

## 競争社会に突入か？

地域独占の水道事業が知らず知らず競争に追い込まれている。相手は伸張著しい「地下水ビジネス」と「ボトル水宅配業」だ。両ビジネスともここ5、6年売り上げを伸ばし、水道事業に少なからぬ影響を与えている。公共サービスの高コスト体質の改善で競争原理の導入が叫ばれているが、水道の世界では、図らずもこのニュービジネスが都市部でシェアを広げてきた。参入企業も増えているようだ。これらニュービジネスは水道料金の増増性、蛇口の塩素臭などに対し、正確な説明なしに営業をする心配があるため、その動向は無視できない。

水道界にとってこうしたビジネスの伸張は、多様化する需要家ニーズを背景とする新たな潮流なのか、事業の制度的疲労によるものなのか、はたまた民間の営業力の成果なのだろうか。公共性と経済性という相反する使命を負った水道事業だが、今後、こうしたビジネスにどう関わっていくのか、21世紀初頭の課題ともいえる。

## 「地下水ビジネス」とは

日本水道協会が昨年夏行った給水人口

5万人以上・末端給水事業の46.9事業を対象にしたアンケート調査では、地下水ビジネスの伸張で、平成15年以降、水道から地下水利用専用水道に切り替えた大口ユーザーは67.6件あり、影響は16.1事業体にと及んでいる。

転換数は給水人口25万人以上の中大規模の事業体も多く、減収額は年間1千万円から1億円までの範囲が過半の57%を占めていた。給水収益に対する減収額の割合は1~5%の範囲が多かった。業種は病院が転換数の33.3%でトップ、続

## 大型ボトルの宅配業も伸張

大型ボトル水の宅配業はここ4年で4倍の規模に成長しているという。冷・温水切替えができるサーバー(宅配水給水装置)を無料または有料で事務所などに貸し出し、10~20リットルの大型ボトル水を宅配するシステムである。去る12月10日、

ボトル水宅配業の7社が東京のホテルで有限責任中間法人「日本ウォーターアンドサーバー協会」を立ちあげた。その配付

## 「競争時代」を迎えた水道事業

いてホテル、販売業が各々15%、製造業9.6%と続く。

地下水ビジネス伸張の背景には水道の建設投資額の落ち込みがある。投資額はピーク時の7割程度に落ちているため、水関連の業界が生き残りをかけて地下水市場を開発していることが考えられる。一方、大口ユーザーにとって水道料金負担が約3分の1ほど軽減できること、水源の多角化が図れることなどがその背景にあるようだ。

00億円だが、その約1割にも匹敵する規模だ。商勢はひと頃より鈍化しているものの、16年の売上げを100とする20年度16.6%で、依然として成長基調にあるようだ。

## 水道界の対応に限界も

日本水協アンケートで示されている水道界の地下水ビジネスに対する水道界の対応は、大口ユーザーへの対応を「いまだ検討せず」が67%であった。つまり「何もしていない」が約7割を占めている。「対応(検討含む)している」と回答したうち、水道料金の増増性の緩和が17%、PR・啓発が10%。条例による地下水規制が5%などであった。

料金政策で対応せざるを得ないのは、地下水が水利権で規制されるような公水ではなく土地所有にもとづく私有財産的扱いであることに起因すると思われる。下水道事業では排水区域内の施設は下水道に接続する義務があり、処理区域内では便所は3年以内の水洗化が義務づけられている。これに比べると、水道給水区域内で増殖していく専用水道とは、制度上の違いを痛感せざるを得ない。

荷量だ。水道水の160億リットルに比べると、ニュービジネスが行う営業PRによって、水道水への評価が不当に影響を受ける心配がある。

## 新たな時代への対応を

時代は変わる。その変化は劇的に、そして少しずつ。厚生労働省の東幸毅水道計画指導室長はある講演会で「21世紀の水道には三つの波がある」と語り、ペテラン職員の大量退職の波、老朽施設の大規模更新の波、人口減や地域格差拡大の波を指摘した。短・中・長期の周期が異なる波が次々に水道界を襲い、それに伴う問題解決を迫ってくるという指摘だ。

水のニュービジネスが水道事業のあり方を変える大波になるとは思えないが、こうした動きは住民の水道への思いが少しずつ変化してきた証左のように思える。清浄、豊富、低廉が戦後社会の水道づくりの理念ではあるが、グリーン志向、健康志向、環境志向など「豊かさ」「環境」を背景にした今日のニーズを水道事業者がどう捉えるのか。水道ビジネスでも示された安心、安定、持続、環境を守る水道をどう実現していくのかが問われている。

資料によると業者数は協会発起の7社を含め全国で23社ほど。販売量は20年見込みで43万8千ギリ、総額477億円を売り上げている。1リットル換算で109円の結構な商売だ。

一方で、自販機や売店などで売られる小型のペットボトル水の市場だが、外国産のミネラル水を含めて20年には26.9万4700ギリ、2900億円の市場規模になったという。これも1リットル108円程度のうらやましい商売だ。水道会計の21年度決算では料金収入額が約2兆93