

文化資源を生かした地域活性化

～歴史的・文化的資源の活用促進について考える～

福知山市 和田 直樹



1 はじめに

1.1 社会的背景

近年、「文化」分野は単に文化芸術の振興のみならず、観光・まちづくりをはじめ様々な分野での活用が望まれている。

文化行政における大きな転換点の一つとして、平成 29 年に改正した「文化芸術基本法」がある。同法第 2 条第 10 項には「文化芸術に関する施策の推進に当たっては、文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することが重要であることに鑑み、文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携が図られるよう配慮されなければならない。」と明記されており、文化政策があらゆる範囲に及ぶことが規定された。

また、平成 30 年の文化財保護法の改正においても、過疎化・少子高齢化などを背景にした、文化財の滅失や散逸等の防止を大きな課題として位置づけ、未指定を含めた文化財をまちづくりの核とし、社会総がかりで、その継承に取り組むことが必要であるとしている。

文化や観光分野の様々なビジョン、指針等でも文化を他分野であるまちづくりでの活用が提唱されている。文化庁は文化財分野における戦略投資を進め、観光資源化を目指した指針や施策を打ち出している。新型コロナウイルス感染拡大以前は、文化観光が地域にとっての大きな武器としてインバウンド観光の主力を担っていた。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インバウンド観光をはじめ、観光分野への文化的資源活用は大きく後退した。地域活動が大きく制限され、地域の歴史や文化の継承にも大きな影響を及ぼす事態となっている。

1.2 目的と方法

本稿の目的は、福知山市の文化振興における課題を地域の歴史と文化を担う次世代の担い手育成や、近年の社会的背景を踏まえた文化の他分野連携手法を通して解決を目指すものとする。

地域学研究で著作のある山下祐介氏は地域の歴史文化継承能力の低下や当該地域の歴史や文化の保存のすべてを行政機関、特に学芸員に委ねてしまう状況を危惧している(山下祐介 2021)。地域の歴史と文化の継承機能の低下と相反して地域の歴史や文化を観光への活用が各種法令・指針等で定められ、行政機関や学芸員への地域振興の役割は増大している。

地域の歴史と文化の伝承機能の低下を補完するため博物館や資料館と学芸員並びに職員の役割が増大している中で、学芸的業務だけでなく、地域振興にまでその役割を広げるのは人事や財政的に困難である。これに対応するため、「地域の歴史や文化を担う次世代の育成」を継続的に取り組む課題と捉え、検討する。

文化の他分野連携は、近年活用が進みつつある史跡等地域シンボルにおける「ひかり」を活用した地域活性化を取り上げる。日本では町全体の「ひかり」を活用した活性化では「大阪光のまちづくり計画」が実践例として挙げられる。また史跡等地域シンボルでの実践では二条城・姫路城等が著名である。本稿では福祉キャンペーンと史跡のライトアップの連携事例から「文化」の他分野連携の在り方について検討を加える。

1.3 構成

6 章構成とし、第 1 章で背景と、目的・方法について述べ、第 2 章で福知山市の概要や文化振興における課題の整理を行う。第 3 章では、文化的資源を地域活性化で活用するための次世代育成について、大分市の事例調査を通して検討する。第 4 章では文化的資源の他分野活用事例について、福祉キャンペーン時のライトアップ事業での全国の城郭における協力事例や福知山城における実践事例を検討する。第 5 章においてこれらを総括し、第 6 章で提言を行う。

2 概要

2.1 福知山市の概要

本市は、京都府北西部に位置し、西は兵庫県と接する、丹波・丹後・但馬地域により形成される「三丹地域」中央部に立地する。京都市・神戸市からは約 60 km、大阪市からは約 70 km の距離にあり、北近畿の玄関口として恵まれた自然環境を生かしながら「北近畿の都づくり」を推進し、交通・通信の拠点として発展してきた。

古代以前から人の営みが確認される地域であり、その後も多くの古墳や集落遺跡等の立地が確認される。中世以降は、明智光秀による福知山城築城によって交通の要衝としての位置づけをより高めてきた。

福知山城は明治 6 年の廃城令でその遺構の大半は失われたが、昭和 61 年に天守が再建され、本市のシンボルとしての市民に親しまれており、大河ドラマ「麒麟がくる」の放映によって更に注目を集めている。

平成 18 年には、旧三和町、旧大江町、旧夜久野町と合併し、市域の拡大に伴い現在は、旧町由来の鬼文化や丹



図 1 福知山市の立地
(提供：福知山市)



