

Web版

あだち産業センター・産業情報室がお届けする起業ガイド

産業情報室発行のミニコミ紙『グッジョブ』の人気企画から生まれました！

もしカフェ Vo1,2 エ

Webショップアドバイザー監修

あだち産業センター産業情報室 相談員

八幡 早苗 氏

Web版

オリジナルカフェ経営の新たな
販路開拓としてWebショップを
企画運営してみませんか？



～もしもカフェを開くなら～

発行にあたって

あだち産業センター1階の**産業情報室**では、経営者・起業家を対象にした各種専門家による無料相談を実施しています。その中の一つ、Web ショップ相談は多くの起業家の方や起業予定者の方々にご利用頂いています。

本冊子は、実際の無料相談がどのような流れで行われているのか、また起業というものがどのようにして進んでいくのかを大まかにイメージしてもらうことを目的として作成されました。今後起業・独立を考えている方にとって、少しでもヒントとなれば幸いです。

コンセプト

「もしもカフェを開くなら」は、カフェのオープンから繁盛店に成長していくまでの流れを紙面上でバーチャル体験していくコーナーです。

産業情報室が発行しているミニコミ誌『グッジョブ』に21年7月から翌年2月まで連載され、分かりやすい内容とイラストで好評を博した「もしもカフェ」がこのたび加筆・修正を経て冊子化されました。

中小企業診断士の監修による第1弾では「実店舗の開業」を取り上げ、そして第2弾となる今号では「Web ショップの開設」がテーマです。

目次・・・・・・・・・・2 ページ



カフェ開業、軌道にのせるには？	はじめに・・・・・・・・・・3 ページ
第1回 自分に合ったショップ作り	構想編・・・・・・・・・・4-5 ページ
第2回 販売環境を検討してみよう	調査編・・・・・・・・・・6-7 ページ
第3回 HP 作成における注意点！	HP 作成編・・・・・・・・8-9 ページ
第4回 繁盛させるための工夫とは	SEO 対策編・・ 10-11 ページ
Web ショップを運営してみて...	その後..... ・・・・・・・・ 12 ページ

はじめに

カフェ開業、軌道に乗せるには？

ある一人の青年がカフェをオープンするまでの流れを、ストーリー仕立てでお送りする「もしカフェ」。続編となる今回は、インターネットによる新たな販路開拓がテーマです。



自分だけのオリジナルカフェを開きたい。そんな長年の思いをついに実現させた努力家。元サラリーマン。足立区千住在住、30歳。趣味は喫茶店巡り。

主人公：ジョブ夫

次なる販売戦略のツールは、インターネットだ！

第1弾のあらすじ：

“カフェを開きたい”という熱意から全てが始まった僕のカフェ開業への挑戦。調査から構想、準備、調達や申請、資金確保という1年間のスケジュールを経てなんとか店舗をオープンさせた！



