

一般社団法人  
全日本テレビ番組製作社連盟

# ATP

Association of All Japan TV Program  
Production Companies



2023年4月24日

副理事長 山田 治宗

理事 松村 俊二

1. ATPとは? (1) 会員社数 (2) 製作会社の強み (3) ATPの主な事業
2. 製作会社が映像産業で果たす役割～質の高い作品製作 (1) 民放受賞番組 (2) NHKBS受賞作品
3. 製作会社の実態 (1) 制作委託と収入源 (2) 著作権
4. 本日のテーマ「NHK BS 減波による製作会社の影響」
5. 製作会社への影響 (1) 2008年ATP提言 (2) ATPアンケート (3) ATP経営情報調査
6. NHK外部制作委託率説明経緯
7. 外部制作委託海外事例～イギリス
8. ATPが考えるNHK外部製作比率への問い
9. BS減波による影響まとめ・施策要望
10. ATPおよび製作会社の取り組み
11. 提言“クリエイティブファースト“
12. 製作会社への環境整備 施策要望
13. ATPの主張 —Appendix 会員社一覧—

# 1. ATPとは？



一般社団法人 全日本テレビ番組製作社連盟

- 発足 1982年 41年目の製作社連盟
- 目的  
テレビ番組の質的向上を図ることによって  
放送文化の発展と国民の文化的生活向上に  
寄与することを目的として活動
- ATPの組織  
組織戦略センター  
メディアセンター  
事業センター  
関西センター  
広報推進会議



正会員社（製作会社） 124社

※制作者 約 1 万人以上が加盟

賛助会員社（放送局他） 37 社



日本のコンテンツ産業を発展させるためには、多様なジャンルと質の高い作品を完成させる製作力が必要です。製作会社は、経営者まで全てが作品に情熱を注ぐクリエイターであり、バラエティに富んだ発想と経験に裏打ちされた広い知識を兼ね備えています。また、コンテンツを創造し続けるための人材育成等、持続可能なシステムが必要であり、製作会社はその役割を果たしています。

## 💡 企画力

製作会社には、ドラマ・バラエティ・ドキュメンタリーなど、様々な番組を企画する才能溢れる製作者たちが存在します。特に、レギュラー番組各話の企画の発意は、製作会社が担うことが多くあります。



## 🌐 製作力

製作会社は、プロデューサー・ディレクターの企画力・演出力のもとより、国内外取材による豊富な知見と蓄積から、クオリティの高い番組を製作します。

## 🏢 組織力 (人材育成力)

製作会社は、新人クリエイターからキャリアのある人材までが、厚い層を築いて効果的な製作、持続的な人材育成を行っています。また、経験ある「組織」であるからこそ、チェック体制や不測の事態への対応能力もあり、安定的なソリューションを実現できる総合力があります。



# 1 - (3) ATPの主な事業



 優れた番組を顕彰創り手が  
選ぶ創り手のための賞

ATP賞テレビ  
グランプリ

ATP上方番組大賞

 国際共同製作促進イベント

Tokyo Docs

日韓中テレビ制作者フォーラム

アジアドラマカンファレンス

 番組製作者の人材確保と  
育成のためのイベント

TV CREATORS FES

## 2. 製作会社が映像産業で果たす役割 質の高い作品を製作

製作会社および製作者は、質の高い番組をつくり、日本のコンテンツ産業を支える重要なプレイヤーです。

### (1) 民放番組の受賞作品例

ドラマ『石子と羽男 –そんなことで訴えます?–』 第60回ギャラクシー賞選奨

ドラマ『最愛』 第59回ギャラクシー賞選奨

バラエティ『ヤギと大吾』 第59回ギャラクシー賞選奨

ドラマ『MIU404』 第58回ギャラクシー賞選奨 第47回放送文化基金賞優秀賞

ドラマ『その女、ジルバ』 第58回ギャラクシー賞選奨 第47回放送文化基金賞奨励賞 第37回ATP賞優秀賞

ドラマ『あんのリリック-桜木杏、俳句はじめてみました』 第47回放送文化基金賞奨励賞

ドラマ『前科者 新米保護司 阿川佳代』 第48回放送文化基金賞奨励賞



## 2- (2) NHK BS番組の受賞作品例 ※NHK関連会社単体制作除く

ドラマ『忠臣蔵狂詩曲No.5 中村仲蔵 出世階段』

第77回文化庁芸術祭テレビ・ドラマ部門「大賞」

ドキュメンタリー

第59回ギャラクシー賞優秀賞 第38回 ATP賞 優秀賞

『“玉碎”の島を生きて～テニアン島  
日本人移民の記録～』

第59回ギャラクシー賞優秀賞 第48回放送文化基金賞 優秀賞  
第38回 ATP賞 グランプリ

ドキュメンタリー『もう一度ペットに会いたい  
～世界に広がるクローンビジネス』

第59回ギャラクシー賞選奨

ドラマ『ふたりのウルトラマン』

第60回ギャラクシー賞奨励賞

ドキュメンタリー『ぼくたち、弁護士“夫夫”です。』

第60回ギャラクシー賞奨励賞

ドラマ『しずかちゃんとパパ』

第60回ギャラクシー賞奨励賞 第48回放送文化基金賞優秀賞  
第38回 ATP賞 優秀賞

ドキュメンタリー『君が見つめたあの日のあとに  
～高校生の沖縄復帰50年～』

第60回ギャラクシー賞奨励賞

ドラマ『あの胸が岬のように遠かった  
－河野裕子と生きた青春－』

第60回ギャラクシー賞奨励賞

教 養『100分deパンデミック論』

第48回放送文化基金賞優秀賞



# 3. 製作会社の実態 (1) 制作委託と経営

ATP20230424

番組制作受託、華やかに見えるが実態は厳しい (NIKKEI COMPASS 2023年3月22日記事)

