

# AwaLand GO

## ~ゲーミフィケーションで巡る新しい観光の未来~

金津創作の森美術館

アートコア(レストラン&ショップ)

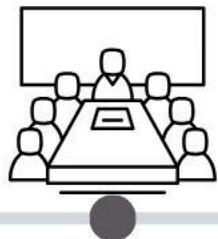
KANAZ FOREST OF CREATION ART MUSEUM

野外美術館



福井大学大学院  
工学研究科  
経営・技術革新  
工学コース  
竹本研究室

【チームあわら】  
今原幸大  
山下夏輝  
増井優希  
黄子馨  
近藤隼人  
稻田寛



## 1 導入

## 2 取り組む施策

## 3 分析結果

## 4 提案と効果

◆ 私達について

◆ 看板デザイン

◆ AwaLandデータ分析

◆ AwaLand GO概要

◆ あわら市の特徴・背景

◆ 看板効果

◆ 先行研究

◆ 既存観光体験との比較

◆ 自転車実装

◆ AwaLand実装

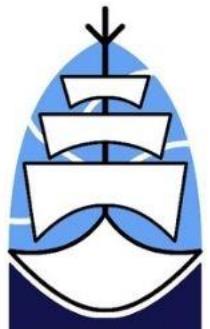
◆ 仮説

◆ 昨年度との比較

◆ AwaLand背景・提案

◆ アウトカム





Takemoto Lab

## 竹本研究室の研究・活動内容

本研究室では工学研究科ながら新事業創出や、地域活性化等に関する研究を行っており、**統計分析**を中心に学んでおり、**ナッジ理論**や**ゲーミフィケーション**などの社会科学についても研究している。2021年から私たちのチームは2024年に北陸新幹線が福井県まで延伸することをきっかけに福井県の地方創生につながるアイデアを創出しようと考えた。私たちのチームは「あわら市」に着目をし、活動を開始した。昨年度はあわら市の『観光』に着目しあわら市の特徴を活かした、新しい観光体験を提供する提案をした。昨年の実績として「地方創生☆政策アイデアコンテスト2023」において【地方創生担当大臣賞】を受賞し、産学官連携での活動において、提案の実装まで行うことができた。



### 統計学

平均値の差を統計的に検定する『t検定』や、要素間の関係の強さをモデル化する『共分散構造解析』を用いることで、データを根拠とした提言を行うことができる。



### ナッジ理論

人々の意思決定を強制や指示ではなく、選択の環境を設計することによって、よりよい方向へ導く理論。ナッジ理論を用いることで、無理なく人々の行動変容を促すことができる。



### ゲーミフィケーション

ゲームデザイン要素やゲームの原則をゲーム以外の物事に応用すること。人々のモチベーション向上させる効果があり、ナッジ理論とともに人々の行動変容を促す。



### POINT!

私たちは**統計分析**や**ナッジ理論**・**ゲーミフィケーション**を用いて、提案・実装を行っている。昨年度の提案内容を実装し、それを分析した結果を通してさらなる提案を発表する。

