

令和3年度事業報告について

事業実施総括

令和3年3月から6月にかけての「第4波」の中、新型コロナウイルスワクチンの一般接種が開始されたことに加え、7月には県内の観光需要喚起策として「青森県おでかけキャンペーン」が始まるなど、人々の意識もアフターコロナに向かい始める明るい兆しが見え始めた。

しかしながら、7月から9月にかけてデルタ変異株による「第5波」に見舞われ、全国各地に緊急事態宣言が発出され、県内各地の夏まつりなどが中止となり、「青森県おでかけキャンペーン」も感染拡大の影響を受けて一時停止となった。

その後、10月から12月は感染者数の一時減少がみられたものの、令和4年1月には再びオミクロン変異株による「第6波」が押し寄せ、弘前市にまん延防止等重点措置が適用されたほか、3月25日には県内の1日の新規感染者数が過去最高を記録した。

このような中、新型コロナウイルス感染拡大により大きな影響を受けた本県の観光需要を回復させるためには、感染防止対策を継続しながら経済を回していくことが重要であることから、コロナ収束後を見据え、受け入れ体制の整備をはじめとした様々な取り組みを実施した。

令和3年4月から9月までの6か月間実施した「東北デスティネーションキャンペーン（以下、東北DC）」では、新型コロナウイルス感染症の影響を受け計画の変更を余儀なくされ、首都圏等からの誘客もままならなかったものの、積極的な情報発信等を行った。

また、来るべきコロナ収束を見据え、観光客の宿泊利用促進を図るためアドバイザーによるコンサルティングや現地指導を行ったほか、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。

青森県観光物産館では、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、各種主催イベントや「machicotoba（マチコトバ）」での週末マルシェを開催し誘客に努めた。平日や閑散期のイベントスペース貸出促進や会議室の利用率向上と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、一層の経費削減を進め経営の効率化や収益拡大策に取り組んだ。

このほか、県が実施する県内需要の回復に向けた対策事業を積極的に受託するなど、県と連携を図りながら事業を推進した。

未だ、新型コロナウイルス感染症の収束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こととしている。

〔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 観光コンテンツ発掘調査、旅行商品企画の創出

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箇所数 38 か所
- ◆コンテンツブラッシュアップ数 5 件
- ◆周遊型旅行商品企画造成数 4 商品

イ 海外旅行社・ランド社等への旅行商品流通促進

インバウンド向けのコンサルティング事業者と連携し、海外旅行社やランド社等とのネットワークを構築し、当連盟旅行商品や本県の魅力の周知を図るため、コンサルティング事業者による現地視察を行うとともに、海外旅行社・ランド社等との商談会に参加した。

- ◆コンサルティング事業者等訪問箇所数 15 か所
- ◆海外旅行社・ランド社等とのオンライン商談会参加 2 回

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4事業者 コンサルタント派遣延べ回数 24 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んだほか、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 5 施設
- ◆アドバイザーによる現地指導 延べ47 回

③ 教育旅行誘致事業(県委託事業)

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 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3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



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4年2月16日～17日

◆場所 WEB商談の実施

◆商談実績 8団体

イ 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 161人

(2) 情報発信事業

① 東北デスティネーションキャンペーン事業

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

ア 東北DC青函推進委員会総会の開催

◆第1回総会 令和3年6月10日(場所:ホテル青森3階「孔雀の間」)

◆第2回総会 令和4年3月18日(場所:アスパム4階「十和田」)