放送コンテンツ・映像製作会社（番組制作会社）とは、放送事業者からの委託を受けて、番組を制作する事業者を指す。**民放キー局5社**（日本テレビ放送網、TBS、フジテレビジョン、テレビ朝日、テレビ東京）は**自社系列で放送する番組制作の大部分を、外部の番組制作会社に委託**している。

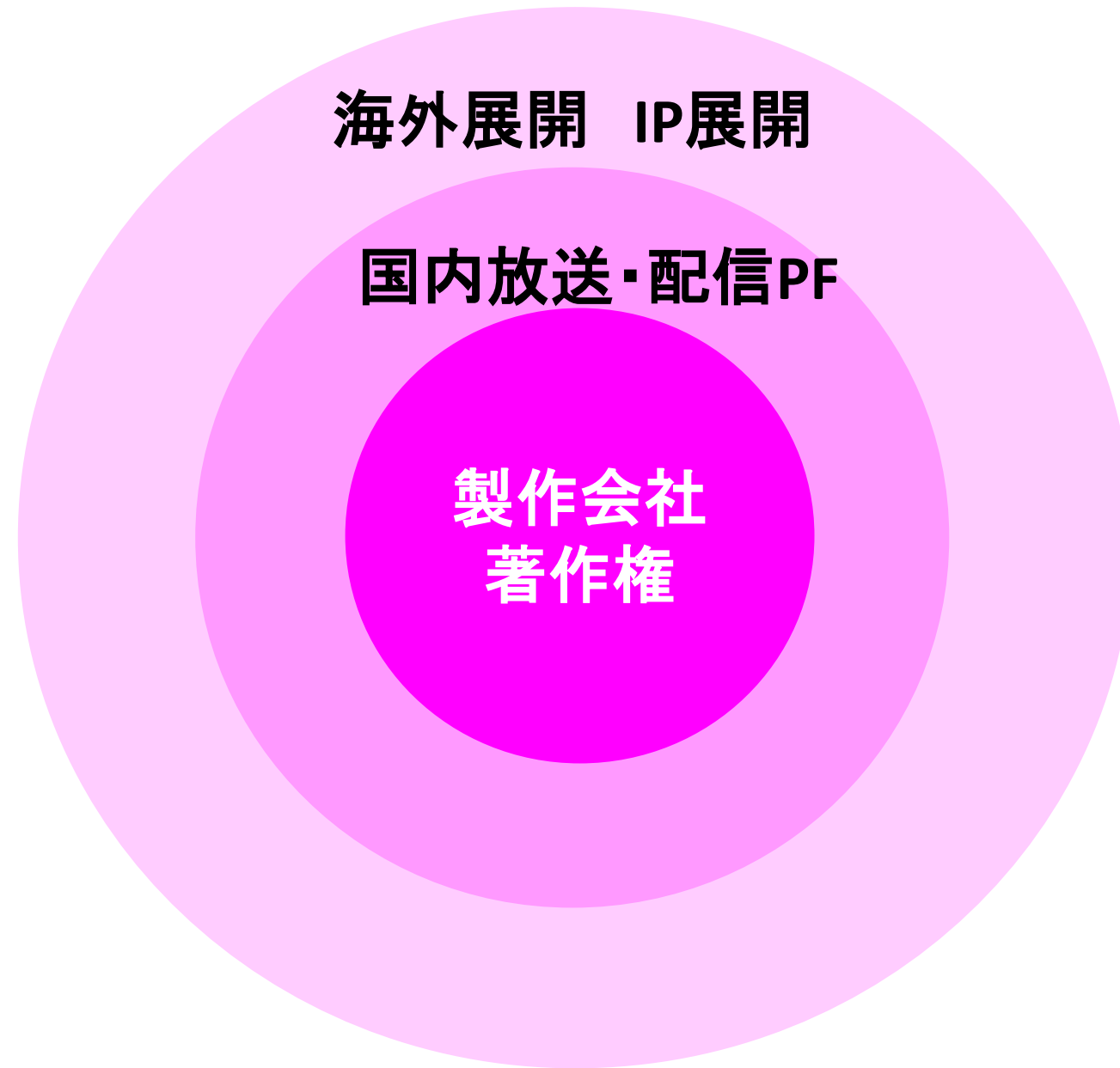
**受信料で成り立つNHKもBS放送を始めたころから、番組制作の外注が増えている。**

総務省と経済産業省の「2021年情報通信業基本調査（2020年度実績）」によると、放送番組制作会社の事業者数は313社（回答事業者数）。資本金3000万円未満の事業者が全体の47.3%、従業員100人未満の事業者が同86.1%と、中小規模の事業者が大半を占めている。また、313社の合計**売上高は前年度比8.7%減**の3532億円で、**2年連続回答企業の売上高は8.0%減**。売上高が5000万円未満の事業者が25.2%と最も多く、1億～3億円未満の事業者が全体の23.3%となっている。(2023/03/22調査)

