

**JAPAN
FURNITURE
REPORT
2025**



JAPAN FURNITURE

日本の家具を、ひとつの力に。

IFFT(国際家具見本市東京)は、日本の家具産業を象徴する展示会として、長年にわたり国内外に向けた発信の役割を担ってきました。一方で、世界的な市場環境の変化を受け、展示会という枠を超えた新たな発信スタイルを模索する中で、JAPAN FURNITURE PROJECTが立ち上がりました。

日本の家具は、素材、技術、文化、地域性——
そのどれもが豊かで、驚くほど多様です。

JAPAN FURNITURE PROJECTは、その多様な魅力を“ひとつの大きな力”として束ね直し、国内外に届けていくためのプロジェクトです。2025年は、全国の“現場”を旅する JAPAN FURNITURE MONTHと、東京で“世界観に触れる” JAPAN FURNITURE SHOW by IFFTの2つのエキシビションを通じて、日本の家具の今とこれからの多角的に発信しました。

産地で過ごす時間。

都市で出会う体験。

ブランド同士のつながり。

人と家具の関係。

それぞれが点として存在していた価値が、今年、少しずつ線として結ばれはじめています。

2025年の取り組みは、

“日本の家具の未来をひらくための、新しい序章”ともいえるものでした。

本報告書では、全国で広がった製造現場の動き、都市で生まれた体験のかたち、そして、それらが生み出した新しい可能性をまとめています。

家具に関わるすべての人の力をあつめ、産地と都市が連動し、

日本の家具の魅力がより遠くへ広がっていく未来へ。

2025年の活動と成果をご覧ください。

CONTENTS

JAPAN FURNITURE 2025 基本概要	02
クリエイティブチーム	04
シンボル・ロゴ	05
JAPAN FURNITURE Website	06
JAPAN FURNITURE MONTH	08
JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025	16
デザインツール	28
DATAでみるJF	30

● JAPAN FURNITURE 2025 基本概要

- プロジェクト名 JAPAN FURNITURE (JF)
 構成 JAPAN FURNITURE Website (https://japanfurniture.jp)
 JAPAN FURNITURE MONTH 2025 (JFM)
 JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025 (JFS)
 主催 一般社団法人 日本家具産業振興会



JAPAN FURNITURE Website

全国の家具ブランドの情報を集約し、JFM・JFSと連動した情報発信を行う JAPAN FURNITUREの公式プラットフォーム。

会期 通年
 会場 公式Webサイト <https://japanfurniture.jp>



JAPAN FURNITURE MONTH 2025

旭川・飛騨・大川を中心に、全国の家具産地・工場・ショップが参画。
 “ものづくりの現場”を体感する機会が全国に広がり、日本の家具の源流に触れる入口として機能しました。

会期 2025.6.25 Wed — 7.25 Fri
 会場 旭川／飛騨／大川をはじめとした全国の家具産地・工場・ショップ
 関連イベント ・ Meet up Furniture Asahikawa 2025 6.25 Wed — 6.29 Sun
 ・ 2025飛騨の家具フェスティバル 7.2 Wed — 7.6 Sun
 ・ 大川夏の彩展2025 7.9 Wed — 7.10 Thu



JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025

東京ミッドタウンを中心に、都内のショップ・ショールームが連動。
 海外来場者が増えるデザインシーズンと重なり、都市型エキシビションとして全国のブランドの魅力を可視化しました。

会期 2025.11.1 Sat — 11.9 Sun
 会場 **メイン会場**
 東京ミッドタウン「ミッドタウン・ガーデン」(東京都港区赤坂9-7-1) ※屋外展示
 開催日時 | 11.1 Sat 9:00 - 21:00、 11.2 Sun 9:00 - 19:00
都内ショップ・ショールーム会場
 都内22ショップ・ショールーム
 開催日時 | 11.1 Sat — 11.9 Sun ※営業時間は各店舗に準ずる
 協力 東京ミッドタウン／日本デザイン振興会



1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

JAPAN FURNITURE MONTH 2025
 2025年6月25日(水) — 7月25日(金) [31日間]
 日本の家具の“ものづくりの現場”への集客を強化するための情報集約・発信

JAPAN FURNITURE Website
 [通年運用 ※2025年は6月以降の運用]
 オンライン上で、国内外へ向けて“JAPAN FURNITURE”を通年発信し続ける

JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025
 2025年11月1日(土) — 11月9日(日) [9日間]
 特に海外に向けて“JAPAN FURNITURE”のブランドを発信

● クリエイティブチーム



クリエイティブアドバイザー
齋藤 精一
(アブストラクトエンジン)

1975年神奈川県伊勢原市生まれ。建築デザインをコロンビア大学建築学科 (MSAAD) で学ぶ。2006年に株式会社ライノマティクス (現:株式会社アブストラクトエンジン) を設立。社内アーキテクチャ部門を率いた後、2020年に「CREATIVE ACTION」をテーマに、行政や企業、個人を繋ぎ、地域デザイン、観光、DXなど分野横断的に携わりながら課題解決に向けて企画から実装まで手がける「パノラマティクス」を結成。2023年よりグッドデザイン賞審査委員長。2023年D&AD賞デジタルデザイン部門審査部門長。2025年大阪・関西万博EXPO共創プログラムディレクター。



クリエイティブアドバイザー
倉本 仁
(JIN KURAMOTO STUDIO)

1976年、兵庫県淡路島生まれ。家電メーカー勤務を経て、2008年JIN KURAMOTO STUDIO を設立。プロジェクトのコンセプトやストーリーを明快な造形表現で伝えるアプローチで、家具、家電製品、アイウェアから自動車まで多彩なジャンルのデザイン開発に携わる。グッドデザイン賞審査副委員長。武蔵野美術大学非常勤講師、金沢美術工芸大学客員教授、東京藝術大学非常勤講師。



クリエイティブディレクター
村田 一樹
(Back & Forth)

1989年北海道生まれ。東海大学芸術工学部卒業後、株式会社COMMUNE 入社。2014年北海道東川町へ移住、フリーランスとして独立。2020年Back & Forth株式会社設立。北海道を拠点に、ローカルビジネス・ローカルスタートアップのパートナーとして、事業の本質となるブランド戦略から、事業を体現するアウトプットまで一貫したブランディングを、ローカル&スモールなビジネスにフィットさせたスタイルで実装している。



空間デザイン(ミッドタウン)
溝端 友輔
(VOID)

1993年和歌山県生まれ。中央工学校大阪、商業施設の設計会社を経て、2019年株式会社NODを設立。現在、VOID株式会社執行役員。場所をただつくるだけでなく、ロジックを発見し、仕組みをつくり、能動的に使い続けたいなる場所づくりを目指す。大阪・関西万博の休憩所等を設計する若手建築家としても選出。



グラフィック・ロゴデザイン
木住野 彰悟
(6D)

