

令和 3 年度

東北地域の特徴を活かした少子・高齢化に対する【ユニバーサル商店街】

に向けた課題抽出調査に関する調査報告書

令和 4 年 3 月

請負事業者：豊田通商株式会社

目次

1. 事業概要

1.1 事業の背景・目的

1.1.1 事業の背景・目的

1.1.2 事業の狙い

1.2 事業の内容

1.3 調査概要

2. ユニバーサル商店街を目指す商店街の調査

2.1 ユニバーサル商店街を目指す商店街の調査

3. ユニバーサル商店街の形成にむけた専門家もしくは事業機関の抽出と連携体制の構築

3.1 専門家もしくは事業機関の抽出

3.2 専門家もしくは事業機関との連携体制の構築

4. ユニバーサル商店街の形成に向けたバリアフリーの状況を図る事業の先行調査

4.1 先行事例調査の候補先の選定

4.2 先行事例調査先への質問事項の作成

4.3 ヒアリング調査の結果

4.3.1 先行事例調査 山形県酒田市役所

4.3.2 先行事例調査 全日本空輸 企画室 MaaS 推進部

4.3.3 先行事例調査 横浜中華街発展協同組合

4.3.4 先行事例調査 神奈川県横浜市役所

4.3.5 先行事例調査 鹿児島県奄美市の地域におけるユニバーサルの取組(COGY の展開)

① 一般社団法人シンクロプラス

② 事業者 A

③ 事業者 B

④ 鹿児島県奄美市役所

5. 指標策定

5.1 ユニバーサル商店街のバリアフリー調査を行うための調査項目策定

5.2 調査項目について

5.2.1 ハード面における調査ポイントについて

5.2.2 ソフト面における調査ポイントについて

6. ユニバーサル商店街普及に向けた今後のアクションプラン

6.1 今回の調査結果

6.2 調査結果から分かった課題と解決に向けた可能性の考察

6.3 アクションプラン案

1.事業概要

1.1 事業の背景・目的

1.1.1 事業の背景・目的

日本の人口減少や商店街の施設の老朽化、空き店舗の増加等で来街者の減少が進んでいる商店街において、今後の商店街等は、「買い物の場」から、住民の多様なニーズに対応した「生活を支える街」への変革が求められている。しかしながら、商店街や中心市街地の関係者も減少し活性化のノウハウの継承も出来ておらず、単機関での検討・実施が難しい状況である。

そこで、東北経済産業局が企画した「東北地域中心市街地および商店街関連セミナー」において、東北地域の課題である高齢化に着眼し、高齢者等を来街者の新たなターゲットとしたハード、ソフト面の受け入れ環境を整備した「ユニバーサル商店街」形成やユニバーサル商店街同士の連携による「ユニバーサルツーリズム」の展開を街中の賑わいを取り戻す取組テーマの1つとして、事業計画ノウハウや人材育成、地域の巻き込み手法を東北地域全体の商店街関係者とともに検討し、今後の商店街振興策を効率的・効果的に展開する体制の整備のための指標策定をすることを目的とする。

1.1.2 事業の狙い

当該セミナーにおける具体的な検討事項として、商店街における、「ユニバーサル商店街」形成に向けた、現状のバリアフリーの状況や今後のハード・ソフト面の受け入れ環境における改善の着眼点を明確化することで振興策の1つである「ユニバーサル商店街」への取組を促し、環境整備を目指す。また、それらを連携させ国内外の高齢者等に対する新たな旅行機会を提供する「ユニバーサルツーリズム」に展開するための調査を実施し、来街者増数の可能性を調査する。結果、「ユニバーサル商店街」や「ユニバーサルツーリズム」の展開に取組む機関や行政機関を連携させ、経済産業省の商店街関連施策等の申請案件としても展開する。

1.2 事業の内容

事業の内容としては以下の5つを実施項目とする。

(1) ユニバーサル商店街を目指す商店街の抽出

東北管内の商店街振興に関与する機関（商店街組合、まちづくり会社、自治体等）と意見交換等を実施し、「ユニバーサル商店街」に向けポテンシャルのある商店街の抽出を行う。

(2) ユニバーサル商店街の形成にむけた専門家もしくは事業機関の抽出と連携体制の構築

ユニバーサル商店街の形成にあたり、中心市街地及び商店街、建築物におけるバリアフリーの知識や概念、車椅子等利用者とのネットワークを有する専門家や事業機関を抽出する。

(3) ユニバーサル商店街の形成に向けたバリアフリーの状況を図る事業の先行調査

現在、高齢者等が街中を回遊する際に参考としているバリアフリー情報（HP、印刷物等）の調査を行う。また、それらを活用し、高齢者・障害者を受け入れる体制を整備している地域について専門家もしくは事業機関の指導を仰ぎつつ、先行調査を実施する。

(4) 今後のユニバーサル商店街の調査に向けた調査項目の検討

上記で選定した先行調査並びに専門家もしくは事業機関が過去に実施した体験会等をもとに、今後商店街においてユニバーサル商店街にむけた調査を実施する際の、着目するバリアのポイント等調査項目をまとめる。