写真 1 福知山城天守
(筆者撮影)

波漆等も本市の貴重な歴史・文化となっている。

2.2 現状と課題

本市では文化に関する市独自の指針として福知山市文化振興基本方針がある。これは平成 29 年の文化芸術基本法の改正を受け、市全体の文化振興施策の基本方針をまとめたものとして平成 31 年 3 月に策定された。

同方針にて実施された市民意識調査によると、本市の文化的な取組の市民重要度と満足度の調査では、他分野に比べて歴史に関する分野は比較的健闘しているが、プラス値にはなっていない。「分野別に見た重要度満足度」、「地域の文化的環境に満足していますか」、「福知山市は文化芸術の盛んなまちだと思いますか」、「『伝統的な祭りや歴史的な建物などの存在がその地域の人々にとって地域の愛着や誇りとなる』との考え方について」の各項目で低調な結果となっている。総合的な文化に関する意識や愛着意識に関する調査でも本市の指標は軒並み全国水準を下回る結果となっている。

同基本方針ではこれらの状況を踏まえ、本市の文化振興における課題を「文化活動の活性化と地域の魅力発信」、「文化振興の担い手となる組織・施設の充実」、「まちづくりの核となるシビックプライド」の醸成と位置付けている。

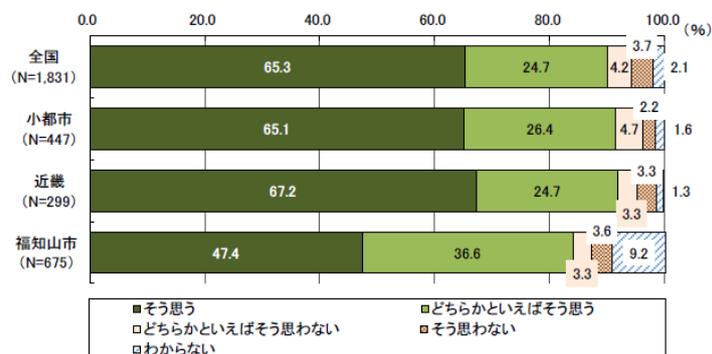


図 2 福知山市の伝統的な祭りや歴史的な建物などの存在が、その地域の人々にとって地域への愛着や誇りとなるとの考え方について（『福知山市文化振興基本方針』より引用）

2.3 検討の方向性

本稿では「文化活動の活性化と地域の魅力発信」と「シビックプライドの醸成」を主な検討課題とする。

検討の 1 つ目は地域の歴史や文化を生かしたまちづくりを目指すため「次世代育成のための郷土学習講座」とする。これは課題分析に活用した福知山市文化振興基本方針中にある、「伝統的な祭りを調査すると継承できている地域では子供たちに技術を継承するために育成する人が必ずいる。自然に放っておくことだけではなかなか持続しない」との見解に着想

を得て検討するものである。

2 つ目は「歴史や文化の他分野活用」である。これは現在の本市での実践を踏まえて、主に福祉分野における文化的資源の活用について検討する。

3 文化的資源を地域活性化で活用するための次世代育成施策

3.1 「地域」を伝えていく力の弱体化

近年、市町村合併による人材や機能の集約、昨今の予算削減による社会教育の縮小や少子高齢化と人口減少により、従来の地域の歴史と文化の伝承機能が衰退してきている。

地域の歴史・文化の伝承機能の低下が指摘される中で、未来を担う地域住民の若い世代が歴史や文化の価値への認識を深めるため「若年層向け郷土学習講座」を通して検討する。

3.2 福知山市の若年層向け文化施策

本市の文化振興施策のうち、若年層向けの施策は、発表の場の確保と事業補助が主となっている。芸術分野における発表の場の確保としての市展やちいさな絵画展がある。また、事業補助では、高校生以下の児童や生徒を対象とした全国大会出場時の補助制度と、全国大会で一定の成績を取めた際に顕彰するジュニア文化賞の制度等を設けている。

市内の学校では、総合的な学習の教材として郷土学習の副読本の作成や夏休み等における若年層向けの単発の講座が実施されているが、若年層世代が本市の歴史や文化を一体的、連続的に学ぶ講座の開催は行政や文化協会等では実施はなされていない。

3.3 事例調査：FUNAI ジュニアガイドの取組について

若年層向けの郷土学習講座を検討するうえで、全国地域リーダー養成塾の先駆的地域づくり現地調査で大分市が実施する大友宗麟に関する施策「FUNAI ジュニアガイド」と、その関連する取組を調査した。本事業は平成 29 年度に開始し、短期間で一定の効果が得られている点や、著名な戦国大名を取り上げており、本市においても明智光秀を題材とした大河ドラマ、「麒麟がくる」放送終了後の PR 等で参考になると考えた。