企業や商品のビジュアルアイデンティティを中心に、ロゴやパッケージデザイン、空間のインフォメーションデザインまで幅広く活動。近年の仕事にEXPO2025「大阪ヘルスケアパビリオン」のアートディレクション、グラフィックデザイン、「不二家洋菓子店」のリブランディングなど。D&AD、カンヌ、アジアデザイン賞、東京ADC、JAGDA、サインデザイン賞、パッケージデザイン賞など国内外多数受賞。

● シンボル・ロゴ

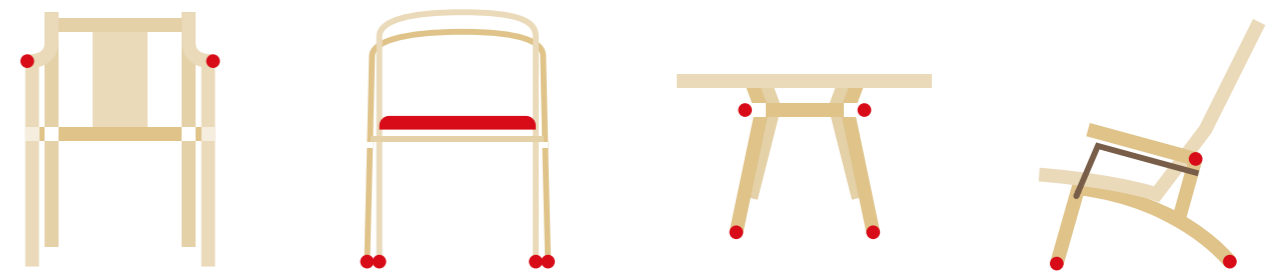


JAPAN
FURNITURE

JAPAN FURNITUREのロゴは、「日本の家具」の価値を国内外へ発信するプロジェクトを象徴する存在としてデザインしています。

赤い円は、日本を象徴する「日の丸」をモチーフにしており、世界へ向けた発信力と力強いアイデンティティを表現し、組み合わせたページェの木目は、日本の家具づくりを支えてきた木材を表し、産地や素材の多様性を象徴しています。各ブランドやサイン、什器等で使用する素材に合わせて、ヒノキ、バーチ、ウォルナットなど色調を変えることも可能。ブランドの個性を反映できる柔軟性のあるアイデンティティとしました。

さらに、ロゴのパーツを応用し、各ブランドの家具をアイコンのように展開することで、ブランドとしての統一感を保ちながらプロジェクト全体の世界観をより豊かに伝える仕組みとしています。



JAPAN FURNITURE Website

通年

日本の家具をつなぐ、公式プラットフォーム

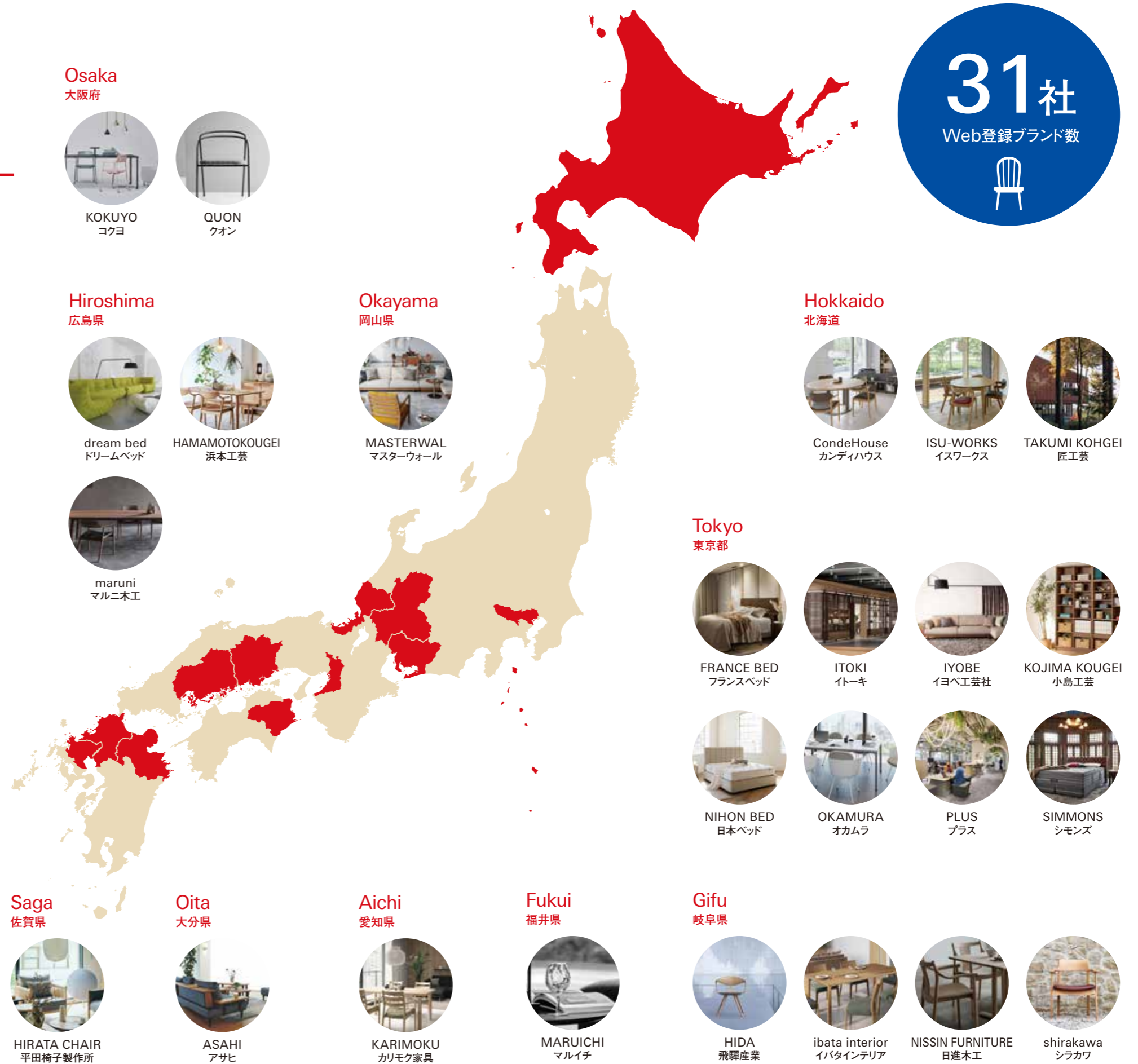
日本各地の家具ブランドや産地、イベント情報を集約し、JAPAN FURNITUREの取り組みを通年で発信する公式ウェブサイトです。JFMやJFSをはじめ、全国で行われる家具に関する動きや参加企業の情報を継続的に掲載し、日本の家具の「今」と「これから」をひとつの流れとして可視化しました。

単発のイベント情報にとどまらず、産地・ブランド・都市での取り組みをつなぐ母艦として機能し、日本の家具と出会うための入口として、国内外に向けた情報発信を行いました。

31社
Web登録ブランド数



| Website |



JAPAN FURNITURE MONTH

2025.6.25 Wed — 7.25 Fri

家具づくりの現場を旅する31日間。

2025年6月25日から7月25日の1ヶ月間、

旭川・飛騨・大川をはじめとする全国の家具産地・工場・ショップが参加し、
“家具づくりの現場を旅する31日間”をテーマに
JAPAN FURNITURE MONTHを実施しました。

