



これを知らずにEC立ち上げはありえない!



最適なECプラットフォームの選び方



これを読めばあなたに必要なECプラットフォームが分かる



この資料をお求めいただきありがとうございます。皆様のご検討のお役に立てれば幸いです。

カオスマップ
作成の背景

- これからECサイトを立ち上げる人へ向けて、どのECプラットフォームが最適なのかを一気に比較できるように各社を調べてまとめたものです。
- 細かく見ればいろんな比較軸はあるかと思いますが、まずはECサイト構築においてもっとも重要な10項目で比較しました。

こんな方へ

- これからECサイトを作りたいと考えている人
- 何を基準にECプラットフォームを選んだらいいかわからない人
- いますでに構築しているECサイトを乗り換えたいと感じている人

注意事項

※この情報はあくまで各社で公開されている情報を自社で調査したものです。
情報の正確性を保証するものではありません。
※2023年7月時点での情報です。資料をご覧いただいている時点とは内容が異なっている場合がありますので、あらかじめご承知おきください。

ECサイト構築を検討するうえで重要となる以下の項目に沿って 各プラットフォームを3段階評価しています。

評価項目		評価ポイント
機能	決済機能の導入しやすさ	自社で決済サービスの有無や、連携可能な他社決済代行サービスの充実度など。 ECを構築する上で決済機能を追加するときの連携しやすさも重要になってきます。
	OMOへの対応	「オンライン/オフラインの区別なくシームレスに顧客情報を統合管理できるか」「一元化された顧客情報を活用して購買を含めた顧客体験を支援できるか」という視点で評価しています。
	越境ECへの対応	多言語対応や外貨決済、海外発送などへの対応と充実度。初めて越境ECを始める際には、これらを含んだ越境ECに特化したプランの有無やサポート体制が充実していると安心でしょう。
	定期購入	定期購入に特化したプランの有無や、リピート購入へつなげるCRM施策に対応した機能など。
	B to B販売	卸値価格の設定や、買い手別に価格や商品の出し分けなど企業向けの販売に求められる機能の充実度。
拡張性	機能追加のしやすさ	必要な機能を追加するときの簡便さや、公開されているアプリケーションの豊富さなど。 中長期的な視点で、ECビジネスの変化に応じて機能追加や改修がすぐできる環境は心強いでしょう。
	外部システムとの連携	APIが公開されているか、外部システムとのつなぎこみがしやすいかなど。 基幹システムやPOSなどとの連携が円滑にできるかどうかで、業務効率が大きく異なります。
	デザインの自由度	ECサイトのレイアウトやデザインなど、おもにフロントエンドの自由度。 ECサイトに独自性を持たせたい場合はコーディングによる編集ができるとよいでしょう。
その他	売上規模の変化への対応	数百万から数十億まで、目指す売り上げ規模によって選定するプラットフォームが見えてきます。
	ベンダーロックインのリスク	基幹システムに合わせて独自に構築した機能を開発している場合や、基盤となるプラットフォームによっては、他の構築ベンダーやプラットフォームへの移行が難しくなるリスクが発生します。
	サポートの品質	電話やメールでのフォロー体制やフォローアップセミナーなど、導入後の支援体制が充実していると利用者にとっては大きな安心材料となるでしょう。
	管理画面の使いやすさ	操作感やレポートなどの機能面や、ノーコードで編集ができる使いやすい仕様になっているか。

「運用自由度」と「機能自由度」でプラットフォームを分類すると それぞれのプラットフォームの特徴が見えてきます。



ECサイト構築の目的とプラットフォームの特徴に合わせて
最適な環境を選ぶことが大切です。

(既存の運用に合わせることができる)

運用自由度が高い

定期通販等目的に特化

侍カート
SAMURAI CART

- 単品通販など特定の目的のためのプラットフォーム
- 商品情報とLPのみで構成されていることが多い

大きな予算で思い通りに構築

EC CUBE ecVeing

- 数十億円以上の売上を目指している場合に相性が良い
- 自社システムや運用にECサイトを合わせることがある場合
- 構築や改修ごとに費用と時間をしっかり投資できる大規模事業者向け