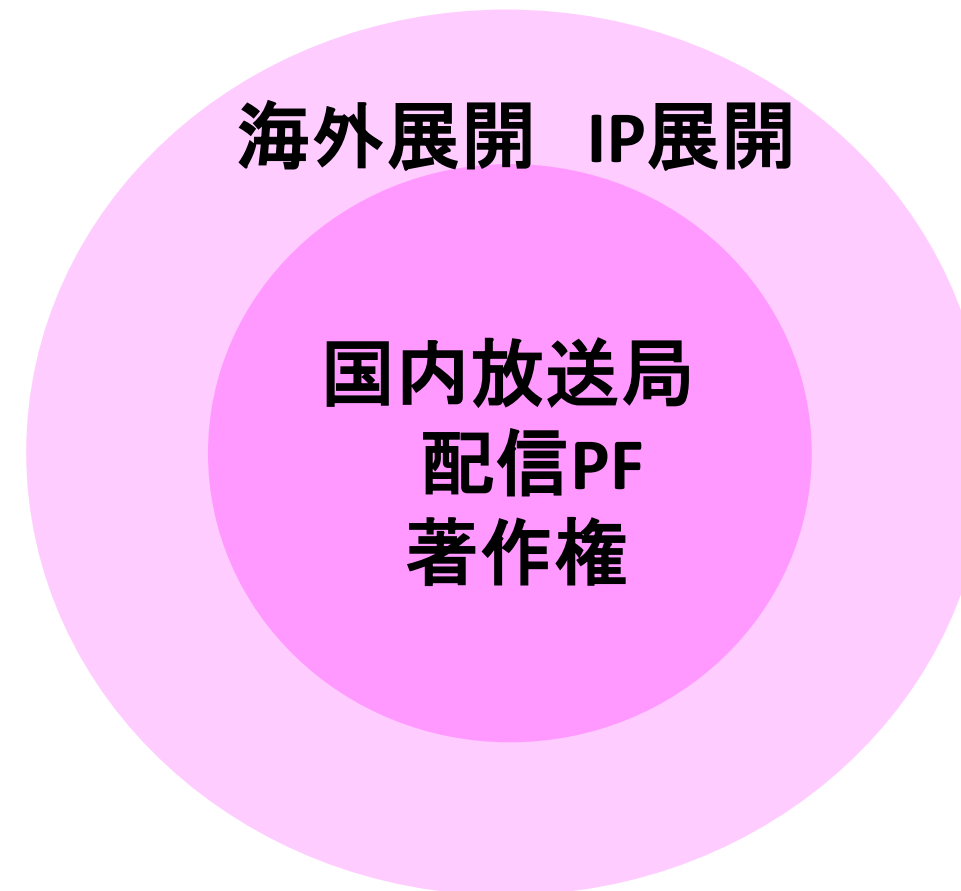
 ATP：番組のエンドクレジットには、製作協力など、製作会社が何等かの役割を担っています。多くは役務ではなく創造的に関わっています。

# 3. 製作会社の実態 (2) 著作権

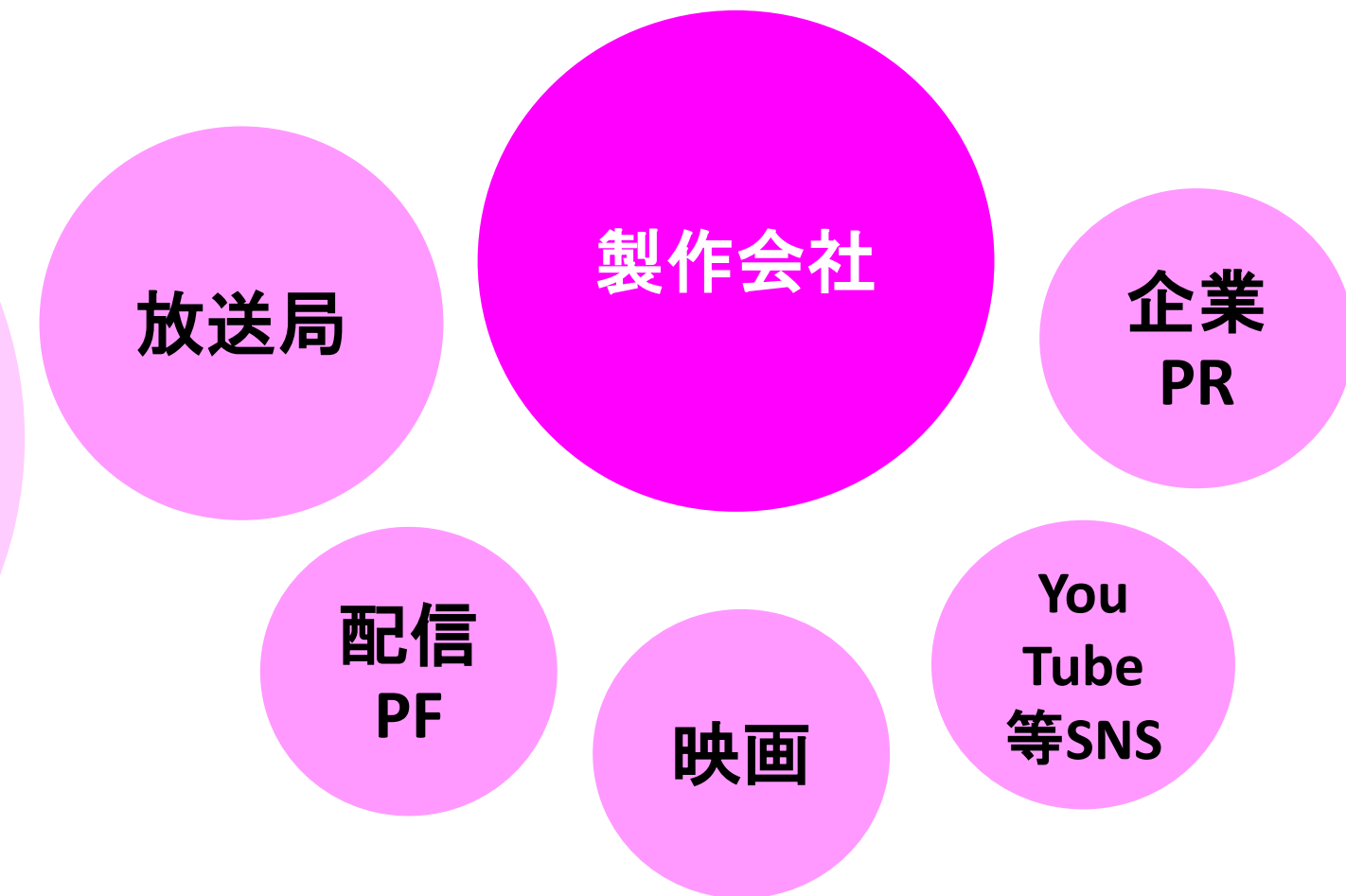
- 製作会社に著作権あり  
放送局との共同著作の場合あり  
※現状、このケースは少ない



