

●本誌で使用している略語

HC:ホームセンター/HI:ホームインフラブメント
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●求められる商品部、バイヤーの役割

商品力がすべて!

	COVER STORY24
	常に新しいことに取り組み、競合との差異化を実現するのがバイヤーの役割
	特別インタビュー●LIXILビバ渡邊修社長兼COO26
	バイヤーに求められるのは死に筋を開発できる勇氣
	商品部長が語る、商品部とバイヤーの役割・体制
	①カインズ.....28
	部内外の多くの意見を取り入れ組織で商品開発力を向上
	②ダイユーエイト.....30
	バイヤーの仕事は需要創造で目標粗利益高を稼ぐこと
	商品部の役割とバイヤーの仕事の実際32
	DCMホールディングス
	デマンドチェーンマネジメントを推進し 物おじしないマーチャンダイザーを育成
	バイヤーの仕事術
	①ジョイフル本田 平舘孝浩氏.....34
	販売データからは見えない顧客ニーズを売場でつかむ!
	②LIXILビバ 井田良彦氏.....36
	海外サプライヤーの見極めと“連携”がカギ
	③サンデー 石黒 愛氏.....38
	“スピード”と“単品管理”の徹底がポイント
	④ダイユーエイト 高田智和氏.....40
	常に需要創造に挑戦! 15年度はイングリッシュガーデンが成功
	⑤アヤハディオ 辻 雄斗氏.....42
	提案型売場により売上高が大幅に伸長
	⑥ユーホーム(ユニ) 岡 孝司氏.....44
	付加価値商品の充実で売上高が大幅伸長

23

特集2●オムニチャネル時代を勝ち抜く

攻めのロジスティクス戦略

	提言・解説●保坂康弘 (ストラテジクスパートナーズ ディレクター).....50
	オムニチャネル時代のロジスティクス戦略 山積課題を顕在化し、進むべき軌道を提示する!
	物流の大変化を読む●森田富士夫 (物流ジャーナリスト).....55
	オムニチャネル時代、ロジスティクスはこう変化する!
	SPA企業の“ロジ新戦略”58
	ホームロジスティクス(ニトリグループ)
	これからの物流は“シェア”の時代がくる オムニチャネル対応軸に飛躍を図る
	メーカー・ベンダーのロジスティクス戦略60
	アイリスオーヤマ
	工場と物流センターを一体化し、小売に高速配送 グループHCのセンター業務も一括受託

49

新店戦略レポート

ジュンテンドー大庭店

農業とプロに徹底特化、新MD導入したニューモデル店舗

15

特別企画●調査レポート

北東北で増殖するホームマックニコットの真価

64

NEW STORE PICTORIAL

18	群馬県前橋市 カインズ前橋川曲店
20	大阪府羽曳野市 ホームセンターコーナン羽曳野西浦店
22	コーナン商事の新チャレンジ D.I.Y. LABO

情報武装で売場を刺激する商品と販促の教科書

75	メーカートップが語る 住友化学園芸代表取締役社長 壇辻寛和氏
77	REPORT ガーデニング
82	REPORT リフォーム
84	REPORT 年末大掃除
86	REPORT 網戸
89	REPORT 農業資材
92	ZOOM UP! カンペハピオ
93	ZOOM UP! 基陽
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

3	売場&プロモーション つい“買いたく”なるを開拓!
6	DHC NEW STORE TABLE 新店情報
7	DHC REPORT ①ジョイフル本田決算 減収減益 ②ホームマート 十和田湖店オープン ほか4本
48	FAIR & CONFERENCE INFORMATION ホームセンター業界関連展示会
62	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
70	WORLD NEWS 海外
71	CLOSE-UP SPECIALTY ファストフィットネスジャパン