



ベアリーズ百貨店
VARIES
DEPARTMENT STORE

会員数
9万人突破

自由なファンマーケティング
とワンストップ海外流通も
実現できる次世代の百貨店。

ベアリーズ・プロジェクト
参画希望者様向けご説明資料

GO' JAPAN BRAND

ゴー・ジャパブランドマークは、
ベアリーズプロジェクトに参画している企業
や行政機関にて制作したプロジェクトマークを意味します。

2. 目次

第1章 会社概要やサービスの概要

会社概要とごあいさつ	P4
私たちがやっていること	P5
開発のストーリーとベアリーズ百貨店の始まり	P6
ベアリーズ百貨店の特徴	P7
ベアリーズとInstagram通販の違い	P8
日本の未来に今後欠かせなくなるソーシャル機能	P9
こんな方でも気軽に使えます	P10

第2章 通販機能とソーシャルメディア機能

現在リリース済みのサービス	P12
2025年春にリリースされる機能	P13
2025年春にリリースされるチケット機能	P14

第3章 海外バイヤーとのワンストップ契約

出店者の商品を、海外バイヤーに直接卸売	P15
海外向けサービスの仕組み	P16
海外向けサービスを行う理由	P17
ワンストップダイレクトのルール	P18

第4章 利用数、契約条件、契約の流れ


利用者の数や特徴、課題	P21
ベアリーズの歴史と会員の推移	P22
契約体系について	P23
普通契約の料金体系	P24
販売代金のお振込の流れ	P25
成長段階のベアリーズ百貨店が使われる理由	P26
募集している商品群について	P27
ご契約に関する流れ	P28
資料のまとめ	P29
末尾	P30


第1章 会社概要やサービスの概要

4. 会社概要とごあいさつ



パートナー、スポンサー

 Sony Payment Services 電子決済システムの提供

 SONY AI、サーバーなど

 Google データの保護

   一般社団法人 日本百貨店協会 会員獲得、特典など

会社名	ベアリーズ株式会社
代表	矢吹健輔（やぶき けんすけ）
代表の経歴	1981年2月宮城県生まれ。 高校卒業後、上京して陸上自衛隊に入隊し通信制大学へ通う。 その後、日本マクドナルド、ヤフー株式会社、PayPay株式会社を経て、2021年2月にベアリーズ株式会社を創業。
設立	2021年2月3日 法人化
資本金	3,100,000円（2024年12月現在）
サイト	https://varies.co.jp
適格請求事業者登録番号	T7370001046668
所在地	宮城県大崎市古川七日町10-2
従業員	当社正規所属 7名 そのほか支援出向者 15名（Google、ソニー、百貨店事業者等）
事業概要	次世代ソーシャルコマース通販および百貨店業 インターネット広告事業 ハンバーガーストア事業

5. 私たちがやっていること



商品の販売

通信販売だけでなく、
これからのコンテンツ世代に向けて、
会社のことやどういう思いで事業を営んでいるか
といった宣伝もできるようになります。

世間のみんなに情報発信

私たちは、
今後未来の日本に欠かせなくなる
独自のソーシャルメディア機能を持った
新しいネット通販をつくっています。

企業、お店、ユーザー、認証された海外のバイヤーが、
この場所で交流できるようになります。

最初の出店者になっていただける
事業者様を集めています。

Keyword : ソーシャル機能のついた通販サイト

例えば従来の amazon のようなシステムに、

Instagram や X のようなSNS機能が合体したサービスです。

それがベアリーズ百貨店です。

6. ベアリーズ百貨店の特徴



ベアリーズ百貨店とは

日本のコンテンツ利用者の増加・活発化や海外からの訪日外国人の増加に伴って、EC機能と独自のソーシャル機能を合体させた新しい通販サービスをいいます。

現在は、一般的な通信販売の機能だけを提供しています。今後は、ソーシャルメディアのリリースが準備されています。



出店者さん



利用者

会社の情報やお店の宣伝、買ってほしい商品・サービスをコンテンツ発信できます。
会社のことをもっと知ってもらう

ソーシャル機能
フレンズスポット (機能開発中)
販売しながら世間のみんなに宣伝ができるようになります。



開発

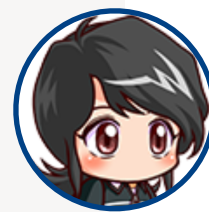
SONY

サーバー

Google

セキュリティ

ファンを集められる



ストアブランド (出店者)



