

IR資料/MYTRM

2025年06月

目次

1.Newsicalとは	4
i.ミッション・ビジョン	4
◆ Mission（ミッション）	
◆ Vision（ビジョン）	
ii.沿革・設立背景	4
①設立の経緯	
② 共鳴と立ち上げ	
③初公演での手応え	
iii.組織体制	5
①組織図	
②組織体制のメッセージ（部門別解説）	
③ 意思決定と運営体制	
👥 コアメンバー紹介	7
iv.活動エリア・拠点	7
2.代表メッセージ	8
✨ 私たちのビジョンと、描く未来	9
🎪 ミュージカルシティ構想	9
🌐 国際展開・IP戦略	9
最後に、裏方スタッフの皆さんへ。	
3.事業内容と活動実績	11
i.自主公演『MYTRM』	11
①公演概要	
②作品紹介	
③ 観客アンケートから見えた成果と課題	
④成果として得られたもの	
⑤今後の発展可能性（構想中含む）	
ii.SNS施策	12
①SNSアカウント一覧（2025年6月22日時点）	
②課題と学び	
③ 今後の取り組み	
iii.グッズ販売	13
①グッズラインナップ	
②売上実績・傾向	
iv.クラウドファンディング	14
①概要	
②リターン内容と支援者数	
③ 所感と効果	
v.メディア露出・提携	15
①掲載メディア実績	
②提携・協力先一覧	
③ 飲食店協力	
④稽古場協力	

⑤メンテナンス協力	
⑥他団体・アーティスト協力	
4.財務ハイライト	17
i.キャッシュフロー	17
ii.支援金の使途	17
5.今後の戦略・事業計画	18
i.舞台芸術製作部門 中期目標（2025～2029年）	18
ii.デジタル部門 SNSとコンテンツ収益化	18
iii.協賛・PR・営業部門 外部連携と収益の多角化	18
iv.施設管理部門 自社スタジオと育成機能の整備	18
v.アパレル部門 ブランド化と購買導線の整備	19
vi.バックオフィス部門 権利・海外展開・データ管理	19
6.Newsicalの強み・差別化要素	20
福利厚生・運営体制の透明性	20
7.社会的意義とESG的視点	21
i.環境配慮（E：Environment）	21
ii.労働環境改善への取り組み（S：Social）	21
iii.地域や若手支援（G：Governance）	21
8.リスク・課題	22
i.集客や資金繰りの安定性	22
ii.スケジュール管理の課題	22
iii.報酬体系の課題	22
9.支援者・協力者への感謝と報告	23
i.ご支援への感謝	23
ii.支援者の声（終演後アンケートより一部抜粋）	23
iii.協力・連携先一覧	23
iv.今後に向けて	23
10.今後の展望とIR戦略まとめ	24
i.ビジョンの深化	24
ii.中長期施策（5～10年視野）	24
iii.投資家・支援者の皆様へ	24
11.付録	25
i.活動年表（2024年11月～2025年6月）	25
ii.実績ビジュアル	25
iii.SNSリンク一覧	26
iv.お問い合わせ	26

1.Newsicalとは

i.ミッション・ビジョン

◆ Mission（ミッション）

ミュージカルを持続可能なものにする。

Newsicalは、ミュージカルを一過性の娯楽ではなく、社会に根ざした文化として育て続けるために活動しています。

創り手・演者・スタッフが安定的に活動が続けられる環境を整え、持続可能なビジネスモデルを構築し、次世代へとバトンを渡していきます。

◆ Vision（ビジョン）

"A Stage for All, A Career for Life."

