

# ネパール観光産業におけるトレッキングの現状と課題

経済学研究科経済学専攻博士後期課程在学

クリシュナ・バハドゥル・カルカ

**Krishna Bahadur Khadka**

## はじめに

ネパールは、多数の高峰を含む自然資源や多様な民族の文化など様々な観光資源に恵まれ、世界中の観光客を誘致している。ネパール観光省の統計によれば、2011年にネパールを訪れた外国人旅行者数は73万6,215人であり、そのうち、トレッキングを目的とした入国者数が14万538人で全体の19.09%を占め、観光目的の次に一番多い<sup>1</sup>。ネパール観光局も、トレッキングの魅力を積極的に広報している。

ネパールでは、トレッキングは、山岳地域に集中されているツーリズム・アクティビティ (tourism activity) であるため、現地民の雇用と収入源になり、山岳地域発展と貧困撲滅にも貢献することが期待されている。実際、トレッキングが普及しているエベレストやアンナプルナトレッキング地域内の住民の生活水準は、他の山岳地域の生活水準よりも高い現状にある。とはいえ、ネパールでは、トレッキング地域は限定されており、その経済的恩恵を享受できる人々の数は極めて限られている。以上の背景と問題意識の下、本研究は、ネパールのトレッキングの現状を考察し、トレッキングの今後の課題を究明する。

## 1. ネパールのトレッキングツーリズムの概要

### 1. 1. トレッキング地域

トレッキングとは、時間や金を費やし、自分の足で歩き、周りの自然や人工の景観、人々との交流など体験し楽しむツーリズム・アクティビティである。ネパールのトレッキングでは、日帰りのハイキングや高峰の登山とは異なり、最低2日以上以上の日程で標高5千メートル以下の地点に徒歩で向かうことが一般的である。ネパールのトレッキングは、国際的に人気があり、欧米やアジアの各国の観光客がトレッキングを目的としてネパールを訪れている。

ネパールでトレッキングが可能な地域は10地域前後あるが、トレッキングが盛んな地域は、ヒマラヤや山岳地域のみに限られている。ネパールのトレッキングが可能な地域は、以下の2つに分類できる。第1は、トレッキング地域に飲食・宿泊、安全に関するファシリティを整備されており、トレッキング許可書が要らなく、トレッキング会社を利用も義務付けてない一般のトレッキング地域である。この地域は、アンナプルナ (Annapurna)、エベレスト (Everest)、ランタン・ヘランブ (Langtang

Helambu)、シバプuri (Shivapuri) 地域などである。

次に、第2は、トレッキング許可書とトレッキング会社の利用が義務付けられているコントロール・トレッキング地域である。この地域には、ムスタング (Mustang)、ドルポ(Dolpo) フムラ (Humla)、マナスル(Manasulu)、コンチョンジョンガ(Kanchanjunga)、マカル (Makalu) など、一般のトレッキング地域以外のトレッキングが可能な地域すべてが含まれる。コントロール・トレッキング地域ではルートが整備されているが、トレッキングに関わるサービスの整備が不足している。

