

参4 水道関連企業ヒヤリング調査 集計表(メーカー:A~C)

アンケート項目		製造業A	製造業B	製造業C
問1				
① 既に海外に進出している				
	対象国名	台湾、中国、ベトナム。	38カ国。	主として中近東、アジア(シンガポール、ベトナム、韓国、タイ)。
	業務内容	ろ過器程度。	・1959年頃から海外事業を行った。	物品輸出(水道用鑄鉄管、バルブ等)。
	進出手段	建築設備では中国に現地法人を持つ。	・進出の手段は、ゼネコン或いは商社を介して行ってきた。 ・ODAも行った。中断していた海外事業は平成15年より再度始めた。 ・海外ではローテック、ハイテクが共存しているが、日本ではその感覚が無い。 ・資金と人的余裕が無い。 ・現地法人が中国、中東サウジに合弁会社を中心に考えている。 ・海外に製品を出すには①まずその国にあった設計をして②進出という手間、品質を適正に考え、進出手間を極力減らすことを考える。	・商社を通している。現地の商社、政府、公団に直接販売、口利き屋。
② 海外進出を考えている				
	対象国名	・アジアを中心とする。	-	-
	業務内容	・下水の整備。 ・水不足もあるので日本の技術でリサイクルを考える。	-	・環境機器(ゴミ処理、下水プラント)は最近無し。
	進出手順	・日本の技術が使えるのか各国を調査する。	-	-
③ 海外進出を考えていない		-	-	-
	④ その他意見	・中国などは日本側にコストダウン、省エネ等を期待している。 ・今後はマネジメント、再利用等が期待できる(CDと合わせて考えていきたい)。 ・中国は、膜処理でも良質な膜素材の製造法に関心がある。	-	・事業部によっては海外進出は盛んであり、アジアでは製造もしている。
問2				
① 海外進出を意欲的に考える				
	対象国名	-	-	今後とも中近東、アジアを考える。
	業務内容	-	-	-
	進出手段	-	-	-
	進出時期	-	-	-
② 海外進出に対する障害				
	障害の内容1	-	・有償だと競争力が無いので日本の製品がもって行けない。	・中近東でも入札ベース、プロジェクトはコンスタントに需要が見込めない。
	障害の内容2	-	・中国水道は役所管理で外国企業は参加不可、日本に対して拒否。	・アジアではニーズの違いもあってハイスペックは不要。
	障害の内容3	-	・中華人民共和国建設部では「認定書」でライセンスを与えている①専門のプロジェクトの設計許可書、②プロジェクトを受ける許可書。	・タイ、インドネシアでは輸入規制がある。
③ 海外進出のリスク				
	リスク1	-	-	・代金の回収、LC(Letter of Credit)銀行保障(輸入会社の変わりに銀行が支払ってくれる)。
	リスク2	-	-	・コンスタントに出ればこのような製品開発をする。
	リスク3	-	-	-
④ 障害、リスクの解消法				
	解消法1	・オフショア指向(業務操作対象重点主義)で進んでいきたい。	・信頼できる安全な合弁会社を選ぶ。	・海外ではシンプルでコストが優先される。
	解消法2	・パートナーシップとコミュニケーションが重要と考える。	・法律が異なり、度々変わる。地域によっては解釈が異なる。	・中東など(欧州からははじめとした)輸入品同士の競争市場に主に進出する。
	解消法3	-	・上海経済区で“日本企業出て行け事件”があった。	-
問3 海外の業務取引等				
① 従来と同業務(製品)を考慮				
	取引業務(商品)1	-	・RO淡水技術、MBR浸漬膜。	-
	取引業務(商品)2	-	・必要・十分な製品を開発。	-
	取引業務(商品)3	-	・日本の経済産業省の提出書類、製品チェックが複雑。書式を簡略化、欧米では短い(ビジネスチャンスを失う)。	-
② 海外に見合う業務開発				
	開発業務(商品)1	-	-	-
	開発業務(商品)2	-	-	-
	開発業務(商品)3	-	-	-
③ 需要に応じた業務(製品)				
	需要業務(商品)1	-	-	-
	需要業務(商品)2	-	-	-
	需要業務(商品)3	-	-	-
④ 他国にない新業務(製品)				
