

マレーシアの木製家具・木製小物の市場調査

2023年11月

独立行政法人 日本貿易振興機構 クアラルンプール事務所

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

目次

要旨	1
第1章 調査概要	3
1.1 調査の目的	3
1.2 調査分野	3
1.3 調査方法	3
1.4 為替	3
第2章 マレーシアにおける木製家具市場	4
2.1 現地市場規模と将来展望	4
2.2 現地トレンド（コロナ明け以降の最新トレンド）	9
2.3 マレーシアの居住環境	10
2.4 流通チャネル	13
2.5 現地で流通している主なブランドおよび商品	21
2.6 現地国内配送業者・手段	36
2.7 現地輸入規制・関税	37
2.8 木製家具の展示会	38
第3章 マレーシアにおける木製小物市場	40
3.1 現地市場規模と将来展望	40
3.2 現地トレンド（コロナ明け以降の最新トレンド）	42
3.3 流通チャネル	43
3.4 現地で流通している主なブランドおよび商品	44
3.5 配送料	47
3.6 現地輸入規制・関税	48
3.7 木製小物の展示会	48
第4章 マレーシア基本情報	50
4.1 基本情報	50
4.2 消費者・所得	51

要旨

マレーシアの木製製品市場は非常に大きく、中でも木製家具市場は大きな産業となっており、Malaysia Timber Councilによると2020年時点では世界第6位の輸出国である。市場規模は、2022年時点で39.5億米ドル（約5,925億円）、2023年から2028年まで平均7.89%の成長が見込まれている。

輸出も盛んにおこなわれており、2022年160カ国以上に111億4,760万リンギ（約3,567億円）が輸出されている。木製製品の輸出市場の中でも木製家具は40%を占めると期待されている。家具の輸入では、日本は4番目に多く1億5,640万リンギ（約50億円）輸入されおり、シェアは3.2%である。

可処分所得の増加や都市化が進むことにより、高級家具の需要が伸びている。マレーシアの高級家具市場規模は約7.2億米ドル（約1,083億円）と推定される。

家具市場規模の中で一番大きい市場は、リビングルーム用の家具で13.5億米ドル（約2,025億円）であり、家具市場の34%を占めている。IKEAやHarvey Normanなどのマレーシア市場で有名な家具店でリビングルーム用の家具として一番売れているソファは3人掛けのものである。3人掛けソファの価格帯をもとに主要ブランドの価格調査をしたところ、日系企業のニトリ、MUJIはいずれも中～低価格帯（約3万円から10万円程度）のブランドポジションである。一方、欧米ブランドは高価格帯（約20万円以上）のポジションで展開している。

家具の流通チャネルは依然として、オフライン（小売店舗）での販売が8割以上を占める。

マレーシアの木製小物市場の中で市場規模が大きい木製食器と台所用品の市場規模は、2,612万米ドル（約39.1億円）で、家具市場と比べると小さい。

2021年木製食器・台所用品市場において、マレーシアは149万米ドル（約2.2億円）を輸出し、世界第50位の輸出国。また、932万米ドル（約13.9億円）を輸入し、世界第41位の輸入国となっている。

流通チャネルは、オンラインシェアが45.2%であり、2027年までに平均14.3%増加して77.2%となる見込みである。家具と比べてオンラインでの流通チャネル割合が非常に高い。

マレーシアの消費者は、屋外やキッチン、ダイニングよりも、リビングルームと寝室の装飾に費用をかける。また、安くて長く使えない家具よりも、デザインが良くて長く使える家具を好む傾向にある。

木製食器や台所用品は、サステナブルやエコフレンドリーといった環境に配慮した商品

の需要が伸びている。

最新の調査では、マレーシア人の 67%が持続可能なブランドを好むと答えており、ブランドによる環境配慮行動が消費者に対して大きな影響を与えている。

マレーシアの 1 人当たり GDP は、2022 年時点での 1 万 2,364 米ドル（約 185 万円）と中間層の伸長により、消費力が伸びている。また首都クアラルンプールの 1 人当たり GDP は、2022 年時点での 2 万 5,785US ドル（約 386 万円）と日本の福岡県や北海道よりも高い水準である。

都市化が進み、世帯人数が減少している一方、世帯数は増えており、家具市場や木製食器や台所用品は伸びている。さらに人口構成的に今後 3~5 年以内に最初の住宅の購入を準備している数百万人のミレニアル世代がいる。中間層の伸長、都市化、数百万人のミレニアル世代といった状況により、マレーシアの家具産業は長期的に成長すると予測されている。

第1章 調査概要

1.1 調査の目的

2020年3月以降の新型コロナウイルスの感染拡大や、2021年以降のウッドショックや輸送費の高騰は、日本国内の木製家具・小物ビジネスにも大きな影響を及ぼした。コロナ以降、日本企業が次の海外展開先として東南アジア各国を見据えるなか、今後のビジネスの検討にあたり、市場動向を正しく把握する必要がある。

本調査では、マレーシアにおける2分野（①木製家具、②木製小物）の消費市場について、東南アジア向け輸出に関心がある日本企業に情報発信する。

1.2 調査分野

調査分野は、①木製家具、②木製小物の2分野とする。

1.3 調査方法

調査方法は以下の3種による。

- 1) 公に公開されている情報
- 2) 業界団体やマレーシア政府が公表している情報
- 3) 主要企業への聞き取り調査

1.4 為替

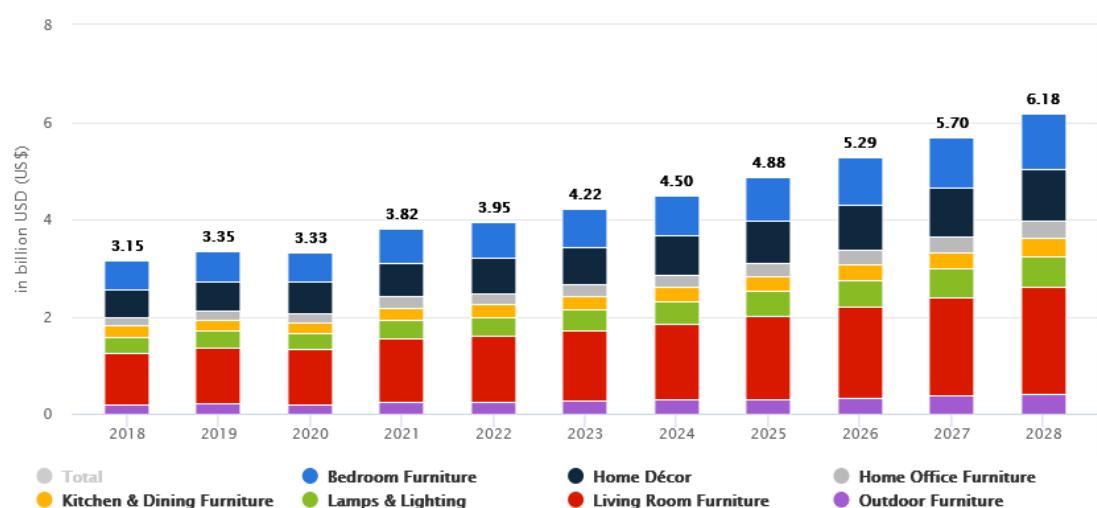
本レポートで使用する為替レートは、1米ドル150円、1マレーシアリンギは32円で算出した日本円を表記している。

第2章 マレーシアにおける木製家具市場

2.1 現地市場規模と将来展望

マレーシアの家具市場は、2022年時点では39.5億米ドル（約5,925億円）、2023年は42.2億米ドル（約6,330億円）に達する見込みである。2023年から2028年まで毎年7.89%の成長が見込まれている。

家具市場の中で、一番市場が大きいのはリビングルーム向けの家具。2022年時点では13.5億米ドル（約2,025億円）であり、家具市場の34%を占めている。



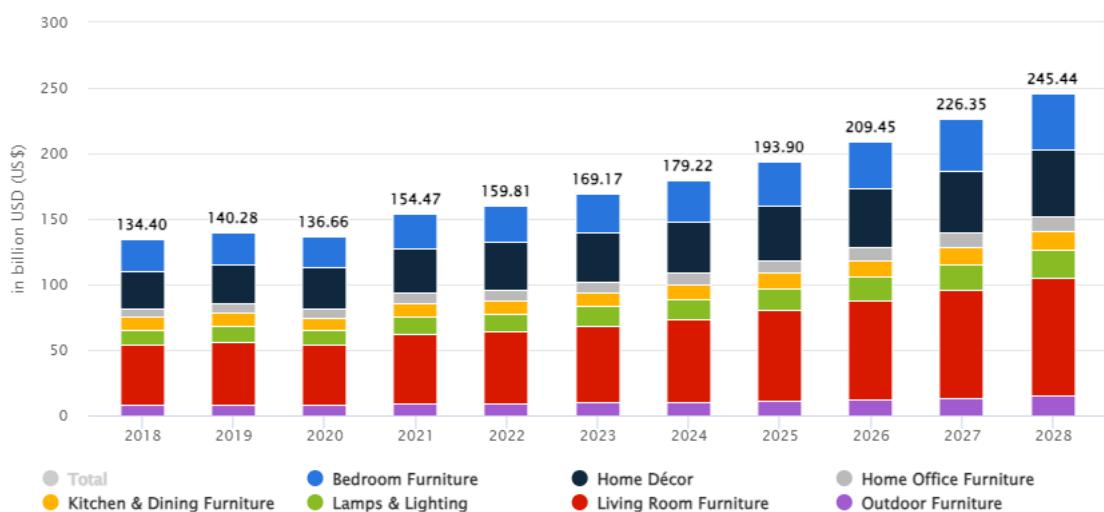
図表 2.1-1 マレーシアにおける家具市場

[出典：Statista]

2021年のthe Global Industry Insights Inc.のレポートによれば、世界の木製家具市場は、2027年までに5,550億米ドル（約83兆2,500億円）に達し、高級家具が広がると見込まれている。

マレーシアの家具産業は、同国経済において重要な役割を果たす強固で重要なセクターである。職人技と多様な製品群で有名なマレーシアは、世界有数の家具輸出国であり、国内外市場で強い存在感を示している。同市場は、木製、金属製、プラスチック製、布張りなど、多種多様な家具スタイルと素材が特徴で、様々な消費者の嗜好に対応している。市場の成長を促す主な要因としては、都市人口の増加、可処分所得の増加、モダンで革新的なデザインの家具に対する需要の高まりなどが挙げられる。同市場はまた、確立されたサプライチェーン、熟練した労働力、家具産業の拡大に対する政府の支援からも恩恵を受けている。マレーシアが家具生産と貿易の世界的なハブとしての地位を確立し続けていることから、家具市

場は同国経済において重要かつ繁栄するセクターであり続けると予想される。加えて、カスタマイズやモジュール式の家具デザインは増加傾向にあり、生活空間にパーソナライズされた柔軟なソリューションを求める消費者に対応している。また、デジタル化が消費者の購買習慣に影響を与え続けていることから、eコマースやオンライン家具ショッピング・プラットフォームも急増している。さらに、スマート家具やホームオートメーション機能の採用は、コネクテッドでハイテクに精通した住宅を目指すトレンドに合致し、牽引力を増している。

