

報道関係者各位

2026年7月10日

株式会社ラクーンフィナンシャル

【経営者・営業・経理責任者に調査】約8割が与信判断による「営業機会の損失」を経験。売上拡大と未回収リスク回避の壁とは？

理想的な与信管理体制に必要なものとは

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 企業の経営者・経理責任者・営業責任者を対象に「BtoB 企業における与信管理と営業機会損失の実態」に関する調査を行いました。

■調査の背景

企業間取引において未回収リスクを防ぐ「与信管理」は非常に重要ですが、一方で、与信判断を慎重に行うあまり、本来獲得できたはずの取引機会を逃してしまうケースも存在します。

特に新規取引先との商談においては、「売上拡大」と「未回収リスク回避」の両立の難しさに直面しがちです。

そこで今回、株式会社ラクーンフィナンシャルは、BtoB 企業の経営者・経理責任者・営業責任者を対象に「BtoB 企業における与信管理と営業機会損失の実態」に関する調査を行いました。

■調査概要

「BtoB 企業における与信管理と営業機会損失の実態」に関する調査

【調査期間】2026年6月12日（金）～2026年6月13日（土）

【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】1,000人

【調査対象】調査回答時に BtoB 企業の経営者・経理責任者・営業責任者と回答したモニター

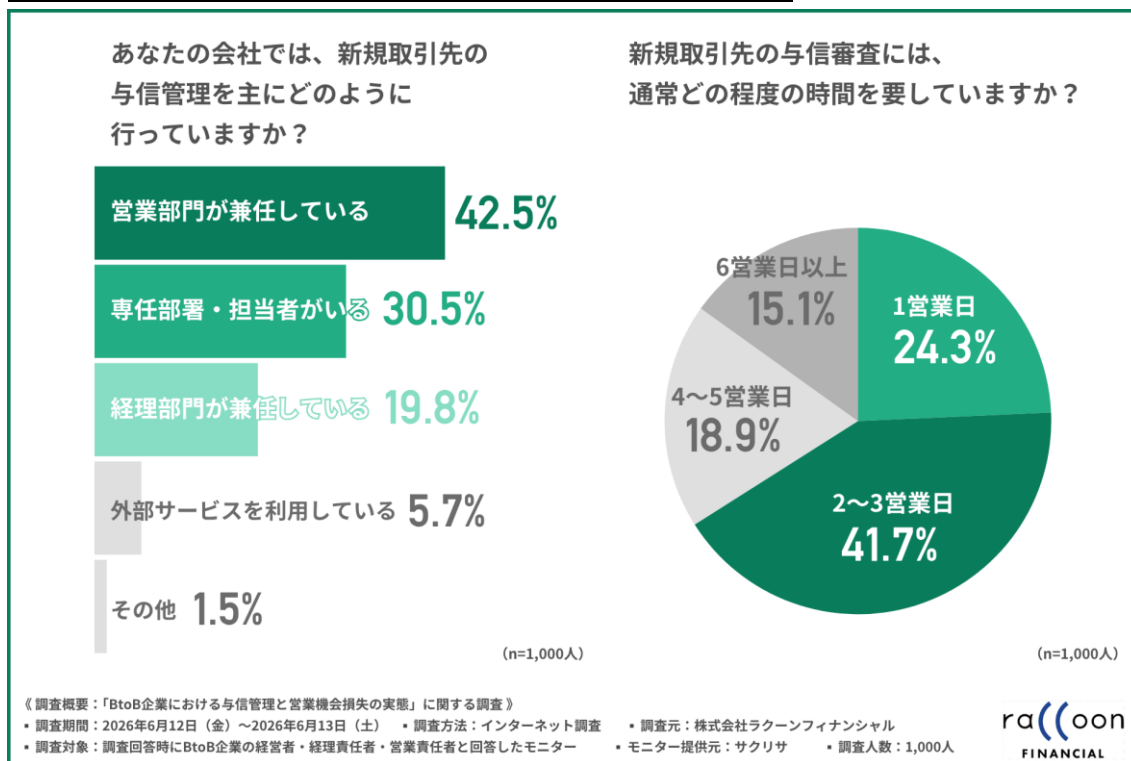
【調査元】株式会社ラクーンフィナンシャル (<https://www.raccoon.ne.jp/financial/>)

