

「ご当地検定」に関する実証研究

An Empirical Study of Area Official Approval

～財団法人地域活性化センター『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』を用いた実証的分析～

伊藤 重男
Shigeo Ito

目次

- I はじめに
- II 「ご当地検定」の現状
- III 「ご当地検定」の評価と成果
- IV おわりに

I はじめに

株式会社ブランド総合研究所の「地域ブランド調査 2009」によると、全国で最も魅力的な市区町村は函館市（昨年 2 位）となり、昨年まで 3 年連続 1 位の札幌市を逆転した。その札幌市は 2 位、以下 3 位京都市、4 位横浜市、5 位神戸市と続いている。この調査は市区町村のブランド力を数量化し、地域ブランド戦略の指標として活用できるように同研究所が年 1 回実施しているもので、今回が第 4 回目となっている。この背景には、全国規模でかつ集中的に実施された平成の大合併により、合併後の各地域の名所や行事、伝統文化、特産品などの発信力が弱まっており、今後の自らの地域復興を考える前提として、まずは地域の魅力が地域内外に一体どれだけ伝わっているかを客観的に把握すべきという考え方がある。

政府レベルでも同様の動きが本格化している。具体的には、地方の観光資源の中には知名度や観光客数がなかなか伸びないといった課題を抱えているものが多く、消費者の客観的評価が分かれば魅力向上のための改善策にもつながるという期待感から、国土交通省国土交通政策研究所が過去 5 年以内に国や自治体から財政支援などを受けた観光資源 100 件程度を選定し、首都圏・関西圏・中京圏の 5000 人にインターネットを通じたアンケート調査を 2009 年度から 2010 年度にかけて実施する、というものである。

ただ、これらの調査は、テレビ界が視聴率競争に明け暮れその数字に一喜一憂しているのと同じく、ともすれば各地域がプロデュースした地域ブランドという「テレビ番組」の視聴率を測定し、そのランキングを公表しているようなものになりかねない。そこで、いかにしてこの「テレビ番組」に独自性、地域の魅力を取り入れるのか、それはまさに今のテレビ界で求められている視聴質を高めるがごとく、各地域が少しでも情報発信力を高めたいといういろいろな取り組みが始まり、その中から地域ブランド調査とほぼ同時期に「ご当地検定」

が登場し 2006 年頃にかけて全国各地でブームとなったのである。したがって、これは偶然の所産でもないし、昨今の資格・検定ブームに便乗しようとした動きではないはずである。

そこで、本稿は全国的にお馴染みとなりすっかり定着した感がある「ご当地検定」の現状と課題について考察したい。まず、第 2 章で「ご当地検定」の定義と歴史について言及し、東海 3 県の愛知、岐阜、三重で実施されている代表的な「ご当地検定」の取り組みについて概観することで「ご当地検定」の現状を定性的に捉えてみたい。続く第 3 章では、2009 年 3 月に財団法人地域活性化センターから発表された『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』を用い、まず「ご当地検定」の現状を定量的に捉え直す。さらに、そこからクローズアップされる実施主体の「ご当地検定」についての評価と成果を分析することで、今、全国各地の「ご当地検定」が抱えている課題を明らかにし、今後の展望について論述する。

II 「ご当地検定」の現状

1 「ご当地検定」の定義

本稿で取り上げる「ご当地検定」は必ずしも明確に定義づけられているわけではなく、ともすればその検定数の増加だけが注目される傾向にあった。事実、当初は商工会議所が主催者となり実施されていたが、そこに地方自治体、NPO 法人、一般企業さらには個人までもが幅広く参入し、2007 年度時点で商工会議所が主催するものが 50 を超え、商工会議所以外が主催する検定試験を含めると 100 の大台は軽く突破している。また、検定試験を実施する地域も、北は北海道から南は鹿児島県、さらには日本人にとって馴染みやすい海外のハワイを対象とする検定試験まで実施されたのである。ただ、最近是一部撤退や実施中止に追い込まれる検定もあるが、今も全体としては検定数、実施地域の増加傾向が続く「ご当地検定」とは、どのような検定試験をイメージすればいいのかをここで整理しておきたい。

世間一般でよく知られているご当地検定は、当初、特定地域の歴史や文化、産業や言葉など地域固有の知識に関する検定試験だけであったが、最近では地域の特産品や名物など、特定・独自の切り口で知識を問う「ご当地検定」のさらなる限定版、すなわち「地域ブランド検定」、「地域ユニーク検定」なるものも登場している。ただ、ここでの「ご当地検定」なるものは、「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」と定義しておこう。

2 「ご当地検定」の歴史

つぎに、この「ご当地検定」の歴史を少し遡る。まず、その存在を世間に初めて知らしめたのが 2003 年 11 月に財団法人東京観光財団と東京商工会議所が実施した「東京シティガイド検定」であることは衆目の一致するところである。当時の資料によれば、第 1 回検定では

