

KAYSHA YONEHARA

PORTFOLIO

UI/UX & DIGITAL DESIGN





ABOUT

I was born and raised in Hawai'i and came to Tokyo in 2012 for university. My background in marketing has helped me to create designs that make both businesses and users happy.

プロフィール

ハワイで生まれ育ち、2012年に大学のため東京に移り住みました。今までのマーケティングの経験を活かし、企業とユーザーの双方の期待に応える、様々なデザインを制作することができました。

APPROACH

My general approach is to check any data that is available, and to see which data can be used towards a solution for the project.

I also like to speak to the project stakeholders. The marketing and customer service team are my first go-tos as they are usually more available than other stakeholders. The marketing team allows me to understand the business goals while the customer service team allows me to empathize and learn more about users.

手法

一般的なアプローチとして、利用可能なデータを確認し、ソリューションを提供するのに役に立つデータを整理します。そして、基本的にはできる限り、プロジェクトの利害関係者と意見を交わしつつ仕事をこなそうと努力します。比較的に利害関係者の中で、マーケティング部及びカスタマーサービス部との交流が多いため、先ずそれぞれの部署に相談します。マーケティング部の情報を通して、経営目標の理解を深めることができ、カスタマーサービス部と対話してから共感を覚え、ユーザー目線で考えられるようになります。



UI/UX PROJECTS: LEO & LEA ONBOARDING STUDY

レオアンドレア(ワントモ)の オンボーディングリニューアル

このプロジェクトでは、15問のアンケート(カルテ)のリサーチとデザインを一手に引き受け、1ヶ月で完成しました。
結果として、コンバージョン率が**120%**増加しました。

For this 1 month project, I single-handedly did the research and redesign for Leo & Lea's 15-Question onboarding. It lead to a **120%** increase in completion rates

CLIENT

WANTOMO K.K.
(LEO AND LEA)

INDUSTRY

IT, PET

ROLE

RESEARCH, DESIGN

PROJECT PERIOD

1 MONTH

BEFORE

犬種

Shiba

食欲

食が細い

普通

旺盛

1日の運動状況

少ない

普通

多い

生活環境

家の中

家の外

現在おやつをあげていますか？

いいえ

たまに / 少量

はい

現在の健康状況、心配事

元気/理想

毛づや

涙やけ

関節トラブル

皮膚トラブル

消化トラブル

AFTER

Léo & Léa



30%

Laniちゃんの性別を
教えてください。

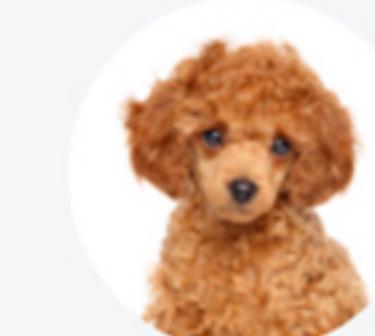
女の子

男の子

避妊済み

去勢済み

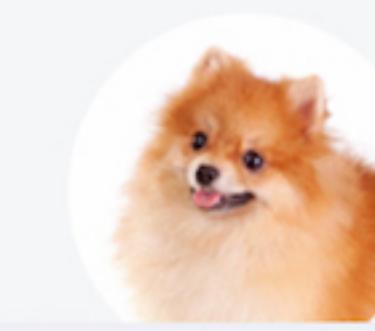
Laniちゃんは何犬ですか？



トイ・プードル

チワワ

ミニチュア・ダッ
クスフンド



The screenshot shows the FullStory interface with several sections:

- Segments:** A sidebar with filters like "Signed-up", "New this week", and "Mobile". It also lists custom segments: "Clicked 'delete-pet'", "Food plan page", "Karta plan page", and "New Mkt LP (Released Dec 19)".
- Session Playlist:** Shows a list of recent sessions with user details and event counts.
- User Trends:** A line chart titled "User Trends DAILY ACTIVES" showing daily active users from 2/17 to 3/17.
- Segment Health:** A section titled "Segment Health BY SEGMENT ACTIVITY" with three charts: "Events per session" (Avg: 22), "Session length" (Avg: 18:33), and "Active Time" (Avg: 8:58).
- Top Users:** A list of top users by total sessions, including久美子・八木原 (162 sessions), test test (95 sessions), victor about (86 sessions), 良太・菅原 (72 sessions), and Kaysha Yonehara (66 sessions).
- Lao & Lao App Mockup:** A mobile application interface for "Lao & Lao". It features a top navigation bar with a dog icon and a progress bar at 50%. The main screen has Japanese text: "Laniちゃんの性別を教えてください。" Below it are buttons for "女の子" (Female), "男の子" (Male), "避妊済み" (Spayed), and "去勢済み" (Neutered). A list of dog breeds follows: トイ・プードル, チワワ, ミニチュア・ダック・フンド, ポメラニアン, ヨークシャーテリア, シーズー, ミニチュア・シュナウザ, マルチーズ. At the bottom, there are buttons for "柴犬" (Shiba Inu) and "フレンチ・ブルドッグ" (French Bulldog).
- Other Questions:** Two more questions: "Laniちゃんのお誕生日はいつですか?" (When is Lani's birthday?) with dropdown options "お誕生日" (Birthdate), "または" (Or), and "年齢" (Age), and "Laniちゃんの体重はいくつですか?" (How much does Lani weigh?) with a dropdown menu showing the number 4.
- Footnote:** "3.5kgは「3.5」、10kgは「10」とご記入ください。

OBJECTIVE

目標

To create a mobile-first, responsive onboarding that is similar to the native mobile app experience and improve conversion rate.

APPROACH

手法

Due to the limited time & budget, I had to forgo any interviews and instead rely on Google Analytics as well as a session recording software called FullStory.

