

KEIEIJUKU MAGAZINE

目次

経営塾 5 期参加者 事業紹介

2026年1月

公益法人 キルギス共和国日本人材開発センター

エンジニアリングカレッジ・ライトアカデミー：ヌルラン・シャイドウラエフ	1
ジェナリエバ・メディカルセンター：アイヌーラ・ジェナリエバ	3
メディクスインターナショナルLLC：パキット・シャイドウラエフ	5
モチビシュケク：アルティナイ・カチベコヴァ	7
DSKAエンジニアリング：デミルベック・チョドゥロフ	9
ソコクル：ダスタンイブラエフ/デミルランアサンベコフ	11
ボロット LTD：ウルクベク・サトゥルガノフ	13
アジラスチール：ヌルスルタン・アズヒベコフ	15
エスノ ロジティクス：アブロル・アブドゥラエフ	17
エレクトリックグループ：ヌルラン・タライベコフ	19
フェノメントレード / エルフオルクトレード：アルマズ・サバエフ	21
ファビ ショップ：エルメック・カドゥラリエフ	23



▶▶ 基本情報

- 代表者名 ヌルラン・シャイドウラエフ
(Nurlan Shaidullaev)
- 創元年 2024年
- 教員数 26人
- 生徒数 119人
- 分野 教育

企業名 Engineering College Light Academy

Question 御校の教育の特色について教えてください。

現在、本校では16歳から18歳の生徒を対象に、ソフトウェアエンジニアリング、情報セキュリティ、マネジメント、インダストリアルデザインの4つの専門プログラムを提供しています。設立1年目のため、現在は1年生のみが在籍していますが、今後は学年を順次拡大し、3年間を通じた一貫したカリキュラムを運用する予定です。

授業は現在、英語とロシア語の二言語で実施していますが、国際的な教育環境を見据え、将来的にはすべて英語での授業に移行する計画です。1年次には高校課程の基礎教育に加え、英語の集中コースを実施し、学習の土台を固めます。2年次以降は、プログラミングをはじめとする専門的な職業教育を本格的に行います。教育全体のコンセプトとしては、日本の高等専門学校に近い実践的な教育モデルを目指しています。

Question 卒業後はどのような進路を想定していますか？

本校の卒業生は、進学または就職のいずれかの進路を選択します。卒業時にはキルギス教育省が発行する正式な学位が付与され、進学を希望する場合は、試験なしで大学へ編入することも可能です。

また、通常キルギスの高校卒業生は海外大学への進学時に追加の準備期間を必要としますが、本校の学位は海外でも通用する場合が多く、海外の高校卒業資格と同等に扱われます。就職先としては、ソフトウェアデベロッパー、サイバーフィテック分野、IT企業におけるマネジメント職などを想定しています。

Question なぜ英語で授業を行うのですか？

産業と教育をより強く結びつけるためです。ITや科学分野では英語が事実上の共通言語となっており、これらの分野で国際的に活躍するためには、英語で専門知識や技術を学ぶことが重要です。特に最新の技術情報や研究成果は英語で発信されることが多く、学習段階から英語に慣れる必要があります。

また、キルギスのIT企業の収益の多くは海外市場から得られており、英語での業務遂行能力は実務面でも不可欠です。今後も、人件費の競争力を背景に、キルギスのIT分野はさらなる成長が期待されており、その基盤として英語教育は欠かせないと考えています。



Question 御社の将来の計画について教えてください。

今後は、より多くの教育プログラムを開講していきたいと考えています。また、キルギスにおける「消費者マインド」を変えていきたいという思いもあります。

キルギスは輸入依存度が高く、自国で製造し輸出するという考え方が十分に根付いていません。本校では、高等専門学校に近い教育を通じて、「ものづくりを通じて国に貢献する」という意識を生徒に育てていきたいと考えています。

Question 御校の強みを教えてください。

本校の強みは、柔軟性の高さです。ビジネスパートナーとの連携に必要な認可があれば、迅速に取得対応を行います。例えば、日本企業が漫画やイラストレーター育成の教育を提供したい場合も、柔軟にサポートが可能です。

また、英語によるエンジニア教育に加え、同じ建物内に入居する企業でのインターンシップが可能な点も特徴です。こうしたユニークなプログラムに魅力を感じ、カザフスタンなど近隣国からの学生も受け入れています。一方で、設立から日が浅い点は課題であり、外部からの評価を得るには時間が必要だと考えています。

Question どのように日本企業と協業したいですか？

日本企業との連携は、さまざまな形で展開できると考えています。学生同士の交流や、日本の教員によるオンライン授業の実施なども一案です。

また、本校では日本語教育の導入も検討しており、実現した際には日本の教育機関と連携し、支援をいただきたいと考えています。

Question 御社と連携をする日本企業のメリットを教えてください。

日本の教育機関にとっては、国際化の推進につながるとともに、本校の卒業生が日本の人手不足解消に貢献できる可能性があります。加えて、教育交流や共同プログラムの実施を通じて、双方の教育内容や指導方法の高度化にも寄与できると考えています。さらに、本校との連携は、中央アジア諸国への展開に向けた実践的な足がかりとしても活用できます。



本校のプログラムは英語で実施されているため、日本人学生にとっても参加しやすい点が特徴です。異なる文化や教育環境に触れる機会にもなり、国際的な視野を広げることができます。ご関心をお持ちいただけましたら、まずは情報交換の機会として、ぜひ一度ご連絡ください。

Question キルギスの教育マーケットの現状について教えてください。

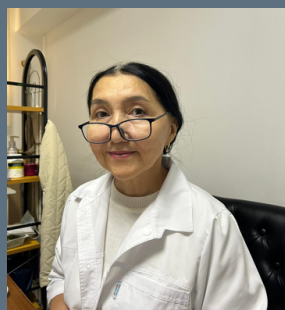
キルギスの学校を一度ご覧いただければ分かりますが、教室は常に生徒であふれており、学校数が不足しています。一方で、学校設立の許認可は比較的容易であり、教育分野への参入障壁は低い状況です。

Question 最後に日本企業へのメッセージをお願いします。

私たちは常にオープンな姿勢で協力を考えています。ぜひ、日本企業の皆さまとWin-Winの関係を築いていきたいと考えています。

▶▶ 連絡先

- Whats App
+996 777 790 259



基本情報

- 企業名 Medical Center of Doctor Djenalieva
- 代表者名 アイヌラ・ジェナリエバ (Ainura Djenalieva)
- 創立年 2016年
- 従業員数 6人
- 支店 無し
- 分野 医療

企業名 Medical Center of Doctor Djenalieva

Question 現在のあなたのビジネスについて教えてください

現在、私はプライベートのクリニックを運営しています。当クリニックでは超音波診断と産婦人科、内科、小児科、救急、整形（骨・関節）、泌尿器系など幅広い分野の診療を行っています。

当クリニックは24時間営業で、他の病院が閉まっている深夜の時間帯や祝日なども診療を行っています。患者の方からは「この時間に診てもらえたのはこの病院だけだった」と言われることが多く、24時間営業という点がユニークポイントだと考えています。

Question どのような患者さんを診ることが多いですか？

24時間診察を行っているため、緊急性のある患者さんが多いです。例えば、妊婦の突然の出血や腹痛、成人の急な腹痛、嘔吐、発熱、転倒などによる外傷（骨折・打撲）、腎臓や膀胱など泌尿器系の急な痛み、子どもの急性の腹痛や嘔吐など、幅広く対応しています。また、多くの診察で超音波診断装置を使用しています。



診察に使う超音波診断装置

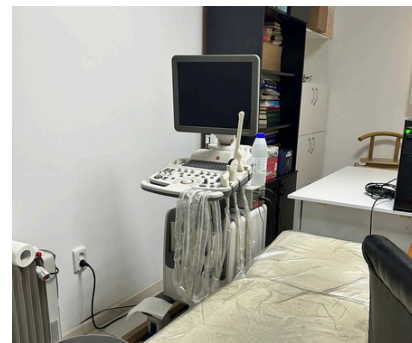
Question 今後の事業計画はどのようなものですか？

今後は、もう一つクリニックを開業したいと考えています。特に、24時間診療の需要が高いイシクル地域を視野に入れています。新たにクリニックを運営するにあたり、中古の医療機器の輸入やスタッフ数の増加を考えています。スタッフの増員に伴い、人材育成にも力を入れていきたいです。特に新しいクリニックでは、日本で使用されていた超音波診断装置を手ごろな価格で輸入し、活用していきたいと考えています。

