



IKEA Factbook 2025

イケアについて知っておいて欲しいこと

2025年4月24日





2 店舗

商業施設内店舗オープン IKEA京都・IKEA横浜ベイクォーター

IKEAポップアップストア

16カ所

2024年、16か所に期間限定でオープン。イケアをより身近に感じていただくために、よりアクセスしやすい場所でお客さまをお迎えします。

商品受取りサービス

約240拠点

店舗やオンラインストアでご購入いただいた大型家具や小物配送のお受取り場所を増やしています。そこからご自宅まではお客さまに運んでいただくことで、配送料金がお得に。またラストワンマイル配送の負荷を軽減し環境へ配慮します。



IKEA渋谷リニューアルオープン

6フロア改装

たくさんの人々が暮らし、働き、交流する渋谷で、より多くのお客さまにイケアを身近に感じていただくため、2020年11月にIKEA渋谷をオープンして4年。より便利に楽しく、インスピレーションあふれるかたちで2024年8月にリニューアルしました。

より身近な存在に

IKEA横浜

横浜や周辺地域の皆さまにとってより身近な存在になることを目指し、2025年4月1日にIKEA港北の店舗名をIKEA横浜に変更しました。

RÅSKOG/ロースコグ ワゴン

600台

1日の平均販売数

2024年度の国内年間販売数は22万台以上と1日で平均600台以上。発売から12年が経過してもなお人気の商品を改良しました。梱包サイズも約50%コンパクトに。

想定よりも大反響

1967年のチェア

60年代に販売された「アンチストレスチェア」がNyttillverkad/ニティルヴェルカード コレクションのDYVLINGE/ディヴリング チェアとしてリバイバル登場。当初の想定を大幅に上回る売上げ販売数を記録。

DYVLINGE/
ディヴリング
回転パーソナルチェア
¥22,990



よりよい社会のために

5,538人

2024年、イケア・ジャパンが主導するよりよい社会を目指すための取り組みに、お客さまとコワーカー計5,500人以上が参加しました。

6つの よい眠りのヒント

1. 心地よさ、2. 温度、3. 光、
4. 音、5. 空気の質、6. 整理整頓

2025年度は、睡眠にフォーカス。他国と比較して平均睡眠時間が短い日本。より快適な睡眠環境を実現するためのよりよい眠りのヒントを提案しています。いい明日は、いい寝心地から。

商品値下げ

820点以上

2024年1月、4月、7月と10月の4回にわたって人気商品をさらに低価格に。長期的な投資と企業努力によって低価格を実現。人々のニーズに寄り添い、より快適な家での暮らしを応援します。

IKEA前橋 国内店舗初認証

LEED GOLD®

IKEA前橋は、これまでのイケア・ジャパンのさまざまなサステナブルな取り組みを集約した日本国内で環境負荷が最も低いイケアストアとして開業。国際的なグリーンビルディング認証制度である「LEED GOLD®認証」を取得しました。



お部屋どうしてこうなった？

1,429万再生

家で起こりがちな困りごとにフォーカスした動画シリーズ。ヨガスペースを確保したい中島百依子さんの「床編」は共感を呼びInstagramで2.2万いいねをいただきました。LERBERG/レールベリ シェルフユニットで手軽に収納を増やして、ヨガも楽しめる部屋に！

サーキュラーマーケット
オンラインで家具に第二の人生を

1,363点

IKEAオンラインストアで、全国のイケアストアに設置されている「サーキュラーマーケット」のアウトレット商品を閲覧、48時間取り置きすることができます。この「サーキュラーマーケットオンライン」を2025年2月に全店で導入後、2か月で1300点以上の家具に第二の人生をもたらしました。



プラントベースカステラ全国販売開始

343,612個

2025年2月～
約1カ月の販売個数

IKEA前橋で大好評のプラントベースカステラを2025年2月に全国の店舗に展開。発売後1か月で34万個を売り上げました。健康的でサステナブルな食を提供しています。

プラントベース
ベビーカステラ
¥20/個



イケアについて

イケアは、1943年スウェーデンのスマーランド地方にあるエルムフルトで誕生し、世界63の国と地域でイケアストア482店舗*を展開するホームファニッシングカンパニーです。

「より快適な毎日を、より多くの方々に」というビジョンのもと、優れたデザインと機能性を兼ね備えたホームファニッシング製品を幅広く取りそろえ、より多くの方々にご購入いただけるようできる限り手ごろな価格でご提供することで、イケアは意味のある低価格を実現しています。

