 百万円の取引に関し、監査法人から当社等の経理業務を担当する総合企画部に対して、履行実態を示す証跡の提出を求められた際、v 氏が田坂氏に対し、広告出稿完了の確認を取得する対応を相談していたこと、②前記 3・(1)・イのとおり、2023 年 5 月頃、田坂氏から v 氏に対し、広告枠の出稿管理表のひな形が共有され、同表があたかも同年 1 月から存在し、当初から広告出稿がなされていたかのような体裁を整えていたことを窺わせる Slack が存在していること、③前記 3・(1)・エのとおり、2023 年 8 月 7 日、b 氏から田坂氏に対し、Slack において、桜橋監査法人から掲載依頼シートに関する P 社の押印又は署名等の証跡の提出が求められている旨が共有され、これに対し田坂氏は、押印の代替として、「データでお送りし、相違ない旨をメール（もしくは Slack 等）で返信いただくだけではだめですか」「手配します！」と応答していること等の各事実が認められる。

これらの事実は、v 氏及び b 氏が、監査法人対応において田坂氏との間で証跡整備に関するやり取りを担っていたことを示すものであり、両名が一連の偽装工作に関与していた可能性は否定できない。

しかしながら、当該やり取りは、いずれも田坂氏からの説明又は資料の提供を前提として対応した外観を有するものであり、b 氏及び v 氏両名が、本件広告枠に係る広告出稿の実態を認識した上で、当該偽装工作に主体的に関与していたことを示す客観的資料は不見当である。加えて、当委員会は、両名に対し、ヒアリング調査

---

[60] 2023 年 4 月以前にも本件広告枠販売取引及び本件外注費繰延べが行われていたことが認められるが、これらの取引実行に総合企画部経理課職員が関与していたことが認められる証拠は確認されていないため、主として、桜橋監査法人による 330 百万円の広告枠販売取引に係る監査対応が行われた同月以降の総合企画部経理課職員の認識について検討している。

[61] なお、e 氏は、2022 年 12 月に当社総合企画部部長を退職しているが、当社退職後は、当社の顧問として関与している。当委員会によるヒアリングにおいて、e 氏は、①本件広告枠販売取引について、後続取引による粗利返還を内容とする合意を認識していなかった旨、②「[redacted] for アドバンスクリエイト」については、P 社との取引継続の観点から資産計上可能なシステム等の購入として検討したものと理解しており、システムの実在性及び収益性は確認したが取扱説明書等の作成名義には十分な関心を払っていなかった旨、③外注費の繰延べについては、財務会計と管理会計のズレの問題として認識しており、意図的な期間帰属の繰延べという認識はなかった旨、それぞれ供述するところ、これらの供述を排斥するに足りる客観的証拠は不見当であり、e 氏について、本件 P 社取引スキーム等の不適切性についての具体的な認識を認めるには至らなかった。

への協力を依頼したものの、いずれもこれに応じない旨の明示的な意思表明を受けたことから、両名の当時の認識を直接確認できなかった。

以上により、両名の関与の具体的内容や当時どのような認識を有していたかを認定するには至らなかった。

（ｲ）　本件資産計上取引に関する関与及び認識

本件資産計上取引については、P 社のあずかり知らないところで、あたかも P 社が作成したかのような外観を有する取扱説明書が当社内で作成された事実が認められ、当該取扱説明書のファイル情報からは、c 氏が最終更新者であることが認められる。

しかしながら、当委員会は、c 氏に対してヒアリング調査への協力を依頼したものの、これに応じなかったことから、c 氏が、どのような認識を有し、どのように前記取扱説明書の作成に関与していたかという点について、直接確認することができなかった。

以上により、c 氏を含む総合企画部経理課職員による本件資産計上取引への関与及び認識について認定するに至らなかった。

（ｳ）　本件外注費繰延べに関する関与及び認識

本件外注費繰延べについては、前記 2・(4)・イのとおり、2022 年 7 月 5 日、a 氏から田坂氏に対し、Slack において、2022 年 3 月分の外注費について、「4 分割されており、1 回だけ 3Q に入るが、残りの 3 回分は 4Q とのことでした」と送信されていた事実が認められる。この事実は、既に役務の提供を受けた対価につき、四半期を跨いで分割計上している旨を具体的に述べるものであり、これに照らせば、a 氏が外注費の意図的な繰延べを認識していた可能性がある。

もっとも、当委員会は、a 氏に対してヒアリング調査への協力を依頼したものの、これに応じない旨の明示的な意思表明を受けたことから、a 氏の当時の認識、殊に、当該分割計上が意図的な繰延べであることを認識していたのかについて、直接確認できなかった。

また、g 氏は、当委員会のヒアリングにおいて、当時の上司であった c 氏から P 社との取引に関する特段の引継ぎは受けていない旨述べ、請求書の役務提供期間を空欄とする方針や、提供済みの役務に係る費用を翌四半期以降に計上することを認識していた様子も見られないことから、本件外注費繰延べに関し何らかの認識を有していたとは認められない。

以上によれば、a 氏や g 氏が、外注費の意図的な繰延べを認識していたとは認めるに至らなかった。

(6)　社外役員について

当委員会において、本調査対象期間当時の社外取締役及び監査役（社外監査役を含む。）数名のヒアリングを実施したが、いずれも、本件P社取引スキーム、本件資産計上取引及び本件外注費繰延べを認識しておらず、実際に取締役会において、P社との取引が議題として取り上げられた事実も確認できていない。

唯一、常勤監査役であった谷口信之氏は、2022年12月の330百万円の広告枠販売取引について、取引金額が大きかったことから記憶があり、田坂氏から説明を受けたことがある旨を供述しているが、それは単に2023年5月の桜橋監査法人からの当該取引に関する指摘を契機としたものにすぎず、当該取引の適切性に関し、疑義を有していた事実は認められなかった。

したがって、これらの社外役員が本件P社取引スキーム等の実態を認識していたり、疑問を感じつつこれを黙認したような事情は認められなかった。

(7)　桜橋監査法人について

本調査対象期間中である2020年9月期から2024年9月期当時の会計監査人であった桜橋監査法人については、当委員会のヒアリングにおいて、本件広告枠販売取引を含むP社との取引に関しては、P社が当社等の外注先でもあることを踏まえ、いわゆるバーター取引としてのリスクを認識し、これに対応した監査手続を実施した旨を説明している。

この点、前記3で述べたとおり、田坂氏を中心として、本件P社取引スキームの発覚を回避するため、広告枠掲載依頼シート等の虚偽の証憑類の作成・提出といった各種偽装工作が行われていたことに照らせば、桜橋監査法人において、これらの偽装工作を通じて外形上整えられた証憑類の背後に存在する本件P社取引スキームの実態を看破することは、必ずしも容易ではなかったと考えられる。

以上によれば、桜橋監査法人には、本件P社取引スキームの実態はもとより、本件広告枠販売取引をはじめとする一連の会計処理の不適切性に関する認識があったとは認められない。

8　本件P社取引スキーム等に関する総括

以上のとおり認定した事実によれば、本件P社取引スキームは、営業活動の責任者として収益目標を達成する責任を負っていた橋本氏とP社担当者との合意により構築され、橋本氏及び田坂氏により、四半期ごとの決算数値を良くする目的のもと、不適切な会計処理であることを認識しながら、本件広告枠販売取引や本件外注費繰延べが行われ続けていた。

橋本氏が主導的立場から退いた2023年6月以降は、田坂氏がこれを引き継ぎ、

P 社への「借金」を「返済」しつつ、桜橋監査法人から会計処理に対する疑義を持たれないようにするため、各種の偽装工作に及んだり、本件資産計上や本件外注費繰延べにより正しい費用計上を回避したりしていた。

これら一連の行為を全体としてみれば、本件 P 社取引スキームに基づき行われた本件広告枠販売取引、本件資産計上及び本件外注費繰延べは、いずれも財務諸表の意図的な虚偽の表示である不正会計であったと評価するのが相当である。

