

UIUX  
2024-25

# PORTFOLIO



ス シ エ ツ  
**SU ZIYUE**

2003

中国で生まれた  
河南省  
鄭州市

2021

高校から卒業  
第一〇六高等学校

2022

武蔵野美術大学学部入学  
造形学部  
デザイン情報学科

2026

学部から卒業(見込み)  
つづき

X/TWITTER: @ziyuesu3

TELEPHONE: 090-7387-8103

MAIL: ziyuesu55@gmail.com

## EXPERIENCE

LINEヤフー株式会社で  
1週間インターン

株式会社BARBARA POOLで  
4ヶ月長期インターン

## WEBSITE

<https://1012081579.github.io/sdesign>

## SKILLS



プロジェクト  
**PROJECT**

**toC (APP)**

- YAHOO ! ショッピング

リデザイン

- PAYLUX

UIUXデザイン

**toB (WEB/PC)**

- CLICK SENSE

ヒットマップ

- CommerceFlow

EC販売管理システム

**ビジュアル**

- VISTA VISION

VIデザイン

# Yahoo! ショッピング

vision 2.0



リデザイン

REDESIGN

# デザイン背景

Design  
Background

Yahoo!ショッピングは、日本国内で数多くの利用者を誇るオンラインショッピングモールであり、誰もが簡単かつ安全にインターネットショッピングを楽しむことができるプラットフォームである。

## #1 ビジネス背景

競争の激化

日本のEC市場は年々拡大しており、特にAmazonや楽天市場といった巨大な競合が存在している。Yahooショッピングのリデザインは、ユーザー体験の向上を図ることで競争力を強化し、より多くのユーザーを引きつけ、リテンションを高めるための重要な施策である。

## #2 プロジェクト価値

競争力の強化

日本国内のEC市場は、Amazonや楽天市場などの競合が非常に強力です。Yahooショッピングのリデザインは、競合との差別化を図る上で重要な施策となり、ブランドの魅力を強化する。他のECサイトよりも優れた体験を提供することで、顧客を引きつける。

## #3 デザインチャレンジ

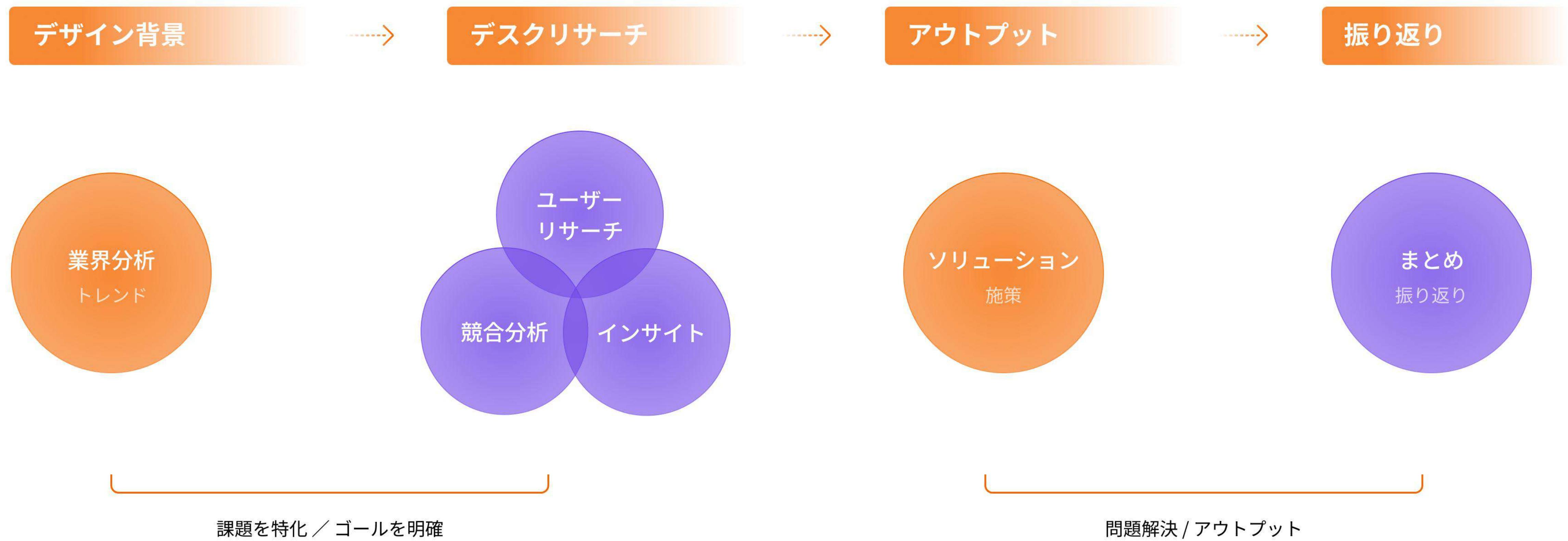
既存のビジュアルとの調和

Yahoo ! ショッピングは既に長年にわたって確立されたビジュアルアイデンティティを持っているが、リデザインにおいては、この既存のブランドイメージと新しいデザインの調和を図らなければならない。ユーザーが違和感を抱かず、親しみを持ち続けられるデザインにすることが求めらる。

# デザインプロセス

Design  
Process

デザインプロセスは2つのフェーズに分けられる。第1フェーズ：正しさのためにデザインする、業界、競合他社、ユーザー分析のための発散的思考、問題に焦点を当て、デザイン目標を決定する。第2フェーズ：正しくデザインする、再び発散的思考で潜在的なデザインソリューションを見つけ、着地まで継続的に最適化し、最後にプロジェクトの収束レビューを行う。



# 現状分析

## Situational Analysis

フレーム  
弱い

ページ全体に大量の情報（広告、商品、キャンペーン）が表示され、ユーザーにとって**一貫性が欠け**、視覚的に混乱しやすい。これが「フレームが弱い」と感じる一因。

モジュール  
繰り返し

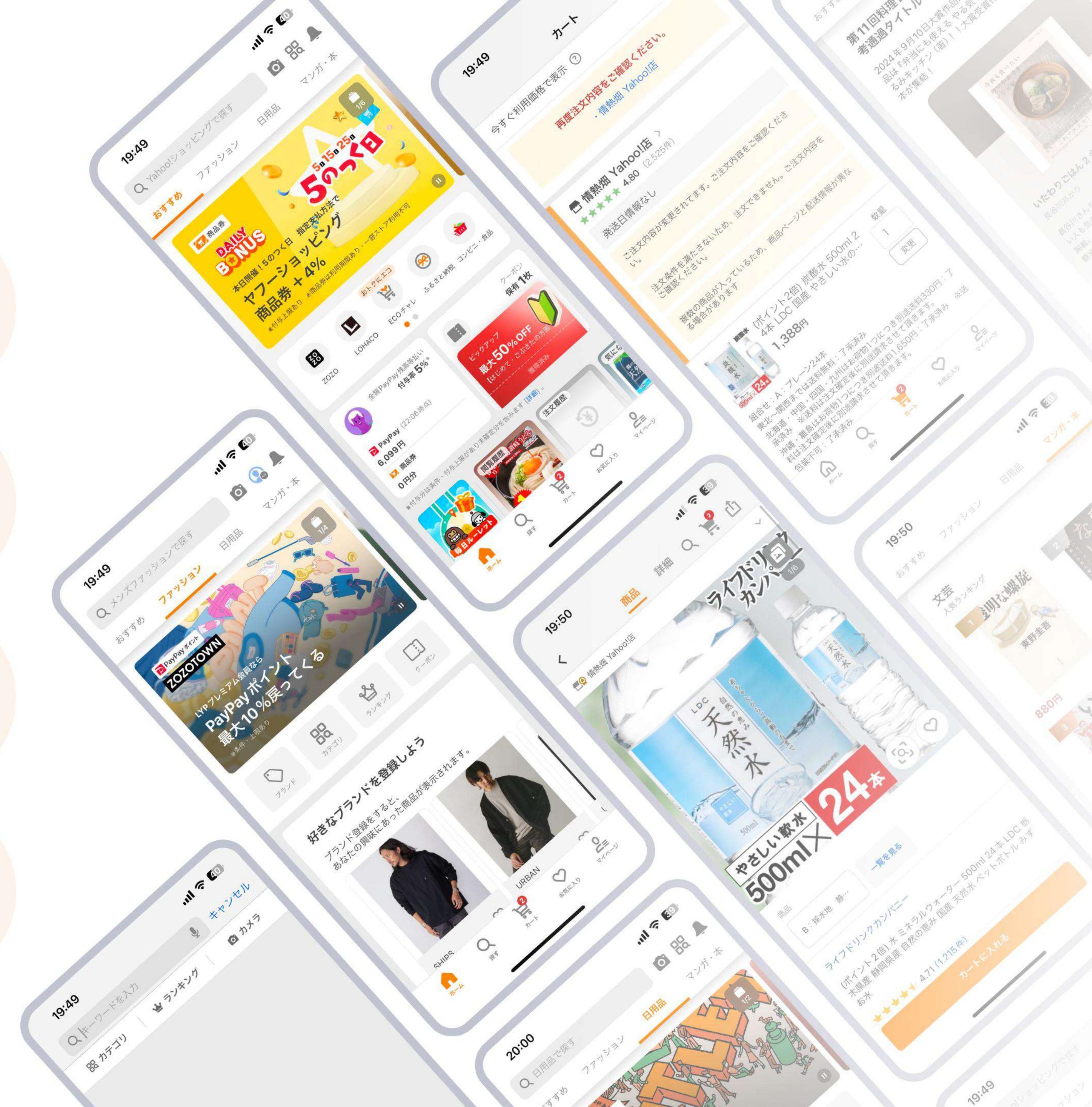
特定のモジュールが複数のページやセクションで繰り返されると、ユーザーにとって**情報が冗長**に感じられ、飽きや不溡を引き起こす。同じ商品やプロモーションが何度も表示される場合、重要な**情報が埋もれやすくなる**。

ビジュアル  
煩雑

特にスマートフォンでの表示において、デスクトップ版の内容をそのまま縮小表示しているため、**情報が密集**し、ユーザーがストレスを感じやすくなる。

ブランド  
弱い

Yahoo!ショッピングが提供する価値や特徴が十分に明確に伝わっていない場合、ユーザーにとっての**ブランドイメージが弱くなる**。



# ユーザー特性分析

User Characteristics  
Analysis

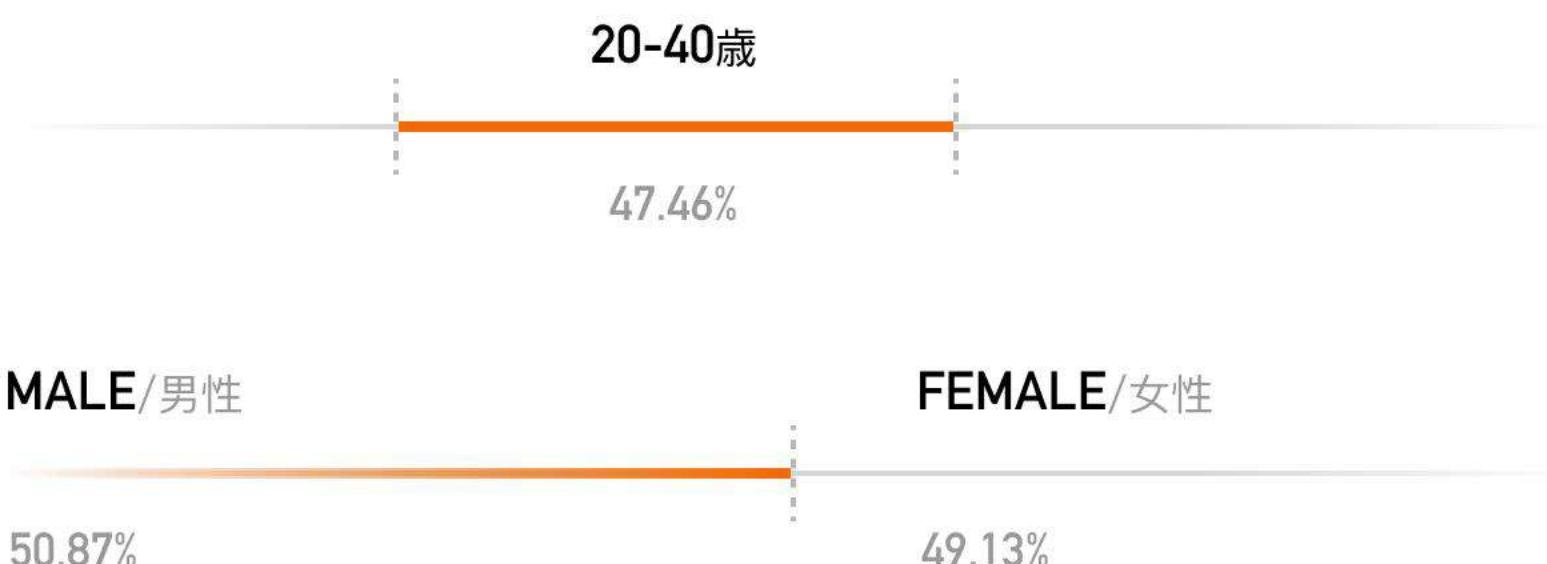


# ユーザー リサーチ

User  
Research

## ユーザー層 \*

デスクリサーチのデータによると、Yahoo!ショッピングを好んで利用する層の中で、20～40歳の若年層が全体の47.46%を占めています。これは、若い世代がネットショッピングに対して高い利用意向を持っていることを示している。男性の割合は50.87%、女性は49.13%であり、男女のネットショッピングに対する需要がほぼ一致していることが判明した。



## 問題まとめ \*

ユーザーからのフィードバックを収集することで、Yahoo ! ショッピングを使用する際にユーザーが直面している問題を整理し、ユーザーの製品に対するニーズを理解する。

関連性の低い商品が表示されることがある

UIがごちゃごちゃしていて、目当ての商品を探しにくい

悲しい顔 配送オプションが少ない

モバイルUIが最適化されていない

悲しい顔 広告が多すぎる

掲載されている画像が少なく、商品の細かい部分がわからない

悲しい顔 感情のやり取りがなく、ロボットのようだ

フィルターや検索機能が使いにくい

同じ商品でも価格や条件が異なるため、比較が難しい

ポイント制度が複雑

カートに入れる動作が重い

悲しい顔 レビューの信頼性が疑わしい

カテゴリの階層が深すぎる

サイトのデザインが複雑

悲しい顔 購入後のキャンセルや返品が難しい

クーポンの利用条件が厳しい

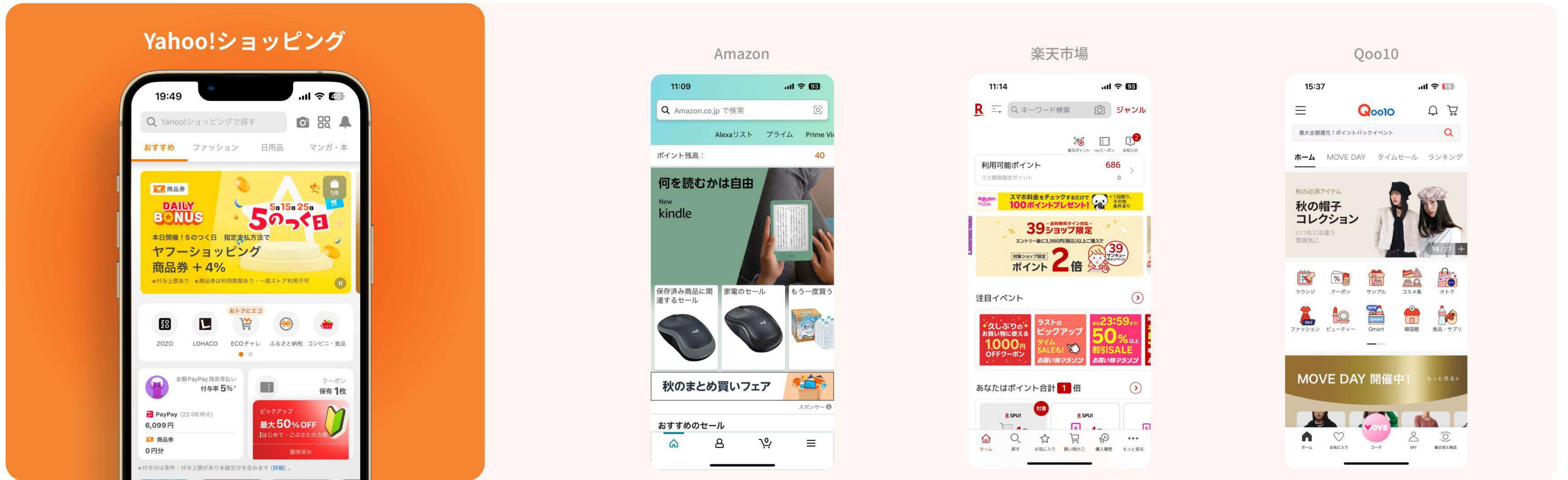
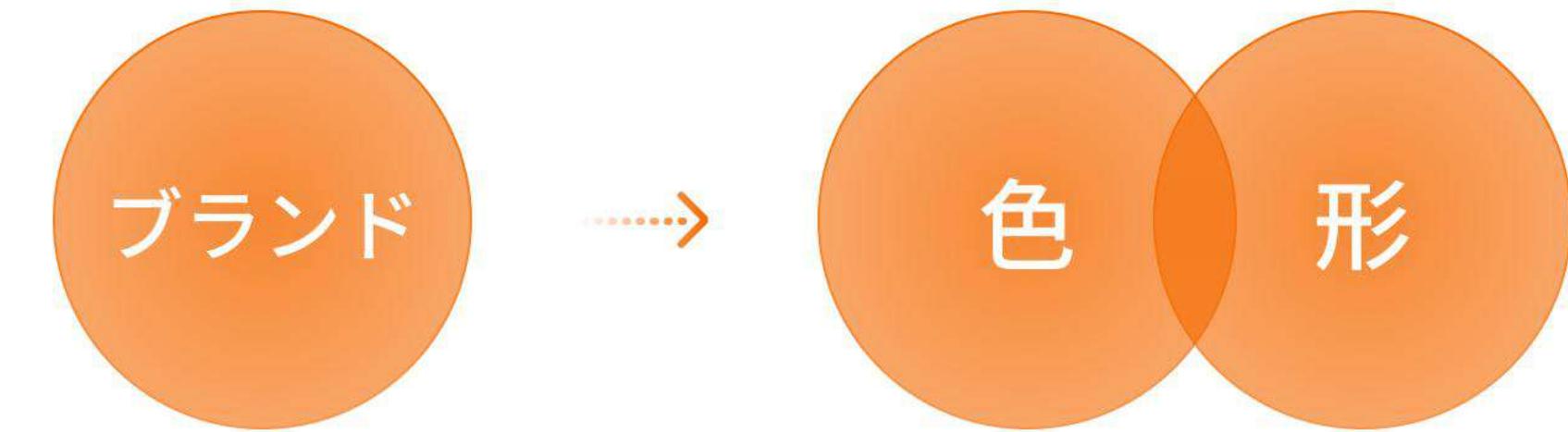
ログインが頻繁に求められる