今年のJFMは、各産地・メーカーが日常的に行ってきた
オープンファクトリー、展示会、ワークショップ等の取り組みを横断的に束ね、
統一的なブランドのもとで広報・発信しました。

全国の“つくり手のリアル”が同時多発的に開かれ、
日本の家具の源流が一体として立ち上がる1ヶ月となりました。

Connect

産地をつなぐ

日本各地で開催される産地展・工場・ショップの
取り組みをひとつのプラットフォームでつなぎ合わせ、
全国的な“点”を“線”に変える仕組みを構築。

Experience

現場をひらく

オープンファクトリーを中心に、
普段は見られないものづくりの風景を公開。
素材・技術・人に触れる機会を創出。

Brand

価値を高める

現場理解から始まるブランド価値の認知を、
JFS (SHOW)と連動させ、
“日本の家具”のブランド力向上につなげる。



全国的な取り組みの象徴として、旭川・飛騨・大川の3大産地展が連続開催。
“現場が開かれる”というJFMの理念をもっとも体現した1ヶ月でした。

旭川

Meet up Furniture Asahikawa 2025

2025.6.25 Wed — 6.29 Sun

家具に出会う。産地で、会う。

北海道・旭川で開催される「Meet up Furniture Asahikawa」は、家具との出会いに加え、つくり手や技術、文化と“会う”体験が広がる産地ならではの家具イベントです。旭川デザインセンターを中心に、各社ショールームや工場での展示、ものづくりの現場を訪ねるオープンファクトリーや産地の背景を知る産地ツアーを実施しました。また、メーカーやデザイナーが交流するカクテルアワー、職人の技を競い合う木工技能競技大会、企画展「Up-Loop Actions」など、多彩な企画を通じて旭川家具の魅力を立体的に感じていただける内容となりました。



- 工場ラインの公開や実演が多数
- 木の選定・加工・仕上げまでの工程を丁寧に見せる内容
- デザイナー、学生、生活者が混ざり合う“産地交流”が活性化

飛騨

2025飛騨の家具フェスティバル

2025.7.2 Wed — 7.6 Sun

伝統と先進性が交差する家具イベント。

岐阜・飛騨高山で開催された「飛騨の家具フェスティバル」では、メイン会場での特別展示をはじめ、つくり手の思想や技術に触れるトークショーや企画プログラムが展開され、飛騨家具の背景にある物語が立体的に紹介されました。期間中は各メーカーのショールームでも新作や企画展が披露され、街を歩きながら素材感や職人技に触れる“産地を巡る体験”が広がりました。曲木技術など地域固有の技法、デザイナーとの協働事例など、飛騨の伝統と先進性が交差する魅力が、多様な形で示されました。



- 木工の伝統技術の公開と、現代のものづくりの両方が学べる構成
- 各ブランドが独自のショールーム体験を提供
- 職人と来場者が直接話せる“技の対話型イベント”が増加

大川 大川夏の彩展2025
2025.7.9 Wed — 7.10 Thu

多様なものづくりが交差する、家具産地・大川

福岡・大川では、全国有数の家具産地として知られる大川ならではの展示商談会「大川夏の彩展」が開催されました。期間中は、各メーカーのショールームや会場に新作や主力製品が並び、量産技術から張り・木工を組み合わせた製品まで、大川家具の幅広いものづくりが一堂に紹介されました。全国から小売・バイヤー・関係者が訪れ、実際の製品に触れながら対話が生まれる場となり、産地としての提案力やスケール感を体感できる機会となりました。夏の彩展は、大川の現在地を示すと同時に、これからの展開を感じさせる産地イベントとして、多くの来場者を迎えました。



