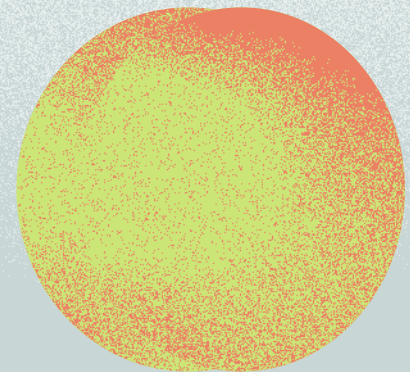
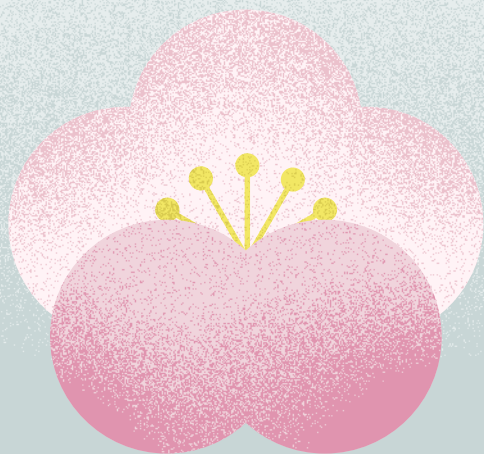
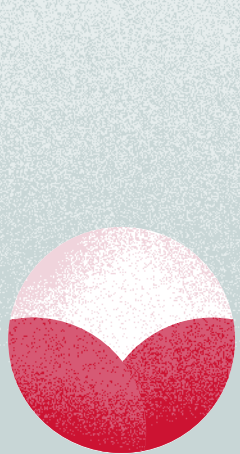


Portfolio

Odawara
Nana



(2025)



小田原 奈々 おだわら なな

1999 年生まれ。広島県広島市出身。

岡山大学 環境理工学部 環境デザイン工学科卒業。

岡山県のデザイン制作会社に Web ディレクターとして従事したのち、自ら制作することに憧れを抱き、デジタルハリウッド STUDIO by LIG に入学して Web デザインを学びました。

SKILL

【 デザインツール 】



Illustrator



Photoshop



Figma



Adobe XD

【 コーディング言語 】



HTML



CSS



JavaScript

LIKE



国内旅行



スイーツ



トイプードル

これまでしてきたこと

1 Web ディレクション

Web 制作において、クライアントの第一の窓口となって制作進行を担いながらライティングや撮影ディレクションにも携わりました。

2 Web 広告運用

商材やターゲットに合わせて Web 広告、SNS 広告の配信を行いました。担当した案件では、月間 ROAS(費用対効果) 1800% 超えを記録しました。

3 広報

自社広報として、ブログ記事や SNS の更新、メルマガ配信、制作実績掲載、周年 LP 制作などを行いました。

【 その他の業務 】



ライティング



撮影ディレクション



アクセス解析



プレゼンテーション



イベント運営支援



EC サイト改善提案

デザイナーになってしたいこと

新卒から Web ディレクターとして働く中で、クライアントやエンドユーザーの反応に触れるうちに、デザインが持つ力とそれがもたらす効果を強く感じるようになりました。



CONTENT

DESIGN

01 Flueri Party Space | ホームページ

クライアントワーク

企画

デザイン

コーディング

02 盛岡市観光 LP

架空制作

デザイン

03 オーガニック野菜宅配サービス LP

スクール課題

デザイン

コーディング

04 クリエイタースクール LP

スクール課題

デザイン

05 懇親会アイキャッチ | ホームページ

クライアントワーク

デザイン

DIRECTION

06

クライアントワーク

ディレクション

07

クライアントワーク

ディレクション

08

クライアントワーク

ディレクション

広告運用

01 / Design



Fleuri Party Space

レンタルルームホームページ

時間制でレンタルを行っているパーティールームの紹介用ホームページを制作しました。

DATA

2ヶ月間（2025年5月～6月）

クライアントワーク

企画

デザイン

コーディング



広島県広島市の中心部にある レンタル制のパーティールーム



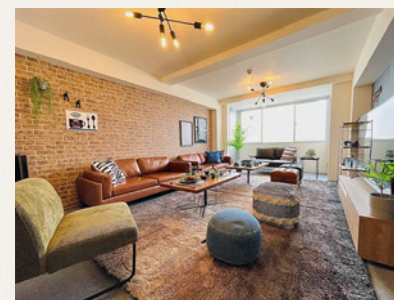
課題

- 1 施設紹介やおすすめの使い方など利用ニーズへの訴求が弱く、**予約ハードルが高い**ため利用者数が少ない
- 2 情報の掲載が外部の予約サイトのみとなっており、独自の世界観を伝えきれておらず**他社と差別化できていない**

差別化ポイント



近隣店舗



競合となる近隣店舗はカジュアルやシックな雰囲気のリームが多いため、**女子向けの世界観**を全面にアピールすることでターゲットに向けた差別化を狙う。

繁華街すぐの好立地で、 他にない世界観のお部屋でくつろげる

訴求ポイント

- 1 競合とはテーマの異なる **ピンク基調**のお部屋
- 2 **備え付けの設備**もあり、**様々なシーン**で利用可能
- 3 広島市で最も賑わう「広島本通り」から
徒歩1分で行ける **好立地**

