

「ご当地検定」は「地域力」を高められるか

～最近の動向と地域振興への展開可能性について～

日本政策投資銀行地域振興部 課長

中村 聡志



「ご当地検定」と地域振興；本稿の目的

最近テレビのバラエティ番組を見ていると、「〇〇検定」と題したクイズ企画が多いことに気づく。「英語検定」や「簿記検定」のようにベーシックな資格になったものや「漢字検定」のようにニュースでよく採り上げられるようなものまで、もともと「検定」は私たちにとってなじみ深いものであるが、最近のこの傾向は、各地で「ご当地検定」が次々と生まれて、ブームとまでいわれていることと無関係ではないだろう。

筆者も、前任地鹿児島で「かごしま検定（正式名称：鹿児島観光・文化検定）」の実施（2006年4月第1回検定開催）に関与するという、貴重な機会を得た。

「かごしま検定」は、鹿児島に関する自然・歴史・文化・地域・産業経済などの知識を、テキストやセミナーを通じて学習し、試験でその成果を問うものであり、「九州新幹線の全線開業を5年後に控え、鹿児島では、魅力ある街づくりとともに、全県的な観光に向けたソフトの推進が求められて」いるとの認識の下、「県内外を問わず、多くの方々が、鹿児島への関心を持っていただくとともに、一人でも多くの鹿児島ファンを増やしていく」ことを目的に掲げた。

検定レベルは難易度によって「かごしまマスター（標準クラス）」、「かごしまシニアマスター（上位クラス）」、「かごしまグランドマスター（最上位クラス）」の3段階

に分かれているが、徒に難問を追わず、特に「かごしまグランドマスター」試験は小論文や観光コースを自ら作ってみる問題など、自分の言葉で鹿児島の魅力をどれだけ表現できるかにこだわっている。また、テキストの充実やセミナーの積極的開催、東京での試験実施（2007年11月の「マスター」試験から）など、「県内外の多くの人に鹿児島の魅力を知らしめる」という明確なコンセプトの下、さまざまな取り組みを仕掛けてきている。なお、合格者に対しては合格通知書が交付されるとともに、一部観光施設などの入場割引を行う特典も与えられる（特典は2007年度から）。

特に、2006年4月の第1回試験（このときは「マスター」試験のみ実施）の際は、当初予想を大幅に上回る約2,300人が受験した（これは第1回の受験者数としては比較的多い方である）。公式テキストは約6千部以上販売され、事前に開催された受験対策セミナーも2日間で約1,000人が詰めかけるなど、ちょっとしたブームが生じた。

ここ、愛媛県においても「松山観光文化コンシェルジュ検定」や「四国観光検定」、「宇和島『通』歴史・文化検定」などユニークな「ご当地検定」が実施されている。既にご存知の方も多いと思うが、「松山観光コンシェルジュ検定」は、「松山を訪れる観光客に対して、親切なおもてなし対応ができる人材を育成すること」を目的とし、2006年3月に「初級」をスタートした。

現在は、「初級」と「中級」の2階級となっており、「初級」はテキストに掲載されている問題の答えを、綴じ込みハガキに記入して送付する。また、「中級」は松山大学で行われる「ふれあい ふるさと塾」(講座11回、うち1回は現地講習)の受講を合格の条件とし、試験は特に行わないなど、ユニークな形式をとっている。「中級」合格者には「松山観光ボランティアガイド」への登録申請資格が付与され、既に20数名のガイドが誕生している¹。

いずれにせよ、ハードルを低くして、観光にかかわる人材の底辺を広げようとする明確な目的意識が読み取れる取り組みである。

本稿は、この「かごしま検定」や「松山観光文化コンシェルジュ検定」をはじめとする「ご当地検定」について最近の動向を整理するとともに、この「ご当地検定」という手法が地域振興にどのように寄与するのか、また、どのような課題や可能性があるのか、検討していくこととしたい。

もちろん、「地域振興」という言葉に一義的な定義はない。ここでは、「あるエリア(都市部、地方部を問わず)において、多様な担い手が、その地域の資源を活かして、経済活動をより活発化させたり、地域の環境をより向上させたり、そのエリアの人々の気持ちをより元気にする活動や運動のこと」と考えることにしたい。なぜなら、ここでの「活発な経済活動」「レベルの高い地域の環境」「人々の元気な気持ち」というのがまさに「地域力」を構成する一要素であり、「ご当地検定」がどのように地域振興に寄与するかを考えることが、「地域力」を高める方策を検討することにつながるからである。

なお、前述の通り筆者は「かごしま検定」にテキスト作成などを通じて関与したが、本稿での見解は、あくまで筆者個人のものであることを予めお断りする。

「ご当地検定」とは

そもそも「ご当地検定」に一義的な定義があるわけではない。ただ、一般的には、「地域の商工会議所や観光協会などが地域の歴史、自然、文化、観光、産業などについての知識

に関する試験などを行い、受験者の能力を評価・認定する一連の取り組み」といったところがイメージされよう²。

「ご当地検定」の草分けとされるのが、(財)東京観光財団と東京商工会議所が2003年から実施している「東京シティガイド検定(図表1)」である。第1回検定では東京の自然、歴史、産業など全8分野から出題され、約1,100人が応募し、約790人が合格した。また、翌2004年には京都商工会議所が「京都・観光文化検定(通称京都検定、図表1)」を実施し、第1回検定では全国から約9,800人が受験したということで話題になった。

この「京都・観光文化検定」の成功がきっかけとなって「ご当地検定」は急速な盛り上がりを見せ、特に2006年に入ってから全国で急激に増加したが、2007年に入ってからはやや増加傾向も落ち着きを見せ始めた。

また、ユニークなテーマを扱った検定も初期から色々と取り組まれており(最も初期の事例としては「ナマハゲ伝導士認定(2004年度 図表1)」などがある)、その後も地域資源を総合的に問う検定のほかにも、その中のさらに特定分野(明石のタコ、呼子のイカ、香住のカニなど)に特化した検定も数多く登場している³。

図表1～3は、この定義にもとづいて、各種資料から筆者の判断で選択、開始年度ごとに整理した「ご当地検定」の一覧である。もとよりこれですべての「ご当地検定」が網羅されているわけではない。特に、本稿では2007年開始の「ご当地検定」については一部のみしか把握できておらず⁴、総数は既に100件を超えているとみられている⁵。それでも本稿で整理した事例は84事例にのぼり、そのうち50事例が2006年度1年間に開始されているなど、昨年度来、いかに過熱した状態にあったかがわかる。

本稿では、最初に、これらの表をもとに「ご当地検定」の特徴と最近の動向について、いくつかのポイントに絞って整理していくこととする。

1 松山商工会議所からのヒアリングによる。

2 最近クイズ形式のイベントに「〇〇検定」と名付けることも多いが、主催者が受験者の能力を評価・認定することに一般的な意味で「検定」の特徴があると考えられるので、本稿ではこのプロセスを含んだ取り組みであることを要件とする。

3 このほかにも、「焼酎」「お祭り」などといった地域横断的な地域資源を扱った検定も盛んになっているが、地域横断的なタイプの検定は本稿では取り扱わないこととする。

4 名古屋市、広島県福山市のほか、愛媛県内でも新居浜市で今年度実施が計画されている。

5 次々新種の「ご当地検定」がスタートし、定義の仕方も様々ある中で、現在の「ご当地検定」の数を特定することは難しい(松下[2007])。

「ご当地検定」のタイプ

「ご当地検定」にもいくつかのタイプがある。「ご当地検定」を分析していくにあたって、最初にそのタイプを整理してみたい。

分類の仕方についてはいくつかの視点が考えられる。

たとえば、その検定が何を対象としているかによって、地域の歴史、自然、文化、観光、産業など地域資源を総合的に扱うタイプ、ある地域の特定の地域資源（明石のタコ、呼子のイカ、香住のカニなど）に絞って対象とするタイプ、地域横断的に地域資源を対象とするタイプといった分類の仕方が考えられるだろう。また、実施の仕方から、地域興しイベントなどの中で単発に実施される「イベント型」と、地域活性化の一手法として継続的に実施する「定着型」といった分類も考えられる⁶。

