令和2年度事業報告について

事業実施総括

新型コロナウイルス感染症の発生により、観光業や飲食業は甚大な影響を受けており、特に、地域観光の牽引役となっていた外国人観光客の壊滅的な状態の影響は大きく、地域経済は大きなダメージを受けており、今なお、出口の見えない厳しい状況に置かれている。

しかしながら、落ち込んだ本県の観光需要を回復させるためには、新しい生活様式に対応しながら経済を回していくことが重要であることから、様々な取り組みを実施した。

具体には、来るべきコロナ収束を見据え、インバウンド観光客を積極的に取り込むために、旅行商品企画の創出や観光コンテンツの発掘調査、インバウンドに精通したアドバイザーによる、他道県と差別化された周遊型旅行商品の造成などに取り組んだ。

また、専門家の派遣による宿泊施設の魅力向上を図ったほか、県と連携し、 県内での修学旅行を促進するための取組やコンベンション誘致活動を積極的に 行うとともに、令和3年4月から実施される「東北デスティネーションキャン ペーン」本番に向け、県内の機運醸成を図る取組を行った。

青森県観光物産館管理運営事業においては、新しい生活様式に対応したイベントとして、「ドライブスルーマルシェ」の実施や入場制限を設けたイベントの開催など、新型コロナウイルス感染症の感染予防対策に十分配慮しながら実施したほか、あおもり体験ホールを新しい消費の拠点「machicotoba(マチコトバ)」としてリニューアルし、新たな客層の掘り起しに努めた。

収益事業では、イベントスペースの平日や閑散期の貸し出し増加や会議室の利用率向上及び駐車場の増収を図るため積極的な営業活動を実施したほか、一層の経費削減により経営の効率化や収益拡大策を実施した。

未だ、新型コロナウイルス感染症の終息の兆しは見えないものの、With コロナから Beyond コロナに向けた取り組みの準備を整え、引き続き観光需要の回復に向けた取り組みを進めていく。

〔公益目的事業〕

1 観光振興事業

- (1) 開発推進事業
- ① 観光開発推進事業(国補助事業)

ア 訪日外国人旅行者(主に英語圏)向け旅行商品企画の創出及び観光コンテンツ発掘調査

インバウンドに精通したアドバイザーが本県を訪問し、本県の特徴を整理・分析しながら、観光事業者等と連携のうえ、他道県と差別化された周遊型旅行商品企画の創出に向けた取組を行った。

- ◆アドバイザーの県内事業者等訪問件数 28箇所
- ◆コンテンツブラッシュアップ数 6件
- ◆周遊型旅行商品企画造成数 7商品
- イ ホームページの多言語化・予約決済システムの導入

当連盟ホームページ内の体験・周遊プログラムページの多言語化、予約システム等の整備により、インバウンド向けに創出されたプログラムや旅行商品のPR及び販売促進を図った。

- ◆令和2年12月に、観光連盟ホームページに機能を追加
- ◆商品ページ:日本語、英語、中国語 (繁体字・簡体字)、韓国語
- ウ インバウンド観光客向けのおもてなし力の向上

県内観光事業者等にコンサルタントを派遣し、課題等を抽出しながら、 具体的なアドバイスを行い、おもてなし力の向上を図った。

- ◆県内8事業者 コンサルタント派遣延べ回数 32回
- エ 県内観光コンテンツ発掘調査

県内観光資源の発掘及び磨き上げ作業を県・市町村等と連携して取り組み、観光コンテンツの充実を図るための調査を実施した。

② 宿泊施設魅力向上対策事業

観光客の宿泊利用促進を図るため、アドバイザーを活用し、魅力向上策の 検討及び改善実践を行った。

- ◆アドバイザーによるコンサルティング 4施設
- ◆アドバイザーによる現地指導 延べ30回
- ③ 教育旅行誘致事業

本県への教育旅行の誘致を促進するため、教育旅行関係団体・教育旅行エージェ

ント等との連携を図りながら、以下の各種事業を実施した。

ア 教育旅行促進強化事業(県委託事業)