現場にも立ち、ひとまず多忙な毎日を送るジョブ夫。

オープン以来、少しずつお客様が増えてきた。より多くのお客様に自慢のコーヒーを飲んで頂きたいけれど、中にはカフェまで直接来ることが出来ないお客様もいるだろうな……



小さい店ながら、今や僕だって一国一城の主。つまり経営者だ。ということは次の一手を考えていかななくちゃいけない。何か新しい戦略を始める時期かもしれないな。

そんなある日

たしかこの辺りに産業情報室があったはず。開業の時にはとても力になってくれたんだ。



それから、かつてスタッフの人が言っていたことをふと思い出した。

ここでは経営に関するお悩みに幅広く対応するため様々な専門相談員がおります。例えば中小企業診断士や、Webショップアドバイザーや……



産業情報室スタッフ

Webショップか。なるほど！

もしかしたら僕のお店の販路拡大につながるかもしれないぞ。

そしてジョブ夫は、店のオープン以来となる産業情報室を訪ねてみることにした。



「あー、実は開業の時にここを利用した者ですが次はインターネットでの販売を考えていまして…」

「こんにちは。いつもご利用ありがとうございます。はい。ではWebショップに関するご相談ですね」



Webショップの相談時間

毎週 金曜日
14時～

「もしご自身のサイトをお持ちでなくても、例えば相談員と一緒に作り上げていくこともできます」

Webショップ相談の特徴 産業情報室のWebショップ相談では、相談員と一緒にパソコンの画面を見つつマンツーマンでじっくりご相談頂けます。

「では、予約をお願いします！」
これがうまくいけば、インターネットを使って遠方のお客様にも店の自慢のコーヒーをお届けできるな！ よし、Webショップ版もしカフェのオープンを目指して頑張るぞ～。



第1回

自分に合ったショップ作り ~ 構想編 ~

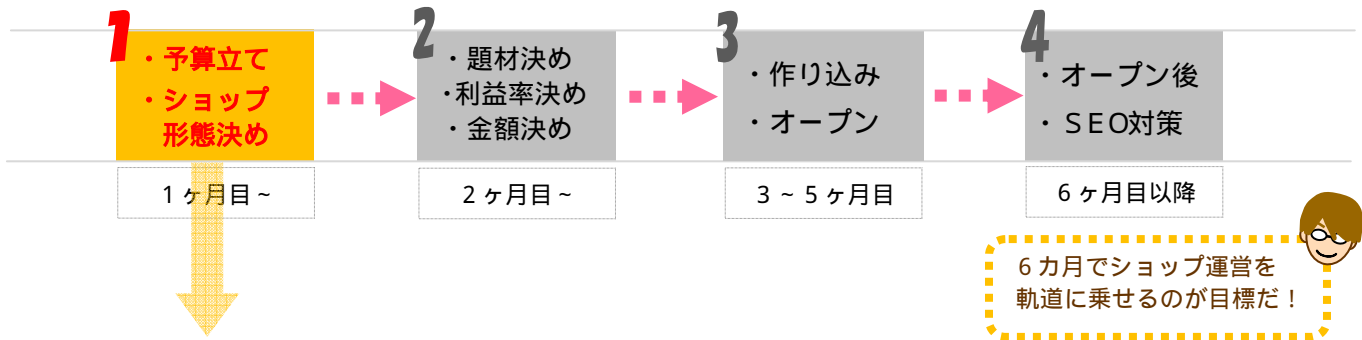
全4回でお送りする「もしカフェ・Webショップ編」。さっそくスタートダッシュといきたいところですが、あせらず一歩一歩着実に進めていきましょう。

まず、下記の様な開業スケジュールを立てることから始めよう



講師：八幡先生

最初に、下記のような長・中期スケジュールを立てることから始めましょう。全体像を把握し、計画的に進めることが大事です。(スケジュールは商品数やショップ形態により変動します)



「予算を立てよう」

まずは、全体を通して「いくらまで費用をかけられるのか？」を決めなくてはなりません。Webショップは実店舗に比べて安く運営することができますが、それでも商品の仕入れ等の出費はかかります。費用には、大きく分けて「初期費用」と「維持費」があります。初期費用とは、主にWebショップ運営のために必要なツールの購入にかかる費用のこと。一方、維持費はレンタル料、出店料、手数料といった毎月かかる費用のことです。下の表1にWebショップを運営していく上で必要なツールをまとめてありますので参考にして下さい。

必ず用意するもの	パソコン	Windows XPやVistaなどがインストールしてあればOKです。
	プリンタ	商品に梱包する領収書・納品書を印刷する際に必要となります。
	デジタルカメラ	500万画素あると、かなり良い商品写真が載せられるでしょう。
	インターネットの通信環境	Yahoo!などのサイトが快適に見られる速度なら問題ないでしょう。
できれば用意したいもの	電話/FAX	電話/FAXで注文を受けるのであれば、用意します。
	画像編集ソフト	商品の写真を加工するときであれば便利です。(写真のコツについては本紙9ページで解説しています)
必要に応じて	ウィルス対策ソフト	不特定多数のアクセスが予想されるので、必ず入れておきましょう。
	ホームページ作成ソフト	オリジナルのホームページを自作したいのであれば用意しましょう。ショップ形態によっては必要ない場合もあります。(ショップ形態については本紙5ページで解説しています)



