第２号議案

平成 29 年度事業報告について

事業実施総括

公益社団法人青森県観光連盟（以下「観光連盟」という。）として、創設９年目を迎える中で、北海道新幹線開業や訪日外国人旅行（以下「インバウンド」という。)、FIT（個人手配の海外旅行）の増加など、本県観光の環境変化に的確に対応していくため、戦略的な情報発信など効果的なプロモーション活動を行うとともに、県内各地における多彩な観光コンテンツづくり、インバウンドを含めた観光客受入体制の整備のほか、昨年８月には、観光連盟としての果たすべき役割や課題解決に向けた「観光連盟イノベーションプラン」を策定し、ミッションに基づくアクションプランの実施に向けた準備を行った。

特に、平成 28 年 3 月の北海道新幹線開業及び同年 7 月から 9 月に実施された青森県・函館デスティネーションキャンペーン（以下「青森県・函館ＤＣ」という。）の効果を持続させるため、ＪＲグループ及び北海道道南地域関係者と引き続き連携を図り、ガイドブック制作による情報発信などの各種取り組みを積極的に進めることにより、全国からの集中的な誘客や地域経済の活性化を図った。

さらに、本県観光を含めた産業振興に効果が高いコンベンション誘致及び教育旅行についても重点的に取り組むとともに、海外からの観光客の誘致促進を図るため、韓国・台湾を中心に、引き続き積極的な誘致活動を展開した。

また、青森県観光物産館管理運営事業では、館内外において、本県ならではの観光、物産、郷土芸能、文化、食、産業を紹介する主催イベントを実施し、朝取り野菜を販売する「アスパム朝マルシェ」や「青森りんご」を徹底的に楽しむ「青森りんご大祭典」など、新機軸の展開を行った。

収益事業では、貸会議室事業でインターネットでの予約システムの導入や、駐車料金の精算制度、料金体系の見直し等収益拡大策を積極的に展開したほか、市内の団体、企業等に新たにテナントリーシングを行うなど、より一層の経営効率化や収益拡大策を実施した。

〔公益目的事業〕

1　観光振興事業

（１）観光情報発信事業

①　青森県観光情報センター運営事業

県内の魅力ある観光資源に関する情報を観光客や旅行エージェント等に発信するため、青森県観光情報センターを運営した。

◆場　　所　　青森県観光物産館アスパム
◆業務内容　　・観光素材（パンフレット等）収集
・旅行エージェント等に対する情報提供

②　青森県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。

③　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。

◆期　　間　　平成 29 年 4 月～平成 30 年 3 月
◆内　　容　　・本県と関連がある著名人の発掘、リストアップ
・様々なコネクションを利用した働きかけによるキーインフルエンサーの獲得
・キーインフルエンサー来県時の対応

（２）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各種事業を重点的に実施した。

①　教育旅行誘致促進連絡会議の開催

教育旅行誘致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開催した。

ア　第 1 回会議

◆期　　日　　平成 29 年 5 月 24 日(水)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　平成 29 年度の事業及びスケジュールについて

イ　第2回会議
◆期　　日　　平成29年11月16日(木)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　教育旅行誘致活動状況について
ウ　第3回会議
◆期　　日　　平成30年3月16日(金)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　平成29年度教育旅行誘致活動状況について
平成30年度教育旅行誘致事業計画（案）について

② 教育旅行誘致資料等の制作（県委託事業）
ア　あおもり教育旅行ガイドブックの作成・配付
◆部　　数　　8,000部
イ　青森県教育旅行ホームページの更新

③ 教育旅行実施状況調査の実施（県委託事業）
◆内　　容　　平成29年分県内宿泊施設に対する調査
◆対　　象　　県内ホテル、旅館等
◆期　　間　　平成30年1月～3月調査実施

④ 学校関係者・教育旅行エージェントに対する情報提供（県委託事業）

ア　首都圏対策
（ア）首都圏教育旅行エージェントキャラバン及び学校訪問
◆期　　間　　平成29年11月20日（月）～22日（水）
◆訪 問 先　　東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県の旅行エージェント22社　埼玉県・栃木県中学校5校
◆参 加 者　　教育旅行誘致促進連絡会議構成員等13名
（イ）教育関係団体等の発表会等への参加
◆東北教育旅行セミナー（東京会場）/主催：東北観光推進機構
◆全国修学旅行研究大会/主催：(公財)全国修学旅行研究協会
◆第13回教育旅行シンポジウム/主催：(公財）日本修学旅行協会

イ　北海道対策
（ア）青森県教育旅行現地視察会・商談会
◆期　　間　　平成29年8月8日（火）～10日（木）
◆場　　所　　青森市、弘前市、十和田市ほか
◆参 加 者　　旭川市立中学校教諭7名、教育旅行誘致促進連絡会議構成員等12名
（イ）道央地区教育旅行エージェントキャラバン及び学校訪問
◆期　　間　　平成29年8月29日（火）～9月1日（金）

◆訪 問 先　　札幌市、旭川市、苫小牧市の旅行エージェント16社、中学校53校　札幌市・旭川市教育委員会
◆参 加 者　　教育旅行誘致促進連絡会議構成員等17名

（ウ）北海道道南地区教育旅行エージェントキャラバン及び学校訪問
◆期　　間　　平成29年10月3日（火）～4日（水）
◆場　　所　　道央地区の旅行エージェント6社、小学校29校
函館市・北斗市教育委員会
◆参 加 者　　教育旅行誘致促進連絡会議構成員等15名

（エ）教育関係団体等の発表会等への参加
◆東北教育旅行セミナー（札幌会場）/主催：東北観光推進機構
◆東北教育旅行セミナー（苫小牧会場）/主催：東北観光推進機構
◆東北教育旅行セミナー（函館会場）/主催：東北観光推進機構
◆修学旅行説明会（室蘭会場）/主催：ＪＲ北海道
◆青森県教育旅行説明会（青森会場）/主催：東北観光推進機構