Question 超音波探査機器を導入する上で期待していることは何ですか？

超音波診断装置が増えれば、新たにクリニックを開設することができます。クリニックの数を増やし、患者の需要に応えていきたいと考えています。また、現在使用している機器はベーシックなモデルでやや古いため、更新して、より性能の良い機械で診療を行いたいのです。日本製品に限らず、日本で使用されていた機器であれば輸入したいと考えています。超音波診断装置については、日本製以外にも韓国、アメリカ、ドイツなどのメーカーも高品質で好ましいと感じています。そのうえで、日本の中古医療機器はキルギスでも需要が高いと考えています。新品の医療機器は個人クリニックにとって高額で、開業医には負担が大きいため、中古医療機器の需要はもともと高いです。

日本という点も重要で、理由は三つあります。一つ目は、日本の医師は機器を丁寧に扱うため、中古品でも状態が良く、問題なく使用できることです。



診察室の様子

二つ目は、日本では機器に不具合や損傷がある場合でも隠さず説明する文化があり、信頼性が高いことです。三つ目は、オンラインの中古医療機器サイトでも日本の中古機器をよく見かけ、豊富な種類の中から選ぶことができ価格も新品と比べて手ごろである点です。

Question 今の事業で直面している課題は何ですか？それは日本の企業と協力することでどう解決に近づきますか？

現在の課題は、人材育成に時間がかかっている点です。理想としては、すべてのスタッフが業務全体を偏りなく理解し、実践できるようになることですが、現時点ではそこまでのレベルに達していません。また、新たにクリニックを建設する場合には追加のスタッフが必要となり、そのスタッフに対しても同様に教育を行う必要があります。その教育には多くの時間がかかります。

しかし、日本企業と協力することで、医師向けのセミナーなどを通じて、当クリニックの医師の人材育成につながると考えています。また、私自身もマネジメントなどのセミナーを通じて、医師たちを育成できるようになりたいと考えています。

Question 日本のどのような分野の企業と協力したいですか？課題を解決した後次にどのような目標を立てますか？

医療関連分野の企業と協力したいと考えています。医療機器を販売している企業や、医療人材の研修を行う日本の医療センターなどを想定しています。私自身、名古屋や大阪で医療研修を受けた経験があり、その経験から、研修プログラムにスタッフを参加させて人材育成を行いたいと考えるようになりました。

人材育成のノウハウを身につけ、スタッフの人数が十分に整えば、将来的にはより大きな病院を建設したいと考えています。実現の目標は10年後ですが、現時点ではすぐに実現できるものではないと考えています。また、経営塾の講師である福山先生からは、日本やキルギスの投資家を呼び込み、大きな医療センターを建設する案も提案されており、これも将来的な目標として視野に入れています。

Question 日本企業に伝えたいキルギス市場の可能性や魅力は何ですか？最後に日本企業に向けてメッセージはありますか？

キルギス市場は急速に発展しており、外国企業にとってビジネスを拡大する機会が多くあります。人口も増加しており、若い世代が積極的にビジネスを始めていることから、国全体に活気があると感じています。また、キルギスを拠点に事業を展開することで、国内市場だけでなく、カザフスタンやウズベキスタンなど周辺国にもビジネスを広げることが可能です。

日本とキルギスの企業が協力することは、双方にとって大きな利益があります。キルギス市場にはまだ多くの成長余地があり、私自身も日本企業を信頼しているため、日本との協力を強く望んでいます。

連絡先

- E mail ainuradjenalieva@mail.ru
- Whats App +996 553 767 592



基本情報

- 企業名 Medix International
- 代表者名 バキットシャイドウラエフ (Bakyt Shaidullaev)
- 創立年 2015年
- 従業員数 15人
- 支店数 2店舗
- 分野 医療、流通

企業名 Medix International

Question ビジネスモデルについて教えてください。

弊社はキルギスとタジキスタンで医療機器を販売しています。すでに日本企業の製品を取り扱っており、更なる日本企業との協働を求めています。主に、使い捨ての医療機器や医薬品の販売を手がけており、取り扱っている製品は大きく三つに分類できます。第一に、放射線を利用し、患者の現状を可視化するための製品です。具体的にはX線検査、MR検査、CTスキャン、超音波による検査のための機材などがあります。第二に、ラボ用の資材があり、顕微鏡なども含まれます。第三に、病院向けの家具などで、机なども取り扱っています。現在、顧客の多くは病院であり、内訳としては公立病院が六割ほど、四割は私立病院と取り引きをしています。

Question なぜこのビジネスを始めたのですか？

きっかけは大学時代から兄弟のように接してくれているタジキスタンからきた友人の助けがあったことです。彼はタジキスタン人ですが、キルギスにお世話になったことからキルギスに貢献したいと考えていたようです。彼は医療分野に詳しく、ビジネスを始めるにあたってライセンスの取得などでアドバイスをしてくれました。

Question 現在もこのビジネスを続けているのはなぜですか？

医療セクターは常に必要とされているからです。少し前にはコロナ禍もありました。この時期にはマスクとX線のフィルムはよく売れました。

Question 御社のビジネスの強みについて教えてください。

強みはキルギスとタジキスタンでビジネスを実施していることです。この分野には競合他社もありますが、弊社の取引高は大きいと言えます。

一方で、弱みは知名度の低さです。私たちの企業はBtoBで活動しており、多くのキルギス国民は私たちのことを知りません。加えて15名と従業員が少ないため、人手不足もあげられます。

Question 医療業界についてタジキスタンとキルギスの違いはありますか？

キルギスの方が政府の法制度が整備されており、ビジネスがし易いです。キルギスとタジキスタンはどちらも成長が著しく、人口を合わせると1700万人とマーケットの規模も大きいです。

Question 知名度の向上のため、例えば日本の広告代理店などの活用は考えられますか？

そうかもしれません。他にもコンサルタント企業の活用も視野に入れています。

Question もし日本企業が参入する場合、どういった障壁が想定されますか？

価格競争力は弱みになるかもしれません。私たちは日本企業の製品の値段は少し高いと感じています。例えば同じ金額でも日本企業のX線機器を2台購入するところ中国製の機器では15台も購入ができます。他方で日本製品は質の高さが担保されており、多少値段が高くても質の高い製品に魅力を感じています。



出典：Medix International ウェブサイトより
<https://medixinternational.kg/shop/>

Question どういった日本製品を購入したいですか？

すでに日本光電工業とは取引があります。その上でAIを搭載した診断機械、医療用ソフトウェア、PACSシステムなどに関心を持っています。また、Pentax Medical、Shimadzu.co、Seismic & Vibration Test Laboratories、Terumoなどの企業の製品の取引も関心を持っています。

*PACSシステム：Picture Archiving and Communication System。医療用画像管理システムのこと

Question キルギスの医療業界についてどのように考えていますか？

現在は、多くの病院が政府の補助金によって建設されており、急速に成長している業界です。しかし、X線機器などは古い機器を利用しており、そのためのフィルムの販売に我が社は従事しています。また、年齢層を見ると高齢者向けの機器の需要の方が若者向けよりも多いと思います。

Question 御社のビジネスを中央アジアの他国に展開しないのでしょうか？

現在はキルギスとタジキスタンだけですが、五年以内に私の親戚が住むロシア市場に参入することも検討中です。

Question キルギスで特に需要のある製品を教えてください。

救急車、通風機、X線機器、患者の状態の確認装置、医療用ベッドは特にニーズが高いです。

Question 日本企業がキルギスに参入するメリットを教えてください。

マーケットの拡大です。キルギスは経済、人口、教育など様々な側面で成長中で私たちは参入のお手伝いができます。

Question 社長の経営哲学について教えてください。

正直でいることです。できないことに対してはできないと言います。

Question 最後に、日本企業へメッセージをお願いします。

私たちはいつでも対話に応じます。そして正直に、一生懸命に働きたいと思っています。



連絡先

E mail
 Bakyt@medixinternational.kg
 Whats App +996555175541
 Instagram
 @MEDIXINTERNATIONAL.KG