イ 地域連絡会議

各地域における市町村・観光関係者を対象とした地域連絡会議において、東北DCの取り組み状況等について説明を行った。

◆青森県内

令和3年4月16日～21日、8月23日～26日、令和4年2月1日

◆北海道道南地域

令和3年5月（書面決議）、9月16日～17日、令和4年1月28日

ウ オープニングセレモニーの開催

◆実施日時 令和3年4月3日

- ◆実施内容
- i 開会宣言、主催者挨拶、来賓挨拶等
 - ii 列席者によるテープカット
 - iii 東北DC復興号（新幹線団体臨時列車）お出迎え



エ シンカリオンZ QR デジタルスタンプラリー in 青森・道南の実施

◆実施期間 令和3年4月1日～9月6日

◆会員登録者数 3,125名

◆総スタンプ取得数 14,860件

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和3年9月6日で終了



オ 受入意識醸成のための民間鉄道・JR線車両内 広告ポスターの制作・掲示

◆実施期間 令和3年4月1日～9月30日



カ 発地での観光プロモーション

(ア) 上野産直市での観光プロモーション

◆実施期間

令和3年5月27日～29日



(イ) 大宮産直市での観光プロモーション

◆実施期間

令和3年6月5日～6日



(ウ) 東日本広域観光展 I N大宮駅
2021

◆実施期間

令和3年6月25日～27日



(エ) 仙台駅物産展での観光プロモーション

◆実施期間

令和3年7月1日～6日

キ 県内テレビ3局における東北DC特別企画紹介番組の作成・放映

青森県・北海道道南エリアにおけるDC特別企画を中心とした地域の魅力を青森県内のテレビ番組で放送し、域内流動の促進を図った。

◆放映時期 令和3年5月～7月



ク 首都圏雑誌等での情報発信

◆発行時期 令和3年7月

◆掲載誌 ・メトロミニッツ (metromin. LOCALRYTHM)
・旅の手帖



ケ 東北DC特別列車のお出迎え・お見送りの実施

市町村、県内DMO、JR東日本各支社と連携し、東北DC特別列車のお出迎え・お見送りを行った。

◆おもてなしを行った主な東北DC特別列車

- ・令和3年4月17日 「あおもり Shu*Kura」
- ・令和3年5月15日 「TOHOKU EMOTION」
- ・令和3年9月4日 「リバイバル特急スーパーはつかり」
- ・令和3年9月25日 「大湊線100周年記念号」



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イベントガイドブック「あおもり紀行 2021 冬・春号」を作成し、関係箇所への配布・PRを行った。

- ◆発行時期 令和3年10月
- ◆発行部数 13万部
- ◆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 リゾート列車の運行にかかる協議会への参画

各種協議会に参画し、沿線の活性化を図るための検討を行った。

ウ 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。

(ア) しあわせはこぶ旅 モッコが復興を歩む東北からTOKYOへ

(東京2020大会公式文化プログラム)での

観光PR

- ◆期間 令和3年5月15日
- ◆場所 高田松原津波復興祈念公園
(陸前高田市)



(イ) 大丸神戸店物産展での観光PR

- ◆期間 令和3年11月30日～12月1日
- ◆場所 大丸神戸店



(ウ) 上野駅「青森産直市」

- ◆期間 令和4年3月24日～29日
- ◆場所 JR上野駅

エ 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情報提供した。

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の運営・管理を行った。なお、これまでの「アプティネット」は、「Amazing AOMORI」として、2月からリニューアルされた。（リニューアルは県直営事業）



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 兵庫県との航空路線を利用した相互送客連携（県委託事業）

兵庫県の圏域をエリアとする地域連携DMOである「ひょうご観光本部」と連携し、メールマガジンや、特設HP、SNS等を活用した広報活動を行った。

⑥ 宿泊プロモーション事業（県委託事業）

本県への誘客促進や今後の本格的な県内需要の回復に資するため、県内の宿泊事業者と連携したプロモーションを実施した。

- ◆実施期間 第1弾 令和3年6月～12月（235施設）
- 第2弾 令和3年12月～令和4年3月（218施設）

⑦ 県内宿泊事業者を対象とした経営実態把握調査事業（県委託事業）

宿泊事業者の経営状況を的確に把握し、必要に応じた支援策検討の基礎資料とするため、県内宿泊事業者を対象とした経営実態把握調査を実施した。

- ◆調査期間 令和3年8月20日～27日
- ◆訪問箇所 46施設（施設については、発注者である県と協議の上抽出）

⑧ 下風呂地域観光復興支援事業（県委託事業）

大雨に係る災害で被害を受けた下風呂地域の観光振興と、下北地域全体の観光需要の回復をはかるため、青森県おでかけキャンペーンと連動した誘客促進策を実施した。

ア 下風呂温泉郷応援クーポンの発行

- ◆期間 令和3年10月16日～11月14日

イ 県内民放3局による下北地域の情報発信

- ◆期間 令和3年10月～11月



ウ SNS を活用した下北地域の情報発信

◆期 間 令和3年10月～11月



エ 下北地域観光再開セレモニーの開催

◆開催日 令和3年10月16日

◆場 所 下風呂温泉郷「海峡の湯」2階

⑨ 「PCR検査等無料化事業」に関する説明会及び「抗原定性検査」検査管理者講習会の実施（県委託事業）

国が決定した「地域観光事業支援」の支援対象範囲の拡大等に伴い、「ワクチン・検査パッケージ」の活用が利用条件となったことから、「青森県おでかけキャンペーン」参加事業者を対象とした、「PCR検査等無料化事業」に関する説明会及び「抗原定性検査」検査管理者講習会を実施した。

