

基調講演

「国際的な水ビジネス市場と勝てる日本の戦略」

グローバルウォー
タ・ジャパン代表 吉村 和就氏

海外の水ビジネスは
横浜から始まりまし

た。安政5年の日米修好通商条約で日本は世界5カ国に門徒を開き、外国船が多数入ってきて、その外国船に向けて食料と水が販売されていきました。横浜の水は非常に水質が良かったために、赤道を越えても腐らなかつたと評判になったそうです。

世界の水ビジネス市場は100〜110兆円へと、これから伸び

ることに間違いありません。中でも、イランとアメリカに需要があると思います。イランは、世界一の産油国になる可能性があります。唯一の欠点は水が

環境に大きな影響を与えています。アメリカについては、トランプ氏も水を商売をしていました。トランプ系企業38社で、「トランプ・ア

市場は100〜110兆円に

水だけを見ず「三位一体」で提案

足りないことで、国土の96%が砂漠です。砂漠に多くの汚水が放流されているため、地下水に入って汚染され、

イス「というペットボトル水を販売しています。昨年の年商が28万ドルで、日本円にして約3000万円売り上

けています。

ミシガン州フリント市では老朽化した水道管の高濃度鉛汚染が発生したのですが、大統領選挙キャンペーン期間中にトランプ氏が現地に入り、『水道は国民の命だ、俺が解決する』と演説しています。また、ハリケーンなどで大変な洪水、高潮の被害が発生したフロリダやテキサスに行つて『国土の強靱化が強い

水道管破裂による道路陥没事故についてアメリカは24万件で、日本の9・6倍となっています。この数字を見ると、アメリカでどのようなビジネスチャンスがあるか分かると思います。

世界を目指すためには、情報の収集能力と人材が重要です。グローバルに活躍できる人材はTOEICの点数は関係ありません。どこでも寝ることができ、何でも食べられる、誰でも友達になれるのが基本となります。これらをクリアした上で、英語などの現地の言葉が話せるのが良いですね。根が明るく、精神的に若く、行動力がある人も良いと思います。

技術力があるからといって世界で勝てるわけではありません。相手のレベルとラベルと財布の中身を見て、新しいビジネスモデルを提案する必要があります。水ビジネスだからといって、水だけを見ず、水とエネルギーと食料の三位一体で提案していかねばなりません。

日米の水インフラを比較すると、給水人口についてアメリカは3億人、日本は1億2420万人。給水量も2・5倍となっています。アメリカの漏水率は日本の2倍で平均14



リません。