

# IR資料/Newsical LIVE2025

## 1. Newsicalとは | ①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を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

## 1. Newsicalとは | ②沿革・設立背景

### ■ 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。

### ■ 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。

自主公演『MYTRM』での成功（動員率95%、クラファン達成、稽古場配信の黒字化等）を起点に、次の成長フェーズとして「LIVE」という形での拡張に挑戦しました。

## ■ 初LIVEでの手応え

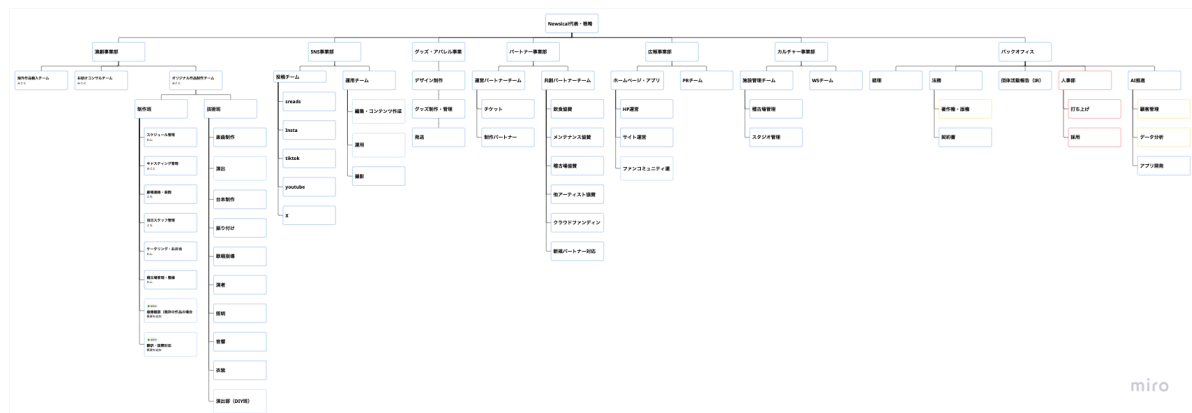
初めての自主LIVEでは、生バンド編成とゲストを迎えた座組を成立させ、物語性のあるライブ構成・オリジナル歌詞・オリジナルメドレー制作にも着手しました。

制作面では、電子パンフレット導入や特典付き座席、座席価格の細分化など“体験設計と収益設計”を同時に検証し、手応えを得ました。

一方で、集客効率と固定費構造（会場費・制作費・人件費）が課題として顕在化したため、次回は「集客導線の事前設計」と「固定費の最適化」を中核に、黒字化を前提としたプロジェクト設計へアップデートします。

## 1. Newsicalとは | ③組織体制

### ■ 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。

### ■ 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。

#### 【演劇事業部】（責任者：鯨井）

オリジナル作品制作・海外作品の輸入公演・また作品制作を生かした、他団体へのトータルソリューションを行う事業部

オリジナル作品制作では「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。

### 【SNS事業部】（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。

### 【パートナー事業部】（責任者：清水）

協賛という言葉ではなく、共に成長していきたいという願いのこもったパートナー事業部

- 運営パートナー：Newsicalとプロフェッショナルな関係で業務構築をする関係
- 共創パートナー：企業との関係構築、ファンとのつながり強化、共創経済圏拡大を狙う

### 【グッズ・アパレル事業部】（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。
- 今後はイベント時の限定販売に留まらず、通年販売を予定する。
- 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。

### 【広報事業部】（責任者：鯨井）

- Newsicalを新たに知ってもらうためのPRをする部門
- 自社HP・ミュージカルまとめサイトも運営

### 【カルチャー事業部】（責任者：松平）

- 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。

## ■ 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／アパレル事業部責任者）

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（カルチャー事業部責任者）

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（パートナー事業部責任者）

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／SNS事業部責任者）

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（共創パートナーチーム責任者）

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

## Newsicalとは | 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は自主公演の成果を土台に、次の一手として Newsical LIVE2025 を実施しました。

ゲストや生バンドの方々、スタッフ含めると30人以上で取り組んだこの公演は、また前回のMYTRM公演とは違う景色でした。

まず、会場に足を運んでくださった観客の皆さまへ。

上演前からのメッセージ、そして上演中の拍手や歓声、終演後にかけていただいた「楽しかった」「また観たい」という言葉の一つひとつが、舞台上の私たちだけでなく、この公演に関わる全員の背中を押してくれました。この時間を"あなたの大切な時間"として預けてくださったことに、心から感謝しています。