FullStory provided many sessions to watch new and returning users, so I could draw conclusions from their actions.

RESULTS

結果

There was a **120%** increase in completion rates.

ネイティブアプリの操作を基にし、モバイルファーストでレスポンシブデザインを作ることによって、コンバージョン率を向上させることです。

限られた時間と厳しい予算が原因で、結局面接調査を断念し、GoogleアナリティクスとFullStoryというセッション記録ソフトウェアを利用することになりました。

FullStoryが新規ユーザーとリピーターを監視できる、多くのセッションを提供したおかげで、ユーザーの行動を分析することによって、結論を導き出すことができました。

結果は**120%**コンバージョン率を上りました。

UI/UX PROJECTS: LEO & LEA SITE REDESIGN

レオアンドレア(ワントモ)のサイトリニューアル

このプロジェクトのデザインは1ヶ月、コーディングは1ヶ月半かかり、合計で2ヶ月かかりました。

This project took 2.5 months to complete. 1 month was for design and 1.5 months were taken for the coding. I was the lead designer for this project and coded all of my own design.



JAPAN MADE HEALTHY DOG FOOD

CLIENT

WANTOMO K.K.
(LEO AND LEA)

INDUSTRY

IT, PET

ROLE

RESEARCH,
DESIGN, DEV

PROJECT PERIOD

2.5 MONTHS

1 Month: Design

1.5 Months: Dev

BEFORE

The screenshot shows a product page for "最適なレシピと食材でつくる国産ドッグフード" (Japanese-made dog food). It features a bowl of dog kibble and a bag of Leo & Lea dog food. A section titled "お客様の声" (Customer reviews) displays three Instagram posts from users sharing their dogs and Leo & Lea products. Below this is a section titled "レオ&レアが選ばれる理由" (Reasons why Leo & Lea is chosen) with five numbered points. At the bottom, there are sections for "国産、牛肉ベース、獣医師監修の総合栄養食" (Made in Japan, beef-based, vet-supervised comprehensive nutrition) and "こだわりの食材" (Proud ingredients), which includes a photo of raw meat.

AFTER

The screenshot shows the updated website layout. It features a prominent "愛犬の健康は毎日の食事から" (The health of your dog starts with daily meals) headline. A central image of a small brown dog is surrounded by promotional banners for "キャッシュレスで5%還元" (5% cashback for cashless payment) and "もう見逃さない！限定パッケージやキャンペーン情報" (Don't miss it! Limited packaging and campaign information). Below this are sections for "愛犬の健康は毎日の食事から" (with a photo of a dog), "レオ&レア愛用犬 #レオレアワンコたち" (Leo & Lea's favorite dogs), and "獣医師と愛犬家も推薦！レオレアが選ばれる理由" (Recommended by veterinarians and dog owners! Reasons why Leo & Lea is chosen). At the bottom, there are sections for "愛犬の健康を第一に選んだ、こだわりの食材" (Selected for the health of the dog first, with pride in ingredients), "牛肉 or 鶏肉 選べるタンパク源" (Beef or chicken, choose your protein source), and "もっと詳しく見る" (View more details).



OBJECTIVE

目標

Since **80%** of users come from mobile, the objective was to create a mobile-first, responsive site that focuses on Leo & Lea's story and strengths.

APPROACH

手法

Due to the limited time & budget, I had to forgo any interviews and instead rely on Google Analytics, a session recording software called FullStory. I also worked closely with the Marketing and Customer Service teams.

Meeting with the Customer Service team helped a lot to determine the Information Architecture.

RESULTS

結果

After the site redesign there was an increase of people who went to create karte. As well as decrease in the bounce rate by 15%.

8割のユーザーがモバイルユーザーであるため、Leo&Leaのストーリと強みを強調できる、モバイルファーストでレスポンシブサイトを作成することが目的でした。

限られた時間と厳しい予算が原因で、結局面接調査を断念し、GoogleアナリティクスとFullStoryというセッション記録ソフトウェアを利用することになりました。

また、マーケティング部やカスタマーサービス部とも緊密に連携しました。カスタマーサービスチームがIAを設計するには大いに役に立ちました。

サイトの再設計後、カルテを作成するユーザーの増加だけではなく、直帰率も15%減少しました。

UI/UX PROJECTS: WEBER PARK SITE REDESIGN

WEBERパークのサイトリニューアル

ウェーバープロジェクトは2019年9月に始まり、まだ進行中です。ウェーバーパークのリニューアルプロジェクトでは、唯一のデザイナーとして活躍していました。継続的にウェーバーのチームと協力し合いながら、ユーザーペルソナ、SNSの投稿やメールマガジンなどのマーケティング資料を作り出しています。

The Weber project is an ongoing project from Sept. 2019. I was the only designer for the website redesign and have been continuously working with the Weber team to help them with their user personas and marketing materials like SNS posts and newsletters.



CLIENT
WEBER JAPAN

INDUSTRY
FOOD, HOSPITALITY
ROLE
RESEARCH, DESIGN

PROJECT PERIOD
3 MONTHS

BEFORE

The screenshot shows a dark-themed landing page for 'weber PARK'. At the top right is a red 'RESERVATION' button with the Japanese text 'ご予約はこちらから!'. Below it is a large white box containing the 'weber PARK' logo. A central text area features the Japanese slogan '驚きのBBQ体験が手ぶらで お楽しみいただけます' (Surprise BBQ experience available without a reservation). Below this is a large black box with the title 'RESERVATION FOR weber PARK' in white. Two small explanatory notes in Japanese follow: '※コースをご予約の場合は3日前の15時までに予約をお願い致します。' and '※上記以内のご予約をご希望のお客様は営業時間内に店舗までご連絡ください。'.

