

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。

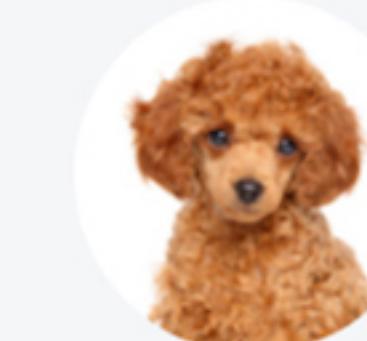
女の子

男の子

避妊済み

去勢済み

Laniちゃんは何犬ですか？



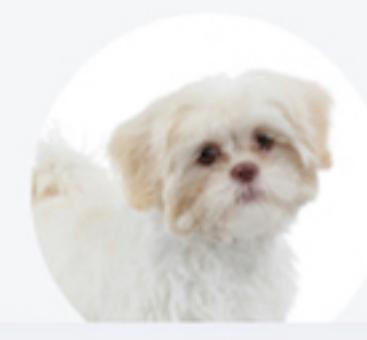
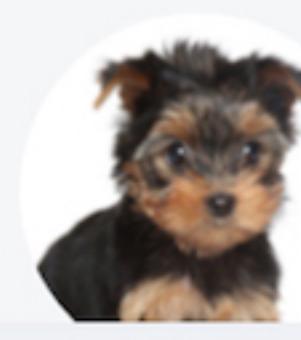
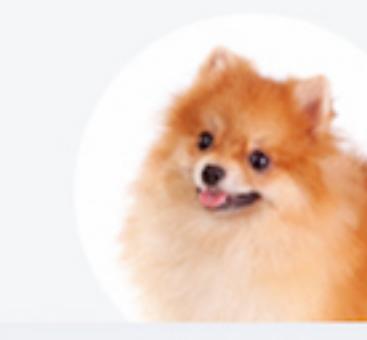
トイ・プードル



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 "YOUR SEGMENTS" such as "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 over time.
- Segment Health:** A section titled "Segment Health BY SEGMENT ACTIVITY" with three line 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" with Japanese text. It includes a progress bar, gender selection buttons (女・男), and a dropdown for birthdate. Below is a list of dog breeds with images, followed by a question about dog's birthday and weight.

# 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

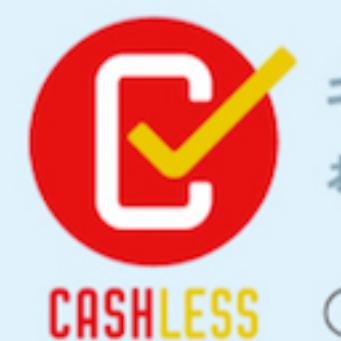
The screenshot shows a product page for "最適なレシピと食材でつくる国産ドッグフード" (Japanese-made dog food). It features a bowl of dog kibble and a bag of Leo & Lea dog food. A section titled "お客様の声" (Customer reviews) displays three Instagram posts from users sharing their dogs and Leo & Lea products. Below this is a 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, nutritionally balanced food) and "こだわりの食材" (Proud ingredients), which includes a close-up image of raw meat.

AFTER

The screenshot shows the updated website layout. It features a prominent image of a dog's paws at the top. Below it, there are sections for "愛犬の健康は毎日の食事から" (The health of your dog starts with daily meals) and "獣医師と愛犬家も推薦！" (Recommended by veterinarians and dog owners!). A yellow banner at the bottom left highlights "98% 推奨" (Recommended 98%). To the right, there are sections for "愛犬の健康は毎日の食事から" (with a photo of a dog standing in a field), "レオ&レア愛用犬 #レオレアワンコたち" (Leo & Lea's favorite dogs), and "牛 or 鶏肉 選べるタンパク源" (Beef or chicken protein source). A "もっと詳しく見る" (View more) button is visible in several places.