- (ア) あおもり教育旅行ガイドブックの作成・配布
 - ◆部 数 7.000部
- (イ)教育旅行受入状況調査の実施
 - ◆内 容 令和2年分県内宿泊施設に対する宿泊状況調査
 - ◆対 象 県内ホテル、旅館等
- (ウ) 令和2年度青森県修学旅行運営費助成金の交付

新型コロナウイルス感染拡大へのリスクを考慮し、修学旅行の延期・中止を検討している県内外の学校を対象として、「大規模MICE開催費補助金」の対象を拡大し、県内での修学旅行実施を促進するため、「令和2年度青森県修学旅行運営費助成金」の交付を行った。

◆交付実績 125件 12,900千円

4 コンベンション誘致事業

本県へのコンベンション誘致のため、コンベンション開催費助成事業を実施するとともに、関係団体等への誘致活動を積極的に行った。

ア 商談会参加等

WEB開催による国際MICEエキスポ (IME2021 Online) において、青森県へのコンベンション誘致活動を行った。

◆期間:令和3年2月24日~26日

◆場 所:WEB商談の実施

◆商 談:9団体

イ コンベンション誘致のための支援策(ユニークベニュー・特典等)の創出 コンベンション誘致を促進するため、本県でのコンベンション開催にあ わせ特別な企画対応を行う会場、いわゆる「ユニークベニュー」やチーム ビルディングに適した特別体験を関係機関と共に創出した。

◆創出件数:ユニークベニュー 新規3件

◆情報発信:アプティネット掲載や主催団体等への説明・配布

ウ コンベンション開催費助成金

本県でのコンベンションの開催を促進するため、コンベンション主催者に対し、開催経費の一部を助成した。なお、新型コロナウイルス感染症拡大により、予定されていた大規模MICEの大半がキャンセルとなった。

◆件 数:1件

◆金 額:300千円

◆県外延べ宿泊者数:107人

(2)情報発信事業

① 東北 D C 青函推進委員会事務局

令和3年4月~9月までの6ヶ月間実施される、東北6県DC(道南地域 含む)の本県事務局を担った。

- ア 東北 D C 青函推進委員会の設立・総会の開催 6月18日
- イ 地域連絡会議の開催
 - ◆青森県内 6月29日~7月2日、11月24日~12月4日
 - ◆渡島総合振興局地域観光戦略プラットフォーム 9月30日、2月26日
- ウ 6県合同のエクスカーション、観光商談会、夕食会の実施
 - ◆中南・西北エリア (青森~秋田コース)

実施日:9月2日~3日(本県分日程)

場所:立佞武多の館、高山稲荷神社、亀ヶ岡遺跡、鶴の舞橋、津

軽藩ねぷた村、弘前れんが倉庫美術館、黒石こみせ通り等

◆三八・上北エリア (岩手~青森コース)

実施日: 9月3日~4日(本県分日程)

場所:是川縄文館、桃川、十和田市現代美術館、奥入瀬渓流、津

軽伝承工芸館、三内丸山遺跡、青森県立美術館等

エ 青森県独自のエクスカーションの実施

9月15日~17日 全4コース

オ 民間鉄道・JR線 車輌内広告ポスター(受入意識醸成)の制作・掲示東北DCの機運醸成・来訪歓迎を図るため、両地域の魅力を表す車内吊り(ドア横)ポスターを制作し、県内及び道南地域のJR及び民営鉄道の車内に掲示した。

◆制作枚数 ポスター: B3 265枚×2期分

◆掲出時期 機運醸成:令和2年10月1日~3月

来訪歓迎:令和3年4月~9月



機運醸成ポスター



来訪歓迎ポスター

カ 東北 D C 着地型ガイドブックの制作

東北DCを契機に、両エリアを訪れた旅行者の更なる満足度向上のため、各地域の観光資源・イベント・二次交通情報等を掲載した着地型観光ガイドブックを制作した。

- ◆規 格 B5判カラー
 - ①日本語版 48ページ・10万部
 - ②多言語版 24ページ・2万部 (英・韓・繁・簡:併記)
- ◆配布時期 令和3年3月22日
- ◆配布場所 東北及び北海道道南地域のJR主要駅、県内宿泊施設 及び観光関連施設ほか