さくっと小規模ECサイト構築

STORES

- とにかく早く・低コストでECサイトを立ち上げたい小規模事業者向け
- UIとしてのこだわりなくさくっとスタートが可能

フェーズごとに
小規模から大規模まで対応

COLOR ME

- 規模を問わず、自社でECをしっかり作っていきたい人向け
- ECサイト立ち上げから自社ブランディングができることもメリット
- 自社の顧客資産を育てるうえでも相性が良い

機能自由度が低い
(限られた機能に特化)

機能自由度が高い
(実現したいことを実装可能)

(顧客のプールは多いものの顧客リレーションは維持しづらい)

運用自由度が低い

(既存の運用方法を変更させる必要がある)

各プラットフォームの評価一覧

評価項目		 shopify	 EC CUBE	 ecforce all round ec solution	 makeshop by GMO	 BASE	 STORES	 ecBeing	 futureshop	 COLOR ME カラーミーショップ by GMOペイメント	 W2
機能	決済機能の導入しやすさ	○	○	△	○	△	△	△	△	○	○
	OMOへの対応	○	△	△	△	×	○	○	△	△	○
	越境ECへの対応	○	○	×	△	△	△	△	○	○	△
	定期購入	△	△	○	△	○	△	○	△	△	○
	B to B販売	○	○	×	○	○	○	○	△	△	△
拡張性	機能追加のしやすさ	○	○	○	○	△	×	○	○	○	○
	外部システムとの連携	△	△	○	○	△	△	○	○	△	△
	デザインの自由度	○	△	△	△	△	△	○	△	○	○
その他	売上規模の変化への対応	○	△	○	○	△	×	○	△	△	○
	ベンダーロックイン のリスク	○	×	△	○	○	○	×	△	○	×
	サポートの品質	△	○	△	○	△	△	○	○	○	○
	管理画面の使いやすさ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○



サービスURL

<https://www.shopify.com/jp>

総評

世界中で利用されており、機能面やアプリによる拡張性に優れたECプラットフォームです。また、自社決済サービス”Shopify ペイメント”を提供しており、管理画面から設定するだけで、取引手数料ゼロですぐに利用可能となっています。

今後の発展性まで視野に入れたECサイトの構築を目指すならまず検討の土台にあげるべきサービスでしょう。

こんな方におすすめ

低コストで始めたい方から
大規模な運用を目指す方まで

費用

初期費用

\$ 0～

月額費用

\$ 30/月～

決済手数料

3.25～4.15%

構築期間

3ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	○	“Shopify ペイメント”をはじめ、各種決済代行サービスとの連携も充実している。
	OMOへの対応	○	顧客情報を一元化しながら、必要な機能をアプリケーションの組み合わせで即実現できる。
	越境ECへの対応	○	世界中で最も利用されているECプラットフォームであり、越境に強いECとしても有名。
	定期購入	△	定期×CRM一体の仕組みとしては発展途上だが、直近でアップデートが急速に進んでいる。
	B to B販売	○	直近でBtoB購入の対応に注力し始めている。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	8,000種類以上の公式アプリが世界中で使用されており、欲しい機能が揃っている。
	外部システムとの連携	△	Shopifyに限った話ではないが、基幹システムとの連携などは難しく、高度な専門知識が必要。
	デザインの自由度	○	Liquidを扱えるフロントエンジニアが必要。
その他	売上規模の変化への対応	○	EC立ち上げ初期期から数百億規模まで、売上規模と運用に合わせてECサイトが設計できる。
	ベンダーロックインのリスク	○	アプリの追加によって機能改修・追加ができるので、特定の企業に依存するリスクは低い。
	サポートの品質	△	英語でのやりとりが多く、またやりとりの頻度としてもまだ物足りない印象。
	管理画面の使いやすさ	○	ノーコードで調整できる箇所も多い。



サービスURL

<https://www.ec-cube.net/>

総評

コードを書いて自分でカスタマイズできるなど技術、知識を持っている人が使う前提の玄人向けプラットフォームの印象。デフォルトで配送時間指定や代引きなど日本の商習慣にあった機能に対応できるのは魅力的と言えるでしょう。アップデートごとに脆弱性が見直しが必要になる場合がある点に注意が必要。

