

平成 31 年 4 月 12 日

九州大学大学院経済学府
産業マネジメント専行長
永田 晃也 教授

ICABE 実施報告書

報告者

ICABE 学生交流推進プロジェクト

学生代表 尾崎 祐子

ICABE 学生交流推進プロジェクトによる出張を下記の通り行いましたので、ご報告申し上げます。

記

1. プログラム名称

ICABE 学生交流推進プロジェクト (第 31 回)

2. 出張地・訪問先

中国 (上海・南京)

大学 南京大学 (NJU)

企業 サイボウズ中国 (才望子信息技术)、シートリップ (携程旅行网)、
江蘇大美天第文化産業有限公司

その他 南京江北新区開発視察、南京観光

3. 出張の背景および目的

International Consortium of Asian Business Education (ICABE)に基づき、アジア各地のビジネススクールを訪問して学生間交流を行う。

急進する中国の IT 業界の現状について、日系企業と中国企業の訪問により理解を深める。また、観光を通して日常生活における IT 普及実態を観察する。

4. 日程

平成 31 年 3 月 14 日 (木) から 3 月 17 日 (日) 3 泊 4 日

5. 参加者 4名（教員 1名、在学生 3名）

教員：目代 武史 准教授

在学生：尾崎 祐子、藤木 直和、横山 雅子（以上 16 期生）

6. スケジュール詳細

【3月14日】

午前 福岡発（中国東方航空 532 便）

午後 上海到着、観光

【3月15日】

午前 サイボウズ中国（上海）訪問

午後 シートリップ（上海）訪問

夜 南京へ移動

【3月16日】

午前 南京大学訪問、MBA 学生と合流

南京江北新区開発 視察（南京大学 MBA 学生と共に）

午後 江蘇大美天第文化産業有限公司 訪問（南京大学 MBA 学生と共に）

夜 南京大学 MBA 学生との懇親会

南京観光

【3月17日】

午前 南京観光

午後 上海へ移動、上海発（中国東方航空 531 便）

夜 福岡到着、解散

7. 学生リーダー所感

2018 年 11 月に南京大学 EMBA 学生一行が QBS を訪問し、親交を深めていたこともあり、今回は南京大学への訪問を決定した。こちら側の参加者は 3 名のみだったが、南京大学側は 44 名の学生が企業訪問に同行してくれた。おかげで濃い議論・交流ができた。英語に苦手意識がある参加者もいたが、丸一日の同行を通して、臆することなく会話が出来るようになっていた。

企業訪問では、いずれも管理職から直接話を聞くことができ、中国 IT 業界の現状と進出の障壁・現地化の課題などについて、現場の正直な見解を聞いたことがとても面白かった。また、観光・移動・買い物など、生活全般においてスマートフォン決済が想像以上に普及していることを体感し、衝撃を受けた。同時にその普及による不便さ（ア

プリがないとタクシーが呼べない、スマートフォンの電源が切れて支払いが出来ない、路線も調べられないなど)も体感することができ、スマートフォン決済依存による弊害の側面も知ることが出来た。

予想を上回る人口の多さにより新幹線の当日券が購入できず、上海から南京までタクシーで4時間掛けて移動するというハプニングにも見舞われた。だが全員が落ち着いて行動し的確な判断を速やかに下せたため、無事に移動することが出来た。この経験はリスクマネジメントに通じるものがあり、緻密な準備と下調べの重要性に改めて気付かされると同時に、緊急時の迅速な判断や落ち着きといった、リーダーシップに必要な要素を鍛えるための良い経験になった。

このように、個人旅行・海外出張とは全く異なる学びをこの ICABE というプロジェクトでは得ることができ、大変有意義な企画だと感謝している。

8. 活動報告 (企業訪問・視察)

【活動報告①】サイボウズ中国 (才望子信息技术 (上海) 有限公司)

<企業訪問>

日 時： 平成 31 年 3 月 15 日 (金) 10:00~12:00

面会者： 副総経理 増田導彦 氏、営業部 銷售経理 有島こころ 氏

記録者： 藤木直和 (16 期)

(1) 企業概要

1. サイボウズ株式会社 (Cybozu, Inc.)

