

報道関係者各位

2026年4月13日

株式会社ラクーンフィナンシャル

**【BtoB EC・BtoB SaaS企業の決済実態】手数料重視の一方で  
浮き彫りになる未回収リスクと業務負担とは？企業間決済の実態を調査**

「掛け払い」の管理は自社のみと外部の決済代行・保証サービスの利用が拮抗

株式会社ラクーンフィナンシャル（所在地：東京都中央区、代表取締役社長：秋山 祐二）は、BtoB EC または BtoB SaaS 企業の経営層・事業責任者・営業責任者を対象に、「BtoB EC または SaaS 企業における決済手段の構成比と外部の決済代行・保証サービスの利用実態」に関する調査を行いました。

**■調査の背景**

BtoB EC や BtoB SaaS の拡大に伴い、企業間決済の手段は多様化しています。

一方で、「BtoB 決済の多くは掛け払い」といわれることもありますが、実際の決済手段の構成や、外部の決済代行・保証サービスの利用状況については十分に明らかになっていません。

そこで今回、株式会社ラクーンフィナンシャルは、BtoB EC または BtoB SaaS 企業の経営層・事業責任者・営業責任者を対象に、「BtoB EC または SaaS 企業における決済手段の構成比と外部の決済代行・保証サービスの利用実態」に関する調査を行いました。

**■調査概要**

「BtoB EC または SaaS 企業における決済手段の構成比と外部の決済代行・保証サービスの利用実態」に関する調査

【調査期間】2026年3月19日（木）～2026年3月23日（月）

【調査方法】PRIZMA (<https://www.prizma-link.com/press>) によるインターネット調査

【調査人数】1,003人

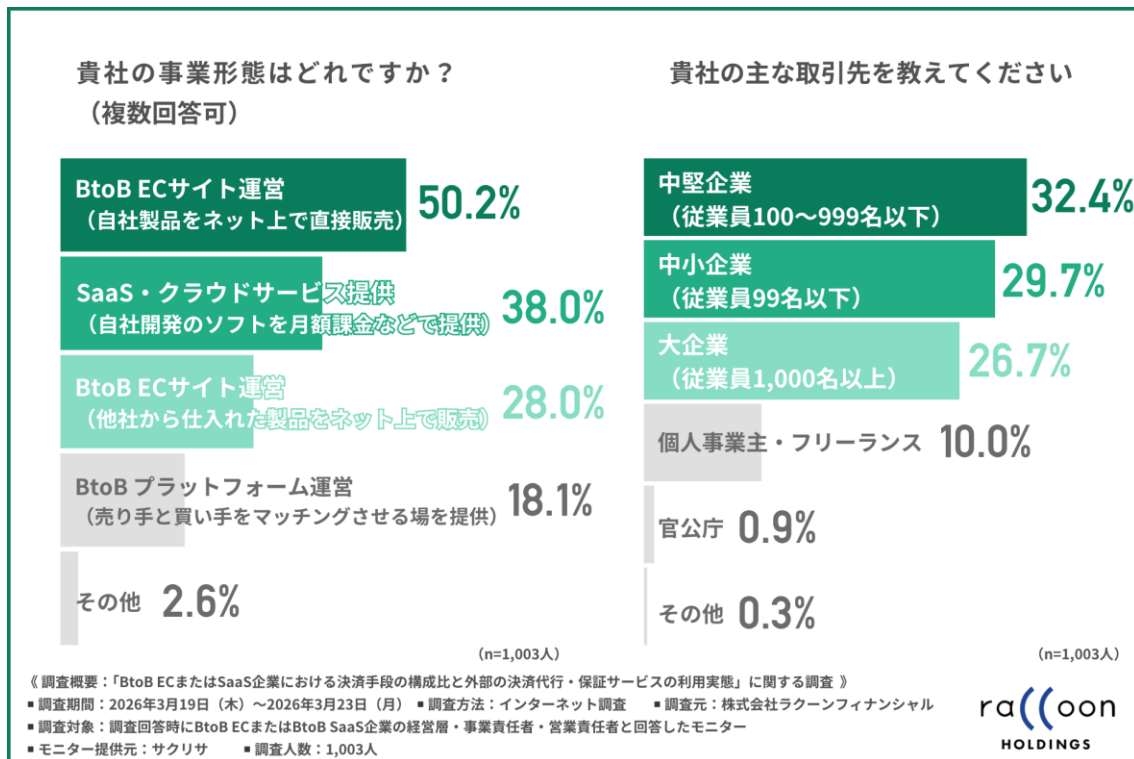
【調査対象】調査回答時に BtoB EC または BtoB SaaS 企業の経営層・事業責任者・営業責任者と回答したモニター

