

昨年文化の日、東京で「江戸文化歴史検定」という試験が実施され、三級試験を約六八〇〇人、二級試験を約三五〇〇人、合計一万人以上が受験した。初回のため一級試験は実施されなかったが、年齢は九歳から八九歳まで、地域は佐賀以外の全国からという広範な応募があり、会場を急遽追加するほどの人気であった。

「將軍の正室の大奥での呼称は？」というような四択問題が一〇〇問出題され、七〇問以上を正解すれば合格という内容である。このような試験を「御当地検定」というが、地域の歴史や文化を対象にした「京都・観光文化検定」「秋田ふるさと検定」「九州観光マスター検定」、名産を対象にした「明石・タコ検定」「静岡おでん検定」「香住・カニ検定」など、全国で八〇にもなる試験が実施され、大変な人気になっている。

弁護士試験、建築士試験のように合格しないと仕事ができない国家試験や、英語検定、簿記検定のよう
に就職に有利というような試験と相違して、御当地検定に合格しても特別の恩恵はないが、なぜか人気がある。受験する人々は自己実現ということかもしれないが、主催する立場では、地域に関心をもつ人々が増加し、それによって観光客数の増加が期待できるなどの思惑が明確であり、このような活動は地域ブランドディングと命名されている。

その地域ブランドディングについて最近の話題がある。昨年四月に商標についての法律が改正され、「地域団体商標制度」が制定された。これまで地域の名前を商標に利用することには制限があり、「タ張メロン」「三輪素麺」「信州味噌」など一〇数件しか認定されていなかったが、広範に名前が認知されている商品について、地域の事業協同組合や農業協同組合など法人が申請すれば商標登録が可能になったのである。

その結果、五〇〇件以上の申請があり、昨年と今年で一〇〇件が正式に商標として登録された。「高崎だるま」「有田みかん」「博多人形」「琉球びんがた」「小田原かまぼこ」など、これまで商標登録されていなかったほうが不可思議という商品は当然であるが、今回、「土湯温泉」「山代温泉」「和倉温泉」「下呂温泉」「黒川温泉」など温泉の名前が一〇件も商標として認定された。温泉も立派な地域商品というわけである。この制度の目指すことの第一は名産を保護することである。有名な「関あじ」も「関さば」も正式に商標登録されたが、これまでは佐賀関港以外の漁港に水揚げされたアジやサバに勝手に名前をつけても法的な手段がなかったため、一匹一匹にシールを貼って対抗せざるをえなかった。しかし、今回の制度で保護されることになった。第二は購入する立場に安心を提供することである。これからは類似商品かどうかを心配する必要がなくなる。

今回の登録に興味ある事実が存在する。一〇〇件の登録のうち、京都の「京」の文字のつく商標が二〇件も登録され、一〇カ所認定された温泉のうち三カ所が石川に集中している。その理由は明瞭で、京都は一二二件も申請し、石川では申請に必要な費用を県庁が補助したために二九件の申請があったからである。御当地検定でも流行の原点となったのは「京都・観光文化検定」であり、石川では「金沢検定」をはじめ四種の検定が実施されている。