◆期 間 令和4年1月13日～1月21日

◆場 所 県内6会場（一部オンライン開催とした）

⑩ 青森県宿泊施設ホスピタリティ発信業務（県委託事業）

県が実施する「青森あったか総選挙」と連動したプロモーションとして、県内宿泊施設から「おもてなしメッセージ」及び「宿泊施設の魅力」を紹介する記事を募集し、特設サイトに掲載した。

◆期 間 令和4年2月16日～3月31日

◆掲載施設 211施設



(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 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、台湾旅行会社との商談会への参加や、観光 PR イベントへの販促資材の送り込み等を行った。

④ 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 令和4年2月15日～3月14日

◆青森県の参加事業者 計8事業者

イ 第8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8回日韓フォトコンテストに後援で参画し、賞品等を提供した。

◆実施期間 令和3年7月28日～10月1日

◆授賞式 令和3年11月20日



ウ 韓国旅行会社と連携した旅行ニーズ把握業務

韓国旅行会社3社と連携し、Web ページや SNS 上において本県の観光情報発信および一般消費者向けアンケートを実施し、韓国における最新の旅行ニーズを把握するための取り組みを行った。

◆実施期間 令和4年2月3日～3月18日

◆旅行会社 ハナツアー、韓進観光、ロッテ観光開発

(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。

◆DMO目標設定及び達成状況

	目標設定（KPI）項目	単位	2020年 目標値	2020年 実績値
ア	旅行消費額	億円	1,931	1,209
イ	延べ宿泊者数	万人泊	507	331
ウ	来訪者満足度	%	100	99.3
エ	リピーター率	%	77.2	68.2

③ 「もてなしの心」運動推進事業

観光ガイドの推進に係る取組について情報共有を図るとともに、課題整理・解決に向けた検討を行うため、関係者による連絡会議をオンラインで開催した。

◆実施時期 令和4年1月12日

◆対象者 観光ガイド推進連絡会議構成員

④ 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。

⑤ 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

新型コロナウイルス感染症の影響により、令和3年9月の1か月間と令和4年1月24日～3月31日の期間、1階インフォメーションや3Dシアターをはじめとした2階全

フロア、13階展望台などを休業した。また、各テナントにおいては営業時間の短縮や休業を行った。

イベントについては、一部、延期または中止となったものの、開催にあたっては入場制限を設けるなど感染症対策に万全を期した。

このほか、観覧施設の新たな魅力づくりとして、13階展望台へ青森ねぶたの技法を用い青森港の歴史を描いた「スタンドねぶた（スタンドグラス風ねぶた絵）」を設置し、各種メディアへの情報提供やSNSによる情報発信を行った。

(1) 観光資源紹介事業

① 青い森ホール 360° 3D デジタル映像シアター情報発信事業

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、新型コロナウイルス感染症対策のため中止していた 3D 映像の上映を令和 3 年 4 月から再開し、利用者から好評を得ている。また、キャッシュレス決済に対応するため、6 月から 1 階の券売機にクレジットカード及び電子マネー機能を追加した。

ア 上映時間

10:00~17:15 まで（最終上映 17:00）1 日 15 回上映

イ 映像コンテンツ

(ア) 3D コンテンツ

「青森祭りの魂」(約 7 分)

(イ) 2D コンテンツ

「Beautiful Season of Aomori SPRING」(約 8 分)

「Beautiful Season of Aomori SUMMER」(約 6 分)

「Beautiful Season of Aomori AUTUMN」(約 6 分)

「Beautiful Season of Aomori WINTER」(約 7 分)

「青森祭りの魂」(約 7 分)

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 「北海道・北東北の縄文遺跡群」世界文化遺産登録の情報発信