それらはいずれも「ご当地検定」を考える上で不可欠な分類であるが、本稿では検討の視角として、検定を行う目的から分類することを中心に考える。すなわち本稿の問題意識である「ご当地検定」の地域振興への寄与と、その課題や可能性を考える場合、「ご当地検定」を何の目的のために実施し、その中でどのように位置付けているかという視点が不可欠と考えるからである。

ここで着目したのがそれぞれの「ご当地検定」の目的に関して記述した文章である（図表1～3参照）。必ずしも厳密な分析ではないが、これらの文章に目を通すと、それらの中に大きく2つのキーワードがあることに気づく。

ひとつは、おもに観光や食にかかわる分野での「人材の育成」、「もてなしの質の向上」といった言葉である。これらは、言い換えるならば「人材育成」を目的するものとしてよいだろう。

もうひとつは「地域のことを知る」、「地域の『通』になる」、「町の魅力を再確認する」、「理解を深めること」といった言葉にみられる「地域再発見・再評価」にかかわる目的である。近年各地で「地域学」という活動が展開されているが、「地域学」とは、「奄美学」や「長崎学」といったように、特定の地域の自然や文化を学ぶことを通じて地域づ

くりへの動機づけを図ることを目的に、地域住民など多様な主体による生涯学習のスタイルで行っている一連の活動のことである⁷。その意味では、このタイプは「地域学」を志向しているといえよう。

そして、もちろん「地域を知る」ことと、「もてなしの質を高める」ことの両者を併せ持つタイプもある。

そこで本稿では、どういった目的を重視するかという観点で、第1のタイプを「人材育成型」、第2のタイプを「地域学型」、そして両者を併せ持つタイプを「総合型」と類型化してみることにする。以下、それぞれのタイプについてみていく。

①人材育成型

第1の「人材育成型」は、観光などの人材育成を通じて地域産業の活性化を図ろうとする産業政策的な方向性を持つ検定のタイプである。「ご当地検定」の草分けといわれるのが、「人材育成型」の「東京シティガイド検定」であるが、東京のことを深く専門的に紹介することができる人材の育成を目的とする検定であった。「検定」がそもそも能力開発のツールであることを考えれば、「ご当地検定」が観光にかかわる人材育成からスタートしたことも理解できる。そのほか観光人材の能力向上を目指した「札幌シティガイド検定（2004年度 図表1）」や「九州観光マスター検定（2005年度 図表1）」、地域の食にかかわる知識のレベルを問う「北海道フードマイスター認定（2005年度 図表1）」などが代表的な事例である。後述の「総合型」との違いはあまり明確ではないものの、「松山観光文化コンシェルジュ検定（2005年度 図表1）」や「四国観光検定（2006年度 図表2）」も「人材育成型」に含めて考えてもよいであろう。

これらの「ご当地検定」は、いずれも事業規模が比較的大きく、合格後も能力向上や就職・起業のフォローアップに注力しているところに特徴がある。たとえば、「北海道フードマイスター認定」は希望者にマイスター資格者を優先的に雇用する求人先の情報提供や、開業希望者への各種の支援制度の紹介など、同地域の基幹産業である「食」に

6 日本商工会議所からのヒアリングによる。

7 根本〔2005〕を参照。なお、「地域学」には海外の地域を総合的に研究する学問を指す場合もあるが、その点は今回は触れない。

「ご当地検定」は「地域力」を高められるか
～最近の動向と地域振興への展開可能性について～

図表1 「ご当地検定」の状況(2005年度までに開始されたもの)

検 定 名	主 催 者	級	述べ実施回数	受験者数累計(人)	テキスト作成	セミナー実施	概要 (太字は特徴的な取り組み)
2003年度以前開始							
【人材育成型】 1事例							
東京シティーガイド検定	東京観光財団・東京商工会議所	—	4回	2,680	○	○	東京を深く専門的に紹介することのできる人の育成 合格者を対象とした自主活動組織あり
【地域学型】 2事例							
山彦認定士検定	上勝自然体験学習研究会 他	1・2級	9回	—	○	○	山彦に関する知識などを町が認定 合格者に有償ボランティア資格付与、イベントと運動
博多っ子検定	NPO法人日本文化普及交流機構	日本語版	N.A.	—	×	×	Web試験 博多で培われた伝統文化から現代文化まで出題
2004年度開始 5事例							
【人材育成型】 1事例							
札幌シティーガイド検定	札幌商工会議所		7回	—	○	○	札幌の魅力を自信を持って案内できる人材の育成
【地域学型】 3事例							
ナマハゲ伝導士認定	(社)男鹿市観光協会 他	—	4回	366	×	○	ナマハゲを正しく理解し、保存伝承意識の高揚とサポーターの育成、男鹿の観光振興を目指す
宮っ子検定	宮あるき探偵団(宇都宮まちづくり推進機構)	—	2回	—	×	○	中心市街地でのイベント「まちづくり博覧会」において実施(第1回)
シュガーロード検定	シュガーロード協議会	初級～上級	3回	—	×	○	シュガーロード(長崎街道)を知り、お菓子の知識を深める 当日試験直前に講習会
【総合型】 1事例				32,762			
京都・観光文化検定	京都商工会議所	1級～3級	8回	—	○	○	合格者はギオンコーナー入場が無料、茶浴キャンパスに優待料金で参加&特別講座に無料参加 1級合格者は京都産業大学特別客員研究員応募資格付与、1級合格者の集い出席
2005年度開始 18事例							
【人材育成型】 3事例							
北海道フードマイスター認定	札幌商工会議所	—	4回	3,087	○	○	北海道の食文化、健康、食文化への理解を問う 合格者への優先的な雇用情報提供、開業希望者へのバックアップ(資金・経営等) 資格の有効期限は、3年間、更新講習の受講により、資格は継続
松山観光文化コンシェルジュ検定	松山商工会議所・(財)松山観光コンベンション協会・松山大学 他	初級・中級	初級:随時 中級:1回	—	○	○	松山に来られる観光客の方々に、親切なおもてなしに対応ができる人材の育成 初級は通信制 中級合格者は「松山観光ボランティアガイド」専への登録申請資格付与
九州観光マスター検定	福岡商工会議所	2級・3級	7回	3,615	○	○	ホスピタリティと九州の知識を身に付けた人材の育成が目的 合格者70%が 事業(研修、交流会、商議所事業参加登録、合格者割引、WEBサイト作り 立ち上げ 等)
【地域学型】 9事例							
道産子検定	北海道雑学百科ぶっちがいで	初級～上級	12回	—	×	×	Webサイト試験 北海道の魅力についての雑学検定試験
信州観光文化検定	信州観光文化検定協会	1～4級	5回	453	○	×	Web試験あり 信州の歴史や自然、文化、産業などの素晴らしさを知識として深めることが目的
金沢検定	金沢研修同友会	初級～上級	5回	5,734	○	○	「ふるさと教育」の推進と金沢という地域ブランド価値のアピールが目的
ふるさとの小松検定	石川県立小松商業高等学校	初級～中級	3回	2,603	○	○	石川県立小松商業高等学校3年生がテキストと検定問題を作って実施する手作りの検定
彦根城下町検定	彦根商店街道型	—	2回	160	×	○	彦根城下町の歴史や文化に精通する人を認定することが目的
いばらき何でも知っとこ検定	茨木商工会議所	—	1回	20	×	×	茨木市の歴史や文化に精通する人を認定することが目的
明石・タコ検定	明石・タコ検定委員会 他	—	2回	1,100	○	○	TMO:明石地域振興開発(株)が中核 “明石ダコ”を中心とした明石のおさかなに関する知識を問う検定
萩ものしり博士検定	まちじゅう博物館 萩ものしり博士検定実行委員会	修士・博士	3回	469	○	○	萩の町中にあるお宝と、それに関わる物語をクイズ形式で学ぶ。 修士合格者には特別講演会、茶話会、博士合格者には「まちかどマイスター」の名誉称号、まちかど解説員に任命
宇和島「通」歴史・文化検定	宇和島市生活文化若者塾「拓己塾」	—	2回	128	×	×	「通」が好む街「宇和島」の姿を理解しているかどうか判定
【総合型】 6事例							
伊賀学検定	上野商工会議所	初級～中級	3回	743	○	○	伊賀の観光振興とともに、伊賀の歴史や文化を伝承し、人材育成につなげることが目的
岐阜市まちなか博士検定	岐阜市	初級～上級	3回	263	×	×	岐阜市についての知識や教養を認定し、ホスピタリティの向上、岐阜市の再発見をめざす
姫路観光文化検定	姫路商工会議所	1級～3級	3回	1,434	○	○	姫路に関わる知識を深め、『われわれの街 姫路』を再発見する機会を創出することが目的
有馬学検定	社団法人有馬温泉観光協会	—	1回	269	×	○	旅館従業員の接客の向上や有馬ファンの拡大が目的 合格者は「よい湯(と)こガイド」として、同温泉の案内等ができる
岡山文花観光検定	岡山商工会議所	1級～3級	3回	2,076	○	×	岡山を学びたい人、観光関係などの仕事に知識を活かしたい人に向けた検定
長崎歴史文化観光検定	長崎商工会議所	2級・3級	4回	2,779	○	×	長崎の歴史・文化を学び、ホスピタリティを高め、ガイド育成などにより、長崎のブランド力を強化