- 木材産地としての歴史を背景にした製造現場公開
- 工場・ショップ・地域の複合連携による展示
- 大川家具の多様性と量産技術の力が可視化される内容に

JAPAN FURNITURE MONTH 2025 参加ブランド

CondeHouse | カンディハウス



HAMAMOTOKOUGEI | 浜本工芸



HIDA | 飛驒産業



HIRATA CHAIR | 平田椅子製作所



ibata interior | イバタインテリア



KARIMOKU | カリモク家具



maruni | マルニ木工



NAGANO INTERIOR | ナガノインテリア



NISSIN FURNITURE | 日進木工



shirakawa | シラカワ



SIMMONS | シモンズ



TAKUMI KOHGEI | 匠工芸

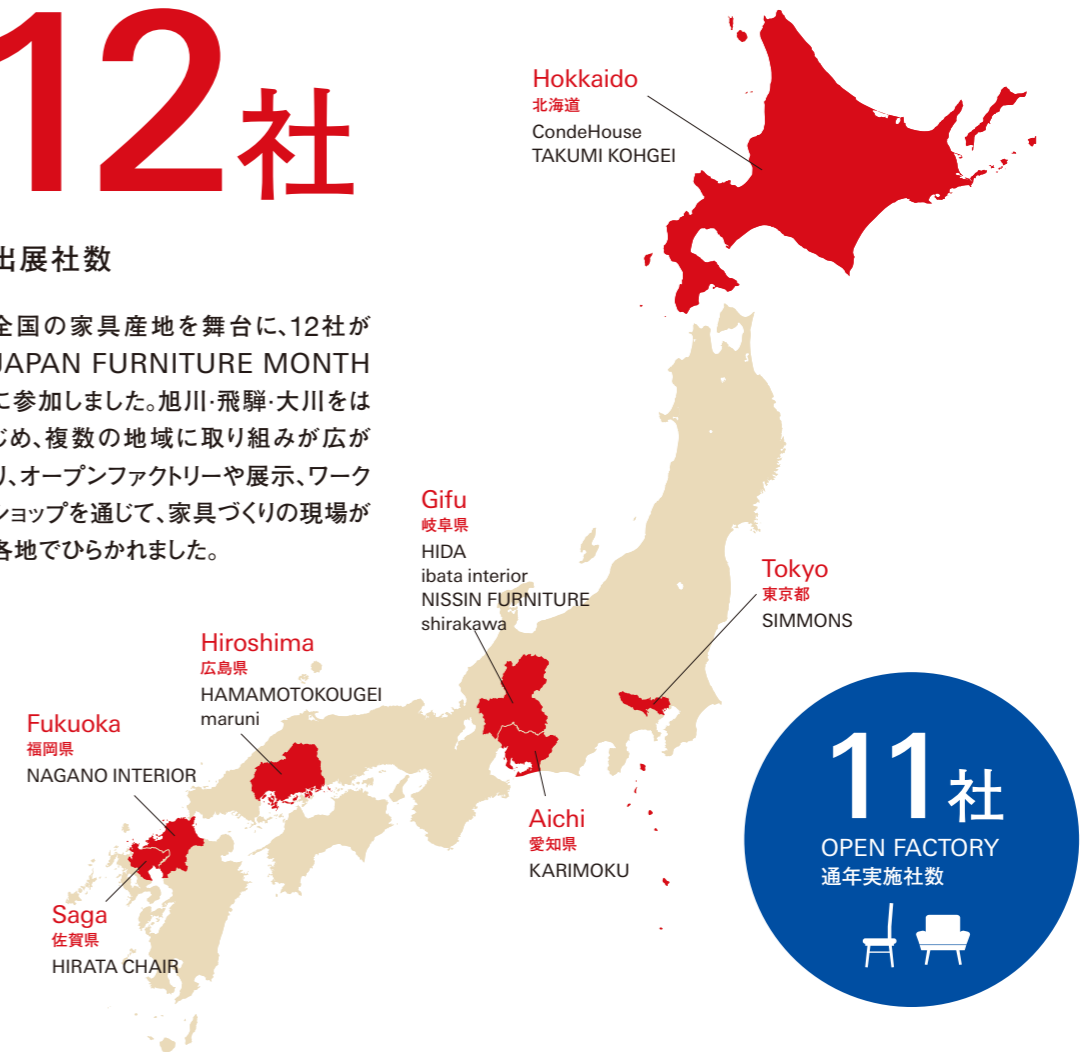


DATAでみるJFM

12社

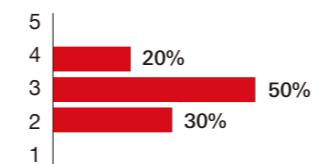
出展社数

全国の家具産地を舞台に、12社が JAPAN FURNITURE MONTH に参加しました。旭川・飛騨・大川をはじめ、複数の地域に取り組みが広がり、オープンファクトリーや展示、ワークショップを通じて、家具づくりの現場が各地でひらかれました。

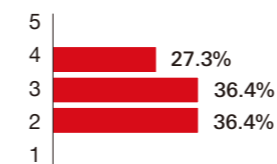


● 出展社アンケート結果

総合的な満足度
(5段階評価)



WebやSNSによる広報の満足度
(5段階評価)



声と評価

商談や見積依頼など具体的な引き合いがあった

今まで工場にお客様を呼び込むことが苦手だった大川の産地にとって、非常に良かった

新規顧客・取引先との接点が多かった

オープンファクトリーを通じて、お客様の熱心な生の声を聞く事ができた

工場を一番のショールームと考えているため、今後も産地を盛り上げるために他のメーカーにも参加してほしい

業界・地域とのネットワークが広がった

日本全体としての取り組みが開始された点は良かったと思います

ミニマムなカタチではあるが、同地域の家具メーカーと相互協力関係が築けた

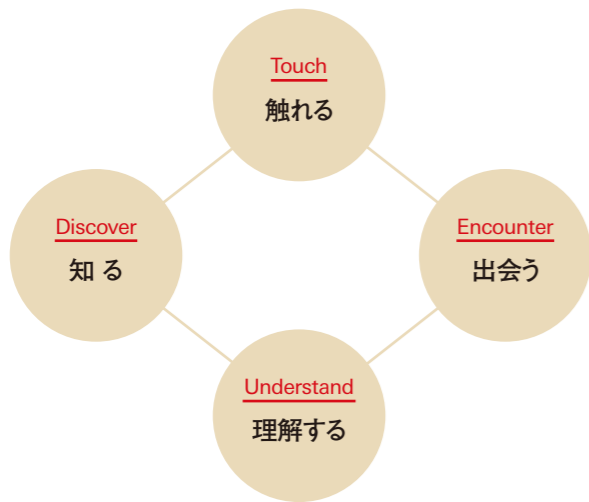
JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025

2025.11.1 Sat — 11.9 Sun

日本各地の家具ブランドの魅力を再発見し、
その可能性を新しい視点で体感できるエキシビジョン

JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025は、
全国の産地でつくられてきた家具の思想・技術・素材・文化を、
都市で“体験”として受け取るための新たな展示企画として実施しました。

ショールームに足を運び、家具に触れ、背景を知り、ブランドごとの価値観に出会う。
ミッドタウンから街へと自然につながる導線が、
“日本の家具の世界観を歩きながら理解する”新しい体験をつくりました。



● 東京ミッドタウン特設会場

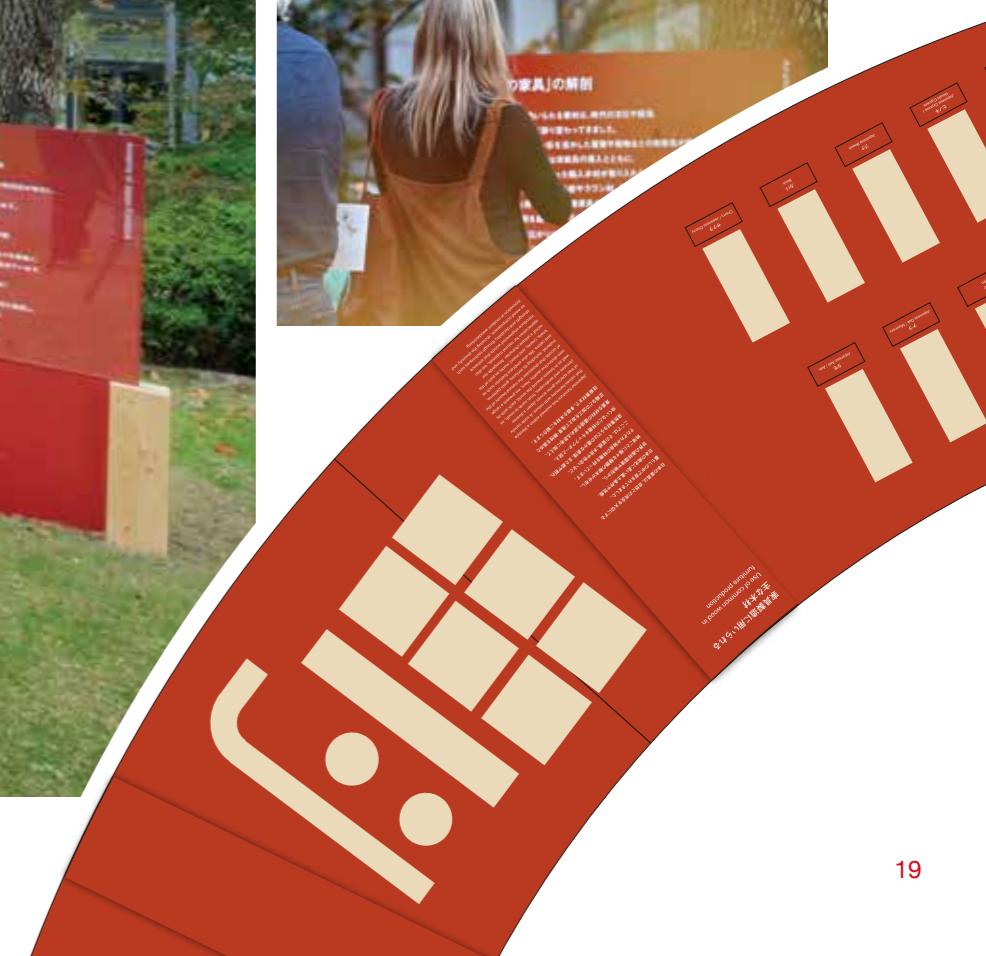
都市の中心に、日本の家具の“入口”をつくる。

東京ミッドタウンのミッドタウン・ガーデンに設けられた特設会場では、日本各地の家具ブランドによる展示を中心に、日本の家具の魅力を体感できる空間を展開しました。会場には、各メーカーの実際の製品が並び、来場者が座り心地や素材感を確かめながら、日本の家具を身体で感じられる展示構成としました。あわせて、素材や構造、技術といった家具の本質に焦点を当てたインスタレーション表現を取り入れ、製品そのものの美しさや思想を立体的に紹介。「見る」「触れる」「知る」を行き来しながら、日本の家具への理解を深められる場として、都市の中に産地ともものづくりの入口をひらきました。



