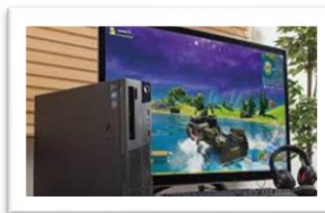
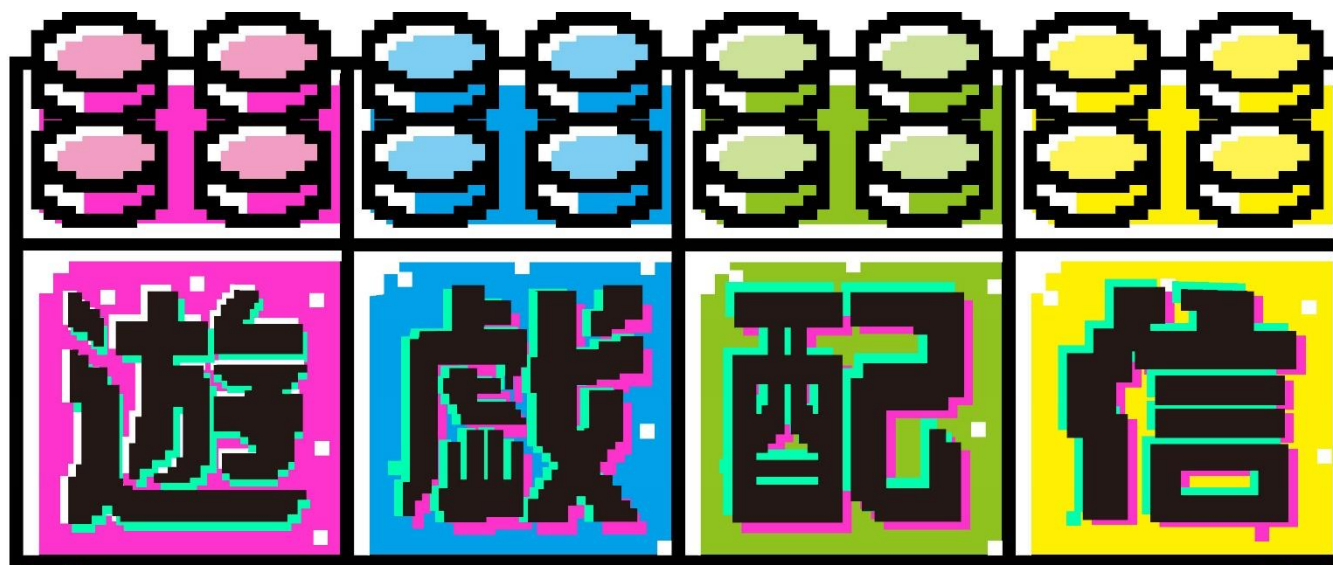


TOKYO M× 新番組



ROOTS

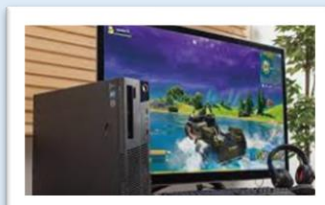
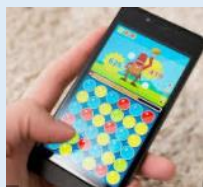
配信の世界とリアルが夢のコラボ！！

ゲーム実況＆配信界の未来を背負って立つスターを発掘すべく、
再生数が伸びない配信者に光をあて広く紹介していきます。

東京MXテレビ 毎週土曜日 20:30～21:00

4月3日（土） 放送開始予定

YouTubeにて番組裏側 **秘** 映像公開予定
エムカスにて見逃し配信予定



彼らが一般人投稿者の動画を見て 楽しく批評していきます。

MC



狩野英孝

YouTubeでのゲーム実況が大人気
登録者数 74.9万人(2021年3月時点)



えなこ

SNSフォロワー100万人以上
大人気コスプレイヤー

ゲスト



ぎこちゃん
(ゲーム実況)

87万人



オダケン
(ゲーム実況)

61万人



茶々茶
(ゲーム実況)

47万人



土屋圭市
(ドリキン)

13万人

秘

秘

秘

他有名配信者も続々と登場予定!?