(5) 報告書等の作成

当該調査を踏まえて「ユニバーサル商店街」形成に向けた提言の他、「ユニバーサルツーリズム」の展開に向けた具体的な実施者、連携先等を含めた提言も行う。

2.ユニバーサル商店街を目指す商店街の調査

2.1 ユニバーサル商店街を目指す商店街の調査

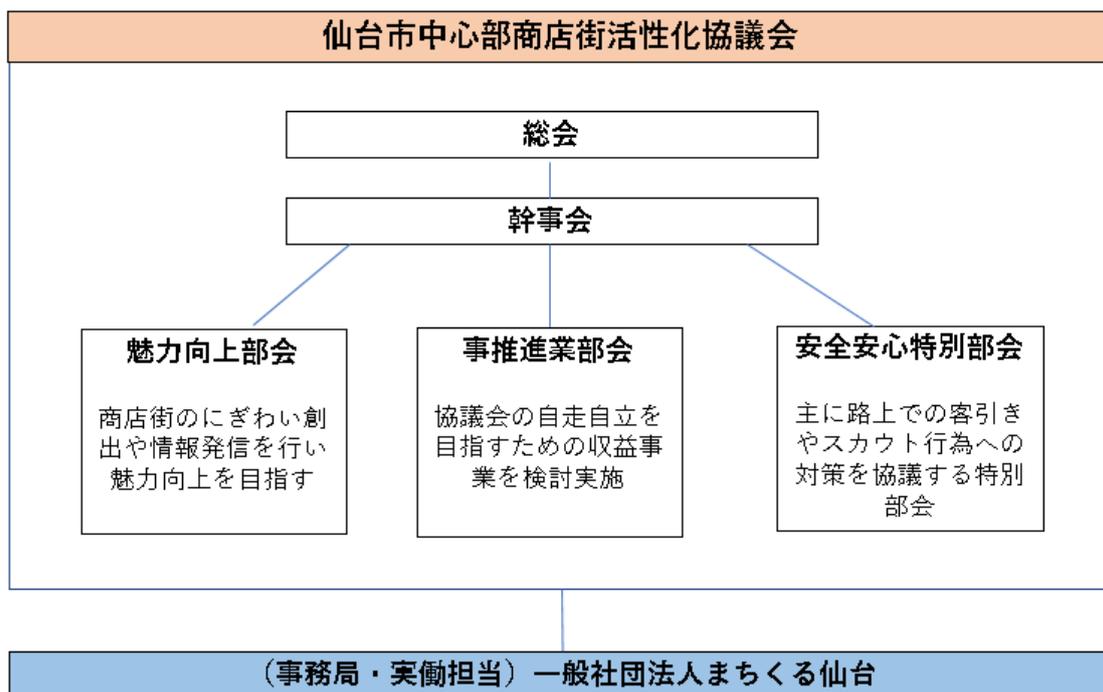
東北管内の商店街振興に関与する機関（商店街組合、まちづくり会社、自治体等）に対して、東北経済産業局主催の東北地域中心市街地及び商店街関連セミナーでの意見交換等を実施し、候補についての調査を行った。選定の際は、まちづくり会社と行政の連携状況や車椅子が商店街を走行する際の安全性等を基準とした。選定基準を踏まえたユニバーサル商店街の候補としては、下表の候補があげられる。黒石に関しては第 1 回東北地域中心市街地及び商店街関連セミナーにおける発表資料を局から共有いただき、行政との連携が密にとられている点を考慮して選定した。また弘前については弘前市役所の推薦により選定をした。石巻・白河については行政との連携状況により選定をし、山形・仙台については実際に訪問をし、行政との連携状況だけでなく商店街の道の幅の広さ等の安全性も含めて選定をした。

表 1. ユニバーサル商店街を目指す候補一覧

地域		商店街	まちづくり会社
青森県	弘前市	中土手町商店街	中土手商店街振興組合
青森県	黒石市	こみせ通り商店街	黒石商店街協同組合
宮城県	仙台市	仙台中心部商店街（サンモール一番町商店街等）	一般社団法人まちくる仙台
宮城県	石巻市	立町商店街	株式会社まちづくりまんぼう
山形県	山形市	七日町商店街	山形まちづくり株式会社
福島県	白河市	本町商店街	株式会社楽市白河

2.2 最終有望地点の選定

いずれの商店街・まちづくり会社ともユニバーサル商店街構想に御賛同は頂いたが、各社の優先順位（コロナ対策等、他施策との兼ね合い）、人口のキャッチメントエリアを考慮し、東北経済産業局と協議の上、有望地点として「一般社団法人まちくる仙台」を選定した。選定理由としては、①ある程度商店と住居が混在した中心市街地等で地元住民の往来が出来ていること、②まちづくり会社としての事務局が常に商店街と連携出来ており、各店主との連絡・情報収集体制等のネットワークが確立していること、③事務局がユニバーサル化への取り組みについて関心が高く、すでに視察等の取り組みが実施されていること、※例：2019年にレンタルベビーカーの視察@東京④東北地域の中では積雪の可能性が比較的低い地域で天候に左右されにくく、雨雪時でも安全に走行できるアーケード等を有している商店街であることとした。



※一般社団法人まちくる仙台における体制図



※まちくる仙台のアーケード商店街の例

3.ユニバーサル商店街の形成にむけた専門家もしくは事業機関の抽出と連携体制の構築

3.1 専門家もしくは事業機関の抽出

ユニバーサル商店街の形成にあたり、中心市街地及び商店街、建築物におけるバリアフリーの知識や概念、車椅子等利用者とのネットワークを有する専門家や事業機関の調査を行った。尚、調査の際には、東北の気候や商店街の状況等を理解している必要があるため、東北管内の専門家や事業機関についても調査を行った。

参考資料：国土交通省通れたマップ実証実験

https://www.mlit.go.jp/report/press/sogo23_hh_000081.html

3.2 専門家もしくは事業機関との連携体制の構築

上記にて抽出した専門家もしくは事業機関に対してヒアリングを実施し、連携先として国土交通省の実証実験の受託経験や、まち歩き体験を通じたバリアフリー調査の実績を有する一般社団法人 WheelLog（以下、WheelLog）を選定した。

また東北の事業機関については、今後「ユニバーサル商店街」同士を連携した「ユニバーサルツアー」の企画を想定し、商店街の回遊など、より高齢者・障害者の行動範囲を広げる可能性のある足こぎ車椅子「COGY」を開発し、「COGY」を通じた地域との連携や WheelLog との連携実績を有する、東北大学発のベンチャー企業である株式会社 TESS（以下、TESS）を選定した。

表2 連携事業体制及び役割

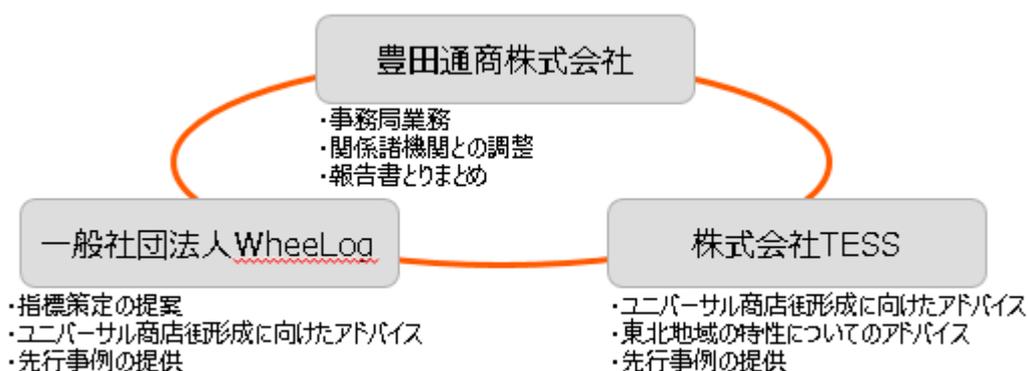


表 3 連携事業機関「一般社団法人 WheelLog」

企業名	一般社団法人WheelLog
企業所在地	東京都千代田区
事業内容	<p>障害者や高齢者、ベビーカー利用者などの移動に困難を抱える方向けに バリアフリー情報を発信し、社会全体のバリアフリーに関する理解を普及させること目的とする団体。 主な活動として、</p> <p>(1) バリアフリーに関する情報の提供 (2) バリアフリーに関する調査及び研究 (3) 街歩きイベント企画及び運営 (4) その他、当法人の目的を達成するために必要な事業</p>
活動実績	<p>国土交通省バリアフリー化推進功労者大臣表彰（21年3月） 社会課題の解決を支えるICTサービス大賞（19年11月） 全国29箇所以上でまち歩き調査事業を実施 観光庁の委託で飲食施設のバリアフリー情報を掲載したガイドブックを作成 国土交通省のバリアフリー実証実験に協力</p>