ニーズ

- 友達の誕生日祝いパーティーに
- SNS 撮影のスポットとして

ターゲット

20 代前半の女性

大学生や社会人

- 旅行やカフェ巡りが趣味
- 写真を撮るのが好き



サイトの目的

- 利用者数 UP
- 認知度向上

コンセプト提案

サービスをお客様に覚えてもらうため、 レンタルルームに名称をつけることをご提案

それまで明確な名前が付けられていなかったため、
利用者に覚えてもらいやすくするために名前をつけることを提案しました。

部屋の雰囲気に合う意味や響き、覚えやすさ等を考慮して名前の案をご提出し、
その中の一案を新規名称として採用いただきました。

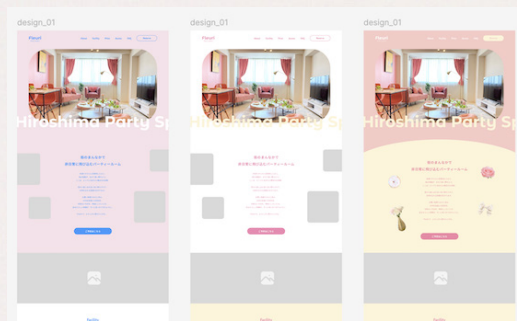


ファーストビュー制作過程

最も魅力が伝わる色や写真の使い方を模索

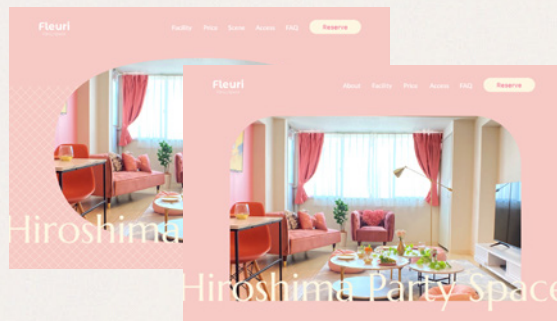
1 配色を検討

部屋の写真と調和しながら、世界観を表現できる色の組み合わせを試しながら検討しました。



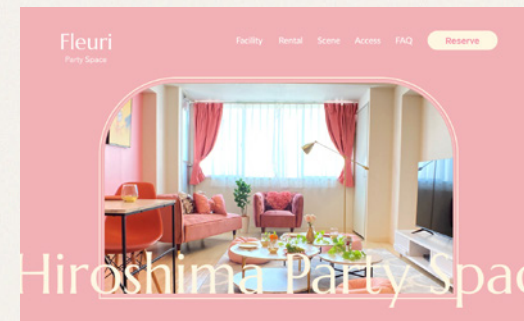
2 FV の写真の見せ方を決定

お部屋の世界観に「飛び込む」ことを表現するため、窓から覗き込んでいるような形で写真を使用。



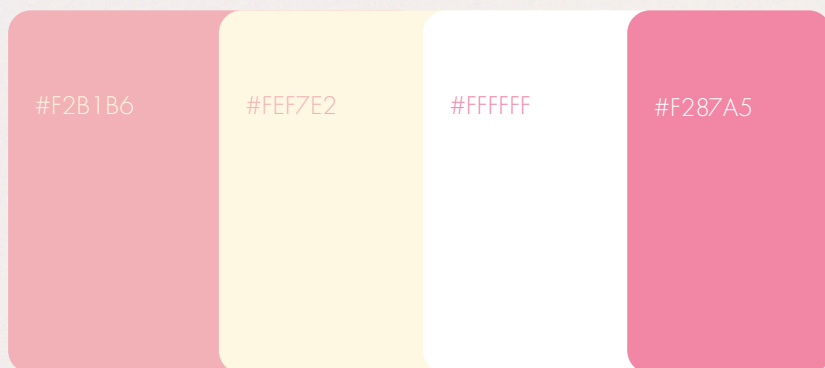
3 配色・FV が決定

決定した色の組み合わせでさらに文字の視認性を上げられるように色を調整し、写真には枠をつけてより窓のような雰囲気に。



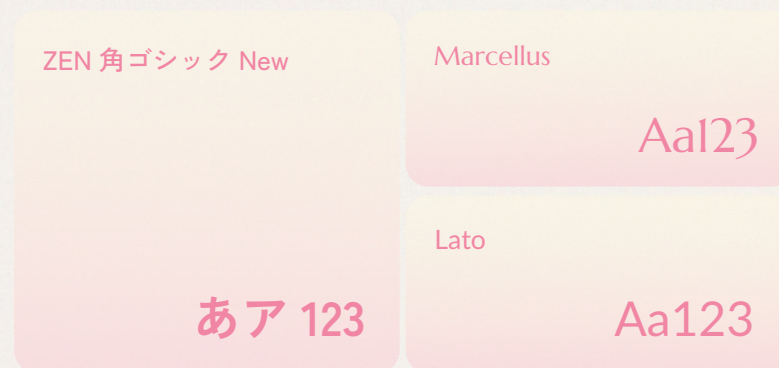
可愛らしくわかりやすい Web サイトを目指して、
色やフォントの組み合わせを工夫しました。

カラー



部屋の空気感を表現するために柔らかなピンクをメインに
使用しながら、視認性に注意して文字と背景のコントラス
トをつけられるような配色にしています。

フォント



メインのターゲット層にアプローチできるよう可愛らしく
女性らしい雰囲気 연출しながら、どこか上品さを感じる
ような読みやすいフォントを組み合わせで使用しています。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。



