

ウクライナ 有力企業 100

第2集

2026年3月

JETRO

Japan External Trade Organization

ウクライナ有力企業 100 第2集

-
ロシアによるウクライナ侵攻から丸4年が経過した。世界銀行などによる第5次被害・ニーズ調査(RDNA5)によると、今後10年間の復興費用は5,877億ドルに上る。莫大な復興需要と、将来的な欧州統合を見据えたウクライナ市場におけるビジネスの可能性から、さまざまな分野で外国企業が投資をしている。2023年の対内直接投資は44億8500万、2024年は35億5,110万ドルに上った。

-
ウクライナ政府は、戦後復興、大震災からの復興経験を持つ日本に対し、ウクライナ復興ビジネスへの参加に大きな期待を寄せている。日本企業からも、ウクライナビジネスへの高い関心の声が聞かれるが、ビジネスパートナーとなりうる現地の有力企業に関する情報の入手は困難である。

-
ジェトロでは2024年、日本企業がウクライナでビジネスを行う際のビジネスパートナー候補となりうる、もしくは日本企業がウクライナでビジネスを展開する際に参考となる地場企業を紹介するため、「ウクライナ有力企業 100」という調査を開始した。公開情報をベースとした信用調査をクリアした、ウクライナの有力企業100社にインタビューを実施するものだ。本第2集では、IT、小売、食品、物流、メーカー、建築、不動産などの61社を紹介している。本レポートが、ウクライナでビジネスを展開したい日本企業の一助となれば幸いである。

2026年3月
ジェトロ・キーウ事務所
ジェトロ 調査部 欧州課

ウクライナ経済の概要

東欧に位置し、南は黒海と
アゾフ海に面している。



都市化率: 2024年時点で70%¹

EUとの2,500kmに及ぶ国境線を
有し、高度に発達した輸送インフ
ラ(欧州で3番目に長い鉄道網)
を備えている。²



投資にとって有望な巨大市場
(戦後復興とインフラ近代化の必
要性、消費市場の大きさ)

OECDへの将来的な加盟国候補
であり、EU加盟候補国。
ウクライナ・ファシリティ³のような
国際的なパートナーが後援する
大規模な復興・再建プログラム



面積 - 603,700 km²



欧州で7番目に人口の多い国 -
3,790万人(2024年)。高度な教育
を受けた労働力と活気のある
スタートアップ環境

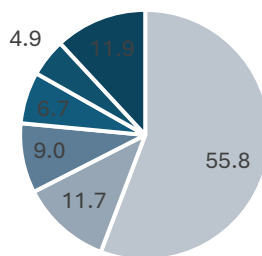
投資プロジェクトに対する戦争
リスク保険(MIGA⁴やその他の
国内機関を通じて)



戦前のウクライナの指標⁵

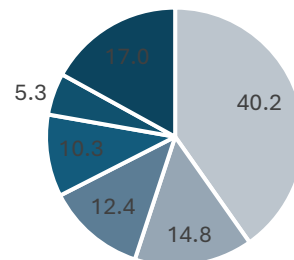
ウクライナ (USD)	2021年	2025年
GDP	1,998億	2,097億
GDP PPP	7,465億	6,869億
GDP (一人当たり)	4,870	6,380
GDP PPP (一人当たり)	18,200	20,900

輸出(2025年)⁶



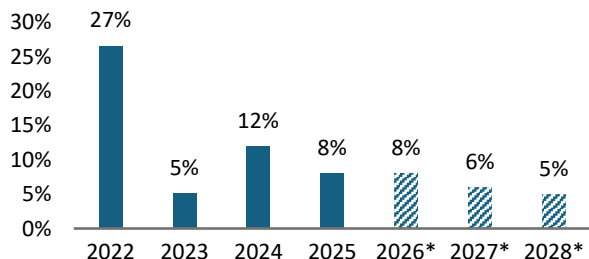
- 食品および農産品
- 機械・設備・輸送機器
- 木材・紙製品
- 金属および金属製品
- 鉱物製品
- その他

輸入(2025年)⁶



- 機械・設備・輸送機器
- 燃料・エネルギー製品
- 金属および金属製品
- 化学製品
- 食品および農産品
- その他

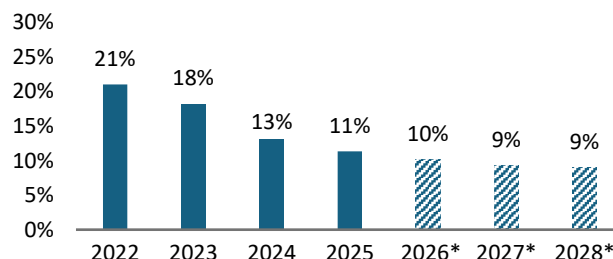
インフレ率⁷



* 予想(網掛け)と実績(塗りつぶし)

- ウクライナのインフレ率は2022年に大幅に上昇した。翌年には5%となったが、2024年に12%まで上昇した。2025年には8%に低下し、2026年末までには7.5%まで鈍化すると予測されている。

失業率⁷



* 予想(網掛け)と実績(塗りつぶし)

- ロシアによる全面侵攻は、2022年のウクライナにおける失業率を大幅に上昇させた。2023年から2025年にかけて失業率は11%まで低下し、歴史的な自然失業率である7.5~9.5%に近い水準となっている。

ウクライナ企業リスト

企業名	製造業	IT	食品	リテール	技術	エネルギー	物流	不動産	頁
Agrokalina	●				●				7
Aisberg	●				●				8
Archimatica		●						●	9
Artwinery	●		●						10
Ascania Group	●		●				●		11
Astarta-Kyiv	●		●						12
Aviatsiya Halychyny & Telesyk Airlines	●			●			●		13
balbek bureau		●						●	14
Beehive	●		●						15
Biosphere Corporation	●		●		●				16
BOB Snail	●		●	●					17
Bodro Clinic					●				18
BOHUSLAVSKA SILHOSPTEKNIKA	●				●				19
Buki		●							20
CheckEye		●							21
Chocoboom	●		●						22
COLLAR	●				●				23
Deus Robotics	●	●			●				24
DMYTRUK-FOODS	●		●						25
DroneUA	●				●				26
DTEK Group						●			27
DTEK Renewables					●	●			28
Electron	●				●				29
Enamine	●				●				30

ウクライナ企業リスト

企業名	製造業	IT	食品	リテール	技術	エネルギー	物流	不動産	頁
Etnodim	●			●					31
Eva				●					32
Formag Forwarding							●		33
Fozzy Group	●		●	●					34
goodwine			●	●					35
GO TO-U		●			●				36
Gunia Project	●			●					37
Headway		●							38
HowCow	●	●							39
Jooble		●							40
Lun		●						●	41
MACHIYA				●					42
MacPaw		●							43
Meest Group							●		44
MEGOGO		●			●				45
MHP	●		●						46
Modern-Expo	●				●				47
Morskyi Dim			●						48
Mosqitter	●	●							49
MOVA	●								50
Nasha idea	●			●					51
Nemiroff	●		●						52
NIBULON	●		●				●		53
N-iX		●							54

ウクライナ企業リスト

企業名	製造業	IT	食品	リテール	技術	エネルギー	物流	不動産	頁
PAKLINE Logistics							●		55
Piana Vyshnia	●		●	●					56
PlasmaTec	●				●		●		57
ProCare	●			●					58
Promova		●							59
ROSHEN	●		●	●					60
SEMecopack	●								61
S.Lab	●								62
SolarGaps	●				●	●			63
Terra	●		●						64
Valesto	●		●						65
VARUS	●		●	●					66
Ÿ'm Salata	●		●						67



Yurii Vaskivnyuk 創設者, CEO

貴社の事業活動のコンセプトは何ですか。

Agrokalinaの理念は、革新的で効率的、かつ廃棄物を最小限に抑えて製造された、新世代の農業機械を製造することでした。

現在弊社は、耕うん機、ハロー（碎土機・整地機）、シーダー（播種機）、多機能ユニットなど、幅広い農業機械を提供しています。

トヨタの生産方式に感化された弊社は、合理化されたプロセスと高品質な素材の使用を優先しています。弊社は、品質管理と物流の非効率性を削減した、2つの生産ラインによるフルサイクル生産を行っています。

250名の従業員で年間1,000万ドルの収益を上げ、年間生産能力は約1,000台です。

自社の社内販売部門と地元のディーラーを組み合わせることで、強力な販売およびサービスインフラを構築しました。ウクライナ市場は弊社にとって主要な市場であり、売上の約75%を占めています。海外では、ルーマニア、ポーランド、モルドバ、フランス、ドイツなどの中東欧とカナダなどで事業を展開しています。

Agrokalina

農業機械メーカー

Manufacturing

Technology



貴社の事業の主な特徴は何ですか。

Agrokalinaは、社会的影響を生み出し、特に以下の観点で顧客に価値を提供することに重点を置いています。

- 材料の調達から顧客への製品の納品まで、生産プロセス全体を管理すること。
- 合意条件内で厳密に機械を生産・納品することを含め、顧客およびディーラーとの強力な関係を維持すること。

またAgrokalinaには、新しいタイプの農業機械の開発をする独自の設計部門があります。弊社は、大量の在庫を抱える標準仕様製品の製造を行うのではなく、顧客が独自の機器を設計できるカスタマイズ生産を重視しています。

Agrokalinaは定期的に国内外の展示会に参加するとともに、農家と関わりを大切にする事で新たな気づきを得て、製品提供を改善しています。

貴社の事業成長計画をお教えてください。

弊社は、様々な土壌条件や農業慣行に合わせた新しい機械の開発に重点を置いています。また、農業の季節的な性質から、需要のピーク期間に合わせて生産スケジュールを最適化するよう努めています。



① ② Agrokalinaの機械

日本の企業との協業の機会としてどのようなことを考えていますか。

Agrokalinaは、戦略的パートナーシップと技術革新の開発を通じて、製造能力と提供製品を拡大することに尽力しています。

そのため、弊社は特に日本の技術パートナーと協力して、製造プロセスを強化したいと考えています。

弊社は、品質に妥協することなく費用対効果の高いソリューションを提供するパートナーとの連携を模索しています。

また、弊社は製造工程で日本メーカーのロボット機械を2台使用しており、他の機械の導入の可能性にも関心を持っています。



③ Agrokalina のチーム

DATA 住所: Nezalezhnosti St, 46, Kalynivka, Ukraine, 22403
電話番号: +38 (067) 433 48 87 設立年: 2002年

E-mail: agrokalina@gmail.com
Website: <https://agrokalina.com/en/>



Daria Antonenko
COO

御社はどのように事業を始めましたか。

Aisbergは、ウクライナのオデーサ州に拠点を置く家族経営の企業で、ソ連崩壊後、ウクライナの酪農場向けに冷却設備を製造する小さな協同組合として設立されました。創業者は、事業内容を、徐々に冷凍設備の設計と製造に移行しました。

ロシアのウクライナへの本格的な侵攻前は、売上の約70%が欧州、米国、中東、アフリカを含む40カ国以上のスーパーマーケットチェーンへの輸出によるものでした。現在、Aisbergのチームには約200人の専門家がおり、そのほとんどが製造部門に携わっています。

御社の事業の主な特徴は何ですか。

弊社は、スーパーマーケットや食品小売業者向けのエネルギー効率の高い冷凍設備の開発と製造を専門としています。

弊社事業の重要な特徴の1つは、高度なエンジニアリングと革新的な冷却技術の活用による、エネルギー消費量を削減です。

2つ目の重要な特徴は、顧客に応じて高度にカスタマイズされたソリューションを提供することです。

Aisberg

効率的な取引技術

Manufacturing

Technology

既製品を提供するのではなく、各プロジェクトに個別に対応し、各顧客の特定のニーズ、建築、ブランドの性質に合わせて、冷凍設備を設計、製造しています。

御社が競合他社と異なる点は何ですか。

Aisbergは、その柔軟性と顧客志向のアプローチにより、冷凍設備業界で独自のポジションを築いています。家族経営の企業として、より機敏に動くことができ、顧客のニーズに対応しやすい特徴があります。各顧客向けに独自の冷凍ユニットを設計・製造し、世界のどこへでも届けることができます。

例えば、クウェートでのプロジェクトでは、設備の90%が特定のレイアウトと製品陳列の要件に基づいてカスタム設計されました。これは、コンベアベースの生産ラインを持つ大手メーカーでは提供できないものです。

Aisbergの社内エンジニアリング部門は、最初のスケッチから最終生産まで、包括的なプロジェクトの開発と実装のサービスを提供します。

日本の企業との協力の機会として、どのようなものを考えていますか。

これまで様々な国に製品を供給してきましたが、弊社は日本の企業との協力実績はありませんでした。

しかし、将来の協力に大きな可能性を感じており、特に以下の2つの方向性に期待を寄せています。

- 日本のスーパーマーケットチェーンへの冷凍設備の供給
- 生産の最適化と自動化における技術協力

さらに、弊社は、特に金属加工分野において、生産設備の近代化と自動化の可能性を探しています。現在、受注過多により生産能力が制限されているためです。

弊社は創業以来初めて、生産能力を増強するために、新しい工場を建設するか、既存の工場を拡張することを検討しており、そのための投資を求めています。



① ② Aisberg の設備



DATA

住所: 1, Promyslova St, Chornomorsk, Odesa region, Ukraine, 68001

電話番号: +44 (0) 78 311 90 992

E-mail: dariaantonenko@aisberg.od.ua

設立年: 1989年

Website: <https://www.aisberg.com/>



Dmytro Vasyliiev CEO・主任建築家・共同 創業者

貴社の業務内容をお教えく ださい

Archimatika は、建築家の Dmytro Vasyliiev と Aleksandr Popovによって2005年にキーウに設立されました。弊社は約20年前から、お客様、都市、住民にとって価値のある建築プロジェクトを創造してきました。

弊社は単なる建築という枠を超えたフルパッケージでのサービスを提供可能なデザイン会社であり、これまで多くの大規模かつ複雑なプロジェクトの開発に成功しています。提供するサービスには、建築開発に関するコンサルティング、コンセプトデザイン、基本設計、エンジニアリング、プロジェクト管理、ランドスケープデザインなどが含まれます。

事業を開始して以来、弊社は約900万平米の住宅および公共建築の設計を手掛けています。カラフルなデザインに焦点を当てたキーウの住宅複合施設 Comfort townなどが事例として挙げられます(写真②を参照)。

貴社のプロジェクトの特長 は何ですか

Archimatikaの主なアプローチは、人間 (Human)、ビジネス (Business)、都市 (Urban) という3つの目標を含んでいます。

Archimatika

人、ビジネス、都市

Consulting

Real estate

「人間」の観点から、弊社は常にその建物に住む人々と建物がどのように関わるかについて考えています。

「ビジネス」の観点から、プロジェクトのすべての関係者の目標や目的を考慮し、特に所有者や借り手にとって最良のコスト効率を達成する方法を重視しています。

「都市」の観点から、都市を損なわず、美しく興味深い建物を作る努力をしています。

同社は常に思考する建築家のチームとして自らを位置づけ、描くデザインすべての細部までこだわっています。

貴社の成長計画をお教えく ださい

2022年のロシアによるウクライナへの全面侵攻が始まる前、弊社のプロジェクトの大部分はウクライナで行われていました。しかし、それ以降、弊社は外国への市場拡大に注力し、サービス提供を始めました。

現在、弊社は英国、米国、スペイン、サウジアラビア、アラブ首長国連邦を含む様々な国での建築家の下請けとして機能しています。現在は、自己完結型として、海外のクライアントに直接サービスを提供できるよう、王立英国建築家協会 (RIBA) の公認建築家の資格を目指しています。

日本のビジネスとの協力の 機会として、どのようなこと を検討していますか

Archimatikaは、日本のプロジェクトに取り組むことを目指しており、建築分野におけるプロジェクトパートナーシップの締結や共同活動に関心を持っています。弊社は、日本の建築デザイン企業をウクライナ市場に誘致すること、また、日本のプロジェクトを、自己完結型のパートナーとして、あるいは日本企業と協力する形で取り組むことを目指しています。



① The Snail Apartments,
New York, USA



② Residential complex
Comfort town, Kyiv, Ukraine



③ Multifunctional complex
Bukovel, Ukraine

DATA

住所: Konyskogo St, 38, Kyiv, Ukraine, 01054
設立年: 2005年

電話番号: +38 (044) 228 77 28
Website: archimatika.com



Ihor Tolckachov
CEO

貴社の事業はどのように始まったのですか。

Artwineryの歴史は1950年に始まりました。当時、ドネツク州バフムトにあるユニークな石膏採掘跡のトンネル内に、スパークリングワイン工場を建設する決定が下されました。このトンネルは面積26ヘクタール、深さ最大72メートルに及び、伝統的な製法(シャンパノワーズ)によるスパークリングワイン造りに最適な、年間を通じて安定した微気候(マイクロクライメート)を備えていました。

この理想的な環境と伝統製法により、弊社工場はやがて瓶内二次発酵によるスパークリングワインの生産者として東欧最大規模へと成長しました。また、ウクライナ国内において、プレミアム・ヴィンテージに対しこの技法を採用している唯一のメーカーでもあります。全盛期の年間生産量は1,900万本に達しました。

弊社は Artemivske, Artwine, Krimartといった著名なブランドの生産を開始し、製品の最大10%をドイツ、カナダ、米国などの市場へ輸出していました。2022年のロシア軍によるバフムト占領という困難に直面しながらも、弊社は一部の拠点をチェルカースィ州に移転し、約60万本の在庫を確保しました。現在はオデーサにある提携企業の施設を利用し、限定的ながら生産を継続しています。

Artwinery

あなたに特別なひとときを

Food

Manufacturing



ARTWINERY

貴社の競合優位性を教えてください。

Artwineryは、伝統、職人技、独自の技術を組み合わせることで、他とは他社とは一線を画す存在となっています。50年以上にわたり、弊社は一貫して伝統製法によるスパークリングワインのみに特化し、何世代にもわたる醸造家たちによって磨き上げられた不変のスタイルを守り続けてきました。Artwinery自体はブドウ栽培を行っていませんが、ウクライナ各地の微気候に位置する主要なブドウ園と提携することで、高品質な原料ワインの確保と、信頼性の高い供給ネットワークの維持を実現しています。また、大きな競争優位性となっているのが、弊社独自の酵母培養物です。これは唯一無二の重要な資産であり、スパークリングワインにその独特の個性を与えています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

近い将来に向けて、弊社は製品ポートフォリオの拡充と市場シェアの拡大に注力しております。すでに開発済みでありながらまだ市場に投入していない複数の特別ブランドの導入準備を進めているところです。また、戦略的な優先事項として、単一のブドウ品種、あるいは特定の品種を80%以上ブレンドした「セパージュ(品種別)スパークリングワイン」の開発に取り組んでいます。



① テイスティングの過程 ②③ Artwineryのワイン

弊社の成長計画には、既存のパートナーとの関係を維持・強化しつつ、新たな国際市場へ進出することも含まれております。また、戦争終結後にはバフムトへ戻り、本来の伝統製法による生産を全面的に再開する予定です。この伝統的な工程には、その地の微気候が不可欠だからです。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は2023年以来、日本市場において着実な第1歩を踏み出しております。現在は現地の輸入業者を通じて年間約1万本を輸出しており、主にレストランや小規模な専門店を中心に販売を展開しています。

今後の展望として、弊社はより広範な協力機会を模索しています。販売数量の拡大と流通網の強化を図るため、日本におけるインポーター・ネットワークの拡充を検討しており、日本市場特有のニーズに合わせた製品ラインの導入も視野に入れています。特にArtineroやRuby Brutといったラインナップは、すでに日本の消費者から強い関心を得ております。弊社は、単なる「ブティック・ワイナリー」としての存在を超えた成長を目指しています。ワインのプレミアムな位置付けを維持しつつ、日本市場での流通を拡大できるパートナーを求めています。



DATA

住所: Stepan Bandera Ave, 6, Kyiv, Ukraine, 04073
携帯電話: +38 (067) 448 80 79 設立年: 1950年

E-mail: n.lysenko@artwinery.com.ua
Website: artwinery.com.ua/en/



Serhiy Zhyla
CEO

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

Ascania Groupはウクライナの企業グループで、流通・卸売業から始まり、現在では12以上の事業分野を持っています。

弊社の発展は、需要の安定性と特定の産業における専門知識の分析に基づいています。それによって温室栽培（1日に約22万本のバラの切花を栽培）、食品（ソース、蜂蜜、飲料）の生産と流通、物流、自動車タイヤの流通、エネルギーサービス、金融サービス（City24）、そしてキーウのスキーリゾートを含む、事業ポートフォリオを形成することができました。

食品部門においては、欧州の有名なコーヒーブランド（Lavazza、Tchibo）、イタリアのソース、パスタなどの販売事業を展開しています。

生産部門では、弊社はソースの包装から始めましたが、現在では自社の生産能力を積極的に拡大しています。

また、自社の物流施設を通じて、外部の物流への依存度を減らすことに戦略的に重点を置いています。

Ascania Group

挑戦から機会へ。機会から結果へ。



Manufacturing

Food

Logistics

競合他社と比較して、御社の違いは何ですか。

Ascania Groupは、これほど多角化されたポートフォリオを持つ企業が少いため、市場においてユニークな存在です。競合他社は事業セグメントごとに個別に考えられます。弊社は、革新的な技術によって、他者との差別化を図っています。

弊社の重要な特徴は、新たな可能性と専門知識がある場合に、新しい分野への投資に大胆に取り組むことです。これにより、戦時下でもグループはレジリエンスを維持しています。

弊社の戦略は、チームとその専門知識を中心に構築されており、組織的なチームの開発に重点を置いています。

今後の事業成長計画は何ですか。

Ascania Groupは、新たな市場機会を探求することにより、事業ポートフォリオの拡大を継続する予定です。

また、ソースや蜂蜜などの製品の輸出活動の拡大にも重点を置いており、これらの製品はすでにEU、米国、カナダ、日本などに出荷されています。

弊社は、ウクライナ以外の地域への温室栽培事業の拡大も検討しています。

日本の企業との協力について、どのような機会を検討されていますか。

弊社の主な関心分野の1つは、生産および包装プロセス用の高品質な日本製の機器の導入です。

さらに、Ascaniaは温室栽培事業の強化に重点を置いています。したがって、高度な冷却、換気、気候制御システムなど、日本からの洗練された温室技術の統合の機会を探っています。

さらに、Ascania Groupは、食品生産および農業製造に関連する新しい革新的な技術の導入に関心があります。

また、弊社はすでにアジア市場での経験があるため、自社の蜂蜜の日本への輸出量を増やすことも目指しています。



① バラの品揃え



② 飲料の生産



③ Protasiv Yar スキーリゾート

DATA

住所: Novopechersky Aly, 5, Kyiv, Ukraine, 01042
電話番号: +38 (044) 206 46 92 設立年: 1996年

E-mail: office@ascania.ua
Website: <https://ascania.ua/en/>



Yuliya Bereshchenko サステナブル事業開発 兼 IRディレクター

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

Astarta社の事業コンセプトは、サステナビリティと作物の栽培から加工、完成品の輸出に至るバリューチェーンのあらゆる段階を網羅した垂直統合型ビジネスモデルに基づいています。弊社は、近代的な耕種農業、酪農、砂糖および大豆加工、バイオエネルギー、そして穀物貯蔵事業を展開しています。

また、アグリビジネス管理のための包括的なマルチモジュールITプラットフォーム「AgriChain」をはじめとするイノベーションやデジタルツールを導入することで、農業経営における透明性、効率性、およびデータ駆動型の意思決定を向上させています。弊社は、環境およびエネルギー効率、高い製品品質、そして天然資源の責任ある利用を最優先事項としています。

貴社の事業における主な特徴は何ですか。

垂直統合型構造は、弊社事業の主要な特徴の1つです。これにより、ウクライナのアグリフード市場における主要なセグメントを網羅することが可能となり、特に各市場において主導的な地位を確立しています。

Astarta-Kyiv

不可能を追求し最高の成果を

Manufacturing

Food

さらに、グループ製品の品質は極めて高い水準にあります。弊社が生産する砂糖は、SMETA 4ピラー（注）やコカ・コーラ・サプライヤー指導原則（SGP）を含む厳格な国際基準に適合しています。