- 製作会社に著作権なし  
制作と流通が分離  
※現状、このケースが多い



- 映像製作のニーズは増えているが  
著作権を保持できるケースは少ない



## 資料

2006年の「通信・放送の在り方に関する懇談会」において、日本のソフトパワーの強化を実現するため外部調達増大を提言。特に、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHKの子会社以外の外部から調達すべきとし、「放送普及基本計画」において、BSプレミアムについては、外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用することが求められている。

### ー基幹放送普及計画（告示）抜粋ー

- (B) 外部の事業者の企画・制作能力を放送番組に活用し、過去の優れた文化の保存並びに新たな文化の育成及び普及を促進することを目的とする総合放送（※BSプレミアム）
- (A) 各年度の総放送時間のうち、協会が外部制作事業者（国内において放送番組の制作の事業を行う者（協会の子会社及び関連会社を除く。）をいう。以下同じ。）に制作を委託した放送番組（協会の子会社及び関連会社を介して制作を委託したものを含む。）及び協会と外部制作事業者が共同で制作した放送番組の放送時間が占める割合が百分の十六以上となるよう努めること。
- (B) 各年度の総放送時間のうち、協会が企画競争等に付して他に制作を委託した放送番組及びそれ以外の外部制作事業者が制作に参加した放送番組の放送時間が占める割合が百分の五十以上となるよう努めること。

 ATP：BS減波により外部制作委託減、番組製作費への影響はあり、クリエイターと製作環境の維持向上および経営を圧迫される



# 5. 製作会社への影響(1) ~2008年ATP提言より

ATP20230424

ATPでは、平成20年（2008年）総務省「NHKの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」（第6回）」にて、BS減波について下記の懸念点を発表していたが、今年のATP調査で懸念が実態となっており、拡大が想定されることを確認している。15年という月日を経過をしても製作会社の立場が変わらない実態もある。多様で高品質のコンテンツ維持には、**適正な外部制作委託比率**は必須と考える。

- (1) 新作全体量が減ること民放で展開が困難な **(教養) ドキュメンタリー系プロダクションの経営を圧迫する**
- (2) 人材育成の面から見て、若手の人材育成の場が閉ざされる
- (3) NHKの門戸開放で良き状況だが、**波削減により逆行**、NHK買手市場となり**製作会社の権利が相対的に弱まる**
- (4) NHK職員だけの閉鎖的空間ではなく、**多様なクリエイターが参加する開かれた《広場》**であるべき
- (5) **二次展開が適性かつ透明な取引形態で実現するよう基盤整備**が図られるべき  
例えば、国際市場に通用するコンテンツの制作費には、放送局のみならず制作ファンドなどの資金が提供され、放送局には放送権だけが譲渡され、製作会社が権利処理を果たしたうえで**二次展開権は製作会社に留保**されるべき
- (6) **受信料財源はコンテンツ向上のために配分・還元**され、**国際的な競争に打ち克つ**育成に貢献すべき