マイカルテの作成 +

“愛犬の健康は、毎日の食事から”  
**最適なレシピと食材でつくる  
国産ドッグフード**

キャッシュレスで  
お支払いのお客様に**5%還元**

CASHLESS

キャッシュレス・消費者還元事業 消費者還元期間:2019年10月~2020年6月



PAYMENTS JAPAN

おいしくて  
カラダにやさしい  
完全無添加ジャーキー

詳しくみる ▶

# 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のストーリー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 highlights the 'PERFECT EVERY TIME' aspect of the Weber grill. It features a photograph of two grills: a smaller one with a whole chicken and a larger one with various meats. Text explains that the unique dome shape retains heat and flavor, making it perfect for every use. It also mentions the brand's history since 1962.

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

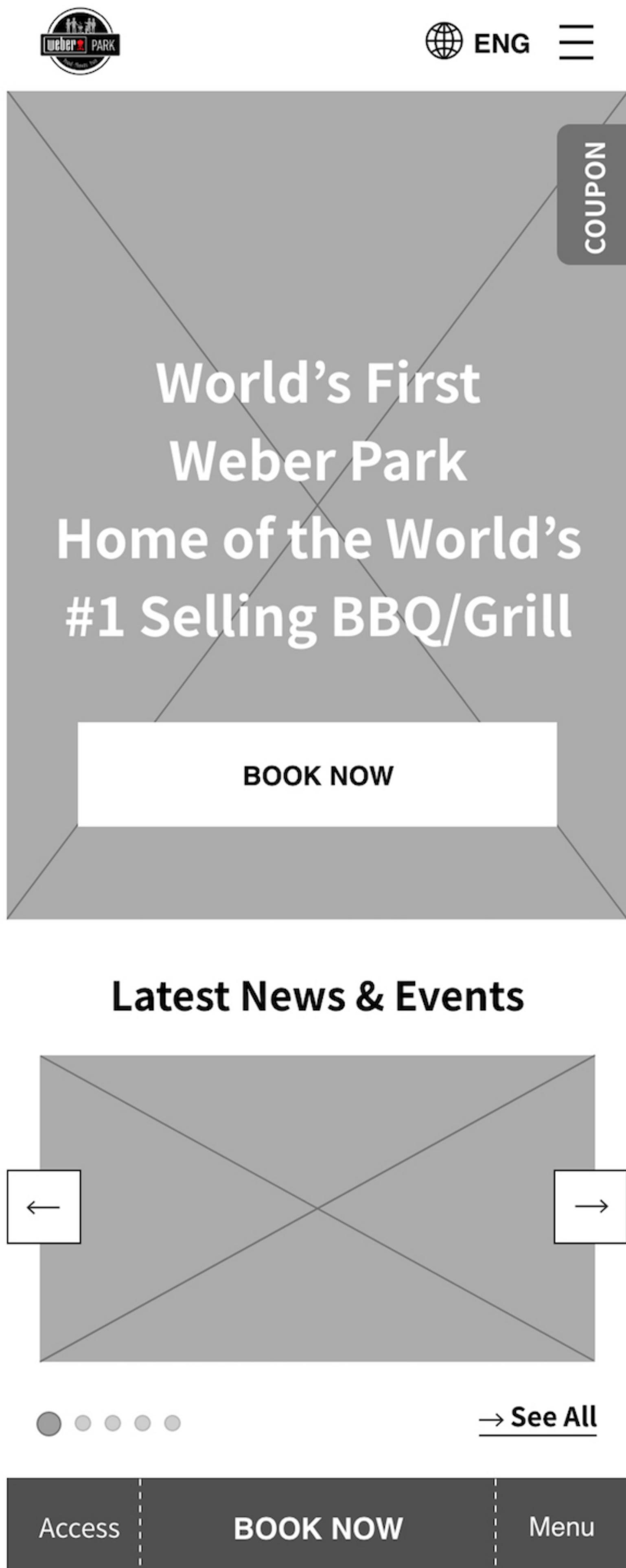
The concept design is a modern, clean layout. At the top right are language and menu icons. The main visual is a large image of a barbecue with skewers of meat and vegetables. A yellow callout bubble points to a 'COUPON' button. Overlaid text reads 'Weber Park Home of the World's #1 Selling BBQ/Grill'. A prominent 'BOOK NOW' button is at the bottom left. Below the main image is a 'Latest News & Events' section featuring a photo of a barbecue and a 'BBQ WEEKEND キャンペーン' banner with a '詳しく見る' button. Navigation arrows and a 'See All' link are at the bottom.

