

KEIEIJUKU



経営塾4期参加者 事業紹介

2024年11月

公益法人 キルギス共和国日本人材開発センター

目次

CHAPANSAR : アイザット・ジュヌソヴァ	1
Liftec : アントン・タキルバシェフ	3
Public Relations Center : チョルボン・ アブディジャリエワ	5
ITECH : チンギス・ウセノフ	7
Legomebel : エカテリーナ・ロジノバ	9
TEBO : ヴバエフ・エラマン	11
INSPORT : ナルベック・イザベコフ	13
OPACK Asia : マクサット・アブドゥラフマノフ	15
Barso / Mifril : マクサット・アジムジャノフ	17
Vilbi : オムルジャン・ナルバエフ	19
チュイ州国立病院 整形外科医長 : ルスラン・アルジマトフ	21
KAPRIZ : スビエトラナ・パク	23
Wood House : ティムール・アシュメトフ	25
LOVE JUICE : トトゥグル・アブドゥラエワ	27
Cardioクリニック : ウランチベック・シェルマトフ	29

伝統と環境を守るロールモデルになる



CHAPANSAR アイザット・ジュヌソヴァ

会社名(組織名) : CHAPANSAR studio

創業者 : Sarieva Zhumabubu

設立年 : 2011年

従業員 : 13人

CHAPANSARは、中央アジアの伝統衣装であるチャパンをモダンなスタイルと融合させたアイテムを製造、販売している。チャパンは、ウールやシルクなどの天然素材を使用し、細やかで美しい刺繍が施された、何世紀にもわたる歴史を持つ伝統衣装だ。職人が一つ一つの商品丁寧に作り上げる。

マネージャー兼デザイナーであるアイザット氏は、「CHAPANSARは、中央アジアの重要な遺産であるチャパンと環境を守る『ロールモデル』となることを目指す」と話す。

中央アジアの伝統を守る

— CHAPANSARの設立のきっかけは何ですか？

当スタジオは、伝統の喪失を防ぎたいとの思いから、2011年に私の母が設立しました。キルギスがロシア帝国やソ連の占領下になると、人々はチャパンを着なくなり文化の衰退を感じました。そこで、キルギスや中央アジアの国にとって大切な伝統であるチャパンを守り続けたいと思い、CHAPANSARを設立しました。

現在も、若い世代にチャパンがどのように作られるかを伝える教育プロジェクトを実施するなどの取り組みを続けています。この姿勢が評価され、これまでにUNESCOから3つの認証を得ました。

モダンなスタイルとの融合

— CHAPANSARのチャパンはどのような特徴を持っていますか？

当社のチャパンは、伝統を守りつつも、現代のファッションと合わせることができるスタイルです。特別な行事に限らず日常の場面でも使えるようなデザインを作り、若い世代にも親しんでもらいたいと思っています。

また、チャパンは軽さや耐久性に優れており、様々な季節や気候条件に適応します。

チャパンを世界に広める

— CHAPANSARのチャパンは、海外ファッションショーでも多く披露されていますね。

はい。これまで、イタリアやイギリス、スイス、フランスなど、15以上のファッションショーに招待され、出展しました。



CHAPANSARのチャパン

また、政治家が公式の場で私たちのチャパンを着たり、2020年東京オリンピックでメダルを獲得したアイスルー・ティニベコワ選手も着用したりするなど、著名人にも幅広く利用されています。現在はニューヨークでの店舗販売を目指して契約を進めており、日本への店舗進出も一つの目標です。

伝統とともに環境を守る

— CHAPANSARは、伝統だけではなく環境に配慮した商品作りを実践しています。環境保護への思いと具体的な取り組みを教えてください。

繊維業は、環境に最も大きな負荷を与えている存在の一つです。生産中や生産後・使用後に発生した大量の廃棄物が焼却または埋め立て処理されます。ファストファッションの衣服に含まれる化学繊維は、焼却の際に有害物質を発生させ、子どもたちの健康を害すること、巡り巡って私たちの体内に入る可能性があるのです。しかしキルギスでは繊維業における環境保全は全く進んでいません。安い材料を使うことが優先されているのが現状です。そこで、私たちは自然素材を使うことにこだわっています。これは、本来のチャパンが、土に還る素材を使っていたことに従っています。国際認証機関から認証を受けたコットンを使うなど、製造に使う繊維の生産元に注意を払います。

また、余った生地を使ってスリッパや子ども用のおもちゃ、雑貨などを作り、廃棄物ゼロを目指しています。



ファッションショーへの出展

—Contact Info—

Instagram: chapansar

WhatsApp : +996(990)302-353

日本のデザイナー・企業とのコラボ

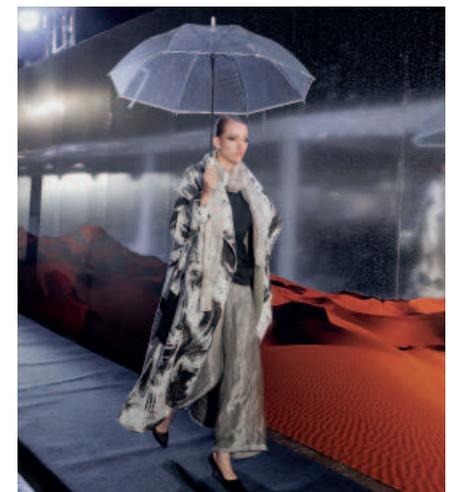
— 日本企業との連携をどのように思い描いていますか？

私たちは、文化の継承や環境への配慮に共感し、同じような価値観を持つ日本のデザイナーや企業とのコラボレーションを強く望んでいます。CHAPANSARは、日本が着物などの伝統文化を丁寧に守り続けていることに大きな影響を受けています。設立者である母は、CHAPANSARの設立後に日本を訪れ、手作業で着物を作る職人の姿に触れ感銘を受けました。

— 具体的なビジネスアイデアを教えてください。

例えば、日本のファッションブランドやデザイナーと協力し、キルギスと日本の伝統的なファッションの融合を図る共同プロジェクトやコレクションを実施することを考えています。また、日本のショールームや店舗でチャパンを販売し、日本人の皆さんにもチャパンを通じてキルギスの文化に触れてもらうことを目指したいと思っています。

さらに、私たちは自然素材の利用を重視しており、日本の繊維会社の素材を用いてチャパンを製作することにも興味を持っています。日本企業との協力を通じて、環境に配慮した技術・生産システムについて学びたいと考えています。特に、日本の廃棄物削減や持続可能な素材利用に関する先進的な取り組みは、CHAPANSARにとって重要な学びとなるでしょう。



日本企業との連携により建築材の需要を満たす



Liftec アントン・タキルバシェフ

会社名(組織名) : Liftec
代表者 : Anton Takyrbashev
設立年 : 2007年
従業員数 : 15人

Liftecはコンクリートやアスファルトに必要な砕石の生産を主な事業としている。共同代表のアントン氏は20年以上、弁護士として企業への法的支援を行ってきた経験がある。2024年からはLiftecを共同代表として率いているが、この会社も15年間にわたり法務面で支えてきた。

アントン氏は、キルギスでの建設業が成長する今、今後の需要に応えるため、日本との連携によるラインの拡大と一貫した建築資材の製造を目指していると語る。

20年以上弁護士としての法的支援

— 主な事業内容について教えてください。

コンクリートにはセメントや砕石、水など様々な材料が含まれ、その中の砕石を製造しています。

ビシュケクおよびチュイ州の砕石市場において、当社の生産量は市場全体の10～15%を占めています。

— Liftecの経営を行うようになった経緯を教えてください。

私はもともと企業の法的支援を行う弁護士として活動し、2007年からLiftecも担当してきました。今年2024年の春に、オーナーから株式の50%を譲渡する提案があり、共同代表として経営を行うことになりました。

私はキルギスとロシア両国の弁護士資格を持ち、20年以上にわたり外国資本を含む鉱業や建設会社に法的支援を行ってきました。この豊富な経験と業界知識を活かし、Liftecの経営にも円滑に参画することができました。



弁護士として働くアントン氏

キルギスにおける建設業の急激な成長

キルギスでは、建設業界は成長産業の一つです。経済商務省によると、2025年の成長率は建設業が10.3%増と、最も高い成長が見込まれています。ユーラシア経済連合(EAEU)の加盟国(アルメニア、カザフスタン、キルギス、ベラルーシ、ロシア)の中でもキルギスの建設セクターの成長率は最も高い数字を示しています。建設業界の伸びは、すなわち私たちが扱う砕石への需要の伸びを表します。

— 御社の強みを教えてください。

私たちの大きな強みはロケーションにあります。建設材料の需要は、特に工事の多い首都ビシュケクに集中しています。そのため、ビシュケクに採掘場を持つ当社は、建設現場に砕石を輸送する際の費用が抑えられ、価格の上で優位性があります。首都近郊の土地は限られており、すでに当社が広大な採掘場を有していることから、立地における当社の競争優位性は継続すると考えています。