東京の自然、歴史、産業など8分野から出題され、およそ1100人が受験し800人が合格している。ただ、この検定の単独成功だけにとどまっていたら、昨今のような「ご当地検定」ブームは到来していなかったことも周知の事実である。そこに、タイミングよくまさに「西の横綱」の大型検定が登場したのである。それは、翌年の2004年12月に京都商工会議所が実施した「京都・観光文化検定」であり、受験日には全国各地からなんと10000人近くの人たちが京都の地に集まったのである。そして、これら「東・西の両横綱」の成功に促されるように、「ご当地検定」の新規参加人数は2006年度をピークに現在は減少傾向にあるが、その総量は増加傾向がずっと続いている。

では、どうして「ご当地検定」の新規参加が続くのであろうか。一般に、その理由は二つあるとされている。まずは、地域に根づいた人材育成。地域住民に対し、内に向けては当該地域が昔から受け継いできた文化や歴史を再認識させる機会を提供すること、外に向けては伝統文化を学びつつ、地域全体として観光客などへのおもてなしの心を養うことなどが狙いである。もう一つは、地域活性化。地域住民に対して自らの地域への関心喚起、地域外の人たちに向けてのPR、つまり地域の魅力、特産品をより多くの人に知ってもらうことである、とされている。なお、これらが主催者側にとって妥当なものであるかどうかについては第3章において検証する。

3 東海3県における「ご当地検定」の取り組み

愛知県内の「ご当地検定」で全国レベルの知名度と注目度がある検定といえば、やはり「なごや四百年時代検定（なごや検定）」である。2010年の名古屋城築城開始400年（「名古屋開府400年」）を前に、前述した東京、京都の「ご当地検定」に遅れること4年余り、ようやく2008年3月に第1回検定が名古屋商工会議所中心のなごや四百年時代検定実行委員会によって実施された。その目的は、「多くの方々に愛知・名古屋の歴史・文化等、多角的な知識を学んでいただき、地域への関心や愛着を高めていただくとともに、大交流時代に対応し得るおもてなしの質を向上させること」と提起されている。当時の新聞報道によれば1600人以上の申し込みがあり、年齢層もわずか9歳から88歳の高齢者まで幅広い世代が県内外から集まり、盛況のうちに無事終了している。また、検定問題のスタイルは100問出題で4択式、合格ラインは70点、問題の7割以上が同実行委員会編の『なごや四百年時代検定公式テキスト』から出題されたのでかなり高い合格率になったともいわれている。この第1回検定はあくまで入門編と想定されたようで、2009年3月の第2回検定では基礎コースと上級コースに分けて実施されている。さらに、同テキスト執筆者を講師とする特別講座の継続開催、ファミリー・団体割引などの受験料割引、成績優秀グループに対する表彰及び記念品の贈呈、上級コース合格者に対する産業観光関係施設等の割引優待など、受験者の確保や合格への動機づけのさまざまな工夫がなされている。

なお、愛知県内にはご当地検定豊橋、尾張一宮学検定、名古屋城検定、信長の台所歴史検

定「津島の達人」検定試験、中部9県観光検定、いつきてもホッ！「ほの国検定」、おおはま検定、蒲郡観光交流おもてなしコンシェルジュ検定、田原市検定、きらのまち歴史検定が検定試験の実施実績を残している。

岐阜県内の「ご当地検定」としては、2006年から実施されている岐阜市主催の「岐阜市まちなか博士認定」が代表格である。その目的は、「岐阜市の観光、自然、歴史、文化、産業などについてどの程度の知識や教養を有しているかを認定することで、観光客などに対するホスピタリティの向上や、岐阜市をよく知り、再発見して頂くこと」と提起されている。この検定も第2回目から初級認定合格者のみを対象とした上級が設定されている。また、試験問題は岐阜市まちなか博士認定試験公式テキストブックから50問4択式（上級のみ記述式を含む）で出題され70%以上の正解をもって合格となる。なお、公式テキストは公式Webサイトですべて閲覧、印刷できるよう配慮されている。公表されている受験結果によれば、初級は第1回の253名から直近の358名と逡増傾向にあり、合格率もそれにつれて上がって90%程度となっている。これらの初級合格者のみを対象とする上級も初回の105名から直近の154名と推移しているが、合格率は初回の56.4%から27.6%へと低下傾向にある。さらに、この検定の受験者のほとんどが岐阜市在住で、かつ男性が多いのが特徴的である。やはり、岐阜の知名度という点で前述した名古屋の「ご当地検定」に比べると苦戦しているともいえるが、「自分たちが住むまち岐阜市」の魅力を再発見するというコンセプトが色濃く出ているようで、この検定の合格者の有志が「岐阜市まちなか案内人」というボランティア団体を結成し、岐阜市の観光ガイドとして活躍を始めている。

