

海外水ビジネスの動向と日本の戦略

～「SEA JAPAN」でグローバルウォータ・ジャパン 吉村和就代表～

1994年から隔年開催で行われている日本最大の国際海事展「SEA JAPAN」が4月18日から20日まで東京ビッグサイト(東京都江東区)で開かれた。今回は節目の第10回目の展示会で、新しいカテゴリーとして「海洋開発」をテーマとした展示コーナーやセミナーを多数企画した。さらに、深海底鉱物資源開発の取り組みや海洋再生可能エネルギーなどの講演が行われる中、同月20日には「水ビジネス」について、業界のキーパーソンとして世界的に著名で本誌でも「水と共生(とも)に」を連載中のグローバルウォータ・ジャパン代表、吉村和就氏が講演した。講演内容は以下の通り。

急激に拡大している水需要

世界は今、水不足に直面しており、その要因は人口増加と経済の発展である。世界人口が70億人を越えた地球、国際河川では水争いが頻発し、また、国境を越えた水ビジネスが大きく展開され、世界各国は水ビジネスに国を挙げて取り組んでいる。

世界人口の増加とともに過去100年間で水の需要は6倍に膨れ上がり、2025年には約5兆m³に達すると予測されている。中でもアジアにおける水需要は全体の60%を超えており、今後も有望なマーケットとして注目されている。しかし、日本は「世界に誇れる水処理技術」があるが世界市場でのプレゼンスがなく、欧米、アジア諸外国との市場競争に後れを取っている。

水ビジネスは国を挙げた取り組み

“水”を取り巻くビジネスのうち、

関連機器市場は2010年の時点で4840億ドルに達し、年6%程度の伸びを記録。また、淡水化ビジネスの伸びは、05年が92億ドル、15年には211億ドルに達する見込みで、年14%の伸びが期待されている。

このような世界的に需要が拡大することが予測されている市場に向けて国を挙げて受注競争が激化している。その代表的な国がフランスであり、ヴェオリア、スエズなどが世界的な企業として存在し、両社ともに水ビジネスにおける売り上げは1兆円を超え、給水人口はともに1億2000万人を超える。

なぜ、フランスが強いのか。戦略的な取り組みがいくつもなされているからに他ならない。国際金融機関の事務局支配、「世界水フォーラム」の開催などを含めた水に関する啓蒙活動、大統領によるトップセールスなど多岐にわたる。

また、アジアで積極的な取り組み



講演するグローバルウォータ・ジャパンの吉村和就代表

を行っているのがシンガポールである。250億円に及ぶ支援や産官学の連携、100億円を投資して設立されたウォーターハブ、税制の優遇策、研究開発拠点としての海外からの投資受け入れの積極展開などが挙げられる。

そして、隣国の韓国も水ビジネスには積極的な展開を図っており、フランス同様、李明博大統領によるトップセールスが功を奏し、昨年は

18カ国への訪問を通じて、約6兆円の外貨を獲得している。また、中国と自由貿易協定(FTA)を模索しており、さらなる海外市場の開拓を視野に入れているほか、07年からの「水産業育成5カ年計画」では、現在11兆ウォンの国内水産業を20兆ウォンに育成して、世界的な水企業を2社以上育成し、世界市場に乗り出す計画だ。

巨大企業が狙う水ビジネス

世界の巨大企業が水市場をターゲットに関連企業の買収などを行うことにより市場への攻勢をかけている。代表的な企業が米GE(ゼネラル・エレクトリック)、独シーメンス、米IBMなどである。GEは豊富な資金を背景に2000年代には多くの関連企業の買収に成功して積極的な展開を図っているほか、シーメンスは、買収した米USフィルター社を核に

して民営化上下水道事業を経営し、米国をはじめ、ドイツおよび周辺国などへ展開している。

さらに、IBMは自社の得意とする事業領域を生かして、データの管理、統合、分析などを通じて水量、水質などをクラウド手法を活用し管理可能な状態にするなど、水インフラの統合管理などを行うソリューション事業の展開を計画している。

日本の水戦略

一方、日本の水ビジネスへの取り組みはどうか。

漏水防止技術、そして、膜処理技術、分析技術などは世界に誇れるレベルにあり、下水道の普及率もトップクラスである。しかしながら、先述のフランスや韓国と比較しても国策がなく、世界的な企業が存在していないことや、原子力発電所や鉄道事業と同様、各メーカーが個別に営



業展開を図っていることが海外インフラビジネスで優位に立っていない要因のひとつとなっている。

こうした状況下で2009年、産学官の連携により「水の安全保障戦略機構」が政策提言機関として設けられ、経済産業省を中心に経済界の有力企業を集めた「水ビジネス国際展開研究会」なども開催されるなど、水ビジネス市場へ攻勢をかける取り組みが進められている。さらに今後は、装置・プラントメーカー、そして海外市場で営業力を持つ大手商社、優れた水管理運営能力を持つ自治体などの協業に加え、政府や海外とさまざまなパイプを保有する日本貿易振興機構(JETRO)、国際協力機構(JICA)などの関係機関との連携を強め、案件獲得のための戦略を推進していくことが諸外国に対抗できる日本の勝てる条件として挙げられる。④

(編集協力 UBM ジャパン)



講演会場は多数の来場者で満席となった

吉村代表の連載「水と共生に」(第3回)は本誌24～27ページ。