こんな方におすすめ

ほどよく自由にオリジナルの
ECサイトを作りたい方

費用

初期費用

¥0 ~

月額費用

¥0 / 月 ~

決済手数料

別途各種決済機能プラグインから選定して契約

構築期間

最短2週間~3か月、最長6か月~

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	○	"EC-CUBEペイメント"は1営業日で導入可能。20社以上の決済サービスと連携ができる。
	OMOへの対応	△	実現可能だが、カスタマイズとなるため費用と開発工数が嵩む。
	越境ECへの対応	○	別途プラグインで対応が可能。多言語にも対応できるが、決済は契約先の決済機能次第。
	定期購入	△	別途プラグインで対応が可能。
	B to B販売	○	BtoB, BtoCどちらにも対応が可能。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	1,500種類以上のプラグインが無料/有料で提供されている。
	外部システムとの連携	△	API連携が可能だが、動作環境の制約や条件が多い印象。
	デザインの自由度	△	無料テンプレートの提供もあるが、要件によっては個別カスタマイズが必要となる。
その他	売上規模の変化への対応	△	サーバーは別途用意が必要となるため、成長に合わせて都度見直しが必要となる。
	ベンダーロックインのリスク	×	改修には都度開発工数と費用が発生する。
	サポートの品質	○	開発コミュニティサイトでユーザー同士で情報交換や相談ができる環境が提供されている。
	管理画面の使いやすさ	○	商品登録、規格管理などのメニューからカテゴリやタグは随時ノーコードで更新が可能。

総評

契約したショップの単一商品のリピート購入に強みを持ち、既存顧客のリピート購入に注力したい方におすすめです。これまで200以上の店舗で導入されており、また高頻度でアップデートを行いながら日々改善に取り組んでいる勢いのあるプラットフォームです。

こんな方におすすめ

単一商品のリピート販売に力を入れたい方

費用

初期費用	¥ 248,000～
月額費用	¥ 99,800/月～
決済手数料	別途各種決済機能プラグインから選定して契約

構築期間

3ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	△	決済機能は内製していないため、決済代行システムとの別途契約、連携が必要。
	OMOへの対応	△	三井不動産と共同開発したOMOサービス”THE [] STORE”は初期費用0でリアル店舗出店可能。
	越境ECへの対応	×	(特に言及なし)
	定期購入	○	定期機能に強みを持つECカートシステムと言えるでしょう。
	B to B販売	×	(対応なし)
拡張性	機能追加のしやすさ	○	無料/有料でそれぞれ20個ほど公式アプリが用意されている。APIで自由に開発も可能。
	外部システムとの連携	○	APIでのデータの検索・取得が可能。
	デザインの自由度	△	SKUが少ない商材がメインなのでテンプレートも少なめ。LPをコーディングすることは可能。
その他	売上規模の変化への対応	○	売上1億円以上を目指すことを基本としたECカートとしてサービス提供。
	ベンダーロックインのリスク	△	定期機能に特化しているため、細かい部分で他社が同等の機能が実装できるかは懸念。
	サポートの品質	△	基本はメールでの対応。プラスサポートを申し込むとチャットでの対応が受けられる。
	管理画面の使いやすさ	○	直感的な管理画面での操作や、ノーコードでのフロント画面操作ができる。

総評

コストを抑えながらもしっかりとしたECサイトを構築できるプラットフォームとして、「導入実績11,000以上」「お客様満足度98%」と高く評価されています。また、EC運用を請け負うサービスも提供しているので、運用面に不安のある方には安心材料の一つと言えそうです。一方で、基本的に物販を専門としているため、レンタル系商材とは相性が悪いと言えるでしょう。

