

CSSnITE

Coders  
High  
2018

2018.9.29

# コーダーも知っておきたい 解析事情 2018

株式会社エスファクトリー  
井水大輔



井水 大輔 Imizu Daisuke

ウェブマーケター / ウェブアナリスト

- 株式会社エスファクトリー代表取締役
- ウェブ解析士マスター
- LinkedInラーニング トレーナー





# 著書・寄稿

企業ホームページとネットマーケティングの実践情報サイト



## Google データスタジオによる レポート作成の教科書

成果を上げるWeb解析レポートを徹底解説

佐々木 秀憲、稲葉 修久、小田切 紳、藤岡 浩志、  
井水 大輔、平野 泰幸、小田 則子、窪田 望、古橋 香緒里 [著]  
小川 卓、江尻 俊章 [監修]

Google データスタジオを使いこなして  
「正しく解析する」ためのレポートを作ろう!

630  
4,787円

490  
4,417円

データはリアルタイムで更新。

ローカルでの作業は不要!

コードやレイアウトを、さまざまなデバイスで確認可能!

リアルタイムで共有、共同作業可能!

マイナビ

ウェブデザイン | Web Designing | Vol.176 / 2016 3

# WD

Web Designing

## The secret of Engagement

「また、このサイトに来てしまった」には理由がある  
デジタル時代の「リピーター&ファンを生む」新法則

# Engagement

「エンゲージメントの高い顧客＝リピーター」ではない! 既にサイトに立ちまわったユーザー登録の履歴の利用目的まで考えた? タイムス カル プラスのポイント制度 4人の「エンゲージメントのプロ」から学ぶ成功事例を分析!

定価1,530円

Web Analytics Consultants Association

## 初級ウェブ解析士 認定試験公式テキスト

# 2016

第7版

Web Analytics Consultants Association

編集：一般社団法人ウェブ解析士協会  
監修：守口麗子(株式会社大手電機株式会社)

top management magazine Telecom Forum

# テレコム・フォーラム

6 June 2015

### 高額商品でも販売につながるウェブ活用事例

高額商品でも販売につながるウェブ活用事例

この店舗は、接客の機会を減らさず、顧客の来店を促すためのウェブ活用事例を紹介している。高額商品の販売につながるウェブ活用事例を紹介している。高額商品の販売につながるウェブ活用事例を紹介している。

■ ICT活用推進

- ・高額商品向け対応をスケーラブルにする「老人性認知症」の日報共有サービスを導入し社内コミュニケーションを促進
- ・プロダクト管理「Ruby (ルビー)」を拡張し、高額商品でも販売につながるウェブ活用事例を実現
- ・業務用PCでネットを安全に利用するための「Google Chrome」を「FireFox」から「Chrome」に変更

■ 電話応対教育 (CS向上)

- ・教育用の新しい教材は、「お客様への親切な対応」をテーマにした「電話応対」をテーマにした教材を開発
- ・コールセンターと業務部門を連携させ、「お客様」を言葉で経営理念を伝達し、お互いを尊重しあう自己表現～攻撃的な自己表現

■ 高額商品でも販売につながるウェブ活用事例

この店舗は、接客の機会を減らさず、顧客の来店を促すためのウェブ活用事例を紹介している。高額商品の販売につながるウェブ活用事例を紹介している。高額商品の販売につながるウェブ活用事例を紹介している。



「Google データスタジオ入門」、「売上UPにつながるSEO講座」など

# 目次

- ウェブ解析の重要性について
- 正しいデータを取得するためのタグの設定方法
- タグの管理はタグマネージャーで行う
- 単なるタグ設定では取得できないデータの取得方法

## この3つだけ覚えてください

- 解析タグは正しい場所に設置する
- タグを設置するだけでは取れないデータを取ろう
- Googleタグマネージャでさらに便利に

# みなさん普段どこまでされていますか？

1. 解析周りはノータッチ
2. 解析関連のタグの設置は一通り理解している
3. 分析までしている
4. タグマネと連携してレポートもバリバリ作っている



# 目次

- **ウェブ解析の重要性について**
- 正しいデータを取得するためのタグの設定方法
- タグの管理はタグマネージャーで行う
- 単なるタグ設定では取得できないデータの取得方法