ファーストビュー・導入

窓から部屋を覗くように写真を切り抜き、部屋の世界に
ユーザーを誘うような形にしました。また MV から導入部
へ弧を描いて繋ぎ、自然にページスクロールを促します。

公開準備中のため以下にてご確認ください

<https://8n-n7.sakura.ne.jp/fleuri/>

ID / anne

PW / h13aw4



ご利用シーン

実際の利用シーンが想像しづらいユーザーが多いと
感じたため、他のコンテンツより装飾的にすることで
注意を引き、利用時のイメージ醸成を図ります。

02 / Design



盛岡市観光 LP

岩手県盛岡市のまち歩き観光促進のためのランディングページのスマホ版デザインを制作いたしました。

DATA

4 日間（2025 年 9 月）

架空制作

デザイン



自分がデザインする場合を仮定して制作を行いました。

元サイト

盛岡ノスタルジックトリップまち歩き MAP

<https://www.morioka-machiaruki.jp/>

サイト概要

プラチナマップの埋め込みがあり、観光スポットが簡単に確認できるほか、期間限定でデジタルスタンプラリーも開催している。



盛岡市独自の魅力が伝わる観光 LP を作る

サイトの目的

1 盛岡市の持つ雰囲気表現したい

古き良き建築物と現代的なカフェなどが共存し、懐かしさと新しさが両立する街の雰囲気を感じてほしい。

2 まち歩き観光の促進

盛岡市は歩いて回れる観光スポットが多いまちなので、「まち歩きを楽しむ」ことを推奨して複数スポットを回って欲しい。

3 若い女性が観光に来たくなる

若い女性をターゲットとしたインフルエンサーとのコラボ事業のため、盛岡市に来て写真を撮りたくなるような訴求がしたい。

ターゲット



20 代前半の女性

首都圏や盛岡市近郊に住む方

サイトの目的

盛岡市への観光促進

まち歩きをもっと楽しめるサイトに

変更ポイント



1 まち歩きに最適な スマホ特化サイトに

スマホを片手にまち歩きを楽しめるよう、モバイルファーストでデザインを制作しました。



2 写真加工で “エモさ”を演出

使用する写真にフィルムで撮ったような加工を施すことで、どこか懐かしい雰囲気を感じさせます。

参考イメージ



- 写真の加工やフォント選びで懐かしい雰囲気
- 全体の色使いやあしらいは現代的な可愛らしい表現

懐かしさと新しさが調和した 盛岡市の雰囲気表現することを目指して選定しました

カラー

#F7F7F7

#FAE9E7

#FFFDDF

#E9F3F5

パステルを基調とした柔らかい色使いで、盛岡市の写真素材に調和した優しい雰囲気デザインに。

フォント

DNP 秀英角ゴシック銀 Std

あア 123

Cormorant Garamond

Aa123

游明朝

あア 123

Montserrat

Aa123

歴史の長いフォントと比較的現代的なフォントを組み合わせることで独自の雰囲気表現しました。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。

デザインキャンプはこちらの URL よりご確認ください

<https://www.figma.com/proto/...>



ファーストビュー

手書き文字で抜けのある空気感を表現



フィルムカメラで撮影したような加工で懐かしさを感じる写真に

写真の中の人物の目線の先にコピーを配置して、視線誘導する

懐かしくて新しいノスタルジックタウン
まち歩きで盛岡の魅力を体感して。

盛岡市について

About

盛岡市について

豊かな森と

清らかな水に

恵まれた盛岡

森や野原の恵みと

海からの恵みが交わる交易地として栄え、
にぎわいが生まれました。

中心市街地を3つの川が流れ、
豊かな自然と近代的な都市環境が調和した
趣きある城下町です。

2006年1月には周囲の村との合併を果たし、
人口約30万人、面積886.47km²の
新生盛岡市となりました。

MORIOKA

線画のモチーフを散りばめて現代的な雰囲気を取り入れたデザインに

03 / Design



オーガニック野菜宅配サービス LP

岩手県盛岡市のまち歩き観光促進のためのランディングページのスマホ版デザインを制作いたしました。

DATA

6日間（2025年5月）

スクール課題

デザイン

コーディング



オーガニック野菜宅配サービス「スグ食べ」

新規 LP サイト制作想定

訴求ポイント

- 1 無農薬・有機野菜・オーガニック野菜を販売
- 2 「身体にいいものを販売している」ブランディング
- 3 産地直送だから新鮮で美味しい
- 4 旬のものが味わえる

デザインイメージ

- ナチュラルで明るく、清潔感がある
- ある程度リッチだが、キラキラしていない LP

ターゲット

- 成長期の子どもがいるママ
- 一般的なスーパーより
1.5～2 倍程度
食にお金をかけられる
- 「ていねいな暮らし」が好き



サイトの目的

- お試しセット購入
- リスティング広告からの流入用

制作コンセプト

「安心を買いたい」という思いに
優しく寄り添えるデザインに

初めての利用でも
買いたくなる
安心感のある
デザイン

スーパーより高くても
選びたい
美味しさ・
新鮮さを訴求

デザインルール

カラー

#F7F7F7

#FAE9E7

#FFDDDF

#E9F3F5

#E9F3F5

オーガニック系の雰囲気を感じるベージュカラーをベースに使用。ポイントカラーでは新鮮な野菜のような緑色やオレンジ色を使っています。

フォント

ZEN 丸ゴシック

M plus 1p

あア 123

Aa123

ターゲット層に合わせて、優しく柔らかい印象を与えつつ、情報がきちんと伝わる視認性の高いフォントを採用。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。



