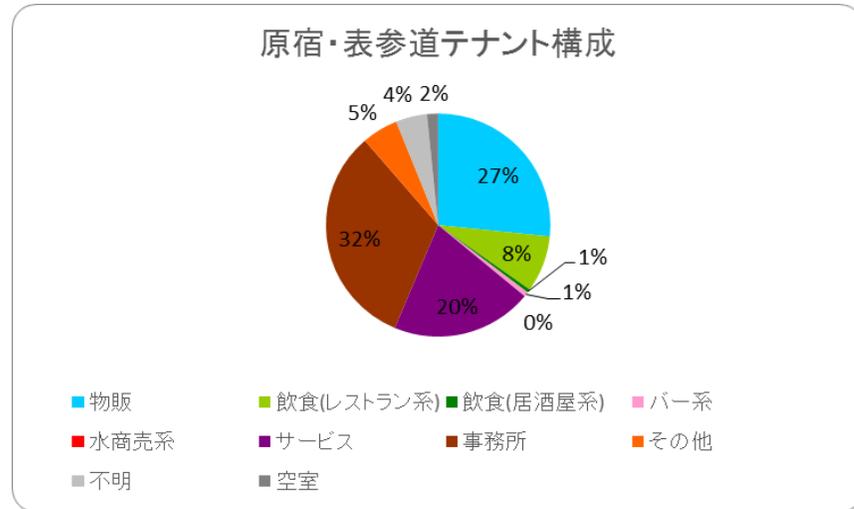


TUNAGU

～ツナグ～

調査分析

- 表参道ヒルズの特徴
最先端のトレンドを生み出す日本の情報発信拠点



背景

- 近年、流行は海外から流れてくる傾向にある。
買い物を目的に海外旅行に行く人も少なくない。
だが、コロナ禍により海外で買い物をすることができない。
今やネットでの買い物もできるが、使用感やサイズ感が
わからないなどの問題がある。
表参道ヒルズにあるからこそ、最先端の流行を体験できる
空間を提案したい。

コンセプト

- ・ 海外での買い物をバーチャル体験を通して日本で行うことができる店舗。

業種：体験型通信販売店

ターゲット

- ・ 属性 : 30代の男性、女性
- ・ 価値観 : ファッション感度が高い
(海外ブランドを好む)
- ・ 悩み : コロナ禍で海外に行けない、ネットで買うこともできるが、サイズ感や使用感がわからない。

ロゴデザイン



• ICT（情報通信技術）



• バーチャル試着



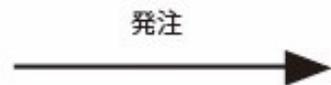
販売方法

@TUNAGU

店舗を利用



ユーザー



LK BENNETT NEW LOOK

TED BAKER
LONDON



運送会社





Instagram



@TUNAGU