そのほか、岐阜県内では下呂検定、飛騨自然検定、ぎふ飛騨・美濃じまん検定、中仙道中津川かわい認定試験、兼山歴史検定が検定試験の実施実績を残している。

最後に、三重県内の「ご当地検定」として伊勢商工会議所主催の「検定お伊勢さん」を取り上げる。この検定試験も2006年に第1回検定が実施されており、その目的は「豊かな自然と気候に恵まれ、神宮のお膝元として独特な文化を育み、悠久の歴史を紡いできた伊勢の地は、神宮の第62回式年遷宮に際して、さらに多くの人々がこの地を訪れようとしています。伊勢に住む人も、伊勢を旅する人も、伊勢の本来の姿を知ることによってこそ、このまちの歴史の深さや神宮の神聖さなどを実感し、ここに暮らすことや訪ねたことの喜びを味わうことができるとともに、伊勢をより好きになり、その気持ちを広げることが望まれます。そこで、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」と提起されている。当初は、中級と上級で「神宮編」、「歴史と文化編」、「ものづくりと暮らし編」という科目設定（各定員200名）それぞれ公式テキストブックから50問以内4択式で出題、70%以上の正解をもって合格としていた。ちなみに、第1回検定は中級・上級延べ1495人が受験し、上級の2部門以上の合格者のうち実習などを終了した49人に対して「観光案内人」の認定証が交付されたが、2007年の第2回の受験者は第1回の3分の1の延べ505人に減少している。そのため、伊勢商工会議所では地元大学との産学連携事業を推進し、

県内各地の観光サービス関連事業従事者の受験を奨励するなど受験者の確保に取り組んでいるほか、2009年の検定試験から級別を初級・「全編」100問以内と上級・「神宮・遷宮編」、上級・「歴史・ものづくり編」それぞれ100問以内に再編成している。

なお、この検定に関して特筆すべき点は、「お伊勢さん観光案内人」という制度である。前述したとおり、「検定お伊勢さん」上級編の合格者が観光案内人として「お伊勢さん」の知識を伝えるだけでなく、伊勢の良さを紹介し、訪れた方々の思い出に残る旅のお手伝いを有料で行うというものである。本制度は、伊勢商工会議所のWebページや電話で事前申し込みしたグループ（1グループ5名まで）を対象にして内宮神域を約2時間かけて案内するもので、案内料金として3000円（税込）を課している。この検定以外に、三重県では伊賀学検定、ふるさと四日市検定、桑名ふるさと検定、亀山検定が検定試験の実施実績を残している。

以上、ここで取り上げた東海3県の「ご当地検定」は必ずしも全国から注目される大型検定とはいえないし、すでに東京で名古屋開府400年に先駆けて、江戸開府400年と銘打った「江戸文化歴史検定」が2006年に大々的に実施され、2009年には「なにわなんでも大阪検定」が満を持して登場するに至り、これら大型検定の東西間競争に埋没しそうな状況にある。

III 「ご当地検定」の評価と成果

1 「ご当地検定」に関するアンケート調査結果の概要

財団法人地域活性化センターは、全国各地の「ご当地検定」を一斉調査し、特徴的な取り組みや課題を洗い出すとともにその効果を調査することを目的に、2008年11月から12月にかけて郵送アンケート方式でアンケート調査を実施している。なお、本アンケートにおける「ご当地検定」の定義は、「検定内容が実施されている区域の地域資源（歴史や文化など）の知識を測るものや研修に資するもの」とやや広義に解釈されているが、ともかく全国的に一時は大ブームとなり今は一段落した感はあるものの、依然として次から次へと各地で登場し続けている「ご当地検定」について、全国規模でその実施主体による評価と成果を明らかにしようと試みた意欲的なアンケート調査である。そこで、以下、この調査結果をまとめた財団法人地域活性化センター『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』（以下「本調査」と略す）に基づきあらためて「ご当地検定」の現状を概観する。