第５　原因分析

１　当社及び保険市場社において実行された不適切な会計処理の構造

前記第 3 及び第 4 において詳述したとおり、保険市場社では、遅くとも 2018 年 12 月以降 2025 年 9 月までの間、保険会社向けの広告掲載を提供役務とするメディア事業等に係る売上について、ご注文内容確認書兼申込書等受領時に、広告掲載等期間の全期間分の対価として収受する金銭に相当する注文金額を全額一括計上することで、合計約 7,508 百万円の売上前倒計上を行い続けた。

また、当社等は、2019 年 9 月以降、当社の広告運用委託先である P 社との間で、合計 5 回にわたる本件広告枠販売取引を行い、保険市場社において、合計 489 百万円の売上を計上することにより P 社に対する「借金」を負い、その「返済」として P 社に対して支払った「クリエイティブ費用」名目の 70 百万円の支出について、資産性が認められないにもかかわらず、当社において、ソフトウェアとして資産計上していたほか、P 社に対する外注費につき、5 回にわたり、合計 293 百万円、本来計上すべきタイミングから翌四半期以降に繰り延べて費用計上していた。

これらはいずれも不適切な会計処理であり、会計上のいわゆる不正な会計処理であったと認められるべきものであるが（以下「**本件不適切処理**」という。）[62]、当委員会では、これらの本件不適切処理が実行された原因に加え、それが長期間にわたり続けられた原因を分析した。

当委員会としては、一連の本件不適切処理が実行された背景には、当社の組織の成り立ちや企業風土が密接に絡んでおり、それらが根本的原因となっていたものと思料するものである。このことは当委員会が実施した社外取締役（独立社外取締役を含む。）及び独立社外監査役並びに常勤監査役（以下、元職を含み、これらを総称して「**社外役員等**」という。）のヒアリング結果からも明らかになっている。すなわち、当社グループでは、創業者兼筆頭株主であった、代表取締役である濱田氏への「忖度と畏縮の心理」が広く浸透してしまっており、異論を述べる者がいない同質化した組織になっていたことで、濱田氏の経験知に基づく「あるべき数値」の達成が最優先される環境が形成されていた。その結果、上場維持や資金繰りを優先して不正を組織的に実行する土壌、言い換えれば財務諸表の虚偽表示を生じさせる

---

[62] 財務諸表の虚偽の表示は、不正又は誤謬から生ずるとされ、不正と誤謬は、財務諸表の虚偽の表示の原因となる行為が、意図的であるか意図的でないかで区別される。誤謬とは、「財務諸表の意図的でない虚偽の表示」であり、金額又は開示の脱漏を含む。不正とは、「財務諸表の意図的な虚偽の表示であって、不当又は違法な利益を得るために他者を欺く行為を伴う、経営者、取締役、監査役等、従業員又は第三者による意図的な行為をいう。」とあるところ（監査基準委員会報告書 240）、本報告書において記載した各事実関係を総合すれば、当社において意図的に虚偽の表示を生じさせたものと認められるべきものと当委員会としては考える。

結果となる行為を意図的に実行することを厭わない、あるいは積極的に実行する土壌が出来上がっていた。

このような企業風土の中、濱田氏から発信された東証一部上場維持、プライム市場上場維持、将来的には「時価総額 1,000 億円」という目標達成から逆算された「あるべき数値」の達成が求められ、経理部門のエビデンスに基づく積み上げ計算との間にギャップがあれば、これを埋めなければならないという強い圧力が、経理部門担当役員から営業担当役員の間に至るまで部門横断的に伝播し、当社及び保険市場社をして不正な会計処理の実行に至らせたものと考えられる。

この点、経営トップたる濱田氏が強い人事権を握っていたことにより、当社グループ役職員には、期待に沿えない数値を報告することで評価が下がることや、叱責を受けることへの恐怖がその背景として存在していた。このような構造について、濱田氏自身は、そのような圧力を部下にかけた認識はない旨述べるが、本調査において当社グループ各層に対するヒアリングその他の調査を行った結果からすれば、仮に濱田氏が上記認識であったとしても、現実的にはかかる構造が存在していたものと言わざるを得ない。例えば、横山氏や岡田氏といった経理部門担当役員自らも「あるべき数値」の達成に関するプレッシャーにさらされており、経理部門による牽制が働く前提がそもそも欠如していたうえ、現場の経理部門においても、人員不足や専門性の欠如により、保険市場社（第一線）からの売上報告を精査できず、不十分な証憑を基に収益計上を認め続けていた。

かかる経営トップからの業績プレッシャーを背景とした不正に対する効果的な仕組みは社外役員の存在である。

しかしながら、当社においては、桜橋監査法人からの講評時に多数回にわたりメディア事業等の収益一括計上に関する問題点が指摘されていたが、常勤監査役からこの指摘が監査役会に報告された形跡はなく、取締役会へ情報共有がされた形跡もなかった。取締役会において、月次の業績報告がされており、四半期末月の急激な売上の伸びについては問題視されていたが、桜橋監査法人からの上記の指摘が社外役員を含む取締役会構成員に対して共有されていなかったことから、これを踏まえた議論が十分になされることもなかったため、社外役員による経営執行に対する監視が十分にされていなかった。

以下、このような基本構造に基づき、本件不適切処理の原因分析について詳述する。

２　本件不適切処理の直接的原因（不正のトライアングル・内部統制の問

題点）

（1）　過度な業績達成圧力

本件不適切処理の直接的な背景には、濱田氏が社内向けに発信していたプライム市場上場維持、さらには将来的な「時価総額 1,000 億円」という目標から逆算されたあるべき数値の達成について、執行側が強く求められていた状況がある。特に、売上前倒計上は、一度実施すると、その後に当該前倒計上を取りやめた期に売上計上額が減少するため、右肩上がりの成長を演出し続けるには、同様の処理を継続せざるを得ないというジレンマを孕んでいた。

当社グループにおける連結予算実績の推移を見ると、その傾向は顕著であり、毎期業績未達であるにもかかわらず、前年比 100%以上の予算が策定され[63]、売上及び営業利益の継続的な成長が求められており、部門を問わず、予算達成に向けてあらゆる努力をすることが当社グループ役職員には求められていたようである。特に、2023 年 9 月期のうち第 2 四半期開始時に当たる 2023 年 1 月の取締役会において、それまで保険市場社の 2023 年 9 月期売上目標が 2,168 百万円であったものが、3,581 百万円（当初予算比 165％増）に増額修正され、経常利益目標も 569 百万円から 994 百万円（当初予算比 174%増）に増額修正されているところ、かかる修正が 2022 年 12 月に実行された P 社に対する 330 百万円の広告枠取引との間に直接的な関係があるかは明確に判然とするとまではいえないものの、少なくとも営業部門の責任者たる地位にあった橋本氏や田坂氏に対しては大きなプレッシャーがかかったことであろうことは容易に推察できる[64]。

また、当社では、営業部門からの報告を前提として総合企画部が見込んだ各月の実績見込みに対し、濱田氏が頭の中で考えていた「あるべき数値」との間に差異がある場合、その達成ができなければ見込みが甘いとして責任問題に発展し得る状況があった。その結果、総合企画部から保険市場社に対して、売上の最大化及び費用の最小化が強く求められていたことも影響して、売上前倒計上、本件広告枠販売取引等、本件資産計上といった複数の処理を組み合わせた利益の最大化が図られていた。

---

[63] 当社より提供を受けた「予算実績分析管理表」によれば、連結ベースの 2020 年 9 月期から 2023 年 9 月期までの売上予算実績比及び営業利益実績比は以下のとおりである（いずれも単位は百万円、端数切捨て）。
2020 年 9 月期：売上 11,296（実績 10,395）▲900、経常利益 1,825（実績 1,080）▲745
2021 年 9 月期：売上 13,282（実績 11,072）▲2,209、経常利益 3,165（実績 1,911）▲1,254
2022 年 9 月期：売上 13,337（実績 11,824）▲1,513、経常利益 3,051（実績 2,015）▲1,036
2023 年 9 月期：売上 15,070（実績 11,002）▲4,067、経常利益 2,800（実績▲1,284）▲4,085