また、これまでは採掘現場から2～3キロ離れた場所に加工場を持っていましたが、今この設備を採掘現場に移動している最中です。これにより、さらに輸送費を減らすことができます。

日本との連携により 一貫通貫の建築材生産ラインを作る

現状、私たちはコンクリート製造の一部を担っていますが、今後はこのラインを拡大する計画です。キルギスの建設業が急速に成長している今、建築材料が不足しており、輸送費の面からもコンクリートを近隣国から輸入するのは現実的ではありません。そのため、国内で需要を満たしつつ、建築材の製造を一貫して行うラインを構築することで、コストや時間の削減を目指しています。具体的な日本企業との連携について、以下3つの選択肢を検討しています。



Liftecの採掘場

第一に、建設現場に提供する液状のコンクリートを製造するラインの獲得です。日本企業をキルギスに誘致し、コンクリートプラントを設置・稼働させることを目指します。日本の機材は初期投資が高い一方、耐久性の高さが特徴的です。30年、50年後といった長期的なスパンで考え、日本の高品質な設備を導入したいと考えています。

第二に、建築用コンクリート製品の製造ラインの導入です。コンクリートブロックなどの建築用製品を製造することで、液状コンクリートの製造ラインをさらに強化・拡充する形になります。

第三に、砕石の生産量拡大に向けた連携です。砕石はコンクリート製造において約60～70%を占める重要な材料です。今後の需要増加を見据え、日本企業の技術と設備を活用し、生産ラインの強化を図りたいと考えています。

—Contact Info—

WhatsApp : +996 706 799 898

Email: lattorneykg@gmail.com



Liftecの加工場



Public Relations Center チョルポン・アブディジャリエワ

会社名(組織名) : Public Relations Center
代表者 : Cholpon Abdyzhalieva
設立年 : 2004年
従業員数 : 20名

Public Relations Center (PRC)は、広報活動やイベント運営を主力事業とし、主に国際機関をクライアントに持つ。20年前の設立以来、会場や協力業者などの下請け企業と強固なネットワークを築き、多岐にわたるサービスを提供してきた。設立者のチョルポン氏は、今後は中央アジアへの事業拡大を図り、PR事業に加えて健康・美容業界への進出も進めていると話す。

PRCの特徴として、国連機関や欧州連合代表部など、国際機関を対象に事業を行っている点があります。この背景には、国際機関は地元企業と比較して、経済的・政治的な変動に左右されにくく、より長期的かつ安定したパートナーシップを築くことが可能であるという戦略的な選択があります。実際、多くのクライアントと長期的な関係を続けています。

国際機関を対象に 60~70以上のプロジェクトを実施

— PublicRelationsCenter(PRC)の始まりと主な事業内容について教えてください。

私たちの主な事業は、広報活動やイベント運営です。会議、シンポジウム、商談会、セミナー、プレゼンテーション、展示会、チームビルディング活動、また企業や個人を問わず様々なパーティーの企画・運営を行っています。

会社を立ち上げた20年前、PR事業はキルギスではまだ馴染みのない分野であり、当社はその先駆者的な存在でした。さらに、女性がビジネスを立ち上げることが非常に難しい時代背景の中で、私は協力者とのネットワーク構築やビジネスの基本を学ぶために、政府庁舎で政府関係者への取材を行う広報担当としての経験や、旅行代理店での業務を積み重ねてきました。

業者との強固なネットワークと 幅広いサービス提供

— 御社の強みを教えてください。

私たちの強みは、誠実さと迅速な対応にあります。イベント会場の手配やケータリングの準備において、私たちが築いてきた会場や業者との強固な関係を活かし、優れたサービスや割引を提供することができます。

私たちが提供するサービスは幅広く、以下のような

内容を取り扱っています：
ホテルの予約と宿泊、会場の予約と設営、輸送サービス、ビザのサポート、音楽（歌手やグループ）、司会者、モデル、警備員などの手配、記念品や配布物の手配、その他、イベントに必要なサービス全般

さらに、私たちは多言語対応のスタッフを揃えており、英語はもちろんフランス語などにも対応しています。これにより、国際的なイベントや多国籍の参加者にも柔軟に対応できます。また、イベント終了後の後払い制度を採用しており、お客様に安心してご利用いただける環境を提供しています。価格面でも品質面でも、お客様にとって最良の選択肢を提供できると自負しています。

SDGsへの注力

— 御社は、SDGs、特に女性への教育プログラムに注力していますね。

はい。広報活動やイベント運営を通じて、SDGsへの貢献を意識しています。例えば、国連機関によって女の子たちへの教育プログラムが開催されており、そのイベント運営を行いました。中央アジアでは、多くの女の子が高等教育を受けられず、家事に従事している現状があります。彼女たちに自分の力で未来を切り開けるよう、身近な畑や道具を活用して収入を得る方法を教えるプログラムを実施しました。さらに、政府が提供する教育プログラムも存在しますが、その情報が多くの人に届いていなかったり、日々の生活の中で関心を持たれなかったりする課題があります。私たちは、このようなプログラムへの参加価値を伝えていくとともに、自己開発を促していきたいと考えています。



国際機関のイベント運営の際に作成したグッズ

日本企業との連携を通じて美容・健康 業界への新たな展開を目指す

— 御社は、美容・健康業界への進出を考えています。その展開において日本企業との連携をどのように目指しますか。

現在私は、PR事業のみならず美容・健康業界での中央アジア進出を進めており、その中で、日本企業との連携を望んでいます。例えば、肝機能改善剤「ラエンネック」（株式会社日本生物製剤）などの輸入を検討しています。現在、キルギスではこの製品をロシアから輸入していますが、経由することで手数料がかかり、価格が高くなってしまっています。中央アジア地域のより多くの人たちにこの製品を届けられるよう、日本企業と直接契約を結びたいと考えています。

また、日本の食品の質や安全性の高さにも興味を持っています。この品質を支えている食品加工技術や機械を取り入れ、中央アジアでの展開に活かしたいと思っています。

— これまでのPR業界での経験は、新しい分野への進出にどのように生かされますか？

これまでのPR業界での経験は、新しい分野への進出に大いに役立つと感じています。市場の把握、事業の売り込み方、顧客を見つける方法、プレゼンテーションの仕方、コミュニティやネットワーク、マスメディアとの繋がりを持っているため、商品の販売促進に必要な基盤はすでに整っています。



—Contact Info—

WhatsApp : +996 555 589 583

Email: cholpon.prc@gmail.com



ITECH チングス・ウセノフ

会社名(組織名) : ITECH
代表者 : Chyngyz Usenov
設立年 : 2017年
従業員数 : 10人

ITECHは、ウェブカメラやマイク・タッチパネルなどの会議ツールや産業用エアコンを仕入れ、販売および導入サービスを提供している。LG(韓国)など世界的なメーカーから商品を仕入れるほか、会議ツールの自社ブランド「IVOX」を有しており、最先端の技術を提供している。チングス氏は、今後中央アジアへのさらなる展開を進めるにあたり、日本企業との連携により日本のブランドを広めていきたいと語る。

有名ブランドとのパートナーシップ

ー 御社の主な事業内容について教えてください。

私たちは、海外の有名メーカーと直接契約を結び、商品を仕入れ販売しています。取り扱う商品は、ウェブカメラ・マイク、インタラクティブパネルなどの会議システムや産業用空調システムです。

主な導入先は、企業のオフィスや政府機関、銀行、ホテルなどです。単に販売するだけでなく、その後の導入・設置サービスにも定評があります。



自社ブランド「IVOX」の商品

自社ブランド販売による 幅広い価格帯の提供

ー 御社の強みと自社ブランド「IVOX」の特徴について教えてください。

当社の強みの一つは、自社ブランドの展開による幅広い価格帯の商品提供です。海外の有名ブランドの商品は比較的高価格ですが、私たちのブランド「IVOX」は手頃な価格でありながら最先端の技術を搭載しており、顧客に幅広い選択肢を提供できます。

「IVOX」のブランド名は「Voice of Innovation(革新の声)」に由来しており、キルギス国内においてリーディングカンパニーであると自負しています。このポジションは、有名ブランドとの提携により、業界の最新技術や市場動向を把握していることが大きく影響しています。

商品の一例として、複数の会議室やイベントスペースの機器を中央で統合管理するシステムがあり、各部屋のマイクやカメラの状況をリアルタイムで把握できます。発言者がマイクを使用すると自動的にカメラが切り替わり、スムーズな進行が可能です。



自社ブランド「IVOX」のインタラクティブパネル

設備導入時の丁寧なサービス

ー 御社が力を入れている点を教えてください。

私たちが特に重視しているのは、設備導入時、導入後の顧客サービスです。導入した後も商品に何か問題があったら、責任をもって対応し、できる限り早く交換を行います。この姿勢が評判と信頼を築き、顧客獲得につながっています。