デジカメ買わなきゃ。

表1 Webショップ運営に必要なツール

「ショップ形態を決めよう」

維持費は「どのショップ形態で運営するか」によって月々（または年間）に支払う金額が変わってきます。ここでは3つのショップ形態をご紹介します。

まず「ショッピング機能付きサーバー」をレンタルする場合だと、レンタル料は月額数百円～数万円とサーバーの種類によって様々です。

次に「ショッピングモール」に出店するのですが、例えば有名ショッピングモールの一つである“楽天市場”に出店すると月額基本料19,500～100,000円（税別）とかなりの費用がかかります（プランによって金額が異なります）。しかも、商品が売れる度に売上手数料2%～6.5%を楽天側に支払わなければなりません（プラン、又は売上金額によって率が異なります）。

最後に自分が使用しているプロバイダー等を使って「Webサイトを作る」という場合ですが、維持費はほとんどかかりません。が、ホームページ作成ソフト等を使用して作らなければならず、手間もかかり、作成のスキルも必要です。下の表2に各ショップ形態の比較を簡単にまとめました。運営にかけられる予算、作成のためのスキル、時間のバランスを考え、自分に合ったショップ形態を見つけましょう。

表2
各ショップ形態の比較

	レンタルサーバー	ショッピングモール	自作HP
コスト	中	大	小
手間	あまりかからない	かからない	かかる
集客力			



決めた!

実店舗の経営もあるから手間はあまりかけられないし、経費もかけられない.....でも集客はそこそこほしい.....。よし、バランスを考えて「ショッピング機能付きレンタルサーバー」に決めた!



サーバーを選ぼう



ショッピングカートの比較等で検索してみると、色々なショッピングカート付きレンタルサーバーが出てくるなあ。へえ～、サンプル画面を表示してくれる所もあるんだ。自分で一から作らなくてもテンプレートが出来ているし、カフェの雰囲気に合っているから「おちゃのこネット」にしよう!

写真：サンプル画面例「おちゃのこネット」<http://www.ocnk.net/>レンタル料；¥500～/月

ショップ形態選びと並行して、ネットショッピングの決済方法を決めましょう。主なところではクレジットカード決済、コンビニ決済、代金引換、銀行振込、郵便振替等があります。Webショップにおいては、カード決済機能を追加しておくことをおすすめします。というのも、お客様にとって「その場ですぐに決済が出来るので早く商品が届く」「手数料がかからない」「カードのポイントが貯まる」といったメリットがありとても利便性が高く、魅力的な決済方法だからです。なお、導入するには初期費用・月額費用があり（無いものもある）決済手数料をカード会社に支払わなければなりません。また、入会審査を受ける必要があります。