ABOUT weber PARK

ウェーバーパークとは

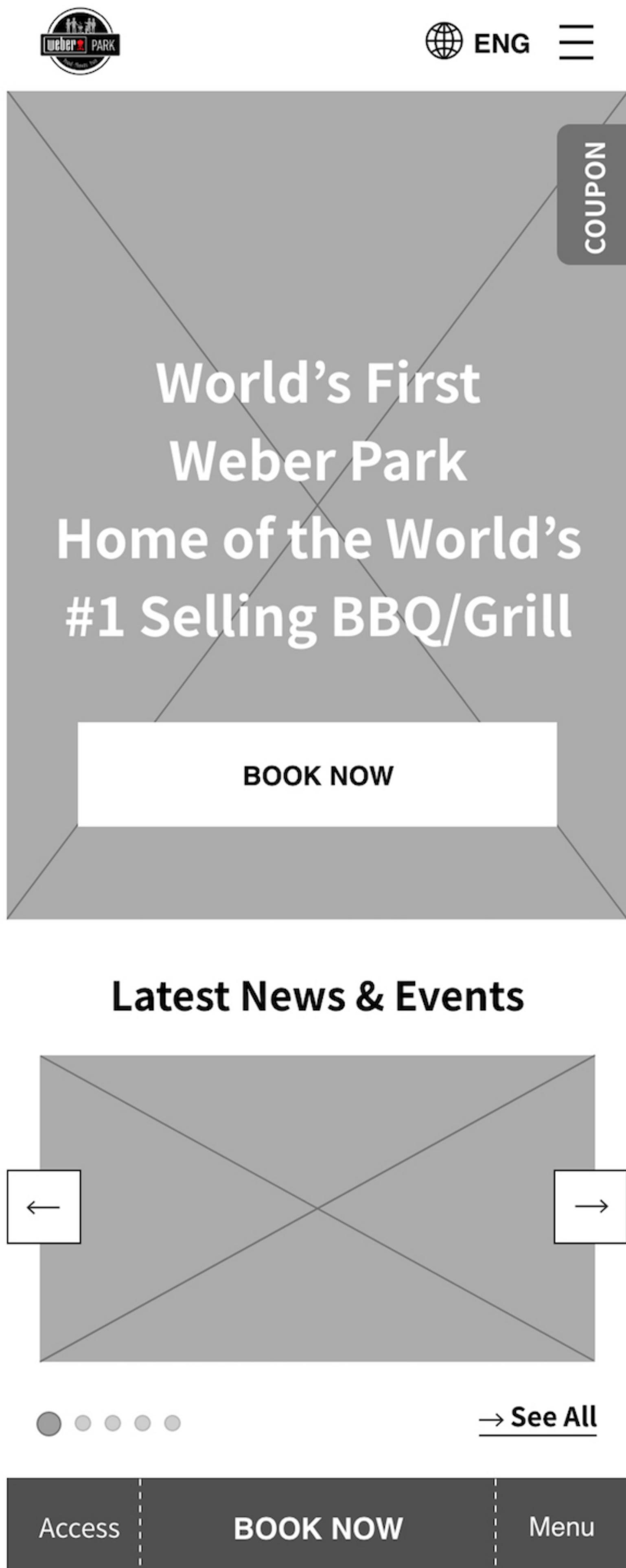
This section is titled 'ABOUT weber PARK' in large red letters. Below it is a sub-section titled 'ウェーバーパークとは'. It includes a photograph of two Weber grills, one open and one closed. Text in Japanese describes the grill's design and history, mentioning its introduction in 1962 and its ability to maintain temperature even in different environments.

weber PARKでは最高のグリル体験を味わっていただく為に、Weber® の代名詞でもある蓋をしたままのグリルで調理を体験していただけます。我々のグリルテンダーが、お客様にアドバイスやガイドをしながら

CONCEPT

The concept design features a modern, clean layout with a light wood background. At the top left is the 'weber PARK' logo. Top right are language and menu icons ('ENG', '三'). A yellow callout highlights a 'COUPON' button. The main headline reads 'Weber Park Home of the World's #1 Selling BBQ/Grill'. Below it is a 'BOOK NOW' button. The 'Latest News & Events' section features a photograph of a barbecue with a red 'BBQ WEEKEND キャンペーン' banner. A red '詳しく見る →' button is at the bottom right of this section. At the very bottom are navigation links: 'Access', 'BOOK NOW' (in a red bar), and 'Menu'.

WIREFRAME



OBJECTIVE

目標

To create a mobile-first, responsive website that pushes people to reserve.

予約を促す、モバイルファーストでレスポンシブサイトを作成することです。

APPROACH

手法

During the research phase of the project it we learned that the data from Google Analytics for Goal Conversion was not being tracked correctly.

Due to this, I could only use demographic data from Google Analytics like user device.

I also met with the head of the Weber Park project as well as the marketing managers for Asia and Japan to get more information about the restaurant visitors and their goals for the project.

プロジェクトの調査段階で、Googleアナリティクスの目標コンバージョンのデータが正常に追跡されていなかったということが明らかになりました。

従って、ユーザーデバイスなどのGoogleアナリティクスの人口統計データしか利用することができませんでした。

また、ウェーバーパークプロジェクト担当者、そしてアジアと日本のそれぞれのマーケティングマネージャーと面会し、レストランの来客やプロジェクトの目標に関する情報収集が行えました。



[→ See All](#)

Access

BOOK NOW

Menu

UI/UX PROJECTS: SBI PHARMA SITE REDESIGN

SBIファーマのサイトリニューアル

SBIファーマは新規顧客であり、サイトを完成して間もないプロジェクトです。サイトは2020年4月に公開されました。このプロジェクトの唯一のデザイナーとして勤めました。

SBI Pharma is a very recent project and client. We just finished the development in April 2020. For this project I was the only designer for the entire site.



