

インドの宗教巡礼の経営的構造

Management structure of the Indian religious pilgrimage

経済学研究科経済学専攻博士後期課程在学

ガウタム・プラカシュ

Gautam, Prakash

1. はじめに

インドには、複数の宗教が存在している。インド国民に加えて、外国からもインドに宗教巡礼に訪れる巡礼者が増えてきている。主要な宗教の信者達は巡礼に参加することが多く、彼らにとって、巡礼は、長い旅を通して大きな道徳的意義を追求するものである。とりわけ、イスラム教では人生で少なくとも一度はメッカ巡礼に参加することが義務とされている (Sillah, 2014, p.225)。ところで、インドは、昔からヒンドゥー教、仏教、イスラム教、シーク教、キリスト教、ジャイナ教などのあらゆる宗教にとって重要な拠点である。

本研究では、日本ではあまり知られていないインドの宗教巡礼の経済的および経営的側面として、インドの巡礼観光ビジネスの現状を考察する。

2. 先行研究レビュー

巡礼観光は外貨獲得の有効な手段として、世界のいくつかの地域で主要産業として認識されている。観光産業には様々なものがあり、また長期的資本が必要である。インドは巨大な国土故に、自然環境だけでなく、言語、習慣、制度といった社会的側面においても多様性を有している。この多様性を観光資源として積極的に活用することで、インドは多くの外貨を稼ぐことができる可能性がある。信者にとってだけでなく、観光ビジネスという点でも、宗教的な文化遺産は重要な価値がある。

国内の主要な宗教観光は、地域開発のために非常に有用であり、雇用創出は、再び文化的価値観を根付かせることができる。唯物主義的思想によって引き起こされる多くの現代の社会悪は、宗教的な観光の助けを借りて解消させることができる (Mishra 2000)。

(Mishra 2000) は雇用創出、地域発展のことを中心お余は持っているもののインフラ・サービス、ホテルなどのサービスの不足で起こされる収入の漏れについては十分にお余していない。

巡礼観光は、現在のインドの国内観光の大部分のシェアを占めている。ただし、巡礼観光とそのほかの観光を区別するのが困難な場合もある。なお、巡礼者の多くは、貧しい人々であると言われる。巡礼観光は近代的な現象であり、インドでの宗教的な巡礼、文化および歴史の中では比較的新しいも

のである (Ivakhiv 2005)。

観光が及ぼす影響は、①経済的影響、②社会的影響、③文化的影響、④環境的影響の4種類に分けられる。第1の経済的影響は、観光客数、生み出された雇用の数、観光客を対象としたビジネスの総収入・費用である。次に、第2の社会的影響は、人口の移動、観光関連施設の設立、生活水準の改善、犯罪の増減などである。そして、第3の文化的影響は、望ましくない活動の増加や観光客に対する文化的な敵意などである。第4の環境的影響は、巡礼観光の目的で来る観光客による環境異物の混入などである (Ivakhiv 2005)。

(Ivakhiv 2005) は、巡礼に参加するのは貧しい人々が多いと指摘するが、実際には様々な経済的なステータスにある人々が参加している。なお上述した巡礼観光の4つ影響も、第1と第3はほぼ同じような経済的影響であるほか、第4の環境的影響は抽象的であり詳しい説明などはされていない。

タミルナドゥ州の仏教は、仏教の研究に対する支援をさまざまな形で提供しようとしている。古代のインドにおける正式な宗教制度の支援は、政治組織とその社会経済と密接に関連している (Champakalakshmi 1999)。しかしながら (Champakalakshmi 1999) は、政治組織と社会経済の関連がどのように密接であるのかについては、詳しく述べていない。

巡礼観光は、周辺国や国内の経済活動に関わっている。巡礼観光は、多くの国の経済において最も重要な要素の1つである。世界的に有名な巡礼地の間では、激しい競争も起きている。新製品の創造などのイノベーションは、巡礼観光においても、競争優位に立つ上で重要な要因である。巡礼者の誘致には、イノベーションのための継続した努力が必要となる。これは、巡礼観光に大きな影響を与え始めている (Rountree 2002)。

(Rountree 2002) は、イノベーションが巡礼観光に及ぼす影響を検討している。だが、巡礼地の寺院などのイノベーションよりも、巡礼をサポートする回りの環境のイノベーションも重要である。

このように巡礼観光についての先行研究に分析結果が抽象的なものが多いだが、巡礼観光ビジネスにおいても重要な市場であり、より具体的な分析が求められている。以上の先行研究を踏まえ、本研究ではインドの宗教巡礼観光の現状と課題を考察したい。

3. インドの宗教巡礼観光の歴史

インドは巡礼観光の土地と言っても過言ではない。インドでは、宗教的な目的のために旅行に出る文化は古代から存在しており、巡礼観光の文化がはっきりといつから始まったのかについては、いまだに明らかにされていない。ヒンズー教徒の人々から経典のように扱われている叙事詩マハーバータ (Mahabharata) (350 BC) によれば、これが書かれた当時においても、既に300以上の神聖な場所で巡礼は一般的なものであった¹。インド国内のさまざまな場所に、ヒンドゥー教、仏教、ジャイナ

¹ Culturalindia.net. Indian Pilgrimage - *Pilgrimage Places of India - Pilgrimage in India*. [online] Available at: <http://www.culturalindia.net/indian-pilgrimage/> [Accessed 5 Jul. 2017].