ワンポイント・レッスン

モバイル ～携帯でWebショップ運営～

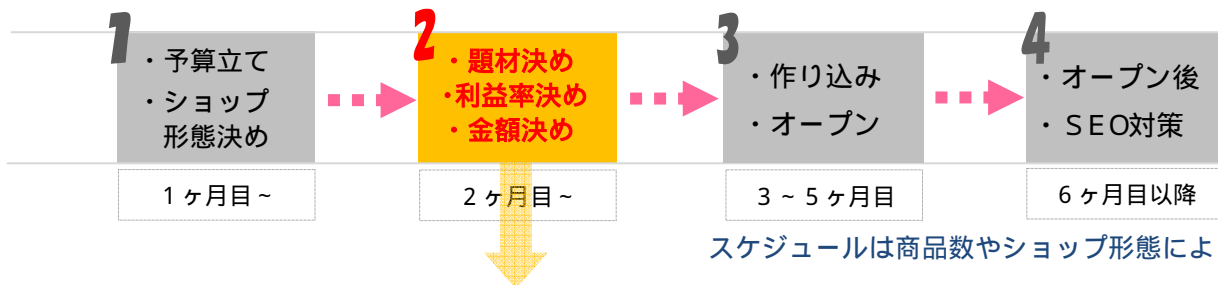
今や携帯電話が手放せない時代。近年、パソコンに代わって携帯電話で買い物をする人が増えています。とりわけ携帯電話の扱いに慣れている若者世代はその傾向が顕著なよう。商品によっては携帯電話の方が、顧客獲得率が高いなんてこともあり得るのです。商品のターゲットが若者層なら、携帯版Webショップも検討してみたいかが!?



第2回

販売環境を検討してみよう ~ 調査編 ~

何事も準備が肝心！ というわけで、もしカフェ第2回目はWebショップに不可欠な、様々な販売環境の準備についてお送りします。



「題材を決めよう」



実店舗で販売している商品を、Webショップでも同じように販売しようと思います。

コーヒー豆5~6種類と豆挽き機と抽出機、それからポットとコーヒーカップ5種類程度とソーサーとティースプーン。あと、お店に置いている本・雑誌やキャンドルも売りたいな。そうだ。僕は音楽が好きだから、いつも店内で流しているCDも売ろう。ああ、すごく儲かっちゃったらどうしよう！？



講師：
八幡先生

ちょっと待って！ コーヒー豆や器具類は実店舗の仕入れルートがあるからよしとして、本・雑誌やCDはどうやって仕入れるのですか？ まさか、お店を放置したままあなたが毎日買い付けに行くつもりですか？ それに、いくらWebショップと言っても在庫を持つことに変わりはありませんから、商品をお払いで仕入れておくリスクが生じます。しかも本・雑誌やCDというのはどこで買っても同じ値段なので、利益を上乗せしにくい題材なのです。実店舗とWebショップとの販売環境の違いを考慮して、きちんと利益が出るかどうかを見極めなくてはなりません。



なるほど、Webショップ向きの商品とそうでない商品とがあるのですね.....

では、利益の出にくい題材は思い切ってカットしようと思います。その分、利益の出やすい題材の種類を増やすのも商品戦略としていいかもしれないな。もっと煮詰めてみます！

「利益率を考えた上で、販売金額を決めよう」



利益率は(売値 - 仕入れ値) ÷ 売値で求められます。原価を引いた後に残る金額のことです。商品によって異なりますので、まずは各業界について書かれた本で相場を調べてみるとよいですね。ちなみに『人気カフェの作り方』(富田佐奈栄; 著)によると、実店舗のドリンク類は80%~90%が目安だそうです。その他の物販は20%前後が目安でしょう。一方、Webショップの場合最低でも35%の利益率は確保したいところ。Webショップ特有の運営費用であるクレジットカードの手数料(5ページ参照)や梱包材の費用等を含めると、このくらいに設定しておかないと「売れば売るほど損」ということになりかねません。また、インターネットで他のWebショップを覗いてみたり、ネットオークション等で市場価格を調査してみたりするのも一つの手です。



決めた!

そうか、Webショップにも独自の相場があるんだなあ。利益を考えた上で、下の表1のような品揃えになりました。商品によって様々ですが、平均すると40%程度の利益率に設定してみました!