【モニター提供元】サクリサ

「与信管理の最適化による期待される効果」「理想的な与信管理体制実現のために必要なことは？」など本リリース未掲載の回答を含む詳細データはホワイトペーパーで公開中です。ダウンロードは[こちら](#)。

■ 調査結果

企業の与信管理プロセスと審査にかかる「時間・基準」の実態



はじめに、「あなたの会社では、新規取引先の与信管理を主にどのように行っているか」と尋ねたところ、『**営業部門が兼任している（42.5%）**』が最も多く、『**専任部署・担当がいる（30.5%）**』『**経理部門が兼任している（19.8%）**』と続きました。

「営業部門」および「経理部門」が兼任している企業を合わせると全体の約 6 割にのぼり、多くの企業が他業務と並行して与信管理を運用している実態がうかがえます。一方で、約 3 割の企業は「専任部署がある」と回答しており、与信管理に特化したリソースを確保している企業も一定数見受けられました。全体として、兼任で効率的に対応せざるを得ない企業が多数派であるものの、事業規模やリスク管理の観点から専任体制を敷く企業も約 3 割にのぼり、各社の対応方針が分かれていることが読み取れます。

では、実際の与信審査にはどの程度の時間が費やされているのでしょうか。

「新規取引先の与信審査には、通常どの程度の時間を要しているか」と尋ねたところ、下記のような回答結果となりました。

『1 営業日 (24.3%)』

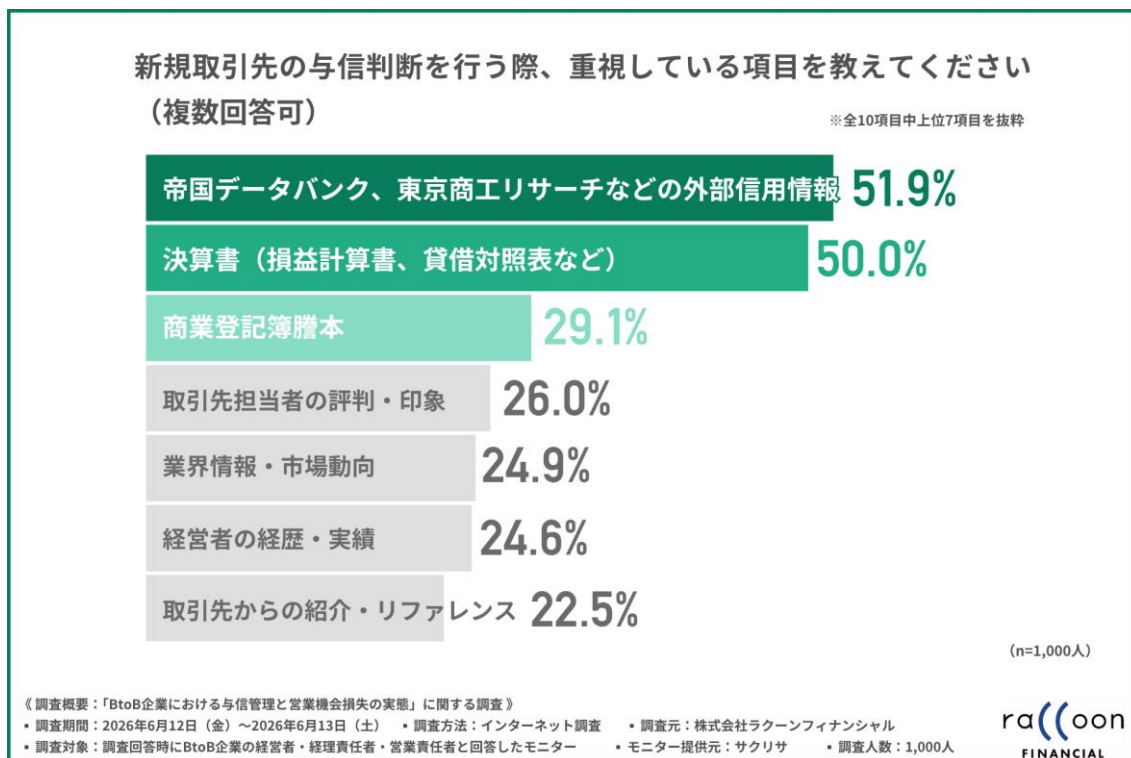
『2~3 営業日 (41.7%)』

『4~5 営業日 (18.9%)』

『6 営業日以上 (15.1%)』

1 営業日で完了しているのは全体の 2 割程度で、多くの企業においては、与信審査に数日単位の時間的コストがかかっていることが分かります。BtoB の新規取引においてスピードが重視される中、この数日のタイムラグが営業活動のボトルネックとなり、競合他社に契約を奪われる要因となり得ると考えられます。

では、どのような情報をもとに与信判断を下しているのでしょうか？



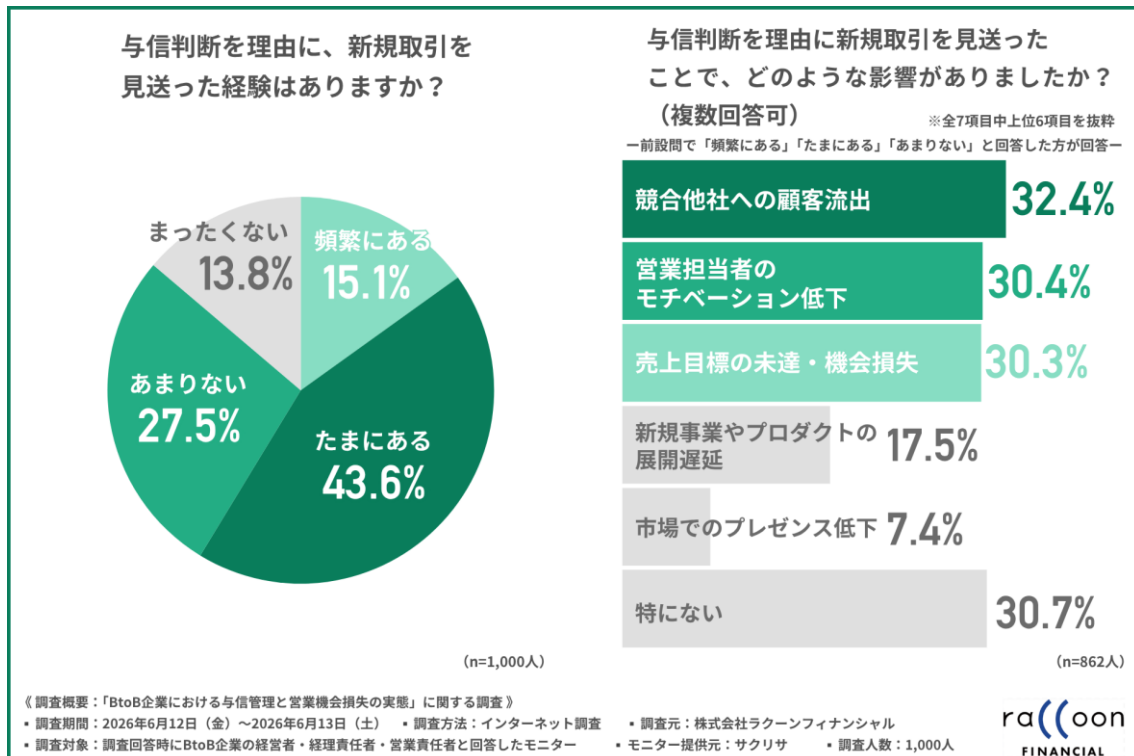
「新規取引先の与信判断を行う際、重視している項目」について尋ねたところ、『**帝国データバンク、東京商工リサーチなどの外部信用情報 (51.9%)**』が最も多く、『**決算書 (損益計算書、貸借対照表など) (50.0%)**』『**商業登記簿謄本 (29.1%)**』と続きました。