本社は東京都中央区日本橋。1997 年 8 月設立のグループウェア開発、販売、運用をメインとした企業である。同社が提供するクラウドサービス「cybouz.com」は導入企業数 5,000 社を越え、利用人数ベースでは 750 万人を突破している。

ノークリサーチ社の「中堅・中小企業の IT アプリケーション利用実態と評価レポート」において 12 年連続シェア No. 1 (2018 年現在) を獲得するなど、同業界では有数の企業であり、その他にも日経 BP ガバメントテクノロジー「自治体 IT システム満足度調査」、日経コンピュータ「パートナー満足度調査」グループウェア (ビジネスチャット含む) 部門など、様々な満足度調査で 1 位を獲得している。

また、近年では同社のワークスタイルへの取り組みが注目を集めており、離職率が 28% を記録した 2005 年以降、育児休暇取得の奨励や、時短勤務や在宅委勤務の導入、外せない商談に赴くために子供を職場に預けることを認めるなど、自由でユニークな取り組みが度々記事になっている。同社代表である青野氏が結婚に際し奥様の姓を名乗ることを選択した上で、改姓の問題点について発信したり、夫婦別姓を認めることを求めて訴訟を起こすなどの活動をしたりしていることも、世間の耳目を集めている。

ちなみに同社の名前は、「電腦」を意味する「cyber」と、親しみを込めた「子供」の呼び方「坊主 (bozu)」を掛けあわせた造語である。

2. 中国における展開

サイボウズ中国は、2007年5月に中国市場におけるユーザ企業開拓のために設立された、サイボウズ株式会社の子会社である。現在中国国内では導入企業数約1,000社、約40,000人が利用している。

同社の設立については、サイボウズがオフショア開発か市場開拓を目的として中国へ進出するために進めたものと思いついていたが、元々中国で別のビジネスを行っていた副総経理の増田氏が、ターゲットと想定した日系ユーザ企業にヒアリングを行う中で市場としての可能性を感じ、サイボウズ側にJV設立を持ち掛けたことがきっかけであったことが判明した。当初の資本はサイボウズが51%、残りを増田氏側が持つ状態であったが、ビジネスを進めていく中で、サイボウズとして中国に注力していく方針が固まり、現在はサイボウズの100%子会社になっているとのことであった。

- 2007年 サイボウズ上海創業 「サイボウズ弁公系統」提供開始
- 2009年 ApprovalFlow 販売開始
- 2010年 導入企業数 100社 ガルーン3 販売開始
- 2011年 導入企業数 200社
- 2012年 深圳事務所設立 ガルーン Lite 提供開始
- 2013年 導入企業数 350社
- 2014年 導入企業数 500社
- 2016年 導入企業数 600社
- 2017年 日商才望子股份有限公司 設立

(2) 内容

先方オフィスにて、訪問の主旨を説明、執務スペース内見学は叶わなかったが、会議室にて事前に送付していた質問をもとに質疑応答を行った。

(3) 質疑応答

Q. 中国へ進出した経緯・目的は？

A. 元々はサイボウズ関係者ではなかった副総経理増田氏が、中国でのグループウェア市場拡大の可能性を感じ、サイボウズにJV設立を提案。営業拠点としての役割からスタートした。サイボウズの100%子会社となって以降は動作検証や品質管理業務拠点として中国を活用している。

現状の職種ごとの人数割合は次の通り。

上海：開発（検証）約 50 人 営業 20 人

台湾：営業 5 人

深圳：営業 5 人

Q. 中国、そして上海を選んだ理由は？

A. 中国を選んだ理由は前述のとおり、元々中国でビジネスを行っていた増田氏が、グループウェアの拡大に可能性を感じてサイボウズに声をかけたから。上海を選んだ理由は日系企業が多数進出している中国有数の大都市だから。

Q. 日本と中国で、顧客のニーズに違いはあるか？あるとしたらどのような違いか？

A. 中国では情報がトップへの報告という形で使われることが多い。一方日本では、情報共有という形で使われることが多く、その違いもあってまずは中国に子会社や事業所がある日系企業に提案している。中国系企業にはその考え方ごと提案をしている。現状の日系：中国系導入企業数の比率は、9：1程度である。

