

【税務調査】

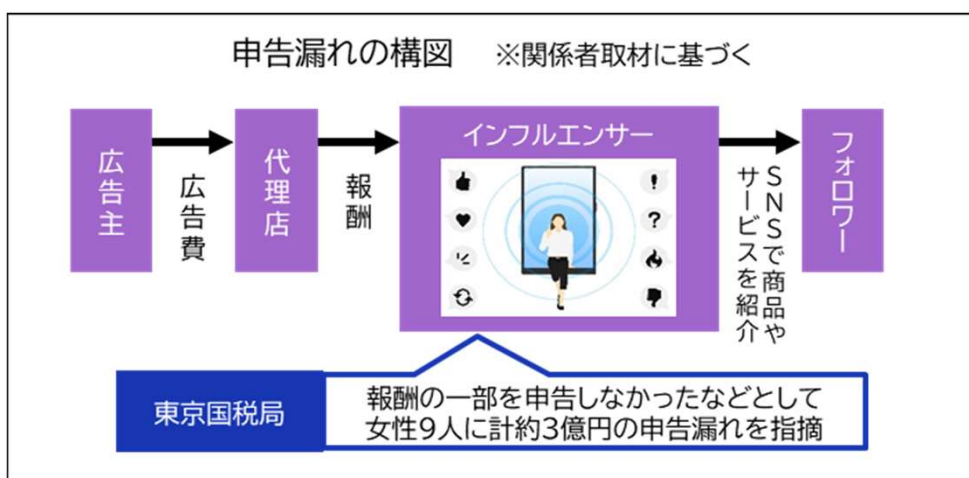
国税庁や税務署もSNSを見ている！

令和5年3月、東京国税局の税務調査により、インフルエンサーの女性9名が2021年までの6年間で合計約3億円の申告漏れを指摘されました。

時代とともにSNSが急速に発展していますが、SNSでの発信内容をもとに税務調査が実施されるケースも増加しています。

SNSが情報源となるケースが増加

先述したインフルエンサーは、下図のようにSNSで企業の商品やサービスを紹介することで多額の報酬を受け取っており、報酬の一部の申告漏れや、申告自体が行われていないケースもあったようです。



今回のケースのほかにも、万馬券の的中や高額な金品の授受など、TwitterやYouTubeの発信を足掛かりにして税務調査が行われる事例も少なくありません。

一般企業のブログやSNSもチェック対象に

税務当局が注視しているのは、インフルエンサーの発信内容に限りません。一般企業であっても、近年ではブログやSNSを活用しているケースが多く、それらの媒体による発信内容は貴重な情報源となります。

たとえば、車両の購入や社員旅行の様子、代表者の金銭感覚や日頃の行動など、さまざまな情報がSNSには残されています。それらの情報を申告内容と照らし合わせることで、申告漏れの可能性を追求することも可能です。

事業活動や申告内容が適切であれば決して恐れる必要はありませんが、第三者に誤解を与える表現のないよう、発信内容には注意しましょう。

インターネットの普及により、インフルエンサーだけでなく、一般企業でもビジネス目的によるSNS活用が増加しています。

税務調査の際には発信内容をチェックされることもあるため、適切なSNS運用を心掛けましょう。

記事作成：経営革新等支援機関推進協議会