CLIENT

SBI PHARMA JAPAN

INDUSTRY

PHARMACEUTICAL

ROLE

RESEARCH, DESIGN

PROJECT PERIOD

3 MONTHS

BEFORE

SBI Pharma

ホーム News Releases ALAとは 事業内容 会社概要 お問い合わせ

ALA(5-アミノレブリン酸)を通じて、私たちの生活をより豊かに

SBIファーマはALA(5-アミノレブリン酸)を有効成分とする医薬品、医療機器、化粧品及び健康食品の開発事業を行っています。

事業内容

- 医薬品 Medicine
- 医療機器 Medical Device
- 化粧品 Cosmetics
- 健康食品 Health Product

ニュースリリース一覧

- お知らせ 2019年10月9日 「フォトニクスによるオランダ企業・フォトニクスヘルスケア社買収のお知らせ」について発表がありました。 詳細はこちら
- お知らせ 2019年10月4日 「膀胱癌診療ガイドライン2019年度版」につきまして 詳細はこちら
- リリース 2019年8月2日 5-アミノレブリン酸とケン酸鉄ナトリウムによるミトコンドリア病治療法の開発に関する共同研究の成果を発表しました。
- リリース 2019年8月18日 公益財団法人がん研究会がん化療法センターとの共同研究の成果をNatureのOn Line Journal, Scientific Reportsに発表しました。
- お知らせ 2018年7月18日 ALAを用いた膀胱非浸潤性膀胱がんの光線力学的診断に関する臨床第Ⅶ相試験の研究結果がInternational Journal of Urologyに掲載されました。 詳細はこちら
- お知らせ 2018年5月23日 ALAに関する新たな研究成果が英国医学誌Nature Medicineに2018年5月21日付けで掲載され、各関係より発表されました。 詳細はこちら
- お知らせ 2018年4月28日 「フォトニクスによるNX Development Corp.の買収」について、発表がありました。 詳細はこちら
- リリース 2018年4月26日 「Koscielak博士のSBIアラファーマCOO就任」について、発表がありました。 詳細はこちら
- リリース 2018年3月30日 Neopharma社に対するALA含有医薬品の包括的商業化の権利許諾のお知らせ
- リリース 2018年3月9日 肝性腫瘍を作らない新たな線維蛋白質治療法を開発
- お知らせ 2018年2月28日 研究所移転のご案内 詳細はこちら
- リリース 2018年1月25日 山形大学医学部による米国科学誌“PLOS ONE”へのALAに関する研究論文発表のお知らせ ~ALAの不足はミトコンドリア機能を弱めると共に、耐糖能を損なう~

このページの先頭へ

ホーム ニュースリリース ALAとは 事業内容 会社概要 お問い合わせ

Copyright (c) SBI Pharmaceuticals All rights reserved. サイト利用規約 個人情報保護方針 反社会的勢力に対する基本方針

CONCEPT

SBI Pharma

Home 膀胱癌について ALAとは ニュース 事業内容 会社概要 お問い合わせ

ALA(5-アミノレブリン酸)を通じて、私たちの生活をより豊かに

SBIファーマはALAの研究・開発、製造等に関するトップカンパニーです。ALAに関することなら何でもお気軽にお問い合わせください。

事業内容

- 医薬品 Medicine 「ALA」を利用した「がん診断」への応用事業 詳細はこちら →
- 医療機器 Medical Device 光学技術を利用した医療機器、研究用機器等の開発事業 詳細はこちら →
- 健康食品 Health Products 「ALA」を利用した健康食品・清涼飲料水の開発事業 詳細はこちら →
- 化粧品 Cosmetics 「ALA」を主要成分として利用した化粧品の開発事業 詳細はこちら →
- 飼料 Fodder 飼育される動物に飼として与えられる物をいうへの応用事業 詳細はこちら →