# 1.2 あわら市の特徴・背景

## あわら市の特徴

### ① 概要

福井県北部に位置しており田園風景が広がっている  
人口 26,370人（2024年11月時点）



### ② 魅力的な観光地

あわら温泉は130年以上の歴史を持ち、泉質の異なる  
74本の源泉を有している。また自然のロケーションに  
合う庭園も整備されている。



## あわら市の背景

### 観光客（宿泊客）の減少

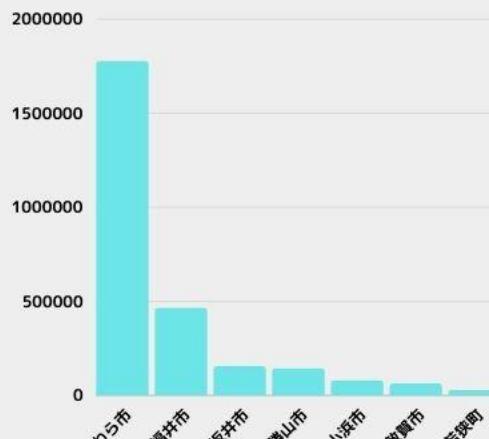


Fig.1 福井県の市ごとの宿泊者数  
RESAS2023年度より筆者作成

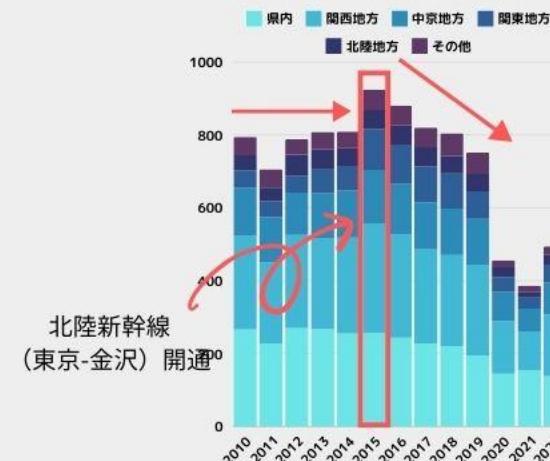


Fig.2 あわら温泉の地域別宿泊者数の推移  
あわら観光白書より筆者作成

### 二次交通の未発達

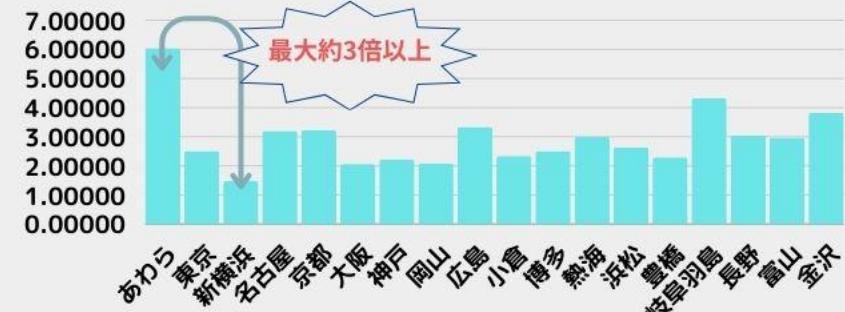


Fig.3 車移動と公共交通機関の所要時間の倍率  
RESAS2023年度より筆者作成

### POINT!

あわら市は魅力的な観光地だが、ピークに比べ観光客が減少している。また、新幹線開通後の二次交通が発達していない。

# 1.3 自転車実装（去年を踏まえて）



二次交通未発達問題の解決策として

2023年度より产学研官連携事業としてレンタサイクル導入！

1

## 組織図



福井大学  
経営・技術革新工学研究室

集められたデータの分析や  
課題の抽出

改善策をあわら市に提案

あわら市/観光振興課

- ・自転車やキックボードの管理
- ・補助金の支援



HDP project

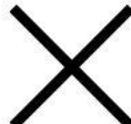
- ・GPSの管理
- ・アンケートデータの収集
- ・サービスの運用・実装



2

## 内容

全車体にGPSを搭載しており、  
利用後にはアンケートに回答してもらっている



GPSを取り付けた自転車

利用前後で記入してもらう  
アンケート



**POINT!**

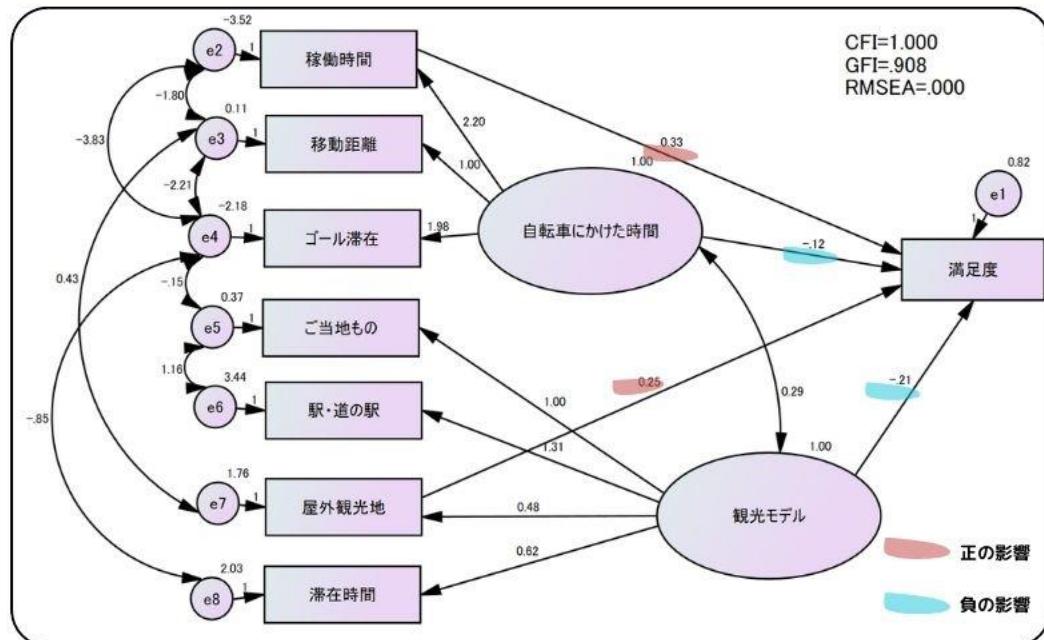
利用者の移動経路とアンケートから  
定量データ・定性データによる分析が可能

# 1.4 AwaLand背景（去年を踏まえて）

昨年度収集したGPSデータとアンケートデータを用いて共分散構造分析した結果

## 💡 共分散構造分析とは

複数の変数間の仮説的な因果関係を検証し、その因果関係の強さを明らかにする  
「多変量解析」と呼ばれる分析手法のひとつである



### 考察

- あわら観光は、満足度に負の影響 (-0.21) を与えているが、屋外観光地は、満足度に正の影響 (0.25) を与えている  
→自転車の稼働時間が正の影響を与える事も合わせて考えると、自然の風景や、匂い、風などを楽しむ事の出来る屋外観光地が自転車と相性が良いと考えられる。
