

# *IKEA Group* *corporate*

相澤 慎也  
中嶋 五月  
岸田 裕樹  
増田 歩

泉谷 紀子  
堀 佳菜絵  
難波 経太  
類家 麻奈美

# 本日の流れ

- 一回目の進出の理由と失敗について
- 二回目の進出について
- 戦略の変化
- 競合店との比較

# IKEAの1回目の日本進出

## ■ 新市場の開拓

1974年に進出、  
86年に撤退。

2006年、再び進出。



# 一回目の進出の失敗

- 標準化戦略
- オイルショックにより、混乱していた消費者の動向を把握しきれていなかった
- 物流センターがなく、高価格での販売をせざるを得なかった
- 文化の違いで、消費者に馴染まず
- 合併企業であった

# IKEAの2回目の日本進出

## 進出の理由

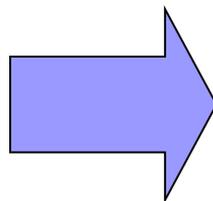
- 日本経済の下降により、外資を取り巻く環境が好転してきた
- 世界第二位の市場である日本



# 戦略の変化 ①出店

〔一回目の進出〕

- 狭い店舗面積
- 合併企業



〔二回目の進出〕

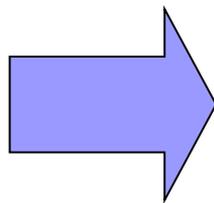
- 広大な店舗面積  
(40000m<sup>2</sup>)
- 独立資本

# 戦略の変化 ②品揃え

〔一回目の進出〕

## ■ 商品数

⇒詳しくは不明。日本向けに改良された商品はない



〔二回目の進出〕

## ■ 10000品目

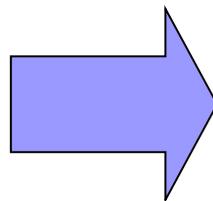
(8000品目は日本向けに改良された商品)

ex.) 本棚の高さを低くする、ベッドの硬さを調整する等…

# 戦略の変化 ③陳列

〔一回目の進出〕

- まっすぐな通路
- 分類陳列



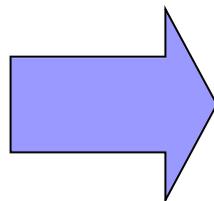
〔二回目の進出〕

- 見せる陳列
- 大量陳列
- ワンウェイ方式
- 衝動買いをさせる陳列

# 戦略の変化 ④価格

〔一回目の進出〕

- 高価格
- 高品質



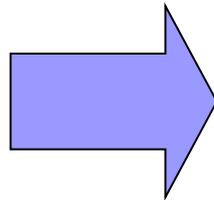
〔二回目の進出〕

- 低価格
- 高品質
- 高いデザイン性

# 戦略の変化 ⑤ターゲット

〔一回目の進出〕

- 高所得者向け
- 老若男女すべて



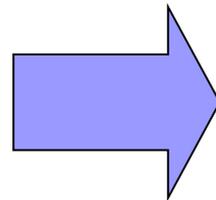
〔二回目の進出〕

- NOT高所得者向け
- 独身女性・子供のいる若い夫婦など
- オフィス

# 戦略の変化 ⑥物流管理

〔一回目の進出〕

- 物流センターはなかった(直輸入)



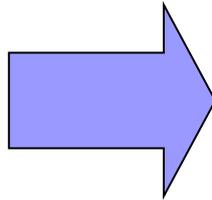
〔二回目の進出〕

- 上海・クアラルンプール・八千代に配送センターを配置

# 戦略の変化 ⑦プロモーション

〔一回目の進出〕

- 不明



〔二回目の進出〕

- IKEA 4.5 MUSEUM
- ベランダジャック
- 階段広告

# 競合家具店との比較

	資本金	売上高	従業員数	店舗数	純利益 (伸び率)	配送料金
IKEA	未公開	173億 ユーロ	104,000人	239店舗 (2店舗)	未公開	有料
ニトリ	約127億円	1,567億円	6551人	147店舗	約190億円 (19.0%増)	無料 (一部有料)
良品計画	約68億円	1,274億円	3,408人	349店舗 (298店舗)	約82億円 (9.5%増)	有料
大塚家具	約11億円	697億円	1,611人	16店舗	約36億円 (23%増)	無料 (一部有料)

※注1 IKEA,良品計画における店舗数の( )内の数字は日本国内の数値

※注2 純利益、伸び率は2005年度末のもの

# 競合店のIKEAとの差別化

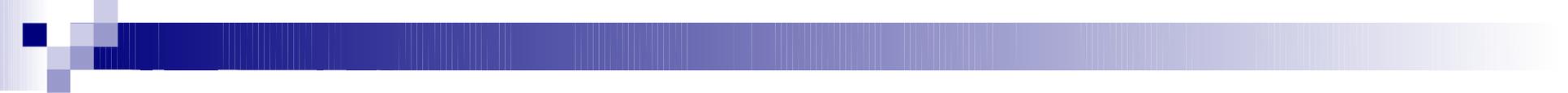
- 日本独自の「和」を打ち出す
- ターゲット層がイメージする、「それぞれの暮らし」の部屋を中心に店内を構成
- 接客販売
- 通信販売

# 本日のまとめと今後の流れ

- 今回示したとおり一回目と二回目における進出時の戦略の違いが明らかになった。二回目の進出時の戦略の成功により業績を伸ばしている。これに現在のSWOT分析をふまえて、海外の家具市場を通し、今後のIKEAの展望を調べていこうと思う。

# 参考文献・資料

- 株式会社 ニトリ <http://www.nitori.co.jp>
- 株式会社 大塚家具 <http://www.idc-otsuka.co.jp>
- 株式会社 良品計画 <http://ryohin-keikaku.jp/>
- 日経流通新聞 2006年7月12日 005ページ
- IKEA JAPAN  
[http://www.ikea.com/ms/ja\\_JP/local\\_home](http://www.ikea.com/ms/ja_JP/local_home)
- 商業界 2006年5月、10月
- 販売革新 1974年10月 2006年3月
- 広告批評 2006年6月、7月
- IKEA FAN BOOK 森井ゆか



ご清聴ありがとうございました。