

中国会計・税務実務ニュースレター

今回のテーマ：『インターネット・プラットフォーム企業の税務関連情報報告規定』
とインフルエンサー課税の実務インパクト

見られているのは、配信画面の中だけではありません。

中国では、「インターネット・プラットフォーム企業に係る税務関連情報報告規定」の施行以降、インフルエンサー（いわゆる「網紅」）に対する税務執行が新たな段階に入っています。特に2026年に入つてから公表された一連の处罚事例は、制度が実際に機能し始めたことを明確に示しています。

1. 2026年に相次ぐ处罚事例が示す実務上の変化

2026年1月、国家税務総局が税務当局の公式通報として複数のネット配信者に対する税務处分事例を公表しました。中でも注目されたのは、甘肃省と重慶市で摘発された2件のネット配信者の脱税事件です。

まず、甘肃省天水市の税務当局が公表した事例では、ライブ配信による商品販売を行っていた配信者楊氏が、2022年から2024年にかけて収入を隠匿・虚偽申告し、増增值税および個人所得税等合計101.64万元の過少納付があったことが確認されました。これに対し、2025年7月、追徴税額、延滞金および罰金を含め、合計181.40万元の处分が行われています。

また、重慶市の税務当局が公表した事例では、短動画制作や商業広告への出演を行っていたインフルエンサー彭氏が、2021年から2023年にかけての収入について虚偽申告を行い、個人所得税および増增值税等を合計216.32万元過少納付していたと認定されました。本件では、2025年11月、追徴税額・延滞金・罰金を含め、合計415.05万元の处分が下されています。

これら二つの事例はいずれも、税務関連情報報告規定の施行後、プラットフォーム上の取引・決済データ等を踏まえて調査が行われ、複数年に亘る是正と具体的な執行フェーズに入っています。

すなわち、インフルエンサー課税が注意喚起の段階を超え、具体的な執行フェーズに入っていることを示しています。

2. 政策が打ち出された背景：インフルエンサー課税が強化される理由

本制度が導入された背景には、ライブ配信やSNSを通じた収入が急拡大する一方で、所得の把握と申告が追いついていなかった実態があります。『中国ネットワーク視聴発展研究報告（2025）』により、ネットワーク職業主導の規模はすでに約3,880万人に達しており、インフルエンサー経済は無視できない社会的・経済的存在となっています。

インフルエンサー経游は、個人・スタジオ・MCN・第三者決済など複数主体が関与し、収入が分散・複線化しやすい構造を持っています。このため、従来の「自らの確定申告を前提とした管理」では、課税の公平性を確保することが難しくなっていました。

この状況を踏まえ、中国当局は、個別の脱税摘発に依存するのではなく、収入が発生する仕組みそのものを制度的に管理する方向へと政策を転換しています。

3. 税務関連情報報告の実務ポイント

税務関連情報報告規定では、インターネット・プラットフォーム企業に対して、プラットフォーム内の個人・法人の経済活動情報を税務当局に報告する義務が課されています。報告対象には、個人配信者やネットショップ運営者など「プラットフォーム内の収益者」の氏名、収入情報、決済履歴などが含まれます。

これにより税務当局は、インフルエンサー本人の申告内容、プラットフォームから報告される取引データ、決済・金融機関情報を突合し、申告の正確性を多角的に検証できる体制を構築しています。

報送義務に関連するポイントは以下の通りです：

- **四半期ごとの報告：**プラットフォームは、四半期ごとに前四半期の税務関連情報を報告する必要

があります。

- **情報の完全性・正確性**：契約・取引明細・決済データなど、必要なすべての涉税情報を正確かつ完全に報告することが求められます。
- **報告違反のペナルティ**：未報告、虚偽報告、漏報などは、是正命令、罰金（通常2万～50万元）、信用評価への影響、場合によっては社会公示といった処分の対象になり得ます。

お見逃しなく！

税務当局に通報された処罰事例では、表面上はインフルエンサー個人が処分対象となっていますが、実務上の影響はそれにとどまりません。

税務関連情報報告規定では、取引・収入データの起点となるプラットフォーム企業にも、情報報送義務および管理責任が課されています。報送内容の不備や遅延、収入性質の誤認があった場合、プラットフォーム側が税務当局から説明や是正を求められるリスクも否定できません。

インフルエンサー課税は「個人の問題」に見えて、実際にはプラットフォームを含むビジネスモデル全体のコンプライアンスが問われています。