[64] 予算修正に関して、社外取締役である谷貝淳氏より、保険代理店事業フローの合計が 2022 年 9 月の当初予算では 115.5 億円であったものが、修正により 107.7 億円に下方修正されていることから、保険市場社予算の上方修正は保険代理店事業の不足を保険市場社の売上で上乗せしようとしているように見える旨の指摘がされている。

他方で、本件不適切処理に関しては、営業担当者個人の業績評価や個人的報酬獲得が主要な動機であったとは認めがたい。むしろ、創業者兼筆頭株主であった濱田氏への忠誠心、同氏を絶対的存在とみる組織風土及び同氏の期待に沿えない数値を報告した場合に評価が低下し又は叱責を受けることへの恐怖が、執行側に強い心理的プレッシャーを生じさせていたと考えられ、これが本件不適切処理への直接的な動機となっていたと認められる。

この点については、当委員会が実施したヒアリングにより、複数の社外役員等が、当社において濱田氏への忖度、上意下達、忠誠心を美化しあるいは重視する文化、強気な予算設定、総合企画部の過重負荷、及び人材の定着困難を指摘している。これらの事情は、単なる数値目標の高さにとどまらず、濱田氏の期待する数値に合わせること自体が組織内で強い規範として機能していたことを示すものと評価できる。

(2) 証憑確認が形式化した業務プロセスの不備

以上のような動機・プレッシャーの中で、保険市場社における日々の業務が遂行されていたが、保険市場社を含む当社グループ経理全般を処理していた総合企画部経理課では、メディア事業等の売上計上に係る内部統制として、保険会社、広告掲載等期間、注文金額、支払時期等を入力する「売上報告書」に証憑を添付し、同課にワークフロー上で売上計上を申請する運用が整備されていた。しかしながら、総合企画部経理課が売上計上の証憑として主として確認していたのは、申込書等にとどまっていた。

そのため、保険市場社側において、申込書等には、広告掲載等期間を記載しない対応がとられた結果、実際には広告掲載等開始前であるにもかかわらず、総合企画部経理課による統制が機能せず、申込書等受領時又は申込月に売上計上することが可能となっていた。この点に関しては、保険市場社では、保険会社側から広告掲載等期間の記載を求められることもあったが、橋本氏や田坂氏が保険会社等と交渉することにより、申込書等には広告掲載等期間を記載せず、見積書等に記載することで代用する対応がとられており、これにより、総合企画部経理課による発見統制が実質的に無効化されていたと認められる。なお、総合企画部経理課では、2024 年 9 月期決算における桜橋監査法人による残高確認手続において、7 社から合計約 2 億円の「差異あり」の回答を受けたことが契機となり、期間帰属の妥当性チェックのため、保険市場社と保険会社等との間における広告掲載事実を確認するための配信実績に関するレポートや顧客とのメール等のコミュニケーション資料を追加で証憑として求めるようになった。これにより、保険市場社においては売上前倒計上が困難となり、次第に減少していったと認められる。

他方で、P 社に対する本件広告枠販売取引については、形式的な証憑は整っていたが、総合企画部経理課においては、当該取引先が外注費の支払先でもある、いわゆる非通例の取引であることに着目した取引自体の経済合理性の検証が行われていなかったため、本件広告枠販売取引等による「借金」と P 社に対する広告運用委託取引を通じた「返済」とがセットになった取引との疑いが検知されなかった。

さらに、本件資産計上については、田坂氏により「検収書」が作成され、DM 部インシュアテック課担当エンジニアによるデモ版の開発により、システムの外形が整えられていたばかりか、P 社社名の取扱説明書が c 氏の関与の下で作成された疑いもあり、資産計上に関する内部統制が全く機能していなかったと評価しうる。

そして、本件外注費繰延べについても、田坂氏らにより、P 社から、繰り延べた費用項目についてのみ役務提供期間を削除した請求書の発行を受けることで、期間帰属の妥当性を外形上確認しにくい状態が作出されていた。

このように、当社グループにおいて内部統制は一応整備されていたが、特に売上前倒計上については、形式的な証憑チェックに留まっていた可能性が高く、適切に運用されていなかったことが、本件不適切処理の長期間の継続を可能としていたと認められる。

(3) 経理部門における第二線機能の不全

本来、経理部門は、営業部門又は子会社が提出する売上計上資料を精査し、収益認識及び期間帰属の適否を検証する第二線として機能すべき立場にあった。しかしながら、当社グループでは、経理部門担当役員自らも濱田氏が示す業績目標の達成に関するプレッシャーにさらされており、そもそも経理部門による牽制が働く前提が十分に存在しなかった可能性がある。例えば、当時経理部門担当役員であった櫛引氏や総合企画部長であった b 氏について言及した濱田氏の Slack として、以下のようなものがある。

2023/12/28
HAMADA_Yoshiharu <> 8:23 (UTC +09:00) 俺、もう、あかんと思うは、やはり、b をボコボコにしてしまうわ。 今期に掛ける俺の気持ちを知っている相談役が怒る前に俺が殺してしまうかも知れない。
鳥居 俊文 <[redacted]> 9:13 (UTC +09:00) 申し訳ございません お気持ちは理解いたします。 ボコボコにしましょう
HAMADA_Yoshiharu <> 10:09 (UTC +09:00) 証券マンで売却して、利益、四分の一でした！みたいな奴いるか？ お前も、b、殺せ。 俺が、もう、我慢の限界。
HAMADA_Yoshiharu <> 11:20 (UTC +09:00) お前！ふざけるなよ。現在、問題に

なっている収益管理は、お前の仕事になっていて、そこが狂ってるから、全て狂っている。岡田も櫛引も、営業管理が全営業部門の集計をしているはずと言ってるが、お前らの出して来た数字が根本から違っている。 HAMADA_Yoshiharu <> 19:55 (UTC +09:00) ボケ！

このように、濱田氏は、自身が算出したあるべき数値と管理部門が集計した数値とが一致しなかった場合、総合企画部の集計を強く頭ごなしに感情的な表現で非難するといった対応に及んでいた状況が認められる。もっとも、このような非難を回避するために、経理部門担当役員が総合企画部経理課職員に対し、内部統制を無視するよう指示したり、形式的な証憑チェックのみに留めるよう指示したような事実関係までは認められていない。しかしながら、仮にメディア事業等の売上計上に疑問を持つ総合企画部経理課職員がいたとしても、濱田氏による業績へのプレッシャーを感じて、その疑問を上司らに報告することを控えてしまっていた可能性は十分考えられる。

そして、これらの点について遅くとも 2020 年 5 月以降、当社は、桜橋監査法人からは、メディア事業等の売上の期間帰属について複数回指摘を受けていたにもかかわらず、経理部門が証憑要件や売上計上基準を抜本的に見直すこともなく、また、保険市場社側に対してもそれらの対策を強く指導していなかったことが認められる。

また、総合企画部経理課においては、特に 2022 年頃から 2023 年頃にかけて、経理部門担当役員及び総合企画部長や同次長といった管理職が短期間で入れ替わる状況にあり[65]、人員交代に伴う業務引継ぎも十分になされなかった結果、総合企画部が少人数かつ経理経験の乏しいメンバーで、プライム上場会社に求められる多くの業務を担っていた状況にあった。このような人的・組織的脆弱性の下では、現場から提出された申込書等の形式的証憑を超えて、広告掲載等期間、役務提供時期、取引の経済合理性、費用支払先との関係、資産性の有無を主体的に検証することは困難であったと考えられる。

[65] 2024 年 4 月 16 日付け「当社の人材戦略について」と題する資料（2013 年 10 月から 2024 年 3 月までの退職者分析資料）によれば、2022 年 10 月から 2023 年 9 月までの 1 年間で総合企画部（経理・財務）の部長及び次長職の退職者は 2 名（それ以前は 2019 年 9 月期に 1 名のみ）、課長及び課長代理職の退職者は 2 名（それ以前は 2013 年 10 月から 2022 年 9 月までの 9 年間で 4 名）であり、2023 年 9 月期の退職者が非常に多かった状況が分かる。

