

# 主カブランド

## TSI「&b y P&D」



入り口の目立つ場所に雑貨を並べ、店名も順次変更する（愛知県岡崎市のイオンモール岡崎内の店舗）

# 生活雑貨も

TSIホールディングスは3月から、主力婦人服ブランド「&b y P & D（アンドバイピーアンドディー）」で生活雑貨の展開を始める。コップや弁当箱など約150種類の雑貨を全国の店舗で扱う。売り場に新鮮さを出し、新規客獲得につなげたい考え。店名の変更や改装を順次進め、同ブランドの売上高の1割を雑貨で稼ごうと考える。

同ブランドは子会社のサンエーピーディー（東京・世田谷）が運営する。主にショッピングセンター（SC）で展開しており、顧客は10〜60代と幅広い。価格帯はスカート

## 日用品や車用品 客広げる

で3000〜6000円程度、バッグで3000〜9000円程度。SC内は値引き競争が激しいことや、ブランド設立から10年以上が経過したことから、新しい商品などを設けて新鮮さや他ブランドとの違いを打ち出す狙いだ。タオル（税別700〜2900円程度）や皿（同1000円程度）などの生活雑貨、ハンドルカバー（同1900円）やゴミ箱（同1300円）などの自動車用品など約150種類をそろえる。ブランドロゴの「&」を生かしたデザインにする。アパレル店が雑貨を手掛けるケースが増えてきているが、「デザインが懲りすぎていたり、価格が高かったりして手に取りにくい物が多い」と同ブランドの川崎辰航事業部長は話す。手ごろな価格帯で、普段の生活で使いやすい商品をそろえるよう

に心がけたという。商品は店舗の入り口の目立つ場所に並べ、来店客数の増加につなげる。売り場面積の2〜3割を割き、売上げの1割を雑貨で稼ごうと考える。昨年9月から一部店舗で試験販売を始めたところ、客数が1〜2割増えたため、全約60店舗での展開を決めた。店舗はSC内が中心のため、車で来店が多く、自動車向

け商品の売れ行きが特に好調だったという。既存顧客は雑貨を複数個買い、新規客は服と雑貨を合わせて買うケースが多く、雑貨を導入した店舗は売りが2割ほど増えたという。雑貨の展開に合わせ、店舗名を「&choice（アンドチョイス）」と、順次変更していく。

や服飾雑貨を並べて紹介する様式だったが、3月からは「香水をつけている時」「マニキュアをつけている時」など、「生活シーンを切り取り、具体的なイメージを伝える」（川崎氏）ようにする。この際、新設する雑貨群を生かすという。これらの取り組みで2016年2月期は15年2月期の売上げ見込みより5%程度の増収を目指す。