表 1：ネパールにおける国立公園と保護地域の内容と特徴

	順番	国立公園/保護地域名	設立 (年)	面積 (平方キロ)	特徴
国立公園	1	チトゥン国立公園 [1984年に世界遺産に登録]	1973	932	600種類の植物、526種類の鳥、50種類の動物、49種類の蛇など。
	2	サガルマータ国立公園 [1979年に世界遺産に登録]	1976	1,148	世界最高峰のエベレスト、ロッセ、プモリ、アマドブロムなどの世界で有名な高峰の景観。ネパールの国鳥であるロフォフォラスを始め118種類の鳥、多種の動物など。
	3	バルディヤ国立公園	1976	968	32種類の動物、360以上の種類の鳥、ドルフィンを始め多数の魚。
	4	ララ国立公園	1976	106	ネパールの最小の国立公園。2,990m標高に位置するネパールの最高地の湖。レッドパンダ、鹿、野生犬、多種の鳥や魚など。
	5	ランタン国立公園	1976	1710	ランタン山の景観、ゴサイクンドなどの巡礼地、レッド・パンダをはじめ多数の動物。
	6	セーフクスンド国立公園	1984	3,555	ネパールの最大の国立公園。286種類の動物。
	7	カプトル国立公園	1985	225	224種類の薬物、270種類の鳥、巡礼地。
	8	マカル・バルン国立公園	1991	2,330	400種類の鳥、薬物、多種の動物。
	9	シバプリ国立公園	2002	144	ネパール首都であるカトマンズの水源。カトマンズより12Kmの距離にある。129種類のしたけ、177種類の鳥、102種類の蝶、多種の動物など。
保護地域	1	アンナプルナ保護地域	1992	7,629	ネパールの最大の保護地域。アンナプルナ、ドウラギリなどの世界で有名な高峰、世界最高地の湖、ムクチナトのような巡礼地、1,200種類の植物、478種類の鳥、100種類の動物、39種類の蛇、9種類のネパールの国花であるラリグラスなど。
	2	カンチョンジョング保護地域	1998	2,035	チベットとシッキム両方繋ぐ。カンチョンジョング山の景観、多種の動物や鳥。
	3	マナスル保護地域	1998	1,663	マナスル山の景観、200種類の植物、多種の動物など。

出所：Bhattarai, G.S, 2009, pp.111-120 を基に筆者作成。

トレッキング場所として最も多いのが、有料の公園や保護地域である。表1のようにネパールには、9カ所の国立公園と3カ所の保護地域があり、それらが観光地として観光客を誘致している。とりわけ、アンナプルナ保護地域、サガルマータ国立公園、ランタン国立公園、カンチョンジョンガ保護地域、マカル・バルン国立公園、マナスル保護地域のトレッキングが発展している。特に、アンナプルナ保護地域、サガルマータ国立公園とランタン国立公園でのトレッキングは、世界的に有名である。ネパールのトレッキング客数を目的地別に整理すると、これらの3つの地域だけでトレッキング客数全体の92.38%を占めている。

保護地域の中でも、アンナプルナ保護地域は、豊富な観光資源やインフラの拡充により、年間のトレkker客数は第1位である。アンナプルナ保護地域の住民は、トレッキングの発展による環境・景観悪化を改善により地域の持続可能な発展を目的に、1986年に「アンナプルナ保護地域プロジェクト（Annapurna Conservation Area Project: ACAP）」を開始した。このプロジェクトでは、観光資源の保存と管理、コミュニティの発展<sup>2</sup>、観光教育の拡充などが実施された。このようなトレッキングを活用した地域振興プロジェクトは、カンチョンジョンガ地域やマナスル地域などでも行われている。

表2：2011年のトレッキング地域に訪れたトレkker数と割合

トレッキング地域	トレkker数	割合
A. 一般のトレッキング地域		
① アンナプルナ	85,314(65.72%)	60.71%
② エベレスト	33,390(25.72%)	23.76%
③ ランタン	11,119(8.56%)	7.91%
A.合計	129,823(100%)	92.38%
B.コントロール・トレッキング地域		
① ムスタング	2,950(28%)	2.10%
② 下ドルポ	808(7%)	0.60%
③ 上ドルポ	397(4%)	0.30%
④ フムラ	1,758(16%)	1.30%
⑤ マナスル	2,813(26%)	2.00%
⑥ コンチョンジャンガ	591(6%)	0.40%
⑦ 他	1,398(13%)	1.02%
B.合計	10,715(100%)	7.62%
総合 (A+B)	140,538	100%

出所：ネパール観光省の統計 2011年を基に筆者作成。

<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013年6月17日アクセス)

表2によれば、一般のトレッキング地域には92.38%、とコントロール・トレッキング地域には7.62%のトレッカーが訪れ、それぞれのトレッキング地域のトレッカー数の差は大きい。ネパールトレッキング地域では、アンナプルナトレッキング地域がトレッカー数全体の61%を占めている。第2位はエベレスト地域の24%、第3位がランタン地域である。上ドルポに訪れたトレッカーが0.3%で一番少ない。トレッカー数の違いの背景には、観光やトレッキングに関する交通、ホテルなどの整備、料金<sup>3</sup>、マーケティング活動などが考えられる。