いいものを作っても売れない…

# ニーズの多様化

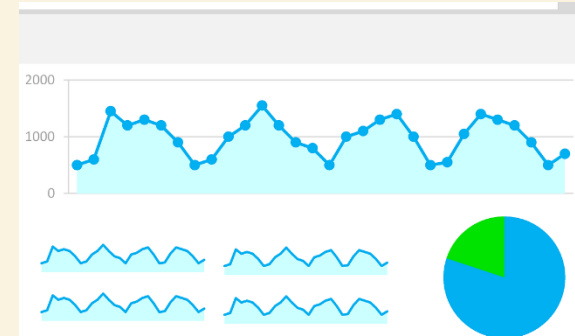
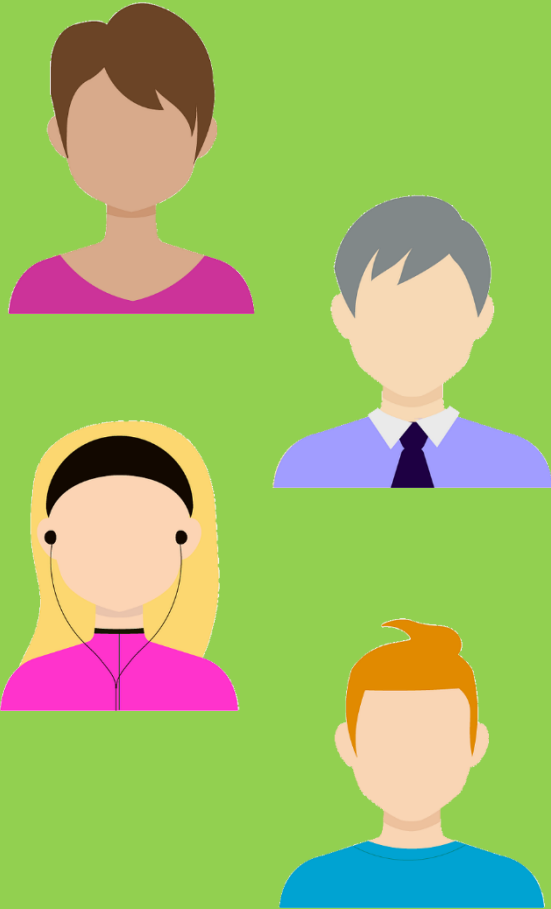