安全性に対する不安

# ブランド構築

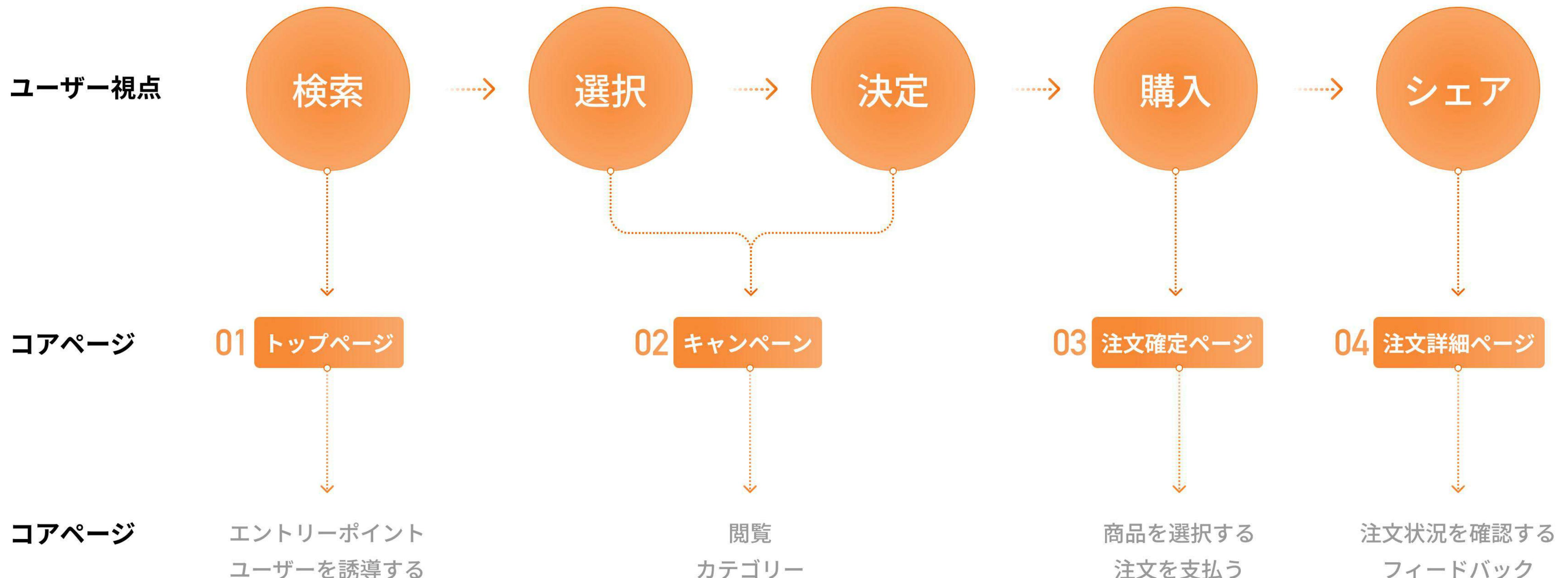
Brand  
Building

Yahoo!ショッピングの過去のトップページデザインを振り返ると、ユーザーにとってブランドの要素や記憶に残るポイントが**不明瞭**であったことが分かった。現在、競争が激化し、**同質化**が進むEC市場においては、**ブランドのトーン**を確立し、他社との差別化を図ることがますます重要になっている。



# カスタマージャニーマップ

Customer  
Journey Map



# デザインゴール

Design  
Goal

ユーザー分析に基づき、デザイン改善の方向性が明らかになった。

クローズドループの構築、体験の向上、視覚スタイルの再構築の3つの側面から再設計を行う。

## 体験の向上

ナビゲーションを簡素化し、商品の検索や購入プロセスをスムーズにすることで、ユーザーのストレスを軽減する。

## ビジュアルスタイル再構築

ブランドのミッションや価値観を明確にし、それを全てのコミュニケーションに反映させる。

## クローズドループを構築する

SNSでのプロモーション活動やインフルエンサーとのコラボレーションを通じて、新規ユーザー層を開拓する。

# クローズドループを構築

Close Loop  
Recycling

ユーザーのインセンティブとコンバージョンのデザインを行い、  
リーンサービスのクローズドループを構築する。

01

閲覧段階

認知

02

選択段階

刺激

03

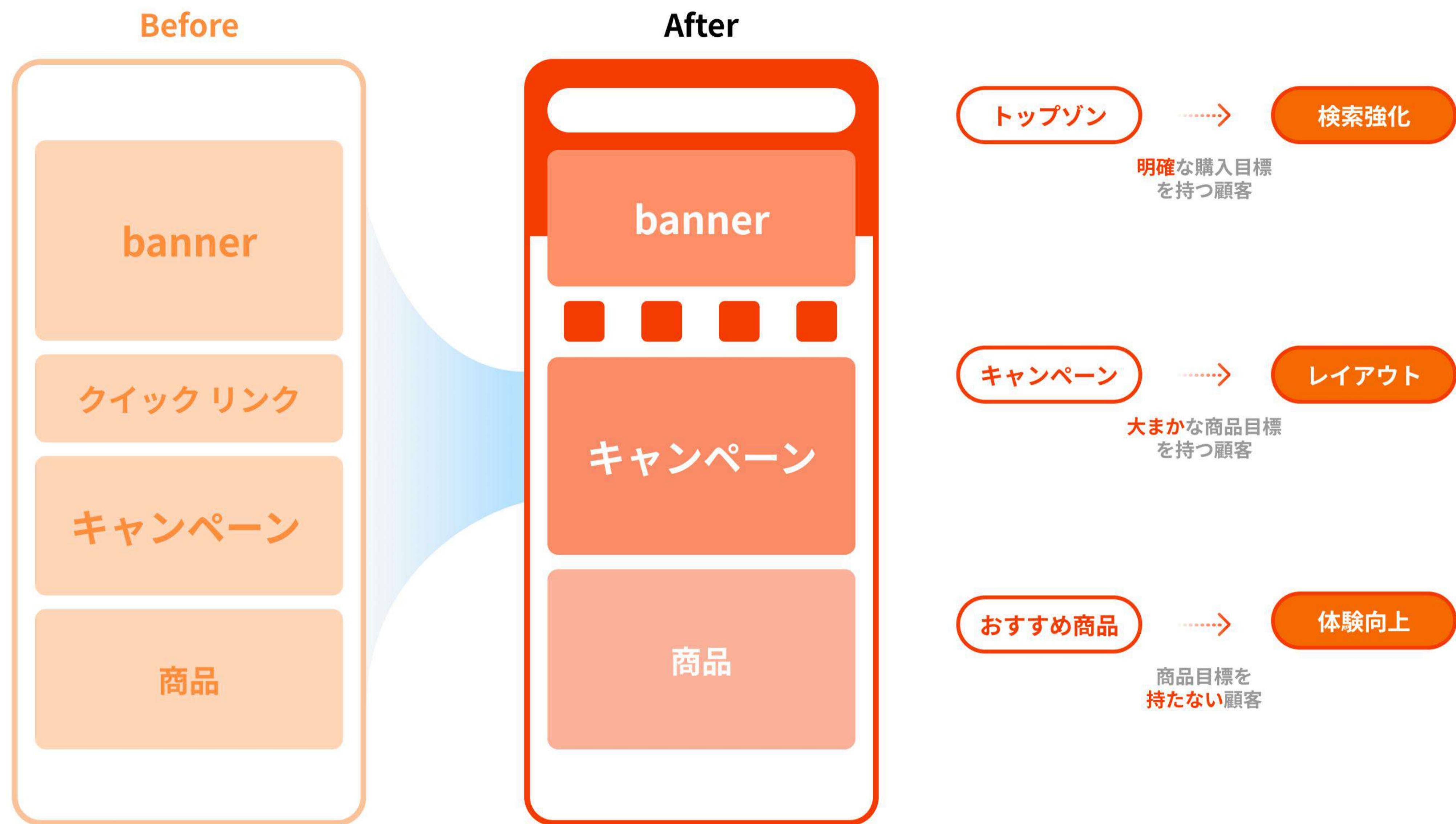
注文段階

購入

# アーキテクチャ再構築

Reconfigurable Architecture

トップページのゾーンを3つの部分に簡素化し、ユーザーがトップページ全体を閲覧するパスを最適化する。また、トップページのユーザー層に応じて表示領域を最適化し、各モジュールのコンバージョン率を向上させる。



## パーソナライズされたトップページ

カテゴリーチャンネルを統合し、チャンネルのフォローシステムとレコメンドメカニズムを最適化・構築することで、ユーザーが特色のあるおすすめ商品から自分の好きな商品を見つけるようにする。また、元のカテゴリー別チャンネルも、特色あるレコメンドエントリを通じて流出したトラフィックの問題を解決する。



# シナリオにおけるユーザーの関心を高める

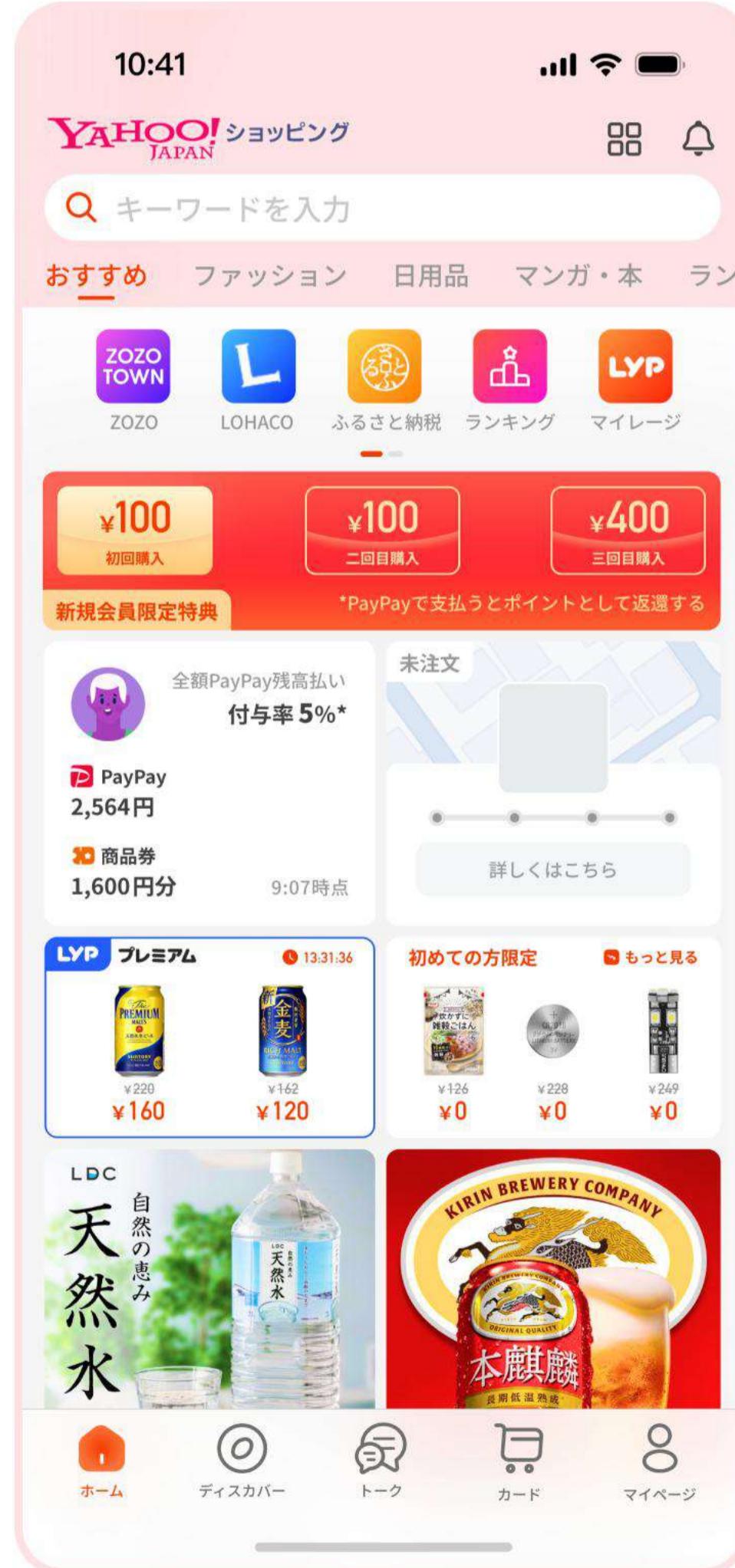
Establishing User Interest in Scenarios

この提案では、ユーザー層とプロモーションに基づいて、ページを 新規会員向けページ、通常ページ、プロモーションページの3つのシナリオに分割し、それぞれの異なるユーザーの属性（Identity）、動機（Motivation）、および行動（Behavior）に応じた分層型のレイアウトを設計する。これにより、従来の一律なレイアウトを刷新し、ユーザーに合わせた柔軟なレイアウトを実現する。