ファーストビュー・導入

新鮮な野菜を使って丁寧に料理を行っている写真を使用し、生活の中にスグ食べの野菜があることを想起させる。

公開準備中のため以下にてご確認ください
<https://8n-n7.sakura.ne.jp/sugutabe/>

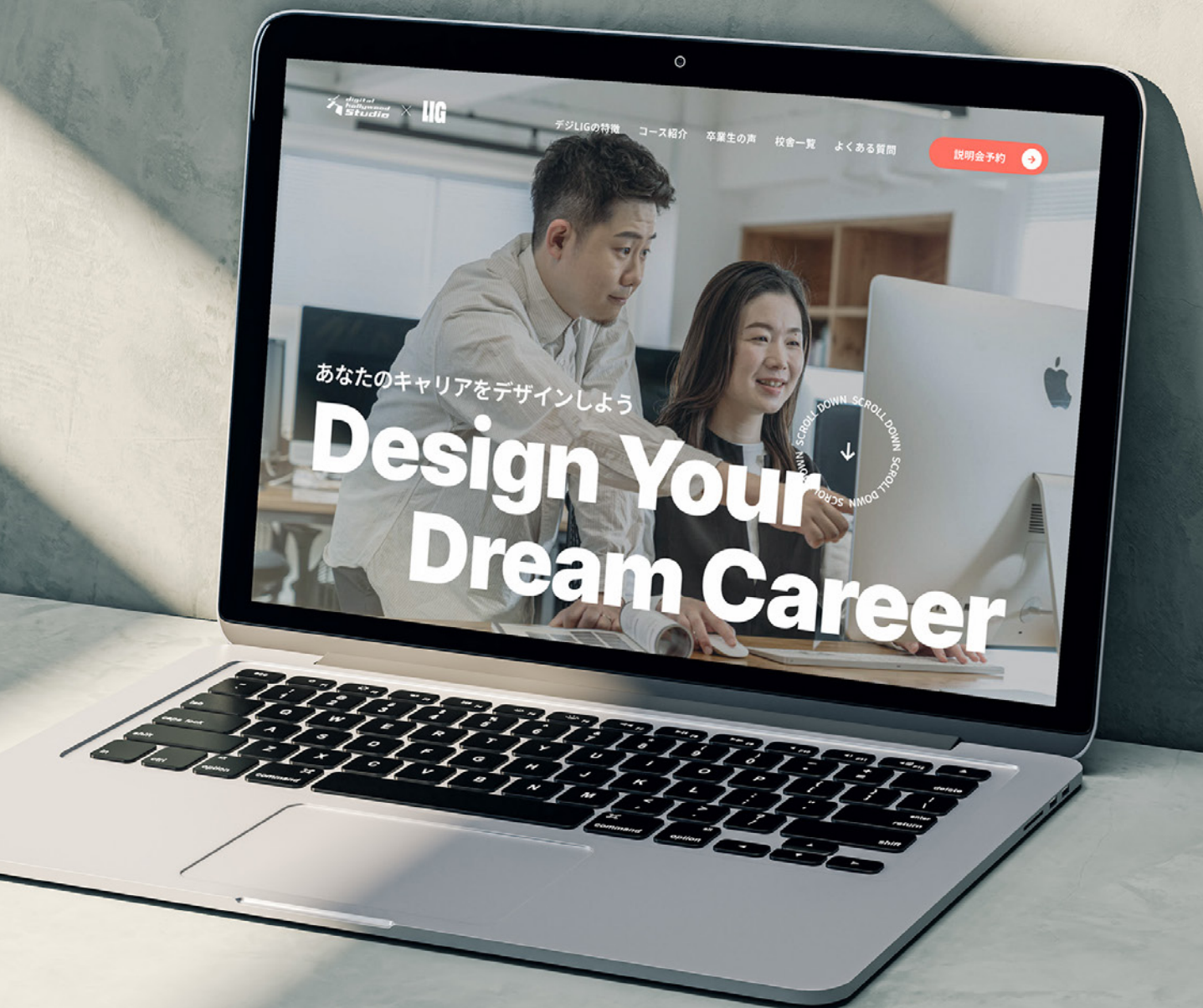
ID / anne
PW / h13aw4



ご利用シーン

LPの目的であるお試しセット購入は、他のセクションとは背景色を変えることで最も注目を惹きつけるように。

04 / Design



クリエイタースクール LP

スクール課題にて社会人向けクリエイタースクールのランディングページ制作を行いました。

DATA

5日程度（2025年3月）

スクール課題

デザイン



課題内容

デザインスクールの 2つ目のLPを制作する

現在のLP

<https://liginc.co.jp/studioueno>

【 課題の概要 】

現在公開されているランディングページとはテイストの異なる2つ目のサイトを制作する



決定した方向性

ターゲット

- 写真の加工やフォント選びで懐かしい雰囲気
- 全体の色使いやあしらいは現代的な可愛らしい表現

ニーズ

- 「未経験からデザイナーになりたい」
- 「信頼できるスクールを探したい」



圧倒的な成長で、
未経験から
本物のクリエイターへ。

デザインの仕事に憧れがある。
本格的にデザインを学んで転職・副業を行いたい。
場所や時間にこだわらない自由な働き方がしたい。

プロに学べるデザインスクールで、
あなたの夢を叶えてみませんか？



Reason

デジタルをすすめる理由



Point.01

9万人以上の
クリエイターを
輩出したカリキュラム

デジタルハリウッドSTUDIO by LIGは数多くのデ
ザインアワードを受賞してきた制作会社LIGと、デ
ジタルハリウッドが業務提携し運営しているWeb
クリエイタースクールです。