基本情報

- 企業名 mochi_bishkek
- 代表者名 ビムラトフ・ウランベック
(Biimuratov Utanbek)
- 財務責任者 アルティナイ・カチベコバ
(Altynai Kachibekova)
- 創立年 2022年
- 従業員数 9人
- 支店数 なし（本店のみ）
- 分野 食品

企業名 mochi_bishkek

Question ビジネスモデルについて教えてください。

私たちは、もちとおにぎりを専門に製造・提供する食品事業者です。前日までの注文に応じて夜間に生産し、翌朝各店舗へ配送する完全受注生産体制を確立しており、現在32店舗と安定的に提携しています。すべての商品はグルテンフリーで、健康的なデザートや軽食として提供しています。今後は日本産の餅粉や抹茶パウダーを導入し、日本企業との原料供給・パートナーシップを通じて更なる品質向上と市場拡大を目指しています。生産はCEOのビムラトフが、販売はアルティナイが担当しています。

Question どのような顧客層に、どのように販売していますか。

カフェ、レストラン、店、個人への販売を行っています。個人としては大人から子供まで全ての人々を対象としています。特に健康に気を使っている方や、スポーツマン、アレルギーを持っている方への人気が高いです。

Instagram、外部事業者による配達、店頭での対面販売を行っています。

Question 御社の独自性はどのようなところでしょうか？

まずは、我々がキルギスで1番最初に餅のビジネスを開いたことです。そして我々の商品自体もグルテンフリーで健康に良いという点がユニークです。大人も子供も食べることが出来る安全なデザートを提供しています。

Question ビジネスの目的について教えてください。

当社は、キルギスで日本のデザート文化を広めることを目的に事業を展開しています。特に日本の柔らかく甘い餅粉を使った伝統的デザートに注力し、現地ではほとんど知られていなかった餅を認知させることに成功しました。CEOのビムラトフは2008年にモスクワの日本レストランで経験を積み、日本の食文化を学んだうえで、原材料調達・生産・品質管理を担当。アルティナイは店舗交渉や販売・事業拡大を担当しています。当社の理念は「健康なデザートの提供」と「質・新鮮さ・正確さ」の徹底です。

Question 御社の強みは？

強みは、開業から3〜4年で複数のカフェやレストランと継続的な取引関係を築いている点です。健康志向の高まりを背景に、スポーツ選手やアレルギー対応食品を求める固定客を確保しています。また、競合の増加は、餅という日本のデザート文化の認知拡大につながっており、市場全体の成長要因となっています。

キルギスでは餅粉市場は未開拓であり、将来的には日本から餅粉を輸入し、自社生産にとどまらず、現地企業への原料供給も可能だと考えています。

課題は、現状では餅粉および抹茶について日本産原料を安定的に入手できず、タイ産の米粉や中国産の抹茶といった代替品を使用している点です。しかし、この課題は日本企業との連携によって解決可能であり、品質向上と市場拡大の両立が期待できると考えています。



Question 今後の事業計画について教えてください。

近い将来、キルギス大手スーパーSpar・Globusからの要請により、年末から店頭販売を開始予定です。中長期的には自社カフェを開業し、日本のデザートや料理、伝統的な抹茶飲料を提供することを目指しています。そのため、日本産の餅粉・抹茶の輸入や、生産自動化のための日本製機械の導入を計画しています。将来的には餅アイスの製造も視野に入れています。フランチャイズ展開の打診もありますが、現段階では量より品質を重視しています。

Question キルギスで日本産原材料の入手が難しい理由は？

日本から餅粉をキルギスへ輸入するには、関税や物流面の課題があり、現時点では高い収益性を確保しにくい状況です。ただし、日キルギス間の関税に関する交渉が進んでおり、航空便も徐々に増えています。餅や日本のデザートが現地で知られるようになったのはここ3〜4年とまだ新しく、今後文化の浸透とともに餅粉需要の拡大が期待されます。

Question なぜ、日本の企業は御社を選ぶべきなのでしょう。

当社は2022年創業で事業として3年、スタッフは10年以上の経験を有しています。日本のデザートをキルギス市場に定着させており、同国が日本食品を受け入れる成熟段階にあることを実証しています。当社の餅デザートは、クリームを包む独自性のある商品で、日本産原料を使用することでさらなる高付加価値化が可能です。



また、日本企業にとっては、キルギスを起点にロシア・中央アジア（カザフスタン、ウズベキスタン、タジキスタン）へ低コストで展開できるパートナーとなります。CEOはモスクワの日本食レストランでの勤務経験があり、現地ネットワークも保有しています。中央アジアでは日本の餅は新規性が高く、大きなビジネス機会があります。

Question 日本企業との協力を通じて、実現したいことは何でしょうか？

日本産の餅粉・抹茶の輸入に加え、餅つき機や包装機など生産自動化に必要な機械の導入を目指しています。また、同様の分野で実績を持つ日本企業と協力し、日本式の製造プロセスやマーケティング手法を学ぶことで、品質と事業運営のさらなる高度化を図りたいと考えています。

Question 最後に日本企業へメッセージをお願いします。

日本産の餅粉・抹茶の輸入に加え、餅つき機や包装機など生産自動化に必要な機械の導入を目指しています。また、同様の分野で実績を持つ日本企業と協力し、日本式の製造プロセスやマーケティング手法を学ぶことで、品質と事業運営のさらなる高度化を図りたいと考えています。

連絡先

- E mail mochibishkek@yandex.com
- 電話番号 +996 708 882 240
- Instagram mochi_bishkek



》基本情報

- 企業名 DSKA Engineering
- 代表者名 テミルベック・チョドゥロフ (Temirbek Chodurov)
- 創立年 2013年
- 従業員数 75人
- 分野 建設

企業名 DSKA Engineering

Question 御社の事業内容について教えてください。

DSKA Engineeringは、キルギスに拠点を置く企業向けに、施設建設における設計から製造、施工、政府の各種許認可取得までを一気通貫で担う建設企業です。

設立当初は3名で立ち上げた小規模な企業で、小さな建築物の施工を中心に手掛けていましたが、その後着実に成長を遂げ、現在ではキルギス国内において大規模な建設プロジェクトにも対応できる企業へと発展しています。近年はキルギス国内の建設事業に加え、米国向けにスチールビーム（鉄筋）の販売も行っており、事業領域を国際的に拡大しています。

ビジネス形態は主にBtoBで、これまでにShoro、Toiboss、Kulikovといったキルギスを代表する大手企業との協業実績を有しています。「キルギスの発展のために尽くしたい」という想いのもと、我が社は今後も建設分野を通じてキルギス経済の成長に貢献していくことを目指しています。

Question 創業のきっかけは？

キルギスの発展に尽くしたいと考えたためです。私たち三人の創業者は当初はレストランを運営していました。しかし、キルギスには開発が進んでいない土地が多くあることに気づき、これらの開発に商機を見出し建設ビジネスに着手しました。やがて事業が成長していくにつれ、キルギスで活躍する他企業を手助けしたいという想いが生まれ、BtoCよりもBtoBとして他のキルギス企業がビジネスに打ち込める建物の建設に携わってきました。



Question 現在のキルギスの建設業界の動向をどのように見えていますか？

キルギスでは、現大統領の政策によって建設ラッシュとなっており、また、国際情勢の変化も追い風となっています。隣国の中国は、キルギスをロシアへの輸送路として活用しており、多くの中国の建設企業がキルギスに進出しています。中国企業のキルギス進出は、裏を返せばキルギス企業では需要を賄い切れていないと言えるでしょう。さらにロシアとウクライナによる戦争によって、中央アジアに流入した人々が労働需要を満たしていることもキルギスでの建設ラッシュに一役買っています。キルギスだけではなく、他の中央アジア諸国でも同様に状況にあります。

Question 現在の建設業界の動向を踏まえた御社の今後の方針は？

これまではBtoBで実施してきましたが、今後はBtoGにも拡大したいと考えています。特に山岳地帯が多いキルギスでは橋や道路の建設が重要です。これらの建設は政府の公共事業として実施されますが、そこへ参画するにあたり、多くの場面で日本企業が持つ高い技術を活用できると感じています。また、弊社の成長に伴って表面化してきた課題である、社内教育の改善やマネジメントの改革にも着手しています。