7月に世界文化遺産への登録が決定した「北海道・北東北の縄文遺跡群」を、県民はもとより来青したお客様にも周知するため、正面玄関にタペストリー（4枚）を設置したほか、2階市町村ホール内に縄文遺跡群を構成する史跡を紹介したパネルの展示を行った。



④ 13階展望台情報発信事業

13階展望台への誘客と魅力度向上を図るため、フォトプロップス（写真撮影用の小道具）を作成し備え置いたほか、本県の観光マスコットキャラクター「いくべえ」の着ぐるみを配置したフォトスポットを設けるなどお客様の満足度向上に努めた。



【フォトプロップス】

⑤ 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、5月よりLINEのオフィシャルアカウントを新規取得し、LINEユーザーに対しても情報発信した。

【フォロワー数】

Instagram／@aspm_official	8,319人（5,900人）対前年比：141.1%
Facebook／@aspm.aomori	2,926人（2,443人）対前年比：119.8%
Twitter／@aspmkanko	6,038人（5,136人）対前年比：117.6%人
LINE／aspm_official	207人 ※令和3年5月1日から開始

※令和4年3月31日時点（カッコ内は令和3年3月31日時点）



Facebook



Instagram



Twitter

⑥ アスパムホームページを活用した情報発信

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最新の情報に更新している。



イベント特設ページ



お知らせページ

⑦ その他

13 階展望台に、青森港開港 400 年で青森市がかつて善知鳥村と呼ばれていた時代から大型客船が寄港し、青森ねぶた祭りや花火大会が開催される現代までを 3 枚の作品で表現した竹浪比呂央ねぶた研究所の企画・制作によるスタンドグラス風ねぶた絵を展示した。



(2) 主催イベント展開事業

① アスパム開館 35 周年感謝企画

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響を受け、当初予定していたアスパム春まつりは中止としたものの、アスパムが開館 35 周年を迎えたことから、館内入居店舗による特別感謝企画を実施したほか、テイクアウト形式による県内のご当地グルメの販売や道南からクラフトビール（瓶）の販売などを行った。また、「北海道・北東北の縄文遺跡群」PR コーナーの設置や新小学 1 年生無料ご招待などを実施し、来館促進に努めた。

◆期 間 令和 3 年 4 月 24 日～5 月 5 日（計 12 日間）

◆来場者 9,469 人



② 2021 アスパム de 夏休み（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、夏休み期間の集客を図るため、北海道・北東北の縄文遺跡群の世界文化遺産登録を記念した企画をはじめ、近隣の宿泊施設 6 か所に当館で使用できるクーポン券を配布したほか、観覧券の増収対策のため、展望台とシアターセット券購入者に館内で利用できる 500 円の商品券のプレゼントや、13 階の展望台で「お化け珈琲」のパッケージ画の展示をするなど、来館したお客様の満足度向上を図った。

◆期 間 令和 3 年 7 月 28 日～31 日（計 35 日間）



③ アスパム開館 35 周年誕生祭

2 階の machicotoba 開設 1 周年イベントと併せ、9 月に開催予定であった「肉」イベントを同時開催し、アスパム開館 35 周年の記念イベントとして約 70 店舗の出店者で会場を盛り上げた。また、館内各店舗の独自企画や、各出店者を巡る工夫として、2 種類の領収書持参者への日替わりのオリジナル缶バッジプレゼント等を実施し、集客に努めた。

◆期 間 令和3年10月22日～24日（計3日間）

◆来場者 10,704人



④ CHRISTMAS MARKET inアスパム2021

冬季の青森ベイエリアの活性化を目的に開催し、今回で4回目の開催となった。開催期間は新型コロナウイルス感染症の拡大防止を考慮し、昨年度より6日間短縮し9日間としたものの、新たな取り組みとして、岩崎電気株式会社のご協賛を得て、配色豊かなフルカラーLED照明により、テーマを設けたアスパム外観のライトアップを実施した。また、お客様からのメッセージの読み上げと花火の打上を行う「メッセージ花火」を実施するなどの新規企画を行った。

◆期 間 令和3年12月17日～12月25日（計9日間）

◆来場者 29,506人



⑤ アスパムお正月まつり

館内各店舗の初売り・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館内を巡る企画などを実施し正月の雰囲気づくりを行った。