パンフレットイメージ

キ 着地型お出迎えポスターの制作(2種類)

東北DCの機運醸成・来訪歓迎を図るため、両地域の魅力を表すポスターを制作し、県内の主要駅及び主要観光施設等に掲出した。

◆制作枚数 ポスター: B 1 判 2 0 0 枚 × 2 種 (駅掲出用)

A 2 判 8 0 0 枚 × 2 種 (観光施設等掲出用)

◆掲出時期 ポスター:令和3年3月~9月(2種同時掲出)





ポスターイメージ

ク 青函周遊スタンプラリー企画の準備

東北デスティネーションキャンペーンの期間中において、両地域への更なる誘客及び周遊促進を図ることを目的として、「シンカリオン Z QR デジタルスタンプラリーin 青森・道南」の準備を行った。

- ◆実施期間 令和3年4月~9月
- ◆実施場所 青森県、北海道道南地域
- ◆実施内容
- (ア)参加施設 192箇所
- (イ)景 品
 - 青森県、北海道道南エリア内宿泊施設宿泊券
 - 市町村特産品
 - ・シンカリオングッズ 等

ケ 東北 D C にむけた機運醸成のための新聞広告及びテレビ C M の放映 東北 D C の機運醸成を図るため、地方紙において東北 D C の開催告知及 び TOHOKU サポーターを募集することを目的とした広告を掲出した。

(ア)新聞広告

- ◆掲出紙 東奥日報、デーリー東北、陸奥新報、北海道新聞(道南版)
- ◆仕 様 7段モノクロ
- ◆掲出日 令和3年3月19日(金)





新聞紙面イメージ

(イ)テレビCM

- ◆放映局 青森放送、青森テレビ、青森朝日放送
- ◆期 間 2月20日(土)~3月31日(水)







テレビCMイメージ

コ ノベルティグッズ等の制作

東北DCの機運醸成とPRのため、ノベルティグッズ等を制作した。

- (ア)除菌ティッシュ 口制作個数 7,000個
- (イ) ボールペン 口制作個数3.500本
- (ウ) 青函のぼり 口制作個数 1,000枚







サ 青森県観光物産館への横断幕掲出

東北DCの開催に向けた機運醸成のため、青森県観光物産館に横断幕を掲出した。

◆掲出場所 青森県観光物産館アスパム 1階ロビー



シ オープニングセレモニー実施に係る準備

東北DC開始から最初の週末となる4月3日(土)に、東北DCの開幕を記念したオープニングセレモニーを開催するとともに、併せてステージイベント等を実施するため、準備を行った。

- ◆実施日 令和3年4月3日(土)
- ◆実施場所 新青森駅 新幹線コンコース内
- ◆実施内容 ・テープカット
 - ・団体臨時列車「東北DCオープニング号」お出迎え
 - ・ノベルティ配布

② 観光キャンペーン推進事業

ア 観光イベントガイドブックの作成

本県へのより一層の観光客誘致促進、観光消費額の拡大を図るため、県内の 自然や食、温泉、祭り等、旬の観光情報を紹介する「あおもり紀行イベン トガイドブック」(以下「あおもり紀行」と言う)を作成し、関係箇所への 配布・PRを行った。 ◆「あおもり紀行」2020夏・秋号

