

●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 ● 激動の一年を勝ち抜く羅針盤

## 商品戦略大全2014



**COVER STORY** .....24  
 2014年のキーワードは「時短」「健康」「カンタン」、そして「節約」

●商品戦略編

商品部長に聞く①カインズ .....26  
 新機能の追求と新商品の早期展開で増税後も攻める!

商品部長に聞く②コーナン商事 .....28  
 14年は「DIY」「園芸」強化の方針 接客でリアル店舗の楽しさ伝える

商品部長に聞く③ナフコ .....30  
 シニアカテゴリーを狙う 増税後は“新商品導入”を強化

商品部長に聞く④イオンリテール .....31  
 「家事をしない」化に対応し好調 買い替えのための売場からの脱却めざす

商品部長に聞く⑤ユニー .....33  
 付加価値商品を提案 女性とシニアがターゲット

商品部長に聞く⑥千趣会 .....35  
 増税前後で、強化カテゴリーを変化 「右脳訴求」により購買意欲を喚起

商品部長に聞く⑦セリア .....36  
 販売データから顧客ニーズを分析 インテリア強化をさらに進める

商品政策アンケート調査 .....38  
 14年は「シニア対応」「サービス強化」に脚光 PB強化は大幅トーンダウンへ

卸に聞く●和気産業 .....41  
 「簡単補修」「改善商品」を拡充 売場での提案力も強化

●消費&マーケティング編

景気・消費の行方を読む .....42  
 消費増税でも個人消費は底堅い見込み

消費トレンド予測 .....44  
 「みじめにならない安さ」が今年の重要なキーワード

プライシング .....46  
 脱価格競争! ホームセンター版「値上げのためのマーケティング戦略」

女性客をつかまえる! 収納新トレンド .....49  
 「ネットショップ」「季節感」「意外性」がヒント!

24

特集2 ● 第11回ダイヤモンド・ホームセンター読者が選ぶ

## STORE OF THE YEAR 2014

最も業界に影響を与えた“新店の王者”の称号を得るのは?  
 第1位から第19位までの受賞20店舗を一挙紹介  
 上位入賞店から14年のトレンドを探る

61

新店戦略レポート①

### メイクマン浦添本店

沖縄最大4000坪のHC! 900坪の資材売場などでプロ需要を捉える

7

新店戦略レポート②

### サンデーホームマート乙供店

4号店で基本フォーマット確立 60坪の本格的な食品売場を導入

10

新店調査レポート①

### 島忠ホームズ草加舎人店

ハードを徹底強化した新タイプのシマホ

13

新店調査レポート②

### コメリハード&グリーン原当麻店

コメリの首都圏攻略 戦略業態1号店を徹底分析!

15

特別企画

## Golden Hammer of the year 2014

売場貢献度No.1の商品を選定

73

## NEW STORE PICTORIAL

18 埼玉県さいたま市  
カインズホーム浦和美園店

20 神奈川県三浦市  
カインズホーム三浦店

22 特別インタビュー  
カインズ 土屋裕雅社長

## 情報武装で売場を刺激する 商品と販促の教科書

92 REPORT  
作業衣料

97 REPORT  
ガーデニング

100 ZOOM UP!  
YKK AP

101 ZOOM UP!  
アース製薬

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

5 売場&プロモーション  
つい“買いたく”なるを開拓!

23 DHC NEW STORE TABLE  
新店情報

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

52 桜井多恵子の  
競争に勝つフォーマット作り直し!

54 CLOSE-UP SPECIALTY  
ゲオホールディングス

57 ニュースな言葉を毎号解説  
流通最旬キーワード

58 世界企業のSCM④  
ロウズ

60 DHCレポート  
イオン体験型売場を拡充へ

72 DHC NEWS BOX  
国内