ユーザーの**行動心理**をいかに**読み解く**かが**カギ**

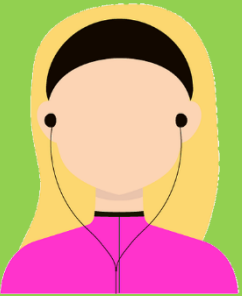




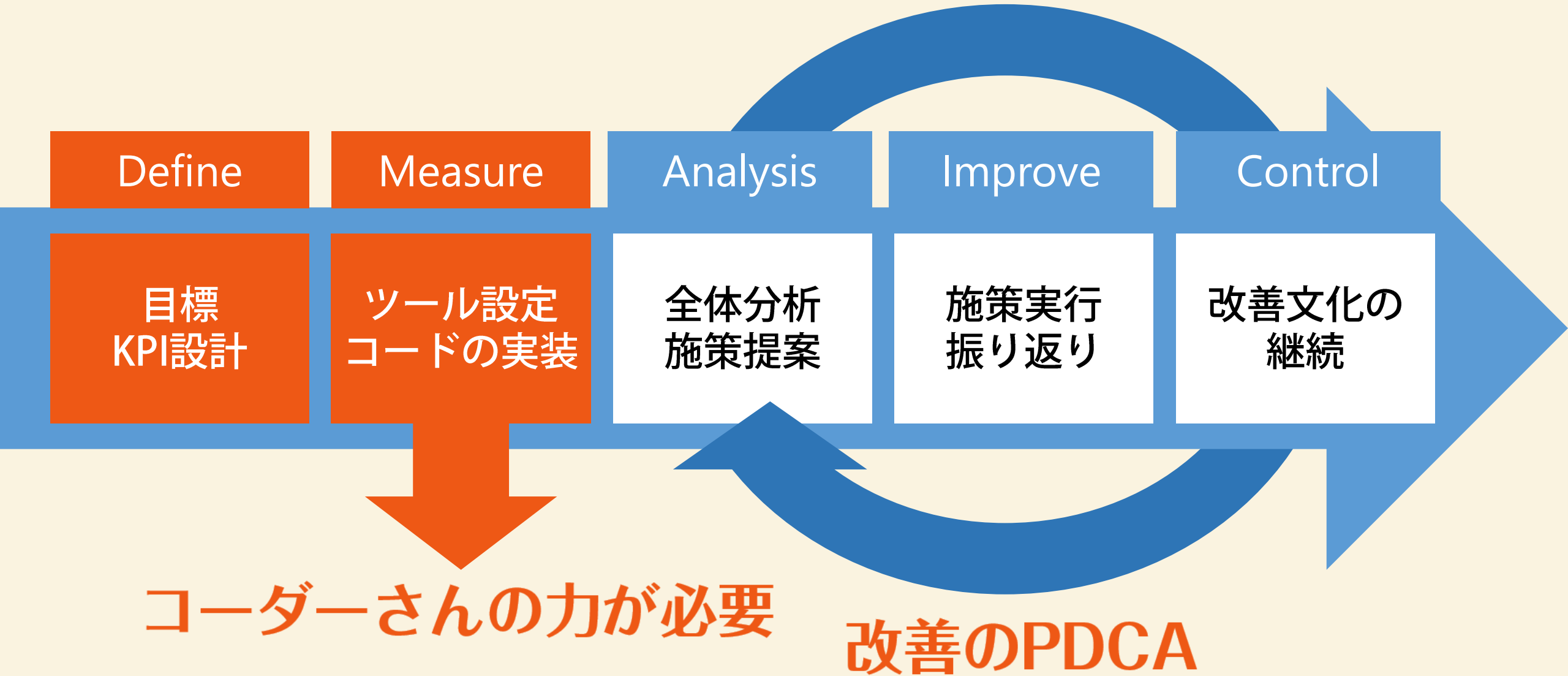
# 行動履歴からニーズを読み取り、事業の成果につなげる



行動履歴からニーズを読み取り、事業の成果につなげる



# データを活用したサイト運営はDMAICプロセスで



# 目次

- ウェブ解析の重要性について
- **正しいデータを取得するためのタグの設定方法**
- タグの管理はタグマネージャーで行う
- 単なるタグ設定では取得できないデータの取得方法



# Googleアナリティクスのタグはどこに入れる？

1. `<head>`の後
2. `</head>`の直前
3. `<body>`の直後
4. `</body>`の直前
5. `<body></body>`内だったらどこでもよい

# Googleアナリティクスのタグはここに入れる

1. <head>の後



いまはココ

\*文字コードの下に入れてください。

<meta charset="UTF-8" />の直後がベスト位置

## グローバルサイトタグ gtag.js

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-XXXXXXXX-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-XXXXXXXX-1');
</script>
```

検索 レポートとヘルプを検索

ホーム

カスタム

レポート

リアルタイム

ユーザー

集客

行動

コンバージョン

管理

ユーザー

2

プロパティ + プロパティを作成

Smilejourney



プロパティ設定

ユーザー管理者

3

js トラッキング情報

4

トラッキングコード

データ収集

データ保持

User-ID

セッション設定

オーガニック検索ソース

参照元除外リスト

検索キーワード除外リスト

サービス側のリンク設定

Google 広告とのリンク

AdSense のリンク設定

Ad Exchange のリンク設定

すべての商品

ポストバック

ユーザー定義

トラッキング ID

UA-52132487-1

ステータス

過去 48 時間にトラフィックデータを受信しています。

2

現在のアクティブ ユーザー数です。詳しくは、[リアルタイムのトラフィック](#) 確認ください。テストトラフィックを送信 

ウェブサイトのトラッキング

グローバル サイトタグ (gtag.js)

このプロパティで使用できる Global Site Tag (gtag.js) トラッキングコードです。このコードをコピーして、すべてのウェブページの <HEAD> 内の最初の要素として貼り付けてください。ページにすでに Global Site Tag 場合は、以下のスニペットの **config** 行のみを既存の Global Site Tag に追加してください。

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-52132487-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-52132487-1');
</script>
```

Global Site Tag (gtag.js) を使用すると、Google のサイトの測定、コンバージョントラッキング、リマーケティングでのタグ設定が合理化されます。タグの管理や実装も容易になります。また、公開される最新の動的な機能やすぐに活かすことができます。[詳細](#)

