

●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:マーチャンドライジング  
 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●消費の主役は住へ 依然“未開”の地で伸ばす

## ホームファニッシング



**COVER STORY**●変わる日本人の“住まい”への価値観……………20  
 ホームファニッシングにチャンスが広がる!  
 基調インタビュー●ナフコ取締役副社長家具商品部長石田佳子……………21  
 日本のホームファニッシングの市場には、  
 多くの可能性が残っている  
 有力HCの戦略●カインズ……………24  
 コーディネートで勝負をかける  
 ホームファニッシングアンケート調査……………26  
 積極派と消極派に真っ二つ  
 狙うは「差別化」と「新顧客層取り込み」  
 専門店事例①イケア・ジャパン……………28  
 欧米流の「ホームファニッシング」を提案!  
 「日本の消費者も徐々に変化」  
 専門店事例②ローラ アシュレイ ジャパン……………30  
 強い個性がファンをがっちり握る英老舗ブランドの戦略  
 専門店事例③ロフト……………32  
 渋谷オトナ化の流れの中で  
 提案する上質な日常の暮らし  
 COLUMN●家具・インテリアのネット通販事情……………33  
 調査編●ニトリ・カインズ・イオン……………34  
 寝具カテゴリーの売場づくりと政策を徹底分析!  
 米国先進事例解説……………37  
 ホームファニッシングの最強フォーマットはDSだ!

19



特集2●ランキング&大潮流 総ざらい

## 世界のホームセンター

米国編①ホームチャネルトップ100社ランキング……………40  
 米国編②2強の業績比較ホームデポVSロウズ……………43  
 米国編③戦略レポートロウズ 進む! リアル店舗とネットの融合……………44  
 米国編④プロディーラートップ50社ランキング……………46  
 米国編⑤米国ホームチャネル視察MAP ロサンゼルス&ラスベガス……………48  
 欧州編①ヨーロッパHCランキング……………52  
 欧州編②有力企業の最新売場づくり①プラクティカー②OBI③パウマクス……………53  
 COLUMN●ガーデンセンターがトレンド!……………56  
 欧州編③ビジュアル解説 パウハウス最新店舗……………57

39

新店戦略レポート



**ダイシン大富店**  
 VMDとシーン別分類という新しい売り方に挑戦!

7

企業研究



**バロー**  
 専門性強化しプロ顧客のハートつかむ  
 V字回復達成し、500億円・5%めざす

61

NEW STORE PICTORIAL



10 東京都千代田区  
 東急ハンズ東京店  
 12 埼玉県北本市  
 カインズホーム北本店  
 14 北海道石狩市  
 カインズホームFC花川店  
 16 インタビュー  
 アークス代表取締役社長  
 横山 清

情報武装で売場を刺激する  
 商品と販促の教科書

73 メーカートップが語る  
 カンベハビオ常務取締役営業本部長  
 石井節矢氏  
 74 REPORT  
 安全靴・作業用手袋  
 79 REPORT  
 ガーデニング  
 84 連載 現場発!  
 繁盛する園芸売場の作り方  
 86 連載 商機が見える!  
 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

6 売場&プロモーション  
 つい“買いたく”なるを開拓!  
 17 DHC NEW STORE TABLE  
 新店情報  
 DHC REPORT  
 58 ①プチDIY女性に広がる  
 ②DIYショー2012  
 ③アークランドサカモト  
 64 桜井多恵子の  
 競争に勝つフォーマット作り直し!  
 66 CLOSE-UP SPECIALTY  
 メガネトップ  
 69 FAIR & CONFERENCE INFORMATION  
 ホームセンター業界関連展示会  
 70 DHC NEWS BOX  
 国内