	新業務(製品)1	-	-	-
	新業務(製品)2	-	-	-
	新業務(製品)3	-	-	-
	⑤ その他	・ODAでは公共事業。 ・産・官・学が連携して案件を作る。	-	・差別化として「日本特有の安全基準」があるが、現地にそこまでのニーズの有無は別問題。 ・事業運営を狙ったらどうか？ ・日本国内で包括民営化の実績を作り海外へのシナリオを作成(仕組みづくり)。
問4 海外進出の課題				
	① 政情不安	・特に無し。	-	・1997年インドネシアで暴動、ジャカルタでも、一時(14日ほど避難)あった。
	② 契約制度	・借款になると入札になってしまう。 ・下水の無償は作りにくい。 ・上水→GDPが向上→下水(GDPが上がらないと下水の方に移行しない。)	-	・特になし。 ・先方との取引は、商社がやっているのであまり心配していない。
	③ 官民一体の取り組み期待	・業界そのものが海外に目を向けて行きたい。 ・官の支援: 日本発新技術の5件くらいまでは無償案件づくりをやってほしい。	-	・物品の輸出であれば、ODAにつなげられる調査ミッションの充実を期待したい。 ・例えばインドネシアの水道事業体について、施設更新の必要性や運転技術オペレーションについての実態調査の派遣組織チームをつくり情報を民にフィードバック願いたい。
	④ ODA等に仕組み作りを期待	-	-	-
	⑤ その他	・海外水道の将来のシナリオを作りたい(厚生労働省)。 ・産業界の実態を調査したい。 ・事例を伺いたい。 ・阿部首相のゲートウェイ構想。 ・特に環境設備では日本企業に便乗することが多い(タイ、マレーシア)。	・円借款で他国の事例でも、自国の資金は100%自国でやっている。 ・プロジェクトをやったらはじめだけでなく、メンテなど将来に向けて考える。	-

参4 水道関連企業ヒヤリング調査 集計表(メーカー：D～F)

アンケート項目		製造業D	製造業E	製造業F
問1				
① 既に海外に進出している				
対象国名		ネパール(浄水場プラント)、ブラジル(弁類)等。	-	マレーシア、中国。
業務内容		-	・海外に支店も工事店もないが代理店(40箇所2～7人)がある。	・脱水機の販売(工場、代理店有)、チェックフィルター(砂ろ過等)。 ・代理店は出会いを主とし、米、台湾、オーストラリア、欧州、南米、韓国。
進出手段		・ゼネコンの傘下で受注、政府間取引無し。	・30年を経過、商社は使わない。	・代理店を通じて技術輸出。
② 海外進出を考えている				
対象国名		-	・アメリカ、中国、韓国、欧州6ヵ国。	・まだ、掘り起こしていない国が多い。
業務内容		-	-	・とりあえずはチェックフィルター(砂ろ過等)。
進出手順		-	-	-
③ 海外進出を考えていない				
		-	-	-
④ その他意見		-	・国内は8箇所営業所を置いて直販している。 ・研修生を面倒みて帰国後に機器の注文を受けることもある。 ・どの機器が現地に適用するかこちらが考える。	・商社は使わない、小さいものは扱わない。
問2				
① 海外進出を意欲的に考える				
対象国名		-	-	-
業務内容		-	-	-
進出手段		-	-	-
進出時期		-	-	-
② 海外進出に対する障害				
障害の内容1		-	-	・メーカーが行って説明しても信じられない。①事実を示す、②納入実績等で説得する。
障害の内容2		-	-	-
障害の内容3		-	-	-
③ 海外進出のリスク				
リスク1		-	・為替、円ベースで考える、前払いを原則とし、この20年失敗なし。	-
リスク2		-	・中国など、政情不安。	-
リスク3		-	・鳥インフルエンザ。	-
④ 障害、リスクの解消法				
解消法1		-	・市場ニーズの調査、代理店をよく訪問する。	・ヨーロッパでは国がファイナンスするので、フィンランド、スウェーデンなどが競合するが問題ない。国が貸し付ける制度がある。
解消法2		-	-	・日中経済協会に入会している。
解消法3		-	-	-
問3 海外の業務取引等				
① 従来と同業務(製品)を考慮				