Google タグマネージャ

解析タグやトラッキング タグの数が多く場合は、無料の Google タグマネージャを使うとサイトへのタグ設定

1

発見

管理

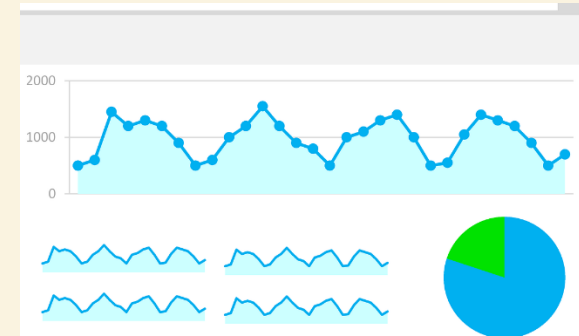
# 広告コンバージョンを計測するためのタグ設定



```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-XXXXXXX-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-XXXXXXX-1');
</script>
<!-- Event snippet for 問合せ完了 conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-XXXXXXX/XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXID'});
</script>
```

## タグ設置



- いつ？
- どんな人？
- どの広告？
- どんなキーワードでコンバージョンしたか、などがわかる





# Google広告のコンバージョンタグの場合

- グローバルサイトタグを全ページに設置する
- コンバージョンページにイベントスニペット (Google広告のコンバージョン計測用のコード) を設置する

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-XXXXXXXX-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-XXXXXXXX-1');
</script>
<!-- Event snippet for 問合せ完了 conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-XXXXXXXX/XXXXXXXXXXXXXXXXXXID'});
</script>
```

# Yahoo!プロモーション広告のコンバージョンタグ場合

- コンバージョンページにタグを設置する  
↳</body>の前

```
</body>
```

```
<!-- Yahoo Code for your Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
  /*  */
  var yahoo_conversion_id = XXXXXXXXXXXX;
  var yahoo_conversion_label = "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX";
  var yahoo_conversion_value = 0;
  /*  */
</script>
<script type="text/javascript" src="https://s.yimg.jp/images/listing/tool/cv/conversion.js">
</script>
<noscript>
  <div style="display:inline;">
    <img height="1" width="1" style="border-style:none;" alt="" src=
"https://b91.yahoo.co.jp/pagead/conversion/XXXXXXXXXXXX/?value=0&label=XXXXX3kQwtOXXXX&guid=ON&script=0&disvt=true"/>
  </div>
</noscript>
</body>
```

他にどんなタグがあるの？







# Facebookピクセルコードの設置

- 関連するページ（すべてのページ）  
└</head> の直前

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document,'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', 'XXXXXXXXXXXXXXXXX');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- End Facebook Pixel Code -->

</head>
```

# Twitterユニバーサルウェブサイトタグの設置

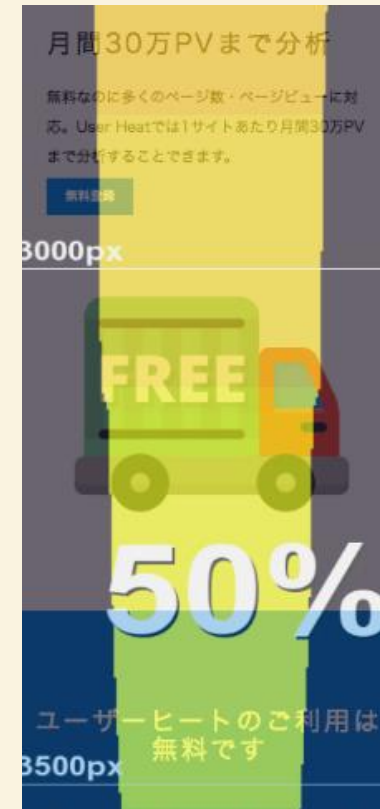
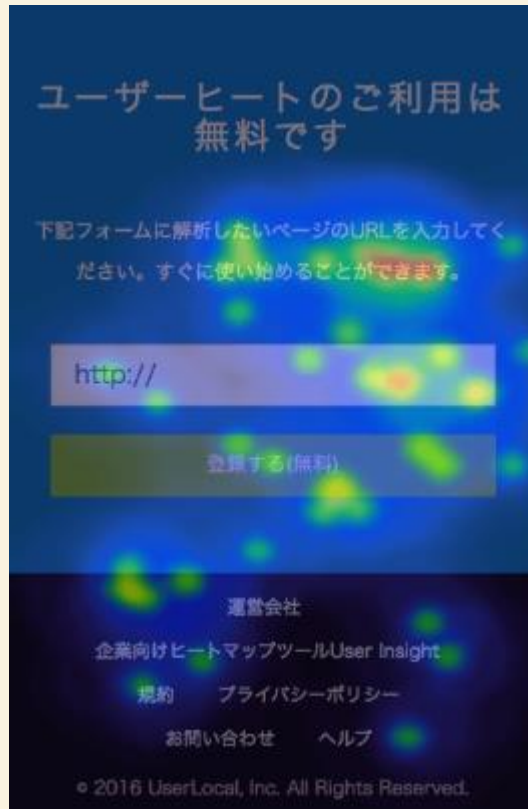
- すべてのページ  
↳ </body> の直前

```
<!-- Twitter universal website tag code -->
<script>
!function(e,t,n,s,u,a){e.twq||(s=e.twq=function(){s.exe?s.exe.apply(s,arguments):s.queue.push(arguments)};
},s.version='1.1',s.queue=[],u=t.createElement(n),u.async=!0,u.src='//static.ads-twitter.com/uwt.js',
a=t.getElementsByTagName(n)[0],a.parentNode.insertBefore(u,a)}(window,document,'script');
// Insert Twitter Pixel ID and Standard Event data below
twq('init','nyk0b');
twq('track','PageView');
</script>
<!-- End Twitter universal website tag code -->

</body>
```

