



鹿島アントラーズとスポーツツーリズム



鹿島アントラーズ FC

Speaker Introduction



株式会社 鹿島アントラーズ FC
執行役員 行政連携ディレクター

松田 慧吾

Keigo Matsuda

1986年4月18日(横浜市)40歳

早稲田大学第一文学部を卒業後、2009年(平成21年)に事務1種・法律職として国土交通省へ入省。国土交通省では主に法令・企画の担当として住宅、都市、自動車、鉄道、航空、防災、建設業など幅広い領域に従事。2017年～2019年には内閣府防災担当に出向し、防災基本計画のとりまとめを担当するほか、(国研)防災科学技術研究所と連携した災害時の情報集約支援チームであるISUT(アイサット)の立ち上げに尽力。この間、西日本豪雨や北海道胆振東部地震への現地対応に当たる。2019年～2021年には茨城県政策企画部地域振興課長として出向し、鹿島臨海工業地帯の今後の絵姿を示す「いばらきカーボンニュートラル産業拠点創出プロジェクト」の立ち上げや、県立カシマサッカースタジアム等を担当。2025年9月に鹿島アントラーズに加入し、2026年7月より現職。



株式会社鹿島アントラーズ・エフ・シー

■理念

「FOOTBALL DREAM」

■設立

1991年10月1日

■資本金

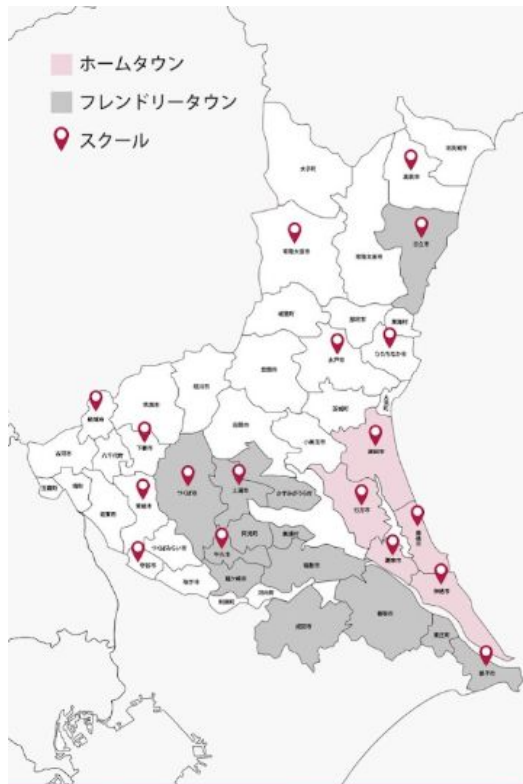
22億5736万円(企業 92.4%、自治体 7.6%)

