EFE®
EXPORT FURNITURE EXHIBITION

9 - 12 March 2019

KLCC • KUALA LUMPUR, MALAYSIA

MEDIA PUBLISHING

JAPAN

総特集号

平成30年（2018年）
4月30日（月）（臨時号）第1734号

発行所／©株式会社 アイク
編集発行人／長島貴好　発行日／旬刊・毎月3日(5日・15日・25日)
一年間購読料[前納料]／本体価格32,407円(税込み35,000円)・海外購読／40,000円(送料込)／本社・〒111-0024東京都台東区今戸2丁目24-7
電話／営業03-3872-8822・編集03-3872-8610・販売03-3872-8745・総務03-3872-8741／FAX 03-3872-8874(代表・営業)、03-3872-8785(編集)
http://www.homeliving.co.jp　E-mail: aik@homeliving.co.jp (日本向け)　oversea@homeliving.co.jp (Only for overseas)

(公社)日本専門新聞協会加盟紙　(昭和47年5月10日第三種郵便物認可)

ホームリビング

家具とホームファニシングの専門紙　THE HOME LIVING

【編集綱領】公平・真実・指針

Platz プラッツ 超低床

東京インテリア 九州初出店
福岡新宮店4月20日オープン

東京インテリア家具（東京都荒川区、利根川弘衛社長）は4月20日、九州初出店で42店舗目となる「東京インテリア家具福岡新宮店」（福岡県糟屋郡新宮町上府北2-6-1）をオープンした。18日にはオープンに先がけて内覧会、記者会見を開催した。

約1万4000㎡の店内には、同社が日本で独占販売する海外ブランド「ヨープ（JOOP!）」など、約3万点の家具・雑貨を揃える。既存店との大きな差別化は図らず、店内前面に雑貨や寝具寝装品、中央から後面に家具を置き、店内の中心部にはカフェを設けた。また、託児所を名古屋本店、大阪本店、神戸店に続いて併設するなど、同店で働く環境の改善にも注力している。近隣にはニトリ、イケアなど低価格の家具を取り扱う競合店が並ぶ。ただし、東京インテリア家具が取り扱う家具の多くは、ミドルからミドルハイといった価格帯であるため、利根川社長は「競争ではなく、共存できる」と強調した。また、「家具店が増えることは、お客様にとっていいこと。『家具を買うのなら新宮町に来ればいい』というに風になるのでは」と述べた。

福岡新宮店は福岡市の中心部から車で30分ほど、最寄り駅のJR新宮中央駅からは徒歩10分ほどの好立地。同社は同店を足掛かりに、九州で多店舗展開する狙いも持つ。利根川社長は「物流の問題からも九州エリアにあと4、5店舗は出店したい。九州で独自の物流ができるようになるには、それぐらいの店舗数が必要」と語った。

①②③ ①日本独占の海外ブランド「ヨープ（JOOP!）」 ②利根川弘衛社長 ③福岡新宮店の外観

「ホームリビング」電子版
本紙の内容がそのまま電子新聞になりました。社内で、出張先で、ご自宅で、ますます便利にご購読いただけます！
紙媒体とセットで１年間¥40,000-（税込） お申込・お問合わせは http://homeliving.co.jp/

国際ニュース＆レポート

市場の最先端をゆく
インターナショナル・ホーム+ハウスウェアショー 2
進化するスマートホーム製品
セミナーや調理実演のライブ配信開始

主催のIHA（インターナショナル・ハウスウェアズ・アソシエーション）デレク・ミラー副社長のインタビューを続ける

――昨年と会場構成などはあまり変わっていないように思えます

ミラー　今回は2016年に21・1億ドルといわれた市場規模は2022年には534・5億ドルに達すると予想されています

はじめは　照明器具を特に変更していません

しかし　昨年から形成しているスマートホームパビリオンを拡張しました　昨年の14社から28社と出展社は倍になりました

スマートホーム製品市場は非常に注目されています　2016年に展からの新たな取り組み　見どころは　ミラー　会場の構成は5334・5億ドルに達すると予想されています

はじめは　照明器具を　スマートフォンでオン・オフできるなど単純な機能のものから始まりましたが、近年ではキッチン家電など複雑なものに進化してきました　今回のパビリオンでも　ボタンを押せば自動で香辛料をブレンドしてスパイスブレンドができる機器なども新たに出展し　注目されました

デレク・ミラー副社長

パビリオンについては　来場・出展者ともに新たな技術を見ることができたと非常に喜んでもらえました

――同パビリオンでは　教育プログラムも実施していましたね

ミラー　スマート・トークスという教育プログラムを5つ実施しました「未来のスマートキッチン」や「ジェンダーマーケティングとスマートホーム」などです　また　今回展からこういったプログラムのWEB上でのライブ配信も始めました。スマート・トークスのほかに、クッキング・シアターの調理実演もライブ配信しました

――フェアのテーマ「イッツスマート」は今年で3年目ですが　手ごたえは

ミラー　「イッツスマート」については、全てにおいて非常に満足しています　当展は　4年ごとにテーマやイメージカラーを変えています　まだ詳細は言えませんが　2020年より新たなテーマを発信します

