



2012.1.14 サポーターコミュニケーションデー 資料

サポーターコミュニケーションデーに多くのご意見、ご質問をいただき、誠にありがとうございます。クラブでは、いただきました全てのご意見、ご質問に目を通させていただきます、対応について検討してまいりました。本資料では、いただいたご意見、ご質問をカテゴリ別(担当部門)に要旨をまとめ、回答を記載いたしております。また、12月のシーズン報告会で既にご説明した内容につきましては一部割愛させていただきます。予めご了承ください。尚、12月の報告会の内容は、公式ホームページにてご確認ください。

□ 営業(スポンサー・チケット・グッズ)について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、2012シーズンの集客施策について具体的にどのような事を考えているか教えてください。

A、新規のお客さまを増やし、継続して応援していただくために、特に子どもたちに向けた集客施策を行ってまいります。中でも今年で3年目になるホームタウン内小学校の新入生招待は、自分たちの住む町がジェフのホームタウンであることを知ってもらうための有効な施策と考えております。またおとどけ隊が訪問した学校への試合の案内など、ホームタウン活動とともに、来場していただくお客さまを増やしていきたいと考えております。その他個々の施策につきましても検討してまいりますので、オフィシャルサイトでご確認ください。

Q、ジェフのスポンサーはJRや古河系列の重電・工業系の企業が多く、スポンサーにもサポーターにもメリットが少ないように感じます。

そのようなスポンサーにもメリットを感じてもらえる、またサポーターにも身近な企業に新たにスポンサーになってもらえるようなスポンサーの価値向上施策があればお聞かせ下さい。

A、スポンサーさまには企業のニーズに合った、目に見えるものだけではなく広告商品もご提案しております。昨年も、JR東日本ウォータービジネスさまにおかれましては、ハーフタイムやジェフユナイテッドプロモーションチームへのネーミングライツを、それぞれFromAQUAタイム、FromAQUAマーメイドなどと呼ぶ事により、お客さまにFromAQUAを知っていただくきっかけにしたケースもございました。また、実際に看板だけではなく、会社のCSR向上や会社全体でジェフを応援することによる一体感を醸成するためにスポンサーになっていただいている企業さまもございます。エンドユーザーへの広告が特に必要ではないとお考えの企業さまにはこのようなケースが多々ございます。今後も既存の広告以外にもスポンサーさまのニーズに合わせた商品をご提供させていただきます。最終戦で行ったサンプリングの企画など、サポーターの皆さまに喜んでいただけるということに、メリットを感じている企業さまもいらっしゃるのです。そのような企業さまにも新たにスポンサーになっていただけるよう積極的にセールスに励みたいと思います。

Q、サポートクラブについてですが、2012リニューアル特典を拝見しました。サポートクラブ加盟店様のメリットは、自らのお店・企業の宣伝になる事だと思いますが、特典の内容のほとんどが、サポートクラブ様に対しての「商品」提供でした。これは、サポートクラブ様のお店に行ってはじめて宣伝になるものです。現在の特典もHP掲載、UNITEDへの掲載、ネーム看板掲載などの限られた人しか見ってもらうことのできないものばかりだと思います。

そこで、ジェフプレスに掲載してジェフプレス持参の方は割引するような企画ならサポーターもサポートクラブ様にもメリットがあるのではないのでしょうか？両方に魅力ある特典を設けて、もっと多くのサポートクラブ加盟店が集まるように宜しくお願い致します。

A、店舗・会社の宣伝をしたいというニーズをお持ちの企業さまにおかれましては、基本的にスポンサーというカテゴリで広告商品をご購入いただいております。サポートクラブというのはクラブをサポートしたいということを目的として加盟していただいております。パンフレットにも記載されているように、店舗をハブとしてジェフを応援していただく人々を増やしたいと考えている「街の応援団」こそがサポートクラブだと考えています。また、この他にもサポーターのみならずみなさまにメリットを感じていただける為のファンクラブ協力店というカテゴリもございます。その3つのカテゴリの中からそれぞれのニーズに合わせて企業のみならずみなさまにお選び頂いております。また、今シーズンからはホームゲームにおいてサポートクラブブースを設置し、サポートクラブ加盟店さまの宣伝や、新規加盟店さまの募集受付も行き、みなさまに満足頂けるような取り組みをしてまいります。

