

特別企画 広告関連業者の倒産動向調査

2009年1～9月の広告関連業者の倒産は201件、 01年以降で最悪のペース

～企業の広告費抑制で、厳しい経営環境続く～

はじめに

昨秋のリーマン・ショック以降の世界的な金融危機、それに伴う日本経済の急速な冷え込みを背景に企業業績は急激に悪化。その結果、大きな影響を受けた広告業界。日経広告研究所がこのほど発表した『有力企業の広告宣伝費 2009年版』によると、2008年度(2008年4月～2009年3月)の有力企業4444社の広告宣伝費総額は前年度比7.33%減の3兆608億円と2年連続で減少、連結ベースでは同6.02%減の5兆9245億円となり5年ぶりの減少に転じたという。

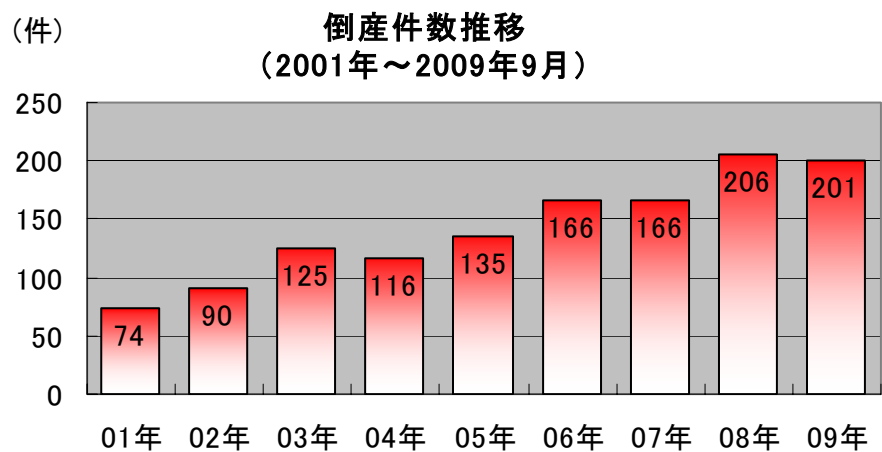
国内景気は落ち着きを取り戻しつつあるものの、雇用環境の悪化や個人消費の低迷から、今後も厳しい状況が続くと見られる。そうした中、広告関連業者の倒産は増加基調が続いており、今年9月までの倒産件数は、2001年以降過去最悪のペースで推移している。帝国データバンクは、2001年～2009年9月の広告業者(※1)の倒産動向(※2)について調査・分析した。

※1: 広告代理業、宣伝物制作サービスを主業とする業者を対象

※2: 法的整理のみを対象。2001年～2005年3月のデータは旧集計方法における法的整理の件数を参考値として使用

調査結果

2009年(1月～9月)の広告業者の倒産は前年同期比40.6%増の201件となった。9月時点で既に201件と、2001年以降で過去最多となった前年に迫る勢いで推移しており、広告業界は厳しい経営環境が続いている。負債額別に見ると、「1億円未満」が142件(構成比70.6%)、倒産態様別では「破産」が194件(同96.5%)、業種別では「広告代理業」が93件(同46.3%)と最も多かった。



※09年は1月～9月の合計値

1. 倒産件数・負債総額動向 ～件数は過去最悪のペースで推移～

2009年(1月～9月)の倒産件数は201件で、前年同期比で40.6%の大幅増加となった。既に2001年以降で最も多かった2008年(206件、前年比24.1%増)に迫る勢いとなっており、2001年以降で過去最悪のペースで推移している。通

倒産件数・負債総額推移

	件数		負債総額 (百万円)	
		前年同期比		前年同期比
2001年(1月～12月)	74	—	19,197	—
2002年(1月～12月)	90	21.6%	24,132	25.7%
2003年(1月～12月)	125	38.9%	13,224	▲45.2%
2004年(1月～12月)	116	▲7.2%	16,415	24.1%
2005年(1月～12月)	135	16.4%	9,505	▲42.1%
2006年(1月～12月)	166	23.0%	16,930	78.1%
2007年(1月～12月)	166	0.0%	19,176	13.3%
2008年(1月～12月)	206	24.1%	22,303	16.3%
2009年(1月～9月)	201	40.6%	31,304	136.1%

年でも2008年を抜いて過去最多となるのは間違いない情勢で、引き続き同業界が厳しい経営環境下にあることがわかる。

負債総額を見ると、2009年(1月～9月)は313億400万円で、前年同期比136.1%増と倍以上の増加となった。2001年以降で最も多かった2002年(241億3200万円)を既に超えており、件数の増加もさることながら、負債規模の大きな倒産が増加傾向にあることをうかがわせる。

