

IKEA Factbook 2026

イケアについて知っておいて欲しいこと

2026年9月



イケア・ジャパン20周年

この家が好き。
20年
のありがとうを込めて、これからも

第一号店 IKEA Tokyo-Bay（IKEA船橋）
オープン以降の来店者数

13億2,500万人以上

（店舗・オンライン合計）



2026年4月24日
商業施設内店舗

IKEA岡山 Open!

5月20日～11月中旬予定

IKEA ポップアップストア in当別町 Open!



2026年9月3日
商業施設内店舗

IKEA豊洲 Open!

商品受取り拠点

800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。

2027年度注力テーマ「収納」

それぞれちがって、いい収納。

暮らしの変化にも柔軟に対応する収納ソリューションを提案し、一人ひとりが自分らしく自由に過ごせる家づくりを応援します。



モーニングセット

100円



2024年11月から大人気のシナモンロールとハッシュドポテトのセットが100円と驚きの低価格に！



POÄNG/ポエング パーソナルチェア

50周年

日本人デザイナー、中村昇氏が手がけたパーソナルチェア。1976年にPOEMとして販売されると、翌年にはカタログの表紙に登場するほどの人気商品に。半世紀もの間、改良されながら、しかし本質はそのままに愛され続けています。



創業者イングヴァル・カンプラード

生誕100年

イングヴァルは、スウェーデン・スモーランドの森で「どうすればもっと良くできるだろう?」と自問しながら成長しました。その問いは、イケアの文化の一部となり、立ち止まることなく前進し続けるすべてのコワーカーに受け継がれている精神となりました。



IKEA Familyの リワードプログラムスタート

¥50で1ポイント

ポイントをためて、お得で便利なリワードと交換しましょう。

イケアについて

イケアは、1943年スウェーデンのスモ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を約500店舗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よりよい世界を実現したいと願っています。

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®

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

イケアのサービスプロバイダー

Inter IKEAグループ

Inter IKEA Systems
イケアコンセプトのオーナー兼世界中のイケアのフランチャイザー (本部)

IKEA of Sweden
イケアの商品展開全体の開発・デザイン

IKEA Marketing & Communication
コミュニケーションコンテンツの開発・デザイン

イケア製品のサプライヤー

IKEA Supply
イケアの商品展開の原材料の調達・流通

IKEA Industry
イケアの戦略的メーカー

イケアのフランチャイジー

Ingkaグループ
32市場

Al-Futtaim 4市場	**Dairy Farm** 4市場	**IKANOグループ** 5市場	**Miklatorg** 4市場
Al-Homaizi 3市場	**House Market** 3市場	**Sarton** 3市場	**Al-Sulaiman** 2市場
MAPA 1市場	**Northern Birch** 1市場	**Falabella** 2市場	



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・カンプ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・カンプラードは、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。商品名をスウェーデン語の正しい発音で聴くことができる新機能がIKEAアプリに加わりました。「これ、どう読むの?」と気になったらチェックしてみて!

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

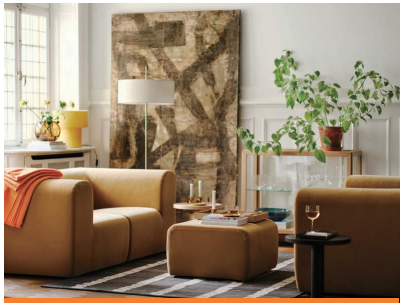
冬が長いスウェーデンでは、どうしても室内で過ごす時間が長くなるため、家での過ごし方やインテリアにはこだわります。たとえば、窓辺にカーテンをつけずキャンドルなど照明で美しく飾るのは、長く暗い季節に少しでも太陽の光を部屋に取り込むための工夫。
また、クリスマスにはビュッフェスタイルのクリスマス料理「ユールボード」を楽しみます。ユールボードは、イケアのスウェーデンレストランでも開催されています。



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て、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。