- 自転車にかけた時間は、満足度に少しだけ負の影響 (-0.12) を与えているが、稼働時間は満足度に正の影響 (0.33) を与えている。  
→自転車にかけた時間が満足度に負の影響を与えるのは、道路が狭いことやガタガタであること、また次の目的地までが分かりづらいことにより、道を間違えることがあるためだと推察する。



Fig. 4 共分散構造分析結果

## POINT!

自転車と相性の良い景色や観光地を巡りそのルートが快適であるほど満足度が上がる

# 1.5 AwaLand提案（去年を踏まえて）



～QRでご紹介～

## チャリで巡る！絶景 AwaLand

観光客が予定している観光地間にある穴場スポットをご紹介し、その観光地へ寄り道することを促す。  
地元の人だからこそ知る、自然や屋外観光地などを紹介することであわら市全体を満喫してもらう。  
方法は、各観光地にGoogle Maps、Instagramに飛ぶQRコードを記載した看板を複数設置し  
付近の穴場スポットまでのおすすめルートや紹介動画を表示する。

### 観光客の動き



### POINT!

計画している目的地へ向かう道中の寄り道を楽しんでもらうという新形態の観光体験を提供する

想定される観光客の予定：複数の行きたい観光地を決め、順に回っていく  
◎本提案は、想定される観光客の予定に対し周辺観光地への寄り道を紹介する

### 想定する観光客の動き

- ①：観光客が予定している目的地に到着
- ②：次の目的地に向かう前に、現在地の周辺にフラッと立ち寄れる  
観光地があることを知り、QRコードを読み取り、詳細やルートを調べる
- ③：その観光地へ寄り道し、思いがけない観光を満喫する
- ④：本来行く予定だった次の目的地に向かう  
上記の①～④を繰り返す！



# 2.1 Awaland看板デザイン

## 3種類の看板デザインを用意しアンケートを実施



デザインA



### アンケート対象

福井大学の学生：172人

### アンケート内容

- ・A, B, Cの3種類の看板を5段階で評価
- ・最も良いと思った看板の目立つ要素
- ・改善案・アイデアの自由記述

デザインB



デザインC

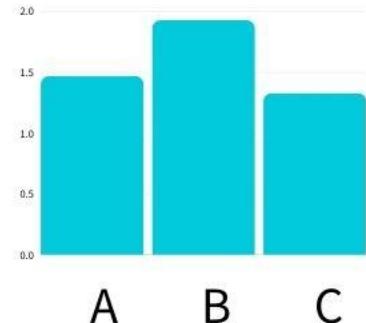


所要時間と紹介動画  
をメインに紹介

背景を黄色にして目立た  
せ全般的にシンプルに

特徴的なデザイン  
で奇抜に

## 検定結果



t	-6.70678
P(T<=t) 片側	4.3E-11
t 境界値 片側	1.64943

Table.1 デザインAとBの検定結果

Fig.5 アンケートデータより筆者作成

平均スコアは、デザインA：3.47、B：3.93、C：3.33であった  
一元配置分散分析により3種の看板デザインを比較  
その結果、統計的に有意な差が見られたため、**3つの看板で評価  
に差があることが分かった** ( $p = 4.3E-11 < 0.05$ )

