

# 令和2年度事業報告について

## I 事業の取組方針

協会の最も大きい事業である県外百貨店での物産展の縮小や補助金・委託料の減少に伴い、平成28年度から経営改善に取組み、平成30年3月に令和3年度までに収支均衡を達成する「経営改善計画」を策定した。

会員等との連携のもと、協会一丸となった努力により、計画より前倒して平成29年度、30年度と黒字化を達成した。

令和元年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、年度末の大型物産展が相次いで中止となったことから赤字決算を余儀なくされた。

令和2年度は新型コロナウイルスの全国的な拡大による2度に渡る緊急事態宣言により、県外百貨店の休業による物産展中止、新青森駅旬味館の一時閉鎖による旬味市休業、青森ねぶた祭り中止に伴う大型イベント中止など厳しい経営状況であった。

このような中、新たに地元百貨店や青森駅ビル等での物産催事開催により会員の販売機会確保、県内量販店への卸売強化のための定期商談、新商品提案、ふるさと納税返礼品業務では県産酒の取扱い開始、商品の拡充など県産品の販売拡大に懸命に取り組んだが赤字決算となった。

今後は、新型コロナウイルスワクチン接種により経済が徐々に回復基調にもどると推測されることから、新しい生活様式に対応しながら各種事業を積極的に展開し、早期の収支均衡に取り組むこととする。

### 1 コロナ禍の中での収支確保の取組

百貨店での物産展中止が相次ぐ中、新たにオンライン物産展出展、地元百貨店等での物産催事開催、旬味市の青森ケーブルテレビ、青森放送等による情報発信、県内クーポン誌でのサービス券、飲食ゾーン広場での工芸品販売、県内量販店との定期的商談・新商品提案、ふるさと納税返礼品での県産酒取扱い開始、商品の拡充などにより収益確保に取り組んだ。

### 2 協会機能による新たな取組

協会の決済機能を活かして全国有名百貨店が実施しているふるさと納税の帳合実施により会員の販売支援に取り組んだ。

しかし、若手事業者等による試験販売、研修会や交流会、特産品コンクール等は新型コロナウイルス感染拡大の影響により中止した。

### 3 会員サービス及び会員の販売拡大に向けた活動

手数料の差別化、青森県薬剤師会食と水の検査センターと連携した各種検査料の継続に加えて、会員の販路拡大等のため年間50件以上の相談により新たな販売先確保に向けた、マッチングを積極的に実施した。

## Ⅱ 公益目的事業

### 1 県産品振興事業

本県の豊かな農林水産物やその加工品、青森ならではの食文化、伝統工芸品等の販売、情報発信、新規販路開拓支援及び事業者育成を、県内外において実施する計画であったが新型コロナウイルス感染拡大の影響により事業の中止や大幅な事業内容の変更を余儀なくされた。

#### (1) 県産品宣伝・販売促進事業（継続）

##### ① 百貨店等における物産観光展の開催【一部団体受託】

本県の優良産品や観光PR及び県産品の販路拡大を図るため、青森県物産観光振興対策協議会と連携し全国の百貨店等において物産展を開催するとともに、新規出店者の発掘や企画商品の強化を推し進める計画であったが新型コロナウイルス感染拡大の影響により大幅に物産展開催計画が中止となった。新たな催事としてオンライン物産展（前年対面販売開催売上比 1～5%）、対面販売とオンライン同時物産展を開催した。対面販売物産展は感染防止策を徹底し出店数を縮小しての開催や、新規の物産展も増えたが、全体で売上高 181,262 千円、前年比 54.2%の厳しい結果となった。

##### ア 県展【一部団体委託】

##### 「第 22 回 青森県の物産と観光展」岡山高島屋（継続）

昨年度は開催直前に中止となったが、今回はイトインの一部を屋上で展開するなど感染防止策を徹底して開催をした。出店者数については、前回の 34 社から 33 社へと減少したものの食品では、大間のまぐろ丼や八甲田牛の弁当、水産加工品、地酒（日本酒）、和菓子、工芸では組み木細工や藍染めの創作衣料が初出店し、青森展として訴求効果のある展開ができた。