すべての人に舞台を。一生続けられる仕事を。

私たちは、ミュージカルを「観る人すべての文化」として身近な存在にし、また「創る人が生活できる仕事」として成り立たせる未来を目指します。

誰もが気軽にミュージカルに触れられる社会をつくる

すべての舞台関係者が、自らのキャリアに誇りを持ち続けられる業界に変革する

ii.沿革・設立背景

①設立の経緯

Newsicalは、2024年11月24日、舞台で出会った仲間たちによって立ち上げられました。

私たちは、国内最大手の制作による大劇場公演に出演し、作品の質・仲間の才能・舞台の感動に心から誇りを持っていました。

しかしその裏では、以下のような「現実」に直面しました。

ギャラは最低賃金を下回る水準

契約の提示が不透明で遅く、内容も曖昧

月に3〜4日しか休めない長時間拘束

交通費の自己負担

これらに抗議した際、「業界は変わらない」と言われたことに、深い絶望と危機感を覚えました。

② 共鳴と立ち上げ

同じ課題意識を持つ仲間と共鳴し、「変わらないなら、私たちが変える側に回ろう」と決意。

業界の構造そのものを見直し、演者も観客も幸せになれる舞台のあり方を模索するため、団体としての第一歩を踏み出しました。

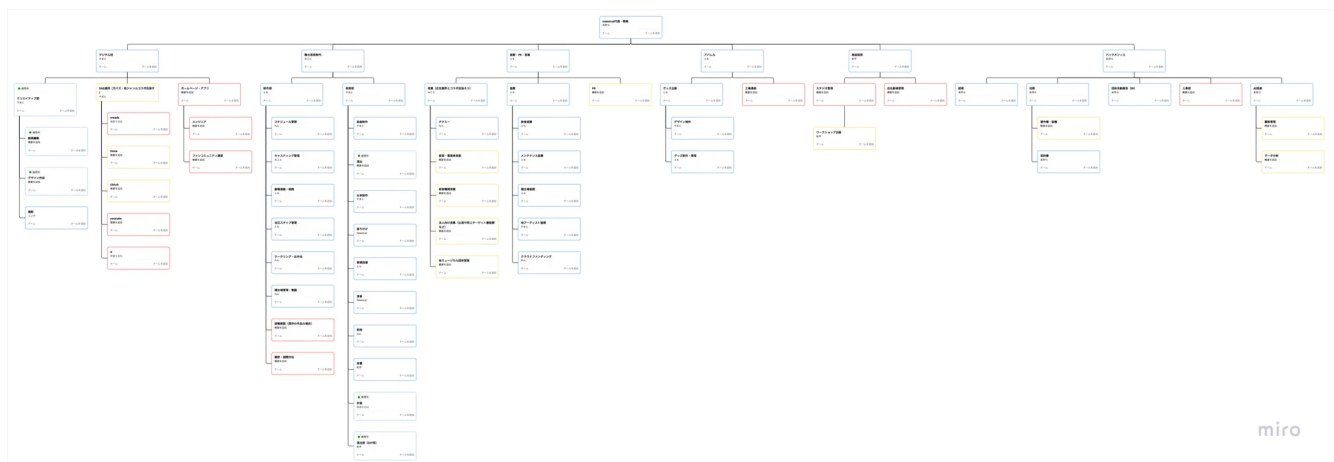
③初公演での手応え

初めての自主公演では、クラウドファンディングを成功させ、チケット販売率は約95%。
観客アンケートでは高評価を多数いただき、さらに稽古場の様子を配信するという新たな試みにも黒字化の成果が見られました。

これは「Newsicalだからできる、新しい演劇のかたち」への大きな手応えとなりました。

iii.組織体制

①組織図



※添付画像を参照

Newsicalでは、演者・クリエイター自身が主体となりながら、部門ごとに明確な責任者と運営機能を設け、持続可能な活動を支える体制を構築しています。

②組織体制のメッセージ（部門別解説）

【代表・戦略】

代表：鯨井 未呼斗

全体の方針決定、運営統括、最終責任者として、Newsicalの未来ビジョンと日々の判断を担います。

【舞台芸術制作部門】（責任者：鯨井）

舞台制作に必要な「技術職部門」と、それを支える「制作部門」の2軸で構成。

技術職部門：脚本・演出・振付・構成・音楽・デザインなど、作品創造の中核。出演者全員の意見も取り入れ、全員参加型で作品を深化。必要に応じて外部クリエイターを招く。

制作部門：稽古場のスケジュールリング、キャスト調整、会場運営、技術スタッフ管理、配信・オペレーションまで広範に担当。

【デジタル部門】（責任者：yellow）

動画編集、SNS投稿、ロゴデザイン等を担当。

今後はTikTokやInstagramなどSNS戦略を強化し、アプリ設計・ショートドラマ制作・配信基盤構築など、最も拡張性のある領域として注力予定。

【協賛・PR・営業部門】（責任者：新井 智貴）

クラウドファンディング設計、取材交渉、メディア対応を担当。

パートナー企業との関係構築、ファンとのつながり強化、次回公演への誘導導線など、多方面の窓口として活動。

【アパレル部門】（責任者：新井）

オリジナルグッズや衣装デザイン、ブランドとのコラボ企画などを推進。

販売戦略・価格設計・在庫管理も視野に、継続的なファン接点を設計。

【施設経営部門】（責任者：松平 和希）

将来的な「スタジオ運営」「自社劇場設立」などのインフラ構想を担当。

稽古場やワークショップの場づくり、演劇の拠点化を目指す。

【バックオフィス部門】（責任者：鯨井）

会計・人事・法務・事務局の運営を担い、団体全体の仕組みを支える。

AI活用による効率化（データ分析・経費管理・顧客管理など）を積極推進。

③ 意思決定と運営体制

意思決定方法：定例会議にて出席メンバーの多数決で採択。

代表交代：現在は交代予定や制度は未設定だが、今後の拡大に伴い整備を検討。

コアメンバー紹介

▷ 鯨井 未呼斗（代表）

3歳より子役として活動。主な出演作に『ピーターパン』『THE BOY FROM OZ』『Holiday Inn』『ニュージーズ』『ラ・カージュ・オ・フォール』『17 AGAIN』『ポーの一族』『ウエスト・サイド・ストーリー』など多数。映画『パコと魔法の絵本』『ヌンチャクソウル』他。