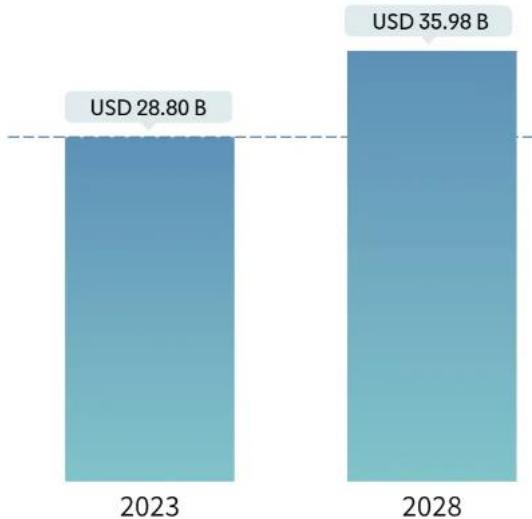


図表 2.1-2 アジアにおける家具市場

[出典：Statista]

アジア全体の家具市場規模は、2022 年に 1,590 億ドル（約 23.8 兆円）、2023 年は 1,690 億米ドル（約 25.3 兆円）に達する見込みである。2023 年から 2028 年まで毎年 7.72% の成長が見込まれている。中でもリビングルーム向けの家具が一番大きい市場で、マレーシア市場と同様に全体の 34% を占めており、2022 年時点で 54.58 億米ドル（約 8,187 万円）である。マレーシアはアジアの家具市場の中で約 2.5% のシェアである。

高級家具市場は、アジア市場で 2023 年に 288.8 億米ドル（約 4.3 兆円）に達する見込みで、2028 年まで毎年 4.55% の成長が見込まれている。マレーシアにおける高級家具市場は、アジア市場のシェア率から考慮すると、約 7.2 億米ドル（約 1,083 億円）と推定される。他のアジア市場と同様に、可処分所得の増加や都市化が進むことで高級な住居に住む人が増え、そうした住居に見合う高級家具の需要が伸びている。なお、本レポートにおける高級家具とは、素材、品質、デザインにこだわった高価格帯の家具としている。



図表 2.1-3 アジアにおける高級家具市場
[出典：Mordor Intelligence]

【マレーシア製商品の輸出】

新型コロナウイルス感染症により業界が直面した多くの課題にもかかわらず、マレーシア木材審議会（Malaysia Timber Council）によると、2022 年の木製家具輸出額は 111 億 4,760 万リンギ(約 3,567 億円)で、前年比 7%増となった。多くの世界経済が苦境に直面している中での増加は、マレーシアの家具に対する需要が底堅く、国際市場におけるマレーシアの評価が依然として高いことを示している。マレーシアの木製家具輸出は、同国の木製製品輸出の約 40%を占めると期待されている。

マレーシア政府は、家具および家具部品の世界トップ 10 輸出国としての地位を固めようとしており、家具部門はマレーシア貿易開発公社（Malaysia External Trade Development Corporation）や Malaysian International Furniture Fair (MIFF) などの見本市イベントを通じて世界市場へ継続的にプロモーションを実施している。



MALAYSIA: EXPORT OF MAJOR TIMBER PRODUCTS TO MAJOR DESTINATIONS

JANUARY - DECEMBER 2022
(RM Million)



図表 2.1-2 木製家具の輸出先 (2022 年 1 月から 7 月)
[出典 : Malaysia International Furniture Fair]

マレーシアで製造された家具のうち 85% は、160 カ国以上に輸出されている。マレーシアで製造されている主なグローバル家具ブランドは、Lorenzo、Benchcraft、Ashley である。

マレーシアの家具産業は、2016 年時点で生産額が世界 17 位、輸出額 9 位、輸入額 30 位、消費額 26 位と比較的上位に位置している。輸出先は、米国が 32.9% と非常に多く、次に日本が 8.5% である。輸入は、中国からが 56.4%、続いてインドネシアが 6.6%、タイが 6.4%、日本が 5.5% の順で、中国が圧倒的なシェアを占めている。

The furniture sector. Million of US\$											Malaysia
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Ranking**
Production	3,531	2,930	3,529	3,751	3,940	3,747	3,911	3,572	3,691	3,679	17
Exports	2,602	2,155	2,459	2,496	2,580	2,317	2,432	2,325	2,278	2,323	9
Imports	397	288	388	416	437	467	494	554	576	633	30
Consumption*	1,326	1,063	1,458	1,671	1,797	1,897	1,973	1,801	1,988	1,990	26

* Apparent consumption = Production – Exports + Imports
** Ranking among 100 countries, last available year
Sources: CSIL, UN Comtrade database, DESA/UNSD, DOSM
2017: tentative estimates

図表 2.1-3 マレーシアの家具産業の市場規模 (2008 年から 2017 年)
[出典 : Furniture & Furnishing Export International]



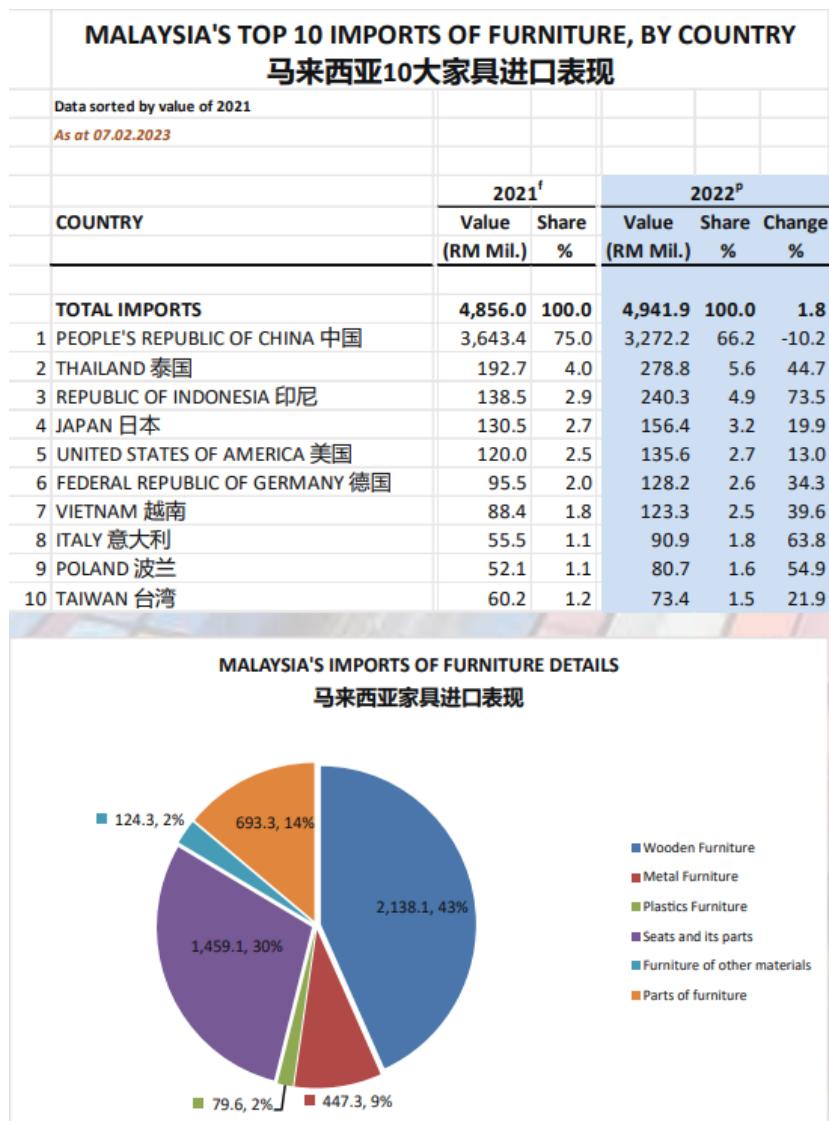
Source: CSIL. Data are for the last available year

図表 2.1-4 マレーシアの家具輸出先および輸入元（2017 年）

[出典：Furniture & Furnishing Export International]

2021 年と 2022 年の実績を見ると、日本は輸入元ランキングで 4 位を維持しており、1 億 5,640 万リンギ（約 50 億円）、シェアは 3.2%、2022 年は 21 年と比較して約 20% 増加している。輸入元ランキングは、2017 年度のデータと比較しても中国がさらにシェアを伸ばしており圧倒的な 1 位であり、2021 年で 75%、2022 年で 66.2% と大幅なシェアを獲得している。

輸入家具のうち、43% は木製家具を占めており、自国のブランドだけでなく、輸入商品でも木製家具は人気の市場である。



図表 2.1-5 マレーシアにおける家具輸入元（2021 年と 2022 年）

[出典：Malaysia Furniture Council]

2.2 現地トレンド（コロナ明け以降の最新トレンド）

2021 年、家具市場は大幅な成長を遂げたが、主な要因は多くの人が家にいる必要があった新型コロナウイルス感染症の制限によると考えられる。新型コロナウイルス感染症の対策として導入された都市封鎖措置（ロックダウン）は、人々の生活スタイルに影響をあたえ、家の生活をより快適にしたいという意欲につながった。またホームオフィスとしての活用が広がったため、家具の売り上げも増加した。

2022年は、新型コロナウイルス感染症に関する規制の緩和、物価上昇、燃料・エネルギー価格の高騰により、家具市場の成長には下押し圧力がかかると予想されたが、市場規模は成長した。今後3～5年以内に最初の住宅の購入を準備している数百万人のミレニアル世代がいるため、家具産業はマレーシアにおいて長期的に成長すると予測されている。小売業者は市場シェアを獲得するためにミレニアル世代の消費者購買行動に注意を払っている。

マレーシアの消費者は、屋外やキッチン、ダイニングよりも、リビングルームと寝室の装飾に費用をかける。また、安くて長く使えない家具よりも、デザインが良くて長く使える家具を好む。しかしながら、現在はインフレの影響により多くの顧客が価格を重視し、安い家具を購入する傾向がある。消費者は予算内に抑えるためにいくつもの店を回って価格を比較している。

2.3 マレーシアの居住環境

マレーシアの家の平均サイズは、1,264 平方フィート（約 117 m²）と ASEAN の中でも最も大きく、世界の中でも 9 番目と上位に位置している。世帯人数は、年々都市化が進んでいく影響で 2009 年より減少傾向にあり、2022 年時点で 3.8 人である。世帯数は 2022 年時点で 790 万世帯、2019 年から 60 万世帯増加している。

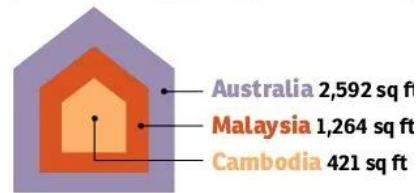
マレーシアの住居における賃貸は、オーナー（貸し手）が家具をそろえているケースが主流であり、すべての部屋に家具（テーブル、デスク、椅子、ベッドなど）が据え付けられているケースが多い。

Average house size
(selected ASEAN countries)

RANK	COUNTRY	SIZE (SQ FT)
1	Malaysia	1,264
2	Singapore	1,162
3	Thailand	1,033
4	Vietnam	777
5	Philippines	646
6	Indonesia	428
7	Cambodia	421