発行:令和2年 6月 部数等: 8万部+電子書籍版

◆「あおもり紀行」2021冬・春号

発行:令和2年10月 部数等:12万部+電子書籍版

◆配布場所 県内外の交通機関、旅行エージェント、観光事業者等





イ 観光イベント等への参画

本県への誘客促進を図るため、県外で実施されるイベントに参加し観光 PR等を行った。

1)上野駅「青森産直市」

◆期 間 令和2年10月29日~31日

◆場 所 J R 上野駅

2) 春の旅観光展 I N 大宮駅 2021

◆期 間 令和3年3月25日~27日

◆場 所 JR大宮駅

ウ リゾート列車の運行にかかる協議会への参画 各協議会に参画し、沿線の活性化を図るための検討・取組を行った。

工 商品造成対策

滞在型・周遊型旅行商品の造成を一層促進するため、市町村や関係機関と連携を図り、旅行エージェント等に対し本県の新しい観光素材や観光スポット、自然、食、温泉等の魅力を電子メール等で報提供した。

③ 観光情報ネットワークシステム運営事業(県委託事業)

本県を訪れる観光客等が、観光情報をインターネットにより入手できるよう県・市町村等と連携し、青森県観光情報サイト「アプティネット」の 運営・管理を行った。

ア 特集記事の掲載

魅力的なサイト作りのため、編集会議を実施した。

- ◆編集会議内容
 - アクセス数について
 - ・年間スケジュール(中止イベントに係るコンテンツの改編)
 - ・春夏の特集記事(開花情報・祭・モデルコース)
 - 市町村への更新依頼
- ④ キーインフルエンサー獲得事業 (県委託事業)

生活者・消費者の行動に影響を与えるインフルエンサーによる本県観光情報等の発信活動を強化するため、発信力、到達力、信頼獲得力を備えた キーインフルエンサーの獲得を図った。

⑤ 「あおもり宿泊キャンペーン」事業(県委託事業)

青森県内在住者を対象に、県内大規模宿泊モニターキャンペーンを実施した。

- ア 令和2年7月10日~令和3年3月12日 1万人泊分
- イ 令和2年7月19日~令和2年9月30日 4万人泊分
- ⑥ 「冬の青森・ごほうびキャンペーン」事業(県委託事業)

青森県内在住者を対象とした、「あおもり宿泊キャンペーン」と連携し、宿泊者に対する県産品ギフトプレゼントキャンペーンを実施した。

- ◆令和3年2月1日~令和3年3月14日
- (3) インバウンド対策事業
- ① あおもりグローバルラウンジ運営事業

新型コロナウイルス感染症の影響により、アスパム 2 階のカウンターを休止し、事務局において観光案内・情報発信等を行った。

- ア 県内全般の観光案内
- イ チャット機能による多言語観光案内
- ウ SNSを活用した多言語による情報発信
- エ 県内周遊旅行商品の販売等
- ② 「北東北三県・北海道ソウル事務所」運営事業(県委託事業)

韓国からの観光客の誘致を推進するため開設した「北東北三県・北海道ソウル事務所」の運営に参画した。

③ 韓国誘客対策強化事業(県委託事業)

ア 北東北三県・北海道共同観光オンライン商談会

韓国人観光客の誘客促進を目的に、北東北三県・北海道ソウル事務所が開催する共同観光商談会に参加した。

◆実施時期:1/28-29、2/1-3、2/5、2/10、2/15-16、2/18-19

(計11日間実施)

◆青森県の参加団体:計9団体

イ 第7回日韓フォトコンテスト後援

在大韓民国日本国大使館公報文化院主催の第7回日韓フォトコンテストに後援として参加し、賞品等を提供した。

◆実施期間:令和2年9月25日(金)~11月25日(水)

◆授賞式 : 令和2年12月19日(土)

ウ 観光パンフレット作成

青森県にエリアを絞った観光パンフレットを制作した。

④ 台湾人観光客誘致拡大事業(県委託事業)

台湾からの観光客の誘客促進を図るため、現地アドバイザーと連携して、 観光PRイベントへの販促資材等の送り込み等を行った。

(4) その他観光振興事業

① 観光案内所連携強化事業

東北の観光案内所のネットワーク化事業へ参画し、WEB会議等による各観 光案内所相互の情報共有を図った。

② マーケティング推進事業

観光振興に係る業務について効率的な実施及び最大限の効果を得るため実施内容の効果検証や改善に向けた取り組み検討を行った。

◆ D M O 目標設定及び達成状況 (※)