また、弊社の大豆製品は安定した栄養価を提供するとともに、EUの食品安全基準を満たしており、食用および飼料用の双方の供給に貢献しています。2万9,000頭の飼養頭数から生産される生乳については、近代的な酪農手法、選抜育種、そして高品質な飼料を用いて生産されています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社は多角的な成長計画を策定しており、その中には油糧種子の生産規模拡大、ウクライナ西部におけるプレゼンスの強化、さらには栽培能力と加工能力の双方の増強などが含まれています。

この戦略の一環として、弊社は効率性を高め、長期的な成長を支えるために、新たな加工施設への投資を進めています。また、大豆加工事業をさらに発展させ、国内および海外の両市場に向けて、高タンパク大豆ミール、未精製大豆油、その他の大豆製品の生産を拡大していく方針です。



① Astartaの事務所

これと並行して、弊社は魚粉製造業者への販売を目的とした大豆タンパク濃縮物（SPC）の生産を計画しています。また、自社の酪農および畜産農場において高品質な栄養の安定供給を確保するため、追加の飼料生産も進めていく方針です。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

現在、弊社は輸出の拡大、特に大豆製品への強い需要があるアジア市場に大きな潜在性を感じ、同市場への展開を積極的に推進しています。これらの市場に効率的にアクセスするには、物流が最大の課題であり、弊社は効果的なソリューションを構築するためのパートナーシップや協力に強い関心を持っています。

さらに、弊社は脱炭素化、再生可能エネルギー、および酪農の分野において、投資、技術革新、ならびに助成金の獲得を目指しております。（弊社はウクライナ最大規模のバイオガス施設を運営しています。）

（注）食品・流通の業界団体が策定・管理している監査。労働・安全衛生、環境、企業倫理の基準に対する遵守状況を理解できる社会監査メソッドの1つ。



② Astartaの生産施設

DATA

住所: Yaroslavskaya St, 58, Kyiv, Ukraine, 04071
電話番号: +38 (044) 585 94 94 設立年: 1993年

E-mail: office@astarta.ua
Website: <https://astartaholding.com/en/>



Yurko Nazaruk 創設者

どのように貴社の事業はスタートしましたか。

Aviatsiya Halychyny は、2014年、ロシアによるウクライナのクリミア侵攻直後に設立されました。創設者たちは、新しいウクライナ軍を誇りに思えるような衣服を作りたいという思いから、会社を設立しました。

当初は、ウクライナ空軍のシンボルをデザインしたポロシャツを数種類生産しました。驚くべきことに、最初のポロシャツは発売から1週間で完売しました。この成功をきっかけに、弊社は製品ラインを拡大しました。

その後まもなく、子供服ブランド「Telesyk Airlines」を立ち上げました。このブランドのコンセプトは、「インスピレーションを与え、羽ばたく力を与えるもの」です。弊社の基本理念は、誇りの気持ちをかきたて、ユニークなデザインを提供し、高品質の衣料品を確保することです。すべてのアイテムは自然由来の素材を使用し、デザインは精巧で、一つ一つ丁寧に手作りされています。

工場はウクライナ西部のリビウに拠点を置いています。2022年には、小さなブランドから国際的なビジネスへと成長し、製品の輸出を開始しました。

Aviatsiya Halychyny & Telesyk Airlines

背中に羽を感じる(感じたい)あなたへ



Manufacturing

Retail

他社にはない貴社の強みは何ですか。

弊社は、自社の衣料品は単なるファッション以上のものであり、顧客の心に響く価値観とシンボルを体現していると考えています。

Aviatsiya Halychyny の衣料品を愛用する顧客は、共通の価値観を共有し、コミュニティを形成しています。

子供服ブランドの「Telesyk Airlines」に関しては、様々な種類の恐竜など、複数のシリーズがあります。恐竜に関する興味深い解説も添えられています。また、弊社は日本で開催されたベビー&キッズエキスポに出展し、このコレクションを展示しました。

貴社の成長計画を教えてください。

弊社は、小売事業の拡大と強化に注力する計画を立てています。

2024年には、キーウとリビウに2店舗の新規出店を行いました。今後、Aviatsiya Halychynyはさらに店舗数を増やす計画です。

弊社は欧州で複数の販売契約を締結しており、同地域での更なる進展を見込んでいます。また、Aviatsiya Halychynyは積極的に海外バイヤーを開拓しています。また、国内外においてフランチャイズシステムの構築にも取り組んでおり、フランチャイジーによる様々な地域への出店機会を提供しています。

日本企業との今後の協業の機会がありますか。

Aviatsiya Halychynyは、日本の高品質な製品の基準の高さを認識しており、日本市場への参入に意欲を持っています。自社製品の高い品質を鑑み、日本市場での成功に期待感を抱いています。

しかし、Aviatsiya Halychynyはいくつかの障壁に直面しており、最も大きな障壁は言語の壁です。そのため、弊社は日本企業との連携を通じて、代理店や販売業者との交渉やコミュニケーションを円滑に進めたいと考えています。



① ③ 店舗デザイン

② 製造の様子

④ Telesyk Airlines パーカー

DATA 住所: Staroznesenska St, 24-26, 3, Lviv, Ukraine, 79024
設立年: 2014年

E-mail: contact@aviatsiyahalychyny.com
Website: www.aviatsiyahalychyny.com/



Borys Dorogov COO, 共同設立者

どのように事業を始めたのですか。

balbek bureauは、ウクライナの建築家Slava Balbekと土木技師Borys Dorogovによって、わずか14人のチームメンバーで構成された小規模な住宅設計スタジオとして設立されました。

現在、balbek bureauは70人以上の専門家を擁するまでに成長し、専門の管理部門と建築部門を備えた構造化された組織で運営されています。balbek bureauの進化における重要な段階は、ITソリューションを建築実務に積極的に統合するR&D部門の創設でした。

当事務所は、創造性、機能性、テクノロジーを融合させながら、ホスピタリティインテリアから大規模な多機能公共スペースまで、社会的に重要で革新的なものを含む、一風変わったプロジェクトに焦点を当てています。

御社の事業の主な特徴は何ですか。

当事務所は、スマートでデータ主導型の設計を通じて、顧客とのやり取りの簡素化、コスト削減を図りながら、デベロッパーと顧客の間の架け橋としての地位を築いています。

また、レストランのコンサルティングも行っており、キーウでいくつかの会場を運営しています。

balbek bureau

受賞歴のある建築設計事務所。
商業、住宅、文化空間をデザイン

IT

Real estate

その主な強みの1つは、プロジェクト実施前の緻密な調査と分析です。人流データ、地元の歴史的・文化的背景、使用シナリオなど、様々な要素を考慮し、トレンドよりも機能性を優先します。

当事務所では、コンセプトの作成やインテリアデザインに加えて、空間計画プラットフォームを開発しています。クライアントが建設開始前に建築デザインと対話できるようにすることで、不要なコストが発生するミスを回避しています。

当事務所は、利益の約20%を社会的影響を与えるプロジェクトに再投資しています。その中には、パラメトリック・アーキテクチャとジェネレーティブ・デザインの原則に基づいたオンラインツールであるRE:Ukraine Villagesが含まれています。これにより、ユーザーは伝統的な農村住宅を自由に設計でき、生成された設計図をもとに戦争で破壊された家屋の再建に活用することができます。

今後の事業成長計画は何か。

balbek bureauは、建築とテクノロジーを融合させ、開発者とエンドユーザーの両方にとってスケーラブルで知的なソリューションを創出することを目指しています。同社は、デジタル製品の開発を成長戦略の中核としています。



① ③ balbek bureauのデザイン ② balbek bureauのチーム

2025年までに、新たに2つのIT統合建築プロジェクトを本格的に立ち上げ、欧州、特にスイス、英国、スペインでのプレゼンスを拡大する予定です。長期的には、AIを活用してマルチタスク・ワークフローを支援し、適応性のある人間中心のデザインソリューションを国際的に提供することで、デジタルおよび社会的責任を重視する建築のリーダーになることを目指しています。

日本の企業との協力について、どのような機会を検討されていますか。

当事務所は、建築、モジュール建築、デジタルデザインにおいて、日本のパートナーとの協業を歓迎します。

当事務所は既に日本のメディアで取り上げられ、RE:Ukraine Housingプロジェクトの構造支援についても打診を受けています。balbek bureauの全てのプロジェクトと製品はスケーラブルであり、日本で実装可能です。

チームは、日本の精密工学と持続可能な設計における専門性を高く評価しており、パートナーシップは相互発展の良い機会と捉えています。



① ③ balbek bureauのデザイン ② balbek bureauのチーム

DATA

住所: Kazymyra Malevycha St, 86P, Kyiv, Ukraine, 03150

電話番号: +38 (067) 249 80 04

設立年: 2018年

E-mail: hello@balbek.com

Website: <https://www.balbek.com/>



Semen Gagarin
CEO

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

Beehiveは2016年に設立され、現在ではウクライナで2番目に大きい蜂蜜の輸出業者です。弊社の生産工場は、多段階の品質管理システムと最新の研究室ラボなど、最新の設備を備えています。子の生産体制により、年間最大1万6,000トンの蜂蜜の加工ができます。

弊社の事業は輸出に重きを置いており、製品は欧州、中東、米国を含む35カ国以上に供給されています。国内市場では、ウクライナの小売チェーンに蜂蜜を供給しています。

競合他社の多くは自社ブランドを持っておらず、プライベートブランドを販売しています。しかし、Beehiveの主な活動はB2Bサプライに焦点を当てており、製品は卸売業者向けに大型の容器で供給するほか、自社ブランドまたは顧客のプライベートラベルで販売される、消費者向けのパッケージでも供給しています。

弊社は約100人の従業員を擁しており、ウクライナの蜂蜜収集家と緊密に連携しています。2024年のBeehiveの総収入は2,000万ドルを超えました。

Beehive

あなたにぴったりの蜂蜜をお届けします。



Manufacturing

Food

御社の事業の主な特徴は何ですか。

弊社は、IFS、FSSC、オーガニック、ハラール、コーシャなどの品質認証を取得しています。競合他者の中でも、製品の高い品質に重点を置いている点で、存在感を示しています。

弊社はまた、様々な風味と触感の特徴とする多様な種類の蜂蜜を取り揃えています。

Beehiveはいくつか養蜂場を所有していますが、蜂蜜の大部分はウクライナの養蜂家から直接購入しています。

今後の事業成長計画は何ですか。

弊社の成長戦略では、新たな国際市場への参入と、既に事業展開している市場でのプレゼンスの拡大による、輸出拡大を主軸としています。

その一環として、新しい蜂蜜の風味、ベリーやフルーツなどの天然添加物を取り入れることにより、製品範囲を拡大する予定です。

また、ウクライナで生産された蜂蜜で、欧州の小売チェーンに参入することは非常に困難であるため、イタリアに生産施設を建設することを計画しています。これにより、「made in EU」と表示された製品を製造販売できるようになります。



① ② Beehiveの製品

日本企業との協力の機会について、何を検討していますか。

Beehiveは、特に消費者向けの蜂蜜製品の販売において、日本を輸出拡大のための重要市場の1つと捉えています。

品質、ナチュラルさ、革新性が重視される、プレミアムまたはプレミアムプラスに分類される、Beehiveのユニークなはちみつ商品を、日本の消費者に届けるのを支援してくれる卸売パートナーおよび販売業者を探しています。すでに日本国内の複数の潜在的なパートナーと交渉を進めています。

市場開拓において重要な点の1つは、ウクライナの蜂蜜を高付加価値製品として位置づけることです。

Beehiveは、日本への輸出に必要な認証を取得するための手続きを進めています。





Andriy Zdesenko 創設者 CEO

貴社はどのように事業を開始しましたか。

Biosphereは、1997年に衛生用品の販売に特化したスタートアップとして設立されました。数年後に、弊社は製造業に進出し、スポンジ、ゴミ袋、アルミホイルなどの家庭用品の生産を開始しました。

現在、従業員約2,000人を擁する弊社は、ウクライナ、東欧、中央アジアにおける家庭用品およびパーソナルケア用品の大手製造・販売会社です。ウクライナに4つ、ルーマニアに1つの生産施設を持ち、エストニアに合併会社を設立しています。

2023年末には、Biosphereは独自の生産施設を持つ新しい茶・食品部門を立ち上げました。

競合他社との差別化要因は何ですか。

幅広い製品ポートフォリオは、弊社の特徴の1つです。毎日、世界中で100万個以上の弊社の製品が販売されています。

Biosphereは自社ブランド製品だけでなく、プライベートブランド製品も製造しています。これらの製品は、ウクライナの小売業者や国際的な小売チェーンに供給されています。

Biosphere Corporation

価値を創造する

Manufacturing

Food

Technology

弊社の深い垂直統合型のビジネスモデルは、原材料加工から最終製品の製造、ブランド開発に至るまで、生産プロセスのあらゆる段階を管理することができ、高い品質の維持、コスト効率、市場の需要への迅速な対応を可能にしています。

また、弊社は環境に配慮した生産を重視しています。特に、ゴミ袋の製造に使用される原材料の90%以上は、リサイクル材料を使用しています。弊社は毎日約800トンの産業廃棄物を処理し、製品製造に再利用する原材料に転換しています。

さらに弊社は、さまざまな社会のおよび文化的イニシアチブも支援しています。

貴社の事業成長計画を教えてください。

Biosphereは、持続可能で長期的な成長に焦点を当てており、すべての事業分野で年間10～15%の成長を達成するという明確な目標を持っています。現在の売上高は1億7,500万ドルです。

弊社の重要な優先事項の1つは、生産施設の開発です。これには、既存施設の近代化、高度な設備の導入、およびウクライナ国内外での新しい工場開発の機会の探求が含まれます。



① 弊社の従業員チーム

日本企業との協力において、どのような機会を検討していますか。

2025年、大阪万博のウクライナパビリオンで、Biosphereは自社製品を紹介しています。

さらに、弊社は技術力と生産効率を向上させるために、日本の企業との潜在的なパートナーシップを積極的に模索しています。

たとえば、赤ちゃん用おむつや生理用ナプキンに関する設備について瑞光との協力に関心があり、弊社の新しい茶事業に関連して、椿本チエインとの茶加工設備に関する協力に関心があります。

弊社はまた、家庭用品や衛生用品、デニム生産を含むさまざまな分野での技術交流、研究開発、そして場合によっては共同製造を探求したいと考えています。

弊社はまた、弊社のファッション小売チャネルであるCharisma Fashion Groupを通じて、日本のファッションと消費文化の要素をウクライナで展開する可能性も見据えています。



② 製造施設



Yevheniy Shuhaiev 共同創業者

貴社の業務内容をお教えてください。

Bob Snailは、ウクライナのスーパーマーケットに健康的で自然なスイーツが少ないことに気づいた2人の起業家によって2016年に設立されました。このギャップが、子供と親のために作られた健康的なスイーツを生み出すきっかけとなりました。今日、Bob Snailは運営本部と生産施設を構え、この分野でウクライナ市場のリーダーとしての地位を確立しています。同社はポーランドに子会社を設立し、カナダ、英国、米国にも支社を設けています。現在、Bob Snailは世界30カ国以上に誇りを持って輸出しています。

弊社の中核的なミッションは、フルーツロールやベリーロール、ストライプ（乾燥フルーツからなる縞模様の棒状の菓子）、ゼリー、ベビーピューレ、フルーツスナックなど、さまざまな種類の健康的なスナックを製造することです。弊社は大幅な成長を遂げており、毎年、年間売上は、70%～140%の範囲で増加しています。製品の国内販売比率は50%～60%に相当します。残りは輸出で、特にポーランドが主要市場です。

BOB Snail

砂糖は一切添加されていません

BOB
SNAIL

Food

Manufacturing

Retail

貴社の製品の特長は何ですか。

Bob Snailは、業界のベストプラクティスと、マーケットインサイトを統合することで、製品ラインを常に進化させています。Bob Snailのスイーツは、健康で美味しく、楽しいものであることを目指しています。弊社は、砂糖、保存料、着色料、遺伝子組み換え作物を含まない製品を製造することに注力しています。

Bob Snailの戦略的なアプローチは、単に製品を製造するのではなく、ブランドのエコシステムを構築することです。これは、弊社が2024年に、ウクライナとポーランドで新しい商品ラインを立ち上げた際に強調されました。これにより、Bob Snailは、健康食品カテゴリにおけるブランドスタイルのリーダーとしての地位を確立しました。

貴社の成長計画をお教えてください。

輸出拡大を主要目標としています。弊社は、新規市場への参入と既存市場でのプレゼンス強化を通じて、海外売上を拡大することを目指しています。

さらに、Bob Snailは、新しい製品を開発し、健康的な食品エコシステムを強化し続けるため、イノベーションへの取り組みを継続しています。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

Bob Snailは、日本のディストリビューターとのパートナーシップに興味を持っています。このような協力関係は、弊社が、食品の品質とイノベーションにおける卓越性で知られる日本市場から、貴重な洞察・発見を得ることを可能にするでしょう。

日本の企業との連携は、Bob Snailに戦略的優位性をもたらし、健康的な食品において高い基準を持つことで知られる日本市場への拡大という目標と一致しています。



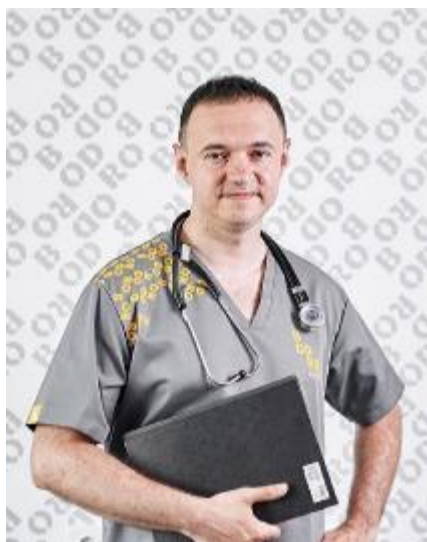
① ② ③ BOB Snail 製品

DATA

電話番号: +38 (066) 218 77 44

設立年: 2016年

Website: www.bob-snail.com/



Sergii Kryzhanovskiy CEO, 共同設立者

どのように事業を始めたのですか。

Bodro Clinicは14年前、神経内科医と外科医の夫婦が設立した小さな個人医院として始まりました。以前の医薬品のディストリビューターとしての経験を活かし、臨床における専門知識と、ビジネスにおける優れた洞察力を組み合わせました。

わずか3年で、クリニックは急速な成長を遂げ、その評判と価値観に惹かれた高度な資格を持つ医師たちが集まりました。

当初は外来診療と基本的な診断に焦点を当てていましたが、Bodro Clinicは多分野にわたる医療センターへと発展しました。

現在、Bodro Clinicは西ウクライナで最も先進的で信頼できる医療施設の1つとして広く認識されています。

貴社の事業の主な特徴は何ですか。

Bodro Clinicは、患者中心の近代的な医療センターとしての地位を築いており、以下の5つの中核分野を提供しています。

- 私立総合診療所：患者の基本的な医療ニーズの約90%をカバーします。

Bodro Clinic

全部 元気 (Bodro) になる！



Technology

- 診断：クリニック内の検査室、MRI、CT、および正確な診断を確立するために必要な機器を備えています。
- 手術室：クリニックはあらゆる手術に対応が可能です。
- リハビリテーション：従来は主にアスリートの治療に焦点を当てていましたが、現在は負傷した軍人の回復を専門としています。
- 医療ツーリズム：人間ドックツアーの提供に焦点を当てています。

今後の事業の成長計画は何ですか。

短期的には、大都市や海外の患者に対するオンライン診療の提供数を増やすことです。特に、専門性の高い分野（血管外科・神経内科・性科学・皮膚科）や、Bodro Clinicが非常に高い専門知識を持つ分野に注力します。

また、クリニックは新たに2つの異なる医療機関を創設する計画です。1つ目は、強力な診断機能、手術機能、リハビリテーション機能を備え、最新の最小侵襲技術を駆使した多分野対応型の医療機関です。そして2つ目は、小規模な医療機関、あるいはモバイルクリニックの形式で、医師が患者の近くにおいて、初診に必要な全てがポケットの中に入っているというコンセプトでのものです。（バッグの中の診断センター）



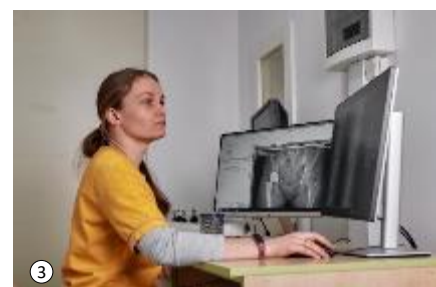
① Bodroのチーム

日本の企業との協力について、どのような機会を検討されていますか。

Bodro Clinicは、日本の企業との協力で大きな可能性を見出しています。特に、クリニックで既に使用されている日本の医療機器や最小侵襲手術器具の更なる導入と普及、そして手術を回避できる代替技術の共有が挙げられます。

医療機器だけでなく、神経再建、自己免疫疾患、再生医療に焦点を当てたパートナーシップも模索しています。

さらに、Bodro Clinicは投資のパートナーシップにも前向きに検討しており、トレーニング、臨床試験、そしてウクライナにおける日本の医療技術の適用の統合の機会に関心を持っています。



② ③ 診断サービス



Petro Gavrylenko 創設者

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

BOHUSLAVSKA SILHOSPTEKNIKA は、農業用噴霧器の製造から始まった25年の歴史を持つ家族経営の会社です。

今日では、農業用噴霧器および液体肥料散布装置を専門とするウクライナ有数のメーカーの1つです。現在、弊社は約500台の機械を年間生産しており、そのうち60～70%が国内で販売されています。

弊社の顧客の大部分は、1,000～3,500ヘクタールの土地を持つ中規模農家です。同時に、弊社は大規模な農業持株会社や小規模農家とも緊密に連携しています。

貴社のビジネスの主な特徴は何ですか。

まず、弊社の主な強みは、機械の品質と、顧客にとっての使いやすさにあります。常に製品の近代化に常に取り組むことで、これを実現しています。

さらに、弊社は機械を提供するだけでなく、修理、メンテナンス、設置を含む包括的なサポートサービスも提供しています。

BOHUSLAVSKA SILHOSPTEKNIKA

農業のプロへ、最高の機械を

Technology

Manufacturing

弊社の機械は価格と品質のバランスを重視しており、競争力ある適正な価格で販売しています。

さらに、弊社はお客様の特定のニーズに合わせて機械をカスタマイズするオプションを提供しています。

貴社の事業成長計画をお教えてください。

成長計画の一環として、弊社は輸出を増やすことを目指しています。

特に、弊社は、ドイツ、ポーランド、ルーマニア、モルドバなどの欧州諸国でディーラーおよび販売代理店を探しています。さらに、弊社は既存製品の近代化と新製品の開発を常に行っており、特に2026年には新しい製品の販売を開始する予定です。

弊社はまた、生産施設の改善にも努めています。そのため、イタリア、ドイツ、米国の企業とのパートナーシップを強化し続けています。

日本企業との協力の機会としてどのようなことを検討していますか。

弊社は日本企業との協力の機会を積極的に探しています。例えば、クボタのグループ会社で

あるKvernelandのような欧州の企業との協力を希望しています。

弊社は、けん引式噴霧器に加えて、自走式噴霧器を開発しているため、日本企業と協力して機械を改良し、弊社が展開する市場に、日本企業のブランドで投入することに関心があります。

また、ウクライナにある弊社の生産施設を利用して、日本の農業機械を欧州市場に投入するための戦略的拠点として、地域流通センターまたは小売店としての役割を果たす準備ができています。

設備の整った自社施設での機械生産に関する契約パートナーシップも前向きに検討しています。弊社は大きな生産能力を持っているため、それを活用することが可能です。

さらに、弊社は日本企業とのエンジニアリングおよび技術協力の機会も探しています。BOHUSLAVSKA SILHOSPTEKNIKAの施設を農業機械のテストおよび開発、特にさまざまな地形での実地試験に使用できると考えています。



① 製造プロセス



② 弊社の製品

DATA

住所: Mykolaivska St, 133, Boguslav, Ukraine, 09701
電話番号: +38 (063) 033 88 09 設立年: 2000年