Quick Links

医療関係者の皆様へ	企業様へ
医薬品情報 →	パートナリング →
医療機器情報 →	プロジェクト一覧 →

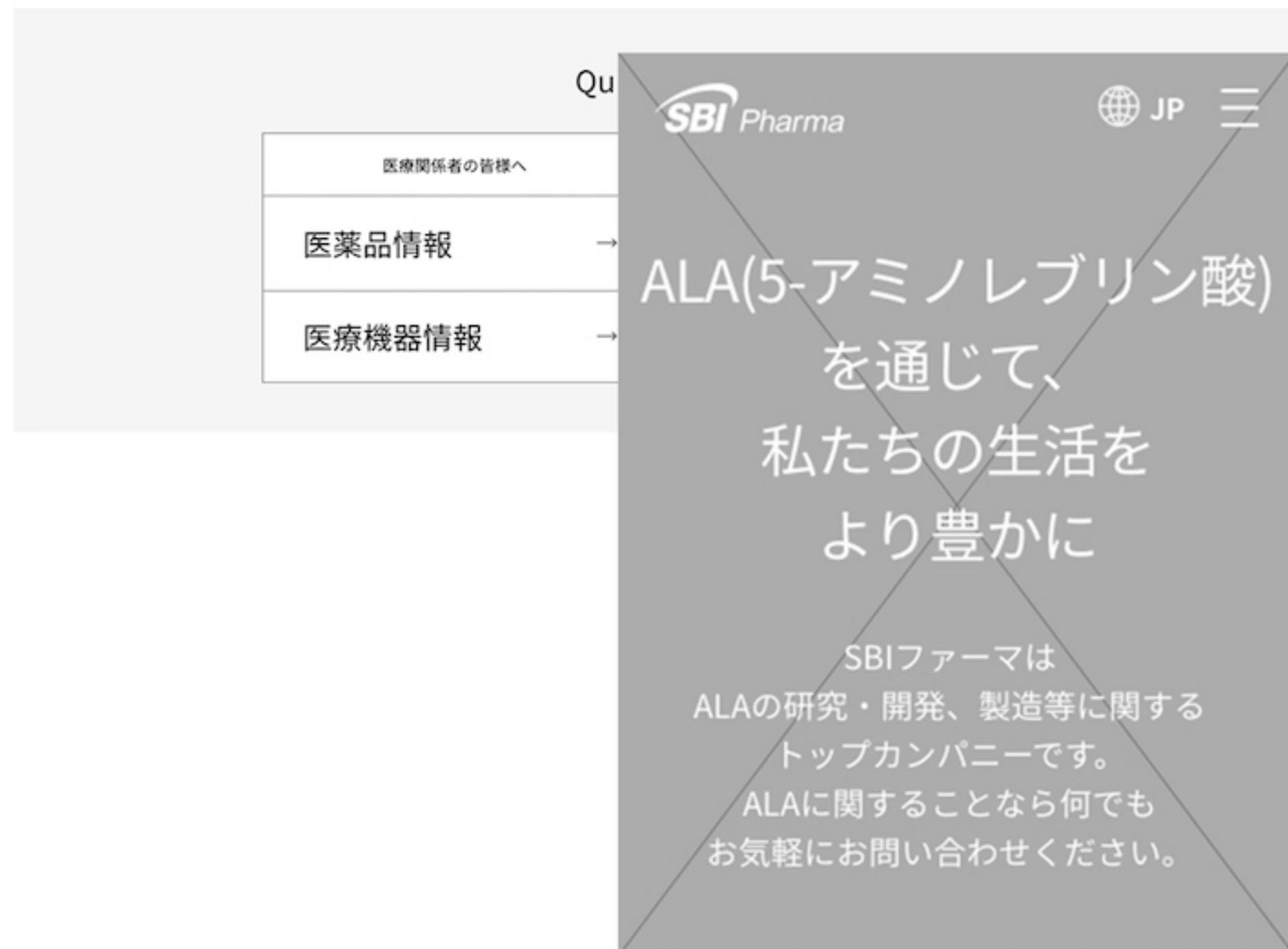
膀胱癌について

膀胱は尿を貯めたり排出したりする臓器です。尿は腎臓で作られ尿管という細い管を通して膀胱まで流れます。膀胱は尿を貯める時のはびて（弛緩）、拘束する時は縮む（収縮）働きをします。膀胱は伸び縮みする筋肉のことで、内側を粘膜（移行上皮）で覆われている構造をしています。

膀胱癌について →



WIREFRAME



事業内容

SBIファーマは、コスモ石油の技術により量生産が可能となったALA(5-アミノレブリン酸)を活用することにより、医薬品、化粧品、及び健康食品分野において、革新的な製品を

OBJECTIVE 目標

To create a responsive, modern website with different templates for patients and doctors.

患者と医療関係者用のそれぞれのテンプレートを備えた、レスポンシブであり最先端のウェブサイトデザインを設計することです。

APPROACH 手法

Since the original site did not have Google Analytics installed, I could not use any data.

Instead, I asked the client if they had any reference sites they could provide.

This gave me a better idea of the style they wanted as well as the direction for the templates.

