オーガナイザーチェックシート（MKsoul主観）

MKsoul Promotion

オーガナイザーを選択する上で押さえておくといいと思われるポイントをチェックシートのような形で整理しました。過去に相談を受けたことのある事案、内容、経験、ヒアリングなどを踏まえ、あくまでMKsoul主観の内容であり、絶対、というものではないです。
ライバー活動の目的・目標も人それぞれ違うかと思いますので、それ次第のところもあるかと思いますが、まずは、ライバー活動を健全に安心してストレスなく行うために、という視点で簡単に整理しています。

◆ 会社や事業自体について

- □ オーガナイザー（代理店）事業含め、事業内容（目的）が明確かつ適切か
- □ オーガナイザーとしての実績、経験値、見通し
- □ インボイス（適格請求書）発行事業者か **[※1]**
- □ 運営、経営の健全（安定）・信用性
  （事務スキル、IT（システム）スキル、情報管理、広報、税務、法務等、事業を行う上でのコアスキルをケアできているか（コストを充てられている、あるいは、スキルを持っているか）、財務状況、事業規模等、必要に応じて、帝国データバンク、厚生年金保険・健康保険 適用事業所検索システム等で確認等も）

◆ お金に関するルール等

- □ ルームの売上の分配率が明確になっているか **[※2]**
- □ プレミアムライブチケットの売上の分配率が明確になっているか **[※2]**
- □ タイムチャージの売上の分配率が明確になっているか **[※2]**
- □ 各分配率が推奨値からかけ離れていないか
  （推奨値から下にかけ離れている場合、相応の見合う・納得できる理由があるか）
- □ 各売上分配金等の支払条件は明確になっているか
- □ 各売上分配金等の支払方法は明確になっているか
- □ 各売上分配金等の支払タイミングは明確になっているか
- □ 消費税の扱いが適切に行われているか
- □ 免税事業者への支払いの扱いが明確になっているか
- □ 分配金の支払い及び税金の支払い・納付は適切に行われているか **[※3]**
  （支払明細に、支払額、消費税額、源泉徴収税額、振込手数料額、振込額が明示されているか）

◆ ライバー活動に関するルール等

- □ SHOWROOM規約等以外に条件や制約、ルール等はあるか
  （配信場所、配信内容、配信回数、配信時間、イベントへの参加などのルールがあるか等）
- □ 移行（ルームの引継ぎ）が可能か、条件等があるか **[※4]**
- □ 契約・登録期間等があるか、中途解約などは可能か・条件等があるか
- □ ライバー活動に於ける契約（登録）か、その他の活動含めてのマネジメント契約か（望む形か）
- □ ライバー活動以外の活動への制限・制約等の有無

◆ その他

- □ ケア・サポートしてほしいことがしてもらえるか（実現するか）、条件等があるか
- □ 企業のコアスキル等が自分の活動に足りない部分を補完するものか
- □ 総合的に見て、信用・信頼のできる事業者・人か、納得・同意できる内容か（必要に応じて信用調査を）
- □ サポートの質、コミュニケーション・リアクションスピードなどは適切か

※1： インボイス（適格請求書）発行事業者登録をしていない場合、SHOWROOM社からの分配金（率）が、
登録事業者より少ないため（SHOWROOM社に限らず）、ライバーも不利になる可能性がある。
同業種に於ける事業者は、課税事業者である（登録をしている）べきなので、前提のようなもの。
（免税事業者（インボイス（適格請求書）発行事業者登録をしていない事業者）は極力避けた方がいい）
確認方法：
①法人検索で法人番号を確認
https://www.houjin-bangou.nta.go.jp/
②法人番号で適格請求書発行事業者を検索
https://www.invoice-kohyo.nta.go.jp/
（登録されていない場合、ヒットしない（エラーと表示される））

※2： 「ルームの売上」「プレミアムライブチケットの売上」「タイムチャージの売上」それぞれ算出ロジックが異なるため、それぞれ明確にすべきこと。

※3： 消費税：原則、課税取引のため、消費税課税内容が明確になっている必要がある（支払者の義務）
源泉徴収税：義務対象の報酬になるため、適切な控除及び納付が行われている必要がある（事業者の義務）
毎月の明細の確認、毎年の支払調書の確認は必ずするようにしましょう。

※4： 会社によっては、移行許諾をしない方針や条件等がある場合もあるため、予め明確にしておくべきこと。

◆ その他、注意した方がいい事業者・ケース例（一概にダメということではないです）

- □ 質問をした場合や確認事項の照会をした場合、回答が明確ではない、あるいは、曖昧な事業者
- □ 不特定多数に手当たり次第に勧誘のDMを送信しているような事業者
- □ その会社の従業員ではない方からの勧誘のDM（知人等からのオススメや紹介ではなく）
- □ LINEに誘導する事業者
- □ 最近オーガナイザーになった知り合い、友好的な方から誘われた、といったケース
- □ オーガナイザー（会社運営）兼ライバーのような事業形態
- □ アカウントを割り振られてのオーディション企画で、必要以上にSHOWROOM審査期間が長いケース
- □ コーポレートサイト（企業ホームページ）の質が極端に低い
- □ コーポレートサイトのドメインが独自ドメインではない
- □ メールアドレスがフリーメール

ご自身の活動の目標、ライバー活動の目的・目標、考え、方針等を踏まえ、オーガナイザーに求めること、
望ましい関係性や距離感等は変わってくるかと思いますので、最終的には個々の基準・判断のことでもあります。
ですので、当シートは、あくまで参考程度、と考えていただけたらと思います。