興味あるお店をフォロー



一般ユーザー (お客様)
ユーザーアカウント

会員数
98,965人

2024年12月1日時点



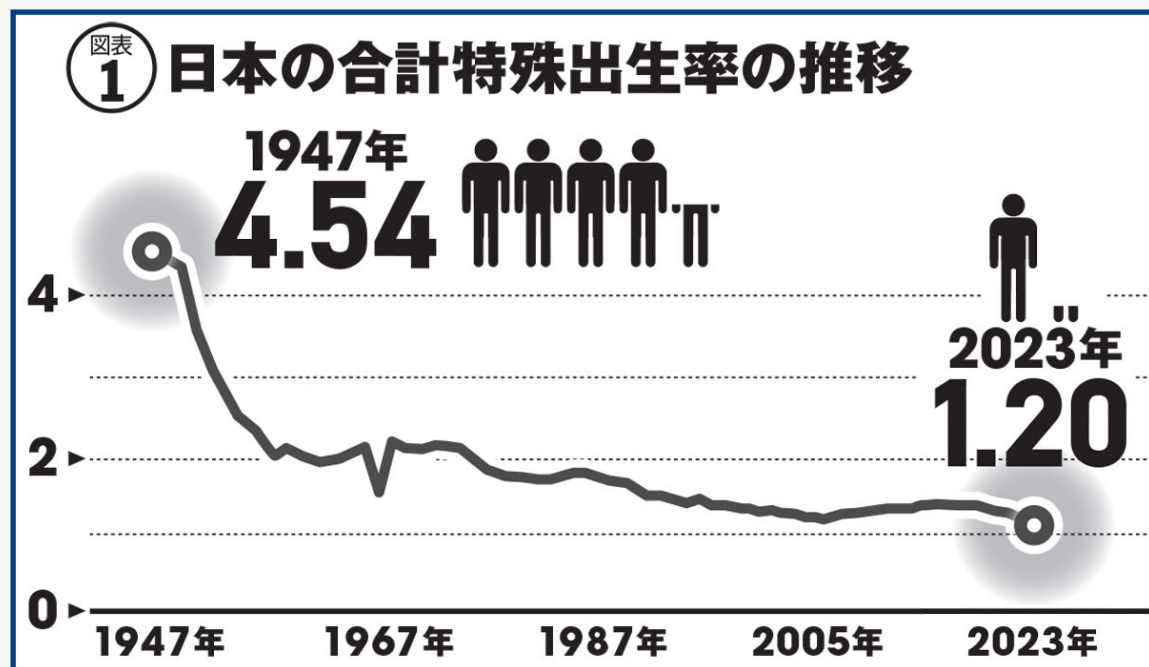
7. 開発のストーリーとベアリーズ百貨店の始まり



業界とお客様からの支持が、開発のきっかけ



人口減が著しい中、
関係人口を増やせる可能性がある



Keyword : 次世代百貨店構想のコンペディションを実施

地方スーパー、百貨店、ネット通販の顧客が高齢化し、人口減少で市場縮小が進む中、次世代デパート構想のコンペディションを行なって「開業が決定」。

結果として、顧客、専門家、業界が、次期主力百貨店としてのベアリーズを支援してくれるように。



大手百貨店案の「メタバース構想」



ベアリーズの「ソーシャル構想」

その結果 : SNS機能があるのはめっちゃいい！ということで優勝

顧客も専門家も支持に難色

<メタバース案>



- ・メタバースは興味ない
- ・-googleが高い...

消費者 約28,000人定員



これをやったからといって
出店者のファンが増える
なんて到底考えられない。

業界経済家など

顧客も専門家も支持に賛成

<ベアリーズ案 SNS機能>



お店や会社と友だちになれる
方が良い。応援したくなる。

消費者 約28,000人定員



お店とお客さんがつながれる
これはとっても良いこと。
関係人口の増加が期待できる。

業界経済家など

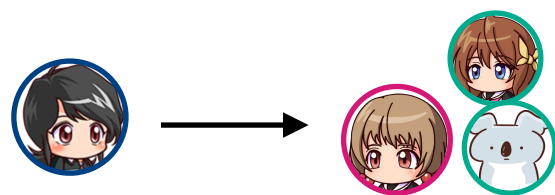
8. ベアリーズとインスタグラムの通販の違い

みんなにとって、安心できる世界



ベアリーズ百貨店
フレンズスポットの場合

日本
ベアリーズ株式会社製



なりすましや出所不明の利用者は参加できないので安心

メタのインスタグラムとは異なり、日本のソニーとGoogleで提供。GDPR（EU一般データ保護規則）に準じており、データ漏洩がない分散型SNS。

1. なりすましユーザーの利用不可。
2. 個人情報や企業情報が厳重に保護される。
3. 中小企業でも利用できるよう月額料がない。
4. クレカ不正使用不可。
5. BtoCは、日本国内のみ。

利用者保護を行わないメタのリスクがある



インスタグラム
ショッピングの場合

米国
メタ・インスタグラム社製



つながっていて事故になりやすい

インスタ投稿とともに販売ができ、ユーザー数が多い便利ですが、アカウント情報が第三者に流れてしまうリスクがあり、社会問題になっています。

1. なりすまし制御なし。
2. 個人情報の2次流用で闇バイトやSNS犯罪のリスクも。
3. 広告付きで月1万～100万円
4. 越境ECが可能だが詐欺保証なし。
5. クレジットカード情報流出保護なし。
6. 売上がドル→円換算なので円安だと損。

9. 日本の未来に今後欠かせなくなるソーシャル機能

	特性	国内月間 アクティブユーザー	アクティブユーザーの特徴	サービスの魅力
LINE	インナー コミュニケーション	9,700万以上 →複数アカウントやグループLINEの数を含む	幅広い年齢層 全国各地に利用者	1to1コミュニケーションに適している LINE APIを使い自社サービスと連携 スタンプ・ショップカードなど独自機能
Youtube	動画コンテンツ コミュニケーション	7,120万以上 →複数Googleアカウントの数を含む	幅広い年齢層 約4割は45歳以上	古い動画も検索して観てもらえる可能性 縦型動画 (YouTubeショート)も人気 SEO(検索エンジン最適化)に強い
X	短文投稿 コミュニケーション	6,650万以上 →複数アカウント、ロボットの数を含む	20代が多い 平均年齢は37歳	カジュアルな短文コミュニケーション タイムリーさ重要 拡散力強い (「バズ」「炎上」)
Instagram	ビジュアル コミュニケーション	6,600万以上 →複数アカウント、ロボットの数を含む	10代20代が多く 女性が過半数	画像/動画で訴求しやすい商材向き フィード/ストーリーズ/リールの使い分け クリエイター (インスタグラマー)活用も
Tiktok	インパクト コミュニケーション	2,700万以上 複数アカウントなし	10代20代が多いが 社会人として出世すると離脱	「おすすめ」で新たな潜在顧客へリーチ コメント欄は荒れることもあり注意
Facebook	ブログ&サークル コミュニケーション	2,600万以上 複数アカウントなし	高齢化、ビジネス利用でやむなく登録	実名登録でリアルなつながり重視 フォーマル/オフィシャル/ビジネス
ベアリーズ	コマー コミュニケーション	2,1万 複数アカウントなし	百貨店の常連客や愛用客が多い 平均年齢は30歳 Face to Faceで会員が増えて行った	現在は通販機能のみ 出店者だけがコンテンツ投稿できる。 また、なりすましく安全に通販ができる。