Point.02

現場で活躍する
クリエイターによる
LIVE授業



Jumpei Hayashi

Web Director

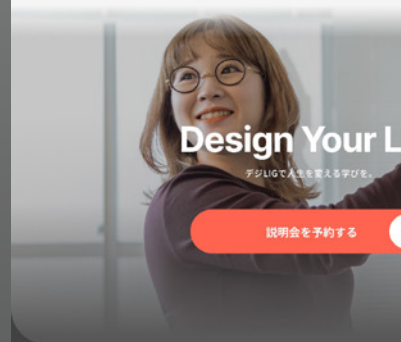
日本大学芸術学部卒業後、テレビ、ラジオ、Webメディア、プロ
スポーツイベント等、複数の媒体にてディレクター職を経験。
2013年9月からLIGに専任メンバーとして入社し、教育事業部
に配属（専任デジタルエデュケーション部）。



Natsu

Creative / Designer

2014年に東京の制作会社
デザイン・フロントエンド
制作会社を2社経て、LIG
なサイトのUI設計・デザ



FAQ よくある質問

Q 全くの初心者でも大丈夫ですか？

Q 自宅で学習可能ですか？

Q 子育てしながら学習は可能ですか？

Q 30歳を超えていても受講は可能ですか？

Q 卒業後のサポートはありますか？



デザインルール

課題

#F2B1B6

#FEF7E2

#FFFFFF

有彩色は学校のイメージカラーであるオレンジ色に絞る
ことで知的な雰囲気にしつつ、CTA を強調させています。

差別化ポイント

Noto Sans JP

Inter

あア 123

Aa123

広く使われているベーシックなフォントを使用して洗練され
たサイトを表現できるよう心がけました。

セクション紹介

一部セクションを抜粋して
ご紹介させていただきます。

デザインキャンプはこちらの URL よりご確認ください

<https://www.figma.com/proto/...>



ファーストビュー

学校のイメージカラーであるオレンジ色を用いて CTA ボタンを目立たせる

男性が女性を教えているような写真を使用することで、トレーナーが親身になって教えるスタイルを表現

「キャリア (Career)」という文字をファーストビューに記載することで、キャリア形成・転職を視野に入れた学校であることをアピール



懇親会アイキャッチ

スクールで開催されるオフライン懇親会のアイキャッチを制作しました。

DATA

4 日程度 (2025 年 8 月)

クライアントワーク

デザイン

Ai

旧友からのポストカード、のような ワクワク感を演出したい



使用場面

スクール内のオフライン懇親会の告知

テーマ

- 1 初めて他のスクール生と対面で交流する方の参加ハードルを下げる
- 2 卒業後しばらく経過した方も、気軽に行ってみようという気持ちにさせる

スクール生からいただいた感想

「明るい色使いですぐに目に留まって、懇親会に行ってみようと思った」

「可愛くて印象的だったから、友達にもシェアした」

など好意的な感想をいただくことができました。



06 / Direction

様が

ブランディング LP

が、学び舎で出会った新しい「わたし」について語るインタビューページです。ブランディングの一環として制作した LP において、制作とスチール撮影のディレクションを担当しました。

DATA

制作期間 2023 年 11 月～2024 年 2 月

チーム編成
ディレクター 1 名
デザイナー 1 名
コーダー 1 名
外部フォトグラファー 1 名

主な対応領域
見積作成
クライアント窓口
スケジュール管理
ワイヤーフレーム作成
撮影ディレクション
デザイン提案資料作成

Web サイトはこちらよりご覧ください

等身大の「いまの[]」を 高校生に伝えたい

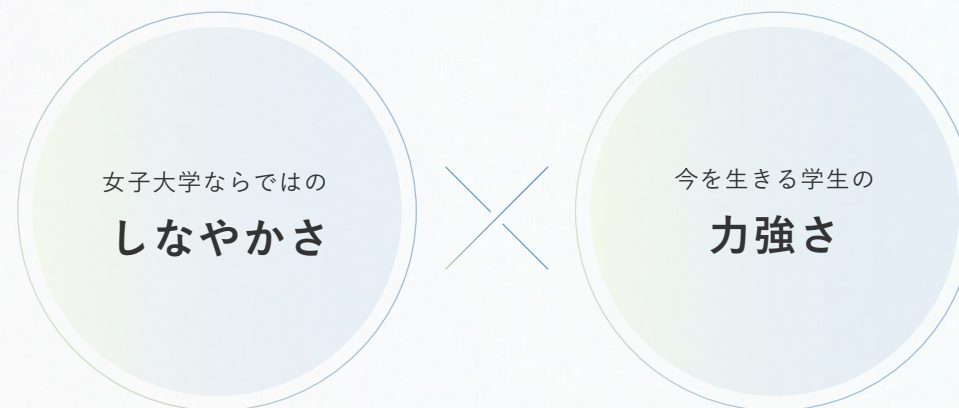
訴求ポイント

1 高校生に県内大学の良さを知ってもらいたい

大学として一番のターゲットである岡山県内の高校生は、県外の知名度の高い大学などの方に流れてしまっているため、県内にも魅力的な大学があることを知ってもらいたいという思いがありました。