Question どのような技術を持つ日本企業との連携したいですか？

特に構造工学（structural design department）の専門家を求めています。日本は高層ビルや橋の建設において先進的であり、また、多くの地震と免震対策を経験しています。これらの知見を持った専門家と連携し、キルギス政府の公共事業へ参画したいと考えています。具体的には、橋やスタジアムの建設において共に取り組むことの出来るパートナーとの協業を望んでいます。



Question キルギスの建設業での規制環境について教えてください。

近年、キルギスでは建設分野の重要性が一層高まっており、建設庁は建設省へと格上げされました。建設省は他国の規制基準を参考に、安全基準の見直しや改定を実施しています。他方で、日本企業が適用している安全基準は、キルギス政府が定める基準以上に厳格に運用されている場合が多く、現行制度の下でも十分に適法であると考えています。

*建設規制に関しては、必ず現地当局にご確認ください。

Question 最後に日本企業へメッセージをお願いします。

ぜひ一度、私たちの国へお越しください。キルギスは山と川に恵まれた自然豊かな美しい国です。

現在、橋やスタジアムなどの公共インフラをはじめとする多くの建設プロジェクトが進行しており、国全体が成長の過程にあります。この変化の時期に、日本の皆さんと協力しながら、長期的なパートナーシップを築いていきたいと考えています。

》連絡先

- E mail office@dsk.kg
- Whats App +996 555 989 615
- Website: www.dsk.kg

基本情報

企業名 Kuluke
 代表者名
 写真右 ダスタン・イブラエフ
 (Dastan Ibraev)
 写真左 テミルラン・アサンベコフ
 (Temirlan Asanbekov)
 創立年 2003年
 従業員数 90人
 分野 金属加工・卸売

企業名 Kuluke



Question 御社の主な事業内容について教えてください。

我が社は、主に金属製品を取り扱っており、ロシアおよびカザフスタンから鉄筋、パイプ、金属板などの金属製品を大量に仕入れ、国内で卸売および小売を行っている企業です。

基本的には、大量仕入れ・大量販売を行うBtoB取引を中心としていますが、近年では小規模卸売向けの店舗開設も進めています。主要な取引先は、ロシアの大手製鉄会社である「Evraz」で、15～20年以上にわたり安定した取引関係を築いています。

また、自社で金属加工や切断サービスなども行っています。提携している製造企業から金属製品を調達し、国内各地に配置した複数の倉庫にバランスよく在庫を配置することで、全国どの地域にも安定して供給できる体制を整えています。

商品の搬入には鉄道やトラックを利用しており、月間の取扱量は約1万～1.5万トンに達します。販売先は法人から個人まで幅広く、現在は国内市場が中心ですが、将来的には他国への支店展開も視野に入れています。

販売は口コミを中心としており、丁寧な接客や迅速な積み込み対応によって顧客満足度の向上に努めています。現在は約200社と取引しており、信用力の高い企業との契約を重視することで、当社の評判と信頼性を維持しています。今後は、金属加工や鉄筋製造など、自社生産体制の強化を計画しており、1～2年以内の稼働開始を目指しています。

Question なぜこの事業を始めたのですか？

我が社のビジネスは、創業者である父が金属関連の仕事を手掛けたことを原点として、家業として始めました。その後、息子である現代表も事業に加わり、家族や仲間とともに事業を拡大してきました。

Question 御社の事業拠点について教えてください。

キルギスは7州2都市ですが、そのうちチュイ州は家族が生まれ育った故郷であり、地域への愛着が強いことからチュイ州を事業拠点として選びました。

かつては首都ビシュケクが最も発展していましたが、現在は国全体が発展途上にあり、チュイ州も重要な地域として存在感を高めています。



海外から輸入された鉄製品



自社工場の金属加工機械

Question なぜ日本企業との連携を望んでいるのでしょうか？

我が社が日本企業との連携を希望している理由は、主に技術・管理・企業文化の三点を学び、自社の成長につなげたいと考えているからです。

まず、日本は資源が限られているにもかかわらず、高品質かつ効率的な製造、在庫管理、品質管理の仕組みを長年にわたり確立してきました。こうした日本のノウハウを学ぶことで、当社の国内外における供給体制を、より安定的で強固なものにしたいと考えています。

次に、日本企業が短期的な利益よりも、安定性や信頼性を重視し、長期的な視点で事業を継続してきた点に強い魅力を感じています。その経営姿勢や意思決定の考え方を参考にすることで、当社としても持続可能で堅実な企業経営を実現したいと考えています。

さらに、日本のカイゼン（改善）の考え方を取り入れることで、業務プロセスの見直しや生産性向上を図り、社員教育や現場での判断力の強化にもつなげたいと考えています。

私たちは、単なる投資や資金提供を求めているのではなく、技術や知識を相互に共有し、ともに成長していくWin-Winのパートナーシップを重視しています。最終的には、日本企業から得た知見やノウハウを、当社の製造、物流、倉庫運営に具体的に応用し、地域経済への貢献と企業の安定的な成長を両立させることを目指しています。

Question 御社と連携することで、日本企業が得られるメリットは？

日本企業が弊社と連携することで得られるメリットは多岐にわたります。まず、ロシアの大手製鉄会社EVRAZとの長期的な取引関係により、中央アジアにおいて安定した鉄鋼製品の調達が可能となります。鉄筋、パイプ、金属板、加工品、合板など、幅広い製品をワンストップで提供できる点は大きな強みです。

また、弊社が有する約200社に及ぶ顧客ネットワークを活用することで、建設・製造市場への円滑な参入が可能となり、取引先の信頼性を事前に確認できるため、事業リスクの軽減にもつながります。さらに、自社倉庫や鉄道・トラックによる物流網、厚板加工設備を活用できるため、初期投資を抑えた形での現地展開が可能です。

加えて、合板生産や金属加工分野において日本の技術を導入することで、現地での生産効率や品質の向上にも貢献できると考えています。これにより、サプライチェーンの多角化や中央アジア市場におけるプレゼンス強化といった、中長期的なメリットも期待できます。日本企業にとって、信頼性の高い現地パートナーと連携することは、安全かつ効率的な事業拡大につながり、弊社はその最適なパートナーになれると考えています。

Question 最後に日本企業に向けてメッセージをお願いします。

私たちkuluke社は、日本企業の技術やノウハウを学びながら、互いに利益を生むパートナーシップを築きたいと考えています。信頼関係を大切にし、現地での事業展開や品質向上に全力で取り組んで参ります。共に成長し、中央アジア市場でビジネスの可能性を広げましょう。

連絡先

E mail dibraev648@gmail.com
 Whats App +996 555 779 862



基本情報

- 企業名 Bolot LTD
- 代表者名 ウルクベク・サトウルガノフ
(Ulukbek Satylganov)
- 創元年 1992年
- 従業員数 10人
- 分野 金属加工・給水

企業名 Bolot LTD

Question 御社の事業内容について教えてください。

Bolot LTDは1992年に設立され、金属鑄造、金属加工、金属製品製造を主力事業として展開してきました。1997年以降は、これらの製造事業に加え、工場敷地内の水源を活用した給水事業にも取り組んでいます。金属加工分野では、金属スクラップの受け入れから鑄造、鉄スクラップの溶解、製品化までを自社で一貫して行っています。スクラップを原料とした鑄造製品の製造を強みとしており、長年にわたり安定した生産体制を維持しています。

一方、給水事業については、現在は工業用水を対象とした事業として展開しています。自社所有の井戸から汲み上げた水を配管を通じて、主に自社工場および周辺の工業用途向けに供給しており、すでに事業として確立されています。

将来的には、この給水事業を飲料水分野へ拡大し、水のボトリング事業に進出する計画です。スーパーマーケットや小売店を通じて、水や飲料製品として販売することを目指しています。

特に飲料水分野においては、安全性や品質、味に対する信頼が事業の成否を左右します。その点で、日本企業の技術や品質管理ノウハウは、当社が次の成長段階へ進むうえで不可欠な要素だと考えています。