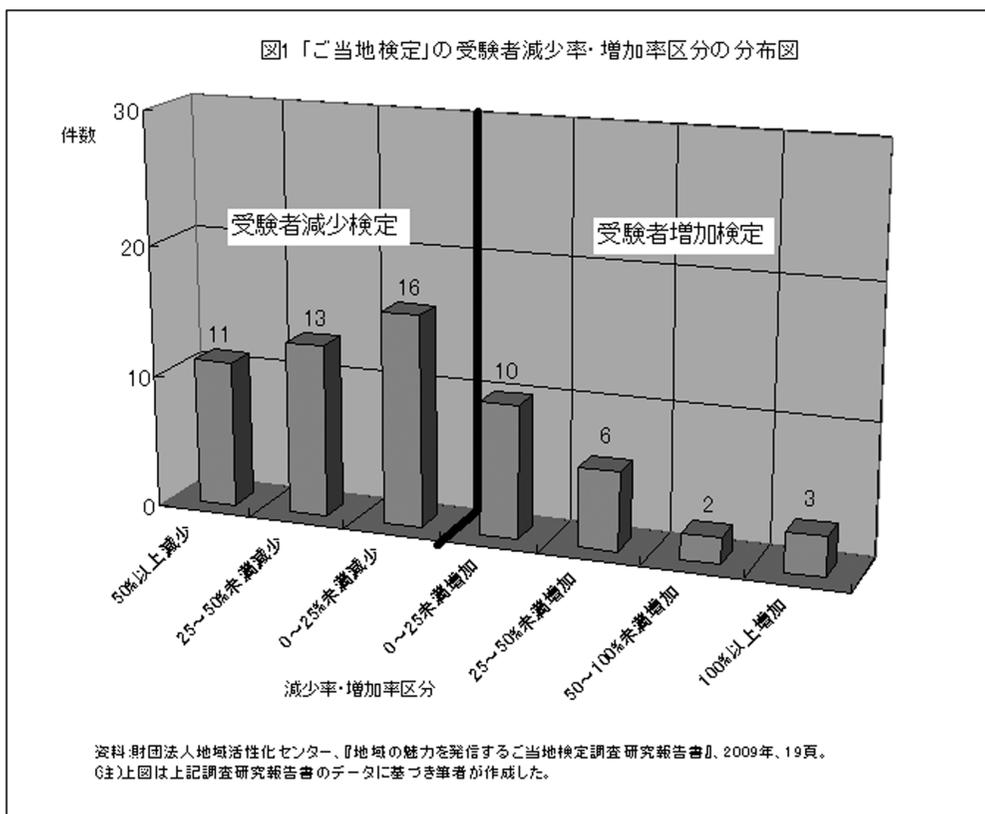
本調査で回答があったのは44都道府県にある166の「ご当地検定」（以下「検定」と略す）の実施主体で、「兵庫県」の16件が最多、次いで「北海道」11件、「大阪府」と「愛知県」が7件、東海3県のうち「岐阜県」は5件である。実施主体は「商工会議所」の55件（33.2%）と「自治体」52件（31.3%）と拮抗し上位を占め、「NPOや住民団体」や「観光協会」が10%前後で中位を占めている。検定の開始年月については第2章でも少し論述しているが、実はわが国最初の「ご当地検定」と位置づけられている検定は日本文化普及交流機構が2003年に実施した「博多っ子検定」であるといわれていた。ただ、この検定は残念ながら2008

年から中断されている。そこで、本調査における検定の実施年月の状況を見てみると、「2008年」が62件（37.4%）と群を抜いており、その前年「2007年」が49件（29.5%）さらにその前年の「2006年」が26件（15.7%）と、やはり2006年から2008年の3年間に検定開始が集中し、この間に検定ブームとして脚光を浴びたのである。なお、本調査によってさきほどの「博多っ子検定」の1年前に開始された検定が最も古い検定であることが明らかとなっている。

その他、多くの検定に共通する実施状況を列挙しておく、検定の実施頻度は「年1回」、検定の受験対象者の制限は「特になし」、検定試験問題の出題形式は「選択式」、検定の受験費用は「有料」、検定問題の作成者は「主催者」、検定試験の実施場所は「現地会場」、検定試験の事前準備として「公式テキストがある」、検定合格者への特典として「認定証、カード、バッジ等の発行・配布」となり、これらの調査結果は概ね妥当なものと解釈することができる。したがって、次節においてこれらの以外の調査結果に注目し、検定間の違いを視覚化することで現行の検定が抱えている問題点を抽出していく。

2 「ご当地検定」が抱える問題点

本調査によると、直近実施年度とその前年度の受験者数を比較した場合、受験者数が増

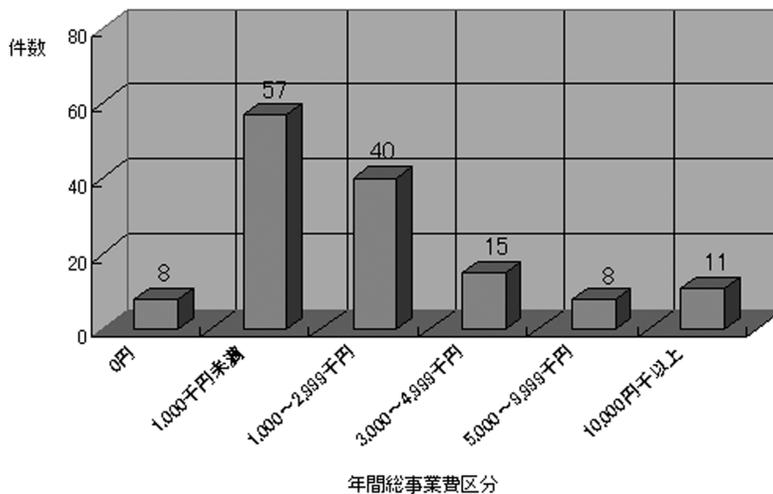


加している検定は34.4%にとどまるのに対し、減少している検定は65.6%と7割近くに及ぶ。検定の受験者数の減少はその分だけ合格者を輩出している現象の裏返しのあることは否定できないが、検定の実施・運営、継続という面で致命的なダメージを与えかねないものである。