出典：各種資料より筆者整理

注意：受験者数累計は、ブランド総合研究所[2007]『ご当地検定ブームの受験者数、合格者数を独自集計(「地域ブランドNEWS2007.4.25」)にもとづく(ただし、一部HPからの追加あり)、2007年4月現在の数字。なお、多段階の級を持つ検定の場合はすべての級の受験者数を合計した。

図表2 「ご当地検定」の状況(2006年度に開始されたもの)

検 定 名	主 催 者	級	述べ実施回数	受験者数累計(人)	テキスト作成	セミナー実施	概要 (太字は特徴的な取り組み)
2006年度開始 50事例							
【人材育成型】 3事例							
北海道観光マスター検定	(社)北海道商工会議所連合会	—	1回	1,280	○	○	北海道に関する知識の習得、スキル向上とホスピタリティの向上が目的
おたる案内人検定	小樽観光大学校運営委員会	1・2級	2回	148	○	○	小樽商工会議所が中核 小樽観光の本質を捉えた人材育成を目指した検定 1級はセミナー受講が必須
四国観光検定	四国4県各県観光協会、四国観光検定運営事務局	—	1回	1,209	○	×	四国全体の魅力を案内できる人材の育成と、観光客の受入態勢の整備を目的に実施 観光達人リスト公開
【地域学型】 22事例							
会津ものしり検定	NPO法人 会津の文化づくり	初級・中級	2回	—	×	○	会津への関心を高めて、次世代への生涯学習の支援・育成につとめることが目的
江戸文化歴史検定	江戸文化歴史検定協会	2級・3級	2回	9,845	○	○	江戸東京博物館、小学館等が中核 江戸の歴史や文化に関する広範で高度な知識をチェックする検定
和光市検定	和光市検定研究会	—	1回	77	×	×	和光市役所の職員有志と市民の協働による検定合格者に次回の検定問題作成参加権付与
いただきます検定	食育検定実行委員会	—	1回	61	×	×	食育をテーマとして富士宮市で実施される、市民協働型検定
富士山検定	静岡新聞社・静岡放送、山梨日日新聞社・山梨放送、富士山検定協会 他	2級・3級	2回	6,155	○	×	静岡・山梨をはじめ、全国の人々が富士山について再認識し、「富士山世界文化遺産登録運動」支援、富士山地域のブランド力向上をめざす 3級は新聞紙上に問題掲載
静岡おでん検定	静岡おでん検定実行委員会	—	1回	—	×	×	静岡おでんの会：飲食業組合、静岡新聞社・静岡放送「静岡おでん」を食文化として守り、全国に発信することが目的 静岡新聞紙上に問題掲載
越中富山ふるさとチャレンジ	越中富山ふるさとチャレンジ実行委員会	一般・ジュニア	2回	3,256	○	○	経済団体、自治体、北日本新聞社が連携。富山を再認識することが目的 ｽｶﾌﾞﾘｰを実施、ｽｶﾌﾞﾘｰ参加者はその得点加味
ジュニアかなざわ検定	金沢市	—	1回	—	×	×	小中学生を対象に、金沢について学ぶことが目的
珠洲検定	珠洲青年会議所	—	1回	—	×	×	珠洲の歴史や文化を学び、ふるさとへの愛着と誇りを再認識することが目的
白山センター試験	白山青年会議所	—	1回	—	×	×	白山市の魅力を知り、発信することが目的
考福学検定	福井県「考福学」推進協議会	—	随時	—	×	×	福井県が中核 福井を考える総合ポータルサイト「考福学ノススメ」上で実施
歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定	「歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定」推進プロジェクト	準初級・初級・中級	2回	—	○	×	京都市が中核 京都をよりよい町にしていき、次代に伝えていこうとする子供たちを育てることが目的 学校単位の受験あり
京町家検定	株式会社 八清(ハチセ)	初級・上級	2回	—	×	×	Webで京町家に関する知識を認定
大江山鬼検定試験	世界鬼学会、酒呑童子祭実行委員会	学士・博士	2回	80	×	×	酒呑童子祭の一環として実施 受験者に食事券、特別講演等
大和郡山・金魚検定	大和郡山・金魚検定認定委員会(市)	博士・一般	1回	74	×	×	金魚についてもっと知り、金魚すくいを楽しむことを目的に実施 「博士」には全国金魚すくい選手権大会への優先出場権付与
かこがわ検定	加古川観光協会、市民団体連絡協議会	—	1回	177	○	○	加古川市の魅力をPRし、加古川を愛する市民やファンを増やすことが目的
神戸暮らし検定	(株)フェリシモ	1～8級	随時	—	×	×	ネット通販会社が運営するコミュニティ、コミュニティ参加者によって立ち上げられた。問題公募あり Web上で実施 ネット利用上のポイント付与しポイントが貯まると特典あり
但馬検定	(財)但馬ふるさとづくり協会	3級	1回	253	○	×	但馬を再発見する機会を創出するとともに但馬通・但馬ファンを増やすことが目的
宮島検定	廿日市商工会議所	—	1回	298	○	×	宮島の魅力を全国に発信し、新生、廿日市の魅力をアピールしていくことが目的
ひろしま通認定試験	「ひろしま通」認定試験実行委員会	—	1回	1,458	○	×	広島市、コンベンションビューロー、広島商工会議所が中核 広島市の魅力を知り「ひろしまファン」を増やすことが目的
境港妖怪検定	境港商工会議所・境港市観光協会	初級・中級	1回	421	○	×	妖怪の持つ楽しさや妖怪が教えてくれる日本の良さを伝えていくことが目的
江戸時代検定(土佐)	(財)土佐山内家宝物資料館	初級・中級	2回	—	×	○	土佐藩や歴代藩主に関わりが深い、江戸時代に関する基本的な用語についての検定

出典：図表1と同じ

かかわる産業の人材強化策を明確に打ち出している点で典型である。「松山観光文化コンシェルジュ検定」でも「中級」合格者に「松山観光ボランティアガイド」等への登録申請資格を付与しているし、「四国観光検定」でも合格者(「四国観光達人」)に関して本人の許可の下リストを作成、公表している。

