



## ウズベキスタン 企業訪問調査レポート【6】

LLC National Investments ～ 製造業(衛生消毒剤等) ～

## ウズベキスタン共和国 - 基礎データ -

面積	44万8,900平方キロメートル(日本の約1.2倍)
人口	3,158万人(2016年初、出所:国家統計委員会)
首都	タシケント 人口279万人(2016年初時点)
実質GDP成長率	8.10%(2014年)
名目GDP総額	626億ドル(2014年)
一人当たりの名目GDP	2,046ドル(2014年)
対米ドル為替レート	2,311.40 ウズベキスタン スム(2014年平均値)

出所:JETROホームページ 国・地域別情報「ウズベキスタン基本情報 概況」(2016年6月更新)

調査月  
特徴

2016年1月

国内の大手製薬会社ATM Partnersの傘下企業であり、ウズベキスタン市場に近代的な衛生消毒剤を最初に導入した、パーソナルケア製品や化粧品、殺菌剤・消毒剤などを一貫生産するウズベキスタンの主要メーカー。

国内販売はもちろん、近隣諸国に輸出している。同社の製品と物流は、ウズベキスタン国内基準GMP (Good Manufacturing Practice) と GDP (Good Distribution Practice)、およびWHO基準に沿っており、欧米諸国にも受け入れられる品質を備えている。

## 1 企業概要

社名

LLC National Investments

業種

製造業(衛生用品等)

住所

本社 : Tashkent city, 45/11 Shota Rustavelli Street  
工場 : Tashkent city, 40 Oltintopgan Street(敷地2万㎡、建屋500㎡)

国内支店

Syrdarya, Djizzak, Samarkand, Bukhara, Navoi, Karshi, Kokand, Fergana,  
Andijan, Urgench, Nukus

設立/従業員数

2007年/156名

標語

“Caring for people’s health!”, “Clean hands – guaranty of health” を国内で商標登録している。National Investmentsは「健康は清潔な手から」をキャッチフレーズにdewell製品を市場に出し、国内で初めて国民の衛生意識改革に取り組んだ企業である。

## 【製品ロゴ】



&lt;パーソナルケア製品&gt;



&lt;化粧品&gt;



&lt;家庭用及び業務用洗剤・殺菌消毒剤&gt;



## 2 主な製品

トリクロサンなど、皮膚の炎症を起こす恐れがある成分を控え、抗酸化作用のあるビタミンEの配合やアルコールを使用しない製品群を開発するなど、人体と環境に優しい製品作りに注力している。

### DEWELL

通常の細菌や病原体に対し99.9%の殺菌消毒効果を持つパーソナルケア製品。2012年に商標登録済み。  
品揃例)

- ハンド・ジェル：15、50、250ml入りパッケージなど10タイプ
- 足部用ローション・スプレー(制汗、水虫予防効果あり)：125mlなど4タイプ
- ノンアルコールのハンド用ローション・スプレー：125mlなど8タイプ
- 液体石鹸：250、500mlなど10タイプ
- シャワー・ジェル：320mlなど4タイプ
- ウェット・ティッシュ：子供向けケース入り2タイプなど8タイプ



### PUREX

保湿効果やアロマ効果、イオンのバランスなどを高めたパーソナルケア用品で2014年に商標登録している。

- 液体石鹸：250ml～5lなど8タイプあり
- 浴用液体石鹸：子供用1タイプを含め250mlなど7タイプあり



<液体石鹸>



<浴用「液体石鹸」>



### SANMED

殺菌消毒・洗浄剤で、医療機関で求められるレベルの殺菌消毒効果を持つ。2015年に商標登録し、医薬その他の製造施設や家庭用向けに販売している。主な品揃例)

- Maxi-Dez: 消毒用ハンド・ジェル。125、500ml入りの2タイプ。
- Extra-Dez: 医療機関その他の業務用液体消毒剤。500ml1タイプのみ
- Universal: 家庭用液体消毒剤。1000ml～4ℓなど4タイプ
- Super Clean: 台所用洗剤。500ml等4タイプ

SANMED  
"Maxi-Dez" - liquid antiseptic hand gel - 1  
type (500, 125 ml)



SANMED  
"Extra-Dez" - liquid disinfectant for  
treatment of surfaces at medical and  
industrial facilities 1 type (500 ml)



<Maxi-DezとExtra-Dez>

### 3 売上げ

具体的数値を公表していないが、同社経営陣によれば順調な伸びを示しており、2016年に生産拡大を計画しているとのことである。

### 4 原材料

原料の薬剤輸入元は以下のとおり。包装資材は国内生産している。  
米国、スイス、ドイツ、フランス、マレーシア、トルコ、イタリア、韓国、英国、インド、中国

### 5 組織図

#### Administration





### 6 流通経路

#### 国内

Korzinka、Macro、Next等の大手スーパーマーケット及び国内の薬局・ドラッグストア、その他大小の小売店に卸売りしている。配送は、タシケント市内及び近郊は自社車両で、その他地域は各地支店の手配車両によっており、それぞれの卸先とは契約を結び、販売管理を行っている。

