

# Q&A ワーク

## ～運営編～

### <目的・理念>

Q1	将来、何を目指しているのですか？
A1	・チャレンジできる・しやすい地域社会をつくろう！ ・周辺団体との地域の10年後、20年後のビジョンを共有することが大切です。
Q2	新規事業“オンパク”が本来業務へのリターンをどう実感できるのですか？
A2	・事業開発のポイント（問いかけ）をプログラムを作るときにきちんと確認することで見えるものもあります（商品開発、テスト、お客さんの反応を得るなど）。
Q3	地域間連携の方法（ジャパン・オンパク）として発着地観光が作れないですか？
A3	・ジャパンのメンバー間でのオンパクタツアの企画、開催により、収入源を増やしましょう。 ・旅行業第3種の取得セミナーを実施してみましょく。
Q4	オンパクからビジネスへの道筋は見えないですか？
A4	・旅行代理業、不動産・賃貸仲介業、物販手数料等への展開を検討しましょう。 ・オンパクは元気を循環するエネルギーモデル。ビジネスモデルではないです。

### <事務局>

Q5	スタッフ、パートナーのモチベーションを高めて引き出す企画コーディネーターを担う人材をどう育てるのですか？
A5	・経験を重ねるしかないです。失敗を繰り返しましょう！ ・良かったコーディネート事例をまとめて共有しましょう。
Q6	どの業務と責任を…有償スタッフと無償スタッフの区別の仕方はどうしていますか？
A6	・業務を小分けにし、責任がどれくらいあるか示しましょう。 ・責任をもつものは有償にしましょう。
Q7	各業務（プログラム企画など）のマニュアル化は出来ますか？
A7	・説明会の際に配布出来るものを作成しましょう。
Q8	事務局運営をどうスマートにするのですか？
A8	・個々のスキルをアップさせて、分担していきましょう。
Q9	実行委員会などの組織における各スタッフの役割は何ですか？
A9	・実行委員会の役割分担を組織内で明確にしていましょく。
Q10	スタッフの自立性をどう高めますか？
A10	・一つのプログラムを任せてみましょく（企画～運営まで全て）。
Q11	各業務のスケジュール管理はどうなっていますか？（ex. ガイドブック、プログラム企画など）
A11	・年間スケジュールは事務局で管理し、MLなどで共有しましょく。

Q12	情報の共有はどのように行っていますか？
A12	・ 定例 MTG の開催や ML の利用が挙げられます。
Q13	ガイド・スタッフなどの人材育成はどうやっていくのですか？
A13	・ 定期講習、実技、勉強会を実施しましょう。 ・ プログラムで仕事を任せてみましょう。
Q14	スタッフが上から目線の対応をしているとのパートナーからのクレームがあるときはどうすればいいですか？
A14	・ 人間関係の構築がまずありきです！

### <資金>

Q15	オンパクの運営資金をどう得ますか？（ビジネスモデルをどう築くか？）
A15	・ 寄付、会費、広告等の組み合わせを考えて見ましょう。 ・ 指定管理者となり安定的収益源を得ることも可能です。 ・ ガイドブックを売り、資金を獲得することもできます。
Q16	スポンサーの巻き込み方法と獲得方法はどのようになっていますか？
A16	・ ガイドブックに寄付金付きのコーナーを設置してみても良いかもしれません。

### <プログラム>

Q17	プログラムエントリー費用などの価格、手数料の決め方はどのようになっていますか？
A17	・ 地域で定価を設けましょう。
Q18	地域系タイプとビジネスチャレンジ系タイプのバランスと調整の取り方はありますか？
A18	・ ある程度の骨組みを事前にイメージしてコーディネートしていきましょう。
Q19	ビジネス系チャレンジタイプに対しての有効なアドバイス方法はありますか？
A19	・ 色んな事例を提示してみましょう。 ・ “参加者目線” を伝えることも大切です。
Q20	魅力的なプログラムの作り方のコツはありますか？
A20	・ ノウハウの分かち合いや、地域内での研修の実施と充実が考えられます。
Q21	テストマーケティングとして使う場合はどうすればいいですか？
A21	・ 規模を縮小してでも、きめ細かく対応して質の向上（料金の引下げ等）を図りましょう。
Q22	旅行業法、約款についての法的なクリアの仕方がありますか？
A22	・ 旅行共催で実施や旅行代理店への依頼が考えられます。

