MIFF2026

デザインコンペ 新たなステージへ

FDC CLUB 育成プログラム発足

MIFFはこれまで、ファニチャー・デザイン・コンペティション（FDC）を通じて、マレーシアの家具のデザインカと若手デザイナーの発掘と育成に力を注いできた。2016年のMIFFはそれが新たなステージに進化する。

MIFFを主催するインフォーマ・マーケッツ・マレーシアは10月13日、マレーシアの家具産業の将来を見据え、ファニチャー・デザイン・コンペティション、同国の若手デザイン―による企画展示「xOrdinary」と「Design Exhibition」、さらに継続的にデザインの発展をサポートする「MIFF FDC CLUB」を発足、この4つの柱によって若いす能を育成し、グローバルなデザインイノベーションを促進する一端を担うことを発表した。

2016年のMIFFでは「遊び心、実用性、目的意識：ジェネレーション・アルファ（2010年から2024年頃に生まれた世代）のための家具」をテーマに、FDCとデザイナー、メーカーを年間を通してつなぐプラットフォーム「MIFF FDC CLUB」などが具体化される。

FDCは40歳未満のデザイナーを対象に、アルファ世代とそのミレニアル世代のライフスタイルに合った、5～9歳の子供向け寝室用家具をデザインするコンテストが行われる。FDC審査委員長のエリック・レオン氏は「現代の子供たちの生活や学習方法に応えるだけでなく、マレーシアのデザインの世界的な評価を高める斬新なアイデアを奨励する」と抱負を述べている。受賞者には総額12,000リンギ相当の賞金、トロフィー、そして表彰状が贈られる。2025年のコンペティションには、30の機関と民間企業から335件の応募があった。

デザイナーと出展者ペアとインフォーマ・マーケッツ・マレーシアとの間の覚書（MOU）締結式がMITECで開催された

MIFF FDC CLUBは、CONNECT（ネットワーキング）、SELECT（キュレーション、コラボレーション）、EDIT（コンテンツ開発）という3つの戦略的な柱を通して若手デザイナーと既存のメーカーをつなぎ、会員は施設見学からプロトタイプ開発まで、さまざまな機会を得ることができる。メーカーは新たな視点のデザインに触れることで競争力を強化できるという。実際に今年のコンペティションで優勝したWong Lilie氏は、Amber Officeと提携するに至った。ほかにも数々のコラボレーションが実現している。これらのデザイナーはMIFF2026で新製品を発表する。

ゼネラルマネジャーのケリー・リム氏は「デザイン人材の育成と業界パートナーシップの促進を通じて、マレーシアの家具業界が未来の世代に向けて進化と繁栄を続けるためのプラットフォームを提供する」と述べた。

このほか「Happiness（幸福）」をテーマにした第5回xOrdinaryも開催される。

デザイン力に着実な進歩 地域色ある製品に期待

三井デザインテック　フェロー／エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

見月 伸一氏

審査員と受賞者とともに。2025年FDCの審査を務めた見月氏（左端）。左から3番目はFDC審査委員長のエリック・レオン氏

マレーシア家具のデザインカは近年、着実に上がってきています。これは国内の諸機関・団体がデザイナーの育成に熱心に取り組んできた結果といえます。例えば、MIFFの賞制度では以前から「メンター賞」が設けられています。学生などが応募してくる作品に対し助言や指導をするメンターが加わり、そのメンターを評価し表彰するものです。こうした賞からも、デザイン力を向上させようとする真剣な思いが伝わってきます。

10年前は未だデザインに未熟な面も見られました。しかし、近年はデジタル環境が整ったこともあり、デザイナーが世界の最新情報に触れて作品制作の参考にしたり、それを打ち出すプレゼンテーションにつなげたりする能力が高まっています。今後もさらに伸びていくことは間違いありません。