以上のシステム上の改善がなされることを前提とするのであれば、NHK提案のハイビジョン2波体制は検討に値するものと考え（平成20年2月29日資料より抜粋）

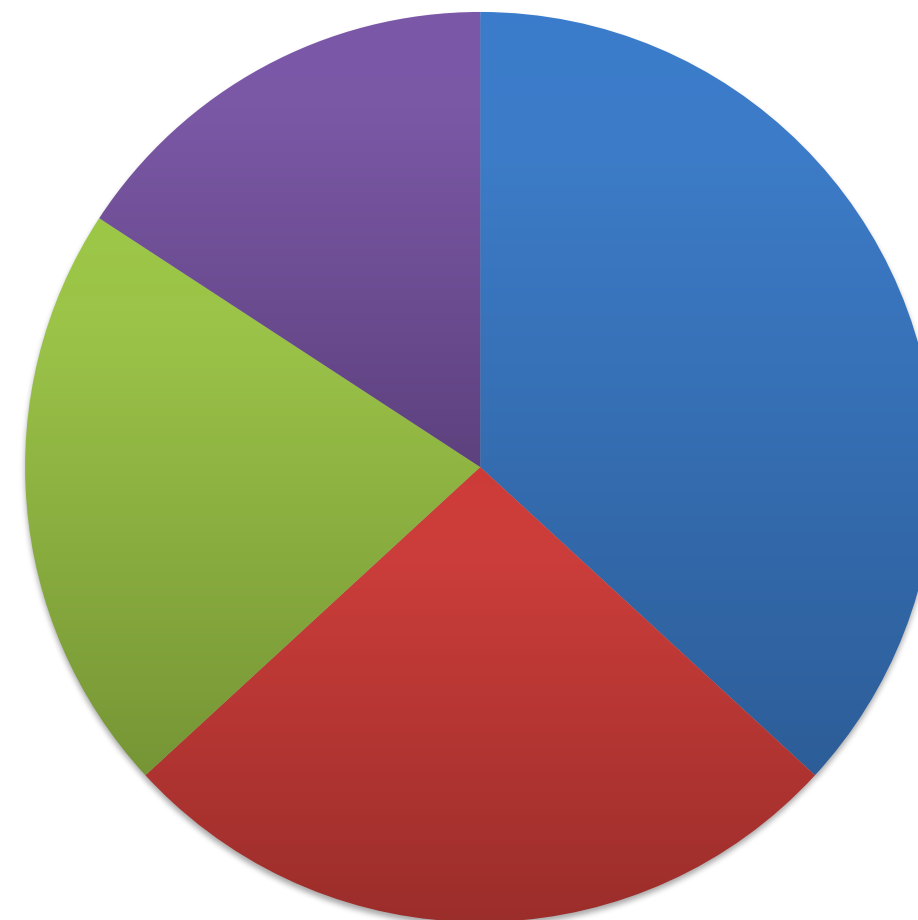
# 5. 製作会社への影響(2) ~ATP緊急アンケートより ATP20230424

ATPでは、次年度編成が見えた昨年11月下旬に、緊急アンケートを実施。昨年末時点で既に影響が確認されたため、今後の拡大を懸念しています。

※この時点では、本数や尺の言及のみの段階で、製作費減少に言及されていない時期であったため継続的に調査をする予定です

## BS減波による影響内容

■ 本数の削減	36.7%
■ 製作費総額の減少	26.3%
■ 番組の終了	21.0%
■ 製作尺の削減	16.0%



ATPアンケート調査  
2022年11月~12月

## 【記述回答】

- ・ 番組製作費総額から約500万円の削減。
- ・ レギュラー枠が他企画枠と抱き合わせになり削減。
- ・ 30分番組30本が、60分番組4本に削減。製作費 2 億円以上の減少。
- ・ 30分番組33本が特集へと移行。  
(現段階では本数予算は不明)
- ・ 本数27本から24本 尺49分から29分へ。
- ・ 60分番組が30分番組に。  
トータルで収入減。

## 【2022年度（2021年度対象）ATP経営情報調査より抜粋】

- |                     |    |       |
|---------------------|----|-------|
| ・ 総売上10億円未満の製作会社    | 減益 | 41.7% |
| ・ 総売上10～20億円未満の製作会社 | 減益 | 86.5% |
| ・ 総売上20～30億円未満の製作会社 | 減益 | 61.6% |

※比較的安定した年間30億円前後の中堅プロダクションと、それより小規模で少人数ながら数々の番組を製作してきた製作会社への影響が大きいことが想定されます。



# 6. NHK 外部制作委託比率説明

ATP20230424

国/地域	日 本	
メディア	NHK全体	NHK BSプレミアム（削減）
経緯	2009（平成21）年度～2011（平成23年）年度のNHK経営計画で「番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献」するため、「NHK・子会社等以外が制作する番組の編成比率を衛星2波で40%程度、テレビ4波で25%程度まで高める（5年間で）」ことを公に謳っていた。	2006年「通信・放送の在り方に関する懇談会」にて日本のソフトパワーの強化、外部調達を増大、公共放送であるNHKは、番組制作の一定割合以上をNHK子会社以外の外部から調達すべきであると提言その後、基幹放送普及計画に外部制作比率が記載された。
外部製作比率設定形式	努力目標	努力目標
内容	番組制作会社の制作拡大で、日本のコンテンツ制作力向上に貢献するため（NHK経営計画2009－2011）	外部事業者の企画・制作能力を放送番組に活用。文化の保存、新たな文化の育成・普及・促進 2010年基幹放送普及計画（告示）記載
外部事業者	<p><b>NHKの子会社等以外が制作</b>する番組の編成比率</p> <p>※NHK関連会社対象 外部制作、外部一部制作、国内共同制作、国内完全購入が対象</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・衛星2波で40%程度</li> <li>・テレビ4波で25%程度まで5年間で高める</li> </ul>	<p>①外部制作委託＋共同制作 16%以上</p> <p>②企画競争＋外部制作参加 50%以上</p>
報告公開		<p>NHK業務報告書（2021年 令和3年）公開 BSプレミアム</p> <p>①外部制作委託 19.9%</p> <p>②NHK関連 企画競争＋外部制作 46.8%</p>
出所	NHK経営計画 ATP理事会資料	総務省 放送コンテンツ制作・流通に関するワーキンググループ資料 NHK業務報告書（令和3年）