【FUNAI ジュニアガイド】事業概要

大分市では大友宗麟に関するイメージアップと認知度拡大のプロジェクトの一環として、副読本の「小学 6 年生向け郷土学習資料 府内から世界へ大友宗麟」の刊行、「FUNAI ジュニア検定」の実施、「FUNAI ジュニアガイド」の各制度を運用している。

FUNAI ジュニア検定は、副読本の内容を中心とした大友宗麟に関する検定試験である。運用以来最も高い合格率は、15%以下と難易度は高めに設定され、合格者を FUNAI ジュニアガイドに認定している。ジュニアガイドの主な活動は、JR ウォーキングや大友氏遺跡フェスタでのガイド活動である。ガイド活動は子供たちが独自に製作した資料や大友氏居館跡からの出土遺物をもとに説明を行う。ガイド認定後やイベント前には、主催者側の職員が知識や接遇に関するフォローアップ講座も実施している。

【事業効果】

大分市教育委員会への調査では、教育委員会が「郷土の歴史への興味」や「郷土への愛着意識の向上」の効果を実感しているだけでなく、JR ウォーキングや大友氏遺跡フェスタの参加者も、子供が解説を行うことで、従来は郷土の歴史に関心が薄かった層にも普及啓発の効果があったことが分かった。

また、認定された子供も「大分市の文化財への関心が高まった」、「人前で話すのが得意になった」、「人に伝えるときにどうしたらわかりやすくなるかを考えるようになった」と感じていることが示された。

FUNAI ジュニア検定は令和 3 年度で 4 回目の実施であり、長期的な効果という面では未知数だが、実施回数を重ねることで本事業の卒業生が歴史や地域関係する大学等に進学し、将来的な地域の歴史や文化の担い手となることを行政側としては期待している。

【類似事例等】

類似の取組は、「琴浦子供塾」や「高浜ゆめ未来塾」等の学習講座、遺跡に関するサポーター養成講座の「御所野愛護少年団」等の取組が全国で実施されている。本市近隣の事例では、若年層に特化したものではないが、舞鶴市の舞鶴引揚記念館の「語り部養成講座」は近年中高生の受講者が増加し、令和 3 年度からは学生の部が新設されるなど、実際に高い成果を上げつつある。

3.4 小括

FUNAI ジュニアガイド等の若年層向けの郷土学習の取組の効果と課題を分析すると、短期的な効果として、「対象者やその家族の郷土に関する知識向上」、「愛着醸成や同様の興味を持つ人材との相互交流」、「交流を通じた資料作成能力やプレゼン能力の向上」、「子供を主役に据えることによるメディアや学校関係者への PR 効果」、「他世代間交流・地域間交流の機会創出」が見られた。

また、長期的な効果として、「郷土への愛着意識を持つ層の拡大に伴うシビックプライド意識拡大・深化」、「地域活動を支えるプレーヤーの増加」が想定される。

本事業は、短期的、長期的にも実施する意義は大きく、地域への愛着意識が低い地域である程、効果が得られると考える。

課題としては、愛着意識や地域の歴史への理解拡大の度合いは指標や数量的には短期的には効果がわかりにくいことから「成果指標の設定がしづらい」、「直接的な効果が数値としての表現が難しい」が挙げられる。

長期的課題としては、地域をテーマとする以上、事業メニューやその種類、講座を実施できる講師の確保等の問題から事業が定着化した際のマンネリ化、が想定され、テーマや内容が固定化しやすい部分がある。そのため、立ち上げ時点から持続手可能性を十分考慮した長期的な計画による事業実施が必要となる。

4 文化の他分野連携 キャンペーンライトアップを実例に

4.1 「ひかり」を活用したまちづくり・史跡活用

本稿では文化分野の中にある史跡や地域のシンボルを福祉分野でどう活用するかに着目し、従来から用いられてきた施策の一つである「ひかり」を活用した史跡等の地域シンボルの「キャンペーンライトアップ」について検討する。

これは福祉や医療等のキャンペーン期間で定めているシンボルカラーで、史跡等の地域のシンボルの建築物等をライトアップする取組である。世界アルツハイマーデーでのオレンジライトアップの世界的なものから、自治体単独まで様々な形で実施されている。