イケアのビジョンはホームファニッシングの域にとどまらず、イケアのビジネスに関わるすべての人々と地球のためにによりよい世界を実現したいと願っています。

*2025年4月時点

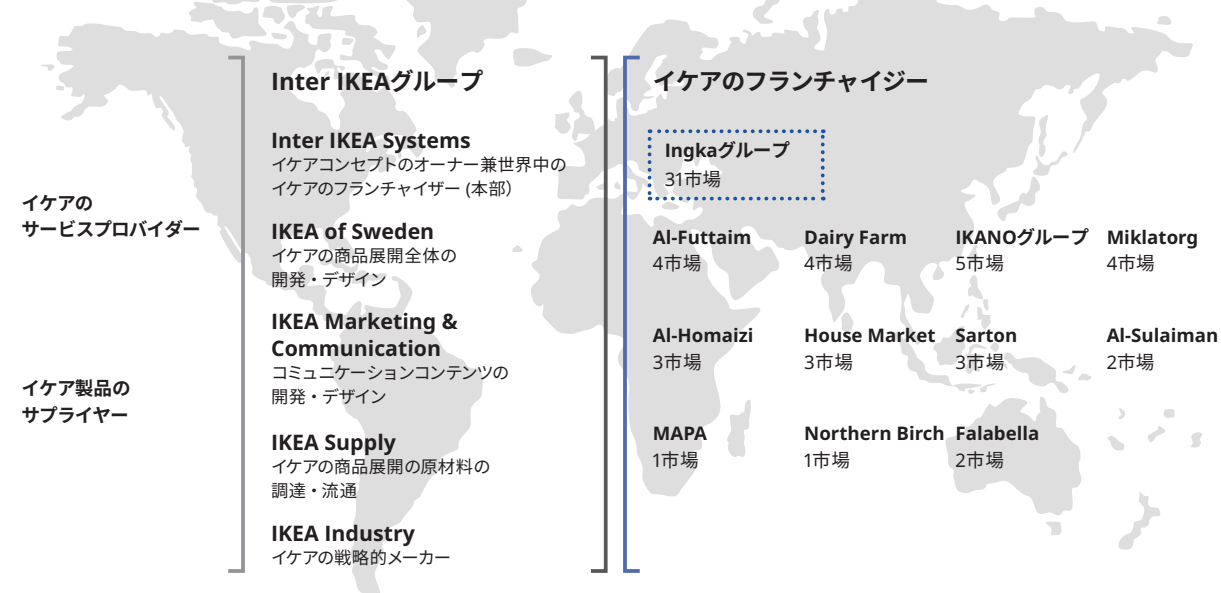
イケアのビジョン

より快適な毎日を、 より多くの方々に

Ingkaグループについて

イケア・ジャパンの親会社であるIngkaグループ(Ingka Holding B.V. とその関連会社)は、Inter IKEA Systems B.V.とのフランチャイズ契約の下でイケアの販売チャネルを所有し運営する12の会社グループのうちの1つです。

イケアのフランチャイズシステム



イケアの社名の由来

I = Ingvar
K = Kamprad
E = Elmtaryd
A = Agunnaryd

創業者であるイングヴァル・カンブラードのイニシャル(I・K)と、彼が育ったスウェーデン南部の農場エルムタリッドとアグナリッド村の頭文字(E・A)に由来しています。

イケアの カルチャー & バリュー

イケアバリューとは、私たちが80年かけて育んできた独自の価値観です。

イケアで働くための基本となるこの価値観は、世界中のイケアで共有され、アイルランドのイケアストアでも、スウェーデンのフォトスタジオでも、そして中国のディストリビューションセンターでも、同じように大切にされています。

イケアが誕生したスウェーデンのスモーランド地方にあるエルムフルトは、人口1万5,000人ほどの小さな村。土壌がやせていることで資源に恵まれず、限られた資源を有効に使うために工夫を凝らす文化が根付いており、イケアの価値観に影響を与えています。

「原材料を最大に活用し、人々のニーズや好みに応じて製品を最適化することで、低コストを実現し、節約したコストをお客さまへ還元する」—このイケアの「バリュー」を実現するためには、すぐれた組織が

必要です。組織をつくるのはイケアで働くコワーカー。自社の理念を社内で徹底するイケアバリューが世界中で統一されていることで、誰もが同じ価値観に基づいて行動し、大きな力を発揮しているのです。

イケアの企業文化 & 価値観 イケアバリュー

連帯感

環境と社会への配慮

コスト意識

簡潔さ

刷新して改善する

意味のある違うやり方

責任を与える、引き受ける

手本となる行動でリードする



イングヴァル・カンブラードは、1943年に17歳でイケアを創業し、ペンや財布などの商品を販売していました。彼の故郷であるスウェーデン南部のスモーランド地方は、深い森林に覆われた、石の多い土壌でした。人々は、その石を利用して、農地を区切るための壁をつくったのです。このように肥沃とは言えない環境は、タフで機知に富み、わずかなものを最大限に生かすのが得意な人々を育てました。これがずっとイケアの中心にある資質です。

イケアを生んだスウェーデン文化

イケアブランドを象徴するブルーとイエローは、スウェーデンの国旗の色に由来します。イケアでは、北欧らしいデザインのホームファニッシングだけでなく、スウェーデンの味もお楽しみいただけます。

イケアの商品名もスウェーデン語やスウェーデンに由来するものがたくさん。STOCKHOLM/ストックホルムといった地名や、BILLY/ビリーなどの北欧に多い人名、そしてBJÖRN/ビョーン(クマ)といった動物の名前など、さまざまな言葉が使われています。調べてみると面白い発見があるかもしれません！

Fika(フィーカ)

「Fika」とは、コーヒーやお茶と一緒においしいケーキやクッキーを楽しむ時間のことで、スウェーデンの文化です。イケアのコワーカーも休憩時間に同僚とFikaを楽しみます。Fikaの最中にアイデアがわくことも少なくありません。