### <予約>

Q23	予約の方法と在庫管理のスムーズな実施方法はありますか？
A23	・ 毎日状況チェックしましょう。

### <広報>

Q24	広報戦略のノウハウの共有はどうやっていますか？
A24	・ケーブルテレビ、ネットを利用し、全員が広告塔になりましょう。
Q25	事務局に対する依存が強い中でどうしたら集客できますか？
A25	・自己責任と自助努力の徹底化や地域単位のセミナーによる啓蒙活動を実施しましょう。 ・あくまでもともに考えていくスタイルを明確にしてください。

### <パートナー>

Q26	他力本願なパートナーとの付き合いはどのようにしていますか？
A26	・決めるのは本人であると伝えましょう。 ・何をしたいのかを明確にしてもらいましょう。
Q27	パートナーがわがままになってきていると思われる時はどうしたらいいですか？
A27	・目的を聞いたうえで、切ることも必要です。

### <巻き込み>

Q28	いつのまにか皆をオンパク（パートナー、実行委員）に巻き込むにはどうしたらいいですか？
A28	・みんなで共有できる楽しい経験を増やしましょう。
Q29	パートナーの発見と情報収集の方法はどのようなものですか？
A29	・まち歩きの実践活動による見込顧客の発見を地道に行いましょう。
Q30	ファンクラブの人数を増やす方法はありますか？（共通スキーム作り）
A30	・会員制や会費制の導入でお得感をPRしましょう。

# Q&A ワーク

## ～運営編～

<目的・理念>→詳しくは、ジャパン・オンパク・ウェブサイト「オンパクとは」をご覧ください。

Q1	地域活性化とは何ですか？
A1	・オンパク的な地域活性化とは、地域の住民が地域の魅力に気が付き、その地域の魅力を伝えていく様々な活動を自主的にスタートしていくことだと考えています。そのような変化のきっかけを提供するのがオンパクの役割です。
Q2	自分たちの組織（観光NPOなど）の活動理念との整合性はありますか？
A2	・観光という観点から言えば、今の観光はメディアや口コミでその地域の情報が沢山発信される状況が大切だと考えています。オンパクを通じて、多くの地域の人が様々な取り組みを行うことで地域の情報発信力が増大し、それが地域のイメージをかたちづくり、集客に繋がると考えます。
Q3	自分たちの組織（NPO）と事業との整合性はありますか？
A3	・個々の導入するさいの整合性については、内部でじっくりと議論をする必要があります。集客交流系を目的に運営されているNPOなのか、人づくりを目的なのかを考えてみてください。
Q4	オンパクのゴールは何ですか？オンパクをやると地域はどう変わるのですか？
A4	・それぞれの目標の達成するための新しいチャレンジが続き、その地域が大好きになり、いろいろなことが始まることです。そして、楽しく、チャレンジがしやすい環境が地域に出来上がっていくことです。 ・詳しくは、ジャパン・オンパクのウェブサイトに掲載されている「オンパクとは」( <a href="http://japan.onpaku.jp/onpaku.html">http://japan.onpaku.jp/onpaku.html</a> )をご覧ください。また、地域の変化については、同ウェブサイトの地域の取り組み紹介のページや、パートナー紹介のページ（チャレンジ・パートナーズ）をご覧ください。