会 期	令和 3 年 3 月 17 日(水)～23 日(火) 7 日間 午前 10 時～午後 7 時まで 最終日午後 4 時閉場
会 場	岡山高島屋 8 階催会場
主 催	青森県物産観光振興対策協議会
出店内容	33 社【食品 26 社、工芸 7 社】 イトイン(2 社) みそカレー牛乳ラーメン、大間まぐろ握り・井 菓 子(7 社) アップルパイ、フリーズドライりんご、和菓子等 農産・農産加工品(7 社) りんご、りんごジュース、黒にんにく、日本酒、り んご酢、漬物、玄米 水産加工品(4 社) わかめ、昆布、するめ、さば缶 惣 菜(2 社) かまぼこ、手羽先揚げ 米 飯(3 社) 海鮮弁当、鯖棒すし、牛肉弁当 工 芸(7 社) 津軽塗、下駄、青森ひば製品、錦石、ちりめん衣料、 組み木細工、創作衣料 アンテナショップ(1 社) 県産商品
イベント 企 画 等	①報道各社への事前表敬訪問 ②観光コーナーの設置や県内 4 大祭りのポスターなどの展示 ③会場内での青森県産品抽選会 ④ミニねぶた（会場入り口）や大型まぐろオブジェ（飲食スペース）の装飾 ⑤外商顧客向けのチラシによる青森県産品企画販売
売上高	33,514 千円（前回<H30 年度>売上比 89.9%）



会場の様子

## イ 全国展、東北展等【一部団体委託】

東北物産展を主体に企画展及び地下催事等への出店支援を青森県物産観光振興対策協議会と連携して行った。試食の中止や消毒の徹底など新型コロナウイルス感染防止策を講じながら徐々に再開したものの売上高 181,262 千円、前年比 54.2%となった。

(出店数：() は工芸)

エリア	開催数	主な会場	延べ出店数
主要	1	岡山高島屋	33 (7)
北海道	3	札幌東急	3
東北	5	西武秋田店	7
関東	16	横浜高島屋、東武宇都宮、松坂屋上野店、京急、さいか屋藤沢店、そごう川口店 他	69 (9)
中部	6	ジェイアール名古屋高島屋、トヨタ生協、松坂屋名古屋店	16 (1)
近畿	3	京都高島屋、あべのハルカス近鉄本店 他	15 (3)
北陸	1	大和香林坊	4
中四国	1	いよてつ高島屋	6
九州	6	博多阪急、熊本鶴屋、大分トキハ、小倉井筒屋	39 (1)
オンライン	4	札幌東急、阪神、小田急、高島屋	-
合計	46	合計売上高 181,262 千円 (前年比 54.2%)	192 (21)



東武池袋店「青森・岩手・秋田・福島うまいものめぐり」



松坂屋静岡店「東北大物産展」

## ② 県内外イベント

### ア 県内イベント

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け「青森の夏！ねぶた物産市」をはじめ、大規模なイベントが中止となったが、販売機会を失った事業者のために県内の百貨店・量販店等と連携して販売の場を設けた。

## イ 県外イベント

首都圏への往来自粛要請等により「ふるさとの食につぼんの食」など大型イベントが中止となった。JR 大宮駅西口では検温・消毒・健康観察など感染防止策を徹底して取り組み「あおもり産直市」を開催し、全体売上高は 14,515 千円（前年比 30.3%）となった。

（出店数：○は工芸）

No	名称	場所	期間	出店数	
1	県内	いいもの発見・青森県	さくら野青森店風除室	4/10～16	4
2		いいもの発見・青森県	さくら野青森店風除室	5/15～20	5(1)
3		店頭催事	さくら野八戸店	8/11～17	1(1)
4		店頭催事	イトーヨーカ堂青森店	8/19～24	1
5		いいもの発見・青森県	さくら野青森店風除室	10/1～7	4(2)
6		店頭催事	さくら野八戸店	1/12～17	1(1)
7		店頭催事	ラビナ北口風除室・1F インフォ前	4～1月	延9(1)
8		店頭催事	カブセンター各店	11～3月	延4
9	県外	あおもり産直市	JR 大宮駅西口	12/10～14	13(2)

## ウ 県産品PR活動（県外プロモーター）

○あおもり物産 産直まつり（「2020 青森人の祭典」代替）

- ・会期：令和2年10月21日（水）～23日（月）
- ・場所：あおもり北彩館 正面催事スペース（東京都）
- ・品目：ごぼう茶、りんごジャム、にんにく塩麴 他

○「太宰府天満宮・青森フェア 2020」

- ・会期：令和2年10月10日（土）～11日（日）
- ・場所：太宰府天満宮（福岡県太宰府市）
- ・品目：りんご、りんごジュース、ほたて、嶽きみ、津軽塗箸他

## （2）新規取引先拡大推進事業（継続）

### ① 商談機会の創出

#### ア 「青森の正直」商談会

県、金融機関、関連団体等とともに「青森の正直」商談会実行委員会を組織し、県産農林水産物や加工品を県内外へ販路拡大を目的とする展示商談会を計画した。

しかし、新型コロナウイルス感染拡大防止策により面談型の商談会を中止とし事業内容を変更、「2020 青森うまいものバイヤーズナビ」（ガイドブック）の作成とPR動画による専用ホームページを作成し全国のバイヤーに周知を図った。