参加ブランド

- a カンディハウス | 北海道
- b 匠芸 | 北海道
- c 小島芸 | 東京
- d シラカワ | 岐阜
- e 日進木工 | 岐阜
- f 飛騨産業 | 岐阜
- g カリモク家具 | 愛知
- h クオン | 大阪
- i コクヨ | 大阪
- j マスターウォール | 岡山
- k マルニ木工 | 広島
- l 富士ファニチア | 徳島
- m ナガノインテリア | 福岡
- n ヒラシマ | 福岡
- o 広松木工 | 福岡



トークセッション | Talk Session

東京ミッドタウン会場では、日本の家具を多角的に捉えるトークイベントを実施しました。デザイン、素材、ものづくり、そして世界への広がりまで、それぞれ異なる視点から語られ、日本の家具が持つ価値や可能性を改めて考える場となりました。つくり手、企業、デザイナーが一堂に会し、実体験に基づく言葉が交わされることで、展示を見るだけでは伝わらない背景や思想に触れる時間が生まれました。

Session 1

「日本の家具」を創るデザイン

日本を代表するデザイナーたちが登壇し、「日本の家具」とは何かをデザインの視点から掘り下げました。近年の取り組みや制作姿勢、日本の木工技術や素材への向き合い方、職人との関係性などが語られ、デザインがどのように家具の価値を形づくっているのかが浮かび上がりました。流行や表層的な表現にとどまらず、長く使われる家具を生み出すための思考や姿勢に触れる、密度の高い時間となりました。

11.1 Sat
11:00-12:30

登壇者



川上 元美



深澤 直人



芦沢 啓治

ファシリテーター



倉本 仁

Session 2

「日本の家具」を生かす素材と取り組み

トークセッション2では、「素材」に焦点を当て、日本の家具づくりを支える取り組みについて語られました。素材の選択や生かし方がデザインや価値にどのようにつながるのかを考察し、日本ならではの素材環境や考え方を起点に、これからの家具づくりの可能性を探る対話が展開されました。

11.1 Sat
17:00-18:30

登壇者



フィリックス・コンラン

ファシリテーター



齋藤 精一

Session 3

世界に広げる「日本の家具」

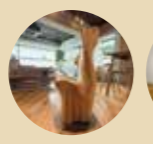
最終日のトークでは、日本の家具を世界へ届けていくための視点が共有されました。海外市場への向き合い方や、グローバルなデザインとの関係性、企業としての取り組みなど、実践的な話題が中心となり、日本の家具が持つ強みや課題が多角的に語られました。国内で培われてきた技術や価値をどのように伝えていくのか。これからの展開を考える上で、多くの示唆を与えるセッションとなりました。

11.2 Sun
15:00-16:30

登壇者



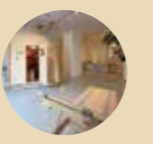
カリモク家具



カンディハウス



飛騨産業



マルニ木工

ファシリテーター



倉本 仁



出展ブランドプレゼンテーション | Exhibiting Brand Presentation

11.2 Sun 11:00-12:30

ブランドプレゼンテーションでは、参加ブランドがそれぞれのものづくりや思想、新作に込めた考えを自らの言葉で紹介しました。素材への向き合い方やデザインの背景、産地ならではの強みなどが語られ、製品だけでは伝えきれないブランドの個性や姿勢が浮かび上がる機会となりました。来場者がブランドと直接向き合い、理解を深めることで、日本の家具の多様性と奥行きを感じられるプログラムとなりました。

参加ブランド



1. 匠工芸



2. クオン



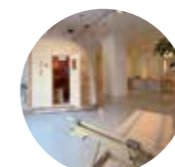
3. 日進木工



4. カリモク家具



5. 飛騨産業



6. マルニ木工



7. カンディハウス



8. マスターウォール



9. ナガノインテリア



10. ヒラシマ



11. 広松木工

● 都内ショップ・ショールーム

“歩いて体験する展示会”という新しいスタイル。

期間中、都内22のショップ・ショールームが連動し、ブランドの世界観や素材、哲学に触れる多様な企画が展開されました。ミッドタウンでのインスタレーションに加え、街の中を歩きながらブランドの魅力に触れるという都市ならではの回遊スタイルを提案。訪れた人々がショールームごとに異なる世界観や価値観を味わえる構成となり、“日本の家具の多様性を街で体感する”という新しい楽しみ方を提示しました。



青山・表参道エリア

- ① イトーキ
- ② カンディハウス
- ③ コクヨ
- ④ 匠工芸
- ⑤ ナガノインテリア
- ⑥ 日本ベッド
- ⑦ ヒラシマ
- ⑧ 平田椅子製作所
- ⑨ マスターウォール

新宿エリア

- ⑩ 富士ファニチア

恵比寿エリア

- ⑪ マルイチ

自由が丘エリア

- ⑫ カリモク家具

赤坂・六本木エリア

- ⑬ 飛騨産業
- ⑭ フランスベッド

江戸川エリア

- ⑮ 小島工芸

五反田・品川エリア

- ⑯ クオン
- ⑰ シラカワ
- ⑱ 日進木工

日本橋エリア

- ⑲ ドリームベッド
- ⑳ 広松木工
- ㉑ マルニ木工

● FURNITURE COLLECT キャンペーン

回遊のきっかけをつくる体験。

JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025では、都内22のショップ・ショールームを巡りながら、ブランドオリジナルカードを集める「FURNITURE COLLECT キャンペーン」を実施しました。カードには、それぞれのブランドを象徴する製品のグラフィックがデザインされ、ショールームを訪れるたびに“ブランドごとの違い”を比較したり、自分なりの視点で楽しめる仕掛けになっています。来場者がショールームを巡る際の“手に取りやすい導線”となり、街の中を歩きながら日本の家具の魅力に触れる機会を広げました。ショールームを巡る楽しさと、ブランドごとの魅力を“集めながら知る”というシンプルで参加しやすい体験として展開しました。