また、会場には来られなくても、SNSを通して心を寄せ、言葉やリアクションで応援してくださった皆さまへ。

投稿へのいいねやコメント、シェア、そして静かに見守ってくださっていた存在も含め、そのすべてが私たちの力になっていました。舞台の外側から想いを重ねてくださったことに、深く感謝しています。

次に、ゲストとしてこのステージに立ってくださった皆さま、そして生演奏で空間を支えてくださったバンドの皆さまへ。

それぞれが培ってきた表現と技術を惜しみなく注ぎ込み、Newsical LIVE2025に新しい色と深みを与えてくださいました。一回限りではない「化学反応」を信じ、この座組に参加してくださったこと、その覚悟と情熱、技術に、心より敬意と感謝を表します。

続いて、スタッフの皆さまへ。

舞台は、表に立つ人間だけでは決して完成しません。限られた時間と条件のなかで、判断し、整え、支え続けてくださった皆さんの存在が、この公演の土台でした。私たちの挑戦をプロフェッショナルとして引き受け、最後まで走り切ってくださいましたことに、深く御礼申し上げます。

そして、Newsicalのメンバーへ。

MYTRMとは異なる規模と座組のなかで、戸惑いながらも前を向き続け、それぞれの役割を全うし、最終的にひとつのステージへと熱を集め切ったこと。誰かの得意が誰かを支え、誰かの迷いを誰かが受け止め、全員でこの公演を成立させられたことが、私の誇りです。ここまで本気で向き合ってくれた一人ひとりに、心からありがとう。

この公演は、関わってくださったすべての方の力が重なって生まれました。私たちは、ここでいただいた信頼と期待を次の挑戦へとつなぎ、さらに大きな景色を、皆さんと一緒に見にいけます。

---

## ✨ 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。

## 3. 事業内容と活動実績 | ①自主公演『Newsical Live 2025』

### ■ 公演概要

- **タイトル**：『Newsical Live 2025』 ～時をかける音楽の旅～
- **上演日程**：2025年10月25日（全2回）
- **会場**：山王ヒルズホール
- **観客動員数**：319名／定員414名（**動員率77%**）

## ■ 作品紹介

ミュージカルヒットから昭和歌謡、ポップスまで盛りだくさん！

生バンド×ゲスト出演×ストーリー仕立ての新感覚ライブをお届けします！

---

## ■ 成果として得られたもの

- 電子パンフレット
    - 紙媒体の削減によるSDGsへの貢献
    - コンテンツの自由な追加
    - 施策コストの削減
    - お客様の荷物の負担減
  - 座席の細分化
    - 低価格帯の座席による、新規顧客参入
    - 高単価席へのロイヤル体験の創出
  - ゲスト・生バンドを加えての演劇制作経験
    - 今後のゲスト起用に対する知見の増加
  - グッズ
    - 決済方法の増加
    - 台本をコンテンツとして発売
  - コンテンツ
    - オリジナルの振り付け、楽曲の増加
- 

## ■ 今後の発展可能性（構想中含む）

- 他ライブでの出張公演
  - 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
  - グッズの通年販売
- 

## 3. 事業内容と活動実績 | ② SNS施策

### SNSアカウント一覧（2025年12月31日時点）

- Instagram：471人  
[https://www.instagram.com/newsical\\_mytrm?igsh=MXAycXI1eWI6dTR2eA==](https://www.instagram.com/newsical_mytrm?igsh=MXAycXI1eWI6dTR2eA==)
- X（旧Twitter）：189人  
[https://x.com/newsicalmytrm?s=21&t=OBG8KKpRYVlu0o\\_ZayROMw](https://x.com/newsicalmytrm?s=21&t=OBG8KKpRYVlu0o_ZayROMw)