そこで、図1のような検定の受験者数の減少率・増加率区分の分布図を作成してみると、事態の深刻さが一層鮮明となる。第2章で言及したような大型検定やあるいは多くの人々を惹きつける地域資源を出題対象とした検定であれば、全国各地もしくは近隣地域から継続的に受験者を確保できるが、ごく平均的な検定であれば地域内での受験者の掘り起こしに着手しなければたちまち受験者減少検定に陥る危険性ははらんでいる。「0～25%未満減少」の検定はその現象が顕在化しているわけだが、減少・増加のボーダーラインすぐ横の「0～25%未満増加」の検定もその危険性を察知し、いち早く受験者確保策を講じていかなければならない。また、「25～50%未満減少」の検定については個別データが公表されないので推測の域は出ないが、検定実施の中止、あるいは検定から撤退という措置が検討される段階に入っているといえよう。

つぎに、検定の実施運営にどれくらいの年間総事業費が必要なのかを見てみると、図2のとおりかなりの事業費規模が必要であることが明らかとなる。すなわち、「1,000千円未満」区分が山となりその次の「1,000～2,999千円」区分はそれほど差ないものの、その次の

図2 「ご当地検定」の年間総事業費区分の分布図

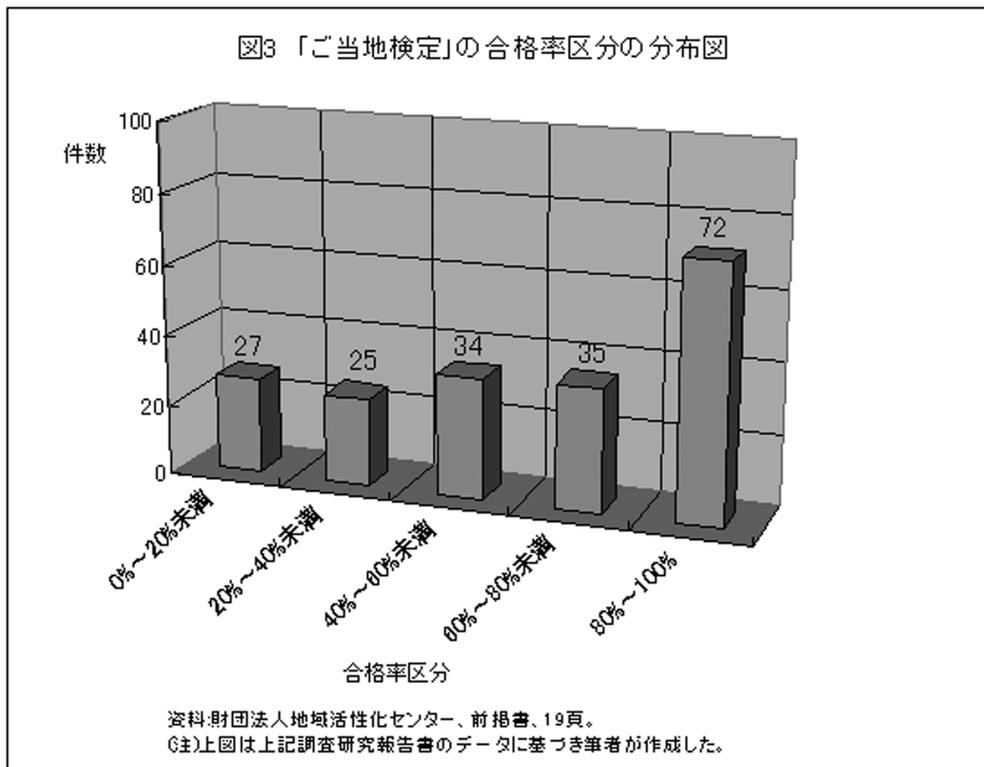


資料:財団法人地域活性化センター、前掲書、33頁。
 (主)上図は上記調査研究報告書のデータに基づき筆者が作成した。

「3,000～4,999千円」区分から「10,000千円」区分にかけて大きく凹む分布図を描くことができる。本調査では検定の受験費用も調査しているが、その結果によると「1～1,500円未満」が3割弱と最多区分である。まったく単純な収支計算ではあるが、検定の受験料を最多区分の「1～1,500円未満」内の1,000円、同じく検定の年間総事業費を最多区分「1,000千円未満」とその次の「1,000～2,999千円」区分内の一番キリのいい1,000千円と設定した場合、受験者は1,000人確保しなければ採算が合わないことになってしまうのである。やはり、検定の実施運営に要する年間総事業費の負担はかなり重いとわざるを得ない結果である。

これまでは検定の受験者数や年間総事業費など検定のいわば量的側面を見てきたが、今度は質的側面の問題に目を転じてみよう。質的側面といえば、検定の合格率問題を看過することはできない。図3のとおり合格率区分の分布を見てもわかるように、合格率区分「80～100%」が最多の72件となっている。世間一般的の資格検定試験において、合格率が80%以上といえば入門編、初心者を対象としたものが該当するであろうし、具体的な級別が設定されている場合は3級程度と類推されるレベルであり、能力差や個人差はあるものの、ある程度学習すればかなりの確率で「一発合格」が可能といわざるを得ない。