Access

BOOK NOW

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

The homepage features a large banner with a family photo and the text "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" (Through ALA, our lives become more fulfilling). Below the banner, there are sections for "事業内容" (Business Overview), "ニュースリリース" (News Releases), and "お問い合わせ" (Contact). The "事業内容" section includes links to Medicine, Medical Devices, Cosmetics, and Health Products, each with a brief description and a "詳細はこちら" (Details) link.

## CONCEPT

The concept design features a blue background with molecular structures and a central text area. The text reads "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" (Through ALA, our lives become more fulfilling). Below the text, it says "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に関するご質問などございましたらお気軽にお問い合わせください。" (SBI Pharma is a top company in the research, development, and manufacture of ALA. Please feel free to ask any questions about ALA.)

**事業内容**

- 医薬品** Medicine: "ALA" を利用した「がん診断」への応用事業 (ALA used in cancer diagnosis application)
- 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 (Optical technology-based medical devices, research equipment development)
- 化粧品** Cosmetics: 化粧品を開発事業 (Cosmetics development)
- 健康食品** Health Product: 健康食品の開発事業 (Health food development)

**お問い合わせ**

**Quick Links**

医療機関の皆様へ	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 →

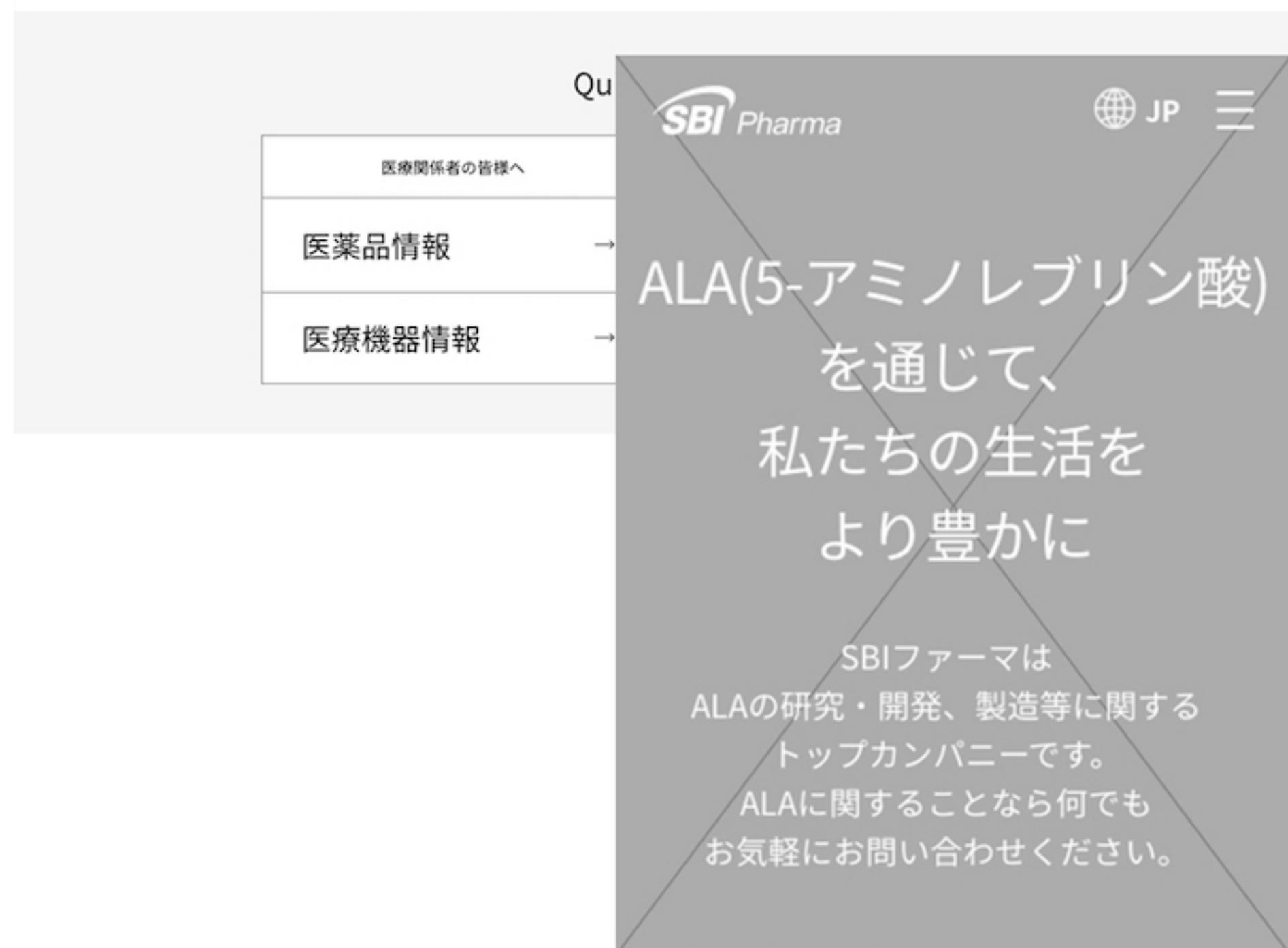
### 膀胱癌について

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)、排尿する時は縮む(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。