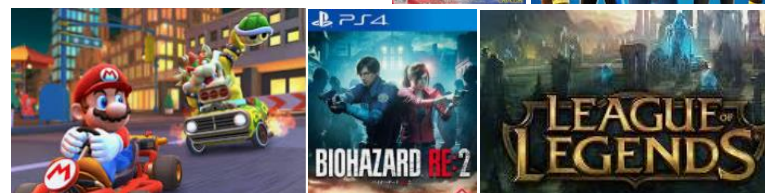
ROOTS ASSOCIATION

ROOTS

番組内容

色々な人が自身の動画をもってスタジオにプレゼンをしに来ます。
MC達のゲームに関する話を交えながら動画の評価やアドバイスをしていきます。

ゲームの種類はスポーツ系・ホラー系なんでもOK
(PC PS4・PS5 Switch モバイル)



投稿者や出演者とのコラボや
ゲーム大会への実況出演

レポートロケへの招待など 配信者に様々なサポートも積極的に行っていきます



番組HP

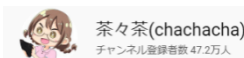
投稿者への募集や未公開映像などを閲覧できるHPを作って
配信者をサポートしていきます。
こちらの番組特設HPから出演投稿者の方も大募集します。

HP(イメージ)

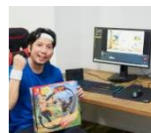
今週のOA



今週の未公開



今週の投稿者



投稿者大募集 エントリーはこちら



DK ASSOCIATION

ROOTS

【e スポーツ MAXについて】



遊戯配信

e-Strangers

× ROOTS

放送日時：毎週土曜 20：30～21：00 (Tokyo MXテレビ9ch)

放送形態：VTR+スタジオ 形式

番組概要

- 配信界の次世代を見つけるべく未来のスター候補からちょっと変わった配信者まで幅広く紹介する番組。

ゲーム実況で人気沸騰中！！狩野英孝さんと超人気コスプレイヤーえなこさんが有名配信者や各界のスペシャリストをスタジオに迎え一般から投稿された「玉石混合の実況動画」を寸評や助言を交え紹介していきます。