Question 御社の強みを教えてください。

当社の強みは、30年以上市場で事業を続けてきた実績と、事業に必要な設備・土地・水源などの資産をすべて自社で保有している点です。

これにより、外部環境の変化に対しても安定した事業運営が可能となっています。

また、従業員の定着率が高いことも大きな強みです。多くの従業員が5～10年以上勤務しており、経験豊富な人材が品質管理や生産効率の向上を支えています。

一方で、同レベルの人材を新たに確保することが難しい点は課題であり、将来的な人材育成が重要だと認識しています。

Question 飲料水の市場規模に関する一般的な評価を教えてください。

2023年におけるキルギス国内のボトル飲料水および飲料の生産量は約7,100万リットルにとどまっていますが、輸入量は約1億4,000万リットル以上に達しています。国内生産は依然として需要を十分に満たしておらず、その不足分を輸入品に大きく依存している構造は近年も大きく変わっていません。

このことから、飲料水分野においては輸入代替の余地が非常に大きく、今後も需要拡大が見込まれる市場だと考えています。当社としても、将来的に飲料水事業へ参入し、国内供給の拡大と安定化の両立に貢献したいと考えています。

この輸入依存構造は、日本企業にとっても新規参入の余地が大きい市場であり、現地生産と組み合わせることで、物流コストの削減と価格競争力の向上、さらに強みである品質の確保を同時に実現できると考えています。

Question キルギス市場の魅力は何ですか。

キルギスはユーラシア経済連合（EAEU）加盟国であり、カザフスタンやロシアなどへの輸出が可能です。また、CIS加盟国として、ウズベキスタンを含む周辺国との経済的な結びつきも強く、広域市場へのアクセスに優れています。



これらの国際的なネットワークは、将来的な飲料水・飲料事業の展開において、周辺国市場への輸出を視野に入れた成長戦略を描ける点で、大きな競争優位性になると考えています。キルギスを生産・供給拠点とすることで、日本企業にとっても中央アジア全体を視野に入れた事業展開が現実的になります。

Question どのような日本の技術を導入したいと考えていますか。

主に、飲料水・飲料事業を見据えた衛生管理、品質管理、そして味に関する日本の技術を導入したいと考えています。特に「味」は製品価値を左右する重要な要素であり、安全性だけでなく、美味しく、健康にも配慮した水や飲料の製造を目指しています。単なる設備導入にとどまらず、製造プロセスや品質管理体制の構築まで含めた協業を想定しています。

Question 水の供給能力と水源の特徴・強みを教えてください。

現在の供給量は月約15,000立方メートルで、将来は

約50,000立方メートルまで拡大可能です。井戸はすべて自社所有で、必要なライセンスも取得済みです。都市中心部に位置しているため、将来的な物流面でも優位性があります。

水源は約200メートルの深さから汲み上げるアーティジアン（被圧地下水）で、水質は安定しており、毎年分析を実施しています。今年も1月に水質検査の更新を予定しています。

Question 御社の安定性と今後の事業の持続性について、どのようにお考えですか。

当社は、設立から30年以上にわたり事業を続けてきた実績から、財務的にも安定した企業であると考えています。長期的な事業運営を通じて培った経験が、信頼できる事業基盤となっています。

また、管理チームとともにリスクを事前に想定し、毎年事業分析と改善を行うことで、持続的で安定した経営を実現しており、この安定した基盤をもとに、日本企業と中長期で取り組める事業を構築したいと考えています。

Question 日本企業へのメッセージをお願いします。

キルギス・日本人材開発センターが30年以上活動してきたことから分かるように、キルギスと日本は長年にわたり信頼関係を築いてきました。私たちは、日本企業から技術やノウハウを学び、特に飲料水分野での新たな事業を共に育てていきたいと考えています。金属加工で培った製造基盤と、既存の工業用給水事業を土台に、次のステップとして飲料水事業に挑戦します。ぜひ、日本企業の皆さまと長期的なパートナーシップを築き、共に成長していければと思います。

連絡先

- E mail ulukbek.satylganov@gmail.com
- Whats App +996 709 057 850



基本情報

- 企業名 Asia Steel
- 代表者名 ヌルスルタン・アズヒベコフ
(Nursultan Azhibekov)
- 創立年 2015年
- 従業員数 87人
- 分野 金属加工



企業紹介PPT

企業名 Asia Steel

Question 御社の事業概要について教えてください。

当社は冶金企業であり、建設用鉄筋（直径10～20mm）を主力製品として製造しています。生産拠点はチュウ州カラ・バルタ市（首都ビシュケク市の西方）に、オフィスはビシュケク市に位置し、現在の月間生産能力は2,500 tです。2026年には設備をアップグレードし、生産能力を月間14,000 tまで拡張する計画です。国内市場においては、2025年に27%のシェアを確保しており、2030年には最大56%まで拡大することを目標としています。将来的には鉄筋製品のラインアップ拡充に加え、ワイヤーロッドやアングル材の生産も視野に入れ、中央アジア諸国への輸出においても高いポテンシャルを有しています。

当社は2015年に「ユーラシアメタルグループ」として設立され、2017年、2021年、2024年に新規投資・事業拡大に伴う再編を実施し、現在の「アジア・スチール」へ社名を変更しました。当初は半製品を調達して鉄筋を生産していましたが、現在では原料から製品まで自社で一貫して製造する完全生産体制を確立しています。

Question 現在の市場シェアについて教えてください。

現時点では、キルギス国内の需要の約5～10%を供給していますが、既存設備の最大活用により20%程度までシェアを拡大できる体制を整えています。創業当初は約5%の供給能力でしたが、事業拡大に伴い着実にシェアを伸ばしてきました。

2026年には、1,200万ドルの追加投資により新たに誘導・アーク複合炉を導入し、供給能力を国内需要の50%まで引き上げる計画です。同年に新炉を設置し、稼働率80%を達成する見込みで、年間約17万tの生産能力に相当します。その時点で従業員数は約150名へ拡大する予定です。さらに、2030年までにはフル稼働体制を整え、鉄筋に加えてワイヤーロッド、アングル材などの製品ライン拡充も計画しています。キルギスでは建設需要が急増しており、当社としてもこの成長市場に積極的に対応して参ります。

Question どのような顧客へ販売されているのでしょうか？

主に建設会社、鉄材販売店、卸売業者に販売しています。基本的には幅広く取引が可能です。現在の顧客は700社以上で、小規模な会社から大規模な会社まで様々です。特に主要な建設会社は50～60社程度になります。

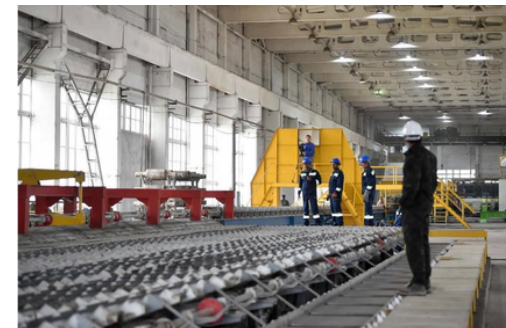
Question 御社のビジネスモデルについて教えてください。

当社のビジネスモデルは、キルギス国内に不足している金属製品の「輸入代替」を軸としています。キルギスでは長年、建設用途に適した金属製品の国産生産が無く、品質基準を満たした鉄筋のほぼ100%をロシアから輸入してきました。しかし、近年はロシア製鉄筋の供給不足が続き、カザフスタンや中国からの輸入に頼らざるを得ない状況となっています。当社はこの課題を解決するため、キルギス国内で国際水準と同等の品質を持つ鉄筋を生産し、物流の優位性を活かしてより安価・迅速・



＜作業工程についての企業動画(ロシア語)＞

経営塾マガジン 2025



安定的に供給するモデルを構築しています。これにより、国内市場に対し競争力の高い価格で製品を提供し、輸入依存からの脱却を進めています。今後は、建設用鉄筋だけでなく、金属製品のラインナップを拡大し、国内産業の幅広いニーズに応えるために生産能力を強化していく計画です。

Question どのような種類の金属加工品を製造していますか。また、国際基準にはどの程度適合していますか。

前述のとおり、当社では直径10～25mmの鉄筋（ブランド名A500C）を製造しています。2024年から2025年にかけて、製品ラインを従来の12、14、16、18mmに加え、10、20、22、25mmまで拡充し、製品の種類を2倍に増やしました。主な顧客は建設会社で、近年の建設業界の成長に伴い高い需要があります。当社はロシア製鉄筋と品質面で競争できる体制を整えており、国内製造業の支援も目指しています。国際基準に関しては、日本の基準とは多少異なるかもしれませんが、元素の周期表やGOST（国家規格）、ヨーロッパ品質基準で見れば、キルギスでは旧ソ連諸国と同様にGOSTの概念が使われています。また、キルギスの専門機関（建設省）も技術的パラメータを定めています。例えば、私たちの鉄筋がA500Cと呼ばれるのは、高層ビル建設時に特定の鋼種の使用が認められているからです。具体的にはST-3鋼が使われ、多くの場合A500規格です。500とは、大まかに言えば、鉄を引っ張ったり曲げたりしたときに特定の要件を満たすことを意味します。