# 7. 外部制作委託海外事例～イギリス

ATP20230424

国/地域	イギリス
メディア	BBC
経緯	英国では、放送コンテンツの製作分野において、多様で良質なコンテンツを確保するために、主要放送事業者に対して独立製作事業者から一定割合の番組を調達するよう外部独立製作番組割当規制（クォータ制）が義務づけられている。 その目的は、 <u>文化的多様性の促進・新たな参入者や新たな意見への市場の開放や中小企業の活性化・創造性の促進・新たなクリエイターの育成、主要放送事業者と番組製作事業者の垂直統合によってジャンルの多様性を失わないよう均衡・調整を図ること</u> としている。
外部製作比率設定形式	クォータ制 (※対象は独立製作事業者のみBBC関連は対象とせず)
内容	多様で良質なコンテンツを確保するために、主要放送事業者に対し、外部独立製作番組割当規制（クォータ制）を遵守することが義務づけられている
外部事業者	1990年放送法 外部独立製作 <b>25%</b> 割当規制 2003年情報通信法に引継ぎ、年間放送時間の総量 <b>25%以上</b>
独立製作会社の定義	クォータ制による保護範囲規定 「独立製作事業者の定義」 放送事業者に雇用されていない、 放送事業者の株式25%保有不可ほか
著作権規定	契約前提基準「製作委託実施」をはじめとする「著作権等の利用と保護に関する基本原則」を規定 主要放送事業者は、独立製作事業者に対して優越的地位にある可能性が高い状況にあるため、25%以上の放送枠の製作委託取引について、主要放送事業者が独立製作事業者に対して交渉・合意の上で「製作委託実施規約」を策定・公表することを義務づけている。
報告公開	イギリスOfcomのCall for evidence（2021）で、 BBCが「 <b>過去10年間、25%ルールを守っており、30%を下回ることはなかった</b> 」と回答  Ofcom（Office of Communications）イギリス 電気通信・放送等の規律・監督機関 Ofcom Call for evidence（2021） <a href="https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/public-service-broadcasters-and-the-uk-production-sector">https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/public-service-broadcasters-and-the-uk-production-sector</a> <a href="https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/218103/bbc-cfe.pdf">https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/218103/bbc-cfe.pdf</a>
出所	総務省 情報通信政策研究所 数永信徳（2019） 英国における外部独立製作番組のネット配信に向けた著作権等の利用と保護に関する法会的枠組み



## 1. 一見高く見える比率であるが実態は低い→拡大へ

- ・ BBCの外部発注比率は全ての放送波が対象で25%となっています。ATPとしては、多様で高品質なコンテンツを維持し日本のコンテンツパワーを強化するためには、基本的に全ての波（BS、地上波）で外部製作比率をより一層拡大して頂きたいと考えています。
- ・ 特にBSPにおいて示された企画競争＋外部制作参加の番組で50%という指標は、一見大きく見えますが、これには製作会社が著作権を持たない契約の割合も含んでいます。新BS（2K、4K）においてもこの50%という指標は維持しつつ、番組の多様性、品質の確保という点から、製作会社が著作権を持つ外部制作委託や共同制作の割合である16%の比率を拡大して頂きたいと考えます。
- ・ 2009年～2011年に経営計画で、外部製作比率（外部一部契約を含む）が衛星2波で40%程度、テレビ4波で25%程度という比率が示されましたが、この考え方の継承、堅持を要望。
- ・ BS波削減によって分母が減ることを鑑みると、これまでより制作の機会が失われていくことが想定され、一層の比率拡大を求めます。また比率を上げるだけでなく、クオリティや人材育成のため、適正な制作費の確保を要望します。その点で、外部製作の総製作費が減っていくことのないよう、総製作費の開示を求めます。
- ・ 但し、現段階でATPはクォータ制の導入を要望するものではなく、製作会社のコンテンツパワーを維持、発展していくために比率の拡大を希望する意図です。

## 2. NHK BS特性 教養ジャンルコンテンツ減の懸念

民放では少ない教養・教育・ドキュメンタリージャンルの番組減が懸念されます。それを得意とする製作会社の経営圧迫は否めず、また、映像文化保存、新たな文化育成のためにも外部製作比率の拡大により維持向上することを要望します。



## 9. BS減波による 影響想定まとめ および施策要望

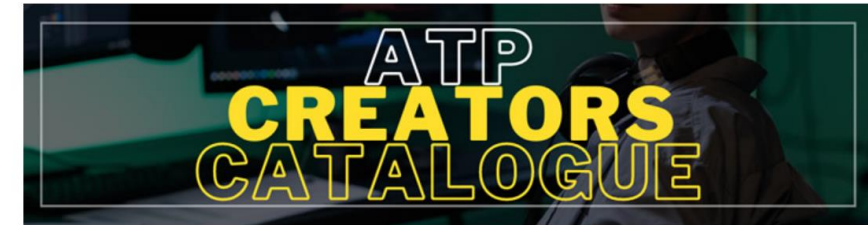
製作会社意見より  
ATP

1. NHKは、日本の映像文化にとってインキュベーターであり、製作会社にとって重要なパートナーです。  
製作会社および製作者は、日本のコンテンツ産業にとって重要なプレイヤーです。
2. 製作会社は、新2K4K共に活躍の場が必要です。
  - ・ 外部製作委託比率は、新2K4Kで拡大および、再放送は含まない等、内訳を明確にすることを要望。
  - ・ 4K製作現場の負担増が懸念されるため、その環境整備。
  - ・ クオリティや人材育成のため、正当な製作費の確保および外部製作全体の総製作費の開示も要望。
  - ・ 教養コンテンツは映像文化にとって重要なジャンルと考えます。

# 10. ATP クリエイターPRや人材育成の取り組み ATP20230424

## 1. クリエイターおよび製作作品PR デジタルカタログを展開

製作会社のクリエイターや作品を紹介するデジタルカタログを作成、英語版も掲載しています。



日本語版 <https://saas.actibookone.com/content/detail?param=eyJjb250ZW50TnVtIjoyNzk0NzN9&detailFlg=0&pNo=1>