# ヒートマップツールのタグ設定

- 計測したいページ  
└<body></body>の間 or  
</head>の直前が多い



# 設置タグまとめ (すべてのページ)

<html>

<head>

<meta charset="UTF-8" />の直後がベスト位置

Google アナリティクス

Googleタグマネ(1)

Facebookピクセル

ヒートマップツール(A)

</head>

<body>

Googleタグマネ(2)

<a onclick="ga('send','event'...);">

イベントトラッキング

<a class="tel\_top">

Googleタグマネージャー

Twitter解析

ヒートマップツール(B)

</body>

</html>

# 設置タグまとめ (コンバージョンページ)

```
<head>
```

```
  Google アナリティクス
```

```
  Google 広告
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
  Yahoo!プロモーション広告
```

```
</body>
```



そうはいっても  
管理が大変

# 目次

- ウェブ解析の重要性について
- 正しいデータを取得するためのタグの設定方法
- **タグの管理はタグマネージャーで行う**
- 単なるタグ設定では取得できないデータの取得方法



● タグ マネージャー  
検索キーワード

+ 比較

日本 ▼

2011/08/23~2018... ▼

すべてのカテゴリ ▼

ウェブ検索 ▼

人気度の動向 ⓘ



# タグマネージャーのメリット

- コードがすっきりする
- データの取得がラクになる
- 検証しやすい
- 管理しやすい

# タグは簡単にできました。

コードを編集せずにすべてのタグを管理します。Googleタグマネージャは、シンプルで信頼性が高く簡単に統合されたタグ管理を無料で提供します。

[無料で開始](#)



# タグマネージャのタグは2か所に貼る

## 1つ目→<head></head>内

<meta charset="UTF-8" />の直後がベスト位置

```
<!-- Google Tag Manager -->  
<script>(function(w,d,s,l,i){w[l]=w[l]||[];w[l].push({'gtm.start':  
new Date().getTime(),event:'gtm.js'});var f=d.getElementsByTagName(s)[0],  
j=d.createElement(s),dl=l!='dataLayer'? '&l='+l:'';j.async=true;j.src=  
'https://www.googletagmanager.com/gtm.js?id='+i+dl;f.parentNode.insertBefore(j,f);  
})(window,document,'script','dataLayer','GTM-XXXXXXXX');</script>  
<!-- End Google Tag Manager -->
```

## 2つ目→<body>の直後

```
<!-- Google Tag Manager (noscript) -->  
<noscript><iframe src="https://www.googletagmanager.com/ns.html?id=GTM-XXXXXXX"  
height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden"></iframe></noscript>  
<!-- End Google Tag Manager (noscript) -->
```

# 目次

- ウェブ解析の重要性について
- 正しいデータを取得するためのタグの設定方法
- タグの管理はタグマネージャーで行う
- 単なるタグ設定では取得できないデータの取得方法

# Googleアナリティクス通常のタグで 取得できるデータって？

- セッション（ユーザー）
- PV数
- 参照元
- 直帰率
- ランディングページ

などなど

よりユーザーインサイトを知るには？

通常では取れないデータを  
取る必要がある

# 工夫次第で取れるデータ

- 電話ボタンのクリック
- PDFダウンロード
- 外部リンククリック
- 動画視聴
- 読了率
- 口コミ件数
- ログイン有無 などなど



# コーダーは何をやる？



# イベントとカスタム定義

# イベントとカスタム定義

# イベント（トラッキング）とは？

通常ウェブサイト内の行動は「ページ閲覧」のデータが集計されているが、ページを遷移しない「リンクのクリック」「スクロール」「フォーム入力」など、ユーザーがウェブサイト内おこなう行動を計測する仕組み。