■リアルとバーチャルの共存

配信者の方々が実際にスタジオに登場し、配信のリアルな裏側の様子などを実演披露。
ゲームや配信の中の世界をお茶の間にお届けいたします。



リアルとバーチャルを番組が融合！！



人気配信者が続々とスタジオに登場し
リアルに配信しているものやことを披露



【視聴エリアについて】

視聴可能エリア

1500 万世帯

=

3100 万人



※ 2015年度国勢調査の人口(4~89歳)に基づき
左記視聴可能世帯(カバー率)から当社で推計

日本の世帯・人口構成で
約1/3を占めるのが関東地区。

その関東地区の約 **8 割**

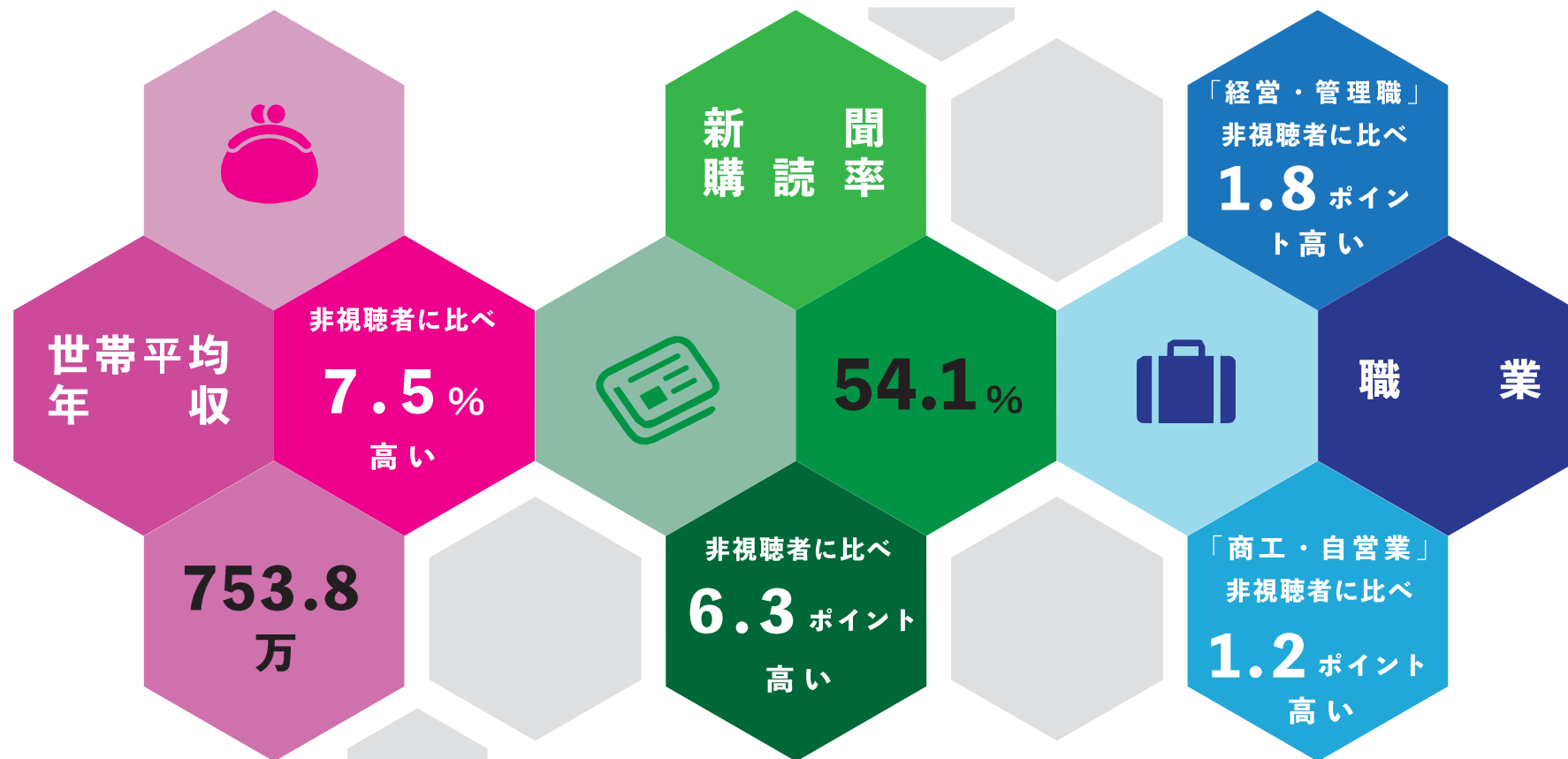
を視聴可能エリアとして
カバーしています。

都道※府県別世帯数(概算)

東京都559万/神奈川県221万/埼玉県154万/

【視聴者プロフィール①】

TOKYO MX の視聴者は、非視聴者比較



調査機関：株式会社ビデオリサーチ 調査期間：2017年8月25日（金）～27日（日） 調査方法 WEB 調査 調査対象者：東京都に居住する男女13～79歳

※【対象外】本人および家族が、マスコミ・調査会社・広告会社に従事している者 ※13～15歳は代理回答

※非視聴者＝「TOKYO MX をまったく見ない」と回答し、かつ「最視聴局がNHK」の人を除いた集団（N=517）

視聴者＝『モーニングCROSS』『ひるキョー』『5時に夢中』『バラいろダンディ』『22時～25時台の深夜アニメ』のいずれかの番組を月1回以上視聴している人（N=603）