短い夏をパーティーで楽しむ

冬が長いスウェーデンは、短い夏を盛大に祝います。6月には、草花で飾った「メイ・ポール」と呼ばれる大きなポールを立て、花の冠をかぶり、食事と音楽とダンスで祝う「ミッドサマー(夏至祭)」と呼ばれるお祭りがあります。

また、8月にはスウェーデンなど北欧地域の夏の風物詩「ザリガニパーティー」が開催されます。日本人にはちょっと意外かもしれませんが、ザリガニはスウェーデンでは伝統的な食材。もちろん、イケアでもミッドサマーとザリガニパーティーを毎年開催しています。

長い冬は家での過ごし方を楽しむ

冬が長いスウェーデンでは、どうしても室内で過ごす時間が長くなるため、家での過ごし方やインテリアにはこだわります。たとえば、窓辺にカーテンをつけずキャンドルなど照明で美しく飾るのは、長く暗い季節に少しでも太陽の光を部屋に取り込むための工夫。

また、クリスマスにはビュッフェスタイルのクリスマス料理「ユールボード」を楽しみます。ユールボードは、イケアのスウェーデンレストランでも開催されています。





イケアが大切にする 家での暮らし、Life at Home

「家」はすべてがはじまる場所

イケアは「自宅」は単なる場所ではなく、世界でいちばん居心地のいい空間と感じられる場所だと考えます。だからイケアがまず人々の家での暮らしを理解することから始めるのは、ごく自然な流れなのです。毎年、世界各地の家々を訪ね、人々がどんな希望や要望を持っているか調べています。そして人々のニーズとサプライヤーの能力を組み合わせ、毎日をより快適に送れるような新しい製品や暮らしのアイデアを生み出しています。



ホームファニッシングアイデア

家での暮らしはすこしの工夫で楽しめるもの。店舗やオンラインストアなどで、家での暮らしに役立つさまざまなアイデアを紹介しています。



インテリアアドバイス インテリアプランニング

インテリアを考えるのは苦手と思っていますか？ あなたの理想のインテリアをつくり上げるお手伝いをします。



ホームビジット

日本では毎年100件程度、直接自宅に訪問し、各エリアで異なるニーズを細かく調べ各店舗でのルームセットに反映しています。

Life at Home Report 家での暮らしに関する調査

世界中の人々の暮らしやニーズについてを調査し、その傾向を毎年発表。2014年の調査開始から11年目となるLife at Home Report 2024は、家にもっと楽しみを取り入れる方法を探っています。



8月1日はやっぱり家の日

イケア・ジャパンは、2010年に8月1日を「ヤ(8)っぱりイ(1)エの日」として記念日登録しました。よりよい家がよりよい暮らしをつくる。1年に1度でも家での暮らしについて考えるきっかけを届けたいと登録しました。「やっぱり家っていいな」と思う瞬間はどんな時ですか？



平等、公平は家での暮らしから Life at Home 2050始動

イケアは、平等こそが人権の中心であり、そして平等・公平は家での暮らしから始まると考えています。ジェンダーギャップなどの社会の課題は、家の中にも見られますが、家での暮らしをよりよくすることで、人々の暮らしや人生をよりよくすることができ、さらにはよりよい社会をつくることができると信じています。産・官・学のステークホルダーとこの課題に取り組むプロジェクトを2024年にスタートしました。



イケアの商品開発

よいデザインならば価格は高くても当たり前という考えはイケアにはありません。優れた品質とデザインこそ、多くの人が手に入れられる価格であるべきだとイケアは信じています。製品開発者、デザイナーは、イケア独自の製品開発哲学である「デモクラティックデザイン」の5つの要素のバランスを考慮し、製品をデザインします。

デモクラティックデザイン

優れたデザイン

人々に愛される美しい製品

優れたデザインとは、製品の見え方のことです。美しいフォルムは、見る人の心を惹きつけ、さまざまな感情を掻き立てます。製品の優れたデザインがイケアらしさを表現し、それらが人々の家での暮らしに喜びと美しさをプラスします。

品質

より長く製品を楽しんでいただくために

イケアは、その製品が寿命を迎えるそのときまで、人々に喜びと満足感をもたらすものであってほしいと考えます。開発段階、生産段階で、何千ものテストが行われ、クリアしたものだけが、商品として承認されます。

サステナビリティ

地球の限られた資源のなかで行う製品づくり

イケアのホームファニッシング製品の原材料は再生可能素材、リサイクル可能素材、もしくはリサイクル素材です。また、できる限りコンパクトに梱包し、輸送時のムダな隙間を減らすことで、CO2排出量を低減しています。最終的な目標はサーキュラリティ—製品の再利用・修復・再製造・リサイクルを可能にするデザインで製品寿命を延ばし、廃棄物を最小限に抑えることで循環型の実現を目指します。

機能性

日々のニーズに応える便利な機能

イケアは、家での暮らしの中で生まれるニーズをかなえるために、製品開発を行っています。製品が機能的であるためには、実用的で、便利、安全、かつメンテナンスが簡単でなくてはなりません。さまざまな商品が工夫されています。



