

アングローバル

カジュアル、グッズ強化

単独店拡大めざす

アングローバルは、「マーガレット・ハウエル」のカジュアルライン「MHL」と、「ハウスホールドグッズ」とくくったホームウェアなどの生活周辺商品を強化する。メンズとレディース共同のプロジェクトを組み、商品企画を充実させて売上げの拡大を狙うほか、単独店の出店を進める。

MHLの価格はマーガレット・ハウエルより3〜4割低い設定。シャツではエントリープライスを設定していることもあり、新規客の獲得にもつながっている。



加えて協業企画も顧客拡大に結びついている。協業相手はワークウェアやユニフォーム、スポーツなど機能性があるブランドや商品で、デザイン性を付

新規も獲得し、顧客が広がる

加して企画する。6月に販売するのは「コンバース」と協業したスニーカー（1万3650円Ⅱ税込み）。今後も、レディース3割、メンズ4割の商品構成は維持しながら全体の売上げを拡大していく。出店はファッショニビルを中心にする。現在、直営の単独店は代官山と大阪の「ルクア」にある。

ハウスホールドグッズでは、英国の老舗家具メーカー、アーコールの復刻チェア、肌着メーカーのサンズベルに別注したタンクトップなどを販売しており、売上げ構成で1割を占めている。今秋以降では、照明メーカー、アングルボイズの復刻ランプ（2万5200円）などを販売する。引き続き商品バリエーションを充実させ、生活雑貨だけで構成する店の出店を目指

す。
上期（10年9月〜11年2月）の売上高は、既存店で4・5%増。特にメンズが好調で、ムック本の発行や雑誌広告で新規客を増やした。旗艦店の神南店で先行したSKU（在庫最小管理単位）の絞り込みや、打ち出し商品の明確化を全店に広げたことが成果を上げた。現在の店舗数は、FC、アングローバルシヨップとの複合店を含め73。