また、この姿勢を共有する技術チームの育成に力を入れています。大学と連携した技術者育成プログラムを実施し、当社が取り扱う空調システムなどを大学に無償で設置しています。この取り組みを通じて、学生が私たちの技術やサービスを理解し、将来的に仲間となってくれることを期待しています。

中央アジアへの販売展開

ー 御社の市場におけるポジションをどのようにとらえていますか？

「IVOX」は特に、会議システムの分野ではキルギス国内のリーディングカンパニーであると自負しています。現在、カザフスタンに支社設立を進めており、すでにインタラクティブパネルをディーラーに販売しています。産業用空調システムも同様に展開を進めていく予定です。

日本のブランドとともに 中央アジアへ進出する

ー 日本企業との連携についてのビジョンを教えてください。

上記の展開を目指すため、日本企業と連携したいと考えています。

一つの考えとして、私たちが進めているカザフスタンやウズベキスタンへの販売ネットワーク拡大において、日本企業の商品とともに進出し、日本企業の最初の販売代理店となることを目指しています。ダイキンや三菱などの日本の有名ブランドがまだ進出していない市場での販売を担いたいと考えています。

日本企業が持つ顧客サービスの精神は私たちと共通していると感じており、販売促進と日本ブランドの中央アジアへの普及に貢献できると思います。



ITECHが設営を手がけた会議システム

ー 御社との連携が日本企業にもたらす利点は何ですか？

私たちは、ビジネスコミュニティや政府機関と強固なネットワークを築いています。すでに市場の状況を熟知し、ブランドと企業の認知度が高いことは、日本の商品を中央アジアに広める上で大きな利点です。また、中央アジア諸国は経済的にオープンになりつつあり、他国との連携がしやすい点も優位性と考えています。



ITECHが設営を手がけた会議システム

-Contact Info-

Instagram: itechkg

WhatsApp: +996555990555

Email: c.usenov@gmail.com



Legomebel エカテリーナ・ロジノバ

会社名(組織名) : Legomebel
代表者 : Ekaterina Loginova
設立年 : 2012年
従業員数 : 32人

Legomebelは、首都ビシュケクに倉庫を構え、家具用木材の加工・販売および家具部品の提供を行っている。サプライヤーとの専属パートナーシップを結ぶことで、安定的な供給体制を確立し、顧客の多様なニーズに応える幅広い商品を取り扱っている。2024年からは、家具部品事業に加えてタイヤ事業を新たに展開し、代表のエカテリーナ氏は、これらの事業において日本企業との連携を目指すとする。

家具会社向けの 木材加工・部品の販売

ー 御社の主な事業内容について教えてください。

当社は、家具用の木材の加工・販売と家具部品の供給を主な事業として展開しています。家具会社からの注文に応じてサイズや材質に合わせた加工を行っています。具体的には、カットや塗装、エッジの加工などを施した木板を家具会社に販売します。加工を施さない木材の販売も行っており、多様なニーズに対応しています。

ー 御社のミッションを教えてください。

私たちのミッションは、お客様それぞれのニーズや好みに合った家具を作るサポートをすることです。キルギスでは、部屋の間取りが一律でないため、既製品の家具がなかなかフィットしません。そのため、個々のニーズに合わせた木材を提供するほか、幅広いデザインの部品を中国から輸入し、お客様が自分好みに部品を組み合わせてオリジナルの家具を作れるようサポートしています。

エッジ加工における リーディングカンパニー

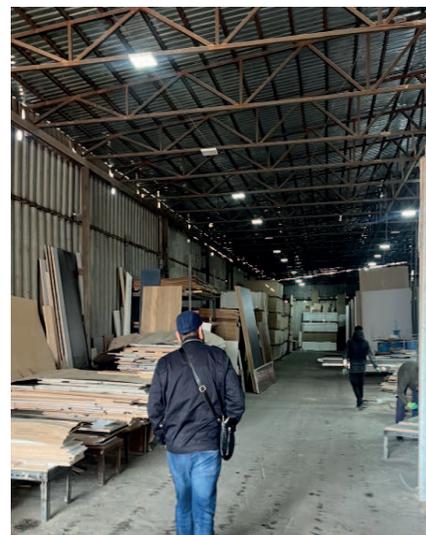
ー 御社の強みを教えてください。

当社は特に木材のエッジ部分の加工において、価格競争力とデザインの豊富さに優れており、業界のリーディングカンパニーであると自負しています。さらに、サプライヤーとの安定的な供給関係により、加工していない木材の供給量はビシュケクで上位5位に入ると考えています。

また、私たちは木材加工のための工場を4つ有しており、常に十分な在庫を維持し、顧客のニーズに迅速に対応できる体制を整えています。各倉庫で木材を適切な温度・湿度で保存し品質を保つことにも優れています。



Legomebelの商品である家具用木材



Legomebelの倉庫

次に、タイヤ事業についてですが、日本のタイヤメーカーと直接契約を結び、日本製の高品質なタイヤをキルギスに輸入したいと考えています。現在、キルギス市場で使用されているタイヤはカザフスタンや中国から輸入されていますが、品質や性能において課題があります。そのため、日本製のタイヤを広め、より信頼性の高い製品を提供したいと考えています。



木材加工の様子

タイヤ輸入事業への進出

ー 御社はタイヤ事業にも進出されていますね。

はい、2024年からタイヤ事業を開始しました。現在はタイヤを中国からキルギスに輸入して販売しています。特に近年人気を集めているバイクツーリズムの需要に着目し、バイク用タイヤに焦点を当てています。

日本企業との連携

ー 日本企業との連携に関する考えを教えてください。

家具材料事業とタイヤ事業の両方において、日本企業との連携を始めたいと考えています。まず、家具材料に関しては、日本企業から木材の塗装技術を学びたいと考えています。現在、キルギスでは韓国の塗装技術を使用していますが、より高品質で体に優しい塗装方法を採用するために、日本の技術を取り入れたいと考えています。また、当社はデザインを提供できると自負しています。キルギスでは日本に比べて人件費が低いため、コストを抑えながら高品質なデザインを提供することが可能です。



オーナーである夫のアルカディ氏とエカテリーナ氏

—Contact Info—

Instagram: legomebel.kg

WhatsApp : +996708333133

Email: andrew.1069@mail.ru



TEBO ヴバエフ・エラマン

会社名(組織名) : TEBO
代表者 : Buvaev Elaman
設立年 : 2020年
従業員数 : 10人

TEBOは、主にロシアの製造会社と提携し、配管部品の販売を行っている。高品質な商品の低価格での販売を実現していることが特徴だ。さらに、顧客が適切な修理工をより簡単に探せるように、顧客と修理工をマッチングするサービスであるモバイルアプリ「Bazaron」を立ち上げた。修理工の質の向上や修理工のコミュニティの活性化にも貢献している。設立から数年で劇的な成長をとげ、中央アジアへの展開も視野に入れている。設立者であるエラマン氏にTEBOが持つ強みとビジネスモデルについて話を聞いた。



TEBO店内の商品

配管製品の販売

一 主な事業内容について教えてください。

TEBOは現在、水道配管部品の販売を主な事業として手がけており、主にロシアのサプライヤーから仕入れた高品質な商品を顧客に提供しています。

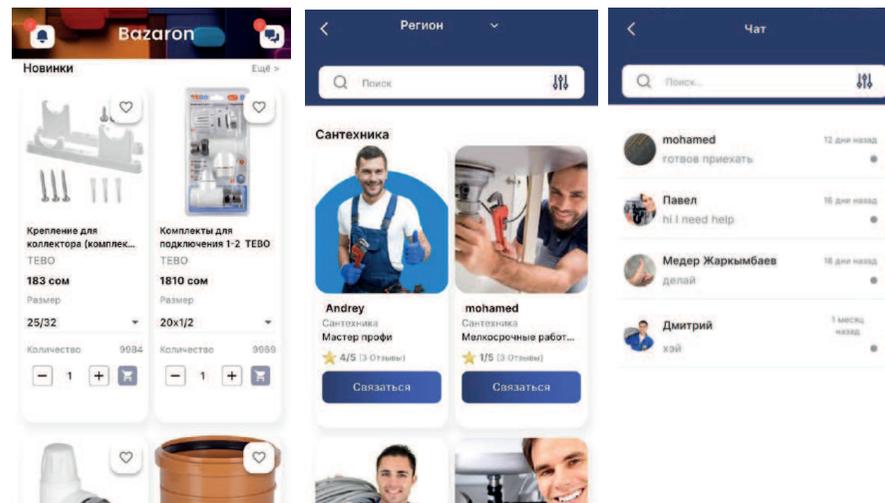
私自身が以前、暖房システムの総合サプライヤーとして働いていた際、キルギスではより手頃な価格での配管部品提供に需要があることを実感しました。そこで、ロシアのサプライヤーとのパートナーシップにより、水道配管部品の販売展開を開始するに至りました。

TEBOは現在、ビシュケクに2店舗を構え、さらにモバイルアプリ「Bazaron」を通じたオンラインおよびオフラインでの商品販売と配管修理職人の派遣サービスも提供しています。