【調査元】株式会社ラクーンフィナンシャル (<https://www.raccoon.ne.jp/financial/>)

【モニター提供元】サクリサ

## ■ 調査結果

約半数が自社製品を販売する BtoB EC サイトを運営。主な取引先は「中堅企業」が最多



はじめに、「貴社の事業形態」について尋ねたところ、『BtoB EC サイト運営（自社製品をネット上で直接販売）（50.2%）』と回答した方が最も多く、『SaaS・クラウドサービス提供（自社開発のソフトを月額課金などで提供）（38.0%）』『BtoB EC サイト運営（他社から仕入れた製品をネット上で販売）（28.0%）』となりました。

「自社製品を直接販売する BtoB EC サイト」を運営している企業が約半数を占めました。また、「SaaS・クラウドサービス提供」や「仕入れた製品を販売する BtoB EC サイト運営」の割合も比較的高く、継続的な課金モデルや高頻度の取引が発生しやすい環境にあることがうかがえます。

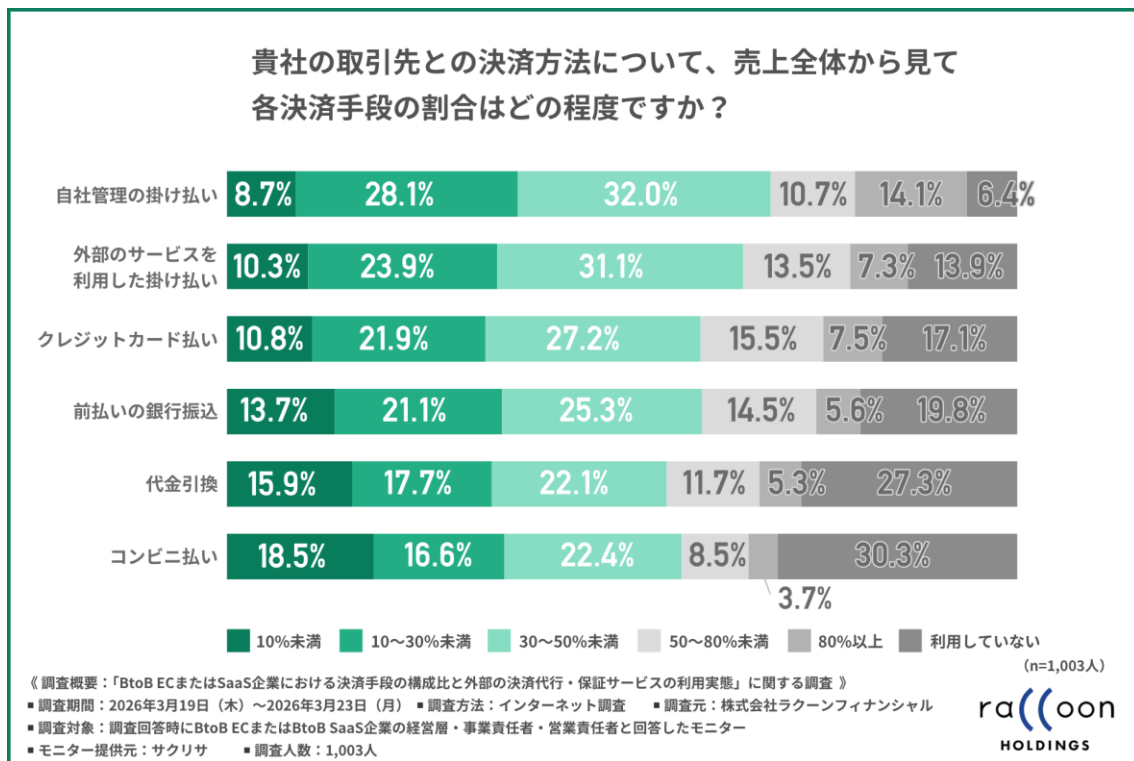
BtoB EC や BtoB SaaS といった事業を展開する中で、主にどのくらいの規模の企業と取引を行っているのでしょうか。