英語版 <https://saas.actibookone.com/content/detail?param=eyJjb250ZW50TnVtIjoyNzk0NjZ9&detailFlg=0&pNo=1>

## 2. ATP 合同新卒採用イベントおよび合同新入社員研修

新卒採用の説明会を合同開催、大学生の企画体験セミナー等、製作の魅力をPRするインターンシップを年間で開催しています。また、入社後も合同新入社員研修を行い、製作現場の基礎をはじめ、放送局から講師が登壇し、コンプライアンス研修も行っています。



## 3. 海外製作者との交流

海外の製作者との交流や共同製作の可能性等を意見交換するイベントを開催、ビジネスピッチングの持続的な開催を目指しています。

Tokyo Docs <https://tokyodocs.jp/>

日韓中テレビ  
制作者フォーラム <https://www.atp.or.jp/overseas/jkc-forum.php>

アジアドラマカンファレンス <https://www.atdc2023.org/>

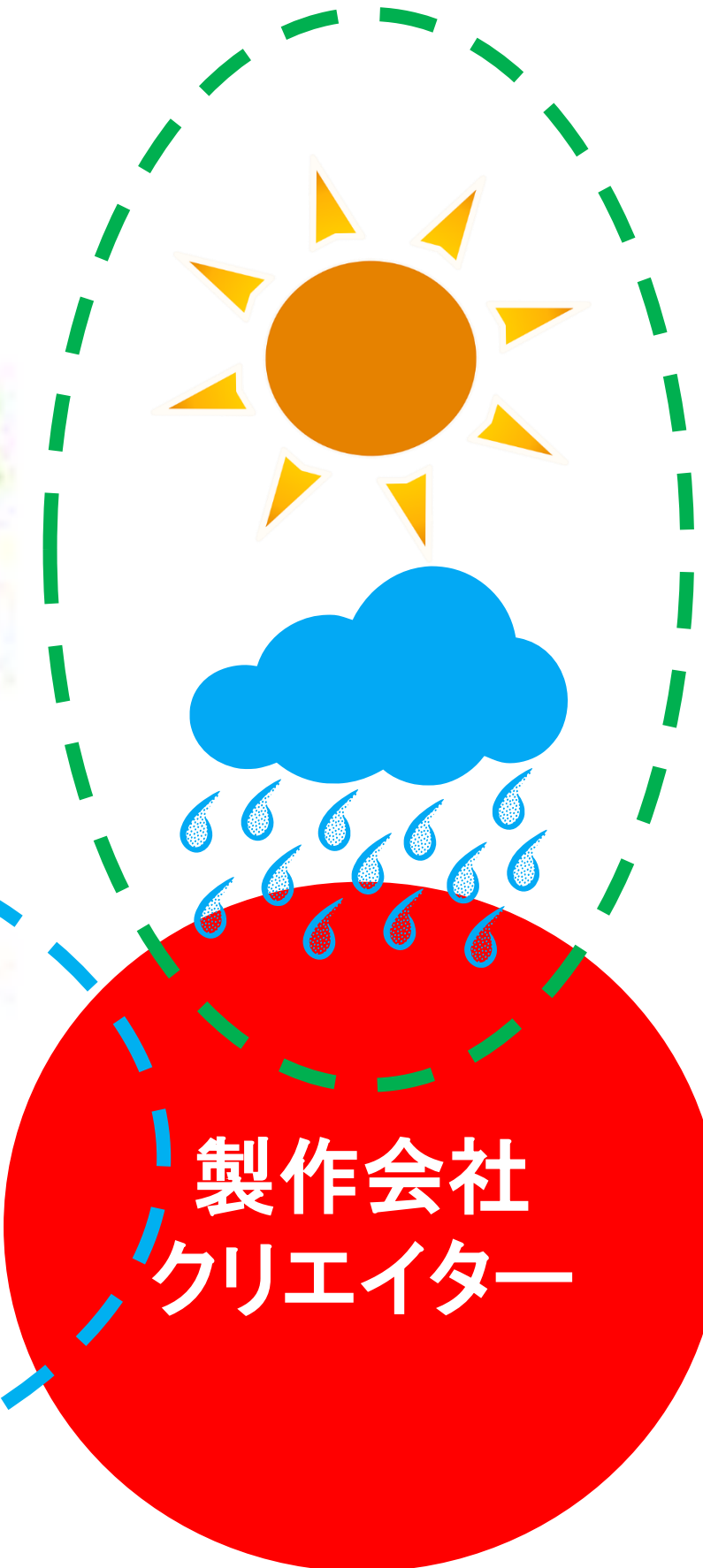
# ATP



# 11. 提言 “クリエイティブ”ファースト

ATP20230424

コンテンツ  
産業  
流通



コンテンツ産業の  
『製作』 = 『根幹』

それが流通につながる

クリエイティブ  
ファースト  
要支援・施策

- (例)
- ・制作資金の拡充
  - ・著作権整備
  - ・人材育成システム
  - ・マーケティングデータ利活用
  - ・スタジオ等インフラ支援
  - ・DX化 など