Q. 提供サービスは日本と同じか？現地化しているならばどのような点か？

A. 提供サービス自体は同じ。もともと日中英の3か国語対応のサービスとなっていたため、特に現地仕様にした点はない。

ただし、日本ではディストリビュータ経由で導入企業を拡大しているのに対し、中国では直販が多い。またユーザフォローという点では、中国においては手厚く活用方法セミナーを行っており、カスタマサポートに力を入れている。ログイン状況もトラックし、活用頻度が下がっている導入企業に対しては、リテンション活動を行っているという意味では違いがある。

Q. 中国においてビジネス、コミュニケーション上、特に注意しているポイントは？

A. 中国企業には社内にシステムインテグレータ（SI）が存在しないケースが多い。社内でヘルプデスク的なことを行ったり、グループウェア導入時にサポートしたりできる環境がないため、サポートに力を入れるようにしている。

Q. 日本では地域創生などの活動を行っているが、中国でも行っているか。

A. 中国においては現状そのような活動は行っていない。

Q. 日本では「チームワークあふれる社会を創る」を企業理念とされていますが、上海ではどのような点を重視しているか？

A. オフィスを改装し、明るくコミュニケーションがとりやすい雰囲気を出すようにした。日本や日本語に興味を持った人が入社しているので、社内の会話は日本語でも

成り立つが、中国語で話しかけるなどしている。

Q. 日本ではユニークな働き方で有名だが、中国や他海外拠点でも同様の取り組みはあるか？また中国特有の働き方制度はあるか？

A. 社員は中途入社ばかりで 20～30 代が多く、40 代以上はほとんどいない。子どもがいる人でもフルタイムで働くことを希望するので、日本のような柔軟な働き方は中国では行っていない。日本でよくみられる、子育て中の女性がパートタイム的な仕事にシフトするような感覚は中国にはない。在宅勤務も現状では認めていない。

しかし、高齢化が進む中で今までと同じようなやり方ができないタイミングが来るため、今後 10 年以内くらいにこの状況には変化が起きると考えており、従業員のライフステージの変化には対応するつもりでいる。

Q. 現地化対応の難しさとしてどのような点があるか？どのように対処しているか？

A. 現在はサービスの現地化は考えていないが、オフショア対応において依頼元の日本と検証側の中国で意思疎通の問題が発生しないよう、営業側と開発側にそれぞれ **Project Manager** を立て、すり合わせを行うようにしている。

Q. 今後の上海、中国、そしてアジアでの展開をどのように考えているか？

A. 拠点を持っているベトナムの技術力が上がってきている。中国の人件費の高まりを考えたときに、今後それぞれの国で何をメインで行うのかを再考すべきタイミングにきていると感じる。

これまでは行っていない、サービスの現地化も視野にいれる必要がある。その際は現地企業と合弁会社を作るなど、従来とは別のやり方を採用した方がいいのではないかと考えている。

アジア各国では、1 国 1 パートナー制をとり、各国のディストリビュータに任せている。まだ中国以外のアジアの売上合計と、中国一国の売上が同じくらいの規模感である。2015 年の Expo に出展した際は競合がおらず、勇み足だったかと心配していたが、その後一気に競合が乱立してきている。

中国ではセールスフォースドットコムが利用できないが、他アジア各国では競合となる。中国においてはアリババの **DingTalk** という無料サービスが競合となる。

Kintoon は営業管理用に活用されることが多い。CRM 用など。これは日中に違いはなく今後広げていきたいサービスである。

(4) 所感

IT 企業が海外進出するにあたって、サイボウズ中国のようなケースを聞いたことがなかったため、大きな衝撃を受けた。進出先の国でビジネスをしているからこそわかる現地の

ニーズに社外の人が気づき、提案をしてもらえらというのは企業側から見れば理想的な形である。しかし改めて考えてみると、飲食業などにおいてはどこかの国でヒットした商品を自国に引っ張ってくるような動きは当たり前に行われていることに思い当たった。海外展開のきっかけについて実際の話をお聞きできる機会はほとんどないため知らないだけで、意外に少なくはないケースなのかも知れない。