▷ 新井 智貴（副代表／アパレル部門責任者）

男子新体操のトップアスリート出身。BLUE TOKYOメンバーとして国内外で活躍。舞台出演歴に『1789』『ニュージーズ』『ロミオ&ジュリエット』『キングアーサー』など。現在もパフォーマーとして活動中。

▷ 松平 和希（施設経営部門責任者）

400人中から選出された「Road to Broadway」ファイナリスト。『ニュージーズ』『赤と黒』『ピーター・パン』『ヘアスプレー』『ロミオ&ジュリエット』等の出演歴を持つ。ドイツのタップバトル「taptastic2018」優勝。

▷ 清水 錬（舞台芸術制作、制作部）

幼少よりタップ・アクロバットを学び、ミュージカルを中心に活動。『屋根の上のヴァイオリン弾き』『NEWSIES』『るろうに剣心』『アニー』『スクルージ』他。テーマパークスタントも経験。

▷ yellow（副代表／デジタル部門責任者）

ミュージカルアカデミー08期卒。ダンサー・シンガー・イラストレーターとして幅広く活動。出演作：『ポーの一族』『NEWSIES』『Fight For F』Netflix『赤ずきん』等。デザイン・映像編集にも精通。

▷ 今田 和季（デジタル部門、撮影部）

舞台・ダンサーとして活動中。出演歴：『Endless SHOCK 2022-2024』『SHOW BOY』『魔女の宅急便』『1789』『Dancing!!! vol.3』『GREEN & BLACKS（井上芳雄）』他

iv.活動エリア・拠点

Newsicalは、東京都内を拠点に活動するミュージカル団体です。現在は稽古場や公演会場を都内で確保しながら、演劇創作・SNS展開・自主公演を行っています。

今後は、自社スタジオの設立によって創作と育成の拠点を確保し、地方への巡回公演やワークショップ展開を通して、ミュージカルの裾野を全国に広げていくことを目指しています。

2.代表メッセージ

2025年、Newsicalは記念すべき第一歩として、オリジナルミュージカル『MYTRM』を上演しました。

プレイヤーとして舞台に立つだけでなく、自らが企画・運営側を担ったこの経験は、私たちにとって非常に大きな転機となりました。

業界の構造的な課題や限界を再認識する中で、限られた人数と予算のなかでも実行可能な施策を模索・実践することで、将来的により大きな影響力を持つ団体になった際の、新たな可能性を掴むことができました。

また、クラウドファンディングやSNSを通して私たちの活動を応援してくださった方々との結びつきは、かけがえのない原動力となりました。

支援を通して生まれた温かいつながりは、私たちが目指すビジョンの正しさと意義を再確認させてくれました。

そして何より――

この団体を「自分ごと」として本気で向き合ってくれたメンバー一人ひとりの存在が、最大の誇りです。

私自身、理想や方針を語ることはできても、それを形にして実用化してくれるのは仲間たちです。

角度の違う視点をくれる人、地に足のついた言葉で補強してくれる人。

そういった仲間たちがいるからこそ、最初のイメージが立体的に膨らみ、多くの人の感情を揺さぶるものとして形になっていきました。

メンバーには頭が上がりません。

この場を借りて、心からの感謝を伝えます。

舞台に立ち、お客さまから直接いただく拍手。

「また観に行きます」とかけられる一言。

そのすべてが、私たちの背中を押してくれます。

また、SNSでのいいねやシェア、クラウドファンディングでのご支援も、私たちにとっては等しく大きな励みです。

それら一つひとつが、「期待」という形で私たちに届いています。まだ小さな団体の私たちと一緒に、未来の演劇業界を共に作っているような感覚を持たせてくれる存在です。

私たちは、支援者の皆さんの日常の一部でありたいと願っています。

舞台を観ると元気が出る、グッズを手にとると気持ちが高まる、SNSを覗くと前向きになれる。

そしてふとした瞬間に思い出してもらえるような、そんな存在であり続けたいと思っています。

✨ 私たちのビジョンと、描く未来

Newsicalが掲げるビジョンは、

“A Stage for All, A Career for Life.”