■在籍数

社員115名、個人事業主80名、プロ契約54名＝249名

アントラーズホームタウン

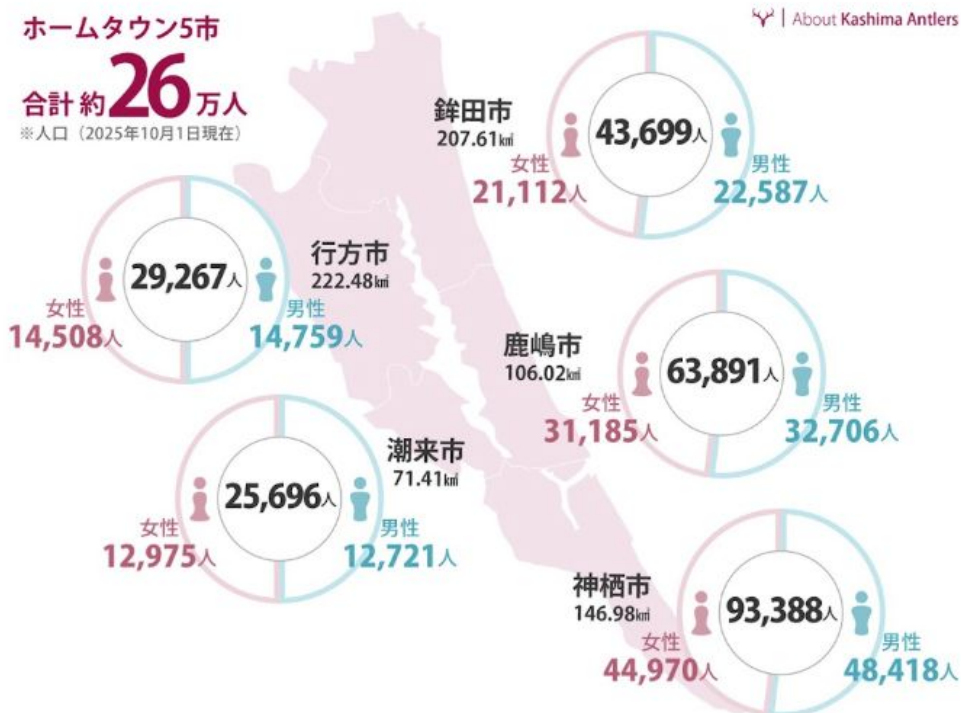
ホームタウン5市を中心とした地域連携エリアの構造と人口動態



ホームタウン5市

合計約 **26** 万人

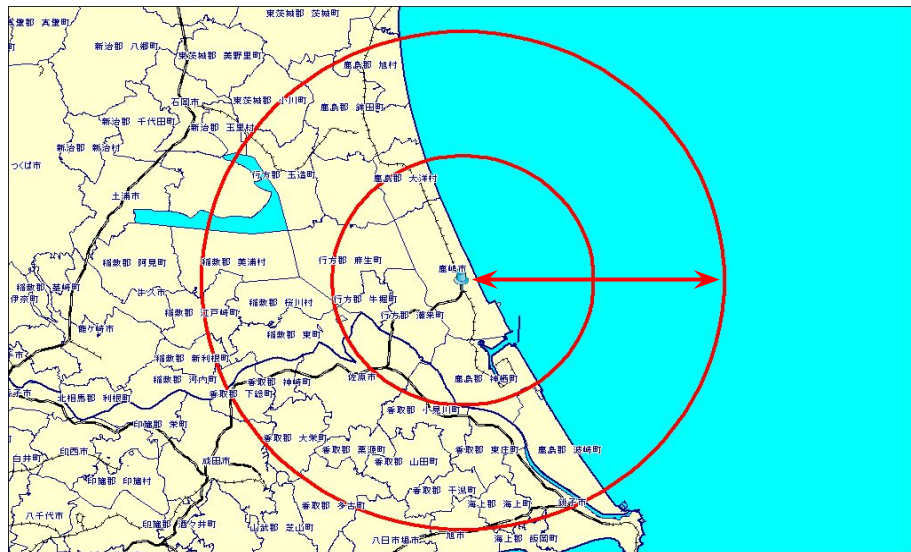
※人口（2025年10月1日現在）



出典：茨城県の年齢別人口（茨城県常住人口調査結果）四半期報

マーケットエリア

スタジアム半径 30km圏内の市場規模の比較



●30km圏内人口(1時間圏内):約 78万人

・J1最下位、J全60クラブ中でも下から3番目の少なさ

●他クラブとの圏内人口比較:

・FC東京:約2,200万人(鹿島の約28倍)

・横浜FM:約1,800万人 / 浦和:約1,700万人 / G大阪:約1,200万人

●スタジアムを満席にするために必要な来場比率:

・鹿島アントラーズ: 20人に1人(J全体で最小=最高難易度)

