

Q&A ワーク

～地域編～

<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	オンパクに取り組む目的はなんですか？
A1	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の人々が自信を持って生活できるための取り組みです。オンパクに関わる人々の変化のための手段であり、チャレンジしやすい“環境”を整備、提供し、“ネットワーク”の充実を図っています。 ・ 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」(http://japan.onpaku.jp/onpaku.html)をご覧ください。
Q2	誰のためにやっているのですか？
A2	<ul style="list-style-type: none"> ・ パートナー、参加者、自分、地域、日本、将来のためです。 ・ パートナーはまず自分が輝くことを考えてください。
Q3	やったことによる効果は何ですか？
A3	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係した全ての方が地域の良さ（らしさ）を確認できます。 ・ 自分が行ったことへの自信が付き、将来への自信につながります。

<手法>

Q4	なんでもっと長くやらないのですか？1年中しないのは何故ですか？
A4	<ul style="list-style-type: none"> ・ “限定”の良さもあります。 ・ 予算規模にもよりますし、1年中やると集客が難しくなり大変ですよ。
Q5	プログラムを集中的にまとめてやる意味は何ですか？
A5	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベントプロモーション効果の最大化につながります。 ・ 集中的にやることにより、地域全体を売ることが出来るようになります。 ・ 質を高め、運営が出来るチカラをつけることが出来ます。 ・ 関わる人みんなが広報するので、一人で広報するより効果が高いです。
Q6	少人数で予約制では旅館のお客様に勧められません。なぜそんなやり方なのですか？
A6	<ul style="list-style-type: none"> ・ オンパクは、大量集客の手段ではありません。少人数予約制とすることで、顧客満足度を高めることができます。ただし、旅館のお客様も参加できるような散策などのプログラムをありますのでそちらをお勧めしてみてください。 ・ また、オンパクから日常化につながったプログラムもありますので、そちらをお勧めしていただければと思います。

<資金>

Q7	事務局の運営費、印刷費はどうしているのですか？
A7	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基本的には補助金やこの取り組みに共感していただいたスポンサーさんからの支援金です。

<オンパクの取り組みを始めたいと思っている地域>

Q8	オンパクを実施するために何から始めたら良いのでしょうか？
A8	<ul style="list-style-type: none"> ・まず、オンパクを実施している地域を見に行きましょう。 ・地域単位のオンパクセミナーを行うことによって、広報戦略と収入源を増やしましょう。
Q9	オンパクへの参加費の設定はどのように行っていますか？
A9	<ul style="list-style-type: none"> ・運営主体によって違います。各地域で設定していく必要があります。別 ・府の場合には、営利目的の場合のパートナー様には、ガイドブック掲載料を大枠21,000円、小枠10,500円で頂いています。非営利目的の場合には、特に参加費、掲載料は頂いておりません。

<プログラム>

Q10	私達の活動をプログラムにしても普通すぎて面白くないと思うのですが…？
A10	<ul style="list-style-type: none"> ・ソト目線を大切にしましょう。スタッフの方は“お客様の声”を伝えるようにしましょう。 ・その世界には当たり前でも知らない人には新鮮なこともたくさんあります。
Q11	プログラム参加費の設定の仕方がわかりません。
A11	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様を呼びたいなら「納得感」、「値ごろ感」が大切です。 ・ビジネスプログラムは「広告掲載費を取り戻そうと思わない」かつ「本業に支障をきたさない料金」を設定するようにしましょう。
Q12	質にこだわらず、自分のやりたいことだけをたくさんプログラムにしたいのですが…。
A12	<ul style="list-style-type: none"> ・参加するお客様の視点で考えて、ある程度の質は確保しましょう。 ・自己満足だけにはならないように、注意しましょう。質の確保と自分のやりたいことの両立は出来ますよ。 ・スポンサーさんがどのような意図でサポートしてくれているのかを考えてみましょう。
Q13	プログラムから直接的な利益が得たいのですが…。
A13	<ul style="list-style-type: none"> ・悪いことではありませんが、かなり限定的です。
Q14	去年（前回）と同じ企画でもいいですよね？（変化・進化しようとしな）
A14	<ul style="list-style-type: none"> ・何のためにやっているかを再度確認してみてください。原点に戻ってみましょう。 ・お客様の“声”をアドバイスにプログラムを組んでみてください。
Q15	頼まれてプログラム企画してみたけど、集客が少なかったです。続けてやっていく意味あるのでしょうか？
A15	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナーさん次第ですが、たった1回の企画で継続を判断しなくてもよいのではないのでしょうか。 ・集客だけが目的ではないですよ。 ・なんで集客できなかったかその理由をもう一度考えて、みんなでプログラムを作りなおしていくことが大事でしょう。