▼ブランドオリジナルカード



▼オリジナルカードの収集数(達成度)に応じて提供した特典

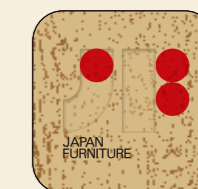
●4ショップ達成

オリジナルエコバッグ



●10ショップ達成

木製コースター(2枚セット)



JAPAN FURNITURE SHOW 2025 参加ブランド

CondeHouse | カンディハウス



dream bed | ドリームベッド



FRANCE BED | フランスベッド



MARUICHI | マルイチ



maruni | マルニ木工



MASTERWAL | マスターウォール



FUJI FURNITURE | 富士ファニチア



HIDA | 飛騨産業



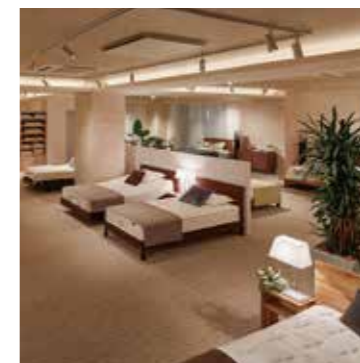
HIRASHIMA | ヒラシマ



NAGANO INTERIOR | ナガノインテリア



NIHON BED | 日本ベッド



NISSIN FURNITURE | 日進木工



HIRATA CHAIR | 平田椅子製作所



HIROMATSU FURNITURE | 広松木工



ITOKI | イトキ



QUON | クオン



shirakawa | シラカワ



TAKUMI KOHGEI | 匠工芸



KARIMOKU | カリモク家具



KOJIMA KOUGEI | 小島工芸



KOKUYO | コクヨ



21社

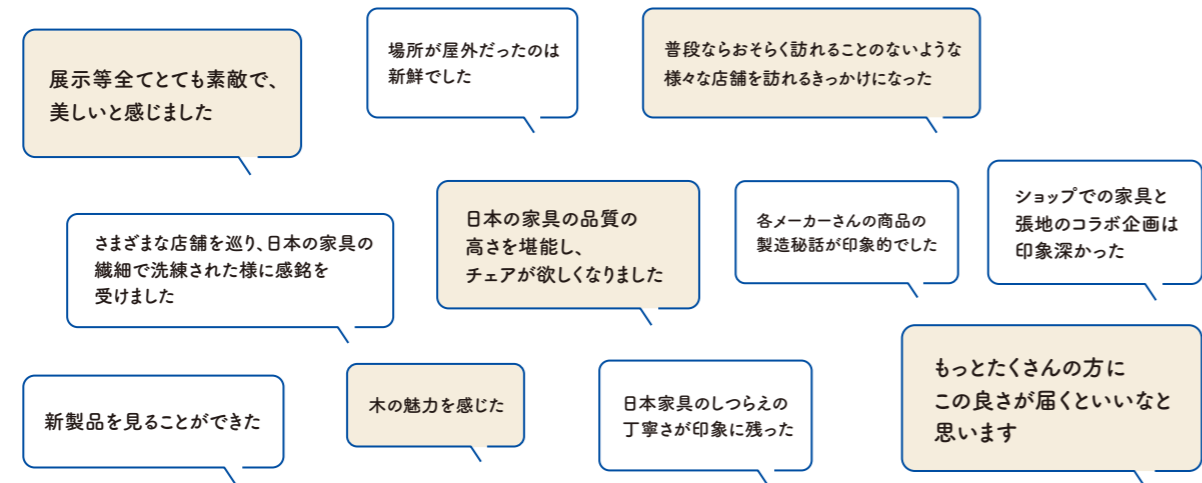
出展社数

日本各地の家具ブランド21社が都市に集い、JAPAN FURNITURE SHOWを開催しました。

東京ミッドタウンの特設会場では、日本列島に見立てた配置で家具を点在させ、来場者が歩きながら各地の家具や産地の広がりを感じられる展示構成としました。