顧客と最適な修理工をつなげる

一 モバイルアプリ「Bazaron」の機能と顧客にもたす利便性を教えてください。

Bazaronでは、①配管部品の購入機能と、②配管修理業者と顧客のマッチング機能という、2つの主なサービスを提供しています。特に重点を置いているのが、2つ目の修理工と顧客のマッチングサービスです。例えば、配管の修理が必要になった場合、顧客にとって、どの部分を修理すべきかや適切な修理工を見極めるのは簡単ではありません。このアプリを使えば、必要事項を入力するだけで最適な修理工を見つけ出し、必要な部品に関する情報も得ることができます。さらに、アプリ内のチャット機能で修理工と直接やり取りが可能のため、スムーズなコミュニケーションができます。



アプリ「Bazaron」の仕様。顧客は、アプリ上で自由に部品と修理工を選択、手配できる。左：この画面から、配管部品の商品を購入できる。中央：この画面から、適切な修理工を選び手配できる。右：顧客は修理工と直接チャット上で会話ができる。

一 商品やサービスの質を保つためにどのような工夫がされていますか？

当社で取り扱うすべての商品は、国からライセンスを取得したものであり、その品質が保証されています。修理の際には、専門知識を持つ職人が最適な部品を選定します。また、Bazaronの修理工ネットワークに登録する際にパスポートで身分証明を行っているため、信頼性も保証されています。さらに、顧客によるレビュー・フィードバックシステムを導入しており、修理工は評価に基づいて認証されます。顧客からの問題報告が多い修理工は、アプリから削除される仕組みも整っています。

高品質な商品と修理工との強力なネットワーク

一 市場における御社の強みはどこにあると考えていますか？

私たちの会社では主に以下の点で競合他社との差別化を図っています。

1つ目は、高品質・低価格の維持です。ロシアの工場では韓国などから仕入れた安価で質の良い材料を使い、最新のヨーロッパの技術を用いて製造を行っています。そのため、TEBOの商品は国際規格に準拠し、高温・高圧に耐えられる非常に質の高い物です。また、サプライヤーとの直接の契約により、低価格で商品を仕入れることを実現しています。

2つ目は、修理工とのネットワークの強さです。

「Bazaron」の立ち上げにより、1000人以上のフリーランスの修理工とのネットワークを持っており、業界ナンバーワンであると自負しています。TEBOのサービスは顧客と修理工のニーズを同時に満たし、配管業のコミュニティを活性化しています。

一 今後の展開のビジョンをお聞かせ下さい。

今後は、中央アジア諸国へと事業を拡大していく計画です。「Bazaron」のようなサービスは、キルギスに限らず、カザフスタンやウズベキスタンなどの周辺国でも革新的な取り組みとなります。各国のニーズを把握し、顧客と修理工の間で発生する問題を特定しながら、高品質な商品の提供と顧客サービスの向上を目指します。

また、将来的には日本企業との連携も視野に入れています。TOTOやリンナイといった日本企業は、高品質かつ革新的な製品を製造しており、これらの製品を当社プラットフォームで取り扱い、中央アジア市場に広めたいと考えています。

一 Contact Info

Instagram: tebo.kg

WhatsApp: +996 707 22-70-33

Email: buvaev.elaman@gmail.com

中央アジアにおけるスポーツ用品のトップサプライヤーを目指す



INSPORT ナルベック・イザベコフ

会社名(組織名) : IP Izabekov
創業者 : Izabekov Narbek
設立年 : 2017年
従業員 : 15人

INSPORTは、世界的ブランド、Nikeやadidasなどと直接契約を結び、プロアスリートや一般のスポーツ愛好家に向けて高品質なスポーツ用品を提供している。特に、レスリングやボクシングなど、キルギス国内で人気のスポーツに特に強みを持ち、レスリング用品の品揃えはキルギス国内最大という。売り上げの成長率は毎年60%~80%と、設立から6年間で劇的な成長を遂げ、キルギスにとどまらず中央アジア地域全体への展開を進めている。

INSPORTの設立者であるナルベック氏とマーケティングマネージャーのメリム氏にINSPORTが持つ強みと日本企業との連携への思いを聞いた。

海外有名ブランドとのパートナーシップ

ー 設立以降、どのように事業を展開してきましたか？

ナルベック : 2019年にINSPORTの直営店をオープンし、その後複数の有名ブランドとパートナーシップを確立してきました。2022年にはアメリカのレスリング用品ブランドであるRUDIS、2023年にはキルギスで初めてNikeと直接契約を結び、商品展開を広げました。今年2024年には、Merooj(イラン)とJAKO(ドイツ)と独占販売契約を結びました。これは、当社の強みの一つでもある、手頃な価格と高品質の両立にも結びついています。有名ブランドと直接交渉しているため、価格においても他社と比較して競争性を持つことができます。

さらに、アルメニア、ロシア、カザフスタン、ウズベキスタンに販売ネットワークを確立させ、地理的な拡大も実現してきました。

信頼関係構築により高品質な商品を手頃な価格で提供

ー 有名ブランドとのパートナーシップを実現している鍵は何ですか？

ナルベック : 信頼関係の構築です。相手からの期待に確実に応えるため、常に高水準のコミットメントを重視してきました。

INSPORTは海外の有名ブランドとの契約をキルギスで初めて結んできましたが、ただ商品を販売するだけではなく、ブランドイメージの向上に貢献するなどの、「ウィンウィン」の関係を作り出すことを目指してきました。顧客、契約先、自社、社会、全てに対して当社のビジネスが還元することを常に意識しています。

また、私自身もレスリング選手としての経験がありスポーツ用品に関する知識があることも、信頼構築につながっています。

ー ブランドイメージへの貢献とは具体的に何を行ってきたのですか？

ナルベック : 仕入れ先のブランドイメージやブランドの価値観を中央アジアに広めることに貢献しています。INSPORTは、オリンピック委員会やカザフスタンなど各国の国内競技連盟、2020年東京オリンピックで銀メダルを獲得したアクジョル・マクムドフ選手などの有名スポーツ選手を顧客に持ち、商品が世界的注目を集める場で使用されます。大会期間中にポップアップストアを出店する機会も多く、ブランド認知を広めます。



INSPORT店内

さらに、マーケティングに関しても当社には十分なスキルと知識を持っているスタッフがいます。キルギスを含めた中央アジアの国々に膨大なネットワークを持っているからこそ、現地の人々のニーズに適したマーケティング戦略を立てることができるのです。

高品質と革新的な日本のスポーツ用品を中央アジアに届けたい

ー 日本との連携をどのように期待していますか？

ナルベック : ASICSやミズノなどの日本のスポーツブランドは、細部にまでこだわり、常に製品を改良する努力を惜しまないことで知られています。提供する高品質かつ革新的な商品は、中央アジアのみならず世界中のスポーツ選手を惹きつけています。私たちがこの姿勢を共有し、日本企業が開発した最高の技術と素材をお客様に提供したいと思っています。

そのために、日本のスポーツブランドとパートナーシップを結び、商品を輸入し、私たちのチャネルで販売したいと考えています。

さらにその先には、信頼と相互への貢献に基づく長期的な協力関係の構築を目指します。私たちがこれまで世界的有名ブランドと築き上げてきた、相互により良い影響をもたらす関係性を、日本のスポーツブランドとも築き上げたいと考えています。キルギスにとどまらず中央アジアでの販売ネットワークを確立していることから、日本の企業が中央アジアに展開するきっかけになれると自負しています。

—Contact Info—

Instagram: insport kg

WhatsApp: +996 555 484 836

Email: N.izabekov@insport.kg

信頼と相互尊重が強いチームを作る

ナルベック : ブランドの価値を多くの顧客に届けるには、思いを共有したスタッフ・チームの存在が不可欠です。当社は社内における信頼と相互尊重を重んじています。そして、日々の改善の積み重ねをチーム全体で重視しており、その背景にはKRJCの経営塾で習った日本の「カイゼン」※があります。新しく学び、自社に取り入れられると思ったものは、72時間以内に行動に移す、というルールを自分で決めています。

※カイゼン : 日本で独自の進化を遂げた品質・生産性向上にかかる多くの手法の総称。(JICA)

メリム : ナルベックさんは、常にスタッフからの意見や提案を尊重し、いつでも相談ができる環境を作ってくれています。定期的なミーティングでも、常に私たちに「何が改善できると思うか」を聞かれ、小さなことでも日々改善していく姿勢を大切にしています。

プロ・アマ問わず、多くの人にスポーツを楽しむ機会を

ー 御社が目指す姿を教えてください。

ボクシングとレスリングがキルギスにおいて最も人気なスポーツであることから、この二つに特に強みを持っていますが、幅広いスポーツ用品を提供するとともに、プロの選手のみならずアマチュアの人々も対象に高品質の用具を提供することにより、アクティブなライフスタイルを促進することを目指しています。例えば、境遇によらずスポーツに参加する機会を提供する社会活動を行ってきました。耳の聞こえない人たちのスポーツ支援やスポーツを習う機会を得られない子どもたちに対してトレーニングの機会を与える活動も行っています。現在は、女性や子どもなど、幅広い顧客層に向けた商品展開に取り組んでいます。

