

蔡 長宏

サイ・チャンホン

2012年11月01日ー現在

生年月日: 1985年12月24日

言語: 中国語ー母国語、日本語ービジネスレベル、英語ービジネスレベル

国籍: 中華民国台湾

住所: 東京都豊島区高田1-36-32 #103

学歴:

- 2004年9月ー2008年6月 高雄師範大学 工業デザイン 卒業
- 2008年9月ー2010年6月 台北教育大学 デジタルデザイン大学院 卒業

資格:

- 日本語能力試験 N1 取得(2013年)
- TOEIC 780 取得(2010年)

デザインスキル:

- リサーチ:UCDアプローチ、ユーザビリティテスト、アイトラッキング実施
- デザイン:Figma, Sketch, Adobe Suite
- プロトタイピング:Flinto, Axure RP
- コーディング:HTML, jQuery, CSS

概要:

- 2012年にWistron Corporation株式会社に入社し2年勤務をしました。Wistronでは、自社保有技術をもとにUCDアプローチの視点から新規サービスの企画やデモビデオ制作などでデザイン活動を遂行しました。
- 2014年にOpenfind株式会社に入社しました。(法人向けメールサービスにおいて台湾と日本で15年以上の実績を持ち、国産シェア首位)。Openfindでは、企画から実作まで社内唯一のプロダクトデザイナーとして、自社製品のUI設計をはじめ、リサーチやテストなどデザイン体系化構築に力を入れており、2017年に主任に昇格しました。
- 2019年にShowcase Gig株式会社に入社しました。自社サービスの小規模実証実験をはじめ、既存サービスのクオリティ向上や、大規模なサービス新規開発・改善など、複数の大手飲食チェーンとのコラボに至るまで、蓄積してきたUCDプロセス柔軟的に施しつつ、デザイン力でクライアント及びユーザーと共に、最大価値を提供する体験を創出することに取り組んでおります。

得意分野・活かせる経験

- モバイルオーダーサービスにおける行動モデル・メンタルモデルの構築・応用
- リソースの兼ね合いや課題の深刻さなどに応じ、臨機応変に定性、または定量的になりサーチの施策
- トリリンガルで情報収集や多言語対応などデザイン作業により幅広くカバーできる
- メールサービスやビジネスチャットにおけるデザイン原則・特徴の運用
- BtoB分野における組織のITコンプライアンス統制に生じた実務的ノウハウ

職務履歴:

2019年3月ー現在 (職種:プロダクトデザイナー)

株式会社Showcase Gig

事業内容:次世代店舗創出プラットフォームの提供

資本金:50億円

従業員数:90名

設立:2012年1月

① 丸亀製麺モバイルオーダーサイト

コロナ禍でテイクアウトの重要が高まるなか、従来の丸亀製麺モバイルオーダーサイトの使い勝手の改善や、テイクアウト促進のためにセットメニューの開発に伴う機能追加などを背景に、リニューアルプロジェクトを立ち上げ、その開発チームにおいて、UX/UIデザイン全般を担当しました。

期間

2020年10月ー2021年6月
(8ヶ月)

担当業務 (3社間で約30人・デザイン担当は自分)

- 現状調査、ユーザ行動のモデル化
- 要件定義、解決策(仮説)の視覚化、ガイドライン構築、多言語対応
- 反復的なユーザテスト及び定量的ユーザビリティテストの実施
- 利用状況分析

プロジェクト詳細

▪ ユーザーリサーチ

ユーザー体験を向上する目的をサイトのリニューアルの方向性として定着させるために、クライアントからの依頼事項だけに止まらず、現行版へのユーザビリティ検証及び既存顧客へのインタビューを実施しました。

↳ 課題の言語化・視覚化

関係者全員に共通的なユーザーへの理解を高めるように、上記施策で得られたデータ及びインサイトを元に現状ユーザージャーニーマップ、改善すべきユーザビリティの問題点一覧を作成・共有しました。

↳ 仮説の具現化

限られたリソースの中で、インパクトのある改善を優先的にリリースさせるような目標において、実現すべき要件を洗い出す際に、ToBeジャーニーマップを元に作成したUser Story Mappingや視覚化仮説を議論・判断材料として提案しました。

↳ 仮説検証をベースにしたUIデザイン

反復的にプロトタイピング⇔ユーザーテストを実現すべき注文フローや画面仕様を固めると同時に、丸亀製麺のキー視覚要素の抽出、及び新画面への適用を行い、クライアントさんへの提案でメインビジュアルを着地しました。