次号より　注目された出展製品を紹介する

（続く　大塚）

スマートホームパビリオン

スマートフォンと連動して水分量を管理するフラワーポット

EFEの魅力と課題 ③
素材に多くの付加価値が課題
イノベーションに注力

EFEの特性は「マレーシアの家具産業を振興し　世界市場へ輸出する」という一貫した国策催事ということだ　他の同国フェアはアセアンの家具企業や広く国外の家具企業の出展を促進する、製品はホームユースはもとよりコントラクトも展示し　製品は工業素材（樹脂　金属他）と幅広い

しかし　EFEに関してはあくまでもコアにマレーシア国内家具産業という枠組みの中で　政策的に注力されてきた　例えばオープニングセレモニーでマレーシアと中国との間で　家具貿易の5年間に亘る相互振興に関して覚書が交されたが　実際には中国の内需に対し　中国内企業がまかなう部分と同時に　マレーシアのラバーウッドで、シャープなイタリア調の製品を中国へ出荷するなど広範な交流が計画されたようだ

マレーシアはかつては素材の輸出国だったが、加工して付加価値を付けた輸出国となった　と蔡春才マレーシア家具協会長が古い話をした　インドは今から5　6年前はそして覚書が交されたが　実際には中国の内需に対し　中国内企業がまかなう部分と同時に　マレーシアのラバーウッドで、シャープなイタリア調の製品を中国へ出荷するなど広範な交流が計画されたようだ

マレーシアはかつては多くの製品を中国へ出荷していると付言した　ちなみに昨年　デリーフェアを筆者は取材したが、率直にいって家具は見るべきものがなかった　日本市場のレベルでは無理があった。

さて、初日にメディア・ジャッジをしたことは既報した　そのなかで創造性チェックでマットレスメーカーがトップ賞を獲得した　売りはイノベーション、二つあって　ウレタン素材の複合造成活用と電動リクライニングだ　背部　脚部が上下するのは何処にでもある　問題は角度と使用者の感触受けだ

残念ながらデザインやスタイルという面でもうひとつローカル色が強いが　特化するという取り組みと、イノベーションで付加価値を狙うというコンセプトは評価される　OEMの影響もあるだろうが　一点集中という開発スタイルは評価できる

価格は70から80％はロット次第で日本市場で十分にボリュームゾーンの売れ筋になる　と判断した　ただし　販売店サイドでどのように商品としてのミドルまたはリーズナブルゾーン組み込みをしていくかにかかる

（続く　長島）

オープニングセレモニー

電動ベッド

世界へ羽ばたく生産力
――CIFF（広州国際家具博覧会）――②
スマート家具市場広がる
複数の使い方で省スペース

CIFFの会場では　智能家具（スマート家具）の文字を頻繁に目にした　智能家具とは　ベッドにもなるデスクなど　いくつもの使い方ができる家具のこと

今回、3ホールを使用して「定制家具（カスタム家具）＆智能家具ホール」が設けられ　定制および智能家具を訴求する企業が多数出展した　なかには　両者を掛け合わせて定制のスマート化をうたうブースもあった。

智能家具で注目されたのは「代宗師社だ　深圳に本社を　香港に販売・輸出機能を持つ

同社は　世界各国の家具メーカーの智能家具を輸入販売する　イタリアのatim社　米国のMWBS社　フランスのCelio社の3ブランドの中国での総代理店をつとめる　たとえば　atim社はアルミニウム製の家具を主に扱うが　天板が収納式でダイニングテーブルとしても使えるキッチンカウンターなどを製造するメーカーだ。

一代宗師社のブースでは　これら3ブランドの智能家具を展示　来場者は家具を手で動かしてみてその変化に驚いていた

同社の陳社長が推すのは　米国・MWBS社のウォールベッドだ。ホテルなどにある壁から引き出して使うベッドの仕組みを家具に応用したソファの背面上部にある取っ手を引くとシングルサイズのベッドに変貌する　手動だが軽いので　力がなくても簡単に引き出して戻すことができる　上部には収納もあり　一台三役をこなす家具だ　また、ソファ部分がデスクのタイプもある　ほか天板収納式で腰かけや物置としても使えるチェストなど展示した

陳社長によると　智能家具は中国で流行しており　特に昨年あたりから市場拡大に拍車がかかっている　複数の使い方ができるだけでなく収納性に優れているのも特徴で、若年層をターゲットにしているそうだ。

特に大都市圏では若い人が小さな家を買い　コンパクトなスペースでいろいろな楽しみ方をしたいというニーズが増加している　同社も「小空間大生活」のコンセプトで製品を訴求した

日本の住宅事情でも特に都心のマンション向けに、こういった省スペース家具のニーズは多くあるだろう　家具の造りは座面のクッション部などチープさが否めない部分もあるが　コンセプトが日本の都市部の狭い住宅には合致する　同社は現在日本への販売はしていない　ただ　以前は取引実績もあったようで市場開拓への意欲はあるという

（続く　大塚）

㊨㊧MWBS社のウォールベッド

EFE® EXPORT FURNITURE EXHIBITION 马来西亚国际出口家具展
www.efe.my　+603 6270 9332　info@efe.my　EFE Malaysia