取引業務(商品)1		-	・漏水探知機、鉄管ケーブル探知機。	・脱水機、チェックフィルター(ホリアロビレン)、高揚程ポンプ等。
取引業務(商品)2		-	・地中では、GPS、マッピングは海外輸出していない。	-
取引業務(商品)3		-	-	-
② 海外に見合う業務開発				
開発業務(商品)1		-	-	・差別化できる製品を開発。
開発業務(商品)2		-	-	・脱水機(大容量、高効率)、ろ過機。
開発業務(商品)3		-	-	・脱水機(下水用、省エネ)。
③ 需要に応じた業務(製品)				
需要業務(商品)1		-	-	-
需要業務(商品)2		-	-	-
需要業務(商品)3		-	-	-
④ 他国にない新業務(製品)				
新業務(製品)1		-	-	-
新業務(製品)2		-	-	-
新業務(製品)3		-	-	-
⑤ その他		-	・政府へ、技術評価をキチンとやって欲しい。漏水防止は水源開発だと同様の価値がある。 ・南米では、盗水課がある。有効率目標(大事業98%、中小95%)。 ・機材を供与しても1年後にはメンテナンスが多い(メンテナンス契約の長期化)。	・現状の商品を販売していく。中国を除いて問題ないが、南米、南アフリカ、途上国が気になる。ODA、大手企業向けで問題ない。
問4 海外進出の課題				
① 政情不安		-	-	・特に感じていない。
② 契約制度		・中国はシステムが無いのでかえってやりづらい。	-	・全てLCでやるようにしている。 ・代理店ともあるが、エンドユーザーとで直接取引している。 ・納期時に90%が多い。
③ 官民一体の取り組み期待		・国際見本市、上海への展示盾あり。 ・子会社でもコンソーシアム(Consortium)を組んで出て行けるように考えてほしい。	-	・JBICの案件はもっと活用したい。
④ ODA等に仕組み作りを期待		-	-	・タイドローン等国の仕組みを勉強しないとハードルが高い。材料はあるので、国の海外向け講習会等をやってほしい。
⑤ その他		・販売手法(営業)に関してのノウハウが蓄積されていない。この部分をどのように補うか(自社人材、外部人材、商社と提携など) ・欲しい情報は、市場データ(規模、計画など)、販売手法、人脈、各種リスク(為替、資金回収、政情、慣習など) ・マクロ的には中国など需要があると見ることが出来るが、一方でリスクがあり、リスクの方に気を取られると及び腰になる傾向がある。 ・情報データベースなどがあれば、大変助かる。 ・海外企業に太刀打ちするため「日本企業連合」のような方式が取れないか。	・機材とメンテナンスが別発注になっているがフランスのようにセットでどうか？ ・海外の事業体が民営化されてくると、必然的にフランス製品が増えてくる。	・JBIC、世銀等ある程度、資金があるところは、高額機械でも買ってくれる。 ・国の支援：①海外前(情報説明)、②海外後(支援)。

参4 水道関連企業ヒヤリング調査 集計表(メーカー:G~J)

アンケート項目		製造業G	製造業H	製造業I	製造業J
問1					
① 既に海外に進出している					
	対象国名	ドイツ(現地コンサルタント及び現地水処理会社と代理店契約)イギリス(現地簡易水道設備会社と代理店契約)韓国(現地水処理会社と代理店契約)中国(原材料輸入国であり技術指導・設備投資により一次製品化して輸入)アメリカ(水処理機器を輸入)	・フィリピン、マレーシアを中心とした東南アジア ・インド ・中東	・台湾、中国、ベトナムより原料を購入(半製品を外注)。	・主として、中国。
	業務内容	-	・フィリピン、マレーシアで工事中案件あり ・ケニア等のアフリカ地域でも過去実績あり	・給水器具製品。	-
	進出手段	-	・対象国現地のグループ関係会社を窓口として、長期的に、多岐に渡る活動を継続する中で、水処理に関する実績を蓄積してきた。	・人脈を大切にしている。	-
② 海外進出を考えている					
	対象国名	-	-	-	-
	業務内容	-	-	-	-
	進出手順	-	-	-	-