● 来場者の声



● 東京ミッドタウン会場



15社

出展社数

全国の家具産地・ブランドから15社が参加。産地・規模・思想の異なる家具が一堂に会する展示構成となりました。

4,972人

来場者数

11月1日、2日の2日間の合計で約5,000人の方にご来場いただきました。

● 各ショップ・ショールーム



40%

東京都

12%

神奈川県、岐阜県

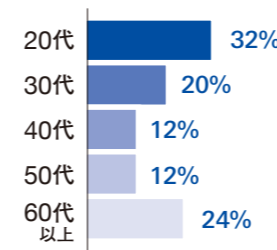
8%

埼玉県

4%

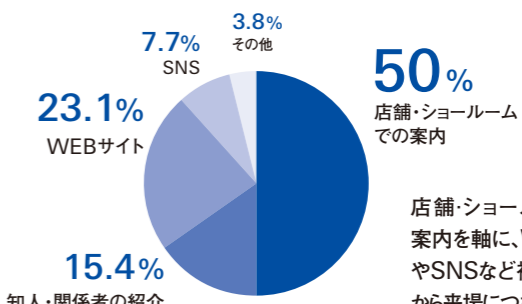
北海道、宮城県、福井県、愛知県、大阪府、広島県、愛媛県

来場者の地域別割合



来場者の年代

20~30代を中心に、幅広い世代が来場。家具や暮らしへの関心が世代を越えて広がっている様子が見られました。



来場のきっかけ

店舗・ショールームでの案内を軸に、WEBサイトやSNSなど複数の接点から来場につながりました。

88%

イベント満足度

FURNITURE COLLECTキャンペーンのアンケートに回答した方の88%が「今後もこうしたイベントに参加したい」と回答しました。

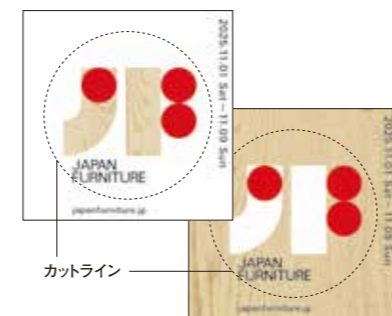


● デザインツール

フライヤー

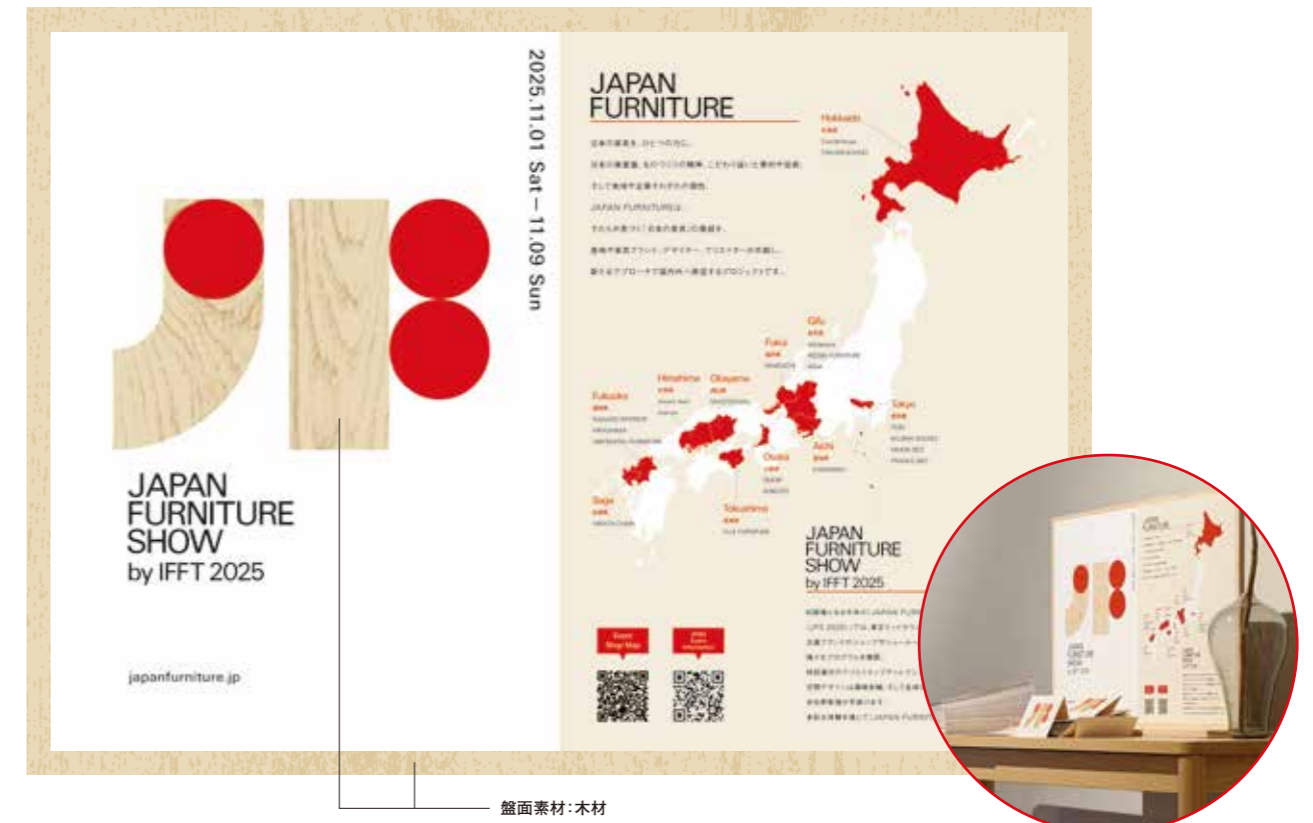


ステッカー



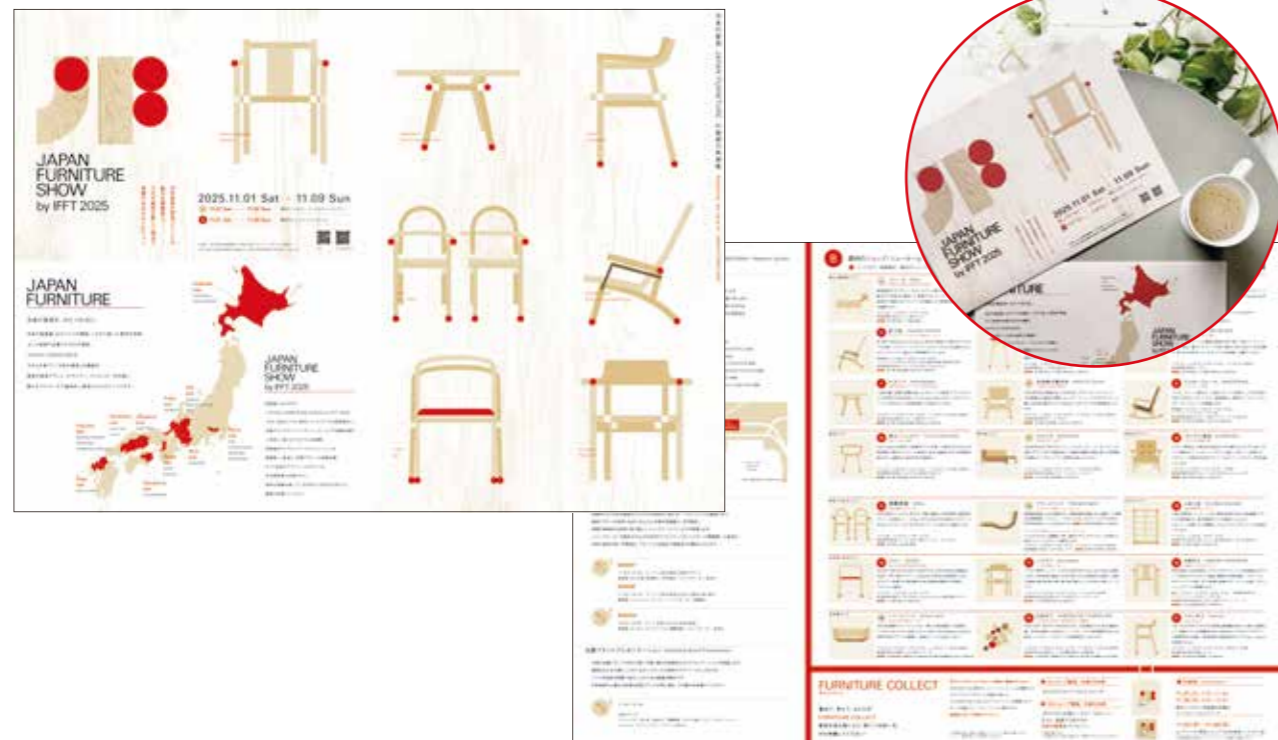
カットライン

KIOSK



盤面素材:木材

イベントガイド

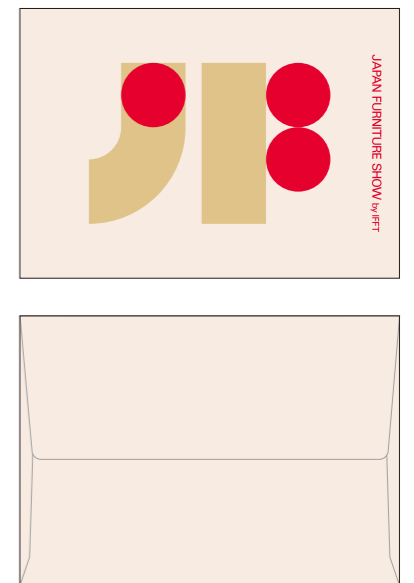


ショップサイン



盤面素材:木材

封筒 (ショップカード用)