さらに注目したいのは、マレーシアをはじめとする東南アジアの若者たちの地域に対する思い入れの強さです。おのおのが歴史や伝統文化を踏まえ、「この色はマレーシアらしい」「現代の生活に取り入れたい」など、地域色を前面に押し出す姿勢が見られます。まだまだ粗削りではあるものの、洗練されれば世界的にも独創性に富み競争力のある「ミックススタイル」が生み出される可能性があります。

日本はデザインを洗練させる過程で地域色、いわゆる「日本らしさ」を薄めてきた側面があります。これが世界水準の製品づくりを支えた半面、世界市場では日本の家具を選ばせるのを躊躇（ちゅうちょ）させる理由の一つになっているのではないかとも感じます。

世界の家具デザインの潮流を見てみると、影響力が大きいイタリア・ミラノの展示会を中心にテーマを多様化する動きが出ています。ひと昔前は数種類のキーワードの下に同じような家具が並んでいましたが、現在は出展ブランドがパターンに変化をつけ、さまざまなアイデアの製品が混在・共存するようになっています。

こうした時代の変化と合わせマレーシア家具のデザインがどのように進化していくか期待しています。また、日本の今後のデザインの方向性を探る目安の一つとしても、マレーシアの動向を観察したいと思います

MIFF2025の企画展示「xOrdinary」に出展した若手デザイナー

躍進！アジアの若手デザイナー

米関税対応模索するマレーシア 支援求める業界 内需拡大も課題

マレーシアの家具業界は米国による関税引き上げの不安が広がっている。輸出業者は国内でもこれから政府に対策を求め始めている。マレーシアメディアの報道を基に動向をまとめた。

マレーシアの木材産業を管轄するブランデーション・商品産業本部は、米国最大の家具輸出国だったベトナムが2024年の木製家具の輸出額は約100億リンギ（現在のレートで約1兆5000億円）で、木製家具輸出全体の57・8%を占めた。

米関税について、家具メーカーからは当初から突然かつ厳しい措置だと非難、国内産業界の業界団体マレーシア家具協会（MFC）は、輸出業者の業績に直接的な打撃を与えると懸念している。

MFCは声明で、企業の家具製造能力が縮小や自制減、事業閉鎖が急増する可能性が高いと警告。実際、多くの加盟企業が25年7月までに受注がキャンセルされたと報告している。

主要企業の株価下落

投資家の反応も冷ややかだった。マレーシア証券取引所では月曜に家具関連株が軒並み主要家具メーカーの株価が下落した。ただ、株価下落の要因は関税以外にもある。マレーシアでは新型コロナウイルス感染後、物価騰や高金利による借り入れコストが増加したことや消費者支出が圧迫され、家具販売が低迷している。輸出に不利なドル安傾向の影響も受けた。

主要メーカーでは木材加工から製品販売まを手掛け、売り上げの9割超が北米市場に依存しているリー・ペン・インダストリーズの4・6月期決算が、4月に上乗せされた10%の一時関税により純損失9・5万リンギ（約3億4000万円）となった。同社は決算報告書の中で、米関税による世界的な需要低迷が、輸出業者が価格を引き下げるよう圧力をかけ、利益率を悪化させる可能性があると指摘した。

政府に優遇措置求める

米関税を巡っては、9月に新たな動きがあった。トランプ米大統領は2日、それまで19%としていた木材と製材に10%、キッチンキャビネット、洗面化粧台、布張り家具にそれぞれ25%の追加関税を課す発表をした。国内産業界からは、今後、輸出業者が米国から受注キャンセルされたり、輸出額が減ったりすることが懸念される。

一方、国内最大の家具生産地として知られるジョホール州では、米関税が及ぼす影響の明るい側面も指摘が出ている。

同州の青力企業ミニ・クアン・ファニチャー・センターのフィリップ・フォン氏は「世界的に原材料費が上昇すれば、国内の販売価格も上昇することで、家具業界が後押しされる」と語った。輸出業者が米国から撤退し、国内の販売に注力することで、内需の促進することも可能だ。