	③ 海外進出を考えていない	-	-	-	・マーケット、生産パートナー会社等、海外リサーチは、平成17.4項より始めている。 ・OEM(現地パートナー会社)。 ・中国では、現地法人化しないとダメ、投資は金型に対して行った。
	④ その他意見	・ろ材の資源不足もあり、昭和35年頃よりリサイクルするようになった。また、水質汚濁の関係で付着した濁質が簡単に剥離出来なくなり、新商品の開発に踏み切った。	-	・海外進出理由:①グローバル化を意識、②少子化、③資源不足、④市場が無い、⑤就労者の減少。 ・海外では、材料を大切に使用する(長寿命化)。	・これは、フィージビネスで、製品を販売してもらい、①コンサルタントフィー、②技術料をいただく。 ・まだ、2年を経過したばかりで、勉強中で走りながら考えている。
問2					
① 海外進出を意欲的に考える					
	対象国名	-	-	-	・今後、台湾などを考える。
	業務内容	-	-	-	-
	進出手段	-	-	-	-
	進出時期	-	-	-	-
② 海外進出に対する障害					
	障害の内容1	・中国等発展途上国向けにも考えているが国情(バテト)もあって様子をみている。	-	・税法が異なり社員に40%の税金、地元社員を採用するしかない。	-
	障害の内容2	・言葉、法整備、JETROが海外展示会に無料通訳をつけてくれる。	-	・人脈が必要。SCSスキャンピング。	-
	障害の内容3	-	-	-	-
③ 海外進出のリスク					
	リスク1	・中国での特許侵害、入金の保障。	・カンントリーリスク:国家財政、治安情勢、支払確度	・18のチェックリストにより考えている。	-
	リスク2	為替変動	・国際融資に拠らない現地自己資金の建設工事に取り組むには、現地の建設ライセンスを取得しなければならない。	・今年、上海に営業所の設置を考えている。	-
	リスク3	日本の商社は億単位の案件でないと動いていただけない。	-	・ステンレス鋼の品質管理が問題、半製品を輸入してJIS規格で組み立てる。	-
④ 障害、リスクの解消法					
	解消法1	・輸出はFOB(Free on Board)の売り方。 ・金の受け取り方としては、LC(Letter on Credit)とする。	-	-	-
	解消法2	-	-	-	-
	解消法3	-	-	-	-
問3 海外の業務取引等					
① 従来と同業務(製品)を考慮					
	取引業務(商品)1	-	-	-	・塩ビ製継手関連製品。
	取引業務(商品)2	-	-	-	-
	取引業務(商品)3	-	-	-	-
② 海外に見合う業務開発					
	開発業務(商品)1	・今後は分散型水処理になる。	-	-	-
	開発業務(商品)2	・ハイテクも条件。ローテクでもシンプルで壊れないものの開発が必要。	-	-	-
	開発業務(商品)3	-	-	-	-
③ 需要に応じた業務(製品)					
	需要業務(商品)1	-	-	-	・現地法人設立後に他の異型管も含めて製造業Jのブランドを販売したい。
	需要業務(商品)2	-	-	-	-
	需要業務(商品)3	-	-	-	-
④ 他国にない新業務(製品)					
	新業務(製品)1	-	-	-	-
	新業務(製品)2	-	-	-	-
	新業務(製品)3	-	-	-	-
	⑤ その他	海外出展にはおよそ一千万円かかる。	-	-	・中国との取引にはバイブルが無い。その都度壁にぶつかっている。 ・政府への相談は、問題がクリアになってからの相談で、一般的にはグレーが多く、人伝の相談が多い。
問4 海外進出の課題					
	① 政情不安	・どこの国でも危ない。 ・戦間地域のPR。	・フィリピンを例とすると、首都圏は安全であるが、ミンダナオ南部等の高い治安リスクを抱えた地域が混在している。	-	-
	② 契約制度	・契約のときに、トラブルになったときは、日本の法廷を使う。 ・LCを組めば問題ない。	・ODA案件や世銀等の国際金融機関の融資による契約であれば客先信用上の問題は回避できる。	-	・中国でのビジネス展開は、フィージビネスで。 EXP 製造業Jのパンフレットを中国で配布しても問題ないのか? ・投資銀行に聞いてもクリアでない。