- **TikTok** : 227人  
[https://www.tiktok.com/@newsical\\_mytrm?\\_t=ZS-8xQ33LgiFKK&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@newsical_mytrm?_t=ZS-8xQ33LgiFKK&_r=1)
- **YouTube** : 115人  
[https://youtube.com/@newsicalmytrm?si=dU3HHfQ\\_nB5EiFqJ](https://youtube.com/@newsicalmytrm?si=dU3HHfQ_nB5EiFqJ)

## 実施施策

- **Instagram** :
  - 稽古場の様子を切り抜いた動画に注力
  - 公演後にはダンスプラクティスの動画の投稿
- **X (旧Twitter)** :
  - 定期的な文章投稿、Instagramとの差別化を図る
- **TikTok** :
  - 複数投稿したが、フォロワー減
- **YouTube** :
  - ショート動画の投稿によるフォロワー数増加が見てとれた

## 課題と学び

- 集客数とインスタグラムフォロワー数の関係的に、かなり熱量の高いファンで構成されているという認識→投稿の方向性はこのままでも良い
- インスタグラムでファンになってもらうまでの、認知と興味の段階の設計が課題
- ショート動画の投稿頻度や分析にリソースが裂けない状態のため、人員の増加を考える

## 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

## 3. 事業内容と活動実績 | ③ グッズ販売

### グッズラインナップ

- **単品販売**
  - ロングTシャツ

- Tシャツ
- トートバッグ
- ステッカー6種セット
- コーム
- ブロマイド（当日限定）

## 売上実績・傾向

- 総売上：355,017円
  - オンライン販売：264,955円（約75%）
  - 当日劇場販売：90,062円（約25%）
- 人気商品
  - 最も売れたのはロングTシャツ。
  - 公演当日の販売ではブロマイドが人気だった。
- 分析
  - 今回は購入時期によって金額を若干変動させたが、いい試みだったと捉えている。
  - paypayの導入による当日購入顧客の購入時の手間の削減もグッドポイントであった。
    - 当日販売の個数が読めないぶん、在庫の余る商品も出た
  - グッズの販促が弱かったため、AIを使った宣伝動画、もしくはキャスト分の発注を早めて早期から販促活動を始動できるように改善を図る。

## 3. 事業内容と活動実績 | ④提携

### 提携・協力先一覧

#### 飲食店協力

- カレーライフバランス：店頭でのフライヤー設置、店頭でのチケット販売

#### 稽古場協力

- リンカーンスタジオ：稽古場を無償で提供

#### 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・特典での施術提供
- CANLIFE：特典としてアロマオイル・サプリの提供

## 4. 財務ハイライト

総収入：2,420,232円

## 内訳

- チケット売上：1,812,575円
- グッズ売上：355,017円
- 配信売上：228,300円
- その他収益：24,340円
- 収入内訳PDF

[attachment:b7e51011-83f4-4ae1-816b-0d98bae8bda8:NL2025支出\\_-収入-2.pdf](#)

- 支出PDF

[attachment:2ec0f3e9-72a2-4a23-93f2-84681d903ca3:NL2025支出\\_-支出-2.pdf](#)

支出総計：3,117,640円

## 主な支出内訳

- 会場費：566,438円（劇場、撮影スタジオ）
- 人件費：1,319,260円（出演者・撮影・制作など）
- 制作費：978,801円（グッズ・台本・小道具・衣装等）

※本公演は総収入 2,420,232円に対し、支出 3,117,640円となり、収支は ▲697,408円。本結果を踏まえ、次回は固定費の最適化と事前販売比率の引き上げにより黒字化を前提とした設計へ改善します。