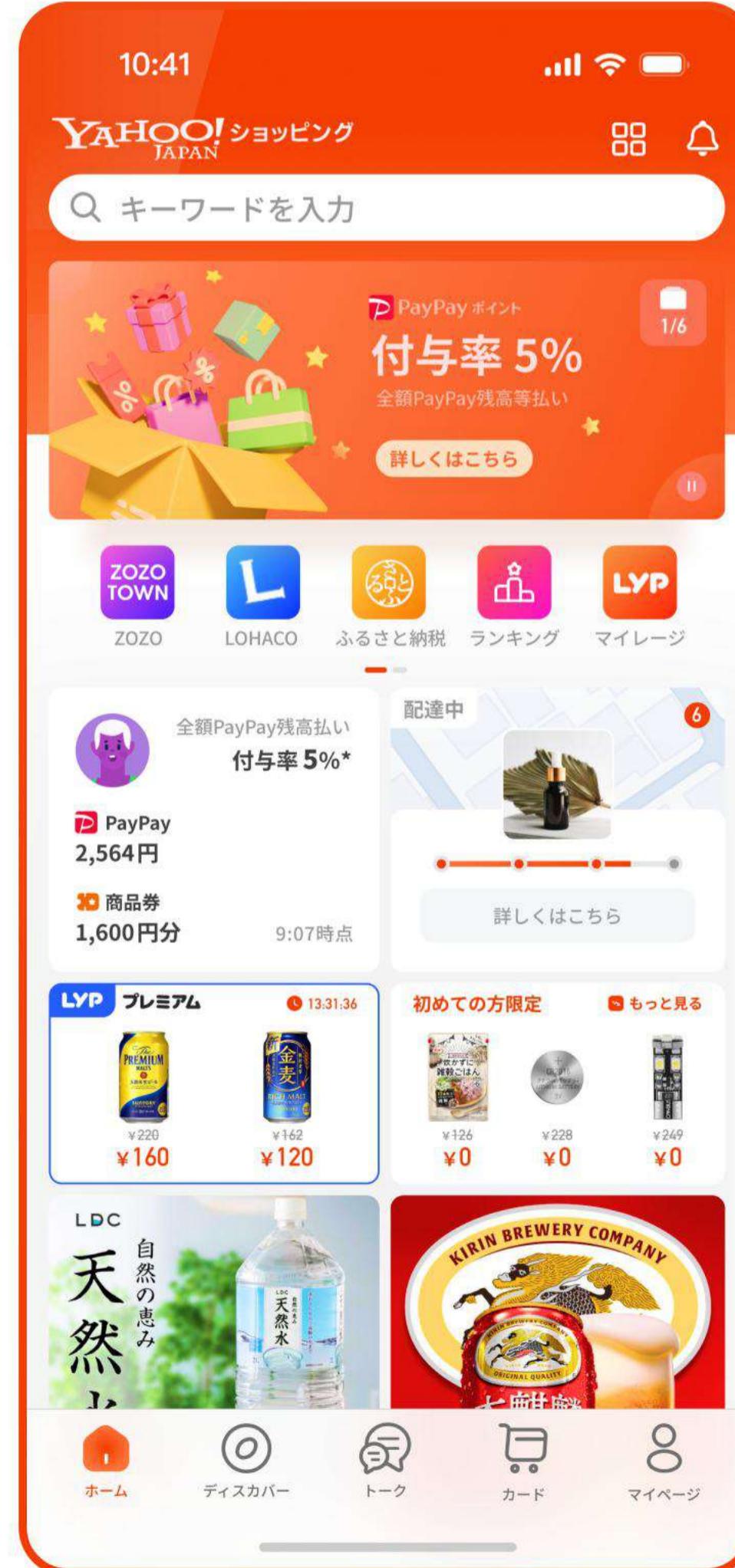
单一 Before



新規会員向けページ New Member



通常ページ Normal



プロモーションページ Promotion



# バンドwagon効果

Bandwagon Effect

より豊富な検索コンテンツで商品の意思決定に役立つ情報を提供し、ユーザーの購入意欲を引きつける。



次のように分類できます：

ザ・プレミアム・モルツ

インスタント食品

新規会員限定

## 時間限定特典\*

限られた期間のみの特典により、ユーザーは「今すぐ買わなければ」と感じ、迷わず購入決断をするケースが増える。

# ステップを短縮して効率を向上させる

Shorten  
Steps

## Before

インタラクションのフローが長すぎて、  
ユーザーが素早く編集操作を行えない



## After

カートの商品を右スワイプ  
することで効率を向上させる

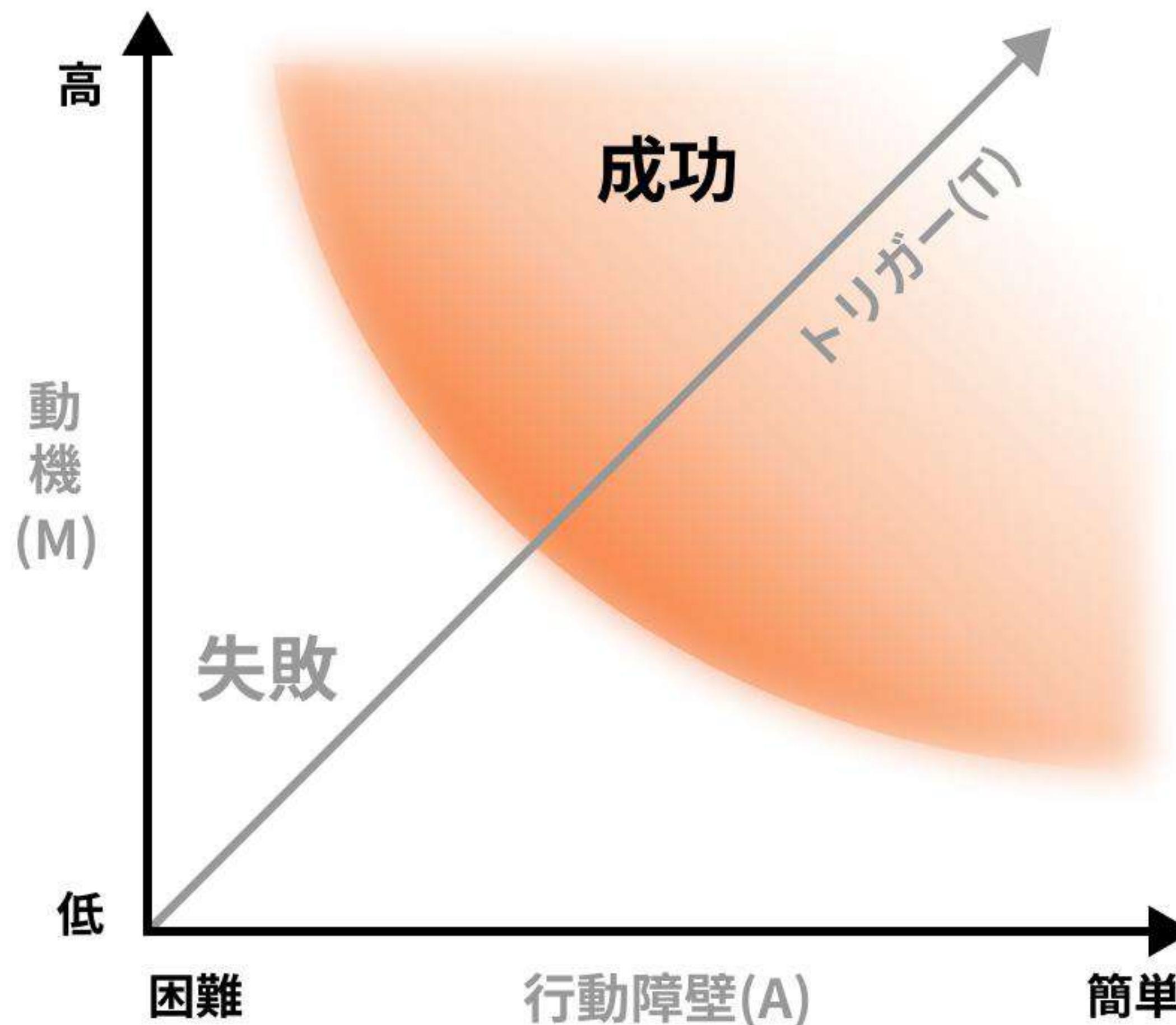


商品の数量を増減し  
他の設定を選択する

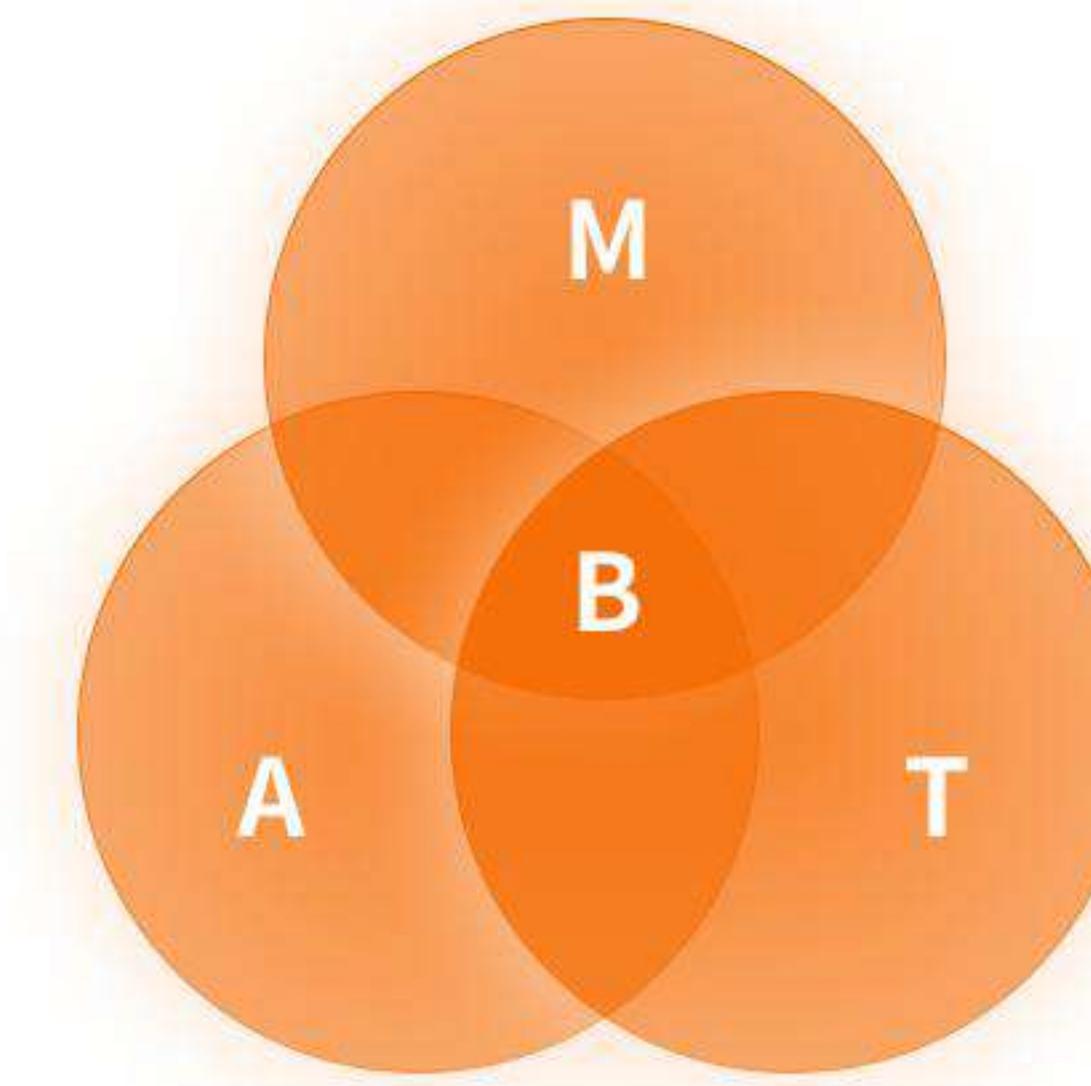


# フォッグ式消費者行動モデル

## Fogg's Behavior Model



$$B = M \times A \times T$$



# 検索機能を強化

Enhance  
Search

検索は、ユーザーのニーズに最も的確に応える方法であり、ユーザーが求める商品を素早く提示する。検索履歴や発見、期間限定割引は、興味やプロモーションを通じてユーザーの潜在ニーズを引き出し、消費への転換を促すための誘導手段でもある。



● 全体の階層がはっきりしておらず、ブランドの主張が不十分

● 階層が明確で、ブランドが際立っている

# 意思決定のハードルを下げる

Lower the  
Decision-Making Barrie

明確な購買目的がないユーザーが気軽に閲覧できるように、フィードのカード情報階層やページレイアウトの余白を最適化し、スタイルを簡素化してコンテンツを際立たせます。パーソナライズアルゴリズムによって、推薦カードシステムを構築します。

没入感

体験最適化

カテゴリ拡張

コンテンツ強調

おすすめ ファッション 日用品 マンガ・本

Yahoo! 厳選

Yahoo! 厳選

ナイキ NIKE WS エアズーム ペガサス 41 エレクト…  
¥18,480

ベルギー チョコレート  
¥726

ナイキ NIKE WS エアズーム ペガサス 41 エレクト…  
¥18,480

ベルギー チョコレート  
¥726

LYP プレミアム  
13:31:36

¥220  
¥160

¥162  
¥120

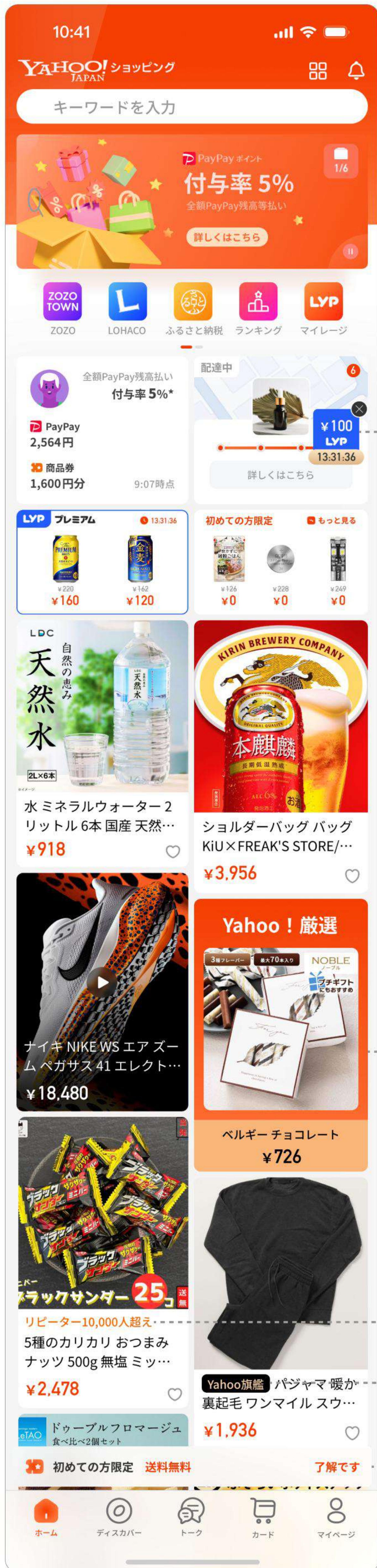
使用シーン

アルゴリズムに基づく  
個別にコンテンツを提供する

フィードの本文中に挿入する

# ブラウジングのニーズを満たす

Meet the  
Browsing Needs



細部のエレメントの表示を通じてユーザー体験を高め、ユーザーにより良い体験を提供するとともに、ユーザーの購入転換率を向上させる。また、ユーザーの購入数やフラッグシップストアなどの情報を導入することで、ユーザーの店舗への信頼を高め、消費を促進する。

## ランダムに現れる特典

ユーザーのLYP会員登録への積極性を高める

## Yahoo! 厳選

公式のチャネルを通じてユーザーの信頼感を高める

## リピーター人数と旗艦店

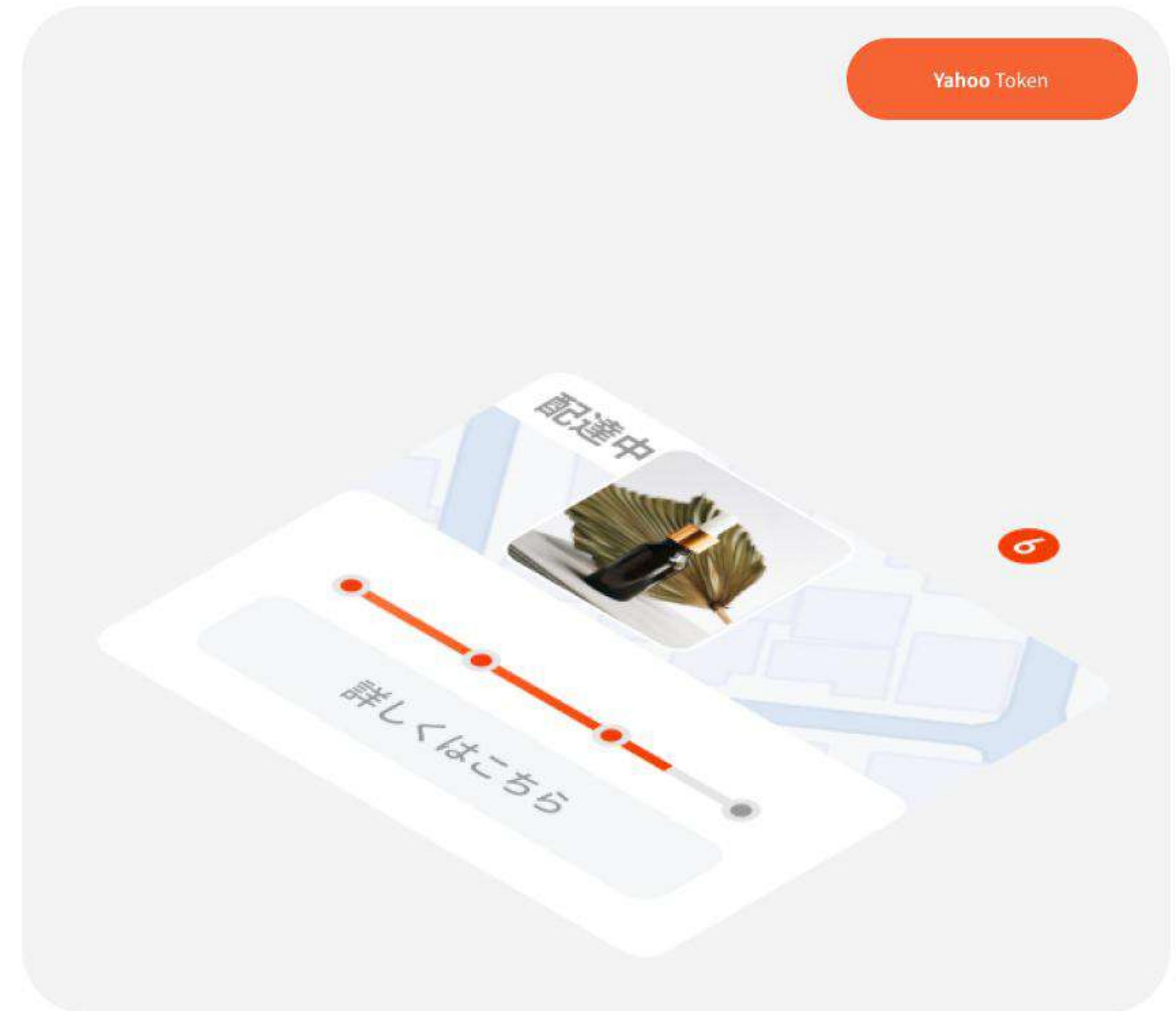
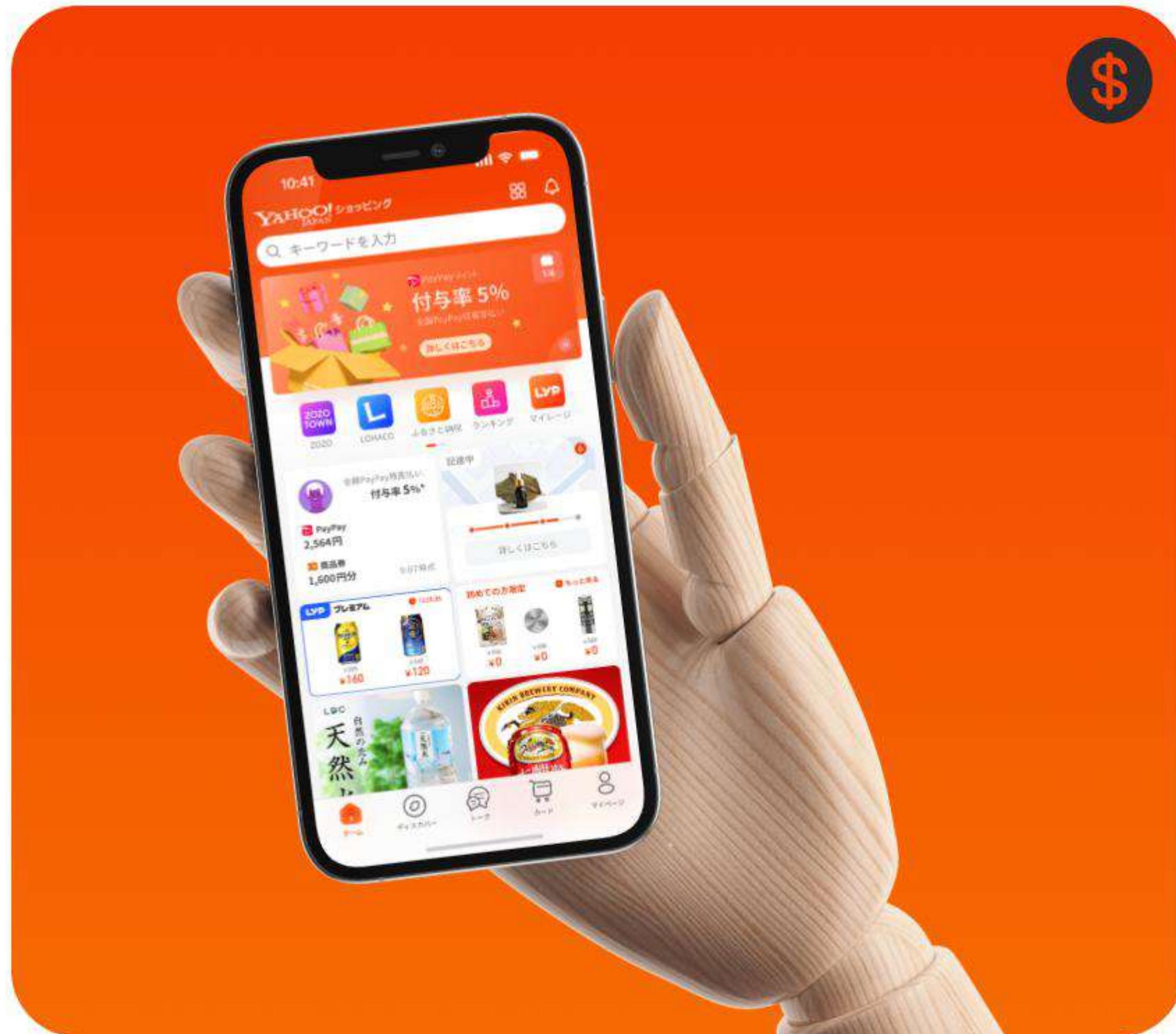
商品の品質やサービスの良さを証明する要素となる

## プロモーションクーポン

割引や特典を提供することで商品を購入する動機を与える

# ビジュアル / Visual

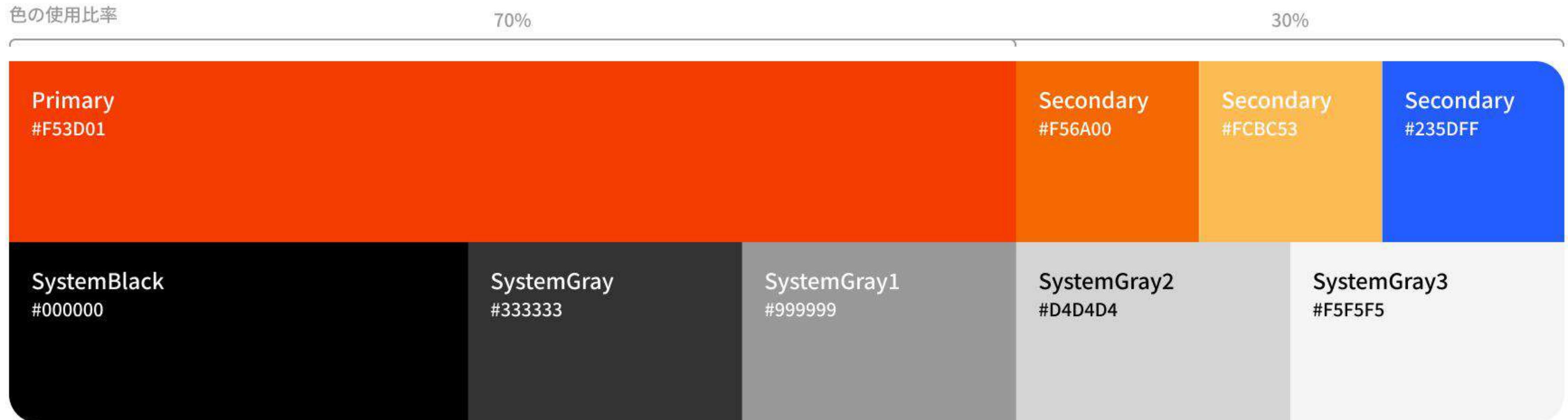
ブランドのカラー、フォント、アイコンのスタイルを活かして、コンポーネントがブランド全体のビジュアルスタイルと一致にする。



# 配色

Color Scheme

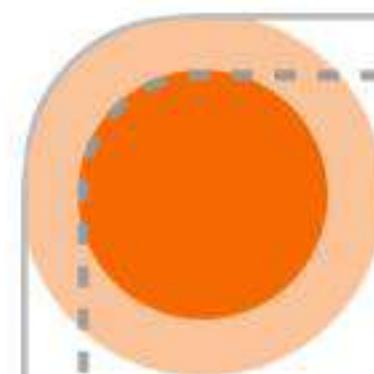
情報が明確：インターフェースがわかりやすく、階層関係がはっきりしている  
合理な誘導：ユーザーの心理に沿った操作ガイド  
ブランドの伝達：一貫したブランド感でブランドメッセージを届ける



# 輪郭

/ Outline

デザインにおける角丸の半径値は、デザインスタイル、ユーザーエクスペリエンス、要素の種類、ブランドアイデンティティ、バランスと比率など、複数の要因を考慮する必要がある。具体的なデザインのニーズに基づいて決定し、理想的な効果を得るために、通常は試行錯誤を繰り返す必要がある。