さらに、検定試験問題の内容についての本調査によれば、「毎回違う内容である」という回答数は73件(54.9%)と最多となっているものの、「一部分を年度によって変更している」



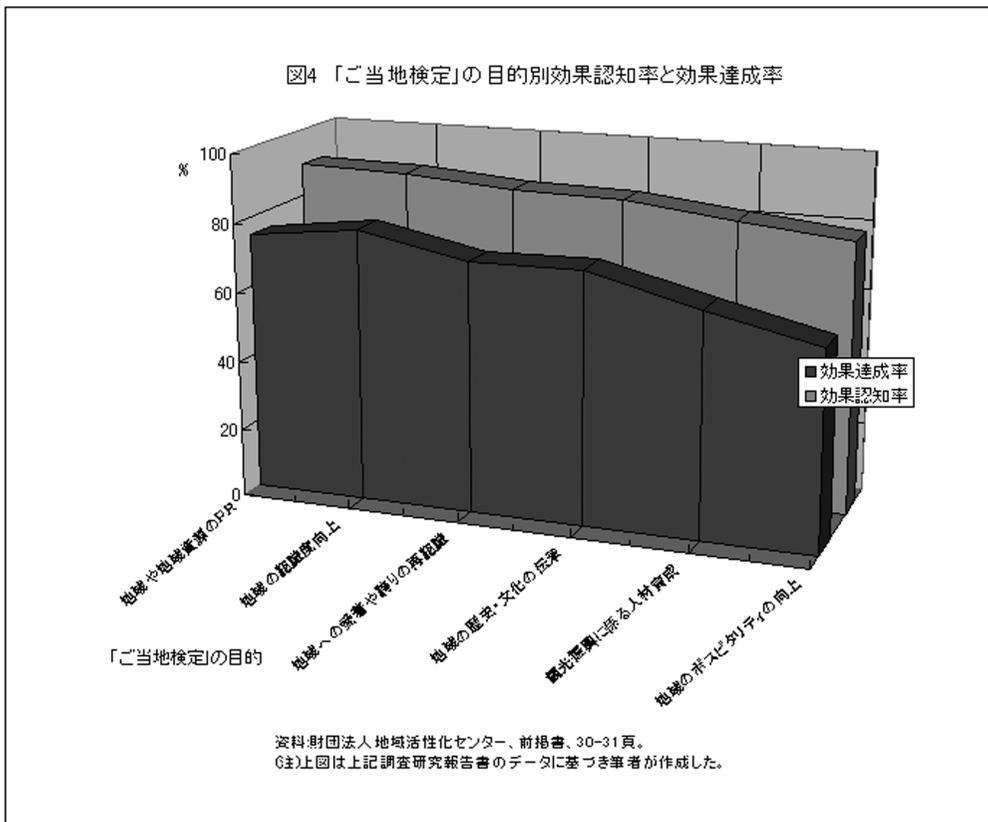
は32件(24.0%)、さらに「毎回同じ内容である」とする回答数も13件(9.8%)ある。

このように、検定の合格率をどこに設定するか、あるいは合格率の高止まりを容認するのであれば級別をどのように設定するのか、そして試験問題の内容についてどのようなスタンスをとるのか、これらはかなり検定の戦略性が問われる重要な問題となってくる。

3 「ご当地検定」の評価と成果

前節では、本調査における検定の現状分析を通じて、「ご当地検定」の実像にかなり接近できたのではないかと。しかし、筆者自身これまで「ご当地検定」の目的論を十分に展開したつもりはないし、この「ご当地検定」の目的論に関連して本調査に基づき実施主体が何をもって検定を実施しているのか、その結果どのように自己評価しているのか、さらにその成果についてどのように認識しているのかを検証していない。そこで、以下、これらの点についての議論を深めていきたい。

本調査において、検定の目的として提起されている項目は「地域の認識度向上」、「地域への愛着や誇りの再認識」、「地域の歴史・文化の伝承」、「地域のポシタリティの向上」、「観光振興に係る人材育成」、「地域や地域資源のPR」、「その他」となっている。実施主体の回答傾向を見る限り、「地域の認識度向上」と「地域への愛着や誇りの再認識」が75.0%と上



位グループ、「地域の歴史・文化の伝承」、「地域や地域資源のPR」と「地域のホスピタリティの向上」が50%前後の中位グループ、「観光振興に係る人材育成」と「その他」が30%台以下の下位グループとなっている。ちなみに、「その他」として実施主体が具体的に挙げた目的には、家族間のコミュニケーションの充実、食育の推進、脳健康・心の教育などがあると紹介されている。