Top 10 countries with the largest average house size

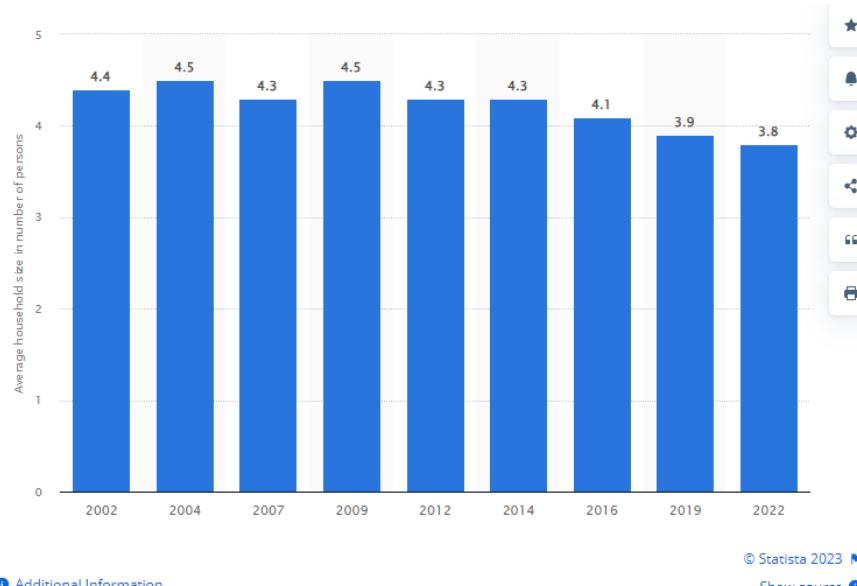
RANK	COUNTRY	SIZE (SQ FT)
1	Australia	2,592
2	USA	2,163
3	Canada	1,948
4	Cyprus	1,628
5	New Zealand	1,604
6	Mexico	1,522
7	Turkey	1,489
8	Ireland	1,303
9	Malaysia	1,264
10	Denmark	1,229



SOURCE: VALUATION AND PROPERTY SERVICES DEPARTMENT, UNCHS AND THE WORLD BANK

図表 2.3-1 マレーシアの家の平均サイズと国別ランキング (2017 年)

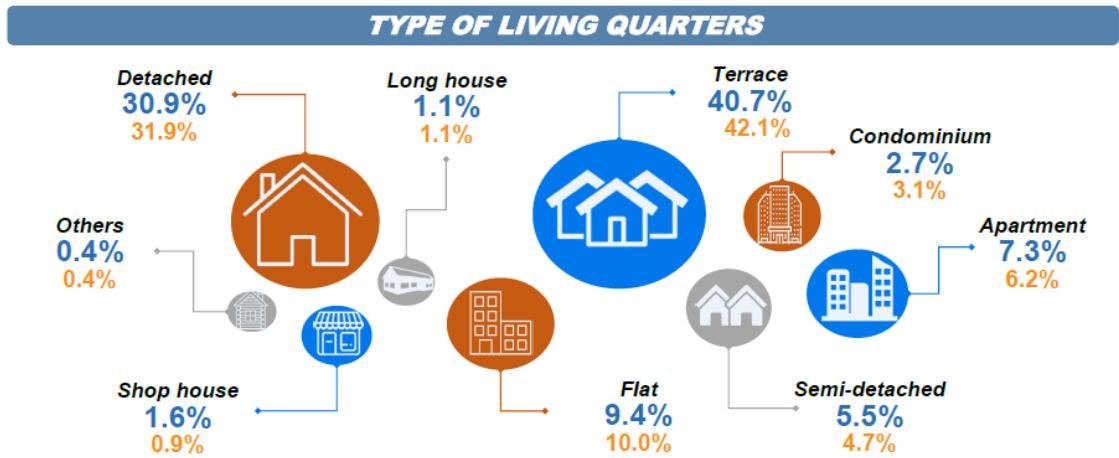
[出典 : Edge Prop]



図表 2.3-2 マレーシアの平均世帯人数

[出典 : Statista]

マレーシアの居住タイプは、テラスハウス（連棟式住宅）が一番多く、2019年（表内の青色数字で表示）で40.7%、次に一戸建て30.9%、アパート9.4%の順で多い。



図表 2.3-3 マレーシアの居住形態
[出典：Department of Statistics Malaysia]

参考までにマレーシアで導入されているリビングのデザインを紹介する。

- ・ミニマリストデザイン
- ・モダンデザイン
- ・トラディショナルデザイン
- ・スカンジナビアデザイン
- ・インダストリアルデザイン

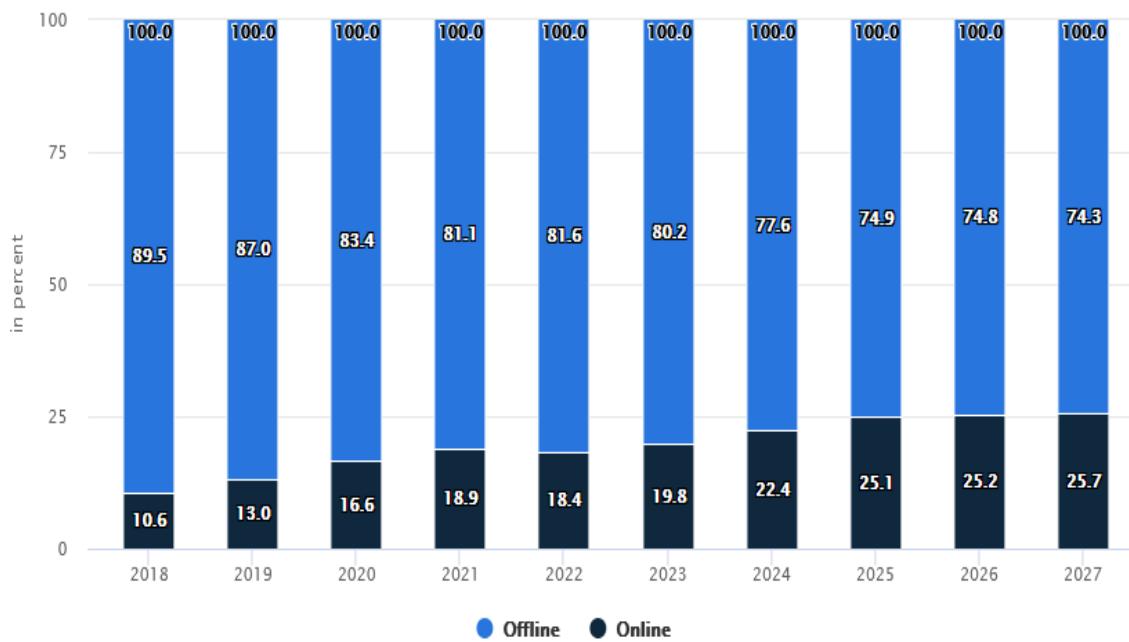
参考リンク：<https://www.recommend.my/blog/what-are-the-most-common-interior-styles-in-malaysia/>

また、マレーシアのインテリアデザインアワード MIID REKA Awards2021 で表彰されたデザインを紹介する。MIID REKA Awards とはマレーシアのインテリアデザイン業界の代表団体であるマレーシア・インテリアデザイナー協会（MIID）によって設立された賞で、優れたインテリアデザインのアイデアを評価すること目的としている。

参考リンク：<https://www.miidrekaawards.com.my/2021-winners>

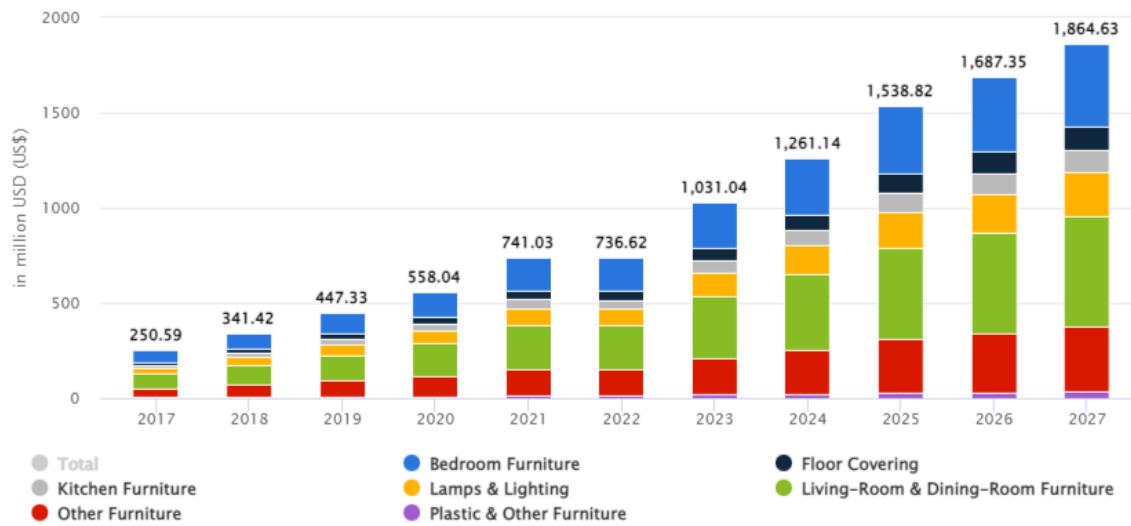
2.4 流通チャネル

家具の流通チャネルは依然として、オフライン（小売店舗）での販売が8割以上を占めているが、コロナ禍でオンラインでの販売シェアが2%以上増加し、2022年時点では18.4%となっている。オンラインでの購入割合が増える一方で、購買客の3～5%は購入した商品のデザイン、サイズ、色が期待していたものと異なっていたという理由で不満を抱いている。



図表 2.4-1 流通チャネル割合

[出典：Statista]



図表 2.4-2 家具のオンライン販売規模
[出典：Malaysia International Furniture Fair]

eコマースでの販売は、2023年の10億3,100万米ドル（約1,546億円）から2027年には18億6,500万米ドル（約2,797億円）とほぼ倍増し、今後5年間の年平均成長率は15.9%に達すると予測されている。

様々な場所で家具を購入することができる中で、人気の家具店は下記の通りである。

1. Ruma Home : <https://ruma-home.com/>

マレーシア発の家具店で、「家は法外に高価であるべきではなく、自分の手の届く範囲にあるべきだ」と考える熱心な家具愛好家グループによって運営されている。椅子、テーブル、キャビネット、ガラス製品、壁掛けアートなど、現代的でモダンなデザインの家具がリーズナブルな価格で手に入る。さらに、ニーズに合わせて、素材、デザイン等のカスタマイズやサイズ変更も可能である。



図表 2.4-3 Ruma Home の店舗

[出典：Ruma-Home]

2. Commune : <https://thecommunelife.com.my/>

シンガポール発の家具店で、マレーシアとベトナムに自社工場を持っている。アジアをルーツとする世界的なデザインを紹介しながら、高品質で優れた家具をリーズナブルな価格で提供することに特化している。また、無駄な廃棄物を出さない持続可能な取り組みも高く評価されている。カウチソファ、ベッドルームセット、その他家庭用家具など、豊富な品揃え。また、バンドル・セールやオンライン限定商品など、スペシャル・オファーも定期的に実施している。



図表 2.4-4 Commune の店舗

[出典：CommuneKL]

3. TuahWood & Group : <https://tuahwood.ecwid.com/>

建築・インテリアデザインから、建築工事、内装工事、家具のデザイン、製造に至るまで顧客にワンストップでソリューションを提供しているマレーシア発の企業である。木製家具とスチール製家具を幅広く製造しており、インテリアデザイン、リフォーム、建築、電気工事など、30人以上の専門家を揃えている。モダン・インダストリアル・デザインを得意としており、コーヒーテーブル、ベッドフレーム、キャビネットなど、無垢材のような高品質の素材で作られたコレクションが多い。