自分自身、サイボウズ Office やサイボウズ Live を 15 年以上利用しており、身近な企業としてお話を伺うことができた。同社サービスの良さはある程度理解しているつもりであったが、従業員同士の連携をスムーズにするためのグループウェアは、「横の連携」をすることを前提に成り立っているということは、強く意識したことはなかった。

中国ではトップダウン型の企業が多いため、情報は縦に吸い上げられることが求められ、現状ではグループウェアが意図するコミュニケーションの形はしっくりこないことも多いようだ。日本で高い評価やシェアを獲得できたサービスだからと言って、他国でも同様の結果を安易に期待できるわけではないことを痛感した。





増田氏（左から3人目）有島氏（右から2人目）を囲んでのディスカッション

【活動報告②】シートリップ Ctrip.com international Ltd.（携程旅行网）

<企業訪問>

日 時：平成 31 年 3 月 15 日（金）15:00～17:00

面会者：グレース氏（元台湾支社の責任者、現在上海本社の管理職）

記録者：横山雅子（16 期）

(1) 企業概要

シートリップは、中国・上海に本拠地を置くオンライン旅行会社。

日本を含む世界各地で旅行予約サイト「Trip.com」を展開、中国では「携程旅行网」の呼称でサービスを行っている。

中国の OTA (online travel agency) としては最大手である。中国に加えて日本・韓国・シンガポールに事業拠点を置いている。

カスタマーサービスセンターは外部委託をせず直営で運営され、上海と南通市に設けられている。

Trip.com は、18ヶ国語対応のウェブサイトとアプリを通じ、旅行商品のワンストップ予約サービスを目指している。

Trip.com は 2003 年にナスダック上場。

Trip.com の提携ホテルは世界 200ヶ国、120万軒にもものぼり、フライトは 200万ルート、5000以上の都市を網羅。ホテルやフライトの他にも、中国、イギリス、韓国などの列車予約が可能。

また、Trip.com の日本語カスタマーサービスは年中無休（都心にコールセンター開設）。

A) 企業概要

- ・名称 シートリップ (Ctrip.com international Ltd.)
- ・種類 公開会社
- ・本社所在地 中国
- ・登記上の本店 ケイマン諸島
- ・設立 1999 年
- ・従業員数 3 万人以上
- ・資本金 US\$13.291 billion(2017 年)

B) 変遷

(始動)

1996 年 James Liang, Qi Ji, Min Fan が提携

1996 年 06 月 Ctrip ロゴの最初のバージョンを発表

1996 年 10 月 IDG の資本パートナーからシード基金を受領

1996 年 10 月 公式ウェブサイトを立ち上げ

(基礎)

2002 年 北京海安航空チケットサービス会社の航空券ビジネスを買収

2002 年 中国の 180 都市で 1500 軒以上のホテルにサービスが拡大

2002 年 コールセンターが中国の旅行会社の旅行業界で最大かつ最先端になる

2002 年 05 月 中国でも有数のエコノミーホテルチェーンであるホームインを設立

(飛躍)

2007 年 06 月 上海に新本社が完成

2007 年 便利でスケラブルで標準化された「サービス 20」を発表

2007 年 09 月 Ctrip 大学と CtripMBA プログラム (CMB A) を開始
従業員に投資する

2007 年 「管理研修生プログラム」を開始し、人材確保を確立

(成果)

2014 年 04 月 LY.com に 2 億米ドルを投資

2014 年 08 月 価格との戦略的関係を深める

2014 年 ロイヤルカリビアンクルーズ社とスカイリアーインターナショナル社を設立

2014 年 12 月 「信頼できる商品、信頼できるサービス」キャンペーンを開始

2014 年 12 月 2014 年に中国の旅行グループで第一位にランクされる

(リーダーシップ固め)