ルームセット

イケアといえばルームセット。部屋を丸ごとイケア製品でコーディネートしていて、さまざまなスタイルや家での暮らしを体感できます。また、地域のニーズを調査したうえで、各ルームセットには年齢、ジェンダー、家族構成、住居地、年収、趣味など、多様なペルソナを設定しています。自分に合った部屋をぜひ探してみてください。



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せんか？ 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？



平等は家での暮らしから Life at Home 2050

イケアは、平等が人権の中心であり、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社会課題は家の中にも存在しますが、家庭での小さな変化が人々の暮らしや社会全体をより良くすると信じています。この課題に取り組むため、産官学のステークホルダーと共に2024年にプロジェクトを開始し、2年目の2025年8月には、理想の暮らしを考え、対話するきっかけとなる絵本『たびする家』を発表、2026年８月は自由研究ワークを公開しました。



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。



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

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。



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。

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。

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。



POÄNG/ポエング
パーソナルチェア
¥17,990

イケアの中でも特にアイコニックな商品のひとつが、POÄNG/ポエング 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う点です。

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ど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、商品受取り拠点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とステキな特典がいっぱいです。さらに、2025年6月にIKEA Familyのリワードプログラムがスタート！ ポイントをためて、お得で便利なリワードと交換しましょう。

日本限定・期間限定メニューが充実。

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ビストロ。スウェーデンの伝統料理のほか、プラントベース（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。ゼリー付きのキッズプレートやキッズプラントボールなど、12歳以下のお子さま向けメニューもご用意！

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

3,540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。

※2025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

48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み出せ、お客さまをより理解・サポートできるようになります。 ※2025年8月31日時点

男性育児休暇取得率

96%

2025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96%、法定育児休業の取得率は68%でした。男性コワーカーが育休を取得できやすい職場環境づくりに努めています。

有給消化率

74.1%

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。

※2025年12月31日時点

男女マネジャー比率

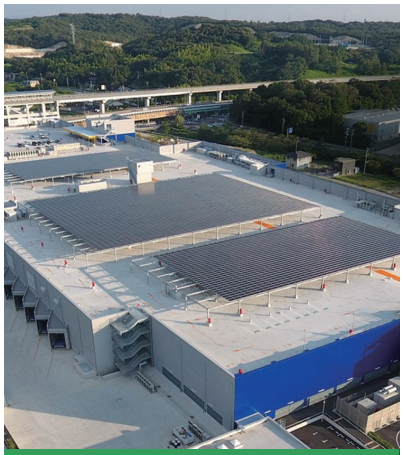
50:50

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。2025年8月末時点ではマネジャーにおける女性の割合は52.8%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、2050年までに90％以上削減を目指しています。また、気候変動と不平等に同時に取り組むことの重要性と、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自家発電の割合

16.1%

全イケアストアに太陽光パネルを設置し、合計6,550MWの電力を供給。総電力使用量の16.1%を自家発電で賄っています。IKEA立川、IKEA福岡新宮、IKEA長久手では地中熱利用冷暖房システムを使用しています。

再生可能エネルギー

100%

2018年以来、イケア店舗*と物流センターでは再生可能電力100%を達成。電化への切り替えを進め、イケアストア（大型店舗）では再生可能エネルギー率も100%を達成しました。なお、年間のエネルギー消費量は、2009年度からこれまでに58.9%削減しました。

*イケアストア（大型店舗）と都心型店舗

事業系廃棄物と産業廃棄物のリサイクル率

80.8%

2025年12月時点

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

サーキュラーマーケットで第二の人生を

96万点

全店舗にサーキュラーマーケットを導入。お客さまから買取したイケアの家具や展示品に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。 96万点のアイテムに第二の人生をもたました。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。まだ使えるものを破棄するのではなく、 次のオーナーへ。循環型社会の実現に向けて、サステナブルな選択肢を提供します。