インドの宗教巡礼の経營的構造

教、シーク教などの巡礼の中心地がある。その他に、教会やモスクなどの施設も人気の場所である。実際、インドの宗教巡礼は国内観光客の主な動機となっている。なお、インドではほぼすべての主要な寺院、神社や神聖なスポットは、河川や山に沿って位置している。

神聖な川が合流する「サンガム (Sangam)」と呼ばれる場所は、毎年数百万人の人々が訪れ、入浴を目的に訪れる観光客を誘致している。ヒンドゥー教では、ヒンドゥー暦で月の初日 (Sankranti) の日に神聖なガンジス川の水で入浴できれば、人が犯したすべての罪が神によって許されるとされている。哲学者および宗教者であるアディ・シャンカラチャルヤ (Adi Shankaracharya) によって、インドの四隅に四つの「ピース (peeth)」と呼ばれる神聖な寺院・聖地が設置されている。設置場所は、それぞれ、北部はバドリーナート、南部はカーンチプラム、西部はドワリカプリ、そして東部はジャガンナートプリである。インドの宗教巡礼者は、神聖な寺院やインドの聖地に旅行することを「テイルタヤトラ (Teertha, Tirtha yatra)」と言う。この言葉は、「横断」という意味である。

巡礼観光は、古代と現代の文化の両方の価値を引き出した混合物のようなものであり、観光産業の主力となっている。インドはヒンドゥー教の寺院に富む国だけではなく、ジャイナ教の寺院および作品も重要な観光資源である。所々にある Tirthankara (全知の神) を祭る寺院、とりわけ Sravasti、Kaushambi、Hastinapur、Parasnath、Rajgiris、Khandgiri、Udaigiri、Khajuraho、Dilwara の寺院は特に有名である。11 世紀から 13 世紀の間に作られた Dilwara 寺院には、数多くの優れた建築物と大理石の彫刻が保存されている。

また、イスラム教徒が多いアジュメールにある神社 (Khwaja Moinuddin Chisti)、グルバルガにある神社 (Khwaja Bande Nawaj)、デリーにある神社 (Sheikh Nizamuddin Aulia)、パーニーパットにある神社 (Shah Sharaf Bin Ali) も有名である。その他に、シーク教の神聖な教会神社も、ガルワールの (Hemkund Sahib)、アムリトサル (Golden Temple)、タルンタランの (Anandpur Sahib)、ジャランダル (Kartarpur)、パトナの (Patna Sahib) がある。これらに加えて、ビーチリゾートなどで有名なゴアにもキリスト教の教会がある。これらの場所では毎年祭りやフェアなどが開催され、これらの催しは、巡礼者以外の観光客に対しても大きな集客力となっている。

4. インドの宗教的な巡礼観光の現状

インドの観光産業は GDP の 6.8% を占めており、産業別の外貨獲得高では第 4 位となっている²。一方、観光産業の中で、巡礼観光だけでどの程度の収入になっているのかを特定するのは難しい。というのは、巡礼観光だけの収入の算出に必要な寄付金、お布施および個人的な労賃の形で得た収入は公開されないためである。

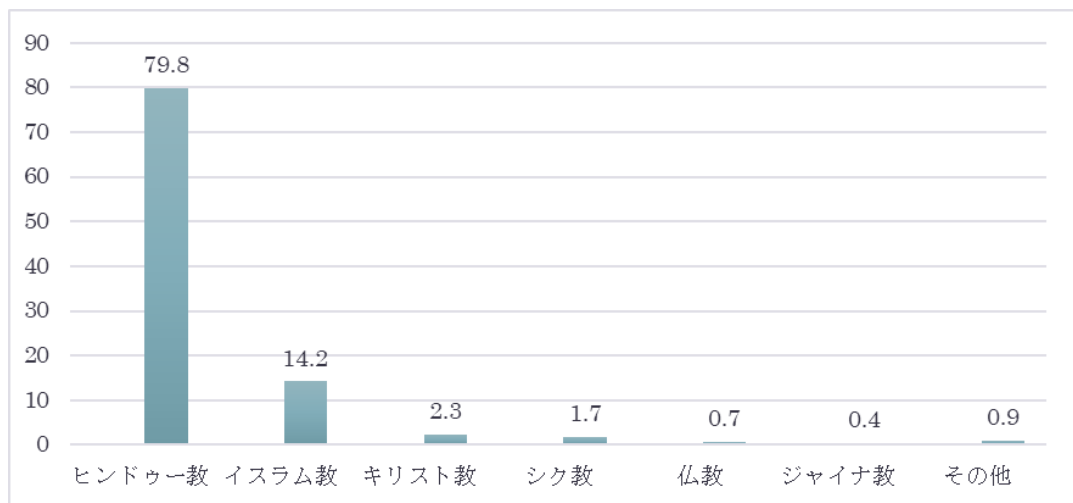
ただ、巡礼観光は、その地域、州さらには国の発展に貢献してきたことは明らかであるように思わ