約半数の企業が外部信用情報や決算書を重視しているほか、約 3 割の企業が商業登記簿謄本などの公的情報を重視していることが明らかとなりました。この結果から、与信判

断に際して信頼性の高い情報を活用する企業が多いことがうかがえます。一方で、これらの情報の取得や確認、分析には一定の工数が伴うため、与信審査に時間を要する要因の一つとなっている可能性が考えられます。

慎重な審査が招くジレンマ？約 9 割が「与信判断による営業機会の損失」を経験

客観的なデータに基づく慎重な審査が行われる一方で、そのプロセスが実際の営業活動にどのような影響を与えているのでしょうか。



「与信判断を理由に、新規取引を見送った経験はあるか」と尋ねたところ、下記のような回答結果となりました。

- 『頻繁にある（月に1件以上）（15.1%）』
- 『たまにある（数ヶ月に1件程度）（43.6%）』
- 『あまりない（年に1件程度）（27.5%）』
- 『まったくない（13.8%）』

頻度に差はあるものの、約 9 割が与信判断による取引を見送った経験をしていることが明らかになりました。未回収リスクを回避するための「守り」の判断が機能している一方

で、結果として本来獲得できたと考えられる利益を逃している可能性がうかがえます。企業にとって、リスク管理と売上拡大のバランスを取ることの難しさが浮き彫りになりました。

では、この取引を見送ったことで具体的にどのような影響をもたらしているのでしょうか。

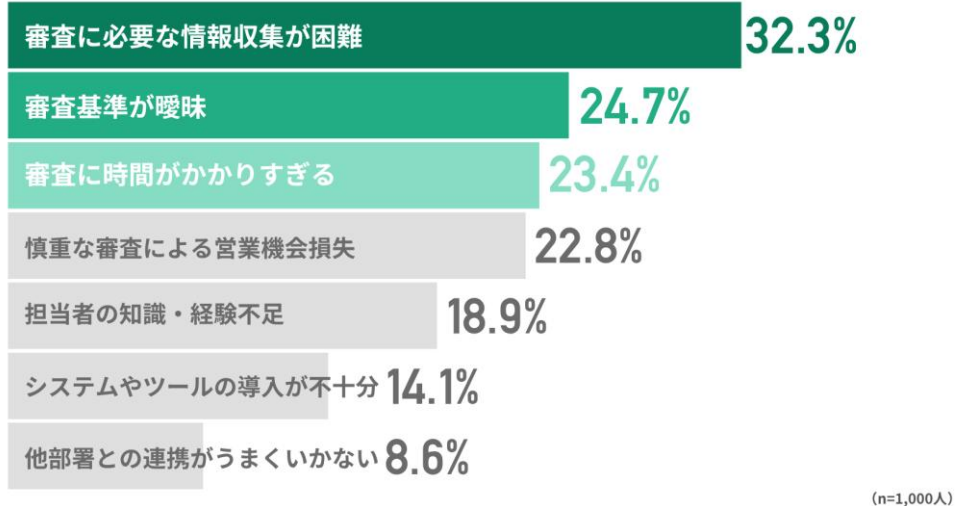
前問で「頻繁にある」「たまにある」「あまりない」と回答した方に、「与信判断を理由に新規取引を見送ったことで、どのような影響があるか」と尋ねたところ、『**競合他社への顧客流出（32.4%）**』が最も多く、『**営業担当者のモチベーション低下（30.4%）**』『**売上目標の未達・機会損失（30.3%）**』と続きました。