私たちの鉄筋はこれに完全に適合しており、品質面で市場をリードしています。

Question どのようにコスト競争力に対応していますか。

当社はキルギス国内で唯一の鉄筋メーカーであり、主な競争相手は輸入品です。中国系を含む大規模工場もありますが、当社はGOST基準に基づく生産管理、国家検査機関の試験、社内の化学・スペクトル分析などを徹底し、品質面で優位性を確保しています。これを支えているのが、トルコ・インドから導入した高性能設備と、海外専門家の技術支援です。また、国内で発生するスクラップの約90%を活用し、再加工を国内で完結できるため、従来の「中国・ロシアへ低価格で輸出 → 再加工 → 再輸入」という高コスト構造を解消しています。これにより、同等品質（あるいはそれ以上）の製品を輸入品より最大20%安く提供できます。海外大手に比べて規模は小さいものの、品質とコストで競争できる十分な生産能力を有しており、さらに能力拡大のための投資も継続しています。

連絡先

- E mail info@asiasteel.kg
- 電話番号 +996 777 773 223
- Instagram asiasteel_kg
- HP https://asiasteel.kg/



基本情報

- 企業名 ETHNO LOGICS
- 代表者名 アブロル・アブドゥラエフ (Abror Abdullaev)
- 創立年 2015年
- 従業員数 63人
- 支店数 8店舗
- 分野 運送

企業名 ETHNO LOGISTICS

Question 御社のビジネスモデルと販売方法を教えてください

ETHNO LOGISTICSは、中小企業を主な顧客とする物流・郵送サービスを提供する運輸会社です。主に物資や商品の運送を担っており、商品の注文代行、物資の受け取り、支店間の輸送、最終的な顧客への引き渡しまでを一貫して行っています。対象顧客は中小企業が中心ですが、大企業や個人に対してもサービスを提供しています。

同社のビジネスモデルは、各国・各都市に展開する支店ネットワークを活用している点に特徴があります。各支店で商品を受け取り、他の支店を経由して顧客に配送する仕組みを構築しており、場合によっては顧客に代わって商品を注文することもあります。

例えば、キルギスの中小企業がロシア・モスクワの商品を直接注文できない場合、ETHNO LOGISTICSが現地で商品を購入し、自社の支店ネットワークを通じて顧客のもとへ郵送します。このように、国境を越えた調達と配送を可能にしている点が強みです。

販売および受注方法は多岐にわたっており、SNSのダイレクトメッセージ（Instagram）を通じた注文、YandexやGoogleを利用したオンライン注文、そして8つの支店での対面注文があります。利用される手段は地域によって異なり、モスクワでは約80%が支店への来店による直接注文となっています。ウズベキスタンでも対面での注文が多い一方、キルギス共和国ではYandex経由の注文が主流です。また、Instagramには毎日20～30件のDMが届き、複数のスタッフが顧客からの問い合わせ対応を行っています。

Question ビジネスの目的と理念を教えてください

ETHNO LOGISTICSのビジネスの目的は、物流を通じて国と国を結び、中小企業から大企業までが国境を越えて商品を取り扱える環境を整えることです。国や地域による流通の壁をなくし、必要な商品が必要な場所へ確実に届く仕組みを構築することを目指しています。

中小企業向けには、例えばキルギスでは直接購入できない日本の商品を、ETHNO LOGISTICSが代理で購入し、現地まで配送することで、各国で入手困難な商品へのアクセスを可能にしています。大企業向けには、日本の高性能な資材や製品を海外市場へ届ける物流サービスを提供しています。

日本から輸入する商品は、衣類・化粧品・食品などのオンラインストア向け商品に加え、ビジネス用途の高品質な製品を想定しています。日本とキルギスの間に直行便はありませんが、輸送ルートの工夫や日本の商社との連携により、安定した物流体制を構築することが可能です。また、日本企業が中央アジア市場へ進出する際には、物流パートナーとして商品の輸送を担い、市場開拓を支援します。さらに、ドロップシッピングなど新しい流通モデルにも関心を持ち、国境を越えたビジネスの可能性を広げていくことを理念としています。

Question 御社のユニークポイント、強み、弱みを教えてください

ETHNO LOGISTICSのユニークポイントは、3人で始めたビジネスを10年間継続してきた実績にあります。日々サービス改善に取り組み、顧客や市場の変化に柔軟に対応してきました。

また、ロシアから中央アジア諸国へ約36時間で配送を行う高いスピードも大きな特長です。一般的な物流と比べても非常に迅速であり、中央アジア域内に自社オフィスを持つことで、各国の顧客にとって利便性の高い物流体制を実現しています。加えて、個々の顧客に寄り添った対応を重視し、担当マネージャーが丁寧に要望へ対応しています。

強みは、キルギスを含む中央アジア各国に支店を持ち、現地言語や事情に精通したスタッフが対応できる点です。また、顧客ごとに最適な方法を共に考える柔軟性とスピードも強みとなっています。一方で、政治情勢や法制度の変動により、国境閉鎖などが発生すると輸送が困難になる点は弱みです。ただし、現在は商品別の専門スタッフを配置し、課題解決力を高めながら安定した顧客対応を行っています。

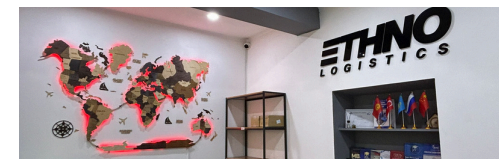
Question 今後の事業計画はどのようなものですか？

現在は、輸送のたびに車両を手配していますが、顧客により柔軟に対応するため、近い将来、自社で車両や航空機を保有する予定です。

また、日本企業との連携については、三つのビジネスモデルを想定しています。一つ目は、インターネットを中心にビジネスを行っている人が、日本から商品や物資を仕入れるモデルです。二つ目は、日本の商品を中央アジアで販売したい個人や企業が、商品を仕入れるモデルです。三つ目は、日本企業が日本の商品を中央アジア市場で販売する際に、ETHNO LOGISTICSが商品の輸送を担うモデルです。

Question 日本企業との協力の目的や日本側のメリットについて教えてください

日本企業と協力する目的は三つあります。第一に、自社ビジネスに日本という新たな国を加えることです。第二に、日本企業から仕事に対する姿勢や責任感、継続的な向上を重視する「質のスタンダード」を学ぶことです。ここでいうスタンダードとは、仕事に対する姿勢や責任感、同じ会社で長く働きながら継続的に向上を目指す文化を指します。第三に、中央アジア市場への進出を目指す日本企業を支援することです。



当社が有力なパートナーである理由は、確立された事業基盤と広域ネットワークにあります。ELPシステムで物流を管理しており、協力企業は一度の連携で8か国の支店ネットワークとつながることができます。過去10年間、重大なトラブルや支店の経営破綻はなく、コロナ禍においても物流事業は成長を続けました。

協力を通じて当社が求めるのは日本のビジネススタンダードであり、日本企業に提供できるのは中央アジアを中心とした人口約8億人規模の成長市場へのアクセスです。キルギス単体では人口約700万人ですが、支店ネットワークにより広域市場が開かれています。また、商品ごとに個別対応を行い、丁寧な管理体制を整えています。当社を通じて商品を展開する利点は、スピードと地理的優位性にあります。中央アジアはユーラシアの中心に位置し、ヨーロッパへの物流拠点としても活用でき、進出コストが低い点も大きな可能性となっています。

Question 最後に日本企業に向けてメッセージをお願いします

私たちの現状は、日本企業にとって理想的な環境ではないかもしれませんが、成長と努力、そして試行錯誤を続ける準備は整っています。キルギスには、相手への姿勢を重視する、日本に似た精神性があります。ぜひ日本企業の皆さまと協力し、長期的な関係を築いていきたいと考えています。