² Make in India. [メイク・イン・インド] 商工省 産業政策推進庁 投資促進室。
https://www.indembassy-tokyo.gov.in/Make_In_India/Field_Brochure_Tourism.pdf [Accessed 5 Jul. 2017].

れる。特にインドでは、巡礼観光の最大の貢献は、その巡礼地の活性化にあるといえる。多くの小さな地域では、経済が巡礼に依存している。2009年では、巡礼観光だけで、インド観光の総輸出額の44.5%を占めているとの推計もある（Vijayanand 2012）。

この数字からインドの観光産業の中で巡礼観光は大きなシェアを持ち、重要な部門であることがいえる。さまざまな問題はあるものの、巡礼観光は、高い生活水準、雇用、経済、社会の進歩を促進している。1995～2009年までに、巡礼観光で21%の住民に仕事を提供し、インドの全雇用の約8.9%を占めると推計している（Ted 1995）。同じ時期に北東アジアにおける巡礼観光での雇用は9万人で、全体の雇用の6.1%を占めると推定されている（Taylor 2001）。

図1：インドの宗教別人口の割合（%）（2011年）



※2011年のインド国勢調査のデータにより筆者作成。

出所：外務省. (2017). インド (India). <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html> [2017年07月05日アクセス].

図1は、インドの全国の宗教別人口の割合を表している。最も多いのが、79.8%を占めるヒンドゥー教徒であり、これに14.2%のイスラム教徒が続く。そのため、主な宗教巡礼スポットの多くはヒンドゥー教徒を対象としたものである（表1）。表1で示したスポットには、年間で15万人以上のインド人巡礼者が訪問する。（Vijayanand 2012）。

インドの宗教巡礼の経營的構造

表 1：インドの主な宗教巡礼スポット

	Hinduism	59	Kukke Subramanya	118	Tirupati
1	Ahobilam	60	Kumararama	119	Trimbakeshwar Shiva Temple
2	Allahabad	61	Kumbakonam	120	Tuljapur Bhavani temple
3	Amararama	62	Kumbh Mela	121	Thiruvananthapuram
4	Amaravathi village	63	Kurukshetra	122	Udupi
5	Amkantak	64	Kuruvapur	123	Ujjain
6	Amarnath	65	Madurai Meenakshi	124	Vaishno Devi
7	Anandasram kanhangad	66	Maha Devi Tirth temple	125	Vani (Nashik)
8	Annamalai Hill	67	Maihar Devi	126	Varanasi
9	Arasavali	68	Mahur,Renuka Devi	127	Vindhayachal
10	Attukal	69	Ghata Mehandipur Balaji	128	Vithoba
11	Avittathur	70	Mandher Devi temple	129	Vrindavan
12	Ayodhya	71	Manikaran	130	Yamunotri
13	Baba Dhansar	72	Mayapur	131	Yadagirigutta, Telangana
14	Badrinath	73	Mantralayam,Raghavendr Swamy		Islam
15	Basistha Ashram	74	Mount Abu	1	Dargah of Moinuddin Chishti
16	Batu Caves	75	Mount Kailash	2	Haji Ali Dargah
17	Belur Math	76	Mukhalingam	3	Hazratbal
18	Bhadrachalam	77	Narasimha Konda		Christianity
19	Bhavani	78	Narayanalayam	1	Goa, St. Francis Xavier
20	Bhimashankar Temple	79	Narmada River	2	St. Thomas Mount
21	Brindarvan	80	Nashik	3	Thodupuzha
22	Chitrakuta	81	Nellitheertha	4	Vailankanni
23	Chidambaram	82	Omkareshwar		Sikhism
24	Dakor	83	Palani	1	Anandpur Sahib
25	Dharmasthala	84	Pancharama Kshetras	2	Baba Bakala
26	Draksharama	85	Panchavati	3	Gobindwal Sahib
27	Dwaraka Pitha	86	Pandharpur	4	Golden Temple
28	Dwarka	87	Parashuram Kund	5	HemKund Sahib
29	Gajanan Maharaj	88	Pithapuram	6	Nanded Sahib
30	Gangotri	89	Puri	7	Paonta Sahib
31	Gaya, India	90	Pushkar	8	Patna Sahib
32	Ghatikachala	91	Puttaparthi Sri Sathya Sai	9	Sirhind
33	Godachi Veerbhadrhreshwar	92	Ramatheertham	10	Taran Taran
34	Gor Khuttree	93	Rameswaram		Buddhism
35	Gosaikunda	94	Rishikesh	1	Bodh Gaya
36	Govardhana matha	95	Ryali	2	Kusinara
37	Govindavadi	96	Sabarimala Swamisaranam	3	Rajgir
38	Hajo	97	Salasar Balaji	4	Sankasia
39	Haridwar	98	Sabarimalai, kerala	5	Samath
40	Hemkund	99	Sangam	6	Sravasti
41	Hornad,Annapurnade	100	Saptashrangi	7	Vaishali
42	Idagunji	101	Shirdi		Jainism
43	Jonnawada	102	Shivkhori	1	Hastinapur
44	Jyotirlinga	103	Shri Kali Temple, Jaipur	2	Anantnath Swami Temple
45	Jyotirmath	104	Shri Mahadev Mandir	3	Shikharji
46	Kalaram Temple	105	Simhachalam	4	Palitana
47	Kalighat Temple	106	Sivagiri, Kerala	5	Vidisha, Kundaipur
48	Kancheepuram	107	Somarama	6	Pawapuri
49	Karanja Datta Mandir	108	Sri Kurmam	7	Champa
50	Katargama	109	Sringeri Sharada Peetham	8	Pundravardhan
51	Kateel	110	Srirangam	9	Gimar
52	Katra	111	Srisailam	10	Mount Abu
53	Kedarnath	112	Talapady	11	Mahavirji
54	Kolhapur	113	Thanjavur	12	Shankheshwar
55	Kollur	114	Thiruchendur	13	Mahudi
56	Konark	115	Thiruvanthamkunnu Temple	14	Sonagir
57	Ksheerarama	116	Thrissur		Zoroastrianism
58	kuchanpaly	117	Tirtha and Kshetra	1-8	Atash Behrams(total 8)