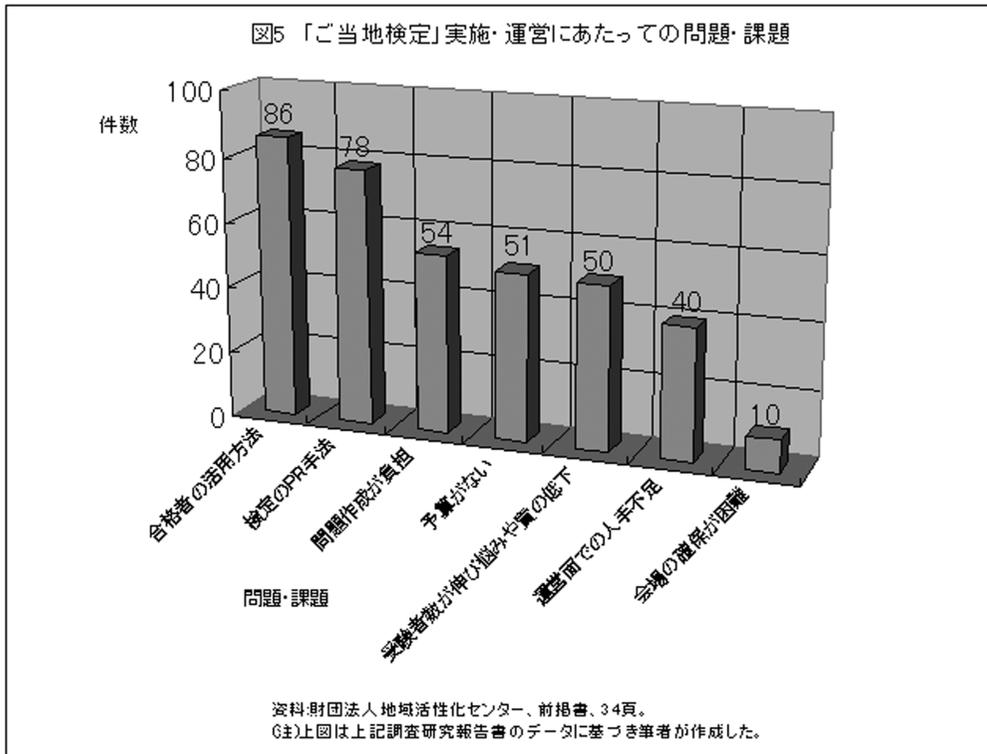
つぎに、上記の目的そのものに確かなる効果が内在しているとする回答率を「効果認知率」、さらに実施主体自らが設定した目的の効果を実感できたとする回答率を「効果達成率」として視覚化し、目的別に比較できるようにしたのが図4の「ご当地検定」の目的別効果認知率と効果達成率である。

目的別効果認知率はいわば目的の存在価値を問いかけるものであり、図4を見ればすべての目的が存在意義を有していることがはっきりするが、その中では「地域のホスピタリティの向上」が相対的に目的としてのポテンシャルはやや低く、実施主体サイドでも目的として掲げることについての戸惑いが反映されているのではないだろうか。また、いずれの目的も、目的として掲げるに値する高いポテンシャルを持っているということは、表現は少し悪くなるが実施主体が欲張って複数の目的を掲げて検定を実施したいという思惑にとらわれてしまうのではないかと。たとえば、第2章で取り上げた大型検定などであれば複数の目的を掲げたとしてもかまわないが、ごく平均的な検定ならば身の丈にあった目的を掲げた方が検定の意義と役割が絞られて受験者にも伝わりやすく、結果としてむしろ長続きしそうな感じを持つのは筆者だけではなさそうである。

実際、図4の目的別効果達成率を見ても、「地域のホスピタリティの向上」は最も低くなっている。「地域のホスピタリティの向上」は目的としての存在価値にやや疑問符がつくものであるが、いざ達成しようとした場合にもなかなかハードルが高いものとして位置づけられている。もちろん、検定を通じて醸成していこうとしている地域のホスピタリティとはそもそも何を意味するのか、ホスピタリティそのものの定義をわかりやすく説明するということも含め、これから実施主体を中心に地域内でしっかり議論し理解を深めていく必要もある。

最後に、いままでの分析をふまえながら、図5の「ご当地検定」実施・運営にあたっての問題・課題について検証することで、「ご当地検定」の評価と成果につなげてみたい。

その前に、本調査にも使われている問題と課題の概念について若干触れておきたい。そもそも「問題」とはすでに起こっている（想定できる）ことで、現象として洗い出すことができ、洗い出した上で整理し、優先順位を決めることができる。一方、「課題」はあるべき姿への道筋として仮説を立てて選びぬいて設定するもので、解決すべき「課題」はそこから絞り込んで設定しなければならない。「問題」は現状把握することで明らかとなり、その現状把握から解決すべき問題として取り組んでいくべきものが「課題」であるとも言われている。その場合、「問題」の原因と結果が明らかにされ、その解決策が具体的にしっかりと立てられなければならない。「課題」とはならないのである。