②地域学型

第2の「地域学型」は、ある特定の地域や分野の知識を問うことで、その地域の魅力を見直し、地域づくりへと動機づけることを目的とした検定のタイプである。

このタイプの取り組みでは、「地域の『通』になること」「地域を再認識すること」「地域の理解を深めること」などをその目的に掲げている。そのため、ユニークなテーマを扱

「ご当地検定」は「地域力」を高められるか
～最近の動向と地域振興への展開可能性について～

図表2 「ご当地検定」の状況(2006年度に開始されたもの)

検 定 名	主 催 者	級	述べ実施回数	受験者数累計(人)	テキスト作成	セミナー実施	概要 (太字は特徴的な取り組み)
2006年度開始 50事例							
【総合型】 25事例							
函館歴史文化観光検定(はこだて検定)	函館商工会議所	初級	1回	907	○	○	函館の魅力をおもてなしの心を持って紹介できる人材を育成することが目的
十勝の観光文化検定(とちかち検定)	十勝の観光文化検定試験委員会	—	1回	276	○	○	帯広商工会議所が中核 十勝の魅力を見直し、地域全体のホスピタリティを高め、地域の歴史・文化の伝承などにも寄与していくことが目的
秋田ふるさと検定	秋田商工会議所	3級	1回	807	○	○	秋田の素晴らしさを再認識し専門的な知識を習得するとともに、「おもてなしの心」の向上に寄与することが目的
港まち気仙沼おもてなし検定	気仙沼市おもてなしのまちづくり推進協議会	—	1回	149	○	×	港まち気仙沼ならではの知識を深め、魅力を再認識し、「おもてなしの心」を持って、気仙沼の魅力を紹介できる人材の育成を目指す フォローアップ研修への参加権付与
盛岡もの識り検定	盛岡商工会議所	3級	1回	223	×	○	「もっと盛岡を知りたい」「もてなしの心高めたい」といった声を実現するために実施
米沢観光文化検定	米沢商工会議所・米沢市 他	—	1回	343	○	×	市民全体が観光客を迎え入れられるよう知識や対応の底上げを図ることが目的
房総(千葉)学検定	NPO法人ふるさと文化研究会	3級	1回	—	○	○	千葉県の多様な魅力と価値を幅広く認識すると共に、地域の再生と活性化に貢献する人材を育成・発見することが目的
足利ふるさと検定	足利商工会議所	3級	1回	289	○	×	足利の魅力を見直しするとともに、観光客を「おもてなしの心」をもって迎える人材育成が目的
かながわ検定：横浜ライセンス	かながわ検定協議会	2級・3級	2回	2,635	○	○	横浜商工会議所・テレビ神奈川・神奈川新聞社が中核 神奈川、横浜を学ぶ機会の提供、観光振興への寄与とともに、その魅力を国内外に発信することを旨とする
まるごと浜松検定	静岡新聞社、静岡放送、びびれ浜松	1級～3級	3回	3,803	×	×	合併浜松市が1周年を迎える事を記念して、浜松知識度を認定する検定試験を実施 3級は新聞紙面検定、1級・2級は、会場検定
新潟市観光・文化検定	新潟市観光・文化検定実行委員会	3級	1回	2,707	○	○	新潟商工会議所、新潟観光コンベンション協会、新潟日報社が中核 新潟市の魅力をしっかりと伝えることで新潟ファンの拡大につなげることが目的
すわかおもてなしアカデミー検定	諏訪湖エリアおもてなし向上推進会議	講師・マイスターコース	3回	—	○	○	岡谷、下諏訪、諏訪商工会議所が中核 諏訪湖エリアに住む多くの住民が諏訪の観光資源を再認識し、誘客増大に結び付けることが目的 おもてなし講座は、講義とテストがセット
松本検定	松本検定実行委員会(松本市)	基本コース	1回	718	○	×	質の高いおもてなしを提供する人材育成と松本の良さを再発見していただく場となることが目的
検定お伊勢さん	伊勢商工会議所	中級～上級	2回	1,495	○	×	伊勢の人々に一層のおもてなしの心を高めてもらい、伊勢のまちの魅力を発信することが目的
長岡京市観光・歴史検定	「長岡京市観光・歴史検定」実行委員会	—	1回	—	×	×	長岡京市観光協会、長岡京市ふるさとガイドの会が中核 名所・旧跡に関する知識を深めて、より質の高いおもてなしの心で魅力を発信していただく事が目的
奈良まほろばソムリエ検定	奈良商工会議所	奈良通2級	1回	3,544	○	○	奈良を理解していただく一方、奈良の素晴らしさを伝えることのできる人材の育成が目的
いたみ学検定試験(清酒検定)	伊丹商工会議所・伊丹市	—	1回	135	○	○	伊丹を再発見していただき、伊丹の魅力を広く知らせるナビゲーターを認定する検定
六甲・まや学検定	六甲摩耶観光推進協議会	2級・3級	1回	235	○	×	六甲と摩耶の魅力を見直し、再認識し、より深いおもてなしを実践できるようになることが目的
淡路おのころ島検定	NPO法人地域検定	—	1回	—	×	×	Web試験 NPO法人地域検定が、「淡路通」や淡路島の発展に寄与できる人材の育成を目指して実施
大社文化観光検定	大社文化観光試験実行委員会 他	一般・ジュニア	2回	237	○	○	出雲大社の歴史・文化・神話を学ぶこと、また、おもてなしの心高めることが目的
唐津・呼子イカ検定	唐津・呼子イカ検定委員会	—	1回	329	○	○	産・観光振興や交流による学習、ホスピタリティを高めることなどが目的
佐世保検定	佐世保青年会議所	—	2回	170	×	○	佐世保について学び、郷土の知識を学び伝えることの出来る人材の育成と郷土愛のある市民を増やし、まちづくりにつなげることが目的
佐世保子ども検定	佐世保青年会議所	—	2回	21	×	○	佐世保について学び、郷土の知識を学び伝えることの出来る人材の育成と郷土愛のある市民を増やし、まちづくりにつなげることが目的
熊本観光・文化検定	熊本商工会議所	3級	1回	2,523	○	○	熊本の知識を深め、熊本を再発見する機会を創出すること「おもてなしの心」を持つことが目的
かごしま検定(鹿児島観光・文化検定)	鹿児島商工会議所	マスター・シニア・マスター	1回	3,976	○	○	鹿児島への関心を持っていただき、鹿児島ファンを増やすことが目的 合格者に県内観光施設等の入場料減免 鹿児島市の観光施策への関与

出典：図表1と同じ

うことも多く、前述の「ナマハゲ伝導士認定」のほかにも「明石・タコ検定(2005年度 図表1)」、「境港妖怪検定(2006年度 図表2)」など、続々と工夫された切り口があらわれている。実施内容も合格者への資格付与やフォローアップよりも事前学習、試験が中心のものが多く(もちろん「萩ものしり検定(2005年度 図表1)」のように合格者に対しフォローアップの講演会や茶話会を行うことでネットワーク化を図ろうとしている検定もある)。

また、この類型は、経済団体やマスコミのほかにも地元高校(「ふるさと小松検定(2005年度 図表1)」、地域づくりグループ(「宇和島「通」歴史・文化検定(2005年度 図表1)」、TMO(「明石・タコ検定(2005年度図表1)」)など多様な主体が実施しているケースが多いことも特徴となっており、このタイプが「ご当地検定」の多様な性格を支えているともいえよう。

図表3 2007年度以降開始される主要な「ご当地検定」(含む予定)