## 1. 2. トレッキング・スタイル

ネパールのトレッキング・スタイルは、①キャンプ・テント泊トレッキングと②ティーハウス・ロッジ泊トレッキングに大別できる。コントロール・トレッキング地域ではキャンプ・テント泊トレッキングが、一般のトレッキング地域ではティーハウス・ロッジ泊トレッキングが普及されている。

キャンプ・テント泊トレッキングは、トレッカーの飲食や宿泊をキャンプで行うトレッキング・スタイルである。このスタイルは、ロッジやホテルなどの宿泊施設の無い地域で採用されている。また、トレッキング期間に必要な物を運ぶためのポーターやコックといったスタッフがティーハウス・ロッジ泊トレッキングよりも多く必要である。そのため、キャンプ・テント泊トレッキングは、人件費の関係でコストが高い。また、天候にも大きく左右されることになる。

他方、ティーハウス・ロッジ泊トレッキングは、飲食や宿泊をホテルやロッジで行うトレッキング・スタイルである。このスタイルは、先述した3つの一般のトレッキング地域で普及している。宿泊施設での従業員の雇用を促すため、ティーハウス・ロッジ泊トレッキングは、キャンプ・テント泊トレッキングよりも、トレッキング地域にもたらす経済効果が大きいと思われる。トレッカーにとっても、①地域住民との交流、②トレッキングプランの途中修正、③ガイドなしでのトレッキングなどが可能であるほか、キャンプ・テント泊トレッキングと比較した④コストの安さ、⑤悪天候による影響の低さ、⑥食料調達の容易さといったメリットがある。

## 2. ネパールのトレッキングツーリズムの現状

### 2. 1. トレッキング会社

ネパールでは、トレッキングアクティビティの管理者としてトレッキング会社がある。トレッキング会社は、観光客に登山・トレッキング期間に必要な全サービスを提供する。観光客にサービスを提供する企業として航空会社、ホテル・ロッジとトレッキング会社が主な企業であるが、トレッキング会社は、航空会社とホテル・ロッジなどと観光客を仲介する業者でもある。トレッキング会社の役割は、①登山・トレッキングのマーケティング、②希望者に対する登山・トレッキング観光のプランの作成、③登山・トレッキング期間に必要な全サービスにかかる費用の集金、④必要なガイド、ポーターなどのスタッフの決定、⑤フライトなどの予約と支払い、⑥必要な道具の準備、⑦登山許可書、トレ

ッキング許可書や国立公園入場許可書の手続きなどである。

ネパールのトレッキングの起源は、1950年代に登山ツーリズムによってさかのぼるが、ネパールで最初にトレッキング会社マウンテン・トラベル (Mountain Travel) が設立されたのは、1964年であった。その創業者コロネル・ジェームス・ロバートは、トレッキングルートやキャンプサイトの探索・発見、トレッキング・スタイルの決定、シェルパへのトレーニングなどネパールのトレッキング産業に大きな貢献をした<sup>4</sup>。

トレッカーの増加に伴い、トレッキング会社数も近年増加傾向にある。そして、1979年には、ネパールトレッキング会社協会 (Trekking Agencies` Association of Nepal : TAAN) が設立された。TAANは、ネパールにおけるトレッキング観光の広報や新しいトレッキングルートの開発などに取り組んでいる。1990年まで100社だったトレッキング会社数は、2011年に1,378社まで増加している。トレッキングガイド数も増加傾向にある。ネパール政府の統計によれば、ネパールにおけるトレッキングガイドのライセンスを持つガイドの人数は、2011年時点で7,303人である。トレッキング会社1社当たりの平均ガイド雇用数は5.2人である<sup>5</sup>。

## 2. 2. トレッキングガイド

トレッキングガイドは、トレッキング期間にトレッカーが必要な宿泊、食事、健康、対応、情報等が総合的サービスを提供し、トレッカーにトレッキング観光を楽しんでもらうような活動を担うトレッキング会社に雇われたフィールドマネージャーの責任者である。トレッキング・スタイル、トレッカーグループの規模、トレッカーの国籍、言語、文化、年齢、職場、趣味などによってガイドの役割は異なる。かつては、外国人と英語で簡単な会話だけをできる者がトレッキングガイドとして雇われたが、今日のトレッキングガイドには、観光についての知識やマナーなども求められる。トレッカーは、ほとんどの日程をトレッキングで過ごすため、トレッキングガイドの仕事ぶりはトレッキング会社の評価とも直結することになる。