こんな方におすすめ

小規模ECからスタートさせたい方

費用

初期費用

¥ 11,000～

月額費用

¥ 12,100/月～

決済手数料

3.14%～

構築期間

1ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	○	“makeshopペイメント”なら最短1営業日で導入可能。他社決済は別途契約、連携が必要。
	OMOへの対応	△	オムニチャネル対応サイト構築は可能と謳われているが、OMOの文脈ではない。
	越境ECへの対応	△	World Shopping BIZで配送と海外顧客対応を代行してもらえる。翻訳はカート画面のみ。
	定期購入	△	オプション機能として用意されている。
	B to B販売	○	BtoBに対応した機能をパッケージ化している。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	カスタマイズとして600種類以上の機能が用意されている。
	外部システムとの連携	○	各種外部サービスとの連携が充実している。
	デザインの自由度	△	テンプレートは100種類以上あり、HTML、CSSを編集可能。ただし、PHPは使えない。
その他	売上規模の変化への対応	○	幅広い売り上げ規模に対応ができる。
	ベンダーロックインのリスク	○	リプレイスにも対応可能。
	サポートの品質	○	電話での対応が可能で、カスタマーサポートは充実している。
	管理画面の使いやすさ	○	ノーコードで直感的に操作、編集ができる。



サービスURL
<https://thebase.com/>

総評

190万ショップで利用されているネットショップ作成サービス。ECを始めるのに必要な機能を、ノーコードで直感的に操作できるデザインや設計となっている点が高く評価され、さまざまな業界で導入されています。特に「これからECを始めたい」と考えられている方にとって安心なサービスと言えるでしょう。

こんな方におすすめ

個人で副業から始めたいEC
初心者の方

費用

初期費用	¥0～（スタンダードプランの場合）
月額費用	¥0～（サービス利用料: 1回の注文の総合計の3%）
決済手数料	3.6% + 40円（スタンダードプランの場合）

構築期間

即日～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	△	「BASEかんたん決済」に該当する決済方法のみ利用可能。代引きや振り込みは利用不可。
	OMOへの対応	×	（言及なし）
	越境ECへの対応	△	発送自体はできるが、サービスとしては用意されていない。
	定期購入	○	アプリケーションとして用意はされている。
	B to B販売	○	「orosity」への登録と審査通過が必要。
拡張性	機能追加のしやすさ	△	主な機能は用意されているが、オフィシャルテーマしか利用できない。
	外部システムとの連携	△	ネクストエンジン、スマレジ、クロスモールなどと連携は可能。
	デザインの自由度	△	HTMLやCSSは編集できるが、アプリと併用は不可。BASEのアップデートが自動適用されないので注意が必要。
その他	売上規模の変化への対応	△	ある程度の売り上げ規模への対応は可能ではあるが、手数料がネックといえる。
	ベンダーロックインのリスク	○	シンプルな設計、機能なので乗り換えも比較的容易に対応できる。
	サポートの品質	△	HPで説明は充実しているが。電話サポートは無い。チャットボットでヘルプを検索できる。
	管理画面の使いやすさ	○	初心者にも扱えるわかりやすい仕様となっている。

総評

物販としてはモール型に近いですが、予約システムを利用した無形商材や、サービス販売には特にその強みを発揮できそうな印象です。様々な決済方法に対応しているのもうれしいポイントといえるでしょう。例えばメルカリからの乗り換えや、飲食店でお持ち帰りメニューをEC販売したいシーンなどには相性が良いかもしれません。

こんな方におすすめ

個人でECを初めて立ち上げる方

費用

初期費用	¥0～
月額費用	¥0/月～（フリープランの場合）
決済手数料	5%～（フリープランの場合）

構築期間

10日～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	△	自社決済サービスなし、10種類ほどの決済サービスと別途契約になる。
	OMOへの対応	○	直近で中小事業者のOMO型店舗運営を支援する、事業者向けアプリをリリース。
	越境ECへの対応	△	海外発送の設定はできる。
	定期購入	△	期間は固定期間（毎週～3か月まで）のみ。
	B to B販売	○	「orosy」への登録と審査通過が必要。
拡張性	機能追加のしやすさ	×	（対応なし）
	外部システムとの連携	△	Instagram、ネクストエンジン、freeeなどへの連携は可能。
	デザインの自由度	△	テンプレートは充実しているが、HTMLやCSSによるカスタマイズはできない。
その他	売上規模の変化への対応	×	（対応なし）
	ベンダーロックインのリスク	○	シンプルな設計、機能なので構築、乗り換えも容易に対応できる。
	サポートの品質	△	電話によるサポートなし。あまり充実している印象ではない。
	管理画面の使いやすさ	○	イラストやガイダンスに沿って操作するシンプルな作りになっている。