（３）コンベンション誘致事業

本県観光産業の振興に効果が高く、本県観光のイメージアップやブランド力の強化にも繋がるコンベンションを誘致するため、本県開催の動機付けとなるコンベンション開催費助成事業を実施するとともに、県内外の大学、団体、企業等への誘致活動を展開した。

① コンベンション誘致促進連絡会議の開催

コンベンション誘致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開催した。

ア 第1回会議
◆期　　日　　平成29年5月24日(水)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　平成29年度の事業及びスケジュールについて

イ 第2回会議
◆期　　日　　平成29年11月16日(木)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　平成29年度事業の進捗状況について
国際MICEエキスポについて
ユニークベニューの創出について

② あおもりMICE誘致活動事業（県補助事業）

ア 開催団体等訪問

県内の大学・団体等を訪問して、助成制度等の説明ＰＲ及び平成30年度以降の学会等の誘致促進を依頼した。

◆訪問時期　　平成 29 年 6 月、8 月、平成 30 年 2 月～3 月
◆訪 問 先　　県内大学等 13 団体、コンベンション主催団体等 10 団体、首都圏旅行エージェント 8 社

イ　各種イベント出展等

国際 MICE エキスポ（IME2018）に県内各観光コンベンション協会と共同で出展し、青森県へのコンベンション誘致活動を行うと共に、本県で開催の可能性のある団体に対して個別の働きかけを行った。

◆開 催 日　　平成 30 年 2 月 28 日（水）
◆場　　所　　京王プラザホテル（東京都）

ウ　媒体作成及びホームページによる情報発信

「青森県コンベンション施設ガイド」を製作し、コンベンション誘致活動に活用したほか、同ガイドデータを関係機関のサイトに掲載した。

◆部　　数　　500 部

③　大規模 MICE 開催費助成事業（県補助事業）

県外からの延宿泊者数 100 人以上のコンベンションに対し開催費を助成した。

◆交付実績　　助成先 18 団体、助成金額 11,900 千円

【コンベンション誘致推進事業の実績等】
誘致事業による県内コンベンション参加者数　12,417 人泊

（４）外国人観光客誘致拡大事業

韓国・台湾を中心とした東アジアからの外国人観光客の誘致活動をより一層積極的に展開するとともに、県内観光事業者の受入意識やサービスの向上、外国人観光客受入体制の充実・強化を図った。

①　国際観光推進連絡会議の開催

インバウンド誘致など国際観光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開催した。

ア　第 1 回会議

◆期　　日　　平成 29 年 5 月 24 日(水)
◆場　　所　　青森県観光物産館
◆議　　題　　平成 29 年度事業について

イ　第2回会議

◆期　　日　　平成30年3月16日(金)

◆場　　所　　青森県観光物産館

◆議　　題　　平成29年度事業の進捗状況について

今後のインバウンド対策に係る取組について

② 韓国誘客対策強化事業（県委託事業）

青森・ソウル線を利用する韓国からの観光客の誘客促進を図るため、大韓航空、韓国旅行エージェント等と連携して誘客宣伝事業等を実施した。

ア　旅行商品造成等広告支援

韓国人観光客の誘客拡大を目的として、韓国旅行エージェントに対し、旅行商品販売促進のための広告支援を実施した。

◆支援対象　　韓国発青森旅行商品（青森・ソウル線往復利用）、韓国発青森県内のトレッキング･ゴルフ･スキー商品、本県向け商品販促に寄与するメディア活用商品　等

◆支援件数　　13件

◆支 援 先　　韓国旅行エージェント7社

イ　韓国エージェント招聘ファムツアー

（ア）韓国ゴルフファムツアー

韓国人観光客向けゴルフ商品の造成・販売促進を図るため、関係者を招聘してファムツアーを実施した。

◆時　　期　　平成29年5月12日（金）～14日（日）

◆場　　所　　青森カントリー倶楽部ほか県内11か所

◆参 加 者　　韓国ゴルフ商品関係旅行エージェント等6社

（イ）大韓航空連携社ファムツアー

大韓航空を利用した青森旅行商品の造成・販売促進を図るため、関係者を招聘してファムツアーを実施した。

◆時　　期　　平成29年11月11日（土）～14日（火）

◆場　　所　　青森県立美術館ほか県内25か所

◆参 加 者　　大韓航空及び大韓航空連携旅行エージェント7社

ウ　MICE誘致

（ア）MICEファムツアー

韓国民間企業・団体等のMICE誘致を図るため、関係者を招聘してファムツアーを実施した。

◆時　　期　　平成29年6月25日（日）～28日（水）

◆場　　所　　奥入瀬渓流ほか県内16か所

◆参 加 者　　韓国民間企業・団体関係者8団体

（イ）MICE 商談会等参加

ソウル市で開催されたインセンティブ旅行関係企業を対象とした商談会に参加し、青森県内の宿泊・観光施設等の情報提供、具体的な観光ルートの提案などを行った。

◆時　　期　　平成 29 年 8 月 29 日（火）
◆場　　所　　ソウル市「ロッテホテル」
◆商 談 数　　インセンティブツアー関連企業 12 件

エ　その他、韓国からの誘致促進に効果的な業務

（ア）韓国国際観光博 KOTFA2017 における観光 PR

同イベント会場の青森県 PR ブースにおいて、本県フェイスブックの「いいね！」増加キャンペーンイベント等 PR を実施した。

（イ）韓国旅行エージェント等訪問

韓国旅行エージェントや韓国航空会社等を訪問し、本県の観光コンテンツのＰＲや青森旅行商品の造成・販売促進に向けた情報交換等を行った。

◆時　　期　　平成 29 年 7 月 12 日（水）、8 月 28 日（月）
◆訪 問 数　　延べ 11 社

（ウ）韓国テレビ撮影対応

韓国放送公社 KBS の地上波番組「歩いて世界へ」の撮影ロケ受入れを行い、韓国における本県の認知度向上を図った。

◆時　　期　　平成 29 年 6 月～8 月
◆場　　所　　田んぼアートほか県内約 20 か所
◆放　　送　　平成 29 年 9 月 9 日（土）（以降複数回再放送）