4.2 「ひかり」を活用した福知山城の PR

福知山城でもひかりを活用した取組が検討されている。大河ドラマ「麒麟がくる」の放送決定を契機とした照明設備の見直しや青年会議所を中心に実施されたライトアップイベント「福知山いる未来と」等が実践されており、史跡活用の新たな可能性が示されている。



写真 2 福知山いる未来と
(筆者撮影)

福祉や医療という観点では、本市の独自の取組として新型コロナウイルス感染拡大下での医療従事者への感謝を込めたブルーライトアップ等を実施している。

キャンペーンライトアップの利点は史跡等の地域のシンボルが普段と違う輝きを放つことで特別感を演出し、視覚的に PR する点にある。スマートフォンのカメラ性能の向上や SNS の普及によって、魅力的な写真の拡散による周知効果も期待できる。with コロナにおいては、人を集めなくてもメディアや SNS を通じて施策や史跡等を効果的に PR ができる利点もある。

4.3 城郭のライトアップキャンペーン

キャンペーンライトアップの中でも特に史跡としての城郭のライトアップについて、城郭管理者協議会加盟団体のうちキャンペーンライトアップに協力的な城郭にアンケート調査を依頼し、詳細な回答のあった広島城と高知城の事例(表 1)から、キャンペーンライトアップの現状を検討する。

表 1 キャンペーンライトアップにかかるアンケート結果(筆者作成)

城郭名	質問 1	質問 2	質問 3	質問 4	質問 5
	御依頼先の城郭で協力している福祉ほかのライトアップキャンペーンについて、可能な限り教えてください。	質問 1 の取り組みに協力してみた効果(観光的効果、PR 効果、経済効果等)を感じる部分があれば教えてください。特に SNS の効果等がありましたら教えてください。	質問 1 の取り組みを利用したグッズ作成、販売、配布等の実績があれば教えてください	質問 1 のような取り組みに協力するうえでの城としての課題について教えてください。	福祉分野ほかライトアップキャンペーン等に協力するうえでの条件等があれば教えてください。

広島城	世界アルツハイマーデー・オレンジライトアップ、乳がん月間・ピンクリボンライトアップ、医療従事者への感謝を示すブルーライトアップ、小児がんゴールドライトアップ	ライトアップの都度 Twitter など SNS で配信され、地元の中国新聞の天風録(一面下コラム)にも取り上げられるなど話題になった事もあるので PR 効果は感じている。ライトアップによる経済効果や観光的効果までは分からない。	特になし	取り組みは広島市観光企画課が行っているため、城としての課題は特になし。	ライトアップ事業については広島市の観光企画課が行っているため条件については不明だが、公共性があり社会通念上一般的で特に問題のないものについては採用されているように思う。
高知城	乳がん月間・ピンクリボンライトアップ 世界自閉症啓発デー・ブルーライトアップほか令和 2 年から令和 3 年 10 月までの間で計 22 件	・ SNS では、色が変わっていることに疑問を持ったツイートがあり、知っている方が主旨を回答するといったことが見られた。 ・ 地元紙で、ライトアップの色が何色あるのか、ライトアップ開始の経緯を記事にしていたことがあった。その後、関心を持った一般の方から「ライトアップの色の意味」や「自分もカラーライトアップできるのか」など、問い合わせが増加した。	特になし	・ 漏電が原因でライトが消灯したときや電波障害により色が変わってしまった場合、夜間は職員不在のため、迅速な対応が困難であること。 ・ 周知不足により、県民にライトアップの主旨が伝わっていないこと。	・ 県が施策として、県あるいは民間団体などと協力して進めているもの ・ 行政目的達成のために、県民に広く周知すべきものについて特別に実施するもの ・ 本来の主旨を損なわないために、日数を限定し、ふさわしくない色を避けること

広島城、高知城が協力するキャンペーンライトアップも世界、あるいは日本国内を巻き込んだ大きなキャンペーンや管理する行政団体に関わるものに限られる。

城郭が協力する効果は、普段とは異なる夜間の演出によって各種メディアや SNS 等での露出による PR が挙げられる。ただし、経済面や観光における効果はあまり実感してはいないという回答である。

基本的には福祉部署などの他部署からの依頼に基づく事業のため、施設管理者側も直営事業でないことから積極的な活用の動きは鈍い。また、特別なカラーライトアップの趣旨が十分に伝わっていないことも課題である。これは、キャンペーンの担当部署と城郭の双方の利益につながる展開を行えていないことが原因であり、福知山城においても特に福祉分野のキャンペーンライトアップでの課題として共通する部分がある。