Q、チケット購入「特典」について年間チケット早期購入、来場ポイントなどの特典がグッズばかりで魅力的に思えない。集めているならいざ知らず、欲しかったら自ら購入する。「特典」目当てにフクアリに通っているわけではないが、昨年一昨年のような最大の目標達成に失敗した時、毎回「オリジナルグッズプレゼント」では継続購入も考えてしまう。

年間チケットを購入しても、チームとして集客が思うようにいかないし無料招待を頻繁に出されたら何の為に年間チケット購入なのか購入者を馬鹿にしていると思う。

A、2012シーズンシートにつきましてはすでにご案内をさせていただいておりますが、みなさまからのご意見を参考に大幅な特典の見直しを行い、早期購入特典も含めて体験や普段手に入らないもの等、みなさまに満足していただけるものを増やしております。

また、昨年の招待施策につきましては、新入生招待の他20周年記念やフクアリ6周年、敬老の日など、対象の方を限定した招待を行っております。ご存知のとおり集客には苦慮しておりますので、最も大切なお客さまであるシーズンシートオーナーさまのメリットに触れないように、



新規のお客さま獲得の施策として行ってまいりたいと思っております。何卒ご理解のほどよろしくお願いいたします。

Q、マッチデー・イベント・キャンペーンについて

・サッカーと余りかけ離れたイベントやキャンペーンは興ざめしてしまう。

・2011シーズン後半の「全力UNITED」キャンペーンは、サポーターとの連動・協力も殆ど無く、唐突に押し付けられるばかりの営業重視のキャンペーンだったと思う。まずサッカーを、試合に向けた空気を熱くする事を念頭に置いて、全ての企画を考えて頂けないでしょうか。

A、ご意見ありがとうございます。クラブではサッカー観戦経験の少ないお客様にもご来場いただき楽しんでいただくために、様々な切り口でイベントを企画しております。一方、マッチデーイベントに関しては、マッチデースпонサーというスポンサーカテゴリーがあり、スポンサーさまのニーズを最大限に優先しておりますのでご理解ください。

□ 企画・地域について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、アウェーゲーム近県の「応援列車」および「応援バスツアー」について列車名が「ジェフ千葉号」となっている。ホームタウンの市原市の事を思っているのか？「ジェフ千葉号」では市原市の事を考えていないというのが見え見えです。

A、ご意見ありがとうございます。応援列車「ジェフ千葉応援号」はJR東日本さまのご協力により実施している企画です。展開上で表記を短くする場合はJリーグに登録している呼称「ジェフユナイテッド千葉」、略称「ジェフ千葉」を使用しております。クラブの正式名称は、「ジェフユナイテッド市原・千葉」ですので、市原市を軽視しての表現ではありません。

Q、2011シーズンは、アウェー4試合(草津・栃木・甲府・水戸)の応援列車ができました。今シーズンは、湘南・横浜FC戦も可能であれば応援列車を出してもらいたい。チームが企画する応援ツアー(遠方、近場関係無く)を実施して欲しい。

A、ご意見ありがとうございます。主催のJR東日本さまにご意見としてお伝えした上で共に考えてまいります。

□ アカデミー(レディース含む)について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、今年久しぶりにユースからの昇格選手がいましたが、若い世代の台頭が乏しい状況に思います。

アカデミーの活性化とスクール→U12チームの創設など今後の対応および方針を聞かせてください。また、その方針を基準に昨シーズンの結果はどう捉えているのか？

A、U12世代に関しては、地域クラブやトレセン活動と協力しながら地域とともに選手発掘・育成を行っていますので、現在のところU12チーム創設の予定はありません。また、4年前よりU12年代を対象に毎週水曜日と木曜日にジェフトレセンを実施し、アカデミースタッフが地域の多くの子ども達を指導する機会も設けています。

ホームページにてご報告いたしましたが、昨年末に実施した2012年度U13セレクションにおいて、ホームタウンを中心とした千葉県内の多くの優秀な選手の入団が決定しており、日頃の活動の成果が出ていると捉えています。今後もより一層地域と連携をとりながら、活動の充実を図って行きます。