「貴社の主な取引先」について尋ねたところ、『中堅企業（従業員 100～999 名以下）（32.4%）』と回答した方が最も多く、『中小企業（従業員 99 名以下）（29.7%）』『大企業（従業員 1,000 名以上）（26.7%）』となりました。

「中堅企業」「中小企業」との取引が比較的多いことがわかります。「大企業」を主な取引先とする企業も 2 割以上見られたことから、多様な取引先の経理ルールに柔軟に対応しつつ、自社側の請求管理にかかる負担を抑えられる決済フローの構築が求められている状況がうかがえます。

**決済手段は「掛け払い」が比較的多い。どのように「掛け払い」を管理している？**

多様な取引先を持つ中で、実際の決済手段はどのような内訳になっているのでしょうか。「貴社の取引先との決済方法について、売上全体から見て各決済手段の割合はどの程度か」と尋ねたところ、以下のような回答結果になりました。



自社管理・外部サービスの利用を問わず、掛け払いを利用している企業が比較的多く、売上の『30~50%未満』を構成しているケースが多いことがわかります。また、いずれの決済方法においても『10~30%未満』『30~50%未満』という回答が多く、1つの決済方法が売上の過半数を占めるケースは少ないことがわかります。

では、「掛け払い」についてはどのような体制で運用しているのでしょうか。

## 貴社では『掛け払い』（与信審査・請求・回収・督促など）について どの方法で管理していますか？

—前設問で「自社管理の掛け払い」「外部のサービスを利用した掛け払い」でどちらも「利用していない」と回答した方以外が回答—

自社管理と外部の  
決済代行・保証  
サービスを併用  
12.5%

すべて外部の  
決済代行・保証サー  
ビスを利用して管理  
40.5%

すべて  
自社で管理  
47.0%

(n=949人)

《調査概要：「BtoB ECまたはSaaS企業における決済手段の構成比と外部の決済代行・保証サービスの利用実態」に関する調査》

- 調査期間：2026年3月19日（木）～2026年3月23日（月） ■調査方法：インターネット調査 ■調査元：株式会社ラクーンフィナンシャル
- 調査対象：調査回答時にBtoB ECまたはBtoB SaaS企業の経営層・事業責任者・営業責任者と回答したモニター
- モニター提供元：サクリサ ■調査人数：1,003人

raoon  
HOLDINGS

前の質問で「自社管理の掛け払い（自社発行の請求書による後払い・銀行振込など）」  
「外部のサービスを利用した掛け払い（請求代行・決済保証サービスなど）」のどちらも  
『利用していない』と回答した方以外に、「貴社では『掛け払い』（与信審査・請求・回  
収・督促など）についてどの方法で管理しているか」と尋ねたところ、以下のような回答  
結果になりました。