## ビジュアルフォーミュラ

同心円を使用して  
2つの角をより自然に融合させる

## 数学の公式

外角半径 = 内角半径 + 間隔

Button

Button

Button

Button

radius : 0px  
プロフェッショナル

radius : 2-4px  
親切さ

radius : 8-24px  
注目を集める

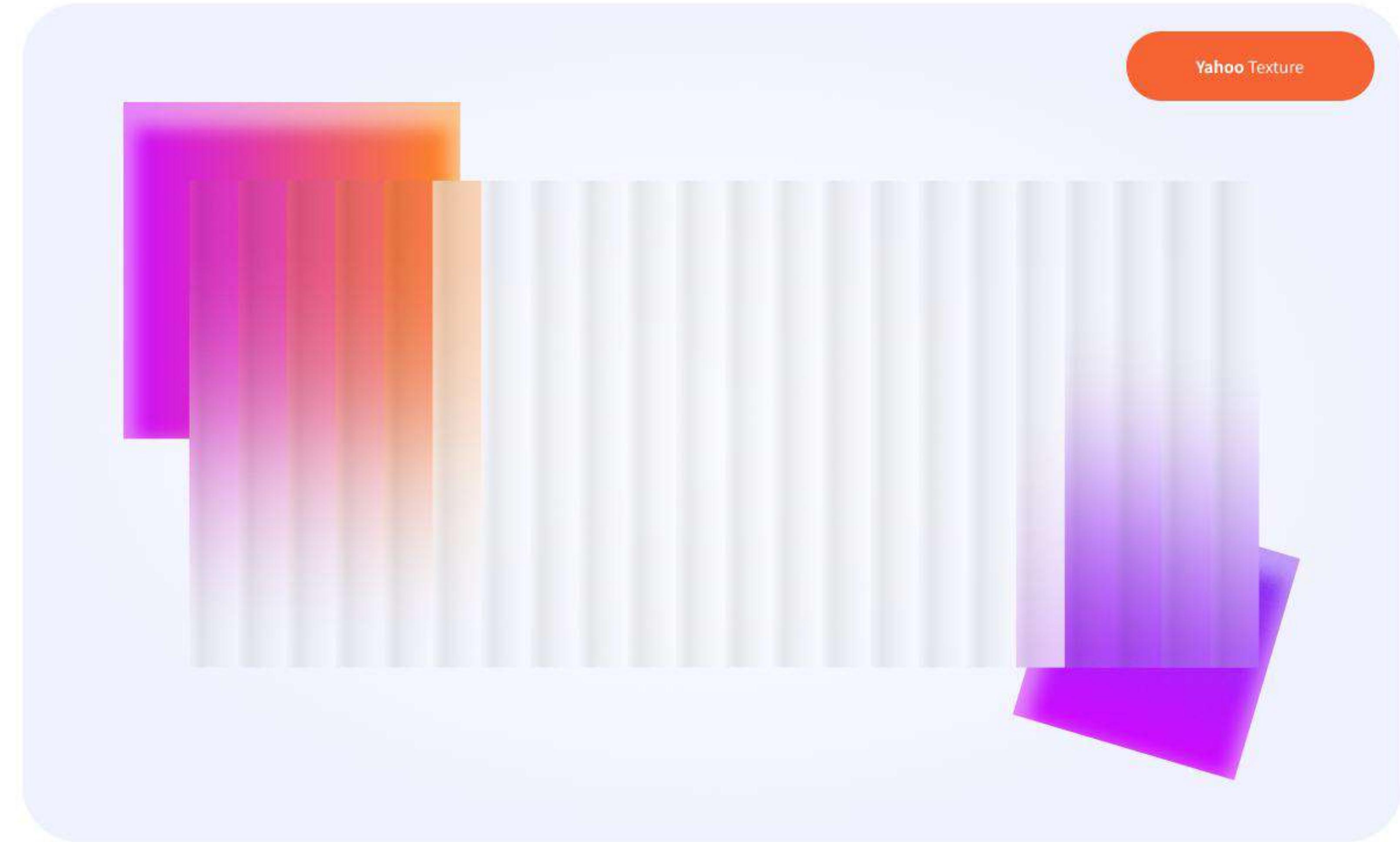
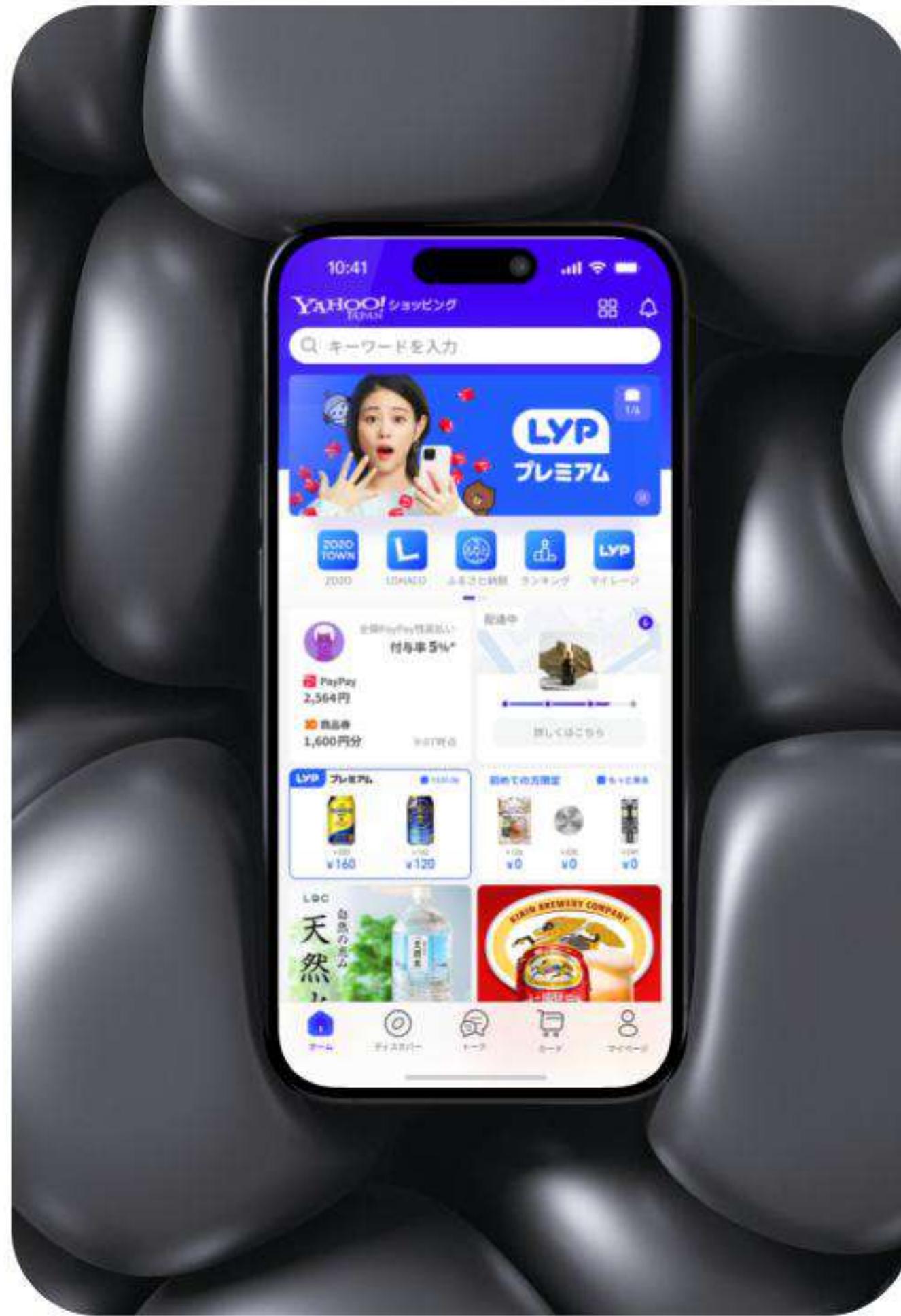
radius : 26+px  
より注目を集める

モバイルデバイスのサイズ\*

# 質感

/ Texture

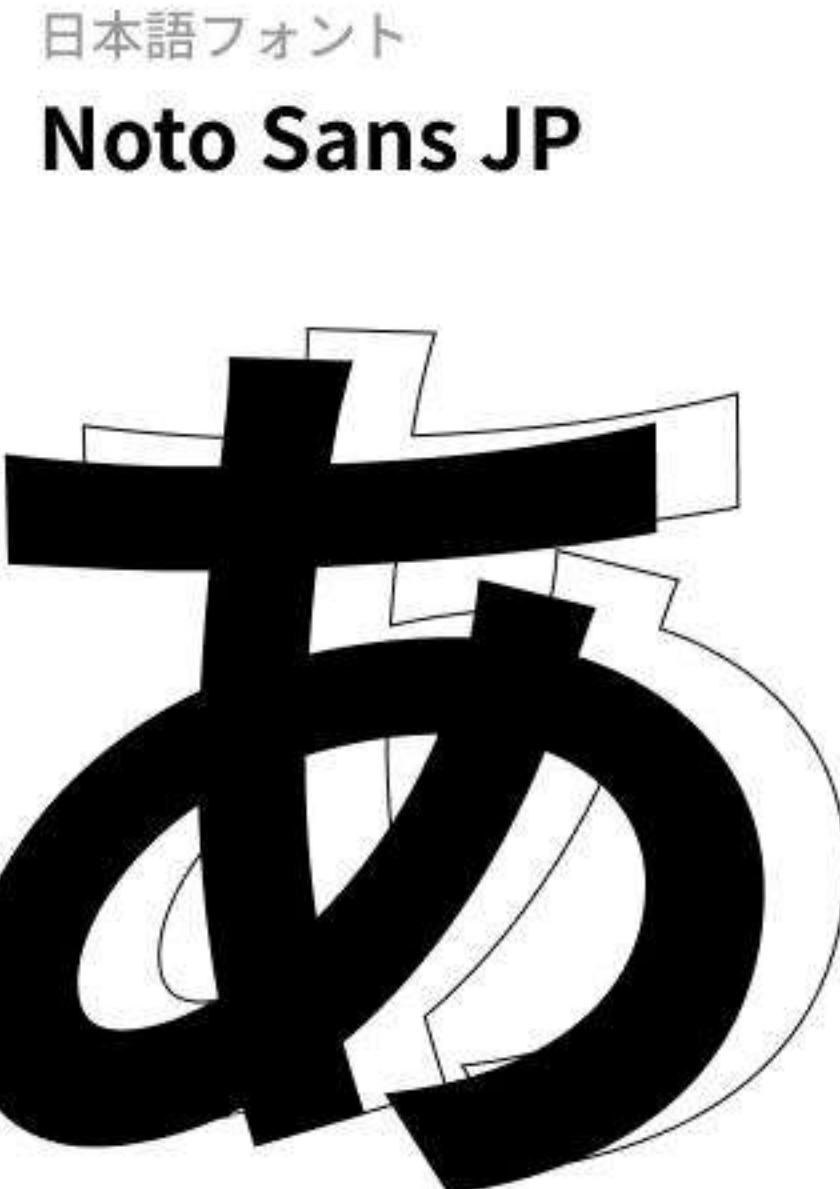
このデザイン手法は、背景をやわらかくぼかしつつも、後ろのコンテンツをうっすらと見せることで視覚的な階層を作り、ユーザーがフォーカスすべき場所を明確にする。また、情報が過剰にならないように整理し、見やすさと洗練された雰囲気を演出する。



# フォント

/ Font

フォントサイズの使用を控え、情報階層を減らし、日本語と英語のフォントの識別性を高める



日本語フォント

**Noto Sans JP**

もっと楽しく

もっと楽しく

もっと楽しく

もっと楽しく

もっと楽しく

数字フォント

**DIN Alternate**

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# デザイン振り返り

Design  
Retrospective

Yahoo!ショッピングのデザイン振り返りでは、プロジェクトの目的と目標の確認から始まり、デザインプロセスの評価、ユーザーインターフェースや体験の分析を通じて、今後の改善点を特定した。この振り返りを基に、次のステップとして具体的な改善施策を実行することで、ユーザーエクスペリエンスの向上を図ることが重要である。

## #1 ユーザーファスト

ユーザーのトーンに合う視覚スタイル

パーソナライズされたデザイン

インタラクションのステップを減らす

## #2 ビジネスインサイト

ユーザーのモチベーションを強化

信頼と裏付けを構築

メリットを提示、購買意欲を刺激

# Paylux

銀行カード管理アプリ



# Paylux

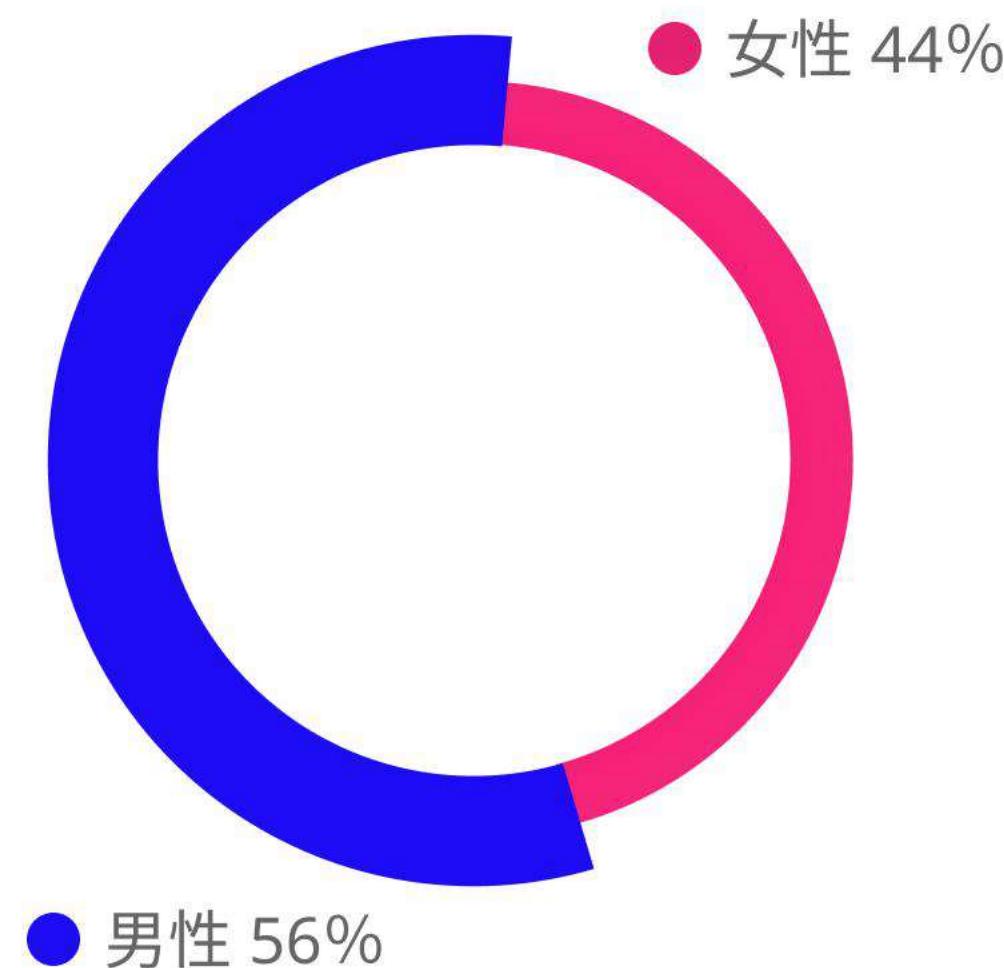
payluxは、ビジネスのあらゆる側面を、一か所で簡単に時間をかけずに管理ができる最先端のソリューションです

# TARGET

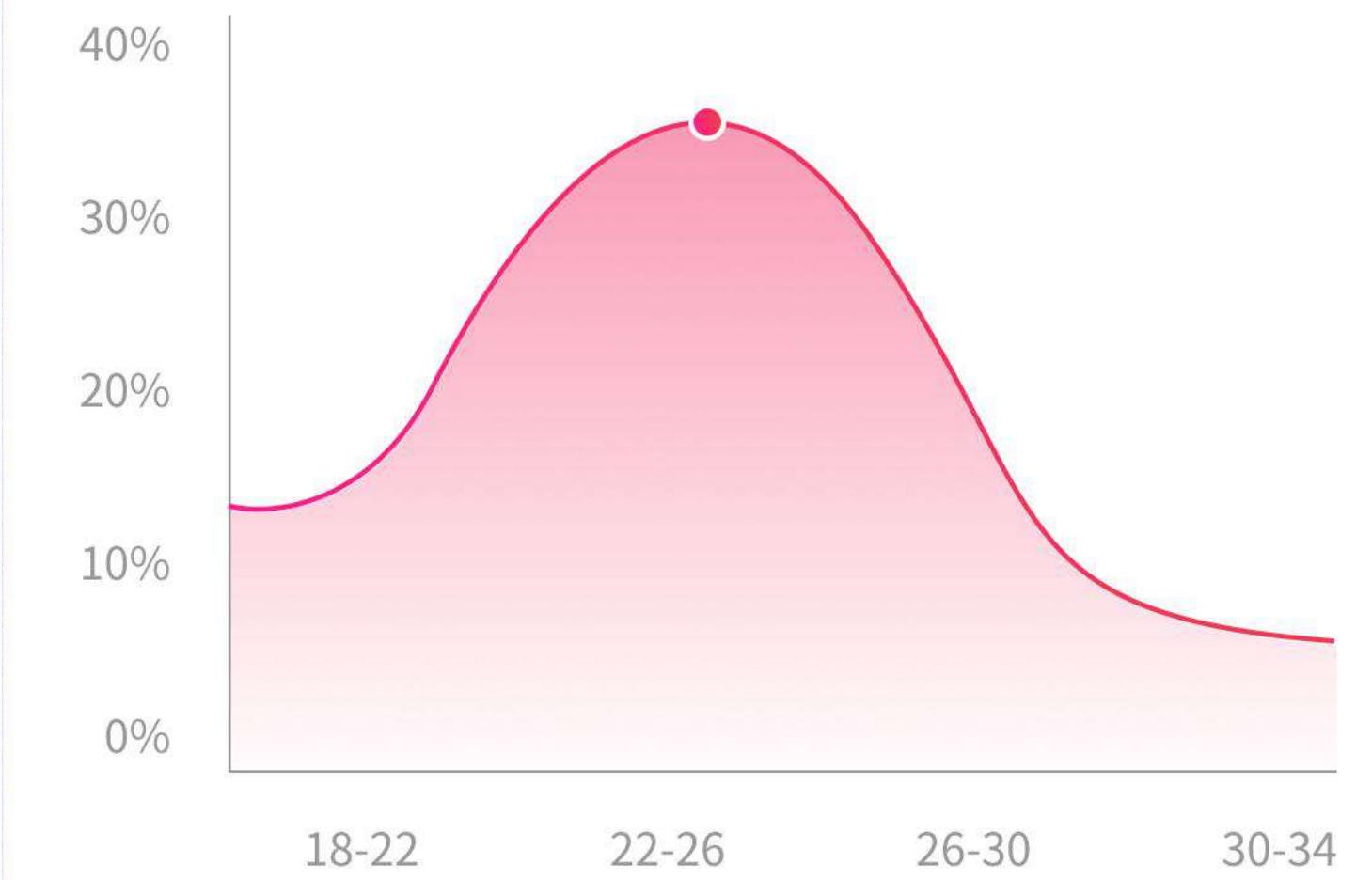
## 戦略目標

- 成長ユーザー：より多くのユーザーを引き付け、ユーザーの規模を拡大する
- 体験向上：プロセスの最適化、ユーザー エクスペリエンス満足度の向上させる
- ブランド構築：ブランドの影響力を高め、ユーザーの信頼を強化する