引用元：https://www.comnico.jp/we-love-social/sns-users#anc_u7tts2c

国民の大多数が、SNSを使って情報収集をする傾向に



販売もPRも、自分たちで思いを発信する時代に

日本人のソーシャルメディアの利用に関する
マナーへの協調性や倫理性、公共認識の高さは世界1位。

Twitterやmixiのリリースを経て15年経過した現在は、
ネット利用に関する一般常識や他人配慮への行き届いた使い方をする社会になりつつあり、
今後もメディアを介した商品認知や企業認知は消費者にとって必需のツールになります。

10. こんな方でも気軽に使えます

普通の通販機能だけ利用したい



SNS機能を利用したくない。

やりたくないという場合は、従来のプラットフォームのように商品を出品するだけでOKです。



毎日売る数を設定したい



1日の販売数を制限したい

出荷数、生産数、収穫数、人員のキャパなど、1日の販売数を制限すると、楽になります。

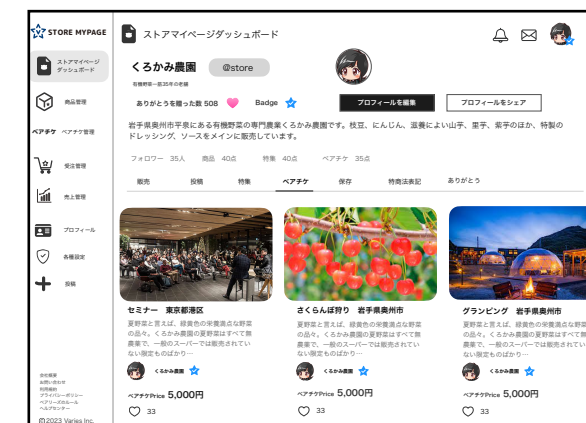


すべて一人でやっています



ワンオペでも楽ですか？

スマホ一つで簡単に使用でき、ホームページを作成するような作業はありません。



第2章 通販機能とソーシャルメディア機能

12. 現在リリース済みのサービス

1 通販機能 ネット通販ベアリーズに商品を出す



2 3ヶ月頒布会 30日間受注期間を設けて、決まった数を指定日時に発送するだけ



注文が1回で済みます。
送付リスト宛てに配送します。

注文が入った時の流れは2種類

直送型 (産直タイプ)