図表 2.4-5 TuahWood & Group のショールーム

[出典 : TuahWood & Group]

4. Joy Design Studio : <https://www.joyd.my/>

顧客とメーカーをつなぐマレーシア発の家具屋で、同じ商品でも他の小売店より安く提供している。モダン、レトロ、ラグジュアリーな物からミニマルなスカンジナビアスタイルまで、幅広く商品を提供している。



図表 2.4-6 Joy Design Studio の店舗
[出典 : Joy Design Studio]

5. BoConcept : <http://www.boconcept.com.my/>

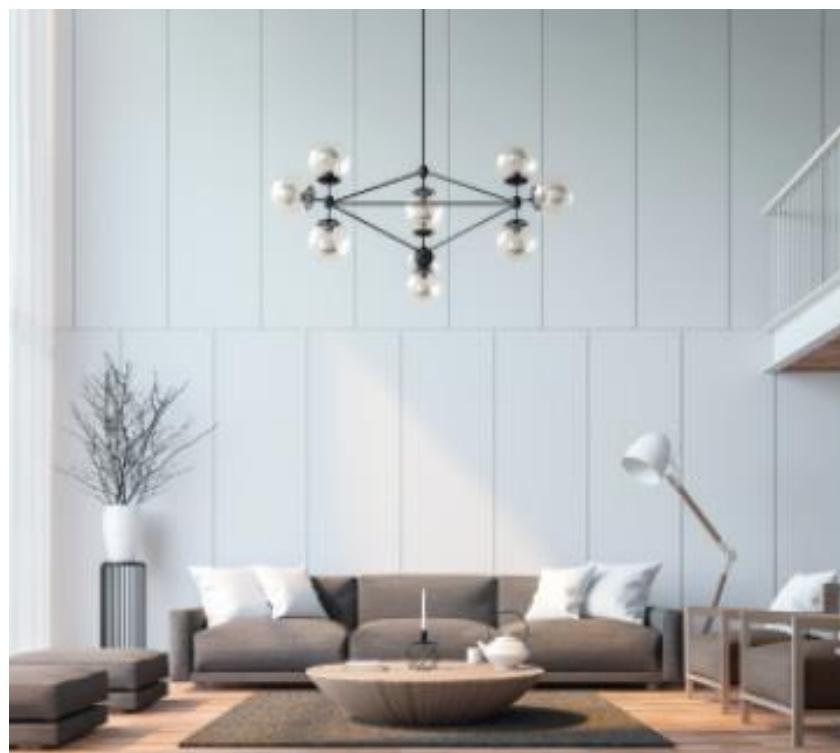
BoConcept はデンマーク発の家具ブランドで、1952 年に誕生し、現在では世界 60 カ国以上に 300 店舗近くを展開するプレミアム・リテール・ライフスタイル・ブランドである。コンテンポラリーな家具、インテリア用品や照明器具を、リビング、ダイニング、寝室、ホームオフィス、アウトドアスペース向けにデザイン、製造、販売している。また、自宅や店舗の包括的なインテリア・デザイン・サービスにより、顧客のパーソナルな住まいづくりのサポートもしている。マレーシアでは 1 店舗を展開中。



図表 2.4-7 BoConcept の店舗
[出典 : BoConcept]

6. Lavino : <https://www.lavino.com.my/>

マレーシア最大級のマレーシア発有名家具店である。快適で使い勝手がよく、費用対効果の高い商品を顧客に提供し、家を住まいへと変えることを目指している。ソファセット、ダイニングセット、ベッドルームセット、マットレス、ベッドフレームなど、1万点以上の家具とインテリア商品を提供している。さらに、購入から14日以内に、同じ商品が他でより安く売られているのを発見した場合は、差額を返金するサービスも提供している。



図表 2.4-8 Lavino のリビングルームデザイン

[出典：Lavino]

7. KOME Furniture : <https://komefurniture.com/>

マレーシア発の家具店で、何世紀にもわたって受け継がれてきた木工の伝統と最先端の製造技術を融合させ、優れたデザインと長期的な品質を顧客に提供することを目指し、様々なデザインの高級家具を開発している。オーダーメイド・サービスを提供している。



図表 2.4-9 KOME の店舗
[出典 : Kome Furniture]

8. MajuHome Concept : <https://online.majuhome.com.my/> :

マレーシア発の家具店で、マレーシアの様々な嗜好や住宅デザインの美学に対応した多種多様な家具オプションを提供してきており、2019 年に BRAND LAURETTE による Best Brand in Total Furniture Solution の受賞歴もある。高級家具だけでなく、子供向けのデザインも豊富に提供。キッチン、寝室からリビングホールまで、必要なものはすべて揃えており、ホームデコレーションコレクションのセールを頻繁に開催している。



図表 2.4-10 Maju Home の店舗
[出典 : Maju Home]

9. Kinsen Home : <https://www.kinsen.com.my/>

マレーシア発の家具店で、スタイリッシュでありながらリーズナブルな価格の家具を販売している。優れたデザインは手ごろな価格であるべきだと考え、低価格で快適なショッピング体験を顧客に提供することを目指している。ソファやダイニングセットなどの主力商品のほか、サイドテーブル、テレビボード、モダンなカーペットなども取り扱っている。また、自社製のマットレスなど、寝具の品揃えも豊富である。



図表 2.4-11 Kinsen Home の店舗

[出典 : Kinsen Home]

10. MOCOF : <https://www.mocof.com.my/>

省スペースの家具として知られる自社レーベル「SPAZE (スパゼ)」を通じて、あらゆるインスピレーションを実現する革新的な家具を専門としている。収納式ベッドやデスク、オーダーメイドのキッチンキャビネット、クローゼット、ベッドシーツなどのユニークな製品を販売している。素材はすべて欧州から取り寄せ、最高の品質を保証している。



図表 2.4-12 MOCOF の収納式ベッド
[出典：MOCOF]

2.5 現地で流通している主なブランドおよび商品

マレーシアの家具市場には、大企業からブティック・メーカーまで、多様な主要プレーヤーが存在する。著名な国内メーカーには、幅広い家具製品で知られる Lii Hen Industries Berhad や、組み立て式家具を専門とする Poh Huat Resources Holdings Berhad などがある。

強い存在感と忠実な顧客基盤を持つ IKEA のような国際ブランドもある。さらに、チェリーニ (Cellini) やキアン・コントラクト (Kian Contract) のような小規模でブティック的な家具メーカーも、革新的なデザインと質の高い職人技で認知度を高めている。こうした様々なプレーヤーが共存することで、市場の多様性が浮き彫りにされ、手頃で実用的な選択肢からハイエンドでデザイン重視の家具まで、幅広い消費者の嗜好に対応している。

またマレーシアにおいて家具は住宅、商業、工業の各分野で幅広い用途で使用されている。住宅分野では、寝室、リビングルーム、ダイニングエリア、キッチンの家具ソリューションを提供し、伝統的なものからモダンなものまで様々なスタイルを取り揃えている。ホームオフィスやワークスペース用の家具は、特にリモートワークの台頭とともに重要性を増している。また、屋外用家具やパティオ（中庭）用家具のニーズにも対応しており、庭、バルコニー、レクリエーション・スペース用のオプションがある。商業分野では、オフィス、ホテル、レストラン、カフェで家具が利用されており、機能性と美観の両方が重視されている。産業分野では、耐久性と実用性を重視し、工場、倉庫、研究所向けの家具が生産されている。このように多様な用途があることから、マレーシアの家具産業自体も多様化し、消費者や企業の幅広いニーズに応えている。

【主なブランドと商品】



LII HEN

木をベースにした様々な商品を製造する総合家具メーカー。15年以上の歴史を持つマレーシアの主要な家具メーカーのひとつ。"MEGA FURNITURE"というブランド名のもと、家庭用家具からオフィス家具までを取り扱う。同社の製品は、米国、オーストラリア、中東、英国、その他多くの国際市場に展開されている。

<https://liihenfurniture.com/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋 1 位. Wooden sofa set 價格: RM4,290 (約 13.7 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Fabric sofa set 價格: RM3,890 (約 12.4 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Wood sofa set 02 價格: RM4,590 (約 14.6 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Dine set 03 價格: RM3,290 (約 10.5 万円)
- ② 売れ筋 2 位. TC1190& C532-24 價格: RM1,890 (約 6 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. TC1191 & C503 價格: RM1,790 (約 5.7 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1 位. CO106 & CO107 價格: RM899 (約 2.8 万円)
- ② 売れ筋 2 位. 3PC coffee table set 價格: RM999 (約 3.2 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. CO108 & CO109 價格: RM599 (約 1.9 万円)

テレビボード

- ① 売れ筋 1 位. TV502 價格: RM1,190 (約 3.8 万円)
- ② 売れ筋 2 位. TV506 價格: RM1,890 (約 6 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. TV Console 價格: RM390 (約 1.2 万円)



Poh Huat Resources Holdings は、東南アジアで木製家具および関連製品の加工、製造、取引、販売を行っている。オフィスシステム、ベッドルームセット、ダイニングルームセット、ホームエンターテイメントセットなどのホームファニチャーシステムを提供。AT Office System と AT Home System のブランド名で製品を提供している。

<https://www.pohhuat.com/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋 1 位. Lovell 價格: RM3,999 (約 12.8 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Satah 價格: RM2,399 (約 7.7 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Itza 價格: RM5,299 (約 16.5 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Solid wood table 價格: RM2,999 (約 9.6 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Modish table 價格: RM749 (約 2.4 万円)

Kian®

KIAN Contract は、商業施設、特に飲食店、ホスピタリティ、教育施設向けの屋内外家具を提供するリーディングカンパニー。コントラクト家具のスペシャリストで、堅牢で耐久性に優れた業務用家具を専門に提供している。レストランやカフェ向けの高品質な家具のサプライヤーとして、長年にわたり世界的な評価を得ており、F&B 業界だけでも世界 400 以上のブランドを顧客に持つ。マクドナルド・ワールドワイドは、10 年にわたる顧客である。

<https://kiancontract.com.my/>



家具業界において 70 年以上の革新と経験を誇る Ashley Furniture は、世界最大の家庭用家具メーカー。Ashley Furniture Home Store は米国最大の小売業者であり、世界最大の売上を誇る家具店ブランドである。Ashley Furniture は 123 カ国で高品質の家庭用家具を販売し、世界中に 1,000 以上の店舗を構えている。

Hauslife Furniture Sdn. Bhd. は、マレーシアにおける Ashley Furniture Home Store の単独ライセンサーである。マレーシアに製造工場を持ち国外へ輸出している。

<https://store.ashleyfurniture.com.my/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋 1 位. Reevesville 3+2 價格: RM8,899 (約 28.5 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Dandrea 3+2 價格: RM7,899 (約 25.3 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Armead 3+2 價格: RM5,499 (約 17.6 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Brewgan + 6 chairs 價格: RM7,899 (約 25.3 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Marsilona + 4 chairs 價格: RM6,700 (約 21.4 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Flynnnter + 4 chairs& 1 bench 價格: RM5,699 (約 18.2 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1 位. Pacific View 價格: RM1,699 (約 5.4 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Cariton 價格: RM1,199 (約 3.8 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Valibry 價格: RM1,899 (約 6.1 万円)

サイドボード

- ① 売れ筋 1 位. Starmore 價格: RM2,999 (約 9.6 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Chanceen 價格: RM2,699 (約 8.6 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Chansifield 價格: RM3,599 (約 11.5 万円)