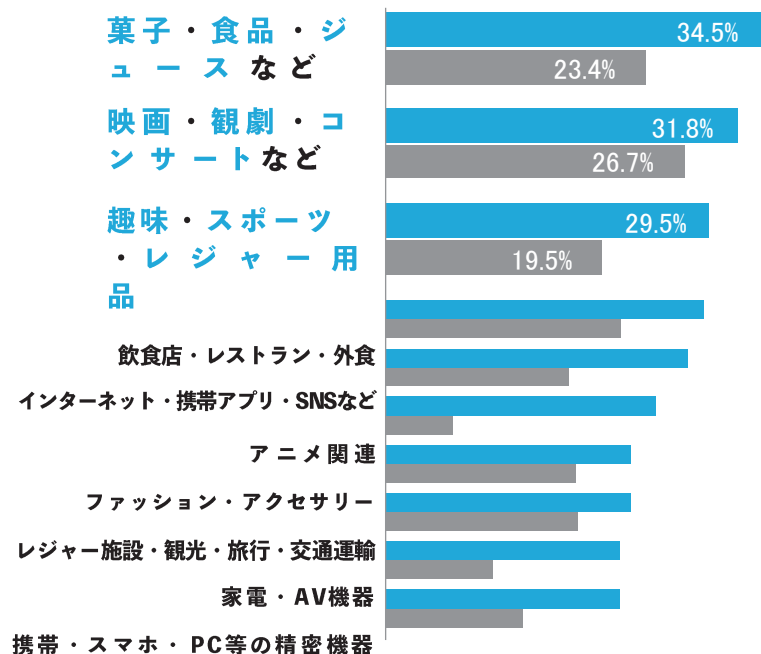
【視聴者プロフィール②】

TOKYO MX の視聴者は、非視聴者比較

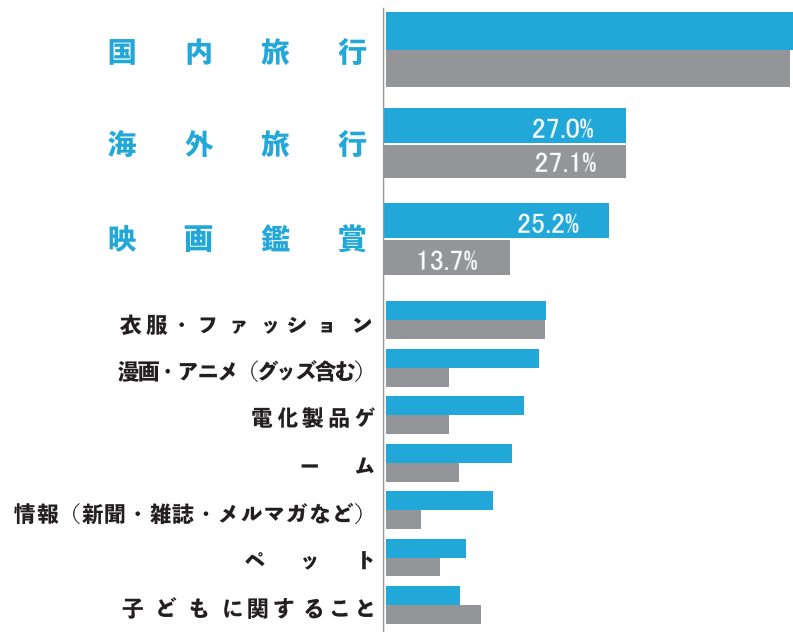
飲食、趣味、レジャーに親和性が高い

■ TOKYO MX 視聴者層
■ 非視聴者

関心のある商品・サービス



お金をかけたいもの



調査機関：株式会社ビデオサーチ 調査期間：2017年8月25日(金)～27日(日) 調査方法：WEB調査 調査対象者：東京都に居住する男女13～79歳

※【対象外】本人および家族が、マスコミ・調査会社・広告会社に従事している者 ※13～15歳は代理回答

※非視聴者＝「TOKYO MXをまったく見ない」と回答し、かつ「最視聴局がNHK」の人を除いた集団（N=517）

視聴者＝『モーニングCROSS』『ひるキュン!』『5時に夢中!』『パラいうダンディ』『22時～25時台の深夜アニメ』のいずれかの番組を月1回以上視聴している人（N=603）