３　本件不適切処理を止められなかったリスク管理体制の問題点

(1)　リスク兆候に対する認識・評価の不足

当社においては、保険代理店事業に係る保険商品の勧誘及び募集行為に係るコンプライアンスを中心としたリスク管理の必要性に係る意識は相当程度存在していたものの、メディア事業等に係る収益認識、期間帰属、証憑の実質性、外注先との取引の経済合理性等の財務報告に直結するリスクについて、経営上の重要リスクとして十分に識別・評価する体制が整備されていなかった。

メディア事業等においては、監査法人からの度重なる広告掲載等期間と売上計上時期との関係性に関する指摘、四半期末月における売上の急激な増加、外注先であるＰ社に対する広告枠販売等、収益認識上又は不正リスク上の兆候が複数存在していたにもかかわらず、これらの兆候は、個別の実務処理上の問題又は監査法人対応上の問題として処理され、メディア事業等全体に内在する重要な財務報告リスクとして、取締役会、監査役等又は経営層において、体系的に報告・議論されるには至らなかった。この点、内部監査室において、一定期間ごとに各部門における一定のリスクの洗い出し作業が行われていたことは認められるが、その結果が取締役会又は経営層における実質的なリスク議論、対応方針の決定、責任部署の明確化、人的・システム的リソースの投入及び継続的なモニタリングに結び付いていたとは言い難い。特に、リスク管理という観点からも、経理部門担当役員の交代や管理職クラスの人材の短期の離職は、十分な財務報告リスクの管理を担うには脆弱な体制であったと認められる。

(2)　三線防衛の機能不全

本件不適切処理に係る各事例では、第一線である保険市場社の代表取締役である橋本氏､取締役である田坂氏自らが保険会社対応やＰ社との折衝を行っていたため、第一線の自律的統制によって不正を止めることは実質的に不可能であった。

他方で、前記 2・(3)のとおり第二線である経理部門については、担当役員や総合企画部長自身が、濱田氏が設定したあるべき数値を達成するための決算調整に関与していたとみられ､経理部門は､2024 年 9 月期までは申込書等を中心に確認していたことで、売上の実在性確認（架空売上ではないかという視点）に偏り、広告掲載等期間や役務提供期間に基づくあるべき期間における売上計上という視点が欠けていたことが認められる。

さらに、第三線である内部監査室においては、2023 年 9 月期の A 社（V 社広告分）への 30 百万円の売上に関し、「売上報告書及」及び「ご注文内容確認書兼申込書」が存在しないにもかかわらず売上計上がされるという内部統制上の不備を識別

していたが、十分な原因調査がされておらず、取引実態や会計上の不正リスクを理解しようとしていた形跡は乏しい。また、「[redacted] for アドバンスクリエイト」については、内部監査室において決裁未了を指摘したにもかかわらず、その後のフォローアップが十分に行われた形跡はなく、内部監査報告書上も取り上げられることはなかった。

以上から、本件不適切処理においては、第一線が自らこれに関与し、第二線は牽制機能を果たさず、第三線も不正リスクに踏み込んだ内部監査を行わなかったため、三線防衛がいずれも実効的に機能しなかったと認められ、本件不適切処理が長期間発覚しなかった大きな要因となっていたものと考えられる。

(3) 監査法人による外部モニタリング機能の限界

桜橋監査法人は、遅くとも 2020 年から 2023 年第 3 四半期まで、2021 年を除き、毎四半期、メディア事業等の売上の期間帰属に関する証憑提出を求めており、メディア事業等の売上の期間帰属に一定のリスクを認識していたといえる。こうした桜橋監査法人からの指摘に対し、橋本氏や田坂氏をはじめとした保険市場社の役職員は、申込書等に広告掲載等期間を記載しない、保険会社等への残高確認時に回答内容を調整する、広告掲載等期間に関する監査法人によるアンケート及びヒアリングの際に口裏合わせを依頼するなど、監査対応上のいわば偽装工作を行うことで、かかる指摘から逃れていた。

さらに、P 社との本件広告枠販売取引についても、監査法人から一括収益計上は認められない旨の指摘を受けた際に、すでに自社が広告枠として当て込んでいた保険会社分を P 社に付け替え、P 社側が用意した広告を掲載し、広告枠出稿計画表及び広告枠掲載依頼シートを事後的に作成したうえ、P 社と口裏合わせをして広告枠消費の実体があったかのように装う偽装工作が行われた。

このような偽装工作により、桜橋監査法人が、メディア事業等における売上計上と広告掲載等の時期との関係性や P 社との本件広告枠販売取引の実態を正確に把握することができず、当社が行った会計処理の適否について十分な検証が行われず、これらの一連の取引に係る会計処理につき、不適切な会計処理の疑義として十分に問題視されることのないまま長期間が経過してしまったと考えられる。

4 本件不適切処理の根本原因（企業風土・ガバナンスに関わる問題点）

(1) 創業者を頂点とする企業風土及び同質化した組織

本件不適切処理に係る根本原因として最も重要なのは、創業者兼筆頭株主であった濱田氏を絶対的存在とする企業風土である。濱田氏は、保険代理業、ポスティング、保険会社等からの広告依頼、広告代理事業への進出といった自身が創出したビ

ジネスモデルの成功体験を背景に、強い自信を有し、事業方針、業務の進め方、目標値、対外折衝等の重要局面に自身の考えを徹底的に浸透させるマイクロマネジメントを行っていた。

その結果、濱田氏による自身の考えに沿わない意見やそうした意見を持つ人物を受け容れない姿勢が顕著となり、このような者たちに対する厳しい叱責や評価低下を通じて、異論を述べる者が残りにくい組織環境が形成されていった。特に 2022 年から 2023 年にかけ、歴代の総合企画部長らが体調不良等により退職したことや、離職率の高さが取締役会でも議題となっていたことは、当社グループの組織構造上の問題を示す顕著な事実であると認められる。

このような退職者問題は、特に社外役員からの強い指摘により当社内でも問題視されていた。具体的には、当社が策定した人材戦略に関する資料（「当社の人材戦略について」）では、2013 年 10 月から 2025 年 3 月までの退職者分析を行っており、それによれば、当社の退職者数が年々増加傾向にある状況が読み取れ、2022 年 10 月以降、部門を問わず毎年約 2 割近くの人材が入れ替わっていたことが分かる。特に 2020 年 10 月以降、在職期間 6 年以上の比較的業務経験の長い中途採用者が多く退職している状況は、濱田氏がプライム市場移行を目指した時期とリンクしていた可能性が高く、濱田氏が描いたプライム市場に相応しいあるべき当社像という考え方に基づく、厳しい数値目標の達成についていけなくなり、多くの退職者を生んだものと推察される。

【2013 年 10 月から 2024 年 3 月までの在職期間別退職者（「10_01_当社の人材戦略について」より抜粋）】

	19期	20期	21期	22期	23期	24期	25期	26期	27期	28期	29期	総計
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
プロパー	24	28	12	13	11	14	12	17	29	27	27	214
～1年	10	7	1	2	6	2		5	2	3	6	44
～2年	2	1	3	2	1	1	2	3	7	3	6	31
～3年	3	4		5	2	4	2	1	3	4	2	30
～4年	6	1	1				1	1	1	2	1	14
～5年		3		2	1		1	2	9	2	2	22
6年～ 9年	3	12	6	2	1	6		1	4	5	5	45
10年～14年			1			1	6	3	3	7	4	25
15年～25年								1		1	1	3
中途	5	16	19	23	22	13	8	18	24	23	21	192
～1年		1	12	11	11	4	2		2	7	5	55
～2年		1	1	5	6	2	2	1	1	1	4	24
～3年					2		2	2	3			9
～4年	1	3		2		1		3	2	1		13
～5年	1	6	1	2		1		2	3	2		18
6年～ 9年	1	3		1	2	2	1	3	4	3	4	24
10年～14年					1			2	2	6	4	15
15年～25年	2	2	5	2		3	1	5	7	3	4	34
総計	29	44	31	36	33	27	20	35	53	50	48	406
期初人員	247	224	253	268	271	283	290	282	264	299	294	
	12%	20%	12%	13%	12%	10%	7%	12%	20%	17%	16%	

