

●本誌で使用している略語
 HC:ホームセンター/HI:ホームインブルーメント
 SC:ショッピングセンター/MD:マーチャンダイジング
 SKU:ストック・キーピング・ユニット(絶対単品)
 NSC:ネイバーフッド・ショッピングセンター(近隣商圏型SC)
 RSC:リージョナル・ショッピングセンター(広域商圏型SC)

特集1●怒涛の企業特集3連弾

王者の進路

14



INTRODUCTION.....14
 圧倒的な差異化を実現する王者のブレない“実践と徹底”
 王者の進路①ジョイフル本田.....16
 特別インタビュー・本田昌也会長
 ジョイフル本田の進む道を語る!“変わらない経営哲学”とは!?
 「進化する店づくり」千代田店開業から7ヵ月 現状と進化を徹底調査
 王者の進路②カインズ.....22
 新店3店舗に見る進化する店づくりのいま!
 トップインタビュー・土屋裕雅社長
 売場を大胆に、ガラリと変えていきます
 王者の進路③コメリ.....30
 解説●コメリの大型店出店加速の意味すること
 コメリの九州戦略最前線 わずか1年半でPW・HCを9店舗出店
 「進化する大型店の売場作り」①コメリパワー・筑後店
 「進化する大型店の売場作り」②コメリホームセンター・みやき店

特別企画

38

拡大前夜! ホームセンターのネット販売

ブレークスルーポイントを探し出せ
 インターネット販売実態アンケート調査.....40
 将来性豊かだから今は我慢する「健全な赤字部門」という現状
 注目企業の取り組み事例●カインズ.....42
 ネットストアでPB戦略を加速化させる!
 専門店の先行事例に学ぶ●ニトリ・あさひ・良品計画・IKEA.....43
 勝ち組専門店企業が実践するネットストア戦略とは!?

特集2●「激戦エリアの攻防」拡大版

45

スーパービバホーム2店舗開業 激闘! 大阪の陣



PART①スーパービバホーム開業半年!寝屋川エリアの攻防.....46
 価格訴求力も強いスーパービバホームに死角はあるか
 PART②東大阪エリアストアコンバリエーションMAP.....50
 人口密集する激戦・東大阪エリアを歩く
 PART③スーパービバホーム東大阪店徹底レポート!.....52
 独自の店づくりで関西マーケットに挑む

特集3●売れない時代に売れ続ける

60

ロングセラーブランド大研究!

圧倒的なユーザー支持を得る
 ロングセラーブランドの価値を見直す!

NEW STORE PICTORIAL



- 6 石川県小松市
カーマホームセンター21小松店
- 8 埼玉県東松山市
セキチュー東松山高坂店
- 10 東京都国立市
スーパーバリュー国立店

情報 武装で売場を刺激する
商品と販促の教科書

- 77 メーカートップが語る
武蔵ホルト代表取締役社長
稲葉敏幸氏
- 82 REPORT
ガーデニング
- 86 連載 商機がみえる!
使えるホームセンター
販促カレンダー
- 88 BUYER'S GUIDE
バイヤーズガイド

連載

- 4 売場&プロモーション
つい“買いたく”なるを開拓!
- 5 DHC NEW STORE TABLE
新店情報
- 12 実践力を鍛える! 誌上開講
時岡晤の店長塾
- 36 桜井多恵子の
競争に勝つフォーマット作り直し!
- 55 DHC REPORT
メイクマン、ニューマン店を
“手作り”で改装
- 56 DHC NEWS BOX
国内
- 58 DHC NEWS BOX
海外
- 73 FAIR & CONFERENCE INFORMATION
ホームセンター業界関連展示会
- 74 CLOSE-UP SPECIALTY
ヴィレッジヴァンガード