今春以降、政府、日銀の景気対策や危機対応融資などで国内経済は落ち着きを取り戻しつつあるが、雇用環境や個人消費などで不透明な状況が続く、広告費の抑制傾向が続いている。また、マス4媒体(新聞、雑誌、ラジオ、テレビ)の低迷に象徴されるように、従来の広告業界におけるビジネスモデルが転換点に差し掛かっている。こうした内的・外的要因から広告関連業者の倒産が増えていると考えられる。

2. 負債規模別分布 ～負債額「10億円以上」の構成比が上昇～

2009年(1月～9月)に倒産した広告業者201社を負債額別に見ると、「1億円未満」が142件(構成比70.6%)で最も多く、小規模業者の倒産が圧倒的に多いのがわかる。以下、「1億円～5億円未満」が46件(同22.9%)、「5億円～10億円未満」が7件(同3.5%)と続

負債規模別分布

負債額	件数	構成比
1億円未満	142	70.6%
1億円～5億円未満	46	22.9%
5億円～10億円未満	7	3.5%
10億円以上	6	3.0%
合計	201	100.0%

き、「10億円以上」は6件(同3.0%)という結果になった。2008年に比べ、若干ではあるが「1億円未満」の構成比が下がり(74.3%→70.6%)、「10億円以上」の構成比が上昇している(1.0%→3.0%)。つまり、比較的大型の倒産が徐々に増え始めているといえ、売上高数十億円クラスの企業の経営にも影響が出始めているようだ。

3. 倒産態様別動向 ～「破産」が96.5%を占める～

2009年(1月～9月)に倒産した201件を倒産態様別に見ると、「破産」が194件で構成比96.5%と大半を占めた。「破産」以外では、「民事再生」が6件、「特別清算」が1件となっている。

負債額が「10億円以上」の6社のうち5社までもが「破産」を選択しており、比較的規模の大きな業者でも、今後の事業継続のメドが立たず、破産を選択せざるを得ない状況がうかがい知れる。

倒産態様別動向

	件数	構成比
破産	194	96.5%
特別清算	1	0.5%
民事再生	6	3.0%
会社更生	0	0.0%
合計	201	100.0%

4. 業種別動向 ～「広告代理業」が93件で最多、

負債総額は求人広告など「広告制作業」が大幅増～

2009年(1月～9月)に倒産した201社の内訳を業種別に見ると、最も多かったのは「広告代理業」で93件、構成比は46.3%となった。以下、「広告制作業」が63件で、構成比は31.3%、「ディスプレイ業」が18件(構成比9.0%)となっている。ビジネス

業種別動向

業種	件数		負債総額 (百万円)	
	件数	構成比	負債総額	構成比
広告代理業	93	46.3%	10,401	33.2%
屋外広告業	11	5.5%	832	2.7%
他に分類されない広告業	14	7.0%	2,230	7.1%
広告制作業	63	31.3%	14,755	47.1%
ディスプレイ業	18	9.0%	3,043	9.7%
看板書き業	2	1.0%	43	0.1%
合計	201	100.0%	31,304	100.0%

モデルが転換点を迎えている「広告代理業」において、その流れに乗れない中小業者の淘汰が件数を押し上げた可能性がある。

一方、業種別に負債総額を見ると、「広告制作業」が147億5500万円(同47.1%)で最も多く、次いで「広告代理業」の104億100万円(同33.2%)となった。件数では「広告代理業」のシェアが高く、負債総額では「広告制作業」のシェアが高いという傾向がより顕著となっている。

広告媒体確保のための経営体力が必要な「広告代理業」では、小規模業者は大手企業には及ばない。今後も中小規模の広告代理業者の淘汰は進むだろう。また、「広告制作業」では、負債額の大きい求人広告の制作業者の倒産が相次いだことが「広告制作業」全体の負債額を押し上げた格好。現在の雇用環境の悪化が求人広告業者の経営を圧迫している現状がうかがわれる。

5. 主な広告業者の倒産(2001年～2009年9月)

～10億円以上の倒産、2009年は既に6社発生～

2001年～2009年(1月～9月)に発生した負債額10億円以上の主な倒産のなかで負債額が大きかったのは「(株)パブリックセンター」(2004年11月民事再生法)で、負債額は77億円。2009年(1月～9月)に発生した負債規模10億円以上の倒産は、7月に破産手続き開始決定を受けた「クリエイティヴアダック(株)」(負債63億円)と、9月に民事再生法の適用を申請した「(株)アイ・ワン」(同20億円)など6社。2001年以降で最も多かった。