## 性別比率



## 年齢分布



ユ - ザ - ア - ナ - リ - テ - ィ - ク - ス

# USER ANALYTICS

ナビのデザインをメインにして、  
ユーザービリティを考えながら進むべき



John 34

ビジネスマン

貯金

多い

適切なイベントを素早く見つけます、簡単なナビ  
ゲーション、並べ替え、検索機能が必要です。

画面の美しさを重視すべき、  
新たなインタラクションの研究を常に心掛け



Emily 26

フリーランス

貯金

普通

インターフェースの設計が重視して、常に新た  
なインタラクションデザインなどが不可欠です。

通知機能や通知のキャッチコピーをメインにして、  
イベントの魅力を最大限に共感させるように努力すべき



美咲 21

学生

貯金

少ない

無料イベントやプロモーションをよく閲覧し、新  
しいイベントなどの通知が重要です。

ユ - ザ - 一 ジ ャ - 二 - マ ツ プ

# USER JOURNEY MAP

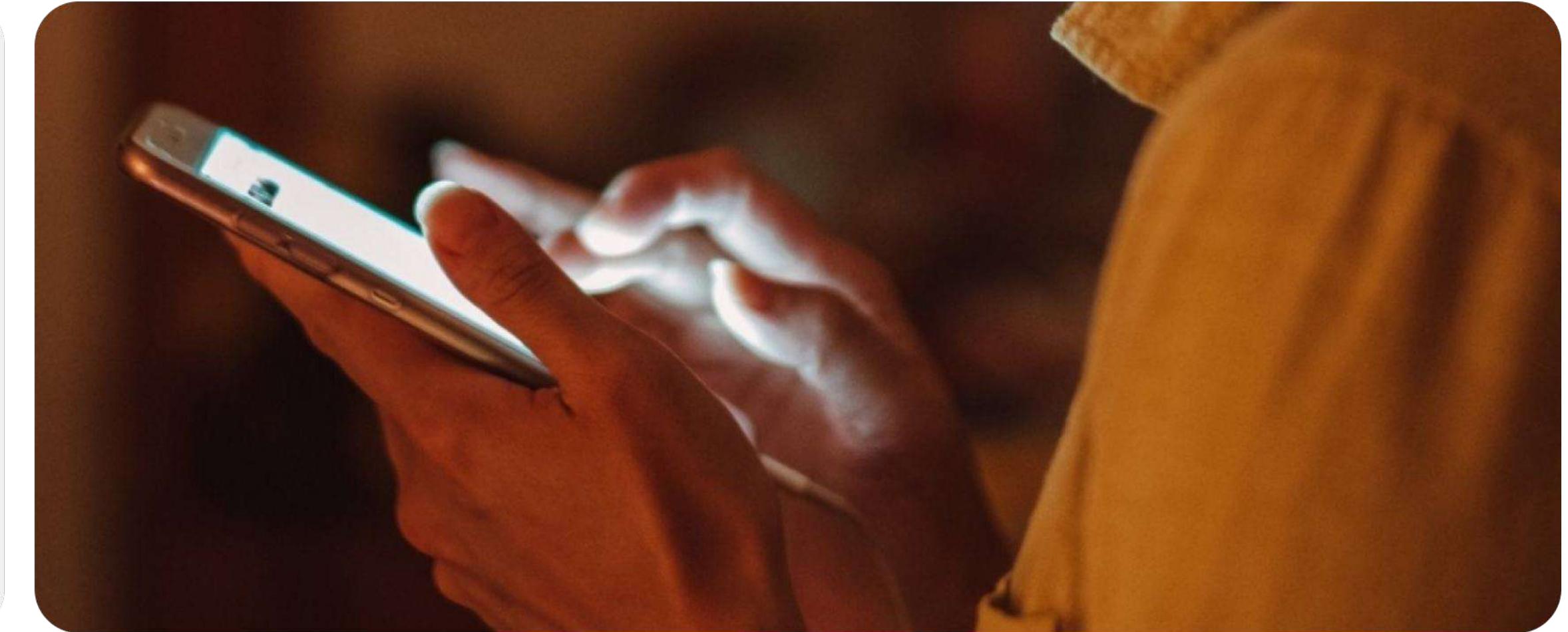


# PROBLEM & SOLUTION



## PROBLEM

十分なビジュアル・アピールがなく、社会的属性  
が弱すぎたため、利用者数が伸びなかった。

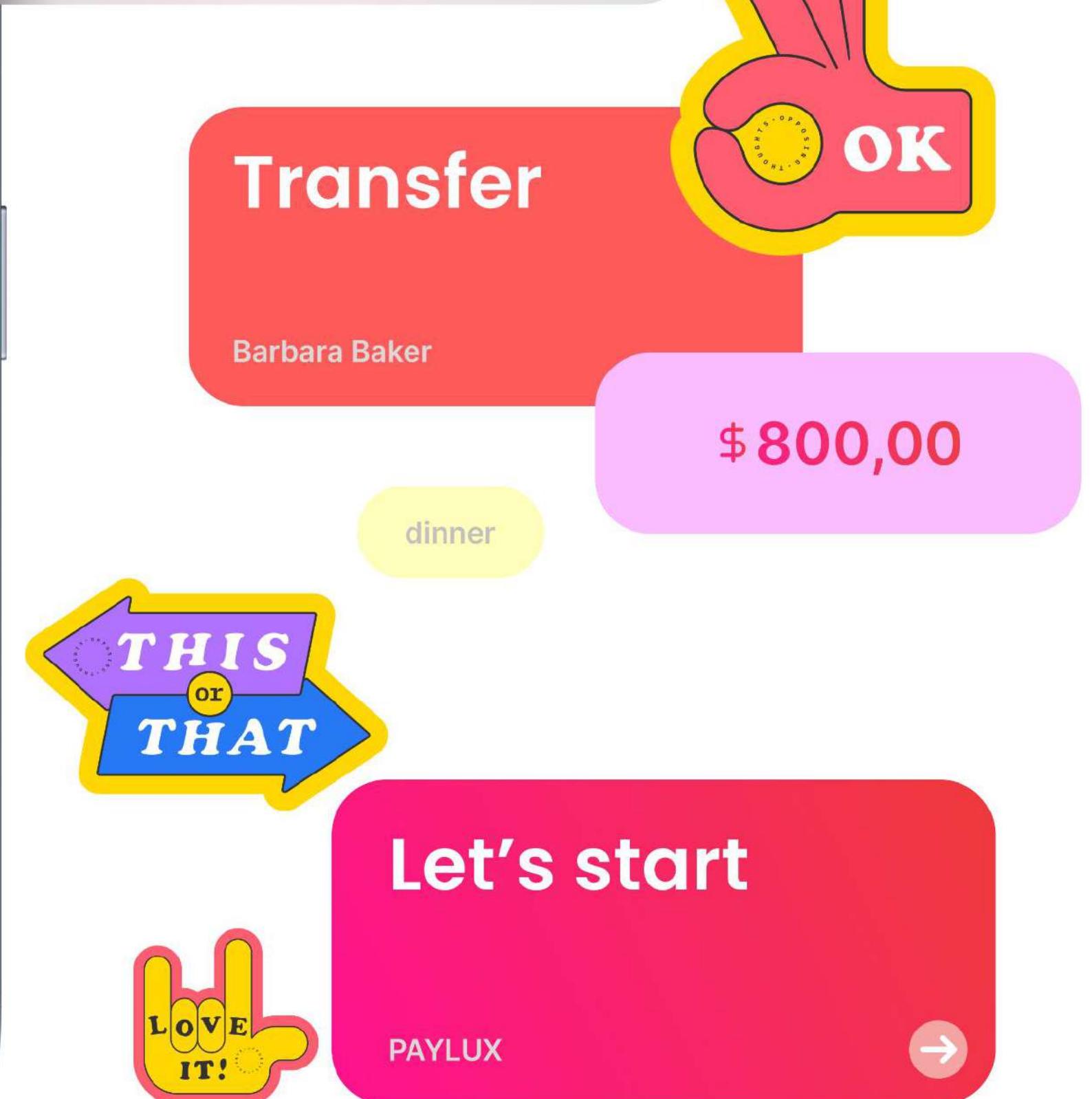
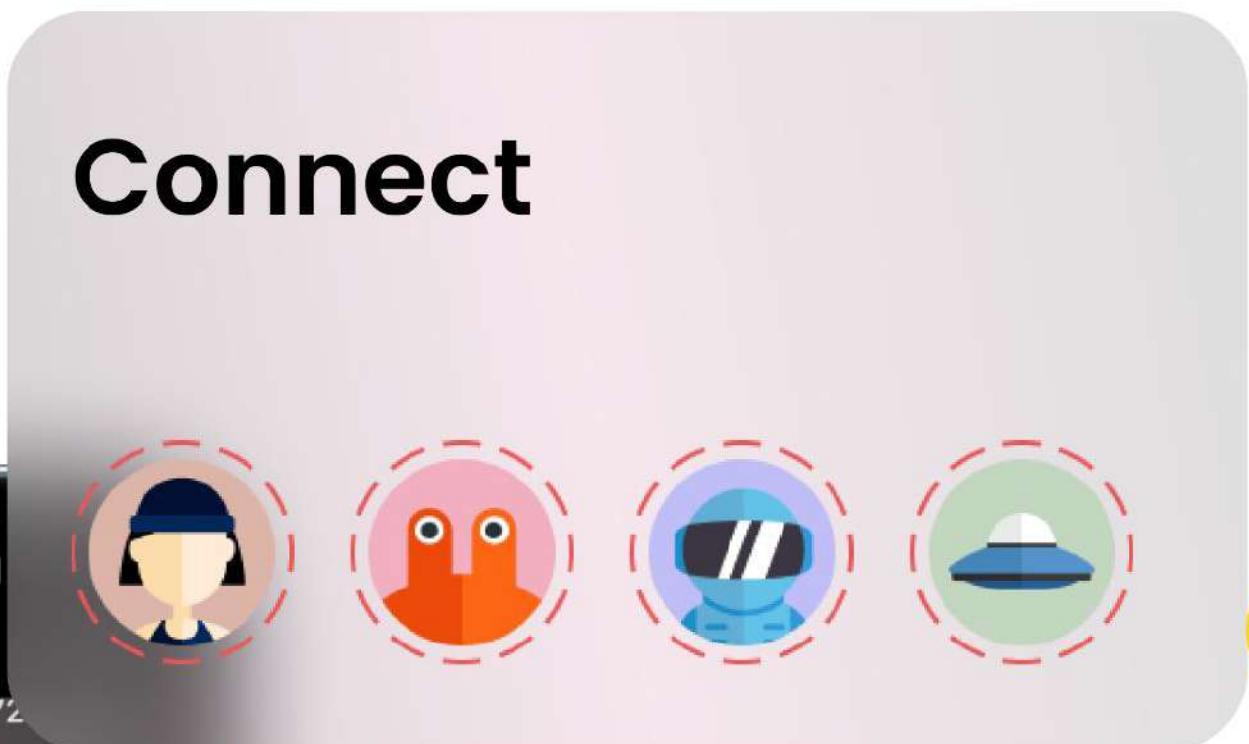
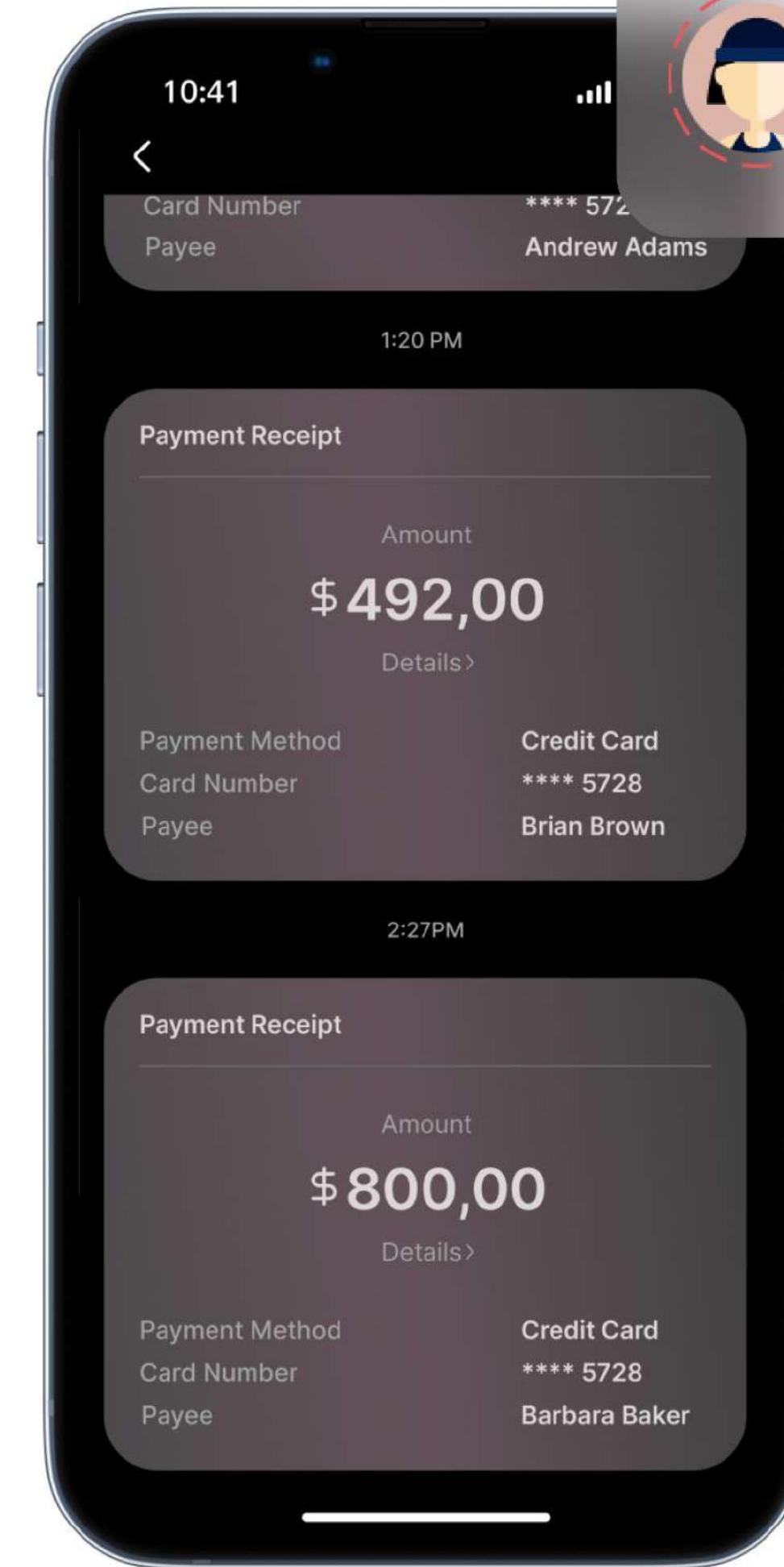
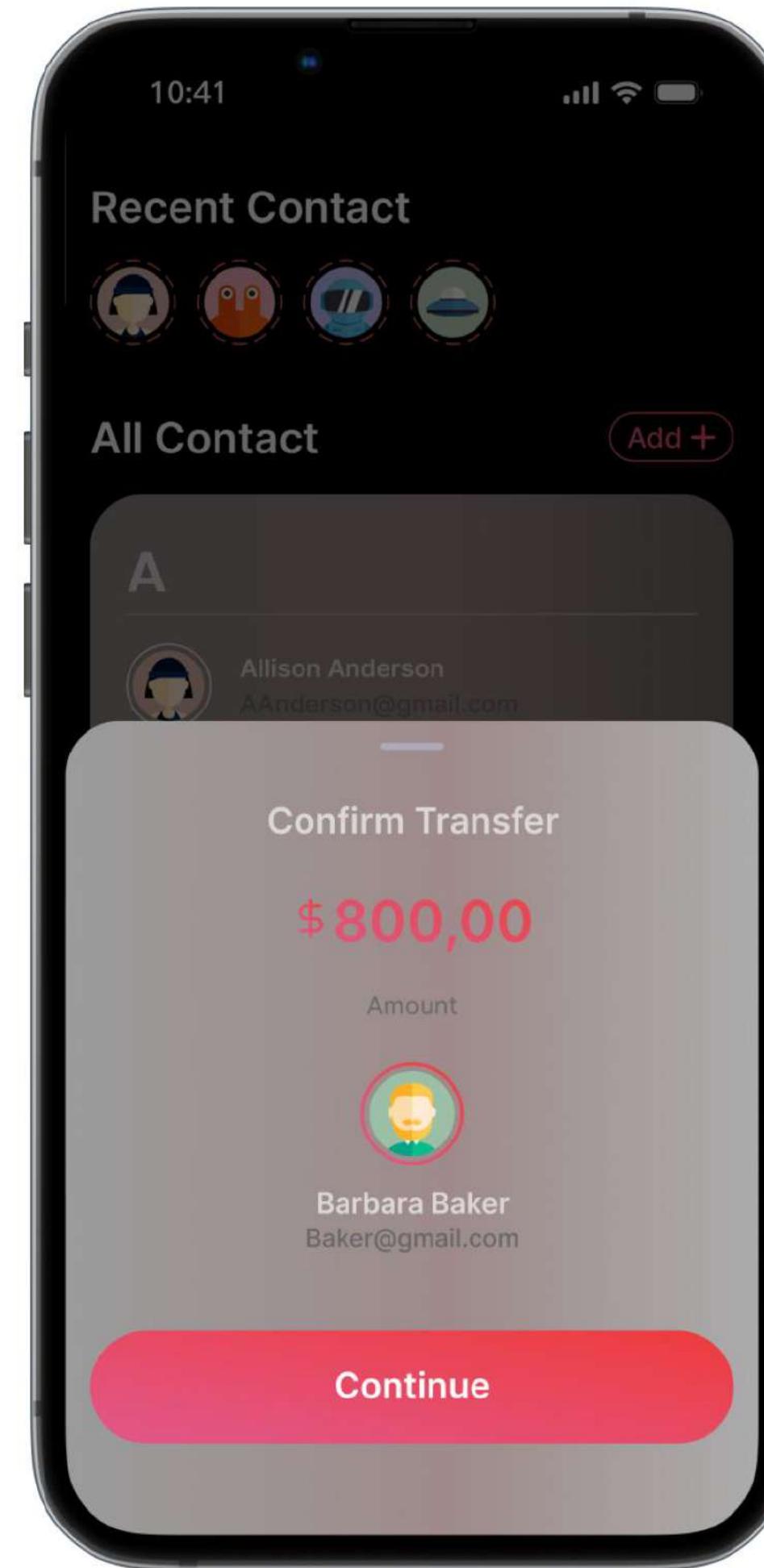
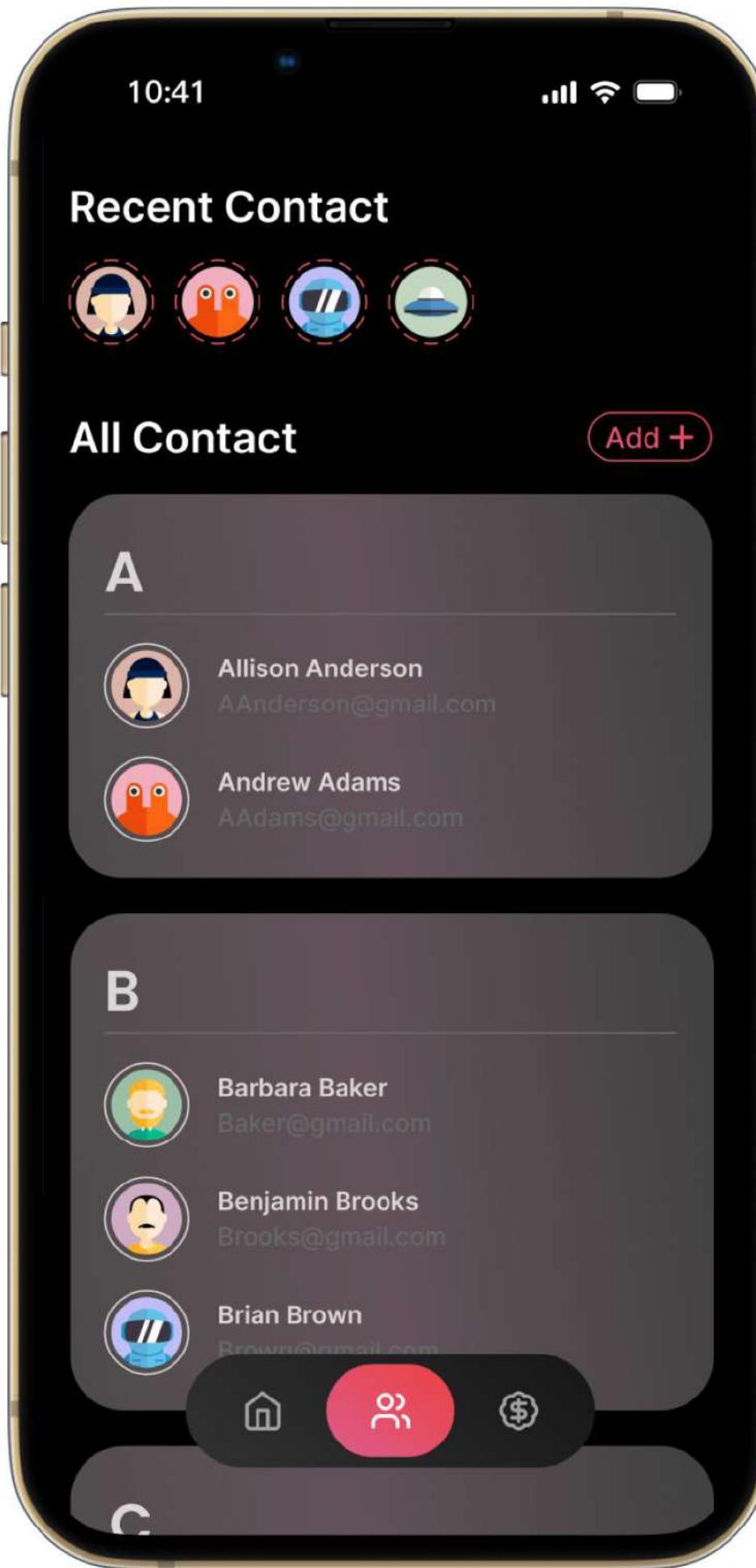