F検定の結果、等分散性を仮定で來たのでそれぞれのデザイン  
に対して、Studentのt検定を有意水準1%で行った。(Table.1が  
一例)

**その結果からデザインBに有意差があることが分かった。**

➡ **デザインBをベースに看板を作成**

# 2.2 AwaLand看板の効果



## ナッジ要素の紹介

小さなきっかけで人々の  
意思決定に影響を与え  
**行動変容を促す手法・戦略**

## フレームワーク【E A S T】

- |                           |            |
|---------------------------|------------|
| Make it <b>Easy</b>       | : 簡単にする    |
| Make it <b>Attractive</b> | : 魅力的にする   |
| Make it <b>Social</b>     | : 社会的にする   |
| Make it <b>Timely</b>     | : タイムリーにする |

### ○Easy

- 情報を最小限にすることで伝えたいことが明確になる
- 看板を設置することで観光地を調べる必要がない
- 現在地から観光地までの経路を記載することで経路を調べる必要がない

### ○Attractive

- 紹介動画によって観光地をより魅力的なものに見せることができる

### ○Social

- 紹介動画の再生回数が多いほど人気な観光地であることをアピールできる
- 動画冒頭に大学名を入れて信頼感を高める

### ○Timely

- 現在地から次の場所への時間や自転車の返却場所(芦原温泉駅)までの時間がわかる



## POINT!

看板を用いて観光客の**行動変容を促すこと**で多くの観光地が巡られ**満足度が上がる**

# 2.3 AwaLand実装

## 8月からAwaLand看板を以下の場所に設置開始！

### 看板設置場所

- 右図の6か所に設置（湯けむり横丁のみ設置予定）
- 各設置場所に1台 計 **6台**
- 芦原温泉駅ではデジタルサイネージを使用
- 看板、その他の物品はあわら市様から貸与