2015 年 05 月 elong.com に戦略的投資

2015 年 07 月 中国のインターネット企業トップ 10 にランクイン

2015 年 10 月 Qunar の株式を取得するために Baidu と株式交換を行う

- 2015年12月 2015年に中国最大の旅行グループの称号を維持
(継続)
- 2016年01月 インド最大の旅行会社 **MakeMyTrip** に戦略的投資を行う
- 2016年04月 中国東部航空会社との戦略的協力枠組み協定を締結
- 2016年07月 中国のトップ 500 にランクイン
- 2016年08月 中国初の観光安全管理センターを設立
(近年の意図)
- 2017年01月 世界初の「旅行SOS」サービスを開始
- 2017年03月 カスタマイズ旅行プラットフォームバージョン 2.0 をリリース
- 2017年03月 「イージーステイ」ホテル戦略をリリース
- 2017年08月 **Ctrip** アプリで「やること」の行先サービスのポジションを開始
- 2017年12月 低層都市に拡大し、6000 のオフラインストアをオープン

(2) 内容

グレースさんより社内の施設をご案内頂きながら、叶氏 (QBS15期) と曾氏 (叶氏の職場の方) の通訳を交えながら会社の概略などを伺った。本社は会社というよりは、一つの街だった。

(3) 質疑応答

- Q. 中国で急成長をどうしてできたのか？
- A. IT部門の技術と中国の人口増加のスピードの速さ。

- Q. 従業員の平均年齢は？
- A. 25歳。

- Q. CMBA (社内MBA大学) を設けた理由は？
- A. 社内訓練のため。
社員なら誰でも入学できる。但し証書が欲しい場合は、テスト・面接がある。
この大学に試験を受け入学し、再度海外への勤務になるシステム。

- Q. CMBA は外部の大学と提携しているのか？
- A. 外部とは提携していない。Ctrip 自身のシステムで Ctrip のビジネスプランによって決まっている。授業形態は、オンライン・オフライン・テレビ会議である。

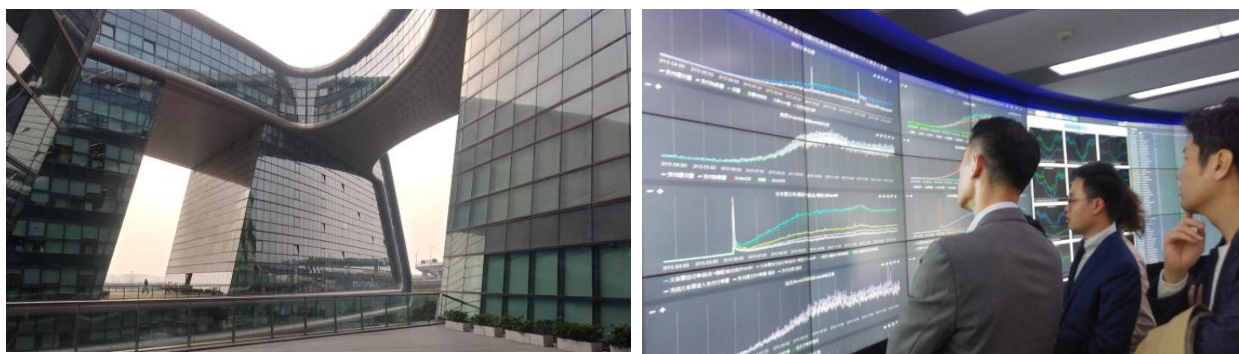
- Q. コールセンターはどうしてアウトソーシングではなく自社でされているのか？
- A. 個人情報、サービスの品質の向上のため。

(4) 所感

2017年、米国のスタートアップの Trip.com 社を買収。中国以外でのブランド名「Ctrip.com」から「Trip.com」に変更している。同年、日本の海外旅行市場に本格参入。

海外の人々、海外の観光にも目を向けブランド名も変更している。海外のプロモーション、ブランドもこれからである。

上海本社のコントロールルームには、大画面で瞬時に受注場所・数などが分かる。また、1ヶ月前からの受注予測もしており、3時間ごとのデータを分析している。分析するアナリストだけで、実に500人もいる。この過去に基づいたデータと現状のデータの分析をし、予測をするのにも驚かされるが、そのアナリストの数も相当である。これから成長していく企業には分析能力が重要であると目の当たりにした経験であった。