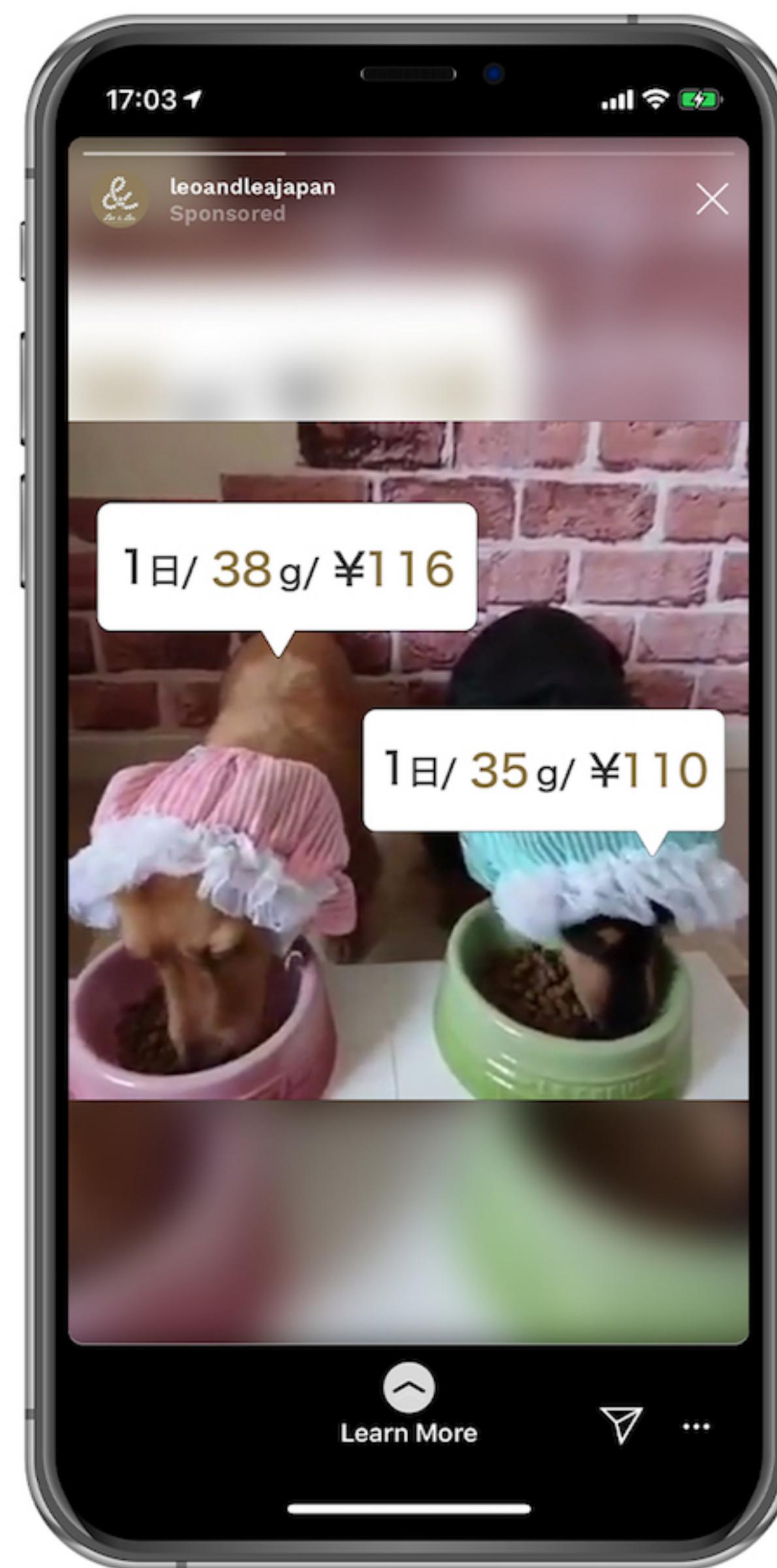
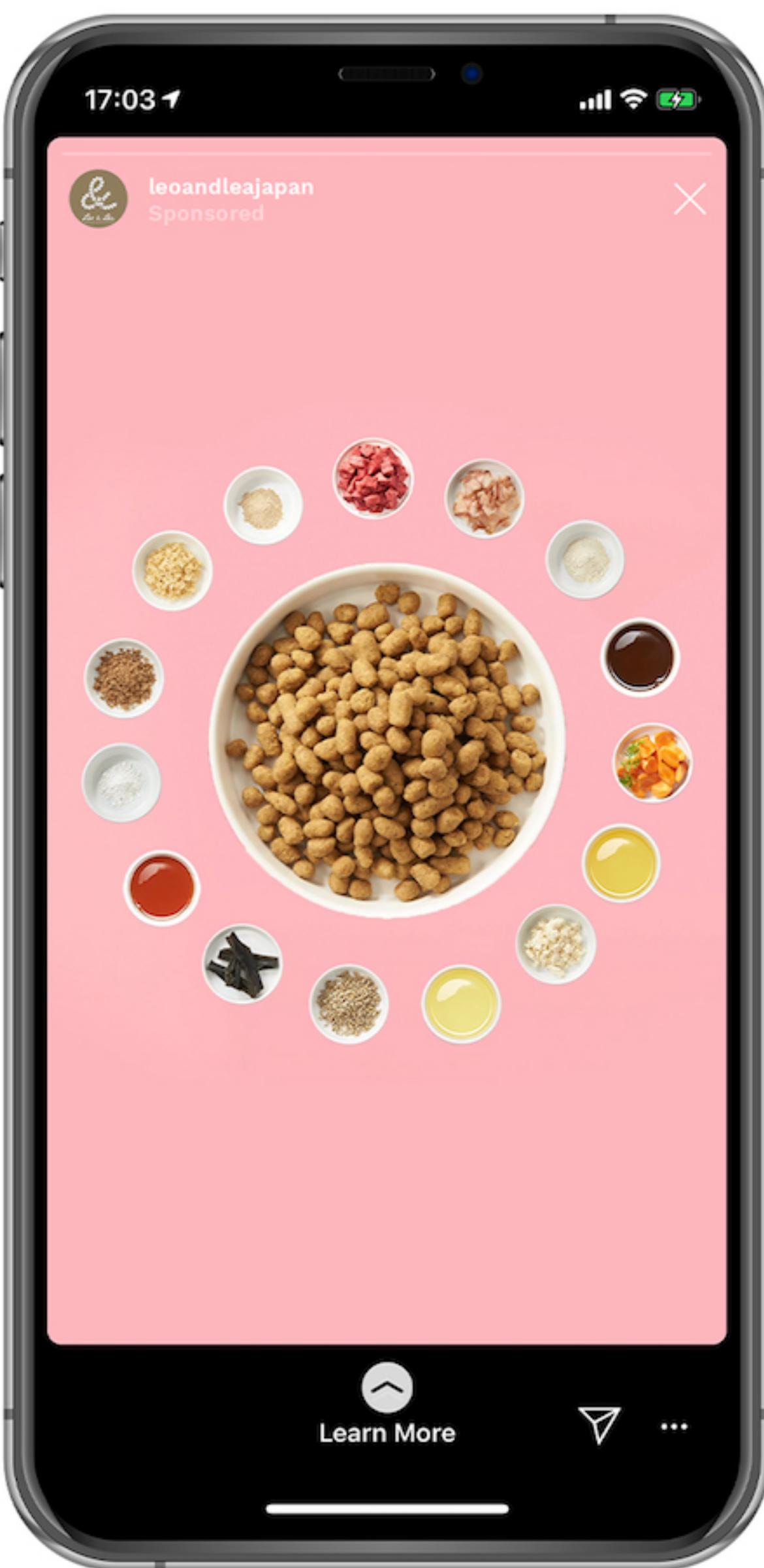
参考資料でテンプレートの方向性だけではなく、サイトのスタイルに関しての先方の意向もより深く理解することができました。