↳ ユーザビリティテスト

リニューアルにおいて、UI/UXはどこまで改善できたかを明確に説明するために、改修版と現行版とのパフォーマンス定量的な調査をしました。36人の被験者を招き、同じ複雑度のタスクを与えてゴールまでの所要時間・誤操作・無駄な操作頻度及び満足度と言った計測対象を、被験者内実験を行いました。

↳ 持続的な改修に向けたリリース後の利用状況観察

GAのログや流入状況と購入データを合わせて、リリース後のリアルかつ定量的な測定結果によって、再び問題抽出⇔仮説検証のサイクルを行い、改修及び新規機能の提案を持続的に取り込んでいました。

実績・成果

- リリース前の検証期間に、36人の被験者を招き、改修版と現行版へのパフォーマンス測定を行った結果、典型的な注文フローにおいて、改修版のほうは、**[1]** 所要時間が約**0.7倍**短縮できたのと、**[2]** 無駄な操作・誤操作の頻度がすくなく、**[3]** 満足度も高いという成果が見られました。

- 2021/7に東京武蔵境店をリニューアル後の1店舗目としてリリースしてから現在、全国600店舗以上、安定的に稼働中。
- 平均的に月間リピーターの割合が改修版リリース後約2倍に成長しました。

② TOUCH AND GO COFFEE

2019リリース後バズっていたTOUCH AND GO COFFEEは、「CUSTOMS but FAST」という基本コンセプトをさらに「世界に一つだけのオリジナルなラベル」という体験価値を引き出し、ユーザーの声に応えたい。このような背景を踏まえ、従来のマイページの改修を行いつつ、スピーディな操作感かつおしゃれ・しずる感のあるUI/UXデザイン全般を担当しました。

期間 担当業務 (社内で4人チーム)

2020年1月－2020年5月
(5ヶ月)

- UI/UXデザイン
- Interactionデザイン

プロジェクト詳細

▪ 現状把握

ユーザーが馴染みのある従来のオーダー体験を崩さない前提で、ラベルのカスタマイズやバナーショップなどの新規機能のあるべき姿を描けるように、現行版に対するユーザビリティテストを手段としてリサーチを実施しました。テストの結果に基づきToBeのオーダーフローをクライアントさんとすり合わせ、ストーリーを決めました。

↳ 「シンプル but リッチ」への体験具現化

目線をカスタマイズの主体となるラベル・バナーに、よりフォーカスしやすくように、ニュートラル色合いを基調としたうえで、ユーザーが興味ある有料バナーへの購買意欲をさらに湧かせつつ、ユーザーの購買行動を最終決定までサポートするために、バナーが適用されたボトルを自由に確認できる・楽しめるプレビュー画面を設け、「操作は簡単かつ体験はわくわく」なUIを工夫しました。

↳ ユーザテスト

デザインパターンを決断する時、都度low-fidelityやhigh-fidelityのプロトタイプを刺激としてユーザーの実際の行動で判断しました。特に新規機能の[1] バナー購入フロー [2] ラベルのアレンジ [3] ドリンクを購入途中での分岐パターン、3つの体験にそれぞれタスクを設け、重点的に理解しやすさ・操作しやすさについて検証していました。

↳ リリース後の利用状況観察

サービスイン＝新しいイタレーションの開始という観点で、バナー購入状況と新機能リリース前後のドリンク購入状況の変化、SNSからのエゴサーチなど各角度から、定期的な観察を行いました。解析したデータに基づき、SNSからの発信による流入パスの体験強化や、バナーショップのリストの改善など、改善サイクルの着手や次期フェースへの提案を備える観点で整理しました。

実績・成果

- TOUCH AND GO COFFEEの特化した「推し活」において、お待ちかねのラベルカスタマイズへの自由度の拡張を実現するために、良い・楽しいエンゲージメント体験の提供が欠かせないという目標を、デザインの力で達成しました。リリース直後、すAAぐに話題になり、今回のリリースでTOUCH AND GO COFFEE=楽しいかつ簡単に自分のオリジナルボトルをアレンジできる、というサービス価値をもう一段階上げました。サントリーさんからもかなり好評いただきました。
- バナー有償化という新機能への販売促進をサポートできるUIを実現できました。

2014年6月ー2019年1月（職種: UI/UX デザイナー）

Openfind Information Technology, Inc.