Q、レディースのフクアリでの試合開催予定は？

A、現在、日程・会場を調整中で、2月末に発表予定です。フクアリでも開催する予定です。

Q、レディース選手とのプロ契約はするの？

A、今後においても 選手のプロ契約は考えておりません。

Q、ユナバでの練習(アカデミー、レディース)はできないの？

A、芝生の状況を考慮した上で、練習する場合があります。

なお、アカデミー公式戦は随時実施しています。

Q、サッカー以外の学校教育へのサポートは行っているのでしょうか。(人間形成、学業成績など)

A、アカデミー選手を取り巻く環境として、家庭・学校・クラブの協力関係が大事だと考えています。サッカーの専門性についてはクラブでの指導が中心となりますが、人格形成については家庭、学校と連携をとりながらアスリートとして自立できるよう多くのアプローチを行っています。また、アカデミー生はサッカー選手である前に一人の学生であり、本業を学業だと考えています。学業の成績についても個別にコミュニケーションをとりながら指導を行っており、クラブ内にて勉強のサポートを行うケースもあります。

Q、トップチームとアカデミーの連携を具体的な例をあげて教えてください。

A、昨年はトップチームキャンプに3名の選手が参加しており、そこでの経験を生かして2名がトップ昇格を果たしました。

また選手のトップチーム合流だけでなく、アカデミーコーチがトップチームをサポートしたり、トップチームの監督、コーチがアカデミーの練習や試



合を視察し、活発な意見交換を行い指導向上に努めています。

□ 運営について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、優先入場抽選開始時間を守ってほしい。「説明・袋の準備」は開始時間前に終わらせておくべきです。

A、スタッフには、時間厳守を徹底するようにいたします。

Q、抽選後の列形成準備に、時間がかかりすぎ。1～200番までの列が混み過ぎです。(他の列はスカスカです。)

A、ご意見を参考にさせていただき改善努力をいたします。

Q、入場列のロープの横断禁止について。(再三注意しても無視する。)割り込み等を防止する為なら、決まった時間の整列・チケットチェックをきちんとすればいいのです。

A、注意喚起を引き続き行いますので、皆さまもご協力をお願いいたします。

Q、再入場を実施して欲しい。

入場後に外の屋台へ買い物等で出たい。外の商業施設などで買い物をする。スタジアムの外が活性化すると思う。

A、貴重なご意見ありがとうございます。クラブ内でも継続して協議しております。

Q、スタジアムのホスピタリティ(もてなし)の充実度が最近「飲食」に関してマンネリ化しており、他スタジアムと比較して見劣りしてきた。千葉市との関係もありますが、「飲食」「物販」に関し、多くのファンの来場を促す為にも見直しを進めて欲しい。

(一般・サポーターからもアイデアを募集するとか?)

A、ご意見を参考にしてスタジアム運営会社などと今後の対応を協議してまいります。

Q、サポーターコミュニケーションは、年1回催されていますが、クラブとサポーターのコミュニケーションの機会を増やして頂けないでしょうか?

たとえば、シーズン前・シーズン中・シーズン後で最低、年3回程開催して欲しい。

A、ご意見は、今後の参考にさせていただきます。

Q、スタジアムでの過度の席取り、特にホーム自由席が最もひど過ぎる。一般入場者が後から来て大変な思いをしています。あと、係員の方もハンドマイクで全体に注意をされていましたが、それだけではあまり効果がないように見えます。

A、注意喚起を引き続き行いますので、皆さまもご協力をお願いいたします。

□ 広報について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、選手の怪我についてのリリースで、オーロイ選手だけ怪我のアナウンスがありました。他の選手の怪我の状況が無くチームは、選手によって対応を変えるのはおかしい。(含レディース)

A、選手の怪我についての情報は、基本的にはお知らせしておりません。これは相手チームへの情報提供にもなってしまうので控えています。ただし主力選手の、復帰に数ヶ月を要するような大きな怪我・病気については、報道関係者の皆さまからの強い要望がある場合には、お知らせする場合もございます。

この場を借りてのお願いですが、試合日直前での練習による選手の怪我、フォーメーションの変更などがあっても、インターネット等での情報掲載を控えていただきますようご協力をお願いいたします。皆さまの情報ツールは相手クラブの関係者も見ている場合が多いようで、そこから情報が流れているようなことがあるようです。ご協力いただければ幸いです。

Q、ホームページでのリリースにおいてあまりにも誤字脱字が多く、書式も整っていない。クラブに対してのイメージが悪化するので、校正もしっかりと行えない広報担当は、直ぐに変更するべきではないでしょうか?

