

「ターンテーブル」の運営状況について

1. 各部門の利用者数

【平成32年度目標：施設利用者数3万人／年】

	2月期	3月期	4月期	計
ホステル(稼働率)	661人(44%)	961人(55%)	1,277人(77%)	2,899人(61%)
レストラン	400人	554人	568人	1,522人
バル・マルシェ	1,027人	1,361人	1,226人	3,614人
計	2,088人	2,876人	3,071人	8,035人

※ホステル利用者のうち外国人：3ヶ月計1,436人(50%)

2. 「徳島」発信イベントの開催実績

【平成32年度目標：交流イベント参加者数3千人／年】

開催日	イベント内容	参加者数
2月	・オープニングパーティ ・グランドオープンセレモニー ・県内企業の東京勤務者親睦会	約1,300人
3月	・地元町内会「神泉さくら祭り」開催時に、隣接の児童公園で県産にんじんをPR	約250人
4月	・渋谷東急本店と連携した「にんじんフェア」 ・音楽と徳島の食を楽しむイベント ・上質なランチを楽しむブランチイベント など	約150人
5月	・LEDと藍の展示場オープンイベント後のティーパーティ ・県出身ワイン生産者による試飲イベント ・県内金融機関主催の移住交流イベント ・若手異業種交流会（建築・飲食・宿泊） など	約150人
	計 13回	約1,850人

3. 部門別の売上げ

【平成32年度目標：飲食物販部門売上げ2.3億円／年】

	2月期	3月期	4月期	計
レストラン	4,011千円	4,713千円	4,770千円	13,494千円
バル・マルシェ	1,748千円	2,618千円	2,579千円	6,945千円
計	5,759千円	7,331千円	7,349千円	20,439千円

4. 県産食材等の仕入れ

【平成32年度目標：県産食材仕入額6千万円／年】

	2月期	3月期	4月期	計
商品数	110商品	109商品	102商品	321商品
仕入額	3,369千円	2,530千円	1,924千円	7,823千円

5. 波及効果（数値以外の成果）

（1）インフルエンサーによる発信

- ターンテーブルの記念音楽アルバムを制作したアーティストがSNSに投稿（フォロワー1万人以上）。反応したファンが、東北や九州など遠方から多数来訪。
- 各種メディアから注目されるフラワーショップオーナーがパーティーを開催。ファッション業界、音楽業界などから多くのインフルエンサーが参集。
- ハワイから宿泊で訪れたプロDJが、飛び入りでライブ演奏。1階が満席状態の大盛況。

（2）メディアによる取材・発信

- グルメ情報をまとめた人気ウェブマガジンで、「オシャレすぎる・徳島のアンテナショップ」として紹介。
- 渋谷本社の大手アパレル企業「(株)パルコ」のスタッフが施設を気に入り、同社が運営する「オンラインマガジン」が取材。
- 旅行ガイドサイトで、「発見と驚きの連続にワクワクする！ターンテーブル」として紹介。話題性の高い記事として、ニュース配信アプリにも転載。
- 首都圏の民放FM局「J-WAVE」の人気番組が施設を取材。「徳島の魅力と渋谷での今後のカルチャー発信」をテーマで放送。
- 「奥渋谷に出現した藍染のれんのレストランの驚くべき中身とは？」との記事を大手雑誌出版会社「(株)マガジンハウス」のウェブサイトで施設を紹介。

（3）商談の創出

- 都内や全国で飲食店やホテルをプロデュースする複数の経営者が、レストランの食事で感銘を受け、県産食材の調達について調整中。
- 近隣の飲食店が「すだちポン酢」を定期的に購入。
- 佐那河内村の生産者が来店し、「地元の高齢者が孫に食べさせる野菜」というコンセプトで施設への食材供給を希望し、取引開始。

（4）施設周辺（奥渋谷）の皆様との交流

- 宿泊客に人気のある朝食セットが地元住民の皆様にも好評。
- 地元町内会「神泉・円山親栄会」の役員が、施設1階を町内会のサロンとして活用したいと要望。
- 渋谷区役所が会食で利用し、開催中の音楽イベントを視察。幹部職員から「渋谷は今後、大人のナイトライフの街として推していきたい、まさにここで行われているような取組み」と高評価。