中央アジアへのさらなる展開

今後5年間で、カザフスタン、ウズベキスタンなどの近隣国への展開を進めていきます。また、より幅広い人々に商品をお届けするため、オンラインプラットフォームの構築を進めています。すでにアメリカで実施した経験があり、中央アジアでの展開を目指します。これらを通じて、中央アジアにおけるスポーツ用品のトップサプライヤーとなることを目指します。

OPACK Asia

マクサット・アブドゥラフマノフ



会社名(組織名) : OPACK Asia
代表者 : Maksat Abdrakhmanov
設立年 : 2021年
従業員数 : 15人

OPACK Asiaは、トルコの会社であるOPACKの正規販売会社である。代表のマクサット氏は、OPACKにてセールスマネージャーとして働いた後、2021年にOPACK Asiaを開業した。同社は、中央アジア全域の企業向けにパッケージング機械の販売を行っており、キルギスの多くの有名な食品会社を顧客に持つ。同社は乳製品の加工を行う子会社KELETECH社も所有している。

マクサット氏は、「食品の安全性を保障すること」を当社のミッションとして掲げ、高水準の包装技術を中央アジアに広めるために日本企業との連携を望むと語る。

3年で市場シェア80%を実現

— 御社の主な事業を教えてください。

私たちは、企業向けにパッケージング機械の販売を行っており、スペアパーツの倉庫保管、機器メンテナンスサービスを提供しています。設立以来、サービスを急速に拡大させ、2021年の設立から3年ほどでマーケットシェア80%を達成しました。現在は、ビシュケク(キルギス)、アルマティ(カザフスタン)、タシケント(ウズベキスタン)と、中央アジア全域に事業を展開させています。

— OPACK Asia設立の経緯について教えてください。

OPACK設立前、私はトルコにてOPACKのセールスマネージャーとして働いていました。当時OPACKは中東、アフリカ地域に集中していましたが、私は中央アジア諸国への販売担当として、週の半分以上中央アジアに通い、顧客ネットワークを作り上げ市場を開拓しました。そして、2021年に公式の販売会社としてOPACK Asiaを立ち上げました。前職で築き上げたネットワークや製品・市場への理解により、シェア80%という成長を実現できました。



OPACK Asiaが扱う包装機械



OPACK Asiaが扱う機械による食品包装

安全性基準の高い包装技術を キルギスに広める

— 御社の包装機の特徴を教えてください。

真空パッケージやUVライトによる殺菌など、安全性基準の高い包装技術を提供している点です。当社設立当初、キルギスの食品包装技術は安全性基準が低く、業界全体がまだ未熟な状態でした。例えば、真空加工機械が存在せず、手作業での包装が主流でした。そのため、賞味期限が短い食品の保存には不十分で、食の安全基準も満たしていませんでした。こうした状況から、世界水準に見合った、安全で信頼できる食品包装の普及に貢献することが当社のミッションでもありました。

また、環境保全にも貢献しています。私たちの扱っている機械は、パッケージの無駄をなくすることができるため、従来の包装方法と比較してプラスチックの使用量を30%削減します。

— 「食品の安全性を保障する」というビジョンのための取り組みはありますか？

十分な資金力がない小規模の地元企業にも利用してもらえるように、国立銀行と連携し、設備導入のための低い利率での融資システムを用意するなどしています。

日本の高品質な機械を 中央アジアに展開させる

— 日本企業との連携の目標は何ですか？

私の目標は、日本の食品包装会社と直接パートナーシップを結ぶことです。ロシアやドバイなどで開かれた国際フェアにて「イシダ」をはじめとする日本の企業を見ました。特に品質安定性に驚き、ぜひ日本の技術を私たちを通じて中央アジアに届けたいと思いました。

具体的には、私たちは包装機械や充填機は持っていますが、計量機を持っていません。そのため、日本企業とともに、一貫通貫の生産ラインを作りたいと考えています。まずは輸入からのスタートですが、将来的には地域における公式販売店になることを目指します。



Maksat氏とOPACK Asiaのメンバー



アルマティ(カザフスタン)での展示会の様子

—Contact Info—

Instagram: opack.asia

WhatsApp : +996 999 160 295

Email: mxabdrakhmanov@icloud.com



Barso / Mifril マクサット・アジムジャノフ

企業情報①	企業情報②
会社名：Barso	会社名：Mifril
役職：営業部長	代表者：Maksat Azimzhanov
設立年：2008年	設立年：2017年
従業員数：30人	

Barsoは、建設鋼材やマンホールなどの製造を主な事業としている。マクサット氏はBarso設立当初より顧客獲得や販売ネットワーク展開を担い、事業を拡大してきた。現在は同社で営業部長を務める一方で、自身の会社Mifrilをさらに展開しようと考えている。「信頼性のある形で日本の商品を輸入・販売するとともに、キルギスの商品を日本に届ける。それにより日本とキルギスの架け橋となりたい」とマクサット氏は語る。

マンホール・建築部品の製造

— 御社の事業内容と重視していることを教えてください。

私たちは、建設現場で用いられる部品やマンホールなどを製造、販売しています。原材料である鉄は、中国やロシアから購入しています。成功の鍵の一つは、顧客のニーズに応じた柔軟な対応です。顧客の個別の要求に応じて、製品のデザイン変更やロゴのプリント依頼に対応しています。また、品質の高さにも力を入れており、日本の製品品質を目標に掲げ、自社の製造品質を同じレベルで実現することを目指しています。「Your success is our purpose」というスローガンのもと、顧客の負担を減らすことを重視し、経験とフィールドワークを通じてサービスの質を向上させています。

設立当初より顧客獲得を担当し事業拡大

— この会社でマクサットさんご自身はどのような役割を担ってきましたか？

私はこれまで、財務面での役割や従業員数の拡大を担ってきました。顧客との交渉はすべて私が担当し、事業の発展に貢献できたのではないかと思います。また、会社の評判を維持することにも力を入れており、顧客満足度を最優先に考えてきました。自社の利益よりも、顧客との信頼関係を築き、満足度を高めることが大切だと考え、価格のモニタリングやコスト削減に取り組みしました。



Barsoの商品(左：マンホール、右：建築用部品)

Mifril 商品を通じて 日本・キルギスの架け橋になる

— マクサットさんは自身の会社であるMifrilによって日本企業との連携を望んでいます。Mifrilについて、また、日本との連携に対する関心について教えてください。

Mifrilは2017年に設立し、仲介会社として商品の販売を行うなど、必要に応じて事業を行ってまいりましたが、あくまでBarsoでの仕事が主軸でした。しかし今後はこのMifrilでの輸入・販売事業に集中しようと考えています。そこで日本企業との連携を主軸に事業展開を進めていきたいと思っています。

私自身、日本に強い関心を持っており、特にアニメを通じて日本の文化や生活スタイルに魅了されました。日本に対する思いは非常に強く、ただ訪れるだけでなく、日本との持続的な関係を築いていきたいという思いからKRJCIに登録しました。

そのため、私の今のビジネス目標の一つは、日本とキルギスの架け橋になることです。日本にいる方々はキルギスのことをあまり知らないと思います。キルギスの商品を日本に届けることで、商品を通じた交流を促したいと考えています。

余談ですが、会社名のMifrilは、日本の漫画「フルメタル・パニック！」で登場する会社名から由来しています。

— 具体的な連携案を教えてください。

具体的な商材として、キルギス側は「チェチル」(写真)や乳飲料製品など、キルギスで愛されており、かつ日本人の好みにも合う商品を輸出したいと考えています。



チェチル(中央アジアやヨーロッパの伝統的なチーズ)

他方、日本から輸入したい商品は、時計や服です。これらの商品はキルギス市場にすでに流通していますが、その多くは本当に日本製なのか、模倣品なのか、品質やオリジナリティが疑われてしまう状況があります。そこで私は、KRJCやJICAの支援を活用して日本企業と直接連携し、日本製品であることを保証する仕組みのもとに輸入したいと考えています。

このようにして、日本製品の信頼性を高めた上で、時計や服といった商品を、質にこだわる消費者向けに展開し、キルギスの市場に確かな日本製品を提供したいと考えています。

ただし、日本企業との連携は上記に限られるものではありません。「日本とキルギスをつなげる」という目的のもと、幅広い選択肢にオープンな気持ちです。

— これまでのBarsoでの経験がどのように生かされると考えてますか？

Barsoでの経験は、新しいビジネスにとって非常に大きな強みとなると考えています。ここで契約の結び方や販売経路の確保、新しい市場を開拓する方法、そしてマネージャーの採用といった多くの知識を得ることができました。こうしたスキルは、新しいビジネスにも確実に役立つかと確信しています。