③　北東北三県・北海道ソウル事務所事業（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。

ア　北東北三県・北海道ソウル事務所の概要

◆設置場所　　大韓民国ソウル特別市中区南大門路　韓進ビル本館 7 階
◆運営主体　　北東北三県・北海道ソウル事務所運営協議会
◆構 成 員　　北海道、青森県、岩手県、秋田県、（一社）北海道貿易物産振興会、（公社）青森県観光連盟、（公財）岩手県観光協会、（一社）秋田県観光連盟

イ　事業内容

（ア）ホームページ活用事業

4 道県及びソウル事務所の認知度向上を図るため、事務所ウェブサイト等を通じて随時観光情報を更新するなどし、魅力的な情報発信とアクセス件数の拡大に努めた。

（イ）SNS による情報発信機能強化事業

近年はフェイスブック、ツイッター、インスタグラム等といったSNSを活用した情報発信が主流となっていることから、4道県の魅力ある観光資源の取材を行い、SNSへの投稿回数を増やすことにより情報発信機能の強化を図った。

（ウ）SNS認知度向上キャンペーンの実施

北東北三県・北海道ソウル事務所開設15周年記念イベントとして、SNS広告の出稿やキャンペーン参加者への景品贈呈企画の実施等によるSNS認知度向上キャンペーンを実施した。

（エ）旅行商品造成支援事業（VJ事業）

4道県を目的地とした旅行商品の造成促進を目的に、旅行の提案セミナー及び観光商談会を開催した。

◆期　間　　平成30年1月31日（水）
◆場　所　　韓国ザ・プラザホテル
◆参加者　　韓国旅行エージェント等79社 約100名
　　県内自治体・事業者9団体

（オ）イベント出展等によるPR

韓国国内で行なわれる旅行博覧会やイベント等へ出展し、観光業界関係者や一般消費者に対してPRを行った。

㋐韓国国際観光展（KOTFA）
◆期　間　　平成29年6月1日（木）～4日（日）
◆場　所　　COEX（ソウル市）

㋑ハナツアー旅行博覧会
◆期　間　　平成29年6月8日（木）～11日（日）
◆場　所　　KINTEX（高陽市）

㋒大韓民国国際観光博覧会
◆期　間　　平成29年8月24日（木）～27日（日）
◆場　所　　KINTEX（高陽市）

㋓釜山国際観光博（BITF2017）
◆期　間　　平成29年9月8日（金）～11日（月）
◆場　所　　BEXCO（釜山市）

㋔モードツアー国際旅行博覧会＞
◆期　間　　平成29年11月16日（木）～19日（日）
◆場　所　　COEX（ソウル市）

④　韓国現地商談会等事業（県委託事業）

韓国との経済交流を促進するため、韓国食品展示会への出展や韓国バイヤーの招聘により、バイヤー及び一般消費者に対して県産品等の PR を行い、県産品等の認知度向上及び販路開拓を図った。

ア　商談会実施

ソウル市で開催された 4 道県による観光セミナー・商談会に合わせ、物産商談会を開催し、バイヤー及び一般消費者に対して商談、県産品のＰＲ等を行った。

◆実施時期　　平成 30 年 1 月 31 日（水）
◆場　　所　　韓国ザ・プラザホテル（ソウル市）
◆出展業者　　県内 3 事業者・団体

イ　バイヤー招聘業務

韓国から食品関連バイヤーを本県に招聘し、個別商談、産地見学等を行うことにより、県産品への理解を深めてもらい商機の拡大を図った。

◆時　　期：平成 29 年 9 月 13 日（水）～9 月 15 日（金）
◆訪 問 先：県内観光施設・事業所 6 箇所
◆招 聘 者：韓国食品関係企業 5 社

ウ　ビジネス開拓支援

拡大する日本食市場の新たなビジネスを開拓するため、韓国における物産商談会に合わせ消費者動向に係るセミナーを実施したほか、物流に係る視察を行うなど、県内企業の韓国ビジネス開拓の支援を行った。

⑤　青森・ソウル線冬季増便誘客拡大事業（県委託事業）

青森・ソウル線が週 5 便体制となり、韓国からの更なる誘客促進を図るため、広告プロモーション及びマーケティング調査を実施した。

ア　広告プロモーション

本県の冬季観光コンテンツの認知度向上及び青森旅行商品の販売促進を図るため、韓国旅行会社との共同による PR を実施したほか、ウェブによる動画コンテストを通じた PR を実施する旅行会社に対する広告支援を行った。

イ　マーケティング調査

本県の観光コンテンツに対する評価や旅行行動に関するデータを分析するため、マーケティング調査を実施する韓国国内の旅行会社に調査助成を実施し、データ収集・分析を行った。

⑥　台湾人観光客誘致拡大事業(県委託事業)

青森県へのチャーター便及び国内定期便を利用して来県する台湾からの観光客の誘客促進を図るため、台湾旅行エージェントと連携して誘客宣伝事業等を実施した。

ア　台湾旅行エージェントへの広告助成金の交付

（ア）青函地域商品

台湾発で日本への定期便を利用した青函地域の移動を行程に含み青森県内に2泊以上宿泊する旅行商品を販売・実施する台湾旅行エージェントが行う販売促進に係る広告費用を助成した。

◆支援旅行社数　　1社

◆支　援　先　　創造旅行社

（イ）立体型旅行商品：個人

台湾発で青森県、ＪＡＬ、ＪＲ東日本及び台湾旅行会社が連携して造成した、飛行機と新幹線を利用した個人向け立体観光型旅行商品を販売・実施する台湾旅行エージェントに対し､販売促進に係る広告費用を助成した。