スウェーデン発の家具量販店。安いものから高価なものまで幅広い商品展開をしているため全世代に人気。デザインはモダンかつシンプルである。購入前に実際に触って体験できるショールームを提供し、時間をかけて家具を選べるショッピング環境を整えている。現在マレーシアに4店舗展開中。

<https://www.ikea.com/my/en/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋1位. 3-seater sofa. 價格: RM1,995 (約6.4万円)
- ② 売れ筋2位. 3-seater sofa. 價格: RM2,295 (約7.3万円)
- ③ 売れ筋3位. 3-seater sofa. 價格: RM4,495 (約14.3万円)

テーブル

- ① 売れ筋1位. Coffee table. 價格: RM999 (約3.2万円)
- ② 売れ筋2位. Coffee table. 價格: RM299 (約0.9万円)

テレビボード

- ① 売れ筋1位. TV cabinet and wall cabinet set 價格: RM1,450 (約4.6万円)
- ② 売れ筋2位. TV cabinet 價格: RM1,990 (約6.4万円)
- ③ 売れ筋3位. TV cabinet 價格: RM599 (約1.9万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋1位. Dining table 價格: RM2,639 (約8.4万円)
- ② 売れ筋2位. Dining table 價格: RM1,999 (約6.4万円)

・キャビネット

- ① 売れ筋 1 位. Sideboard 價格: RM695 (約 2.2 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Cabinet wall type 價格: RM529 (約 1.7 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Sideboard with glass door 價格: RM469 (約 1.5 万円)

ワードローブ

- ① 売れ筋 1 位. Sliding wardrobe 價格: RM3,340 (約 10.6 万円)
- ② 売れ筋 2 位. 3 door wardrobe 價格: RM1,894 (約 6 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Wardrobe combination 價格: RM3,100 (約 9.9 万円)

Harvey Norman

家具と電化製品を販売するオーストラリアの企業で、2003 年からマレーシアに進出。ターゲット顧客は中高所得層として、様々なブランドと提携。現在全国に 26 店舗展開中。

<https://www.harveynorman.com.my/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋 1 位. 3 seater sofa 價格: RM5,996 (約 17.9 万円)
- ② 売れ筋 2 位. 3 seater sofa 價格: RM7,996 (約 25.5 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. 3 seater sofa 價格: RM1,696 (約 5.4 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1 位. Coffee table 價格: RM993 (約 3.1 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Coffee table 價格: RM1,693 (約 5.4 万円)
- ③ This model TEDD comes with TV cabinet: RM2,393 (約 7.6 万円)

and sideboard: RM2,793 (約 8.9 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Dining table 價格: RM1,193 (約 3.8 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Dining table 價格: RM2,293 (約 7.3 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Dining table 價格: RM3,493 (約 11.1 万円)



先述の通り。

<https://online.majuhome.com.my/>

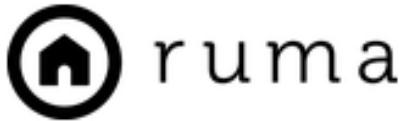
・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）
ソファ

- ① 売れ筋 1 位. 3 seater sofa 價格: RM6,319 (約 20.2 万円)
 - ② 売れ筋 2 位. 3 seater sofa 價格: RM17,399 (約 55.6 万円)
- ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Dining table 價格: RM3,798 (約 12.1 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Dining table 價格: RM2,499 (約 8 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Dining table 價格: RM2,999 (約 9.6 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1 位. Solid wood table 價格: RM7,600 (約 2.4 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Coffee table 價格: RM3,998 (約 12.8 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Coffee table 價格: RM1,399 (約 4.5 万円)



マレーシアのモダン・都会的なデザイナーの家具ショップで、現在クアラルンプールには2店舗を持つ。新築で住宅やマンションを持ち始めた若者がターゲット。専属のデザイナーを雇用し、スタイリッシュでシックな家具をリーズナブルな価格で提供している。

<https://ruma-home.com/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋 1位. 3 seater sofa 價格: RM2,290 (約 7.3 万円)
- ② 売れ筋 2位. 3 seater sofa 價格: RM2,990 (約 9.6 万円)
- ③ 売れ筋 3位. 3 seater sofa 價格: RM5,850 (約 18.7 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1位. Dining table 價格: RM1,399 (約 4.5 万円)
- ② 売れ筋 2位. Dining table 價格: RM599 (約 1.9 万円)
- ③ 売れ筋 3位. Dining table 價格: RM1,190 (約 3.8 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1位. Coffee table 價格: RM659 (約 2.1 万円)
- ② 売れ筋 2位. Coffee table 價格: RM429 (約 1.4 万円)
- ③ 売れ筋 3位. Coffee table 價格: RM930 (約 2.9 万円)

テレビボード

- ① 売れ筋 1位. TV cabinet 價格: RM1,590 (約 5.1 万円)
- ② 売れ筋 2位. TV cabinet 價格: RM2,350 (約 7.5 万円)
- ③ 売れ筋 3位. TV cabinet 價格: RM1,990 (約 6.4 万円)



2022年1月マレーシアに進出し、現在主要都市を中心に全国9店舗を展開している。全世界では650店舗以上を展開。デザインはコンパクトでシンプルな和モダンスタイルで、手軽に収納できるアイテムには強いが、ソファやベッドなどの大型家具に関しては、一般的な家具のショールームに比べてサイズが小さめのものを展開している。

<https://www.nitori.my/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）

ソファ

- ① 売れ筋1位. L shape sofa 價格: RM4,199 (約13.4万円)
- ② 売れ筋2位. L shape sofa 價格: RM4,999 (約16万円)
- ③ 売れ筋3位. L shape sofa 價格: RM7,499 (約24万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋1位. Dining table 價格: RM1,099 (約3.5万円)
- ② 売れ筋2位. Dining table + 4 chairs 價格: RM3,199 (約10.2万円)
- ③ 売れ筋2位. Dining table + 4 chairs 價格: RM3,899 (約12.5万円)

テレビ台

- ① 売れ筋 1 位. TV cabinet 價格: RM1,999 (約 6.4 万円)
- ② 売れ筋 2 位. TV cabinet 價格: RM1,999 (約 6.4 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. TV cabinet 價格: RM1,799 (約 5.8 万円)

よく売れているテーブルおよび棚

- ① Coffee table 價格: RM1,999 (約 6.4 万円)
- ② Shelf ladder rack 價格: 4 tier RM249 (約 0.8 万円) , 3 tier RM199 (約 0.6 万円)



CELLINI は高所得層をターゲットとしてソファセットやダイニングセットを中心に販売。どちらもユニークなデザインを製品に取り入れ、高品質な仕上げを施している。ブランドのポジショニングはハイエンド・プレミアムに位置付けている。

<https://www.cellini.com.my/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）
ソファ

- ① 売れ筋 1 位. L shape sofa 價格: RM29,780 (約 95.3 万円)
- ② 売れ筋 2 位. 4 seater sofa 價格: RM11,700 (約 37.4 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. 3 seater sofa 價格: RM9,940 (約 31.8 万円)

ダイニングテーブル

- ① Carrara Quartz Top Dining Table With Marble Accents 價格 RM9,598 (約 30.7 万円)



イタリアのデザインを踏襲し、顧客の要望に応えて、一流の職人と素材で家具を製造している。ブランドのポジショニングはハイエンド・プレミアムに位置付けている。

<https://www.rozel.com.my/>

・参考商品情報

ソファ

063-KK-KF.006 價格 RM19,900 (約 63.7 万円)

ダイニングテーブル

084-PWDT-183 價格 RM4,590 (約 14.9 万円)



先述の通り。

<https://www.boconcept.com/ms-my/>

・参考商品情報（ストアマネージャーへのインタビューより売れ筋商品を確認）
ソファ

- ① 売れ筋 1 位. Bergamo sofa 價格: RM52,355 (約 167.5 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Modena sofa 價格: RM11,260 (約 36 万円)

ダイニングテーブル

- ① 売れ筋 1 位. Alicante table 價格: RM26,295 (約 84.1 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Hauge dining table 價格: RM12,495 (約 40 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Augusta table 價格: RM14,995 (約 47.9 万円)

テーブル

- ① 売れ筋 1 位. Santiago coffee table 價格: RM4,695 (約 15 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Lugo coffee table 價格: RM5,245 (約 16.8 万円)
- ③ 売れ筋 3 位. Sevilla coffee table 價格: RM7,495 (約 24 万円)

サイドボード

- ① 売れ筋 1 位. Ottawa Sideboard 價格: RM16,953 (約 54.2 万円)
- ② 売れ筋 2 位. Lugano Sideboard 價格: RM11,895 (約 38 万円)

LORENZO

ロレンツォは1983年創業のブランド家具小売業である。品質と卓越性という伝統を守ることを約束する同グループは、コンセプト家具の設計、製造、組立、流通をグループ内で一貫して提供している。世界中の直営店およびライセンス・リテイリング（LRS）店舗を通じてブランドプレゼンスを確立することで、新興消費者ブランドとしての地位を築く。

ほとんどの製品を自社ブランド「ロレンツォ」として販売。特徴ある商品はブランド名を分けて販売しており、クラシックな革張りソファの「ダンテ」と木製製品の「エンツォ」がある。「エンツォ」ブランドには、リビングルーム、ダイニングルーム、ベッドルーム用の家具がある。マレーシアに工場を持ち、輸出している。

<https://www.lorenzo-international.com.my/>

・参考商品情報（画像はホームページより）

ソファ：[2.5 Seater Sofa] RM3,784 (約 12.1 万円)

ダイニングテーブル：[6 Seaters Dining Set] RM6,848 (約 21.9 万円)



SSF HOMES はマレーシア現地のブランドで、1989 年に創業し、現在マレーシア全国に

41 店舗を展開している。価格帯は中所得層をターゲットとしている。商品の多くはベトナムや中国から輸入している。

<https://ssfhome.com/>

・参考情報

ソファ：3 Seater Sofa . 價格: RM1,110 (約 3.6 万円)

ダイニングテーブル：7pcs Dining Set . 價格: RM2,699 (約 8.6 万円)

MUJI 無印良品

2011 年 4 月にマレーシアに進出し、現在クアラルンプール首都圏の主要なショッピングモールに 7 店舗展開中。

<https://www.muji.com/my/>

・参考商品情報

ソファ：

URETHANE / POCKET COIL / 2.5S W193*D90.5*H70cm 價格: RM2,499 (約 8 万円)

テーブル：Living dining table 3 / Walnut W150*D80*H60cm 價格: RM2,199 (約 7 万円)

fortytwo

家具からインテリアまで 2 万点以上のアイテムを提供するオンライン販売専門店。顧客のほとんどは若い世代の低所得層である。

<https://www.fortytwo.my/>

・参考商品情報

ソファ : Faybian 3 Seater Sofa (Taupe) RM1,875 (約 6 万円)

テーブル : Marcus Dining Set(1+4) RM499 (約 1.6 万円)

家具市場規模の中で一番大きい市場であるリビングルームでなかでも 3 人掛けソファの価格帯をもとに作成した各ブランドのポジショニングマップは下図の通り。縦軸は価格の高低、横軸は商品の多少としたところ、日系企業のニトリ、MUJI はいずれも中から安い価格帯の商品展開をしている。一方、欧米ブランドは高価格帯の商品を展開している。



図表 2.5-1 家具ブランドのポジショニングマップ

[出典：ふあん・じゃぱん株式会社作成]