国際色豊かな来場者であふれるMIFF2025の会場（写真提供：インフォーマ・マーケッツ・マレーシア）

会場では活発な商談が繰り広げられた（写真提供：インフォーマ・マーケッツ・マレーシア）

マレーシアの家具業界は、米国による関税引き上げの不安が広がっている。輸出業者は国内でもこれから政府に対策を求め始めている。マレーシアメディアの報道を基に動向をまとめた。

マレーシアの木材産業を管轄するブランデーション・商品産業本部は、米国最大の家具輸出国だったベトナムが2024年の木製家具の輸出額は約100億リンギ（現在のレートで約1兆5000億円）で、木製家具輸出全体の57・8%を占めた。

米関税について、家具メーカーからは当初から突然かつ厳しい措置だと非難、国内産業界の業界団体マレーシア家具協会（MFC）は、輸出業者の業績に直接的な打撃を与えると懸念している。

MFCは声明で、企業の家具製造能力が縮小や自制減、事業閉鎖が急増する可能性が高いと警告。実際、多くの加盟企業が25年7月までに受注がキャンセルされたと報告している。

主要企業の株価下落

投資家の反応も冷ややかだった。マレーシア証券取引所では月曜に家具関連株が軒並み主要家具メーカーの株価が下落した。ただ、株価下落の要因は関税以外にもある。マレーシアでは新型コロナウイルス感染後、物価騰や高金利による借り入れコストが増加したことや消費者支出が圧迫され、家具販売が低迷している。輸出に不利なドル安傾向の影響も受けた。

主要メーカーでは木材加工から製品販売まを手掛け、売り上げの9割超が北米市場に依存しているリー・ペン・インダストリーズの4・6月期決算が、4月に上乗せされた10%の一時関税により純損失9・5万リンギ（約3億4000万円）となった。同社は決算報告書の中で、米関税による世界的な需要低迷が、輸出業者が価格を引き下げるよう圧力をかけ、利益率を悪化させる可能性があると指摘した。

政府に優遇措置求める

米関税を巡っては、9月に新たな動きがあった。トランプ米大統領は2日、それまで19%としていた木材と製材に10%、キッチンキャビネット、洗面化粧台、布張り家具にそれぞれ25%の追加関税を課す発表をした。国内産業界からは、今後、輸出業者が米国から受注キャンセルされたり、輸出額が減ったりすることが懸念される。

一方、国内最大の家具生産地として知られるジョホール州では、米関税が及ぼす影響の明るい側面も指摘が出ている。

同州の青力企業ミニ・クアン・ファニチャー・センターのフィリップ・フォン氏は「世界的に原材料費が上昇すれば、国内の販売価格も上昇することで、家具業界が後押しされる」と語った。輸出業者が米国から撤退し、国内の販売に注力することで、内需の促進することも可能だ。

マレーシア国際家具見本市2026（MIFF2026）

MITEC

WTCKL

主　　催　インフォーマ・マーケッツ・マレーシア
開 催 日 時　2026年3月4日（水）～7日（土）午前9時30分～午後6時（7日は午後5時まで）
会　　場　マレーシア・インターナショナルトレード&エキシビションセンター（MITEC）
8 Jalan Dutamas 2, 50480 Kuala Lumpur
世界貿易センタークアラルンプール（WTCKL）
41 Jalan Tun Ismail, 50480 Kuala Lumpur
両会場間は無料シャトルバスが運行
展 示 面 積　100,000平方㍍
出展国・地域　マレーシア、中国、台湾、インドネシア、香港、シンガポール、タイ、ベトナム、韓国、日本、その他
来場見込み　20,000人
交　　通　クアラルンプール国際空港内に設けられたMIFF優待カウンターで会場やホテルへのタクシーなどを手配できる。WTCKLまで車の場合、道路の混雑具合にもよるが所要時間は約1時間。鉄道の場合、最寄り駅はLRT Rapid KL（高架鉄道）のPWTC駅。
ウェブサイト　https://miff.com.my/