【活動報告③】南京江北新区 開発視察（南京大学 MBA 学生と共に）

<視察>

日時：平成31年3月16日（土）10:00～13:00

訪問先：南京江北新区

記録者：藤木直和（16期）

(1) 訪問先情報

南京市の江北新区の都市開発の方針や実績などが理解できる展示施設や、実際に誘致された企業／研究開発施設などを訪問

(2) 内容

南京江北新区は、南京市の東端の中部に位置し、2015年6月に認可された中国13番目の国家的特区である。788 km²に及ぶ広大な土地に一路一帯構想の下、産業と都市機能を融合させた新しいタイプの街の開発を進めている。

私たちは南京大学 MBA の学生達とともに、以下の施設を見学することができた。

◇Exhibition Center

南京江北新区の取り組みを、巨大なモニターに投影する映像、ジオラマ、展示什器などで視覚的なインパクトをもってPRする施設。

南京江北新区が周辺の都市群とどのような位置関係にあるのか、またどのように連携をとっていくのかなどの説明があった。



また、雨水を地下でろ過し、再利用する環境にやさしい都市開発のイメージであったり、地下を交通拠点の要として活用するイメージであったり、模型を使ってわかりやすく展示してあった。これまで中国では開発を優先し、環境への配慮が十分ではなかったが、これからの開発においてはそれらに力を入れていくというアピールがなされていた。



◇City of Genes

遺伝子工学に特化したゾーン。

遺伝子分析による将来罹患しやすい病気の予測を行ったり、遺伝子配列の解析をおこなったりする様々な研究施設が集約されており、Gene Mansion と名付けられていた。



◇National Health and Medical Big Data Center

ビッグデータに関する施設も複数存在していた。中でも健康や投薬に関するビッグデータには力を入れているようで、健康に関する中国国内の意識の高まりがうかがえた。

各研究開発には産学連携的取り組みも見られるようで、施設に大学名が入っているものも見受けられた。また提携している大学のエンブレム展示を見ていると、ケンブリッジやバークレーなど、世界の錚々たる大学と提携していることが伺えた。



(3)所感

見学した地域は数年前まではほとんど何もなかったような場所だったが、政府主導の開発で一気に産業の重点地域になったとのこと。展示施設も2~3年前にできたばかりだが、あと2年ほどでまた別の場所に移転する計画ということであった。

日本で同様の施設を作ると仮定した場合、「こんな街を創れたらいいな」という理想を掲げ、具体的に何年後かは不明だが将来的にはこういう方向性に行こうと思っている、というような抽象的なものになるのではないか。一方中国では、「こんな街を作ることにした」という明確な意思表明と、現実的なスケジュールを示し、シンプルにそれを遂行しているように見えた。

見学をスタートした際、施設に掲げられていた「最近的未来」というスローガンを見て、それは明日や明後日のことを指すのかという違和感を抱いた。通常このような施設では「近未来」などの言葉を使い、もう少し先のことを見せていくような先入観があったからである。しかし見学を終えた後は、この「最近的未来」というスローガンは、必ずこの未来を実現するというコミットの現れであり、それを最短でやり遂げるのだというデッドラインに対する意識の表れでもあるのだと理解するに至った。

あたかも取得済みの土地に集合住宅でも建てるようなシンプルさで都市を作っていく様子に、現状日本が様々な分野で中国のパワーとスピードに押されている理由を垣間見た気がした。