「他社への顧客流出」が最も多く挙げられたことから、自社の審査基準やスピードがボトルネックとなり、他社に契約を奪われている状況がうかがえます。また、「担当者のモチベーション低下」と「売上目標の未達」がほぼ同率の3割で続いています。この結果から、与信判断による取引の見送りは単なる1件ごとの売上減少にとどまらず、顧客流出という影響に加え、最前線で働く営業担当者の士気低下という組織内部への影響も同時に引き起こしていることが示唆されます。

では、このような機会損失を防ぐために、現場ではどのような点を課題と感じているのでしょうか。

現在の与信管理において、課題だと感じていることを教えてください
(複数回答可)

※全10項目中上位7項目を抜粋 (特になしは除く)



《調査概要：「BtoB企業における与信管理と営業機会損失の実態」に関する調査》

・調査期間：2026年6月12日（金）～2026年6月13日（土） ・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企業の経営者・経理責任者・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：1,000人

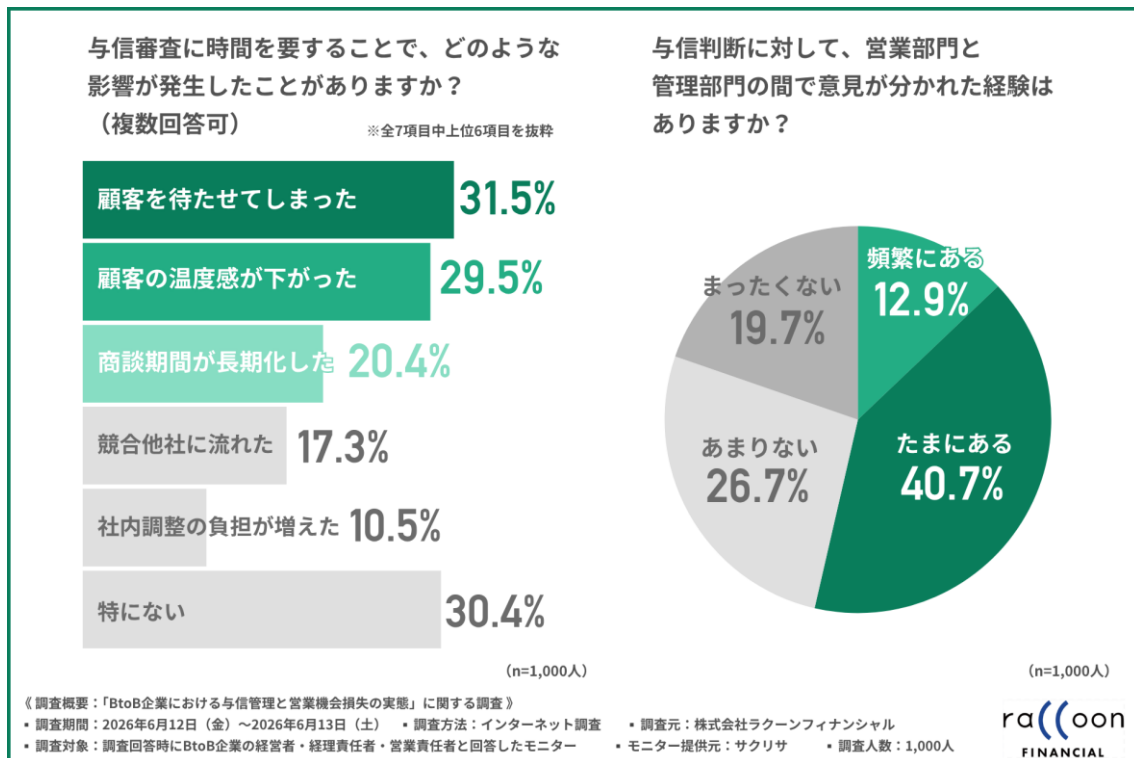
raoon
FINANCIAL

「現在の与信管理において、課題だと感じていること」について尋ねたところ、『**審査に必要な情報収集が困難（32.3%）**』が最も多く、『**審査基準が曖昧（24.7%）**』『**審査に時間がかかりすぎる（23.4%）**』と続きました。