マレーシア国際家具見本市

MALAYSIAN INTERNATIONAL FURNITURE FAIR 2026　4-7 MARCH　MITEC & WTCKL KUALA LUMPUR

デザイン・技術・持続可能性に焦点

マレーシアのイベント会社インフォーマ・マーケッツ・マレーシアはこのほど、来年3月4～7日に開催する東南アジア最大規模の家具見本市「マレーシア国際家具見本市（MIFF）2026」の来場受け付けを開始した。25年に続き首都クアラルンプールのマレーシア国際貿易展示センター（MITEC）の会場で開催する。出展数700超、来場者は5万人余りを見込む。マレーシアの若手デザイナーの成長は目覚ましいものがあり、その育成に力を注いでいるMIFFは来年、デザインコンペティションや育成プログラムの模索を図る。

地球規模で変化するサプライチェーン（供給網）の中で、マレーシアが調達戦略に国内に代わる選択肢になるとの立場を維持し、現地メーカーの成約を中心とする輸出拡大に努める。

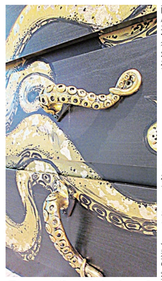
インフォーマ・マーケッツ・マレーシアは昨年の現場成約額が13億4000万リンギ（現在のレートで約400億円）だったと推計している。

出展は「デザイン革新」、「技術」「持続可能性」に焦点を置く。国内若手人材の発掘を目的とするデザインコンペティションは、著名人や実用性をテーマにした応募用家具に特化した作品を募集する。

来場登録はウェブサイト（www.miff.com.my）で受け付ける。家具業界の関係者は2月13日より前に登録すると入場料が無料となる。MIFFが提供する特典プログラムも利用でき、マレーシア国外から登録する初来場者（バイヤー）にはホテル宿泊費を負担（航空券などの交通費は自己負担）したり、登録済みの国外バイヤーに優先的に入国審査が受けられたりするサービスを提供する。

MIFFの企画展として今年で14回目を迎えた「xOrdinary Showcase（エックスオーディナリー・ショーケース）」は、キュレーター（インテリアのサローネ・ミラノ）にイタリアのサローネ・ミラノ（ミラノ国際家具見本市）と連携するポーチャン氏を迎え、新進デザイナーたちによってマレーシアの文化、伝統、環境を織り交ぜた「展示棚」が作られた。

xOrdinaryは2019年、自国と発祥地とをテーマに独自にデザインのクラウドファンディングプラットフォームとしてプロジェクトが始まり、21年にMIFFで初めて企画展示が行われた。


マレーシアの自然と伝統をモチーフにした作品が並んだxOrdinary Showcase

xOrdinaryは、単なる展示だけでなく、販売からデザイナー間の交流とコラボレーションまでサポートしている。

マレーシアの家具業界は、生産能力の一部を国内の市場へ振り向けることで、消費者がより安価な製品を入手できるようになるだろうとも説明している。

また、同州ムアル家具協会のステイーブ・オン代表は、高関税が課されても米国からの需要は堅調で推移するとみている。トランプ氏の発表は一時的に市場を混乱させ恐れがあるものの、米国の消費者は依然として輸入品に頼っていることから、マレーシアの家具は受注を減らないとしている。

輸出先の多角化急務

マレーシア政府からは、ブランデーション・商品産業のチャン・ウンピン副大臣によって「家具業界は輸出先の多角化を喫緊の課題とし、従来市場に過度に依存すべきではない」との考え方が出されている。同氏は9月にクアラルンプールで開かれた展示会で家具業界の関係者に対し、地政学的リスクの影響を受けにくい新市場を開拓する必要があると訴えた。

とはいえ、数十億リンギ規模の輸出先を米国外に移すことは短期的には容易ではない。市場開拓を進めるために「開発、小売り、ユーザイナー、バイヤーまでを網羅する国内基盤を強化することが重要だ」と強調した。

その上で、家具業界の将来の競争力を高めるべき方策として「持続可能性をESG（環境・社会・統治）」「デジタルトランスフォーメーション」「デザイン革新」の3点を挙げ、これら取り組むことで国際市場で長期にわたる成長を目指す道筋を示した。