低価格

より多くの方々にとってお手ごろに

デザイナーが最初にデザインするのはプライスタグ、つまり価格です。まずその製品の平均価格より安い値段を設定し、そこから製品の形やデザイン、原材料、製造ラインを工夫して考えます。価格は抑えても、デザインや機能性に一切妥協はしません。

IKEA Foodもデモクラティックデザインをベースに食品開発をしています。

Function: 栄養価が高く、健康的で、満足のいく食品を適度な量で

Form: 見た目良く、食欲をそそり、五感に訴えるような料理

Quality: 身体によい、信頼できる料理

Sustainability: 人、動物、地球にやさしい料理

Low price: お手ごろな価格



POÄNG/ボエング
パーソナルチェア
¥13,990

イケアの中でも特にアイコン的な商品のひとつが、POÄNG/ボエング パーソナルチェア。世界で愛されるこのチェアを生み出したのは、実は日本人デザイナーの中村昇さんです。



イケアの7つの「なぜ？」

イケアが品質と低価格を実現する7つの秘密！

イケアでのショッピングはセルフサービス式。ほかとは違う、ユニークなポイントがたくさんあります。イケアが、世界中で品質を保ちながら低価格な商品を提供できているのには、7つの理由があります。



1. なぜ、デザイナーはデザインを始める前にプライスタグをつくるの？

イケアのデザイナーは、まず市場で誰もが買える価格を設定し、それを実現するデザインを考えます。もっとも気をくばるのは、質の高い製品をだれもが買える価格でつくるとい点です。



2. なぜ、イケアの商品は何でもフラットなパッケージで運ばれるの？

イケアの家具は全てフラットパックされています。フラットなので、一度に大量に運ぶことができ、保管や輸送にかかるコストを節約できます。



3. なぜ、イケア店舗の売り場には、セールススタッフが近くにいないの？

プライスタグにお客さまが必要な商品情報を記載し、セルフサービス・システムによってコストを減らす事でお客さまによりお手ごろな価格で商品をお届けしています。



4. なぜ、買った家具を自分で組み立てるの？

イケアの商品は組み立てもセルフサービスです。ときには組み立てが難しい家具もありますが、組み立てコストを払わなくてもよい分、お客さまによりお手ごろな価格で商品を提供できるのです。そして、自分で組み立てた家具には、より愛着を感じることも！



5. なぜ、イケアは大量生産をするの？

イケアはグローバルで大量に生産し、配送することで、よりお手ごろな価格でお客さまに商品をお届けできています。



6. なぜ、イケアは製品を過酷な状況においてテストするの？

日常生活で想定しうるとのような状況下でも壊れないように、イケアではテストラボで家具に厳しいテストを行っています。



7. なぜ、買った家具を自分で持って帰るの？

商品を自分で持ち帰ることができれば、買ったその日から使えます。配送サービスを利用して手ぶらで帰ることも、商品受取りセンターでの受取りで送料を節約したり、さまざまなオプションを用意しています。

知っているとお得！

値段の表記には意味がある！

イケアの値段表記には、それぞれ意味があるのをご存知ですか？ これらの見方を知っていると、よりお得にお買い物をお楽しみいただけます。

¥99

同じカテゴリーの商品の中で最も低価格！

さらに、
低価格

暮らしをもっと楽しく。
定期的に価格を見直しています。

New

年4回新商品を販売。
訪れるたびに新しい発見が！

IKEA Familyメンバーになるとお得！

年会費・入会費無料のメンバーになるだけで、たくさんの商品を特別価格で購入できたり、店舗で使えるクーポンがもらえたり、オープン後1時間ドリンクバーが無料で楽しめたり^{*}。ステキな特典がいっぱいです。

^{*}店舗によって一部特典内容が変わります。

日本限定・期間限定メニューが充実。 離乳食は無料！

ショッピングの合間に休憩しながら食事を楽しめるスウェーデンレストランとピストロ。スウェーデンの伝統料理のほか、ブランドベース（植物由来）のサステナブルなメニューや、季節に合わせた日本限定メニューやデザートが充実しています。レストランでは離乳食の無料サービスも。



イケアを支える人の力

イケアでは、「成功するビジネス理念には夢が不可欠である。夢の実現には人々の力が不可欠である」との考えから、日々の働きを通じ「人の力を信じ、すべての人の強みを活かす」という文化の定着を積極的に推進しています。「イケアでのワークライフ」「インクルーシブなイケア」「イケアでのみんなの学びの機会」の3つを重要なポイントと考え、さまざまなライフステージにいるコワーカーが、自分らしく働ける環境づくりと、真の成長への機会創出を目指し、次のことに取り組んでいます：

ダーギス(保育施設)

ダーギス(DAGIS)は、コワーカーの勤務時間中にお子さまを預けることができる保育施設です。資格を持った保育士がいるこの施設は、IKEA Tokyo-BayとIKEA長久手に併設しています。子どものいるコワーカーが自分らしく働けるようサポートしています。



短時間正社員(同一労働同一賃金制度)