【2013 年 10 月から 2024 年 3 月までの部署別退職者（同上）】

	19期	20期	21期	22期	23期	24期	25期	26期	27期	28期	29期	総計
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
新卒	**24**	**28**	**12**	**13**	**11**	**14**	**12**	**17**	**29**	**27**	**27**	**214**
OMO	8	18	6	8	4	6	4	13	17	14	17	115
DC	4	4	2	3	2	2	1	1	5	2	1	27
契約管理	6	3	2	1		1	1	2	2	2	2	22
営企/ACP/法人	1		1			2	3			3	2	12
社長室/秘書		2			1	2	1	1	3	1	1	12
研修期間	1				2							3
総企/経理/財務	2	1					1		1	2	1	8
内監/コンプラ			1	1					1	3	1	7
人事厚生/総務	2				1	1					2	6
IT					1							1
マーケティング							1					1
中途	**5**	**16**	**19**	**23**	**22**	**13**	**8**	**18**	**24**	**23**	**21**	**192**
OMO	2	10	10	11	12	5	7	10	10	10	10	97
DC	1	3	1	5	4	4		5	7	1	2	33
契約管理					1				1		2	4
営企/ACP/法人	1	2		1	1	1	1	1		1	1	10
社長室/秘書												0
研修期間			7	3								10
総企/経理/財務				1	1	2			1	3	1	9
内監/コンプラ			1					1	2	2	3	9
人事厚生/総務		1			1	1			1		2	6
IT	1			2	2			1	1	4		11
マーケティング									1	2		3
総計	**29**	**44**	**31**	**36**	**33**	**27**	**20**	**35**	**53**	**50**	**48**	**406**

【2023 年 10 月から 2025 年 3 月までの四半期ごとの部署別退職者（「06_01_当社の人材戦略について-2_再修正」より抜粋）】

	#28					#29					#30					ALL
	1Q	2Q	3Q	4Q	計	1Q	2Q	3Q	4Q	計	1Q	2Q	3Q	4Q	計	
ＯＭＯ営業部（営業）	4	3	4	8	19	12	18	13	13	56	6	15	3		24	99
ＯＭＯ営業部(事務)		2	1		3		1	1		2	2				2	7
OMO営業部（本部）			1	1	2	1	2	1		4					0	6
お客様サービス部	1		2	4	7	4	5	2	4	15	1	2	1		4	26
ダイレクトマーケティング部	1			1	2	1		1		2		2			2	6
契約管理部		1		1	2	3	2	1	1	7	1	1		1	3	12
人事総務部					0	2	4			6		1	2		3	9
総合企画部	1	2	1	3	7	3	1	3	1	8		1			1	16
提携事業部			1		1			1	1	2					0	3
事業戦略室		1			1					0					0	1
ビジネスIT推進部		2	2		4				1	1		1			1	6
コンプライアンス部	1	1		3	5	2	2	1		5					0	10
内部監査室			1		1					0					0	1
新入社員			1		1			1		1			0		0	2
総計	**8**	**12**	**14**	**21**	**55**	**28**	**35**	**25**	**21**	**109**	**10**	**23**	**6**	**1**	**40**	**204**

このような創業者によるマイクロマネジメントと、創業者を絶対視する同質化した組織の形成・維持が相互に作用した結果、濱田氏の意向が過度に許容され、むしろ推奨される会社組織となった。全ての情報が濱田氏に集約され、濱田氏が全ての決定を行うことにより当社グループが運営され、それを前提とした組織が形成されていったことにより、濱田氏が掲げる目標は絶対に達成すべき課題として役職員に認識されるようになった。そのことが、時には不適切な処理であったとしても、目標達成のためには必要であるとの認識の下､行動に移されてしまうような極端な｢数字至上主義」の組織となったと考えられる。

もっとも、本調査によっても、前記のとおり、濱田氏が自ら率先して数値目標達成のために不適切な会計処理をするよう指示したような事実は見受けられず、むしろ当委員会がヒアリングを実施した当社関係者のいずれもが、異口同音に、濱田氏は平素から正しい処理をするよう口にしていた旨を述べている。このこと自体は事実であると認められるが、他方で、以下のような Slack からは、毎四半期末が近づくと、濱田氏の頭の中で算出された数値に実績を近づけるため、濱田氏から総合企画部に対して、収益計上に漏れがないか、資産計上できる費用はほかにないか、翌期以降に繰り延べられる費用がないかを確認するよう厳しい指示が出されていた状況も認められる。実際、経理部門担当役員に就いていた横山氏や櫛引氏もかかる指示の存在を認め、強いプレッシャーを感じていたとも述べている。

こうした濱田氏からの厳しい指示の存在が背景となり、濱田氏の主観的な認識（不適切な会計処理を行うことを指示したり許容する意図はなく、正しい会計処理を前提に自身の求める業績達成等を実現させたいという旨）にかかわらず、行き過ぎた収益計上としてのメディア事業等の売上前倒計上やＰ社に対する本件広告枠販

売取引、本件資産計上、本件外注費繰延べといった不正な会計処理につながった可能性は十分に考えられるところである。

当社役職員のヒアリングからは、達成困難とも思える高い目標を設定することで、結果として高い成果が得られる、最初から容易に達成可能な目標を設定すれば、低い成果しか得られないというのが濱田氏の考えであり、信念に近いものでもあったとの声もあった。このこと自体は過度に否定的な評価を受けるべきものではないが、経営者としては、役職員らに高い業績目標を課すことによる負の側面、すなわち目標達成のためであればその手段は正当化され、ひいては不正な手段も厭わないという思考に陥り得ることにも最大限の注意を払う必要がある。口頭で正しい会計処理をするよう指示するだけではなく、第二線、第三線の体制を拡充して不正リスクに係るチェック機能を強化する等の制度面の手当を行ったり、あるいは業績プレッシャー等により役職員の心理的安全が過度に消耗しないよう配慮する等の心情面あるいは精神面の手当も行うことで、高い目標は掲げても不正は起こさないという経営姿勢を行動でも示すべきであったといえる。

HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 2:51 PM
決算予想を再計算してくれ。変動費が 125 百万になる。何かアジャストできないか？知恵絞ってくれ。売上を増やすか、コスト削減するか？私の保険を加えろ。
<[redacted]> ◄ 2023/3/14, 2:57 PM
了解しました。今日の表ですと 25 百万増加するという事になりますが、横山役員正しいですか？売上、資産計上、値引き、コスト削減全て手を打ちます。
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 3:05 PM
値引きができるかどうか？売上を何処まで増やせるか？
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 3:18 PM
全員、売上の積み上げとコスト削減を考えろ。監査法人の件は私と専務で対応する。兎に角、売上とコスト、資産計上や引当金の積み崩し等について。決算修正仕訳でできるものも含めて考えろ。それと、前四半期と今四半期の締め後の差額も横山計算しているか？
横山 <[redacted]> ◄ 2023/3/14, 3:30 PM
締め後の差額は▲12M となってますが、今回の計算にはまだ含んでおりませんでした。申し訳ございません。
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 4:25 PM
それ、どう言う意味？
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 4:26 PM

意味分かった言ってるの？それが、今期の決算にどう反映されるかを考慮して言ってるのか？
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 4:27 PM
会計が分からず適当な報告なのか？熟知して報告しているのか？
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 4:46 PM
経常利益 10 億まで引き上げられそうか？
【中略】
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 8:06 PM
管理部門がアホ過ぎて、相当な損をしているが、それをカバーしようともしていない。我々、歴史を知る者が、此処は何とかしなければならない。
横山 <[redacted]> ◄ 2023/3/14, 8:13 PM
大変申し訳ありません。少しでも管理部門が引き起こした損失を真剣に取り組んでカバーいたします。
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/14, 8:26 PM
橋本、鳥居、過去の管理部門担当の業者への営業はお前達がしろ。言われてやる者より、言われなくてもやる者しか、この手の営業はできない。
鳥居 俊文 <[redacted]> ◄ 2023/3/14, 9:39 PM
承知いたしました。＞管理部門担当の業者への営業見込み先をピックアップさせて営業をかけます
HAMADA_Yoshiharu <> ► 2023/3/15, 4:40 PM
売上増やせ！費用値引き！資産計上！徹底的にやれ。
横山 <[redacted]> ◄ 2023/3/15, 5:18 PM
濱田社長よりのご指示に加え、自身でも考えて出来ることを全てやり切ります。全く足りておらず、申し訳ございません。責任を少しでも果たします。
<[redacted]> ◄ 2023/3/15, 6:01 PM 承知致しました。DC であけた穴を埋めます。やりきります。
鳥居 俊文 <[redacted]> ◄ 2023/3/15, 10:44 PM 承知しました徹底的に考えます