※価格の目安：安い 1,000 リンギ（約 3.2 万円）

高い 6,000 リンギ以上（約 19.2 万円）

中間が 3,000 リンギ（約 9.6 万円）

2.6 現地国内配達業者・手段

基本的に家具会社や販売店は自身で顧客への配達サービスを提供している。イケアやニトリのようにサードパーティのサービスを利用して顧客への配達を外部委託する企業は稀であり、ほとんどの企業は自社トラックを所有し、マレーシア国内の顧客に商品を発送して

いる。

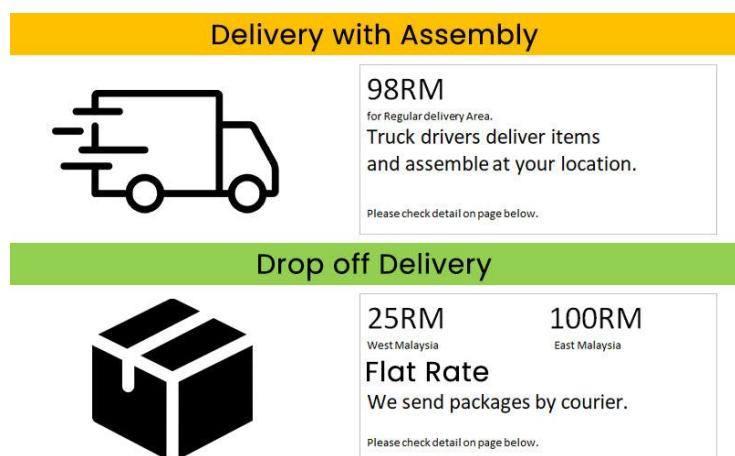
- ・IKEA のデリバリーサービス

地域別に配送料金が分かれる。

マレー半島 (West Malaysia) : Zone A : RM98 (約 3,136 円)、Zone B : RM163 (約 5,216 円)、
Zone C : RM258 (約 8,256 円)

- ・NITORI のデリバリーサービス

配送場所によるが、通常は RM98(約 3,136 円)と IKEA と同じ価格でサービスを提供している。また、小包は 25 リンギ (約 800 円) で配送している。



図表 2.7-1 NITORI による配送サービスメニューと価格

[出典 : NITORI]

2.7 現地輸入規制・関税

マレーシアへの木製家具輸出は、輸入者が通常の輸入申請をすることで可能。HS コードは 9403.60.9000、関税は 0% (FTA による特恵税率を受けられる可能性有)、SST (売上税) は 10% となる。ただし、ワシントン条約で定められている原料を使用している場合は、Malaysian Timber Industry Board (MTIB) に輸入許可申請をする必要がある。

2.8 木製家具の展示会



- Malaysia International Furniture Fair

<https://www.miff.com.my/>

マレーシア国際家具見本市（MIFF）は、出展者数において、東南アジアで No.1、世界でも常に、トップ 10 に入る家具見本市である。毎年、世界中から出展者とバイヤーが集まっており、1995 年の初開催以来、MIFF は何十万人もの参加者にビジネスとネットワーキングの機会を提供している。

600⁺ Exhibitors 14 Countries/Regions	20000⁺ Trade Visitors	6000⁺ International Buyers	140 Countries/Regions	us\$ 1.21 billion On-Site Sales Generated
--	--	---	---------------------------------	---

図表 2.9-1 MIFF2023 年の成果

[出典：MIFF]



- Export Furniture Exhibition

<http://www.efe.my/>

輸出家具見本市（EFE）は、東南アジアでトップクラスの家具見本市として世界中のバイヤーに知られ、毎年多くの業界関係者を魅了し続けている。同展示会はマレーシア家具協議会（MFC）の看板イベントであり、MFC の 100% 出資会社である EFE Expo Sdn Bhd.が主催している。140 カ国約 1 万 3,900 名のバイヤーが出席している。



- Malaysian Wood Expo

<https://www.malaysianwoodexpo.com.my/>

マレーシア木材エキスポ（MWE）は、マレーシア木材協議会（MTC）とパネル＆ファニチャー・グループが共同で主催する木材・木工機械に関する展示会である。2019年の初開催以来、世界中から一流の出展者が集まるプラットフォームとして関心と勢いを得ている。家具そのものの出展は少ないが、家具を製造するために必要な木材や加工機械等の展示がメインとなっている。



図表 2.9-2 Malaysia Wood Expo2019 年の成果

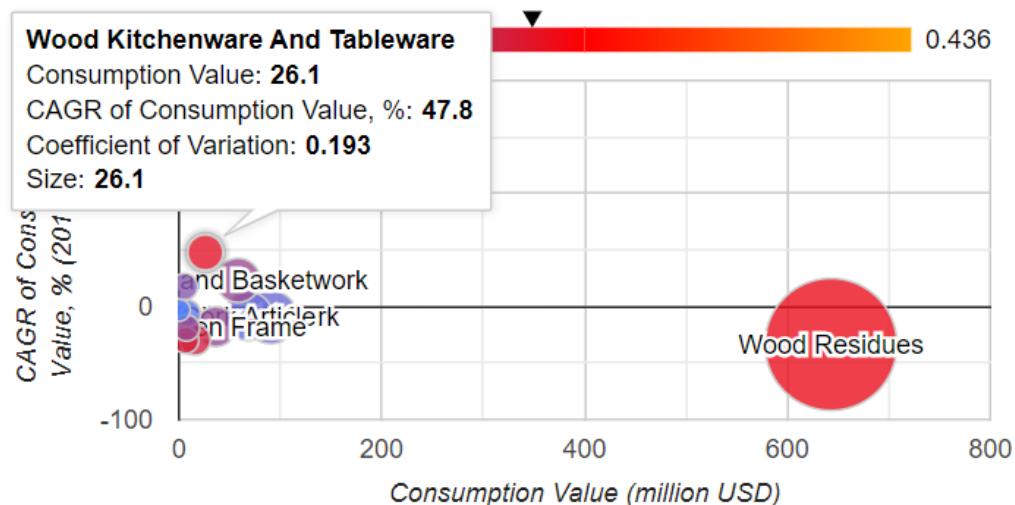
[出典：Malaysia Wood Expo]

第3章 マレーシアにおける木製小物市場

3.1 現地市場規模と将来展望

マレーシアにおいて木製小物市場の多くを占める木製食器と台所用品の市場規模は、2,612万米ドル（約39.1億円）である。

Malaysia - Best-Selling Products

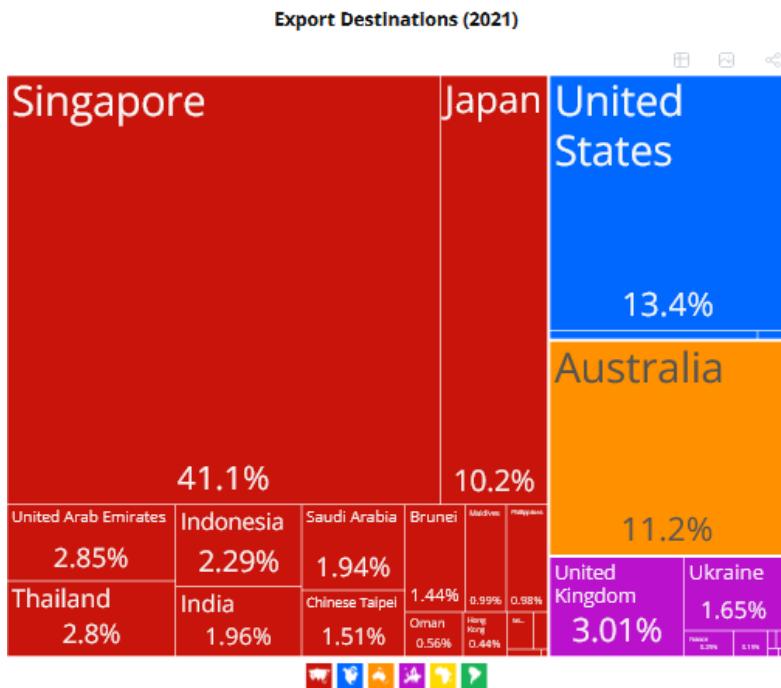


図表 3.1-1 木製台所用品および食器の市場規模

[出典：Index Box]

2021年木製食器・台所用品市場において、マレーシアは149万米ドル（約2.2億円）を輸出し、世界第50位の輸出国となった。マレーシアからの木製食器・台所用品の主な輸出手先は次の通りである。シンガポール（61.2万米ドル、約9,180万円）、米国（20.0万米ドル、約3,000万円）、オーストラリア（16.7万米ドル、約2,505万円）、日本（15.2万米ドル、約2,280万円）、英国（4.5万米ドル、約672万円）。

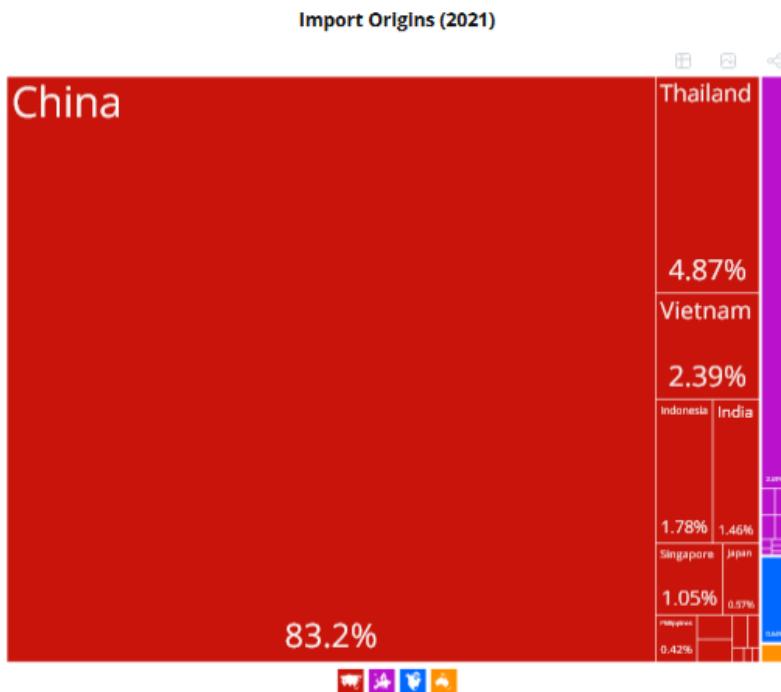
2020年から2021年にかけてマレーシアからの木製食器・台所用品輸出が急成長した国は、シンガポール（26.4万ドル、約3,960万円）、オーストラリア（12.9万ドル、約1,935万円）、英国（3.4万ドル、約514万円）である。



図表 3.1-2 木製台所用品および食器の輸出先とシェア
[出典：THE OEC]

2021年木製食器・台所用品市場において、マレーシアは932万米ドル（約13.9億円）を輸入し、世界第41位の輸入国となった。マレーシアは主に、中国（775万米ドル、約11.6億円）、タイ（45.4万米ドル、約6,810万円）、ルーマニア（24.1万米ドル、約3,615万円）、ベトナム（22.2万米ドル、約3,330万円）、インドネシア（16.6万米ドル、約2,490万円）から木製食器・台所用品を輸入している。

2020年から2021年にかけてマレーシアへの木製食器・台所用品輸入で急成長した国は、中国（361万米ドル、約5億4,150万円）、タイ（26.5万米ドル、約3,975万円）、ルーマニア（22.4万米ドル、約3,360万円）である。



図表 3.1-3 木製台所用品および食器の輸入元とシェア
[出典：THE OEC]

3.2 現地トレンド（コロナ明け以降の最新トレンド）

2021年は市場規模が前年比37%成長した。サステナブルやエコフレンドリーといった環境に配慮した商品の需要が伸びたのが主な要因。木製食器や台所用品は、エコフレンドリー商品として当該需要をとらえ、売り上げが伸びている。

YouGovの最新調査では、マレーシア人の67%が持続可能なブランドを好むと答えており、ブランドによる環境配慮行動が消費者に対して大きな影響を与えている。サステナブル・ショッパー（「サステナブルなブランドを好む」人と定義）は、サステナブルな商品を購入する際に価格をあまり考慮しないといったデータがある。サステナブル・ショッパーのほぼ4分の3は、環境に良い商品に対して価格をあまり考慮しない。この行動は年齢層で一貫しており、55歳以上のサステナブル・ショッパー（79%）が最も高く、サステナブル・ブランドを好む買い物客にとって、環境に配慮した製品に割高な価格を支払うことはいとわないことを示している。

Sustainable shoppers across all age groups willing to pay more for eco-friendly products

% of those who agreed with the statement: "I don't mind paying more for products that are good for the environment."



