

2 - 8 社団法人青森県産業振興協会

(1) 法人の概要

(平成17年6月1日現在)

理 事 長	林 光男	県所管部課名	文化観光部 観光推進課
設立年月日	昭和58年10月1日	出 資 金	20,500千円
主な出資者等の構成 (出資等比率順位順)	氏名・名称	金額	出資等比率
	青森県	6,000千円	29.3%
	青森市	300千円	1.5%
	弘前市	300千円	1.5%
	八戸市	300千円	1.5%
	県バス協会	300千円	1.5%
	県物産協会	300千円	1.5%
	県観光連盟	300千円	1.5%
	県商工会議所連合会	300千円	1.5%
	県商工会連合会	300千円	1.5%
	県中小企業団体中央会	300千円	1.5%
	組 織 構 成	区 分	人 数
理 事		21名	1名
監 事		1名	名
職 員		57名	32名
備 考			
業 務 内 容	青森県観光物産館(アスパム)及び青森県営浅虫水族館の管理運営、本県の産業、観光と物産、郷土芸能等の紹介・宣伝、産業振興のための調査・研究、産業及び文化の交流事業等		
経営状況 (平成16年度)	当期収入	823,961千円	(その他参考)
	当期支出	823,152千円	県の土地・施設等使用料に係る減免試算額
	(うち事業費	572,617千円)	125,623千円
	当期収支差額	809千円	県からの受託料 397,343千円

(2) 沿革

青森県が21世紀に向けて大きく飛躍するためには地場産業の振興が急務であり、そのため、各産業を始め、観光、物産、郷土芸能等を総合的に紹介し、県内外から広く誘客し、より本県を理解してもらう場となる「青森県の顔」として県民が誇れる施設の建設が県内各界から強く要請されていた。

このため、県、市町村、関係団体等が総力を結集し、本県産業振興の拠点となるよう、将来をも展望した施設として「青森県観光物産館」(愛称:アスパム)を建設することとし、当法人が設立された。

しかし、アスパム建設時の長期債務の返済が計画どおり進まなかったことから、当法人の抜本的な経営改善を図るため、平成9年7月に、アスパム建設時の長期債務相当額を県が補助金として助成し、当法人は、アスパムを県に寄附し、県から無償で貸付けを受けることになった。

本県の文化観光振興を担う法人として一層の効率的運営を図るため、平成15年4月1日から青森県営浅虫水族館の管理運営も行ってきたが、平成18年4月1日から同水族館に指定管理者制度が導入されることに伴い、当法人が行う同水族館の管理運営は平成18年3月31日をもって終了することになった。

(3) 課題と点検評価

ア 役割

当法人は、アスパム及び県営浅虫水族館の管理運営を通じて、本県の産業、観光、物産等の総合的な紹介・宣伝を行い、本県産業の振興に寄与している。

アスパムについては、入館者数がここ数年減少傾向にあり、本県の産業、観光、物産等の総合的な紹介・宣伝を行うという当法人の役割を十分に果たすためにも、入館者数の増加が望まれるところである。

イ 経営状況

当法人は、アスパム及びその駐車場（一部を除く。）その他の敷地を県から無償で貸付けを受けて経営していることから、本来県に支払うべき使用料相当分（県の財産台帳から積算した試算額。平成16年度では125,623千円）については、決算書には現れていないが、実質的には県の助成を受けていることになる。

そして、当法人の決算書上の当期正味財産増減額から上記使用料相当分等を引いて独立採算過不足額を計算すると、平成16年度では116,633千円のマイナスとなっている。

このため、昨年度の青森県公社等経営評価委員会からは、「観覧料・賃貸料収入等が減少している実態があり、県財政に過大な負担をかけることがないように独立採算を前提にして更なる効率的な運営及び収益事業の拡大を目指す必要がある。」との提言があった。

会議室・イベントホールの賃貸料収入については、本県の産業・観光振興を図るというアスパムの目的に相応しくないものに対して会議室・イベントホールを貸していないため、民間と比較すると制約があること、アスパムに入居しているジョブカフェあおもり、ハローワークプラザあおもり及びハローワークヤングプラザの利用者については、駐車料金を無料としていること（平成16年度：約980万円）、収益事業だけでなく、公益事業（観光案内、津軽三味線音色頒布会及びねぶた囃子無料講習会の開催等）も行っていること等を考慮しても現在のように県に対する使用料を支払わないで収支がようやく釣り合っているという状況では、経営の効率が悪いと言わざるを得ない。

ウ 業務執行状況

アスパムの入館者数は、長期的に減少傾向にあり、直近3か年においても、平成14年度843,400人、平成15年度811,700人、平成16年度685,000人と減少している。これに伴って、2階のパノラマ館及び13階の展望台の有料入館者数も、平成14年度81,095人、平成15年度75,948人、平成16年度63,532人と減少している。