(2) 社外役員に対する情報共有不足による監督機能の限界

このような、経営者からの過度なプレッシャー等にさらされた結果として担当部署において不正に及んでしまうといった構造は、不正の発生に係る機序として一般的に認められるものであるが、こうした機序による不正の発生を阻止するために社外役員による経営者の監督機能が存在する。

この点、当社の取締役会は、1回当たり2時間から4時間程度を要し、社外役員も経営層に対して積極的に問題点を指摘していたことから、各社外役員の専門的なバックグラウンドを活かした監督体制の基礎は存在していたと認められる。したがって、本件は、社外役員が全く機能していなかったわけではなく、むしろ、社外役員がリスク兆候を認識するために必要な情報が十分に共有されていなかったことが問題であったとみるべきである。

すなわち、取締役会では月次業績報告が行われており、メディア事業等における四半期末月の急激な売上増加について問題視し得る基本的な機会は存在したと認められるものの、かかる業績数値が売上前倒計上の疑いを示すリスク兆候として十分に議論された形跡はほとんど見受けられない。また、桜橋監査法人から監査講評時にメディア事業等の収益一括計上に関する指摘が多数回なされていたにもかかわらず、常勤監査役から取締役会にかかる指摘が問題点として報告され、その後の対応について議論された形跡も確認できない[66]。

さらに問題は、なぜこれらの情報が取締役会においてリスク情報として共有されなかったかという点であるが、大きな要因としては、保険市場社の収益がWeb広告という専門性の高い事業によって生み出されていたということが関係していたと思料される。具体的には、Web広告事業は、顧客が期待する成果が見えにくいことから、役務提供の内容や充足時期を特定することが困難であり、やや不透明さのある取引によって収益が形成されていた。これに加え、桜橋監査法人からの度重なる指摘についても、結果としては適正意見が出され続けていたことにより、財務報告上のリスクではなく、業務プロセスの問題に過ぎないと判断され、取締役会の議題として取り上げられるに至らなかったこともあいまって、リスク情報が正しく取締役会において共有されないという事態に至った。

社外役員がリスク情報を正しく認識していれば、より早期に指摘がなされ、本件不適切処理が早期に明るみに出た可能性がある。その意味で、本件では、取締役会及び監査役等による監督機能の実効性を支える情報共有ルート、特に監査法人からの指摘事項を取締役会へ確実に上程する仕組みが不十分であったと認められる。

(3) 情報共有・エスカレーションの不全

保険市場社の事務処理担当者の中には、保険会社等からの申込時に一括して売上計上することについて疑問を感じていた者が存在していた様子が窺われる。しかし

---

[66] 当時の常勤監査役らの言によれば、桜橋監査法人からの指摘は、売上計上プロセスに関する指摘であって、保険市場社役職員らとの間で、かかる指摘を踏まえた対応をするよう申し入れたり、売上計上の根拠についての説明を受けたりしたことや、桜橋監査法人からも適正意見が出され続けていたことから、取締役会へ報告しなければならないほどの重要な指摘であるとは受け止めていなかったとのことである。

ながら、前記のとおり、そもそも売上前倒計上の処理は、上司である田坂氏及び橋本氏が主導して実行されていたものであったため、そうした疑問が当社の経理部門や内部監査室に対してエスカレーションされることはなかった。

また、当社には、会計専門家として 2023 年 2 月から同年 6 月まで、v 氏が経理部門に在籍しており、一連の不適切な会計処理を是正する機会が存在していたと認められるが、v 氏が問題を認識し、対処しようとしていたにもかかわらず、その知見が活かされることはなく、それどころか、同氏を組織から排除しようとする動きが存在していた。他方で、同じく会計専門家であった e 氏は、濱田氏の意向を汲んだ数値を作ることで重用され、2019 年 10 月から 2023 年 2 月までは総合企画部長として、それ以降 2026 年 6 月までは経理財務の顧問として、長期間にわたり当社の経理全般をマネジメントしていた。これらの事実からは、当社では、会計専門家が独立した立場から経営者に対して適正な会計処理を求めることが期待されていたのではなく、会計的知識を駆使することで経営者の期待する数値の実現に沿うことが役割として期待されていたとみられ、このことは、専門性に基づく中立的あるいは客観的な是正や予防よりも濱田氏の意向への適合が優先される当社の組織風土を示す事情であったと考えられる。

また、本来的には、こうした限られた者のみが持つリスク情報を適時適切に会社が把握する制度として、内部通報制度が存在し、当社においても「スピークアップ制度」という名称の内部通報窓口が設置されていたが、そもそも利用実績が極めて低く[67]、当社等の担当者らにおいて、その利用が検討された様子はなかった。その理由としては、内部通報制度が十分に周知されていなかったのか、匿名性や報復防止への信頼が不足していたのか、又は通報しても適切な調査が行われないとの認識が存在したのか等様々な可能性が考えられ、本調査ではこれらの可能性につき深度ある分析を行うことまではできなかったが、内部通報制度が適切に活用される組織においては不正行為自体が予防されやすく、またそのような行為を作出する土壌や企業風土の改善も図られやすいと考えられることからも、制度設計及び運用実態を踏まえた対策が必要である。

[67] 当社から提供を受けた資料によれば、2018 年 9 月期以降調査開始時である 2026 年 9 月期第 2 四半期までの間の通報件数はわずか 5 件（2018 年 9 月期から 2022 年 9 月期までの利用実績はいずれも 0 件）であり、いずれもハラスメントに関するものであった。

第６　再発防止策の提言

１　再発防止策の基本方針

前記第 5・4・(1)のとおり、本件不適切処理に係る事象における不正会計の根本原因として最も重要なのは、筆頭株主兼創業者である濱田氏を頂点とする企業風土及び権限構造にある。したがって、再発防止策は、濱田氏又は現経営トップによるコンプライアンス重視のトップメッセージを発信することだけでは足りない。むしろ、不正会計を生じさせた構造の中心にいた者が改革の語り手となる場合、従業員に対し「結局、従前の支配構造は変わらない」とのメッセージを与え、改革の実効性を損なうおそれがある。

そのため、再発防止策の基本方針は、濱田氏の業務執行、人事、会計判断及び監査対応への影響力を遮断又は制度的に制限すること、取締役会及び社外役員による監督機能を実質化すること、経理部門・内部監査部門・監査役等が経営者の意向から独立して機能する体制を整備すること、高リスク取引に対する実質的な会計・法務レビューを導入すること、内部通報及びエスカレーションの仕組みを再設計すること、並びに企業風土改革を新経営陣及び社外役員の主導で進めることに置くべきである。

２　ガバナンスレベルの再発防止策

(1)　創業者の影響力遮断及び院政防止

上述した本件不適切処理の根本原因に鑑み、純粋にこれと同様の事象の発生を防止するという観点のみから最も有効な再発防止策を挙げるのであれば、濱田氏が代表取締役、社長、会長、執行役その他の業務執行ポストから退任し、業務執行、人事、会計判断、監査対応、重要取引の承認から切り離されることである。

しかしながら、濱田氏は当社グループのビジネスモデルを構築し、会計事務所で培った知識や経験とアイデアを駆使し、時代に合わせてそれを発展させてきた人物であり、今の当社グループがあるのは濱田氏の存在があったからこそということもまた疑いようがない。したがって、濱田氏が当社グループの経営や執行から外れることは、当社グループの良さ、ひいては継続する事業体としての当社グループの存立基盤をも失わしめる可能性も否定し得ないというべきであり、このような観点からは事業上のリスクを伴う策ともいえる。