【活動報告④】江蘇大美天第文化産業有限公司（南京大学 MBA 学生と共に）

<企業訪問>

日 時：平成 31 年 3 月 16 日（土）14:00～16:00

面会者：管理職の方（全て中国語対応）

記録者：尾崎祐子（16 期）

(1) 訪問先情報

建築装飾、および装飾工学設計などに携わり、中国での展覧会や中国博物館の展示デザイン・設計・施工・管理を行っている。

2008 年南京にて設立、現在は南京・北京・瀋陽にオフィスがあり、一級建築士 32 名、二級建築士 45 名を擁している。毎月の場合は 40 件以上。

手掛けているのは博物館、科学技術博物館、企画ホール、テーマパーク、商業施設、金融機関など、多岐に渡る。

作品の一例：

明城市壁歴史博物館、中国農業文明博物館、厦門税関博物館、慈溪石炭博物館、高陽美術館、宜興市博物館、天城橋秦皇園博物館、青江浦歴史文化博物館、南京博物館デジタル博物館、南京鼓楼区企画展ホール、河西ニュータウン展示ホール、武装警察江蘇省隊歴史博物館、太平天国歴史博物館、中国の切手博物館、南京公文書館、南京軍事軍事歴史博物館、美鈴宮殿、海門科学技術館、臨沂科学技術博物館、フォルテ保険、ゴールドエンイールドールインターナショナルモール、漢陽建設銀行、シャンリンホテル など

(2) 内容

管理職の方が社内を案内しつつ、会社の歴史・文化・作品を説明してくれた。4 階建ての自社ビルには各階に自社で手掛けられた作品が展示されており、一つ一つを丁寧に説明された。1,2 階は特に社史や装飾建築の展示、パネルが設置されており、3,4 階がオフィスとなっていた。壁の仕切りがなく、風通しの良い設計であった。

社風についてもよく説明がなされ、オフィスの作りと同様に、自由で風通しの良い企業文化だということだった。自由な発想が良いデザインを生むとのことだった。

(3) 所感

手掛けられた多くの作品は、古代中国らしさを残しつつも、斬新さのあるデザインのものであった。このように、西洋的に染まることなく自国の良さを残している姿勢には、中国の大国としての自信と長い歴史への誇りが感じられた。

訪問した日が土曜日であったため、オフィスには誰も人がいなかったが、デスク上には個人の趣味であろうキャラクターの人形などが置いてあり、確かに自由で風通しの良い企業なのだろうと思った。

南京は上海から距離もあり、まだまだ地方中堅都市だが、大美天第文化産業有限公司は地方（南京市）の案件に特化し、市と共に南京の建築・展示を盛り上げている。これはある意味、地方開発のためのソーシャルビジネスでもある。同日の午前中に訪問した江北新区開発も併せて、南京の都市としての躍進が目前であることは容易に推測できる。この南京都市活性化のモデルは、日本の数ある地方都市活性化に応用可能なモデルだと思う。



【活動報告⑤】南京観光（夫子廟、総統府・煦園）

<観光>

日 時：平成31年3月16日（土）夜と3月17日（日）午前

同行者：3月16日（土）のみ、南京大学ジャン教授・南京大学 MBA 学生4名と共に

記録者：横山雅子（16期）

(1) 南京について

南京は、中国四大古都のひとつで、江蘇省の省都である。江南エリアの政治経済の中心となっている。人口密度の高い大都市。長江の河口から360 km遡った盆地で、夏の猛暑で有名である。

2010年、上海～南京を結ぶ高速鉄道ができ、約2時間で行き来できる。

歴史ある建物と近代的な開発が進んでいる建物とがあり、街中は花々に覆われ、とても美しい街であると感じた。

(2) 夫子廟

夫子廟は、明清時代の風格ある建物の並ぶ繁華街に建つ廟。市中心の南の秦淮河の近くに位置し、この繁華街全体も夫子廟と呼ばれる。1034（宋の景祐元）年に創設された。

私達一行は、夜に文徳橋付近から秦淮画舫という昔ながらの遊覧船に船上し、風情ある楽しいひと時を過ごした。電飾された景色がとても美しく華やかで、スポンサーである銀行名がよく目についたように思う。



(3) 総統府・煦園

総統府(天王府跡)は、江南様式庭園である煦園内にある建物で、600年以上に渡って、中国国家における政界の要人たちの執務室として使用されてきた。今日では20世紀中国の歴史をテーマにした博物館になっている。

私達一行は、南京を高速鉄道で上海へ向かう前に総統府・煦園を訪れた。朝早くからであ

ったが、既に人並であった。総統府は歴史を感じる重みを感じられ、煦園はほっと落ち着きたくなるような、とても趣がある庭園であった。



以上