出所：各宗教の神聖な場所を基に筆者作成

5. 巡礼観光の経済および社会的影響

巡礼観光は、国内所得の発生源となっている。観光は労働集約型サービス業のため、観光客から直接的に収入を得るだけでなく、間接的にも収入を得ることができる。直接的な収入には、水、電気、ガス、食料品などから得る収入などがある。一方、間接的な収入にはホテルでの支出、インフラ開発への投資、タクシー、駐車場、ケータリングサービス、などがある。巡礼観光は、同じ人が同じ所であっても、複数回訪問するため、巡礼によるお金の収入は繰り返し加算される。それは、経済の中では生産臨時収入となる。

また、巡礼観光においては、旅行代理店、ホテルチェーン、レストラン、祈禱のためのグッズ、手工芸品、花の販売店、保健部門および旅行ツールなどのニーズが生じる。例えば、神聖なスポットとして知られる Tirupathi Devasthanam に献花するために、ピーク時期には、毎日 20 トン以上もの花が必要となる。その花は、バンガロールから供給され、Tirupathi Devasthanam で使われる花の売上高は一日 30 万ルピー以上にも上る。プリにある Jagganath Temple では、大きな服に書かれた絵、有名な Patta Chitra (服および紙に書かれた絵)、ヤシの葉の作品、手作りの服、カーテンなどが売られている。シニア・アーティストによって作られた 40 平方フィートの Patta Chitra は、国際マーケットで 50 万ルピー～70 万ルピーまでの範囲の価格で販売されている³。

さらに、インドの巡礼観光地のプリで行われる Rath Yatra と呼ばれるパレードは広く知られており、15 万人の巡礼者が集まる。ヒンズー教の信者達は昔からの考え方として、人々は、1 つの Patta Chitra またはプリの人の作品を購入しない限り、プリへの巡礼が完了しないと信じている。プリは宗教以外にもビーチリゾートが有名であり多目的場所である。

外国人よりも国内巡礼者が多く集まるイベント Kumba Mela (クンバ・会衆) がある。Kumba Mela は 12 年間に一度開催され、3000 万人の巡礼者がガンジス川とヤムナー川の合流点で入浴する。これは世界最大の集会として知られている。あまりにも参加人数が多いため、2013 年の Kumba Mela で迷子になった人数は 4 万人にも上り、彼らは「遺失物センター」でようやく再会したという事例もある⁴。

上述したイベントなどの参加者はかなり多いが、それでも巡礼観光には更なる潜在的なニーズがあると考えられる。というのは、安価な宿泊施設の不足や清潔な飲料水の不足などのために、巡礼観光に出発したくても、それができないケースは多いからである。

5. 1. 巡礼観光の長所と短所

まず、巡礼観光の長所として、巡礼地の地域経済の活性化があげられる。これに加えて、既存の歴史遺産や自然資源を目当てとする観光であるので、巡礼観光ビジネスそのものが環境への負荷が少ないことがある。経済面以外にも、異なる文化間の相互交流・学習、友好関係の構築といったメリットが望める。