連絡先

- E mail info@ethnologistics.com(会社)
abrorn@gmail.com(個人)
- Number +996 222 117 777
- Home page ethnologistics.com



基本情報

- 企業名 Electric Group
- 代表者名 ヌルラン・タライベコフ
(Nurlan Taalaibekov)
- 創立年 2017年
- 従業員数 25人
- 支店数 4店舗
- 分野 電気資材

企業名 Electric Group

Question 御社の概要を教えてください。

Electric Groupは、電気関連商品の中間卸売業者です。主に取り扱いしている商品は、ケーブル、ブレーカー、配電盤、スマートブレーカー、ケーブルチャンネル、端子台などです。これらの商品を輸入し、キルギス国内の店舗やバザールなどに卸して販売しています。ヌルラン氏は、今後、日本の高品質な製品を仕入れ、キルギスの電気製品市場に卸していきたいと考えています。

Question 御社の主な事業内容について教えてください。

私たちの会社の事業モデルは卸売業です。ロシアやカザフスタンから仕入れた電気資材を、キルギス国内の市場で販売しています。主に仕入れた商品はビシュケクにある倉庫に保管し、バザールや自社の店舗に卸して販売しています。現在、私たちは4店舗を運営しており、来年度にはさらに2店舗の開店を予定しています。

Question この事業を始めた理由を教えてください。

私はイシククル州のカラコルという都市に住んでいます。当時、カラコルには電気専門店がなく、仮に店舗があっても、店員が商品について十分に説明できないことが多くありました。そこで、大学で電気技術を学んでいた自身の経験を活かし、商品を正しく説明できる店舗を作りたいと考え、起業を決意しました。

Question 日本企業の製品に興味を持つ理由は何ですか？

現在、キルギス市場にはロシア、カザフスタン、中国の製品が広く流通していますが、日本製品はまだ十分に流通していません。一方で、キルギスの人々は日本製品の高い品質をよく理解しています。そのため、今こそ日本製品を市場に導入する良いタイミングだと考えました。また、キルギスでは建設・設備分野において技術革新のニーズが高まっており、日本の最新技術を活かした製品が受け入れられる余地も大きいと考えています。

Question 貴社の強みはなんですか？

当社の強みは、技術知識を持つスタッフによる丁寧な商品説明、柔軟な営業体制、新技術導入に対する先行性、そして広範な顧客ネットワークです。店員は施工業者や個人顧客に対して、配電盤やブレーカーの選定方法や設置方法を説明でき、他社との差別化につながっています。最新技術を搭載した製品をいち早く紹介できる点も強みであり、約200社の顧客ネットワークを活用することで、市場拡大が可能です。さらに、将来的にはタジキスタン、ウズベキスタン、カザフスタンへの展開も視野に入れています。



商品を保管する倉庫



店舗の外観

Question 貴社の現在抱える課題は何ですか？

課題としては、在庫量や商品種類が競合と比べて少ない点、季節変動による売上の変動、そして経営管理面での改善余地が挙げられます。特に、オンライン販売体制の整備や、販売計画・財務計画の改善は今後の重要な課題です。季節性の影響により、12月は売上が落ち込む一方で、秋の繁忙期には売上が伸びる傾向があります。経営管理については、日本式の戦略的な手法を取り入れることで、さらなる改善が可能だと考えています。

Question 将来の展望について教えてください。

今後は、キルギス国内全域に安定して供給できる体制を構築したいと考えています。また、日本企業と連携し、高品質な製品を導入することで店舗数を増やし、将来的には周辺国への展開も目指しています。

特に、日本の技術を活かした製品を現地市場に広め、施工会社や建設会社に向けた教育活動や展示会を通じて紹介していきたいと考えています。

これにより、日本企業にとっても新たな市場でのビジネスチャンスが生まれ、当社としても事業の成長と影響力の拡大につながると考えています。



店頭にある商品

Question 日本企業に期待する連携について教えてください

当社は、日本企業と協力することで、新興市場における販路拡大や、品質・技術の普及、成長市場への参入、そして柔軟なパートナーシップの構築が可能になると考えています。単なる製品販売にとどまらず、技術教育や展示会を通じて、現地市場における日本製品の価値を高めていきたいと考えています。その結果、キルギス市場における日本製品の認知向上と販路拡大につながると考えています。

Question 最後に、日本企業へメッセージをお願いします。

私たちの会社は、キルギスで電気資材を取り扱い、現地で信頼される供給ネットワークを構築しています。日本の高品質な製品をキルギス市場に紹介したいと考えていますので、ぜひ一緒に取り組んでいただきたいと思います。新しい市場ではありますが、施工会社や建設会社に対して製品の使い方や特長を丁寧に説明する活動も行っています。日本企業にとっても販路拡大の機会になると思いますので、私たちとともにキルギスおよび周辺国での市場を広げていきましょう。

連絡先

E mail
ntalaybekov@gmail.com
Whats App
+ 996 704 741 212

基本情報

- 企業名 Fenomen- Trade, Erfolg Trade
- 代表者名 アルマズ・サパエフ
(Almaz Sapaev)
- 創立年 2013年
- 従業員数 133人
- 支店数 7店舗
(ビシュケク、オシュ、マナス、ナリン、
イシククル、タラス、バトケン)
- 分野 食品製造

企業名 Fenomen-Trade, Erfolg Trade

Question 現在のあなたのビジネスについて教えてください

現在、私の会社ではヒマワリの種やカボチャの種、ピーナツなどを原料としたスナックを製造し、キルギス全土で約1万店以上の小売店に販売しています。当社の商品は、キルギス国内であれば、ほとんどのスーパーマーケットで手に取ることができると思います。主な顧客層は10代から50代まで幅広く、テレビを見ながら、あるいは屋外で家族や友人と一緒に商品を楽しむ人々に支持されています。

Question あなたの会社の強みと弱みを教えてください

当社の強みは、小売店チャネルの拡大に注力してきた点と高い製品認知度、そして多数の営業担当者とスーパーバイザーを擁している点です。これにより販売網を迅速に広げることができ、実際に当社はキルギス国内で高額納税者上位100社に入っています。

一方、弱みは単一のサプライヤーに依存している点です。ただし、メーカーの要件を厳格に順守しており、これまで品質や取引面での問題は発生していません。



・この企業で製造している商品

Question 今後のビジネスプランについて教えてください

今後のビジネスプランとして、小規模小売店向けのネットワーク、いわば「小売店協会」を構築したいと考えています。具体的には、セブン-イレブンのように、商品の価格や商品配置を一定程度統一し、すべての加盟店舗が共通の商品リスト・陳列・価格で運営できる仕組みを目指しています。

背景として、ここ2〜3年でGLOBUSやAsiaといった大手スーパーマーケットが急速に成長し、個人経営の小売店が顧客を奪われている現状があります。このような環境の中で、小規模小売店を守り、競争力を高めるために小売店協会を設立し、大規模チェーンに対抗できる仕組みを作りたいと考えています。

Question 個人の小売店の抱える問題と強みを教えてください

小規模小売店が抱える最大の課題は、需要予測や在庫管理を行うための近代的なITプログラムを十分に活用できていない点です。どの商品がどれだけ売れるかを予測できず、結果として在庫不足や過剰在庫が発生し、資金繰りが難しくなることがあります。また、来店した顧客が必要な商品を見つけれない場合、大手スーパーマーケットに流れてしまいます。この状況を改善するためには、ITを活用した需要予測や顧客行動の分析が不可欠だと考えています。

一方で、小規模小売店の強みは、大手チェーンに比べて経営判断や商品構成を柔軟に変更できる点にあります。

規模が小さい分、市場や顧客の変化に応じて商品ラインアップや販売方法を迅速に見直すことができます。

また、店主が一人ひとりの顧客と直接関わり、常連客の顔や好み、購入傾向を把握できる点も大きな強みです。こうした密接な顧客関係は、大手スーパーマーケットでは実現しにくい価値だと考えています。

Question 小売店協会を通じてどのようなニーズに答えていきたいですか？

前述の通り、キルギスではチェーン店の売上が長期的に拡大し、小規模小売店の競争力が低下しています。GLOBUSやAsiaといった大手チェーンと同じ土俵で価格競争を行うのではなく、IT技術を活用した小売店ネットワークを構築し、異なる価値を提供する「ブルーオーシャン」を目指す必要があります。