### 設置場所選定理由

- 人が集まるところで**認知**を広げる
- 旅行サイト上位に載っている観光地**6か所**を選定



最初に何十カ所も出すより  
**効果を見て判断すること**できる

### POINT!

図の箇所に**効果検証**を行い、結果に応じてあわら市各地に**順次拡大予定**！



### 看板設置マップ



### ミーティングの様子



HDP project



あわら市/観光振興課

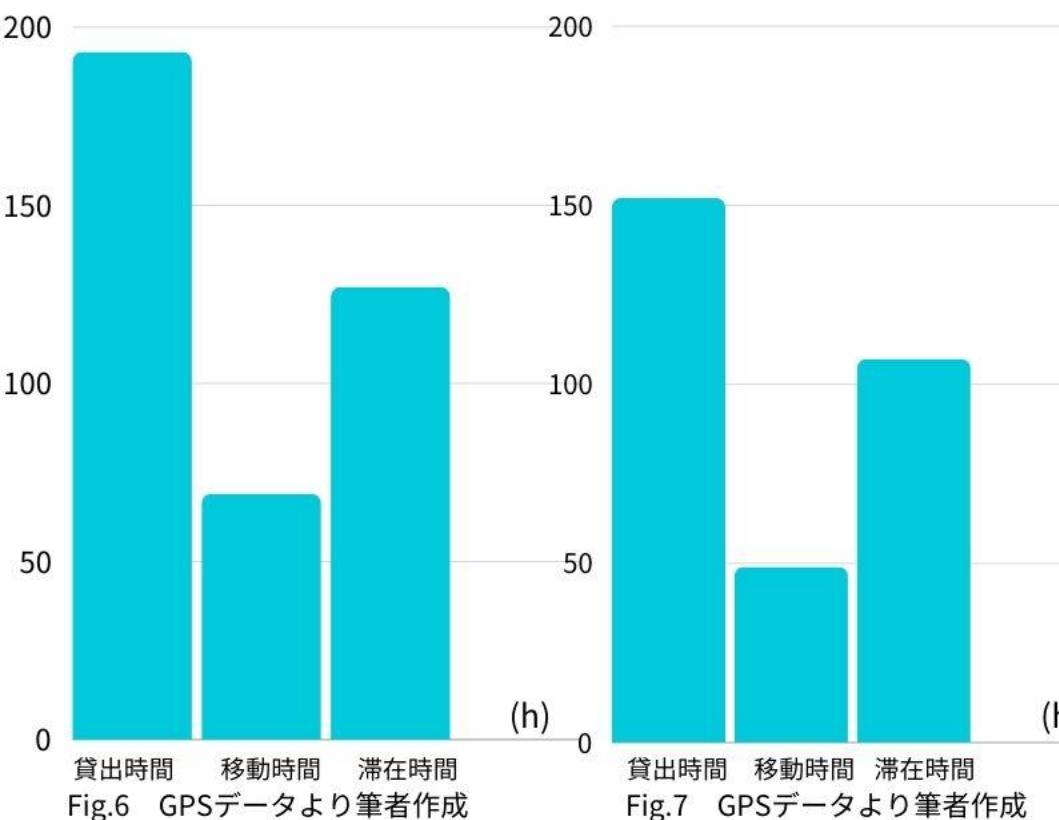


湯けむり横丁

# 3.1 AwaLand実装後の効果検証

## GPSデータからわかるAwaLandの現状

レンタサイクルの稼働時間2023 レンタサイクルの稼働時間2024



## 分析結果



### Welchのt検定とは

2標本の平均値の差の検定であり、2つの母集団が等しい平均を持つという仮説を検定するために用いられる。

貸出時間	t	-1.70245	移動時間	t	-0.74911	滞在時間	t	-1.04844
P( $T \leq t$ ) 両側	0.095891		P( $T \leq t$ ) 両側	0.457688		P( $T \leq t$ ) 両側	0.299913	
t 境界値 両側	2.016692		t 境界値 両側	2.014103		t 境界値 両側	2.012896	
n=48	$\alpha=0.05$		n=48	$\alpha=0.05$		n=48	$\alpha=0.05$	
Table.2 貸出時間の分析			Table.3 移動時間の分析			Table.4 滞在時間の分析		

2023年と2024年の8月のGPSデータからレンタサイクル利用者の利用時間の集計。その利用時間のうち、停止している時間を滞在時間、移動している時間を移動時間とし、AwaLand実装後、利用者の利用時間が増加しているのか、分析を行った。その結果、統計的に有意な差が見られなかった。利用時間に差が出ていないのは、AwaLand実装後の期間が短く、認知度が低かったことが考えられる。



**POINT!**

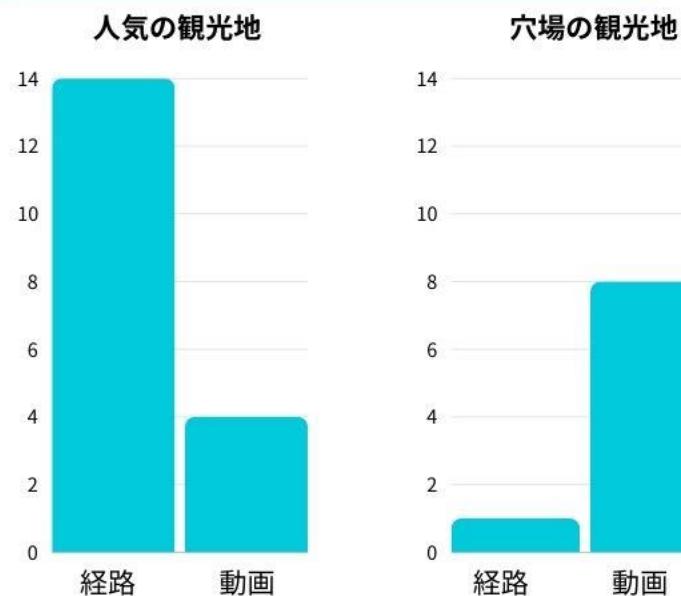
始めの1か月間では観光時間の増加は見られなかった

# 3.2 Awaland のデータ分析における課題点

## QR取得データ

1. QRコード読み取り時刻
2. QRコード読み取り場所
3. QRコードでどの情報を読み取ったか  
(動画or経路)

## 読み取り回数のグラフ



## 分析結果

t	4.44319
P( $T \leq t$ ) 両側	0.00025
t 境界値 両側	2.085963

n=27  
α=0.05

Table.5 人気観光地と観光地のt検定結果



看板に記載されている次の観光地のQRコードのうち動画と経路のどちらを読み取ったか集計した。

看板を設置した観光地のうち旅行サイトの上位3か所と下位3か所に分けそれぞれ動画と経路の読み取りに差があるのか分析を行った。

その結果、統計的に有意な差が見られた ( $p = 0.00025 < 0.05$ )。

人気観光地についての看板では経路のQRコードが読み取られることが多く、人気観光地以外についての看板では動画のQRコードが読み取られることが多いという結果が得られた。