	目標設定(KPI)項目	単位	2019 年目標値	2019 年実績値
ア	旅行消費額	億円	1, 909	1, 910
1	延べ宿泊者数	万人泊	492	460
ウ	来訪者満足度	%	100	99. 7
エ	リピーター率	%	76. 4	75. 1

※達成状況に係る分析及び達成に向けた方向性を整理した情報について は、令和3年1月に会員に配信



③ 「もてなしの心」運動推進事業

今後の観光需要回復に向けて、感染防止対策を強化する一環として、観光ガイド 推進連絡会議の構成員である観光ガイド団体に対して、ガイド中のソーシャルディ スタンスの確保や感染防止対策ガイドライン等の研修、ガイド用機材の貸出を行っ た。(県委託事業)

- ◆実施時期 令和3年3月1日~3月5日(県内6箇所)
- ◆対象者 観光ガイド推進連絡会議構成員
- ④ 観光事業者等に対する新型コロナウイルス感染防止対策セミナー開催 (県委託事業)

県内宿泊施設や観光施設等における感染防止対策を徹底するため、ガイドラインや参考事例の情報共有等を目的としたセミナーを開催した。

- ◆令和2年7月27日~28日 県内4箇所
- ⑤ 広域観光振興事業

ア 北東北三県観光立県推進協議会の事業への参画

北東北三県観光立県推進協議会に参加し、北東北広域による国内観光の推進を図るとともに、外国人観光客の受入態勢の整備、誘客促進及び PR に努めた。

- イ 東北観光推進機構の事業への参画 東北観光推進機構の事業に参画し、広域観光の推進を図った。
- ⑥ 観光振興事業(県補助事業)

(公社)日本観光振興協会が全国的または重点的に実施する全国広域観 光事業に対し、拠出した。

2 青森県観光物産館管理運営事業等

(1) 概況

新型コロナウイルス感染症対の影響を受け、青い森ホール「360°3Dシアター」の上映時間・内容の変更や「アスパム・スター・シアター」の上映中止、展望台の営業時間の短縮等の対策を講じざるを得ない状況であった。

このため、主催イベントについては、当初予定したものはほぼ中止とせざるを得なくなったものの、感染症拡大防止に十分配慮しながら、車に乗ったまま買い物を楽しめる「ドライブスルーマルシェ」や入場者数を管理しながら実施した「あおもり肉゛フェス 2020」や「CHRISTMAS MARKET in

アスパム」といった新たなスタイルでのイベントのほか「アスパムお正月まつり」を開催し、集客を図った。

さらに、2階のあおもり体験ホールを新しいコト消費の拠点 machicotoba (マチコトバ)」としてリニューアルし、作家が創作活動を行う「シェアアトリエ」を設けたほか、週末には人気のカフェ・スイーツ店の出店やクラフト作品・雑貨などを中心としたである「週末マルシェ」を開催し、新たな客層の掘り起こしに努めた。

このほか、イベント情報も含めホームページや SNS での情報発信に積極的に取り組み、特に昨年開設したアスパム公式 Instagram ではフォロワー数が着実に増加しており、情報発信力の強化に取り組んだ。

また、直営運営店舗では、地域と連携した新たな地場産品開発、新たなキャッシュレス決済の導入など、新たな商品開発、来館者の満足度や利便性の向上に取り組んだ。

(2) 観光資源紹介事業

①青い森ホール「360°3Dシアター」での映像上映

本県の四季の映像と祭りの映像を迫力ある 360° スクリーンで上映した。なお今年度は新型コロナウイルス感染症対策のため、3 D映像の上映を中止し、2 Dのみの上演としたとともに、上映開始と終了時間を変更し短縮して運営した。