元のサイトにはGoogle Analyticsがインストールされていなかったため、データを利用ることができませんでした。

その代わりに、先方に参考として使えるサイトの提供を依頼しました。

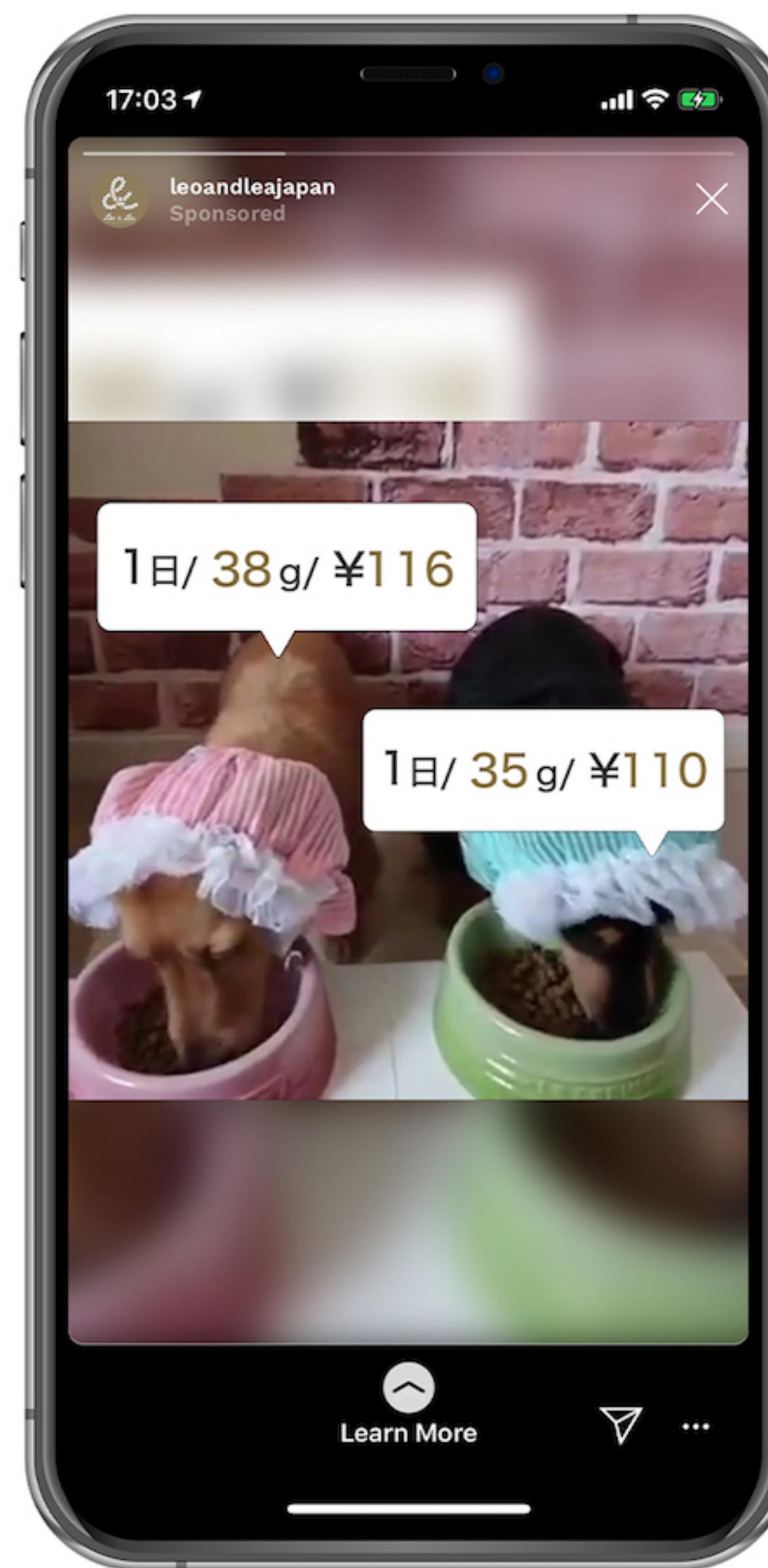
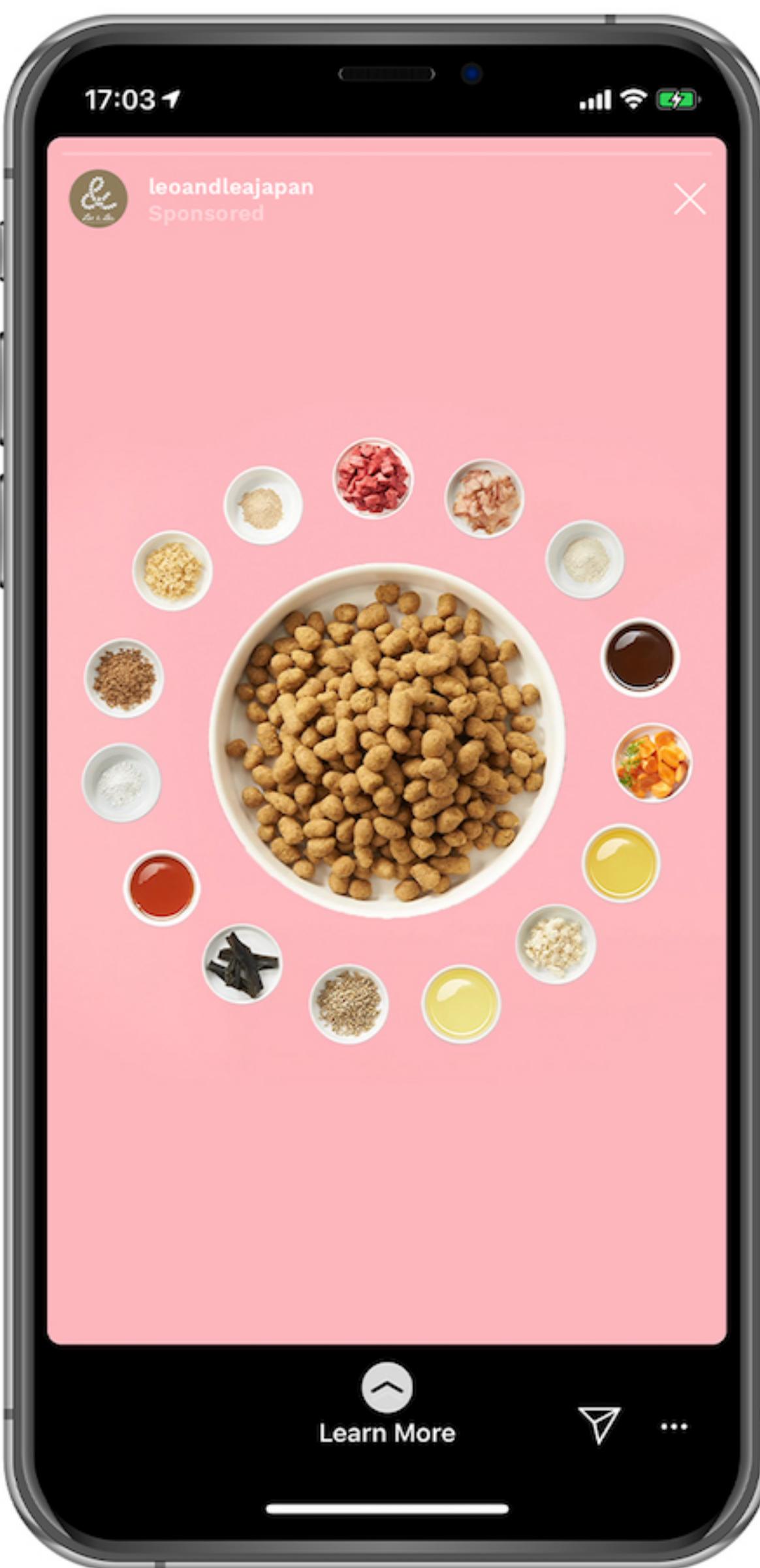
参考資料でテンプレートの方向性だけではなく、サイトのスタイルに関しての先方の意向もより深く理解することができました。

BANNER & SNS ADS

有料メディア広告はデジタル戦略で当たり前になりつつあります。
静的広告に比べてクリック率が高くなる傾向があるため、私が作成するのが好きな広告はアニメーション広告です。

Paid Media Ads are becoming commonplace in digital strategies. My favorite type of ads to create are animated ads as they tend to have higher CTR compared to static ads.