2014年9月、イケア・ジャパンでは、「短時間正社員」制度を導入し、コワーカー全員が正社員になりました(学生・短期契約社員は除く)。自分の生活状況に合った働き方ができ、長期的に安心して働き続けられる環境をつくっています。

Open IKEA制度

イケアでは、「自分でキャリアをデザインする」という考え方があります。会社からの異動命令ではなく、異動やマネジャーへの昇進も含め、自分のライフステージやモチベーションに合わせて、次にチャレンジすることを選びます。日本国内だけでなく、世界中のあらゆるポジションに応募できます。

男女同一賃金

Ingkaグループは2018年から、男女間の賃金格差の解消にも取り組んでいます。イケア・ジャパンは、同じ価値の仕事をする男女間で、Ingkaグループが定める男女賃金平等の基準を満たしています。

LGBT+アライ(理解し支援する人)

イケアは、すべての人を受け入れる職場環境をつくり、性的指向やジェンダーアイデンティティに関わらず、あらゆる人に平等な機会をもたらすことを目指しています。

学習ツール・機会の提供

ビジネススキルのオンライン学習ツールや、言語学習プログラムに無料でアクセスできるので、学習しながら自分を成長させることができます。



全コワーカー数

3,467人

2014年に同一賃金同一労働制度を導入。社員をコワーカーと呼んでいます。

※2024年8月31日時点

ピープル理念

イケアは真摯で前向きな方に、人として、プロフェッショナルとして、成長する機会を提供します。そしてイケアでは全員が協力して、お客さまはもちろん私たち自身のためにも、より快適な毎日をつくり出すことに全力を傾けています。

イケア・ジャパン コワーカーの国籍数

41カ国

さまざまなバックグラウンドの人々が集まれば、より多くのすぐれたアイデアが生まれ、お客さまをより理解・サポートできるようになります。 ※2024年8月31日時点

男性育児休暇取得率

89%

2024年度、イケア・ジャパンの特別休暇と法定育児休業のどちらか一方または両方を取得した割合は89%。法定育児休業の取得率は42%でした。男性コワーカーが育休を取得しやすい職場環境づくりに努めています。

有給消化率

75.3%

イケアは仕事だけではなく働く人の暮らしも大切にします。中には3カ月休暇を取って、旅に出るコワーカーも。それぞれが人生を充実させています。

※2024年12月31日時点

男女マネジャー比率

50:50

イケア・ジャパンでは、2020年以来、マネジャーにおける男女比50:50を達成しています。2024年8月末時点では、マネジャーにおける女性の割合は51.7%でした。

イケア・ジャパンのサステナビリティ

イケアは、環境と社会にポジティブな影響を与えたいと考え、イケアのバリューチェーン全体での温室効果ガス排出量を2030年までに50%削減(2016年対比)し、遅くとも2050年までにネットゼロを達成することを目指しています。また、気候変動と不平等に同時に取り組むことの重要性和、人々が取り残されることのない公正な社会へ移行する必要性を認識しています。

店舗やIKEAオンラインストアでは、省エネや節水、ゴミの削減を可能にする方法や、繰り返し使える、また長く愛用できる数々の商品を紹介し、家でもできるサステナブルな暮らしの提案を行っています。



太陽光パネルによる発電の割合

11%

全イケアストアに太陽光パネルを設置し、合計4,198MWの電力を供給。総電力使用量の11%を自家発電で賄っています。3店舗では地中熱利用冷暖房システムを使用しています。

再生可能電力

100%

2018年以来、イケア店舗では再生可能電力100%を達成しています。電化への切り替えを進め、再生可能エネルギー率は99.8%です。なお、エネルギー効率は、2010年度からこれまでに40%向上しました。

オペレーション
クライメートフットプリント

-95.6%

(FY24, 2016年比)

再エネ100%の追求、節水、ごみの削減・分別・リサイクルを通してオペレーションクライメートフットプリントを95%以上削減しました。

家具買取り点数

15,888点

(FY24)

ご不要になったイケアの家具を引き取りメンテナンスをほどこした上でサーキュラーマーケットで販売しています。ぜひイケアの家具買取サービスを利用して、ご自宅にあるイケアの家具に第二の人生を！

日本のサーキュラーマーケットの数

15

全店舗にサーキュラーマーケットを導入。展示品やお客さまから買取りしたイケアの家具などをお得にご購入いただけます。また、2025年2月に「サーキュラーマーケットオンライン」を開始。イケアのウェブサイトで、店舗にあるアウトレット商品を閲覧、48時間の取り置きが可能になりました。



事業廃棄物のリサイクル率

76.7%

(FY24)

イケア・ジャパンの店舗から廃棄されるごみをマテリアルリサイクルしています。資源を循環させる事を目指しているためサーマルリサイクル*は本リサイクル率には含めていません。

*廃棄物を焼却して得る、熱エネルギーを回収・利用



プラントベースのメインディッシュ

54.4%

(FY24)

イケアストア内スウェーデンレストランのメインディッシュ11品のうち、6品をプラントベースメニューに。それらを低価格で提供し、多くの人々がよりサステナブルな選択をできるようにしています。



食品廃棄物削減

-57.3%

(FY24, 2018年比)

2018年に、AI技術を活用したソリューションが全国のイケア店舗のキッチンに導入されました。

配送サービスの
ゼロエミッション配送率

35%

(2024年6月時点)