E-mail: sale@boguslav.ua
Website: <https://boguslav.ua/en/>



Vadym Synzheretskyi CEO 共同創設者

事業活動のコンセプトを教えてください。

Bukiは10年前に設立されました。現在では世界中の家庭教師が生徒を見つけ、クライアントが最高の家庭教師を選ぶのを支援する国際的なエドテック企業です。主に、言語、理数系科目、趣味など、様々な分野のマンツーマンレッスンを提供しています。プラットフォームは中欧9カ国で運営されており、世界中から13万人以上の家庭教師が集まっています。2024年には、プラットフォーム内で約100万回のレッスンが行われました。

Bukiの本社はウクライナのキーウにあり、約150～160人のプロフェッショナルからなるチームで構成されています。

弊社はまた、独自の家庭教師チームで、言語や一部の学校科目のオンライン授業を提供するBukiSchoolも運営しています。

競合他社と比べて、貴社の強みは何ですか。

現在、ウクライナ市場において競合他社はごくわずかです。

Buki

最高の家庭教師を見つけよう！
Buki で！

IT



さらに、試験対策の家庭教師を探している地元の生徒の中でBukiは最大のシェアを占めています。

弊社の主な競争優位性は、様々な科目の家庭教師を擁するマーケットプレイスであることです。これを中心に、弊社は周辺のインフラを構築しました。弊社は主に学生をターゲットにしていますが、言語学習をしている大人のユーザーも一定数います。

貴社のこれからの成長計画を教えてください。

弊社は中東欧における市場リーダーになることを目指しています。特に、2023年は年間100%の成長を遂げ、2024年も約50%の成長を維持しました。

さらに、弊社は2025年も約50～60%の成長を予測しています。弊社は主に既存市場における地位の強化とシェアの拡大に注力していますが、同時に新規市場への参入も目指しています。

日本企業との協力の可能性として、どのようなものを検討していますか？

現状、日本市場は弊社の最優先事項ではありません。しかしながら、日本の教育市場の動向を理解するため、日本企業との連携に関心を持っています。

さらに、日本の教育分野におけるプライベートエクイティファンドや投資ファンドが弊社を投資対象として関心をもつ場合、それらとの協力にも関心あります。



① BUKIチーム ② ウクライナスタートアップ アワード ③ BUKIのプラットフォーム

DATA

住所: Yevhena Konovaltsia St, 36d, Kyiv, Ukraine, 02000
設立年: 2014年

E-mail: info@buki.com.ua
Website: <https://buki.com.ua/>



Kyrylo Goncharuk CEO

貴社の主要な事業活動をお教えてください。

CheckEyeは、予防医療への移行という流れを受けて設立されました。

2022年に設立されたCheckEyeは、高度なAIアルゴリズムを用いて、眼底の写真画像から糖尿病網膜症などの様々な慢性疾患を検出するクラウドベースのプラットフォームです。

この画像は、眼鏡店や薬局など、医療従事者以外の人でも撮影でき、システムにアップロードすることで診断を受けることができます。CheckEyeは、慢性疾患の早期発見と予防を誰もが利用できるようにします。

特に糖尿病に重点を置いているのは、世界保健機関（WHO）が、糖尿病網膜症を多くの国の労働年齢人口における失明の主要因と定義しているためです。

貴社の競合他社との違いは何ですか。

競合他社はほとんどが眼科疾患に特化しており、眼科医と連携して事業を行っています。しかし、CheckEyeは全身性の慢性疾患に特化しています。

CheckEye

全ての人に予防医療を可能にする
AI マス・スクリーニング・ソリューション

IT



さらに、弊社はウクライナ国立医科大学フィラトフ眼科疾患・組織治療研究所の専門家チームと緊密に協力し、AIを用いた更なる分析のための画像解析とデータ記述を行っています。加えて、CheckEyeはAI開発と更なるトレーニングに重点的に取り組んでいます。

貴社は今後どのようなことに重点を置く予定ですか。

短期的な目標としては、ウクライナ国内での事業拡大に加え、欧州市場への進出を目指し、必要な認証取得を進めています。その後は、中東およびアジア諸国への展開を計画しています。

高血圧といった新たな疾患診断分野の開発にも取り組んでおり、現在、ルガーノ眼科センターと協力体制を構築しています。

長期的な計画としては、低・中所得国へのスクリーニングシステム導入を目指しており、世界中のより多くの人々が革新的な医療ソリューションを利用できるように、積極的に技術開発を進めています。

貴社は日本企業との協業の機会としてどのようなことを考えていますか。

CheckEyeは、日本企業との協業をいくつかの分野で検討しており、その中にはウクライナおよび欧州市場への参入に関心のある、高品質で高度な眼底カメラを製造する日本のメーカーとの連携も含まれています。

また、薬局や病院などで診断サービスを提供するためのパートナーシップに関心のある日本企業も探しています。

さらに、慢性疾患研究分野における日本の大学、研究機関、そして第一線で活躍する専門家との積極的な協力も計画しており、最新の科学的成果の実用化を推進していきます。



① CheckEye チーム ② コンサルテーション

③ スクリーニングプロセス

DATA

住所: Rybalska St, 13, office 4, Kyiv, Ukraine, 01011
設立年: 2022年

E-mail: akyrylenko@check-eye.com
Website: <https://check-eye.com/>



Iryna Petelytska
Director

貴社の活動のコンセプトをお教えてください。

Chocoboomは、2009年に菓子製造工場を取得し設立されました。

現在、弊社は様々なフレーバーと魅力的なデザインを備えた高品質の菓子類の製造に注力しています。弊社の製品の重要な特徴の1つは、自然の風味を最大限に保つことを重視している点です。そのため、菓子類には化学成分、保存料、パーム油は一切含まれておらず、子供でも安心して食べることができます。2022年、ロシアによるウクライナへの本格的な侵攻開始以降、弊社は積極的に製品輸出を拡大しており、この分野で既に大きな成功を収めています。

弊社は自社ブランドでの輸出に重点を置いており、高品質基準とブランドの整合性を維持しています。

貴社の事業の主要な特徴をお教えてください。

弊社の主力製品は、トルテフェル (Tortufel) キャンディーシリーズです。このキャンディーは、薄いワッフルと様々なフィリングで構成されています。

これらのキャンディーは、弊社独自のレシピである「Chocoboomレシピ」を用いて製造されています。

Chocoboom

甘い体験の世界

Manufacturing

Food

また、弊社は生産面および販売面において柔軟に対応しており（例えば、製品の変更やデザイン変更など）、迅速な対応が可能です。

さらに、全ての菓子は可愛らしいデザインのパッケージで包装されています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

Chocoboomは、ゼリー、キャラメル、砂糖菓子といったグミ系フィリングへの需要の高まりを認識しています。そのため、プライベートブランド製品の製造事業の展開を目指しており、関心のあるパートナーを探しています。

市場の需要と消費者の好みに合わせて製品ラインナップの拡充にも力を入れています。

また、主力製品であるTortufelシリーズの更なる拡大と売上増加にも注力しており、Tortufelのレシピ改良や新フレーバーの導入による顧客獲得を目指しています。

Chocoboomは生産プロセスの自動化に積極的に取り組んでおり、今後もその取り組みを継続していきます。

海外輸出については、特にEU圏内での売り上げ拡大に注力しています。

日本の企業との協力において、どのような機会を検討していますか？

パンデミック以前には、中国を中心としたアジア市場との協力で既に成功実績があります。現在、Chocoboomは日本の企業と交渉を進めていますが、流通ネットワークの拡大と製品ラインナップの強化のため、他の企業とのパートナーシップも模索しています。

さらに、日本企業との間で、専門的な設備の購入に関する協力関係も模索しています。



① Chocoboomのお菓子



② 製造プロセス



③

① ③ Chocoboomのお菓子 ② 製造プロセス

DATA

住所: Zelena St, 153a, Lviv, Ukraine, 79028

電話番号: +38 (093) 233 36 74

設立年: 2009年

E-mail: info@chocoboom.com.ua

Website: chocoboom.com.ua/en/



Yuriy Sinitso CEO, 創設者

貴社の事業はどのように始まったのですか。

物語の始まりは、愛犬を飼うというYuriyの幼少期からの夢でした。1995年、16歳になったYuriyは父親から子犬を贈られました。しかし、当時、故郷のチェルニーヒウにはペットショップが1軒もありませんでした。そこで、首輪を手に入れるためマーケットで買ってきた革のベルトを材料に、Yuriyは自ら手作りの首輪を作りました。それから、彼の友人たちからも「自分たちの犬にも同じような首輪を作ってほしい」と頼まれるようになります。やがて彼は小さなアパートを借り、そこに作業場を構えました。

需要は拡大し続け、ビジネスも成長を遂げました。現在、弊社は500名以上の従業員を擁し、年間500万点もの製品を製造・販売し、世界82カ国へ輸出するまでに至っております。

貴社の事業における主な特徴は何ですか。

弊社は、大胆なイノベーションと熟考されたデザインによってペット業界において一線を画しています。活動の核となっているのは「まだこの世に存在しないものを創り出すこと」「伝統的なペット用品を再定義すること」です。そうすることで、世界中のペットオーナーの変化し続けるニーズに応え続けています。

COLLAR

イノベーション、それのみ。

Manufacturing

Technology



弊社の全製品には、革新性が刻まれています。QRコードとGPS対応の「WAUDOG Smart ID」アプリを搭載した世界初のスマート首輪から新しいドッグスポーツを生み出すきっかけとなった象徴的なトレーニングツール「PULLER」にいたるまで、その歩みは止まりません。また、別の製品例として、機能性とファッション性を融合させ、2016年に米国でベスト・ペットクロージング（最優秀ペット服）に選出された超軽量ドッグジャケットが挙げられます。現在、弊社のラインナップは多岐にわたり、首輪、リード、ハーネス、口輪、玩具、衣類、ベッドやハウス、そして猫砂まで幅広く展開しております。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

「人とペットを幸せにする」というミッションを掲げ、弊社は単に利益のみを追求するのではなく、革新的な製品を世に送り出すことに重きを置いた、目的意識のある事業拡大を続けております。弊社の成長戦略の核となるのは、「会社の心臓部」である研究開発部門です。今後2～3年間の明確な開発計画に基づき、新製品の投入や新市場への進出を積極的に進め、ペット業界のトレンドの最前線を走り続けています。

ポーランド、米国、そして日本をはじめとする市場での国際的な成長は、引き続き弊社の最優先事項です。

優れた製品と競争力のある価格があっても新たな地域への進出には困難が伴います。流通契約の締結までに最大3年を要する場合もあります。このプロセスを加速させるため、現在弊社は米国や欧州での販売代理店の買収も視野に入れています。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

2024年時点で日本市場は弊社の製品販売数において世界第4位という重要な位置を占めております。

弊社はさらなる成長に向けて、主に2つの重点分野で日本のビジネスパートナーとの協力機会を積極的に模索しています。第一に、日本市場で展開する製品ラインナップを多様化し、流通網を拡大すること。第二に、革新的な技術を持つ日本のスタートアップ企業と提携することです。

さらに、弊社はすでに多くの日本製設備を導入しておりますが、弊社のニーズに合致する新たな技術の輸入に対しても前向きに検討しております。



① COLLARのチーム



② ③ ④ COLLARの製品レンジ



住所: Hetmana Polubotka St, 7, Chernihiv, Ukraine, 14000
電話番号: +38 (063) 452 57 66

設立年: 1995年

E-mail: export@collar.com

Website: <https://collar.ua/en/>



Pavlo Pikulin
CEO・共同創業者

貴社の業務内容をお教えてください。

Deus Roboticsは、2019年にウクライナのキーウで設立されたロボット工学の企業で、物流向けのハイテク機器の開発、生産、販売に取り組んでいます。特に、棚やパレットからアイテムを取り出して箱やパレットに入れるための移動ロボットや、製品の検査や仕分け作業を行うロボットを製造しています。

弊社の顧客には、ウクライナ最大の民間配送会社であるNova Poshtaと世界的な宅配便ネットワークであるDPDがあります。

同時に、Deus Roboticsはロボティクス管理システムというロボティクス用のソフトウェアを開発するソフトウェア会社としての立場を強めています。

また、弊社はウクライナ・ロボティクス・自動化システム協会（URAAS）のパートナーとして、教育分野でも活動しており、ウクライナおよび外国企業を結集し、ウクライナのロボティクスおよび自動化システムの分野における経済活動のコーディネーターとなることを目指しています。

Deus Robotics

ウクライナにおけるロボティクスの推進

Technology

Manufacturing

IT

貴社の製品の特長は何ですか。

Deus Roboticsは、様々なメーカーの倉庫ロボットの知能を接続し、強化する独自のAIプラットフォームを備えた先駆的なロボティクス企業です。弊社は倉庫の自動化ニーズの90%をカバーする15種類のロボットモデルを提供しており、その数は増え続けています。

貴社の成長計画をお教えてください。

Deus Roboticsの主な目標は、世界中でビジネスとロボットを統合する方法を革新することです。第一歩として、弊社は英国およびウクライナで、倉庫ロボットの自動化に注力しています。

これに加えて、弊社はウクライナでのURAASの活動を継続し、さまざまな教育イベントやネットワーキングイベントを開催する予定です。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

弊社は、ウクライナでのロボット技術を新たなレベルに向上させるために、ファナック、ホンダ、川崎重工、三菱、トヨタなどの日本のロボティクス関連企業との協力を求めています。

Deus Roboticsは投資にも関心を持っており、2024年には300万ドルのシードラウンド(資金調達ラウンド)を開始しました。そのため、Mistletoe、SoftBank Vision Fund、SBI Investmentなどのベンチャーファンドへのピッチの機会を探しています。

URAASは日本のロボット協会と社会プロジェクト支援に関する協力のための覚書締結への関心も持っています。



① 移動ロボット ② 仕分けロボット ③ Deus Robotics チーム ④ 運転中の移動ロボット



Taras Skorupskyy
CEO

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

2009年、Oleg Dmytrukによって設立されたDMYTRUK-FOODSは、食肉加工業者から、高タンパク質ミートスナックの大手生産者へと変革しました。主力製品である「カバノシ」(通常豚肉で作られる細長い乾燥ソーセージ)の生産に重点を置いています。2024年に事業の一部(ソーセージとサラミの生産工場)売却後、DMYTRUK-FOODSは商品に関する深い専門知識と明確で効率的なビジネスモデルを組み合わせ、スナックの生産に専念しています。弊社の目標は人々がどこでもスナックを楽しめるようにすることです。

300人の従業員(半数が生産部門、もう半数が研究開発、マーケティング、サポート部門に従事)を抱え、ウクライナのスナック市場の35~40%のシェアを占めています。2024年の収益は2,000万ドルを超え、2025年には20%以上の成長を予測しています。世界市場での規模拡大を目指し、長期的な需要喚起を軸に事業戦略を設計し、便利で高品質なスナックを世界中の顧客に提供することを目指しています。

DMYTRUK-FOODS



機能的なミートスナックを追求する企業

Food

Manufacturing

御社の事業の特徴は何ですか。

弊社は、生産を完全に管理し、顧客のニーズを満たす高品質な製品の提供を保証しています。また、顧客中心のアプローチを採用し、短期的な売上よりも、総合的な価値を重視しています。弊社は、品質と効率へのコミットメントを維持しながら、国際市場の消費者の進化する需要に応えるため、高タンパク質のスナック製品に調整を加え、米国、英国、MENA(中東・北アフリカ地域)、特定のアジア市場への参入を準備しています。

今後の事業成長計画は何ですか。

弊社は、3つの主要な方向性で、積極的に事業を拡大する計画を立てています。1つ目の方向性は、自社ブランドの開発と市場での認知度向上です。2つ目の方向性は、国際市場への参入とグローバル企業への変革であり、収益の40%以上を海外から得ることを目指しています。

3つ目の方向性は、新製品の開発です。DMYTRUK-FOODSは、伝統的なミートスナックの枠を超え、バー、一口サイズのスナック、超薄型チップスなど、革新的なプロテイン製品を開発しています。これらの製品はすべて、多様な食の好みや消費場面に对应するように調整されています。各製品は、特定の消費者層に合わせてカスタマイズされています。

日本企業との協力機会について、何を検討していますか。

弊社は、日本を有望な輸出市場としてだけでなく、世界水準の品質管理システムの構築における戦略的パートナーとしても捉えています。弊社は、リーン生産方式(注)、TQM(総合的品質管理)、継続的改善の適用において、日本企業や専門家との協力を模索しています。「改善」文化に根差した高度な問題解決ツール、プロセス管理、日々の管理ルーチンを統合することが目標です。このようなパートナーシップを通じて、社内の能力を強化し、製品の一貫性を高め、顧客を中心にとらえたイノベーションのための共通枠組みの確立を目指しています。

(注) トヨタ生産方式をベースに体系化・一般化された管理手法で、無駄を徹底的に排除することで短納期・高品質・低コストを実現する生産方式のこと。



① ③ ④ DMYTRUK-FOODSの製品

② 製造工程

DATA

住所: D. Halytskoho St, 14, Lutsk, Volyn region, Ukraine, 43000
電話番号: +38 (067) 737 33 44

設立年: 2009年

E-mail: service@dmytruk.com

Website: <https://dmytruk.com>



Valerii Iakovenko Founder

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

DroneUAは2013年、ロボット工学分野におけるビジネスと新技術を融合するための効果的なツールを創造することを目的として設立されました。

現在、弊社は、無人技術とデータ分析を活用して、農業分野をはじめとする様々な分野の効率性の向上を専門とするエコシステムを構築しています。ドローンは作物や土壌の状態、その処理状況、正確な地理データを取得するためのマッピングなどの重要な情報を提供しています。

弊社は、フォーブスの「ウクライナの農業セクターにおける最も革新的な3社」に選出されました。弊社のオーナーは、これらの技術が労働をより効率的にし、戦後のウクライナ再建に役立つと考えています。

貴社を競合他社と差別化している点は何ですか。

DroneUAは、幅広い機器の販売と独自の組み立ての両方を行うことで、競合他社と差別化しています。弊社は品質の高さと革新性を確保するため、製造に多大な投資を行っています。

また、弊社はERP（企業資源計画）システム「FarmFleet」(注)などを含む、付加価値あるサービスを提供しています。

小規模家族経営農場から大規模農業企業まで、あらゆる規模の農業従事者に対し、包括的で拡張性の高いソリューションの提供に努めています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

DroneUAの事業開発計画は、いくつかの戦略的イニシアチブに焦点を当てています。

まず、弊社は海外市場での販売拡大を目指しており、米国市場にアプローチしています。

国内では、農業セクターの巨大な潜在市場に引き続き注力します。ドローンの生産量を増強し、将来的には輸入品の代替となることを目指しています。

技術面では、農家の生産作業モニタリングをより効果的に支援し、効率性と生産性を向上さ

せるため、最先端の追跡システムとGPSシステムの改良を計画しています。

さらに、DroneUAは物流など他のセクターへの事業展開も目指しています。

日系企業との協業についてどのような可能性を検討していますか。

DroneUAはラスベガスのCESにおいて、ジェットロとの協力により、ジャパンパビリオンのステージでの製品発表を成功裏に収めました。

現在、DroneUAは日系企業との様々な協業機会を検討しています。特に、農業技術や地雷除去などの人道的分野において、日本企業とウクライナでパートナーシップを結び、彼らの先端技術をウクライナでのプロジェクトに統合することに関心を持っています。

さらにDroneUAはロボット関連分野における日本の技術を輸入する機会も模索しています。

(注) FarmFleetは農業・肥料用ドローンなどを活用した農業生産向けのサービス市場におけるビジネスプロセス最適化を目指したプラットフォーム。サービスプロバイダーと農業生産者の双方のニーズを結びつける。



① ② ③ DroneUA 製品



Maxim Timchenko CEO

貴社の活動のコンセプトは何ですか。

DTEKは、ウクライナ最大の民間エネルギー会社です。DTEKの歴史は2005年に始まりました。ウクライナ東部地域を拠点とする地域電力会社として創業し、それ以来DTEKグループはウクライナ経済に120億ドル以上を投資してきました。

2024年現在、弊社グループは、発電（一般電力と再生可能エネルギー）、天然ガス生産、配電、コモディティ取引、エネルギー供給・サービスなど7つの独立した事業を展開しています。

DTEKグループは、創業以来ウクライナ国内のみならず海外にも急速に事業を拡大し、現在では英国やクロアチアを含む24の市場で事業を展開しています。

現在、DTEKグループは従業員約5万5,000人を抱えています。規模において、DTEKは2023年に16TWhの発電量を記録したウクライナ最大の民間発電事業者であり、ウクライナ電力供給量の40%以上を担う最大の配電網運営事業者でもあります。

DTEK Group

躍動するエネルギー

Energy

DTEK Energy
in action

また、DTEKグループは天然ガス供給・生産の大手事業者でもあり、2023年には350万人の顧客にサービスを提供し、16億立方メートルの天然ガスを生産しました。

今後の事業開発の領域について教えてください。

DTEKは将来に向け再生可能エネルギー発電の開発に注力していきます。その他にも、増加する送電網の不均衡を軽減し、停電を防ぎ、エネルギー安全保障を確保するためのバッテリー貯蔵システム構築プロジェクトなど、グループの主要な成長の柱が複数あります。送電網インフラの近代化も、10年間の長期計画の一環として、重要な開発分野であり、現在キーウ州でパイロットプロジェクトを実施しています。

さらに、DTEKグループはウクライナにおける脱炭素化を促進するため、石炭火力発電所をガス火力発電所に置き換える可能性を積極的に検討しています。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

DTEKは既に、日本企業を含む海外のパートナーと積極的に協力関係を築いています。特に、DTEKの代表者らは、関係構築を目的として、いくつかの日本の企業や機関と既に会合を持ち、協力の可能性のある分野について議論しています。

同時に、DTEKグループは日本企業や組織との協力をさらに深化させ、より多くの共同プロジェクトを進めることを希望しています。例えば、DTEKは三菱、東芝、日立など、様々な日本の企業とのパートナーシップを探求しています。また、新たな探鉱分野の開発と天然ガス生産量の増加を目指し、日本の投資家から、石油・ガス事業分野への資金調達も模索しています。



① ② ③ DTEKの施設

DATA

住所: Gareth Jones St, 8, Kyiv, Ukraine, 04119
設立年: 2005年

E-mail: ir@dtek.com
Website: <https://dtek.com/en/>



Oleksandr Selyshchev CEO

貴社の主要な事業は何ですか。

DTEK RenewablesはDTEKグループの一員であり、ウクライナにおける再生可能エネルギーの開発と運営に特化しています。

DTEK Renewablesは現在、1.1GWの陸上風力発電所と太陽光発電所を有し、ウクライナ最大の再生可能エネルギー企業の1つとなっています。2023年の発電量は0.9TWhに達しました。

ロシアによる本格的な侵略開始後も、弊社は再生可能エネルギー源の開発に多額の資金を投資し続け、現在では同国最大の再生可能エネルギー投資企業となっています。2022年から2023年にかけてウクライナ南部地域に建設されたTyligulska風力発電所の第1フェーズの遂行は、弊社の象徴的なプロジェクトです。

貴社の事業の成長計画について教えてください。

今後、DTEK Renewablesはウクライナの再生可能エネルギー開発と投資に力を入れていきます。

DTEK Renewables

躍動するエネルギー



DTEK Renewables

Energy

Technology

ウクライナにおいて、弊社はエネルギー転換の主要な推進役となることを目指しています。特にDTEK RenewablesはTyligulska風力発電所の第2フェーズの工事を開始する予定です。これはウクライナ最大規模のプロジェクトであり、欧州でも最大規模のプロジェクトとなるでしょう。

弊社はまた、ウクライナ中部のポルタワ州に650MWの風力発電所の建設を計画しており、2024年現在、開発段階にあります。

さらに、DTEKの子会社で、欧州の再生可能エネルギー企業であるDRI (DTEK Renewables International)は、積極的に国際展開を進め、中・欧、南欧におけるエネルギー転換を促進しています。特に、欧州において再生可能エネルギーを開発しており、2030年までに5.0GWの発電容量を目指しています。

日本企業との協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

DTEK Renewablesは国際機関・組織との強力なパートナーシップを重視しています。こうしたパートナーシップは、複数のウクライナ最大の再生可能エネルギープロジェクトを成功させるうえで中心的な役割を果たしてきました。