サービスURL

<https://www.ecbeing.net/>

総評

1500以上のECサイトへの導入実績があり、「中堅・大手向けECプラットフォーム」と謳われています。スクラッチ開発が前提でもあるので基本的には要望にはほぼ応えられる基盤と言えますが、そのぶん構築期間や費用はかかるため、すでにまとまった規模の売上有る企業が主なターゲットとなるでしょう。

こんな方におすすめ

数億円規模のEC売上有る企業
企業の担当者

費用

初期費用	¥ 5,000,000～（ミドルプランの場合）
月額費用	¥ 200,000/月～
決済手数料	別途各種決済機能プラグインから選定して契約

構築期間

6ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	△	自社決済サービスは無し。別途各社決済代行サービスと契約・連携が必要。
	OMOへの対応	○	フルスクラッチで開発するため、コストと時間さえ合えば自由に設計できる。
	越境ECへの対応	△	自社では対応していないが、業務提携先のサービスで対応が可能。
	定期購入	○	デフォルト機能として提供している。
	B to B販売	○	BtoBに特化したサービスを展開している。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	自社で複数のアプリケーションを提供している。必要に応じてAPI連携が可能。
	外部システムとの連携	○	数十社にわたる連携先を保有している。
	デザインの自由度	○	基本となるテンプレートからカスタマイズして思い通りのフロントを構築することが可能。
その他	売上規模の変化への対応	○	有名企業の導入事例も多く、基本的にECサイトで十分な売上を立てられる企業向け。
	ベンダーロックインのリスク	×	仕様変更の度に都度費用と時間がかかる。独自に開発するため他社での再現が難しい。
	サポートの品質	○	24時間365日専門のスタッフが常駐しており、いつでも問い合わせることができる。
	管理画面の使いやすさ	○	デフォルトで管理画面が用意されており、分析画面なども豊富。

総評

最初から必要な機能がバランスよく揃っているのに加え、自社のCMSによって追加機能を組み込んだり、他システムと連携させることができるなど拡張性が高いサービスです。またサポートがとても手厚く、問い合わせへの対応からセミナーや勉強会まで、導入後の支援による安心感は大きいでしょう。

こんな方におすすめ

本格的にEC事業を展開していく
企業の担当者

費用

初期費用	¥ 22,000～（スタンダードプランの場合）
月額費用	¥ 22,000/月～（スタンダードプランの場合）
決済手数料	1.5～6.0%

構築期間

2、3ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	△	振込・代引きなどは管理画面の設定ですぐ利用可能。Apple pay への対応は現在準備中。
	OMOへの対応	△	チャネル毎にアプローチするサービスはあるが、どこまでパーソナライズできるかが肝心。
	越境ECへの対応	○	World Shopping BIZや多言語化ツール、発送代行業者との連携が可能。
	定期購入	△	オプションで追加することは可能。
	B to B販売	△	会員機能を使って近いことはできるが、サイト自体の出し分けはできない。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	機能・オプションが一覧で公開されている。自社CMSでパーツ管理しながら設計ができる。
	外部システムとの連携	○	レコメンドエンジン、決済、店舗管理など、それぞれAPI連携が可能。
	デザインの自由度	△	基本的にはテンプレートから選択。一部はHTMLで編集可能。
その他	売上規模の変化への対応	△	商品や画像数によって月額金額が変動するため、プランやオプション追加の選択肢が多い。
	ベンダーロックインのリスク	△	独自に設計した機能によってはベンダーが固定される可能性がある。
	サポートの品質	○	電話やメールの応答率は90%以上で手厚い。通年で無料セミナー・勉強会を開催している。
	管理画面の使いやすさ	○	シンプルな見た目ながらも各種機能が盛り込まれている。



サービスURL
<https://shop-pro.jp/>

総評

無料で簡単にECサイトを始められる手軽さと、専門知識がなくてもEC運用のために必要な要素が詰まっていること、充実したサポート体制、などから特に初心者の方のEC運用のファーストステップとして安心してご利用いただけるサービスでしょう。