TELクリック

PDFダウンロード

動画の再生

# 計測するためのコードの実装方法



```
<a href="tel:0355796077">03-5579-6077</a>
```

## イベントトラッキング

```
<a href="tel:03-5200-7116"  
onclick="ga('send', 'event', 'tel', '初診予約', 'トップ', 1);"  
03-5200-7116</a>
```

- ① カテゴリ：リンクの種類（例：tel、ダウンロードなど）
- ② アクション：行った行動（例：予約、クリックなど）
- ③ ラベル：ファイル名・掲載場所など
- ④ 値（任意）：売り上げ貢献の値や数値など

ユーザ		プライマリディメンション: イベントアクション イベントラベル その他		グラフに表示		セカンダリディメンション: イベントラベル		並べ替えの種類: デフォルト		検索	
集客		イベントアクション ?		イベントラベル ?		合計イベント数 ?		ユニークイベント数 ?			
行動						557		396			
概要						全体に対する割合: 96.70% (576)		全体に対する割合: 95.42% (415)			
行動フロー											
▶ サイトコンテンツ											
▶ サイトの速度											
▶ サイト内検索											
▼ イベント											
概要											
上位のイベント											
ページ											
イベントフロー											
▶ サイト運営者											
ウェブテスト											
コンバージョン											
		1. 初診予約TEL		トップ上		148 (26.57%)		100 (25.25%)			
		2. 初診予約TEL		ヘッダー		63 (11.31%)		39 (9.85%)			
		3. 初診予約TEL		トップ下		41 (7.36%)		33 (8.33%)			
		4. 初診予約TEL		ナビTOP		40 (7.18%)		16 (4.04%)			
		5. 初診予約TEL		初診相談上		19 (3.41%)		15 (3.79%)			
		6. 初診予約TEL		症例トップ		18 (3.23%)		8 (2.02%)			
		7. 初診予約TEL		アクセスストップ		17 (3.05%)		13 (3.28%)			
		8. 診療時間外受付		トップ上		16 (2.87%)		12 (3.03%)			
		9. 初診予約TEL		診療・部分矯正の症例後		15 (2.69%)		10 (2.53%)			
		10. 初診予約TEL		ナビ		14 (2.51%)		10 (2.53%)			



イベントカテゴリ ?

イベントラベル ?

合計イベント数 ? ↓

ユニークイベント数 ?

1. 会員登録	Top_02	164 (48.52%)	154 (47.98%)
2. 会員登録	Top_01	125 (36.98%)	120 (37.38%)
3. 会員登録	Top_06	49 (14.50%)	47 (14.64%)

表示する行数:

10



移動:

1

1 - 3/3



# タグマネージャーを使用した場合の設定 (強く推奨)



```
<a href="tel:0355796077">03-5579-6077</a>
```

イベントトラッキング

```
<a href="tel:03-5200-7116"
```

```
class="tel_top"
```


```
03-5200-7116</a>
```

classやIDなどの識別子を設定するだけ

# Googleタグマネージャーでの設定が必要

## タグの設定

### タグタイプ

 Google アナリティクス - ユニバーサル アナリティクス  
Google マーケティングプラットフォーム

### トラッキングタイプ イベント


### カテゴリ TELクリック

アクション  
{{Page URL}}

ラベル  
{{Page Path}}\_{{Click Classes}}

## トリガーの設定

### トリガーの種類

 クリック・リンクのみ

✓ タグの配信を待つ  
待ち時間の上限 200ミリ秒

✓ 妥当性をチェック

これらすべての条件が true の場合にこのトリガーを有効化

Page URL 含む <https://www.ariake-dental.com/>

このトリガーの発生場所

Click URL 含む <tel:0355796077>

# これはマーケターの仕事

# イベントとカスタム定義

# カスタム定義とは？

Googleアナリティクスで自動的にトラッキングされないデータを収集、解析するために使用できるもの

ログイン有無

検索結果件数

口コミ数

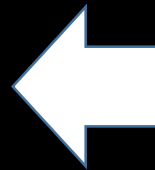
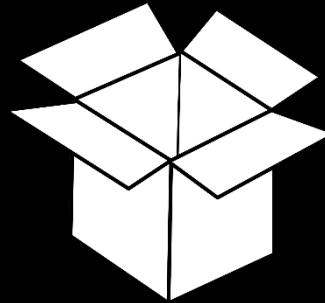
会員ID