◆支援旅行社数　　1社

◆支　援　先　　永利旅行社

イ　台湾における青森プロモーション

台湾からの誘客促進を図るため、台湾でのイベント参加や旅行エージェントセールスにより、本県の観光PRを行った。

（ア）観光イベント

㋐台北国際観光博覧会（2017TTE）

◆期　間　　平成29年5月5日（金）～8日（日）

◆場　所　　台北世界貿易センター1号館（台北市）

㋑台中国際旅展（ATTA）

◆期　間　　平成29年6月10日（土）

◆場　所　　台中市在烏日展覧館（台中市）

㋒台北国際旅行博（ITF2017）

◆期　間　　平成29年10月27日（金）～30日（月）

◆場　所　　台北世界貿易センター1号館（台北市）

㋓日本東北遊楽日2017

◆期　間　　平成29年12月8日（金）～10日（月）

◆場　所　　華山１９１４文創園区（台北市）

（イ）エージェント等セールス

◆期　間　　平成29年6月9日（金）

◆訪問先　　台湾旅行エージェント5社

ウ　台湾からのMICE等の歓迎対応

台湾からMICE等で来県された旅行客に対し、出迎え対応や記念品の進呈など本県のPRを行った。

⑦　チャーター便誘致促進事業（県委託事業）

本県への国際チャーター便を利用して来県する台湾からの観光客の誘客促進を図るため、台湾旅行エージェントと連携して誘客宣伝事業等を実施した。

ア　青森県内空港に就航する台湾からのチャーター便を活用した旅行商品造成に対する広告支援

台湾発で青森空港または三沢空港を発着するチャーター便を利用し青森県内に１泊以上宿泊する旅行商品を販売・実施する台湾旅行エージェントに対し、販売促進に係る広告費用を助成した。

◆支援旅行社数　春チャーター便（ 4～ 6 月）　9 社
夏チャーター便（ 8～ 9 月）　5 社
秋チャーター便（10～11 月）　14 社

◆支　援　先　台湾の旅行エージェント

イ　チャーター便の歓迎及びお見送り対応

県及び県内観光事業者等と連携し、青森空港を利用した台湾からのチャーター便に対しての歓迎及びお見送りを行った。

◆実施回数　春チャーター便（4～6 月）　8 回
夏チャーター便（8～9 月）　1 回
秋チャーター（10～11 月）　15 回
計 24 回

ウ　台湾旅行商品共同広告・アンケート実施

特定期間における台湾～青森の定期チャーター便を片道又は往復を利用し、青森県内に1泊以上宿泊する旅行商品を販売する旅行会社と共に、共同で販売促進に係る広告掲載を行うほか、対象便を利用し県内に1泊以上宿泊する旅行者に対するアンケートを実施した。

◆共同広告対象期間　平成29年11月3日～平成30年3月13日
◆共同広告対象社数　8社
◆アンケート対象期間　平成30年1月2日～3月13日
◆アンケート対象社数　7社

⑧　ロケーションフォト誘致事業（県委託事業）

台湾及び香港からのロケーションフォト（フォトウェディング）旅行の観

光需要を創出し、海外からの個人旅行者を誘致するため、台湾及び香港旅行者向けの本県観光資源の撮影を行い、PR 用画像素材の整備を行った。

【外国人観光客誘致拡大事業による実績等】
〇誘客拡大業務による韓国旅行会社の商品造成数　延べ 13 社 26 商品
〇誘客拡大業務による台湾旅行会社の商品造成数　延べ 45 社 286 商品

（５）観光キャンペーン推進事業

ＪＲ東日本・ＪＲ北海道や(公社)日本観光振興協会、青森県等とタイアップし、首都圏等における各種観光イベントや観光物産展等に参画するとともに、平成 28 年 3 月の北海道新幹線開業及び同年 7～9 月に開催した青森県・函館ＤＣの効果を持続させるため、キャッチフレーズ「ひと旅　ふた旅、めぐる旅。青森・函館」とマスコットキャラクター「いくべぇ」を活用しながら観光ＰＲ等を実施した。

また、観光ガイドブック等の作成や首都圏等でのイベント等を通じて、本県の観光資源の魅力を全国にＰＲし、本県への一層の誘客促進を図った。

①　宣伝広報事業

ア　あおもり紀行キャンペーンスタッフの任命

県内外の各種観光キャンペーンイベント等において本県観光のＰＲを行う「あおもり紀行キャンペーンスタッフ」を任命した。

◆人　　数　　3 名
◆任　　期　　平成 29 年 4 月 1 日（土）～平成 30 年 3 月 31 日（土）

イ　観光ガイドブック等の作成

あおもり紀行ガイドブックの作成

自然や食、温泉、祭りを主要テーマに、ホットな話題やイベント、観光施設等の情報を掲載した本県の旅の総合案内として「あおもり紀行イベントガイドブック」を作成した。

◆部　　数　　夏・秋号　50 万部（アフターＤＣガイドブックとして作成）
　　冬・春号　15 万部
◆時　　期　　夏・秋号　平成 29 年 5 月
　　冬・春号　平成 29 年 10 月

ウ　リゾート列車の運行にかかる協議会への参画

ＪＲ五能線で運行されている「リゾートしらかみ」及び津軽線・大湊線等で運行されている「リゾートあすなろ」の各協議会に参画し、沿線市町村の観光情報を掲載したパンフレットの作成や各種イベント等に参加した。

エ　広告宣伝の展開等

各種新聞・雑誌等において本県の観光資源の魅力を紹介する広告宣伝を展開するとともに、マスコミ等の県内取材に対し積極的に協力した。

オ　観光イベント等への参画

ＪＲ東日本や（公社）日本観光振興協会、青森県等とタイアップして、首都圏等で観光イベントを積極的に展開した。

（ア）「2017 夏の旅」観光展

◆時　　期　　平成 29 年 7 月 2 日（日）～3 日（月）
◆場　　所　　ＪＲ大宮駅（埼玉県さいたま市）
◆主　　催　　（公社）日本観光振興協会関東支部

（イ）ハイウェイフェスタとうほく

◆時　　期　　平成 29 年 9 月 16 日（土）～17 日（日）
◆場　　所　　勾当台公園（宮城県仙台市）
◆主　　催　　東日本高速道路（株）東北支社

（ウ）「冬の旅」観光展

◆時　　期　　平成 29 年 12 月 15 日（金）～16 日（土）
◆場　　所　　ＪＲ横浜駅（神奈川県横浜市）
◆主　　催　　（公社）日本観光振興協会関東支部