Sustainable shoppers are defined as those who agree with the statement: "I prefer brands that are sustainable."

YouGov®

YouGov Profiles, April 2022

図表 3.2-1 エコフレンドリー商品に対して高い価格を払ってもよい人たちの割合

[出典：MARKETING MAGAZINE]

3.3 流通チャネル

eCommerceDB GmbH のレポートによると、マレーシアの食器 e コマース市場は 2023 年までに 3,020 万米ドル（約 45 億 3,000 万円）に達すると予測され、マレーシアのホームウェア e コマース市場の 11.1% を占める。今後 4 年間の年平均成長率（CAGR 2023-2027）は 2.2% で、2027 年には 3,290 万米ドル（約 49 億 3,500 万円）の市場規模が予測される。

またマレーシアの食器小売市場において、オンラインシェアは 45.2% であり、2027 年までに平均 14.3% 増加して 77.2% となる見込みだ。

3.4 現地で流通している主なブランドおよび商品

eCommerceDB Gmb のレポートによると、木製食器や台所用品はオンラインで販売されているケースが多く、多くのブランドはオンラインで販売している。オンラインで商品紹介や販売をしている木製食器や台所用品のブランドや主な商品は次の通り。



Berard : <https://www.zalora.com.my/c/berard/b-12222>

1892 年にフランスで創業した歴史ある木製製品ブランド。天然素材を使い、職人技と伝統を重んじながらも現代の生活に適応したモダンなデザインの製品を製造。オンラインショッピング Zalora で販売されている。



Value to your home

Brisscoes

<https://brisscoes.com/collections/tableware>

2005 年に設立されたマレーシアのホームウェアブランド。マレーシア全土の主要デパートで販売され、高品質でリーズナブルなホームウェアのみをマレーシア市場に提供。



Sentai : <https://sentai.com.my/acacia-wood-tableware/>

外食産業におけるワンストップ・ソリューションとして 2015 年 8 月に設立。大型および小型の業務用機器、食器、キッチン用品、食品陳列用品、棚、コーヒーメーカー、シリコン型などを提供。2018 年 6 月に小売兼ショールームをオープンし、様々なブランドを展示販売している。



BigSpoon

<https://www.bigspron.my/index.php?route=product/search&search=Wood&page=1>

マレーシアの家庭用・業務用キッチン用品卸売業者のオンライン小売部門。40 年以上にわたりレストランに高品質のキッチン用品、調理器具、カトラリーなどを提供。その経験を活かし、リーズナブルな価格で一般の顧客向けの販売も開始した。

Shopee (オンライン販売プラットフォーム) :

<https://shopee.com.my/search?category=11001155&keyword=wooden%20plate&subcategory=11001229>

「Wooden Plate」で検索した際の販売数が多い商品。

このほか、木製家具同様、Nitori、MUJI、IKEA 等も木製食器や台所用品を取り扱っている。

また、実際の店舗でショップマネージャーにヒアリングした「よく売れている商品」は次の通りである。



① PROPPMATT 價格: RM50 (約 1,600 円)

② HYVLA 價格: RM55 (約 1,760 円)

③ LAMPLIG 價格: RM55 (約 1,760 円)

④ MAGASIN 價格: RM20 (約 640 円)

⑤ SKOGSTA 價格: RM58 (約 1,856 円)

⑥ GRONSAKER 價格: RM84 (約 2,688 円)

H O O G A

<https://findinghooga.com.my/>

デンマークのデザインにインスピアイアされたシンガポールのホームデコレーションブランド。現在、マレーシアで 15 店舗を展開中。

① GIENNA 3 tier cake stand 價格: RM102.90 (約 3,293 円)

② RIGEL Lantern 價格: RM55.90 (約 1,789 円)

③ GIENNA serving board round 價格: RM40.90 (約 1,309 円)

④ BRADFORD serving board square 價格: RM71.90 (約 2,301 円)

⑤ Slotted turner 價格: RM38.90 (約 1,245 円)

⑥ GIENNA acacia spice mill 價格: RM52.90 (約 1,693 円)



- ① Acacia bowl 14cm 價格: RM19.90 (約 637 円)
 - ② Acacia rect lunch plate 25cm 價格: RM39.90 (約 1,277 円)
 - ③ Acacia round lunch plate 25cm 價格: RM39.90 (約 1,277 円)
-
- ④ Acacia cutting board M 價格: RM39.90 (約 1,277 円)
 - ⑤ Non-slip tray S 價格: RM59.90 (約 1,917 円)
 - ⑥ Wooden tea spoon RM5.90 (約 189 円)
 Wooden dessert folk RM9.90 (約 317 円)
 Wooden slim spoon RM9.90 (約 317 円)

ART OF TREE

<https://www.artoftree.my/>

環境保護を提唱し、都市開発によって伐採された木をもとに家具や食器などをデザイン、
製造しているマレーシアの家具店。

- ① Salad bowl with cover 價格: RM162 (約 5,184 円)
 - ② Cheese & meat platter 價格: RM103.50 (約 3,312 円)
 - ③ Salad bowl L 價格: RM199 (約 6,368 円)
-
- ④ Teak wood tray 價格: RM188 (約 6,016 円)
 - ⑤ Teak wood meat platter 價格: RM100 (約 3,200 円)

3.5 配送料

オンライン販売での配送料は、オンラインプラットフォームや各店舗で違うが、相場は無料から 10 リンギ (約 320 円) 程度である。よく使用されている配送サービスは、PosLaju

(<https://www.pos.com.my/home>)、Ninjavan (<https://www.ninjavan.co/>)、J&T Express (<https://jtexpress.my/>)、GD Express (<https://gdexpress.com/>)、Skynet Express (<https://www.skynet.com.my/>) などがある。

3.6 現地輸入規制・関税

マレーシアへ木製食器および台所用品を輸出する際、輸入者が通常の輸入申請をすることで輸入が可能。HS コードは 4419.90.0000、関税は 20% (FTA による特恵税率を受けられる可能性有)、SST (売上税) は 10% となる。ただし、ワシントン条約で定められている原料を使用している場合は、Malaysian Timber Industry Board (MTIB)に輸入許可申請をする必要がある。

3.7 木製小物の展示会

- Malaysia Gift Fair



<https://www.malaysiagiftsfair.com.my/home>

マレーシア・ギフト・フェア (MGF) は、2009 年の設立から 14 年目を迎える ASEAN およびマレーシア最大のギフト・フェアとして認知されている。マレーシア・ブック・オブ・レコード (Malaysia Book of Records) にも認定され、様々な業界からユニークで革新的なギフト製品を展示し、国内外の出展者を魅了している。来場者は 1 万 4,000 人を超え、MGF は数十億リンギの産業となり、4 万以上のギフトアイデアを提供している。東南アジアのギフト産業へのゲートウェイとして拡大しながら、マレーシアおよび ASEAN 最大のギフト見本市としての地位を維持している。MGF の社会貢献活動には、恵まれない地域社会を支援するワークショップも含まれている。

- Food and Hotel Malaysia



<https://foodandhotel.com/>

フード＆ホテル・マレーシア（FHM）は、木製の食器なども出展されている、2年に1度開催される食品とホスピタリティの展示会であり、食品およびホスピタリティ業界の関係者にとって、新たなビジネスチャンスを探るための重要な場として期待されている。FHMは、何千もの製品展示、セミナー、調理実演など、出展者や来場者に魅力的な商品やコンテンツを提供している。

- Malaysia International Branding Showcase



<https://esievent.my/malaysia-international-branding-showcase/>

マレーシア国際ブランド・ショーケース（IBS）は、マレーシア全土に5万人の会員を擁する友好協会が後援している展示会で、ファッショナパレル、生地、革製品、家庭用品、ギフト、消費財、建築製品、エレクトロニクス、機械など、様々な分野のブランドが出展する。17年の開催以来、マレーシア貿易開発公社（MATRADE）の後援を受けている。出展国には中国、マレーシア、インドネシア、台湾、韓国、ASEAN諸国が含まれ、2022年はこれら諸国を含む3,000人以上のバイヤーと訪問者が出席した。

第4章 マレーシア基本情報

4.1 基本情報

マレーシアの基本情報は下記の通りである。

【一般的な事項】

国・地域名	マレーシア Malaysia
面積	33万411平方キロメートル（日本の0.87倍）
人口	3,301万人（2022年、出所：マレーシア統計局）
首都	クアラルンプール 人口195万人（2022年、出所：マレーシア統計局）
言語	マレー語、英語、中国語、タミール語
宗教	イスラム教 63.5%、仏教 18.7%、キリスト教 9.1%、ヒンドゥー教 6.1%など 注：割合は2020年の推定 出所：マレーシア統計局
公用語	マレー語

図表 4.1-1 マレーシアの基本情報（一般的な事項）

[出典：JETRO]

【基礎的経済指標】

項目	単位	2020年	2021年	2022年
実質GDP成長率	(%)	△ 5.5	3.3	8.7
消費者物価上昇率	(%)	1.1	0.7	3.0
失業率	(%)	4.5	4.6	3.8
貿易収支	(100万リンギ)	183,345	253,678	255,483
経常収支	(100万リンギ)	59,091	60,178	55,098
外貨準備高（グロス）	(100万米ドル)	105,280	114,641	112,393
対外債務残高（グロス）	(100万米ドル)	958,479	1,080,355	1,144,663
為替レート	（1米ドルにつき、リンギ、期中平均）	4.203	4.143	4.401