検索条件

スコアの取得

# コーダーさんをお願いしたいこと

## データレイヤー変数の取得





# データレイヤーに値をセットする

- 該当ページ  
└ タグマネコードの直前

```
<script>  
window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
dataLayer.push({  
  'example01' : '渡したい値',  
  'example02' : '渡したい値',  
  'example03' : '渡したい値'  
});  
</script>
```

お知らせ

ウェブ解析士とは


ウェブ活用の相談

教材・著作

ウェブ解析士名簿

ウェブ解析を学ぶ

解析の仕事・求人



[ウェブ解析士一覧](#) [ウェブ解析士講座開催スケジュール](#) [ウェブ解析士模擬テスト](#)

## 重要なお知らせ

- 2018.09.04 [9月4日（火）事務局営業時間変更のお知らせ](#)
- 2018.08.28 [2018年度公式テキストのAmazonでの販売について](#)
- 2018.08.01 [【お詫び：障害報告】7月31日配信のフォローアップ試験\(テスト\)受講メールに関して](#)
- 2018.06.29 [【お詫び：障害報告】弊社サイトから講座・試験をお申込み頂いた方へ](#)
- 2018.06.21 [認定証の送付状況について](#)

## ウェブ解析士だより



2018.09.13

[オウンドメディアに関する指標をマスターして、自社サイトを解析してみよう](#)



2018.09.12

[Googleサーチコンソール（通称：サチコ）を設定してみよう](#)



2018.09.10

[【8月報告】2019年 上級ウェブ解析士カリキュラム分科会](#)



2018.09.07

[ママが在宅ワークをしてわかった、自宅で仕事をするメリット・デメリット](#)



2018.09.06

[Google マップの落とし穴！あなたが関わったウェブサイトは大丈夫？](#)

### ウェブ解析士専用メニュー

#### 会員専用ページ

- ▶ 実績一覧・編集
- ▶ 登録情報の編集
- ▶ 認定申請・送付先編集
- ▶ パスワード変更
- ▶ 受講者アンケート
- ▶ ログアウト
- ▶ よくあるご質問
- ▶ お問い合わせフォーム
- ▶ ウェブ解析士支援プログラム
- ▶ コンサルティング体験会へ参加
- ▶ ウェブ解析士向け 求人情報
- ▶ ウェブ解析士関連ロゴ

## 会員専用ページ



ウェブ解析士マスター

井水 大輔

(イミズ ダイスケ)

会員番号 WAC21213378

会員種別 正会員

所属支部 関東支部



💡 井水さんへのお知らせ →  
(ウェブ解析士マスター向けページ)

解析士名簿 公開中

実績が未登録です

2018年度 フォローアップ試験合格済

### 会員限定のお知らせ

2018.06.08

ウェブ解析士支援プログラム追加のお知らせ



2018.05.28

【動画講座】ウェブ解析士のための統計ショートセミナーを販売中



2018.05.09

2018/4/18 ISO19731勉強会(WACA:JMRA) の動画ご紹介



Default Channel Grouping	集客			行動		
	セッション <sup>?</sup> ↓	新規セッション率 <sup>?</sup>	新規ユーザー <sup>?</sup>	直帰率 <sup>?</sup>	ページ/セッション <sup>?</sup>	平均セッション時間 <sup>?</sup>
新規訪問者	146,211 (71.79%)	100.85%	147,457 (71.16%)	76.34%	2.22	00:01:22
未受験者	67,388 (64.29%)	0.00%	0 (0.00%)	46.57%	4.95	00:05:34
初級資格者	5,162 (4.92%)	0.00%	0 (0.00%)	68.31%	2.35	00:02:34
上級資格者	1,705 (1.63%)	0.00%	0 (0.00%)	52.96%	3.76	00:02:56

# 取得する値は取得設計書でおこなう

項番	内容	datalayer名	値の例
1	UserID	wacaNo	WAC21213378
2	資格レベル	licenseType	3
3	会員種別	memberType	1
4	支部	Branch	5

```
<script>  
window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
dataLayer.push({  
  wacaNo: 'WAC21213378',  
  licenseType: 3,  
  memberType: 1,  
  branch: 5  
});  
</script>
```