委託している外部倉庫から



注文が入った後は、電子メールに受注通知が送信されます。
その後、自社から直送するか、外部の倉庫に商品を預けている場合は、外部から発送を行なってください。

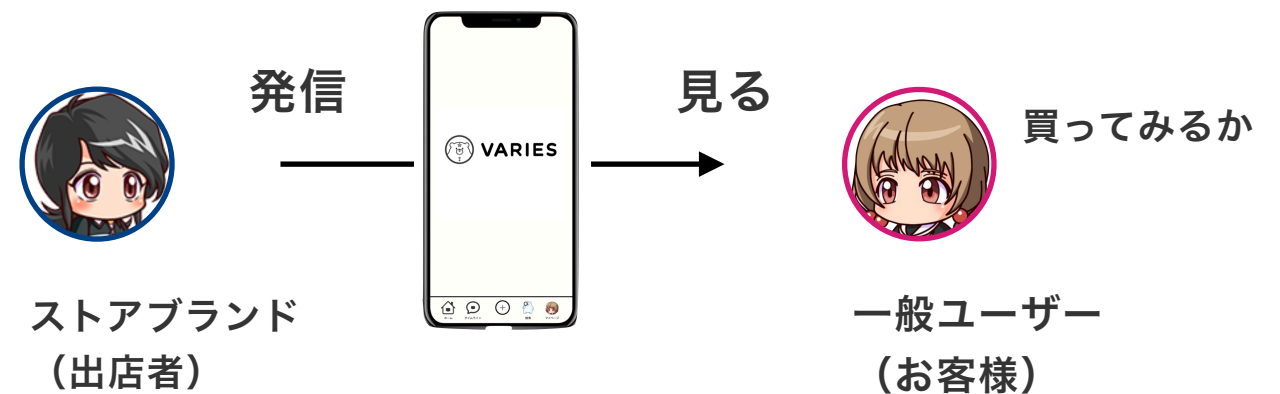
13. 2025年初春にリリースされる機能

3 コンテンツ発信 ソーシャル発信機能「フレンズスポット」



実験を経て、すごく人気だったため正式採用へ

ベアリーズ百貨店の利用会員向けに
コンテンツを配信できるサービス。



短文投稿、長文投稿、動画・画像投稿など

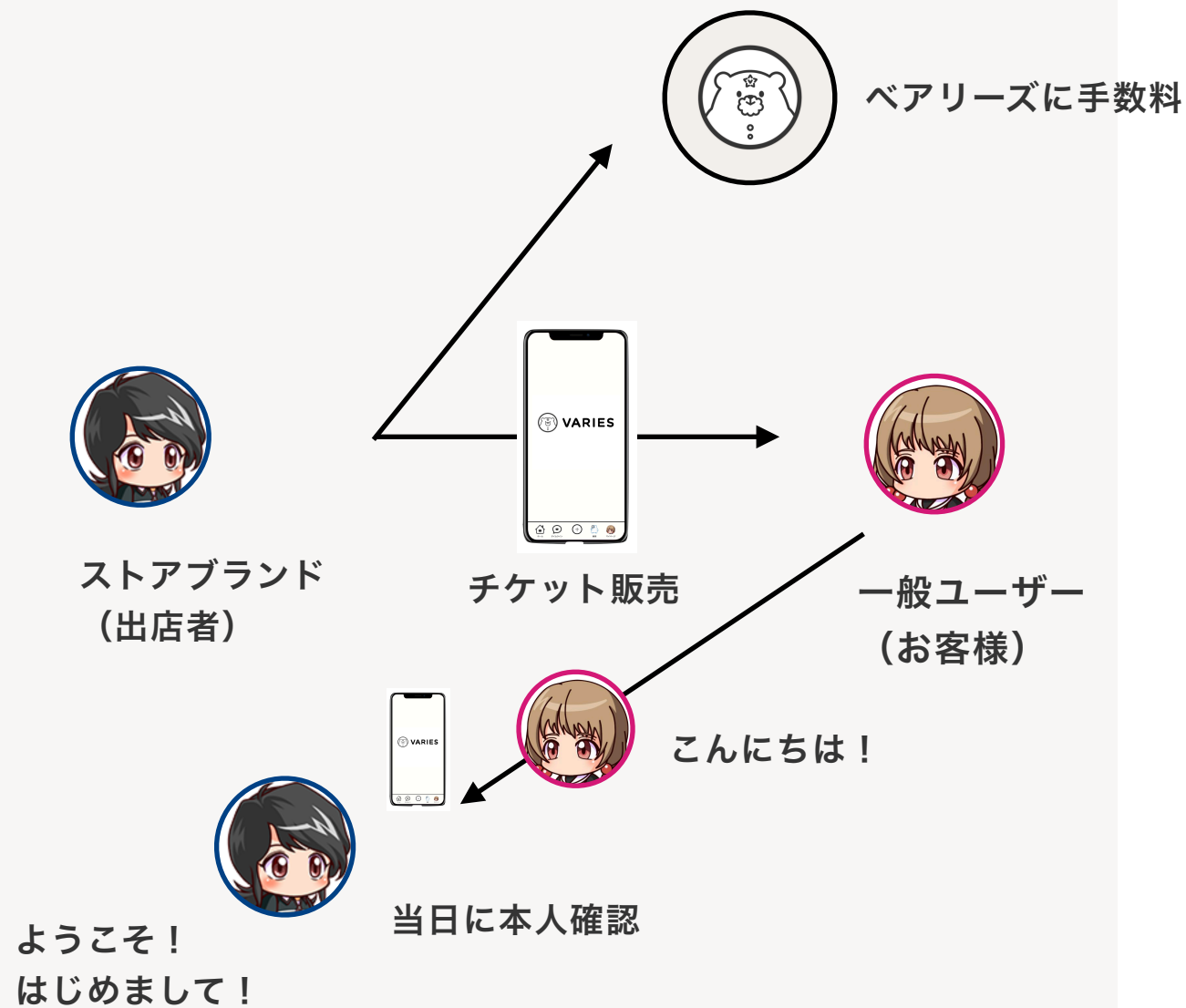
ベアリーズの今後は、出店者が自分たちで自由に集客できたり、顧客関係性をリアルでもネットでも維持することができる

「ソーシャル・コマース」を提供してまいります。

- ・ 細かな集客や熱いファンの創造が実現できる。
- ・ 人口減少時代のブランド認知の向上に役立つ。
- ・ 商品購入後の風化しにくい顧客関係性が維持できる。
- ・ ダイレクトでタイムリーな情報を消費者は受け取れる。

14. 2025年春にリリースされるチケット機能

4 ベアチケ オンラインでつながったら実店舗やイベントに来てもらおう！



ネットにつながるだけでなく、リアルにお出かけ

ファンになった出店者とのつながりを元にリアルでお店へ遊びに出かけよう。



通販も大事だけど、やっぱり来てもらうことが一番！
理由は、face to faceで買ってもらえるから

旅行、宿泊、ツアー、ツーリズム、イベント、セミナー、ライブ、演劇、お店での特別な催し、その他現地体験を購入できるチケットなど。

第3章 海外バイヤーとのマッチングサービス

16. 出店者の商品を、海外バイヤーに直接卸売

やってみたい出店者のみ



ベアリーズ百貨店
グローバル・ワンストップダイレクト

2025年5月からスタートします！

フレンズスポットのマッチング機能 を用い、日本の出店者と海外バイ ヤーをワンストップで繋ぐ。

海外流通サービスは、**ベアリーズ百貨店の出店者にならないと利用できません。**
また、本サービスは「BtoB（ビジネス取引専用）」サービスとなります。

ユーザーのみんなはできません



本サービスは、出店者が海外に商品を流通させるためのサービスで、
一般の利用者（消費者会員）はご利用いただけません。

17. 海外向けサービスの仕組み

ユーザーのみんなはできません



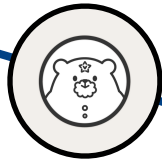
本サービスは、出店者が海外に商品を流通させるためのサービスで、一般の利用者（消費者会員）はご利用いただけません。

やってみたい出店者のみ

出店者とベアリーズに
マッチング依頼が届きます。



ストアブランド
(出店者)



世界50カ国以上のデパート、モールの認証バイヤーから
マッチング依頼がきて、商談してみたいと思ったら、
ベアリーズと一緒に海外バイヤーとの商談に参加できます。

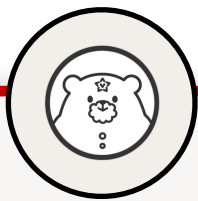


この会社の商品を「ぜひとも仕入れたい！」
マッチングを依頼してみよう！

海外のデパート
(バイヤー)