弊社は、以下のプロジェクトを含む投資機会について、積極的に協議しています。

- ・ バッテリーエネルギー貯蔵
- ・ 新規風力発電
- ・ 新規太陽光発電
- ・ エネルギーシステム分散化



①④ 太陽光発電所 ② 風力発電所 ③ 建設プロセス

DATA

住所: Gareth Jones St, 8, Kyiv, Ukraine, 04119
設立年: 2008年

E-mail: ir@dtek.com

Website: <https://renewables.dtek.com/en/>



Yuriy Bubes President

貴社の事業はどのようにスタートしましたか。

Electronは1918年、ウクライナ西部のリビウで電気工学の工房として設立されました。その後、テレビ受像機の生産を開始し、国内市場で信頼性が高く非常に人気のある製品となりました。

ソビエト時代には、400社以上の企業を擁し、5万人以上の従業員を雇用する巨大な企業グループへと成長しました。しかし、ここ数十年はカラーテレビの生産は縮小しており、現在は他の製品を製造しています。

現在、Electronは多角的な大企業グループであり、2010年以降は主に自動車企業として発展し、バス、電気バス、トロリーバス、路面電車などの公共交通機関の製造に注力しています。

貴社の事業の主要な特徴をお教えてください。

弊社グループは、都市型電気輸送用機器や特殊車両の製造、ナノテクノロジー、ポリマー（プラスチック・ポリスチレンなど）製品の製造、モーターや空調システムの製造など、様々な分野にわたる12の企業で構成されています。特に、Electronはウクライナで唯一の電気バスメーカーです。

Electron

Electron : 世代をつなぐ

Manufacturing

Technology

2025年1月には、路面電車のない小規模な町や村落向けに設計された、新型の自動運転トロリーバスを発表しました。

Electronのもう1つの重要な特徴は、顧客の要望に応じて、製品製造における機能や材料の品質を変更できることです。

また、高等教育機関と協力し、若者の企業開発への関与を促進しています。

貴社の事業の成長計画を教えてください。

Electronは、電気自動車を中心とした自動車製造分野の更なる発展を目指しています。

さらに、戦後のウクライナ復興の一環として、製品販売量の増加を計画しています。そのため、ウクライナ国内だけでなく海外でも顧客基盤の拡大に取り組んでいます。

日本企業との協業についてどのような可能性を検討していますか。

Electronはかつて、東芝との協業に成功した経験があり、高度な技術ラインを備えた大規模な生産施設の建設に繋がりました。



① リビウにおけるElectronと東芝の協業記念碑



現在、弊社は特にポリマー産業において、技術プロセスの開発と向上を目的とした、日本企業との合弁事業設立に関心を持っています。また、現代技術における画期的な製品である発泡アルミニウム製品の生産のための合弁事業設立にも関心があります。

また、弊社は新たなプロジェクトにおける、日本企業からの資金および新技術の両方の側面での投資誘致を検討しています。生産施設への投資誘致も検討しています。

さらに、日本のメーカーからの電気輸送用機器用のバッテリーや電気設備などの購入についても検討しています。



②

② “Electron” 電気バス



Andriy Tolmachov CEO, 創設者

貴社の活動のコンセプトは何ですか。

Enamineの歴史はウクライナで民間企業を設立することが可能になった1991年(ウクライナ独立の年)に始まりました。ハイスループットスクリーニング(注1)が出現し、創薬において新しい化合物の需要が高まった頃、創設者のTolmachov氏がアメリカの化学会社DuPontから試薬を購入するために、1万ドルの助成金を受け取り、大きな成功に繋がりました。

Enamineは現在、スクリーニング化合物(注2)、ビルディングブロック(小規模分子)の世界最大の在庫を有する、化学化合物のグローバルサプライヤーです。

Enamineは毎月数千の小分子を生産しており、この分野のパイオニアです。本社はキーウにあり、ウクライナのいくつかの小都市でも活動しています。

ドイツとポーランドには弊社の研究開発センターがあります。2022年のロシアのウクライナへの全面侵攻により、弊社は国外への更なるビジネス展開を行うことになりました。

Enamine

創薬の新次元

Manufacturing

Technology



貴社の製品の特長は何ですか。

スクリーニング化合物、ビルディングブロック、フラグメント(小さな化合物)の生産に加えて、Enamineは契約研究ビジネスにも注力しています。特に、弊社は小分子を新しい組み合わせに融合する能力を備えており、主に製薬会社や大学とのコラボレーションで行っています。全体で、ファイザーやグラクソ・スミスクラインを含む7,000以上の企業や世界中の学術機関がEnamineの化合物を購入しています。

さらに、弊社は調達した資金を継続的な成長に積極的に再投資しています。また、大学の教育プログラムを支援し、化学者が実習できる場所を提供するとともに、化学の学術機関の支援や、科学研究論文の出版も支援しています。

(注1) 自動化された方法で、特定の候補物質について多数の化合物をスクリーニングするプロセスのこと。

貴社の成長計画を教えてください。

Enamineは、製薬会社との潜在的なコラボレーションを含むビジネスのさらなる発展に取り組んでいます。薬物発見プロセスにおける人工知能の応用分野で、コンピュータ科学者との潜在的な協力を模索しています。

日本企業との協力の機会としてどのようなことを考えていますか。

弊社はすでに日本市場で知られていますが、化学製品の輸入に対して広範な規則や制限があり、日本市場での運営において複数の困難に直面しています。

日本市場での運営を円滑にするために、Enamineは科学者と直接コンタクトし、潜在的なイニシアチブを発見することや、日本の製薬会社とのコラボレーション機会などを模索しています。

(注2) 創薬開発において、疾患を改善する物質を薬剤候補から抽出する際に使用する化合物



① ② ③ ④ Enamine社のラボ

DATA

住所: Winston Churchill St, 67, Kyiv, Ukraine, 02094
設立年: 1991年

E-mail: i.kos@enamine.net
Website: <https://enamine.net/>



Andriy Cherukha 創設者

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

弊社は16年前に、学生だった創設者がウクライナの伝統的な刺繍服を販売するオンラインストアを設立したことから始まりました。2014年、Etnodimは自社生産拠点を設け、お祭りなどの特別な機会だけでなく、日常生活にも合う高品質なリネン製の伝統的な服の製造を開始しました。これが弊社の現在の事業へと繋がる経験となりました。

現在、弊社は主にウェブサイトを通じて製品を販売しています。さらに、キーウとリビウに2つのショールームがあります。Etnodimの生産能力は年間最大5万着で、今後も拡大を続ける予定です。

弊社は世界中に顧客がおり、売上の約15%が海外市場向けです。また、Etnodimの刺繍服は欧州各地の20のショールームで販売されています。さらに、Etnodimはさまざまな国の購買代理店と緊密に連携しています。

御社が競合他社と異なる点は何ですか。

Etnodimは、強力なブランドと大規模な顧客基盤を強みに、ウクライナ市場で主導的な地位を維持しています。

Etnodim

針と糸で紡ぐ美

Manufacturing

Retail

弊社の服作りに対するユニークなアプローチは、パターンや絵画の詳細な研究、そしてアーティストとの緊密なコラボレーションに基づいています。単なる伝統的な服ではなく、ウクライナの文化遺産の豊かさを反映した真の芸術作品を生み出すことを可能にしています。

Etnodimの服は、オランダの女王、ウクライナの大統領、その他の著名な文化人など、著名な人から愛用されており、ブランドの評判をさらに高めています。

御社の事業成長計画は何ですか。

弊社は、海外市場に合わせてコレクションを調整し、国際的に事業を拡大する計画です。ロンドン、パリ、ワルシャワなどの欧州の首都で、パートナーとなりうる購買代理店やショールームと交渉を行っています。さらに、欧州のオンラインマーケットプレイスで製品を販売する可能性についても検討しています。

国内市場では、製品の品質とユニークさを重視しながら、新たなコレクションの立ち上げと拡大に注力しています。

2022年以降、市場に参入する競合他社が増えたため、弊社は事業拡大のアプローチを変更しました。新しいショールームを開設するのではなく、販売効率の向上に重点を置いています。

日本の企業との協力の機会として、どのようなものを考えていますか。

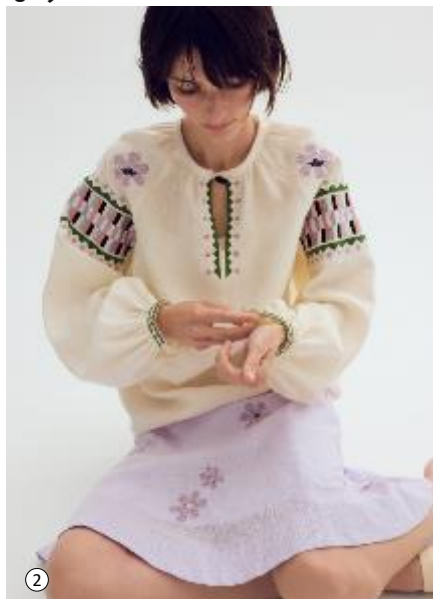
Etnodimの刺繍服はまだ、日本で正式に販売されていないため、購買代理店またはショールームを通じて日本市場で販売することに興味を持っています。現地の市場ニーズに合わせてコレクションをアレンジすることが可能です。

また、ウクライナの伝統と日本の美学を融合させるために、日本のアーティストやデザイナーとのコラボレーションの可能性も検討しています。

積極的に投資を求めているわけではありませんが、将来の成長のための戦略的パートナーシップの構築を前向きに検討しています。



① 製造プロセス



② Etnodimの衣類

DATA

住所: Verkhniy Val St, 58/28, Kyiv, Ukraine, 04071
電話番号: +38 (097) 888 92 92 設立年: 2009年

E-mail: hello@etnodim.com
Website: <https://etnodim.com>



Olga Shevchenko
CEO

事業はどのように始まりましたか。

EVAの歴史は、女性が必要とするあらゆるものを最適な価格で提供するお店を創ろうというアイデアから23年前に始まりました。まもなく、医薬品を除く家庭用品、健康美容用品、子供用品へと商品ラインナップを拡大し、オンライン販売も開始しました。

現在、約1,100店舗の実店舗を展開しており、そのうち65店舗は2024年にオープンしました。2018年からは、実店舗の9倍以上の品揃えを提供する自社運営のオンラインストアを展開しています。

2023年には新事業として、アッパーミドルからハイエンドの美容商品を取り扱うEVA BEAUTYを設立しました。

2024年、オンラインストアは女性向け商品に焦点を当てたマーケットプレイスになりました。EVAは、自社のIT会社や、物流能力、倉庫を保有しています。

競合他社と比べて貴社の強みは何ですか。

EVAは、顧客にとって魅力的で興味深い存在であることが重要だと考えています。

EVA

女性の美と住まいの快適さへの不安を
喜びに変えます

Retail

EVAの戦略は創業以来変わることなく、最安値を追求することであり、業界のリーダーとしての地位を確立してきました。

商品ラインナップにもこだわりを持っており、ブランドや商品1つ1つを厳選しています。新規出店についても同様で、立地選定には詳細な分析を行っています。

さらに、オンライン雑誌、ソーシャルメディア、ブロガーを活用して、顧客とのコミュニケーションを積極的に行っています。

事業の成長計画を教えてください。

EVAの成長計画は、主にマーケットプレイスの拡充、特に顧客が利用できる商品の種類を大幅に増加することに重点を置いています。

また、EVA BEAUTYを含め、新規店舗を開設し、ネットワークの拡大を計画しています。2025年には、さらに65～70店舗の新規開設を見込んでいます。

今後、さらにEコマースを拡大するため、Eコマース用の物流倉庫を建設する計画です。リビウには2025年、オデーサには数年後に完成予定です。

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

現在、EVAの商品ラインナップには、子供用品など、日本メーカーの商品がすでに一部含まれており、それらに対する強い需要があることがわかっています。

また、日本の化粧品に対する需要の高まりを受けて、弊社は、自社チェーン店舗での取り扱いを増やすため、日本の化粧品メーカーとの直接取引または代理店を通じた協力の可能性を検討しています。

さらに、自社物流倉庫の開発を進めていることから、特に日本のメーカーの高品質な自動化システムに関心を抱いています。



① ③ EVA 店舗 ② EVA スタッフ ④ EVA 倉庫

DATA

住所: Volodymyra Antonovycha St, 6, Dnipro, Ukraine, 49101
電話番号: +38 056 787 33 44

設立年: 2002年

E-mail: agnatik@eva.ua
Website: <https://eva.ua/>



Mykola Dakhno 事業開発マネージャー

貴社の主な事業活動を教えてください。

Formag Forwarding は、Global Transport Investments (GTI) 傘下の主要企業の1つです。GTIは、10カ国15都市に展開し、24の企業で構成される国際的な物流グループです。貨物運送、定期船代理店の業務、物流インフラ開発の分野で600名以上の専門家を擁しています。1992年の設立以来、弊社はクライアントが物流プロセス全体を完全にコントロールできるサービスを提供しています。

貴社の事業における主な特徴は何ですか。

今日のビジネス環境において、物流はもはや単なるプロセスの一部ではなく、企業の成長の原動力となっています。弊社は、信頼性、33年にわたる経験、チームの専門知識、そして長期的なパートナーシップによって市場で際立った存在となっています。また、大規模な国際輸送会社としての経営資源と、市場の要求に適應するための機動力・スピードを融合させた能力も弊社の大きな強みです。各顧客のニーズに合わせて高度にパーソナライズされたサービスを提供することこそが弊社の主要な競争優位性であると考えられています。

Formag Forwarding



変わりゆく世界に確かな物流を

Logistics

弊社のレジリエンス(適応力)は、創業以来守り続けてきた戦略的ビジョンに根ざしています。それは、「信頼を築くこと」「あらゆる物流サービスの単一窓口として機能すること」そして「あらゆる約束を果たすこと」です。だからこそ、ロシアのウクライナへの全面侵攻の開始後であっても、弊社は1日たりとも業務を停止することはありませんでした。欧州の拠点を活用した物流網の再構築を通じて、お客様の事業継続を支援し続けております。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社の成長計画は、海外でのプレゼンスの拡大、インフラ開発、および物流ネットワークの強化に焦点を当てています。ウクライナ西部は弊社の重要な成長地域の1つであり、既に進出しているポーランド、ルーマニア、モルドバといったウクライナ近隣諸国への拡大も進めています。現在、弊社のトラック車両の約80%がこれらの地域で稼働しています。また、弊社は中国、カザフスタン、ウズベキスタン、アゼルバイジャン、ジョージア、ウクライナ、そしてルーマニアを結ぶ「中央回廊」でのプレゼンスも積極的に拡大させています。昨年には、中央アジアでの業務を支援するため、タシケントにオフィスを開設しました。



① ② Formagの物流設備

さらに、弊社はトルコ市場への参入を進めており、同国を主要な物流ハブの1つとして位置づけております。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

ウクライナ国内において、弊社はキーウ州の所有地に最新のクラスA物流ハブを建設する計画を進めています。この施設は、単なる保管場所としてだけでなく、貨物の形成、混載、および配送の拠点として機能する予定です。

弊社は2024年より、日本最大の国際物流企業であるNXグループと提携しています。日本のパートナー企業との協力関係の拡大、特にウクライナ向けの重要インフラ貨物の輸送において高いポテンシャルを感じております。

AI分野においては、日本語で24時間365日利用可能なAI搭載型物流アシスタントを提供しており、日本企業とウクライナ、その他の地域とのシームレスな接続を保証する迅速なサービスを提供しています。

また、弊社はキーウ州の物流ハブ開発を促進する投資に関心を持っており、日本とウクライナ間の貿易、物流、および技術協力の強化を目的とした業務提携を広く歓迎しています。





Pavlo Rohanov マーケティング担当 副社長

貴社の業務内容をお教えてください。

Fozzy Groupの歴史は、1990年に野菜の取り扱いから始まりました。今日では、Fozzy Groupは70企業から成り立つウクライナ最大の流通グループの1つで、小売チェーンのSilpoがグループの主力事業となっています。小売のほか、薬局、レストラン、銀行等の事業も展開しています。**貴社の事業の特長は何ですか。**

旗艦スーパーマーケットチェーンであるSilpoは、独自の焙煎コーヒーや菓子の工場、醸造所を有し、数多くのプライベートブランドを展開しています。

店舗では、幅広い高品質の商品を揃えるだけでなく、ウクライナの消費者に、世界中の商品を紹介することに重点を置いています。現在Silpoは、58カ国の700以上のサプライヤーと取引しています。

さらに、Silpoのビジネスでは、地元の農家や生産者との協力で焦点を当てたものなど、さまざまな社会志向のプロジェクトを行っています。Silpoは、約200万人の顧客を持つユーザーフレンドリーなロイヤリティ・プログラムを提供しています。

Fozzy Group

多分野で事業展開する
ウクライナ最大の小売グループ

Retail

Manufacturing

Food



Fozzy Groupの価値観の1つは、おもてなし(Hospitality)です。特に、Fozzy Groupは、ゲストが親しい友人になることができると信じています。それぞれの店舗は、ユニークなデザインとコンセプトを持ち、様々な芸術作品を飾っています。下記の写真に示すように、ゲストが店舗を訪れる際に新しい印象と体験を提供しようと努めています。

貴社の成長計画をお教えてください。

Fozzy Groupは、ウクライナでの戦争中にも関わらず、常に発展と拡大を続けています。ゲストにできるだけ多くのサービスを利用してもらうため、弊社は既に確立されている事業の関係する部分に、新たな事業を創出しています。例えば、注文後25分以内に、キーウ市内に商品や料理を配達するサービスを導入しました。

また、幅広い品揃えは、ウクライナ市場における弊社の大きな優位性です。常に更なる拡大の機会を探しています。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

Fozzyは以下の方向で日本企業との協力の可能性を模索しています。

- グループの店舗で販売される日本の商品の品揃えの拡大。品揃えには、食料品、アルコール、化粧品、衛生商品、おもちゃなどが含まれます。特にFozzyは日本のメーカーとディストリビューターを探しています。
- 無印良品などの日本のブランドとのパートナーシップ
- グループの店舗で日本文化を紹介する、文化交流イベントや共同プロジェクトの実施。例えば、Silpoの店舗に日本の寿司職人を招き、ウクライナ人に高品質の日本料理を提供することなどが考えられます。



① ② ③ ④ Silpo 店舗デザイン

DATA

住所: ave. Pavla Tychyna, 1-V, Kyiv, Ukraine, 02152

電話番号: +380443545701

設立年: 1997年

Website: www.fozzy.ua



Olena Lemeshko 食品事業部門長

どのように事業を始めたのですか。

弊社は、世界中の高品質でユニークなワインを豊富に取り揃えた店を作りたいという夢を持った、大手企業の元共同経営者たちによって2006年に設立されました。

現在では、goodwineは輸入業者、小売業者、および販売業者であり、ワイン、食品、およびその他のカテゴリーの卓越した品質の商品を、適正価格で提供しています。

弊社はガストロノミー（美食）部門も開発しました。当初は珍味を集めた棚の設置から始まりましたが、やがて本格的な高品質食品部門へと発展しました。

現在、goodwineチェーンには、goodwine、Bad Boy、Garageを含むいくつかの小売ブランドがあります。goodwineにはオンラインストアもあり、アルコール飲料だけでなく、食品、化粧品なども販売されています。2024年の弊社の売上高は約1億2500万ドルでした。

貴社の事業の主な特徴は何ですか。

弊社は特にチームを大切にし、従業員を尊重しています。ビジネスの成功は人に左右されると考えているからです。

goodwine

ワインの世界を あなたへ
(ワインの輸入販売)

Retail

Food

だからこそ、goodwineの店舗は顧客にとって単なる小売店ではなく、ユニークな体験と商品の品質、そしてサービスを求めてまた戻りたいと思わせる磁石のような場所なのです。

弊社は製品の高品質に細心の注意を払い、たとえ非常に有名なブランドであっても、各製品を厳格にチェックしています。また、goodwineは輸入において豊富な経験を持ち、世界120カ国の企業と900件以上の契約を締結しています。

同時に、弊社は中小企業を含む、高品質なウクライナの製造業者を支援しています。地元のブランドに助言やプロモーションを行い、goodwineの店舗での販売保証付きで市場に参入できるよう支援する部門を設けています。

今後の事業成長計画は何ですか。

一般的に、弊社は高品質な商品の品揃えを拡大する予定です。また、輸入量を増やすことを検討しており、特にアジアからの輸入を増やし、既存の品揃えを補完するソース、酢、その他の製品を追加します。

弊社は、特にオンラインで利用できる製品の範囲を拡大することにより、オンライン販売を増やすことを目指しています。



① goodwineの店舗

並行して、goodwineと比較して、より手頃でカジュアルな形式の店舗であるBad Boyストアをさらにいくつかオープンすることを検討しています。

日本の企業との協力について、どのような機会を検討されていますか。

goodwineはすでに日本の生産者から、日本酒、ビール、お茶、家庭用品など、さまざまな製品を輸入しています。

同時に、新たに日本の企業、特に商社との協力する機会を検討しています。

弊社は、日本からの商品の範囲を拡大しようとしており、伝統的で本格的なレシピで製造された商品にも関心をもっています。さらに、日本産の日本酒、ワイン、家庭用品の輸入に関心があります。

また、goodwineは、日本のレストランやシェフとのパートナーシップを結び、ノウハウの共有や日本でのインターンシップなどを行うことで、ウクライナでの弊社事業に生かすことを検討しています。



② goodwine 店舗でのワインの品揃え

DATA

住所: Mechnykova St, 9, Kyiv, Ukraine, 01021

電話番号: +38 (044) 390 79 62

設立年: 2006年

E-mail: info@goodwine.ua

Website: <https://goodwine.ua/>



Nazar Davyda CEO, 共同創設者

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

事業を始めるというアイデアは、会社設立よりもずっと以前からありました。創業者自身が電気自動車（EV）に個人的な関心を持っており、そこに未来を見出しました。

2014年、弊社は欧州のEV充電機器の公式ディーラーとしてスタートしました。しかし、EV充電ステーションの課題として、利用可能かどうかをユーザーが事前に把握することができないことがありました。

そこで、2017年にGO TO-Uは、ユーザーが充電ステーションを事前予約できるモバイルアプリであるART（Advanced Reservation Technology）と呼ばれる独自のソフトウェアソリューションの開発を開始しました。

現在、弊社は世界67カ国で事業を展開し、30万人以上のユーザーを抱えています。ウクライナで最も若い充電インフラ企業であり、国内の充電インフラ市場の約3分の1をカバーしています。

御社が競合他社と異なる点は何ですか。

GO TO-Uは、独自のARTによって際立っており、ユーザーが充電ステーションを事前に予約できます。

GO TO-U

一緒にグリーンな未来を切り拓こう

IT

Technology

これは、ほとんどの競合他社にない機能です。ARTは弊社サービスの中核となる技術であり、20%高い価格設定であっても、利用率は5倍向上します。

また、AIを使用することで、利用可能なステーションが見つからない場合に、ユーザーを最寄りの利用可能なステーションに案内するスマートエコシステムとしても機能します。このプラットフォームは60社以上のメーカーの充電機器をサポートしており、普遍的な互換性と、個人、企業、政府とのパートナーシップを可能にしています。

GO TO-Uは、ユーザーエクスペリエンス、柔軟性、そして絶え間ないイノベーション開発に注力することで、競争の激しい市場中でリーダー的ポジションを築いています。

今後の事業成長計画は何ですか。

弊社は、継続的なイノベーションと地理的なカバー範囲の拡大に注力しています。アプリは常に進化しており、長期的な戦略の中心として、その技術を開発していく予定です。

今後、GO TO-Uは、電気自動車インフラがまだ発展途上である中東やアジアなどの未開発市場に大きな可能性を見出しています。



① GO TO-U 共同創設者

ドバイは既に弊社にとって最大かつ有望な市場の1つになりつつあります。弊社は、現地でのプレゼンスを拡大するだけでなく、官民のパートナーシップと技術的なリーダーシップを活用して、EV充電インフラのスタダードとなることを目指しています。

日本の企業との協業の機会としてどのようなことを考えていますか。

GO TO-Uは、日本市場を今後数年間の戦略的発展のための重要地域の1つと見ています。弊社の重点は、ガソリンスタンド運営会社や日立などのテクノロジー企業など、主要な企業とのパートナーシップを確立することにあります。すでに、GO TO-Uは、ガソリンスタンド運営会社やエネルギーサプライヤーなど、日本の企業とすでにコミュニケーションを取っています。