WheelLog!の説明

日本には200万人以上の車椅子ユーザーがいると言われていますが、街中であまり車いすユーザーを見かけません。なぜなら、お出かけに必要なバリアフリー情報がなかなか見つからないからです。

そんな課題を解決すべく開発されたのが「WheelLog!」アプリです。WheelLog!では、車椅子で実際に走行したルートや、ユーザー自身が実際に利用したスポットなど、ユーザー体験に基づいたバリアフリー情報を共有できる新しいバリアフリーマップのプラットフォームです。ユーザー数は3万人を超えております。また多くの自治体等でもバリアフリーマップ作成の一環として利活用されています。

※参考情報 WheelLog!アプリ

表 4 連携事業機関「株式会社 TESS」

企業名	株式会社TESS
企業所在地	宮城県仙台市
事業内容	<p>東北大学発、研究開発型ベンチャー企業として、 Neuromodulation(神経調節)技術を使った足こぎ車椅子 (COGY) を 東北から世界に向けて発信し続ける企業。 プロモーターとしての役割と、そこから生まれるビジネスモデルを地域貢献とインテグレートしていく プランナーとしての役割を大学、行政、企業と連携して推進している</p> <p>事業内容</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.介護・医療用器具、運搬具等の開発、製造及び販売 2.医療用治療機器の開発、製造及び販売 3.前各号に関する特許権、実用新案権、意匠権、商標権等の産業財産権、 その他の無形財産権の取得、保有、管理、使用許諾、販売、賃貸借 4.前各号に付帯又は関連する一切の事業
活動実績	<p>日本ベンチャーアワード2014「経済産業大臣賞」受賞 (2014年) 独立行政法人国際協力機関(JICA)ベトナム国 草の根技術協力事業 ベトナムでの足こぎ車椅子を 利用したリハビリモデルの開発及び、リハビリ人材育成プロジェクト実施 (2014-17年) 独立行政法人国際協力機関(JICA)タイ国 足こぎ車椅子を導入した リハビリプログラム導入案件化調査実施 (2017-18年)</p>
主な取扱製品	<p>足こぎ車椅子「COGY」は、東北大学大学院医学系研究科客員教授 半田康延博士グループが 研究開発し、2010年4月から製造・販売する世界初の介護福祉機器です。 歩行が難しい方でもどちらかの足が少しでもどちらかの足が動かせれば、歩行反射が動き、もう一方の足が動いて、 自分の両足でこぎことが出来ます。 「あきらめない人の車椅子」をコンセプトに、これまで脳卒中で半身が麻痺した方、腰痛、膝関節痛などで歩行困難 な方のリハビリに用いられています。これまでの累計販売台数は6,000台以上で、海外でも展開しています。 近年ではSDGs の理念を具現化するものとしてグローバルで注目が高まっています。 足腰が弱くなった高齢者の方の健康維持や行動範囲の拡大に可能性のある機器としても注目を浴びています。</p>
目指す姿	<p>3. すべての人に健康と福祉を あらゆる年齢のすべての人の健康的な生活を確保し、福祉を推進する</p> <p>10. 人や国の不平等をなくそう 国内および国家間の格差を是正する</p> <p>足こぎ車いすによる タウンモビリティの推進 じぶんの意思で、じぶんのペースで 自力で街を楽しめ、街に溶け込め</p>



※参考情報：足こぎ車椅子「COGY」

4. ユニバーサル商店街の形成に向けたバリアフリーの状況を図る事業の先行調査

4.1 先行事例候補先の選定

現在、高齢者等が街中を回遊する際に参考としているバリアフリー情報（HP、印刷物等）の活用や、高齢者・障害者を受け入れる体制を整備している地域について、前項にて連携した事業機関/企業の指導を仰ぎつつ、先行事例の候補先として選定した。

表 5 先行事例調査ヒアリング先

事業機関/行政機関	WheeLog!を活用した主な取組み概要
1 山形県 酒田市役所	WheeLogと連携したまち歩きマップ作成
2 全日本空輸 企画室 MaaS推進部	WheeLogと足こぎ車椅子を活用したユニバーサルMaaSの検討
3 横浜中華街発展協同組合	WheeLogによる、まち歩きマップ作成事業 実施箇所
4 神奈川県 横浜市役所	WheeLogによるまち歩きマップ作成事業 実施箇所の自治体

事業機関/行政機関	足こぎ車椅子(COBY)を活用した主な取組み概要
1 一般社団法人シンクプラス	鹿児島県奄美市における地域ユニバーサルの取組 (COBYの展開)の実施事業者
2 事業者A	鹿児島県奄美市における地域ユニバーサルの取組 (COBYの展開)の実施箇所
3 事業者B	鹿児島県奄美市における地域ユニバーサルの取組 (COBYの展開)の実施箇所
4 鹿児島県 奄美市役所	鹿児島県奄美市における地域ユニバーサルの取組 (COBYの展開)の自治体

4.2 先行事例候補先のへの質問事項の作成

前項にて連携した事業機関/企業の指導を仰ぎつつ、先行事例候補先への各ヒアリング事項を整理し、東北経済産業局と協議し決定した。

表 6-1 先行事例先への質問事項（Wheelog 活用地域）

NO	A. 共通質問事項
A-1	取組を行うまでの（取組を行うにいたった）背景や抱えていた課題はございますでしょうか。
A-2	取組を行うにあたり、どのような背景で実施会社と連携したのでしょうか。
A-3	ハード面、ソフト面で抱える課題や気付いた点等ございますでしょうか。
A-4	取組実施後の街/関係者/関係者外からの反響はございますでしょうか。
A-5	取組を通して気付いた（発見した）課題に関する改善は実施されましたでしょうか。例）店の入り口へスロープを設置
A-6	課題に関して導入計画の議論がされていますでしょうか。（何年後にどのような構想を持っているか等）
A-7	事業の維持管理、意識管理の継続についてのお考えをお聞かせいただけますでしょうか。

NO	B. 事業者向け質問事項
B-1	取組内容について、イベントの参加者（人数、年齢層、業種）について教えていただけないでしょうか。
B-2	取組内容について、イベントの所用時間と内容について教えていただけないでしょうか。
B-3	事業実施までのスケジュール感について、摺り合わせはどの程度行われたのでしょうか。
B-4	コロナ禍での実施にあたり、賛同を得られないこともございましたでしょうか。
B-5	バリアフリーの活動など行うにあたり、自治体の関与の必要性についてお考えをお聞かせいただけますでしょうか。