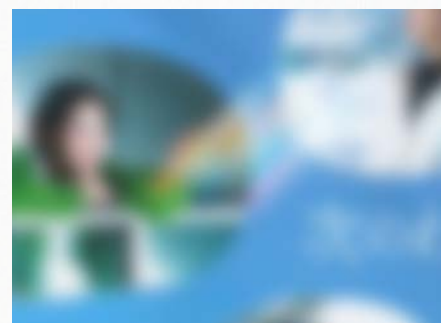
2 「お嬢様大学」のイメージを良い方向で 払拭したい

長い歴史や独自の文化がある女子大学であるため、お嬢様大学のイメージが根付いてしまっているということを問題視。今の等身大の[]と学生たちの力溢れる生き方を知ってもらいたいという目的がありました。



対照的な2つの要素を成立させるデザインを模索し、制作チーム内で相談を重ねる中で「光」をテーマにしたデザイン制作に辿り着きました。

デザイン表現



カラフルなライトリークで
聖堂のステンドグラスの輝きを表現



水鏡に指す太陽光を写真と
アニメーションを効果的に用いて再現

希望溢れる学生たちの 自然体な姿を撮影するために

撮影条件

当初は動画制作（他社）のみの想定で、後からサイト制作のご依頼があったためスチール撮影の時間は設定されておらず、動画撮影の合間で学生を連れ出してスチール撮影を行う必要がありました。

短時間撮影のために工夫したポイント

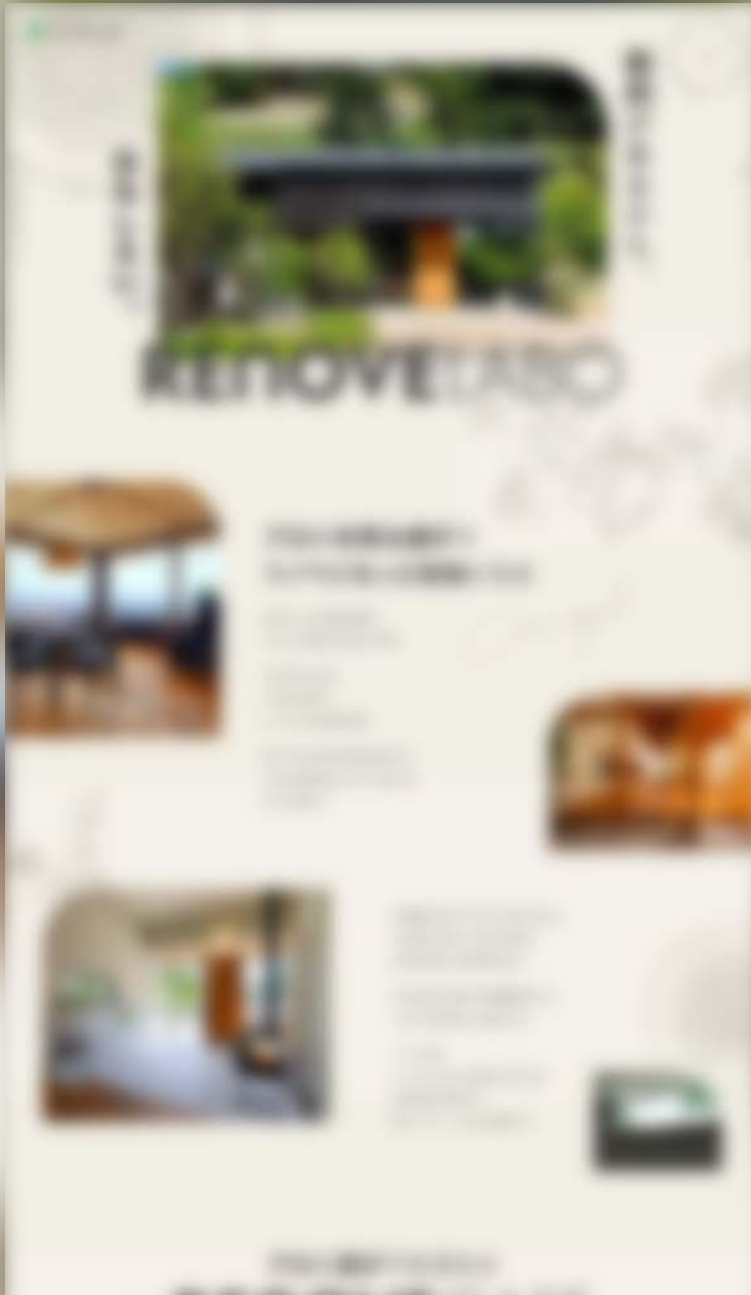
- 1 事前にフォトグラファーとロケハンに行きスポットを選定
- 2 学生の撮影可能時間を確認して細かくスケジュール調整
- 3 学生 10 人分の情報を事前に確認して話題を準備しておき、緊張感のない自然な表情を短時間で引き出す



限られた時間で効率的に撮影するため、参考カット集を作成してフォトグラファーと打ち合わせを行い、最低限撮っておきたい写真を共有することで撮り逃しのないように撮影に挑みました。