②季節ごとの館内装飾の実施

季節と館内イベントに沿った装飾、フォトスポットを設置した。







七夕 夏祭り ハロウィン

③ホームページや SNS を活用した情報発信

公式ホームページや SNS を活用し、イベント情報等を発信した。特に休館や営業時間の変更等については機動的に発信した。

また、アスパムホームページにおいて、主催イベント特設ページのほか、館内テナント情報についても積極的に情報発信を行った。

【フォロワー数 (2021年3月31日現在)】

Instagram 5,900 人 (対前年比:223.7%)
Twitter 5,136 人 (対前年比:120.6%)
Facebook 2,443 人 (対前年比:110.3%)







ドライブスルーマルシェ HP 内イベントページ

Instagram

Twitter

【アスパムホームページを活用した情報発信】



2020 クリスマスマーケットイベントページ



地酒アスパム 人気ランキング

(3)主催イベント

■ドライブスルーマルシェ (新規)

新型コロナウイルス感染症の発生に伴い、できるだけ人と人との接触を少なくする工夫を加え、来場者は車での来場に限定し、商品購入も車に乗ったまま行うドライブスルー方式でのイベントを実施した。

◆期 間 令和2年6月6日(土)、7日(日)、13日(土)、14日(日)、 20日(土)、21日(日)、27日(土)、28日(日) 計8日間

◆来場者 3,633 人 (来場車両台数 1,817 台)







■GoTo アスパム&スイーツ祭り(新規)

県内の夏祭りが中止となり、夏季繁忙期に例年の集客が見込めない中で、お 盆期間の集客を図るため、館内で利用できる割引クーポン企画を実施するとと もに、県内外で話題のスイーツ販売を行い、集客増・拡販に努めた。

◆期 間 令和2年8月8日(土)~16日(日) 9日間 (スイーツ祭りは8月8日~10日および14日、15日の5日 間)

◆来場者 20,605 人







青森県の肉食文化に注目し、「青森県ならでは」の食文化等の紹介と商品の販売で集客を図った。初日は夜まで営業時間を延長したことと、県内の出店者による多彩な肉メニューが揃ったことで、多くのお客様にその魅力を堪能していただいた。なお、2日目は悪天候のため、途中から屋内に会場を移しての実施となった。

◆期 間 令和2年8月29日(土)~30日(日) 2日間

◆来場者 7,755人







■アスパム雑貨店(新規)

出店者が商品製作を実演することで「こだわりの逸品」を製作・販売していることをお客様に伝え、「納得して購入して頂く機会」の創出を図るイベントを、県内のクラフト作家等と合同で企画し、実施した。

◆期 間 令和2年9月19日(土)~20日(日)2日間

◆来場者 1,791 人







■CHRISTMAS MARKETin アスパム(国庫補助事業)

「CHRISTMAS MARKET in アスパム」も3年目を迎え、一定程度の集客や認知度は高まってきているものの、更なる魅力アップと閑散期である冬季観光の底上げを行うため、国補助事業である「誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成実証事業」を活用し、これまで掘り起こすことができていなかった女性やカップルをターゲットに、アートを切り口とした個人旅行向けの観光コンテンツ開発・旅行商品造成を行うとともに、そのコンテンツの中核となるクリスマスイベントを開催しより幅広い層の観光客の来訪を促進した。