NO	C. まちづくり会社向け質問事項
C-1	実施会社との取組内容について、イベントの参加者（人数、年齢層、業種）について教えていただけないでしょうか。
C-2	実施会社との取組内容について、イベントの所用時間と内容について教えていただけないでしょうか。
C-3	コロナ禍での実施にあたり、賛同を得られないこともございましたでしょうか。
C-4	イベント後の感想を教えていただけないでしょうか。イベントでの思いなども聞かせたいです。
C-5	イベントは誘客へ結びつきましたでしょうか。もしくは誘客に結びつく動き（例：障害者のサークルの定期会合）などありますか？
C-6	バリアフリーの活動など行うにあたり、自治体の関与の必要性についてお考えをお聞かせいただけますでしょうか。

NO	D. 地方自治体向け質問事項
D-1	実施会社の取組にあたり、関与度合いを教えてくださいいただけますでしょうか。
D-2	取組を行うにあたり、どのような背景で実施会社と連携したのでしょうか。
D-3	実施会社との取組内容について、イベントの参加者（人数、年齢層、業種）について教えていただけないでしょうか。
D-4	実施会社との取組内容について、イベントの所用時間と内容について教えていただけないでしょうか。
D-5	取組を実施するにあたり、KPIなどの指標はございましたでしょうか。
D-6	取組を実施したことによって、行政でのインフラ整備やイベント開催等の予算に影響はございましたでしょうか。
D-7	課題に関して導入計画の議論がされていますでしょうか。（何年後にどのような構想を持っているか等）
D-8	市の計画等に街中のバリアフリーについての内容は盛り込まれているのでしょうか？
D-9	事業者との関わり方を教えてくださいいただけますでしょうか。（まちづくり会社等）
D-10	実施会社の取組についての成果物について、ご意見をいただけないでしょうか。

表 6-2 先行事例先への質問事項（COGY 展開地域）

NO	A. 共通質問事項
A-1	取組を行うに至ったきっかけは何でしょうか。
A-2	取組を行うまでの（取組を行うにいたった）背景や抱えていた課題はございますでしょうか。
A-3	全体を通して、ハード面、ソフト面で抱える課題や気付いた点等ございますでしょうか。
A-4	取組実施後の街/関係者/関係者外からの反響はございますでしょうか。
A-5	取組を通して気付いた（発見した）課題に関する改善は実施されましたでしょうか。例）店の入り口へスロープを設置
A-6	課題に関して導入計画の議論がされていますでしょうか。（何年後にどのような構想を持っているか等）
A-7	事業の維持管理、意識管理の継続についてのお考えをお聞かせいただけますでしょうか。
A-8	バリアフリーの活動など行うにあたり、自治体の関与の必要性についてお考えをお聞かせいただけますでしょうか。

NO	B. 一般社団法人シンクロプラス向け質問事項
B-1	ユニバーサルツアーの進捗について（どこをどのように回っているのか、実際に利用した人はどのような人か、）
B-2	ユニバーサルツアーの検討に当たって、今後必要と思ったことは何でしょうか。

NO	C. 事業者向け質問事項
C-1	取組を行うにあたり、どのように友野様、COGYと連携したのでしょうか。
C-2	COGYの活用を開始したことにより、利用者や宿泊者から反響や利用者の変化はありましたでしょうか。

NO	D. 奄美市役所向け質問事項
D-1	取組を実施したことによって、行政でのインフラ整備やイベント開催等の予算に影響はございましたでしょうか。
D-2	課題に関して導入計画の議論がされていますでしょうか。（何年後にどのような構想を持っているか等）
D-3	市の計画等に街中のバリアフリーについての内容は盛り込まれているのでしょうか。

4.3 ヒアリング調査の結果

上記先行事例調査ヒアリング先に対して、質問事項から適宜ヒアリングを行い、特徴のある項目を下記にまとめる。

4.3.1 先行事例調査 山形県酒田市役所

➤ 取組背景並びに概要

酒田市は共生社会ホストタウンとして内閣官房のモデル事業「オリパラ基本方針推進調査」に採択され、補助を受け色々取り組みができる状況であった。また酒田市のバリアフリーマップは元々あったが、20 年程更新がされていない状況で今回更新を検討するに際し、アナログで更新することも考えていたが、同市では DX への取り組みにも力をいれ推進しており、デジタル化が出来ないかを検討し、雑誌で Wheelog の取り組みを知り、直接コンタクトをとって、まち歩きイベントとマップ作りを実施した。

イベントは Wheelog を招聘し、座学（60 分程）+まち歩き体験（1 時間程度）で実施され、60 名程度の参加人数であった。



※酒田市 バリアフリーマップ 2020

➤ ハード面、ソフト面で抱える課題や気づいた点等について

ハード面の改革は中々難しいが、ソフト面での取組は出来るのではないかと考え、同市の独自のマニュアルを事業者へ配布し、ソフト面についての賛同を得られた店・事業者に対して『心のバリアフリー加盟店』のシールを貼る活動を開始した。これは、障害者がお客様として御来訪された際に、自分たちが出来る事を配慮できる店舗を酒田市で増やしていきたいという取組みである。一方でコロナ禍でのタイミングであったため、それどころではない事業者もあり、積極的にPR することが出来ていない。



※酒田市 心のバリアフリーシンボルマーク

➤ 課題に関する導入計画の議論について

まち歩きイベントを通じて、行政でのインフラ整備等の予算が変わる（バリアフリー対応への追加予算等）ことは無く、今後も計画はされていない。

➤ 事業の維持管理、意識管理の継続性について

行政としての関わり方は課題であり、いずれは自走し、民間の企業が自主的に実施する必要があると考えている。

4.3.2 先行事例調査 全日本空輸株式会社 企画室 MaaS 推進部

➤ 取組背景並びに概要

自身の親族に本音を聞いたことが背景で、人に迷惑をかけたくないから旅行へ行くことを躊躇っている人に笑顔を取り戻していければと思い始めた。具体的には社内での新規事業にユニバーサル MaaS 事業として応募をした。活動を進める中で横浜国大の先生と議論をし、共感頂けたことから、ヨコスカ×スマートモビリティ・チャレンジ（※備考）との繋がりを持ち、横須賀市、京急電鉄への座組に参加することになった。

（※備考）ヨコスカ×スマートモビリティ・チャレンジ

横須賀リサーチパーク（以下「YRP」という）を中核とし、横須賀市におけるスマートモビリティの開発・実証の推進及び関連産業・周辺産業の集積を図ることで、新規ビジネスの創出、社会課題の解決及び地域の活性化に資することを目的とした活動。

横須賀をフィールドとして、スマートモビリティを活用した新規ビジネス創出や社会的課題解決へのチャレンジ、これらの実装・展開へチャレンジし、横須賀から先端事例・新規事業を創出し、日本・世界に展開していくこと、そして、YRPを中核として横須賀市をスマートモビリティ開発の中心地とすることを目指している。