また、Barsoで培ったネットワークと顧客基盤は、新しいビジネスでの販売にもつながります。たとえば、すでにある顧客チャネルを活用して日本の商品を紹介することができます。プロモーションと販売を行うためのTelegram(チャットツール)ページも運営しており、このプラットフォームを通じてさらに効率的に展開できると考えています。

—Contact Info—

Instagram: barso kg (Barsoアカウント)

WhatsApp: +996559644044

Email: bishkek90@mail.ru

20年以上続く伝統と品質を守る



Vilbi オムルジャン・ナルバエフ

会社名(組織名) : LLC Vilbi
代表者 : Omurjan Narbaev
設立年 : 1998年
従業員数 : 約100人

Vilbiは、魚の輸入販売や「Okean(オケアン)」ブランドの水産加工品の製造・販売を行う。主な事業は、スーパーなどの小売店への卸売りと自社店舗での販売である。1998年の創業以来、高品質な商品を手頃な価格で提供してきた。二代目であり代表のオムルジャン氏に、歴史ある会社としての強みや今後の展開を聞いた。

キルギス最大の魚輸入業者

— Vilbi は20年以上の歴史がある会社です。御社の事業内容とこれまでの展開について教えてください。

Vilbiは、1998年に私の父が設立し、私も大学卒業後に参加し始めました。設立当初からの主な事業は、ヨーロッパからの魚の輸入です。

初期は、ラトビアの小売業者を通じてノルウェーの魚を輸入していました。その後、事業拡大とともに、ノルウェーと直接契約し輸入し始めました。ロシアなど他の国とも同じような経緯で契約を結び、現在は、ノルウェー、チリ、エクアドル、ベトナム、ロシアから魚介類を直接仕入れています。このように、複数の国から輸入することにより、多様な水産物を提供してきました。

当社はもともと卸売業に力を入れていましたが、顧客からのニーズに応じて、「Okean(オケアン)」というブランド名で水産加工品の製造・販売も始めました。今では多くのスーパーに私たちの商品が並んでいます。

店舗販売への注力

— 現在の事業の方向性を教えてください。

私たちは当初、スーパーやレストランなどの企業に対する卸売業を主に行ってききましたが、B to Bのビジネスモデルは不安定な状況に置かれる可能性が高いことに課題を感じていました。そこで近年は、自社の店舗にて直接商品をお客様に届けることに力を入れています。現在は3店舗持っており、来年中に8店舗まで拡大させる予定です。

価格競争性と品質 「創業以来の伝統を守る」

— 御社の強みを教えてください。

現在、キルギスの企業としてはこの市場におけるリーディングカンパニーであると自負しています。第一の強みとして、価格競争性があります。ロシアの企業がキルギスの市場に進出していますが、ロシアの企業は輸入のために仲介業者を介すため、価格が高い傾向にあります。一方で私たちは、生産元から直接仕入れ、一貫した配送のためのロジスティクスを有しているため、手頃な値段での提供が可能です。

もう一つの強みとして品質があります。他の競合企業とは異なり、自社の魚加工食品は化学物質を含みません。また、味や安全性をチェックする品質管理を定期的に行うことで、創業以来続く伝統を守っています。

日本の水産加工品の包装技術

— 日本との連携に対する考えを教えてください。

私は、マーケットリサーチのために社員を日本に派遣しました。その際、コンビニエンスストアで見た、焼き魚の包装技術に非常に驚きました。電子レンジにかけるだけで食べることができ、さらに消費期限も長く、キルギスにはない技術だと思いました。このような技術を学び、自社の商品をさらに多くの人に届けるために生かしたいと考えています。

キルギスにおける市場の伸びと 中央アジアへのさらなる展開

— キルギスにおける魚介類のトレンドをどのように見えていますか？

近年、キルギスにおける急速な経済発展や健康志向により、以前は高級品だった魚介類がより幅広い人たちに提供されるようになり、需要の増加が見られます。実際、私たちのエンドカスタマー向け事業もここ3年で2.5倍の伸びを見せています。



オケアンの店舗

— 今後の事業展開について教えてください。

今後は、中央アジア市場へのさらなる展開を目指します。例えばカザフスタンにはキルギスの8倍の消費量があり、経済・人口ともに急激に成長しています。また、キルギスにはインフォーマルセクターで活動する企業も多く、価格において負けてしまうため、より適正な市場を持つ他国への進出が有利になると思います。すでにホールセールの顧客を他国に持っていますが、エンドカスタマー向けの事業も広めていこうと、考え、市場の動向を調査しています。



オケアンの商品



オケアンの商品

—Contact Info—

Instagram: okean.seafood

WhatsApp: +996555772647

Email: Omka713@gmail.com

キルギスにおけるリハビリの普及を目指す



チュイ州国立病院 整形外科医長 ルスラン・アルジマトフ

会社名(予定) : Yrys-Ulan
設立年(予定) : 2024年
代表者 : Ruslan Arzymatov (チュイ州国立病院
整形外科医長)

ルスラン氏は、チュイ州国立病院の整形外科医長を30年以上務めている。整形外科・外傷学を専門とし、骨や関節の修復手術の経験は35年に及ぶ。キルギスにおいてリハビリテーションが発達していないことへの問題意識から、現在リハビリ施設を建設している。「日本の機関とともにキルギスのより多くの人々に適切なリハビリを提供したい」と話す。

整形外科・外傷専門医としての 35年以上の経験

ー ルスランさんご自身のこれまでの経歴について教えてください。

私は、35年以上整形外科および外傷専門医として医療に携わってきました。1989年にキルギス国立医科大学を卒業し、1995年から現在までチュイ州病院で外傷科部長を務め、同州の主任専門医も兼任しています。

また、オーストリアでの研修、国際セミナーへの参加などの研修を重ね、2005年にノヴォシシルスク国立医科大学で博士号を取得しました。2022年にはキルギスの国民会議「クルルタイ」に代表として参加し、国家の発展戦略を議論しました。

キルギスのリハビリ環境を改善する

ー ルスランさんは現在リハビリ施設の建設に取り組んでいますね。リハビリ領域に取り組み始めたきっかけは何ですか。

整形外科専門医として働居中で、キルギスのリハビリ環境に対する課題意識が生まれたことがきっかけです。キルギスでは、日本のような長期的なリハビリが普及しておらず、骨折後の修復手術を受けても、わずか数日で退院し、自宅で自分でリハビリを行う状況が多いのが現状です。このため、回復が不十分で体に麻痺や後遺症が残ってしまうケースが少なくありません。

多くの患者さんに健康な体を取り戻してもらうために、正しい知識に基づいたリハビリを提供したいと考え、この分野に本格的に取り組むことにしました。

ー 現在建設中のリハビリ施設について教えてください。

建設中の施設は、自然に囲まれた環境に位置し、主要道路にも近く、アクセスも良好です。自然豊かな場所でリハビリを行うことで、患者さんにとって癒しとリハビリが両立できる環境を提供できればと考えています。

ー 整形外科医として治療やリハビリを行ってきた経験について教えてください。

リハビリで特に重要なのは、患者さんとの信頼関係です。リハビリが効果的に進むためには、患者さんがモチベーションを持ち、医師の指示に従って積極的に取り組むことが不可欠です。逆に、ストレスや不安が強すぎると、指示を受け入れられなかったり、意欲を失ってしまうこともあります。

例えば、ある女性患者さんが交通事故で肩やあばら骨を複数骨折し、生命の危機にさらされました。彼女は回復への希望を見失いかけていましたが、私は彼女に希望を持ってもらえるよう努め、前向きに治療に取り組む姿勢を引き出しました。こうした信頼関係が、治療やリハビリの成功に直結するのです。

外傷の回復には時間がかかります。リハビリは短期間で完了するものではなく、長期的に取り組んでいくことが大切です。リハビリ施設で提供する長期的な支援を通じて、患者さんが元気な体で社会復帰するサポートをしたいと考えています。



現在建設中のリハビリ施設

ーContact Infoー

WhatsApp: +996 555 589 583

Email: ruslanarzymatov7@gmail.com

日本企業とともに リハビリ施設開業を目指す

ー 日本企業との連携についての考えを教えてください。

現在建設中のリハビリ施設を用いてキルギスでリハビリ事業を担ってくださる日本のパートナーを探しています。私が持つ資金や人材だけでは、十分なリハビリ設備やサービスを整えるのが難しい状況です。日本の機関と協力することで、キルギスに高水準のリハビリサービスを普及させるだけでなく、他の分野にも幅広く貢献できる可能性があると考えています。

私自身は、キルギスにおいて組織面・マネジメント面・文書作成・ライセンス取得などの経験が十分にあるため、運営面で力になれると思います。

また、ビシュケクから約25キロの場所に0.6ヘクタールの土地を所有しており、整形外科手術用インプラントの製造工場の建設も視野に入れています。現在、キルギスでは中国製のインプラントが主流ですが、輸送費を含めた価格が高く、国内製造によるコスト削減を目指したいと考えています。