・浦和レッズ: 264人に1人

・FC東京: 441人に1人



0.0001%の奇跡

🐮 | HISTORY **Kashima Antlers**

アントラーズの誕生は奇跡であり必然であった

クラブ アイデンティティ

Football
Dream

FOOTBALL DREAM

サッカーに夢を見て、夢を見せ、夢を叶える

「すべては勝利のために」

CLUB MISSION

クラブミッション



クラブの存在意義は「すべては勝利のために」
という言葉に集約されている

クラブにとって最も重要なことは、チームがタイトルを獲り続けること。

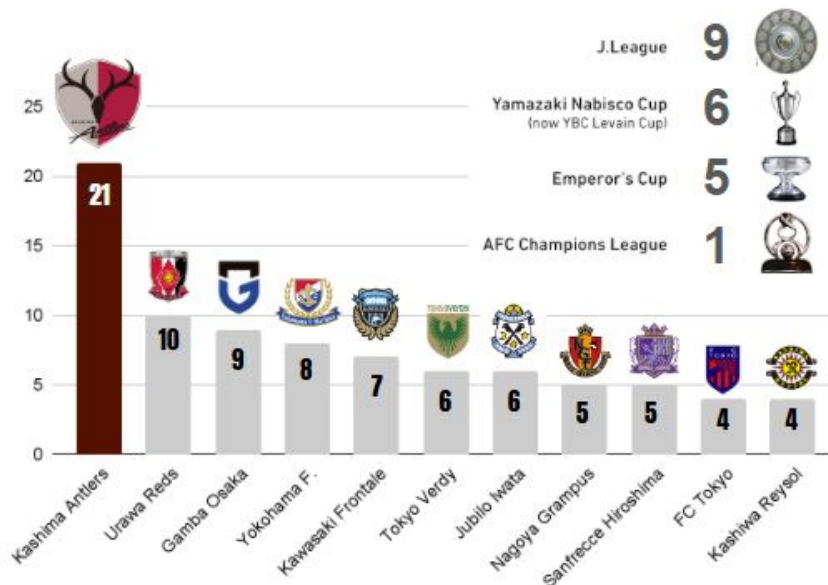
各自の役割は異なるが、"仕事の定義"は一つ。「すべては勝利のために」という
ミッションを全員で共有し、常に本質を追求しながら既成概念にとらわれず挑戦し続ける。