ネパールのトレッキングガイドのライセンス制度は、観光省によって1990年代の初頭に導入された。2ヶ月間で行われるトレッキングガイドの講習内容は、接客のための英語、トレッカーとの接し方、歩き方、歴史、自然、文化に関する知識、緊急時の対応、ロック・クライミングを含む山岳技術などである。講習参加者はこれらの講習を終了すると試験を受け、その成績によってAからDまでのランクを付けられ、ライセンスが発行され、ライセンスガイドとして働けることになる。ネパールでは、トレッキングガイドのライセンスを持たずにガイドの仕事を行うガイドもいる。

トレッキングガイドの役割を具体的に整理した先行研究は乏しいが、筆者は、自らの長年間の経験から、以下の10個がトレッキングガイドの役割であると考え、第1の役割は、案内人である。これは、道、宿泊・食事、トイレ、洗濯、寺院、美術館、病院、銀行、店舗 (買い物場所) などトレッキング期間に必要なことを案内することである。第2は、アナウンサー (Announcer) である。これ

は、笑顔とアイコンタクトをしながら適切な声でトレkkerが通じる言葉を使ってトレkkerの疑問、質問や必要な対応に関してトレkkerに納得させるように正しく、詳しく、面白く説明することである。

第3は、良い友人である。これは、トレkker、地域住民、トレッキングスタッフ皆と友好関係を築くことである。第4は、教師である。これは、外国からや別の場所から来るトレkkerに新しいことを教えることである。第5は、経理者である。これは、トレッキング期間にトレkkerの宿泊、食事等の支払いをし、領収証を受け取り、トレッキング期間に支出された金額の計算をし、会社に提出することである。そして、第6は、チームリーダーである。これは、トレkkerとスタッフなどチーム全体の指導をすることである。

第7は、会社の代行者である。これは、会社とトレkkerの間に成立した契約を実行させる会社の代表者として行動することである。第8は、サービスの提供者であり、トレkkerに直接サービスを提供することである。第9の役割は、大使であり、外国人と両国の情報を交流することである。これは、ネパールの国の印象と情報は、外国人がガイドを通してもらうため、大使のような役割もあると言えるためである。最後の役割は、環境保護のサポーターである。これは、地域の環境保護に関して守るべきルールを自ら厳守しトレkkerにも徹底させることである。

## 2. 3. ネパールのトレッキングについての法規制

ネパールでは、観光法 1978 年がトレッキングツーリズムに関して制定されている。また、2005 年にトレッキング会社法が制定されている。同法は、トレッキング会社の設立に関する資本金、銀行保証、許可書の更新、労働者の基本日給、事故保険などについて定めている。同法は、2010 年に改正され、ネパールでトレッキングを行う全てのトレkkerにトレkker情報管理システム (Trekker's Information Management System ; TIMS) 登録カードの取得を義務づけた。このカードは、ネパール観光局およびネパールトレッキング会社協会によって発行される。このカードは、トレkkerが、個人か集団か<sup>6</sup>、南アジア出身か否かによって取得料金やカードの色が異なっている<sup>7</sup>。

ネパールトレッキング会社協会の 2011 年の財務報告によれば、TIMS カードによる収入は、1 億 2,566 万 5,690 ルピーである<sup>8</sup> (10 円=9.71 ルピー、2013 年 6 月 15 日の時点で)。この収入は、TIMS カードの管理、広告などのトレッキング観光の促進、トレッキング業に従事する労働者の健康補助、トレッキングルートの開発・改善、持続的な観光に関するワークショップ・訓練などに使われることが義務付けられている。

