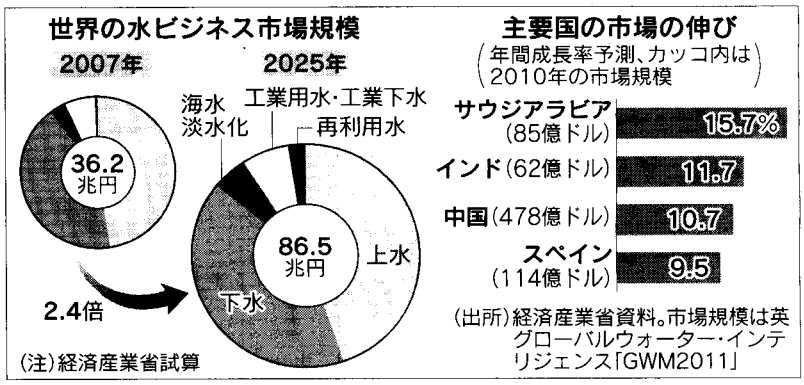


水ビジネス①

よくわかる

100兆円市場巡り争奪戦

世界人口の増加や新興国の経済成長、相次ぐ異常気象を背景に、貴重な資源である「水」を巡るビジネスが拡大している。経済産業省の試算によると、水市場の世界規模は2007年の36兆2000億円から、25年には約2・4倍の86兆5000億円に拡大する見通し。将来は100兆円を超える巨大市場に成長すると見込まれている。

水ビジネスの裾野は幅広く、上下水道の運営や下水、排水処理など古典的なものから、IT（情報技術）を使った水道管理、水処理膜、海水淡水化、船舶のバランスをとるバラスト水の処理まで様々な分野に及ぶ。今後の急速な成長が予測される地域は南アジアと中東・北アフリカ。国別ではサウジアラビア、インド、中国で年率2桁の成長率が見込まれている。

企業が参入できる民営化された市場の成長率は推定で年間8・4%。市場全体の成長率の4・7%を大きく上回る。

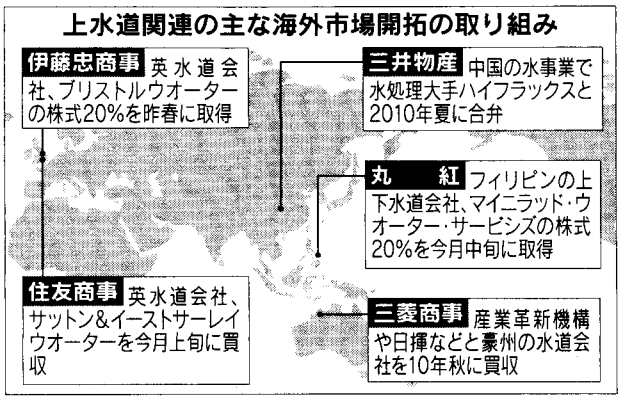
こうした民営化市場を牛耳るのが「水メジャー」と呼ばれる欧州の総合水事業会社だ。資金調達から施設の建設・運営までを一括で提供する事業モデルが特徴。最大手は仏ヴェオリア・エンバイロメント（売上高約2兆9400億円）、2位は仏スエズ・エンバイロメント（同1兆4700億円）でフランス企業だけで7割を占有。英テムズ・ウオーターが続く。

新興国ではシンガポールのハイフラックス、韓国の斗山が大手だ。潜在市場の大きさには異業種も目をつけ、米ゼネラル・エレクトリック（GE）や独シーメンス、米IBMなど巨大企業が続々と参入を果たしてきた。

一方、日本では自治体が上下水道を運営するため民間企業にノウハウの蓄積がなかったうえ、業務分野も分かれ、大手のプレーヤーは限られてきた。伝統的な水処理会社の栗田工業、オルガノのほか、総合的な水事業は日立製作所などが手掛ける程度だった。

しかし、ここへ来て業種間の連携が徐々に進み始めている。富士電機と日本ガイシが事業統合したメタウォーターや、三菱商事、荏原、日揮が共同出資する水ingが水道総合事業を強化。三菱商事以外の商社も、国内外で相次ぎ事業を立ち上げている。

14億立方キロメートルの水をたたえる地球。だが約98%は海水で、人間が直接とれる水は0・01%しかなく、世界では8人に1人が安全な水を飲めない環境にある。水問題の専門家で国連の環境アドバイザーを務める吉村和就氏は「世界各国は国を挙げて水ビジネスの育成に取り組むのに日本は存在感がない。技術力を生かした事業展開を急ぐべきだ」と警鐘を鳴らす。



水ビジネス②

よくわかる

商社、M&Aで上水道開拓

水ビジネスの市場規模で半分弱を占め、主戦場となる上水道。毎日利用する上水道は利用者数、水道使用量などを精査すれば、キャッシュフロー（現金収支）を予測しやすい。大手商社は欧州やアジアの水道会社のM&A（合併・買収）で事業基盤や設備、人材を一気に獲得し、海外市場開拓を急いでいる。

丸紅がフィリピンの上下水道会社、マイニラッド・ウオーター・サービシズ（ケソン市）の株式20%分を今月中旬に取得、住友商事が今月上旬、英国の水道事業会社、サットン&イーストサーレイウオーターを買収―。各商社は矢継ぎ早に海外の水道会社のM&Aを打ち出している。

日本では上水道は官営が主体のビジネスだが、人口増や都市開発が進む新興国では上水道構築の需要が膨らんでいる。英国などのように民間企業が上水道ビジネスを手掛けている国ではM&Aの投資機会も多い。

M&Aで傘下に収め、コストを削減すれば事業収益の拡大を狙える。買収や提携で得られた水道事業のノウハウを他地域に横展開すれば、運営・管理の改善効果も期待できる。

日本でも2002年に改正水道法が施行され、水道事業を民間に委託する道が開かれた。国内ではまだ部分的な委託が大半だが、自治体と民間企業が連携し、海外進出を狙う動きはここ数年、活発になっている。

東京都の第三セクター、東京水道サービス（東京・新宿）は昨春、海外の水道事業参入を目指し、東京水道インターナショナル（同）を設立。川崎市も伊藤忠商事や東芝などと組み、海外進出のための連携組織を立ち上げた。

日本の水道の漏水率は全国平均で7%、東京都はわずか3%と世界で最も優れた水準にある。それを支える自治体の管理ノウハウと、民間の浄水技術などを組み合わせ、世界市場で競争力を発揮することが期待される。