MISSION

経営理念

国内最多タイトルホルダー

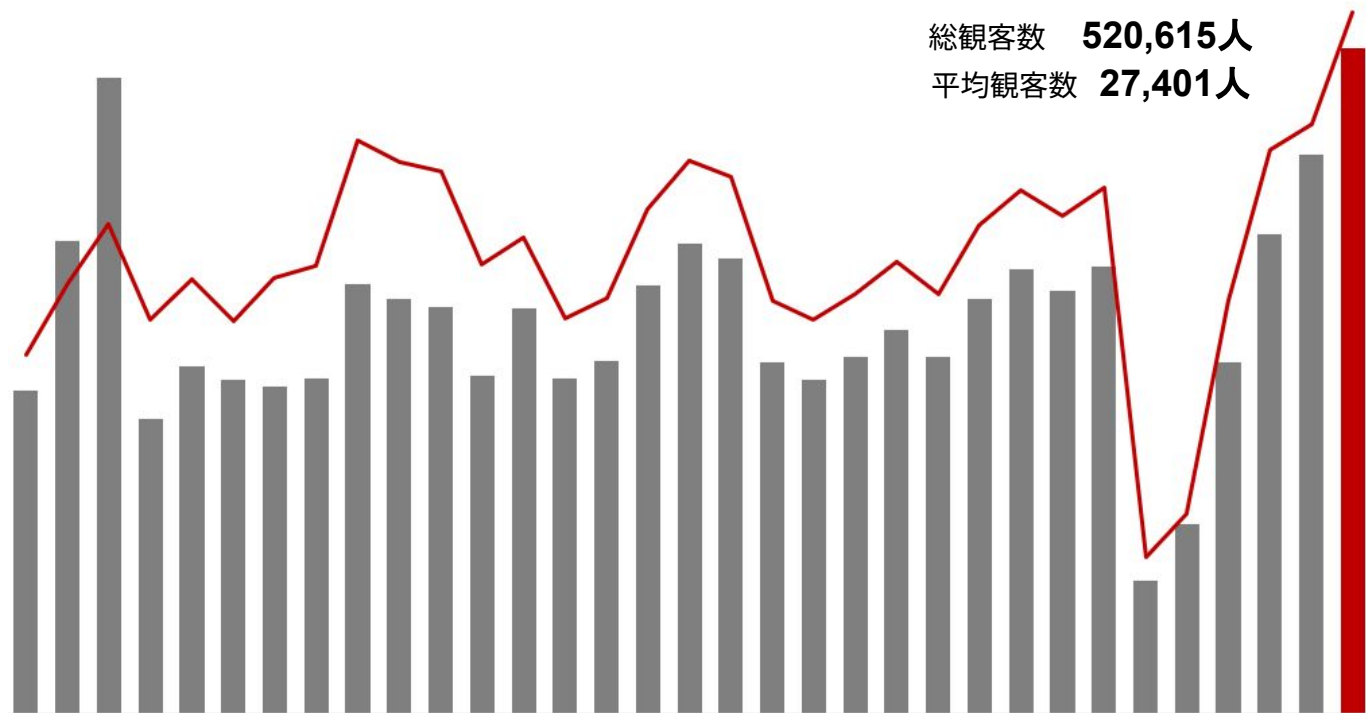
クラブ哲学の継承により、世界でも稀なチャンピオンクラブへ成長



■ 総観客数
— 平均観客数

観客動員数・平均観客数ともに過去最多を更新

総観客数 520,615人
平均観客数 27,401人



1993年

2020年

2025年

1試合あたり平均観客数

27,401人

直近2025年はクラブ史上最高となる
入場者数（1試合当たり平均）をマーク
茨城県だけでなく、首都圏からの来訪が多く
スタジアム滞在時間が長いことが特徴



国立開催試合 観客数

59,574人

2023/2024に続き、2025年も国立競技場で
1試合レギュラーシーズンの試合を実施
5万人を超える大型興行により、
より幅広く顧客との接点に



JリーグID登録者数

50万人以上

Jリーグクラブで上位の
ID（個人情報・メール許諾）取得数
国立開催、各種マーケティング施策により、
コロナ前(約22万人) から大幅増加を実現



デジタルファンベース（SNSフォロワー数ランキング（2026/6/30時点、当社調べ））



主要6プラットフォームのクラブアカウントが集計対象 国内/海外合計でリーグ 1位、国内プロスポーツクラブ 5位に（約 109万→298万）

総合 順位	リーグ	フォロワー数（2026/6/23時点）	合計	X	Instagram	YouTube	Facebook	TikTok	LINE
1	NPB	阪神タイガース	437.9	178.6	83.1	63.3	33	13.9	66
2	NPB	読売ジャイアンツ	337.6	82.3	72	74.5	29	29.8	50
3	NPB	北海道日本ハムファイターズ	305.9	116.2	56.7	43.6	33	9.7	46.7
4	NPB	福岡ソフトバンクホークス	299.7	115.4	57.5	35.3	15	26.9	49.6
5	J1	鹿島アントラーズ	298.2	44.7(国内) 1.7(海外)	24.1(国内) 0.9(海外)	10.6	9.6	6.7(国内) 182.6(海外)	17
6	NPB	横浜DeNAベイスターズ	267.5	54.7	38.9	45.5	17	27.6	25
7	NPB	千葉ロッテマリーンズ	205.3	87.8 17.1(広報)	28.7	30.9	8.9	19.9	12
8	J1	セレッソ大阪	203	23.1	20.8 0.5(タイ) 5.4(インドネシア)	11.2	119	6.7	16.3
9	NPB	オリックス・バファローズ	183	58.8	44.8	30	6.3	16.8	26.3
10	J1	川崎フロンターレ	143.1	44.7	21.3 3(ブラジル)	12.6	32	12.6	16.9

PARTNERSHIP

オフィシャルパートナー/クラブパートナー/サポートカンパニー 合計73社

OFFICIAL PARTNER

(14社)



CLUB PARTNER

(35社)



SUPPORT COMPANY

(24社)