A、誤字脱字が多々あり、皆様にご不快な思いをさせてしまいましたことについてはお詫び申し上げます。チェック体制を整え、気を付けて発信してまいりたいと思います。

Q、ホームページの無料部分で、もっとサッカーに関する話題を増やしてください。J2で3年目、メディアの露出はますます少なくなります。そうした中で少しでもジェフに興味を持っている人(ライトサポ)に対するホームページの影響力は大きいと思います。営業的なお知らせだけのホームページなんて見たくありません。

写真一枚も無いレポート、顔写真も無い新加入のお知らせも、全く魅力に乏しいものです。有料サイトに登録しようとするレベルの人は、既にコアな部類で、今後とり込まなければならぬのは、ライトなサポーターだと思います。



お知らせしていれば良い姿勢から脱却して、ホームページをメディアとしてもっと有効利用してください。

- A、J2も3年目を迎え、新聞等に取り上げてもうが少なくなっている現在、オフィシャルサイトはクラブの広報媒体物として大変重要なツールだと考えています。そのためもっと情報を見つけやすくするために、改善しているところです。楽しい情報をどんどん発信できるように頑張っていきたいと思います。また選手の移籍も含めてクラブからの情報については、少しでも早く皆様にお知らせできるよう、努力しています。そのため、情報や実施内容が全て整わない状況でも、オフィシャルサイトに掲載するようにしています。例えば、新加入選手のお知らせにおいて、その選手の顔写真が入っていて欲しい、イベント情報で日時だけでなく詳細を知りたい、というようなことがあるかも知れませんが、まずは皆さまに事柄の速報をお知らせし、準備が整い次第、詳細についてお知らせしていくというスタイルを取っていきたくと思っています。

ただしスタッフや選手の移籍など人事にかかわることについては、それに関わる全ての関係者の合意を得てからでないとお知らせできないことは、ご理解ください。

- Q、以前、千葉テレビでジェフ戦の中継があったものの、最近はありません。中継しなくなった理由を教えてください。
- A、中継については、ジェフの考えだけで決められるものではありません。コンテンツとしてメディアの皆さまに興味をもっていただけるよう、魅力あるクラブ、魅力あるチームを作っていきたいと思っています。
- Q、11月29日付けの役員人事内定リリースについて
11月30日付けで新代表が交代になりましたが、リリース文にある様に「新代表は11月30日に行われる取締役で決定致します。」とありましたが、サポーターはあくまで内定のリリースしか受け取っておらず、決定リリースの報告は無いのでしょうか？新任の挨拶も大事ですが正式発表として公式に会社として率先するべき事項ではないでしょうか？会社としてクラブとして甘い、緩い体質を改善していくと言っておきながらサポーターだけに顔を向けてサポーター無視の姿勢の表れでしょうか？
- A、今回の役員人事については内定の段階で皆さまにお知らせをしたので、正式決定後にリリースをしませんでした。役員人事については、正式決定後に皆さまにリリースするべきでした。ご指摘ありがとうございました。

□ 強化について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、2011シーズンの反省・総括を具体的に伺いたいです。

- A、このご質問に関しましては、12月の報告会の内容を公式HPにてご覧ください。URL <http://www.so-net.ne.jp/JEFUNITED/>
また、有料となりますが、「UNITED 1月号」およびオフィシャルサイト「ユナイテッドオンライン」の神戸TDのインタビューでもご覧いただけます。

Q、チームビジョン「攻撃的なサッカー」の具体的な説明について。

- A、自らが効果的にボールを動かしてゲームを支配し、ボールを持たない二人目、三人目の連動した動きにより相手の守備を混乱させ、多くのチャンスを作り出して得点を奪うこと、守備では、組織的なディフェンスで前線からアグレッシブにプレッシャーをかけてボールを奪い、その奪ったボールを再び攻撃につなげる積極的なディフェンスを行うことを目指すサッカーです。

Q、トレーニングの質の改善、メンタル面の強化について

- A、今シーズンは木山監督のもと、練習の時から実戦に近い激しいプレーを求め、ハードで厳しいトレーニングを選手に課していきます。

メンタル面の強化については、監督、コーチが適切に選手へアプローチして強い気持ちを植え付けるとともに、厳しいトレーニングを課し、しっかり勝って自信につなげることで培っていきます。また、経験があり、リーダーシップもある選手を補強することで、精神的な支柱とし、厳しいJ2リーグを戦ってまいります。