学生と会話をしながら撮影を行うことで、緊張をほぐして自然な表情を引き出すことに努めました。



07 / Direction

新規サイト制作

新築・不動産事業を行っている[REDACTED]のリノベーション事業用のサイト制作を行いました。「[REDACTED]のリノベーション」ならではの“遊びながら作る”という雰囲気を表現できるよう工夫しています。

DATA

制作期間 2023 年 9 月～2024 年 3 月

チーム編成
アートディレクター 1 名
ディレクター 1 名
デザイナー 1 名
コーダー 1 名

主な対応領域
見積作成
クライアント窓口
スケジュール管理
コンセプト提案
ワイヤーフレーム作成
ライティング

Web サイトはこちらよりご覧ください

要件定義

クライアントからのご要望

とにかく面白く 自分たちらしいサイトにしてほしい

不動産・新築・修繕など、少数精鋭で幅広く事業を展開されているクライアントのリノベーション事業のサイトの新規制作を担当させていただきました。

ご依頼は「とにかく面白く、自分たちらしいサイトにしてほしい」ということだったため、コンセプト等をご提案させていただくことから始まりました。

ターゲット

岡山県にお住まいの 30～40 代のご夫婦

- “あえて” リノベーションを選ぶ方
- 家づくりを楽しみたい方

サイト目的

来店予約／リノベーション事業の認知度 UP

コンセプト提案

サイトタイトル

新規サイト立ち上げのため「[REDACTED]のリノベーション事業」
としてサービス利用者に認知してもらえるよう [REDACTED]
[REDACTED] から命名しました。

サイトコンセプト

メインコピー

制約があるから、おもしろい

サブコピー

プロの本気な遊びで リノベはもっと自由になる

リノベーションの面白さは柱や土台が決まっている中で、最大限工夫して空間を創り上げていくこと、その中で最大限遊ぶこと、と話されていたお客様。

その言葉から着想を得て、[REDACTED]らしさを表現するコピーを提案しました。

コンテンツ設計

なぜリノベーションを選ぶのか 説得力のあるサイトに

不動産・新築・修繕など、少数精鋭で幅広く事業を展開されているクライアントのリノベーション事業のサイトの新規制作を担当させていただきました。

ご依頼は「とにかく面白く、自分たちらしいサイトにしてほしい」ということだったため、コンセプト等をご提案させていただくことから始まりました。

リノベカフェ&オフィス紹介

「遊びながら創る」と語るリノベーション事業の最高傑作であると感じ、[REDACTED]の第二オフィスでもあるカフェの紹介コンテンツを入れました。

遊び心はありながら個性的すぎない、心地よいバランス感の建物は[REDACTED]の魅力そのもの。建築家のこだわりを感じるポイントを丁寧に紹介しています。

リノベオーナーの本音座談会

リノベーションを実際に体験したオーナー様へのインタビュー動画の公開に併せて、動画の内容をベースに書き下ろした座談会を掲載。岡山弁などを活かしながら、ざっくばらんな雰囲気表現しています。





08 / Direction

歴史観光サイト

AR 観光イベント

歴史観光サイト [REDACTED] のディレクションを引き継ぎ、岡山市内での AR イベントの実施に合わせてストーリー 7、8 の更新を行いました。また、[REDACTED] の認知度向上を目的として AR イベント [REDACTED] を 2 年連続で開催しました。

DATA

プロジェクト期間 2022 年 6 月～2025 年 3 月
(担当期間／ 2023 年 5 月～2024 年 12 月)

チーム編成	【社内】	【外部協力】
	統括ディレクター 1 名	イラストレーター 1 名
	ディレクター合計 5 名	ライター 2 名
	デザイナー合計 5 名	フォトグラファー 1 名 他
	コーダー合計 3 名	※フェーズにより変動あり

主な対応領域	クライアント対応	ストーリー編集作業
	外注ライターとのやりとり	各種許可取り
	スケジュール管理	撮影依頼表作成
	ストーリーテーマ提案	CMS 登録・更新

Web サイトはこちらよりご覧ください



案件概要

〇〇〇〇は、岡山市の歴史を紹介しながらその歴史に紐づく観光スポットを紹介する歴史観光Webサイトであり、2022年度から2024年度まで3年間にわたって関連事業を運営していました。2、3年目にはその認知度向上を目的として、歴史スポットを巡るAR謎解きイベントを実施しました。

1年目（2022年度）

6つの歴史ストーリーを掲載した
〇〇〇〇を制作・公開

2年目（2023年度）

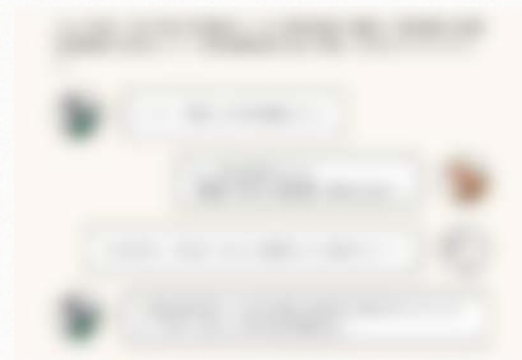
〇〇〇〇の認知度向上と、歴史観光の促進を目的としてAR謎解きイベント
〇〇〇〇を岡山市内の高松と万富の2エリアにて開催。