すべての人に舞台を。一生続けられる仕事を。

この言葉が意味する未来を、より具体的に可視化したものが、以下の到達点です：

1日5000円以内で、日本中の誰もが舞台に触れられる社会

小学生の「なりたい職業ランキング1位」が“ミュージカル俳優”になる世界

Newsical所属の俳優が年収500万円以上を安定して得ている状態

就職希望先ランキングでNewsicalがトップに並ぶような未来

これらは単なる理想ではなく、私たちが目指すビジョンの実装計画です。

つまり、ミュージカルを“誰にとっても近くて当たり前の文化”とし、“職業として誇れる仕事”として成り立たせる社会構造を築くという意志です。

この未来を実現するため、私たちは3つの柱を軸に据えています：



ミュージカルシティ構想

目的：ミュージカルを“日常”に取り込み、文化・経済圏をつくる

文化・教育・商業の複合施設をつくり、日常の中に舞台芸術を溶け込ませていく。



国際展開・IP戦略

目的：日本のミュージカルを“世界規模の輸出産業”へ

アジア・世界への拠点設立、国際共同制作、知的財産ビジネスの拡大。



演劇の労働基準の整備と社会実装

目的：「ミュージカル俳優・制作」が“仕事として成立する社会”の実現

契約や労働時間、報酬、制作環境における業界基準の策定と制度化。

もちろん、これらは一朝一夕に実現できるものではありません。

だからこそ、まずは次のようなスモールステップから着実に歩んでいきます：

- ・ 定期的な自主公演の開催
- ・ 地方公演の実施
- ・ オリジナル楽曲の音楽配信
- ・ SNS上で楽しめるミュージカルコンテンツの継続投稿
- ・ ワークショップや講座による文化醸成
- ・ 他団体・他業界との連携による市場の拡大
- ・ そして活動のすべてを透明に公開し、報告すること

これらを、支援者の皆さまへの「信頼の還元」として真摯に積み重ねてまいります。

最後に、裏方スタッフの皆さんへ。

他の現場では、スタッフとの関係性がドライに感じられることもありました。

でも私は、全員が仲の良い現場でありたいと強く思っています。

お願い事や失敗をすぐに共有できる関係性の方が、誰かのために動けるチームになると信じているからです。

プロとして真摯に現場に立ちつつ、余白を持って人間関係を築いてくださった皆さんには、心から感謝しています。

今回の時間を経て、Newsicalが大きくなった未来の風景が、これまでになく明確に想像できるようになりました。

本当にありがとうございました。

3.事業内容と活動実績

i.自主公演『MYTRM』

①公演概要

タイトル : 『MYTRM』（マイトラム）
上演日程 : 2025年6月14日・15日（全4回）
会場 : ファンファーレ東新宿
観客動員数 : 304名／定員320名（動員率95%）

②作品紹介

「舞台演劇で食っていきたい！」
そんな想いで集まった5人が、自主公演に挑む。
だが、価値観も生き方もバラバラな彼らの舞台は、初回レビュー公演で大失敗。
落ち込むメンバーをよそに、リーダーの蒔也は「もう一度やろう！」と無謀な提案をする。
ぶつかり合い、支え合い、それぞれの葛藤と向き合いながら、再演を目指す青春群像ミュージカル。
笑って泣ける、等身大の物語が、観る人の心を揺さぶる。

③ 観客アンケートから見た成果と課題

◆ 高評価ポイント（抜粋）

- 自主公演とは思えない完成度に感動
- 観劇初心者にもわかりやすいストーリー
- 楽曲・ダンス・アクロバットが印象的で「耳に残る」
- SNSやクラファンを含む“裏側の努力”が伝わった
- 小劇場ならではの臨場感と距離感が好印象
- デジタル初心者にも優しい購入サイト・配信体験
- スタッフの丁寧な案内・ホスピタリティも高評価

◆ 改善点・要望（抜粋）

- タップ演出が見えづらい座席構成
- 面会スペースの整備と案内の明確化
- 再演希望（より大きな劇場で）
- 架空ストーリーや風刺作品への挑戦を望む声
- SNS強化・ファンクラブの設立希望
- 当日販売グッズの事前展示や紙チケットの要望

④成果として得られたもの

- ・働き方改革の一步
- ・契約書の導入・稽古スケジュールの事前提示・ケータリング提供など、演者とスタッフの労働環境の改善を実施
- ・稽古場配信の新モデルを確立（公演前の熱量を収益化）
- ・一括デジタル管理（チケット・グッズ）で現金不使用&ユーザビリティ向上
- ・作品の見やすさ・時間設計・案内の丁寧さへの好評価