もっとも、巡礼観光にも短所があると考えられる。とりわけ、多くの巡礼観光では、巡礼者の約 80% の支出は航空会社、バス、ホテルなどの、外国企業に支払われている (Vijayanand 2013)。巡礼地域で支払われるべき巨額の金額が、他の国・地域に流れてしまうのである。このような収入の国外流出が起らないよう、国内資本ないし現地資本を中心にインフラ整備を進め、現地企業の収入が向上す

³ インド 1 ルピー= 1.54 円 (平成 28 年 11 月 6 日時点)

⁴ BBC News. (2013). *India's Kumbh Mela festival holds most auspicious day* - BBC News. [online] Available at: <http://www.bbc.com/news/world-asia-india-21395425> [Accessed 5 Jul. 2017].

るよう努める必要がある。

5.2. インド政府の観光政策の歴史

表 2：インド政府の観光部門の 5 カ年計画の予算（1951 年～2012 年）

Five Year Plan	Time Period	Plan Allocation (in IRS)
1 st	1951-1956	0.00
2 nd	1956-1961	336.38 Lakhs
3 rd	1961-1966	800 Lakhs
	1966-1967*	58.50 Lakhs
	1967-1968*	87.65 Lakhs
	1968-1969*	183.81 Lakhs
4 th	1969-1974	36 Crores
5 th	1974-1979	133 Crores
6 th	1980-1985	187.46 Crores
7 th	1985-1990	326.16 Crores
	1990-1991	83 Crores
	1991-1992	90 Crores
8 th	1992-1997	773.62 Crores
9 th	1997-2002	793.75 Crores
10 th	2002-2007**	2900 Crores
11 th	2007-2012***	3112.71 Crores
	Revised****	5156 Crores

※Five Year Plans, Government of India; *Indian Tourism: Economic Planning & Statistics; **Annual Report,2002-2003, Department of Tourism, Government of India; ***Annual Report, 2011-2012, Department of Tourism, Government of India; ****Report of the Working Group on Tourism, 12th Five Year Plan (2012-2017), Ministry of Tourism, Government of India.

出所：Khan, M., Noor, M. and Khan, M. (2014). *Tourism Development in India under Government Five Year Plans*. International Journal of Research, 1(3), p-128.

インドが独立するまでは、観光部門の政策はほとんど実施されなかった。さらに独立後も、第 1 次 5 カ年計画(1951-1956)においても、観光開発のための予算は割り当てられなかった。表 2 で表しているように、第 2 次 5 カ年計画(1956?1961)で、中央と州政府を合わせた予算（3.36 crores IRS）⁵をよ

⁵ 1crores IRS=約 17,380,000 円（平成 29 年 7 月 2 日時点）

うやく割り当てた。この金額のほとんどは重要な観光地の施設の建設や運営費用に使われた。

第3次5カ年計画(1961-1966)で、観光は国の成長と発展のための道具とし、割り当てた国家予算は大きく3つに分かれた。第1 宿泊施設、第2 交通機関、そして第3は道路の開発であった。当時の観光の政策は、国際観光客の誘致などは中央政府そして国内観光のプロモーションなどは中央政府と州政府共同で行われた。その結果国際観光客の数は増加した。1966年に、インド観光開発公社 (India Tourism Development Corporation、略、ITDC) が設立された。設立の目的は、観光インフラの開発、プロモーションであった。そして、第4次(1969-1974)および第5次5カ年計画(1974-1979)では、観光部門は宿泊施設の増加、交通機関、個人のホテル業界へのローンなどが強調された。

第6次5カ年計画(1980-1985)現時点では、国際観光と国内観光の両方が、多くの経済的、社会的便益をもたらす活動とみなされるようになった。適切なインフラ・ストラクチャーの開発と同時に宿泊施設のための投資が中心であった。観光に割りあてた国家予算 187.46 crores IRS のうち 115.46 crores IRS は州政府によって費やされた。そして残りの 72 crores IRS は中央政府によってインド航空の運搬能力を向上させると同時に空港のインフラ発展に使われた。

1982年に、インドでは観光法が制定され、1986年には、第7次5カ年計画(1985-1990)の下で、政府によって観光に関する全国委員会が設置された。

第8次5カ年計画(1992-1997)では、インド政府は、観光戦略についての提案を民間から募集し、その提案を取り纏めて1996年に国の観光戦略を策定した。第9次5カ年計画(1997-2002)では、主に民間部門が必要とする経済支援、製品開発、人材開発、マーケティング、調整、モニタリング、ホームステイのプログラムなどが導入された。また、第8次5カ年計画(1974-1979)で掲げられた、観光のための発展のための取り組みも継続して行われた。

第10次5カ年計画(2002-2007)では、観光による雇用が中心課題となった。観光部門に割り当てる国家予算も 2,900 crores IRS (日本円約 504,020,000,000) に増加した。この予算は、主に道路、鉄道、航空輸送、都市インフラ、文化の分野で支出された。これらによって、観光業における雇用者数は 250 万人にまで達した。