表1 「もしカフェ」のWebショップ商品例

題材	珈琲豆 (高級品)	珈琲豆 (廉価品)	コーヒーメーカー	カップ	ポット	ドリップペーパー
利益率	60%	50%	45%	40%	35%	5%
販売金額	¥2,500/200g	¥1,200/200g	¥8,000	¥500	¥3,000	¥300

ワンポイント・レッスン

上手な売り方や商品構成を考えながら、ページ作りも並行して進めていきましょう。ここではページ作成例を2つご紹介します

例1 「おいしいコーヒーの淹れ方」のページを載せる

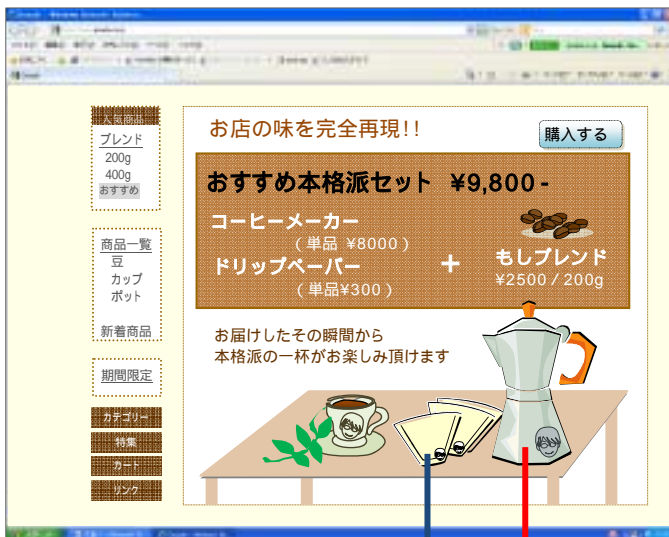


お客様が Web ショップで 買い物をしてくれるのは、実店舗の 味の再現を求めているからです。 Web ショップ上であなたの店の オリジナリティを示し、 お客様のニーズに応えましょう。

例えばこのようなイメージでページを 作ってみてはいかがでしょうか？



例2 「セット販売」で利益の出にくい商品 を売る



単品では利益が出ないような商品は 利益率の高い商品と組み合わせることで 価値を高めることができます。 こうしてどの商品もきちんと利益が 出るようになります。

この画面のように、まとめ買いをする メリットを提案してあげましょう。



売りにくい・利益多い
売やすい・利益少ない

第3回

HP 作成における注意点！ ～HP 作成編～

もしカフェ第2弾もようやく折り返し地点まで来ました。3回目となる今回はWebショップの肝となるウェブサイトのページ作りについてお送りします。



スケジュールは商品数やショップ形態により変動します



「特定商取引法のページを作ろう」



講師：
八幡先生

Webショップを運営するためには「特定商取引法」を表記したページを必ず用意しなければいけません。

もしも、あなたがインターネットを通して顔の見えない人から商品を買うとしたら「この人は、どこで、何をやっている人なんだろう」と心配になりませんか？ 誰だかよく分からない人から物を買うのは、やはりためらわれますよね。同様に、あなたが物を売る立場になった際には販売責任者名（ショップ名のみは不可）、住所、電話番号、メールアドレス、注文受付方法、返品条件等を明記し、あなたのショップを訪れるお客様から信頼を得られるようにしておきましょう。



インターネットに僕の個人情報を載せるのは嫌だなあ。それに、そんな地味なページに時間をかけるのは勿体ない……。オープン後にそのうち時間ができてから作ればいいや。



こらこら。Webショップを始めるからには責任を持ってやりましょう。「特定商取引法」の表示義務は法律で定められているのです。それにレンタルサーバー型の場合は、用意された雛型（テンプレート）に入力していけばよいので、そんなに難しいことでもないはず。まずはこのページを最初に作りましょう！

支払方法、送料、発送方法も設定しよう

支払方法は、最初は銀行振込と郵便振替、代金引換を設定しておくといよいでしょう。カード決済の導入は審査もありますし、手数料も発生してくるのでショップをオープンしてから考えましょう。（5ページ参照）