2009年の傾向としては、「(株)エーピージェイ」(9月破産、負債18億8000万円)、「(株)トーワ」(4月破産、負債11億円)など求人広告制作業者の倒産が目立ったこと。景気低迷により企業の求人が減少、その影響を受けて売上高十数億～数十億円クラスの業者の倒産も発生する結果となった。

倒産年月	商号	負債額 (百万円)	倒産態様	業種	所在地
2004年11月	(株)パブリックセンター	7700	民事再生法	広告代理業	北海道
2001年1月	中央広告通信(株)	6500	民事再生法 →破産	広告代理業	東京都
2002年5月	協和広告(株)	6500	破産	広告代理業	東京都
2009年7月	クリエイティヴアダック(株)	6300	破産	広告制作業	東京都
2002年3月	(株)芝浜企画	6000	特別清算	広告代理業	東京都
2002年2月	(株)三幸社	5600	破産	広告代理業	東京都
2009年9月	(株)アイ・ワン	2000	民事再生法	ディスプレイ業	大阪府
2007年7月	(株)サイバーブレッド	1934	破産	他に分類されない広告業	東京都
2009年9月	(株)エーピージェイ	1880	破産	広告制作業	神奈川県
2007年11月	双葉ネクストワークス(株)	1826	破産	広告制作業	東京都
2009年5月	(株)メル・ポスネット	1732	破産	他に分類されない広告業	東京都
2006年6月	(株)オーエムシー	1620	民事再生法	広告制作業	東京都
2006年2月	(株)ライブメディア	1596	破産	屋外広告業	東京都
2003年10月	(株)オービス	1513	破産	広告代理業	北海道
2008年11月	(株)ポイントツー コミュニケーションズ	1400	民事再生法 →破産	広告制作業	東京都
2007年7月	(株)第一エージェンシー	1385	破産	広告代理業	愛知県
2008年11月	(株)トプラン	1342	破産	広告制作業	東京都
2005年10月	(株)シンワハウス	1240	特別清算	広告制作業	東京都
2009年4月	(株)トーワ	1100	破産	広告制作業	千葉県
2009年7月	白石広告(株)	1096	破産	広告代理業	兵庫県
2003年8月	(株)美飾	1000	破産	ディスプレイ業	大阪府

6. 今後の見通し ～景気低迷、業界の構造変化で淘汰進む～

2009 年は、3 月にワールド・ベースボール・クラシックが開催され日本が優勝したほか、夏には総選挙も実施されるなど広告業界にとってプラス要因となるイベントが開催されたが、その効果は薄かった。これらの関連広告の扱いは大手広告代理店に集中、倒産した 201 社の大半を占める中小業者には恩恵が及ばなかったとみられる。加えて、景気の低迷から全体として広告費の抑制傾向が続き、その効果は出にくかったものと思われる。昨年も北京五輪が開催されたものの、その広告業界への効果は限定的だった。来年についても、6 月からサッカー・ワールドカップが南アフリカで開催されるが、現状ではその波及効果は、一部大手を除いては期待薄といわざるを得ない。

本格的な企業業績の回復が見込めないなか、企業の広告宣伝費の抑制傾向は今後も続く予想される。消費不振や広がるデフレ懸念もあり、企業では広告費よりも流通向けの販促費を重視する傾向も強いといい、今後も広告関連業者にとって厳しい経営環境が続きそうだ。また、8 月の有効求人倍率は 0.42 倍と過去最低水準。今後もこうした状況が続くことが予想される中、引き続き求人広告関連業者の倒産動向には注目が必要だろう。

このほか、広告業界の構造的変化も業界不振のひとつの要因になっていると考えられる。電通がまとめた「2008 年日本の広告費」によると、マス 4 媒体(新聞、雑誌、ラジオ、テレビ)は前年比 7.6%減と 4 年連続で前年実績を下回っている。一方で、インターネットや衛星メディア関連の広告費は 2 ケタ増となった。こうした次世代型メディア関連の業者では今後も伸びは期待できそうだが、これまでの恒久的な経済成長を前提とした手数料を収益基盤とする“広告代理”というビジネスモデルが転換点を迎えており、一部大手を除く中堅以下の広告代理業者の淘汰が今後も進んでいくものとみてよいだろう。

【内容に関する問い合わせ先】

(株) 帝国データバンク 東京支社情報部 担当：山口

TEL 03-5919-9341 FAX 03-5919-9348

当レポートの著作権は (株) 帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。報道目的以外の利用につきましては、著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および無断引用を固く禁じます。