⑤今後の発展可能性（構想中含む）

教育機関・企業での出張公演・ワークショップ展開

作品・楽曲・稽古場配信のノウハウを“教材・サービス”として販売

ミュージカル界の“ホワイト団体モデル”として社会実装

ライブイベントでの劇中歌上演・ファンミーティング化

この『MYTRM』公演は、Newsicalが目指す

*「持続可能な演劇活動のモデル」**を提示する試金石となりました。

舞台芸術を“作品としてだけでなく、仕組みとしても前進させる”という、団体の姿勢が明確に表れた公演となりました。

ii.SNS施策

①SNSアカウント一覧（2025年6月22日時点）

媒体	フォロワー数	実施施策	リンク
Instagram	368人	稽古場レポート（担当：今田）を文章と写真で気軽に読める形で投稿。 稽古時間内に「SNS時間(毎日30分)」を設け、個人アカウントでの宣伝も推奨。	Tap Here
X (旧Twitter)	177人	クラウドファンディング支援者に向けた感謝投稿(担当：清水)。	Tap Here
Tiktok	245人	筋トレパロディ投稿で反響があり、バズの兆しあり。	Tap Here
YouTube	60人	劇中歌「最高の舞台」の公開。 稽古場配信（有料）のアーカイブを限定公開。	Tap Here

※URL：11.iii.SNSリンク一覧を参照

②課題と学び

全媒体を通じた投稿頻度やクオリティ向上はできたが、リソース（人・時間）が不足し、新規層へのリーチが困難だった。

特にInstagramでは、本番前のストーリーズ・フィード・リール投稿の増加とともにフォロワー数が増加した実感あり。

投稿の分析が不十分で、数値評価や仮説検証が曖昧だった。

他アーティストやインフルエンサーに取り上げられた際のフォロワー増加が顕著だった。

③ 今後の取り組み

新規層向けコンテンツの創出：

「ミュージカルを浅く広く知ってもらう」ショート動画の制作
他業界・企業向けのショートドラマ脚本・演者提供

数値目標：

2026年9月の次回本公演までに、Instagram・TikTokのフォロワー数を5倍に増加

リソース強化：

SNS運用を担うメンバーの増強や時間の確保を検討

iii.グッズ販売

①グッズラインナップ

単品販売

- ・ステッカー（2種）：2枚セット 400円
- ・ラバーバンド（2種）：各500円
- ・アクリルスタンド（5種 → 公演終了後に6種へ追加）：各1,500円
- ・パンフレット：2,000円
- ・Tシャツ（2色）：各3,500円
- ・ランダムチェキ：1枚1,000円

セット販売

- ・ENTRYセット　：ステッカー2種＋パンフレット（2,000円）
- ・CREWセット　　：ステッカー2種＋ラバーバンド2種＋Tシャツ1枚（4,000円）
- ・LEGENDセット　：グッズ全種（16,500円）

②売上実績・傾向

総売上：313,310円

事前オンライン販売：191,045円（約61%）

当日劇場販売：122,265円（約39%）

人気商品

最も売れたのはパンフレットとステッカー。

特に公演当日の販売では多くの観客が手に取っていた。

在庫リスク回避

全商品受注生産方式を採用し、売れ残りの在庫はなし。

購入体験に関する声

グッズ包装・引換の段取りが丁寧でスムーズだったという高評価が多数。

一方で、グッズごとにQRコードが分かれていたため、複数購入時の読み込みが煩雑との意見あり。

また、当日購入時のクレジットカード入力の手間が課題として挙がった。

分析

単位時間あたりの売上効率は公演当日の販売が優勢で、来場直後のテンション・空気感を活かした販売設計の有効性が示唆された。

iv.クラウドファンディング

①概要

・実施プラットフォーム：CAMPFIRE

[詳細はこちらから](#)

・目標金額：1,000,000円

・最終支援額：1,101,000円（達成率110%）

・支援者数：90人

・募集期間：2025年4月1日～2025年6月13日

・ストレッチゴール：50万円、65万円、80万円、100万円と段階的に設定

②リターン内容と支援者数

1,000円：「ありがとう」デジタルイラスト（サイン入りPNG）／22人

3,000円：「ありがとう」ブロマイド（L判サイズ、郵送）／23人

5,000円：支援者名入りメッセージ動画（YouTube限定公開、1分以内）／20人

10,000円：MYTRM公演台本（サイン入り、B5）／19人

30,000円：台本＋限定キャップ（ゆうパック配送）／8人

50,000円：大千穂楽後の乾杯参加券（1口につき2名、東新宿ファンファーレ）／3人

100,000円 : Newsical初ステージアイテムセット（例：小道具、衣装、台本等）／2人

③ 所感と効果

- ・ 一人ひとりの支援に応じた多様な価格帯とリターンを用意した
- ・ SNSでは、思想や活動方針に共感してもらえるよう意識して発信し、クラウドファンディングページへの訪問を促した。
- ・ X（旧Twitter）では、支援者への「ありがとう」投稿を実施
- ・ 今後のファンコミュニティ形成における第一歩として重要な成果だったと捉えている。
- ・ ※クラウドファンディング支援者向けのアンケートは未実施。