（エ）ふるさと祭り東京 2018

◆時　　期　　平成 30 年 1 月 12 日（金）～21 日（日）
◆場　　所　　東京ドーム（東京都文京区）
◆主　　催　　ふるさと祭り東京実行委員会

（オ）その他

県内外で開催される各種観光イベント、観光物産展等に積極的に参画し、観光コーナーの設置、あおもり紀行キャンペーンスタッフによる観光ＰＲ等を行った。

② 誘客対策事業

ア 青森県観光セミナーの開催

首都圏からの誘客を強力に促進するため、県と共同で旅行エージェント等を対象とした観光セミナーを開催し、本県観光ＰＲや商談会により、旅行エージェントにおける本県向け旅行商品の造成促進等を図った。

◆時　　期　　平成 29 年 10 月 30 日（月）

◆開催場所　　ホテルメトロポリタン（東京都）

イ 旅行商品造成対策

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、温泉等の魅力を積極的に情報提供し、旅行商品の造成を強力に促進した。

◆時　　期　　平成 29 年 7 月～11 月、平成 30 年 2 月～3 月

◆訪 問 先　　首都圏、名古屋市、大阪市

◆内　　容　　旅行エージェントへの集中訪問による商品造成の促進

ウ 航空路線活用対策

県内空港発着の航空路線が広がる中で、航空会社への情報提供や連携した取組により、旅行商品の造成及び誘客促進に努めた。

また、青森空港振興会議や航空会社等と連携を図りながら、チャーター便を利用して来県する観光客に対して歓迎イベント等を実施した。

③ 青森県・函館誘客促進プロモーション事業（県委託事業）

北海道新幹線開業及び青森県・函館ＤＣの効果を継続し、青函周遊観光を定着させるため、ＪＲ東日本が行う「重点販売地域指定」等によるキャンペーン（アフターＤＣ）と連動したプロモーション活動を実施し、更なる認知度向上と誘客促進を図った。

ア ＰＲイベントの実施・参加

青森県及び北海道道南地域を巡る周遊観光の魅力を幅広くＰＲするため、観光イベントを実施するほか、各種イベントに参画した。

◆時　　期　　平成 29 年 5 月～平成 30 年 2 月

◆場　　所　　首都圏などの主要交通拠点等延べ 15 箇所

イ 青函周遊商品販売促進キャラバン等の実施

青森県と北海道道南地域を巡る青函周遊旅行商品の販売による誘客を

促進するため、観光関係団体や観光事業者等と連携して観光キャラバンを派遣し、ＰＲ活動を実施した。

◆時　　期　　平成 29 年 5 月～平成 30 年 1 月
◆場　　所　　首都圏、札幌市等延べ 18 箇所

ウ　首都圏旅行エージェント向け東青地域冬季観光現地研修会の実施

首都圏の旅行商品造成担当者等を対象とした現地研修会を行い、本県東青地域の旅行商品造成の促進を図った。

◆時　　期　　平成 30 年 2 月 16 日（金）～18 日（日）
◆研 修 先　　青森市、平内町、蓬田村、外ヶ浜町、今別町
◆招 聘 者　　首都圏の旅行会社　5 社 5 名

④　アフターデスティネーションキャンペーン（アフターＤＣ）推進事業

平成 28 年 7 月から 9 月に実施した青森県・函館ＤＣにおいて提案された観光素材や体制のステップアップと定着化を図るため、両地域の魅力ある詳細な観光情報を発信するとともに地域の周遊を促すための各種企画を実施した。

また、自治体、観光関係団体、観光事業者が一丸となり、観光資源の掘り起こしや磨き上げの取り組みを継続したほか、更なる各種宣伝・広報、誘客対策、観光客受入体制整備を積極的に進め、全国からの集中的な誘客や地域経済の活性化を図った。

ア　宣伝・広報事業

（ア）青森県・函館観光キャンペーンガイドブックの作成

青森県・函館ＤＣ効果を継続し全国からの誘客促進を図るため、各地の観光資源やイベント等を掲載したガイドブックを作成した。

◆規　　格　　Ａ4 判　56 ページ　カラー
◆部　　数　　50 万部
◆時　　期　　平成 29 年 6 月～
◆配布場所　　ＪＲ東日本・ＪＲ北海道の主要駅、青森県及び北海道道南地域の観光拠点施設ほか

（イ）アフターＤＣポスターの作成

青森県及び北海道道南地域をアピールするため、アフターＤＣ期間に合わせてポスターを作成し、ＪＲ主要駅等に掲出した。

◆規　　格　　Ｂ1 サイズ　カラー
◆時　　期　　平成 29 年 6 月～

◆掲出場所　　首都圏ＪＲ主要駅、青森県及び北海道道南地域の観光拠点施設ほか

イ　誘客対策事業

（ア）観光キャラバンによるＰＲ

アフターＤＣ期間をはじめ、青森県及び北海道道南地域への誘客促進を図るため、観光関係団体や観光事業者等と連携して観光キャラバンを派遣し、首都圏等における関係機関への訪問及び主要駅等においてＰＲ活動を実施した。

◆時　　期　　平成 29 年 5 月～6 月、平成 30 年 1 月

◆場　　所　　ＪＲ東日本東京支社・大宮支社・仙台支社、ＪＲ北海道本社ほか

（イ）観光キャンペーンイベントの開催

アフターＤＣの告知を図るとともに、観光資源のＰＲを行い、首都圏等からの誘客促進を図るため、主要駅等において観光キャンペーンイベントを開催した。

㋐　ＪＲ上野駅（東京都）「あおもり産直市」

◆時　　期　　平成 29 年 5 月 18 日（木）～5 月 20 日（土）

◆内　　容　　青森県及び北海道道南地域のＰＲ、観光クイズの実施、両地域の特産品販売、郷土芸能の披露　等

㋑　ＪＲ大宮駅（さいたま市）「青森県・函館観光キャンペーン in 大宮」

◆時　　期　　平成 29 年 7 月 15 日（土）～7 月 17 日（月・祝）

◆内　　容　　青森県及び北海道道南地域のＰＲ、観光クイズの実施、両地域の特産品販売、郷土芸能の披露　等

㋒　東北電力グリーンプラザ（仙台市）「青森印」

◆時　　期　　平成 29 年 7 月 19 日（水）～7 月 23 日（日）

◆内　　容　　青森県及び北海道道南地域のＰＲ、特産品販売　等

ウ　観光開発・受入体制整備事業

自治体、観光関係団体、観光事業者等と連携を図りながら、地域住民や観光施設・交通機関など、一層のおもてなし意識の醸成を図った。またＤＣ構成員相互の一体感を醸成するため、各種啓発用宣伝物を作成するなど、受入体制に資する活動を行った。