## SOLUTION

高いカスタマイズ性とユーザー中心主義により、  
ソーシャル属性を強化し、若年層にアピールする。

ソーシャル

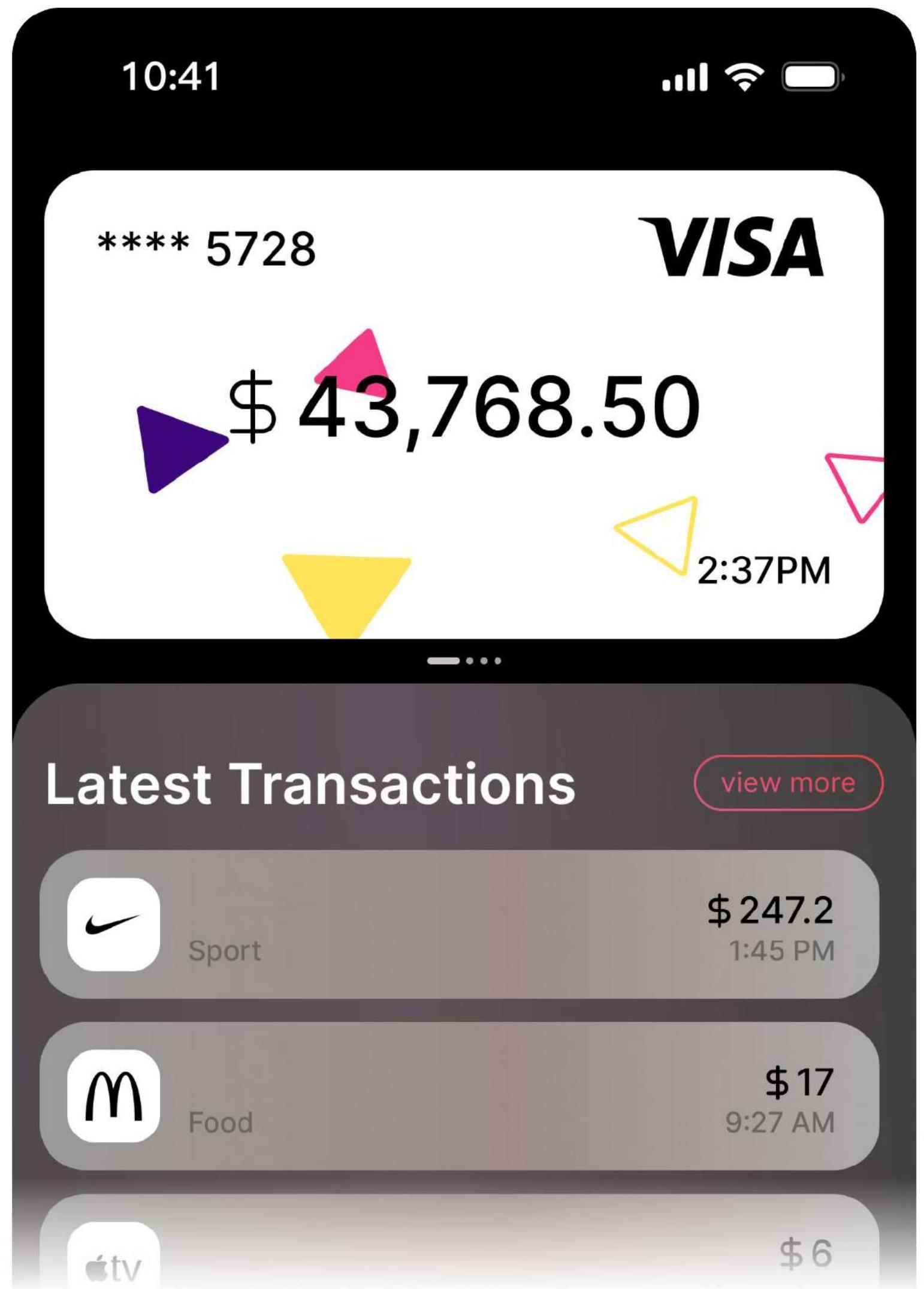
# SOCIAL



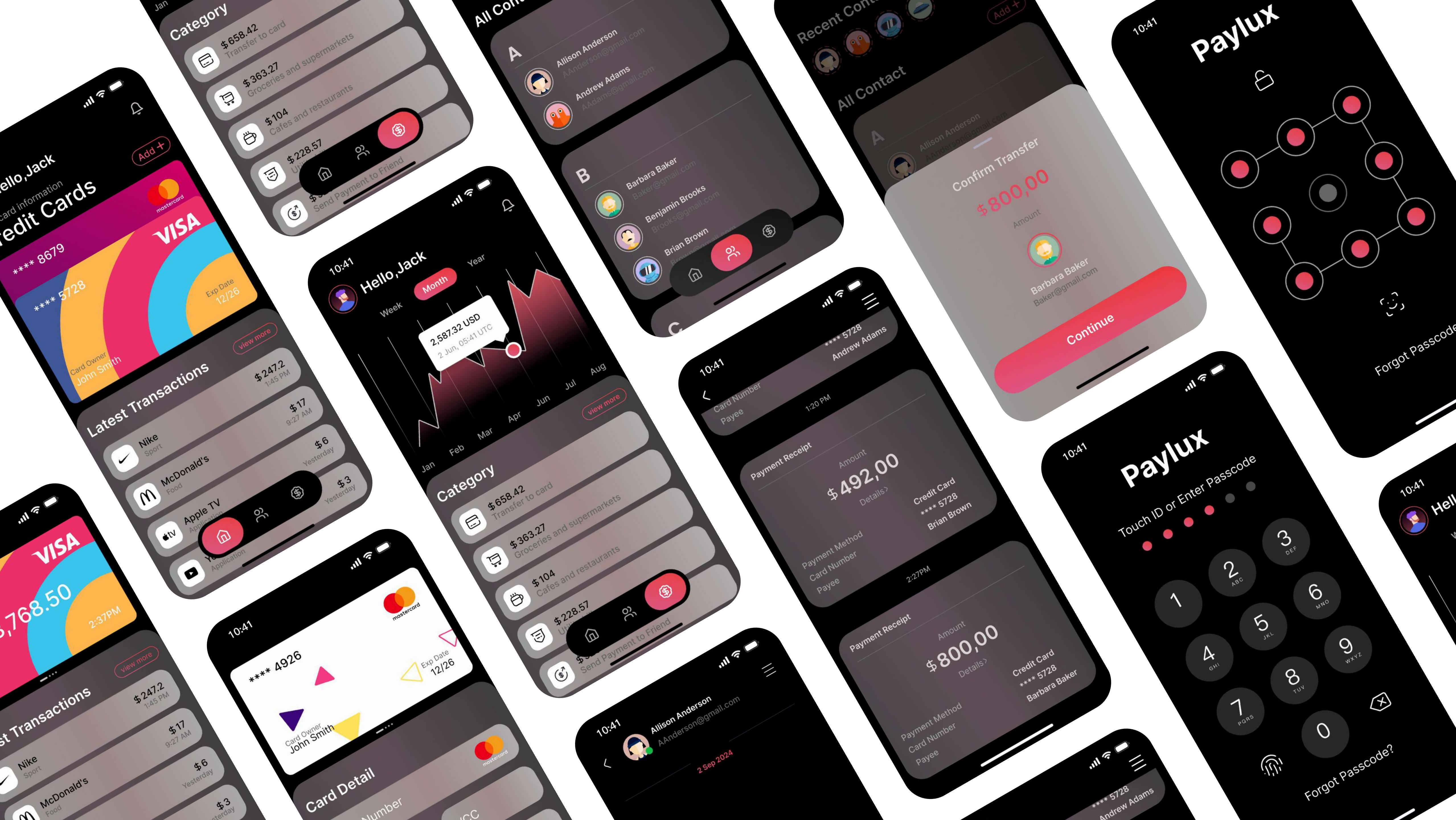
カード  
デザイン

# CARD DESIGN

ユーザーは好みに応じて、いつでもカードのデザインを変更できる。また、カードのデザインは定期的に追加および更新される。ユーザーにより良い視覚体験を提供するため、特定の祝日には新しいカードデザインをリリースする。







プロ ジ ェ ク ト

# PROJECT

## toC (APP)

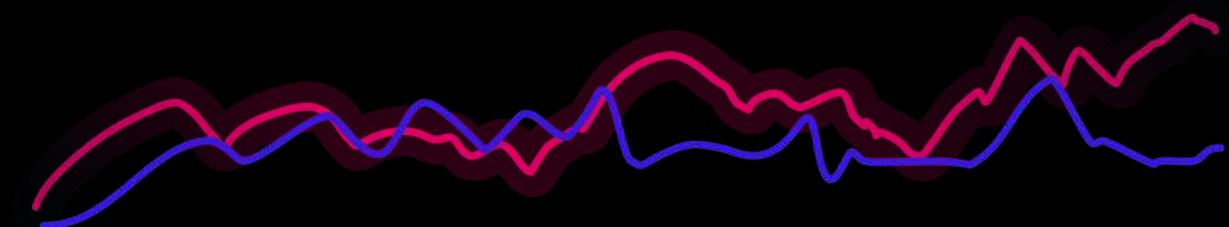
- YAHOO ! ショッピング  
リデザイン
- PAYLUX  
UIUXデザイン

## toB (WEB/PC)

- CLICK SENSE  
ヒットマップ
- CommerceFlow  
EC販売管理システム

## ビジュアル

- VISTA VISION  
VIデザイン



# CLICKSENSE

ユーザーのクリックを見逃さない  
確かなデータで次の一手を掴む



# 従来のリデザイン



## 「プロダクトマネージャ」

「」 製品の改良や機能追加の際に、ユーザーの実際の操作データが不足しているため、直感や経験に頼ることが多かった。

## 「UIUXデザイナー」

「」 ユーザーインターフェースの改善をする際、ユーザビリティテストやフィードバックに頼りがちで、具体的なクリックデータが少ないため、明確な判断が難しかった。

## 「コピーライター」

「」 ユーザーの行動や関心が把握できないと、どのようなメッセージやクリエイティブが響くのかを見極めるのが難しく、アイディアの幅が狭くなる可能性がある。

# ペインポイント



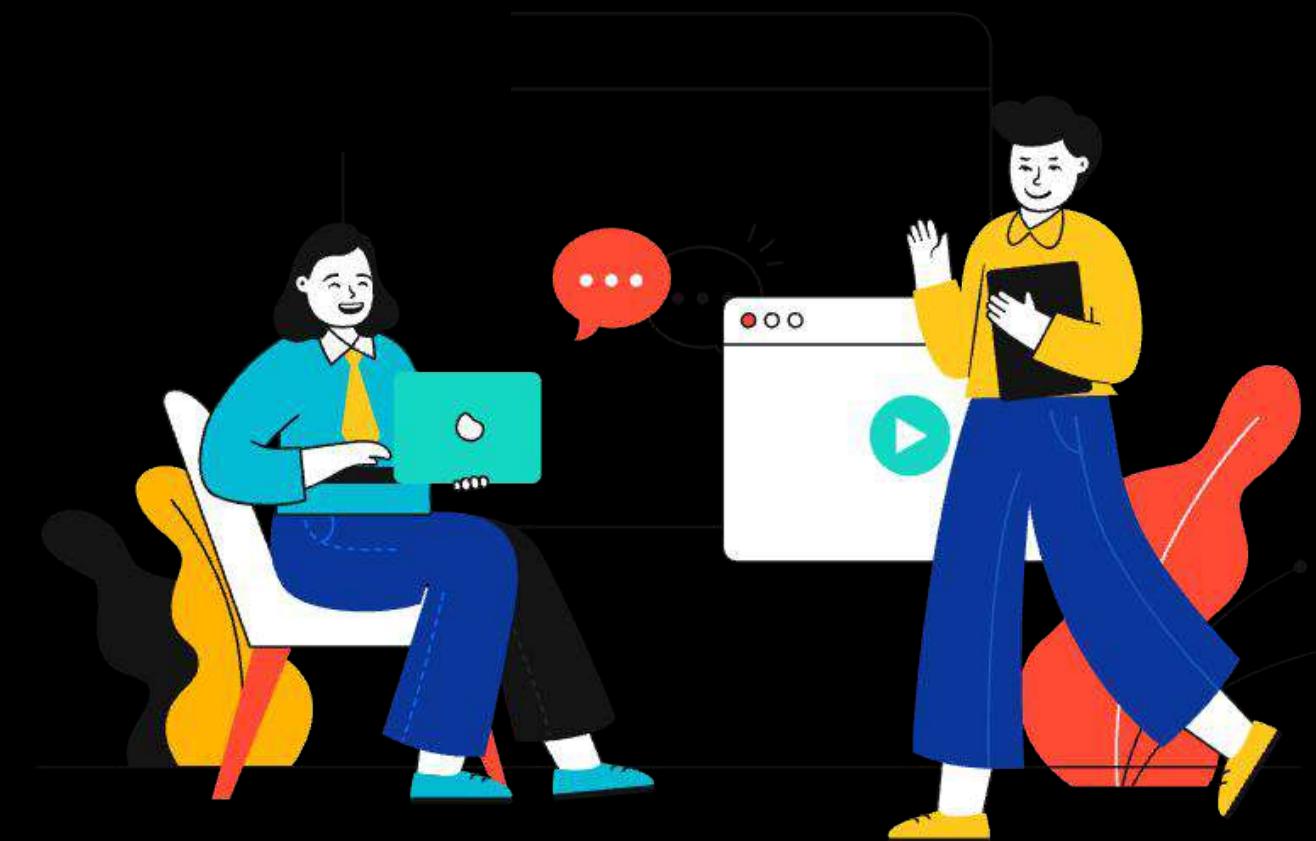
## ユーザーの離脱原因の特定が困難

「」 ユーザーが特定のページやプロセスで離脱していることは分かっていても、どの要素が問題になっているのか特定できなかった。例えば、フォームのどのフィールドでユーザーが止まったのか、ボタンが機能していないのかなど、詳細なデータが不足していた。



## CTAボタンのクリック率

「」 ユーザーインターフェースの改善をする際、ユーザビリティテストやフィードバックに頼りがちで、具体的なクリックデータが少ないため、明確な判断が難しかった。



## ターゲットに合わせた調整が困難

「」 コピーがどのユーザーセグメントに対して効果的かを分析する手段が限られていたため、ターゲット層に合わせたコピーの調整が困難でした。特に、年齢層や興味によって異なる反応を示す可能性があるが、そのデータを活かすことが難しかった。

# デザイン目標

クリックデータを高精度で収集し、精緻な熱力図を生成します。これにより、ユーザーの行動パターンを詳細に把握し、意味のあるインサイトを得るようになります。



**UNLOCK INSIGHTS WITH CLICKSENSE: SEE WHERE YOUR USERS CLICK, BOOST YOUR DESIGN, AND DRIVE SUCCESS.**

1

## 使いやすさ

技術的な知識がなくても直感的に操作できる。ダッシュボードはシンプルで分かりやすく、クリックデータや熱力図を瞬時に確認できる。

2

## データの洗練さ

ユーザーのクリック位置を詳細にトラッキングし、正確なデータを提供する。これにより、ユーザーの実際の行動を深く理解することができる。

3

## ラベルデザイン

主要な情報を一目でわかるように配置し、ユーザーが必要な情報を簡単に見つけられるようにする。

4

## ザイオンス効果

同じ対象に繰り返し接触することで、人はその対象に対してより好意的な感情を抱くようになる。この現象は「単純接触効果」とも呼ばれる。

# ソリューション

## ユーザーのクリック頻度を可視化

### ユーザー行動の把握

どの部分が頻繁にクリックされているか、また無視されているかを一目で確認できます。これにより、重要な要素が効果的に機能しているかどうかが判断可能です。

### コンバージョンの向上

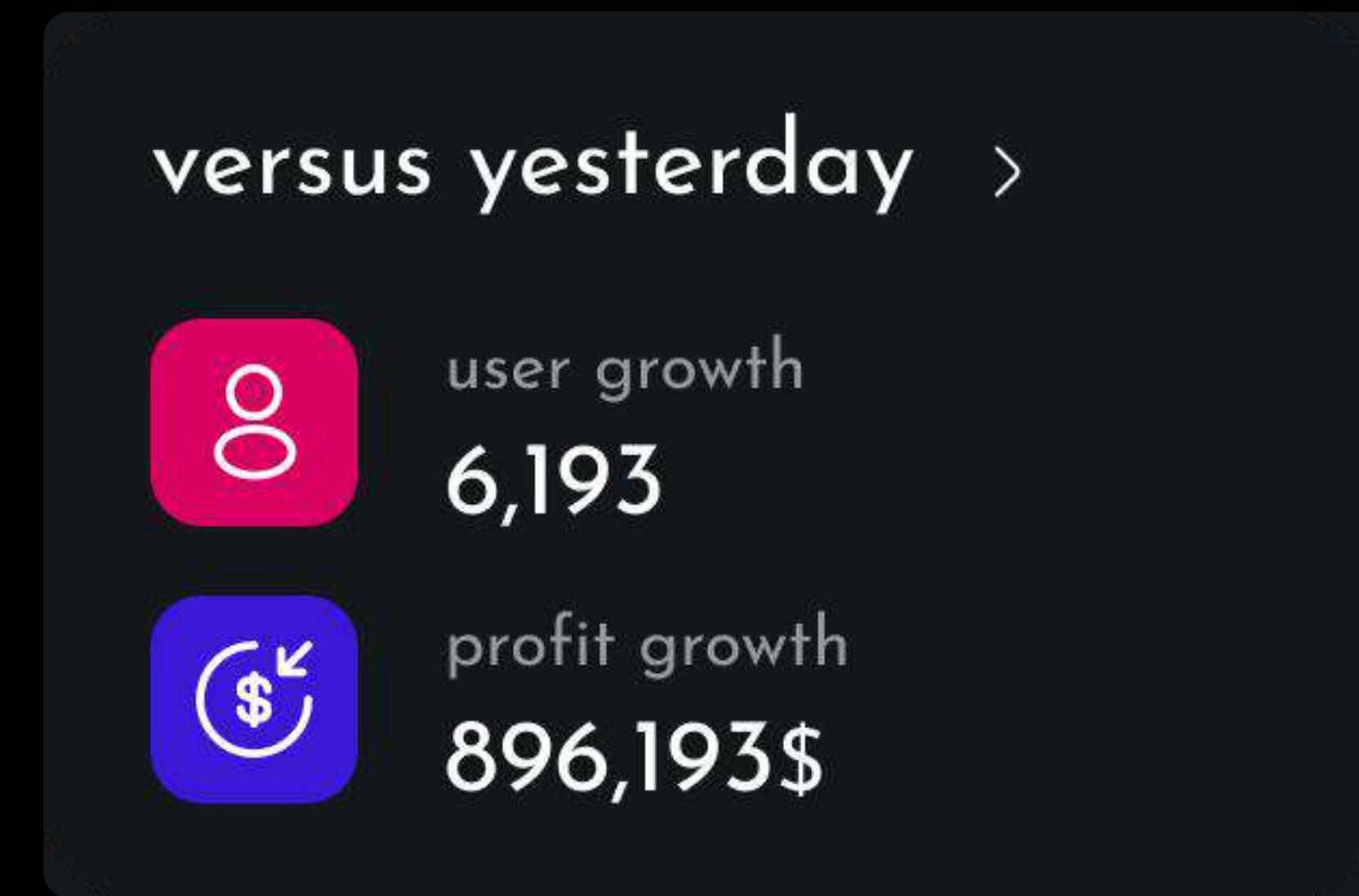
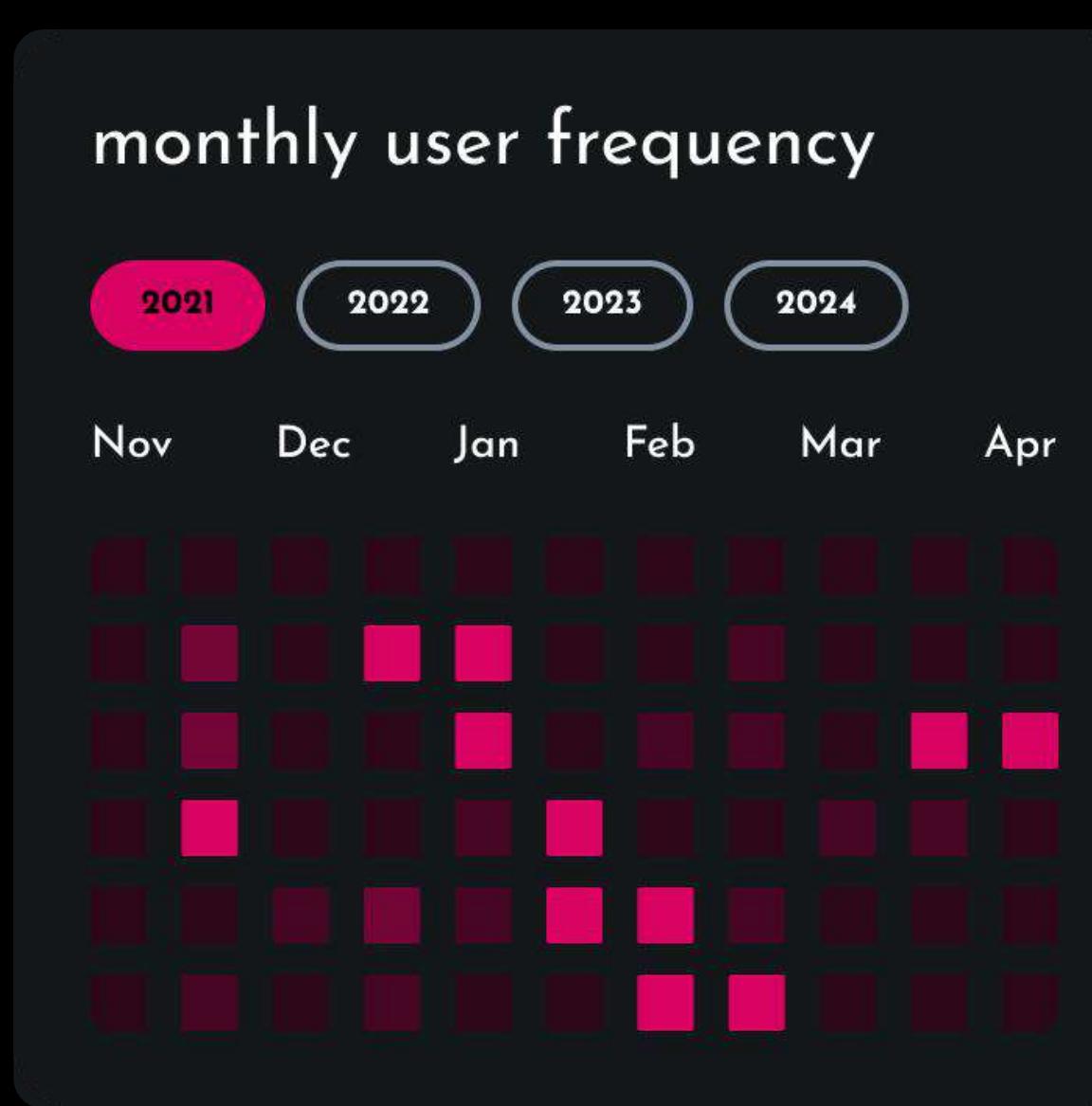
高クリック頻度のエリアに重要な情報やCTAを配置することで、コンバージョン率の向上が期待できます。

