

●本誌で使用している略語
HC:ホームセンター/HI:ホームインフラメント
SC:ショッピングセンター/MD:マーチャングダイジツ
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①DIY、園芸、ペット、家電! コロナ特需の立役者

市場創造する卸

COVER STORY 34

卸7社の社長・役員に聞いた HCはどう変わるべきか

インタビュー

①大山健太郎 36

アイリスオーヤマ代表取締役会長

HC業界はまだまた変わる 常に新市場を創造し続ける

②中山哲也 39

トラスコ中山代表取締役社長

ECに負けない変革が必要 ユーザー目線の顧客体験を創出

③水野昭人 42

ジャベル代表取締役社長

HCならではの楽しめる売場づくり 新規事業も意欲的に

④本田秀逸 44

サカタのタネ常務取締役

初心者の成功体験を支えてブームで終わらせない

⑤上橋敦 46

エンバイヤ自動車代表取締役社長

100年に1度の変革期に対応 商品の魅力を伝える売場づくり

⑥糟谷誠一 48

PALTAC代表取締役社長

生産性向上の徹底でローコスト経営を実現!

⑦高橋竜也 50

高儀代表取締役社長

時代とともに変わる「川中」の役割 メーカー、小売の新たなニーズに対応

特集②ブームで終わらせない!

アウトドア専門店の最新戦略

COVER STORY 54

HC企業が続々参入 アウトドア市場の可能性

解説 56

アウトドア市場はどう変わったか?

文=沢木拓也(「BE-PAL」編集長)

特別インタビュー 58

水野敦之

アルペン代表取締役社長

体験重視の売場づくりで差別化 デジタル分野にも積極投資

ケーススタディ

①WILD-1(カンセキ) 60

売場を増やすだけではダメ 遊びの魅力を伝える提案

②CAMP DEPOT(コーナン商事) 62

コンセプトは「体験を共有できる専門店」 年間5店を目標に出店

③CAMP GEAR(ビバホーム) 64

寝泊まりキャンプ需要をとる エントリー層向け商材を強化

NEW STORE PICTORIAL

16 東京都八王子市
カインズ八王子長房店

18 埼玉県蕨市
スーパービバホーム蕨錦町店

20 福岡県糟屋郡
スーパービバホーム福岡東店

22 山形県西村山郡
サンデー河北谷地店

24 青森県八戸市
ズーモア八戸店

26 福岡県福岡市
グッデイ西福岡店

DHC REPORT

6 コロナ禍で全社が増収増益
決算レポート

8 ペット向けの介護施設を4月にオープン
ジャベルの新事業 老“犬”ホーム

連載

4 JAPAN・WORLD NEWS
国内・海外ニュース

9 DHC NEW STORE TABLE
新店情報

10 鈴木敏仁の
USTレンド

11 グッデイ流
デジタル活用実践術

12 奥谷孝司の
DX時代の顧客体験を考える

14 桜井多恵子の
成功企業の条件

32 COMPARABLE・STORE SALES
ひと目でわかる既存店売上高

情報武装で売場を刺激する
商品と販促の教科書

66 Report
塗料

68 Report
墜落制止用器具

70 連載●商機がみえる!
販促カレンダー

72 BUYER'S GUIDE
バイヤーズガイド