◆期 間 令和4年1月1日～3日（計3日間）

◆抽選回数 3,086回



⑥ 週末マルシェの開催

コト消費の新たな空間としてリニューアルした2階 machicotoba(マチコトバ)において週末マルシェを開催し、カフェ・スイーツの出店やクラフト作品・雑貨などを販売した。また、一部の出店者とテーマを絞った共同企画の実施や、ワークショップ等のスペース貸出を行い、賑わい創出に努めた。

◆実施回数 14回(令和3年4月～令和4年3月)

◆出店者累計 124店舗



(3) 他団体と連携した集客イベント

他団体と連携したイベントを開催し感染症対策を講じながら集客を図った。

① 芋フェス(主催:三ノ月舎)

◆期間 令和3年11月6日～7日

◆来場者 10,554人



② うまい森青いもり(主催:東奥日報社)

◆期間 令和3年11月20日～21日

◆来場者 7,229人



(4) 「machicotoba (マチコトバ)」の運営事業

コト消費の新たな空間である2階 machicotoba (マチコトバ) において、シェアアトリエ入居者による制作実演を行ったほか、ワークショップ等のスペース貸出により、賑わい創出に努めた。

◆「シェアアトリエ」入居者（令和4年3月末現在）

○さきおり CHICKA（南部裂織）

○NATSUKO MIYAKOSHI（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）

○天野琴音（オリジナル木地のデザインや漆器）



(5) 青森県地場セレクト運営事業

県内外からの来館者に対し、青森ならではのこだわりやストーリー性のある地場産品を紹介・宣伝し、販路拡大と産品PRを図るとともに、消費者の反応や改良点を生産者にフィードバックし、今後の商品開発に向けた情報提供を行った。

また、「北海道・北東北の縄文遺跡群」世界文化遺産登録を記念した特設コーナーの設置やベイエリアの新スポット「あおもり駅前ビーチ」に期間限定で設置された文字オブジェがきっかけで商品化された「あおもりスタンド」の販売を行った。



(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) テナント事業

青森県の主要な産業の一つであるエネルギー施策 PR の展示・体験施設と雇用促進関連事業であるハローワーク関連施設やジョブカフェあおもり等を入居させ、その活動及びサービスの場を提供することにより、本県の産業の振興を図った。

(8) 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、世界遺産白神山地や世界文化遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」の写真パネルの展示を行い、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]

新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ収益の早期回復を図るため、イベントスペースや貸会議室、駐車場等の営業活動を各方面に展開した。営業に際しては、新型コロナウイルス感染症対策を前面に押し出し、「安全・安心」での活用を強かに PR し、6 月より運用を開始した「サテライト会議システム」(一つの会議室をメイン会場、その他の会議室をサテライト会場とし最大 4 つの会議室での分散同時使用が可能)などの利用促進を図った。

また、引き続き、館内テナントとの連携によるアスパム来訪者への購買意欲や満足度向上のための各種取り組みのほか、アスパム、観光連盟等の運営管理経費削減など、より一層の収益拡大と経営の効率化を図った。

1 イベントスペース・貸会議室事業

(1) イベントスペース

イベントホールは土日祝日の利用が多いことから、平日や閑散期の利用拡大に向け、1 階エントランスホールやリニューアルされた 2 階 machicotoba (マチコトバ)、13 階展望台などの館内イベント可能スペースの認知度向上のため、営業活動を行った。

(2) 営業活動実績

① サテライト会議システムの利用案内

会議室予約システム登録者の対象 2,000 か所に対し、令和 3 年 6 月 1 日にメールにて利用案内した。

② 会議室及び貸スペース等の利用案内（主催イベントも周知）

国や青森県庁及び青森市役所を訪問のうえ、利用について案内した。

- ア 国 令和3年10月8日～13日 青森市内の国出先機関22か所へ利用案内
- イ 青森県庁 令和3年12月10日 庁内ポータルへ掲載
- ウ 青森市役所 令和3年12月9日～10日 柳川庁舎（5か所）、本庁舎（20か所）、駅前庁舎（39か所）計64か所へ利用案内