発送方法は、商品にもよりますが日本郵便の「ゆうパック」が一般的です。また各宅配業者の「メール便」ならコンビニ扱いも可能ですし、料金も安いので大変便利です。

送料は都道府県ごとに決めるのがオススメ。北海道や沖縄といった遠方の場合、他県より若干高くした方がよいでしょう。レンタルサーバー型の場合は支払方法、送料、発送方法のいずれも雛型に入力するだけで設定完了となります。

「トップページを作ろう」

ホームページ作成ソフト等でショップページを作成する場合は、下の**写真1**のようなトップページやあらゆるページを自分で作らなければなりません。もちろんデザイン力も必要になってきます。

もしカフェ Web ショップの
トップページ例
(写真はイメージです)



これを全部自分で作るのは
大変そうだ！
でも、レンタルサーバー型
なら雛型も用意されている
から簡単に作れそうだな。

写真 1



「レンタルサーバー型」の中には、このような雛型が豊富に用意されている所もあります。ショップのジャンルや、雰囲気に合ったデザインを選びましょう。HP作成のスキルがあればあとから自分で手を加えることもできます。



ショッピング機能付きレンタルサーバーなら、「ショッピングカート」があらかじめ用意されている等、必要な機能が揃っています。

サンプル画面例：【おちゃのこネット】 HP作成とショッピングカート付きネットショップ
<http://www.ocnk.net/>

「商品ページを作ろう」

さあ、いよいよ商品ページを作ります。あなたの Web ショップの個性を出したページ作りを心がけましょう。と言っても、お客様は商品を実際には手に取って見られません。そこでページ作りのコツを伝授します。

ワンポイント・レッスン

鮮明で、実物に近い写真を様々な角度から撮影し、複数枚載せよう。
商品タイトル・キャッチコピー は、消費者に「買いたい」と思わせるように工夫しよう。
商品情報はショップ独自の視点で伝え、商品をイメージできるような説明を記載しよう。
商品情報の詳細（サイズ・エピソード・豆知識・うんちく等）を記載しよう。

写真 2



特に重要なのは、商品の写真です。左の「写真2」と「写真3」を見比べて下さい。何もせず撮影した「写真3」に比べ、2箇所から照明を当てて光沢のある布を敷いた「写真2」は随分見映えが良いと思いませんか？ 写真の見映えを良くするために比較的安価で購入できる市販の撮影キット等を使うのもオススメです。また実店舗がある強みを活かして、既に商品を購入して頂いたお客様の「レビュー（感想や評価等）」を載せるのもよいですね。

写真 3



商品ページも2つは載せたし、お店らしくなってきたぞ！ よし、もしカフェ Web ショップのオープンだ。いらっしゃいませ～



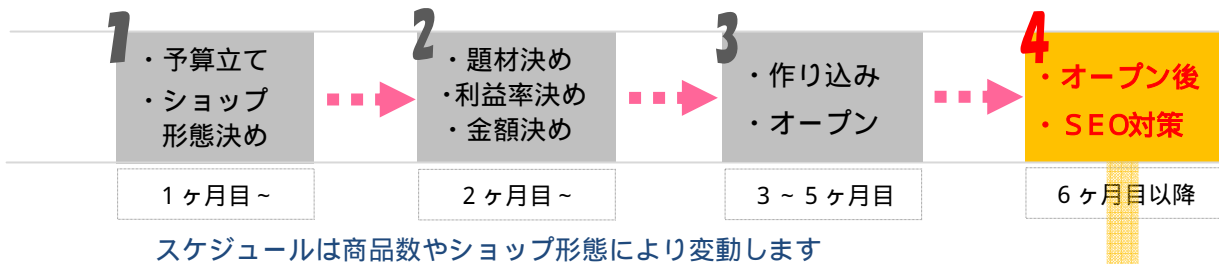
ちょっと待って！ はやる気持ちは分かりますが、商品ページが2つ位ではオープンしてもお客様は来ないのではないですか？ 実店舗をよく見てみて下さい。色々な商品が沢山陳列してありますよね。商品点数が多いほどお客様