出店者は入金を受けたら
商品を準備して配送会社に
集荷依頼をするだけ



インコタームズ取引要件は、
FOB貿易を採用

購入者側が、商品、輸送料、保険料を負担
※国内保全倉庫までの送料は出店者が負担



仕入代金、輸送料、保険料
はベアリーズへ前払い

着金後5日以内に
20%の仲介手数料を引いて出店者へ入金。
お金の支払い完了後、商品の準備へ



現地で商品引き渡し証明書に
押印をもらいベアリーズが保管

税関を抜けて現地で商品を引き渡すため、
引き渡し証明書に押印をもらったら
ベアリーズが保管します

18. 海外向けサービスを行う理由

ユーザーのみんなはできません



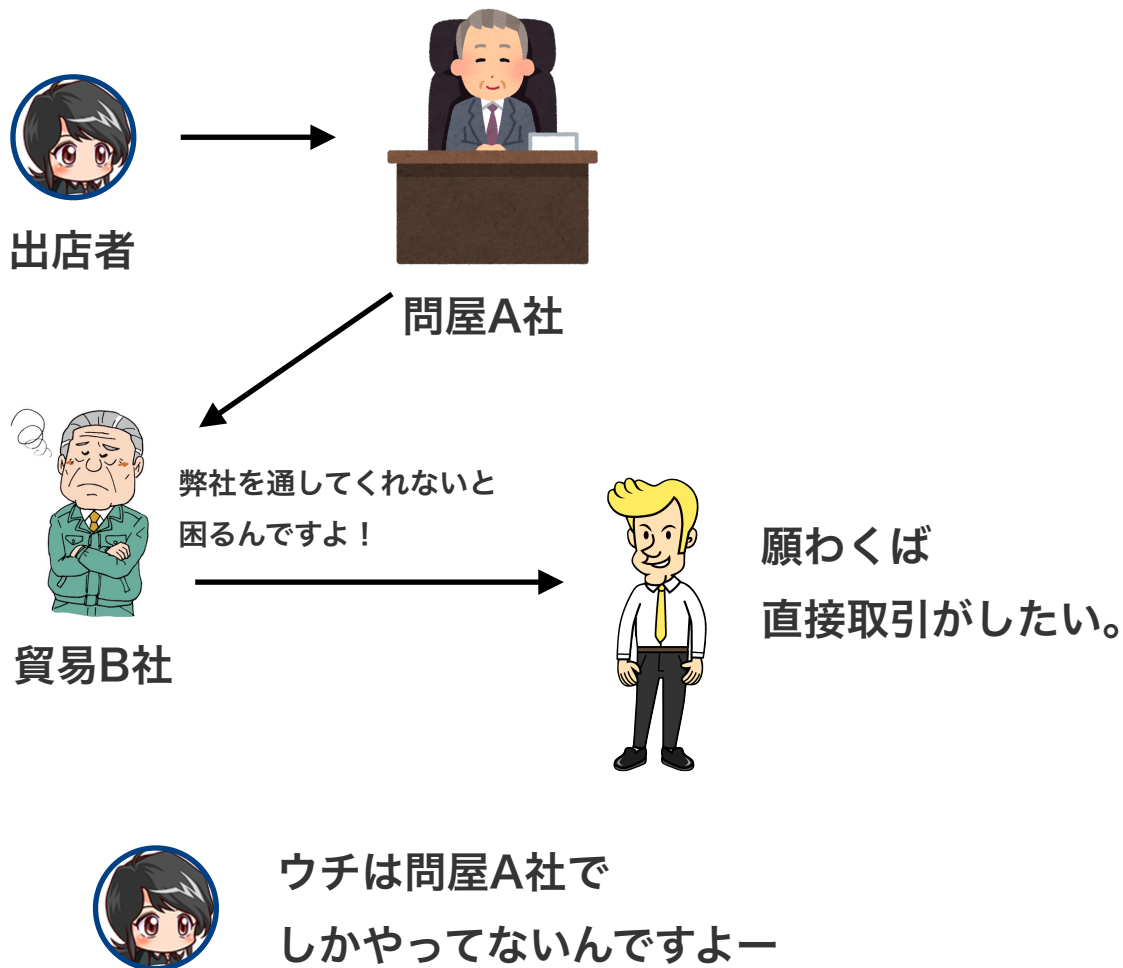
本サービスは、出店者が海外に商品を流通させるためのサービスで、一般の利用者（消費者会員）はご利用いただけません。

やってみたい出店者のみ

海外商社マンは、願わくば直接繋がりたい

日本の商流にめちゃくちゃ不満がある

何社もパスするので現地に来た頃には品質が劣化...



アジア圏からEU、中東、米国、アフリカなど
海外ではどの国に行っても、

日本商品が人気であるが… 約50年間トラブルばっか。

トラブルランキングTOP6



- 第1位：後払い入金されない！
- 第2位：言った言わないの争い
- 第3位：契約を守らない
- 第4位：失踪、バックレ
- 第5位：輸送中に商品を盗む
- 第6位：決済日のレートを守らない