オペレーション クライメートフットプリント

-95.8%

2016年比

再エネ100%、ごみの削減・リサイクル、蓄電池の導入に加え、自然冷媒プレハブ冷蔵庫の導入*により、店舗運営におけるクライメートフットプリントを95%以上削減しました。更なる削減に向け、2030年までに全建物をEUのFガス規制に準拠させるため、自然冷媒の導入を進めます。

*環境省の令和7年度二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金を活用



食品販売数におけるプラントベース食品のシェア

39.5%

スウェーデンレストラン、スウェーデンビストロ、スウェーデンフードマーケットではさまざまなプラントベース食品を販売。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

-47.7%

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

30.4%

（2026年8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EVトラックを導入、現在19台をイケアの配送サービス用に運用中です。また、イケアの自社配送（店舗間の商品輸送含む）はすべてEV車両で行っており、2026年1月に新たに5台のEVトラックを導入し、計27台を運用しています。



IKEA Family募金 2026年度地域活動のための積立金額

7,339万円

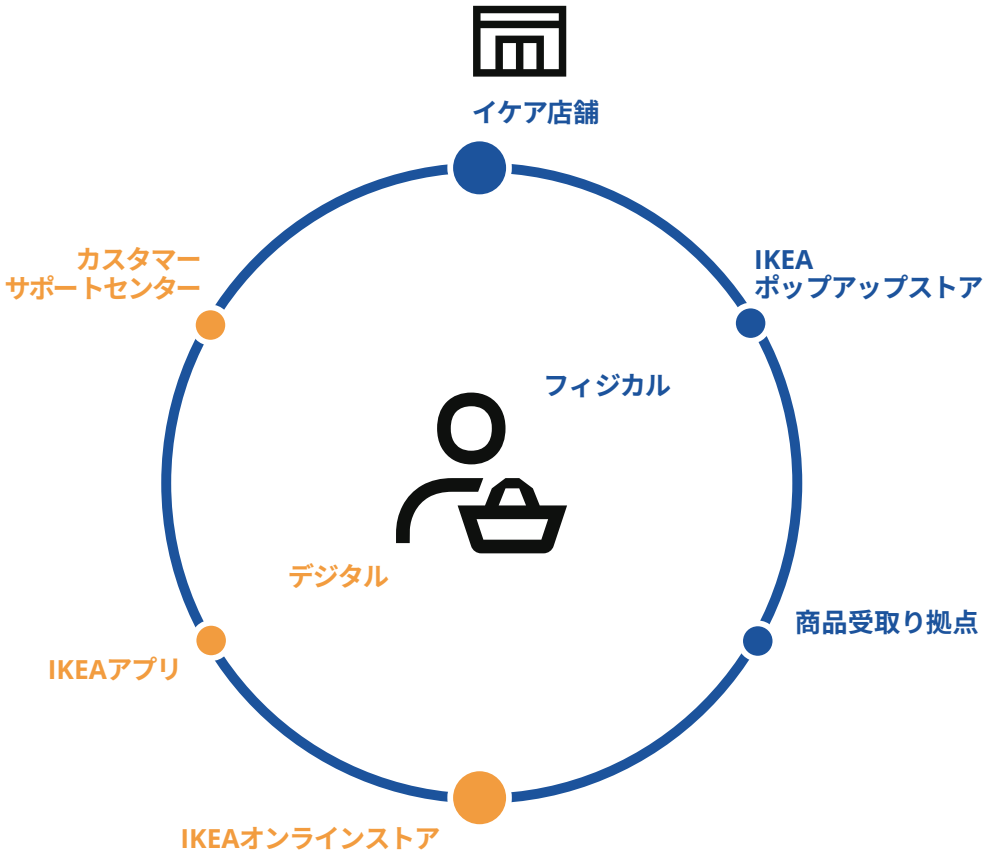
2025年度、お会計時にIKEA Familyの会員番号をご提示いただくたびに、イケア・ジャパンは10円を積み立て、2026年度の地域活動に活用しています。2025年度は全国24の施設・支援活動への商品提供等を通じて社会的・経済的に脆弱な立場にある方々をサポートしました。