ANTLERS BUSINESS CLUB

ビジネスクラブ 合計 123社

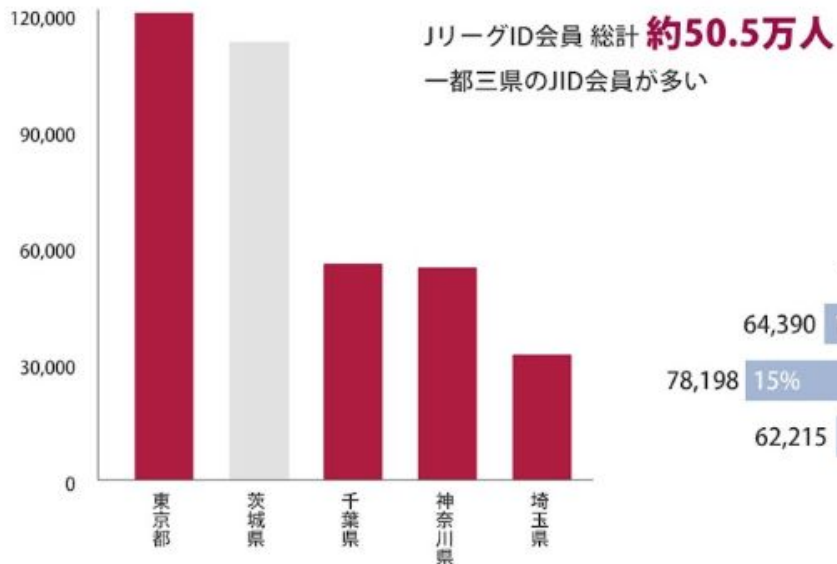


(2026年2月現在)

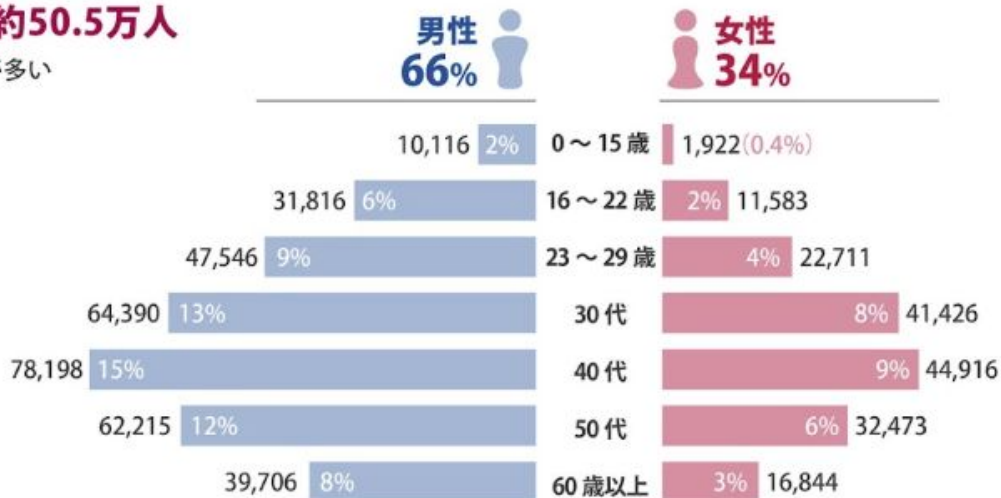
JリーグID会員(ファン層分析)

JリーグID会員データに基づくファン層の居住地および属性分析

居住地

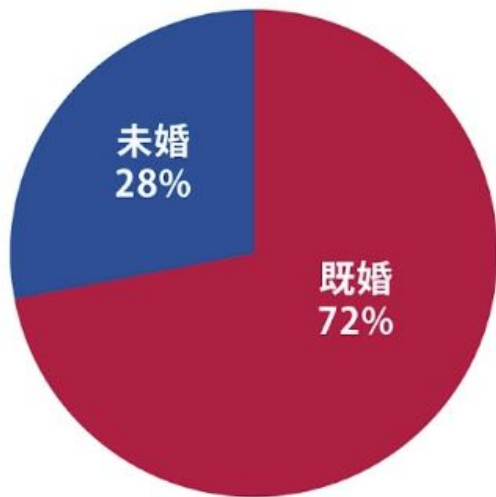


男女比と年齢分布



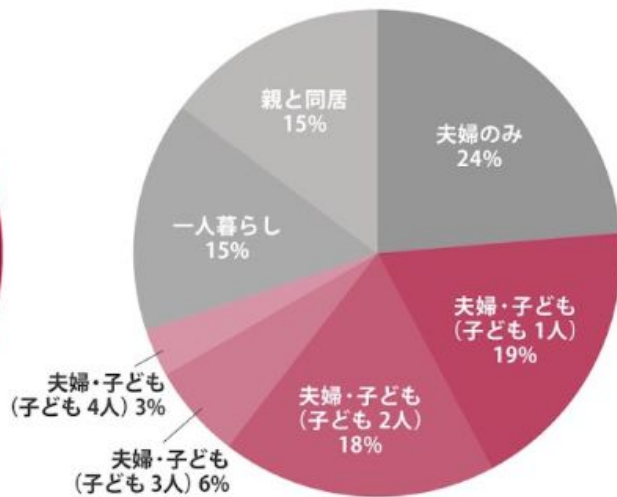
出典：JリーグID データベースを元に作成 (2026年1月現在)