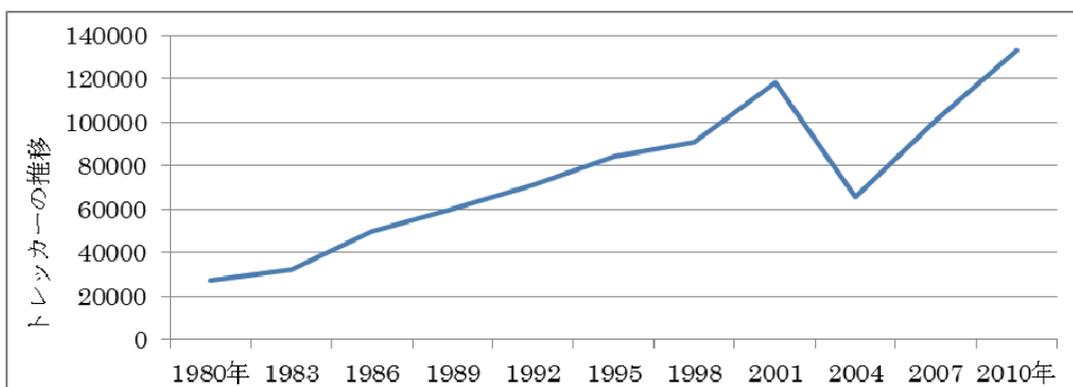
なお、ネパールでは、外国人のトレkkerによるトレッキング許可書の取得やトレッキング会社利用のための条件を、2000 年以降緩和された。その結果、一般のトレッキング地域ではトレッキング許可書を解消し、トレッキング会社の利用にも自由され、コントロール・トレッキング地域のみに限定されている。一般のトレッキング地域でトレッキング許可書の制度を解消した政策に対してトレッキ

ング業に従事した人々が国の外貨収入を減少になることやその政策によって外国人トレkkerがトレッキング会社を利用せずにトレッキングを行けるようになり、トレッキング業のビジネスに左右される理由をつけて反対意見を述べている。

## 2. 4. ネパールのトレッキングマーケット

図1はネパールへのトレkkerの1980年から2011年までの推移である。トレkker数は2000年まで順調に増加し、2001年から2006年に減少し、2007年から復興し増加の傾向にあり、N型になっている。2001年から2006年までは、ネパールで治安問題があり、2007年からその治安問題を改善した同時にトレッキング業も促進されたためであると考えられる。

図1：ネパールのトレkker数の推移



出所：ネパール観光省の統計2011年を基に筆者作成。

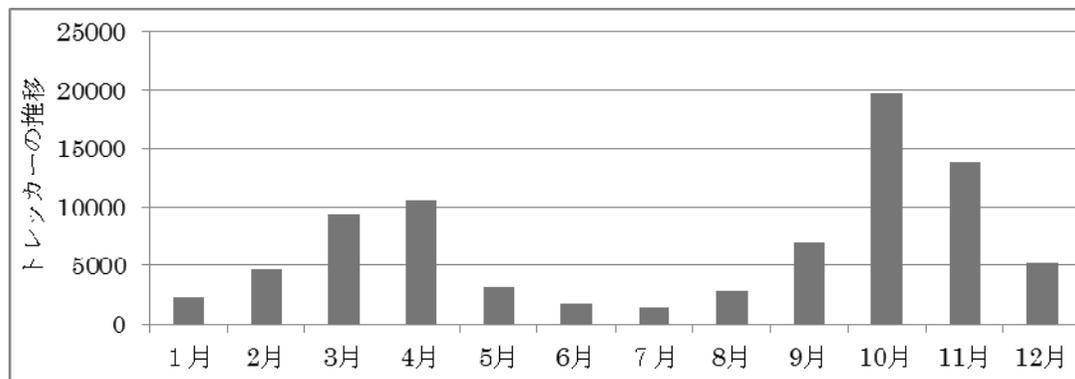
<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013年6月17日アクセス)

ネパールのトレッキング会社などへの聞き取り調査によれば、2011年時点で、ネパールのトレッキング業界の総収入は7,602万815米ドル、雇用者数は10万5,430人に上るといふ。この総収入額は、2011年のネパールの観光産業全体の総収入3億6,877万3,000米ドルの20.61%を占めている。このことから、ネパール観光産業におけるトレッキング産業の比重の大きさがうかがえる。とはいえ、トレkker1人当たりの平均支出はトレッキング地域によって大きく異なるという。