※製品の流通には他の卸売業者などを通さず、すべて社内の流通部が小売企業に直接配送・卸売りをしている。これは、他の卸売業者等を介在させた場合、納品や代金回収が不確実となり、売れ行きモニタリングや納品先での在庫状況等をフォローすることなどが困難となるためである。

#### 海外

ロシア企業と提携して同国内の小売ネットワークに製品を卸すと共に、ジョージア、ラトビア、トルクメニスタン、アフガニスタン、キルギスタン等に輸出している。

### 7 輸送・配送

製品の輸送・配送は、タシケント市内では自社の28台のバンによって行っており、併せて納入先の売れ行きや在庫状況を確認しているので、遅滞のない配送が出来る。

小売業者が直接National Investmentsを訪れて製品を仕入れていくケースもある。



### 8 マーケティング戦略

衛生消毒剤などウズベキスタン国内にとっての新製品販売のためには、まず衛生消毒剤を使う習慣を消費者に浸透させることから始めなければならなかった。そのため、まず商品を投入し、消費者の反応を把握した後、本格販売を開始して市場にある程度自社商品が行き渡ってから、広告やイベント開催など本格的な販売促進活動をスタートした。



<学校での啓蒙活動>



<配布チラシ>



<小売店での販促>



## 9 研究開発

ウズベキスタンでは、それまで同国及び中央アジア諸国で罹病の多い疾患（肝炎、赤痢、結膜炎、ギョウチュウ、疥癬、コレラ、腸チフス、サルモネラ菌中毒など）を予防する衛生製品の生産実績がなかったため、2010年から1年間にそれら疾患の研究に費やし、2012年に製造計画を固めた後、DEWELLシリーズの製造を開始した。

2013年からは、製品ラインアップ拡充のため1年間かけて再度市場調査と商品開発を行い、人と環境への優しさを強調したPUREXとSANMEDを市場に投入した。

これら製品についてはウズベキスタン厚生省の疫学・微生物・伝染病研究所および皮膚学・性医学センター等のテストを受けて全て合格し“殺菌力99.9%”を謳うことが認められている。なお、同社は下掲の通りISOの認定も受けている。



設立当初は、Dwellブランドのハンドジェル4種類の商品のみの商品を扱っていたが、現在では扱い商品が154種類にまで拡大している。これに加え、2016年から新商品の市場調査を行い、2017年には市場投入する計画である。

## 10 競合他社

国内企業の中には類似製品のメーカーが出てきているが、それらの製品は、使った後べたつく、臭いがきつい、40℃を超えると変質するなど、品質検査も受けていない低品質なものが多く、精緻な調査・研究に基づいて商品開発を行い、“消毒剤と言えばDEWELL”というイメージが定着しているNational Investmentsとしては、これら企業を競合相手と認識していない。また外国メーカーの製品については、英国のDettol製品が輸入されているが、価格が高く、国内でのブランド認知度も未だ低いことから、脅威と捉えていない。

## 11 市場参入に当たっての留意点、日本企業への期待

ウズベキスタンの気候は極めて厳しいが、激しい寒暖の差にも変質しないなど、同国の環境に耐え、受け入れられる価格帯であって、日本の高度な技術によって作られた製品であれば、市場参入の可能性が大きいと思われる。National Investmentsとしては、アクリル酸塩など原料の輸入に関心を持っている。



### <編集後記>

- 伝染病の罹患は増加しており、高所得層から低所得層向けの全ての市場において殺菌・消毒関連製品の需要が高まっている。同社の製品は売り上げが伸びるとともに、今では、手取り早い消毒はDEWELL、DEWELLがベストといった認識が全国に広まり“DEWELLを使おう”、“DEWELL、持っている？”と言った消費者の声が聞かれるようにまでなっている。高品質でありながらリーズナブルな価格帯の製品を取り揃えていることが、低所得層の人びとにまで普及した要因といえよう。
- アルコールを使わない製品シリーズを出したこともNational Investmentsの製品が人気を博した要因の一つといえる。イスラム教徒が人口の約9割を占めているウズベキスタンの市場特性から考えると、極めて重要な点と言える。また、デオドラントと抗真菌効果のあるスプレーやビタミンEを配合した製品は、それまで中央アジアやCIS諸国の市場にはなかったものであり、これらも同社の成功を支えている。
- ウズベキスタンを含む中央アジアは気候が激しく、病害虫や病原菌などによる風土病の多い地域である。それだけに、それらへの研究に基づき消費者ニーズを踏まえ手ごろな価格の製品を開発してきたNational Investmentsにとっては、更に売り上げを伸ばす余地が多いといえよう。