Q、若手の育成・強化について

- A、昨シーズンは結果重視となり、若手の育成が思うようにならず、チーム力アップにつながりませんでした。今シーズンは若手のために昨年以上にトレーニングマッチを組み、実戦の場を提供します。そして、そのトレーニングマッチで出た課題をトレーニングで改善していきます。これを繰り返して行き、力をつけた若手にJリーグでのチャンスを与えていくことによって、チーム力アップにつなげていきます。

Q、補強面(外国籍選手含む)について

- A、4名の新卒と移籍組7名を各ポジションに配置しました。また、攻撃、特に点に絡める外国籍選手の補強を引き続き考えております。何名か候補はいますので、これから絞り込んでいきます。シーズン中(夏の移籍ウインドー)の効果的な補強も視野に入れております。

Q、報告会で従来の体制から変更を加えたとの説明がなされたが、現在の強化体制を教えてください。

小林取締役・神戸TD・朴アカデミー統括・斉藤(和)スカウトの役割と責任分担。



A、小林取締役・神戸TD・朴アカデミーダイレクター・強化部門の斉藤などが総力を結集してチーム編成を行ってまいります。具体的には神戸TDと木山監督が現有戦力分析をし、例えば、あるポジションに補強が必要であれば、これらのメンバーで何人かの候補を挙げ、優先順位をつけて獲得に動いています。また、様々な情報(選手の性格、現況など)をこれらのメンバーから集め、獲得の判断材料にします。強化部門の斉藤は主に新卒およびスカウト全般、朴アカデミーダイレクターはアカデミーからの情報提供の担当です。そして木山監督を始めトップコーチングスタッフもアカデミーを含めた各カテゴリーの試合を見に行くことでスカウト情報を共有します。

Q、トップチームの強化における意思決定の流れ。

A、神戸TD、小林取締役、朴アカデミーダイレクター、強化部門の斉藤などが、木山監督の意見も踏まえて協議し決定いたします。

Q、トップチームの結果に対する責任の所在について教えてください。

A、責任の所在については、強化、現場、役員のそれぞれに責任はありますが、強化の責任はより重いと考えています。

Q、過去における「GM」「SM」「TD」の役割、権限の違いについて教えてください。

A、クラブには以前からチーム統括本部長と言う役職はありましたが、「GM」と言う役職はございません。「SM」シニアマネージャーとは、クラブでは各セクションマネージャーの上席の呼称であります。「TD」テクニカルダイレクターとは、強化部門の技術委員長のような立場であり、実質的な強化責任者です。

Q、2012シーズンのトップチームの目標はなにか？

A、J1昇格です。しかし、忘れてはならないのは、常にその先を見据えた戦略を持ち合わせなければならないことです。J1昇格を目標とすると同時に、J1で戦える「攻撃的なスタイル」の構築も視野に入れて戦います。

Q、強化部の頂点・責任者は誰なのか？

A、神戸テクニカルダイレクターです。

Q、監督を選んだ理由、具体的に

A、木山監督が掲げる『「攻撃的なフットボールスタイル」、常にゴールを奪うために攻撃を仕掛け、素早くボールを奪うことを実践する』サッカーがジェフの目指すサッカーと合致しているからです。木山監督はサッカーの激しさ、厳しさを知っている指導者であり、育成年代から積み上げてきている監督経験者(アカデミー・大学等指導)でもあります。また、彼の哲学は「理論と心」であり、サッカーに対する情熱は言うまでもなく、論理的にサッカーを分析し、それと「心」を組み合わせることができる指導者です。

□ 会社全体への要望について

【 いただいたご質問の要旨 】

Q、今回のサポーターコミュニケーションデー(意見交換)は、新体制発表記者会見と併せての開催となった反面、会場キャパシティ、開催時間ともに前年の約半分になっています。また、記者会見見学のために2012年のシーズンチケット早期購入者を優先的に入場させるなど、多くのサポーターと意見交換をする開かれた場としてのサポコミになっていません。クラブとの信頼関係によって作り上げてきたサポコミを軽視するものだと考えますがいかがでしょうか？

