

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に、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。