### デザインやUIの最適化

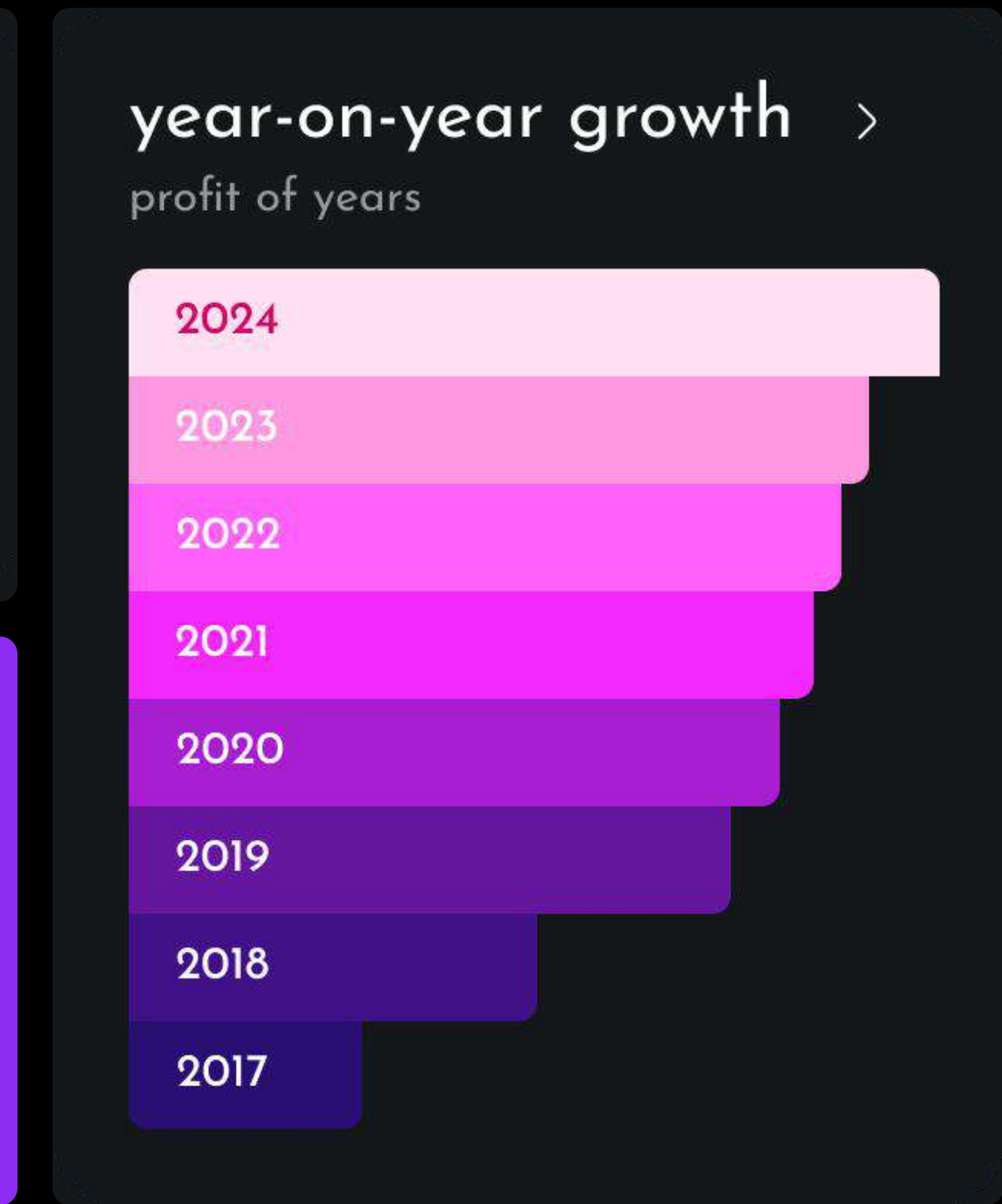
クリック頻度のデータをもとに、必要な改善ポイントを特定し、ユーザーエクスペリエンスを最適化するためのデザイン変更が可能です。



# コンポーネント



UNLOCK INSIGHTS  
WITH CLICKSENSE:  
SEE WHERE YOUR  
USERS CLICK, BOOST  
YOUR DESIGN, AND  
DRIVE SUCCESS.



# 機能説明

## 直感的なデータ可視化

### ヒートマップ

ヒートマップは、ユーザーの行動データを色で視覚的に表示するため、複雑な分析をせずとも一目でユーザーのクリック傾向や注目エリアを把握できます。

### クリック範囲 ヒットマープ

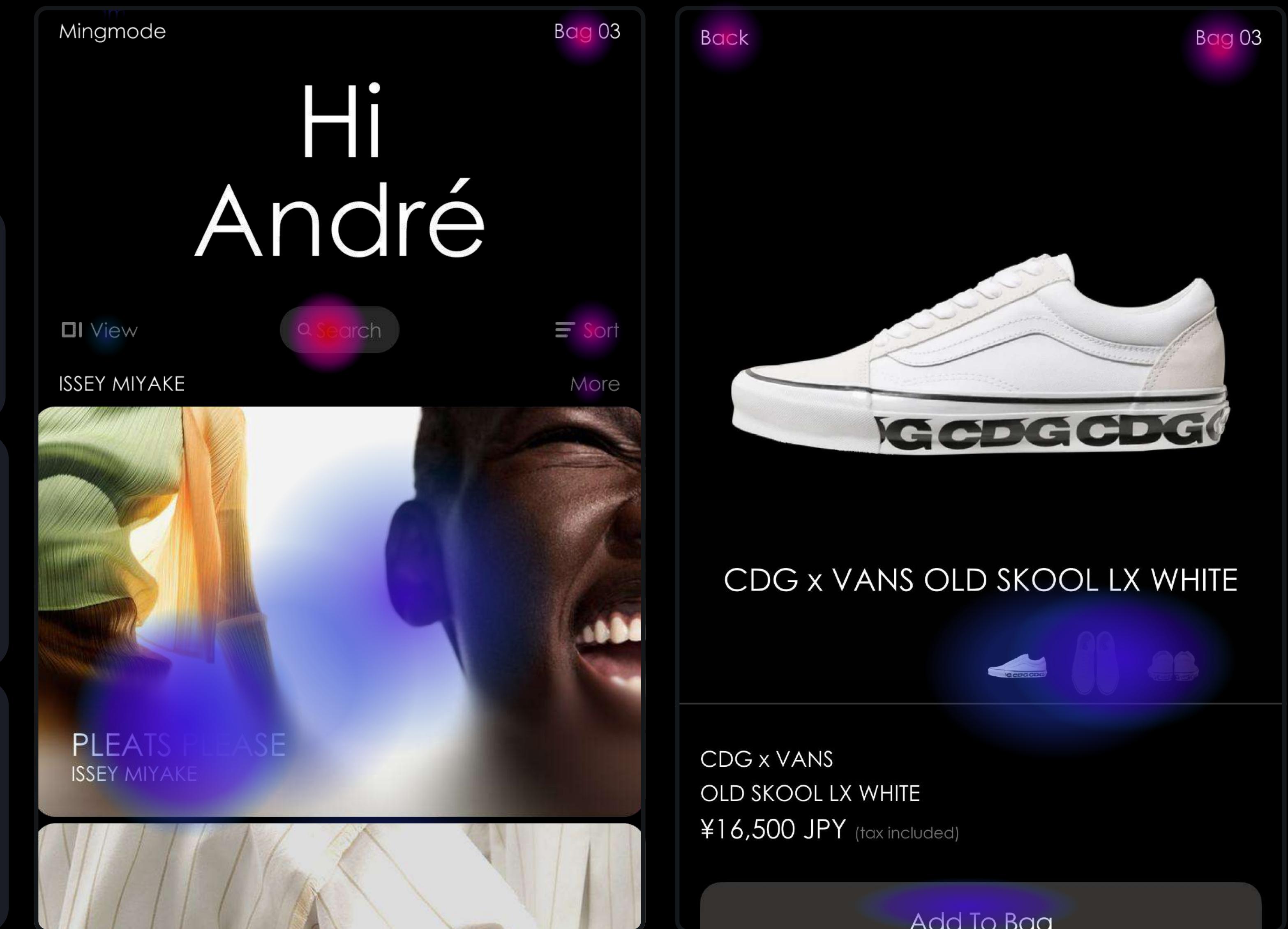
小さい

大きい

### クリック頻度 ヒットマープ

低い

高い



# ホバー

## 詳細な行動分析

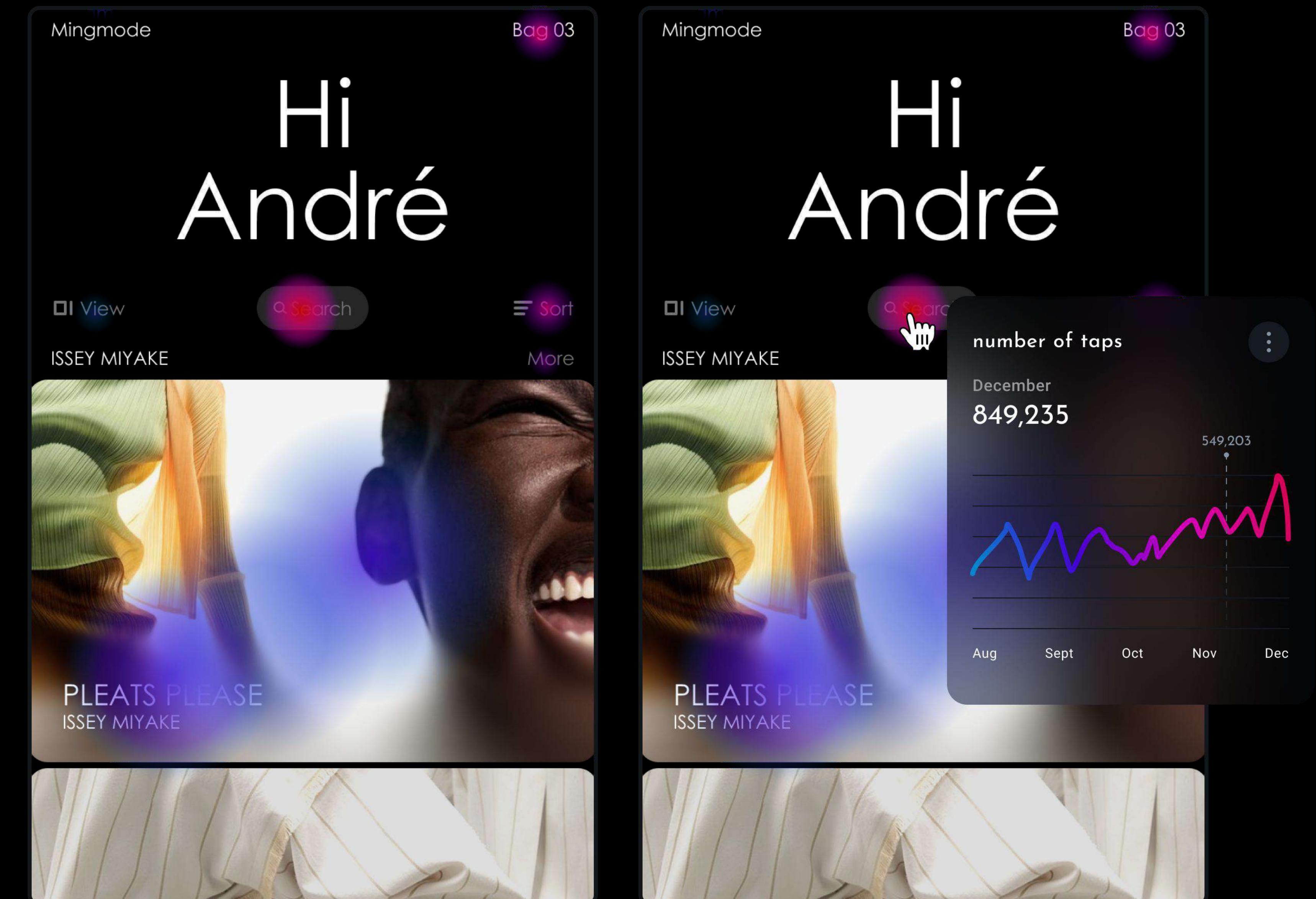
ユーザーが特定のエリアにホバーする、そのエリアのクリック数や滞在時間などの詳細なデータが表示される。これにより、一般的なヒートマップで見えない具体的な行動パターンを把握できる。

## インタラクティブなデータ確認

ホバー機能により、ユーザーが直接データポイントにアクセスでき、データが動的に表示される。これにより、静的なヒートマップよりもインタラクティブで直感的なデータ確認が可能になる。

## データの深堀り

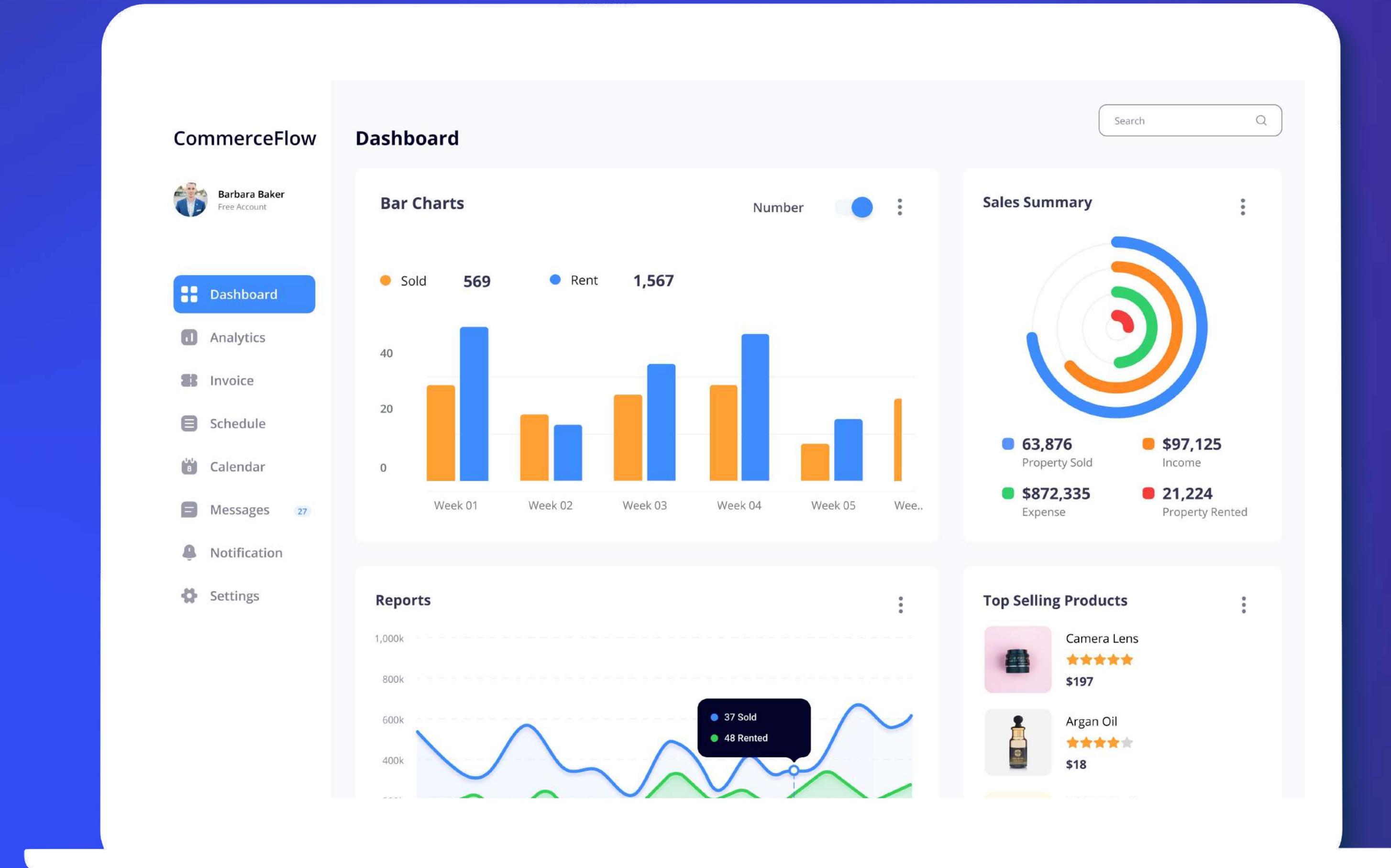
ホバー機能を使って、クリック数だけでなく、クリックのタイミングや頻度、ユーザーのアクションの流れなどの詳細なデータが表示される。





