

立川市魅力発信拠点施設コトリンクについて

1. 特産品販売&カフェについて

○来場者数

単位：人

| | 6月 | 7月 | 合計 |
|-------|--------|-------|--------|
| 特産品販売 | 11,949 | 8,149 | 20,098 |
| カフェ | 2,517 | 2,473 | 4,990 |

○特産品販売&カフェ前デッキの状況



○駐車場の状況



2. 情報発信センター

○コンセプト

まちの情報プラットフォーム

○3つの機能と事業の関係

| 機 能 | 事 業 | |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 地域情報の発信 | BALL. DEPARTMENT事業 | 委託事業 |
| | 「想いと体験を買える通販サイト」というコンセプトのもと立川市や多摩地域の特産品や他地域では得られない体験などを紹介・販売。年内までにサイトの構築を終え、順次取り扱いを開始する予定。取り扱う特産品は、立川観光コンベンション協会の推奨認定品や1階特産品販売&カフェにて取り扱う商品のほか、輝く個店に選出されたお店で取り扱う商品などを予定 | |
| | BALL.及びBALL. WEB MAGAZINE事業 | 自主事業 |
| | 「はすむように働こう」をコンセプトとした情報誌「BALL.」を発行・販売するとともに、サイトやSNSを活用して立川市や多摩地域で活躍している「人」や「企業」などの情報を発信 | |
| にぎわいの創出 | BALL. HUB事業 | 自主事業 |
| | 地域で事業をしている方やクリエイターと連携し、コミュニティビジネスなど持続可能な手法を用いて地域貢献につなげていく取り組み。市内を中心に新たなビジネスの創出に取り組むとともに、出版社の特性を生かした情報発信を行うことで地域の魅力を高め、「人・もの・金・情報」という経営資源の新たな流入につなげ、にぎわいと回遊性の創出を目指す | |
| | BALL.及びBALL. WEB MAGAZINE事業 | 自主事業 |
| 行政情報の発信強化 | フリーマガジン制作事業 | 委託事業 |
| | ハッシュタグマガジンの発行。「通いたくなるまち」に加え、「住みたくなるまち」も含めていく。メインターゲットは、20代から30代女性。ターゲット世代に共感をもって伝わるような内容とし、サイトやSNSでも発信 | |
| | BALL.及びBALL. WEB MAGAZINE事業 | 自主事業 |
| | ハッシュタグマガジンの内容を含め、地域情報を含めた行政情報の発信を目指す。 | |

○来場者数

単位：人

| 6月 | 7月 | 合計 |
|----|----|-----|
| 99 | 64 | 163 |

BALLとは・・・

日本語で「球」。球のように弾むような気持ちで働くことを表す。「たま」という音から「多摩」を連想させ、魅力的な「多摩」を遊び心を持って紹介することを意味している。

○#Tag Collection (タグコレ)

| | |
|--------|-----------------|
| 期間 | 令和4年8月10日～9月26日 |
| 投稿数 | 109（令和4年9月6日現在） |
| 講座参加者数 | 12人（うち市内在住4人） |