もう1つの開発ベクトルは、共同プロジェクトや投資です。

さらに、GO TO-Uは、フランチャイズモデルの適用に将来の可能性を見出しています。



② ③ GO TO-U アプリケーション・プレゼンテーション

住所: Akademika Pidstryhacha St, 6, Lviv, Ukraine, 79060
電話番号: +1 (310) 361 98 99

設立年: 2017年

E-mail: contact@go-tou.com

Website: <https://go-tou.com/en>



Daria Tymoshenko
COO

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

Gunia Projectは、伝統的なウクライナの工芸品と現代的なデザインを融合させたいというビジョンを持った2人のウクライナ人女性職人によって、2017年に小規模なセラミックコレクションとして始まりました。地元の文化と儀式からインスピレーションを得て、セラミック、アクセサリー、衣料品、ジュエリーなど、文化的遺産から現代的で機能的なアート作品を創出しています。

キーウに製造拠点があり、生産能力は月約2,000個ですが、季節のホリデーシーズンの生産量は2倍になります。Gunia Projectの製品は、オンラインプラットフォームとコンセプトストアを通じて販売されています。現在、弊社は米国、中国、日本、そして欧州全土を含む14カ国で展開されています。

競合他社との違いは何ですか。

弊社のプロジェクトの核となる強みは、本格的で完全にウクライナ国内で行われる生産プロセスにあります。各アイテムは、手描き、刺繍、セラミック鑄造など、地元の職人の伝統的な技術によって手作りされています。

Gunia Project

卓越したブランド

Retail

Manufacturing



Gunia Projectは、ウクライナの伝統を現代的な美的レンズを通して思慮深く再解釈し、民俗と儀式を関連性の高いデザイン主導の製品に変えています。

弊社は、ライフスタイル全体において製品を通じた経験を提供しています。ホームグッズだけに焦点を当てるのではなく、セラミック、衣料品、アクセサリー、ジュエリーなど、1つの芸術的コンセプトで統一されたエコシステムを構築しています。

御社の事業成長計画について教えてください。

現在、弊社は著しい成長期にあり、需要の増加が生産能力を上回っています。事業成長計画における短期的な優先事項は、生産量を2〜3倍に増やすために、より大きな製造施設に移転することです。

さらに、弊社はそのライフスタイルコンセプトを国際市場に導入するためのフランチャイズモデルを開発しています。すでに欧州のいくつかの首都で、店舗開設に向けて交渉を進めています。

弊社の目標は、Gunia Projectをニッチなウクライナのブランドとしてではなく、伝統的なデザインに根ざしたグローバルなライフスタイルブランドとして位置付けることです。

日本の企業との協業の機会としてどのようなことを考えていますか。

弊社は、日本を将来のコラボレーションにおける重要な市場と捉えています。日本の顧客は、同ブランドのデザイン言語に好意的な反応を示しています。製品は既に伊勢丹やH.P.FRANCEなど複数のデパートで販売されています。

これらの店舗販売に加え、弊社は東京に独自の旗艦店Guniaストアをオープンすることを熱望しています。

また、弊社の創造性と生産の専門知識と、日本の運営ノウハウを組み合わせ、共同運営のフランチャイズを確立するために、日本のパートナー（投資家とフランチャイズ加盟店の両方）を積極的に探しています。また、日本のライフスタイルに合わせて製品を適合させ、改善することにも前向きに捉えています。



① 製造プロセス



② Guniaの製品



Anton Pavlovsky 創設者, CEO

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

Headwayの物語は、創設者のAnton Pavlovskyが、多くの人が時間と集中力が不足しているために自己啓発を怠っていると気づいたことから始まりました。彼は、効率的で生産性が高く、そして楽しい自己成長のためのツールを作ろうと決意しました。2019年、Anton Pavlovsky率いる3名のブートストラップ(注)チームが、人々の学び方と成長の仕方を再定義するというビジョンを持って、Headwayアプリを立ち上げました。その後、Headwayは多様な製品を展開する企業へと成長し、世界中で生涯学習に革命を起こしています。

主力製品であるHeadwayアプリはノンフィクションのベストセラーを音声とテキストで要約したものを提供しており、毎日のマイクロ・ラーニング・セッションやゲーム化されたチャレンジも含まれています。世界中で5,000万人を超えるユーザーを抱えるHeadwayは、世界で最もダウンロードされている書籍要約アプリです。現在、英語・ドイツ語・フランス語・スペイン語の4カ国語に対応しています。

弊社は170カ国以上で「今日のアプリ」として紹介され、米国AppStoreのエディターのおすすめにも選ばれています。

Headway

人の成長を助けます！

IT

弊社は書籍要約というニッチな市場でリーダー的地位を獲得した後、より広範な生涯学習分野へと事業を拡大しました。弊社は、Impulse（世界で最もダウンロードされている脳トレアプリ）、Nibble（科学と人文科学に関するインタラクティブなレッスンを提供する総合的な知識アプリ）、AddMile（コーチングプラットフォーム）など、多くの教育製品を開発しています。Headwayは、B2CとB2Bの両方の顧客に対応し、簡単で楽しく、アクセスしやすい方法で学び続けることを可能にしています。Headwayは、複雑なテーマを理解しやすい小さな塊に分割し、魅力的なコンテンツ形式を活用することで、学習を効率的で楽しいものにします。アプリのアルゴリズムは各ユーザーの独自の興味や目標に合わせて学習体験をパーソナライズします。

弊社は、Holon IQによる「The Europe EdTech 200」やGlobal Silicon Valleyによる「The GSV 150」といった権威あるリストにも掲載され、世界で変革をもたらすデジタル学習企業の1つとして業界で高評価を得ています。

貴社の事業の成長計画を教えてください。

Headwayは、自己啓発と教育市場において、大きなシェアを獲得するための戦略的な地位を築いています。



① Headway チーム

複数の分野を網羅する膨大なコンテンツ・ライブラリと定期的なアップデートにより、弊社の製品は生涯学習のための豊富で常に拡大するリソースを提供し、様々なバックグラウンドの人が利用できるようになっています。

弊社は、新たな市場への進出、革新的な製品の開発、チームの拡大、ユーザー体験の向上を目標に、事業拡大を継続していくことに尽力しています。また、Headwayは各国における差異化の重要性を認識し、それぞれの市場ニーズや好みに合わせたアプローチを展開しています。

日本企業とのどのような協力関係構築の可能性を考えていますか？

Headwayは今後数年間におけるアジア市場への戦略的拡大の一環として、日本の企業との協力機会を探しています。現在、日本のユーザーは英語でアプリを利用できますが、事業拡大に伴い、さらなるローカライズにも取り組む予定です。また、弊社はAIサービスと高度なデータ分析を活用し、日本のパートナー企業に対し、市場の個別ニーズに応える高度でカスタマイズされたソリューションを提供していく予定です。

(注) スタートアップや新しいビジネスの分野で、外部の投資家などからの資金援助を受けずにビジネスを立ち上げ、成長させる方法



② Headway アプリ

DATA

住所: Kyrylivska St, 40, Kyiv, Ukraine, 04080
設立年: 2019年

E-mail: pr@makeheadway.com

Website: <https://makeheadway.com/family/>



Volodymyr Shevchuk CEO

どのように貴社の事業をスタートしましたか。

HowCowは、カナダのパートナーから牛の特定の指標を追跡するための技術最適化の依頼を受けた後、2024年に開発が始まりました。以前、同チームは人間の重大な健康状態を予測するデバイスを製造する会社を設立していました。

そのため、動物の活動データを収集し、その情報をCRM(情報管理)システムに送信する首輪を製造しました。このデバイスは動物の病気の兆候などの問題点を示し、健康状態への対処に関する提案をします。具体的には、どのくらい給餌が必要か、乳の生産量、必要なケアに関するデータが農家に送信されます。

弊社のデータでは、このデバイスの使用により、農家の収益は最大27%増加しました。

競合他社と比べて貴社の強みは何ですか。

このデバイスは、競合製品と比べて、適応性、柔軟性、そして手頃な価格が主な利点です。他のデバイスが移動などの特定の変化しか追跡できないのに対し、HowCowは6種類の活動をトラッキングし、体温、発情期の検出など、複雑な指標の検知も可能です。

HowCow

全ての“Moo (モー)”が重要

Manufacturing

IT

このデバイスには機械学習の要素も含まれています。さらに、使用可能な範囲も広く、受信機から最大8km離れた場所でも使用可能です。また、自社調べでは、このデバイスは市場で最も低い価格で提供されています。

加えて、HowCowとウクライナ国立科学アカデミーV・M・グルシコフ計算サイバネティックス研究所は現在、牛だけでなく、農業用・自宅用の両方における他の動物にも対応できるようアルゴリズムの開発に取り組んでいます。

今後の会社の成長計画をお教えてください。

今後、同社はウクライナの多くの農業企業や農家へのデバイス普及を目指しています。また、獣医クリニックとの連携やシステムの改善も模索しています。さらに、Amazonなどの主要なオンラインマーケットプレイスを通じた販売拡大にも力を入れることで、大幅な成長を目指しています。

国際市場への進出も主な計画の1つであり、革新的なソリューションを世界中の顧客に提供することを目指しています。

また、HowCowは様々な種類の動物に使用できる製品の販売も開始する予定です。



① ② HowCow デバイス

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

HowCowは既にいくつかの日本の企業と協力関係にあります。弊社は信頼できるパートナーこそが成功の鍵だと考えています。

日本市場を有望視しており、弊社のデバイス導入によって動物保険の利用プロセスが大幅に簡素化できると考えています。デバイスによる動物の健康指標の正確なモニタリングとレポートは、保険会社のリスク評価と保険料設定を容易にします。

弊社は代理店を通じて日本市場でのデバイスの販売を行うことに関心を持っています。

さらに、ペット向け小型首輪デバイスを製造するHowPawという事業も展開しており、主に日本市場での展開に注力しています。



③ HowCow 従業員

DATA

住所: Soborna St, Rivne, Ukraine, 33028
電話番号: +38 (050) 448 45 78

E-mail: info@howcow.app
設立年: 2024年



Roman Prokofiev 共同創設者

貴社の活動のコンセプトは 何ですか。

Joobleは、求人・雇用分野において世界で最も訪問されるウェブサイトの上位10位に入っています。

2006年にウクライナで創業し、グローバル展開の計画はありませんでしたが、2008年の危機がきっかけで、国内外へのビジネス拡大を進めました。

現在では、世界67カ国で運営するグローバル企業となり、主に欧州と北米市場に焦点を当てています。その結果、現在、収益に占めるウクライナの顧客の割合は1%未満です。

また、プラットフォームは25の異なる言語で運営されています。チームは300人以上のプロフェッショナル人材で構成されており、その大部分はウクライナで働いています。

貴社のビジネスの特長は 何ですか。

弊社は2006年に、ビジネスにおいて通常ではなかった機械学習モデルの開発を始めました。Joobleはこの分野のパイオニアと言えます。

Jooble

一つのサイトで全ての求人を

IT

弊社の目的は、顧客に価値を提供する最終目標として、求人検索の全サイクルを構築することでした。毎日、ウェブサイトは企業の公式サイトやソーシャルネットワークなど、さまざまなリソースから求人情報を生成しています。このため、すべての求人情報が1つの場所で利用可能となります。ウェブサイトには年間で約10億回の訪問があり、約4億人のユニークユーザーがいます。

さらに、弊社はJooble Venture Labを設立しており、その下でスタートアップの設立と発展を進めています。特に、2024年には新たに6つのビジネスを積極的に開始しました。その中には求人検索に関連するものもあれば、他の技術分野に関連するものもあります。また、弊社はAIプログラムサービスソリューションも開始しました。

貴社の成長計画をお教えください。

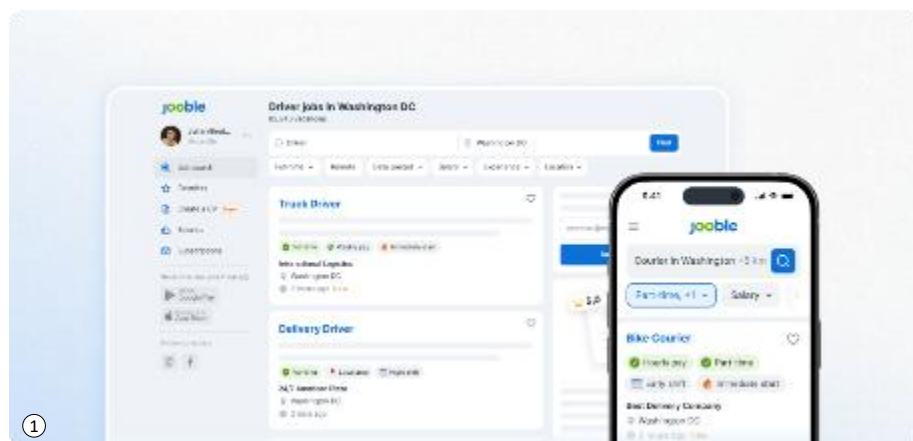
弊社は将来的に、核心事業の継続的な成長と改善を計画しています。特に、グローバル市場におけるシェアの増加を目指しています。

さらに、Joobleはペイ・パー・ハイヤー（成果報酬型）モデルでビジネスモデルを拡張することを検討しています。また、Jooble Venture Labも活動を続ける予定であり、今後数年間に5～6の新しいビジネスを立ち上げることを期待しています。

日本企業との協力の機会として、どのようなことを考えていますか。

Joobleはすでに日本市場で活動していますが、言語の壁を含むいくつかの困難に直面しているため、弊社の競争優位性を明確には定義できていません。

そのため弊社は日本市場でのパートナーを探しており、特に現地のオンラインマーケティングの管理において支援を提供できるパートナーを求めています。



① Jooble プラットフォーム

DATA

住所: Kostyantynivska St, 71, Kyiv, Ukraine, 02000
設立年: 2006年

E-mail: press@jooble.com
Website: <https://ja.jooble.org/>



Andriy Mima, Denys Tsyganok, Stanislav Sklyarovskiy 共同創業者

貴社の業務内容をお教えてください。

LUNは、16年前にウクライナのキーウで設立されました。当時、ウクライナにはPropTech（不動産テクノロジー）マーケットプレイスのプラットフォームはありませんでした。現在、弊社の主要事業では、ウクライナ・海外の双方で、一次・二次不動産検索のプラットフォームの開発に注力しており、以下の事業はその事例です。

- **LUN.ua:** ウクライナで最も人気のある不動産ポータルサイトです。年間1,800万セッションを誇り、新築物件の検索に特化しています。
- **Rieltor:** ウクライナの中古不動産専門のポータルサイトであり、不動産業者のための最大級のプラットフォームの1つです。年間約3,500万セッションのアクセスがあります。
- **Flatfy.ua:** ウクライナの不動産情報サイトです。新築・中古物件、住宅の売買・賃貸情報を集約し、年間3,000万セッションのアクセスがあります。
- **Bird:** ウクライナの都市とロンドンで利用できる不動産向けAI搭載賃貸アプリケーションです。
- **Korter:** ジョージア、カザフスタン、ポーランド、ルーマニアにおける国際的な不動産マーケットプレイスです。

LUN



どこでも選べる快適な不動産

Real estate

IT

さらに、弊社は社会的責任の重要視する企業としての地位を確立し、有望な社会プロジェクトであるLUN Mistoを実現しました。大気質の測定、幼稚園や学校での利用可能性など、都市生活の研究に焦点を当てています。

貴社のプロジェクトの特長は何ですか。

LUNの主な特徴は、高度に開発された視覚化技術です。

- 建物の3Dマップは、物件の空き状況を示し、物件の詳細情報も提供します。
- 建物の上空からの航空写真は、建物の状態とその周辺環境を理解するために役立ちます。
- 建設中の建物でも、3Dツアーを提供が可能です。
- 不動産業者によって提供されるデジタルルームツアーは、ユーザーフレンドリーなモバイルアプリで利用できます。

このような高度な技術レベルを達成するために、同社は技術開発に多額の投資をしています。

今後の貴社の注力分野をお教えてください。

LUNの今後の優先事項は、サービスと地域の、さらなる開発と拡大です。製品計画に関しては、競合他社から中古不動産市場のシェアを拡大すること、およびモバイルアプリとAI検索システムの開発を検討しています。

日本のビジネスとの協力機会として、どのようなことを検討していますか。

LUNは、日本のPropTechプラットフォームとのパートナーシップを強く希望しています。

また、プラットフォームとモバイルアプリに活用する、AIのさらなる開発と統合のための資金調達を目的に、潜在的な投資家を積極的に探しています。

さらに、LUNはウクライナのデベロッパーや不動産業者と緊密な関係を持つことから、戦後のウクライナの都市の再建と改修において、ウクライナと日本の企業間の理想的な仲介役となることができます。



① LUNチーム ② LUN.ua ③ LUN Misto 大気質測定結果 ④ LUN.ua キーウのアパートの平均価格の統計

DATA

住所: Yulia Zdanovska St, 71, Kyiv, Ukraine, 03189
設立年: 2008年

E-mail: pr@lun.ua
Website: lun.ua



Tetiana Tuliholovets CEO, 共同創業者

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

2021年よりMACHIYAはウクライナにおいて、創業者自らが厳選した本物の日本製品の輸入・卸売・小売業を展開しております。

弊社はオンラインと実店舗の両チャンネルを運営するほか、ウクライナの主要な小売チェーンやマーケットプレイスに対する輸入・卸売業者としての役割も担っています。取り扱い商品は化粧品にとどまらず、日本の食品、菓子、サプリメント、飲料など多岐にわたります。弊社は、日本の幅広い日用品に一度に出会える「ひとつの空間」という考え方を体現しています。

ブランドコンセプトは、日本の「町家」という概念から着想を得ています。町家とは、日常生活と商いが共存する「職住一体」の住まいのことです。この哲学に基づき、弊社は単なる日本製品の販売店ではなく、日々の生活に寄り添うアイテムが見つかる「日本製品の家」でありたいと考えております。

貴社の競合他社との違いをお教えてください。

弊社の強みは、品質の追求、正規ルートでの調達、そして長期的パートナーシップを重視している点にあります。

MACHIYA

日本の良いものが集まる家



Retail

取り扱う商品は全て日本から輸入された正規品であり、高い有効性と信頼性の基準を満たすよう厳密に選定されたものばかりです。

弊社は、ウクライナにおける最大級の日本製品輸入業者として、卸売、B2B、そして自社小売チャンネルを通じて幅広く事業を展開しております。

MACHIYAは、高品質な製品をウクライナの人々にとって身近なものにすることで、日本文化の普及に努めています。サプライヤーとの強固な信頼関係は、展示会への出展や工場視察、日本の公的機関・団体との連携によって支えられています。また、日本製のマッサージ機器などのプレミアムカテゴリーにおいては、製品の認証取得、ウクライナ語の説明書の用意、公式保証の提供など、すべて正規のプロセスを経てお届けしております。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社は今後、取り扱い商品の拡充や実店舗の拡大を計画しています。まずはキーウでの事業展開を加速させ、順次他地域へと広げていく予定です。また、成長戦略の重点分野としてB2Bチャンネルの強化に注力し、日本製品への関心を高めることで、日本のパートナー企業様との協力関係をより一層強固なものにすることを目指しています。

ブランドのさらなる成長に向けて、オンライン展開の強化、ブランド認知度の向上、そしてインフルエンサーとのコラボレーションを推進しています。また、長期的な展望として日本文化に着想を得た「体験型スペース」の創出を目指しています。そこではサステナビリティを重視した取り組みを核として、お客様が日本の価値観を肌で感じられる場所を提供する予定です。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社はウクライナ市場への参入に関心をお持ちの日本メーカーとの協力を積極的に推進しております。食品、飲料、化粧品、サプリメント、ライフスタイル製品など、幅広い分野でのパートナーシップを求めています。

特にタカラベルモント、エフ琉球、DHC、ファイントウデイをはじめとする、高品質な製品ポートフォリオを展開する企業との連携を模索しています。これらの製品群は、ウクライナにおけるMACHIYAの市場ポジショニングと非常に親和性が高いと考えます。

現地市場に関する深い知見と、正規の輸入・卸売インフラを組み合わせることで、弊社は日本企業の皆様の市場参入障壁を低減し、持続可能で互恵的なパートナーシップの構築を目指しています。



① ② MACHIYA 店舗



DATA

住所: Demiivska St, 31, Kyiv, Ukraine, 03040
携帯電話: +38 (097) 701 95 11 設立年: 2021年

E-mail: info@machiya.ua
Website: <http://www.machiya.ua>



Dmytro Melnyk 最高製品責任者

貴社の事業はどのように始まったのですか。

弊社の物語は、創業者の Oleksandr Kosovan が macOS ユーザーがシンプルかつ効果的なソリューションに欠ける多くのシステム上の問題に直面していることに気づいたことから始まりました。これをきっかけに、彼はMacのクリーニングと最適化を支援するアプリケーション「CleanMyMac」を開発しました。Kosovan は2008年にMacPawを設立しました。今日では500名以上のスペシャリストを擁しており、ウクライナ・米国・キプロスに拠点を置くグローバル企業へと成長を遂げました。

弊社のポートフォリオには約10の独自アプリが含まれているほか、単一のサブスクリプションで250以上のアプリケーションを提供するマーケットプレイスも展開しています。

貴社が競合他社と差別化されている点は何ですか？

弊社はAppleエコシステムにおける17年以上の専門知識を強みとし、他社とは一線を画しています。この長年の経験により、信頼性が高くユーザー目線のMac向けソフトウェアを構築するための独自の深い知見を備えています。

MacPaw

マシンの力をあなたの力に

IT



MacPaw

また、AI部門を含む専門R&Dセンターを擁しており、迅速なイノベーションと新たな技術領域の開拓を可能にしています。弊社は優れたビジュアルデザインとユーザーエクスペリエンスでも広く知られており、インターフェースの品質において数多くの賞を受賞しています。製品は世界の主要市場に合わせてローカライズされており、世界中どこでも使いやすく、かつ現地のニーズに即した形で提供されています。

弊社は強い社会的責任を果たしている点も強みとしています。独自の基金を運営し、地域社会のプロジェクトへの投資や、影響力のあるイニシアチブを定期的に企画・実施しています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社の成長戦略は、製品ポートフォリオの拡大に重点を置いています。セキュリティ分野のソリューションを含む新製品の立ち上げを予定しているほか、新たなベンダーを迎え入れることで、より幅広いツールを提供するマーケットプレイスの成長を継続させています。重要な柱となっているのがAI主導の技術開発で、長期的には、自律的に進化し機能を拡張し続けることができるエコシステムの構築をビジョンとして掲げています。また、弊社は決済プロセスにおける障壁を排除し、購入体験を向上させることにも取り組んでいます。

全地域でVisa、Mastercard、従来のオンライン決済が利用できるわけではないため、支払い方法は各市場に最適化した対応を進めています。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は2018年にジェットロを通じたコネクションを皮切りに、日本市場で既に豊富な経験を積んでいました。その後、Slush Tokyoなどのイベントへの参加やSOURCENEXT eSHOPをはじめとする企業とのビジネスマッチングを行ってきました。その結果、2019年に日本国内で「CleanMyMac」のパッケージ版販売が実現し、その後オンライン販売へと完全に移行しました。現在、日本はMacPawのユーザー数 世界第5位の市場となっていますが、日本との更なる新たな協力機会を見出しています。特に将来的なMacPawエコシステムのB2Bセグメントへの拡大やSetappの流通を強化するためのパートナーシップの構築に注力しています。

さらに、コンサルティングやサポートなど追加のサービスが得られる場合には、更なる技術連携や日本人デベロッパーとの協力、オンライン・オフラインを組み合わせたハイブリッドモデルの開発も前向きに検討しています。



① MacPawのチーム



② MacPaw事務所内でのApple製品のコレクション

DATA

住所: Antonovycha St, 81, Kyiv, Ukraine, 02000

電話番号: +38 (073) 047 53 15

設立年: 2008年

E-mail: pr_team@macpaw.com

Website: <https://macpaw.com/>



Rostyslav Kisil 社長

貴社の事業活動のコンセプトは何ですか。

現在、Meestの主な事業は、企業と個人向けの国際郵便、物流、金融サービスです。

弊社の歴史は1989年、ウクライナからカナダに移住した創業者によってカナダで始まりました。当初の目的は、カナダからウクライナおよびその他の旧ソ連諸国への輸送を手配することでした。