人気観光地に移動するために経路情報を読み取り、それ以外の観光地ではその場所について知りたいという思いから動画情報を読み取っていると考えられる。人気観光地以外では経路情報が読み取られていないため、実際に移動していないと考えられる。

## POINT!

観光地の認知により行動が変わっているため、次の行動へ移しやすい仕組みが必要

### 3.3 観光客のハードルについて

①



#### 認知

看板に記載されている  
観光地がどんなところで  
何ができるのかを知る

②



#### 経路の詳細を知る

実際に移動するために  
経路を調べ、旅行の  
タイムスケジュールに  
マッチするかを考える

③



#### 行動する

自身の旅行の  
プラン・コンセプトに  
マッチしたら行動に移る



穴場の観光地の場合はここから！

人気な観光地の場合はここから！



#### POINT!

穴場スポットは行動までのハードルが多く、行動に移しづらい

# 3.4 観光客の行動に関する先行研究

Testing the effects of congruity, travel constraints, and self-efficacy on travel intentions: An alternative decision-making model,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711001907#bib33>、Kam Hung, James F. Petrick、Volume 33, Issue 4, August 2012, Pages 855-867

## 目的・分析方法

MOAモデルがクルーズ観光に適応するか調べること、自己イメージと、製品に対するイメージの一致性を使用してクルーズ旅行の動機を測定することを目的としている。

分析方法は、構造方程式モデリング(SEM)を実行し、測定された主要変数間の因果関係や、測定された変数の影響など、提案されたモデルとデータの全体的な適合性を判断した。

自己適合性を測定するために7つの意味差分尺度(7点)が、機能的適合性を測定するために9つの項目が使用された。

## 仮説

- ①旅行をする際の制限は、旅行への意欲に悪影響を及ぼす。旅行に対する制限のレベルが高くなるほど、その人は旅行を希望しなくなる可能性が高くなる。
- ②制限を乗り越えることは、旅行への意欲にプラスの影響を与える。制限を乗り越える戦略が多ければ多いほど、その人は旅行を希望する可能性が高くなる。

## 結果・結論

仮説①支持された ( $p<0.01$ )

旅行の制限が旅行の意図に及ぼす悪影響が認められた。つまり旅行の制限が、旅行での行動の意欲に影響を与える重要な変数であることを示唆している。したがって、観光地にて、旅行する人々の旅行の制限を緩和するよう努めることが推奨される。

仮説②支持された ( $p<0.01$ )

制限を乗り越えるのに多くの労力を費やした人々は、あまり労力を費やすなかった人々よりも行動する可能性が高いことを示唆している。



## POINT!

旅行先での交通手段や観光情報の不足などの制限を少なくすることで  
観光客が次の行動に移しやすくなる

# 3.4 観光客の行動に関する先行研究

Xu, F., Weber, J., & Buhalis, D, (2014) . 「Gamification in Tourism」『Information and Communication Technologies in Tourism 2014』 ,pp 525–537  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711001907#bib33>

## 目的・分析方法

観光体験を向上させるためにゲームデザイン要素をどのように活用できるかを考察し、消費者の動機付けや行動に与える影響を分析する。

分析方法としては、比較分析を行い異なるゲーミフィケーションの要素や戦略が与える影響を比較すること、ケーススタディ分析によって特定の企業やプロジェクトがどのようにゲーミフィケーションを導入し、どのような成果を上げたかを分析している。

## 仮説

- ①ゲーミフィケーションにおいて**内的動機付け**が外的動機付けよりも効果的である。
- ②ゲーミフィケーションの効果が年齢層によって異なり、**若年層**はゲーミフィケーションに対してより高い反応を示す。

## 結果・結論

- **内的動機付け**（楽しさや達成感）が外的動機付け（報酬や特典）よりも、顧客の行動に**持続的な影響**を与えることが確認された。顧客が自発的に参加することが、より強いエンゲージメントを生むことが示されている。
- ゲーミフィケーションの効果は年齢によって**異なる**ことが確認された。特に、**若い世代**はゲーミフィケーションに対してより**強い反応**を示し、エンゲージメントが高まる傾向があることが明らかになっている。