この議論をふまえ、あらためて図5を見てみよう。そうすれば、図5にある「ご当地検定」実施・運営にあたって問題・課題は現在のある姿と結果とのギャップとして捉えなおすことができ、そのほとんどが「問題」の範疇に含まれる。まず、最大の「問題」とされているのは「合格者の活用方法」で86件（56.2%）、以下「検定のPR方法」78件（51.0%）「問題作成が負担」54件（35.3%）「予算がない」51件（33.3%）「受験者数が伸び悩みや質の低下」50件（32.7%）「運営面での人手不足」40件（26.1%）の順となっている。本調査でも分析されているように、管理運営以外の「問題」の方がむしろ深刻なのである。さらに、さきほどの図4の目的別効果達成率で明らかとなった「地域のポスティブリティの向上」の達成率の低さとここでの「合格者の活用方法」に腐心している結果とはリンクしているのである。検定試験の合格者は地域のポスティブリティの重要な担い手であるにもかかわらず、現在もどのような活用をしたらいいのか、その妙案がなかなか見つからない現状を表しているともいえよう。「検定のPR方法」についても、「地域のポスティブリティの向上」があれば予算を伴う物量作戦を講じなくても、自然と地域内外に浸透していくようなものでもあるのではないか。

なお残念なことではあるが、図5にある「ご当地検定」実施・運営にあたって問題・課題から「問題」は明らかとなるのだが、その先にある「課題」については想起されていないようである。無論、それぞれの検定にはいくつかの目的が提起されているのは前述したとおり

である。ゆえに、それぞれの検定はこれらのあるべき姿への道筋として、仮説を立てて選びぬいて解決すべき「課題」を設定し、今後の取り組みとして実行に移していかなければならないのであるが、本調査の「今後の取り組みの方向性」という質問項目を見る限り、「新たな企画、開発は行なわず、既存の検定のさらなる発展、活性化を目指す」が最多となっているだけである。その具体策は定かではないが、そのヒントはこれまでの議論の中に隠されているような気がしてならない。

IV おわりに

本稿が今回、その拠り所とした財団法人地域活性化センターの『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』はとても貴重な調査報告書である。また、その冒頭の挨拶文で同センター理事長が書いてみえるように、「検定について調査することによって、ご当地検定がどのような目的で実施されているのかをはじめ、どのような地域の魅力を発信しているのか、地域住民の意識に与える効果はどうか、検定運営に課題はあるのか、検定運営をしていくために留意しなければならないことは何かなどを明らかにすること」は、地域活性化が声高に叫ばれ、あるいは「地域主権」という政治スローガンが話題になっている今だからこそ、「ご当地検定」による地域からの情報発信等についての評価と成果の検証はきわめて今日的意義のある研究課題の一つであらねばならない。

ところが、「ご当地検定」のブームに沸いた時期に「ご当地検定」をめぐる議論は活発になされていたが、ブームが下火となり世間があまり注目しなくなった途端、この議論がずいぶん沈静化してしまった。こうした現象を少々残念に思いながらも、筆者はここ数年にわたり「ご当地検定」の事例調査に取り組んでおり、来るべき時期にこれらの評価と成果、今後の展望についての研究成果を発表したいと考えていたが、「ご当地検定」を取り巻く昨今の状況は一部の「ご当地検定」を除けばそのような悠長なことを言うてはおれないほど危険水域に入っており、まさにその時季を得た絶妙のタイミングで発表された財団法人地域活性化センターの『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』の調査結果を大いに活用させてもらい、急いだ分随分粗削りなことは重々承知で筆者なりに「ご当地検定」の現状と課題について論じたつもりである。そして、この「ご当地検定」を一過性のブームに終わらせるのではなく、さまざまな問題を抱えてはいるが定着しつつある地域協働のための一つのツールであり、さらに引き続き機能させていくためには何が必要なのか、今後とも衆知を集めていかなければならないであろう。

なお、本稿は『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』の調査結果について筆者なりの視覚化とその解釈を試みているが、これらはすべて筆者独自のデータ処理及び個人的見解であることをあらためてお断りしておきたい。

【参考文献・Web サイト】

財団法人地域活性化センター 『地域の魅力を発信するご当地検定調査研究報告書』、2009年

古永義尚 「地域資源を活かした新たな事業展開を支える諸条件 - 地域資源活用に取り組む中小企業の実例に基づく検討 - 」 『日本政策金融公庫論集』、2009年、第4号

中村聡志 「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～」 『調査研究情報誌 ECPR』、2007年、第2号

ブランド総合研究所 Web サイト (http://www.tiiki.jp/corp_new/index.html)

御当地通 Web サイト (http://www.gotochitsu.jp/gotochi_kentei/index.html)

名古屋商工会議所 Web サイト (<http://www.nagoya-cci.or.jp/>)

岐阜市 Web サイト (<http://www.city.gifu.lg.jp/>)

伊勢商工会議所 Web サイト (<http://www.ise-cci.or.jp/>)

大阪商工会議所 Web サイト (<http://new.osaka.cci.or.jp/>)