### <事務局>

Q5	事務局は誰がするのですか？また、どこに置くのですか？
A5	・それぞれの地域によって、いろいろなケースがあります。ある程度ネットワークのある組織内に置くことがいいのではないのでしょうか？ ・また、主体性があり熱意のあるスタッフ（前のめりの人が必要）がいるといいですね。
Q6	スタッフはどうやって集めるのですか？その際に基準はあるのですか？
A6	・やる気のある人で、動ける人を一本釣りします。 ・地域内で時間がないと言い訳をしない人、価値観の共感と協調性のある人を見つけましょう。 ・趣味趣向の違いは構わないほうが良いと思います。
Q7	どんな事柄を、誰が、どんな手続きで決定するのですか？
A7	立ち上げの時は小さな組織でスピーディーな判断のできるフットワークの軽い組織を作るの

	が望ましいです。
Q8	カリスマ・決裁者を作らないコツはありますか？
A8	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャスティングボードを渡さないこと、自分たちで決定できる環境を作ることが重要です。</li> <li>・組織作りの際の人選も重要です。</li> <li>・トップは他人に仕事を任せる度量が必要です。</li> </ul>
Q9	事務局スタッフの報酬はどうしたらいいですか？
A9	・責任を伴う事務局スタッフの報酬はきちんと支払うことで、自立＋継続ができると思います。
Q10	事務局の業務内容はどこまでですか？
A10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・資金調達、企画、企画募集、打ち合わせ、説明会の開催、ガイドブック、ウェブ制作・管理、予約受付、ファンクラブ立ち上げ、全体コーディネート、現場管理、活動評価が基本的な業務内容となります。</li> <li>・全てを抱え込まない姿勢が、かえって周りを成長させることにもなります。</li> </ul>
Q11	個人が負う最大のリスクはどこまでですか？
A11	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人によって負えるものは違いますし、担当によってもそれは異なります。保険など利用できるものは利用して、リスクを軽減しましょう。</li> <li>・ボランティアスタッフにはリスクを負わせないようにしましょう。</li> <li>・しかし、スタッフは、リスク＝チャンスだと考えましょう。</li> </ul>
Q12	スタッフの仕事量の振り分けはどうしたらいいですか？
A12	<ul style="list-style-type: none"> <li>・誰が何をするかを明確にしましょう。</li> <li>・割り振る人の技量が必要です。</li> </ul>
Q13	スタッフのモチベーションの維持はどうしていますか？スタッフに対する精神的なサポートはありますか？
A13	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最初の世界観の達成度でモチベーションが決まります。</li> <li>・スタッフ同士きちんとぶつかり、目的が共感出来るようになることも重要です。</li> </ul>
Q14	情報共有の仕組みはありますか？
A14	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ML、ケータイメール、WEB上スケジュール管理システムを利用しましょう。</li> <li>・みんなで何かする、みんなで研修に行くなどを仕掛け、時間と価値と共有しましょう。</li> </ul>

### <資金>

Q15	運営資金はどこから、どうやって確保するのですか？
A15	・広告掲載費、助成金（補助金）、協賛金などでまかさないです。
Q16	事業収支をどうして合わせていますか？
A16	<p>黒字を目指す必要はないが、収支バランスは考える必要あります。</p> <p>目的&amp;誰のためにやっているのかの理念が優先されるべきです。</p>
Q17	仲間に対して、お金への不安を解消させるにはどうしたらいいですか？
A17	<ul style="list-style-type: none"> <li>・細目を細かく出して、それぞれに根拠のある費用を算出することで（交通費、印刷製本費、広告宣伝費、会議諸費（お茶代的なもの、会議場費）、運転資金（借入れは利子等）、通信費）。</li> </ul>

	・別府の場合はいつも不安です。いつも戦っています。覚悟を決めて取り組んでください。
--	-------------------------------------------