## POINT!

- **楽しさや達成感**がより良い観光体験を提供することができる
- **若い世代**のほうがゲーミフィケーションに対して**強い関心**を持つ

# 3.6 ゲーミフィケーション導入に伴う仮説

## 自転車の稼働時間



去年の分析結果より  
自転車の稼働時間が長い方が  
利用者の満足度に良い影響を  
与えることが分かった

## 認知による行動の違い



今年の分析結果より  
観光地を知らない場合、一度  
観光地を調べてから経路を調べる  
という、観光までのステップが多く  
なることが分かった

## ゲームで動機付け



先行文献より  
ゲームを用いて内的な感情を  
引き起こすことで観光満足度  
が上がる事が分かった

## POINT!

上記を踏まえた解決アイデアが、さらなる観光満足度の上昇に繋がる

## AwaLand GO

### ~ゲーミフィケーションで巡る新しい観光の未来~

あわら市内に設置されている看板のQRコードを読み込み、いくつかの観光の仕方により、新たなキャラクターを獲得する。観光客はキャラクターの獲得を楽しみながら、あわら市内を巡ることができ、報酬により、観光のモチベーションが向上する。

#### キャラクターと報酬変化の過程



#### POINT!

ゲーミフィケーションによって移動時間も楽しめる観光体験を提供する

#### あわら市公式キャラクター ～あわら湯巡兄弟～



自由奔放・国籍不明  
湯巡ピエール



やんちゃなチャリ野郎  
湯巡健二



あわらおもてなし魂  
湯巡権三



美と健康を探求する  
湯巡艶子



地元の酒と肴を愛する  
湯巡忠四

想定される観光客の予定：予定にないいくつかの観光地へ訪れようとする  
◎本提案は、それに対しゲーミフィケーションにより予定にない場所への移動を促す

#### 想定する観光客の動き

- ①：観光客が予定している目的地に到着
  - ②：看板に記載されているQRコードを読み取る
  - ③：いくつかの観光の仕方により、新たなキャラクターを獲得する
  - ④：獲得できるキャラクターを予想しながら移動
- 上記の①～④を繰り返すことで報酬をGET!!

## 4.2 キャラクターの獲得方法の一例

### 初期のキャラクター



あわらおもてなし魂  
湯巡権三

条件をクリアすると、仲間が増えていく。

**仲間は複数獲得可能**で、いろんな条件を達成すると、たくさんの報酬がもらえ、全員揃うと、自転車のレンタルが無料になる。

### 仲間になっていくキャラクター



自由奔放・国籍不明  
湯巡ピエール



QRコード読み取り回数  
によって獲得  
仲間になると  
あわら市内で使える商品券  
がもらえるよ！



やんちゃなチャリ野郎  
湯巡健二



移動経路の長さ  
によって獲得  
仲間になると  
入浴グッズが  
もらえるよ！



美と健康を探求する  
湯巡艶子



観光時間（移動時間）  
によって獲得  
仲間になると  
権三のグッズが  
もらえるよ！



地元の酒と肴を愛する  
湯巡忠四



穴場スポットへの  
訪問回数によって獲得  
仲間になると  
あわら温泉の入浴券が  
もらえるよ！

### POINT!

観光の仕方によって、獲得できるキャラクターが変わり、その状態によって報酬が変化

# 4.3 AwaLand GOと既存の観光体験と比較

## AwaLand GOの要素

### Easy



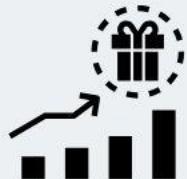
面倒な手順があれば取り除き行動の難易度を下げるという意味でナッジ要素の1つ

### ゲーミフィケーション



ゲームデザイン要素やゲームの原則をゲーム以外の物事に応用する取り組み

### Attractive



人々にとって魅力的な選択肢を用意するという意味でナッジ要素の1つ

### POINT!

既存の観光と比べ、観光客が行動を起こしやすくなる観光体験である

## 既存の観光体験との比較

### スタンプラリー

#### ○観光客の目的

各地を回ってスタンプを集め報酬ゲット

ナッジ要素：Easy



#### ○報酬の種類

事前に決定

ゲーミフィケーション



#### ○報酬の詳細

- ・温泉グッズ
- ・お店の割引券

ナッジ要素：Attractive



### AwaLand GO

#### ○観光客の目的

各地を回ってQRコードを読み込み報酬ゲット

#### ○報酬の種類

観光地によりゲットできるキャラクターが変化  
またキャラクターは走行距離によりレベルアップ

#### ○報酬の詳細

- ・温泉グッズ
- ・お店の割引券

(ゲットしたキャラクターの種類により変化)