様に色々な商品を見てもらえたり、第4回で説明する SEO にも有利になってきます。ページの作り込みは労力を要しますが、ショップを多くの人に宣伝するために沢山の商品載せてからオープンさせましょう。

第4回

繁盛させるための工夫とは ~ SEO 対策編 ~

いよいよもしカフェ最終回となりました。果たして無事に Web ショップをオープンさせることができるのか?! そして実はオープン後にも大事な作業が残っているのです。



売れない……



Web ショップをオープンして1カ月が経った……でも、いまだ売上はゼロ……。一応1日に50アクセスはあるし、商品ページは30ページも作ったのになあ。実店舗でも「ショップを見てね～」と宣伝しているのだけれど、先生、僕の Web ショップはどうすれば良くなるのか教えてください!

「ショップページの見直しをしよう」



講師：
八幡先生

まずは、**設定金額の見直しが必要です**。この連載の第2回時に商品の金額を決めましたよね(6~7ページ参照)。それが本当に適正金額だったかどうかをもう一度検討してみましょう。ライバル店と比較してみて高かったり安かったりしている場合は、販売金額の変更も考えなければいけません。それから**SEO対策はきちんとやっていますか?**



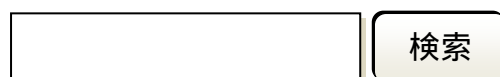
エスイーオー? 先生、うちはコーヒー関連商品を扱う Web ショップですけど、そんな豆の種類は初めて聞きました。



SEO対策をやらずに Web ショップを運営するのは、看板も出さずにお店を経営するようなもの。膨大な数の Web ショップの中からあなたのショップをお客様に見つけ出してもらい、そして訪問してもらうためには最も重要な作業の一つなのです。

今やインターネットの世界で“何か”を探し出すには、Yahoo や Google といった検索エンジンに自分が探したい“何か”のキーワードを入れて検索するのが一般的となっています。下の図1のような検索ボックスを見たことはありませんか? 例えばコーヒー豆を探しているお客様がここに「コーヒー豆」と入力した時、**あなたのショップが検索結果ページの上位に表示されていれば、あなたのショップを見に来てくれる可能性がありますよね**。これが SEO 対策の効果です。では次ページで SEO 対策について詳しくお話ししましょう。

図1



検索ボックス。ここに単語を入力して情報を探す。

「SEO対策をしよう」

SEO対策とは……

「検索エンジン最適化」と呼ばれるもので Search Engine Optimization の略。Yahoo、Google に代表される検索サイト上で、自分の Web ショップが上位に表示されるようホームページを改善すること。

SEO対策で特に重要となるのは次の3つの要素です。1つ目は「title (タイトル) タグ」。これはブラウザの最上部に表示されるもので、検索サイトの検索結果にタイトルとして表示されます。2つ目は「meta keyword (メタキーワード) タグ」。これは自分のサイトが何というキーワードで検索されて欲しいかを指定するものです。そして3つ目が「meta description (メタデスクリプション) タグ」。自分のサイトはこういった趣旨で、どんなことをするサイトなのか、という点に関して概要的な説明文を表記します。これら3つの要素は検索エンジンに巡回してもらった時に検索結果から自サイトへ誘導するための手段となりますので、必ず記載するようにしましょう。レンタルサーバー型の Web ショップの場合、入力欄があらかじめ用意されているので、そこへ記入していくことができます。

ワンポイント・レッスン

キーワード選びのコツ 自分が買う側になったつもりで、消費者の心理プロセスを考えてみましょう。例えばある消費者が苦味のあるコーヒー豆を探しているとします。まだ情報収集の段階であれば「コーヒー豆 苦み」と漠然と検索するでしょう。一方、購入段階であれば「キリマンジャロ 深煎り」とより詳細に検索するはず。このように消費者の「欲しい商品像」と一致するようなキーワードを選ぶことがコツです。