# こんなデータが役に立った 事例



# 1. TELボタン計測

- 各ページのTELクリック数

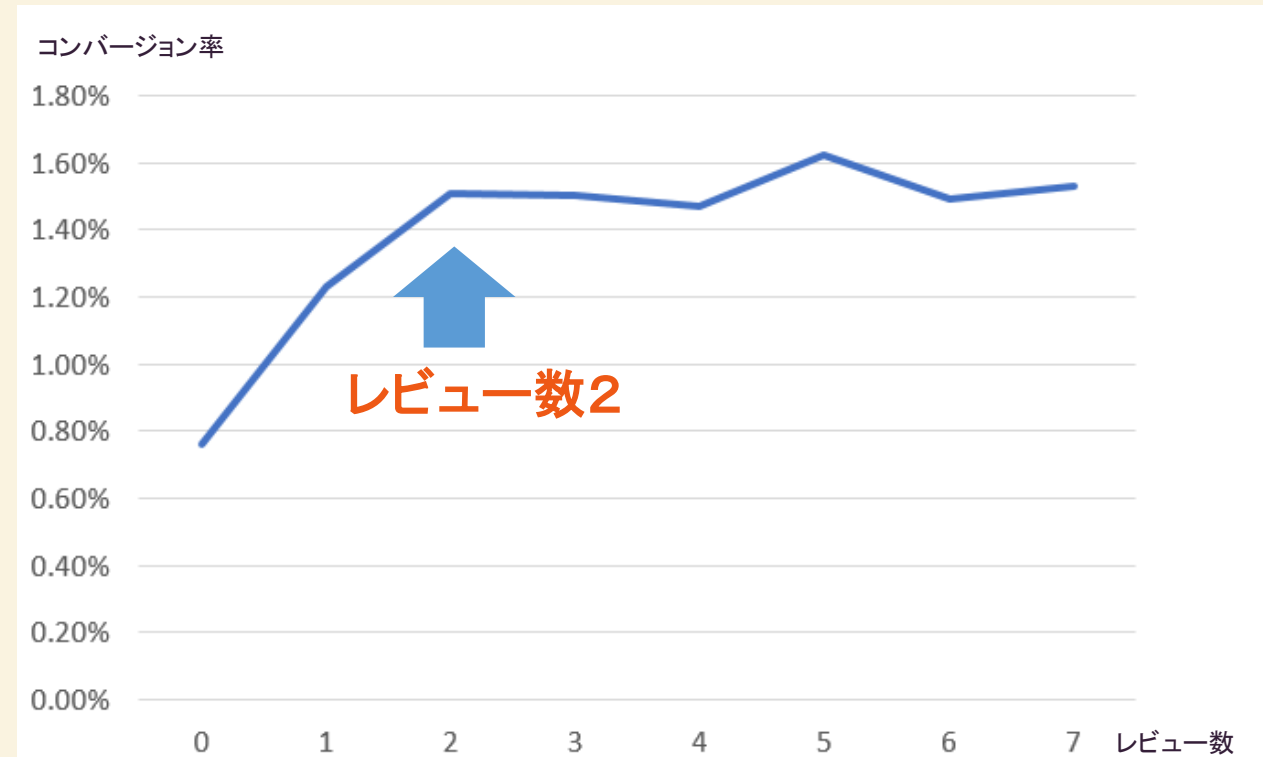
→どういったコンテンツがみられると予約につながりやすいかわかったので対策するページを絞って予約数UP

		訪問数	TEL数
1	かみ合わせ矯正ページ	3256	3
2	裏側矯正	865	4
3	マウスピース矯正	654	3
4	部分矯正	580	10

## 2. レビュー件数とCVの関係

- 商品のレビュー件数を取得

0→2までは購入率が増えていくが  
3以上はほとんど変わらない  
レビュー2個までは頑張る



### 3. 転職サイトの入力項目とオファー数の関係

- 登録スキル数、プロフィール文字数、オファー数の取得

→スキルの登録数によりどれくらいオファーが届くのか？  
プロフィールの文字数を150字以上書いているとオファー数が伸びるといったデータを元に、登録者にアドバイスを行えた。

プロフィール文字数	オファー率
0	100%
1~150	180%
150~	250%

面倒でも  
ビジネスで成果をあげるために  
必要なデータをきちんと取る

# おさらい

- 解析タグは正しい場所に設置する
- タグを設置するだけでは取れないデータを取ろう
- Googleタグマネージャでさらに便利に

# コーダーとして配慮すること

アナリティクスの  
タグ  
どうしますか？

このボタン計測  
しますか？

広告測定の  
タグ入れますか？

このひと言でコーダーとしての価値が上がります



# Thank you



Imidai



daisuke.imizu



daisukeimizu

気軽にフォローや友達申請してください