全国でのお客さまへの配送サービス(ラストワンマイル)において、ビジネスパートナーと協働で、2020年6月に初めてとなる3トンのEVTトラックを2台、イケアの配送サービス運営用のトラックとして導入。そして2025年3月までに、新たに26台のEVTトラックを導入しました。日本全体のイケアの配送サービスのうちゼロエミッションシェア50%を目指します。



IKEA Family募金
2025年度活動資金

6.8千万円

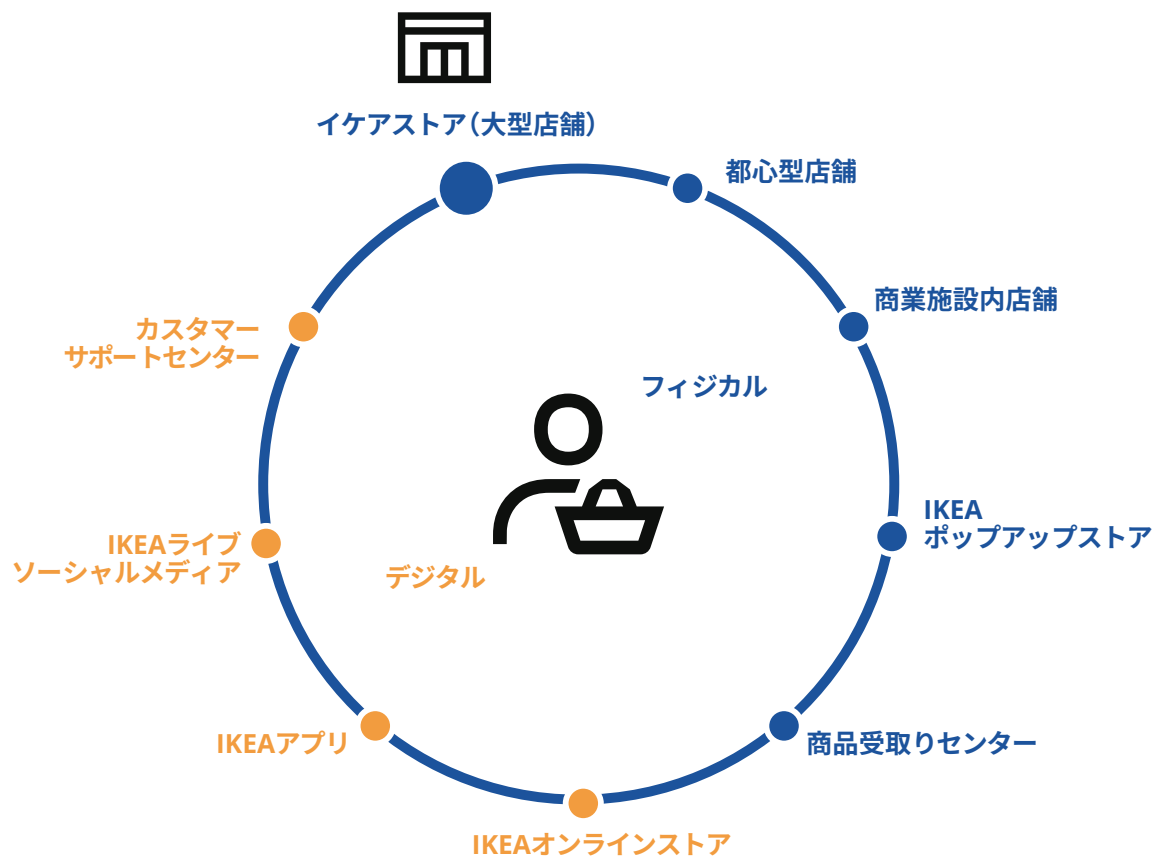
お会計時にIKEA Familyの会員番号をご呈示いただくたびに、イケア・ジャパンは10円を積み立てます。この積立金をもとに、地域の人々が安心して暮らせる家にアクセスできるよう、支援を行います。



オムニチャネルで シームレスなお買い物体験へ

お客さまをよりハッピーに

私たちはお客さまのニーズに応えられるよう、お客さまを中心に考えています。お買い物方法も多様化する中で、いつ、どこで、どのようにお買い物をするかはお客さまが選べるように、フィジカルとデジタル、それぞれのタッチポイントのよいところを組み合わせながら、シームレスで満足度の高いお買い物体験を届けることを目指しています。



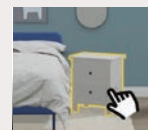
「フィジカル」な体験を IKEA アプリで

店舗は、商品を手に取りお試しいただける重要なタッチポイントですが、オンラインでのお買い物のニーズも高まっています。そこで、イケアでのフィジカルとデジタル、両方の体験をより便利にするのがIKEAアプリです。昨年1年間のアプリのダウンロード数は130万回。アプリの評価も5点満点中4.5点と、より多くのお客さまがアプリでのお買い物体験を楽しんでいます。