当委員会としては、濱田氏自身が直接的に本件不適切処理において認められた不正会計の当事者的地位にあったものとまでは認められないとの認定事実を踏まえ、それでもなお濱田氏が現在の地位から退任すべき必要性があるとの提言を行うものではないが、濱田氏の進退については当社自身の責任ある経営判断において決定されるべきものと考える。

その上で、当委員会としては、こうした観点からいえば、濱田氏が現在の地位を維持されることとなったとしても、本件不適切処理の発生原因として認められた過度な影響力の行使を防止するような制度的対応を実施することが必要であるという点を指摘しておきたい。また、仮に濱田氏が現在の地位の全部又は一部から退任し、例えば、営業施策に関する助言等を行うようなポジションに置くこととした場合であっても、いわゆる院政を敷くような状況を生じさせることのないようにしなければならない。このような観点で、社外役員による実効的なガバナンスの構築を図るため、取締役会決議により各役職員の職務範囲、報酬、情報アクセス手段、社内会議への出席可否等の権限に関してより明確化あるいは強化を行い、社外役員がその状況を定期的に確認することができる体制を整備することが必要となる。

(2)　新経営体制による企業風土改革メッセージ及び経営理念等の見直し等

企業風土改革のメッセージは、濱田氏ではなく、新経営陣、社外取締役、監査役又は後記(5)に記載する改革担当取締役から発信すべきである。その内容は、単に「コンプライアンスを徹底する」という抽象的なものではなく、①業績目標よりも会計の適正性を優先すること、②未達や失敗を隠さず早期に報告すること、③経営者の意向に反する意見であっても尊重すること、④内部通報者を保護すること、及び⑤不適切な会計処理に関与した場合には役職にかかわらず厳正に対処することを明確に示す必要がある。

また、経営理念や行動規範等を見直し、当社グループ役職員が守るべきコンプライアンスの基本的な考え方や指針を明文化し、体制が刷新されたことを社内外に示すことで、当社グループ役職員に対し、コンプライアンスに対する自覚を一層促すことも考えられる。

さらに、本件のような不正行為を再び発生させないためにも、当社グループ役職員に対し、特に会計不正に関するコンプライアンス意識の浸透を図るべく、社内教育や研修を定期的に実施し、もって、会計リテラシーの向上に努めるべきである。定期的にアンケートによる意識調査を実施する等の方法により、モニタリングを実施することも考えられる。当社グループの役職員全員に対して、コンプライアンス意識の徹底を図り、正しい行動を促し、コンプライアンス違反を未然に防ぐための企業風土を醸成することが肝要である。

(3)　社外取締役を中心とする取締役会への転換

取締役会は、創業者及び執行側の方針を追認する機関ではなく、経営陣を監督し、会計の適正性及び内部統制の実効性を確保する機関として再構築される必要がある。例えば、社外取締役のみの定期会合を設置し、筆頭社外取締役を選任した上で、経

理部門、内部監査部門、監査役、監査法人及び外部弁護士から直接情報を受領できるルートを整備する、といった社外取締役の機能を強化する措置が講じられるべきである。特に、会計不正リスク、監査法人からの指摘事項、内部通報のうち会計・財務に関わる事項、経営者関与取引、重要な非通例取引については、執行側を経由せず、社外取締役又は監査役に直接報告される仕組みを設けるといった措置も必要となるものと考える。

また、取締役会に上程される決議事項や報告事項に関する資料については、営業上の目標値や意気込みにとどまらず、実績値、客観的な着地見込み、未達原因、対応策、会計上の影響、内部統制上のリスクを明示するなどより充実したものとする必要がある。予算や見通しについても、実績に基づく保守的シナリオと施策効果を織り込んだ上振れシナリオを区別、併記し、取締役会がそれぞれのシナリオの蓋然性を検証した上でより適切な経営判断を下すことでき、かつそれがエビデンスとして記録される形とすることが求められる。

(4)　指名委員会・報酬委員会の実効化

指名委員会及び報酬委員会については、現状、独立社外取締役を議長とし、社外取締役が過半数を占めることとされているが、濱田氏もそのメンバーに入っている。

しかしながら、濱田氏の人事権を背景として執行側役員が萎縮し、濱田氏の期待する数値に合わせる行動をとったことが本件不適切処理の重要な原因となっていたと認められる以上、人事権の独立化は再発防止策の中核を成すものと考えられる。

そこで、これらの委員会メンバーから、濱田氏を外したうえ、経理部門責任者、内部監査部門責任者、主要子会社の代表取締役その他の重要ポストの選解任、評価、報酬について、委員会が実質的に審査・答申する仕組みとする必要がある。

報酬制度については、短期業績、売上、粗利、株価、時価総額等に過度に連動する評価を是正し、会計の適正性、内部統制、コンプライアンス、リスク管理、部下の心理的安全性、内部通報への適切な対応等の非財務指標を評価項目に組み込むべきである。

(5)　改革担当取締役及び再発防止モニタリング委員会の設置

前記(2)のとおり、企業風土改革のメッセージは、濱田氏又は旧経営体制の中心人物ではなく、新経営陣、社外取締役、監査役又は改革担当取締役から発信されるべきである。そのため、独立性及び改革実行力を有する改革担当取締役を設置し、再発防止策の実行責任者として位置付けることも一案である。

さらに、社外取締役並びに外部の弁護士、公認会計士及び不正調査専門家等から構成される再発防止モニタリング委員会を設置し、少なくとも 1 年から 2 年間程度

は、再発防止策の実施状況を四半期ごとに確認するといった施策も考えられる。同委員会は、取締役会に対して進捗状況、未実施事項、追加的課題を報告し、必要に応じて対外的にも進捗を公表することが望ましい。

３　会計・内部統制に関する再発防止策

(1)　収益認識に関する証憑要件及び承認プロセスの再設計

前記第 5・2・(2)のとおり、保険市場社を含む当社グループ経理全般を処理していた総合企画部経理課がメディア事業等における売上計上の証憑として主として確認していたのは、申込書等にとどまっていたため、保険市場社側では、申込書等には、広告掲載等期間を記載しない対応がとられ、実際には役務提供前であるにもかかわらず、申込書等受領時又は申込月に売上計上することが可能となっていた。このように、経理部門による発見統制は実質的に無効化されていたと言わざるを得ないものであった。

2025 年 9 月以降、収益計上に関する手順書が作成され「役務提供の証跡（例：月次広告配信レポート、運用管理表など）」を追加確認する対応を要することとなったことで、現在は、広告掲載取引に係る売上計上については、申込書等のみではなく、役務提供の事実を示す証憑が求められている状況にあるといえる。今後は本事象を教訓として、経理課職員においては更に進んで、証憑の確実な入手とその記載内容のチェックを強化し、複数証憑による収益認識根拠の確認を継続するとともに、かかる確認が形骸化しないよう内部監査室による定期的なモニタリングを行うことが求められる。

特に、四半期末月に売上が急増する取引、契約期間と売上計上時期が乖離する取引、入金時期と役務提供時期に不自然な乖離がある取引については、高リスク取引として、取締役会報告事項としたり、監査役への報告対象とする運用も効果的と考えられる。

(2)　外注先に対する売上計上及びバーター取引リスクへの対応

外注先、仕入先、業務委託先その他費用支払先に対して売上を計上する取引は、バーター取引、費用の値下げの見返りとしての売上計上等のリスクを伴う。そのため、金額の多寡を問わず、当該取引については経理部門及び法務部門による事前レビューを必須とすべきである。

レビューにおいては、取引目的、取引の経済合理性、第三者価格との比較、当該取引先との既存の外注・仕入取引との関係、入金・支払の対応関係、相殺又は実質的な返金の有無、広告掲載等の実績、会計処理の根拠を確認し、一定金額以上又は

非定型性の高い取引については、取締役会報告事項としたり、監査役等に報告する仕組みを設けるべきである。

加えて、取引先との交渉等の業務上の連絡において、Messenger その他会社が管理できない私的連絡手段を使用することを明確に禁止し、業務上の重要な交渉経緯は会社のメール、チャット等に保存させ、これらも内部監査室による定期監査の対象とすべきである。これにより、取引経緯の追跡可能性を確保し、証拠隠滅や口裏合わせを抑止、早期発見が期待できると考える。