◆期 間 令和2年12月11日(金)~12月25日(金)15日間

◆来場者 32,894 人







◆旅行商品造成、モニターツアー等の実施 5商品造成











◆情報発信、プロモーション 女性向け旅行情報サイト等への情報発信







■アスパムお正月まつり

各ショップの初売り・福袋企画や、新年の縁起物「門松」「鏡餅」の設置、お 正月大抽選会などを行い集客に努めた。

また今年の干支にちなんだフォトスポットの設置や装飾など正月の雰囲気づくりを行った。

- ◆期 間 令和3年1月1日(金·祝)~3日(日)3日間
- ◆抽選回数 669 回







(4) 新たな体験・創造スペース「マチコトバ」整備・運営

アスパム 2 階のあおもり体験ホールを新しいコト消費の空間としてリニューアルし、作家が創作活動を行う「シェアアトリエ」を新たに設けたほ

か、週末には人気のカフェ・スイーツ店の出店やクラフト作品・雑貨など を中心とした「週末マルシェ」を開催した。

- ◆シェアアトリエ 入居者(令和3年3月末現在)
 - さきおり CHICKA (南部裂織)
 - ・合同会社てんとうむし(つまみ細工、こぎん柄のランプシェード)
 - ツクリダス(ねぶたの技法を使った作品)
- ◆週末マルシェ開催実績
 - 令和 2 年 10 月~令和 3 年 3 月:17 回開催
 - ・延べ 157 店舗出店







(5) 青森県地場セレクトの取組

① ギフト商品開発アドバイス

青森県西北地域県民局地域連携部からの依頼により、青森県地場セレクトスタッフがアドバイザーとして、地域の商品の詰め合わせギフトの商品開発に協力し、十三湖名産のシジミなどをギフト用に詰め込んだ「お届け奥津軽ダイニングBOX」が完成した。



② 「アマビエねぷた」「ホヤランプ」の開発、販売

新型コロナウイルスの影響が一日でも早く終息してほしいという願いを込め、 青森県地場セレクトが提案して完成した「アマビエねぷた(津軽藩ねぷた村製作)」や県や後潟漁協、就労サポートセンターはくちょうの水福連携の取組に青 森県地場セレクトが販売に関する協力をすることで、商品化が実現した「ほや ランプ」など反響の大きな商品の開発や販売を行った。





アマビエねぷた

ほやランプ

(5) テナント事業

本県産業振興と雇用促進を図るため、雇用支援の情報提供施設として、ハローワーク関連施設やジョブカフェ等が入居しているが、7月には、7階会議室「むつ」後に、人財確保の推進と雇用の安定を図ることを目的とした「あおもり人材確保支援センター」が、8月には、プロフェッショナル人材と県内中小企業とのマッチングを進め、県内中小企業の経営革新の実現を支援する「青森県プロフェッショナル人財戦略拠点」が相次いで入居した。

(6)貸会議室事業

館内の会議室を本県の観光、物産、郷土芸能、産業、文化、食などの振興につながる地域おこし事業の活動の場、若年者の雇用促進のための職業相談や各種セミナー、教育旅行で来館する学校や教育旅行団体の体験学習の会場として貸出しし、本県観光及び産業の振興に寄与した。

(7) PRホール運営事業((公財) 青森県市町村振興協会助成事業)

本県の観光と産業の振興を図るため、アスパム 2 階において、青森県内の市町村に関する映像紹介と県内温泉地紹介コーナー、世界遺産白神山地の写真パネルなどの展示を行い、市町村の情報や文化資源・地場産品等の魅力を PR する市町村ホール等を運営した。

[収益事業]

展望台・パノラマ映画などの各種展示コーナー、イベントホールや会議室等の管理・運営など本県の観光、物産、郷土芸能及び産業などを総合的に紹介・ 宣伝した。

1 イベントスペース・貸会議室事業

収益の大きな柱となっているアスパム館内貸出事業について、各スペースを 有効活用し、増収を図るための営業活動を行った。

(1) イベントスペース

平日や閑散期の貸出しの増加に向け、また、エントランスや全面リニューアルされた 2 階青い森ホールや 13 階展望台など、館内のイベント可能なスペースの認知度向上のため営業活動による利用拡大を図った。

(2)貸会議室

WEB上からの予約申込システムの認知度向上と会議室の利用率向上に向けた新規の職種への営業活動を行った。

2 テナント事業

青森県産にこだわった特色ある土産店と飲食店において、青森県の物産と食の魅力を提供した。

なお、10月をもって1階「あおもり北彩館アスパム店」が退去したものの、 青森県物産㈱が県内民工芸品の専門店「あおもり民工芸店 クラフトアスパム」 を12月に新規開業したほか、10月には、7階役員室に「あおもり旅行誘客推 進業務事務局(あおもり宿泊キャンペーン事務局)」が入居した。