# 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

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!

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



メールマガジン登録

news\_CH@colehaan.comへ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

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!

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

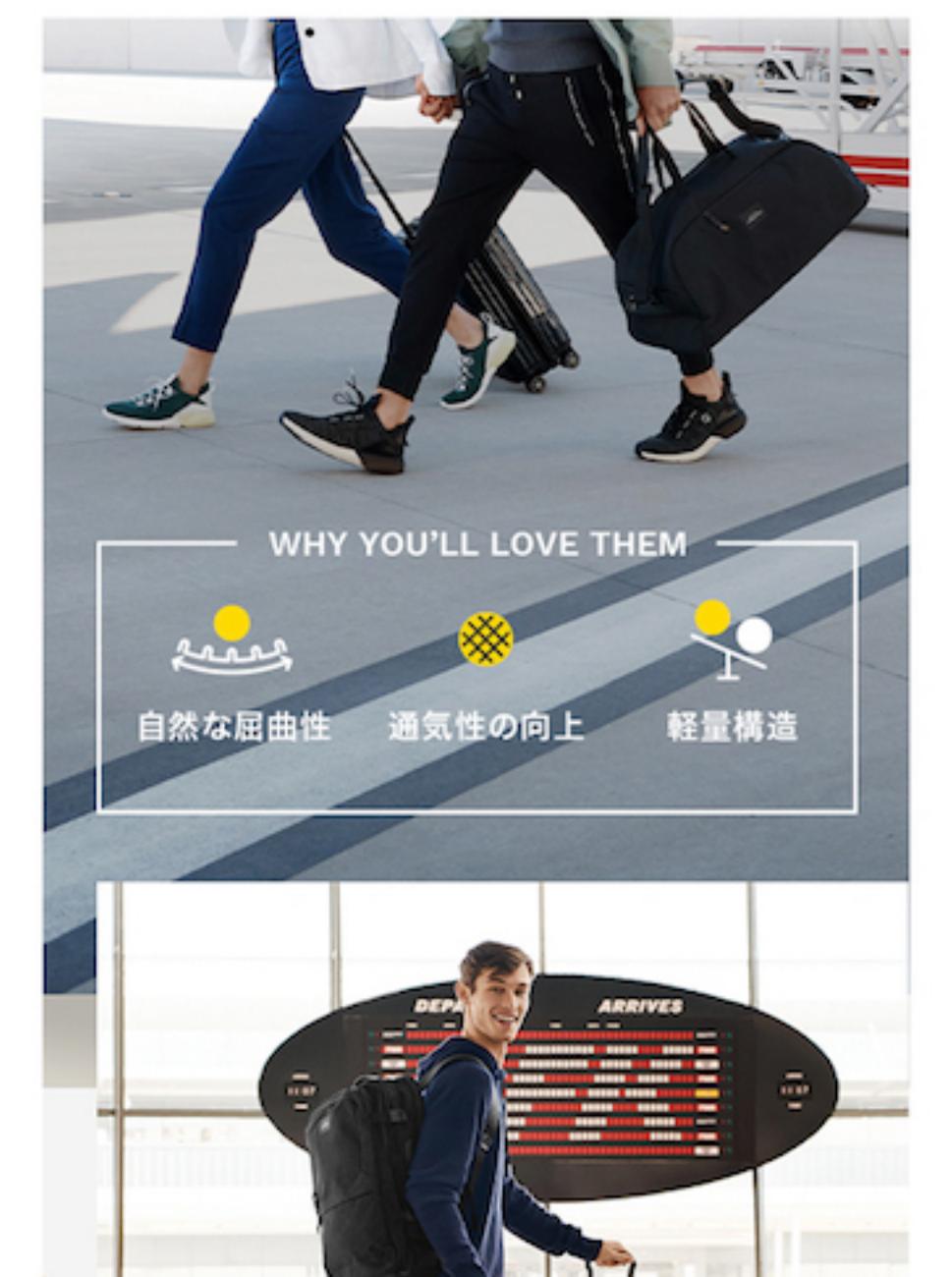
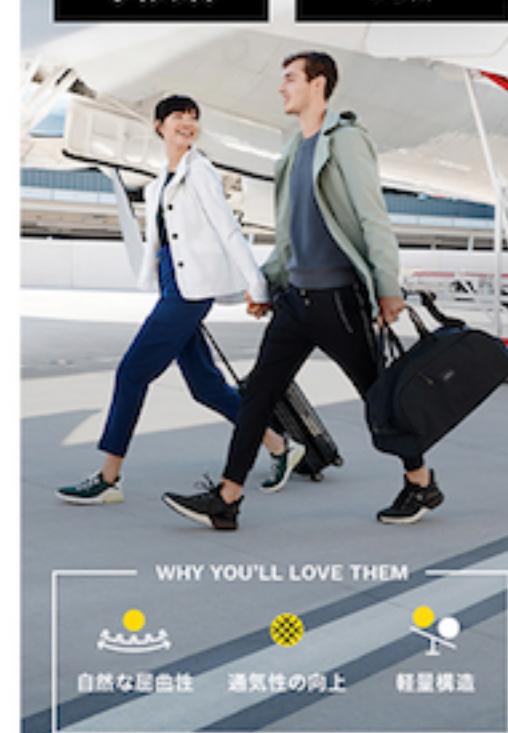
COLE HAAN