具体的な活動としては、横須賀市役所窓口として動いており、まちづくり会社は入っていない。横須賀の商店街 100 店舗中、4 店舗に絞って密に連携を進めた。

※商店街の店舗の中では段差があるからお断りされたこともあり。

➤ ハード面、ソフト面で抱える課題や自治体からの関与の必要性について

自分たちの活動については、自治体からの御支援を頂いている。一方でまちづくり会社が主となって動くには限界があるので行政の支援は不可欠であると思う。行政は縦割りの部分もある為、横申し活動は難しい面もあると認識している。

➤ その他

現状の課題に対して危機感をもち、バリアフリーに対して当事者意識を持った積極的な姿勢を持っている人・機関同士の連携が必須であると考えられる。まず友達のような関係性になって議論を進め個人-個人で繋がった後で、企業同士で繋がっていくという考えでないと推進は難しいと考えている。うまくいっている商店街は何らかの見どころがある。いかにブランド化していくかも重要な視点と考えている。

4.3.3 先行事例調査 横浜中華街発展会協同組合

➤ 実施事業者との取組内容について

WheelLog の活動については、横浜コンベンションビューローより紹介があった。活動そのものへの連携はしていないが、成果物についてはインフォメーションセンターでの案内がしやすくなった。また、活動が誘客に結び付いたかについては、もともと一人で訪問される車椅子ユーザーの方もいるくらいの観光地として有名なので判断はつかない。

➤ バリアフリーの活動を行うにあたっての考えについて

全体的に観光地化されていて普通の商店街とは違う。メイン通りは歩行者天国もあり、比較的整備がされている。メイン通りでない部分は、バリアフリーの課題はあると認識している。(ガードレールがない、道幅が狭い、完全にフラットではない電線地中化も進んでいない等) 歩道にお店の看板を出している店舗もあり、1 ヶ月に一度は声かけを行っているものの、中国人も多く、意思疎通が難しい場合もある。

ソフト面では、障害を持っている方でもサポートが不要と思っている人もいるし、難しい部分もある。視覚障害を持っている方へのソフト面の対応が難しい。インフォメーションセンターから駅まで迎えに行き、レストランでのメニュー説明も行うが言葉が難しい。

いずれの課題も同商店街ではインフォメーションを設置しているので、インフォメーションのスタッフが個別に対応をしているのが実情である。また、組合独自で情報収集をし、バリアフリー対応店舗一覧を作成して、車椅子対応可能店等リストアップをし、定期的にメンテナンスを実施している。



※横浜中華街観光バリアフリーマップ WheelLog 作成

4.3.4 先行事例調査 横浜市役所

➤ 実施事業者との取組内容について

WheelLog からの申し入れがあった。WheelLog の活動拠点が東京であり、横浜中華街という観光地でのイベントを行いたいと声があった。横浜市では同じような取組をしている団体もあったため、延長線上として後援という形でイベントへ関与し、参加もした。

イベントについては、中華街のメインストリートから少し小道に入るこじんまりしたエリアなどハード的な部分での不安があった。また食事を行う予定だったため、食事の時の対応とかがどうなるか不安もあったが、配慮がある対応（障害状況に合わせた対応）で、特別扱いするなどなく、総じて良いイベントであった。

➤ バリアフリーの活動を行うにあたっての考えについて

横浜では、NPO 法人 横濱ジェントルタウンクラブが車いす神輿を行うなど、触る地図の作成活動も行っているが（目の見えない方が楽しく歩けるように作成した）、重点推進地区として補助金を出している。

健康福祉局と認定 NPO 法人 横浜移動サービス協議会は平成 18 年より、おでかけ便利帳を協同事業として連携した取り組みを実施している。

福祉のまちづくり条例は、平成 9 年、平成 24 年に改正があり、ハード面だけでなくソフト面の推進も行うこととなっている。条例ができた後も、学識者が入る推進会議も定期的開催をしている。条例の主幹は、ソフト面も含めた全体的な取組を行える福祉局となっている。「ふくまち」の冊子を作成しており、5 年毎の見直しも行っている。冊子はクマのイラスト表紙で中学校にも配布。内容もイラストがあり読みやすく、ソフト面・ハード面ともに福祉のまちづくりについて学べるものとなっている。

条例があることもあり、市民に浸透しているのが横浜市の強みであると考えている。

➤ 取組を実施したことによる行政での予算措置への影響について

イベントに起因するものは無く、横浜市として条例を制定しハード面だけでなくソフト面での推進についても、予算措置をとっている。

4.3.5 先行事例調査 鹿児島県奄美市の地域におけるユニバーサルの取組(COGY)の展開

①一般社団法人シンクロプラス

➤ 取組背景並びに概要

足こぎ車椅子（COGY）については、7年ほど前に知った。自身は元々世の中に広まっていないものを広める仕事をしていて、知り合いが介護インテリアで「未来の常識を必要な人に届ける」というコンセプトで活動をされており、COGYを紹介された。母がパーキンソン病だったので、NHKで紹介されたものを見て改めて認識をした。

その後、東京渋谷のビジネス研究会のゲストスピーカーで TESS 鈴木社長の講演を聴講。鈴木社長から普及の課題を持っていると伺ったのと、大手の医療法人での実績も求められていた為、徳州会病院（福岡、大阪）を紹介し納入に至った。

一般社団法人を立ち上げ先に出身地である奄美にした理由は、離島から発信出来た効果を考え出身地である奄美を選定した。障害者の8割の方が健康に復帰することを諦めている。その為、活動の1つとしてCOGYを使って復帰された方々の体験談をYouTubeで発信している。

また、観光地や商店街とも連携が出来ており、商店街をはじめ試乗体験会を実施している。観光地でもユニバーサルツアーを企画していたが、こちらについては、コロナで実施出来なかった。

➤ 商店街との連携について

最初、商店街の会長に交渉。商店街にCOGYの貸し出しを提案するも、今後の管理やメンテナンス等の課題に直面し、話が進まなかった。商店街組合に紹介するのでは導入を進めることが難しいことが分かった。商店街会長は、課題感としてはご理解されておりCOGYの利用について賛同はするが、どこか他人事であり、現状からの脱却を主体的に動くのが難しい状況ということが判った。

一方で、商店街内に子供向けの学習塾があり、子供の学習として、子供の学習格差をなくすという理念を持っている塾長が理解を示していただき、管理して頂く事になった。現状では、店舗の社会課題解決型の展開だが、他の事業者の反応が薄い。商店街の役員が60代で、高齢のことも影響していると考えられる。

地元新聞に取材に来ていただき、その影響もあり、周囲から興味を持たれるも、その後の展開は、まだまだこれからと考えている。

➤ 行政との連携について

行政との連携の動きは出来ていないが、活動自体は御認識して頂いている。

地元の中学や高校に SDGs の話として商店街での COGY の話を展開し、家族の高齢者を連れ出すきっかけとして話していければと考えている。一度学校に話をするも、民間事業者からの提案では、警戒されてしまい進まなかった。この点は行政が間をとってもらえると助かる。