INSTAGRAM STORY ADS & GOOGLE DISPLAY ADS





Dickies

2020 春夏
ニューアライバル

公式オンラインストアへ >>>

Dickies

2020 春夏
ニューアライバル

公式オンラインストアへ >>>

Dickies

2019冬新作アイテム

Dickies

2020 春夏
ニューアライバル

公式オンラインストアへ >>>

Dickies

2019冬
新作アイテム

BRANDING & MARKETING GRAPHICS

ロゴ、ニュースレター、キービジュアル、SNS投稿などの
ブランディングおよびマーケティング資料の作成経験もあります。

I also have experience creating branding and marketing materials such as logos, newsletters, key visuals, and SNS posts.



世界にひとつ、愛犬専用パッケージ!
国産ドッグフード「レオ&レア」

愛犬の情報をもとに
最適なレシピを選択し、フードをご用意します。

食いつき好評!
初回送料無料!
93%のお客様がご満足
86%の獣医師が推奨

Léo & Léa
Instagram Campaign

1,000円分クーポンが当たる!

#うちのワンコの夏定番



2019 WINTER
NEW ARRIVAL
2019冬 新作アイテム登場

SHOP NOW →
on ZOZOTOWN

このメールが正しく表示されない場合は、こちらをクリックしてください。

Dickies

本日限定 2,000円クーポン発券中！

春夏、さらに秋も
季節の変わり目に活躍する
薄手のライトジャケットが
今季のオススメ

MENS

シンプルなデザインながら
機能的なポケットも
デザインの一つ
大人の男性でも
カッコ良くなせる一着
CHECK NOW →



Happy New Year
2020
新年初売りセール実施中

SHOP NOW →
on ZOZOTOWN

LADIES

シンプルなデザインだから
取り入れるだけで
かっこいい仕上がりに
馬鹿透きないので
室内と屋外の両方で
おしゃれに使える
CHECK NOW →

春夏アイテムが続々と入荷中

ワンカラーロゴが
コーディネートしやすい
裏毛ブリオーバーカラー
CHECK NOW →

トレンドを採用して
定番アイテムとなりつつある
ワイドパンツ
CHECK NOW →



ZOZOTOWN Dickiesストアにて
**2,000円
クーポン発券中！**

本日
限定

※税込み4,000円以上が対象

ONLINE STORE

DICKIESからのお手紙



COLE HAAN

b.1928

画像が表示されない方はこちらをクリックしてください

COLE HAAN

ワイメンズ メンズ アウトレット

くご好評につき>第二弾
新生活応援キャンペーン!

1 buy 30% off
2 buy 50% off

Select styles

対象商品を1点購入で30%OFF、
2点以上購入で50%OFF

4月6日(月) ~ 4月19日(日)
*在庫によって早期終了する場合があります

メンズ ウイメンズ

キャンペーンへの参加は必ずこちらをクリック!



Kinslee Pump

ミニマルなデザインで
シーンやテイストを問わず
マルチに活躍してくれる1足

Shop now



Wing Oxford

屈曲性や軽量性、
クッション性などの
テクノロジーが搭載された
新しいブローグシューズ

Shop now



Payson Backpack

使っていくうちに
光沢ができるのが特徴、
傷が目立ちにくい
ペブルレザーを使用

Shop now

商品お届けについて お支払いについて お問い合わせ

オンラインストア 店舗検索

f t y

メールマガジン登録
news_CH@colehaan.comアドレス帳に登録ください。
今後COLE HAANからのニュースレターが不要な場合は
こちらをクリックしてください。

COLE HAAN

1 buy 30% off
2 buy 50% off

Select styles

4月6日(月) ~ 4月19日(日)
*在庫によって早期終了する場合があります

メンズ ウイメンズ

キャンペーンへの参加は必ずこちらをクリック!

Kinslee Pump

ミニマルなデザインで
シーンやテイストを問わず
マルチに活躍してくれる1足

Shop now

Wing Oxford

屈曲性や軽量性、
クッション性などの
テクノロジーが搭載された
新しいブローグシューズ

Shop now

Payson Backpack

使っていくうちに
光沢ができるのが特徴、
傷が目立ちにくい
ペブルレザーを使用

画像が表示されない方はこちらをクリックしてください

COLE HAAN

ワイメンズ メンズ アウトレット

Going Somewhere?