1970年代から実は、商社マンの力量に頼るか国際FAX、展示会などアナログのマッチング方法しかなかった。

オンシャ（御社）の商品
ゼヒトモ仕入れさせて
ください！
ショウダンシマショウ！



SNSのフレンズ・スポットを使うことで、婚活アプリのようにマッチングができるようになる。
信頼できて認証されたバイヤーと
マッチングでき、システムが確実に機能

19. ワンストップダイレクトのルール

ユーザーのみんなはできません



本サービスは、出店者が海外に商品を流通させるためのサービスで、一般の利用者（消費者会員）はご利用いただけません。

やってみたい出店者のみ

ルール1	バイヤーは、先にお金を払うこと。お金の前入金がない場合、出店者は商品を準備しない。	グローバル・ワンストップダイレクトは、前払い制になります。後払いの未入金による不利益を防止するため、仕入金、輸送料、保険料を前払いする必要があります。
ルール2	バイヤーと出店者は、仕入れごとにその都度契約を行う。	契約は、小ロットでも大ロットでも、その都度ごとに契約を取り交わします。（為替や物価の変動があるため）
ルール3	支払いの為替レートは、電子契約に基づく現地支払日の為替で行うこと。	為替レートは電子契約に基づく支払日の日本時間15時00分のレートで実行します。
ルール4	国内保全倉庫からの海外航路輸送費と保険料は、バイヤーが払うこと。※基本貿易条件は「FOB」となります。	国内保全倉庫までの輸送料は出店者負担。保全倉庫から海外現地へはバイヤー負担。
ルール5	バイヤーは、現地に商品が到着したらフレンズ・スポットの画面で「商品受け取りボタン」を押すこと。	商品受け取りボタンを押さないと、商品引き渡し証明書が発行されないため、バイヤーは税関から処分される恐れがあります。



本船渡し：FOB Free On Board



FOB貿易（買い側が輸送料と保険料を負担）とは、

輸出港で、買い手(輸入者)の指定する船舶または航空機に貨物を積み込むことによって契約が完了し、運賃および保険料は買い手が負担します。

第4章 利用数、契約条件、契約の流れ

21. 利用者の数や特徴、課題



利用者は、2024年12月1日時点で98,965人になりました。

弊社の主要顧客層は、**こだわり商品を好む通販好きなおお客様**です。

利用者を構成しているクレジットカードランク	ベアリーズの利用者数	平均客単価 食品の場合 購入する際に消費する 1人あたりの平均購入額	特徴
主要顧客層 ゴールド以上 (限度額100万円以上)	76,649名	9,020円	通販好きで、高所得層 こだわりに目がないお得意様
副顧客層 シルバー (限度額50万円以内)	15,335名	4,500円	ベアリーズにしかない ユニークな商品をよく買う
ビギナー (限度額20万円以内)	2,903名	3,550円	4,000円を超えるものは ほぼ買わない
ローランク (限度額10万円以内)	1,078名 (うち87%がリピートしてない)	3,300円	ネットニュースで興味を持って利用 リピート率は約12%と低い



契約している出店者や、会員登録しているお客様が感じやすいメリット



そのまま
フォロワーを集めて発信することができる

ストアブランド (出店者)

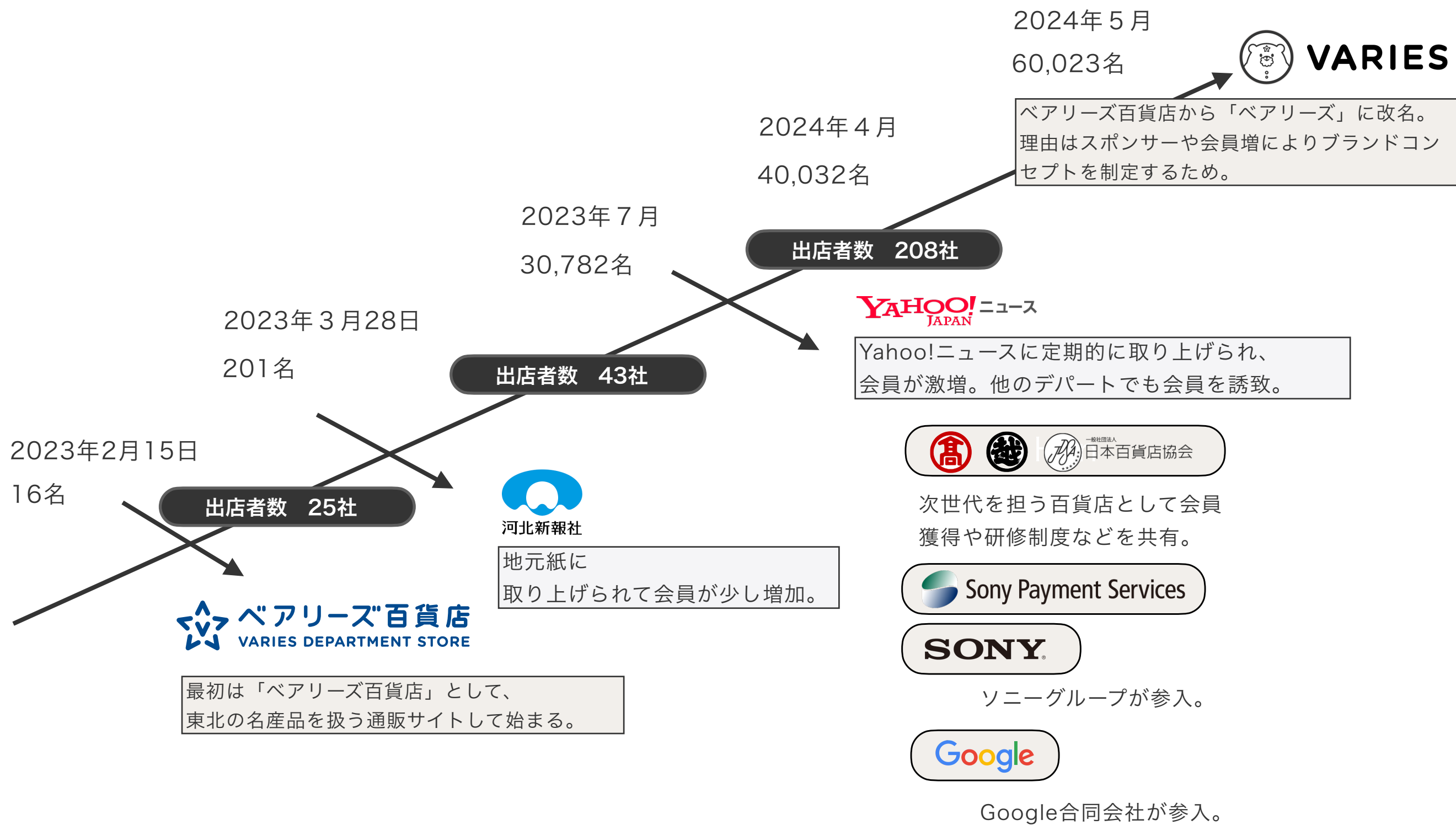


お友だちにどこをフォローしてるか
興味のあるものを拡散することができる

一般ユーザー (お客様)