アプリを使ったデジタル体験：

IKEA Familyメンバーの特典や、新商品やインテリアコーディネートといったインスピレーションをチェックして、気になる商品があればすぐに購入できます。

→ この商品、部屋置いたらどんな感じかな？



「IKEA Kreativ/イケア クリアタイプ」で部屋をスキャンして、気になる家具を配置してみましょう。原寸大で確認できます。

→ やっぱり店舗で実物を見てみたいな。

「ほしいものリスト」に入れておけば、店舗でも探しやすいです。また、どの店舗で販売しているかも確認してください。

→ 店舗に在庫があるかな？

ご来店前に、在庫数や販売場所*をご確認いただけます。

*大型店舗と都心型店舗に対応しています。

アプリを使ったフィジカル体験：

店舗でのお買い物もIKEAアプリを活用すると便利です。

→ ささっと会計を済ませたいな。

「IKEA Scan & Pay」で、購入したい商品のバーコードをスキャンしたら、あとはお買い物バッグにいれるだけ。お会計は専用レジ(エクスプレスレジ)がご利用いただけます。

*2025年4月時点で、大型店舗と都心型店舗でご利用いただけます。

→ メンバー会員カードを忘れちゃった。

カードの代わりに、アプリで会員バーコードをご呈示いただくと特典をご利用いただけます。スマートフォンさえあれば、もうカードを忘れる心配ありません！

→ 店舗でどんなイベントやってるかな？

各店舗でのイベント情報をチェックして、参加登録ができます。

*イベント開催の有無・内容は店舗によって異なります。

より多くの人々にとって より身近に、より便利に

より快適な毎日を、より多くの方々にというビジョンを実現するため、オムニチャンネルリテラーへの取り組みを進めています。よりアクセスしやすく、ショッピング体験を向上させることで、変化するお客さまのニーズに対応していきます。



イケアストア(大型店舗)

イケアの実店舗は小売業のビジネスモデルにとって不可欠な存在であり続けています。イケアストアではほぼすべての商品を実際に手に取り、試すことができ、インスピレーションあふれるルームセットで実際の暮らしをイメージしていただくことができます。フルスケールのお買い物体験をお楽しみいただけるとともに、オンラインでご注文いただいた商品をストアからお届けすることで、重要なフルフィルメントの機能も担っています。

都心型店舗

都心型店舗では、都心に住む多くのお客さまが、忙しい日々の合間に、アクセスのよいロケーションにて、イケアの体験を楽しんでいただけます。都心の暮らしならではの省スペースを意識したホームファニッシングのインスピレーションをお届けしています。2020～21年に、原宿、渋谷、新宿に都心型店舗をオープン。



商業施設内店舗

アクセスがよく気軽に立ち寄れる商業施設内店舗では、厳選した商品を販売。2024年11月にIKEA京都、2025年4月にIKEA横浜ベイクォーターをオープンしました。店頭にはない商品で、IKEAオンラインストアやIKEAアプリで注文したインテリアや生活雑貨などを店頭で無料で受け取ることもできます。



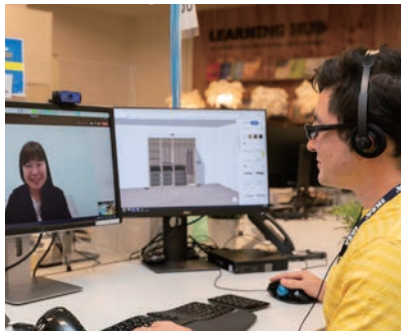
IKEAアプリ

オンラインでのお買い物はもちろん、イケア店舗で使える便利な機能もたくさん。「IKEA Scan&Pay」は、商品をスキャンしながらショッピングすると専用レジでのスピーディーなお会計が可能です。また、新たなツール「IKEA Kreativ/イケア クリアティブ」を使うと、部屋のデザインもよりお手軽に行えます。また、IKEA Familyメンバーのコードを呈示すれば、メンバー特典を取りよういただけます。



IKEAオンラインストア

インスピレーションと便利な情報が詰まったイケアの公式ウェブサイト。商品のお買い物はもちろん、商品やサービス、キャンペーンの情報やお買い物方法をチェックしたり、組み立て説明書をダウンロードしたりできます。インスピレーションあふれる部屋の写真もたくさん。きっとお気に入りのスタイルが見つかるはず！



商品受取り

店舗やオンラインストアで購入いただいた商品をご自宅への通常配送よりお手ごろな価格で受取ることができる受取りサービスを拡充中。受取り可能な拠点を日本各地に増やしています。また、オンライン購入の商品を店舗で受け取ったり、店頭にはない商品を取り寄せたり。これらのサービスを無料でご利用いただけます。ラストワンマイル配送の負荷軽減に貢献し、お客さまにも社会や環境にもよりよいサービスをお届けしていきます。

カスタマーサポートセンター

電話やオンラインチャットで商品のご購入前のご案内からご購入後のサポートまで、お客さまからのさまざまなお問い合わせにお答えします。また、リモートでの商品販売や配送、家組立てサービスの受付け、個人・法人のお客さまにインテリアの各種プランニングサービスも提供しています。



IKEAポップアップストア

より多くの方々に、家での暮らしをより快適でサステナブルにするアイデアや、お手ごろな価格で簡単に毎日の暮らしに彩りを加える商品をお届けするため、IKEAポップアップストアを日本各地で展開。約9,500点の商品の中から、厳選した人気商品を販売しています。

