

●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:マーチャントダイジジ
 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●マーケット拡大のカギ握る

プロ顧客を射止める!

COVER STORY ●既存流通凋落、リフォームシフト、多能工化 3つの理由でプロマーケットはHCに追い風	22
有力HCの戦略①LIXILビバ	24
“リフォーム主業の職人”がターゲット	
有力HCの戦略②コーナン商事	26
PRO事業部500億円視野に事業拡大	
有力HCの戦略③コメリ	28
需要が高い商品は絶対品切れさせない!	
有力HCの戦略④綿半ホームエイド	29
自社最大のハード系売場でプロマーケット獲得もめざす	
プロ向け建築資材アンケート調査	30
成長性も収益性もある有望分野だ!	
ネット企業の参入●アマゾン・ジャパン	32
新築・リフォームストアをオープン	
7万点超の設備・建材を販売	
職人の本音に迫る●プロ職人辛口座談会	34
プロはHCに何を求め、どんな利用の仕方なのか?	
注目プロストア5店舗を調査	36
建デポプロ / アークプロ資材館 / プラスワン / プロショップホダカ / カーマプロ	
競争本格化時代を生き抜く強さの要諦とは!?	



21

特集2●ホームセンタービジネスレビューSPECIAL

精度95%以上をめざす!

当たる売上予測と高効率の出店戦略

PART① 売上は立地で決まる!	64
PART② 売上予測に最適なデータは既存店の実績	65
PART③ 売上と相関する5つの要素を整備する	67
PART④ 3つの手法で売上を予測する!	69
PART⑤ 売上予測システムを活用した出店戦略	72

64

DHCレポート ワイド特集

2012年度上期決算発表プレイバック

下期の反撃策!

2012年度上期決算総論 / DCMホールディングス / コメリ / コーナン商事 / ナフコ

49

新店戦略レポート

ハンズマン宇宿店
 鹿児島2号店!約1万㎡の売場に約21万SKUを導入

6

店舗視察お役立ちMAP

激戦! 鹿児島市エリア

9

企業研究

カンセキ
 原点回帰の店舗展開でドミナント深掘り
 カテゴリーの専門店化で差別化図る

46

NEW STORE PICTORIAL



10 東京都府中市 コーナン府中四谷店
12 新潟県長岡市 コメリパワー長岡店
14 埼玉県寄居町 カインズホーム寄居桜沢店
16 奈良県橿原市 スーパービバホーム橿原店

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 店頭プロモーション研究
84 REPORT 文具
90 REPORT ガーデニング
95 特別企画 人材戦略の新潮流
99 ZOOM UP! YKK AP
100 連載 現場発! 繁盛する園芸売場の作り方
102 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
104 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
18 シーズン2 実践編 時岡晤の店長塾
42 FAIR & CONFERENCE INFORMATION ホームセンター業界関連展示会
43 DHC REPORT LIXILビバ中期成長戦略 ほか2本
56 DHC NEWS BOX 国内
59 CLOSE-UP SPECIALTY まんだらけ
62 桜井多恵子の 競争に勝つフォーマット作り直し!