

●本誌で使用している略語

HC:ホームセンター/HI:ホームインフラメント
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●顧客を創る

寄せ植え& インテリアグリーン

28



COVER STORY 28
イマドキDIYと密接なつながり HCならではの強みが生かせるカテゴリーだ
すごい専門店で学ぶ! ●オニヅカバイオシステム 30
必見! 楽しくて華やかでつい買ってしまおう専門店の繁盛哲学
ホームセンター事例①ジョイフル本田 34
イベントと絡ませて購買促進! 手軽に楽しめる寄せ植えを日々提案する
ホームセンター事例②カインズ 37
ライフスタイル提案型売場で緑のある生活を訴求
HC・DIY専門店に見るガーデン売場トレンド 39
進化するガーデン売場! インテリアと急接近

特集2●こうすれば売れる!

“刺さる”販促

40

COVER STORY 40
生活者はコトに価値を見いだす時代 顧客接点→共感→行動のプロセスつくれ!
企業戦略①コーナン商事 42
SNS、アプリを通じ、独自の情報を発信 新たな顧客獲得めざすコーナーも導入
企業戦略②アヤハディオ 44
DMヒット率6割のすごいCRMが業績をつくる
ケーススタディ①グッディ 46
従来のプロモーションの枠を超え 企業として課題解決めざした「絶対鮮度宣言」
ケーススタディ②セキチュー 47
店内でプロレス開催! “面白いことする”HCとして集客に生かす
デジタル販促、どう使いこなす!? 48
価格訴求の呪縛から抜け出し 顧客接点づくりをめざせ
提言 52
“動機づけ”と“絆づくり”で顧客がワクワクして、売れ続ける店に変える
小阪裕司氏(オラクルひとしくみ研究所代表)
異業種事例●CSリレーションズ 54
過当競争の携帯販売業界で5年で売上3倍! その秘密に迫る

特別企画●2016年度上期決算レポート

55

下期 攻めの一手

2016年度上期決算総括 / DCMホールディングス / コメリ / コーナン商事 / ナフコ / アークランドサカモト / 番外・島忠

特別レポート

5

LIXILビバのSCM改革

店舗オペレーション改善し、接客時間が倍増

TOP INTERVIEW

8

綿半ホールディングス野原勇社長

わずか2年で16店舗から37店舗へ EDLP本格化から半年で手応え得る

新店戦略レポート

14

- ①プラスワン長野店 まったく新しいプロショップが誕生した
- ②ホームセンターパロー可児坂戸店 体験型HC、進化する

NEW STORE PICTORIAL

20 神奈川県横浜市
ホームセンター
コーナン本牧フロント店

22 東京都渋谷区
ニトリ新宿タカシマヤ
タイムズスクエア店

24 山梨県都留市
カインズスーパーセンター都留店

情報武装で売場を刺激する 商品と販促の教科書

75 特別企画
HCの店頭プロモーション研究

82 REPORT
ガーデニング

87 REPORT
発電機

90 REPORT
カー用品

94 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

96 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!

DHC REPORT

10 ①ホビーのプラットフォーム、
ダービー・スマートとは!?
②ダイユー・リックホールディングス
浅倉俊一社長に聞く!

12 新連載 成田直人の
『できる店長』養成講座

27 DHC NEW STORE TABLE
新店情報

64 FAIR & CONFERENCE INFORMATION
ホームセンター業界関連展示会

イマドキDIY通信

65 Makers' Base
(メイカースペース)

66 桜井多恵子の
競争に勝つフォーマット作り直し!

68 ニュースな言葉を毎号解説
流通最旬キーワード

69 JAPAN NEWS
国内

71 WORLD NEWS
海外

72 CLOSE-UP SPECIALTY
WASHハウス