数年後、事業を米国に拡大し、1995年に本社をウクライナのリビウに移転しました。本社は現在もリビウにあります。2000年代には、EU圏のほぼ全ての国に進出し、物流倉庫を保有し、現地スタッフを雇用しました。2022年以降、戦争の影響を受け、国際顧客への対応を強化するため、欧州、特にワルシャワの主要オフィスの拠点を拡大しました。現在、弊社はB2BとB2Cの両方の顧客に対して、世界70カ国以上に小包や貨物を配送しています。

Meestは、中国に独自の施設を持つウクライナ唯一の企業であり、第3者を通さずに中国市場でも事業展開することができます。

Meest Group

あなたの荷物、私達の情熱
共に歩んだ35年

Logistics

貴社のサービスの主な特徴は何ですか。

Meestは、ウクライナ初の郵便会社として、顧客の利便性向上のため、PUDO配送（小売店舗やガソリンスタンドへの配送）を開始しました。弊社はハブ、物流、人員を含む高度に発達した国際インフラを有しており、迅速な国際配送を可能にしています。

世界中で20万以上のPUDO拠点と連携し、配送サービスを提供しています。特に、60の国際的な運送業者と緊密に協力しています。また、世界50カ国でライセンスを取得し、オンライン送金サービスも提供しています。

さらに、Meestは社内用およびパートナー向けのeコマースプラットフォームを運営しており、加盟店の新たな市場への迅速な進出や、事業のサポートを可能にしています。

今後の会社の成長計画を教えてください。

Meestは、郵便物流分野のリーダー企業となることを目指しています。年間30～40%の成長率を維持しており、この傾向が続くと予測しています。

この目標達成のため、弊社は事業を新たな国々に展開し、パートナー企業も拡大していきます。戦略のもう一つの重要な要素は、顧客基盤の拡大です。



① Meest 配送施設

② Meest 小包

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

日本は、Meestの将来の発展にとって戦略的に重要な国です。Meestは、ウクライナやMeestが進出している他の国々への事業拡大に関心のある日本のeコマースパートナーとの協力を模索しています。Meestはこれらのパートナーに物流サービスを提供します。また、Meestは新たな技術を活用してサービス提供を改善したいと考えており、物流分野の技術系企業との協力を求めています。潜在的な協力分野としては、日本国内のインターネットストアからの小包配送の強化も挙げられます。

さらにMeestは、ホワイトラベル（注1）方式で、海外オンラインストアから日本への国際配送サービスの立ち上げに関心のあるパートナーを探しています。これは、パッケージ転送モデル（注2）に基づいた事業です。

（注1）他メーカーが製造した商品・サービスを、自社のブランド名で販売すること。

（注2）パッケージ転送サービス事業者が、海外のオンラインストアで購入された商品を同国で回収し、国際配送を行うサービス。



③ Meest 宅配便ロッカー

DATA

住所: Zelena St. 147, Lviv, Ukraine, 79035

電話番号: +38 (067) 406 85 86

設立年: 1989年

E-mail: marta.yankiv@meest.com

Website: meest.com, meest.shopping



Valeriia Tolochyna グローバルCMO

貴社の事業はどのように始まったのですか。

MEGOGOは14年前、違法な海賊サイトが主流だった時代にオンライン動画プラットフォームの可能性を見出した銀行家のVolodymyr Borovykによって設立されました。弊社はその後、急速な進化を遂げ、現在ではテレビのライブ放送、VOD、スポーツ中継に加え、オーディオブックやポッドキャストなどの音声コンテンツも提供する総合的なサービスを展開しています。

現在、弊社はワーナー・ブラザース・ディスカバリー、ユニバーサル・ピクチャーズ、BBC、FOX、UEFA、FIFAと直接契約を締結しています。2021年からは自社の吹き替えスタジオ「MEGOGO Voice」を保有しており、ウクライナ市場向けにコンテンツのローカライズを独自に行うことが可能です。

今日、弊社は様々なデバイスでの視聴に対応したストリーミングサービスのリーダー的存在となっています。また、オーディオ分野は独立した事業軸へと成長しており、弊社は5年前からウクライナで唯一の専門的なポッドキャスト・アワードを主催しております。

貴社の事業における主な特徴は何ですか。

MEGOGO

次世代型コンテンツ・エコシステム



IT

Technology

MEGOGOは、市場におけるリーダーとしての地位を揺るぎないものにする、複数の重要な特徴を備えています。その1つが、強力な社内専門知識と、著作権侵害対策を専門とする専任チームの存在です。

弊社はYouTube、Setanta Sports、Netflix、HBO Maxなどの他社サービスとのセットプランや長期サブスクリプションプランなども展開しています。主要なソーシャルメディアすべてに展開し、サブスクリプション、作品ごとの課金、広告収益、チャリティや政府系イベントでの無料公開まで、あらゆる収益化モデルを採用しています。

さらに教育プロジェクト「MEGOGO Education」、独自の音楽チャンネル「MEGOGO MUSIC」、プラットフォーム内のゲームセクション、パートナー向けのホワイトラベル・ソリューション（Diia.TVプロジェクトを含む）など、多角的に事業を展開しています。また、視聴者がコンテンツを楽しみながらリアルタイムで参加できるインタラクティブ機能の実装にも取り組んでいます。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社は昨年「MEGOGO BOOKS」を立ち上げ、紙の書籍のEコマース市場に参入しました。今後は電子書籍やオーディオ形式との統合も計画しており、包括的なコンテンツ・エコシステムの構築を目指しています。弊社は、ユーザー体験を向上させ、より多様なコンテンツの選択肢を提供できるよう、プラットフォームの機能強化に注力しています。

MEGOGOは、需要が高く、強力なローカルパートナーが存在する新たな市場を積極的に開拓しています。現在はグローバルに事業を展開しており、ポーランドとカザフスタンに現地拠点を置いています。

弊社はさらなる展開地域の拡大と、多様なパートナー企業に最適化したサービスの提供を目的とした「ホワイトラベル・ソリューション」の提供も検討しており、持続的な成長と市場でのプレゼンスの拡大を推進しています。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

MEGOGOは、音楽やアニメを中心に、日本文化の普及を積極的に推進しています。弊社はすでに、東映アニメーションやトムス・エンタテインメントといった業界を牽引するスタジオとのパートナーシップを確立しており、現在はテレビ東京やフジテレビといった日本の主要放送局との連携も進めております。

さらなる成功に向けて、弊社は日本市場特有の商習慣に精通し、弊社をサポートいただけるパートナーを求めています。特に、スタジオジブリのような象徴的なスタジオとの提携を構築することで、宮崎駿監督の愛される作品へのアクセスを拡大し、権利者の方々と継続的なコミュニケーションを維持していくことを目指しています。



① 制作スタジオ

DATA

住所: Rybalska St, 22, Kyiv, Ukraine, 01011

電話番号: +38 (044) 599 49 50

設立年: 2011年

E-mail: partners@megogo.net

Website: <https://megogo.net/en>



Yevheniia Barchuk アジア地域部門長

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

MHPは1998年に設立されました。高品質な食品を生産し、消費者の生活を向上させる国際的な食品・農業会社で、農業、物流、食品生産、小売の分野で事業を展開しています。

2008年よりロンドン証券取引所に上場しており、ウクライナと欧州に拠点をもち、ウクライナ国内外で3万6,000人以上の従業員を擁しています。

MHPは、農場から食卓まで、高品質と食品の安全性を確保するために、バリューチェーンのすべての段階を管理しています。また、弊社は、戦時中のウクライナの経済と食糧安全保障に貢献することをミッションとしています。

御社の事業の主な特徴は何ですか。

MHPは、欧州No.1、世界トップ10の鶏肉生産者です（WattPoultry調べ）。製品の60%以上を70カ国以上に輸出しています。

MHPはウクライナで36万ヘクタールの土地を保有しており、1,300以上の小売店を運営しています。また、日本への輸出を計画しているQualikoを含む15以上のブランドを開発しています。

MHP



ウクライナのルーツ、世界への豊かさ

Food

Manufacturing

MHPは、付加価値の高い製品を優先し、すぐに食べられる（ready-to-eat）およびすぐに調理できる（ready-to-cook）商品ラインに注力しています。

弊社は世界的なESG基準を遵守し、再生可能エネルギーに投資しながら、ウクライナ最大のバイオガス複合施設を運営しています。弊社は、すべての事業において、動物福祉と環境の持続可能性の高い基準を順守しています。

弊社は、事業効率を高め、環境負荷を低減するために、精密農業やデジタル化などの高度な技術に投資しています。

今後の事業成長計画は何ですか。

MHPは、鶏肉生産者から、調理に特化した国際的な食品会社へと転換を目指しており、付加価値ある調理品の総収益に占める割合を20%から50%以上にすることを目標としています。

2024年には、生産効率、調理事業の開発、ESGプロジェクト、デジタルトランスフォーメーションに焦点を当て、世界中で3億1,900万ドル以上の投資をしました。

MHPは、今後10年間で海外事業のシェアを50%に拡大することを目指し、欧州、中東、カナダでのプレゼンスを強化する計画です。

日本の企業との協力についてどのような機会を検討されていますか。

MHPは、日本への輸出再開の可能性を見出しています。MHPはシンガポール、香港、その他のアジア市場への輸出経験を持っています。日本の販売業者と協力し、グローバルな品質および安全基準（BRCGS、ISO 22000、GMP、HACCP）を満たした、日本消費者の好みに適応する商品を提供できる準備ができています。

MHPでは、フランチャイズパートナー、販売業者、小売チェーン、およびHoReCa（飲食サービスを提供する企業）企業と協力する際に、顧客ビジネス開発（CBD）の理念に従います。私たちは、1回限りの取引よりも長期的なパートナーシップを優先し、共有の目標と相互の成長に焦点を当てています。共に戦略計画を策定し、課題解決し、専門知識を共有し、事業効率を高め、双方にとって新たなビジネス機会を開拓する方法を追究します。

MHPはまた、生産と持続可能性の取り組みを強化するための技術的なパートナーシップにも前向きです。弊社は、ウクライナの復興と経済強化に貢献しながら、高品質の食品で世界を養うことを使命だと考えています。



① ② 製造プロセス



DATA

住所: Akademika Zabolotnoho St, 158, Kyiv, Ukraine
電話番号: +38 (044) 207 00 00 設立年: 1998年

E-mail: office@mhp.com.ua
Website: <https://mhp.com.ua/en/>



Petro Pylypiuk CEO

貴社はどのように事業を開始しましたか。

Modern Expoは1990年代半ば、小売や薬局向けにポーランドからウクライナへ、カウンターの流通事業から開始しました。市場の可能性を認識した弊社は、すぐに自社生産施設への投資を開始しました。

現在、Modern Expoは、完全な小売ソリューションを提供するフルサービスプロバイダーです。具体的には、宅配ロッカー、チェックアウトシステム、冷凍機器、棚、倉庫システム、およびPOSソリューションを製造しています。

弊社の顧客は、カナダからオーストラリアまで75カ国に及び、カルフル、シルポ、SPARなどの有名小売チェーンや、Nova Poshta、Royal Mailなどの郵便事業者も含まれています。弊社は、欧州と中東のドバイにオフィスを構えています。

競合他社との差別化要因は何ですか。

まず、弊社は価格ではなく、価値、信頼性、および顧客ニーズへの複合的なアプローチに焦点を当てています。

Modern Expo

私たちが モダンを創る

Technology

Manufacturing

初期のコンサルテーションやプロジェクト設計(5,000平方メートルの店舗を20分で設計できる迅速な3D可視化ツールを含む)から、店舗のフル装備まで、エンドツーエンドのサービスを提供します。小売店に必要なすべての機器を自社で製造できるメーカーはごくわずかです。

また、弊社は99.9%の納期厳守率という優れた実績を誇っています。これは弊社のリーン生産方式(注)と、企業文化に深く根ざしている「生きがい」の哲学に従っている結果であると考えています。

弊社のイノベーションは、従業員から課題解決のアイデアを引き出す社内システムが創出しています。社内から毎月1,000件を超えるアイデアが出されています。

貴社の事業成長計画をお教えてください。

Modern Expoは、2030年までの野心的かつ明確な成長戦略を持っています。弊社は製造機器の最大75%を輸出し、グローバル展開することを計画しています。

2025年末までにスペインとスウェーデンにオフィスを開設し、欧州市場を完全にカバーする予定です。また、新しい市場の開拓のために、アフリカの新市場も積極的に探求しています。

ウクライナ西部のルーツクにある7万5,000平方メートルの製造施設に加えて、現在宅配ロッカーを製造しているポーランドのルブリン工場を拡張し、冷凍ユニットとレジシステムの製造も行う予定です。

日本企業との協業に関してどのようなことを検討していますか。

弊社は日本企業との協力の機会を積極的に探求しています。特にさらなる自動化とエネルギー効率向上に関連する技術を生産設備に実装することを考えています。

また、弊社は日本の潜在的パートナーのネットワークを構築することを目指しており、セブンイレブンのような小売業者や冷蔵設備サービス企業に自社製品を提案したいと考えています。

さらに、弊社は高品質な機器を製造する日本企業とのパートナーシップを探しており、部品を自社で製造し、生産効率の向上を目指す方式



① 製造プロセス



② Modern Expoのオフィス

DATA

住所: Rivnenska St, 4, Strumivka, Ukraine, 45603
電話番号: +38 (033) 278 95 00 設立年: 1997年

E-mail: info@modern-expo.com
Website: <https://modern-expo.eu/en>



Tetiana Chyrva CEO, 創設者

貴社の事業はどのように始まったのですか。

Morskyi Dimは、30年近くウクライナ市場に携わってまいりました。1996年の創業当時、弊社はまだ多くのウクライナの消費者にとって馴染みの薄かったシーフード製品の取扱いから活動を開始しました。

その後、日本料理への関心が徐々に高まる中、弊社は日本のパートナー企業と協力し、本物の日本食文化をウクライナへ届けるという機会に恵まれました。この長期にわたる歩みが、現在の弊社のアイデンティティを形作っています。

2000年代初頭以来、弊社はヤマサ、ミツカン、キューピー、金印、Oshihari（コメ）など、数多くの信頼ある日本ブランドの代理店を務めてまいりました。また、パートナー企業の皆様と共に料理教室を開催し、ウクライナのシェフたちが日本料理の基礎や職人技を深く理解できるよう支援してきました。

貴社が競合他社と差別化されている点は何ですか？

Morskyi Dimの事業目的、単に製品を流通させることだけではなく、異なる文化を繋ぐ「架け橋」となることです。弊社は、それぞれの製品の背後にある伝統を尊重しながら、ウクライナ市場に新しい味わいを丁寧に紹介することに注力しています。

Morskyi Dim

食の芸術を極めたトップ・エキスパート



Food

弊社の最大の強みの1つは、「チーム」にあります。Morskyi Dimのブランドシェフたちは、定期的に日本や諸外国へ赴き、専門知識を深めるとともに、その土地から直接新しい技術を学んでいます。

もう1つの強みは、クライアントやサプライヤーとの長年にわたる信頼関係です。弊社は、信頼、一貫性、そして継続的な改善こそが、持続可能な成長のための鍵であると信じています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

今後、Morskyi Dimは、ウクライナにおける日本食カテゴリーをさらに発展させていく計画です。最近では味の素とのパートナーシップを締結し、この協力関係をさらに深めていくことを楽しみにしております。また、2026年は他の複数の日本メーカーとの提携拡大を目指しています。

弊社は、伝統的なレシピに基づき、現代の生産基準に準拠した「HoReCa（ホテル・レストラン・カフェ）セクター向けの即戦力となる日本食ソリューション」の開発にも強いポテンシャルを感じております。さらに、国際すし知識認証協会（WSSI）などと協力し、プロフェッショナルな研修を支援することで、料理界の未来を担う人材の育成にも貢献してまいります。



① Morskyi Dimのチーム

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は、日本が世界的に高く評価されている以下のような分野で、日本企業と新たなパートナーシップを築くことに関心があります。

1. 食品製造技術
 - ・ 製造設備：麺類、餃子、食肉加工、菓子、および調理済み惣菜（レディーミール）向けの日本製製造機器の導入
 - ・ 技術指導および製造基準の共同開発。
2. 消費財および食品原料
 - ・ FMCG（日用消費財）：日本のFMCGメーカーとの連携による、高品質な日本製品のウクライナ市場・家庭への普及。
 - ・ 業務用原材料の拡大：ラーメン、鍋料理、居酒屋、ベーカリー、菓子など、多様な業態のレストラン向けの本場日本食材の供給・拡大。
3. 文化・専門的交流
 - ・ 人材育成：トレーニングプログラムの実施、シェフの認定制度、および知見の共有。
 - ・ 文化振興：イベントや教育活動を通じた、日本食文化の普及促進

ウクライナにおいて日本料理への関心が高まる中、弊社は日本の生産者とウクライナの新たな機会を繋ぐ、信頼あるパートナーとしての役割を担いたいと考えています。

弊社は、将来にわたって日本の皆様との新たなパートナーシップを構築できることを心より楽しみにしています。



Anastasiia Romanova 共同創設者, CEO

貴社はどのように事業を開始しましたか。

2018年、共同創設者がフロリダ滞在中に蚊の大量発生に悩まされたことが、この会社の始まりでした。

ウクライナに戻った後、チームは化学薬品を使った殺虫スプレーよりも環境に優しく、さらに高度な技術を使った製品の開発に着手しました。こうして開発されたのがMosqitterです。これは、蚊のメスが吸血するサイクルを断ち、蚊の数を減らすための製品です。

Mosqitterは、インドやブラジルなど蚊の多い国々を中心に、世界各国へ広まりました。現在、Mosqitterの主な顧客はホテルやレストランです。

本社は米国ペンシルベニア州にあり、マーケティングと販売を担当しています。一方、ウクライナにある子会社は、製品開発と技術的な面を担っています。

競合他社と比べて貴社の強みは何ですか。

Mosqitterは、製品の3つの主要な競争優位性を持っています。それは、「効果」、「環境への配慮」、「快適な使用感」です。

Mosqitter

アウトドアをエンジョイしよう

Manufacturing

IT



効果的な技術を使用することで、害虫駆除に使用される化学物質の量を削減できます。Mosqitterは、屋内外両方で非常に効果的です。例えば、主力製品である「Mosqitter Grand」は最大2エーカー(約8,000平米)の範囲をカバーできます。

さらに、製品の交換可能な部品はリサイクル可能な素材で作られているため、健康や環境に悪影響を与えません。

快適な使用感に関しては、虫が入り込む袋は密閉されているため、虫が飛び出す心配はありません。使い終わった袋を捨て、新しい袋を取り付けるだけです。

また、Mosqitterはモバイルアプリケーションを使用して遠隔操作でスイッチの切り替えができるため、使い勝手も抜群です。

今後の会社の成長計画をお教えてください。

短期的な計画としては、「Mosqitter Mini」の販売を、直接販売と小売チェーンを通じた両方で開始することです。

「Mosqitter Grand」については、製造量と販売量の拡大を計画しています。

Mosqitterは、各国政府との協力の継続も重要だと考えています。

長期的な計画としては、蚊対策で最も知られたソリューションになることです。

また、Mosqitterは、捕獲された昆虫の種類を特定する機能の実装にも取り組んでいます。

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

Mosqitterはこれまで日本の企業と取引したことはありません。しかし、日本の市場は興味深く、有望であると考えています。

そのため、Mosqitterは、蚊の多い場所にMosqitterを設置するという観点での政府との協力、そしてパナソニックや日立などの技術系企業との協力の可能性を検討しています。



① ② Mosqitter Grand

③ Mosqitter Mini

DATA

住所: Mykoly Hrinchenka St, 18, Kyiv, Ukraine, 03039
電話番号: +38 (096) 329 57 68

設立年: 2018年

E-mail: office@mosqitter.com
Website: www.mosqitter.com



Kateryna Zaitseva 輸出開発責任者

貴社の活動の概念とは何ですか。

弊社は、力強いウクライナ産製品であるクラフトビールを生み出すというアイデアから2017年にスタートしました。創業当初は月5トンのビールを製造し、様々なコラボレーションに参加していました。

2020年には、ドニプロに製造工場を開設しました。現在、30人のプロフェッショナルからなるチームで、月に150トンのビールを生産しています。

MOVAのポートフォリオには、70種類以上のビールやその他の飲料が含まれており、ノンアルコールビールや子供向けの自然由来のレモネードなどのノンアルコール飲料も含まれています。

2年前にMOVAは飲料の輸出を開始しました。現在、ノルウェー、スウェーデン、オランダ、そして日本で弊社の商品を購入することができます。2024年には、人々がMOVAの製品を楽しめる場所として、ドニプロに2つのMOVAバーを開設しました。

さらに、ここ数カ月で3~4の国際的な賞を受賞しています。

MOVA

人々の間にコミュニケーションを生み出します

Manufacturing



貴社の製品の特長は何ですか。

MOVAは飲料生産だけでなく、人々についても重視しています。同社は、飲料を通して人々の相互理解を促進することを目標としています。この目標のため、MOVAは講演会や試飲会など、様々なイベントを開催しています。さらに、MOVAは地域社会を支援するための様々なプロジェクトを積極的に実施しています。クリエイティブなコラボレーションにも力を入れており、常に経験を交換しながら、新しいものを創造しています。

貴社の成長計画を教えてください。

2024年は生産量を倍増させるとともにウクライナ国内および輸出の売上を伸ばす計画をしています。以前はドニプロ地域に事業が集中していましたが、2025年には全土で売上を伸ばす予定です。

また、MOVAはウクライナ国内外でさらに多くのバーを開設する計画を立てています。

2025年には、クラフトチョコレートや紅茶の生産など、MOVAと連携した他のプロジェクトを開始し、様々な事業を1つのクラスターに集約する予定です。MOVAは、さまざまな国の企業との連携によるローカルビール生産の可能性を探っています。

日本の企業との協力についてどのような機会を検討していますか。

MOVAは、日本のビールメーカーとの強固な関係構築に関心を抱いており、特にアサヒビールとの協力を探っています。

さらに弊社は、日本の同業他社のイノベーションやテクノロジーなどのノウハウに関心を持っています。

潜在的な協力の興味深い分野としては、弊社の更なる生産開発への投資も挙げられます。



① MOVAのビール ② 醸造所 ③ MOVAのチーム

DATA

住所: Pratsi Avenue, 8, Dnipro, Ukraine, 49041
電話番号 +38 (067) 289 50 05 設立年: 2017年

E-mail: k.zaitseva@mova.beer
Website: <https://mova.beer/>



Iryna Oleshko 取締役

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

2019年、弊社の創業者たちはウクライナ市場でマンガがほとんど流通していないことに着目しました。これをきっかけに、日本の出版社にコンタクトを取り、現地市場にマンガを導入するという構想が動き出しました。それ以前の弊社はウクライナでいち早く欧州コミックの出版を手がけた先駆的な企業でした。

現在、弊社は講談社や小学館など日本の大手出版社と提携し、古典的名作から現代のヒット作、さらには話題の最新タイトルまで幅広く提供しております。常にグローバルトレンドを注視し、国際的な展示会への参加を通じて、将来性の高い作品の選定に努めております。

また、弊社には25名の日本語翻訳者ネットワークがあり、ウクライナ市場における日本のコンテンツの成長ポテンシャルに強い手応えを感じております。

貴社の競合他社との違いをお教えてください。

弊社は日本のマンガや欧州のグラフィックノベルを専門とする、ウクライナ有数の出版社です。創業当初より多くの競合他社のように特定のニッチな層のみをターゲットにするのではなく、多種多様な作品を網羅したラインナップ構築に注力してきました。

Nasha Idea

本に、恋して。

Retail

Manufacturing

弊社の目標は年齢や趣味嗜好を問わずあらゆる読者の心に響くストーリーを提供することです。弊社の強みは、熟練した翻訳者、編集者、デザイナー、そして制作スペシャリストからなるプロフェッショナルなチームを擁している点にあります。この体制により、常に高品質な出版物の制作を実現しております。

ウクライナ語による出版への移行は弊社の重要なマイルストーンでした。最初は日本の編集者の方々からウクライナ市場のポテンシャルを疑問視されるなど非常に困難な状況にありました。しかし、弊社は時間をかけてウクライナ語版に対する強い需要があることを証明し、信頼を獲得することで、正式なウクライナ語による出版権を確保するに至りました。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