図2は、2011年にネパールを訪れた外国人トレkkerの人数を月別に示したものである。ネパールでのトレッキングは、1年中可能であるが、10月と11月の秋や3月と4月の春がとても良い季節でトレkkerの数が多く、6、7、8月の雨期にトレkkerの数が少ない。このように、ネパールでは季節ごとにトレkker数が大きく増減するため、秋と春のピーク季節に観光客が溢れてトレッキングガイドやロッジの部屋が不足しているケースが少なくない。また、ネパールでは、6、7、8月は農作物の収穫時期であるため、トレkker数が減少する時期でもある。ネパールで最も盛んな産業は農業

であるため、農業に必要な人員の維持とトレッキング会社の人員の確保の両立は、ネパールの今後の課題である。

図2：2011年に月別に訪れたトレッカーの推移(人)



出所：ネパール観光省の統計 2011年の基に筆者作成。

<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013年6月17日アクセス)

表3は、ネパールの外国人トレッカーの国別の割合を示したものである。外国人トレッカーの数はドイツ、フランス、イギリス、オーストラリア、アメリカ、日本、韓国、スリランカの順に多い。ドイツやフランス人の割合が多いのは、それらの国の長期休暇制度、健康、自然、文化に対する関心が高い国民性などが理由として考えられる。ネパールの隣接国であるインドからの観光客は、全体の23.7%を占め、一番多いものの、そのうちトレッカーは1.23%にとどまる。この背景には、インドからネパールへ来る観光客の多くの目的が巡礼であること、ネパールとインドの自然的・文化的資源は似ていること、ネパールのトレッキング地域は標高が高く道も平坦に限らずインド人の興味以外のことなどが考えられる。

表3：ネパールの外国人トレッカーの国別の割合

国	ネパールを訪れた観光客数	トレッカー数	割合
ドイツ	27,472	7,870	28.64%
フランス	26,720	7,667	28.69%
イギリス	39,091	7,654	19.58%
アメリカ	42,875	5,152	12.02%
スリランカ	59,884	5,143	8.59%
オーストラリア	19,824	4,750	23.96%
日本	26,283	3,176	12.08%
中国	61,917	3,174	5.12%
韓国	24,488	2,315	9.45%
インド	149,504	1,883	1.23%

出所：ネパール観光省の2011年の統計を基に筆者作成。

<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013年6月17日アクセス)

このように外国人トレッカーの多くは欧米人である。そのため、外国人を対象としたトレッキング・ビジネスのさらなる発展には、ドイツ語やフランス語に堪能なトレッキングガイドの育成が欠かせない。また、トレッキングガイドにヨーロッパの文化を教育することも重要である。

### 3. ネパールトレッキングの課題点と解決策

ネパールでは、トレッキング地域の各場所に整備された医療機関がないため、トレッカーの健康リスクが大きい。また、トレッキングプランにガイド、ポーターのスタッフの他、健康教育や訓練を受けた健康サポーター（Health Supporter：HS）などのスタッフも入れる必要があると考える。このHSをスタッフに入れる制度があるとトレッカーに健康上のリスクが減り、ガイドの仕事の負担も緩くなってサービスの質が向上する。

また、ネパールでのトレッカーの92%以上はアンナプルナ、エベレスト、ランタンと3つの一般のトレッキング地域に集中しており、コントロール・トレッキング地域でのトレッキングの発展も今後の課題である。従来の政策は、一般のトレッキング地域の発展に重点を置いてきたが、今後はコントロール・トレッキング地域の発展に向けた政策の実施が求められる。とはいえ、一般のトレッキング地域においても、過剰なロッジの建設や道路整備による観光資源の破壊が一部で問題となっている。

その他に、トレッキングガイドやポーターの人材不足の解消も、今後の課題である。ネパールでは、トレッキングガイドに対する研修を実施している企業や団体は非常に少ない。トレッキングスタッフとしてガイドだけではなくポーターにもトレッカーと指し方、ホスピタリティ、仕事の適切なマナ

などの訓練が必要である。しかし、ネパールにはポーター対象の訓練制度が完全にない。サービスを提供するスタッフに対して、どのスタッフが何をやるか仕事の内容を明確にし、それを適切に行うノウハウを築く政策がないため、今の段階で提供しているサービスの質は高いとは言えない。現状として、ネパール・ツーリズム・ホテル経営協会（Nepal Academy of Tourism and Hotel Management）が観光産業の従業員向けの研修を実施しているが、この研修が実施されているのはカトマンズのみである。