第11次5カ年計画(2007-2012)では、2011年までに 1000 万人の外国人観光客、そして 8 億 1200 万人の国内観光客が、インドで観光を行うよう目標をたてた。国内観光客のほとんどが巡礼観光者であるため、宿泊施設や輸送などに資源が導入された。また、一部の限られた国に対し、空港で到着時に観光ビザを発行できるようにもなった。

第12次5カ年計画(2012-2017)では、国の平均 GDP 成長率の目標が 8.2%とされている。多くの外国人観光客向けの 24 時間外国語の通訳サービスも開始されている。

表2は、インド政府の観光部門に割り当てられた国家予算を表している。割り当てられた国家予算は、観光部門の様々な項目・用途で使用されていた。インド政府は宗教巡礼観光にも、非常に力を入

インドの宗教巡礼の経営的構造

れている。特に、宗教巡礼者のためのサービス・ビジネスが重視され、宗教巡礼に対してビジネスとしての注目が高まってきている。

インド以外に巡礼観光が進んでいるサウジアラビアでは、2012年にHAJJとUMRAHの巡礼で得た収入がGDPの3%にも上り⁶、2011年と比較すると10%増加していた。新聞のガルフ・ニュースによれば、2015年に、サウジアラビアの巡礼で得た収入はGDPの7%にまで増加するという。メッカで年に1度開催されるイベントも盛況であり、サウジアラビアにおいて巡礼観光の重要性が高まってきている。

それはもし、巡礼に出かけるのは値段が高くても、HAJJは他の場所ではできない、そして人間は精神的なニーズを獲得するためのお金は、気にせず支払う性格があるからである。十分に経済力のある人は年に1度、またない人でも人生で一度はHAJJに参加したがる。精神的なニーズで心を満足させるためにはヘリコプターをチャーターして巡礼に出る人もいれば歩いて参加する人もいる。これらの理由にて、人間の経済的なステータスをお金持ちであってもなくても神への信頼感が同じく考えられる。

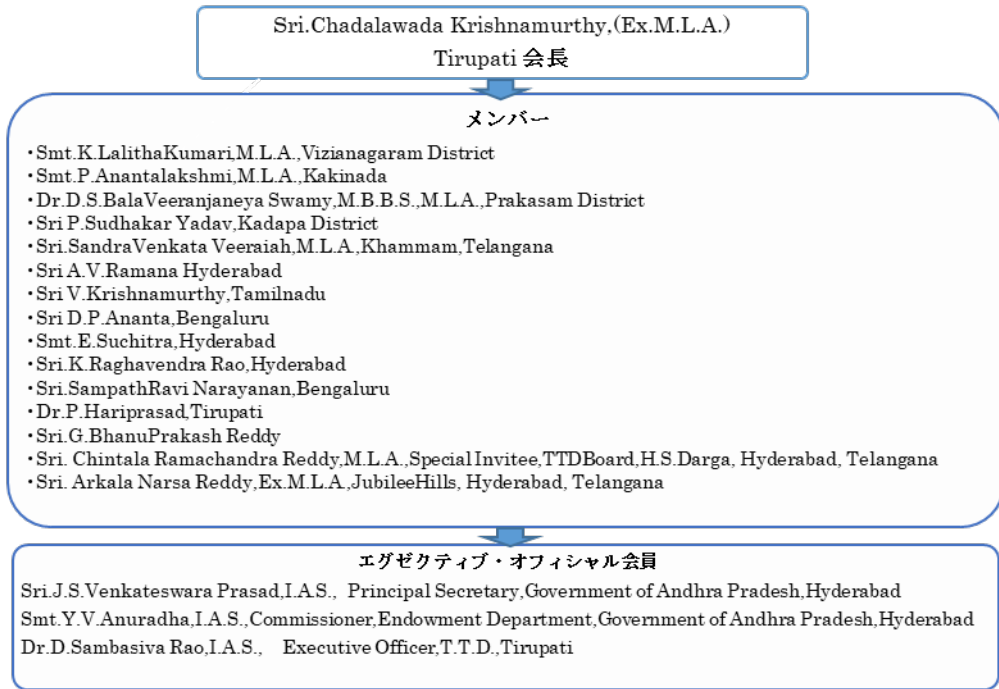
5.3. インドの宗教巡礼の例として Tirupati Balaji 寺院

西インドにある Tirupati Balaji 寺院は、古代宗教のバイシュナヴィズム (Vaishnavism) の寺院である。この寺院は、9世紀に建立されたと考えられている。

そして、15世紀までは有名でなかった寺院は、その後徐々に遠方の人々にまで知られようになった。植民地時代(1843年から1932年までの間)には寺院の経営は、ハッティラマジ (Hathiramaji) 修道院の院長によって行われていた。1932年にマドラス政府(現タミル・ナードゥ州)が、ティルマラ・ティルパティ・デバースタナム (Tirumala Tirupati Devasthanam 略、TTD) を設置し、この経営委員会に経営管理および他の業務を移管することとなった。TTDの委員会は、1987年のTTD法第30条第1附則2に基づき、政府によって任命された委員によって構成されている。組織図は以下の通りである

⁶ Arab News. (2013). *Revenue from pilgrims makes 3% of Saudi GDP*. [online] Available at: <http://www.arabnews.com/revenue-pilgrims-makes-3-saudi-gdp> [Accessed 6 Jul. 2017].