『すべて自社で管理（47.0%）』

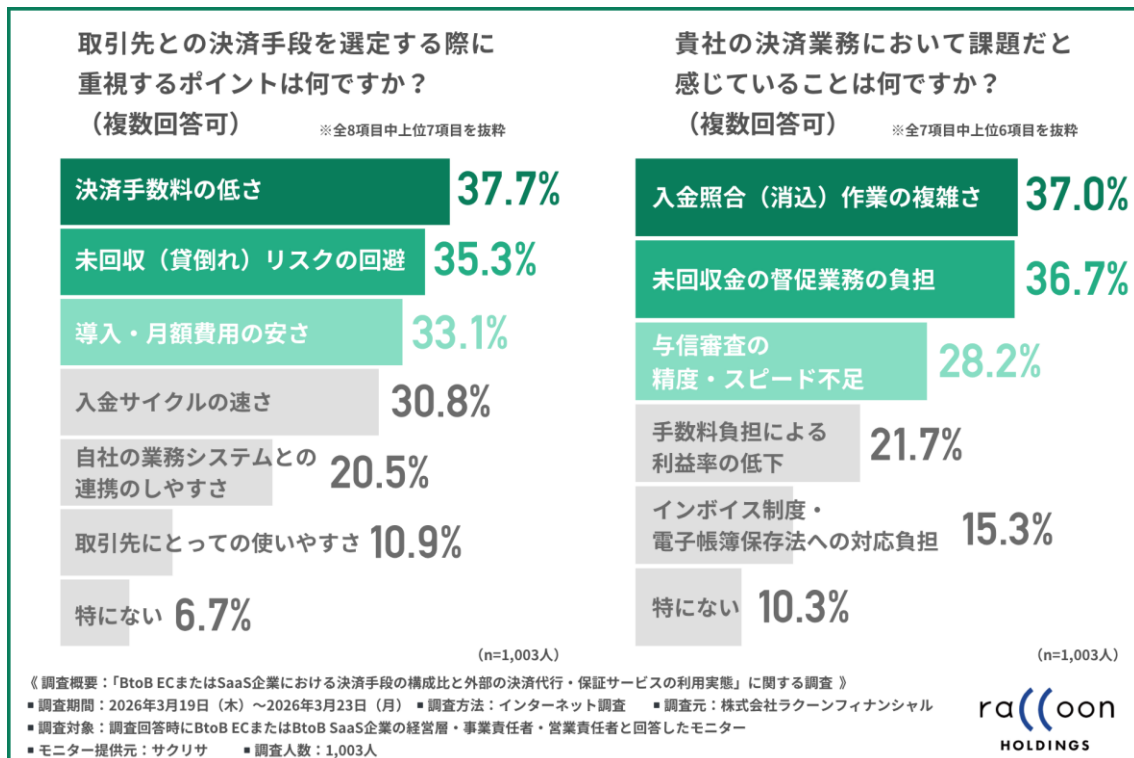
『すべて外部の決済代行・保証サービスを利用して管理（40.5%）』

『自社管理と外部の決済代行・保証サービスを併用（12.5%）』

すべて自社で管理している企業と、外部の決済代行・保証サービスを利用している企業  
がほぼ拮抗する結果となりました。約 4 割が「すべて外部」に委託していることから、手  
数料を支払ってでも掛け払いで発生する業務負担を軽減し、従業員を本来のコア業務に集  
中させたいという意図がうかがえます。