	③ 官民一体の取り組み期待	-	・フィリピンであれば地方部の水道事業に関わるソフト分野(人的資源等)のボトムアップを今後ともお願いしたい。	-	・中国は大きく、マーケット情報が取りづらい。統計資料も無い。 ・中国は、承認の流れが見えない。
	④ ODA等に仕組み作りを期待	-	-	-	・ODAを増やしてほしい。いち民間企業で始めるのは厳しい状況である。
	⑤ その他	・平成9年が水道予算のピーク。 ・当初の水道施設の耐用年数は40年を想定していたが既に40年を経過している。 ・12カ国に、ろ過装置のバテントを取得、ドイツ(イファット)、オランダ(アクアテック)に出展、その影響で代理店の申し出があった。イギリスのメーカーから来年ドイツに出展するよう依頼された(LV=10位)。 ・JICA等の専門家、シアボランティア等の条件を良くして日本製品に繋げて行きたい。	・海外工事に取り組む上では、現地調達ポーションを拡大できるかという調達力と、現地の実情に合わせたスペックに精通しているかどうかが鍵になる。 ・世界水フォーラムの発表で欧州の会社が中国との合併を作って流域、上下水道等総合的なマスタープランを描いていた。これは国がバックアップして達成したものと認識している。 ・シンガポール等の水資源に乏しい国では中水を再利用して飲用水としている。同様の国が今後増えると考えられる為、余剰の水道水をそういった国々に輸出するような新しいビジネスも有り得る。 ・途上国の浅井戸を深井戸に転換することが衛生上の問題を解決する一手段である。	・当社としては業界をまとめた「ステンレス協会」があり、国交省に対して要望している。要望事項は、JIS規格。 ・JISが大きく変わった。 ・中国では国家規格が無い。DIN、BS等を使っている。日本としての考え方を整理する。 ・認定上のスピードアップ(構造改定)。 ・新製品を売っていくこうと言うときに認定(JIS)に時間が掛かる。 ・海外進出の障害の一つは、文化、宗教の違い。	・小さい企業では相談しながらやっていくが、全体像がなかなか見えてこない。 ・中国は契約社会になってなく、BS、GB規格で場渡り的なところがある。 ・規格についてはメーカー規格。 ・技術の流出する恐れがある。技術の抑え方に問題がある。

参4 水道関連企業ヒヤリング調査 集計表(コンサルタント:A～C)

アンケート項目		コンサルタントA	コンサルタントB	コンサルタントC
問1				
①	既に海外に進出している			
	対象国名	アジアを中心に30カ国程度、ODA絡みが90%ほど。	・東南アジア、フィリピンは10年以上前からプロジェクトをやっている。また以前はブラジルで下水を担当した。 ・他に、南太平洋キリバス共和国(上下水道、ごみ処理等)、シカモール等。 ・当初は、ソウルオリンピック時市内の下水を世銀のプロジェクトで始めた。 ・他、アジア開発銀行等をボツボツとやっている状況、韓国に親しい友人有り、OECAプロジェクトと一緒にやった。	・アジア、アフリカ、中南米、大洋州、東ヨーロッパ等全世界。
	業務内容	・ODAは、JICA、JBIC案件中心 ・JBIC案件としては、円借款、(エンジニアリングサービス)とSAF案件、他。 ・JICA案件として、社会開発調査(地球開発調査、連携実施設計)、無償案件、技プロ(技術協力プロジェクト)、他。	-	・コンサルティング業務。
	進出手段	-	-	・約25年前、ODA業務に進出したのが始まり。
② 海外進出を考えている				
	対象国名	-	チャンスがあれば考えるが、それほど力を入れていない。	-
	業務内容	-	-	-
	進出手順	-	-	-
③ 海外進出を考えていない		-	-	-
④	その他意見	・ODAが中心だが、この他世銀、アジア銀等のTA(Technical Assistant)も対応する。 ・JICAはローカルに定着しないと良い案件が形成・受注が難しい。	-	-
問2				
① 海外進出を意欲的に考えている。				
	対象国名	-	-	-
	業務内容	-	-	-
	進出手段	-	-	-
