

「水」ビジネス

地

球環境問題への関心が高まるなか、「水」資源をめぐる国際ビジネスが熱を帯びてきた。世界各地の深刻な水不足や「安全な水」へのアクセスを確保するため、新興国や途上国で水道事業や淡水化プロジェクトなどへのニーズが急速に高まっているためだ。

政府は今年一月、民間企業と協力して、世界の「水」資源ビジネスに本格参入するため、官民連携の推進協議会を設立した。深刻な水不足に悩む発展途上国への経済援助を絡めて、日本の水ビジネスの海外進出を積極的に後押ししていく方針だという。二一世紀は「水の時代」と言われ、水資源をめぐる世界市場は急拡大すると見込まれる。水資源ビジネスでは、欧州企業が世界市場の大半をおさえ、日本企業の海外進出は立ち遅れていただけに、日本の「水」産業を新たな輸出産業に育成する狙いもあるようだ。

この協議会（海外水循環システム

協議会）には、日立製作所などのプラントメーカーや、水処理膜メーカー、ゼネコン、商社など一四社が参加、水道局を運営する自治体や政府研究機関も協力する。政府は、企業の海外展開を支援するため、国際協力銀行の融資や途上国の水プロジェクトへのODA（政府開発援助）供与を検討する一方、海外でモデル事業を行い、官民連携して主にアジア・中東地域での市場開拓を目指すという。

水は、エネルギー、食料と並んで人間生活や経済発展に欠かせない地球上の重要資源とされる。ところが、世界で深刻な水不足にあえぐ国は三〇カ国、安全な水を得られない人口は一一億人に上る。途上国の人口増や工業化の進展で水の汚染が進み、一方では地球温暖化の影響で河川の渇水や砂漠化が進むなど水の偏在も進んでいる。

こうした「水」をめぐる危機的状況（ウォーター・ストレス）は、貧困国の飢餓や水をめぐる紛争を招き、世界の不安定要因ともなりかねない。地球規模の「水問題」の解決に日本企業が積極的に関与していくことは、目に見える国際貢献としても評価されよう。

ただ、日本の「水」ビジネスの海外進出には、いくつかの障壁もある。一つは、「水メジャー」と呼ばれる欧州三大企業（仏ベオリア、仏スエズ、英テムズ・ウォーター）が世界の「水」市場で圧倒的シェアを誇り、日本勢の参入が難しいこと。とりわけ、今後の主要な成長市場とされる途上国の上下水道事業の分野では、メジャーの壁は厚い。

水ビジネスの市場規模は、二〇二五年には一〇〇兆円に拡大する見込みだが、その大半は水道事業の運営・管理業務とされる。しかも、途上国の上下水道事業は今や民営化が主流となり、国際機関の途上国向け援助も民営化を融資条件としている。早くから水道事業の民営化が進んだ欧州で、サービス業としての豊富な経験を積んできたメジャーの世界市場での競争優位は揺るぎそうもない。

とはいえ、日本企業にもメジャーに十分対抗できる強みがないわけではない。水処理用の膜技術では、日本企業の技術力が世界をリードし、世界市場の約六割のシェアを占め、淡水化プラントの設置数も世界二位を誇る。

また、水を「循環する資源」として工業用水の回収率を高め（再生水）、水道の漏水率を一割以下に抑えた「省水型の水管理システム」も、日本固有の優れた技術力と言える。

今後は、日本のこうした技術面の強みを生かしつつ、個々の要素技術を組み合わせた包括的なプロジェクト供与の形でのビジネス展開が望ましい。そのためには、政府の途上国援助や技術協力が欠かせない。また、日本が劣勢な上下水道事業などの運営・管理サービスについても、自治体の協力を得て、公営事業として蓄積した技術やノウハウを生かす工夫も必要だ。一部の途上国では、水道事業の民営化で逆に料金が高くなり、住民の反発で失敗した例もある。

世界の「水」をめぐる危機的な状況を、単にビジネス面の利害損得や勝ち負けだけで捉えるのではなく、水問題解決へ日本が官民あげて協力していく形の日本型のアプローチこそ望まれる。そうでなければ、環境産業としての「水」ビジネスは、単なる「水」商売に終わりがかねない。

萩原慎一郎

経済ジャーナリスト



C O M P A S S