事業内容: ビジネス向けのメールサービス開発、販売、保守・SaaS型メールサービスの提供

資本金: 1.9億台湾ドル

従業員数: 96名

設立: 1998年1月

売上高: 1.9億台湾ドル(2017)

① 新規サービスの企画と構築 [詳細画面](#)

法人向けビジネスチャットMailCloud Messenger(日本名: [CYBERCHAT](#))のUX・UIデザイン・インプリメンテーション全般

期間	担当業務 (8人チーム)
2016年1月ー現在	調査・インサイト発見・要件定義 仕様視覚化・UI/UX設計・開発 ユーザビリティ検証・利用状況分析

プロジェクト詳細

- ↳ 新規サービスの対象に定性調査・分析を実施し、企業方針と合わせ管理層にデザイン目標を提案しました。
- ↳ スクラム開発の構成のため、月に1~2回スプリントのペースで開発を進め、フロントエンドとユーザテストのインプリメンテーションを担当しました。2017Q2にオンプレをリリース、Q4にお客さん第一号として国立台湾大学付属病院にオンプレ型で成功に導入しました。
- ↳ 画面設計にアイトラッキングを導入、ユーザのメタルモデルと一致するかを検証・修正しています。
- ↳ クラウド環境でのアクティブ率を向上するためのユーザー活性化イベントに参画し、ユーザーの利用分析をサポートした。
- ↳ 直近、[CYBERCHAT](#)が日本市場に全面導入に向けた相応な機能やカスタマイズをサポートしています。

実績・成果

- ポジティブにワークショップやユーザビリティテストを行い、チームメンバーのデザイン思考への共感やユーザーに対する意識など、チーム共通の土台構築を推進しました。
- 頻繁に台日両方の社内ユーザーとの対話、なおかつ迅速的に反映することで、イテレーションを好循環するようにしています。
- ユーザー活性化イベントに利用分析を共有することによって合理的なKPIを策定でき、AU率は3割を引き上げました。

② メールサービスのUIリニューアル [詳細画面](#)

Mail2000(日本名: [Cybermail](#))のバージョンアップにあたってのUI・UX改善案

期間	担当業務 (15人チーム)
2014年7月ー2014年5月 (10ヶ月)	調査・改善目標KPI設定 仕様視覚化・UI/UX設計・開発 成果測定

プロジェクト詳細

- ↳ 既存バージョンの問題点と改善項目を把握するため、グルインで利用者(管理者)に聞き取り調査を行い、バックログを作成しました。
- ↳ PMや管理層と一緒に運営方針とユーザーのニーズを合わせた新バージョンのデザイン方針を設定しました。
- ↳ ソリューション視覚化(プロトタイピング)とフロントエンドの開発支援(JavascriptやCSS Sheetの編集)をしました。
- ↳ デザイン目標達成率を社内テストの際、一ヶ月間でアンケートやインタビューを通じて実際の利用状況を記録し、今後の仕様再調整や 이슈の優先順位を作成しました。

実績・成果

- 入社してすぐ途中参画の経験ですが、アイデア創出や改善案の評価に必要な資料の大切さを覚え、自主的に現状の見直し精査やガイドライン作成などデザイン体系化を遂行しました。
- 非常に限られたリソースのため、充分にリーダーたちと意見交換をして営業にいい機能の優先順位を確認してから実装を進めるようにしました。遅延なくかつ顧客の要望に一致する新バージョンがリリースできました。
- 台日のクラウド環境におけるウェブ版定着AU数が旧バージョン比、代理店保有データを除き6割増の15000万となりました。

2012年11月ー2014年5月（職種:UXデザイナー）

Wistron Corporation

事業内容:電子機器の受託生産(EMS)

資本金:250億台湾ドル

従業員数:約83,000名

設立:2001年5月

売上高:204億ドル(2016)

【コンセプトのデモビデオ制作】

チーム内で既存コンセプトを潜在クライアントにアピールするためのデモビデオの企画・制作担当

期間	担当業務 (3人チーム)
2012年11月ー 2014年5月 (六ヶ月)	ユーザー(オーディエンス)調査 シナリオ・脚本・絵コンテ制作 動画実作

プロジェクト詳細

- ↳ メンバーと一緒に制作プロセスの想定や進捗管理計画を立てました。
- ↳ プロジェクトのスコップと着眼点について会議をスムーズ進行させるため、脚本を可視化しコンテを作りました。
- ↳ 多言語で大量的な情報を収集・分析し、わかりやすいデモビデオの欠かせない要素を整理しました。

実績・成果

- 入社して初めての業務内容として、メンバーと一緒に既存コンセプトをいかにハイライト、なおかつ伝われやすい表現について議論や発想、実現といった経験を積みました。これによって発信の対象に適切な制作要点を身につけました。
- 実務上のデモビデオの制作工程にあたってプロセスを定めたため、三ヶ月間に五本のデモ動画をリリースし、部長や営業の方からかなり共感しやすい素材ができたコメントしてくれました。