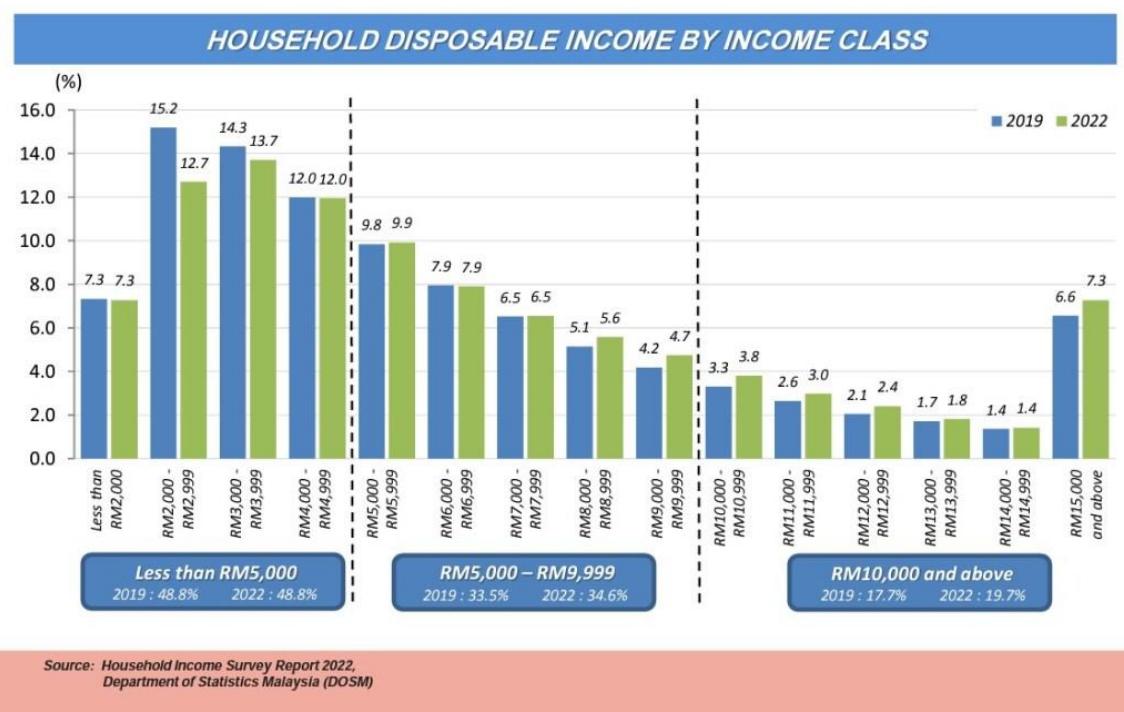
図表 4.1-1 マレーシアの基本情報（経済指標）

[出典：JETRO]

4.2 消費者・所得

マレーシアの1人当たりGDPは、2022年時点で1万2,364米ドル（約185万円）と中間層の伸長により消費力が伸びている。また首都クアラルンプールの1人当たりGDPは、2022年時点で2万5,785USドル（約386万円）と日本の福岡県や北海道よりも高い水準である。都市化が進み、世帯人数が減少している一方、世帯数は増えており、家具市場は伸びている。また都心人口が増えており、首都圏の世帯を中心に高級家具が販売されている。

マレーシア全土で月の可処分所得が1万リンギ（約32万円）超の世帯数は、2022年時点で19.7%と2019年と比較すると2%増えている。



図表 4.2-1 世帯収入（可処分所得）の分布（2019年、2022年）

[出典：Department Of Statistics Malaysia]

			
	Bumiputera	Chinese	Indians
Median	RM5,420 RM4,846 3.7%	RM7,391 RM6,582 3.9%	RM5,981 RM5,428 3.2%
Mean	RM7,093 RM6,267 4.1%	RM9,895 RM8,750 4.1%	RM8,216 RM7,150 4.6%
			
	Malaysia	Urban	Rural
Median	RM5,873 RM5,228 3.9%	RM6,561 RM5,860 3.8%	RM3,828 RM3,471 3.3%
Mean	RM7,901 RM6,958 4.2%	RM8,635 RM7,671 3.9%	RM5,004 RM4,359 4.6%

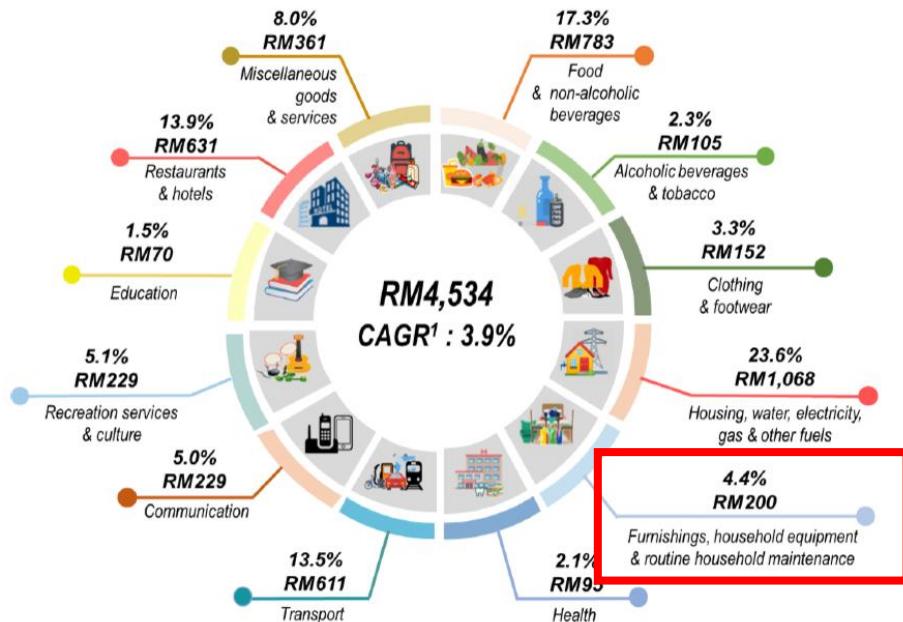
図表 4.2-2 人種別、地域別世帯収入（青 2019 年、橙 2016 年）

[出典：Department Of Statistics Malaysia]

人種別世帯収入は、中華系が平均値で 9,895 リンギ（約 31.7 万円）、中央値で 7,391 リンギ（約 23.7 万円）と一番収入が多いグループである。また都市部は地方と比べて、収入が高く、平均値で 8,635 リンギ（約 27.6 万円）、中央値で 6,561 リンギ（約 21 万円）と約 1.7 倍高い。地方の世帯収入平均値は、2016 年から 2019 年にかけて 4.6% 増加しており、マレーシア全国平均の増加率よりも高く、地方での世帯収入が増加していることがわかる。

また、2019 年の世帯別・品目支出調査では、マレーシア全土の平均の世帯支出が月額 4,534 リンギ（約 14.5 万円）あり、そのうち家具に関連する支出が 4.4% の 200 リンギ（約 6,400 円）である。州別の世帯支出では、首都圏のプトラジャヤが 7,980 リンギ（約 25.5 万円）、クアラルンプールが 6,913 リンギ（約 22.1 万円）、セランゴールが 5,813 リンギ（約 18.6 万円）と高い水準にある。

HOUSEHOLD EXPENDITURE 2019
COMPOSITION OF MEAN MONTHLY HOUSEHOLD CONSUMPTION EXPENDITURE BY MAIN GROUP, 2019



MEAN MONTHLY HOUSEHOLD CONSUMPTION EXPENDITURE BY STATE, 2019

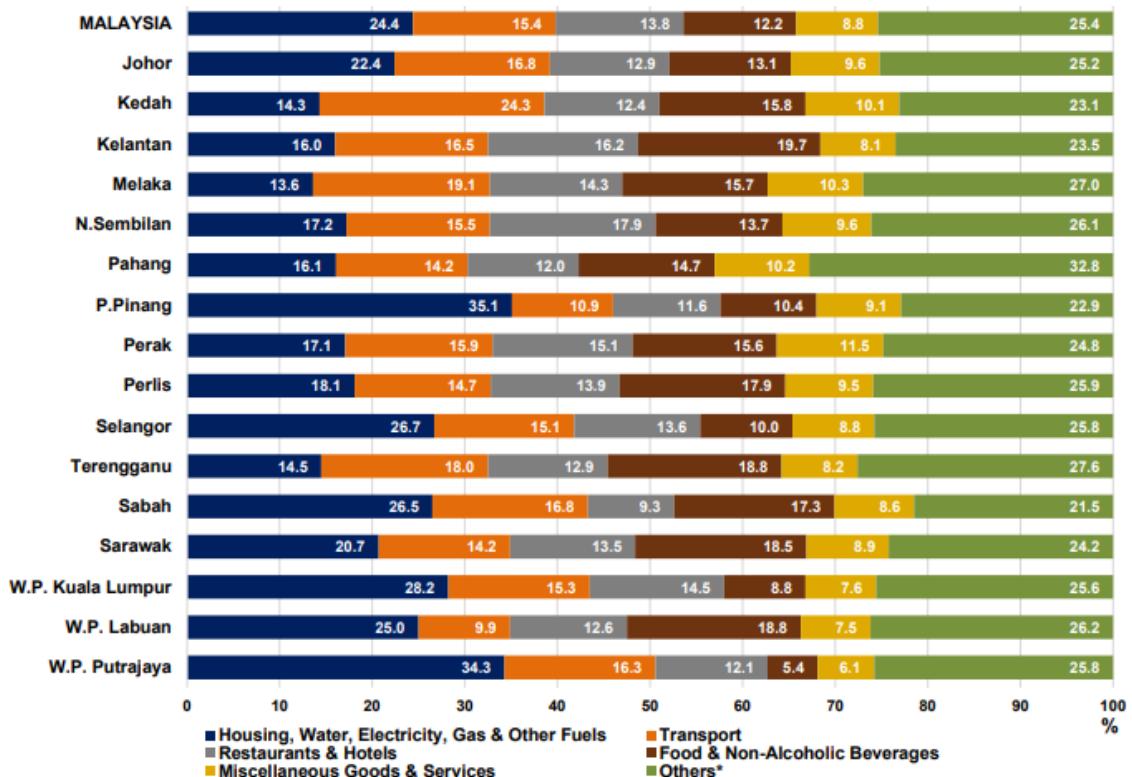
W.P. Putrajaya RM7,980	Selangor RM5,830	Pulau Pinang RM4,630	W.P. Labuan RM4,097	Sarawak RM3,448	Kedah RM3,359
W.P. Kuala Lumpur RM6,913	Malaka RM4,955	Negeri Sembilan RM4,350	Pahang RM3,652		
Johor RM4,793	Terengganu RM4,336	Perak RM3,564	Kelantan RM3,223	Sabah RM2,792	Perlis RM3,468

図表 4.2-2 世帯収入（可処分所得）の分布（2019 年、2022 年）

[出典：Department Of Statistics Malaysia]

高級家具等に関心がある消費者層は、TOP20 と分類されている、世帯収入上位 20% (図表 4.2-1 世帯収入（可処分所得）の分布（2019 年、2022 年）の 1 万リンギ以上の世帯) が該当するとみられる。TOP20 の所得税が、国全体の 85%を占めている。

INREALLIFE の記事によると、TOP20 は、少なくとも 1 件の家を持っており、車は高級外車であるメルセデスや BMW などを保有している。親が高所得者であれば子も高所得になる傾向があり、家族のコネクションや幼少期から高等教育を受けることによって得た高学歴を生かして高給の仕事についている。また、TOP20 の多くは年に 1~2 回は海外を行しており、海外の文化やデザインなどに触れている機会が多い。



図表 4.2-3 TOP20 の州別支出割合（2016 年）

[出典：Department Of Statistics Malaysia]

TOP20 の傾向として、(マレーシア全体平均で) 家賃、交通や食費などの生活するにあたって必要なものに 52%、残り 48% は外食、ホテルなどの余暇やモノやサービスへ支出している。日本の木製家具・小物の輸出に当たっては、こうした TOP20 を対象に販売戦略を立てることが適切と考えられる。

以上