主な戦略的目標は、ウクライナ国内でのマンガ展開数を、現在60タイトルから100～150タイトルまで拡大することです。ラインナップを拡充することで、流通ネットワークを強化し、書店での露出を増やすとともに、将来的にはマンガ専門店を開店したいと考えています。マンガ事業の成長と並行して、古典から近代小説、現代文学に至るまで、日本の文学作品の普及にも注力してまいります。この長期的なビジョンのもと、マンガ、文学、そして文化関連の商品を融合させた、独自のコンセプトを持つ書店の展開も目指しています。



① Nasha Ideaのチーム

これらの計画を推進するため、弊社は流通チャネルの更なる開拓を進め、日本の出版社とのパートナーシップを深めております。集英社をはじめとする大手出版社との継続的な対話と協力体制を構築しており、ウクライナ市場に向けて高品質な作品を提供できるよう努めています。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は、日本企業との新たな協力機会を積極的に模索しており、日本の出版界および文化エコシステムでの存在感の拡大に強い関心を持っています。

コミックマーケットをはじめとする主要な業界イベントへの参加を重要視しています。こうした場を通じて、編集者との面会やライセンスの可能性の検討、有望な新作タイトルの発掘を現場で直接行うことを目指しています。

また、出版権の獲得にとどまらず、日本のアパレルやグッズなどの正規輸入を可能にするパートナーシップの構築も視野に入れています。これにより、文化イベントや書店において、厳選した商品を展開する特設コーナーやポップアップショップを設置したいと考えています。

「Japan Expo Paris」などの国際展示会への参加を通じて、若い読者やファンの間で日本コンテンツに対する非常に高い需要があることを再確認いたしました。



② Nasha Ideaの本

DATA

住所: Bohdana Khmelnytskoho Ave., Dnipro, Ukraine, 49057

携帯電話: +38 (067) 365 42 84

設立年: 2018年

E-mail: contact@nashaidea.com

Website: <https://nashaidea.com/>



Yurii Sorochynskyi
CEO

御社はどのように事業を始めましたか。

Nemiroff の歴史は 1872 年、Grigory Stroganov 伯爵がビンニツァ州のネミリウで、アルコール蒸留所を開設した時に始まりました。1991 年のウクライナ独立後、同社は急速に発展し、ウクライナ最大の燃料用アルコール生産企業の 1 つとなりました。1992 年までに、Nemiroff は燃料用アルコールの生産から近代的な蒸留所でのウォッカ生産へと事業を拡大しました。

2000 年までに、弊社は主に CIS 諸国や東欧への輸出を中心に、ウォッカ 100 万ケース（1 ケース 9 リットル箱）を初めて販売しました。その後、弊社は地域に根ざした輸出者からグローバルなウォッカブランドとしての地位を確立するため、戦略を転換しました。

そして今日、Nemiroff はその高品質なウォッカで世界的に認められています。

御社の事業の主な特徴は何ですか。

Nemiroff は、世界第 6 位のウォッカの生産企業として際立っています。

Nemiroff

これが私の魂 (スピリット) だ！



Food

Manufacturing

弊社は、プレミアム品質と競争力のある価格設定を組み合わせ、ラグビー、サッカー、以前にはアルティメット・ファイティング・チャンピオンシップ（総合格闘技）など、さまざまなスポーツのスポンサーシップを含む強力なマーケティングキャンペーンを活用しています。

Nemiroff はウクライナ最大のウォッカの輸出者です。弊社の製品は、英国、カナダ、米国、ニュージーランド、オーストラリア、東欧などの主要国を含む世界 80 カ国以上の市場に流通しています。

弊社はまた、技術革新と ESG 原則の遵守に積極的に投資しており、最近ではグリーンプロジェクトのために 120 万ユーロのドイツの助成金を確保しました。Nemiroff は、文化的な違いと市場の性質を認識し、ウォッカを消費する可能性の高い市場をターゲットにしています。

今後の事業成長計画は何か。

現在、弊社の年間生産能力は 460 万ケースです。今後、生産量を増やして世界のトップ 3 のウォッカ生産企業になること、そして世界以上への展開を継続し、多様な市場での存在感を強化することにより、世界最高のウォッカ生産企業になることを目指しています。



① 蒸留所の製造過程

戦略的に、弊社は主要な国際スポーツイベントのスポンサーシップや、ウクライナのスポーツスターとのコラボレーションなど、注目度の高いキャンペーンを活用することで、ブランドの認知度を高め続けています。

日本企業との協力の機会について、何を検討していますか。

Nemiroff は既に日本での輸出経験があり、パートナーもいます。しかし、新型コロナウイルスのパンデミックにより、日本市場での販売計画は一時的に中断されました。

現在、弊社は大きな成長の可能性を見込んでいる日本市場、そしてオーストラリアとニュージーランドでの販路拡大において、パートナーを探しています。

弊社は日本において、主力製品ラインに焦点を当て、着実にブランド認知度を高めることを目指しています。適切な機会があれば、現地の嗜好に合わせた新しいフレーバーやバリエーションの導入も検討しています。



② 弊社の製品

DATA

住所: M. Ovodova St, 38, Vinnytsia, Ukraine, 21050
電話番号: +38 (067) 407 27 55 設立年: 1872 年

E-mail: yulia.shavyrova@nemiroff.pro
Website: <https://nemiroff.vodka/en/>



Andriy Vadaturskyy CEO

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

NIBULONは、穀物生産と物流を専門とするウクライナの主要な農業企業です。1991年の設立以来、7万6,600ヘクタールの土地を保有し、ウクライナの穀物輸出と農業生産においてトップクラスの地位を築いています。

4,500社以上のウクライナの農業生産者と提携し、世界76カ国に高品質な農産物を供給しています。エレベーター（貯蔵施設）コンプレックスのネットワーク、トラックと鉄道輸送の車両を保有しています。

また、ミコライウに造船所を運営する関連会社からの支援により、NIBULONの物流能力が向上し、効率的な輸送ソリューションを実現しています。

貴社の事業の主な特徴をお教えてください。

弊社は、統合されたサプライチェーンを提供することで知られています。弊社の包括的な物流システムは、農産物の輸送と保管を効率化し、物流コストを最適化し、環境への影響を最小限に抑えることに注力しています。

NIBULON

共に、世界を養う



Manufacturing

Food

Logistics

関連会社の造船・修理施設により、特定のニーズに合わせて設計された船隊の建造と維持管理が可能となっています。

デジタル化にも注力しており、収穫量を増やす精密農業技術から、保管施設や港湾における自動化された積み降ろしシステムまで、デジタル化はNIBULONの事業運営において重要な役割を果たしています。これらの技術の活用により、生産性向上、人的ミスの削減、全体的な効率改善を実現しています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

NIBULONは、更なる工程の自動化とデジタル化、そして農産物輸出におけるリーダーとしての地位の維持に引き続き取り組みます。そのために、特に土地保有面積の拡大に注力していきます。

2023年のウクライナ南部にあるカホフカダム破壊により、今後数年はウクライナ国内での船隊の運航が限定的になります。そこで、各国港湾におけるパートナーを探し、そこで弊社の船隊を運用することを考えています。

NIBULONは、ウクライナにおける造船事業の更なる発展も検討しています。

事業拡大のため、チーズ、牛乳、その他の乳製品、豚肉製品など、新たな製品ラインの生産能力開発にも取り組んでいます。

日系企業との協力についてどのような可能性を検討していますか。

NIBULONは日本企業との協業を模索しています。必要な設備や船舶、その他の機械類を既に保有していることから、風力発電設備の生産分野における日系企業との合弁事業設立に特に関心があります。

また、農業分野の技術や事業の更なる発展と効率化を促進するため、日本からの技術移転に高い関心を持っています。さらに、日本のサプライヤーから高品質な機器や部品を調達したいと考えています。

将来的には、日本への高品質農産物の輸出機会の模索や、日本・ウクライナ間の効率的な貿易ルートの開発も目指しています。



① Nibulon 設備



② Nibulon 物流輸送



Andrew Pavliv 創業者、 監督委員会議長

御社はどのように事業を始めましたか。

N-iXは、2002年にAndrew Pavlivと2人のパートナーによって、小規模ながら野心的なオープンソース型スタートアップとして始めました。彼らは、高品質なソフトウェア技術を創造するという共通のビジョンを持っていました。起業当初は、前身であるNovellixとして、Linuxプラットフォーム向けの製品アプリケーションを開発していました。

長年にわたり成長を続け、現在は世界中で2,400人以上の高度なスキルを持つプロフェッショナルを擁するソフトウェアエンジニアリング企業になりました。現在ではクラウド、データ分析、組み込みソフトウェア、IoT、AI、機械学習、その他の技術分野で専門的なソリューションを提供しています。

弊社は、フォーチュン500企業を含む大規模企業と提携し、金融、製造、小売、通信などの業界全体で革新的な技術ソリューションを提供しています。

御社の事業の主な特徴は何ですか。

N-iXは、クライアントのニーズ、市場の動向、変化するプロジェクトの目標に適応する、柔軟なビジネスモデルを持つ非公開のテクノロジー企業です。

N-iX

ビジョンを力に、価値を創造する

IT

N-iXは、従来のソフトウェア開発をはるかに超える幅広いコンサルティングおよびエンジニアリングサービスを提供することで、目に見える価値を提供します。クライアントの目標に合わせて、将来を見据えたテクノロジーソリューションの構築を支援します。

長期的なパートナーシップは、N-iXの最優先事項です。例えば弊社は、ボッシュ、シーメンス、インディテックス、eBayなどの市場リーダーを顧客とし、一貫したコミュニケーションと包括的なサポートを大切にしています。

N-iXは、顧客からの評判を最大の資産と捉えています。このアプローチは、弊社が提供サービスにおいて、透明性、顧客ニーズの徹底的な分析、そして真のビジネス課題の解決への強いコミットメントを重要視しているからこそそのものです。

今後の事業成長計画は何ですか。

N-iXは成長戦略において、アジアへの進出、北米および欧州市場での活動強化によって、世界市場でのプレゼンスを強化することを目指しています。弊社の事業戦略においては、AIとデータ分析、およびその他のイマーシブ・テクノロジーへの投資を重要視しています。

さらに、チームの事業効率を高めるために、独自の社内AIツールの開発を継続しています。

N-iXは、持続する成長を促進するため、マーケティング・販売の強化、技術パートナーシップの拡大、ブランド認知度の拡大などを計画しています。

日本の企業との協業の機会として、どのようなものを考えていますか。

N-iXはすでに日本の複数の企業と提携しており、日本市場での存在感を拡大することを目指しています。

弊社は、持続可能で相互に有益な協力関係を構築するため、長期的なパートナーシップを積極的に模索しています。

重点分野は、日本が優れた技術を持つ、自動車、エレクトロニクスなどの製造業において、AI、データ分析、IoTなどの高度なソリューションの実装を支援することです。

加えて、N-iXは日本のゲーム業界にも新たな機会を見出しています。



① ② ③ N-iX 事務所

DATA

住所: Storozhenka St, 32, Lviv, Ukraine, 79018

電話番号: +38 (032) 229 59 29

設立年: 2002年

E-mail: contact@n-ix.com

Website: <https://www.n-ix.com/>



Vyacheslav Lizarov
CEO, 創設者

貴社の事業はどのように始まったのですか。

PAKLINE Logisticsは15年以上前に事業を開始しました。創業時は小さな化粧品輸送プロジェクトでしたが、現在は主要な3PL（サードパーティ・ロジスティクス）プロバイダーへと成長を遂げました。今日では、ウクライナ国内外のクライアントに対し、物流、ラストワンマイル倉庫、物流コンサルティングの3つの主要領域でサービスを提供しております。

弊社の売上高は近年成長を続けており、それに伴いインフラ基盤も拡大させています。毎年約6,000～1万平方メートルの自社施設を新設しており、現在、弊社の倉庫資産の約80%は自社で保有しております。事業運営にあたっては、外部に頼ることなく、弊社独自の専門知識とリソースのみを活用しています。

現在、弊社はタバコ、食品、小売分野などにおける多くの大手企業と提携しており、季節的変動や経済状況の変化に左右されない安定性を確保しております。

PAKLINE Logistics

革新性と顧客志向

Logistics

貴社の事業における主な特徴は何ですか。

弊社の強みは、熟練したプロフェッショナル・チームにあります。弊社には経験豊富で信頼できるスペシャリストが揃っており、その専門知識によって、信頼と高品質なサービスに基づいたクライアントとの長期的な関係を維持しています。

競争の激しい市場において、弊社は常にベストプラクティスを取り入れ、ウクライナおよび国際的な物流リーダーの双方の経験を参考にしながら、継続的なプロセス改善を行っております。さらに、プロセスの自動化をはじめとする最新の技術革新動向を注視し、積極的に取り入れております。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

弊社は着実な成長を続けており、倉庫インフラの拡大と新たな拠点開発に注力しております。弊社には倉庫建設プロジェクトを推進する専門部署があり、進行中のインフラ拡張計画の一環として、2026年には新施設の建設を開始する予定です。

弊社は、高品質な物流サービスの提供と運営効率の継続的な改善を最優先事項としております。そのため、アウトソーシング物流、フルフィルメント、コールドチェーン（低温物流）、物流コンサルティング、およびその他の主要領域における専門性の強化にも注力しており、クライアントの皆様には包括的かつ効率的で、信頼性の高いサプライチェーン・ソリューションを提供することを目指しております。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は、韓国のサムスンへの物流支援を提供してきた実績があります。現時点では、日本企業との間に確立されたパートナーシップはありませんが、物流プロセスの最適化や運営効率向上のための技術移転といった分野において、日本との協力関係には大きな潜在性があると考えています。



②



①



③

① PAKLINEの倉庫

② ③ PAKLINEの輸送車両

DATA

住所: Sichovyyh Striltsiv St, 94, Dnipro, Ukraine, 49000

E-mail: lizarovvo@icloud.com

設立年: 2010年

Website: <https://pakline-group.com.ua/en/>



Dmytro Gerasimov, Andriy Khudo, Yurko Nazaruk – 創設者

貴社の活動のコンセプトは 何ですか。

Piana Vyshniaは単一のプロダクトブランドで、17.5%のアルコール度数を持つチェリーリキュールをお客様に提供しています。

弊社の歴史は2015年、ウクライナ西部のリビウの中心広場にある1軒のバーから始まりました。間もなく、創業者たちはフランチャイズモデルに移行することを決定し、わずか2年で最初のフランチャイズバーをオープンしました。

現在では、9カ国に65軒のバーがありますが、まだ発展の始まりに過ぎないと考えています。弊社はテルノーピリにチェリーリキュールの製造工場を持ち、ウクライナ国内外の全ての店舗に供給しています。

弊社は非常に速く成長しており、年間10～15軒の新しいバーをオープンしています。また、ポーランド市場はウクライナに次ぐ第2の大きな市場として位置づけています。

平均して、毎日1万5,000杯ものチェリーリキュールが販売されています。

Piana Vyshnia

周りの美しさを感じよう



Manufacturing

Food

Retail

貴社の製品の特長は何ですか。

この商品の重要な特徴は、品質の高さです。特に、チェリーや砂糖、シロップを含む全ての原材料はウクライナ産のものを使用しています。

Piana Vyshniaは、チェリーを使ったアルコール飲料を文化として確立しました。具体的には、これらの飲料は米国やドイツの複数のコンペティションで賞を受賞しています。さらに、弊社は素敵なインテリアを使用したバーの内装をアピールしています。

貴社の事業の成長計画を教えてください。

Piana Vyshniaは、今後2年以内に100軒の店舗を新規開設する計画をしています。また、弊社はアジアや米国を含む新しい市場への拡大にも取り組んでいます。

将来的に、Piana Vyshniaは欧州内での製品の配送を容易にするために、もう1つの生産工場を開設する計画も立てています。

日本企業との協力の機会として、どのようなことを考えていますか。

日本市場は、弊社の将来的な拡大において最も重要な優先事項です。Piana Vyshnia は、日本にもバーをオープンし、日本市場に私たちの思いを伝えることや、チェリーリキュールを日本の小売チェーンで販売することを検討しています。

さらに、弊社は日本での展示会に参加し、製品を紹介し、日本の人々のチェリーリキュールに対する反応を調査することに関心を持っています。



① チェリーリキュール ② ③ バーデザイン

DATA

住所: Square Rynok 11, Lviv, Ukraine, 79006

電話番号 +38 (067) 377 47 72 設立年: 2015年

E-mail : pianavyshnia.info@fest.foundation

Website: <https://pianavyshnia.com/en/>



Viktor Slobodyaniuk 共同出資者

貴社の業務内容をお教えてください。

現在、PlasmaTecはウクライナの冶金製品製造におけるリーダーであり、溶接材料を生産しています。弊社は20年以上にわたって発展を続け、2001年にビンニツァ（ウクライナ中西部の都市）の1つの工場からスタートしました。

現在、弊社はウズベキスタンやカザフスタンなどの海外市場でも広く知られています。さらに、ポーランドやカナダなど、他の国にも事務所を置いています。弊社の年間生産量は5万トン以上です。



PlasmaTec

自信とその結果

Manufacturing

Technology

Logistics

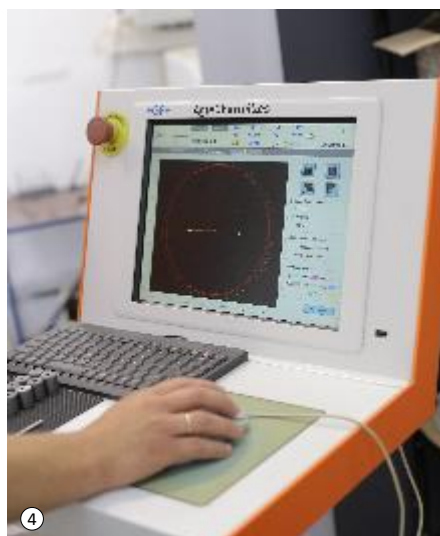
貴社の事業の特長は何ですか。

PlasmaTecの大きな強みは、一貫生産体制を持つ企業グループであることであり、外部サプライヤーへの依存度が極めて低いことです。

工場に加え、ウクライナ国内および海外への製品輸送を行う物流会社、品質管理と開発のための3つの研究開発センター、そして独自の設備の製造工場を有しています。

特に、PlasmaTecは研究開発分野に多額の投資を行っています。また、独自の製品包装も開発しています。

さらに、製品の品質を証明する数多くの国際認証を取得しています。



貴社の成長計画をお教えてください。

弊社は将来の発展において、いくつかの重点分野を定めています。

- 電極生産の増強
- 金属粉末生産の増強
- ウクライナおよび周辺国における廃棄物から新たな原料を得るための廃棄物リサイクル施設の開発
- 廃棄物からウクライナの農業向け新型肥料の開発

PlasmaTecはまた、人手を削減できる溶接用自動ロボットの導入可能性についても研究しています。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

PlasmaTecが日本企業との協業において関心を持つ主要分野は、日本の企業における廃棄物処理技術、省エネルギー技術、生産技術です。

また、弊社は溶接材料の販売を通して、日本市場への参入を目指しています。



① PlasmaTecの製品 ②③ PlasmaTecの施設 ④⑤ 生産プロセス



Oleksandr Kagan
CEO

御社の事業活動のコンセプトは何ですか。

ProCareは2016年に自社化粧品ブランドの開発から事業を開始しました。最初に開発したブランドは、天然コーヒーボディスクラブの商品ラインナップであるJoko Blendでした。

その後、様々なフレーバーのスクラブ、マスク、シャンプー、トナー、美容液、日焼け止めなど、数十の新製品がラインナップに追加されました。現在、Joko Blendには、さまざまな肌タイプや髪質のニーズに合わせて開発された、260種類以上の自然派製品が含まれています。

弊社の発展における重要な転換点となったのは、原材料の基盤を確保し、大規模で認証された生産ラインを確立したことです。

自社ブランドだけでなく、プライベートブランドの化粧品も製造しています。現在、弊社のプライベートブランドは、ウクライナのさまざまな小売チェーン（EVA、Aurora、Novus、Auchanなど）と積極的に協力しています。

ProCareは毎年2～3倍の成長を遂げています。2025年現在、ウクライナで6番目に大きい化粧品メーカーです。

ProCare

化粧品を創造する！

Manufacturing

Retail

競合他社と比較して、御社の違いは何ですか。

弊社には多くの強みがあります。

- 弊社は社内に強力なR&Dセンターを持ち、高度な熟練の化学者と技術者のチームが、独自製品を開発したり、顧客が用意した処方箋の製品化粧したりしています。
- 弊社で製造される製品は、欧州基準で認証を受けているため、安全性、純度、品質基準の準拠が保証されています。
- 生産工程の高度な自動化により、商品の大規模生産が可能です。
- 一般大衆、ミドル層、高級層向けなど、ターゲット別の製品があります。

今後の事業成長計画は何ですか。

弊社はダイナミックに成長しており、今後数年間はこの勢いを維持する計画です。

輸出、特に欧州諸国への輸出を開始することが、成長計画における最優先事項です。海外市場に参入する最初の製品セグメントは、マニキュアおよびペディキュア製品のラインを予定しています。



① Procare 製品

さらに、弊社は新製品の開発と、既存製品のシェア増加に取り組んでいます。

日本の企業との協力についてどのような機会を検討されていますか。

ProCareは、日本の企業との協力の可能性を積極的に評価しています。

弊社の製品は幅広い層を対象としているため、将来的に日本への輸出を検討しています。

ProCareはまた、化粧品化学、成分、およびパッケージングを専門とする日本企業とのパートナーシップに大きな関心を持っています。

弊社のこれまでの経験は、新しい商品や技術開発において、価値があり、役立つ可能性があると考えています。



② 製造プロセス



③ 自社倉庫

DATA

住所: Ivan Vyhovsky St, 13, Kyiv, Ukraine, 04136

電話番号: +38 (044) 338 88 14

設立年: 2016年

E-mail: hello@procare.com.ua

Website: <https://www.procare.com.ua/en>



Andrii Skrypnyk CEO

事業はどのように始まりましたか。

弊社は語学学習のためのプラットフォームを構築するという目標を掲げた3人の共同創設者によって2019年に設立されました。

その後急速に成長し、2022年にはPromovaとしてブランド名を変更し、グローバル展開を開始しました。「Promova」はウクライナ語で、「スピーチ」と「言語に関する/専門的な言語」の2つの意味を表します。

Promovaは語学学習サービスを提供しており、アプリダウンロード数は1,700万回を超え、月間アクティブ有料会員数は約25万人を誇ります。弊社の年間成長率は約60%です。

競合他社と比べて貴社の強みは何ですか。

Promovaの主要な特徴は、一人ひとりのユーザーを唯一無二な存在として捉え、パーソナライズされた学習を提供することに重点を置いている点です。

当初は自主学習向けのプラットフォームとして設計されていましたが、現在は、チューターと1対1の授業、企業向けのサービスも加わった3つの主要な要素から成り立っており、フランス語、ドイツ語、イタリア語など12言語の学習を提供しています。

Promova

現代人のための語学学習

IT

Promovaでは、チューターチームによる個人レッスンとグループレッスンを提供しています。さらに、企業向けの英語レッスンを提供するPromova Businessがあり、従業員の語学力を向上させるためのカスタマイズされたプランを提供しています。

Promovaは、生産性向上ツールとしての位置づけで、独自のAIソリューションを活用し、英語力の向上を促進するための様々なツール(TVシリーズ、書籍、AI搭載機能など)を提供しています。

また、ディスレクシア(読字障害)などの特別なニーズを持つユーザーに最適化するための機能や、集中力向上のための機能も備えています。

将来の注力分野を教えてください。

Promovaは、革新的なプラットフォームを目指し、顧客に最高品質のソリューションを提供することに重点を置いています。

2028年までに、世界的に広く認知され、効率的に新たな地域へ拡大することを目指しており、ブラジルや日本にも展開しています。

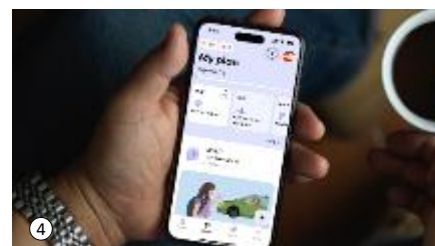
各国固有の地域的および文化的背景を重視し、それに合わせて現地チームを構築していく予定です。