「審査に必要な情報収集」が最大の課題として挙げられました。外部の信用情報や決算書など、多岐にわたる客観的なデータの取得と整理に、現場が多くを労力を割いている状況がうかがえます。また、「基準の曖昧さ」や「審査の長期化」が課題として続くことから、ルールが明確に確立されていない実態が浮き彫りとなりました。

売上拡大との板挟み？ 与信管理が営業活動に与える影響とは

与信審査に時間を要することで、商談にどのような影響をもたらすのでしょうか。



「与信審査に時間を要することで、どのような影響が発生したことがあるか」と尋ねたところ、『顧客を待たせてしまった（31.5%）』が最も多く、『顧客の温度感が下がった（29.5%）』『商談期間が長期化した（20.4%）』と続きました。

「顧客を待たせる」「温度感が下がる」といった、意欲や信頼に関わる悪影響が上位を占める結果となりました。社内の審査プロセスに時間がかかることで商談の進行が滞り、結果として顧客の契約意欲を低下させている状況がうかがえます。また、「商談の長期化」も約2割にのぼっており、慎重な与信判断が営業活動の進行を妨げる要因となっている可能性が判明しました。自社の未回収リスクを防ぐための管理体制が、結果的に顧客体験を損ない、前述の「競合他社への顧客流出」を招く要因になっていることが示唆されました。

では、顧客への悪影響や機会損失が懸念される中、社内における部門間の連携はスムーズに行われているのでしょうか。

「与信判断に対して、営業部門と管理部門の間で意見が分かれた経験はあるか」と尋ねたところ、約半数が『頻繁にある（12.9%）』『たまにある（40.7%）』と回答しました。

約半数が、与信審査をめぐる部門間の意見対立が起きていると回答しました。売上拡大

を目指す営業部門と、リスクを最小限に抑えたい管理部門の間で目的の違いがあり、その結果として認識のずれや摩擦が一定程度生じていることがうかがえます。このような対立は、双方の判断基準が十分に統一されていないことや、コミュニケーション不足によって生じている可能性が考えられます。

事業成長に繋がる与信管理のあり方とは

与信管理体制を見直すとしたら、企業はどのような効果を期待するのでしょうか。

「事業成長に向けて与信管理体制を最適化した場合、経営や営業活動においてどのような効果が期待できると思うか」と尋ねたところ、『**営業機会の損失防止（37.2%）**』が最も多く、『**キャッシュフローの安定化（35.8%）**』『**未回収や貸倒れリスクの低減（33.6%）**』と続きました。

『営業機会の損失防止』が最も多く挙げられたことから、売上の取りこぼしを防ぐ「攻め」の改善が期待されていると考えられます。また、『キャッシュフローの安定化』や『未回収や貸倒れリスクの低減』といった「守り」の側面も重視されていることから、企業は売上拡大かリスク回避のどちらかを犠牲にするのではなく、双方を同時に満たす「攻めと守りの両立」を理想の体制として求められている傾向にあるようです。

では、その理想的な体制を構築するためには、具体的に何が必要とされているのでしょうか。

「理想的な与信管理体制を実現するために必要だと思うもの」について尋ねたところ、『**正確で網羅的な信用情報（42.5%）**』が最も多く、『**より迅速な審査が可能なシステムやツール（31.9%）**』『**与信管理に関する専門知識を持つ人材（30.6%）**』と続きました。

「正確な信用情報」に加え、それを迅速に処理するための「システム化」や、「専門知識を持つ人材の確保」が必要であることが示されました。この結果から、企業は未回収リスクを防ぐ「正確な情報」と、機会損失を防ぐ「審査の迅速性」の双方を両立できる仕組みを求めていると考えられます。テクノロジーと人的リソースの両面から審査プロセスを効率化することが、理想的な体制構築になるのではないのでしょうか。