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



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

WHY YOU'LL LOVE THEM

自然な屈曲性 通気性の向上 軽量構造

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。

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

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

※コールハーン公式オンラインストア以外の店舗ではご利用になれません。

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

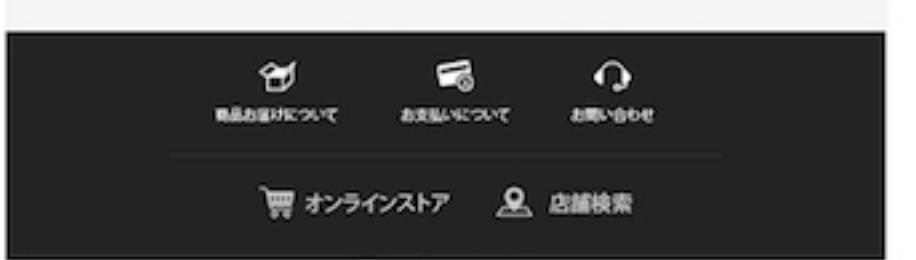
30% off

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

※コールハーン公式オンラインストア以外の店舗ではご利用になれません。





フードセーバー<sup>®</sup>  
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



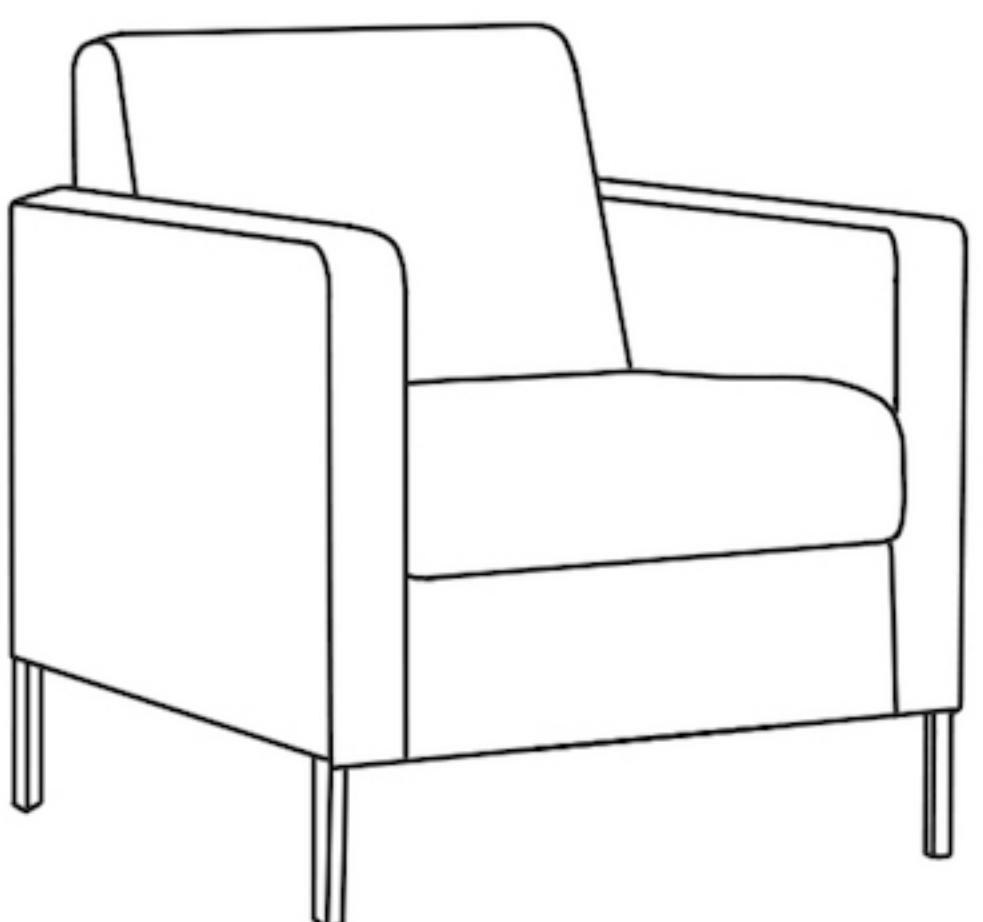
**GREGORY LYON, INC.**

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。