- ・ガイドブック掲載企業数 103社（うち動画掲載企業30社）
- ・ガイドブック送付数 841社（発行部数 3,000部）  
送付先：県内・県外の小売店、旅館・ホテル、卸・仲卸業者、関係者等
- ・商談成約率 36.9%（青森県フェアを含む）

## イ 関係機関等が開催する商談会への参加誘導

県内事業者の商談機会の拡大に向けて、金融機関などが開催する商談会を当協会ホームページ等で広く周知し、参加促進を図った。

掲載件数 6件

## ② 新規取引先拡大に向けた相談対応による事業者支援

新たな販路確保や県産原材料調達に意欲的な事業者への相談対応・助言等によるマッチング支援等を推進した。また、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて取引の休止や商品在庫過多による相談者へ新たな取引先の紹介や原材料調達などの支援をおこなった。

相談対応件数 57件

【内訳】販路開拓全般 40件、卸売事業取引 4件、原材料調達 4件、その他 9件

## (3) 事業者育成支援事業（継続）

### ① 若手事業者等の育成支援【中止】

- ・「チャレンジマルシェ」（新青森駅での販売）
- ・「ぶつきょう寺子屋」（起業創業者セミナー）

事業の実施を計画していたが、新型コロナウイルス感染症拡大防止により中止とした。

### ② インバウンド対応への支援【停止】

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、訪日外国人旅行客が激減したため支援を停止した。

### ③ 特産品コンクール事業【中止】

県内の優れた特産品を表彰する「青森県特産品コンクール」の開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大防止により中止とした。

- ・開催時期：令和2年7月13日（月）
- ・開催場所：アピオ青森（青森市）

## (4) 産直施設活性化推進事業（県受託事業・継続） 受託額 593千円

産地直売施設の経営力強化を図るため、季節によっては品揃えが不十分となる時期の商品の充実と安定供給に向けて商品交流を推進した。

さらに、出荷側と購入側の多様なニーズに対応した輸送方法について（公社）青森県トラック協会、青森輸送事業協同組合、物流関係会社4社を訪問し打合せをした。その結果、今年度から一部地域を除いて全ての温度帯（常温・冷蔵・冷凍）に対応し、これまでより安い運賃で1個口から配送できることになった。

- ・アンケート調査の実施
- ・商品リストをHPに掲載：12施設 112商品

・交流施設及び商品

○道の駅いかりがせき（平川市）	
販売期間	令和2年4月1日（水）～令和2年3月31日（水）
〔提供元〕 主な販売商品	〔津軽藩ねふた村〕 清水森ナンバー升漬け 〔道の駅とわだ とわだぴあ〕 アピオス、金美人参、ビーツ 他 〔道の駅もりた 農産物直売所おらほのめへ〕 メロン、すいか
○道の駅とわだ とわだぴあ（十和田市）	
販売期間	令和2年8月1日（土）～令和2年8月13日（木）
〔提供元〕 主な販売商品	〔道の駅もりた 農産物直売所おらほのめへ〕 メロン、すいか
○アグリノ里おいらせ（おいらせ町）	
販売期間	令和2年9月1日（火）・3日（木）
〔提供元〕 主な販売商品	〔野市里（のいちご）〕 嶽きみ
○特産品販売所 六旬館（六ヶ所村）	
販売期間	令和2年4月1日（水）～令和3年3月31日（水）
〔提供元〕 主な販売商品	〔ふれあい市ごのへ〕 はちみつ
○道の駅よこはま（横浜町）	
販売期間	令和2年12月1日（火）～令和3年3月31日（水）
〔提供元〕 主な販売商品	〔道の駅とわだ とわだぴあ〕 白菜、小松菜、ほうれん草、アピオス、山東菜、 他

### Ⅲ 収益事業

#### 1 県産品販売推進事業

##### (1) 旬味市管理運営事業（継続）

新型コロナウイルス感染拡大を受け、東北新幹線の利用客が大幅に減ったことや、年度当初に実施された「あおり旬味館」の長期休館が影響し、売上げが低迷した1年となった。

9月から始まったGo To トラベル、大人の休日倶楽部パスなどにより11月には前年比72.2%と復調したものの、1月の緊急事態宣言発出により新青森駅利用客の減少が続き売上高56,867千円、前年比38.4%となった。