このような状況から、昨年度の青森県公社等経営評価委員会からは、「アスパムについては、入館者数・有料入館者数等の減少に伴って、観覧料収入・賃貸料収入は前期に比較して減少していることから、数値目標を定めて利用者数を増加させる施策を積極的に展開すべきであり、営業力の強化が一層求められる。」との提言があった。

これを受けて、当法人は、平成17年度において、入館者750千人、有料入館者70千人という目標を定め、また、誘客対策として、

津軽三味線音色頒布会及びねぶた囃子無料講習会の開催

「あおもり体験ホール」の体験メニューの充実

有料入館者増加対策として「ごくりカードでごゆっくり」の実施

直営店「青森県地場セレクト」のオープン

春夏秋冬・四季の食材にこだわった創作洋風料理店のオープン

大型客船誘致対策としてポートセールスの実施

駐車料金の割引金額の見直しと24時間対応の自動精算機の導入

元旦営業の実施

に取り組み、今後も引き続き営業力の強化を最重要課題として推し進めることとしているから、その成果に期待したい。

また、昨年度の青森県公社等経営評価委員会からは、「施策の実施に当たっては、最上階レストランの撤退予定など、当施設が全体として魅力に乏しくなっているという実態認識を持った上で根本的に経営を考え直す必要があり、運営に関してデベロッパーなどの外部専門家の活用や利用者のニーズの把握など、基本的なマーケティング手法をベースにした活動計画と具体的な目標立案することを期待する。」との提言があった。

これについては、外部の専門家や有識者で構成される「アスパム活性化検討委員会」から平成15年2月に提言を受けた「青森県観光物産館機能強化に係わる調査報告書」をもとに、次のとおりハード・ソフト両面の見直しを行っている。

- ・ 利用者のニーズを受けて、平成16年2月に1階お土産コーナーの拡張を行い、店舗数を3店舗から5店舗に増やし、また、エスカレーター周辺において日替わり・週替わりでの催事を実施していること。
- ・ 平成17年3月に2階全体を見直した改装を実施し、新しいコーナーを増設するなど、来館者に青森県の総合的な情報を提供していること。

当法人は、上記のように外部の専門家や有識者の意見及び利用者のニーズを取り入れた見直しを行っているが、平成17年度の4月から9月までの入館者数及び有料入館者数は、前年度に比較し、減少しており、依然として減少傾向に歯止めがかかっていない。

また、昨年度の青森県公社等経営評価委員会からは、「『内部監査』の制度確立と実施・強化に早急に対応していくこと」との提言があった。

これについては、当法人から「顧問税理士事務所による年4回の監査の実施を行っている。」との回答があった。

しかし、内部監査は、「経営者の指揮の下に法人組織内部に属する職員等が担当業務以外を相互に監査し合い、これをもって法人内部の不正や不規則を自ら発見し、また、未然に防ぐ」という役割を担うものであり、税理士などの外部の者による監査は、内部監査には該当しないので、内部監査規程を制定し、内部監査を実施して欲しい。

(4) 当法人に対する提言

点検評価結果を踏まえ、当法人が本県の産業、観光、物産等の総合的な紹介等を行い、本県産業の振興に寄与するという役割を適切に果たすことができるよう、当委員会は、次のとおり提言する。

ア 効率的な運営及び収益事業の拡大

アスパム及びその駐車場その他の敷地を県から無償で貸付けを受けていることを考えると、当法人が本県産業の振興を図るための公益事業に経費を支出している点を割り引いても、経営の効率が悪いと言わざるを得ないので、給与体系の見直しその他の経費の節減や誘客による収

益向上を図るなど、独立採算を前提にして、アスパムが民間企業により運営された場合と同程度の収益を上げることができるよう、更なる効率的な運営及び収益事業の拡大に向け、一層の努力をすること。

イ 実施事業ごとの経営情報の開示等

現行の決算書において、人件費等の経費について適切な配賦基準が採られていないため、一般会計と特別会計の収支が実態を反映したものとなっていない。人件費等の経費について適切な配賦基準をもとに一般会計と特別会計とに配賦し、経営実態を反映した決算書の開示を行うこと。また、実施事業ごとの収支を把握し、費用対効果の観点からも事業の見直しや事業実施方法の改善を行うこと。

ウ 内部監査の制度確立と実施・強化

「内部監査」の制度確立と実施・強化に早急に対応していくこと。

最後に、アスパムの入館者数の増加は、当法人の経営状況の改善につながるとともに、本県の産業、観光、物産等の総合的な紹介・宣伝を行うという当法人の役割を適切に果たすことにもつながるので、県内外の人々が「アスパムにぜひ行ってみたい。」と思わせる魅力づくりとその効果的な情報発信に取り組んでいくことを期待したい。