検 定 名	主 催 者	級	テキスト作成	セミナー実施	概要 (太字は特徴的な取り組み)
2007年度以降開始(予定) 8事例					
【地域学型】 4事例					
風林火山 武田検定	甲斐の国 風林火山博実行委員会	—	○	×	2007年4月開始
倉敷検定	ネイティブ倉敷プロジェクト 倉敷商工会議所	—	○	×	2007年9月開始 Web試験 テキストはWeb上で公開
神戸学検定	神戸商工会議所	初級	○	○	2007年10月開始
香住!カニ検定	香住観光協会	—	○	×	2007年10月開始
【総合型】 4事例					
鎌倉検定	鎌倉商工会議所	3級	○	○	2007年6月開始
宮もの知り達人検定	宇都宮商工会議所	—	○	×	2007年8月開始
松江・観光文化検定	松江観光文化検定試験実行委員会	—	○	×	2007年8月開始 松江商工会議所が中核
みやざき観光・文化検定	宮崎商工会議所	3級	○	○	2008年2月開始

出典：図表1と同じ

③総合型

第3の「総合型」はこれまで述べてきた「人材育成型」と「地域学型」の両者の目的を併せ持つ、すなわち「地域を知る」と「もてなしの質を高める」こと双方を目的に掲げるタイプの検定である。

本稿冒頭で紹介した「かごしま検定(2006年度 図表2)」はテキストを作成しセミナーを開催する、会場試験を実施する、試験には多段階の級を設定して広範な受験者の受け皿を作るとともに、より高いレベルを目指サインセンティブとする、合格者には特典を与える、といった点で、この「総合型」の典型といえる。

このタイプの原型は「ご当地検定」のブームの先鞭を切った「京都・観光文化検定」である。この検定の大成功を機に商工会議所を中心に多くの追随者(「かごしま検定」もここに含まれる。その他「岡山文化観光検定(2005年度 図表1)」、「長崎歴史文化観光検定(2005年度 図表1)」など)が生まれ、「ご当地検定」の急速な広がりにつながったといえる。また、先例に倣ってか、「観光文化検定」を名乗るケースが多いのも特徴である。

他方、「人材育成型」のような合格者に対する資格としてのフォローアップを行うよりも、この学習、試験のプロセスを通じて得たことを、業務のスキルアップであれ、地域資源の再発見であれ、各自の目的意識やニーズに合わせて活用することを奨励する傾向にある。たとえば、「京都・観光文化検定」は、要求される知識レベルに応じて「1級」から「3級」までであるが、最上級の「1級」合格者に対しては京都産業大学特別客員研究員への応募資格を付与して、その知識をより高度な形で発信したり、次世代へ承継したりする役割を期待する一方、「2級」、「3級」合格者に対しては、京都の伝統芸能に触れてもらうフォローアップの研修を希望者に用意するなど、多様なニーズに応えようとしている。

「ご当地検定」の動向

以上を踏まえて、図表1～3では類型化を試みている⁸。これらをもとに、「ご当地検定」の特徴とその最近の動向について、いくつかのポイントに絞って整理してみよう。

8 特に、「地域学型」と「総合型」は明確に区分できないところがあり、筆者の主観的判断が入っていることを予めお断りしたい。図表1～3の分類では、目的の何に重点を置いているかという判断に加え、外形的な特徴も含めて判断を試みた。

(1) 「ご当地検定」のタイプ別変遷；「地域学」的傾向が強まる

この84事例をみると、「人材育成型」8事例（10%）、「地域学型」40事例（48%）、「総合型」36事例（43%）と、「地域学型」と「総合型」で大部分を占め、「人材育成型」の占める割合が小さいところに特徴がある。

開始年度の分布を整理すると、図表4のようになる。

図表4 類型別開始年度の分布

年度	2003以前	2004	2005	2006	2007以降	合計
人材育成型	1	1	3	3	0	8
地域学型	2	3	9	22	4	40
総合型	0	1	6	25	4	36
合計	3	5	18	50	8	84

「人材育成型」は「東京シティガイド検定」が「ご当地検定」の草分けといわれていながら、「ご当地検定」の総数が急増する中で、むしろこのタイプの検定はあまり増えていかなかった。むしろ、2006年度の急増を牽引していたのは「総合型」であった。また、「地域学型」も、初期から継続的に「ご当地検定」の過半を占めており、2006年度の急増を「総合型」とともに支えていたといえる。

このようにみていくと、最近の「ご当地検定」の急拡大は、「検定」の持つ資格的側面よりも、「地域学」的側面が強く牽引してきたのではないかと考えられる。

(2) 「ご当地検定」の実施主体；商工会議所主体ながらも多様化の方向

次に、「ご当地検定」の実施主体について検討する。

図表1～3をみると、84事例のうち実に4割強（37事例）が商工会議所、または商工会議所が中核となった連合体であることに気づかされる。「かごしま検定」の事例を待つまでもなく、「ご当地検定」は商工会議所の事業というイメージも出来つつあるように思う。要因としては、地域活性化や観光振興の推進役としての期待が高まっている商工会議所にとって、これまで数多くの検定事業を実施し

てきたノウハウの蓄積があること、検定料収入やテキスト・セミナー収入が入ることに加工次第では比較的費用も抑えられること、マスメディアに取り上げられやすいことなどから、比較的取り組みやすい手法とみられていることがあるのではないだろうか⁹。

しかし、「ご当地検定」のタイプ間で若干の違いがある。商工会議所が主催することが多いのが「総合型」（6割強が商工会議所関係）、「人材育成型」（9割の商工会議所が関係している）である。このことは観光振興といったような具体的なミッションが商工会議所に投げ掛けられているとともに、初期に「東京シティガイド検定」や「京都・観光文化検定」といった商工会議所による成功モデルがあり、それに多くの商工会議所が追随したといった事情もあろう。

その一方で、「地域学型」には、商工会議所やその他の経済団体以外にも多様な主体が参入してきている。たとえば前述のように、地元高校（「ふるさと小松検定」）、地域づくりグループ（「宇和島「通」歴史・文化検定」）、TMO（「明石・タコ検定」）など地域団体が実施主体となり、個性的な取り組みを行ってきた。さらに、最近になると、通販会社が顧客向けネットコミュニティのコンテンツとして「ご当地検定」を実施するケース（「神戸暮らし検定（2006年度 図表2）」）や、不動産会社のCSR活動の一環として実施するケース（「京町家検定（2006年度 図表2）」）など、民間企業が業務活動の一環としてネットを用いた「ご当地検定」を行うケースも出てきている。

このように、商工会議所が主たるプレイヤーという特異な状況にありつつも、多様な主体の参画がみられるようになってきているのが、「ご当地検定」の最近の状況であるといえよう。

(3) 「ご当地検定」の実施形態；テキスト作成は普及

続いて「ご当地検定」の形態の特徴についてみていく。「ご当地検定」の一般的な実施形態のイメージは、「総合型」の説明で触れたように、テキストの作成、セミナーの開催、会場試験の実施、試験には多段階の級を設定し

9 松下 [2007] を参照。

て広範な受験者の受け皿を作るとともに、より高いレベルを目指すインセンティブとする、合格者には特典を与える、といったものであろう。

後述するように、「ご当地検定」は地域資源の学習の場、再評価の機会という性格があり、その観点からもオリジナルのテキスト作成と事前のセミナー開催が重要との指摘は多い¹⁰。それでは実際はどうなっているのだろうか。図表5では、84事例のうち、どれだけがテキスト作成を行っているか、セミナーを実施しているか、比率で表したものである。全体では、6割強の検定でテキストを作成し、5割強の検定でセミナーを開催している。また、類型別では、「人材育成」ではほぼすべての事例でテキスト作成やセミナー開催を行っているのに対し、「地域学型」では双方とも半数以下となっている。「総合型」は両者の中間である。これは、実施主体の規模や能力による違いという要素が働いているのではないだろうか。また、「松山観光文化コンシェルジュ検定 中級」や「すわかおもてなしアカデミー検定（2006年度 図表2）」など、セミナー受講と試験をセットにしたものも少なくない。