	進出時期	-	-	-
② 海外進出に対する障害				
	障害の内容1	・日本コンサルタントの価格が高い、プロポーザル作成に高額費用がかかる、言葉の壁(宝物:良い技術等を如何に表現するかが英語で難しい)。	-	-
	障害の内容2	・政府の体制、汚職、受け入れ側の不慣れ、スボイル	-	-
	障害の内容3	・国際的に通じる人材不足	-	-
③ 海外進出のリスク				
	リスク1	・ペイメントリスク(特に自国資金案件の場合)。	・これまでに感じたことはない。	-
	リスク2	・政治的リスク	-	-
	リスク3	・プロジェクトが何らかの理由でストップしてしまうこと。	-	-
④ 障害、リスクの解消法				
	解消法1	・USエイトは無償(全てひも付)、日本の無償を広げる。	・現地のパートナーと旨くやるしかない。	-
	解消法2	・ステップ(タイドローン)や二国間タイド等アンタイド化を進める。	-	-
	解消法3	言葉と技術の二人三脚で対応できるような案件形成。	-	-
問3 海外の業務取引等				
① 従来と同業務(製品)を考慮				
	取引業務(商品)1	-	-	-
	取引業務(商品)2	-	-	-
	取引業務(商品)3	-	-	-
② 海外に見合う業務開発				
	開発業務(商品)1	-	・高度処理は途上国で必要ない。国内企業の枠組みを外す。	-
	開発業務(商品)2	-	-	-
	開発業務(商品)3	-	-	-
③ 需要に応じた業務(製品)				
	需要業務(商品)1	-	-	-
	需要業務(商品)2	-	-	-
	需要業務(商品)3	-	-	-
④ 他国にない新業務(製品)				
	新業務(製品)1	-	-	-
	新業務(製品)2	-	-	-
	新業務(製品)3	-	-	-
⑤	その他	-	-	・上下水道、環境分野のみならず、水源開発、都市計画、ソフト分野についてもインターナショナルなコンサルタントとして欧米企業と競合できる会社を目指している。
問4 海外進出の課題				
①	政情不安	日本政府のバックアップが必要	・政変で仕事が止まることもある。キリバスへはフィジー(ケデター)経由。	-
②	契約制度	税金等の問題解決に日本政府の努力が必要	・国際金融機関を通じてやっているので、問題ない。	-
③	官民一体の取り組み期待	日本として良い技術等を伝えるのに必要	-	-
④	ODA等に仕組み作りを期待	案件形成から建設管理まで、長期的に同じ会社ができるシステム	-	-
	⑤ その他	・スタッフは日本固有の技術を海外で使うためのものだが、つかいづらい。 ・日本の在外大使館に英国等と同じように商務部がほしい。 ・各国大使館でもっと気楽に情報を提供してほしい。 ・プロジェクトファイナンスに対する資金の増額、プロモーション等、もっとコンサルを起用してほしい、良い仕事ができる。 ・JICA手続きの簡素化、日本は単年度主義(無償)、少しフレキシブルになって欲しい。	・国際競争入札は1国1社(世銀)で欧米が強い、指名には入るが難しい。これは、語学や表現力もある。説明会は現地の発注元が手配している。これがない場合もある。1国1社とはその時のプロジェクトに縁のある会社を選定。 ・国際入札となると、各国とも政府のうしろだてがある。欧米には力がある。 ・日本も現地大使館を通じて身元保障なり、推薦状なりを出して欲しい。 ・今後は、維持管理に重点をおく、他、台帳、公営企業台帳等が考えられる。	・既に海外業務の実績を積んでおり、上記課題を克服するノウハウは蓄積されている。

参4 水道関連企業ヒヤリング調査 集計表(総合商社:A～D)

アンケート項目		総合商社A	総合商社B	総合商社C	総合商社D
問1					
①	既に海外に進出している				
	対象国名	イギリス	-	メキシコ。	-
	業務内容	・2003年にインフラ投資、M&Aに転換。	-	3件の下水道処理事業をBOTのスキーム、20年。	-
	進出手段		-	・NAFTA(自由貿易協定でフリートレードゾーン)をきっかけに環境面制度が整備。	-
②	既に海外に進出している				