通気性、屈曲性に優れた、新しいゼログランド
オールディーランナーで、より多くの目的地に到着。

ワイメンズ メンズ

WHY YOU'LL LOVE THEM

自然な屈曲性 通気性の向上 軽量構造

Light & Airy
楽しむ時こそ快適に。
Shop Now

Ready, Steady, Go
セキュリティを通る際にも
気楽なスリッポンスタイル。
Shop Now

ワイメンズ メンズ

商品お届けについて お支払いについて お問い合わせ

オンラインストア 店舗検索

f t y

メールマガジン登録
news_CH@colehaan.comアドレス帳に登録ください。
今後COLE HAANからのニュースレターが不要な場合は
こちらをクリックしてください。

COLE HAAN

画像が表示されない方はこちらをクリックしてください

COLE HAAN

ワイメンズ メンズ アウトレット

WHY YOU'LL LOVE THEM

自然な屈曲性 通気性の向上 軽量構造

Light & Airy
楽しむ時こそ快適に。
Shop Now

Ready, Steady, Go
セキュリティを通る際にも
気楽なスリッポンスタイル。
Shop Now

ワイメンズ メンズ

商品お届けについて お支払いについて お問い合わせ

オンラインストア 店舗検索

f t y

メールマガジン登録
news_CH@colehaan.comアドレス帳に登録ください。
今後COLE HAANからのニュースレターが不要な場合は
こちらをクリックしてください。

COLE HAAN

画像が表示されない方はこちらをクリックしてください

COLE HAAN
OUTLET

ワイメンズ メンズ アウトレット

Valentine's Day
SALE
2/16まで!
メンズ ウイメンズ

【返品交換無料キャンペーン】
02/16 (日)まで
dポイントが使える! 計約100万回のスタート。
楽天ペイ、後払い、代引手数料、更に送料無料。

30% off
アウトレット 商品 全品
キャンペーン期間
2020年2月16日(日)まで
メンズ アウトレット シューズ ウイメンズ アウトレット シューズ

for women
ゼログランド シティ トレーナー
Shop now

ワイメンズ アウトレット シューズ

for men
グランド クロスコート II
Shop now

ワイメンズ アウトレット シューズ

画像が表示されない方はこちらをクリックしてください

COLE HAAN

OUTLET

ワイメンズ メンズ アウトレット

30% off
アウトレット 商品 全品

キャンペーン期間
2020年2月16日(日)まで

メンズ アウトレット シューズ ウイメンズ アウトレット シューズ

for women
ゼログランド シティ トレーナー
Shop now

ワイメンズ アウトレット シューズ

for men
グランド クロスコート II
Shop now

ワイメンズ アウトレット シューズ

商品お届けについて お支払いについて お問い合わせ

オンラインストア 店舗検索



フードセーバー[®]
プレミアムシリーズ
30% OFF
スペシャルキャンペーン
3/2までの期間限定！

詳しく見る

FM4880

FM3943

FM5640

ジッパー袋
1つ購入で1つ無料！
キャンペーン

2つ以上の購入で2枚目以降が0円に！

3/2までの期間限定！

詳しく見る

*同一商品購入は最大5つまで



GREGORY LYON, INC.
EST. 2008

ORIGINAL



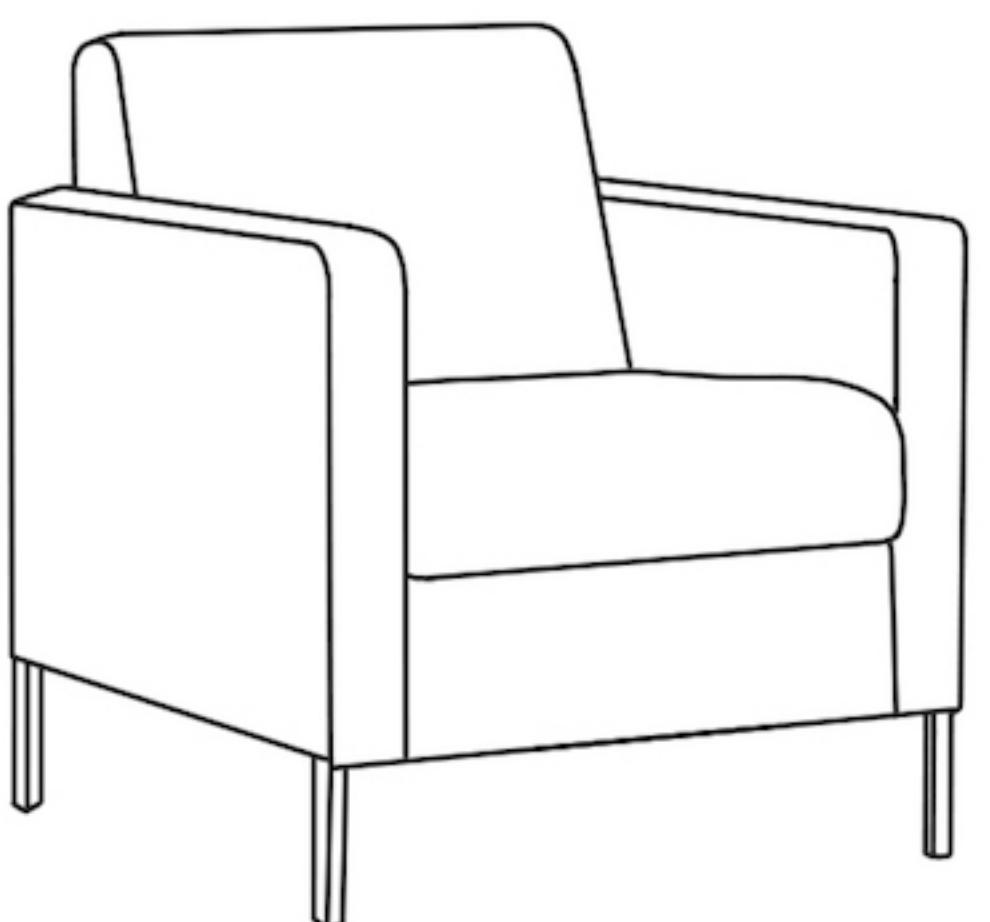
GREGORY LYON, INC.

FURNITURE, DESIGN &
WORKPLACE SERVICES

INSPIRATION



CONCEPTS



GREGORY LYON, INC.



GREGORY LYON, INC.
EST. 2008



THIS IS THE LAST PAGE

THANK YOU!

ご不明な点がございましたらご連絡いただければ幸いです。