22. ベアリーズの歴史と会員の推移



23. 契約体系について

価格は税別となります。※7月7日時点

↓一般的な出店の場合は、こちらです↓

↓ベアリーズと特殊な契約を結ぶ方は、こちらです↓



一般的な契約

普通契約

自社で管理画面を持って運用する契約

商品出品、受注管理、売上管理、
アカウント管理はご自分で行います。

<同じやり方のECサービス>



- ・初期費用制 1回払い
- ・ランニングコストなし
- ・手数料 14.3%

次ページに料金詳細あり

大半の方が基本的にこちらを選びます



店舗運営もお願いしたい方

委託契約

商品掲載、管理すべてを委託

販促や管理業務をすべてベアリーズに
委託し、注文が入ったら自身で発送します。
情報はメール通知や電話でやり取りします。

<同じやり方のECサービス>

MITSUKOSHI ISETAN



- ・月額 60,000円
- ・手数料 11%
- ・初期費用なし
- ・商品点数50品まで

※100品以上は、+月5,000円

226社中 56社が契約中



売り先営業やマーケティングも頼みたい

エンタープライズ契約

BtoB（卸先）営業も委託できる

通販以外のフィールドで、卸先を営業してほ
しいという場合、幅広いネットワークを活
用して販路を切り開きます。もちろん通販も
出品いただきます。

<同じやり方のECサービス>



- ・月額 150,000円
- ・通販手数料 11%
- ・卸売手数料 14.3%
- ・商品点数 無制限

226社中 18社が契約中

24. 普通契約の料金体系

価格は税別となります。

初回募集限定として、初期費用のみの1回払いで、以後の基本料金を永久免除する契約で出店者を募集しています。

2024年12月1日現在

小規模事業者

従業員20名未満（月額料金は永久になし）

初期費用 **6** 万円 だけ

販売手数料 14.3%

中規模事業者以上の方

従業員20名以上（月額料金は永久になし）

初期費用 **10** 万円 だけ

販売手数料 14.3%



後に契約する方は月額制に

ソーシャル機能リリース後に 出店する方

2025年4月より

年間基本料

14.4 万円

月換算 12,000円

販売手数料 13.3%

ポイント原資 1%

商品の販売もできて考えたら

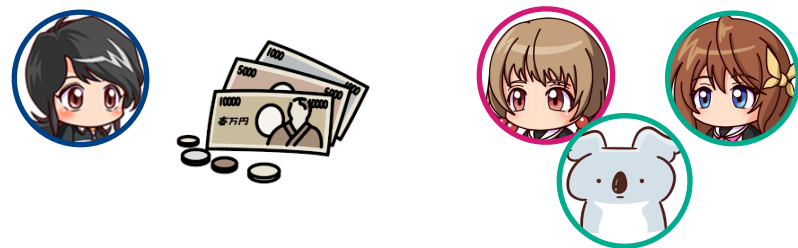
PR TIMES 月7万円（年84万円）

note pro 月5万円（年60万円）

よりもお得です。

25. 販売代金のお振込への流れ

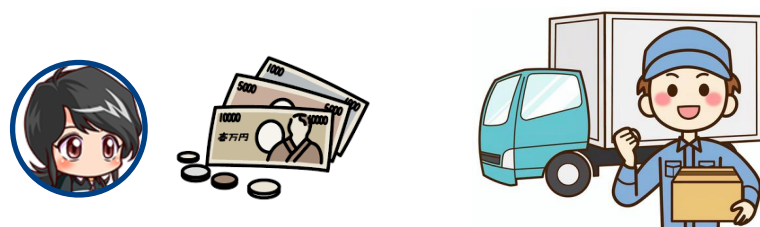
販売売上金について



会員が購入して支払った代金は、
ベアリーズの**販売手数料が差し引かれて**
当月末締め、翌月最終営業日にお振込します。

お振込手数料は、ベアリーズ株式会社が負担します。

送料について



送料は、出店する出店者の契約送料を登録します。
送料代金は、会員がお支払いしますので、
販売売上金とともに**お振込いたします。**

送料を無料にしている場合は、送料分の負担は出店者になります。

お金の計算式

ポイント原資は1%が必須 2~20%まで自由に増やすことができます。



3,300円
税率10%商品代金

500円
送料(税込)

顧客支払額

3,800円
合計金額

505円
手数料13.3%

38円
ポイント原資1%

ベアリーズの手数料

543円
手数料の合計

お振込金額

3,257円



3,564円
税率8%商品代金

500円
送料(税込)