## 12. 製作会社への環境整備 施策要望

### (1) 製作業界の強固な基盤作り、製作資金拡充施策

～資金調達の仕組みづくり等

### (2) 著作権の整備 海外展開支援施策

### (3) 製作会社およびクリエイターPR施策

～製作番組画像使用希望、国内外PRサイト構築等

### (4) グローバルクリエイター養成施策

### (5) 製作現場のインフラ整備



ATP



## 著作権は創り手にあり

### 二次利用収益の適正な分配

本来、製作会社に帰属すべき著作権が、協議の余地なく契約上認められていないケースが多々あります。

また、著作権が製作会社に認められていても、番組の二次利用を行うための窓口業務は放送事業者が独占している場合が多いのが実態です。

## 適正な制作費の実現

制作費は、放送事業者と製作会社が協議し、双方が合意の上で決定されるべきものです。当然、企画内容、放送時間、演出方法、出演者等によって大きく変わり、その内容や条件が制作費にも十分に反映されていなければなりません。

しかしながら、放送事業者の経費削減のあおりを受けて、個々の番組予算もその内容や条件を問うことなく一律に削減されたり、事前にその放送枠に割り振られた予算の縛りの中で決定されたりすることが常態化してきています。

## 製作会社にこそできる海外展開がある

国内と海外の放送事業者に向けてコンテンツを製作する国際共同製作は、製作会社だからこそできる、製作会社が得意とする海外展開です。なぜなら、製作者が情熱を持って創り、番組内容を正確且つ多面的に理解しているからです。

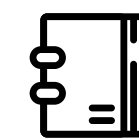
この事業をさらに大きく発展させていくためにも、本来あるべき製作会社の権利を確保し、その地位をさらに向上させてゆくことが求められています。



# Thank You

## Contact

## Us



一般社団法人

全日本テレビ番組製作社連盟 (ATP事務局)

Tel : 03-6205-7858

Mail: jimukyoku@atp.or.jp

HP : <http://www.atp.or.jp>





## ▼正会員社（124社）



アイ・エー・ダブル/IVSテレビ制作/AOI Pro./アズバース/アズマックス/  
アトリエ・NOA/アマゾンラテルナ/イカロス/泉放送制作/いまじん/エー・ビ  
ー・シー リブラ/エキस्प्रेस/エスエスシステム/えすと/エッジユ/NHKエ  
デュケーショナル/NHKエンタープライズ/NHKグローバルメディアサービス/  
えふふんの壺/エフロード/エム・ケイ・ツー/mK5/MBS企画/オッティモ/  
オフィスライン/オフィス・トゥー・ワン/オルタスジャパン/ガスコイン・カンパ  
ニー/カズモ/かわうそ商会/キメラ/CURIOUS PRODUCTIONS/共同テレビ  
ジョン/クラッチ./クリエイティブ30/クリエイティブ・ジョーズ/クリエイティ  
ブネクサス/グループ現代/ケイアイエヌ/ケイマックス/ゴーウェスト/国際放映  
/ゴシック/コスモ・スペース/ザ・ワークス/C.A.L/CNインターボイス/  
ジーズ・コーポレーション/ジーヤマ/ジェイワークス/シオン/ジッピー・プロダ  
クション/ジニアス/ジャパネットブロードキャスティング/ジャンプコーポレーシ  
ョン/厨子王/スタッフラビ/スローハンド/創輝/大映テレビ/大河プロダクショ  
ン/ダイズ/ダイナマイトレポリューションカンパニー/ダイメディア/太陽カンパ  
ニー/CHET Marketing/千代田ラフト/円谷プロダクション/釣りビジョン/  
TBSスパークル/ディーレック/ディレクターズ東京/デジタルSKIPステーション  
/テムジン/テレコムスタッフ/テレパック/テレビ朝日映像/テレビクリエイショ  
ンジャパン/テレビ東京制作/テレビマンユニオン/東京ビデオセンター/東通企画  
/東阪企画/東北新社/ドキュメンタリージャパン/日企/日経映像/日テレ アッ  
クスオン/日本ケーブルテレビジョン/日本電波ニュース社/ネツゲン/ノマド/  
ハウフルス/パオネットワーク/PASSION/バンエイト/BEGIN/ヴィジュアルフ  
ォークロア/ピクチャーズネットワークサービス/ファーストハンド/フラジャイル  
/ブリッジ/フレックス/プロジェクトドーン/放送映画製作所/ホームルーム/  
ホリプロ/ムーブマン/メディア・バスターズ/メディアプルポ/メディアミック  
ス・ジャパン/メディア・ワン/モスキート/やんかわ商店/ユーコム/ユーフィー  
ルド/UNITED PRODUCTIONS/ユニオン映画/吉本興業/ラダック/  
レジスタエックスワン/ローリング/ytv Nextry/ワンズワン

## ▼特別賛助会員社（7社）

日本放送協会/日本テレビ放送網/テレビ朝日/TBSテレビ/テレビ東京/  
フジテレビジョン/電通

## ▼賛助会員社（30社）

朝日放送テレビ/IMAGICA Lab./オムニバス・ジャパン/  
学校法人片柳学園 / 日本工学院専門学校/関西テレビ放送/クリーク・アンド・  
リバー社/CBCテレビ/松竹衣裳/仙台放送/高津装飾美術/中京テレビ放送/  
TBSグロウディア/寺田倉庫/テレビ愛知/テレビ大阪/テレビ静岡/東海テレビ放  
送/東京衣裳(株) /東京メトロポリタンテレビジョン/学校法人東放学園/名古屋  
テレビ放送/博報堂DYメディアパートナーズ/BS朝日/BS-TBS/BSテレビ東京  
/BS日本/ビーエス フジ/毎日放送/讀賣テレビ放送/WOWOW

（2023年1月現在）