ITシステムを導入することで、品揃え、在庫、商品配置を最適化し、顧客データを活用した需要予測や提案型の販売も可能になります。小売店は、オーナー自身が顧客と密接な関係を築けるという強みを持っています。そこに集荷・配送システム、IT部門、マーケティング機能を組み合わせることで、低コストかつ柔軟な事業構造を構築し、大手チェーンに対抗できると考えています。

Question 日本のどのような分野の企業と協力したいですか？

特に関心を持っているのは、小売店向けのITプログラム開発分野です。日本の高度な商品管理や需要予測のノウハウを持つIT企業と協力し、消費者ニーズに柔軟に対応できる小売店を増やしていきたいと考えています。

また、日本の建築分野にも関心があります。キルギスでは都市部を除き、必ずしも都市型セントラルヒーティングは普及していません。一方、日本は地震が多い国であり、建物別の暖房であることから耐震性や断熱性に優れた建築技術や建材が発展してきました。こうした日本の技術や材料をキルギスでどのように活用できるのか、さらに将来的に現地生産が可能かどうかについても学びたいと考えています。

Question あなたと協力することの日本企業側のメリットとキルギスの市場の可能性について教えてください。



・慈善活動の一例 子供たちへのクリスマスプレゼントの準備

現時点では、日本企業に対して具体的な協業モデルをすべて提示できる段階にはありませんが、中央アジアやキルギスの消費者データや市場情報を提供できる点は一つの価値になると考えています。

キルギス市場は、経済成長が続き、人口も増加しており、特に若年層が多いことが特徴です。この若い世代の消費力を背景に、市場は今後さらに成長する可能性があります。また、キルギスを拠点にすれば、中央アジア全体をマーケティング対象とすることが可能です。

Question 最後に日本に向けてメッセージをお願いします。

子どもの頃、日本製品に強い憧れを抱いていたことを今でも覚えています。日本の高度経済成長期の成功には深い感銘を受けました。日本は今も豊富な経験と技術を持つ国であり、協力することでキルギスでも共に成功できると信じています。

また、私たちはビジネスだけでなく、貧困層や子どもたちを支援する慈善活動にも取り組んでいます。同じ価値観を共有できる日本企業と、ぜひ長期的なパートナーシップを築いていきたいと考えています。

連絡先

- E mail almaz.se@mail.ru
- Whats App +996 550 037 376



》基本情報

- 企業名 MODEX, Fabishop
- 代表者名 エルメック・カドゥラリエフ (Ermek Kadyraliev)
- 創立年 2014年
- 従業員数 12人
- 支店数 3店舗
- 分野 衣類販売

企業名 MODEX, Fabishop

Question ビジネスモデルについて教えてください。

私は衣類の販売を11年間、焼き菓子の工場運営と販売、そして油の販売を2年間続けてきました。衣類のビジネスでは、中国やトルコからの輸入品、ならびにビシュケクの仕立て工場に発注した衣類を、自身の店舗やオンラインストアを通じて販売しています。近年、トルコからの輸入品は価格が高騰しているため、現在は中国からの輸入が中心となっています。

中国からは幅広い種類の衣類を輸入しており、一方でトルコからはスポーツウェアを除く衣類を輸入しています。現在は主に男性用衣類を取り扱っており、高品質な衣類を手ごろな価格で提供する「Fabishop」と、クラシックで比較的高価格帯の衣類を扱う「MODEX」の二つの衣類ブランドを運営しています。今回は主に衣類ビジネスについて説明しますが、焼き菓子と油のビジネスは、スーパーマーケットへの卸販売を行っています。

Question 企業理念とビジネスの目的、ビジネスを始めるに至った経緯を教えてください。

企業理念は「スタイリッシュな服を手頃な価格で」です。ビジネスの目的は、人の役に立つことであり、手ごろな価格で良い質を提供すること、そしてユニークで魅力的な商品を取り揃えることを心掛けています。

衣類のビジネスを始めたきっかけは、靴を輸入するビジネスを行っている人と知り合い、安価で良い質の製品を扱っていることに感動し、そのように良品質なものを手ごろな価格で販売するビジネスを发展させたいと思ったことです。

Question ビジネスの独自性を教えてください。

主に顧客に個々に対応すること、商品を手ごろな価格で販売していること、長年のビジネスパートナーとの繋がりがあることです。私たちは不良品やお客様に合わない商品があればすぐに商品取り換えなどの対応を行うよう心掛けています。また、私たちの店には私たちが自ら探して取り寄せるからこそ他の店に無いものがあります。更に、11年間の経験によって安定したビジネスを行うことができます。

Question 今後の事業計画はどのようなものですか？

今後は規模の拡大に力を入れようと考えており、ビジネスの強化のためにチームビルディングに取り組んでいます。日本の企業と協力することで、キルギスや中央アジア、ロシア等にとって新しく興味深い商品やファッションを輸入することで新たな市場を開拓したいです。また、ユニクロのような日本の企業がどのようなプロセスやマーケティングを行っているかも学びたいと考えています。

Question 日本企業と協力する目的は何ですか？

日本の高性能・高品質な商品やユニークな商品を輸入・販売することです。輸入商品としては高性能な製品や日本のお菓子等に興味を持っています。衣類に関しては、日本企業から日本の素材や高性能な衣類を輸入しお店で売りたいと考えており、例えば疲れにくい、履きやすい靴等の輸入に興味を持っています。



日本の衣類にはキルギスには無い性能性を備えたものがあります。衣類以外で言えば、キルギスにまだ無い日本の商品を輸入し、油の販売を行っている経験に基づき、最大規模のスーパーマーケットであるasiaやGlobus等のマスマーケットに売ることができます。商品の種類は幅広く見えています。例えば、日本の技術によって生産された最先端の商品や、日本のお菓子はキルギスではこれまでにない全く新しい魅力的な商品として捉えられます。

Question なぜ日本の企業は他の企業ではなく、御社を選ぶべきなのでしょう？

理由は、私たちが10年以上にわたり事業を継続してきた点にあります。その中で、豊富な経営経験を積み重ねるとともに、長年にわたって信頼関係を築いてきたビジネスパートナーを多数有しています。具体的には、トルコや中国で衣類を取り扱うパートナーがおり、在庫状況に応じて継続的に発注を行っている購入先だけでも10人以上います。さらに、状況に応じて魅力的な商品があれば発注する取引先を含めると、その数はさらに多くなります。このように、10年以上の経験を通じて培ったネットワークとノウハウにより、私たちは高いプロフェッショナルリティを備えていると考えています。

Question 日本企業との協力を通じて御社が求めるもの、日本企業に提供できるものを教えてください。

私たちが日本企業との協力を通じて求めているのは、前述の通り、日本の高性能・高品質でユニークな商品を輸入することです。キルギスにとって新しい商品を取り扱うことで、新たな市場を獲得したいと考えています。



対象となる商品は、衣類、食品、優れた技術を搭載した製品など、幅広く想定しています。一方で、私たちが日本企業に提供できるものとしては、オンラインストアのWildberriesや、「asia」「Globus」といったスーパーマーケットを含む、当社の商品流通および販売の仕組みがあります。私たちは、日本企業にとって、キルギスおよび周辺諸国、さらにWildberriesが利用されている地域への新たな市場参入の窓口となることができます。日本の製品は中央アジアではまだ新しい存在であり、新規市場の開拓に大きく貢献できると考えています。

さらに、衣類分野においては、日本企業からモデルやデザインの提供を受け、それをもとにキルギスの仕立て工場に発注し、製造・販売することも可能です。この方法により、日本から完成品を中央アジアへ輸送する場合と比べて、コストを抑えることができます。つまり、私たちは日本企業にとって、キルギスの仕立て工場への窓口としての役割を果たすことも可能だと考えています。

Question 最後に、日本企業へメッセージをお願いします。

中国とトルコからの仕入れによる衣料品店を展開しています。ネットワーク拡大と売上向上のため、ビジネスパートナーを募集しています。

》連絡先

- E mail kadyraliev.e@gmail.com
- Whats App +996 779 699 977

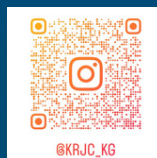
公益法人 キルギス共和国日本人材開発センター

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



キルギス共和国日本人材開発センターInstagram：krjc_kg