3 青森県観光物産館駐車場管理等運営事業

一般及びバス駐車場は、収益の大きな柱になっていることから、一層の売り上げ拡大を図るため、会議室等の営業に合わせ、アスパム駐車場の利便性・優位性についてPRした。

(1) 営業訪問活動実績

① 6/22~25 市内各種組合 55 カ所

② 8/25~28 市内文化・スポーツ団体 46 カ所

③ 12/3~10 市内建設(関連)会社 62 カ所

4 旅行業運営事業

観光開発推進事業で開発された観光素材を中心に、主催旅行を軸とした旅行商品化を行い、観光連盟内や OTA 等で販売した。今後も引き続き、青森県内各所を周遊する旅行プランの造成を進めていき、県内観光振興に寄与していく。

- ◆タクシー周遊観光プラン (計 43 商品)
- ・黒石ねぷた絵うちわ作り体験とこみせ散策 中野もみじ山
- ・八甲田冬の絶景と酸ヶ湯温泉
- ・クリスマスムード満喫ツアー 弘前洋館めぐりとクリスマスマーケット
- ・十和田現代アート・建築めぐりコース など

令和2年度青森県観光物産館アスパム利用状況

単位:人•千円(税込)•%

							単位:人•千円(税込)•%
区分	30年度	元年度	2年度	増減	対前年比	対前々年 比	備考
				2年度- 元年度	2年度/ 元年度	2年度/ 30年度	
総利用者数(人)	1,192,028	1,277,409	512,509	△ 764,900	40.1%	43.0%	新型コロナウイルス感染症の影響下にありつつも、地元の飲食店と連携し、テイクアウトメインの食イベントや、クラフトイベントの開催に努めた。
有料 入館者数 (人)	52,740	65,521	23,201	△ 42,320	35.4%	44.0%	新型コロナウイルスの感染拡大と、それに伴う外出自粛要請等により、県内外からの娯楽を目的とした利用客が大幅に減少した。
観覧料収入 (千円)	21,625	29,364	10,425	△ 18,939	35.5%	48.2%	上半期は「GoToトラベルキャンペーン」の 開始により県外からの観光客が増え観覧 料収入が戻りつつあったが、下半期は青 森市内において継続的に新型コロナウイ ルスの感染症患者が発生したことで、収 入が大幅に減少した。
物販・飲食店 総売上 ※直営店 含む (千円)	857,781	905,908	387,753	△ 518,155	42.8%	45.2%	9、10、11月は「GoToトラベルキャンペーン」を利用した小・中学校の修学旅行の立寄りで売上を伸ばしたが、12月末に新型コロナウイルス感染拡大を受け「GoToトラベルキャンペーン」が一時停止となってから、売上が大きく減少した。
直営店 「青森県地場 セレクト」 売上 (千円)	43,997	53,642	36,265	Δ 17,377	67.6%	82.4%	直営店とテナントとの合同企画として、インターネット通販「旅する青森」を開始した。アスパム館内で販売している人気の商品の詰め合わせBOXを数種類販売し、コロナ禍での販路拡大に務めた。
会議室収入 (千円)	46,774	43,676	31,424	Δ 12,252	71.9%	67.2%	県内での新型コロナウイルス感染拡大に伴いキャンセルが相次いだものの、3月は大学入試等の利用が多いことから前年比123.9%と健闘した。
駐車場収入 ※月極等 含む (千円)	53,273	55,506	33,183	Δ 22,323	59.8%	62.3%	来館者及び旅行団体の減少に伴い 一般駐車場及び大型車両夜間一泊 駐車場の苦戦が続いた。なお、月 極駐車場は、3月新規契約者の増 加により全体で対前年102.7%と なった。