

発展途上国の人口急増や経済成長などで、生活基盤となる水ビジネスの世界市場は急成長している。だが日本の水処理会社は国内で豊富な技術の蓄積があるにもかかわらず、世界大手企業(水メジャー)に太刀打ちできていない。海外展開の課題は何か。国連の審議官などを務め、世界の水市場に精通するグローバルウォータ・ジャパンの吉村和就代表に聞いた。

グローバルウォータ

グローバルウォータ・ジャパン代表

吉村 和就氏



よしむら・かずなり 荏原経営企画部長、国連本部環境審議官などを経て、2005年にグローバルウォータ・ジャパン設立。政府の研究会委員も多数務める。

総合

水ビジネス 世界にどう挑む

—世界の水ビジネスはどのように成長していますか。

「インフラ需要は拡大傾向にある。新興国では人口急増で水資源が枯渇している。中国では経済発展が著しい沿岸部に注目が集まるが、内陸部でも需要が高まっている。新興国でも大都市部は水メジャーの攻勢で競争が激しいが、地方では日本勢もまだ開拓の余地はある」

—新興国の水事業会社が台頭しているようですが。

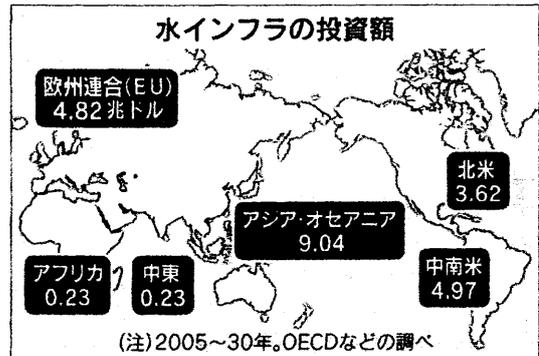
「シンガポールと韓国が政府主導で成長してきた。シンガポールは海外企業にも開かれた研究拠点を設けたり、下水処理場を試験機関として開放したりして、海外技術の吸収に励んだ。世界で水処理研究で実績のある大学の1・2位はシンガポールだ。韓国は公共企業体『K-ウォーター』に全国の自治体水道施設のうち半数の事業運営を担わせ、技術力を培ってきた。水ビジネスでも利益率の高い維持管理(O&M)事業でノウハウを蓄えてきた」

—日本勢は世界での存在感が希薄です。

「日本勢は決められた性能の水処理装置を作るのは得意だが、プラントをゼロから作り上げるのは不得手だ。湖と川と人口密集地があったとき、どんな浄水場を作れるかを考えられる人材が少ない。国内の自治体などの要望に応えることが多かったからだが、それでは日本勢は海外、特に新興国では主契約者の水メジャーの下請けに甘んじるしかない」

—日本の商社は海外企業の買収や出資な

オールジャパン発想捨てよ



ど、海外水ビジネスに意欲的です。

「世界では水とエネルギーと食糧を連携させて地球規模の問題の解決につなげる考えが重要とされる。商社はこの三位一体の考えを具現化すれば、世界で事業拡大できるはずだ」

—日本勢が海外展開を加速させるための課題は何でしょうか。

「まず若い技術者をどんどん海外に送り出すことだ。人選の条件は語学力ではなく、客の前ですぐに設計図が引けるかどうかだ。自社商品を押し売りするための語学力があっても意味がない。むしろ相手国のインフラ状況を踏まえた上で、客の要望に迅速に対応したプラントをすぐに設計する経験を重ねることが、世界での受注につながるし、日本の競争力の底上げにもなる。オールジャパンの発想を捨てることも重要だ。日本勢だけで団結して海外で成功したケースは皆無だ。主導は日本企業でも海外企業と連携するジャパンイニシアチブを進めるべきだ」

(聞き手は榊原健)