

「MHL」の世界観に支持

アングローバル

オンリーショップも好調

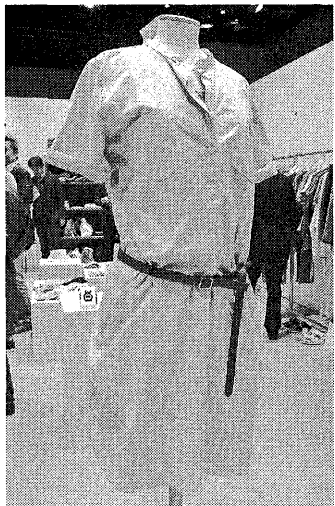
アングローバルは、英ブランド「マーガレット・ハウエル」の別ライオン「MHL」が好評で、東京・代官山にあるオンリーショップを中心に売り上げを伸ばしている。ワークウェアやユニフォームのモチーフを使い、シンプルなスタイリングに支持が集まっている。

「MHL」は、機能と実用性を兼ね備えたラインとして開発。マーガレット・ハウエルのファイ

既存の「マーガレット

「MHL」の売り上げ比

ト・ハウエル」の店舗に差し込む形で商品を展開しているほか、9月にオープンした代官山のオンリーショップでは、服飾雑貨を含めたブランドの世界観を訴求している。ブランド全体の中で



シンプルな「MHL」のワンピース

率が高まりつつあり、徐々に商品バリエーションも増加。リラクセスして着用できる品番やユニセックス仕様のウェアというコンセプトも「MHL」特徴になっている。来春夏シーズンは、ロンドン・トラディションとのコラボによるオリジナルダッフルコート(5万3550円)や、AIGUILLE社とのコラボバッグを投入。さらにベルケンシュトゥック社のTATAMIシリーズに別注をかけ、独自のカラーリングを展開する。TATAMIは、日本人の足に合うように機能と品質をグレードアップさせたサンダル。「MHL」ではアクセントになる雑貨を提案するほか、機能面も重視したアイテムを並べる。

率が高まりつつあり、徐々に商品バリエーションも増加。リラクセスして着用できる品番やユニセックス仕様のウェアというコンセプトも「MHL」特徴になっている。来春夏シーズンは、ロンドン・トラディションとのコラボによるオリジナルダッフルコート(5万3550円)や、AIGUILLE社とのコラボバッグを投入。さらにベルケンシュトゥック社のTATAMIシリーズに別注をかけ、独自のカラーリングを展開する。TATAMIは、