この土地の利用については、日本のパートナーの意向やアイデアも尊重し、議論を重ねていきたいと思っています。日本のパートナーと共に新たなアイデアを取り入れることで、インプラント製造のみにとどまらず、さらなる事業の可能性を広げ、地域に貢献できるようなプロジェクトに展開させていくことを期待しています。

ー なぜ特に日本企業・組織との連携を望むのでしょうか。

日本企業のビジネスは、目先の利益だけでなく、将来を見据えた長期的な視点で進められる点に魅力を感じています。リハビリの普及は、短期間で成し遂げられるものではありません。長期的な視点を持つ日本の組織と共に、より多くのキルギスの人々に質の高いリハビリサービスを提供していくことを目指しています。



所有している土地

キルギス人に最適な美容サービスを届ける



KAPRIZ スビエツトラナ・パク

会社名(組織名) : KAPRIZ
代表者 : Svetlana Pak
設立年 : 2015年
従業員 : 19人

KAPRIZは、ビシュケクに2つのサロンを持ち、2015年からヘアケアやスキンケア、ネイルケアなど幅広いサービスを提供している。設立者のスビエツトラナ氏は、キルギスに新しい美容サービスを普及させたいという強い思いを抱いている。

キルギス人と日本人の肌や髪質が似ていることに着目し、日本の製品や技術を導入することで、キルギス人の体に優しい美容サービスを提供したいと話す。

最新の美容をキルギスに届ける

一 主な事業内容と御社の特徴を教えてください。

2015年に最初のサロンを設立して以来、ヘアサービスを中心にネイルやマッサージなど幅広いサービスを提供してきました。私たちの使命は、常に最先端の技術を導入し、お客様に満足いただくことです。国外の研修を通して他国の技術を学び、スタッフのスキル向上にも力を入れています。



サロン内のマッサージルーム

キルギス人に最適な美容を届けるため 日本との連携

一 日本との連携を考えたいきっかけは何ですか？

日本とキルギスの肌や髪質が似ていることに着目し、日本の製品を導入したいと考えました。ロシア製品が主流のキルギスでは、体質に合わないことで炎症など副作用が生じるケースも少なくありません。

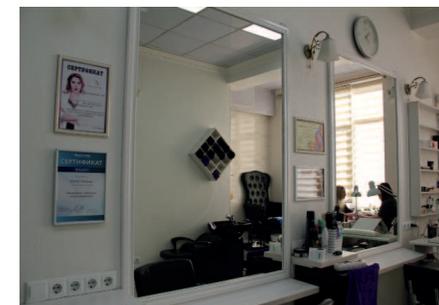
こうした課題に対し、日本人はキルギス人と比較的近い髪質・肌質を持っていることから、日本の製品で安全かつ効果的な美容サービスを提供し、人々に安心して利用してもらいたいと願っています。また、日本や韓国の美容トレンドが10代の間で流行していることも、日本製品導入の動機の一つです。

一 具体的なビジネス案を教えてください。

第一に日本のヘアカラー材の導入です。日本のカラー材は髪のダメージを抑えるように開発されています。また、キルギスで使われている製品よりも短時間で髪を染めることができるため、私たちが目指す、忙しい女性がより気軽に美容を受けられる環境作りにも適っています。

第二にネイルケア用道具です。日本のネイルケア用品を取り入れたいと思っています。キルギスにイスラムの女性が多くいます。イスラムの女性は、祈りの前に体を清める必要があり、水を体に十分に浸透させるという意味から、ネイルにジェルをつけられず、また、教えにより爪を削ることもできません。そこで、日本のネイルには自然素材のものもあるため、イスラムの女性も安心して手のケアができると思いました。

将来的には、日本製品の普及をキルギスで推進したいと考えています。単に大量に輸入して販売するのではなく、日本の製品の正しい使用方法を学び、そ



サロン内の様子

一 そのほかにもアイデアがありましたら教えてください。

そうですね。例えば、「ポップンクッキン」のような子ども向けの知育菓子の輸入に興味があります。将来的には、子ども専用のビューティーサロンを作るといった大きな目標を持っており、子どもたちが楽しく過ごせる空間を提供したいと考えています。そのためにも、日本の子ども向け製品を積極的に取り入れたいです。

また、もう一つの目標として、美容と健康を兼ね備えた総合施設を設立したいという構想もあり、日本の健康食品やサプリメントにも関心を寄せています。このように、より多くの方に気軽に美容を楽しんでもらえるようにするという目標のもと、日本との連携の可能性は無限に広がっています。



サロン内の様子

—Contact Info—

WhatsApp : +996 555 120 603

Email: Veotra@inbox.ru

耐震性に優れた木造建築をキルギスに広める



Wood House ティムール・アシュメトフ

会社名(組織名) : Wood House

代表者 : Timur Ahmetov

設立年 : 2020年

従業員数 : 20人

Wood Houseは、主に木造建築を行っている。木造へのこだわりは、近年キルギスにおける地震の発生と、キルギスの建造物の耐震性への問題意識である。設立者のティムール氏は、地震大国である日本が持つ耐震技術をキルギスにも広め、地震に耐えキルギスの人々を守ることができる建築を増やしていきたいと語る。

耐震性と短期間での建設

— 御社の主な事業内容について教えてください。

2020年にWood Houseを立ち上げました。建設事業自体は、2014年からはじめ、他企業からの委託を受けて建設を行っていましたが、近年発生した地震を受け、耐震性に優れた木造建築を広めたいという思いから、Wood Houseを設立しました。

地震の影響を目の当たりにしたとき、キルギス人として、そして建築に携わる者として、耐震に取り組む責任を感じました。当社は、木造建築にこだわり、これまで私自身が経営するレストランやインクール湖のホテル、複数の住宅を建設してきました。

— キルギスの建物の耐震性はどのような状況でしょうか。

キルギスの建造物の多くがレンガ造りです。古い技術を用いて建設された住居や学校の建物の耐震性に問題があり、マグニチュード6~7程度の地震にも耐えられない建物も多い状況でした。

キルギス政府が国際基準に従い耐震基準を設定していますが、この基準を見たいしていない会社が多いという現状です。

— 木造建築へのこだわりについて教えてください。

木へのこだわりは、耐震性に限らず、より短期間での建設が可能であることやエネルギー効率性も挙げられます。「90日で家を建てる」というコンセプトのもと、レストランを建築し、現在は私の家を90日で建築する過程をSNSで発信しています。

耐震性に優れた木造建築

— 具体的にはどのような耐震技術を用いていますか？

政府が定める耐震基準を満たしていることはもちろんですが、ヨーロッパにて様々な展示会を訪れ、そのたびに新しい耐震技術を学び取り入れてきました。例えば、金属性の強力な地盤や、高さ1メートルごとに金属部品を組み入れ安定性を増す技術を用いる、穴の空いていない木材を使用することで害虫による劣化を避けるなどしています。



Wood Houseが建てた住宅

木材は耐久性を高めるための特殊な表面加工がされたものをロシアから輸入しています。地盤の綿密な調査も必要です。私たちと同じ建築方法を用いた建物の耐震性をフィンランドの会社が検証しましたが、マグニチュード9にも耐えるという結果が出ました。



90日で建てた自身のレストラン「Bravo」

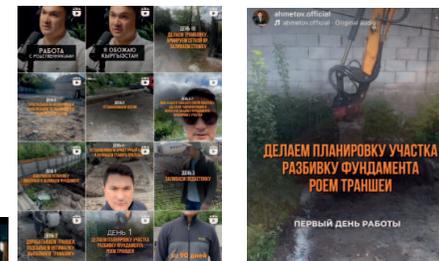
日本企業とのコラボ

— 日本企業との連携をどのように考えていますか？

第一に、日本の耐震技術を学びたいと思っています。地震大国である日本は、高い耐震技術が世界的にも有名です。古来より先人から受け継がれてきた優れた耐震技術もあります。

地震対策は目先の出来事ではなく、100年先の次世代の人々を守るために今動かなければいけないものです。まずは建築による防災への貢献を目指しますが、耐震という目的であれば、シェルターや耐震設備など、建築にとどまらずに日本の技術を取り入れキルギスで展開していきたいと考えています。

第二に、日本の建設企業からのデザインの受託です。私たちはデザイナーチームを持っており、日本に比べると人件費が低いため、より低価格でデザインを提供できるなど、互いに有益なパートナーシップ関係を築けると 생각합니다。



Instagramでの発信の様子。
自宅を「90日で建てる」過程を紹介

高所得層と若年層を対象とした 住宅展開とエコシティ開発

— 今後の展開について教えてください。

まずは高所得層への着目です。よりデザインや質が高い木造建築を作り、木造住宅の美しさを中央アジアに広めていきたいと考えています。

また、若い年代の低所得層の家族が家を手に入れられるように、家の大部分を工場生産する「ユニット工法」を導入し、比較的低い価格で提供することを目指していきたいという考えもあります。

