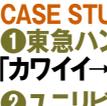


●本誌で使用している略語
 HC:ホームセンター/HI:ホームインブルーメント
 SC:ショッピングセンター/MD:マーチャンダイジング
 SKU:ストック・キーピング・ユニット(絶対単品)
 NSC:ネイバーフッド・ショッピングセンター(近隣商圏型SC)
 RSC:リージョナル・ショッピングセンター(広域商圏型SC)

特集1●豊穡な空白地帯をどう攻める!?

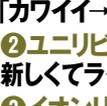
号砲! 首都圏攻略戦

	COVER STORY ●首都圏、人口一極集中さらに進行 空白4000億円マーケットの開拓者は誰だ!?	24
	1都3県有力企業店舗分布&マーケットデータ分析	26
	首都圏有力企業店舗分布 巨大マーケット攻略に動く有力企業たち!	28
	有力各社の首都圏戦略	
	①LIXILピバこだわりの都心の顧客にプラスアルファの提案	29
	②コーナン商事1都3県の本格的な攻略に乗り出す	30
	③ケーヨー得意の都市部で多店舗化狙う	31
	④セキチュー接客強化で、足元商圏に強いモデル店づくりを進める	32
	⑤カインズ ⑥島忠	33
	首都圏 激戦エリアの攻防	34
	①千葉県佐倉地区 ②東京都新小岩・平井地区 ナフコ、コーナンなど“外資”勢も意欲旺盛 有力6店舗の戦いぶり	
	提言●首都圏攻略戦略 首都圏はHCにとってフロンティア 高い不動産コストを吸収する店舗の姿とは!	39
	首都圏マーケティング 変ぼうする巨大商圏を攻める 住関連消費これからのマーケティング!	41

23

特集2●「楽しく・手軽に・だれでもモノづくり」にチャンス!

DIYとしてのホビー&クラフト

	COVER STORY DIYとホビーは極めて近い距離にある! 客層拡大の有望カテゴリーとして一考を	54
	CASE STUDY ①東急ハンズ 「カワイイ・こんなのでつくりたい」と女性客の手づくり心を刺激する	56
	②ユニリビング 新しくライトなホビーが良く動く「一日体験」の積極実施でビギナーを開拓	58
	③イオンリテール手芸と雑貨の融合で脱・素材売場をめざす スゴイ専門店探訪●ABCクラフト 圧倒的な品揃えと提案力で広域から集客	60
	提言 コーナーを工夫すれば、HCも女性客に手づくり用品を売れる	64
	COLUMN ●手づくりトレンド最前線	66
	インタビュー 栗田和雄●一般社団法人日本ホビー協会会長 木村隆士●日本ホビーショー委員長	68

54

新店戦略レポート

ダイキ周桑店
新サービスと視覚に訴えかける売場づくりで今後のモデル店舗に

7

SPECIAL INTERVIEW

ドイト社長宮田信明
権限委譲で現場のやる気を引き出し、「知識を利益へとつなげる」仕組みができた

48

NEW STORE PICTORIAL



- 10 神奈川県厚木市
コーナン厚木下荻野店
- 12 埼玉県飯能市
カインズホーム飯能武蔵丘店
- 14 静岡県菊川市
カインズホーム菊川店

情報武装で売場を刺激する 商品と販促の教科書

- 73 REPORT
ガーデニング
- 78 REPORT
カー用品
- 84 REPORT
浄水器
- 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

- 6 売場&プロモーション
つい“買いたく”なるを開拓!
- 16 シーズン2 実践編
時岡晤の店長塾!
- 18 DHC NEW STORE TABLE
新店情報
- 19 FAIR & CONFERENCE INFORMATION
ホームセンター業界関連展示会
- DHC REPORT
- 43 イオン
モノからコトへのシフト進む
- CLOSE-UP SPECIALTY
- 44 リフォームスタジオ
- DHC NEWS BOX
- 50 国内
- DHC NEWS BOX
- 52 海外
- 70 榎井多恵子の
競争に勝つフォーマット作り直し!