

●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:マーチャントデザイン  
 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●顧客の手がつけ伸びる

## 売れる仕掛け!

COVER STORY	30
“この店で買うメリット”を顕在化させる それで、売れる仕掛けだ!	
CASE①アヤハディオ	32
初心者を意識した売場づくりで購買誘う	
CASE②ビーバートザン	34
強みのハード売場中央に配し、競合店との違い打ち出す	
CASE③ユニリピング	36
“ふと”誰かにプレゼントしたくなる 心をくすぐる提案	
CASE④カインズ	38
最新改装店舗にみる売れる“5つ”の仕掛け	
CASE⑤エンチャー	39
シーン別売場を実験導入! 買上点数上げる仕掛けが満載	
CASE⑥LIXILピバ	40
顧客の不满を解消する売場提案で新たな需要をつくり出す!	
CASE⑦ダイユーエイト	41
比較購買や“押しの一語”で商品価値を見える化!	
提言・提案	42
ヒト・コト情報で女性客を“いますぐ客”に変えよう	
世界最強企業に学ぶ●ウォルマート	44
“1品でも安くたくさん売る”志向と	
“EDLP/EDLCによる簡素化”の両立	
COLUMN●異業種の成功事例	46
顧客に驚きを与えることが、買上点数アップの秘策	

29

巻頭特集●注目新店続々で一躍最激戦区に

## 戦国SAPPORO!

攻める新勢力①スーパーピバホーム手稲富丘店	10
“ナンバーワン戦略”で順調なスタート	
攻める新勢力②カインズホームFC星置店	12
アークスのカインズFC3号店	
北海道盟主の戦略業態	14
ホームマックススーパーデポ厚別東店 約5000坪! ホームマックスの最大店舗	
激戦エリアの攻防	15
国内有数の激戦地が誕生 巨艦店が3店舗にらみあう	

9

特集2●2013年度の戦略大全

## 「反動」後の大進撃!

新社長インタビュー①サンデー川村暢明社長	52
小商圏向けの小型店など新業態を展開	
新社長インタビュー②イオンスーパーセンター東尾啓央社長	54
[25店舗体制]への拡大戦略が始動	
13年度の戦略	
①DCMホールディングス 積極的な拡大策に転換!	57
②コメリ 首都圏人口密集地にニューフォーマット投入	58
③コーナン商事 新規出店ほぼ倍増、設備投資額は26%増	59
④ナフコ 2ヶケタ増益めざす	60
⑤島忠 新しいHCをつくる!	61
⑥アークランドサカモト 専門性の深耕で、得意分野を伸ばす	62
⑦サンワドー アイテム数を拡大し競争力強化	63
⑧ニトリ 米国に初出店、中国進出計画も!	64

51

### NEW STORE PICTORIAL



18	岩手県奥州市 ダイユーエイト岩手水沢店
20	静岡県島田市 ジャンボエンチャー島田店
22	千葉県流山市 ケーヨーデイツー 流山セントラルパーク店

### 情報武装で売場を刺激する商品と販促の教科書

70	メーカートップが語る ベトナム代表取締役社長 朝見恭裕氏
71	REPORT カー用品
74	REPORT 省エネ・節電対策商品
77	ZOOM UP! YKK AP
78	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
80	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!
25	DHC NEW STORE TABLE 新店情報
26	シーズン2 実践編 時岡晤の店長塾
48	桜井多恵子の 競争に勝つフォーマット作り直し!
50	FAIR & CONFERENCE INFORMATION ホームセンター業界関連展示会
65	CLOSE-UP SPECIALTY フジ・コーポレーション
68	DHC NEWS BOX 国内