また、私の人生の中での大きな目標として、他のパートナーとともに、エコシティ開発があります。私自身、建設業に加え、レストランや商業施設、旅行ツアー会社など、複数の領域で自分のビジネスを立ち上げてきました。これらの経験やネットワークを基に、他業界の企業とも連携しながら、人々にとって癒しの空間となるような街づくりを行いたいと考えています。

—Contact Info—

Instagram: ahmetov.official

WhatsApp: +996706101000

Email: timur.ahmetov@gmail.com

LOVE JUICE トトウグル・アブドゥラエフ

会社名(組織名) : LOVE JUICE
代表者 : Totugyl Abdullaeva
設立年 : 2011年
従業員数 : 30人



ビシュケクの大型ショッピングモールに出店しているLOVE JUICEは、天然由来の食材を使用したフレッシュジュースやヘルシーな食事を提供している。自然素材へのこだわりから、妊娠中の女性や持病を持つ方など、健康を意識する多くの人々に親しまれている。同社のミッションは、「健康なライフスタイルをより手軽に届けること」。設立者のトトウグル氏は、このミッションを共有する日本企業や日本人女性との長期的なパートナーシップを築いていきたいと語る。

自然素材にこだわった食品提供

ー 御社の主な事業内容について教えてください。

LOVE JUICEは、ビシュケク市内の複数の大型ショッピングモールにスタンドを構え、その場で新鮮な野菜・果物を使ったジュースを作り、販売しています。ジュース以外にも、コーヒーや紅茶と野菜・果物を合わせて作ったオリジナルドリンクやグルテンフリーのサンドイッチなど、「健康なライフスタイルを届ける」というミッションのもと、様々な商品を販売しています。

私たちは品質へのこだわりを妥協しません。砂糖や添加物は使わず、イタリアから調達したシロップを使うなど、提供するすべての材料にこだわっています。果物をジュースに加工する機械もスペインから輸入するなど、材料・機材すべてに厳選されたものを採用しています。

健康な食材を手頃な価格で届けたい

ー 事業の始まりについて教えてください。

4人の子どもの持つ親として、子どもたちに健康的なものを食べさせたいという思いが事業の原動力でした。起業当時、キルギスではフレッシュジュースがあまり普及しておらず、レストランでジュースを頼むとその価格の高さに驚きました。健康なものは高価であると痛感したのです。その後、アメリカで見たジュースバーを思い出し、「キルギスでも手頃な価格で健康な食品を提供したい」という思いに至りました。



LOVE JUICEのフレッシュジュース

日本企業との協力での フランチャイズ化を目指す

ー 日本とのビジネスマッチングについてどのように考えていますか？

日本企業との長期的なパートナーシップを結びたいと考えています。特に、私と同じ年代の女性で、ミッションを共有しているパートナーを見つけたいです。

具体的なビジネス案としては、まず日本へのフランチャイズ展開です。日本は伝統的な企業が多く、工場の技術も非常に細密かつ高度にシステム化されていると、KRJCのビジネスコースで学びました。そのような日本であれば、私たちの品質へのこだわりや理念を理解していただけると感じています。また、日本はアジアにおけるトレンドの発信地でもあるため、そこからアジア全体へLOVE JUICEを広めたいと考えています。

次に、キルギス産のドライフルーツやナッツなどを日本に輸出することも視野に入れています。キルギスは肥沃な土壌と良好な気候条件に恵まれ、高品質な果物や穀物が栽培されています。日本に比べて価格も抑えられるため、日本企業にとって有益な提携が可能だと考えています。

このほか、日本のキッチン設備をLOVE JUICEに導入するなど、さまざまな方法で日本とのパートナーシップを構築し、双方に利益をもたらす長期的な関係を築いていきたいと考えています。

若い女性の自立を支援

ー LOVE JUICEでは特に若い女性を中心に雇っているとのことですが、その背景にある想いや目的を教えてください。

LOVE JUICEは特に10代後半・20代前半の若い女性たちを中心に雇っています。その背景には、キルギスにおける女性の自立を支援したいという思いがあります。多くのスタッフは学生で、彼女たちは家族のサポートをしながら学費を稼がなければいけません。私たちは収入を得るだけでなく、知識とスキルを身につけるための教育を重視しています。例えば、以前LOVE JUICEで働いていたスタッフは、ここでバリスタの資格を取り、今はイタリアで留学をしながらバリスタとして働いています。

私自身も女性起業家として、母親でありながらビジネスに従事することの難しさを感じてきました。「子どもや家庭のことに集中しない」といった意見もありました。しかし、そうした社会的な固定観念にとらわれず、若い女性たちに多くの可能性と選択肢を提供したいという強い思いを持っています。

—Contact Info—

Instagram: lovejuice_kg

WhatsApp: +996558105000

Email: abdullaevatotugyl11@gmail.com



トトウグル氏とジューススタンドで働くスタッフ



Cardioクリニック ウランチベック・シェルマトフ

会社名(組織名): メディカル・センター・カル
ディオ・クリニック

創業者: Ulanychbek Shermatov

設立年: 2018年

従業員数: 53人

Cardioクリニックは、キルギスに2つのクリニックを持つ。専門である循環器のほか、キルギスにおける医療課題に対応するため、相談診療にも力を入れている。自身も循環器を専門とする医師である設立者のウランチベック氏にキルギスの医療課題を踏まえた当クリニックの強みと日本との連携への思いを聞いた。

ビシュケク郊外の患者に 高水準の循環器医療を届ける

ー Cardioクリニックの設立と特徴を教えてください。

2018年にCardioクリニックを設立しました。博士課程修了後、国立センターで循環器専門医や心臓専門医、心エコー検査技師として働き、その後、小児循環器と心エコーの専門医である妻とともに、クリニックを立ち上げました。私たち2つのクリニックを持っています。ビシュケクにあるクリニックでは主に患者の診察を行い、ソクルクのクリニックでは循環器系を専門としています。

ソクルクのクリニックは、この地域で唯一、循環器を専門としています。ビシュケクの郊外に設立した理由は、クリニックの数がビシュケクに集中し、郊外の住人が医療にアクセスしにくいことを課題に感じたからです。この地域で唯一の循環器のクリニックとして、より多くの人々に高水準な医療を届けることを実現しています。

質の高い相談診療と 適切な医療の特定

ー キルギスにおける医療の課題と、Cardioクリニックはどのようにキルギスの医療に貢献しているか教えてください。

私はビシュケクにある国立医療センターでの経験がありますが、その中で感じたことは、予算上の問題や適切なマネジメントシステムの欠如により、医療水準や患者へのサービスの向上が進んでいないということです。その点、民間医療機関の強みは、国の診療所では手つかずのままになっている取り組みを実施できることです。

例えば、キルギスの一般的な病院では、患者が訴える症状の原因が特定されないまま多くの検査を受けさせられ、コストも高くなってしまふことがよくあります。一方で私たちのクリニックでは相談診療を重視しています。専門知識を持つスタッフが、電話で患者の症状を丁寧にヒアリングし、必要な医療につなげます。また、当院の医者は幅広い経験を持つと同時に各自が専門分野を有しており、早期の段階で適切な医療を受けることができます。

さらに、当クリニックでは、各分野で経験を積んだ医師と診断医のみを採用しています。海外から導入した検査機器(心エコー、心電図)による早期診断や、高度な資格を持ったスタッフによる臨床研究は、不安定狭心症や心臓発作、高血圧性危機を未然に特定することを可能にしています。



ソクルクにあるクリニック

日本とのコラボへの思い

ー 日本企業との提携に興味を持ったきっかけは何ですか？

日本の医療機器メーカーや医療消耗品メーカーは市場において常にトップに位置しています。例えば、超音波診断装置であれば東芝や日立、胃カメラではオリンパスなど、精密かつ高性能な機材を提供している企業が多くあります。また、日本の医療現場における患者サービスのデジタル化にも興味を持っています。

ー 日本企業との連携に期待することは何ですか？

このような高水準の日本の設備・技術を当クリニックに導入したいと考えています。機材の導入だけではなく、医療研修を通じて現場で使われている技術を学ぶ機会を得たいと思っています。これらを通じて、キルギス全体の医療レベルの底上げを目指します。



クリニック内の様子

Cardioクリニックが目指すもの

まずは、今後5年間で新たなクリニックを設立することを目指します。これは、キルギス全体で、より多くのキルギス人にとっての医療アクセスを向上させるという私の目標に基づきます。また、現在は循環器が主な強みですが、患者の需要に応じる形で、他の分野にも専門を持つ医師を用意しています。今後も、医療の幅をより広げていきたいと思っています。



使用している検査機器を説明するウランチベック氏

ーContact Infoー

Instagram: cardio.neuro.center

WhatsApp: +996 995 103-103

Email: cardioneurocenter312@mail.ru



公益法人 キルギス共和国日本人材開発センター

住所: 2F KNU 7th Building, 109 Turusbekova, Bishkek, Kyrgyz Republic, 720033

電話: +996 (312) 906 580, 906 581

ホームページ: <https://jp.krjc.kg/>

Instagram: krjc_kg