図：2：Tirumala Tirupati Devasthanam トラスト理事会



出所：T.T.D.のウェブサイトで公開されている以下の情報を基に、筆者作成。

Tirumala.org. (2015). Tirumala Tirupati Devasthanams Trust Board. [online] Available at: <http://www.tirumala.org/TTD%20Trust%20Board.aspx> [Accessed 6 Jul. 2017].

執行役員は、TTDの最高経営責任者である。執行役員であるDr.D.Sambasiva Raoは、2つの合同役員によって支援される。その他に、チーフ警戒警備員、森林保全者、ファイナンシャル・アドバイザー、チーフ・アカウント・オフィサー、チーフ・エンジニアも、執行役員の活動を支援している。

インドではヒンズー教の高収入の寺院ランキングに入るTirupati Balajiは世界で、最も高収入の寺院である。2016にTTDが発表した年次予算報告書では、年次予算はインド・ルピー2678.07 Croresであった。また、インドの有名なテレビ局ZEE NEWSによれば、Balaji寺院には20トンの金とダイヤモンド・ジュエリーがあり、そのうちのいくつかは12世紀に貯蔵されたものであるといわれている。

TTDの目的は、寺院の発展、建設と改築などである。一方、毎日約7万人⁷訪れる巡礼者のために行列を管理するサービス、移動するための無料バス、病院、学校の提供・運営なども行っている。TTDの予算報告書では、教育関係にインド・ルピー約93 Crores、病院と医療関係にインド・ルピー約173

⁷ Zee News. (2010). *Tirupati temple to get Rs 52K-cr cover!* [online] Available at: http://zeenews.india.com/business/news/finance/tirupati-temple-to-get-rs-52k-cr-cover_12518.html [Accessed 5 Jul. 2017].

Crores が割り当てられている。

インド政府の観光部門に割り当てた国家予算と TTD の年次予算報告を比べてみると、TTD の 2 年半分の予算の金額は、政府の 5 年間の予算を上回る。このデータを比較するとインドでの宗教巡礼は、観光部門また、国民に対して大きな役割をはたしていることが分かる。

また、昔からの考え方だと、神のために個人のできる範囲でお金などを寄付するのが美德であったが、近年では宗教もビジネスとしての性格が強まり、寄付する値段、お参りする値段まで決められているのが現実である。

6. インド政府の巡礼観光への政策

マハラシュトラ州の Pendarpur に、Panduranga への祈りのために訪れる巡礼者は、261 キロも歩かなければならない。だが、最近、マハラシュトラ州政府は 6 万人以上の巡礼者の立場を考え、巨額の公共支出で 261 キロの道路の建設を決定した。この建設により、自然環境への影響が懸念されるが、このような巡礼観光政策は、間違いなくインド国民の数百万人の生活水準を向上させるだろう (S.Vijayanand 2012)。一方で、インドでは多数の巡礼に参加するには相当な距離を歩かなければならず、インフラ・サービスの不足は勿論、現地住民および村人による観光戦略を策定することも重要である。

近年、インド政府は Swadesh Darshan Scheme (国内観光計画) を発表している。現在、モディ首相の PM JAN DHAN YOJANA (首相の人・マネー計画) の中では、巡礼観光で訪れる人々を中心として、ツーリスト・サーキットを作ることが盛り込まれている。仏教サーキット、クリシュナ・サーキット、ラマエナ・サーキットは宗教の中心となっている。このサーキットは、1 回のツアーで多くの神聖地および宗教巡礼に簡単に参加できることを目的としている。このようなサーキットを合計 13 個作ることになる。2014/15 年計画では、インド政府が観光スポットと宗教観光地の実装と発展のためにそれぞれ 1 億と 6 億インド・ルピーの予算を出している⁸。

7. おわりに

現在、インドの観光部門は、インドの経済発展に大きな役割を果たしている。巡礼観光は環境に圧力を掛けることなく、持続的に収益を上げることができる経済活動である。巡礼目的地に恵まれているインドは、地域住民に経済的利益をもたらす重要な存在になっている。国内および国際的な観光客を誘致するために、国内で充実したインフラが整備されれば、それは国民の幸せにつながるであろう。最も重要なのは、これにより、直接および間接的な雇用機会が作られるため、人材の国外流出が少しでも減少すると考える。

⁸ PM Jan Dhan Yojana. (2015). *Swadesh Darshan Scheme Yojana - PM Jan Dhan Yojana*. [online] Available at: <http://pmjandhanyojana.co.in/swadesh-darshan-scheme/> [Accessed 5 Jul. 2017].