## 5. 今後の戦略・事業計画

### 舞台制作事業部 | 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。

項目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
公演都市数	1都市（東京）	2都市（東京・大阪）	3都市（東京・大阪・福岡）	4都市（東京・大阪・福岡・札幌）	5都市（東京・大阪・名古屋・福岡・札幌）
総公演数	3回	6回	10回	17回	23回

動員数	250人	800人	1,300人	2,500人	7,000人
売上額	1,625,000円	4,500,000円	9,750,000円	21,250,000円	59,500,000円
SNSフォロワー数	500	2,500	10,000	50,000	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。

## SNS事業部 | 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

## パートナー事業部 | 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

## カルチャー事業部 | 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

## アパレル事業部 | 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）

## バックオフィス事業部 | 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

### 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。

---

## 環境配慮（E：Environment）

- チラシ・パンフレット等のデジタル化実施
- 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アイテムを作る（SDGsの観点を含ませて社会貢献を予定）

---

## 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

### ■ 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。

---

### ■ スケジュール管理の課題

Newsical Live 2025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。

## ■ 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、以下の通りでした。

Newsicalのメンバーに対しては、報酬が払えない厳しい結果となりました。

これは「初LIVEで固定費が想定以上に重なったこと」と「事前販売比率が十分に高められなかったこと」が主因です。

次回は、

### 固定費の圧縮／事前販売（チケット・配信・グッズ）の比率引き上げ／協賛によるコストオフ

を前提に、メンバーへの報酬原資を確保する設計へ改善します。

しかし、ゲストへの報酬は、契約書での提示通り、時給換算したときに1000円を下回らないようにすることができました。

氏名	拘束時間	報酬	時給換算
ゲストA	76時間	100,000円	約1,315円
ゲストB	84時間	100,000円	約1,190円
ゲストC	84時間	100,000円	約1,190円
ゲストD	73時間	100,000円	約1,369円
Newsical	135時間	0円	0円
バンド隊	35時間	50,000円	約1,428円

これは能力給や交通費、制作費を含まない単純換算です。

長期間拘束する場合には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. 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。

### 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。

### 中長期施策（5～10年視野）

領域	施策
舞台制作事業部	年1回の定期公演（東京+地方）／企画・演出・制作体制の強化

SNS事業部	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
パートナー事業部	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
カルチャー事業部	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
グッズ・アパレル事業部	オリジナルグッズの通年販売／ブランド価値強化／POPUP展開
バックオフィス事業部	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

## 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

### 活動年表（2024年11月～2026年秋）

- 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8月25日：MYTRM楽曲の音楽配信開始
- 2025年10月：Newsical Live 2025（山王ヒルズホール）
- 2025年12月：Newsical Live 2025 IR資料作成
- 2026年2月14日（予定）：Newsical Party 開催
- 2026年秋（予定）：第2回本公演開催

### 実績ビジュアル

- フライヤー

Newsical  
PRESENTS

# Newsical LIVE 2025

～時をかける音楽の旅～

**【DATE】**

**2025.10.25(sat)**

**1st. 14:00 start**

**2nd. 18:30 start**

**【PLACE】**

**@山王ヒルズホール**

(日本芸術専門学校)

京浜東北線「大森」駅西口徒歩3分



## SNSリンクー覧

- Instagram: [https://www.instagram.com/newsical\\_mytrm?igsh=MXAycXl1eWl6dTR2eA==](https://www.instagram.com/newsical_mytrm?igsh=MXAycXl1eWl6dTR2eA==)

- TikTok: [https://www.tiktok.com/@newsical\\_mytrm?t=ZS-8xQ33LgiFKK&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@newsical_mytrm?t=ZS-8xQ33LgiFKK&_r=1)
- X (旧Twitter) : [https://x.com/newsicalmytrm?s=21&t=OBG8KKpRYVlu0o\\_ZayROMw](https://x.com/newsicalmytrm?s=21&t=OBG8KKpRYVlu0o_ZayROMw)

## お問い合わせ

- メール : [newsicalmytrm@gmail.com](mailto:newsicalmytrm@gmail.com)
- 担当 : 鯨井未呼斗 (代表)

---

本資料は2025年12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