

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<sup>10</sup>。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。