イケアライブ

商品やインテリアコーディネートを知りたいイケアのスタッフが、暮らしのアイデアやインテリアデザインのヒントを紹介するライブコマースです。配信を見ながら商品を購入したり、ライブチャットで直接質問することもできます。



2025 数字で見るイケア・ジャパン

2025年4月時点



イケアストア(大型店舗)

10店舗

2024年1月にIKEA前橋がオープン。
日本国内のイケアストアは10店舗に。

商業施設内店舗

2店舗

IKEA京都に続く2店舗目として、2025年
3月14日にIKEA横浜ベイクォーターが
オープン。

都心型店舗

3店舗

よりアクセスやすく、身近な存在に感
じていただけるよう、都心型店舗をオー
プン。



IKEA前橋

IKEA仙台

IKEA京都

IKEA神戸

IKEA福岡新宮

IKEA長久手

IKEA弥富物流センター

IKEA鶴浜

IKEA新三郷

IKEA立川

IKEA新宿

IKEA Tokyo-Bay

カスタマーサポートセンター

IKEA横浜

IKEA原宿

IKEA渋谷

IKEA横浜ベイクォーター

● 商品受取りセンター（大型配送サイズ専用）49拠点2025年4月時点



商品数

9,500点

毎年、このうちのおよそ2,000点が入
れ変わります。年に4回、新商品が販売さ
れます。イケア製品は社内デザイナーと
契約デザイナーがデザインしています。

年間来客数

2,874万人

世界全体では8億9,900万人のお客さま
を迎えました。(2024年度)

IKEAアプリダウンロード数

677万

いつでもどこでもお買い物をお楽しみい
ただけるIKEAアプリ。また、店舗でのお
買い物もアプリを使うととっても便利に。

※2025年3月時点



IKEA Familyメンバー数

975万人

家での暮らしをもっと楽しんでいただ
けるよう、IKEA Familyメンバーの皆さま
には、毎月変わるメンバー特別価格を
はじめとするたくさんの特典をご用意。
年会費・入会費無料。

※2025年2月28日時点

IKEA Business Network
メンバー数

25万人

法人・自営業・個人事業主の皆さまの
ビジネスをサポート。ビジネスニーズに
役立つサービスや特典をご利用いただ
けます。年会費・入会費無料。

※2025年2月28日時点

2024年度 数字で見るIngkaグループ



より良い家

50万点

家具買取サービスで、不要になったイケアの家具をお客さまから買い取りした数



BRÄNNBOLL/
ブレンボール
ゲーミングイージーチェア
¥14,990

より良い家

84

FY24のお客さま満足度スコア



より良い家

21億ユーロ

数千点にわたる商品の価格を下げるために投資を行いました

EKET/エーケト
キャビネット
¥3,500

より良い家

50%

スウェーデンレストランでの食事が、週に一度50%割引になり、さらにお得なお食事を楽しんでいただきました。(2025年4月時点では行っていません)



より良い暮らし

3,715人

2019年以降、26か国で就業訓練を完了した難民の人数



より良い暮らし

81,080人

社会貢献プログラムを通してサポートを提供した人数

より良い暮らし

84%

職場で自分らしくいられると感じているコワーカーの割合

より良い暮らし

50/50[↑]

マネジャーにおける男女比



より良い地球

77.7%

事業廃棄物のリサイクル率



より良い地球

97.3%

私たちの森林地ポートフォリオの97.3%がFSC認証を受けており、2.7%が認証取得中です



より良い地球

96.6%

運営における再生可能な供給源からのエネルギーの使用率

より良い地球

30.1%削減

ベースラインのFY16と比較したクライメートフットプリント(スコープ1、2、3)の削減率(目標: 2030年までに50%)



より良い地球

60.5%

FY17以降、製造過程での食品廃棄物の削減率

より良い企業

418億ユーロ

Ingkaグループの収益



より良い企業

42億ユーロ

2009年から行っているIngka Investmentsによる再生可能エネルギーへの投資総額

より良い企業

純利益

8億ユーロ

純利益の85%は自社に再投資し、残りの15%はStichting INGKA Foundationに配当として支払い、IKEA Foundationへの資金提供を通じて、慈善活動の目的を果たします。

より良い企業

4,000人超

のコワーカーがAIトレーニングを受講し、AIリテラシー啓発の資料は54,000回以上閲覧されました。

より良い企業

12億ユーロ

合計税額

会社概要

社名 イケア・ジャパン株式会社

英文社名 IKEA Japan K.K.

本社所在地 千葉県船橋市浜町2-3-30 5階

代表者 代表取締役社長 兼 Chief Sustainability Officer
ペトラ・ファーレ (Petra Färe)

設立 2002年7月8日

主な事業内容 ホームファニッシング製品の販売、輸出入、配送及び倉庫管理業務
インターネット、その他通信を利用した通信販売業務
飲食店の経営
食料品及び飲料の輸入・販売
家具及びインテリア用品雑貨に関するコンサルティング
古物営業法に基づく古物商

資本金 86億500万円

従業員数 3,467名

URL www.ikea.jp