顧客支払額

4,064円
合計金額

540円
手数料13.3%

40円
ポイント原資1%

ベアリーズの手数料

580円
手数料の合計

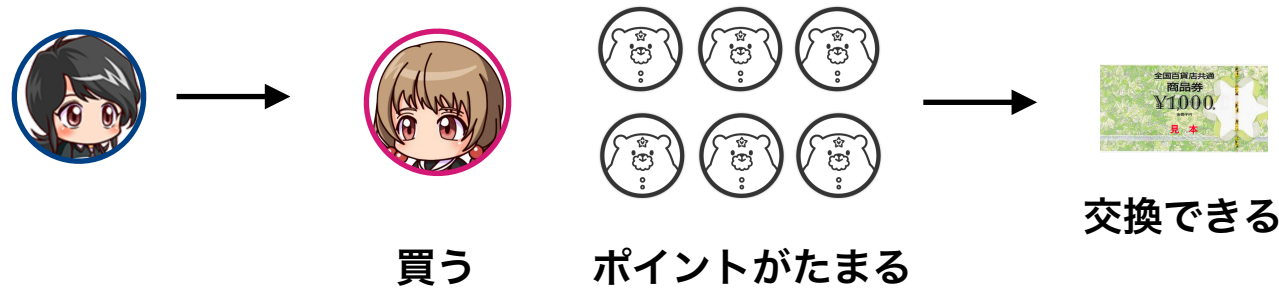
お振込金額

3,484円

26. 成長段階のベアリーズ百貨店が使われる理由

商品券と交換できるポイントウォークが人気

ベアリーズ百貨店で買い物をすると、全国百貨店共通商品券を最大2割引で交換できます



全国百貨店共通商品券

実はとても経済的

スタンプを集めると商品券と交換できて、全国の最寄りの百貨店加盟店で、ブランド物やギフトを買うことができます。

商品券を持って、最寄りの百貨店で
お買い物できます。
大切な人やお友だちにプレゼントもできます。



TAKASHIMAYA
ONLINE STORE

MITSUKOSHI ISETAN

TOBU



大丸松坂屋百貨店



株式会社 阪急阪神百貨店

企業とユーザーの顧客接点が 広がるので人気



業界で初めて「企業とユーザー」のインタラクティブな顧客接点が拡張できるため、テストユーザーから人気。また、外国産のXやInstagramには、利用者のデータを2次流用したり、外国のボットアカウントを制御できないデメリットがありますが、ベアリーズ百貨店はなりすましができない仕組み。

27. 募集している商品群について



食品、飲料、お酒全般



家電、PC、カメラ

会員9万人突破により
2024年12月1日より進出



衣料品、靴、アクセサリ

会員9万人突破により
2024年12月1日より進出



ホビー、ゲーム、アウトドア、スポーツ

会員9万人突破により
2024年12月1日より進出



家具、キッチン、生活雑貨

会員9万人突破により
2024年12月1日より進出



工業用品、DIY、文具、業務用品

会員9万人突破により
2024年12月1日より進出

28. ご契約に関する流れ



やります！

と決意をしたら、
ベアリーズの営業担当に申し込み
フォームを送ってもらいます。



フォームを入力

ベアリーズブランドパートナー
出店登録フォーム

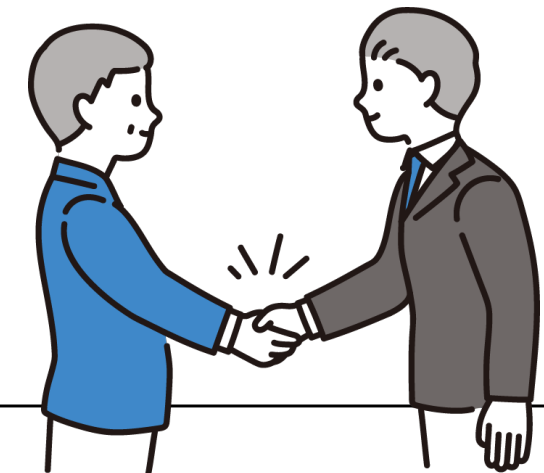
<https://forms.gle/siwzQvmQBpXsXQbY8>



Google合同会社とベアリー
ズが運営する特別なGoogle
フォームになります。



契約書が送られて完了
次は出店登録と使い方説明会へ



29. 資料のまとめ

	要点	まとめ
1	ベアリーズ百貨店とは？	日本の各デパートでも支援している未来の百貨店プラットフォーム。 Amazonや楽天市場のようなECプラットフォームのビジネスモデルに、ソーシャルメディア機能や娯楽機能がついた新しいモデル。土壌を育てており、未来ポテンシャルが高い。
2	SNS機能を使いたくない場合	通常の通販のように商品を掲載するだけでも良い。
3	まだ小さいのに人気の理由 主な顧客の利用動機	中心顧客は百貨店顧客と呼ばれる全国のデパートユーザー。 スタンプを集めると、百貨店共通商品券（1,000円 50枚綴り）や景品などをもらえるのが特徴で、普段用でもギフト用でもお買い物をすればするほど還元されます。
4	注文が入った場合	産直方式で、管理画面にログインして集荷伝票を発行する。 商品も自社から発送する。外部委託先の物流倉庫からでも発送はOK。
5	費用・条件面	初期費用制度 小規模事業者6万円、中規模以上の事業者は10万円。※1回払えば後はランニングなし。 SNS機能がリリースされた以降に契約する出店者は、ランニング制（月額料金制）で契約する。
6	手数料	14.3%（販売手数料：13.3% ポイント原資：1%）
7	送料の設定	出店者が契約している宅配業者の送料を管理画面で設定する。 送料は顧客が支払うので、売上と一緒に月末入金される。 送料無料にする場合は、顧客は送料負担がなくなるが、出店者で負担することになる。
8	使用できる宅配業者	ヤマト運輸、佐川急便、日本郵便、西濃運輸、福山通運、DHL、FedExなど国内の配送業者すべて可能。 自社配送も可能。 最寄りの実店舗で受け取りも可能。 Wolt（ウォルト）、Uber Eatsなど。



お話はここまでとなります。
最後までお読みいただきありがとうございます。

制作：ベアリーズ株式会社