# COMMERCE FLOW

電子商取引管理システム



# COMMERCE FLOW

「Commerce flow」は、オンラインビジネスを成功に導くための  
強力なE-commerce Managementツールです。

## Dashboard

グラフデータ  
カスタマイズ

## Analytics

顧客情報の編集  
顧客情報グラフ

## Invoice

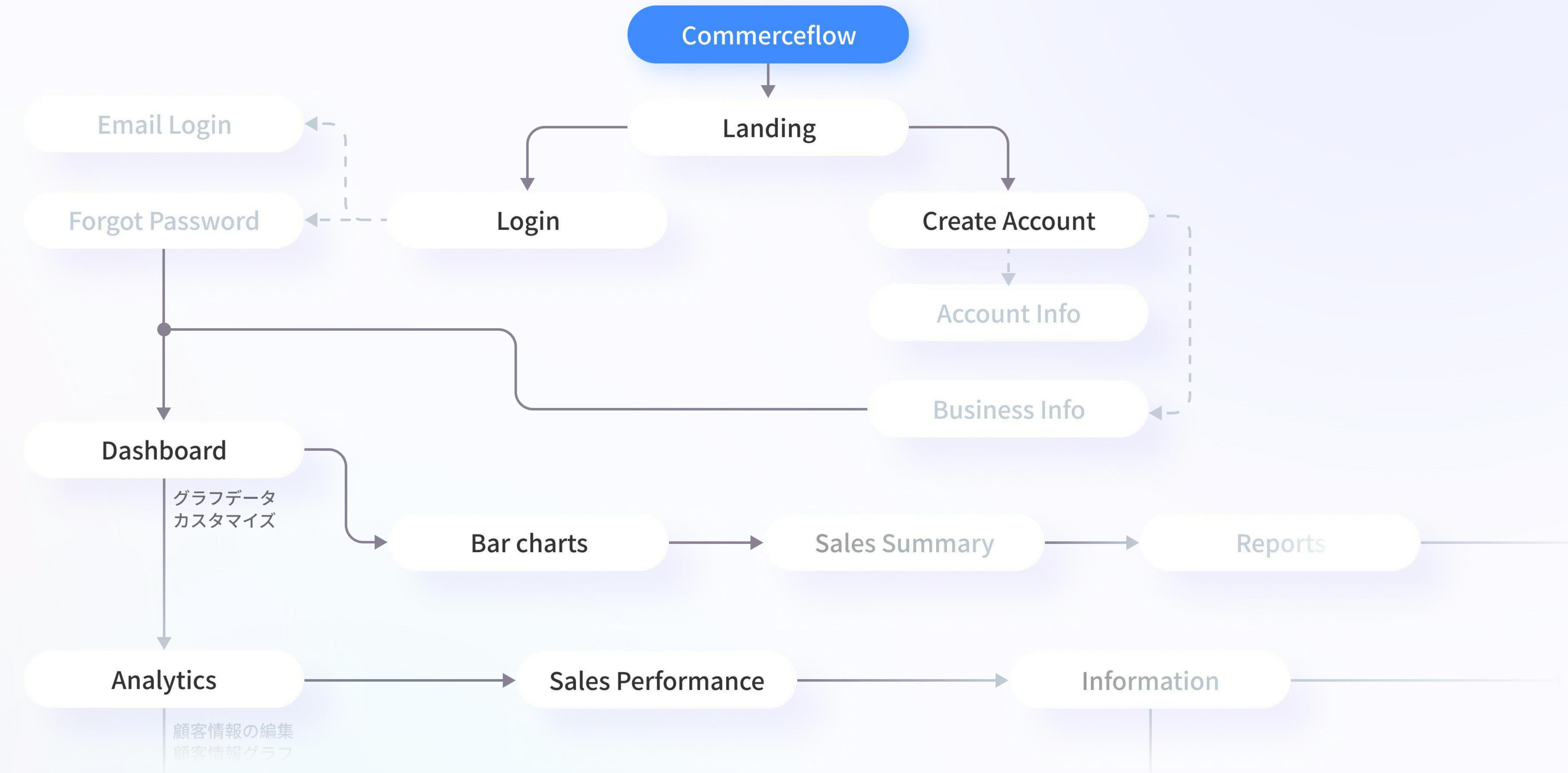
請求書の編集  
請求書のプレビュー

## Calendar

スケジュール管理  
イベントの追加

## Messages

チャット  
システム通知



デザイン

システム

# DESIGN SYSTEM

# Aa

OPEN SANS

Open Sans is an open source humanist sans-serif typeface that was designed by Steve Matteson under commission from Google. It was released in 2011 and is based on his earlier design called Droid Sans, which was specifically created for Android mobile devices but with slight modifications to its width.

Blue(Primary Color)

Hex Color Code:

#3F8CFF

Yellow(Secondary Color)

Hex Color Code:

#FF9F34

White

Hex Color Code:

#FFFFFF



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

# INTERACTION DESIGN

## SELECT

### MultiSelect

Inactive



Label

### List Value

Label

Hover



Label

Label

Active



Label

Label

Disabled



Label

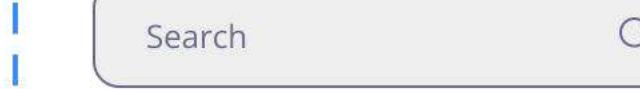
Label

## SEARCH FIELD

Inactive



Hover



Focused



Disabled



## BUTTONS

Default



Hover



Pressed



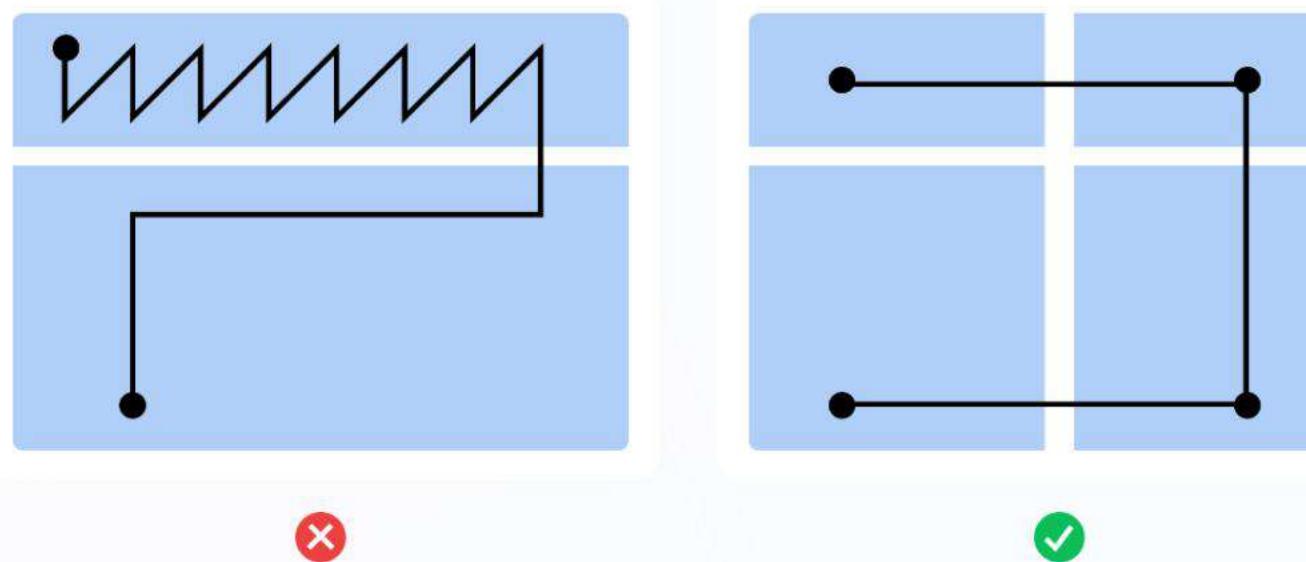
Disabled



# ワイヤーフレーム WIREFRAME

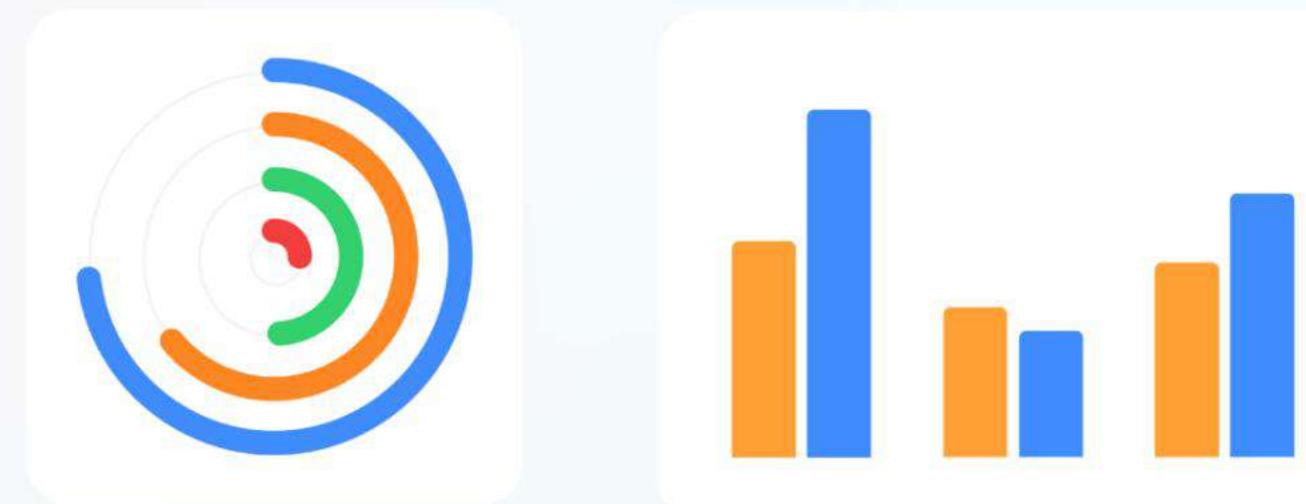
## レイアウトの大切さ

ユーザーの視線を誘導し、より効率高く

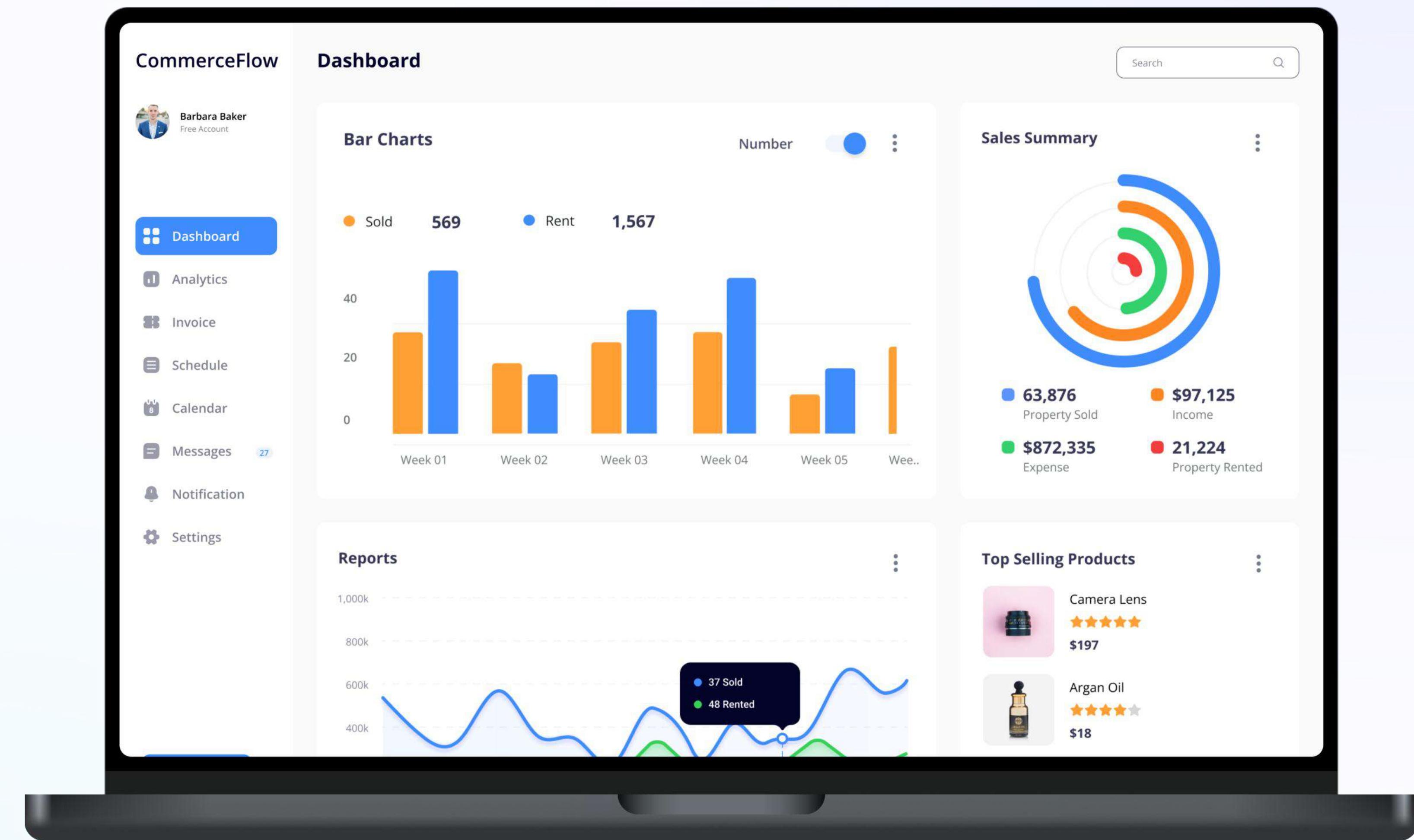
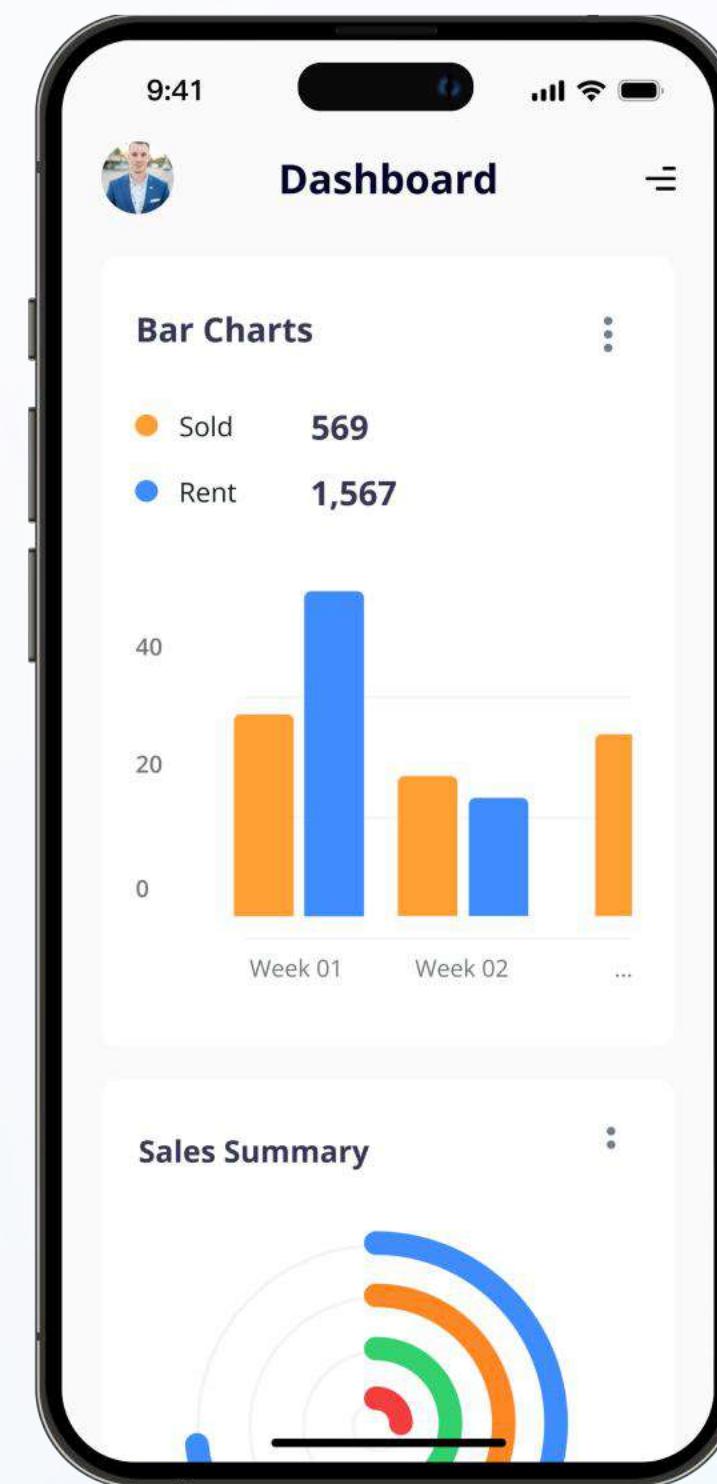


## 一貫性のあるコンポーネント

ユーザーの認知負担を軽減し、より使いやすく



レスポンシブ  
**RESPONSIVE**



*John Deo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Mark Ruffalo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Brian Brown*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Peter*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*John Deo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Mark Ruffalo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Brian Brown*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Peter*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*John Deo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Mark Ruffalo*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Brian Brown*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

*Peter*  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Type something...

# CommerceFlow

Address: example@gmail.com

Reset Your Password

Upgrade Now

John Deo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Mark Ruffalo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Brian Brown  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Peter  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

John Deo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Mark Ruffalo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Brian Brown  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Peter  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Type something...

# CommerceFlow

Address: example@gmail.com

Search

Upgrade Now

# CommerceFlow

Bar Charts

Sold: 569

Rent: 1,567

Number

Analytics

Invoice

Schedule

Calendar

Messages

Notification

Settings

Dashboard

CommerceFlow

Dashboard

Bar Charts

Sold: 569

Rent: 1,567

Number

Analytics

Invoice

Schedule

Calendar

Messages

Notification

Settings

CommerceFlow

Dashboard

Analytics

Invoice

Schedule

Calendar

Messages

Notification

Settings

CommerceFlow

Calendar

Sales Summary

63,876 Property Sold

\$97,125 Income

\$872,335 Expense

21,224 Property Rented

Top Selling Products

Camera Lens: 37 Sold, 48 Rented

Argan Oil: 5 Star Rating, \$18

EAU DE Parfum: 5 Star Rating, \$36

Reports

1,000k

800k

600k

400k

200k

0

April May June July August September October November

37 Sold

48 Rented

CommerceFlow

Calendar

Sun

29

Mon

30

Tue

December 2, 2020

Wed

Thu

Fri

Sat

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

CommerceFlow

Messages

Search

Andrew Adams  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Allison Anderson  
AAAnderson@gmail.com

Barbara Baker  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Peter  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

John Deo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Mark Ruffalo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Brian Brown  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Peter  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

John Deo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Mark Ruffalo  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Brian Brown  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Peter  
Lorem ipsum is simply dummy text  
of the printing

Type something...

プロジェクト  
**PROJECT**

**toC (APP)**

- YAHOO ! ショッピング  
リデザイン
- PAYLUX  
UIUXデザイン

**toB (WEB/PC)**

- CLICK SENSE  
ヒットマップ
- CommerceFlow  
EC販売管理システム

**ビジュアル**

- VISTA VISION  
VIデザイン

# Vista Vision Labs

Empowering the Future  
through Visionary Technology.

# VISTA VISION

"VISTAVISION LABS IS COMMITTED TO ADVANCING THE FOREFRONT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE VISUAL TECHNOLOGY. WE BRING TOGETHER A TEAM OF SCIENTISTS, ENGINEERS, AND INNOVATORS DEDICATED TO DEVELOPING CUTTING-EDGE VISUAL INTELLIGENCE SOLUTIONS TO TACKLE THE COMPLEX CHALLENGES OF TODAY'S WORLD."



# VISTA VISION

"THROUGH ADVANCED COMPUTER VISION TECHNOLOGY, OUR AIM IS TO ACHIEVE COMPREHENSIVE UNDERSTANDING AND APPLICATION OF VISUAL DATA TO CREATE GREATER VALUE FOR BUSINESSES, ORGANIZATIONS, AND SOCIETY."



# VISTA VISION

“CONTINUOUSLY PUSHING THE BOUNDARIES OF TECHNOLOGY, OUR TEAM IS DEDICATED TO TRANSLATING THE LATEST RESEARCH ADVANCEMENTS INTO PRACTICAL COMMERCIAL APPLICATIONS, HELPING CLIENTS INNOVATE, ENHANCE EFFICIENCY, AND GAIN COMPETITIVE ADVANTAGES.”



# VISTA VISION

"OUR CORE VALUES LIE IN INNOVATION, QUALITY, AND RELIABILITY. WHETHER IN AUTONOMOUS DRIVING, INTELLIGENT SURVEILLANCE, MEDICAL IMAGING, INDUSTRIAL INSPECTION, OR SMART CITIES, VISTAVISION LABS' SOLUTIONS OFFER UNPRECEDENTED OPPORTUNITIES AND TRANSFORMATIONS FOR YOUR BUSINESS."



# VISTA VISION

"WHERE DESIGN MEETS TECHNOLOGY, SCULPTING TOMORROW'S VISUAL LANDSCAPE WITH INNOVATIVE SOLUTIONS THAT REDEFINE PERCEPTION AND INSPIRE CREATIVITY."



UIUX  
2024-25

**THANK YOU**