V.メディア露出・提携

①掲載メディア実績

- ・ メディア名：Ticket Lab
- ・ 記事タイトル：【マイトラム座談会】僕らの“すべて”がここにある！ 5人が織りなす奇跡のミュージカル、その魅力と舞台裏を語り尽くす <https://lab.ticketme.co.jp/newsical-interview-20250602/>
- ・ 掲載日：2025年6月2日

②提携・協力先一覧

③ 飲食店協力

- ・ 樽1：店頭でのフライヤー設置
- ・ カレーライフバランス：店頭でのフライヤー設置

④稽古場協力

- ・ リンカーンスタジオ：稽古場を無償で提供

⑤メンテナンス協力

- ・ RAS浅草橋：出演者のボディメンテナンス協力

⑥他団体・アーティスト協力

- ・ 二本柳 亮：レコーディング協力
- ・ Le Prince：ライブ会場での宣伝協力

4.財務ハイライト

i.キャッシュフロー

収入総計：3,375,573円

内訳

- ・ チケット売上：1,923,750円
- ・ グッズ売上：313,310円
- ・ 配信売上：243,200円
- ・ クラウドファンディング：1,101,000円（CAMPFIRE手数料差引後：895,113円）
（※詳細はPDFおよび以下リンク参照）

[支出内訳PDF](#)

[収入PDF](#)

[MYTRM公演支出詳細表](#)

支出総計：2,478,478円

内訳

- ・ 会場費：491,444円（劇場、駐車場、撮影スタジオなど）
- ・ 人件費：1,471,705円（出演者・撮影・制作など）
- ・ 制作費：265,754円（グッズ・台本・小道具・衣装等）
- ・ その他（AIツール・交際費など）：101,261円

ii.支援金の使途

クラウドファンディングによる資金は、今後のライブ開催や次回公演の会場確保費用などに充当予定
現時点では具体的内訳は未定だが、次回のIR報告時に明確にする

5.今後の戦略・事業計画

i.舞台芸術製作部門 | 中期目標（2025～2029年）

Newsicalは、毎年規模を拡大しながら全国各地での公演を目指しています。2029年までの中期目標は以下の通りです。

	公演都市数	追加都市	総公演数	動員数	売上額 (単位:千円)	SNSフォロワー数
2025	1都市	東京	3回	250人	1,625	500
2026	2都市	大阪	6回	800人	4,500	2,500
2027	3都市	福岡	10回	1,300人	9,750	10,000
2028	4都市	札幌	17回	2,500人	21,250	50,000
2029	5都市	名古屋	23回	7,000人	59,500	200,000

本格的な全国展開に向けて、地方都市ごとのリピート開催と観客の習慣化を重視しながら、東京・大阪のような都市部では年複数回の開催を計画。地方2都市ずつ、計4都市以上での開催体制を目指します。毎年の参加メンバーも増員し、2029年には12人規模のカンパニーでのツアー公演を行う予定です。

ii.デジタル部門 | SNSとコンテンツ収益化

- ・ SNS総フォロワー数：20万人達成
- ・ SNS単体での広告・アフィリエイト・スーパーチャット等による収益化
- ・ 「Newsicalに出会った日が人生の転機になった」と言われるようなコンテンツ配信の実現

iii.協賛・PR・営業部門 | 外部連携と収益の多角化

- ・ 他団体や教育機関でのNewsical作品使用許諾の獲得
- ・ 企業向けワークショップや講演事業の展開
- ・ 稽古場運用における、移動手段・食事・メンテナンス・衣装提供などのスポンサー獲得

iv.施設管理部門 | 自社スタジオと育成機能の整備

- ・ レッスン場兼稽古場兼オフィス兼レンタルスペースとして機能する自社スタジオの設立
- ・ Newsicalレッスン生からのパフォーマー育成制度を本格化
- ・ オーディション企画を年1～2回実施予定

v.アパレル部門 | ブランド化と購買導線の整備

- ・グッズの通年販売体制を確立
- ・アパレルブランド「Newsical」としてのPOPUP展開を実現
- ・自社アプリまたはECサイトによる購買ルートの整備（チケミー連携も検討）

vi.バックオフィス部門 | 権利・海外展開・データ管理

- ・Newsicalの脚本・楽曲・振付・ロゴ・グッズなどに関する権利管理体制を構築
- ・顧客データや販売モデルの一元管理による業務効率化
- ・AIを活用した少人数運営体制の構築
- ・将来的なスケール拡大に向けた人事部門の体制強化
- ・Newsical作品の海外展開（ライセンス販売・映像配信・海外公演）も視野に入れた権利戦略の推進

