

令和4年度

関係人口創出・拡大のための対流促進事業
(中間支援組織の提案型モデル事業)

事業の実施結果
(概要)

団体名	株式会社SAGOJO
事業名	「地域のお手伝いをする滞在」を通じた関係人口創出サービス「TENJIKU」の自走化トライアル事業

- 地域のお手伝いをしながら、宿泊費無料で地域に滞在することができるサービス「TENJIKU」の導入によって、地域が経済的な価値を得られる仕組みを構築した。
- 「TENJIKU」のコンセプトを「無料の滞在」から「お手伝いを通じて地域の仲間になるという新しい旅体験」へと刷新するとともに、システムのリニューアルにより、地域と利用者のサステナブルな関係づくりを促した。

主な活動内容

1. マネタイズモデルの導入

「TENJIKU」利用者が地域への共感に応じて寄付することができる「サゴチップ」を導入。

2. コンセプト刷新による情報発信内容の変更

案内人の地域でのビジョンや思い（例：住みたい人が住み続けられる持続可能な地域へ）と、その実現のための「ミッション（お手伝い）」（例：温泉掃除、草刈り、カフェ、キャンプ用品の掃除など）を押し出し刷新。

3. 地域と関係人口の交流機能の強化

- 地域案内人がユーザーと直接コミュニケーションできるチャットシステムを実装。
- 滞在后、ユーザーが地域との関係をオンラインで持ち続けることができる仕組みを実装。



SAGOJOサイトトップのリニューアルバナー



TENJIKUページでのサゴチップ説明

主な成果

1. 参加者や地域の声

- TENJIKU利用者からは、「サゴチップについて「地域を応援できる良い仕組み」との評価を得られた。
- 地域案内人からも「地域にとって、TENJIKUを続けるために必要な取組」との評価を得ることができた。

2. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 寄付モデル「サゴチップ」の金額を上げていくことは地域としても、SAGOJOの事業としても継続性担保のために重要だが、案内人は「サゴチップ」を積極的に案内することに抵抗感を持つこともある。
- このため、サゴチップはSAGOJOから案内していくことと、寄付により実現したいビジョン・用途を明確にするなど、案内人から積極的に案内してもらうための知見の共有が必須であり、現在案内人用マニュアルを整備中。

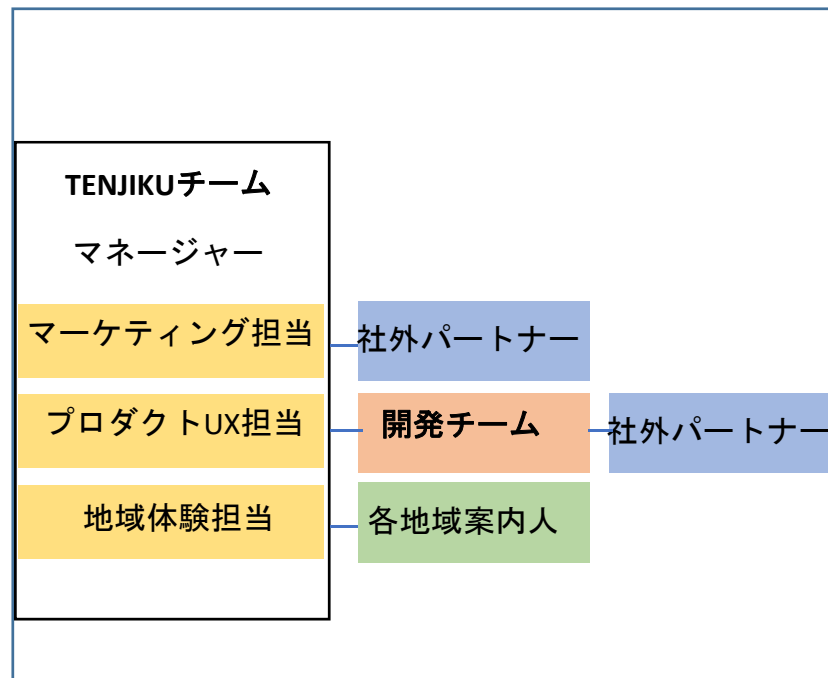


ユーザーがミッション体験をSNS投稿



「新しい旅のかたち」としてメディア掲載

事業実施体制・関係機関



団体名	役割
合同会社フリーランスビレッジ	システム開発
ユニコーンミュージアム株式会社	コピーライティング・プロモーションの実施など
奈良県 吉野町	奈良県 吉野町のTENJIKUの委託主・関係案内人
一般社団法人白山しらみね自然学校	石川県 白山市 白峰地域のTENJIKUのオーナー・関係案内人
合同会社いとしまちカンパニー	福岡県 糸島市のTENJIKUのオーナー・関係案内人
移住体験施設 オカモノヤシキ	京都府 京丹後市のTENJIKUのオーナー・関係案内人
WhyKumano	和歌山県 那智勝浦町のTENJIKUのオーナー・関係案内人
水沼駅温泉センター	群馬県 桐生市のTENJIKUのオーナー・関係案内人

次年度以降の事業展開

- TENJIKU拠点数・利用数が増えても体験の質が下がらないように、TENJIKUトップページ・拠点ページ・システム面の改善を行う。
- 地域拠点とサービスの持続性向上のため、今回導入したサゴチップの利用者/地域側双方の認知度・寄付インセンティブを向上させる。
- TENJIKUユーザー拡大のため、利用者向けのマーケティングを実施する。
- TENJIKU開設希望拠点からの問合せは多いため、自走可能な拠点の開発をスムーズに実施できる体制を構築する。
- TENJIKUを利用した法人メニューを開発する。

4-6月：継続的なマーケティング体制構築
 プロダクトUX改善
 システム本リニューアル仕様検討
 目標拠点数20

7-9月：システム本リニューアル仕様決定

10-12月：システム本リニューアル開発
 目標拠点数35

1-3月：システム本リニューアルリリース
 サゴチップの仕様アップデート

TENJIKUサービス事業計画概要

	費目	R5	R6	R7
支出	TENJIKU事業人件費	11,860,500円	18,964,862円	22,635,407円
	システム開発費	20,000,000円	12,000,000円	18,720,000円
収入	寄付収入	1,274,720円	5,532,267円	14,826,667円
	法人売上	12,084,490円	21,648,620円	32,754,070円

自立・自走化にあたっての課題

- 寄付モデル「サゴチップ」は、コンセプトレベルでは地域 / ユーザー双方に支持されているが、現時点ではユーザー側の認知度が低く、利用者の寄付率は高くない状況。ユーザーの認知度・寄付インセンティブを高めることが課題。
- 今回、サゴチップを導入し、地域案内人が利用者とコミュニケーションできる状態になったため、TENJIKU運営地域が自走するための準備が整った。このモデルで、実際にユーザーの受入れの量を上げていった際に、体験の質を担保しながら、サゴチップの寄付額も持続可能なレベルに保つことができるかが、次の課題となる。