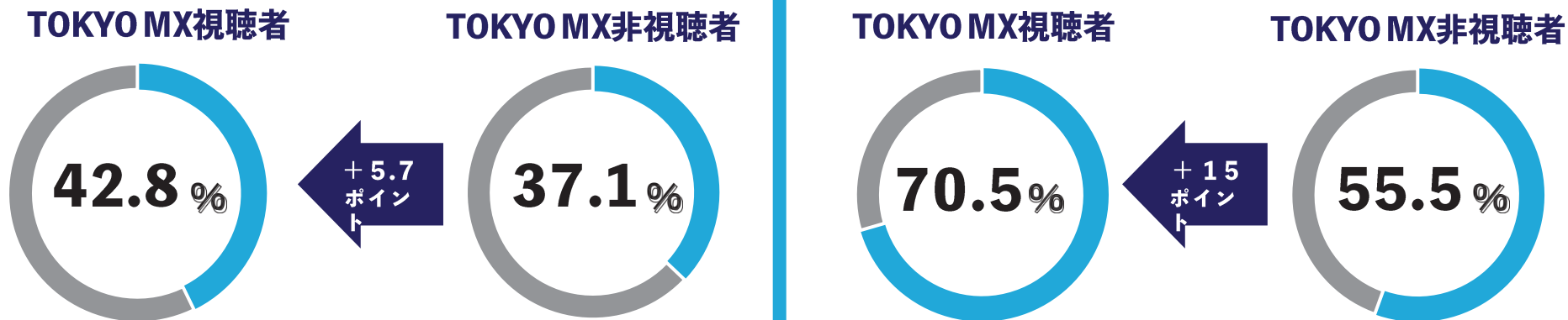
【視聴者プロフィール③】

TOKYO MX の視聴者は、非視聴者比較

集中して番組を見る人が多く、
情報や広告への感度・消費意欲が高い

テレビを集中して観ることが多い
(何かをしながらは観ない)

CMで見た情報・商品・サービスを検索する



調査機関：株式会社ビデオサーチ 調査期間：2017年8月25日(金)～27日(日) 調査方法：WEB調査 調査対象者：東京都に居住する男女13～79歳

※【対象外】本人および家族が、マスコミ・調査会社・広告会社に従事している者 ※13～15歳は代理回答

※非視聴者＝「TOKYO MXをまったく見ない」と回答し、かつ「最視聴局がNHK」の人を除いた集団 (N=517)

視聴者＝『モーニングCROSS』『ひるキョー!』『5時に夢中!』『バラいろダンディ』『22時～25時台の深夜アニメ』のいずれかの番組を月1回以上視聴している人 (N=603)



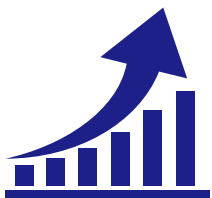
ご提案1

番組の提供スポンサーとして当該番組中に提供クレジット
(例:「この番組は〇〇の提供でお送り致します」が掲出され、番組中にCMが放送されます。

ご提供料金

15秒提供	120万円/1回
30秒提供	240万円/1回

※公開収録・番組連動イベント(不定期開催)などでサンプリングが配布可能です。料金等については要相談。
※製作費は含まれておりません。製作につきましては、別途承ります。
※その他詳細は弊社営業担当までお問い合わせください。



期待できる効果

- 15秒～30秒として露出時間が多く、番組提供者としての認知・イメージの向上。
- 番組イメージと企業・商品イメージのリンクによるブランディング効果が期待でき、ブランドイメージの向上。
- 目的とする訴求対象(ターゲット)へ効率よくアプローチできます。

※eスポーツの年齢別認知率は約49.8%。そのうち10代～40代で男性67%、女性40%。



ご提案2

番組の提供スポンサーとして当該番組内で「みてもらえる」番組広告として貴社のコーナーを設けて、貴社独自のプロモーションを放送します。

ご提供料金

15秒提供

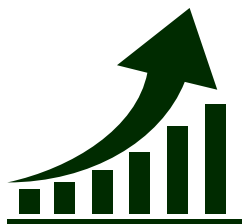
150万円/1回

※番組内で15秒～120秒のコーナーを放送可能です。コーナーの時間料金等については要相談。

※製作費は含まれておりません。製作につきましては、別途承ります。

※公開収録・番組連動イベント(不定期開催)などでサンプリングが配布可能です。料金等については要相談。

※その他詳細は弊社営業担当までお問い合わせください。



期待できる効果

- 15秒～120秒で番組内コーナーを放送。商品やブランドの訴求、及び最新情報を定期番組コンテンツ化できます。
- プロモーションとエンターテインメントのMIXで独自の価値あるブランディング効果が期待できます。
- イベント、対談、商品紹介、キャンペーンなどを番組内で発信でき、多くの視聴者様へアプローチが期待できます。

お問い合わせは営業担当まで



Bussiness Management CONSULTING ,Inc. H.P.
会社概要、沿革、詳しい内容等
こちらからご覧いただけます