ネパールでは、トレッカーに対して提供される食事のほとんどは欧米の料理であり、アジアの料理を提供するトレッキング会社やロッジはほとんどない。これは、外国人トレッカーの大多数が欧米からの観光客であるためと考えられるが、今後アジアからの外国人トレッカーを増やすためには、アジアの国々の料理を提供することも必要であるだろう。なお、ネパール料理を提供するトレッキング会社やロッジもあるが、それらの場所では、ネパールの伝統的なダル・バトと言う料理しか用意されていない。そのため、トレッキング地域で提供されるネパール料理の種類の拡充も今後の課題であるといえる。

トレッキングツーリズムは自然資源と文化資源を活用し、地方の地域にインフラ整備の発展と所得力の低い地域民にビジネスや雇用の機会を与えて経済力によって生活の水準を向上される手段である。アンナプルナ、エベレスト、マナスルなどの少数のトレッキング地域には、観光資源の保全と地域の発展目的のベースに持続的観光の中、エコツーリズムのコンセプトを導入されているが、ネパール全トレッキング地域でエコツーリズムのコンセプトを開始されていない。ネパールのトレッキングツーリズムにおける今後の発展にエコツーリズムが適用することも重要な課題であると考えている。

## おわりに

ネパールの観光産業は外貨獲得の面で第一の産業であり、そのうち、トレッキングツーリズムが20%のシェアを占め、観光産業とネパール国の発展のための重要な位置にある。現在、ネパールでは、10個前後のトレッキング地域が存在であるが、トレッカーの数、トレッキング会社やトレッキング業に従事するスタッフ、または関連するホテル・ロッジ、飲食店なども拡大されている。ネパールのトレッキングツーリズムは、山岳地域に集中し、地方で行うツーリズム・アクティビティであるため、地方の住民の収入源となり貧困撲滅にも繋がると考える。ネパールでは、トレッキングの季節と農村の季節は反対になり、農村で暇になった季節にトレッキングで収入活動を行うような行動が可能であるため、農村における失業率も減少になる。ネパールの農業とトレッキング業の連携は両業と共に国の経済発展にも繋がると考え、ネパール政府がその点に注目すべきである。

ネパールトレッキングツーリズムの課題点としてトレッキングガイドをはじめスタッフの課題、健康に関する課題、トレッキング地域発展の課題と飲食の課題などが指摘されるが、これらの課題の解決にネパール政府、トレッキング企業、トレッキング会社協会と地域政府の連携で具体的な政策を築

く必要がある。ネパールのトレッキングは、エコツーリズムを促進させるため、エコ観光に関する教育行動をもっと行うべきである。トレッキングツーリズムは、現在ネパールの経済や国の発展のため、著しい貢献をしているがその役割は将来にも非常に期待されている。ネパールのトレッキングツーリズムの課題を詳細に分析し、解決策を築くため、さらに多角的に研究する必要がある。

## 注

<sup>1</sup> ネパール観光省のホームページ「観光統計 2011 年度」PDF ファイル；

<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013 年 6 月 17 日アクセス)

<sup>2</sup> コミュニティ発展といえば、アンナプルナ地域の農民を対象に農業による生活水準を向上し、トレッキング道、橋、学校などのインフラの拡大や改善、健康や清潔活動、女性の発展プログラムなどがある。

<sup>3</sup> 料金には、トレッキング期間に必要な費用として政府に払うトレッキング許可書の料金も含む。

<sup>4</sup> Bhattarai, G.S.[2009], “Tourism Sectoral Operation in Nepal” Travel and Tourism, Pradhan Book House, Kathmandu Nepal,p.134-135.