### 決済業務における課題は「入金照合（消込）作業の複雑さ」「督促業務の負担」が上位に

では、取引先との決済手段を選定する際に企業が重視していることは何でしょうか。



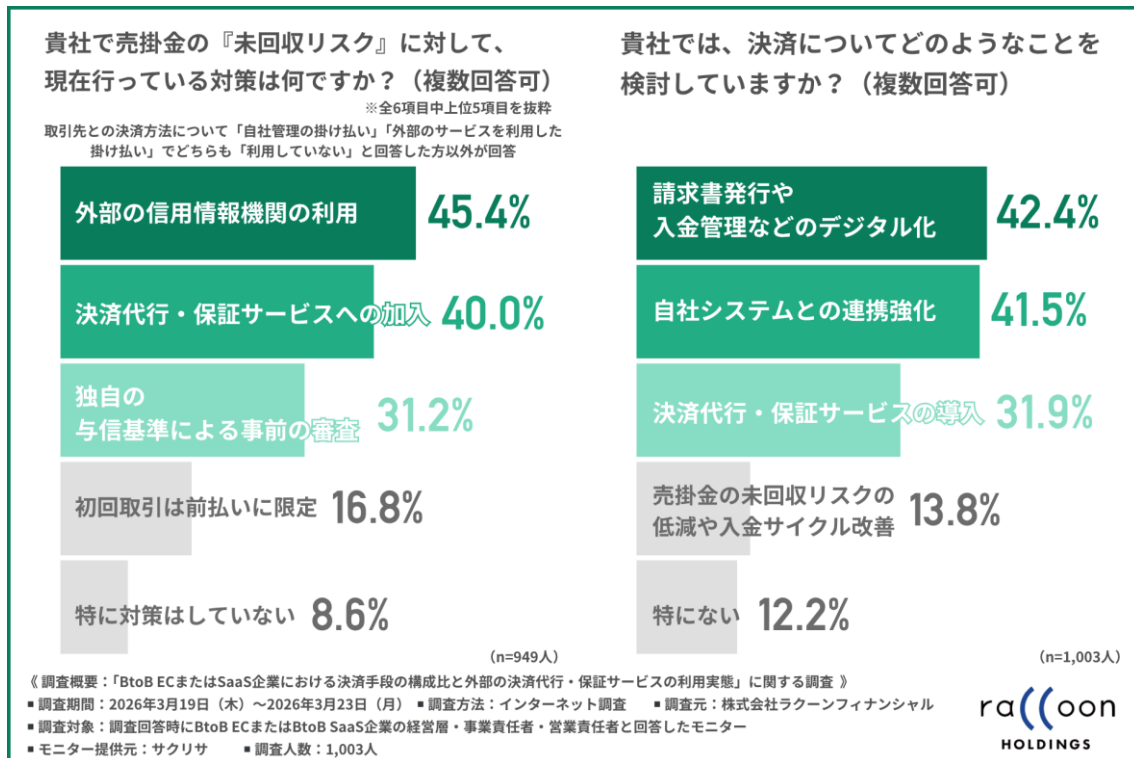
「取引先との決済手段を選定する際に重視するポイント」について尋ねたところ、『決済手数料の低さ（37.7%）』と回答した方が最も多く、『未回収（貸倒れ）リスクの回避（35.3%）』『導入・月額費用の安さ（33.1%）』となりました。

企業が決済手段を選定する際には、コスト面を重視していることがうかがえますが、その一方で、「未回収（貸倒れ）リスクの回避」も僅差で上位に挙がっており、コストと回収確実性という異なる観点が同時に重視されている実態が見て取れます。こうした結果から、決済手段の選定時に重視されるポイントと、実務上で直面している課題との間には明確なギャップが存在していることがうかがえます。

続いて、「貴社の決済業務において課題だと感じていること」について尋ねたところ、『入金照合（消込）作業の複雑さ（37.0%）』と回答した方が最も多く、『未回収金の督促業務の負担（36.7%）』『与信審査の精度・スピード不足（28.2%）』となりました。上位には、「入金照合（消込）作業」「督促」「与信審査」と、BtoB取引における請求から回収までの一連のプロセスが並びました。これらの課題は、いずれも「人の手や判断」に依存する工程であり、事業が成長し取引先が多様化する中で、これまでの手作業を中心とした管理体制では対応しきれなくなっている状況がうかがえます。

そのような中、課題にも挙げた「未回収金」について、現在どのような対策を講じているのでしょうか。

取引先との決済方法について、「自社管理の掛け払い（自社発行の請求書による後払い・銀行振込など）」「外部のサービスを利用した掛け払い（請求代行・決済保証サービスなど）」のどちらも『利用していない』と回答した方以外にうかがいました。



「貴社で売掛金の『未回収リスク』に対して、現在行っている対策」について尋ねたところ、『外部の信用情報機関の利用（45.4%）』と回答した方が最も多く、『決済代行・保証サービスへの加入（40.0%）』『独自の与信基準による事前の審査（31.2%）』となりました。