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。





「フィジタル」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 クリアティーブ」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、店舗でも探しやすくなります。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。

*2026年9月時点で、大型店舗とIKEA渋谷、IKEA横浜ベイクォーター、IKEA豊洲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提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ー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。



IKEA前橋

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（IKEA渋谷）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。


IKEA渋谷

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、2025年10月にIKEA広島、2026年４月にIKEA岡山、2026年9月にIKEA豊洲をオープンしました。店頭にない商品で、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豊洲を除く



IKEA豊洲

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 クリアティーブ」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 Fmaily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！

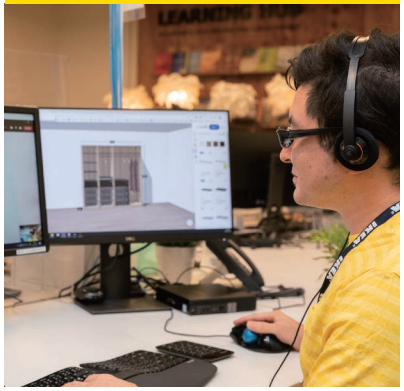


商品受取り

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。



IKEAポップアップストア in 当別町

数字で見るイケア・ジャパン

2026年9月時点

イケア店舗
16

2026年9月にIKEA豊洲がオープン。日本国内のイケア店舗は16店舗で、そのうちの10店舗が、イケアのブランド体験をフルスケールでお楽しみいただける大型店舗です。





● 商品受取り拠点（イメージ）全国に約800拠点 2026年9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。

イケア店舗＋オンライン来店者数（2026年度）
1.6億人

イケア店舗やイケアのウェブサイト、IKEAアプリで、いつでもどこでもお買い物をお楽しみいただけます。



IKEAアプリダウンロード数
865万

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もっと便利に。

※2026年8月時点



IKEA Familyメンバー数
1,063万人

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。

※2026年8月時点

IKEA Business Network メンバー数
21万人

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。

※2026年8月時点

FY25 Ingkaグループ パフォーマンス・ハイライト

620
イケアの
リテール拠点
31の国と地域

37
Ingka Centres
ショッピングセンター
14ヵ国

7億3,900万人
イケアのリテール拠点への来店者数

166,458
コワーカー

40億人
オンラインへの累計訪問者数

415億ユーロ
Ingkaグループの収益



環境



70.6%
2016年度以降、オペレーションでの排出量を削減

43億ユーロ
2009年から行っている風力・太陽光発電などの再生可能エネルギーへの投資総額



424店舗
展示品、販売終了品、返品商品、そして中古のイケア製品を割引価格で販売するエリアを設置

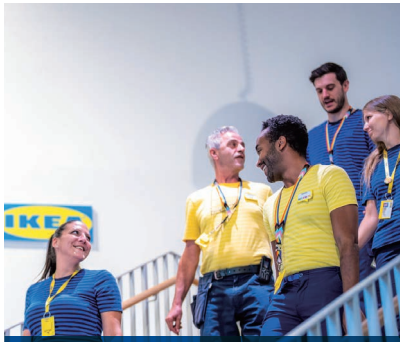
社会



100%
すべてのコワーカーが、勤務する地域で定められた適正賃金の基準以上の給与を確保

60.1%
お客さまへの配送サービスにてゼロエミッション車によって実施された割合（2025年度末時点）





53.4%
女性コワーカーの割合。
マネジャー職の女性の割合は49.8%。

ガバナンス



81.0%
の重要な役割を担うコワーカーが、贈収賄および汚職防止に関するトレーニングを修了





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 マティ 絵莉
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	3,540名
URL	www.ikea.jp

© Inter IKEA Systems B.V. 2026