6.Newsicalの強み・差別化要素

Newsicalは、他の演劇団体とは一線を画す多角的なアプローチと、時代に即した柔軟な運営体制により、持続可能で革新的な舞台芸術の提供を目指しています。以下に、Newsicalならではの強みと差別化ポイントを整理します。

- ・ 全員が現役プロのミュージカル俳優で構成
- ・ タップダンスやアクロバットを活かしたパフォーマンスでライブ感を演出
- ・ AI×演劇の活用（脚本補助、画像制作、音楽制作、バックオフィス業務補助）
- ・ 若年層へのアプローチ（TikTokやInstagramなどSNSの戦略的活用、キャッシュレス決済導入、タイパ（タイムパフォーマンス）重視の短尺公演）
- ・ 稽古期間中から身体メンテナンスができる体制（提携施設によるサポート）
- ・ グッズのラインナップが豊富で魅力的
- ・ 座席選択が可能な予約システムの導入
- ・ 悪質転売防止システムの導入（チケミー等を活用）

福利厚生・運営体制の透明性

- ・ 稽古環境の福利厚生が充実
 - スケジュールの早期決定
 - 稽古時間は1日8時間を上限とし、うち必ず1時間以上の休憩を確保
 - 稽古時間内にSNS投稿推進の時間を設置
 - 劇場入り期間中の完全食事支給（加えてケータリングによる軽食・水の常備）
 - スケジュール調整の柔軟性（突発的なNG対応：例 家庭の事情）
- ・ 稽古場の有料配信という新しいビジネスモデルの確立
- ・ スタッフ含め、全員が密にコミュニケーションを取れるフラットな関係性
- ・ Swing（代役）対応が業界最高水準の品質
- ・ 契約書の早期締結と報酬・収支の透明性を確保

これらの取り組みを通じて、出演者・観客・スタッフが安心して関わることのできる「選ばれる団体」としての基盤を築いています。

7.社会的意義とESG的視点

i.環境配慮（E：Environment）

- ・ チラシ・パンフレット等のデジタル化推進
- ・ 既存のアイテム（私服）などにNewsicalのロゴや刺繍を施し一点もののアイテムを作る（SDGsの観点を含ませて社会貢献を予定）

ii.労働環境改善への取り組み（S：Social）

Newsicalでは、舞台芸術の現場における不透明で不安定な労働環境を改革するために、以下のような制度を導入しています：

- ・ 契約書の早期締結と明確化
- ・ 稽古スケジュールの事前共有・柔軟な調整
- ・ 稽古時間の上限設定と休憩の義務化
- ・ 食事・水分の支給やケータリングによるサポート
- ・ Swing制度の導入で出演者の心身負担を軽減
- ・ Swingへの報酬もしっかりしていて、Swingの方の心身負担も軽減

これらにより、舞台関係者が安心して活動できる環境を整備、また職業として成り立たせようとしています。

iii.地域や若手支援（G：Governance）

- ・ 学生向けの無料招待枠やU25割引制度導入検討
- ・ 地方公演・配信実施による文化格差の解消
- ・ 稽古場の提供など、若手団体へのスペースシェア予定
- ・ 協賛を通じた地域の店舗・企業との連携

8. リスク・課題

i. 集客や資金繰りの安定性

Newsicalでは、新規顧客の獲得に課題を感じています。現在の主な収入源は公演であり、公演終了後にしかマネタイズポイントが発生しない構造では、報酬支払タイミングも従来の業界構造と変わらず、持続性に欠ける側面があります。

この課題に対して、以下の施策を進行中です：

- ・ SNSフォロワーの獲得とコミュニティ醸成
- ・ 他企業との協賛により支出削減
- ・ 作品・楽曲の販売、ワークショップ、常設グッズ販売
- ・ SNSでの企業PR・広告収益

これらを通じ、公演がない期間でも継続的に収益が生まれる仕組みを構築し、Newsical独自のサステナブルなビジネスモデルを目指しています。

ii. スケジュール管理の課題

MYTRM公演では、Notionを活用することでスケジュールや稽古内容の共有がスムーズに行えました。特に以下の点が有効でした：

- ・ LINEやメールと違い、情報が流れていかず記録として残る
- ・ タグやセクションで視覚的に整理しやすい
- ・ 予定変更の即時反映が容易

これにより、制作・演出・キャスト間の連携が強化され、スケジュール混乱のない運営を実現しました。今後もこの手法を標準化し、他公演にも展開していく予定です。

iii. 報酬体系の課題

今回の本稽古期間から終演までの拘束時間と報酬を時給換算すると、以下の通りであり、適切な報酬体系が整っていない現実も明らかになりました：

氏名	拘束時間	報酬	時給換算
鯨井	164時間	135,000円	約823円
新井	157時間	135,000円	約859円
Yellow	160時間	135,000円	約843円
清水	136時間	135,000円	約992円
松平	164時間	135,000円	約823円
今田	157時間	185,000円	約1,178円