4.4 実践事業 「文化」「観光」を意識した「福祉」キャンペーンの展開

～「福知山城グリーンライトアップ」～

全国各地の城でのキャンペーンライトアップの状況を踏まえ、令和 2 年度に初めて実施した福知山自殺対策事業における福祉と文化の連携の取組を実践事例として紹介する。

厚生労働省は自殺防止のための普及啓発期間として、自殺対策強化月間(毎年 3 月)と自殺予防週間(毎年 9 月 10 日～9 月 16 日)を定めている。

本市では新型コロナウイルス感染拡大によって増加傾向にある自殺の予防対策として、本市社会福祉課が福知山城のカラーライトアップによる命を守るための情報発信を実施した。カラーの選定は厚生労働省の定める「いのち支える」のシンボルカラーの一つである緑を設定し、令和 3 年 3 月の自殺対策強化月間で自殺対策としては近畿初の城郭のタイアップライトアップ「福知山城グリーンライトアップ」を実施した。

この取組に合わせて、緑色が自殺対策の色として市民や関係者に浸透するよう従来からの相談窓口一覧チラシや主要問合せ先ポスターは、緑色を中心としたデザインに一新した。広報等も従来の報道機関広報に加えて、福知山城の公式 SNS でも発信を行った。

取組 1 年目に京都新聞やその WEB 版でこの取組が掲載され、福祉キャンペーンとしては大きな効果であった。取組を通して、特別な福知山城の宣伝材料を調達できた効果も大きい。

後続する取組として、令和 3 年 9 月 10 日～16 日の自殺予防週間には、自殺予防に関する用語や福知山市の取組を紹介したリーフレット『『いのち支える』まちづくり』を発行した。本誌のデザインも緑を基調に統一感を持たせるとともに、福知山城のグリーンライトアップの取組趣旨も紹介している。これらの取組は市民をはじめ、庁内や報道機関等着実に関心を集めつつある。

4.5 小括

キャンペーンライトアップは様々な史跡等で実施されている事業である。この事業は福祉と文化の連携事例として、より積極的な展開ができれば福祉の普及啓発だけでなく文化や観光への波及が期待される。with コロナの社会情勢下において、密や集客をつくらずに施策を視覚的に PR できるのは大きなメリットである。

福知山城グリーンライトアップは、自殺対策の普及啓発において効果を表し始め、メディアや関係機関からの施策への関心は高まりつつある。

普及啓発だけでなく、いかに経済性や高い PR につなげられるかは常に意識しなければならない視点である。地域の魅力発信のため、城郭等の史跡の管理側とキャンペーンの実施部署双方が協力し、相互の利益につながる事業実施が重要と考える。



写真 3 福知山城グリーンライトアップ (筆者撮影)

5 まとめ

本市の文化振興の課題である「シビックプライドの醸成」と「文化活動の活性化と地域の魅力発信」について、課題解決に向けた長期的な取組として「若年層向け郷土学習施策」、短期的な取組として文化の他分野連携、福祉と文化の連携事例としての「キャンペーンライトアップを活用した地域活性化」を検討した。

第 3 章では長期的取組の若年層向け郷土学習講座において、少子高齢化や核家族化等の社会構造の変化によって従来地域が担っていた歴史、文化、自然の伝承機能の低下してきている部分を行政で補完し、将来的に地域活動におけるキーマンを育成することを目指すものである。

第 4 章では短期的な視点で考えると、今後もより歴史的文化的資源が地域活性化において存在感を出していくためには観光分野を中心に様々な分野との連携に有効なツールであることを PR していく必要がある。そこで本稿ではその実例として「史跡のキャンペーンライトアップ」を検討した。今後福祉と文化の連携を考えるうえで、非常に発展性のある事業である。with コロナの社会情勢下でも PR 可能な活用事例としても期待できる。今後は、文化との連携強化や広報への注力、観光との連携なども行い、より高い PR 効果を狙っていくべきである。

以上の内容を踏まえ、提言を行う。

6 提言

6.1 提言 1 将来の「文化・歴史・自然」を担う子供たちの育成

本市の文化振興の課題である「シビックプライドの醸成」に対し「若年層向け地域の歴史・文化・自然のエリート育成講座」の実施を提案する。概要は以下のものを想定する。

【目的】

事業の目的は学校や地域での郷土学習から一步進んだ地域の歴史、文化、自然の専門家の育成である。また、過疎高齢化や核家族化等により従来地域で伝承されてきた文化等の伝承をする側面もある。「地域学入門」の山下祐介氏は著作中で、「地域の文化財は地域のものであり、地域で維持し、活用されていくのが望ましい」としている。