3年目（2024年度）

〇〇〇〇に2つの新規ストーリーを追加。同時にAR謎解きイベント
〇〇〇〇を実施し、前年の2エリアに加えて、さらに2エリア追加した計4エリアでイベントを開催。

岡山市が舞台の歴史をテーマにして物語形式で紹介。

歴史に詳しくない方でもテンポよく楽しめるストーリーと、関連スポットを巡れるモデルコースの紹介を1ページにまとめ、学んで巡る歴史旅の楽しみ方を紹介しています。



〇〇〇〇の認知度向上を目的として、2・3年目に開催したAR謎解きイベントです。イベントオリジナルキャラクターボイスには、ベテラン声優である〇〇〇〇氏を起用しました。

イベント開催により、従来観光客の少ない該当エリアにおいて2年で合計300名以上のユーザーが足を運ぶ結果となりました。



オリジナルキャラクター 〇〇〇〇

イベントLPはこちら

主な担当業務

2022 年度から 2024 年度までの継続案件に、2 年目から参加して主に以下の業務を担当しました。

2 年目（2023 年度）

広告運用・アクセス解析

イベントの認知度向上と参加者獲得を目的として、Web・SNS 広告を 2 名で分担して運用。計 4 媒体のうち、X、Instagram の広告運用を担当しました（Google 広告、Yahoo! 広告は別のディレクターが運用）。広告・アクセス解析レポートを照らし合わせ、性別・地域別の流入や離脱ポイントなどを分析しながら、広告内容変更や SNS 投稿内容など、ユーザーへの訴求を強められるように提案を行いました。

モデルコースページ ディレクション

岡山市の郊外にあるエリアのため交通の便は良くない場所なのですが、イベントに参加した方が楽しく回れるようプランを考えてモデルコースを作成し、LP から遷移できるページのディレクションを行いました。

SNS 投稿・HP 用画像 撮影協力

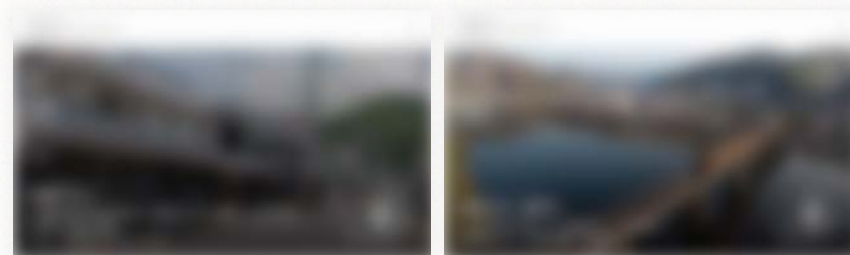
イベント内容をより詳しく知ってもらえるよう、開催場所での撮影に被写体として参加しました。



3 年目（2024 年度）

ストーリー追加

前任からストーリー追加業務を引き継ぎ、STORY07、STORY08 の追加を行いました。



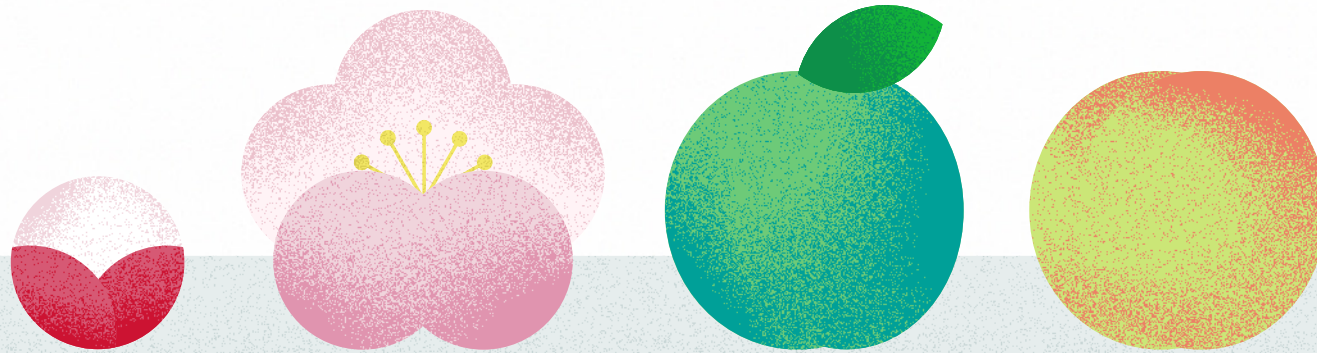
これまで公開されているようなドラマチックな歴史を持つエリアではないですが、エリア内に複数の観光スポットが集まっていることに着目し、まち歩きを楽しめるように紹介する形式で内容を決定。外部ライターの協力を得ながら、すでに公開されているストーリーの雰囲気を守りつつ、楽しく読める記事を目指して編集を行いました。

【 主な業務 】

内容提案／ライター・フォトグラファーへの外注／ストーリー編集／
関係各所への許可取り／CMS 更新作業

SNS 投稿・HP 用画像 撮影協力

イベント内容をより詳しく知ってもらえるよう、開催場所での撮影に被写体として参加しました。



梅のように花咲き、実を結べるように。

自分のキャリアを故郷に咲く梅の花に重ねて表紙に描きました。

今はまだつぼみの私もいつか花を咲かせ、やがて実を結べるよう思いを込めています。

これまでの経験を活かしながら、これからも日々研鑽して技術を磨き、
誰かの心を動かせるようなデザイナーになりたいです。

最後までご覧いただき、誠にありがとうございます。