図表5 テキスト作成、セミナー開始の実施割合

	テキスト作成	セミナー実施
人材育成型	100%	88%
地域学型	48%	38%
総合型	78%	61%
合計	65%	52%

実施割合＝実施している検定の数／検定の数

テキスト作成もセミナー開催も、「ご当地検定」を一過性のイベントに終わらせず、何かしら資産を残そうと考えるとき、比較的取り組みやすい手法なのかもしれない。「かごしま検定」のテキスト作成にかかわった人間としては、地域資源に関する情報を収集・吟味し、整理した上で提供するという事は相当に大変な作業であった。しかし、こういった形で地域資源を体系的に整理した出版物は、比較的地域内での出版活動が行われてきている鹿児島県においてもこれまで存在していなかったこ

とを考えると、テキスト作成やセミナー開催は、「ご当地検定」という取り組みを超え、地域資源を地域振興に活かすためのプラットフォームを形成する意味合いがあると考えられる。

最近ではさらに一歩進めて、「ご当地検定」を実施する過程それ自体を参加者に開放するケースも出てきている。たとえば「ふるさと小松検定（2005年度 図表1）」は石川県小松商業高校の教育の一環として学生に検定の実施を委ねている。また、検定の問題を公募することで参加者に主体的に地域資源に接近してもらおうという試みも広がってきている（「和光市検定（2006年度 図表2）」、「考福学検定（2006年度 図表2）」、「神戸暮らし検定」など）。こういった動きは、まさに「ご当地検定」の「地域学」的性格を一層明確に物語っているのである。

(4) 受検者、合格者のフォローアップ；依然フォローアップに不足感

「ご当地検定」の特色という点では、マスとしての検定受験者・合格者の存在がある。つまり、「ご当地検定」は「地域に関心のある人」（レベルは様々かもしれないが）を百人、千人単位で蓄積していく手法ともいえる。図表1、2の受験者数累計をみると、数十人から1万人以上まで幅が広いが、商業高校生が実施する「ふるさと小松検定」でも2か年で延べ2,600人が受験している。これは大きな数である。したがって、次のレベルの課題として、このマスとしての合格者（または受験者）のフォローの問題が出てくる。

図表1、2に掲げられている「ご当地検定」では概ね合格証、認定証の発行を行っているが、それ以上の合格者に対する特典について、主要なものは表の概要欄に記載している。「京都・観光文化検定」では、イベントや講演会への優待、最上級クラス合格者に大学の客員研究員応募資格を付与している。「かごしま検定」においては、特典ではないが、鹿児島市が観光施策の一環として、観光コースのアイデアを合格者に呼びかけて考えてもらうといった試みを行っている。また、「松山観光文化コンシェルジュ検定」のように、合格者をボランティアガ

10 たとえば、日本商工会議所[2006]を参照。

イドとして活用する取り組みもみられる。

しかし、こういった合格者の活用はまだ限られているのが現状である。「人材育成型」は、合格後の能力向上や就職・起業のフォローアップに注力しているところに特徴があるが（特に「北海道フードマイスター認定」が典型）、「地域学型」と「総合型」ではそういったフォローアップは比較的手薄な印象を与える。

(5) 受験者数、合格率；受験者数の変動は懸念材料

次に試験についてであるが、試験の方式については、大部分は会場試験であるが、「松山観光文化コンシェルジュ検定初級」のように、回答を郵送させるものや、「まるとと浜松検定3級（2006年度 図表2）」など新聞紙上に問題を掲載するもの、「信州観光文化検定2～4級（2005年度 図表1）」などのようにWeb上で受験するものなど、方式は多様化している。

受験者数については、図表1、2からも、受験者数累計が3万人を超える「京都・観光文化検定」から、数十人規模のものまで、ばらつきが大きいことがわかる。図表6は最新実施試験1試験あたり受験者数（2007年4月時点、級別）の多い「ご当地検定」と少ない「ご当地検定」の例を示したもので、平均は約900人であるが、ばらつきが大きいことはここでもみてとれる。また、検定のタイプと受験者数の規模は必ずしも結び付いていないようである。

合格率に関しては、図表7に最新実施試験1試験あたり合格率（2007年4月時点で最新実施試験、級別）の高い「ご当地検定」と低い「ご当地検定」の例を示した。約6割を平均として、高い方ではほぼ100%、低い方では10%以下といったばらつきがある。ただ、低い方は、受験者数の少なさも一因となっていよう（図表6参照）。

なお、合格率の設定は、当該検定が合格者にどのような性格を与えるかという基本コンセプトと直接結び付いている点は留意する必要がある。つまり、当該地域に関して博覧強記な人物を選びインパクトのあるアピールを地域の内外に対して行うのであれば設定される合格率は低くなるし、一方で知識レベルは高くなくとも地域に関

図表6 最近の1試験当たりの受験者数(2007年4月現在)
単位：人

多数	江戸文化歴史検定	3級	6,456
	京都・観光文化検定	3級	5,608
	富士山検定	3級	5,528
	京都・観光文化検定	2級	4,021
	奈良まほろばソムリエ検定	奈良通2級	3,544
少数	大江山鬼検定試験	学士	40
	大江山鬼検定試験	博士	40
	信州観光文化検定	1級	27
	佐世保こども検定	—	21
	いばらき何でも知っとこ検定		20
	金沢検定	上級	15
	平均		899

出典：ブランド研究所[2007]、同[2006]、各検定HPをもとに作成

図表7 最近の合格率(2007年4月現在)

高率	港まち気仙沼おもてなし検定	—	100.0%
	おたる案内人検定	2級	98.8%
	六甲・まや学検定	2級・3級	98.3%
	ナマハゲ伝導士認定	—	96.5%
	十勝の観光文化検定(とちかち検定)	—	95.3%
低率	金沢検定	上級	13.3%
	大江山鬼検定試験	学士	10.0%
	まるとと浜松検定	1級	8.0%
	大江山鬼検定試験	博士	2.5%
	信州観光文化検定	1級	0.0%
平均		63.0%	

出典：ブランド研究所[2007]、同[2006]をもとに作成

心を持った層の厚みを増すことを目指すのであれば、設定される合格率は高めになる。つまり、地域振興の目標へ向かう道筋の描き方の違いに応じて、主催者側が設定する難易度は変わってくるのである。

受験者数に関しては、例外もあるが（「京都・観光文化検定」）、初回の受験者数がピークで、次回以降急速に人数が減る傾向がある。たとえば、「かごしま検定マスター試験」の場合も、第1回はブーム的に約2,300人の受験者があったことは前述したが、2回目の試験は約800

人と急激に減少した。「ご当地検定」の主要収入は受験料やテキスト売上、セミナー受講料などであるから¹¹、このような変動は採算の影響を与えかねない。加えて、ブームの反動で目新しさが減退していることは、PRを怠ると最初から参加者を獲得することが困難になる可能性も秘めている。学生向け検定を新增設する取り組みや、ネットを利用した検定の実施が増えてきていることが最近の手法的な特徴として指摘されているが¹²、これらは新たな参加者の掘り起こし底辺を拡大するという目的のほか、採算面を補強しようという意味も持っているであろう。

「ご当地検定」の効果と地域振興への可能性

(1) なぜ「ご当地検定」が盛んなのか

前章では「ご当地検定」の広がりとは多様な状況がみてとれた。では、なぜこのように「ご当地検定」が各地で盛んに実施されているのであろうか。

第1に、地域への関心が高まってきているという背景があると考えられる。その要因にも、さらに2通りの考え方があろう。

ひとつは、経済社会が画一化しつつある中で、逆に地域の持っている資源に対し知的関心が高まっているということである。特に「ご当地検定」を実施している地域は、大都市や城下町など豊かな歴史性を兼ね備えた地域が多く、そこではその歴史性を掘り起こしてみたいという知的関心がそもそも高いのかもしれない。また、『団塊の世代』の地域への回帰傾向がよくいわれるが、この世代の知的関心と「ご当地検定」がマッチしているという指摘もある¹³。