<予約>

Q16	予約システムの使い方がわかりません。
A16	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページの予約の仕方をご覧ください。 ・随時改善に取り組んでおります。
Q17	電話がつながりません。
A17	<ul style="list-style-type: none"> ・たくさんのご予約が入り、嬉しい悲鳴です。予約スタートの際には、回線を増やすなどの努力を行っておりますが、プログラム参加者の皆様には未だにご迷惑をお掛けしているようで申し訳ありません。HPから予約することも可能です。ご検討ください。

<広報>

Q18	宣伝はどのように行っているのですか？
A18	<ul style="list-style-type: none"> ・メインはガイドブックとホームページとなります。 ・潤沢に予算があるわけではないので、メディアを上手に活用することや、皆様の口コミが重要な広報手段となります。
Q19	オンパクの告知内容が不明です。こちらまで届いていません。
A19	<ul style="list-style-type: none"> ・ご不便をお掛けいたしております。住所を教えていただければ、ガイドブックを郵送させていただきます。
Q20	ポスターだけだと何をやっているかわからないのですが。
A20	<ul style="list-style-type: none"> ・ご不便をお掛けいたしております。ポスターでは、オンパクの名前を知っていただければと考えております。期間と問い合わせ先を掲載しておりますので、住所を教えていただければ、ガイドブックを郵送させていただきます。
Q21	まだ地域には“オンパク”を知らない人がたくさんいますよ。
A21	<ul style="list-style-type: none"> ・皆で広げていく活動です。一緒に広める方法を考えていきましょう。

<パートナー>

Q22	どうやったら参加できますか？
A22	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局にお問い合わせください。 ・地域セミナーの開催などを計画しておりますので、是非ご参加下さい。
Q23	オンパクに参加するメリットは何ですか？
A23	<ul style="list-style-type: none"> ・少ないコストでビジネス・チャレンジ、活動のプロモーションが出来ます。 ・経験のあるスタッフから会場の紹介、パートナーの紹介、企画についてのアドバイスが受けられます。 ・他のパートナーの方とのコラボレーション・プログラムを提供することも出来ます。 ・地域でのネットワークが広がります。 ・一人でやるよりも効率的に集客出来ます。 ・顧客をシェアすることによって顧客獲得のチャンスが拡大します。

<行政>

Q24	オンパクの所轄が不明です。
A24	<ul style="list-style-type: none">・運営主体にとって最もメリットがあるところと組むようにしています。・行政に対して一つのセクションに集中せず、あらゆるセクションを巻き込んでいきたいと考えています。

Q&A ワーク

～地域編～

<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	オンパクに取り組む目的は何ですか？
A1	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の人々が自信を持って生活できるための取り組みです。オンパクに関わる人々の変化のための手段であり、チャレンジしやすい“環境”を整備、提供し、“ネットワーク”の充実を図っています。 ・ 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」(http://japan.onpaku.jp/onpaku.html)をご覧ください。
Q2	どうしてする必要があるのですか？
A2	<ul style="list-style-type: none"> ・ 多くの地域で、地域の住民を含めて、地域の魅力が十分に把握されていない状況にあります。地域活性化の第一歩として、まずは多くの人々が地域資源に気がつくことが重要です。オンパクでは、プログラムの提供を通して、多くの地域資源が発掘されています。 ・ 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」(http://japan.onpaku.jp/onpaku.html)をご覧ください。
Q3	オンパクをやるとどんな効果がありますか？地域はどう変わるのですか？
A3	<ul style="list-style-type: none"> ・ 知っているようで知らない地域の魅力を知ることによって、ますますまちが好きになります。また、まちに積極的に関わりたく、考えたくなり、自分も参加したくなります。 ・ 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」(http://japan.onpaku.jp/onpaku.html)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。
Q4	オンパクは面白いのですか？
A4	<ul style="list-style-type: none"> ・ 面白くやることが大切です。 ・ ジャパン・オンパクのウェブサイトに掲載されている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。
Q5	「オンパクを一言で説明すると？」と聞かれたときにどう説明しますか？
A5	<ul style="list-style-type: none"> ・ まちを元気にする取り組みです。
Q6	他のイベントと何が違いますか？
A6	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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」(http://japan.onpaku.jp/onpaku.html)をご覧ください。