旬味市の様子

##### (2) 県産品販売拡大事業

###### ① 県産品の卸売販売（継続）

###### ア 海外商品卸

国内商社（4社）に対して県産品の卸売販売を行った。シンガポール向けの商社からりんごジュースの受注が増加し、新型コロナウイルス感染拡大の影響による小売店の売上増加傾向がみられたことで売上高7,124千円、前年比150.1%の結果となった。

###### イ 国内商品卸

新型コロナウイルス感染拡大防止策として、巣ごもり需要による小売店の売上が大きく伸長した。反面、飲食店や観光施設、屋内外イベント・単発催事等の減少により、県内含め不特定多数の3密が発生する場所での売上が減少し売上高30,338千円、前年比92.6%となった。

###### ウ ふるさと納税制度による返礼品の発送（県受託事業）

あおりふるさと寄付金に係るPR（県産品発送）業務を県から受託し、掲載品目数を昨年の25から46に増やしたことで1,597件の発送があり売上高7,524千円、前年比243.2%の結果となった。

## ② 催事精算業務サービス（継続）

県内の一般消費者等に対する県産品の認知度向上、地産地消の推進を図るため、県内大手量販店等が実施する「地産地消フェア」や県外百貨店等での催事売上金の精算業務により売上高 36,754 千円（県内量販店 18,889 千円、県外催事 17,865 千円）

前年比 61.4%となった、新型コロナウイルス感染拡大により県外催事の開催件数が減少したことが全体に大きく影響した。

## (3) 物品販売事業

### ① 青森の正直シール販売事業（継続）

安心・安全な青森県産品をアピールする「青森の正直シール」を販売した。

#### ■販売実績

区分	シール単価 (円・税込)	販売枚数 (枚)	販売金額 (円・税込)	利用者実績 (のべ)
青森の正直シール	0.5	35,000	17,500	5社
前年比			70.0%	



### ② 青森県特別栽培農産物認証票シール販売事業（継続）

安心・安全な県産農林水産物の生産・販売を促進するため、青森県からの指定を受け「青森県特別栽培農産物認証票シール」を販売した。

#### ■販売実績

区分	シート単価 (円・税込)	販売枚数 (シート)	販売金額 (円・税込)	利用者実績 (のべ)
大 10枚	20	4,337	86,740	94 農業者・団体
中 20枚	20	7,200	144,000	
小 50枚	20	29,582	591,640	
合計		41,119	822,380	
前年比			143.0%	



### ③ 「決め手くん」LINEスタンプ販売【県受託事業・継続】

青森県産品の認知度向上を図るため、県産品PRキャラクター「決め手くん」LINEスタンプの販売を県から受託し、売上高 8 千円となった。

## IV 会員サービス

会員加入メリットの向上を目指し、会員サービスの充実を図った。

### 1 情報発信

協会及び連携機関の各種事業等に関する情報について、登録会員 168 事業者へ定期的にメール配信を行った。

### 2 他団体との連携

#### (1) 一般財団法人青森県薬剤師会食と水の検査センター

会員メリットの向上を図るため、同センターの協力により各種検査料金に協会会員価格を設定した。のべ 55 事業者が利用し支援の効果が図られた。

#### (2) 北方商事株式会社

会員メリットの向上を図るため、同社の協力により損害保険に関する支援策を設定した。



## V 会議

### 1 総会

令和2年6月23日（火）

### 2 理事会

第1回 令和2年5月19日（火）（書面）

第2回 令和2年11月17日（火）（書面）

第3回 令和3年3月11日（木）（書面）

### 3 監査

第1回 令和2年5月11日（月）（1年度分）

第2回 令和2年10月30日（金）（2年度上期分）

### 4 青森県物産観光振興対策協議会総会

総会 令和2年7月9日（木）（書面）

臨時総会 令和2年12月14日（月）（書面）

## VI 関係機関との連携

No.	機関名	委嘱役名	就任者
1	青森県「攻めの農林水産業」推進本部	委員	会長
2	青森県観光戦略推進本部	構成員	〃
3	青森県農林水産物輸出促進協議会	監事	〃
4	公益社団法人青森県観光連盟	理事	〃
5	「青森県の縄文遺跡群」世界遺産をめざす会	理事	〃
6	青森県物産株式会社	監査役	〃
7	株式会社あおもり北彩館	代表取締役	〃
8	（青森県観光戦略推進本部） 国際戦略プロジェクト推進委員会	委員	専務理事
9	青森県食品衛生監視指導計画に関する検討委員会	委員	〃
10	青森県伝統工芸指定審査会	委員	〃
11	株式会社あおもり北彩館	取締役	〃
12	（青森県「攻めの農林水産業」推進本部） 総合販売戦略推進委員会	オブザーバー	〃
13	青森県食育推進会議	協力団体	—
14	青森県 HACCP 推進連絡会議	構成員	—