SEO診断ツールを使おう 検索サイトを經由した訪問者は、一般的に検索結果の1、2ページ目に表示されるサイトで大体の用事は済んでしまい、3ページ目以降はなかなか見てくれないものです。そこで「無料 SEO対策 診断」と検索するといくつか診断ツールが出てくるので、自サイトの分析をしてみましょう。また自分のショップと同じような商品を扱っているショップで検索上位に来ているライバル店は良いお手本です。競合ショップを分析して、自サイトのキーワード選びの参考にしてみましょう。



実店舗があるなら、その所在地もキーワードに設定しましょう。これにより、例えば「足立区」と検索した際にあなたのショップが検索結果の上位に表示されやすくなります。同時に、ショップのアドレスを記したチラシ等を実店舗で配布すれば顧客の囲い込みとして一層効果的です。

そして3ヶ月後

カチッ



やった～、初めてのお客様だ～！ SEO対策が効いたのか、はたまたショップページの見直しをしてみたのが良かったのかもしれないな。

しかも、なんと九州の人からの注文だ。これがネットの集客力が…。

よし、次は1日500アクセスを目指して頑張るぞ～！



よかったですね。でも運営はこれからが大変。半年後に月3万円、そして1年後には月10万円と少しずつでも売上目標を達成できるようなショップに育てていきたいものです。

その後…

Webショップを運営してみて…



僕のオリジナルカフェがついにWebショップ開店までたどり着いたぞ。遠方のお客様がネットで買ってくれるのは喜びもひとしおだ！ 八幡先生、ありがとうございました。



これからも頑張ってくださいね。実店舗と同じように、Webショップもアフターケアがとても大事です。少し売れるようになったからといって油断していると、すぐにライバルショップに出し抜かれます。またSEO対策も日々変化していています。そのためにも、ネットはもちろんテレビや新聞、雑誌等色々なアンテナを張り巡らせてショップに必要な情報をキャッチし続けて下さいね。

さて、今回の「もしカフェ第2弾」ではWebショップ開業前から運営までを要約して説明させて頂きましたが、いかがでしたか？ 販促方法（プレゼント企画やメルマガ発行）やアクセス解析等々、紙面上で掲載しきれなかった実践テクニックはまだあります。

一番大事なのは、一つ一つのショップによって運営の仕方が違うということです。「ネット上にショップを開店してみたい」「会社にある在庫を何とかして処分したい」と考えている方がいらっしゃいましたら、ぜひ私のWebショップ相談にいらして下さい。一緒に問題点を分析したり、よりよいショップを作り上げていきましょう。

【監修者】八幡早苗 【略歴】平成14年より約5年間、ネットショップ作成・運営業務の実務を担当。楽天・Yahoo・ビッダーズ等のショッピングモールに加え、いくつかの自社サイトも展開し、各ショップ店長としての経験も豊富。ネットショップ開設・企画・運営事業を数多く手掛け、インターネットを活用した物販のアドバイスを行っている。

当コーナーを監修されている、八幡早苗ウェブショップアドバイザーは産業情報室の相談員です。さらに詳しく無料相談についてお知りになりたい場合はお気軽に産業情報室までお問い合わせ下さい。

計画作りから店舗のオープンまでを描いたバーチャル体験記第1弾『もしもカフェを開くなら中小企業診断士編』では、Webショップ開設前の「もしもカフェ」が掲載されています。産業情報室にて配布しておりますので、ぜひ本紙と併せてご覧下さい。

駐車場はございません。お車でお越しの際は近隣駐車場のご利用をお願いしております。



もしもカフェを開くなら Webショップ編

発行日：平成22年10月1日

発行：あだち産業センター

1階 産業情報室

編集：グッジョブ編集部

〒120-0034

足立区千住1-5-7

TEL：03-3870-1221

MAIL：info@a-iir.jp

Web：http://www.a-iir.jp