

住まいのモノ減らす世代に備え

家具販売で世界最大手のイケア（スウェーデン）が新たな事業領域を探り始めた。都市化で狭い住宅に住む人が増え、若者を中心に家具を減らしたいと考える傾向が強まっていることに対応。家電や自転車などに商品を広げ、一つの家具で複数の機能を備えた製品にも挑む。

複数機能商品を拡充

「来店客数が（延べ）ある。一つは売上高の67年間8億人近くといつても世界の人口は72億人。アジアで出店の余地が大イケアはまだとても小さいこと。もう一つは住のマーク・ス・エングマン氏に「エレクトロニクスを取り込むなど、当社（グネフィエル社長兼最高経営責任者（CEO）は続けられるという自信を話している」と話す。

家の中の家具が減ってスマートフォンの時代も視野に入る。同社の調べでは世界道陣にこう語った。

発言には2つの意味が。電器を組み込んだ照明ス

イケア、家具の役割再考



アグネフィエル
社長兼CEO



デザイン学校と組み、家具を減らしたモデルルームを設置した店舗（写真上）や一部では植物の販売も始めた（同下、いずれもスウェーデン・エルムフルト）



に1回以上、家の中が散らかっていることで不快な思いを抱いていた。18～29歳に限ると47%にのぼる。報告書は「多くの人がモノを減らしたがっている」と分析。人口が都市に集中した結果、世界的に住宅が狭くなったことが背景にある。

そこでスイスのローザンヌ美術大学と組み、50個のモノで完結するモデル住宅を考案した。衣服を掛けやすいイスや、メモを貼り付けておけるようコルクボードと一体化した時計が並ぶ。食卓を兼ねる勉強机の試作品も開発。多くのモノを持つと、1年ほど前には新規事業の専門チームを発足。「多くは失敗するのだから、それでもやると決めた」（イエスパー・ブロディーン商品展開&サプライマネジャー）

一部の店舗で植物の売り場を設けた。年内には自転車を取り出す。新商品も革新を続けられる商品の投入に合わせて他の商品を外し、店舗にそろえるのは9500品目までに抑える。商品調達や

店舗運営の負担が増し、低価格を実現できなくなるのを避けるためだ。オフィス向け商品への進出も検討している。「単に机やイスを売るのはなく、どうしたら快適で仕事に満足できるかを考えている」とブロディーン氏は語る。

イケアは郊外に大型店を構え、大量の商品を安く販売する手法で世界最大の家具販売チェーンとなった。2015年8月期決算は売上高が前の期比11%増の326億5800万（約3兆9200億円）、営業利益も40億4900万と同7%伸びた。

好調で満足しやすい状況にあるが、13年に引退した創業者のイングヴァ・カン・ブロード氏（90）が築き上げたビジネスモデルに安住することへの危機感も強い。アグネフィエル氏が「まだ小さな会社」と鼓舞するのも、カリスマ経営者が引退しても革新を続けられるかどうか試されていると、きだからだといえる。（エルムフルトで、原克彦）