自社内の基準だけで判断するのではなく、「信用情報機関」や「決済代行・保証サービス」といった外部の仕組みを活用してリスクを軽減しようとする動きが主流となっています。特に、新規取引時の与信判断は難しいため、専門機関のデータを頼ることで安全性を高めていることがうかがえます。

決済代行・保証サービスに加入すれば、万が一の貸倒れ時にも保証を受けられるため、強力なリスクヘッジとして定着している様子が見えます。

最後に、「貴社では、決済についてどのようなことを検討しているか」と尋ねたところ、『請求書発行や入金管理などのデジタル化（42.4%）』と回答した方が最も多く、『自社システム（ERP・会計ソフトなど）との連携強化（41.5%）』『決済代行・保証サービス（掛け払い・請求代行など）の導入（31.9%）』となりました。

これまでに浮き彫りとなった「入金照合（消込）作業の複雑さ」や「督促業務の負担」といったアナログな手作業の限界を受け、多くの企業が業務フローの抜本的な見直しに動いていることが示されました。

単に外部のサービスを利用するだけでなく、自社の会計ソフトやシステムと直接連携させることで、経理業務全体を効率化しようとする姿勢がうかがえます。

## ■まとめ

### **BtoB EC・BtoB SaaS 企業の決済業務は、コスト重視からシステム連携・リスク回避への移行期に**

今回の調査で、BtoB EC および BtoB SaaS 企業が直面している決済業務の実態と課題が浮き彫りになりました。

多くの企業が「中堅企業」や「中小企業」を主な取引先としており、顧客のニーズに合わせて複数の決済方法を提供しているようです。

企業間取引の要である「掛け払い」の運用体制も、自社管理と外部サービス利用で二分されるなど最適な体制構築を模索している状況です。

取引先との決済手段を選ぶ際は、「決済手数料の低さ」と「未回収リスクの回避」「導入・月額費用の安さ」というポイントが重視されています。しかし、実務現場では「入金照合（消込）の複雑さ」や「未回収金の督促業務の負担」「与信審査の精度・スピード不足」といった課題があることがわかりました。

課題としても挙げられた売掛金の「未回収リスク」に対しては、「外部の信用情報機関」や「決済代行・保証サービス」の利用といった対策を行っている企業が多く、今後の展望として「請求管理などのデジタル化」や「自社システム（ERP・会計ソフトなど）との連携強化」「決済代行・保証サービスの導入」を検討する声が多く集まりました。

今後の企業の成長には、目先の手数料を抑えることだけでなく、「システム連携による負担軽減」と「確実な代金回収によるリスク回避」を両立させる仕組みづくりが必要だといえるでしょう。

**■参照****請求業務の手間とリスクをゼロにする****企業間後払い決済サービス「Paid」 <https://paid.jp/>**

今回、「BtoB EC または SaaS 企業における決済手段の構成比と外部の決済代行・保証サービスの利用実態」に関する調査を実施した株式会社ラクーンフィナンシャルは、請求業務の手間とリスクをゼロにする企業間後払い決済サービス「Paid」を提供しています。

業間取引における後払い決済で発生する与信管理や請求書の発行、代金回収などの請求業務を全て代行するサービスです。導入企業数 No.1。導入後は請求業務の手間と未回収リスクがなくなり、本来の営業活動に集中できます。

**請求業務の手間と未回収リスクをゼロにする企業間の後払い決済サービス**

企業間の取引では「掛売り（売掛）」と呼ばれる決済方法が一般的とされています。掛売りとは、取引先に商品を先に納品し、後から代金を回収する取引方法です。

掛売りが一般的な理由として、商品やサービスの買い手企業にとって、即金での支払いではなく月締めでの取引が可能となるため、資金繰りがしやすいというメリットがあり、取引金額も大きくなる傾向にあります。

売り手企業にとっては、月内に複数の取引が発生しても都度請求書を発行するのではなく月末にまとめてできるため、入金も一度で確認でき経理の手間が省けるというメリットがあります。