<sup>5</sup> ネパール観光省のホームページ「観光統計 2011 年度」PDF ファイル；

<http://www.tourism.gov.np/uploaded/fullpage.pdf> (2013 年 6 月 17 日アクセス)

<sup>6</sup> 個人トレッカーは、トレッキング会社を利用なしにトレッキングを行うトレッカーのことを指すが、グループトレッカーは、トレッキング会社を利用される 1 人以上のトレッカーの団体である。あるいは、グループトレッカーと言えば団体だけではなくトレッキング会社を利用する 1 人のトレッカーも指す。

<sup>7</sup> 南アジア以外の国籍の個人トレッカーとグループトレッカーの TIMS カードの色は、それぞれ緑と青で、料金は 20 米ドルと 10 米ドルである。南アジア国籍のトレッカーの TIMS カードの色は全トレッカーにピンクである。料金は、個人トレッカー 6 米ドルとグループトレッカー 3 米ドルである。

<sup>8</sup> ネパールのトレッキング会社協会のホームページ

<http://www.taana.org.np/downloads/TAAN-Financial-Report-2012.pdf>, (2013 年 6 月 30 日アクセス)

<sup>9</sup> ネパールのトレッキング会社との聞き取り調査によれば、トレッキング地域によって 1 人のトレッカーがもたらす平均米ドルの外貨獲得は、アンナプルナ=350、エベレスト=800、ランタン=315、ムスタング=1,190、下ドルポ=1,120、上ドルポ=1,610、フムラ=2,000、マナスル=1,770、カンチョンジョンガ=1,690、マカルや他=1,000 である。

---

## 〈参考文献〉

- 1) 赤坂暢徳・横山秀司 [2004] 「ネパール山村の観光地化と持続可能な発展—アンナプルナ保護地域およびサガルマタ国立公園地域を対象として」『駿台史学』第 123 号, 駿台史学会, 49-82 頁。
- 2) アマン礼子 [2011] 「欧州からの外国人旅行者誘致拡大に関する一考察: 観光先進国イギリス・バースと鎌倉を事例として」『東洋英和大学、NII-Electronic Library Service』71-94 頁。
- 3) 河合明宣 [2002] 「ヒマラヤ山岳地域振興と観光」『放送大学研究年報』(放送大学) 第 20 号, 153-179 頁。
- 4) 工藤 久真 [2010] 「ネパールにおける観光ブランドとしてのシェルパ」『旅の文化研究所研究報告』第 19 号, 旅の文化研究所, 21-35 頁。
- 5) 酒井敏明 [2005] 『世界の屋根に登った人々』ナカニシヤ。
- 6) 鹿野勝彦 [1993] 「シェルパと観光—20 世紀初頭から 1980 年まで」『金沢大学文学部論集行動科学科編』(金沢大学) 第 13 号, 95-116 頁。
- 7) 辰巳佳寿子 [2009] 「ヒマラヤ観光の社会的経済的影響」『山口地域社会研究』(山口大学) 第 7 号, 187-198 頁。
- 8) ネパール文化・観光・民間航空省のホームページ ([www.tourism.gov.np](http://www.tourism.gov.np)), 2012 年 11 月 20 日検索。
- 9) 渡辺悌二 [2012] 「ネパール・ヒマラヤのトレッキング観光開発と環境へのその影響」『立教大学観光学部紀要』(立教大学) 第 14 号, 83-98 頁。
- 10) Bhatia, A.K.[2004], *International Tourism Management*, Sterling Publishers P. Ltd, India.
- 11) Bhattacharai, G.S. [2009], *Travel and Tourism*, Pradhan Book House, Kathmandu Nepal.
- 12) Bhattacharai, T.N. [2006], *Tourism Management*, Januka Publication Kathmandu Nepal.
- 13) Franks, T.R. [1996], "Managing Sustainable Development", *Sustainable Development*, Vol.4, pp. 53-66.
- 14) Government of Nepal, Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation Kathmandu ([www.tourism.gov.np](http://www.tourism.gov.np)), retrieved on 2013.6.17.
- 15) Kotler, P., J. Bowen and J. Makens [2003], *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Education. (フィリップ・コトラー, ジョン・ボーエン, ジェームズ・マーキングズ, 白井義男監修, 平林祥訳 [2003] 『コトラーのホスピタリティ&ツーリズム・マーケティング』ピアソン・エデュケーション)
- 16) Nepal Academy of Tourism and Hotel Management (<http://www.nathm.edu.np>), retrieved on 2013.4.20.
- 17) Nepal Tourism Board ([www.welcomenepal.com](http://www.welcomenepal.com)), retrieved on 2013.6.29.
- 18) Trekking Agencies` Association of Nepal ([www.taan.org.np](http://www.taan.org.np)), retrieved on 2013.6.30.