	対象国名	タイ、メキシコ、トルコ、UAE(アラブ首長国連邦)等を手がけている。	-	トルコ イズミット。	-
	業務内容	・JICAの無償案件で昔はポンプ等を扱ったことがある。	-	・ダム建設から浄水場まで、99年から15年水道。	-
	進出手順	-	-	・トルコは先駆的にインフラをBOT事業として推進しており当社も英・日・現地企業連合で取組み受注。	-
問2	自由な意見	・13事業部あり、インフラ本部は7部に分かれている。 ・ガス、石炭、石油、鉄鉱石で50%。 ・海外に展開するときに日本のメーカー等を伴いたいのだが、価格競争が問題になる。 ・基準、仕様が問題になる。ハイスペックも。 ・スペックの先取りが重要。現地生産化してコストダウンを図る。 ・海外事業投資保険(経産省系ー日本貿易保険)、ECGD(英)、COFACE(仏)、SACE(伊)等がある ・ダム、浄水場等まではやるが、配水はリスクがあるのでやらない。 ・中国では、途中での変更リスクがある。 ・日本では、第三者委託は進むが民営化は難しい。	・1980～90年代からODA関連でやっていた。主に二国間タイでコロンビア、パキスタンの施設をやってきた。 ・プラント建設EPC(Engineering Procurement Construction)に伴い日本製品を販売したい。 ・日本製品の価格は海外メーカーの2倍。 ・水事業は次の案件(維持管理など)に続かない。 ・全て価格面で考えられている。 ・発電部売りIPP(Independent Power Producer)重電のビジネスモデルを参考としたい。 ・水道案件はスペックが比較的易しいので途上国でもできてしまう。 ・維持管理面で、都等で事業体の枠をとったらい。 ・競争力のある製品:①ポンプ、②電力、③重電等。 ・競争力のない製品:①パイプ。 ・BOT水源開発プロジェクト、30円/m3で出来ないと言メ。 ・競争入札では「質」の部分は評価されない。 ・したがって、①ハイスペック、②金のあるところを選定しなければならぬ。 ・経産省「アジアPPP研究会水道部会」、維持管理になるとコミュニケーション能力が必要。 ・民営化案件が難しくなっている。最近では田舎の方で自治体が行っている。政府保証が無いとき、地方では政治が介入してくる。 ・大手事業体と民間とが組んで、皆んなでというのはうまくいかない。	・電力・水関連を事業投資とEPC部隊に分け、事業投資にも注力する態勢構築。 ・日本の円借款手続きには時間が掛かる。 ・インフラ事業の収入は現地通貨である一方ファイナンスは米ドル等となり為替リスクのマネージが重要。 ・沿岸諸国では先行する独立発電事業(IPP)、独立造水発電事業者(IWPP)の法制度を活用。 ・水分野においても民営導入は世界的な潮流。 ・日本では維持管理のノウハウを公共事業体が保有しており活用できる仕組みづくりが必要。 ・一方海外では、メンテナンス、オペレーションのノウハウを民が持っているので事業案件では海外企業に依存せざるを得ないケースが多数ある(海外のメンテナンス、オペレーション会社に依頼することになる)。 ・日本が今後、自立的に水事業案件に深く関わっていくには「維持管理部門」の育成が重要。	・事業展開を中心にやっている。 ・以前から中東などへ、ポンプ等を輸出している。 ・ODAを除けばプラント輸出は皆無に近い。 ・個別のシステム輸出は無い。 ・日本の水道事業はしっかりしている。 ・製品を安くするノウハウが何処にも無い。 ・トータルした調達能力が無い。 ・海水淡水化プラントは、中東(サウジアラビア)で実績あり、80年代がピーク。現地会社を作った。 ・中東:造水(IPPで電力と一緒に)、IWS～IWPPの事業形態をとっている。 ・水道事業についてやらない理由は、公共事業でありリターンが期待できない。 ・膜技術等は、メーカーが商社を通さず直接やっている。商社としてはO&Mとして。 ・現地に「維持管理会社」を作りたい(調査中)。 ・経産省アジアPPP分科会→ODAということになる。 ・ODAは引き続きやっていくがプラントを売ることは他との競争に勝てないため考えていない。短期的なものではない。