一方で、売り手企業は未入金によるリスクを回避するためにあらかじめ取引先の与信状況を調べたり、万が一未入金が発生した場合には代金の督促も行わなければなりません。そのため、取引先から掛売り決済を望まれても手間やリスクを考えると簡単には実現できないものです。

そこで Paid は、売り手側の企業に代わって与信管理から代金回収業務までをすべて代行し、未入金が発生した際は Paid が 100%代金をお支払いします。

**①請求業務の完全アウトソーシング（業務効率化）**

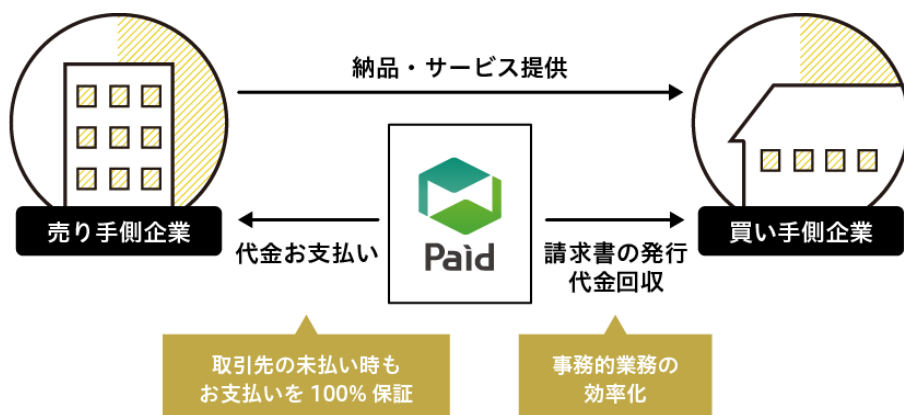
取引先の「与信管理」から「代金回収」まで、煩雑な請求業務をすべて Paid が代行します。これにより、売り手企業は手間のかかる事務作業から完全に解放され、営業や商品開発などのコア業務に集中できるようになります。

### ②未入金に対する「100%代金保証」(リスクの排除)

万が一、取引先からの未入金が発生した場合でも、Paid が代金を 100%保証してお支払いします。売り手企業はリスクを一切負うことなく、安全に掛売りを提供できます。

### ③掛売りに対応による「取引先の拡大」と「売上向上」(ビジネス成長)

Paid によって安全かつ簡単に掛売りを導入できるため、買い手のニーズを満たすことができます。結果として、新規顧客の獲得ハードルが下がり、1 社あたりの取引金額の拡大(アップセル)にも直結します。



#### ■会社概要

株式会社ラクーンフィナンシャル <https://www.raccoon.ne.jp/financial/>

代表者：代表取締役社長 秋山 祐二

所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町 1 丁目 14 番 14 号

設立：2010 年 10 月

資本金：490,000 千円

株主：株式会社ラクーンホールディングス 100%

株式会社ラクーンホールディングス <https://www.raccoon.ne.jp/>

代表者：代表取締役社長 小方 功

所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町 1 丁目 14 番 14 号

設立：1995 年 9 月

資本金：1,878,917 千円 (2025 年 10 月末現在)

株式：東京証券取引所プライム市場上場 証券コード 3031

ra((oon 株式会社ラクーンフィナンシャル  
FINANCIAL

代表者：代表取締役社長 秋山 祐二  
所在地：東京都中央区日本橋蛸殻町 1 丁目 14 番 14 号  
設立：2010 年 10 月  
資本金：490,000 千円  
株主：株式会社ラクーンホールディングス 100%  
東京証券取引所プライム市場上場 証券コード 3031  
U R L : <https://www.raccoon.ne.jp/financial/>

**本件に関するお問合せ先**

株式会社ラクーンホールディングス  
広報担当 大久保  
MAIL : [pr@raccoon.ne.jp](mailto:pr@raccoon.ne.jp)

**サービスに関するお問合せ先**

Paid セールsteam  
TEL : 03-6774-8482