【アフターＤＣにおける実績】

〇イベント入込状況　　8,583 千人（延べ人数）

対前年比 105.5%（444 千人増）、対 27 年比 109.6%（749 千人増）

〇観光施設等入込状況　5,803 千人（延べ人数）

対前年比 93.2%（423 千人減）、対 27 年比 106.0%（328 千人増）

（６）受入体制整備事業

①　観光案内所運営事業

青森県東京観光案内所を運営し、本県観光情報の発信や問合せへの対応を行うとともに、県内観光案内所の連携による観光情報の提供及び観光案内体制の充実強化を図った。

ア　青森県東京観光案内所の運営（県委託事業）

◆所 在 地　　東京都千代田区富士見 2-3-11　青森県会館 1 階

イ　青森県内観光案内所連絡会議の開催

県内の各観光案内所（40 か所）の円滑な業務運営と広域観光案内に対応するため、連絡会議を開催した。

◆期　　日　　平成 29 年 6 月 12 日（月）

◆場　　所　　青森県観光物産館

ウ　青森県内観光案内所スタッフ現地研修会の開催

県内観光案内所スタッフのスキルアップや観光情報の収集、観光案内所間の情報交換や共有を目的に現地研修会を開催した。

◆期　　日　　平成 29 年 11 月 16 日(木)

◆場　　所　　青森市、弘前市、五所川原市、板柳町ほか

◆参加者数　　29 名（案内所数 17）

②　「もてなしの心」運動推進事業

北海道新幹線奥津軽いまべつ駅開業及び青森県・函館ＤＣを契機として、本県を訪れた観光客を温かくもてなすため、県民及び観光事業者に対して「もてなしの心」の気運醸成を行い、受入体制の整備を図った。

ア　クリーン大作戦の実施

本県を訪れる多くの観光客を温かくもてなす県民運動の一環として、美しい自然環境を大切にし、後世に残していく意識を醸成するため、小さな親切運動青森県本部とともに「春のクリーン大作戦」を実施した。

◆期　　日　　平成 29 年 4 月 22 日（土）

◆場　　所　　県内各地

イ　観光ボランティアガイド県大会の開催事業（県補助事業）

観光ボランティアガイド県大会を開催し、先進事例の研修や活動事例発表などを通じ、ガイド団体相互の情報交流、ガイドのスキルアップを図った。

◆期　　日　　平成 29 年 10 月 28 日（土）
◆場　　所　　むつ市
◆内　　容　　むつ市内視察研修、加盟団体による意見交換　等

（７）その他観光振興事業

①　観光リーダー実践研修事業

地域の魅力を活かしたコンテンツづくりやおもてなしの取組みなど、本県の観光振興の中核となる地域の人材の育成と活用を図るため、関係機関と連携しながらセミナー形式により実施した。

ア　第 1 回（青森銀行共催）

◆期　　日　　平成 29 年 11 月 21 日（火）
◆場　　所　　青森県観光物産館アスパム 1 階イベントホール
◆講　　師　　（株）JTB 開発管理担当マネージャー藍澤　武永氏
◆テ ー マ　　「外国人観光客向け決済対応～キャッシュレス大国中国の現状～」
◆参 加 者　　県内市町村、観光関係団体、観光事業者等 51 名

イ　第 2 回（青森県共催）

◆期　　日　　平成 29 年 11 月 24 日（金）
◆場　　所　　青森県観光物産館アスパム 5 階あすなろ
◆講　　師　　（株）JTB 総合研究所コンサルティング部主任研究員　河野　まゆ子　氏
◆テ ー マ　　「観光危機管理対策を通じた地域のブランド力向上に向けて」
◆参 加 者　　県内市町村、観光関係団体、観光事業者等 47 名

ウ　第 3 回（青森県、青森市、青森商工会議所等共催）

◆期　　日　　平成 30 年 2 月 16 日（金）
◆場　　所　　青森県観光物産館アスパム 2 階パノラマ館
◆講　　師　　公益社団法人青森県観光連盟専務理事　　高坂　幹
eResort Inc.代表/地方創発計画取締役　剱持　勝氏
◆パネリスト・コーディネーター・コメンテーター
株式会社Ｏｒｉｇａｍｉ事業開発部ディレクター　伏見　慎剛氏
株式会社Ｐａｙｋｅ代表取締役ＣＥＯ　古田　奎輔氏
株式会社タウンＷｉｆｉ取締役　荻田　剛大氏

イーリゾート代表　　剱持　勝 氏
県観光連盟専務理事　　高坂　幹
キャナルベンチャーズ（株）代表取締役　　保科　剛 氏
日本ユニシス（株）代表取締役社長　　平岡 昭良 氏

◆テ ー マ　「青森県 観光×Iot スタートアップフォーラム～インバウンド拡大による経済効果を得るために“まず”取組むこと～」

◆参 加 者　　県内市町村、観光関係団体、観光事業者等 96 名

② 観光功労者表彰

観光思想の普及による観光振興に向けた意識の高揚や受入体制の整備を図るため、本県の観光振興に顕著な功績が認められる者を表彰した。

ア 個人

・菊池　菊代（津軽語り部の会会長）

イ 団体

・細野相沢冬物語実行委員会
・南部裂織保存会

③ 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振興事業に対し拠出した。

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体制の整備、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。