最高級のマレーシア家具を

マレーシア国際家具見本市　創設者・チェアマン

タン・チン・フアット氏

MIFFと日本の家具業界の皆さまとの変わらぬ友情を、深い敬意と温かな思いで振り返っております。長年にわたり、卓越した職人技、革新的なデザイン、そして卓越性の追求に対する共通の理解が、協力と相互成長の強固な基盤を築いてまいりました。

MIFF 2026に向け、私たちは世界的にその卓越した品質、機能美、そして時代を超えた美学で称賛される最高級のマレーシア製木製家具を紹介する取り組みを改めて確約します。

MIFFは東南アジアを代表する家具見本市へと成長し、ASEAN諸国、アジア全域、そして世界中から出展者とバイヤーを集めています。

日本のパートナーの皆さま、そして友人各位に、心よりご招待申し上げます。マレーシア・クアラルンプールで再びお会いし、業界の仲間との絆（きずな）を再確認し、新たなアイデアを発見し、家具デザインと国際貿易の未来を共につくり続けてまいりましょう。

皆さまのお越しをお待ちしております。

人のつながりと再会の場

ゼネラルマネジャー

ケリー・リム氏

MIFFで日本の皆さまをお迎えできることをいつもうれしく思っています。長年にわたり、多くの皆さまが私たちと共に歩み、知見を共有し、アイデアを交換し、永続的な絆（きずな）を築いてこられました。そのおかげでMIFFは、家具業界の世界的な再会の場のように感じられるのです。

MIFF2026では、マレーシア、アセアン、アジア、そして世界各国から集う出展者による刺激的なプレゼンティングが実現します。来場者は、精巧に作られたマレーシアの木製家具、革新的な現代コレクション、幅広い市場ニーズに応える新興デザイントレンドなど、豊かで多様な展示をお楽しみいただけます。

日本の出展者は長年、MIFFにおいて重要な役割を果たしてきました。卓越したデザイン、精密な職人技、そして先進的な革新性という伝統を携えて参加し、展示会の国際的な魅力を高めるとともに、日本と世界の家具コミュニティとの間で有意義な交流を促進してきました。

日本とマレーシアの強固かつ長年にわたる貿易関係は、両国の協力の礎（いしずえ）であり続けています。日本はマレーシアの主要な貿易相手国の一つであり、家具業界はこのパートナーシップから、品質、優れたデザイン、持続可能な革新性という共通の価値観を通じて多大な恩恵を受けてきました。MIFFは、ビジネスと文化理解の新たな機会を育むこの二国間交流を誇りをもって支援しています。

しかし、MIFFは単なるビジネス以上のものです。そこにあるのは人とのつながりです。出展者の情熱、新たな発見の興奮、そして世界中から集う顔なじみとの再会の喜びがそこにはあります。クアラルンプールで日本の業界パートナーの皆さまにお会いできることを楽しみにしております。展示会の隅々に温かさ、創造性、そしてインスピレーションが満ちあふれる会場でお待ちしております。

マレーシアの伝統を重んじるとともに、それを現代のデザインに取り込み、クールに洗練しようと試みる作品が多く集まる。

今年は昨年の13ブランドからさらに増えて25ブランドのデザイナー、アーティスト、家具のほかにもホームアクセサリー、ライフスタイルブランド、オーナー作品など展示されるウークショップ形式の場合は、立ち止まって展示品を手に取って触れる来場者で賑わった。

一地元のアーティストをサポートし、ここでしか見られないようなユニークな製品をたくさん見てもらう工夫をしている」と木・氏、展示品は実際に購入することもできる。リサイクル素材の雑貨や、オリジナル・テーシャツ、アップサイクルの家具雑貨、照明ランプ、スピーカー、ライトなどユニークな作品が展示された。ゲームの「カンジン」は完成リサイクルプラスチックを素材としたランバーバックも好評だったという。

xOrdinaryは、単なる展示だけでなく、販売からデザイナー間の交流とコラボレーションまでサポートしている。