しかし、今回のブームの中には、そういった知的関心ばかりでなく、地域格差が喧伝される中での地域活性化の必要性、あるいはもっと前向きに地域性の中に今後の地域発展の方向性やビジネスチャンスを見ているといった側面があるのではないかと考えられる。たとえば、

「京都・観光文化検定」では、検定それ自体には資格をビジネスに直接反映させる仕組みは作られていないものの、「1級を取得した運転手やガイド」であることを車体やネームプレートに自主的に明示させる地元の観光バス会社やタクシー会社が出てきた¹⁴。このことなどは、「ご当地検定」が生み出した価値をビジネスチャンスに結びつけようとする意識のあらわれといえよう。また、「かごしま検定」でも地元企業に高い参加意欲がみられたが、そのことも、そういった意識が背景にあったのであろう。

第2に、これらの「ご当地検定」が、楽しみながら、あまり深刻にならず受験できるという仕組みを作っている点もあるだろう。カルチャーセンターに代表される日本人の「学び好き」¹⁵や、昨今のテレビのクイズ番組の人気¹⁶を背景要因として指摘する声もある。いずれにせよ、最近の地域づくりの議論では「楽しさ」を演出することで活動のモチベーションを維持することの重要性も指摘されており¹⁷、そのことは「ご当地検定」が受け入れられる重要な要素となっていると考えられる。なお、最近の資格取得ブームといった要因を指摘する声もある。しかし、「ご当地検定」が注目され始めた頃は資格取得のサイトでも「ご当地検定」が取り上げられ、たとえば前述の「北海道フードマスター」が注目されたりしたが、最近では前述の通りこちらの観点はやや弱まっているようである。

(2) 「ご当地検定」の効果と地域振興

さて、以上の議論を踏まえて、このような「ご当地検定」はどのような効果を地域にもたらすのか考えてみよう。

基本的に、「ご当地検定」そのものはおもに地域に関する知識を問う試験である。そのため多くの「ご当地検定」ではテキストを作成し、それをもとに講習を実施し、試験を行っている。もし、「ご当地検定」の直接的な経済効果

11 受験料無料のケースも少なくない(その中では特に「地域学型」が多い。)

12 松下[2007]を参照。

13 2005年10月27日 読売新聞記事を参照。

14 日本商工会議所[2006]を参照。

15 戸祭[2006]を参照。

16 辻田[2005]を参照。

17 日本政策投資銀行九州支店、(財)九州経済調査協会[2005]を参照。

「ご当地検定」は「地域力」を高められるか
～最近の動向と地域振興への展開可能性について～

を問うならば、この試験やテキスト作成などにかかわる支出程度に過ぎないであろう。むしろ、この「ご当地検定」からどのような波及効果が生じるかが重要である。

現在実施されている「ご当地検定」はいずれも歴史が浅く、その活動成果から効果を測定するのはまだ難しい。しかし、これまでみてきたように、「ご当地検定」には「人材育成」の方向性と「地域学」の方向性があることから、「ご当地検定」のもたらす効果はこの方向性に沿ったものと考えられることができる。

第1に「人材育成」の側面であるが、観光などの地域産業に従事する人たちがその産業に関して学習を積み重ねることは、当該産業のレベルを向上させて競争力の源泉となるとともに、人材開発を通じてその産業の底辺を拡大することにつながるであろう。

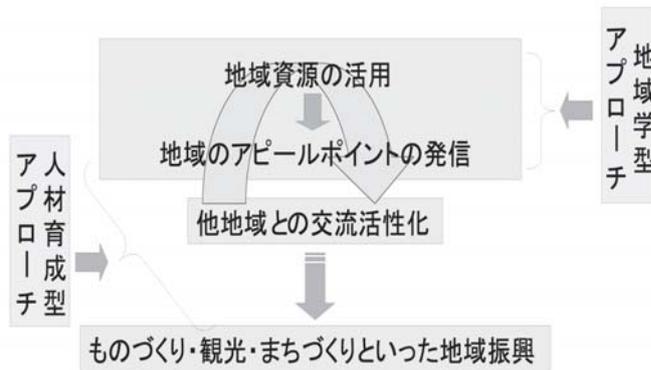
また、現在のように、観光が地域産業活性化の戦略的分野となっている地域が多く、それら地域間の競争が激しくなっている状況下では、特に観光産業は「人」の資質に依存することの多い産業であるため、観光産業およびその周辺産業関係者のレベルアップが必要とされていることは論を待たない。それに加えて地域住民全体のホスピタリティの質の向上も同時に必要とされている。事業者のレベルを引き上げ、同時にホスピタリティ向上の裾野を広げる、こういったことを広範かつ効率的に実施するためには、参加者が楽しみつつ同時に資格取得の満足感を与えるような「ご当地検定」の特徴を活かし、易しいクラスから専門的なクラスまで多段階の級を設定して実施することが、効果的な方法であることは容易に考えられることである。

第2に「地域学」的な側面であるが、このような地域資源に関する認識や関心が高まることを通じて、この地域資源を維持、発展させようとする試みや、それらを活用する試みが活発化する契機を提供する効果が考えられる。たとえば、ある景観の保全の議論を行うにしても、その景観の持っている価値について多くの人々の理解を得ていないとその事業は進まない。その際、地域資源などに関する共通の理解の土台ができていれば、より有意義な議論や活動が可能となるであろう。どのような地域

資源があるかを把握し、それらを活用して地域のアピールすべきポイントを作り出していく過程では、地域資源の再認識、共有化を図っていく、「地域学的」な取り組みが必要となってくるであろう¹⁸。

その場合でも、さらにそのアピールポイントを情報発信して、地域間交流を活発化させ地域振興に結びつける過程においては、観光産業などのレベルアップ、地域全体のホスピタリティ向上は不可欠であり、そこでは「人材育成」の取り組みも必要とされるであろう。この関係を図示すると図表8のようになる。

図表8 地域戦略と「ご当地検定」の役割

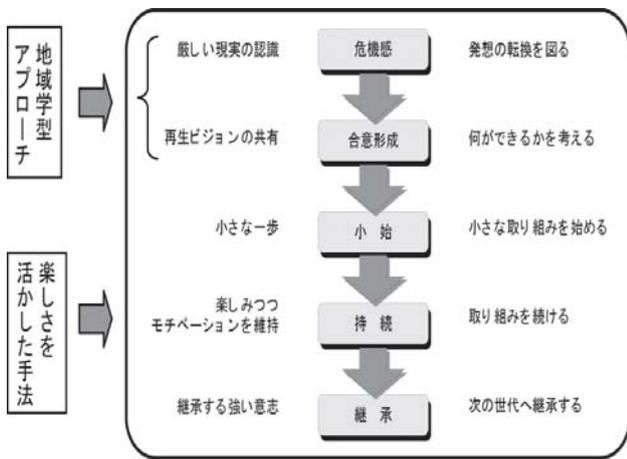


出典：日本政策投資銀行作成

また、もう少し一般的な地域プロジェクト展開の問題に議論を広げて考えてみよう。図表9は日本政策投資銀行、九州経済調査会〔2003〕における、事例分析から帰納的に得られた、比較的進展している地域振興プロジェクトの展開プロセスを整理したものである。ここでは、厳しい事実認識や再生ビジョンの共有から、小規模な取り組みを積み重ねていき、場合によってはイベントなど楽しみも入れながら活動を持続・継続していくプロセスが整理されている。