ウ イルミネーション及びライトアップ機材の貸出し

県内市町村等にイルミネーション及びライトアップ機材の貸し出しを行い滞在型観光及び冬季観光の振興を図り誘客を促進した。

２　青森県観光物産館管理運営事業

青森県観光物産館アスパムが、県を代表する観光施設として、国内外の観光客に訪問、満足していただくため、本県ならではの物産、郷土芸能、文化、食などを紹介する主催イベントを実施したほか、館内物産店等と連携して多言語による地場産品紹介や、中華圏向けスマートフォン決済の実証実験など、来館者の満足度や利便性の向上に向けた取り組みを行ったほか、展望台・パノラマ映画などの各種展示コーナー、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）観光資源紹介事業

世界でも数館といわれる 360 度全周映像のパノラマ映画を上映し、県内全市町村の観光資源の魅力を迫力ある映像と外国語も含めた案内で紹介した。13 階展望台では地上 51 メートルから、下北・津軽などの半島やむつ湾、八甲田山系、岩木山など、四季折々の 360 度の景観を俯瞰させ、コンシェルジュの説明等により、各種観光情報を紹介した。

また、館内外において、本県の観光、物産、郷土芸能、文化、食、産業などを紹介する各種イベントでは、朝取り野菜等の販売を行った「アスパム朝マルシェ」や「青森りんご」を徹底的に楽しむ「青森りんご大祭典」を開催するなど、新機軸の展開を行った。

■主な主催イベント

①　2017 アスパム春まつり

春のカレーまつりやご当地グルメ屋台村、クラフトフェア、お楽しみ抽選会などを実施した。

◆期　間　　平成 29 年 4 月 29 日（土・祝）～5 月 7 日（日）9 日間

◆来場者　　12,279 人

② 2017 あおもりたまごかけごはんまつり

青森県産のたまご、米、醤油等のこだわりの県産素材を使った「たまごかけごはん」の食べ比べができるコーナーのほか、県畜産関係団体と連携した「あおもり大畜産まつり」を併催イベントとして実施し、県産食材等の消費拡大を図った。

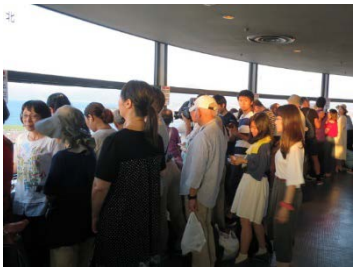
今回は、１個８００円のたまご（いとしのきみ）を導入すると共に、ごはんは青天の霹靂を使用して、質の向上を図った。関連商品としてアスパムオリジナルプリンを販売し、好評を博した。たまごとひよこのバルーンアートで飾った会場演出は、来場者に喜んでいただけた。大畜産まつりでは、初登場の県内初の牧場産ナチュラルチーズが話題を呼んだ。

◆期　間　　平成 29 年 6 月 30 日（金）～7 月 2 日（日）3 日間
◆来場者　　9,892 人

③ 2017 アスパム夏まつり

青森県の地場産品を一堂に集めた大物産展(65 業者出展)を開催し、夏祭りで本県を訪れる観光客に広く紹介した。新たな取組みとして、アスパム朝マルシェ等の企画を実施するとともに「アスパム・あおもりねぶたまつり写生コンクールを開催した。

◆期　間　　平成 29 年 8 月 1 日（火）～7 日（月）7 日間
◆来場者　　43,485 人



④　2017 アスパム秋まつり

県産食材を使用したアスパム食堂や屋台村、津軽三味線スペシャル音色頒布会などを行なったほか、「うまい森　青いもりフェア」を併催イベントとして実施した。

◆期　間　　平成 29 年 9 月 16 日（土）～18 日（月・祝）　3 日間

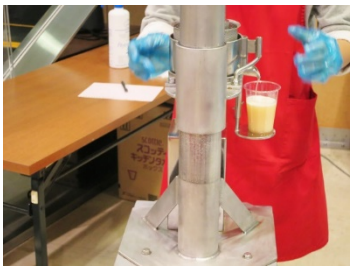
◆来場者　　10,500 人

⑤　2017 青森県市町村まつりｉｎアスパム　青森りんご大祭典

青森県内の優れた地場産品と豊富な観光資源を県内４０市町村との連携により紹介宣伝する「青森県市町村まつり」を、今回は「青森県のりんご」をコンセプトに開催した。りんご２０種類の販売や購入した「りんご」をその場で搾汁し、縛りたてのジュースでお飲みいただけるサービスなど、本県りんごの再発見や国内外の観光客の皆様に青森県のりんごは「世界一ブランド」であることを再認識してもらった。

◆期　間　平成 29 年 11 月 3 日（金・祝）～5 日（日）3 日間

◆来場者　23,084 名



⑥　2018 アスパムお正月イベント

「アスパムお正月祭り」と題して、館内各店舗による「大福袋まつり」や冬休みの小学生等を対象とした「大型スクリーンで遊べるＴＶゲームコーナー」の開設、「蒼樹うめ展 in 青森」ＰＲコーナーのほか、来場者紅白餅プレゼントや津軽凧絵付体験教室、お楽しみ抽選会等を実施した。

◆期　間　　平成 30 年 1 月 1 日（月・祝）～3 日（水）3 日間
◆来場者　　10,222 人

⑦　2018 あおもりカレーまつり

青森ならではの「ご当地カレー」を提供することにより、県産食材や県産米をＰＲすることを目的に２３種類のカレーと１０種類のカレーパンを販売した。話題の大湊海自カレーの日替り提供、オリジナルカレー粉作りやカレークイズなどの実施でイベントの盛り上げをはかったほか、冬休み期間を背景に青森県立郷土館による化石レプリカ作りなど、来館者に楽しんでいただける企画を行った。