# 4.4 昨年度と今年度の比較

## 昨年度提案内容

~QRでご紹介~

### チャリで巡る! 絶景AwaLand

#### 概要

各観光地に付近の観光地を紹介するQRコードを記載した看板を設置し、観光客に付近の観光地への寄り道を促すことで、観光客の周遊を促進させる。

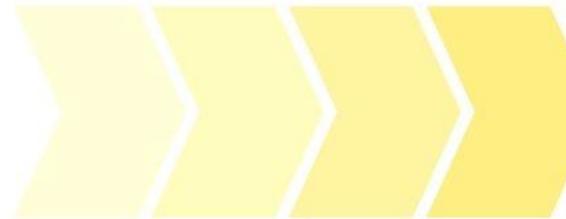
#### 強み

観光客に付近の観光地の紹介動画や、経路を看板を用いて紹介することで、看板のナッジ効果により、観光客に能動的に多くの観光地を巡らせることができ、あわら市内の観光消費の拡大につながる。また、看板のQRコードを読み込み、その観光地に寄り道をするという新たな観光体験を観光客に提供することができる。



#### POINT!

今年度の提案は昨年度の提案にプラスして、**観光客がより能動的に**あわら市内の観光地を巡るような提案である



#### 課題

観光地へ行くまでのハードルを下げるための仕掛けを行う必要がある。

#### 分析結果

AwaLandの看板のみでは利用者の行動変容を促す効果が薄い。  
人気観光地以外では経路情報が読み取られていないため、実際に移動していないと考えられる。



## 今年度提案内容

### AwaLand GO

~ゲーミフィケーションで巡る新しい観光の未来~

#### 概要

あわら市内に設置されている看板のQRコードを読み込み、いくつかの観光の仕方により、新たなキャラクターを獲得する。観光客はキャラクターの獲得を楽しみながら、あわら市内を巡る。

#### 強み

観光の仕方によって仲間が増えるというゲーミフィケーション要素を取り入れることにより、観光客は移動がより楽しくなり、あわら市内の観光地を巡るモチベーション向上につながる。

#### 昨年度との違い

昨年度の看板設置だけでは動かなかった観光客をゲーミフィケーション要素を追加することによって、昨年度に比べてより強い行動変容を促すことができる。

# 4.5 アウトカム

「旅行」×「新たな観光体験」×「街の活性化」の

## AwaLand化の好循環

### 街の魅力度の向上

街全体が受ける観光消費により、  
観光地の整備だけでなく街の整備、  
新しい体験の創出をする余裕を生む

### 街の活性化

主要観光地だけでなく  
街全体で観光消費が行われ、  
街全体が活性化される。  
また、「看板+ゲーム」という  
新たな観光があわらの魅力に！

### 旅行

### 旅行

保養・休息を求めて  
自然豊かな特徴を持つ  
あわら市へ訪れる

### 街のコンテンツ化

今まで切り離されていた、  
観光と情報収集を一体化させ、  
あわら市を一つのコンテンツにする

### 街全体での観光消費

看板を巡ることで得られる情報から  
観光客をあわら市全体に誘客

### 新たな観光体験

### 新たな観光体験

自転車で自然を  
楽しみつつ、ゲーム感覚で  
あわら市全体の観光を  
満喫することが出来る



### POINT!

本提案を導入することにより、去年度提案の好循環をより強く促す触媒となり  
あわら市全体がより活性化し、継続的な観光客の増加と街の魅力度の向上が見込める

## あわら市の類似地域でAwaLand GOを取り入れた未来

01



### あわら市の未来

あわら市は自然豊かな観光地が点在しているという特徴や、二次交通が不足しているという課題がある。



#### AwaLand GOの効果

点在している観光地を、自転車を使って看板を探すことによって、楽しみながら観光することを可能にし、満足度の高い観光を実現する。

02



### 類似地域の未来

あわら市のように自然豊かな観光地が点在しているという特徴を持っていたり、二次交通が不足しているという課題がある地域は他にも存在している。あわら市での実証実験を鑑みながら、AwaLand GOを類似地域(新潟県妙高市、京都府綾部市等)でも実装していくことで、観光地としての魅力を増大させることができ期待できる。

03



### 日本全体の未来

現在、都市部や特定の観光地に観光客が集中している。AwaLand GOが類似地域で実装されていき、観光満足度が高くなると、日本全体として、各観光地の魅力が高くなり、都市部に集中している観光客を地方に流すことができるを考える。そのため、AwaLand GOは地方衰退解消の一助になる。



#### POINT!

あわら市と同様の特徴を持った地域でAwaLand GOを取り入れることにより、  
国内の観光地格差が減少し、地方衰退解消の一助となる