

急回復で「新生」へアクセセル

ナノ・ユニバース ブランドロゴも刷新

「この約半年間は当社の『再生』と『新生』を同時並行で進めてきた」と話すのは、ナノ・ユニバースの濱田博人社長。昨年7月に社長に就任、下期(16年9～17年2月)の売上高は、

1月までの累計で前年同期比33・2%増と急回復した。3月以降は「レディース分野の強化や、EC比率のさらなる拡大に向けてアクセセルを踏む」構え。3月1日に「ナノ・ユニバー



濱田社長



新ロゴマーク

ス」のブランドロゴを刷新し、攻めの態勢を整える。「刷新したロゴマークでブランドステイタスを訴求する。刻印のような形状はアプリへの対応も考慮したデザイン」という。全売上高に対するEC比率は既に40%だが、今後はさらに50%まで伸ばす。

一方、実店舗は現在65で、東京・新宿、名古屋、大阪・梅田を除く商圏は各1店の出店に限定する。既存店の売り上げを拡

大しながら「ECとリアル店舗を共生させていく」考えた。「混沌とした市場のなかで存在

感を発揮し、レディース強化によって縮小する市場のシェア争いに挑む」意気込み。