③ 利便性向上のためのアンケート調査

- ア 予約システム登録者向け
令和3年12月10日 2,000か所に対しメールにて実施
- イ 毎日の利用者向け
令和4年1月1日より実施中

2 青森県観光物産館駐車場管理等運営事業

アスパムの駐車場収入は、一般・大型バスともに収益の大きな柱となっていることから、利便性等について会議室の営業に合わせ積極的にPRした。

3 テナント事業

青森県産にこだわった特色ある土産品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。

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。

◆タクシー周遊観光プラン（計35商品）

- ・マタギに学ぶ白神の旅
- ・世界文化遺産登録～縄文と津軽2大観光地をタクシーで巡る1泊2日
- ・特別史跡三内丸山遺跡で発掘調査現場と5000年前の土器に触れる旅
- ・りんご農家の美味しい休日コース など

令和3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)・%

区分	元年度	2年度	3年度	増減	対前年比	備考
				3年度-2年度	3年度/2年度	
総利用者数 (人)	1,277,409	512,509	493,521	△ 18,988	96.3%	県内において継続的な新型コロナウイルス感染症患者の発生や、多数のクラスター発生の影響により、イベントの中止や、延期を余儀なくされたが、開催する際には感染症対策をしっかりと行った。
有料 入館者数 (人)	65,521	23,201	21,355	△ 1,846	92.0%	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、利用客が減少した。 県有施設の原則休館・使用中止要請に伴い、有料コーナー等を休業したことにより有料入館者が減少した。
観覧料収入 (千円)	29,364	10,425	9,444	△ 981	90.6%	
物販・飲食店 総売上 ※直営店 含む (千円)	905,908	387,753	414,129	26,376	106.8%	4～8月は県内外からの学校団体の立寄り等で221.4～107.1%と売り上げを伸ばした。、9～10月は休業要請に伴う一部テナントの休業とGoToトラベルキャンペーンがなかったことにより、前年比60%台と大幅減少となった。帰省客が戻ってきた1月は189.5%となった。
直営店 「青森県地場 セレクト」 売上 (千円)	53,642	36,265	28,873	△ 7,392	79.6%	工藤パンの人気商品の詰め合せセットや、「AOMORIスタンド」がTwitter等SNSで人気となり、県外への販路拡大につながったものの、昨年度の「アマビエ」関連商品のような爆発的な売り上げにはならなかった。
会議室収入 (千円)	43,676	31,424	33,098	1,674	105.3%	コロナ禍の影響によるキャンセルが多くみられたが延期等日程変更により4～7月は、前年比100%超で推移し、回復傾向を示すも8月～9月は前年比86%台と前年割れが続いた。10月～12月では、平均109%となったものの1月～3月は感染症拡大の影響により81%と減少したが、4月～3月の累計では、対前年比105.3%となった。なお、期間内キャンセルは、1,195室で、3密対策として広めの会場を使用する傾向が続いた。
駐車場 全体収入 ※月極等 含む (千円)	55,506	33,183	35,160	1,977	106.0%	一般駐車場収入は、会議室利用の回復に伴い全体で前年比107%となった。大型車両夜間一泊駐車等の後納では、前年比124%となり、月極では、契約台数を確保・調整した結果、前年比114%となった。その結果4月～3月の駐車場収入全体では106.0%となった。

[参考]

青森県観光物産館アスパム新型コロナウイルス感染拡大に伴う休業状況

新型コロナウイルス感染拡大に伴う県有施設の休業協力の要請により、館内の下記施設を休業した。

年度	休業期間	休業日数	休業施設	
令和2年度	令和2年4月25日(土) ～5月6日(水)	12日間	1階	お土産コーナー、インフォメーション、立ち呑み屋地酒アスパム、ラウンジセンチュリー
			2階	360° 3D デジタル映像シアター、市町村ホール、国際交流ラウンジ、青森県外国人相談窓口、エネルギー館「あしたをおもう森」、machicotoba、手作り体験コーナー、津軽こぎん刺しコーナー
			10階	みちのく料理西むら
			13階	展望台
令和3年度	令和3年9月1日(水) ～9月30日(木)	30日間	1階	インフォメーション、立ち呑み屋地酒アスパム
	令和4年1月24日(月) ～3月31日(木) ※展望台を除く施設は、 4月10日まで休業。	67日間	2階	360° 3D デジタル映像シアター、市町村ホール、国際交流ラウンジ、青森県外国人相談窓口、エネルギー館「あしたをおもう森」、machicotoba、手作り体験コーナー、津軽こぎん刺しコーナー
			13階	展望台

※青森県外国人相談窓口は休業中も電話・SNS・メールでの相談対応をした。