■まとめ

売上拡大とリスク管理の両立へ

今回の調査で、BtoB企業が直面している与信管理と営業活動におけるジレンマが浮き彫りとなりました。

まず、約4割の企業で現場の営業部門が与信管理を兼任しており、与信審査に関する業務負担の大きさが浮き彫りとなりました。特に、審査に必要な情報収集の難しさや判断基準の曖昧さ、審査に時間がかかることが課題として挙げられており、外部の信用情報や決算書などの客観的なデータを収集・確認するために、時間と労力が費やされている実態がうかがえます。

その結果、全体の約7割が審査期間に「2営業日以上」の時間を要していることが明らかとなりました。BtoB取引において数日の審査期間は一般的ともいえますが、迅速な対応が求められる新規取引先との商談では、このタイムラグが機会損失につながる可能性があります。

実際に、与信審査の影響として「顧客を待たせることによる温度感の低下」や「商談期間の長期化」が多く挙げられており、顧客対応の遅れが営業活動に影響を及ぼしていることがわかります。また、全体の8割以上が「与信判断を理由とした取引の見送り」を経験していると回答しており、未回収リスクを防ぐための慎重な判断が、結果として営業機会の損失につながるケースも示されました。さらに、その影響は顧客流出や営業担当者のモチベーション低下にも及んでおり、与信管理が事業成長に与える影響の大きさがうかがえます。

加えて、売上拡大を目指す営業部門と、リスク管理を重視する管理部門との間で意見が分かれることがあると回答した方も半数にのぼりました。与信判断をめぐって、営業活動のスピードや売上機会を重視する立場と、リスク抑制を優先する立場との間で考え方に違いが生じており、部門間の連携や共通認識の重要性が改めて浮き彫りになっています。

一方で、多くの企業は理想の体制として「営業機会の損失防止」と「キャッシュフローの安定化」の双方を挙げており、売上拡大とリスク管理を両立できる与信管理の実現を求めていることがわかりました。

そのためには、正確で網羅的な信用情報を迅速に取得することに加え、審査業務を効率化するシステム化や専門知識を持つ人材の確保が必要であることが示されました。

今後の BtoB ビジネスでは、属人的な判断やアナログな情報収集から脱却し、テクノロジーを活用した効率的な与信管理体制の構築が重要になると考えられます。

「与信管理の最適化による期待される効果」「理想的な与信管理体制実現のために必要なことは？」など本リリース未掲載の回答を含む詳細データはホワイトペーパーで公開中です。ダウンロードは[こちら](#)。

■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 企業における与信管理と営業機会損失の実態」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。

企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）

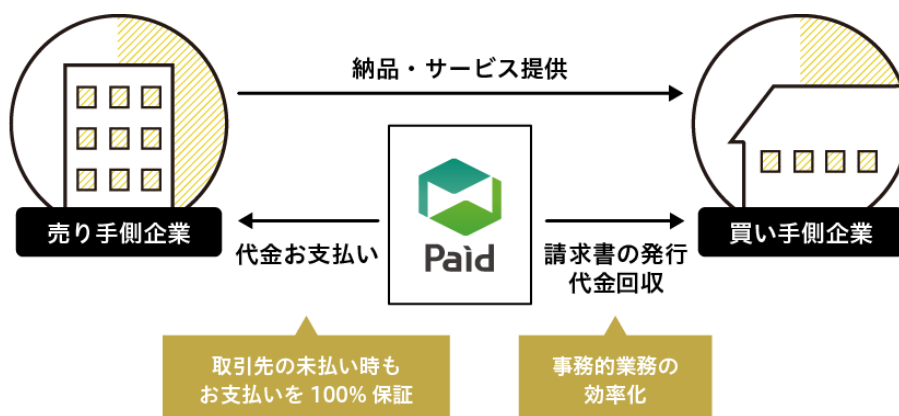
取引先の「与信管理」から「代金回収」まで、煩雑な請求業務をすべて Paid が代行します。これにより、売り手企業は手間のかかる事務作業から完全に解放され、営業や商品開発などのコア業務に集中できるようになります。

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

 株式会社ラクーンフィナンシャル

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

URL：<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

サービスに関するお問合せ先

Paid セールsteam

TEL：03-6774-8482