◆期　間　　平成 30 年 1 月 6 日（土）～8 日（月・祝）3 日間
◆来場者　　14,889 人

⑧　2018 アスパム冬まつり！あったか鍋＆丼フェスタ

青森の冬の魅力を紹介するため、県内各地域の食材を使用したご当地グルメ（６種類）及び鍋（１１種類）や丼（１０種類）を販売し、子供向けの製作体験コーナー（８箇所）を設置した。また、中泊町の農水産物や地場産品をＰＲするため「なかどまり・イガ米きてけフェア」を併催イベントとして開催した。

◆期　間　平成 30 年 2 月 10 日（土）～2 月 12 日（月・祝）3 日間

◆来場者　25,927 人

（２）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。

（３）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物語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、インバウンド向けの受入体制の強化として、多言語商品紹介アプリ「Payke」や中華圏向けスマートフォン決済アプリである「Alipay」「WeChatpay」の実証実験を行い、利便性の向上を図った。

さらに、生産者の販路拡大と商品化へのアドバイスを行うため、西北地域県民局と連携し、生産者向けセミナーを実施した。

◆平成３０年７月：青森印イベント仙台にて実施、特設コーナーにて販売

（４）テナント事業

本県の主要な施設であるエネルギー施策のＰＲのための展示・体験施設と雇用支援の情報提供施設としてのハローワーク関連施設やジョブカフェ等を入居させ、その事業活動の場を提供することにより、本県の産業振興と雇用促進を図った。

（５）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１・２階において、県内市町村の郷土芸能や祭り、地場産品や伝統芸能等を映像や展示・実演で紹介したほか、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。また、本県を代表する伝統芸能である津軽三味線の無料演奏会や県立郷土館等との連携展を開催した。

〔収益事業〕

事業実施結果

観光連盟の財務状況が、６期連続の赤字となっている中で、観光連盟が実施する収益事業は、法人全体の収支を根底から支えるとともに、財務状況の改善の柱となるべきものであり、一層の拡大が求められている。

このため、貸会議室事業において、インターネットでの予約システムを導入したほか、駐車場管理等運営事業でも、有人精算から無人精算によるコスト削減と、駐車料金の見直しにより、利便性の向上と収益の拡大を図った。

また、安定的な収入確保のためのテナントリーシングとして、市内の団体・企業２社に事務所スペースの貸出しを行った。

１　イベントスペース・貸会議室事業

アスパム館内のイベントスペース及び会議室を各種会議や催事会場として貸出しした。

なお、会議室については、１２月からインターネットで利用申し込みができる会議室予約システムを導入し、気軽に予約ができるようにしたほか、精算・請求業務の効率化を図った。

２　テナント事業

青森県産にこだわった特色ある土産品店（5 店舗）と飲食店（3 店舗）において、青森県の物産と食の魅力を提供したほか、次の連携事業を実施したほか、市内の団体・企業２社に事務所スペースの貸出しを新たに行った。

■主な連携事業

①　中華圏向けスマートフォン決済システムの試験導入

中国人向けのスマートフォンのＱＲコード読み取りによる決済システムを館内４店舗に試験導入した。

ア　導入店舗

アスパム物産、スイーツファクトリーパムパム、あおもり北彩館、青森県地場セレクト（連盟直営店）

イ　導入システム

（ア）アリペイ（中国のアリババグループが運営）

（イ）ウィチャットペイ（中国のテンセントが運営）

ウ　決済方法

バーコードにスマートフォンをかざして読み取り、その後、購入金額をスマートフォンに入力するだけで、アカウントに紐づけられた銀行口座からダイレクトに引き落としをする決済方法。

② 日本人向けスマートフォン決済システムの導入

日本人向けのスマートフォンのＱＲコード読み取りによる決済システム「オリガミペイ」を連盟直営店の青森県地場セレクトに導入した。

３ 青森県観光物産館駐車場管理等運営事業

青森県観光物産館アスパム来館者等の利便性向上を図るため、一般及びバス駐車場を管理・運営した。なお、１１月から有人ブースによる駐車料金精算から自動精算機による精算方法に変更し、委託料削減を図った。あわせて駐車場料金体系の見直しを行い、駐車場収入の増収を図った。

平成29年度青森県観光物産館利用状況

単位：人・千円（税込）・％

区分	期間	27年度	28年度	29年度	増減	対前年比	対前々年比	備考
					29年度－28年度	29年度/28年度	29年度/27年度	
総利用者数（人）	年度計	1,029,404	1,113,760	1,029,672	△ 84,088	92.5	100.0	4月と11～12月はイベント効果などにより前年比113～118%と好調だったが、イベント数減とやDC・六魂祭がないことの反動減により全体に減少している。
有料入館者数（人）	年度計	53,128	52,296	49,430	△ 2,866	94.5	93.0	DCと六魂祭がないことの反動減により6～8月が減少したほか、10～12月も前年比減となった。9月は107%、1～3月は101%～108%となった。
観覧料収入（千円）	年度計	22,672	22,901	21,455	△ 1,446	93.7	94.6	DCと六魂祭がないことの反動減により6～8月が減少したほか、10～12月も前年比減となった。9月と1月は105%、2月は101%、3月は107%となった。
物販・飲食店総売上※直営店含む（千円）	年度計	840,365	848,062	805,276	△ 42,786	95.0	95.8	DCや六魂祭の反動減などにより対前年比75～110%で推移した。12～1月は103～106%と若干持ち直した。なお、1月は飲食テナント1店舗が改装工事のため1か月間休業した。
直営店「青森県地場セレクト」売上（千円）	年度計	47,656	47,441	45,141	△ 2,300	95.2	94.7	6月は六魂祭の反動減で77%となった。4～5月と7月は前年比104～124%となったが、9月以降は前年比減で推移。
会議室収入（千円）	年度計	47,791	46,144	46,364	220	100.5	97.0	対前年比80～112%で推移している。12月からインターネット予約システムを導入し、利用者の利便性向上を図った。
駐車場収入※月極等含む（千円）	年度計	44,268	46,094	48,306	2,212	104.8	109.1	11月から自動精算機による出庫対応に変更し委託料の削減を図った。あわせて料金体系の見直しを実施した結果、12～1月は前年比125～130%、3月は106%となった。