A、クラブとしては、年明けの出来るだけ早いタイミングでサポコミを開催するとともに、新体制・新加入選手を多くの皆様に直接ご披露させていただく機会を設けたいと考え、この時期に新体制発表会見、サポコミを同日に開催させていただきました。開催場所につきましては、各施設の空きが少ない状況の中、行政にもご協力いただき、なるべく多くの方にご来場いただける会場を選ばせていただきました。クラブとしては、決してサポコミを軽視している訳ではございませんが、いただいた貴重なご意見を踏まえて、今後もより良いサポコミとなるよう努めてまいります。

Q、昨年末に開催された説明会のように、そのシーズンを当年中に一旦総括する事によって一年間応援してきたサポーターにクラブとして、成績の善し悪しにかかわらずけじめを付けることにより、サポーターとの意思疎通も出来、翌年開催のサポコミも内容が深まるかと思えます。是非、今年以降、このような流れで定例化していただきたい

A、昨年末の報告会は、ここ数年の成績もあり、新社長が就任したタイミングでもあったため、新社長の挨拶、シーズンの反省・総括、クラブ新体制づくりに向けたクラブの方針を発信する場として開催いたしました。通常この時期は補強や契約交渉など、新シーズンへの準備を進めている時期でもありますので、定例的に開催することについては難しい面もあると思えますが、これからもサポーターの皆様との意見交換の場はクラブも必要だと感じておりますので、状況に応じた対応を検討させていただければと思います。

Q、よりホームタウンに密着し、地元やサポーターに支えられたクラブとするため、ジェフユナイテッド株式会社の株式の一定割合を第三者割当増資し、地元企業並びに「サポーター持ち株会」(のようなもの)に割り当てていただきたい。もちろん、主旨から言えば「議決権制限株式」や「



譲渡制限株式」でかまわないのでどうか考慮していただけないでしょうか？

A、当クラブへの出資に関するご提案をいただき、誠にありがとうございます。現時点で第三者割当増資を実施する予定はございませんが、今後クラブを拡大し、地域との連携やサポーターの方々との絆を深めていくための様々な方策の一つとして、勉強をしてみたいと思います。

Q、現状、鹿島アントラーズが千葉県成田市、香取市、東庄町にまた、柏レイソルが東葛エリア8市をホームタウンとしスクール展開を幅広く活動、ファンを拡大しているのに対し、我クラブの活動の多くはホームタウンである千葉市、市原市に限られ、比較的ファン・サポーターが多い浦安市、習志野市、四街道市、茂原市など十分な活動がされていると思われません。また、市原市と隣接する「かずさ4市」(袖ヶ浦市、木更津市、君津市、富津市)は距離的にも近いが、ファン・サポーターが少なくアカデミー年代もアクアラインを通して横浜の影響を受けるなどしています。また、鴨川でのレディース、リザーブズの試合が「房日新聞」に取り上げられるなどする内房線沿線は競合がなく、確かに人口は少ないかも知れませんが、我クラブのファンを増やしやすいくも関わらず、ジェフプレスの配布すら無い状態です。千葉を代表するクラブとして、このような周辺地域に対する積極的なファン・サポーター作りが、アカデミーを考えても今後は、大変必要かつ重要かと思われます。どのように、お考えですか？

A、千葉県内のホームタウン活動につきましては、千葉市・市原市に限らず、現状では習志野市にスクールを開校中で、浦安市・茂原市・四街道市などでもアカデミースタッフが各地域トレセン、学校・クラブの巡回指導を行っております。県内のファン・サポーターの拡大につながるホームタウンにおけるアカデミーの活動は大変重要であり、クラブのPRも含めて今後も積極的に県内の巡回指導などを継続して行く方向です

。

なお、鹿島アントラーズは、まだ成田市ではスクール展開を行っていないと認識しておりますが、アントラーズの千葉県内でのスクール展開については、千葉県に活動地域をおく当クラブと柏レイソルの両チームで、ホームタウンを大切にするJリーグの理念に関わる問題であるという見解をJリーグを通じてアントラーズに伝えており、Jリーグからのご指導を受けながら、今後の対応を検討してまいります。

この配布資料の転載および引用を禁止させていただきます。

また転載・引用が確認された場合、掲載を中止させていただくことがありますので、ご理解とご協力をお願いします。

以上