18 この考え方は、各地で活動がみられるようになってきた「エコミュージアム」(松山市でいえば「フィールドミュージアム」)の発想や手法と共通したものがある。

図表9 地域振興プロジェクトのプロセス



出所：日本政策投資銀行九州支店、(財)九州経済調査協会 [2005] をもとに筆者作成

ここでも、たとえば「危機感」の認識から地域の「再生ビジョン」の共有化までの段階において、地域資源の現状や課題を広く情報収集し、問題意識を共有することが必要となるが、そういったプロセスを「地域学型」の「ご当地検定」を通じて広く行うことも考えられる。また、地域振興活動を「持続・継続」していくプロセスにおいて、図表9では「楽しみつつモチベーションを維持」すべきことを指摘しているが、まさに「ご当地検定」の本質であるところの「楽しみながら地域を知る」ことと、「多くの地域に関心ある人材を蓄積する」ことを、そのプロセスに活用することができるだろう。このように地域振興プロジェクトを展開する要所要所において、「ご当地検定」の方法論が有効に機能する場面は少なくないと考えられるのである。

このように見ていくと、これから地域を振興する上で必要とされる「地域学」的取り組みと「人材育成」の取り組みを、「楽しみ」の演出において効率的に行える「ご当地検定」は、単に資格取得の手段やマニアのためのイベントという見方には収まりきらない、地域振興を実現するための運動論の根幹と深く結び付いていると考えられるべきであることがわかってくるのである。

「ご当地検定」の課題

さて、本稿では以上のように、「ご当地検定」の特徴や最近の動向、地域振興に向けた効果などを概観してきた。そのことを通じて、「ご当地検定」が多彩な展開を示していることと、「ご当地検定」が地域振興、言い換えるならば「地域力」向上のための有効な手法のひとつと考えられることが明らかになってきた。

これまでの「ご当地検定」と地域振興との関係に関する議論を整理すると、次のようになる。

- ① 「ご当地検定」は、「人材育成」と「地域学」という2つの方向性を持っており、その両者のアプローチと、そして何より「楽しみながら地域を知る」効果を通じて、地域振興プロジェクトの推進に寄与すると考えられる。ただ、2006年頃からの「ご当地検定」の急拡大以降「地域学」的傾向が強まってきている。
- ② テキスト作成など地域資源を収集、整理して提供するプロセスは相応に進んでいるものの、合格者あるいは「地域に関心のある人」を活かしていく人材活用プロセスは十分に整備されているとはいえない。
- ③ 受験者数が初年度以降急減する特徴や、ブームによる「ご当地検定」の乱立など、「ご当地検定」の持続可能性に懸念材料も少なくない。

その中で、地域振興の観点から特に重要な課題は、やはりこの取り組みの持続可能性の問題であろう。「ご当地検定」のタイプを論じるところで、本稿では採用していないが「イベント型」・「定着型」という分類があることを紹介した。地域イベントの効果をより確かなものにするために、「ご当地検定」を行うことに問題はない。しかし、持続性を確立できずに[・]_・単発「イベント型」になってしまうのでは、図表9のプロセスに照らし合わせても、地域振興プロジェクトの展開に寄与し得ない。やはり、事業が継続することにより、より多くの人々がこの問題と関わり合う関係を築くことが重要であると考えられるのである。

「ご当地検定」の活動の持続性確保には2つの側面がある。ひとつは新たな参加者をどれだけ確保できるかという問題である。実際、ブームにより、検定それ自体の

目新しさはなくなりつつある。また、第1回試験には多くの受験者が集まってくるものの、逆にそこで潜在的な需要まで掘り尽くしてしまうケースもある。初回の受験者数の多さでは成功の部類に入る「かごしま検定マスター試験」の場合でも、2回目の試験の受験者数が大幅に減ったことは先に述べたが、学校の取り込み、東京での試験実施など新たな受験者の掘り起こしを積極的に行っている。鹿児島県のように自らの地域の歴史や文化に比較的強い関心を持つ傾向にある地域でも、一定の受験者を確保するのは努力を要するようである。

もうひとつの側面は、受験者、合格者の活用の問題である。この点は前章で触れたのでこれ以上は繰り返さないが、受験者、合格者が「ご当地検定」のミッション実現に主体的に取り組む状態が形成されるならば、そのことがさらなる受験者の創出につながっていくという循環が生まれてくるのであろう。

ただし、活動を継続するといっても単に現状の活動を続けるだけではなく、場合によっては、新たな受験者を掘り起こすために試験を実施し続けるよりも、むしろ合格者の活用に資源を優先的に投入することを考えてよいのかもしれない。また、最優秀の合格者を特定のポストにつけるよりも、マスとしての合格者をどう動機づけるかを優先的に考える方が効果的なのかもしれない。こういった柔軟な対応も含めて検討していく必要があるのではないだろうか。

その他にも、数多くの関係者の協力を通じて、いかに効率的運営に向けた工夫を主催側が行うかという点も重要であろう。受験者数の変動に左右される財務体質であることは既に述べたが、受験者数の増減にも耐性のある効率的運営¹⁹を目指すことは不可欠である。そのためには、多くの関係機関との連携（場合によってはボランタリーな協力）も必要となる。

ただ、最終的には、この検定が地域経済社会に与える効果がどのようなものかは、検定の受験者・合格者自身が自分なりに理解するに至るかどうかに掛かっているこ

とを忘れては行けない。本稿は、その性格上検定を実施するサイドに着目しているが、実施者側の役割は、あくまでも「場」づくりである。「ご当地検定」を地域振興の点で効果的なものにするか、しないかは、それに参加する人間の意識次第というところがある。「楽しむ気持ち」を忘れずに、受験者の意識を主体的なものへと導くこと、このことが「ご当地検定」を「地域振興」、あるいは「地域力向上」に資する取り組みにまで引き上げるポイントなのではないだろうか。

【参考文献、Webサイト】

- 戸祭達郎 [2006] 「ご当地検定 地域文化・歴史の伝承の新しいかたち」、立命館大学校友会報『りつめい』2006年1月号
- 辻田昌弘 [2005] 『「ご当地検定」がブームです』、21世紀政策研究所HP掲載(<http://www.e-demo.org/modules/news/article.php?storyid=53>, 2006.4.19ダウンロード)
- 日本商工会議所 [2006] 「ブームで終わらせない! 『ご当地検定』」, 日本商工会議所『石垣』2006.10号
- 日本政策投資銀行九州支店、(財)九州経済調査協会 [2005] 『実践から読み解く地域再生戦略;九州の11事例からみる地域経営のポイント』
- 日本政策投資銀行南九州支店 [2006] 『「ご当地検定」と地域振興;これから発揮される「かごしま検定」の効果』
- 根本祐二 [2005] 「地域間競争と地域学の今日的役割」, 地域開発センター『地域開発』2005.11 vol.494
- ブランド総合研究所 [2006] 「全国でご当地検定ブーム、受験者数、合格者数を独自集計」, ブランド総合研究所『ブランドNEWS 2006年7月18日』
- 同上 [2007] 「ご当地検定ブームの受験者数、合格者数を独自集計」, ブランド総合研究所『地域ブランドNEWS2007年4月25日』
- 松下哲夫 [2007] 「ご当地検定はブームで終わるのか;各地で人気『京都』、『江戸』は毎回1万人を越す受験者 受験動機づけや合格者へのフォローが重要に」, 日経産業地域研究所『日経グローバル』No.83 (2007.9.3) 『検定の森』<http://www.lomoshiro.com/>
- 『御当地通』<http://www.gotochitsu.jp/index.html>
- 『ご当地ですよ!』<http://gotouchidesuyo.com/index.htm>

Profile 中村 聡志 (なかむら さとし)

1963年 東京生まれ
1988年 東京大学卒業後、日本開発銀行(現日本政策投資銀行)入社
松山事務所、地域政策研究センター、南九州支店等を経て、2007年より現職 まちづくり、地域産業振興、中山間地域振興等を中心に調査活動を実施

19 岡山商工会議所からのヒアリングによる。