これは能力給や交通費、制作費を含まない単純換算であり、適正な報酬には程遠い状況です。長期間拘束する場合に見合った支払いを実現するためにも、資金繰りの安定とマネタイズポイントの分散が急務です。

9.支援者・協力者への感謝と報告

i.ご支援への感謝

MYTRM公演にあたり、劇場に足を運んでくださった304名のお客様、90名のクラウドファンディング支援者の皆さまをはじめ、多くのSNSフォロワー様、そして関係者のご支援により、Newsical初の自主公演を成功させることができました。心より感謝申し上げます。

ii.支援者の声（終演後アンケートより一部抜粋）

- ・「舞台の熱量に圧倒されました。人生で初めて“本気の人たち”に触れた気がします」
- ・「クラファン後も寄付したいと思えるくらい、もっと応援したくなる公演でした」
- ・「次回公演も絶対に行きます！Newsicalに出会えてよかった」
- ・「内容的に価格相応、満足度が高い。終演後は金額のことなんて気にならなかった！」

iii.協力・連携先一覧

区分	協力内容	協力者・団体名
飲食店	フライヤー設置	樽1、カレーライフバランス
稽古場	稽古場無償提供	リンカーンスタジオ
メンテナンス	ボディメンテ協力	RAS浅草橋
音楽	レコーディング協力	二本柳亮
PR	宣伝協力	Le Prince（ライブ会場）
メディア掲載	座談会記事	Ticket Lab（2025年6月2日）

iv.今後に向けて

Newsicalは、皆さまの応援を原動力に、より大きな舞台・より深い感動を届けてまいります。今後とも変わらぬご支援をどうぞよろしくお願いいたします。

10.今後の展望とIR戦略まとめ

Newsicalは、演劇界の構造的課題に向き合いながら、新たなエンタメの形を提示する存在として進化を続けています。今後の展望を以下に整理します。

i.ビジョンの深化

「A Stage for All, A Career for Life.」

すべての人に開かれた舞台をつくり、舞台芸術を一時的な夢ではなく、持続可能な職業にする。

ii.中長期施策（5～10年視野）

部門	施策
自主公演	年1回の定期公演（東京＋地方）／企画・演出・制作体制の強化
デジタル	SNSフォロワー20万人、SNS内収益の自立化、配信プラットフォーム構築
協賛・営業	協賛企業の拡大（食・衣・交通・美容・PR）、教育・企業向け派遣型演劇の確立
施設管理	自社スタジオ開設／パフォーマー育成と採用のルート確立／オーディション開催
アパレル	オリジナルグッズの通年販売／ブランド価値強化／POPUP展開
バックオフィス	AI×業務効率化／顧客データ分析／作品の権利管理／人事体制の整備／海外展開

iii.投資家・支援者の皆様へ

Newsicalは「収支の健全化」「創造性と社会性の両立」「新規収益構造の確立」に取り組むことで、持続可能な演劇ビジネスモデルの実現を目指しています。支援者の皆さまと共に、「未来の舞台芸術」の形を創ってまいります。

11.付録

i.活動年表（2024年11月～2025年6月）

2024年11月	: Newsical設立
2025年1月～5月	: MYTRM制作・稽古期間
2025年6月2日	: Ticket Labにて座談会記事掲載
2025年6月14日～15日	: MYTRM公演（東新宿ファンファーレ）
2025年6月23日	: IR資料作成
2025年9月（予定）	: ミュージカルライブ開催
2025年秋（予定）	: MYTRM楽曲の音楽配信開始
2026年秋（予定）	: 第2回公演開催（地方公演含む）

ii.実績ビジュアル

企画運営演出から、出演まで全て5人。
次世代クラフトミュージカル

舞台役者って、大変。

作ろう。新しい舞台を、人生を。

MYTRM
- マイトラム -

2025.6.14 ^S12:00～_A16:00～, 15 ^S12:00～_N16:00～
@東新宿ファンファーレ

Newsical

iii.SNSリンク一覧

Instagram: https://www.instagram.com/newsical_mytrm?igsh=MXAycXI1eWI6dTR2eA==

X (旧Twitter) : https://x.com/newsicalmytrm?s=21&t=OBG8KKpRYVlu0o_ZayROMw

TikTok: https://www.tiktok.com/@kokkarayo?t=ZS-8zNnuLitz8x&_r=1

YouTube : https://youtube.com/@newsicalmytrm?si=dU3HHfQ_nB5EiFqJ

iv.お問い合わせ

メール : newsicalmytrm@gmail.com

担当 : 鯨井未呼斗 (代表)

本資料は2025年6月時点の情報をもとに作成されています。今後の活動方針やスケジュールについては、公式SNS等で随時更新予定です