また、市の福祉の担当に相談しており、COGY の話もしたものの反応が薄い。従来は福祉器具ルートで回ったが、情報が遮断されるため、社会課題を解決する方々と連携して実施したいと考えている。

村民の健康寿命に意識の高い大和村の村長にも連絡し、賛同いただき、一台購入頂いた。観光についても積極的で、来年温泉施設を開業予定のため、周回での活用が出来ればと考えている。また、大和村の高齢者はアクティブで、整備されているコースに COGY を置くことにも興味を持っていただいている。

➤ 事業の維持管理、意識管理の継続性について

ユニバーサルツアーを目指し、3年前の世界遺産の登録検討から、世界遺産を COGY で回るという事業展開で、奄美パークや北部のまーぐん広場（旅行者が来たときは、まーぐん広場「伝泊」に泊ってもらい COGY で周遊してもらう）、赤木名集落の周遊を目指した。商店街の中心街が名瀬市にあるが、他地域と同様に大型の郊外店が進出し、さびれている。買い物客を呼び戻すのは難しいと思う。ただ、アーケード等で安全のため、「ユニバーサル商店街」として高齢者等が利用して、交流するきっかけとなったりすれば良いと考えている。



引用：奄美新聞 2018年12月12日付け記事

②事業者 A

➤ 実施事業者との取組内容について

事業者 A は公共施設で障害者、高齢者の方々も多くが訪問されるが、ご家族でいらっしゃる等、健常者も同行されており COGY の利用は、ほとんどない。一方で健常者の方が利用された実績はある。公共施設でもあり、施設としては利用者からの問い合わせがあればご案内をする程度の取り組みで、施設としての積極的な利用促進の考えはない。

(車椅子/COGYともに無料で貸し出しを実施、実証の位置づけでシンクロプラスに設置許可)

➤ バリアフリーの活動を行うにあたってのお考えについて

鹿児島県の施設でもあり定期的にユニバーサル調査は実施している。実際に 3 年ほど前には施設としてバリアフリーへの改修工事も行っている。

➤ その他

COGY の存在は YouTube 等で知っていたが、健常者が触ってはいけないと思っており心の壁があった。本日の打合せで健常者の利用が問題ない点を理解できたが、まだ COGY の活用について詳しく知らない人にとっては意識の壁があると感じている。利用者側の選択肢の一つとしてもらうためにも、気軽に乗れることを PR していくことも必要だと感じる。本日の意見交換で提供する側の意識の改革が必要であると感じた為、施設関係者と一緒に体験会等を実施してみたいと思う。



※事業者 A における COGY 設置箇所

③事業者 B

➤ 実施事業者との取組内容について

商店街は車椅子ユーザーの方も沢山ご利用いただいております、地域の方々へ色々な選択肢があった方が良くと思って設置を許可した。一方で現在の設置箇所は商店街の中央部で、歩いて商店街に来て、そこで COGY に乗る方はいない。また、乗ることに対して意識の壁があり、そもそも COGY が何かを知らないために乗らない方や、恥ずかしがって乗らない方がおり、認知度を高めて抵抗感をなくす必要があると感じている。一方で子供たちは興味本位もあって商店街中で利用している姿は見かける。また、車椅子ユーザーの方は店舗内へも入っていかれるが、COGY 利用者の方は道を走るだけで店舗内へ入っていく事例はない。導入時にはテナント事業者向けに体験会も実施して頂いたが、単発でのイベントの位置づけになっている。

➤ バリアフリーの活動を行うにあたっての考えについて

事業者 B は昔からアーケードが設置されている関係で、入り口の排水用の傾斜の必要性が少なく、各店舗の入り口の段差を無くすテナントが増えていった。

ユニバーサル商店街については、単独での実施は難しいと考えており、鹿児島県の商店街連合会や奄美市役所とコミュニケーションをとりながら進めていく必要があると考えている。実際にコミュニケーションは取っており、アンケートを取りながら色々と意見を聞いていく意向である。

※一方でアーケードの修繕もあり、中々優先順位をあげづらいのも事実である。商店街の今後の展開については、地域住民との連携を目指していく方向で、5 ヵ年計画で考えている。



※事業者 B における COGY 設置箇所

④鹿児島県奄美市役所

➤ 実施事業者との取組内容について

新聞に掲載されたこともあり、取組み内容については認識をしており、実際に体験も行った。一方で COGY の認知度はまだまだで、実際に利用者も限られていると聞いている。市役所としても、街中の移動手段に課題を持っており、タウンモビリティの推進を考えてはいるものの、COGY を置いている場所まで何で行くかという課題感は、商店街と共通して持っている。

実施事業者との連携については行政内でも関係部署が多岐にわたる為、どうやって市役所内でも連携をとっていくのかは検討する必要があると考えている。

➤ バリアフリーの活動を行うにあたってのお考えについて

市役所としてはインフラの整備は実施したが、街中整備までとなると難しいと考えている。ユニバーサル商店街の様な地域の憩いの場については商店街と協議をしており、2 年ほど中小機構のアドバイザー派遣事業も利用していた。

➤ 取組を実施したことによる行政での予算措置、今後の展開

本事業を切り口にした予算措置は無く、実施予定もない。認知度が低いことが大きな課題の一つであるため、今後の展開を考えた時には、イベント開催時に COGY の体験会を行う等の取組は必要であると思う。

5. 指標策定

5.1 ユニバーサル商店街のバリアフリー調査を行うための調査項目策定

連携事業先である WheelLog の過去実績をベースに課題抽出を行った。

➤ 課題概要バリアフリー設備環境の充実と情報提供の必要性

商店街は観光客及び地域における高齢者、障害者、ベビーカーを必要とする家族連れ等の日常生活及び社会生活を確保するために、誰もが買い物や飲食を楽しめる商業施設でなければいけないと考えている。

その為には、段差解消やスロープの設置といった「ハード面のバリアフリー化」と、スタッフの障碍の理解や意識を変えることによる「ソフト面のバリアフリー化（心のバリアフリー）」の両方が重要と思われる。その中でも設備投資が必要なハード面は行政の支援等が必須であり、長期計画をもった策定が必要であるが、ソフト面のバリアフリー化は当事者の意識改革や認識向上により対応が可能となるものもあると考えられる。

もう一点重要なことは、バリアフリー化がされていても、その施設や設備、移動可能な経路がどこにあるかが分からなければ、高齢者や障害者等は安心して外出ができない点が挙げられる。実際障害者の方は外出先の施設等のバリアフリー情報を全てあらかじめ確認して出かけることから、施設のバリアフリー化だけではなく、こうした「バリアフリー情報」も併せて発信していくことが重要となってくる。バリアフリー情報の提供により、お店の入口には段差があるのか、バリアフリースイールの位置や設備状況、どの経路が車いすでも移動可能なのかといった情報を事前に把握できる。これにより、来訪者や旅行者が計画や予定を立て、利用可能な施設を自らの意志で選択して利用することが可能になる。このような取り組みを継続して行うことが、「ユニバーサル商店街」を目指していく中で重要なポイントになってくる。