こんな方におすすめ

サポートの安心感を重視される方

費用

初期費用	¥0～（フリープランの場合）
月額費用	¥0/月～（フリープランの場合）
決済手数料	3.14～6.6% + 30円

構築期間

3日～4カ月（制作代行会社の場合）

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	○	自社決済サービスのほか、各種決済サービスとの連携、決済系オプションも用意している。
	OMOへの対応	△	ある程度他システムとの連携は可能だが、OMOと呼ぶには遠い印象。
	越境ECへの対応	○	World Shipping BIZと連携し、多言語表示や専門スタッフ対応、海外決済～発送まで対応。
	定期購入	△	ラージプラン以上で利用可能になる。
	B to B販売	△	プラグインで対応。ただし対応できる配送会社は1社のみ、また会員機能との連携は不可。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	350種類以上のアプリが展開されている。
	外部システムとの連携	△	有料アプリ（ECコネクター）を介して連携できる。
	デザインの自由度	○	HTML・CSS編集でカスタマイズ可能。
その他	売上規模の変化への対応	△	商品登録数が増えたタイミングでアップグレードが必要になる。
	ベンダーロックインのリスク	○	シンプルな設計、機能なので構築、乗り換えも容易に対応できる。
	サポートの品質	○	制作代行やメール/電話サポート、セミナーや資料公開など充実。越境系のサポートも対応。
	管理画面の使いやすさ	○	基本的な機能はデフォルトメニューでカバーされている。



サービスURL

https://www.w2solution.co.jp/w2_unified/

総評

750社以上に導入されている、完成度が高いECプラットフォームです。独自のCMS機能によって開発の自由度を高めており、これまで積み重ねてきたノウハウをもとに、顧客の求める様々なEC環境を構築することができます。

こんな方におすすめ

自社独自のECサイトで本格的に事業を展開していきたい企業向け

費用

初期費用	¥ 9,800（ONEプランの場合）
月額費用	¥ 9,800/月～（ONEプランの場合）
決済手数料	別途各種決済機能プラグインから選定して契約

構築期間

3ヶ月～

評価項目		評価	コメント
機能	決済機能の導入しやすさ	○	自社決済サービスは無し。 別途決済代行サービスと契約・連携が必要。
	OMOへの対応	○	独自開発のECプラットフォームによってシームレスな顧客体験を提供。
	越境ECへの対応	△	台湾特化型の越境システムは展開されている。
	定期購入	○	定期用のサービスを展開している。
	B to B販売	△	事例はあるようだが少ないため、そこまで強くはなさそうな印象。
拡張性	機能追加のしやすさ	○	1000以上の機能が標準搭載されており、オプションなしでも多くの工程を効率化できる。システム導入後、定着させるまでに必要なコストが把握しやすい。
	外部システムとの連携	△	連携自体は可能だが、別途開発になるものが多い。
	デザインの自由度	○	HTML・CSS編集でカスタマイズ可能。
その他	売上規模の変化への対応	○	規模拡大に合わせたプランを展開している。
	ベンダーロックインのリスク	×	開発は100%内製のため他社で改修、修正することはできない。都度費用が発生する。
	サポートの品質	○	電話・メールでのサポートに対応している。
	管理画面の使いやすさ	○	日本製のECプラットフォームなので扱いやすい。

ECサイトのお悩みはTUNAで解決！ぜひご相談ください。

誰もが”缶を開けるように” 簡単に完璧なECサイトが作れるパッケージ

TUNAがお届けする『The EC缶』は数々のECサイト制作・運用実績を基に作られました。
必要機能・アプリ・デザイン等のECサイトに必要な内容は全て含みます。



自社ECサイト構築のベストプラクティス

- 1) 厳選された機能とアプリ、考え抜かれたオリジナルテーマデザインの提供
- 2) 缶詰めの様に、とにかく早く安く自社ECサイトの立ち上げが可能
- 3) 数々の有名企業の成功事例に基づいたナレッジが詰め込まれたパッケージ

3分でわかるTUNA
資料請求は[こちら](#)

お問い合わせは[こちら](#)