● Webで深まる“日本の家具の魅力” | WEB HIGHLIGHTS 2025

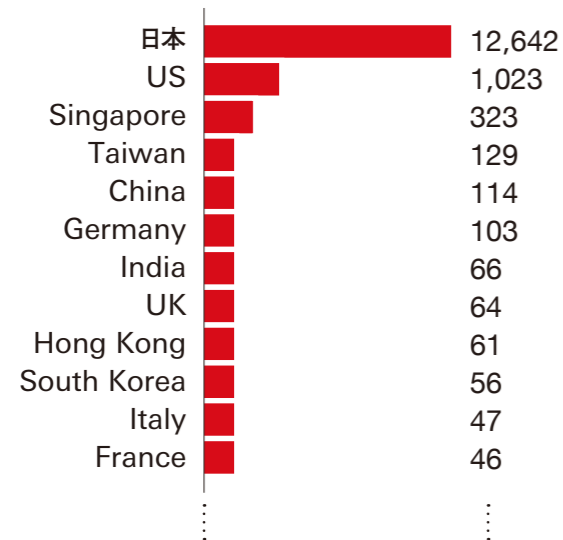
Webサイトは“日本の家具”の魅力を知るための入口となりました。

53,463回

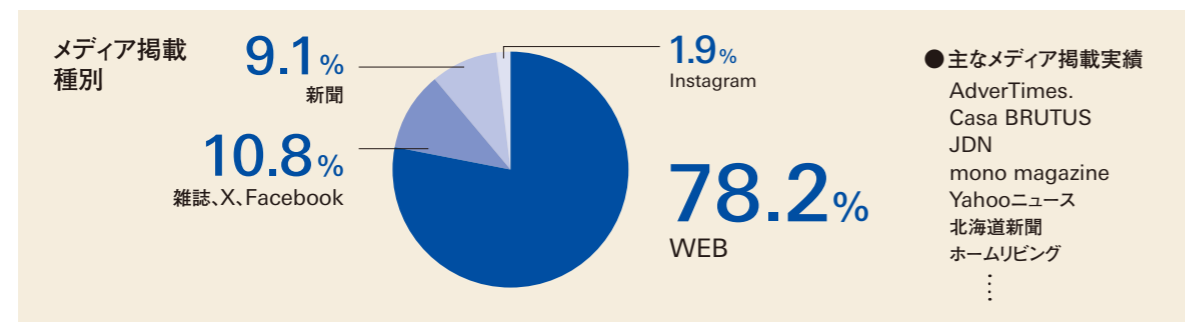
年間PV数(表示回数)

15,297人

年間リーチ数



国別リーチ数



● SNSで広がる“日本の家具の輪” | SNS HIGHLIGHTS 2025

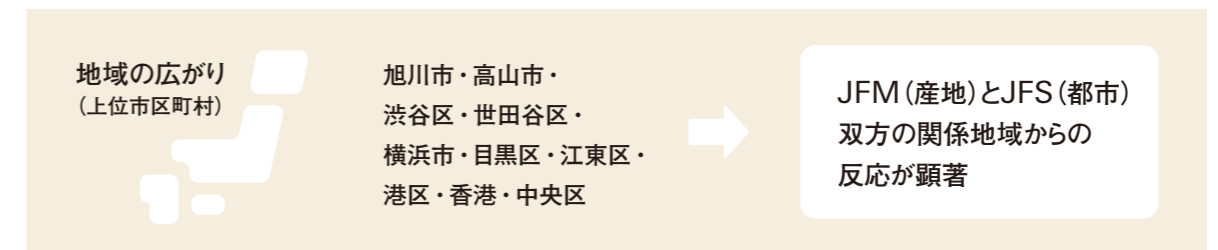
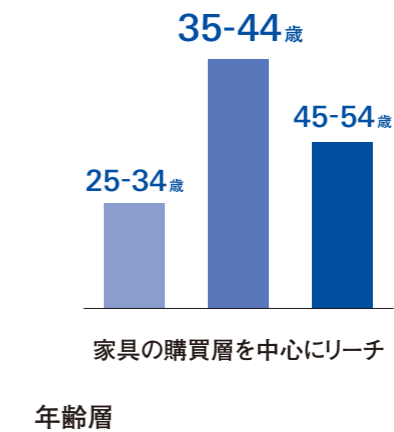
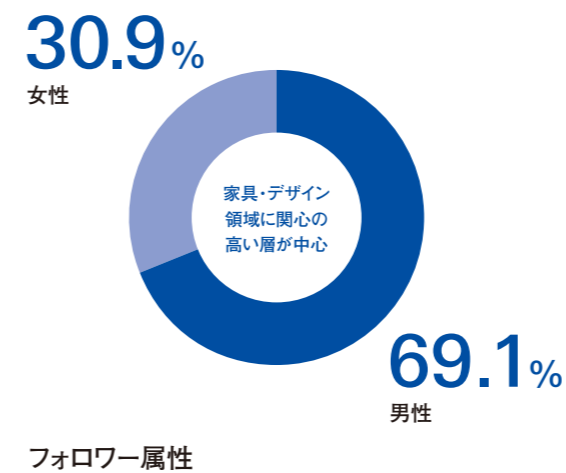
SNSを通じて“日本の家具”の魅力が全国へ広がりました。

124,000回

年間閲覧数

14,654人

年間リーチ数



日本各地、そして海外にも“家具を楽しむコミュニティ”が広がりはじめています



2025年、JAPAN FURNITUREは、産地の現場に根ざしたものづくりと、都市で生まれるデザインの力をつなぐ、大きな流れを育てる一年となりました。全国の家具産地がそれぞれの扉を開き、オープンファクトリーを中心とした“現場に触れる体験”がJFMの大きな軸となりました。工場の空気、職人の手の動き、地域で育まれてきた素材への向き合い方。家具が生まれる背景を実際に訪ね、さまざまな表情を持つ産地の魅力に出会う時間が各地で育まれました。

一方で、都市では、JAPAN FURNITURE SHOWを通じて、日本の家具の今を“見る・触れる・感じる”ための場が広がりました。全国のブランドが東京に集まり、それぞれの価値観やデザインが空間として可視化され、人・企業・文化が交わる新しい出会いが生まれた9日間でした。家具を単なるモノとして見るのではなく、その背後にある考え方や美意識まで感じられる体験が、多くの来場者の記憶に残ったのではないかと思います。

産地と都市。現場と暮らし。つくり手と使い手。

今年の取り組みは、これらが自然に重なり合い、日本の家具が持つ力をもう一度見つめ直す時間でもありました。素材に向き合う姿勢や、地域の文化を大切にしたつくり方、そして丁寧な生活を支える家具の存在。そのひとつひとつを、多くの人々が実感できる一年になったと感じています。

JAPAN FURNITUREは、単なる展示会でも、期間限定のイベントでもありません。

日本の家具が持つ価値を、産地と都市の双方から伝え、より多くの人に知ってもらうための「場」です。そして、産地・企業・クリエイター・生活者がゆるやかにつながり、新しい未来を一緒に描いていくための取り組みでもあります。

2026年は、産地での体験をより深めるオープンファクトリーの充実と、都市での展示のさらなる発展、そして一年を通じた発信の強化を目指していきます。日本の家具の魅力が、もっと自然に、もっと多くの人へ広がっていくように。

日本の家具を、ひとつの力に。

この思いを胸に、これからの一年も新しい出会いと発見を皆さまと共に育てていきます。

JAPAN FURNITURE

主催 日本家具産業振興会
制作 JAPAN FURNITURE事務局
編集 株式会社シマ・クリエイティブハウス
発行 2026年3月

Website



Instagram