しかし、実際にはすでに地域だけでは維持できない段階を迎えつつある。よってこの取組は行政あるいは文化団体が主導し、歴史と文化の継承を担う次世代の育成をすることで、「地域の活性化」を目指す。

【事業内容・展開】

基本的な事業内容は FUNAI ジュニアガイドを踏襲する。「テキスト等の資料作成とテーマ設定」、「認定試験」、「ジュニアガイド」で事業を構成する。基礎的な資料は本市ではすでに明智光秀の生涯と丹波福知山や福知山の自然遺産等の活用できる資料がある。これらを活用したテーマ設定や資料作成を行ったうえで、具体的な育成のための連続講座の開催や認定試験の実施を検討する。

テーマは福知山城等の地域の歴史や文化にゆかりのものを設定する。認定試験通過者のうち希望者を「ジュニアガイド」として地域行事でガイド案内実践の機会の提供によって、これらのテーマ学習をきっかけとした、更にミクロな地域の歴史と文化の掘り起こし効果を期待する。

事業の持続性は認定者間での勉強会の企画や卒業生による同窓会的なシンポジウムの開催等の交流の機会を設ける。講座卒業後も SNS 等を活用し、優先的に情報を提供し、継続して関係が築けるよう工夫する必要がある。

事業の進め方、あり方は検討の余地は多く市内部や関係者で専門知識を有していない分野は外部講師の協力も必要となる。

【まとめ】

全国地域リーダー養成塾の米田ゼミの先駆的地域づくり現地調査では、地域活動の実践者たちは「地域活性化」のキーワードとして「地域をすること」は基礎であり、最も重要であるという認識は共通していた。若年層のうちから「地域の歴史・文化」について興味を持つという意識を育成する努力は今後の行政も積極的に取り組むべき課題である。

6.2 提言 2「文化的資源」の他分野連携の促進 「史跡等を活用したキャンペーンライトアップ」の今後について

今後の福知山城をはじめとした「史跡を活用したキャンペーンライトアップ」に関する課題は、観光や経済へ波及すると考える。社会貢献やキャンペーンだけを目的とするとメディアや市民の関心が一過性のものとなり、また、意図が十全に伝わらない可能性が高いため、話題性や経済性を継続的に担保していく必要がある。

単純な本来の趣旨の PR だけでなく、キャンペーンライトアップを対象施設の来場者や観光消費額の増加につなげるには、福祉部局等の実施するキャンペーンの実施主体も踏まえるべき視点である。全国地域リーダー養成塾における観光をテーマとした各講義で、事業における経済性の視点の重要性は共通して言及があった。

例として、キャンペーンライトアップに合わせた城の夜間開館や夜間のライトアップツアーの開催、そのキャンペーンに合わせたグッズの作成、近隣商店街で普及啓発物品の配布協力を依頼することなどは十分に実施可能である。

ライトアップを活用した PR は史跡やシンボルへの真正性の担保や過度な使用に伴う史跡への影響は光害等への配慮等の課題はあるが、基本的には影響は少なく、今後の照明技術の発展を考慮しても有効な魅力発信手段である。with コロナ・ポストコロナの社会情勢下でも福祉と文化双方を PR できる利点も大きいと考える。キャンペーンライトアップと史跡の連携の取組は文化と他分野の連携事例として、文化的資源をより地域活性化に生かす有効な手段として地方公共団体等が施策の PR を行う際に積極的に活用すべき事業である。

参考文献

- 大分市教育委員会 2013 『6年 郷土学習資料 府内から世界へ 大友宗麟』
橋爪紳也+光のまちづくり推進委員会 2015 『光のまちをつくる 水都大阪の実践』
和田直樹 2018 「福知山城とまちづくり」 『区画整理士会報No.193』 (一社)全国区画
整理士会
福知山市 2019 『福知山市文化振興基本方針』
松本茂章編 2020 『文化で地域をデザインする』 学芸出版社
山下祐介 2020 『地域学をはじめよう』 岩波書店
岩城卓二・高木博志 2020 『博物館と文化財の危機』 人文書院
山下祐介 2021 『地域学入門』 株式会社筑摩書房

取材協力

- 大分市教育委員会
広島城
高知城
全国地域リーダー養成塾の米田ゼミにおける先駆的地域づくり現地調査視察先の皆様