5.2 調査項目について

5.2.1 ハード面における調査ポイントについて

➤ お店の入り口

- 1 お店に入る時に段差有無
- 2 出入り口の幅に余裕はあるか（80cm 以上）
- 3 お店に入る時にスロープが設置されているか
- 4 設置されている場合、そのスロープは自力で登れる緩やかなものか



※お店の入り口における調査ポイントイメージ

➤ お店のトイレ

- 1 店内や同じフロアにバリアフリートイレ、車いすの方が入れるトイレがあるか
- 2 トイレの手すりは両側にあるか
- 3 便座に横付けできるか
- 4 背もたれがあるか
 - ※座位バランスの安定や、身体を保持する場合に便利な為
- 5 オストメイト対応か
- 6 ベビーベッド、介助用ベッドはあるか



※お店のトイレにおける調査ポイントイメージ

➤ 店内について

- 1 店内は車椅子で通れるか。また、お会計のところまで車いすで行けるか
- 2 商品棚は車椅子に乗ったまま見える＆手の届く位置にあるか
- 3 値札は見やすいか
- 4 お店の中に傾斜や段差はないか



※店内における調査ポイントイメージ

➤ 飲食店の店内について

- 1 お店の中に段差はないか。
- 2 スロープの用意があるか
- 3 車椅子のまま入れる席はあるか
- 4 椅子は移動できるか
- 5 テーブルの下に足を入れられる高さがあるか
- 6 バリアフリー対応の個室はあるか
- 7 車椅子のまま入れる個室があるか



※店内における調査ポイントイメージ

➤ エレベーター

- 1 エレベーターがあるか
- 2 エレベーター内に鏡、手すり、操作盤はあるか※前方から入るため、後進時に鏡が必要
- 3 エレベーターは車椅子に乗ったままスムーズに入れる広さか（2台以上乗れそうか）



※エレベーターにおける調査ポイントイメージ

➤ 商店街の周辺設備について

- 1 車椅子用の駐車スペースがあるか
- 2 駐車スペースに屋根があるか
- 3 駐車料金の割引はあるか
- 4 商店街周りの歩道の整備は十分にされているか
※店舗までに大きな排水溝があるか等
- 5 最寄り駅からのアクセス状況はどのようになっているか
※商店街までに大きな排水溝があるか等



※商店街周りの調査ポイントイメージ

5.2 調査項目について（ソフト面について）

➤ お店の入り口

-1 掲示物があるか

入口に段差がある場合、「お困りの方はこちらへ電話してください」などの掲示物があると、お店に入店してみようという気持ちに繋がる。

-2 お店の人からの声掛けがあるか

1 人でお店に入ろうとして段差やスロープなどで困っている際に（急なスロープなど）、お店の人からの声掛けや車いすを押すなどのサポートをすることで、バリアをソフト面で解決できる。

-3 障害物は置いてないか

お店の入口に看板や商品が置いてあって通路を塞いでいる場合、車椅子で通りづらく、お客様はお店に入るのをあきらめてしまう。入店の機会を逃すことに繋がる。

-4 消毒液を設置位置はどうか

スロープなどの斜めのところには置かないように注意する。また、ペダル式は、車椅子での使用が難しいため、非接触タイプや手でも押せるように配慮が必要



左上

掲示物例

右上

お店前の看板例

左下

消毒液設置例

- お店のトイレについて
 - 1 トイレの床や便座の横に荷物などを置かないように配慮されているか
 - 2 バリアフリートイレなどの情報が、一目でわかる見やすい表示になっているか
 - 3 周辺のバリアフリートイレや車椅子で入れるお店等のバリアフリー情報が共有されているか
特に店内にバリアフリートイレがない場合は、その情報が重要になる

- 店内について
 - 1 車椅子の方の目線に合わせて話をしてくれるか
 - 2 特別扱いをしすぎていないか（普通に接しているか）
 - 3 障害の度合いに対してのサポートができるか
（視覚障害の方や聴覚障害の方へのサポートについて）
 - 4 何かトラブルが起きたときに声かけがあるか
 - 5 バリアフリーの情報を自身のお店だけでなく、周りのお店の情報も持っているか
※例えばトイレを探していて、そのお店に多目的トイレがない場合にすぐ案内できるか

- 飲食店について
 - 1 車椅子の方の目線に合わせて話をしてくれるか
 - 2 特別扱いをしすぎていないか（普通に接しているか）
 - 3 障害の度合いに対してのサポートができるか
（視覚障害の方や聴覚障害の方へのサポートについて）
 - 4 何かトラブルが起きたときに声かけがあるか
 - 5 バリアフリーの情報を自身のお店だけでなく、周りのお店の情報も持っているか
※例えばトイレを探していて、そのお店に多目的トイレがない場合にすぐ案内できるか
 - 6 席のリクエストなど声かけがあるか
 - 7 椅子への乗り移りの声かけがあるか

6 ユニバーサル商店街普及に向けた今後のアクションプラン

6.1 今回の調査結果

当初、有望地点において、指標を基に実証調査を行い、「東北地域中心市街地および商店街関連セミナー」において、その結果を踏まえて「ユニバーサル商店街」の必要性や具体的な手法を提示する予定だったが、実証調査日前々日に発生した地震により、安全上の問題から実証調査は中止となった。その為、WheelLog に協力頂き、過去の調査事業から、ハード・ソフト面における、バリアの視点を提示頂き、それを商店街のバリアフリーの調査指標として提示した。

先行事例調査では、色々なバリアに気付くことが出来た。例えば事業者 A では、健常者は COGY を利用してはいけない、気軽に車椅子に乗ることはできないという意識があるため、COGY を活用した「ユニバーサルツアー」の実現に向けては、効果的な PR や気軽に乗れるような意識改革を進めることが必要という事が顕在化した。また行政からのヒアリングでは、ユニバーサル商店街を形成するにあたっては、実施地域である商店街のみならず、地域課題を解決する意識を持った行政の理解・協力は不可欠であるが、保健福祉部門、商業部門、都市計画部門、観光部門等、関係者が多岐にわたるため、行政側の横断的な情報共有や連携体制を整えることも必要な事が明らかになった。

奄美市におけるユニバーサルツーリズムの調査では、1 拠点での活動では浸透が難しく色々な拠点が連携する事でユニバーサルツーリズムが浸透するといったコメントを実施事業者から頂いた。

東北地域は全国と比べ、少子・高齢化が進んでいる。つまり、高齢者に住みよい街づくり・商店街作りを目指していくことがより重要であり、その目指すカタチとして、ユニバーサル商店街がある。