４　三線防衛・監査体制の再構築

(1)　第一線・第二線・第三線の役割明確化

第一線である事業部門においては、売上計上の根拠となる証憑を適切に作成・保存し、取引の実在性及び経済合理性を説明する責任を負うことを、社内規程やガイドライン等において明確化すべきである。

第二線である経理・法務・コンプライアンス部門に対しても、社内規程やガイドライン等により、確認すべき証憑を明示するとともに、所定の証憑が不足する取引や高リスク取引については、第一線に対して必要な追加確認を実施し、それでもなお必要な証憑が揃わない場合には、収益計上を拒否し、又は管理会計上も実績としてカウントしないなどの強力な権限を持たせるべきである。

第三線である内部監査部門にあっては、定期監査時において、形式的な書類確認にとどまらず、取引実態、不正リスク、経営者関与取引、四半期末の売上急増、外注先に対する売上計上、手作業仕訳等に焦点を当てたリスクベース監査を実施したり、時には抜き打ち監査を実施するなど監査の実効性確保に努めるべきである。

(2)　三様監査及び監査法人との連携強化

監査法人からの監査上の指摘事項が、常勤監査役又は経理部門にとどまり、監査役会及び取締役会で実質的に議論されなければ、本件不適切処理と同様の発見遅延が再発するおそれがある。そこで、監査法人、監査役等及び内部監査部門による三様監査会議を定例化し、重要会計論点、不正リスク、監査法人からの指摘事項、未解決事項、経営者関与取引、内部通報情報を定期的に共有する制度を整備すべきである。

運用に当たっては、監査法人からの指摘事項については、指摘内容、会社側回答、監査法人の評価、是正対応、取締役会・監査役会への報告状況を管理台帳化し、監査役会及び取締役会に定期報告することが望ましい。特に、同一論点について監査法人から複数回指摘を受けた場合には、関係部署へ指摘内容を共有したうえ、対応策の検討及び実施状況をフォローすることを内部監査室に義務付けるとともに、取

締役会の審議事項とする基準を設けるべきである。また、このような同一論点に関する指摘を複数回行っているにもかかわらず、会社側が抜本的な対策を採らない場合において、本件不適切処理の発生という事実を踏まえれば、今後の当社の会計監査人の任にある監査法人側に期待される対応としては、不正リスクの評価を見直し、職業的懐疑心をより一層発揮することが期待される。会社の説明及び会社から提供された資料についてその信頼性を検証することが期待されるし、当社としてもかかる監査法人の対応を甘受すべきである。本件不適切処理に即していえば、例えば、ランダムな現物確認を実施したり、役務提供を示す改ざん不可能なデータ（広告掲載のログ等）を入手してその分析をするほか、残高確認手続に当たっては管理部門宛ての文書を送付するなど、当社から提供された資料や情報の信頼性確認（いわゆる裏取り）を行うことが考えられる。

言うまでもなくこれらの前提として、監査法人とのコミュニケーションの充実化を図り、適正な監査・指摘を受けるに足りる情報を適示に、且つ正確な内容をもって共有することが重要である。

５　リスク管理・エスカレーション・人材流出の阻止等

(1)　不正リスクアセスメントの定期実施及び人事評価・管理職教育の見直し

当社グループにおいては、これまで組織としてのリスク管理が十分に行われてこなかった。特に、限られた人材を効果的に配置し、リスクの早期発見をするためには、リスクの識別（洗い出し）から始まるリスク管理が必要不可欠といえる。企業を巡る活動にはコンプライアンスリスク（コンダクト・リスク）、システミックリスク、オペレーショナルリスク等様々なリスクが存在するが、まずは本事象に代表されるような不正リスクに焦点を絞り、保険代理店事業、メディア事業・メディアレップ事業、再保険事業のそれぞれについて、リスク特定を行ったうえ、リスク分析・評価を行い、リスク対応策を経営陣において決定し、リスクオーナーを定め、これらを実施させるべきである。

例えば、各事業に関するリスク評価では、売上、粗利、入金、キャッシュフロー、売掛金回収、外注費、広告掲載実績を横断的に分析し、異常値を検知する仕組みを導入することが望ましい。特に、四半期末月に売上が急増する取引、粗利率が異常に高い又は低い取引、入金と支払が対応している取引、同一取引先に対して売上と外注費が同時に発生している取引については、自動的に高リスク取引として抽出できるような基準を策定することも考えられる。

そして、導入したこれらのリスク管理が正常に運用されているかを定期的にモニタリングする制度も整備する必要がある。

また、人事評価においては、売上、粗利、着地見込みの達成度だけでなく、適正な会計処理、リスク報告、部下からの相談対応、組織の心理的安全性、コンプライアンス、離職率、内部通報への対応を評価項目に組み込むべきである。特に、達成困難な数値目標を部下に押し付け、未達の場合に過度に叱責する管理職については、管理職適性を含めて評価する必要がある。

(2) リスク情報がエスカレーションされやすい制度の整備

現場担当者が疑問を感じても、上司又は経営者層が主導する処理である場合には、通常の報告ラインではエスカレーションが困難である。そのため、会計処理、証憑、取引実態、経済合理性に疑義を感じた場合には、直属上司を経由せず、経理部門責任者、法務部門、内部監査部門、監査役又は外部通報窓口に直接相談できる仕組みを整備すべきである。また、内部通報制度については、既にコンプライアンス規程により明文化されているものの、改めて、内部通報をしたことを理由とする不利益取扱い禁止の実効性担保のため、匿名性の確保・情報管理の徹底といった観点から制度を見直すべきである。

特に、本件不適切処理のように経営者層が関与する可能性のある不正については、通報内容が経営者側に流れることへの懸念が制度利用を阻害するものと考えられる。そのため、役員不正・会計不正に関する通報は、社外取締役、監査役又は再発防止モニタリング委員会に直接共有される制度とし、通報後の調査状況及び是正措置についても、可能な範囲で通報者にフィードバックすることが望ましい。

(3) 人材のリテンションプランの策定と実行

当社を巡る退職者問題は、本件不適切処理の直接原因ではないものの、総合企画部門の専門性不足による第二線による牽制機能の低下、頻繁な交代発生による引継ぎ不足に伴う不正リスク情報の埋没化等の問題を生じさせていたと認められる。

したがって、当社では、まずは退職者問題を単なる人事上の課題としてではなく、財務報告、内部統制、リスク管理及びガバナンスに直結する重要な経営リスクとして位置付けるべきであり、そのため、退職者数、退職率、部門別・職位別退職率、退職理由、重要ポストの退職状況、後継者候補の残存状況等を定期的に取締役会及び指名・報酬・ガバナンス委員会に報告する体制を整備する必要がある。

また、CHRO（チーフ・ヒューマン・リソース・オフィサー）又はこれに相当する人事戦略責任者を設置し、経営戦略と連動した人材ポートフォリオ、後継者計画、管理部門の専門人材確保、退職者分析及び組織文化改革を統括させるのも一案である。特に、経理財務、総合企画、内部監査、法務及びリスク管理等の重要部門につ

いては、上場会社として必要な専門性を有する人材を計画的に採用・育成し、短期的には外部専門家も活用しながら、業務継続性及び牽制機能を確保する必要がある。

さらに、退職者が何に不満を持ち退職という選択肢を選んだのかを退職者アンケートにより把握するとともに、在職者に対するエンゲージメントサーベイの実施により、モチベーションを可視化して、これらを分析した上で、CHRO の陣頭指揮の下、一丸となって実効性のある人材のリテンションプランを策定し、その実行に移していくべきである。

以上

別紙１　ヒアリング対象者一覧【非開示】

別紙 2　デジタル・フォレンジック調査の概要【非開示】

別紙３　役職員等アンケート結果一覧【非開示】

別紙 4　売上前倒計上一覧【非開示】

別紙５　セグメント違い一覧【非開示】

別紙６　外注費と相殺漏れ一覧【非開示】

別紙 7　本件外注費の繰延べ取引一覧【非開示】

別紙８　資産性が認められない不適切な資産計上一覧【非開示】

別紙 9　費用繰延べ取引一覧【非開示】