また、国民の中でも、特に学生たちにとって、観光の重要性を学ぶ必要があると考えられる。学生への教育が進めば、巡礼部門において、国民のポジティブな意識、巡礼地の清掃およびメンテナンス、異なる宗教への友好的な態度などが結びつき、これによって巡礼観光はますますインドで発展していくと考える。

しかし、現状を考えると宗教間で引き起こされるテロの問題、インド・パキスタンの国境紛争などによる諸問題は、国際社会に対し、インドに関してマイナスの印象を与えており、特に観光客および巡礼者にも怖がられてしまう恐れがある。これらの問題をいかに解決していくかについては、今後の研究課題としたい。

参考文献

【英語文献】

- Approach to the Mid-term Appraisal of the Tenth Plan 2002-2007. (2004). Planning Commission Government of India, pp.1-3.
- Atulya Bharat-July-September 2016. (2016). Tourism newsletter. [online] Available at: <http://tourism.gov.in/sites/default/files/newsletter/Atulya%20Bharat-%20July%20-%20September%202016.pdf> [Accessed 4 May 2017].
- Atulya Bharat- October-December 2016. (2016). Tourism newsletter. [online] Available at: <http://tourism.gov.in/sites/default/files/newsletter/Atulya%20Bharat-%20October-%20December%202016-%20English.pdf> [Accessed 4 May 2017].
- Singh, A. and Mulla, A. (2011). *Management of tourism in India*. Gurgaon: Madhav Books.
- Raveendra Naik, B. (2014). Tirumala Tirupati Devasthanams Programmes it's Impact on Pilgrims -A Study. *Research Journal of Language, Literature and Humanities*, 1(4).
- Champakalakshmi, R. (1999). *Trade, ideology, and urbanization*. Delhi: Oxford University Press.
- Ivakhiv, A. (2005). Nature and Ethnicity in East European Paganism: An Environmental Ethic of the Religious Right?. *The Pomegranate*, 7(2), pp.194-225.
- Sawarkar, K. and Mishara, S. (2010). *Promoting Tourism in India a Case Study*. Kanishka Publishers Distributors.
- Taylor, J. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(1), pp.7-26.
- Rountree, K. (2002). Goddess Pilgrims as Tourists: Inscripting the Body through Sacred Travel. *Sociology of Religion*, 63(4).
- Hannam, K. and Diekmann, A. (2011). *Tourism and India A critical introduction*. Routledge.
- Shinde, K. (2012). Policy, planning, and management for religious tourism in Indian pilgrimage

- sites. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(3), pp.277-301.
- Tourism Statistics at a glance. (2013). Ministry of Tourism Government of India.
- India Tourism Statistics. (2014).Ministry of Tourism Government of India.
- Prasad. (2016). Ministry of Tourism Government of India.
- Swadesh Darshan Scheme Guidelines. (2016). Ministry of Tourism Government of India.
- Annual Report 2014-2015. (2015). Ministry of Tourism Government of India.
- Annual Report 2015-2016. (2016). Ministry of Tourism Government of India.
- Annual Report 2016-2017. (2017). Ministry of Tourism Government of India.
- Mishra, L. (2000). *Religious tourism in India*. New Delhi: Mohit Publications.
- Khan, M., Noor, M. and Khan, M. (2014). Tourism Development in India under Government Five Year Plans. *International Journal of Research*, 1(3).
- Kreiner, N. and Kliot, N. (2000). Pilgrimage Tourism in the Holy Land: The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims. *Geo Journal*, 50(1).
- Gupta, S., Lal, K. and Bhattacharyya, M. (2002). *Cultural tourism in India*. Indraprastha Museum of Art and Archaeology New Delhi.
- Vijayanand, S. (2012). Socio-Economic Impacts in Pilgrimage Tourism. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1).
- Vijayanand, S. (2013). Pilgrimage Tourism and Its Economic Dimensions in Tourism Management. *Radix International Journal of Economics & Business Management*, 2(1).
- Vijayanand, S. (2015). The Issues and Perspectives of Pilgrimage Tourism Development in Thanjavur. *International Journal of Tourism & Hospitality Reviews*, 1(1), p.45.
- Ted, S. (1995). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. Tourism Management, Elsevier, pp.361-365.
- TTD (2016). *Tirumala Tirupati Devasthanam Budget 2016-2017*. [online] Available at: <http://news.tirumala.org/wp-content/uploads/2016/01/TTD-Budget-2016-17-Press-Release.pdf> [Accessed 4 Jul. 2017].
- Sillah, Y. (2014). *Marriage and Society*. Xlibris LLC 225.

【日本語文献】

- 外務省. (2017). インド (India). [online] Available at: <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html> [2017年07月05日アクセス].