今回の調査事業から「ユニバーサル商店街」形成に向けてハード・ソフト両面のバリアをまちづくり会社、事業者、自治体の三位一体で連携していきながら解決していく必要があると考えられる。またバリアについては、解決するだけでなく、その情報の発信方法についても検討していく必要があると考えられる。

6.2 今後の可能性の考察

ユニバーサル商店街を作りあげていくには、いくつかのステップが必要と考える。具体的には、商店街のバリアフリーの現状を知ることである。その知るキッカケとして、まち歩き体験会等のイベントを実施し、商店街の関係者が実際に車椅子に乗り、自分たちの商店街のどこにハード的バリアがあるのか、そして当事者目線で街を歩いて多くの「気付き」を得ることが、ユニバーサル商店街形成に向け第一歩になると考えられる。

次に、現状を知ったうえで、何ができるのか・変えられるのかを考え、行動に移していくステップとなる。ここでは大きく2つの行動が必要となり、前の項目であげた「ハード面」と「ソフト面」である。ハード面については、まちづくり会社単独での実施は難易度が高いため、自治体との連携を強化していく必要があると考える。一方でソフトの部分については、当事者の意識改革や認識向上により対応が可能となるものもあると考えられる。

さらに、「情報発信」については車椅子ユーザー等が利用するバリアフリーマップの作成があるが、紙媒体のツールの場合、情報更新の難しさが挙げられる。例えば今回連携した事業者でもあるWheelLogのアプリを活用する事も1つの手段として考えられる。アプリで情報発信することで、バリアフリーを必要とするお客様に直接情報を届けることができる。ダウンロードやユーザー登録など完全無料で、お店の写真やコメントを投稿するだけなので、SNS 感覚で気軽に利用でき、維持管理費用面でも優位性があると考えられる。

また、ユニバーサル商店街を目指していく上でのソフト面の整備の基準としては、観光庁の施策でもある「心のバリアフリー認定制度」を上手く活用するのも効果的と考える。

https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/innovation_00001.html

※国土交通省観光庁「心のバリアフリー認定制度」

こちらは観光施設向けの制度であるが、ユニバーサル商店街形成に向けては活用が可能であると考えられる。例えば、お店の入口に認定マークを提示することで、お客様への安心感、そして、入店の後押しにも繋がっていく。このような心のバリアフリーを推し進めていくことで、商店街で困っている人がいたら自然と声が掛けられ、お互いに助け合えるような、ユニバーサル商店街の一步を踏み出すことができると考える。そうすることで、高齢者、車椅子やベビーカーを利用する人が外出に躊躇せず、商店街で買い物を楽しめる社会作りがさらに進んでいくと考える。

6.3 アクションプラン案

先行事例調査のヒアリング結果でも述べているが、ユニバーサル商店街形成に向けて推進していくには、現状の課題に対して危機感を持ち、バリアフリーに対して当事者意識を持った積極的な姿勢を持っている人・機関同士の連携が必須であると考えられる。

今回抽出したユニバーサル商店街の有望な候補でもある「一般社団法人まちくる仙台」を中心に、東北地域だけでなく域外のまちづくり会社、WheelLog、TESS 並びに関連自治体と連携し、まち歩き体験の実証試験内容と当該調査指標を、東北地域の商店街関係者や行政機関等が参加する「東北地域中心市街地および商店街関連セミナー」で提示し、「ユニバーサル商店街」の形成に関心の高く、主体的に取り組もうとする商店街関係者との連携を考えていく。具体的には今年度自然災害により中止した下記のまち歩き体験会の実施について東北管内の商店街の参画を図り、それらの結果等を当該セミナーで発表していくことで、「ユニバーサル商店街」に向けた検討を推進していく。

内容	詳細	担当	所要時間
COGYの説明	商品説明とTESS社の会社紹介	TESS	10分
WheelLogからの座学(講演)	心のバリアフリーについて	WheelLog	15分
情報共有ツールの説明	WheelLog! アプリについて	WheelLog	15分
まち歩き調査について	目的・ルート・注意事項・車いす/COGYの乗り方	WheelLog/TESS	20分
COGY/車椅子まち歩き体験調査		全員	60分
振り返り	体験会を通じた気づきのグループ内共有	全員	30分
発表	気づきの共有 (各班3-5分)	全員	30分

※実証事業イメージ (案)

また、「ユニバーサル商店街」の形成による、周囲住民の利用ポテンシャル調査を実施し、来街者の回復動向等具体的な効果を定量的に示すことも、商店街関係者やまちづくり会社が「ユニバーサル商店街」を目指す動機づけとして必要と考える。また、ユニバーサル商店街にむけて有益とされる COGY は上記取組に盛り込みつつ、活用方法や効果を積極的に PR しなじみやすいツールとして展開していく。

将来的に、「ユニバーサル商店街」としてのブランド価値を一定程度社会に認めさせる検討（認証制度）やそれによるユニバーサルツアー訪問商店街の優先選定等の取組の可能性については、東北経済産業局や関係機関と連携をしながら方策を検討していく。

また、「生活を支える街」への変革として、「地元」の発信や、消費者と生産者をつなぐ役割など、地域社会の価値を見直す取組としての支援事業「がんばろう！商店街事業」等を活用しながら展開を考える。その他の支援事業としては以下の施策・事業を活用した展開が考えられる。

①「地域・共生型ビジネス導入・促進事業」

様々な地域で共通する課題である高齢化に焦点をあて、先行して高齢化が進んでいる東北地域及び既に導入が検討されている東北の域外の地域をフィールドとし、商店街のバリアフリー化、誰でも気軽に訪れることができるユニバーサル商店街の形成に向けて本調査で得られた指標を活用しながら実証実験を実施し、「ユニバーサル商店街」の形成と当該地点の連携による「ユニバーサルツアー」の展開により、新たな来街者の増加やツアー商品等の展開により、地域課題となっている利用者の減少や商店街のにぎわいの再生を目指す。

②「ヘルスケアサービス社会実装事業」

本調査で得られたバリアフリー化に向けた指標を元に、今回実証実験が実現できなかった一番町商店街、及び、ユニバーサル商店街を目指しているその他の地域で実証実験を行い、商店街の回遊等が障害者・高齢者の行動範囲の拡大につながり、結果、健康の維持・改善の一助となる可能性を提示するとともに、「ユニバーサルツアー」の提案により、心身ともに充実した生活環境や健康寿命を促進する環境を提案する。

今後のユニバーサルツーリズムを展開する際には、国内初の民営化空港でユニバーサルツーリズムにも取り組み意欲のある仙台国際空港株式会社や旅行会社で唯一ユニバーサルデスクを構える株式会社エイチ・アイ・エスと連携し、観光地だけでなくユニバーサル商店街同士をつなぎ合わせたモニターツアー等の展開をする事で、ユニバーサル商店街・ユニバーサルツーリズムのPRをする。具体的には仙台と奄美の交流から仕掛けていきたいと考える。