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

日本のユーザーの増加傾向が見られることから、日本を2025年の重点市場と位置付けています。現在、総売上高の約1%を日本市場が占めており、10%を超える市場が1つしかない現状を踏まえれば、これは注視すべき数字です。2019年より日本のユーザーはアプリを利用することができます。

日本市場におけるプレゼンス拡大のため、Promovaは、現地向けコンテンツの制作・適応に向けたパートナーを探しています。さらに、日本のユーザーの好みを理解するため、マーケティング・クリエイティブエージェンシーとの連携にも関心を持っています。

Promovaは、共通の顧客層をターゲットとしたローカルブランドとの協業を通じて、日本でのプロモーション活動を強化することを目指しています。



① Promova チーム ② ③ ④ Promova プラットフォーム

DATA

住所: Mezheva St, 23, Kyiv, Ukraine, 04123
設立年: 2019年

E-mail: pr@promova.com
Website: <https://promova.com/>



Alina Matviienko 営業責任者

貴社の事業活動のコンセプトは何ですか。

Roshenは1996年にウクライナの製菓会社として設立されました。現在では、チョコレートバー、キャンディ、ウエハース、ビスケット、ケーキ、ゼリー菓子など300種類以上の菓子製品を製造する、世界最大級の製菓メーカーの1つです。8,500人以上の専門家を雇用しています。

弊社は革新と技術に重点を置いており、最新鋭の設備と技術で製造施設を近代化するために多大な投資を行っています。

弊社の製品は、欧州、北米、アジア、中東など、世界55カ国以上に輸出されており、Roshenの収益の約50%は輸出によるものです。

貴社の事業の主な特徴を教えてください。

弊社は、ウクライナ国内外において製菓業界の主要な地位にあります。世界の製菓メーカー上位30社にランクインしています。さらに、弊社は常に新しい味と製品形態を開発しています。

弊社の大きな特徴は、自社で牛乳プラントを所有し、粉乳、クリーム、バター、乳脂肪など、高品質な乳製品を生産していることです。

ROSHEN

極上の甘さ、品質の証

Food

Manufacturing

Retail

これらの製品は、製造目的で利用されるだけでなく、顧客にも直接販売されています。

もう1つの重要な要素は、約6万平方メートルの総面積を持つ、最新の物流センターです。自動化システムを備えており、国内および国際市場向けに製品の高速処理、保管、発送を可能にしています。

貴社の事業成長計画をお教えてください。

弊社の事業成長計画は、製菓業界のリーディングブランドとしての地位を強化することに重点を置いています。

成長の重要な部分として、自社小売ネットワークの拡大があります。現在、Roshenは70以上の店舗を持ち、ウクライナ国内外の様々な場所に、より多くのブランドストアをオープンする予定です。

これらの店舗は単なる小売拠点としてだけでなく、ユニークなパッケージからパーソナライズされたサービス、限定製品ラインナップまで、お客様がRoshenの世界を体験できる没入型のブランド空間として設計されています。

成長戦略のもう1つの重要な要素は、輸出の増加と新しい国際市場への参入です。弊社は欧州、北米、中東、そしてアジアでのプレゼンスを拡大することを目指し、さまざまな地域の嗜好や規制基準に合わせて製品を継続的に適応させています。

日本の企業との協力の機会としてどのようなことを検討していますか。

弊社は、日本の企業との協力の機会を積極的に探っています。Roshen製品は日本でも販売されていますが、現状では間接的なパートナーを通じて限定的に展開されているに過ぎません。そのため、現在、弊社は日本の菓子市場の特殊な需要を理解している、信頼できる現地のパートナーとなる販売業者を探しています。

さらにRoshenは、食品輸入における豊富な経験、十分に発達した物流チャネル、および小売ネットワークまたはeコマースプラットフォームへのアクセスを持つ企業との協力を希望しています。



① Roshenの製菓



② 店舗デザイン

DATA

住所: Nauky Ave, 1, Kyiv, Ukraine, 03039

電話番号: +38 (044) 233 71 00 設立年: 1996年

E-mail: alina.matviienko@roshen.com

Website: <https://roshen.com/ua>



Sergii Rudkovskyi
CEO

御社の活動コンセプトは何ですか。

創業のきっかけは、プラスチック包装を環境に優しい代替品に置き換えるというアイデアでした。生産の基礎となったのは、シャンパンボトル用の包装材製造に使われていた、古くても有用なフランスの紙成形技術です。私とパートナーは、この技術の近代化の可能性を認識し、紙成形機を購入し、現在のニーズに合わせて再設計と革新の道へと踏み出しました。

弊社は、生産に100%リサイクル紙を使用しています。

現在、SEMecopackは、果物、野菜、ボトル、卵など、さまざまな種類の製品向けに年間最大2億個の成形包装材を生産しており、工業用包装材も製造しています。

弊社の主な顧客は、農家、農業組合、スーパーマーケットチェーンです。

同時に、すでにFlexやAjaxなどの有名な国際企業とも契約を結び、工業用包装材を供給しています。

弊社は主に製品を輸出しており、特に地理的に近い欧州市場への輸出割合が多いです。

SEMecopack

世界を動かす、エコ包装

Manufacturing

競合他社と比較して、御社の違いは何ですか。

弊社の主な強みは、ほぼ全てのプラスチック包装に対して、環境に優しい代替品を提供できることです。この分野ではリーダーシップのポジションを築いています。

もう1つの競合他社との重要な違いは、顧客志向の高い柔軟性です。競合他社とは異なり、SEMecopackはお客様が製品の形状、サイズ、ユニット数をカスタマイズすることを可能にしています。

SEMecopackの製品は完全に堆肥化可能です。通常、分解には約5ヶ月かかりますが、土壌や気候条件によって期間は変動する可能性があります。

今後の事業成長計画は何ですか。

今後の展望として、SEMecopackは、欧州の持続可能な包装規制に準拠した、最小限の薄いポリマーコーティング層(5%以下)を含む包装材の製造に重点を置いています。これは、乳製品、肉、魚などの包装への使用を目的としています。これにより、環境への優しさを維持しながら、包装の信頼性と耐湿性を高めることができます。



① 製造プロセス

弊社は、環境に優しい包装材に対する需要が急速に高まっているEUおよび周辺国への販売拡大も計画しています。

日本企業との協力についてどのような機会を検討されていますか。

SEMecopackは、日本企業との連携に大きな可能性を感じており、特にエンジニアリングの専門知識や技術交流の分野に期待を寄せています。

また、食品、化粧品など、エコ包装の開発または移行を検討している日本の企業に対し、コンサルティングサービスを提供することができます。

さらに、SEMecopackは、日本のメーカーが製造する非食品製品向けの成形包装材の輸出にも関心を持っています。



② ③ SEMecopackの包装



Julia Bialecka, Eugene Tomilin 創業者

どのように事業を開始しましたか。

S.Labの設立は、創業者の個人的な経験と深く関わっています。共同経営者たちは旅行中に、海岸や海に大量のプラスチックがあることに衝撃を受けました。この経験が原動力となり、プラスチック汚染問題に対する持続可能な解決策を見つけるために起業しました。

S.Labの主な事業目的は、①環境への影響を低減するエコフレンドリーなパッケージソリューションを提供すること、②農業廃棄物とキノコの根から生分解性素材を開発すること、③企業が美的要素を妥協することなく、環境に優しいパッケージを導入できるよう支援することです。

弊社のパッケージ材料は菌糸体(キノコの根)と農業廃棄物から作られています。

現在、S.Labは月に5万個の生産能力を目指して、生産体制の開発を進めています。

S.Lab

産業規模の地球に優しい サステナブルなパッケージ技術

Manufacturing

貴社は競合他社とどう差別化していますか。

現在、弊社はB2Bモデルで事業を展開しています。国際的な大手企業との協業実績として、ロレアルに対し、ヘアケア製品用のエコパッケージを提供しています。また、S.Labは、JTIやネスレとの協業にも成功しています。

S.Labのパッケージは、電子機器、医薬品、化粧品、美容用品、装飾品など、幅広い製品に利用可能です。

弊社のパッケージの特徴は、入手しやすく、ポリスチレンを含まない点です。製造に使用される素材は非常に安価で、触り心地も良好です。さらに、高い耐久性も特徴の1つです。

弊社は現在、5件の特許技術を有しており、さらなる特許の取得を予定しています。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

製品ラインの最適化を継続するとともに、将来、新たな市場を開拓することを目標にしています。

また、生産の分散化として、ミニ工場として顧客の敷地内に設置可能な、40フィートコンテナサイズの生産設備を提供するソリューションにも取り組みます。



① ② ③ S.Labのパッケージ

さらに、弊社は新しく、茶葉のパッケージ資材の開発と導入にも取り組んでいます。

S.Labの主な目標は、パッケージメーカーだけでなく、技術サプライヤーになることです。2025年には50%の成長を期待しています。

日本企業とどのような協力関係構築の可能性を考えていますか。

弊社は過去に日本企業との協業の経験があります。日本企業との連携をさらに強化し、様々な分野で新たなパートナーシップの可能性を積極的に探しています。

弊社の関心の高い分野の1つに、新素材開発があります。特に、環境に優しく再利用可能なパッケージの製造に利用できる革新的な素材を探しています。

また、日本から製造のための設備導入の可能性も検討しています。



① ② ③ S.Labのパッケージ

DATA

住所: S.Lab has presence in Ukraine, Estonia, and Spain
電話番号: +38 (050) 375 72 51 設立年: 2021年

E-mail: info@ilab-s.com
Website: www.ilab-s.com



Yevgen Erik
CEO

どのように事業を開始しましたか。

SolarGapsは、太陽エネルギーをよりアクセスしやすくし、都市環境に統合するというビジョンを持って2015年に設立されました。都市部の活用されていない垂直空間(壁面など)をエネルギー生産に利用するという課題から、アイデアが生まれました。

弊社は美的な魅力と機能性を維持しながら建物の再生可能エネルギー発電を可能にするスマートソーラー・シェーディングソリューションの先駆者となりました。

EUの「Horizon2020」プログラムでの助成金獲得は、弊社の成長を大きく後押しし、イノベーションの拡大と国際的な展開を可能にしました。弊社は主にB2B販売に注力しており、ホテルやビジネスセンターなどの大型商業不動産に製品を提供しています。

貴社は競合他社とどう差別化していますか？

弊社の競合他社のほとんどは、日除けとしてのブラインドしか提供しておらず、1つの問題しか解決していません。しかし、SolarGapsは発電と日除けの2つの機能を提供します。

SolarGaps

発電するスマートブラインド

Manufacturing

Technology

Energy

SolarGapsのブラインドは、1平米あたり最大100Whの発電が可能です。晴れた時間帯のスマートフォンやノートPCの充電、テレビ視聴などに十分な電力を供給できます。

製品のデザインは、ほぼすべてのスタイルの建物に適合します。また、太陽光パネルと異なり、ブラインドは窓に取り付けられるため、追加の設置スペースは必要ありません。

弊社の製品はAIで太陽の位置を追跡し、エネルギー出力を最大化します。SolarGapsの使用により、CO₂排出量とエネルギーコストの両方を削減することができます。

事業の成長計画をお教えください。

将来、弊社は新たな世界市場への進出と、特にアジアと北米における既存市場でのプレゼンス拡大を目指しています。

また、エネルギー貯蔵ソリューションの強化により、従来の電力網からの自立度を高めたいと考えています。

さらに、次世代太陽光発電技術と、ビルオーナー間のエネルギー取引のためのブロックチェーン技術の統合にも注力する予定です。



① ② ③ SolarGaps

さらに、スマートシティ開発者とのパートナーシップを強化し、SolarGapsを都市インフラに組み込むことを目指しています。

日本企業との協力の可能性として、どのようなものを検討していますか？

現時点では日本のパートナーはいませんが、パナソニックや三菱電機など日本のメーカーとの協力関係を模索し、協力してソリューションを提供することを目指しています。また、自社事業に関連する日本製の機器の輸入にも関心があります。

さらに、日本の企業をウクライナに誘致し、先端技術における彼らの経験をウクライナのプロジェクトに統合する可能性も検討しています。

また、弊社は日本市場への太陽光パネル輸出を計画しており、フランチャイズモデルの導入も検討しています。





Oleksandr Yasinsky
CCO

貴社の事業活動のコンセプトをお教えてください。

Terraはウクライナにおいて27年間、穀物加工業界で事業を展開しています。ウクライナで栽培される10種類の穀物を活用し、シリアル、グラノーラ、スープなど多様な製品を製造しています。国内市場に加え、年間売上高の約30%を輸出が占めており、世界71カ国との取引実績があります。

市場におけるプレゼンスを維持・拡大するため、スーパーマーケット、オンラインストア、流通ネットワーク、包装工房、そして自社運営のオフラインストアという5つの異なる販売チャンネルを積極的に開発・運営しています。Terraの従業員数は約240名です。

貴社の事業の主要な特徴をお教えてください。

Terraは、3つの主要な事業理念を強調しています。

1つ目は、原材料と製品の品質です。同社は最新のラボを備え、国際的な認証を含む様々な品質証明書を取得しており、適切な保管状態を維持しています。2つ目は、顧客への責任です。長年にわたり、弊社は常に顧客への約束を果たしてきました。

Manufacturing

Food

3つ目は、多様な製品ポートフォリオと販売チャネル、そして顧客への個別対応(幅広い製品ラインナップ、包装の種類、ラベル、容量など)です。

2011年以降、弊社は生産においてガスを使用せず、穀物廃棄物からエネルギーを取り出すことで廃棄物ゼロ生産を開始しました。

また、Terraはウクライナ国内外におけるシリアルの消費トレンドを積極的に追いかけており、グルテンフリー製品の生産を開始しました。

貴社の事業の成長計画をお教えてください。

将来展望として、弊社は生産工程の可能な限り完全な自動化を目指し、高齢者、女性、障害者の方々が生産工程で働けるようにすることを目指しています。そのため、既に最新の技術を導入し、既存の工場の近代化に着手しており、今後もこの取り組みを継続する予定です。

さらに、ウクライナ西部地域に新しい近代的な工場を建設する計画があります。

現在の工場がウクライナ東部に位置しているため、西部地域の工場は、物流コストの大幅削減と戦争による被害リスクの軽減に繋がります。

また、Terraは市場の需要と消費者のニーズに応える新製品を開発し、製品ラインの拡大に積極的に取り組んでいます。

Terraが期待するもう1つの将来的な成長分野は、新店舗を開発し、オフラインでの販売を拡大することです。

日本企業との協業についてどのような可能性を検討していますか。

弊社は、新工場建設に関して日本企業との協業に関心を抱いています。具体的には、日本メーカーからの投資、資金調達、設備のリース、将来的な共同生産の可能性などを検討しています。

また、ホソカワミクロンなどの日本企業から各種生産設備、その他主要な日本メーカーから倉庫設備などを購入する計画も立てています。さらに、生産施設への太陽光パネルと蒸気エンジンの導入も検討しています。



①



②



③

① ② ③ Terra製品



Valeriy Volkov 創設者

貴社の事業活動のコンセプトは何ですか。

弊社は7年前に設立されましたが、創設者は冷凍食品製造関連事業で30年以上の経験を持っています。創設者はウクライナのオデーサ地方の伝統料理の多様性にインスピレーションを受け、その味を顧客に伝えたいという思いから事業を始めました。

現在、ロール、パンケーキ、パイ、シュトゥルーデル、フィロ（ペイストリー生地）、ハチャプリなど、様々な商品を製造しています。

弊社は、ジョージア、イスラエル、カタール、モルドバ、UAE、米国、トルコなど15カ国への輸出に取り組んでいます。海外展開の成功の鍵は、信頼できるパートナーの存在と確信しています。

貴社の事業の主な特徴は何ですか。

Valestoの重要な特徴は、新しい味覚への受容性と創造性です。Valestoは、具材の種類に一切の制限を設けず、たとえ非常に珍しいものであっても、美味しく感じられるものなら何でも作ります。薄いフィロ生地を使用することで、具材の味覚に焦点を当てて開発しています。

Valesto

VALESTO – いつも新しい何かが！

Manufacturing

Food

valesto

Valestoは製品の品質に対する妥協は一切しません。特に、フィロ生地にはトランス脂肪酸やマーガリンは使用していません。弊社の目標は、まず見た目の美しさで商品を購入を促し、手頃な価格で堪能できる味覚で顧客を魅了することです。弊社の強みは、EU加盟国と米国への輸出に必要な許可とライセンスを取得している点です。現在、ValestoはUAEへの輸出のためのライセンス取得に取り組んでいます。

今後の会社の成長計画をお教えてください。

2025年にValestoは純利益を56%増加させることを計画しています。また、弊社は9つの新しい商品カテゴリーを導入する計画を立てています。各カテゴリーには2～3種類の新商品が含まれており、さまざまな国で販売予定です。

さらに、Valestoはイノベーションラボと生産ラインを建設中です。2024年12月には、スロバキアに工場を取得し、製品用の肉種を生産する予定です。

Valestoは、米国での工場建設や、ノルウェー、UAE、ドイツなどの国際見本市への参加も計画しています。

日本企業との協力機会として、どのような可能性を検討されていますか。

Valestoは、日本のレオン自動機の設備を用いてベーカリー商品の生産ラインを拡大するため、日本企業との協力を模索しています。その設備導入のための助成金取得の可能性についても模索しています。

さらに、弊社は日本のコンビニチェーン、例えばセブンイレブンのような人気チェーンへの製品輸出・販売を目指しています。

加えて、弊社はウクライナでの日本の抹茶アイスクリームの販売の可能性にも関心を持っています。



① Valesto 製品

② 生産プロセス

③ 製品のパッケージング

DATA

住所: 19 km of Starokyivska Road, Odesa, Ukraine, 65025
電話番号: +38 (048) 771 79 97

設立年: 2016年

E-mail: info@valesto.org
Website: <https://valesto.org/>



Ruslan Shostak 共同出資者

貴社の事業活動のコンセプトは何ですか。

VARUSはウクライナのスーパーマーケットチェーンです。最初の店舗は2003年にオープンしました。現在、ウクライナ全域に100店舗以上を展開しています。

2022年までは、同社はドニプロ、ドネツク、キーウ州に重点的に展開していましたが、ロシアによるウクライナへの本格的な侵攻開始後、ドネツク州での事業を閉鎖しました。

VARUSの特徴は、顧客を大切な友人として扱うことです。さらに、一部の店舗では犬同伴での入店も可能です。

さらに、VARUSは社会的に責任ある企業として、発生する状況に積極的に対応しており、特にロシアによる本格的な侵攻開始時には従業員の避難と配置転換を行い、チェーン内の他の店舗で人員の雇用も行いました。

貴社の事業の特長は何ですか。

VARUSの重要な特徴の1つは、多額の投資を伴うEコマースを含むデジタル分野の開発です。

VARUS

顧客第一に “Customer-loving”



Retail

Manufacturing

Food

弊社は、顧客が店内で商品を自分でスキャンし、その後Apple PayまたはGoogle Payで、従業員とのやり取りなしに支払いができるアプリを開発しました。さらにVARUSは、ウクライナで初めてセルフサービスレジを導入した小売チェーンです。購入した商品の配送サービスもあります。

現在、ウクライナの小売チェーンにおけるEC（電子商取引）分野で3位に位置しています。

貴社の成長計画をお教えください。

VARUSは継続的な成長が見込まれており、特に5年後にはウクライナの小売企業トップ3に入ることが計画しています。

この目標達成のため、2024年末までにさらに15店舗、翌年には50店舗のスーパーマーケットを新たにオープンする予定です。

また、現在ウクライナ西部のリビウに大型物流センターを建設中で、その後オデーサにもう1つ物流センターを建設する計画です。

他の重点分野としては、VARUS独自のブランド商品の開発と、CO2排出量の少ない新型機器の購入による、冷蔵設備の環境配慮レベルの向上です。

日本のビジネスとの協力の機会として、どのようなことを検討していますか。

同社は、高度な技術と環境配慮を両立させた設備を提供し、業務の自動化と環境責任の強化を支援する日本の設備メーカーとの協力に関心を持っています。

さらに、VARUSは日本の企業とのビジネスパートナーシップや、投資家からの資金調達にも関心を持っています。



① ② ④ VARUS 店舗デザイン ③ VARUSの配送

DATA

住所: A. Polya Ave., 104-A, Dnipro, Ukraine, 49000

電話番号: +380567953000

設立年: 2002年

Website: <https://varus.ua/>



Sergii Salata CEO, 創設者

貴社の事業はどのように始まったのですか。

この事業は、ロシアによるウクライナ全面侵攻が始まった2022年、ウクライナを支援するための取り組みとしてスタートしました。創業者たちは、農業と現代技術を融合させ、地域に安定した食料供給基盤を築く手法として「垂直農業」を選択しました。プロジェクト当初は外部サプライヤーから栽培モジュールを購入していましたが、実際に運用を経験する中で、既存の設備ではチームが求める基準を満たせないことが分かり、独自の栽培システムの開発に着手しました。3年以上の運営期間中には、停電やインフラへの直接的な被害といった深刻な困難に直面しましたが、1つ1つ乗り越えてきました。さまざまな作物の試験栽培を重ねた結果、その繊細な性質ゆえに輸入時の輸送が難しい「バジル」を主力商品に決定しました。現在、I'm Salataは自社の垂直農業でバジルを栽培し、現地の小売チェーンと契約して市場に供給しています。

貴社の事業の主な特徴は何ですか。

この事業は、最新の生産システムや高度な自動化技術など、強固な技術基盤の上に築かれています。

I'm Salata

セルギーのサラダの庭から
本物の「フレッシュ」を

Manufacturing

Food



弊社は、強力なセールスの専門知識に加え、確立されたブランド力、そして小売側のニーズに対する深い理解を兼ね備えています。この分野での成功は、製品の質はもちろんのこと、構造化された販売システムの双方にかかっていると考えています。

さらに、パッケージングやラベル表示、物流、そして製品の陳列に至るまで、あらゆる段階においてお客様とのコミュニケーションを大切にしています。

また、品質は決して妥協することのない最優先事項です。自律性と回復力を重視することで、いかなる困難な状況下においても、安定した生産と配送を維持できる体制を整えています。

貴社の事業成長計画をお教えてください。

弊社の成長戦略は、生産規模の拡大と製品ラインナップの拡充に重点を置いています。ハーブ類にとどまらず、必要な技術・運用インフラを整えることで、今後はイチゴやキュウリといった新たな作物の栽培も計画しております。

また、栽培から保管、物流までを一貫して管理する「統合型垂直モデル」の構築を重要施策として掲げており、将来的には商品輸出も見据えています。

弊社の長期的なビジョンは、ウクライナ国内で最も生産性の高い垂直農業のトップランナーとなること、最終的には欧州を代表する高機能・高性能な農場の1つへと成長することです。

日本企業との協力としてどのような機会を検討していますか。

弊社は、垂直農業向けの自動化技術や先端テクノロジーを専門とする日本企業との連携を求めています。特に、MIRAI、スプレッド、プランテックスなどの企業による先進的な生産・管理システムに注目しており、自動化、効率化、そして拡張性の分野におけるソリューション導入を検討しております。

主な協力領域としては、農場自動化プラットフォーム、垂直農業用照明技術、および微気候制御ソリューションを想定しております。弊社は、知見の共有や共同研究開発、さらには将来的な輸出拠点となる保管・物流ハブの整備を含む戦略的パートナーシップ構築に対しても前向きに検討しています。

単なる技術導入にとどまらず、共同R&Dプロジェクトやパイロット事業の実施、さらには将来的な投資パートナーシップを含めた、長期的かつ戦略的な協力関係の構築を希望しています。



① I'm Salata の生産の様子



②

発行者：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
調査部 欧州課
ORD-RUS@jetro.go.jp

ジェトロ・キーウ事務所

制作：デロイト・ウクライナ

<著作権について>

本レポートの著作権はジェトロに帰属します。本レポート無断での転載、掲載等はお断りいたします。

<免責事項>

本レポートで提供される情報等については、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報等の採否は、お客様自身の判断、責任において行ってください。本レポートでの提供情報等に関連して、お客様が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ（及び本レポート製作者）はお客様に対し一切の責任を負わないものとします。





JETRO

Japan External Trade Organization