### <プログラム>

Q18	対象エリアをどうしたらいいですか？
A18	<ul style="list-style-type: none"> <li>・無理のない範囲で、運営可能なエリアで実施していきましょう。</li> <li>・人の巻き込みと同時にエリアも広がっていきます。</li> </ul>
Q19	プログラムの選定基準はありますか？禁則事項はありますか？
A19	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自分たちなりの評価基準をつくり、コンセプトワークをきちんとしましょう。</li> <li>・別府のガイドラインを参考にしてみてください。</li> </ul>
Q20	プログラムのクオリティ・コントロールをどうしたらいいですか？
A20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・つねにお客様が喜ぶことを前提に考えましょう。</li> <li>・クオリティ＝常に一步前進しようというチャレンジ感です。お客様が喜ぶ努力を怠らないでください。</li> <li>・おざなり感もあるものは、除外してもいいのではないのでしょうか。いつもやっているものを集めるだけではオンパクをする意味はないです。</li> </ul>
Q21	どうしたらいいプログラムができるのですか？
A21	<ul style="list-style-type: none"> <li>・良いプログラムとは何でしょうか？一度じっくり考えてみてください。</li> <li>・私たちの考える良いプログラムとは… <ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジしている、</li> <li>・何を伝えたいのかという思いのある、</li> <li>・お客様を喜ばそうと努力しているプログラムです。</li> </ul> </li> </ul>
Q22	依頼してプログラムを提供していただく講師の方にはいくらお支払いしたらいいですか？プログラムの参加費はどのように設定したらいいですか？
A22	<ul style="list-style-type: none"> <li>・料金に見合った内容か吟味することが大切です。</li> <li>・基本的にトライアルユースなので、その目的を達成できる金額があるのではないのでしょうか。（きっかけ作りを優先することが多いかと思います。）</li> </ul> <p>(主催プログラム)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・謝金のベースが必要です（講師、ガイド、会場、アテンド）。</li> <li>・経費をしっかり積み上げましょう（材料費、食事代、お茶代）。</li> </ul> <p>(公募プログラム)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナーが決めましょう。</li> <li>・迷ったら、高いほうの設定をしましょう。</li> <li>・参加者の少なかった場合には次回以降の参加費設定の際に調整しましょう。</li> <li>・運営主体がアドバイスをして適正な値段を見つけましょう。</li> </ul>
Q23	プログラム全体の調整は1人でしたほうがいいですか？それとも複数ですか？
A23	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体の調整役の責任者は1人決めましょう。</li> </ul>

Q24	人数が集まらなかった時の責任の所在はどこになりますか？
A24	・ チャレンジに関しては、運営者の責任です。 ・ パートナーさんから言われる場合が多いが、事前に責任に関しては、パートナー、事務局双方にあることを理解させなければいけないでしょう。
Q25	失敗した場合に想定される最大のリスクは何ですか？
A25	・ 保険や商品説明などでリスク管理をしましょう。
Q26	パートナーが途中で辞めたいと言った時、どうしたらいいですか？
A26	・ パートナーの自主性にまかせましょう。1度や2度の失敗でくじけず、リベンジこそが一番の腕の見せ所・・・リベンジでの成功が一番伸びるパートナーです。

### <広報>

Q27	広報はどのようにしたら良いですか？
A27	・ 最初は可能な限り頑張りましょう。別府はキャラバンから始めました。 ・ 広報の有力手法としては、口コミ（顔の広いパートナーを探す）、新聞（プレスツアー等の実施）、チケット（クーポン）の発行、市の広報誌への掲載などがあります。
Q28	広報の期間はどの位ですか？
A28	・ 最低2～3ヶ月は必要です。
Q29	広報の規模はどの位に設定したらいいですか？
A29	・ 予算とイベント規模の中で、なるべく多くの人目に触れるようにしましょう。ポスターなども忘れずに準備することをお勧めします。

### <巻き込み>

Q30	パートナーへの説明はどのように実施したら良いですか？
A30	・ 別府では一人一人に対する丁寧なヒアリング>全体説明会>個別フォローの流れです。
Q31	パートナー候補の聞き取りで、どんな一言を聞けると「パートナーとしてやってくれる」と判断できるのですか？
A31	・ オンパクの価値観を共有してくれる＝ビジネスベースではないということを理解してくださっていることです。 ・ Q21の良いプログラムも参照してください。
Q32	周りの企業、団体をどうやって巻き込むのですか？
A32	・ 企業団体からひとりずつ協力者を作っていく、負担感のない広告などからお願いしてみてもいかがでしょうか。