<プログラム>

Q7	何をやってもいいのですか？
A7	<ul style="list-style-type: none"> ・ 法律に触れないものであれば、特に規制は設けておりません。 ・ しかし、各地域のガイドラインの形態によって多少の違いがあります。別府の場合には、宗

	教の勧誘・商品の斡旋はお断りしています。
Q8	参加者を惹きつけるプログラムのコツは何ですか？
A8	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットが明確であること、 ・楽しませるツールがあること ・タイトルに工夫があること、 ・プログラム提供者が楽しんでやっていること、 ・プレミアム感、限定感があること、 ・サプライズが隠れていること <p>などが参加者を惹きつけるプログラムにつながりやすいです。</p>
Q9	プログラムの採用基準はありますか？
A9	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域の企画グループが決めていきます。基本的には、どのようなプログラムでもお受けするようにはいたしておりますが、クオリティを維持するため、プログラム内容にお願いを出す場合もございます。 ・また、毎回、同じプログラムの提供を避けているか、オンパクだけの特別感のあるようなチャレンジを加えていただけているかはプログラム採用の際には考慮させていただいております。
Q10	プログラム企画からオンパクの実施までどのくらいの期間が掛かるのですか？
A10	<ul style="list-style-type: none"> ・最低でも半年程度は必要です。
Q11	プログラム参加費の設定基準はありますか？
A11	<ul style="list-style-type: none"> ・必要経費（材料費、講師料、会場費、交通費 etc.）、補てん費などを加味し、お客様の視点に立って、適正な額を設定する事をおすすめします。 ・必要な場合には、事務局のスタッフが参加費設定のアドバイスを行うことも可能です。
Q12	広報はどうやるのですか？
A12	<ul style="list-style-type: none"> ・メインはガイドブックとホームページとなります。 ・潤沢に予算があるわけではないので、メディアを上手に活用することや、皆様の口コミが重要な広報手段となります。
Q13	どうやって参加者を集めるの？
A13	<ul style="list-style-type: none"> ・オンパクに関わる皆で協力して、参加者を集めて行く必要があります。全てを事務局任せにしていると、集客は厳しくなります。みんなで創っていく事業ですから、皆さんの協力が必要です。 ・一人で可能な集客も皆でやりあうとより大きな効果が出てきます。
Q14	ゴミが増えたり、地域に迷惑がかかったりすることはないのですか？
A14	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラム企画の段階から、地域に迷惑がかからないように配慮していきましょう。
Q15	免許・許認可の申請の必要ありますか？その場合の負担は？
A15	<ul style="list-style-type: none"> ・提供するプログラムによっては必要な場合もあります。 <p>例えば、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バスを使う場合、宿泊もある場合

	<p>→旅行業免許が必要です。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品を取り扱う場合 <p>→食品衛生責任者が食品衛生法に従う必要があります。</p>
Q16	当日、プログラムが開催できなかった時の対応はどうするのですか？
A16	<ul style="list-style-type: none"> ・プログラムの開催ができない場合には、大きく分けて2つのケースがあります。 <ol style="list-style-type: none"> 1. 最少催行人員に参加者が満たない場合→催行決定の最終締め切りを決め、キャンセルになった場合の対応を事前にガイドブックなどに明記しておきます。キャンセルが決定した場合には、プログラム参加者になるべく早く伝えるようにしましょう。 2. 悪天候や急にハプニングが起きた場合→プログラム参加者には、一刻も早く直接お電話にて連絡を差し上げることをお勧めします。
Q17	事故があったらどうするのですか？
A17	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局で一般的なイベント保険には加盟しております。 ・アウトドア・プログラムの場合には救急セットの持参は必須です。
Q18	プログラムでトラブルがあった時は責任を誰が取るのですか？
A18	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的には主催者（パートナー）が責任をとります。 ・現場できちんと対応し、実行委員会に報告してください。実行委員会が必要な対応をとらせていただきます。
Q19	苦情対応は？
A19	<ul style="list-style-type: none"> ・現場できちんと対応し、実行委員会に報告してください。実行委員会が必要な対応をとらせていただきます。
Q20	パートナーがプログラムに参加する際にかかる費用はいくらですか？
A20	<ul style="list-style-type: none"> ・運営主体の運営方針によります。各地域で運営方針の説明を聞いてください。 ・別府の場合は、営利目的のパートナーからはガイドブックの掲載料を大枠21,000円、小枠10,500円で頂いています。
Q21	人が集まらないときに誰が責任を取るのですか？
A21	<ul style="list-style-type: none"> ・個々のプログラムの集客に関しては、企画を考えている皆様と実行委員会（運営主体）の共同責任とご理解ください。 ・テストマーケティングも兼ねたプログラムであれば、人が集まらなかったことも成果として活かすことが出来ます。 ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q22	プログラムは赤字になることはないのですか？赤字になったらどうするのですか？
A22	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナーさんの捉え方次第です。赤字を覚悟でプロモーションやチャレンジの場として参加されている方もいます。 ・また、原則として赤字補てんはしません。 ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、

	このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q23	準備がおしてきた時の打開方法、判断基準、決定権者は？
A23	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナーさんの努力次第です。 ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q24	失敗した場合に想定される最大のリスクは？
A24	<ul style="list-style-type: none"> ・一般的なイベントをする際と同じとお考えください。 ・イベント保険には各地域の運営主体が入るようにしています。 ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q25	キャンセル時の補償はどうなるのですか？
A25	<ul style="list-style-type: none"> ・主催者側のリスクとなります。 ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q26	時間的負担は？
A26	<ul style="list-style-type: none"> ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q27	精神的負担は？
A27	<ul style="list-style-type: none"> ・皆と分け合って作り上げていきましょう。 ・ただし、オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q28	モノ（場所、備品）の負担は？
A28	<ul style="list-style-type: none"> ・オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思います。
Q29	忙しくて時間がないけど、どれ位サポートしてくれるの？
A29	<ul style="list-style-type: none"> ・写真やガイドブックの制作等では、運営主体のスタッフがお手伝いできることもあるかもしれませんが。 ・ただし、オンパクは、基本的にはボランティアな気持ちで参加していただいている取り組みですので、このような部分には参加してくれている方の気持ちによります。ただ、このように運営主体への依存度の高い方と一緒にオンパクを作り上げていくことはとても大変だと思

	ます。
--	-----

<パートナー>

Q30	興味はあるけどどんなことをすればいいのですか？
A30	<ul style="list-style-type: none"> ・あなたの得意なこと、自信のあること、好きなことをプログラムにしてください。 ・1人ではなくお仲間と一緒にプログラムを作られても構いません。 ・また、プログラムの提供のほか、実行委員会のメンバーとして運営に関わることを可能です。
Q31	パートナーにとってのメリットは？
A31	<ul style="list-style-type: none"> ・少ないコストでビジネス・チャレンジ、活動のプロモーションが出来ます。 ・経験のあるスタッフから会場の紹介、パートナーの紹介、企画についてのアドバイスが受けられます。 ・他のパートナーの方とのコラボレーション・プログラムを提供することも出来ます。 ・地域でのネットワークが広がります。 ・一人でやるよりも効率的に集客出来ます。 ・顧客をシェアすることによって顧客獲得のチャンスが拡大します。
Q32	パートナーにとってのデメリットは？
A32	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的にはありません。 ・参加料などが発生するので、その回収が出来ない場合もあります。
Q33	パートナーになるにはどうしたらいいの？
A33	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局に一言お声をお掛け下さい。 ・各運営主体の判断によりますが、基本的には参加規程などは設けておりません。

<スポンサー>

Q34	スポンサーになったら何かメリットあるの？
A34	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットに広告を掲載させていただきます。 ・社会貢献、地域貢献しているイメージが付きまます。 ・地域が元気になれば、自社のメリットにもつながります。 ・個人のメリットを考えるのではなく、みんなで地域を元気にしていきましょう。 ・定期的に活動の報告などをさせていただきたいと思えます。
Q35	スポンサーにとってのデメリットは？
A35	基本的にはありません。

<行政>

Q36	行政にとってのメリットは？
A36	<ul style="list-style-type: none"> ・地域活性化を主体的に実施する地域や団体が成長します。 ・地域が活性化すると税収が増加します。
Q37	行政にとってのデメリットは？

A37	・基本的にはありません。
Q38	行政はどこまで関わるのか？
A38	<p>・地域によってかなり違いはありますが、行政ならではのネットワークや情報を生かしていただければと思います。また、行政の広報紙に掲載していただければ、宣伝効果が高いです。</p> <p>・団体の認知が低い時には、積極的に側面支援をお願いします。活動に対する信頼感が増します。</p>