婚姻状況



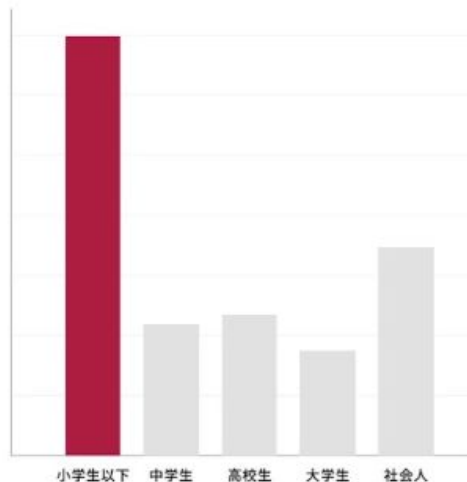
既婚・未婚の比率は**7:3**

家族構成



子どもがいる世帯が**46%**

子ども内訳



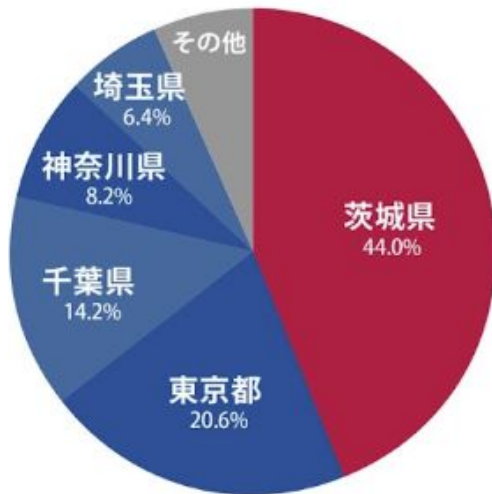
小学生以下が最も多い

出典：クラブ実施のアンケート調査を元に作成

来場者属性(居住地・来場時間)

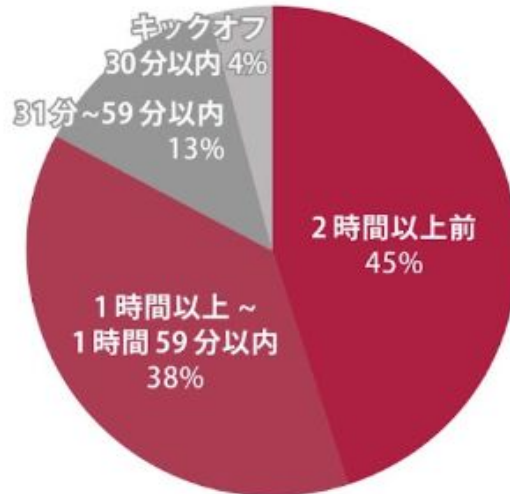
地理的分布および観戦行動特性の定量分析

来場者居住地



茨城県内から**約4割**が来場
-都三県からの来場は**全体の半数**

来場時間別



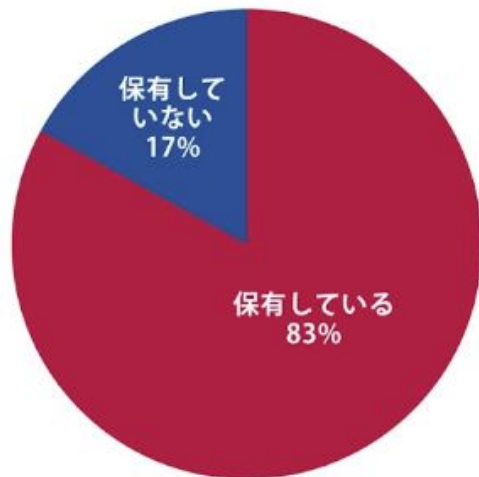
来場者の**約83%**が
KO1時間前にはスタジアムにいる

出典：
JリーグID データベースを元に作成
(2026年1月現在)

自動車利用の実態と来場行動分析

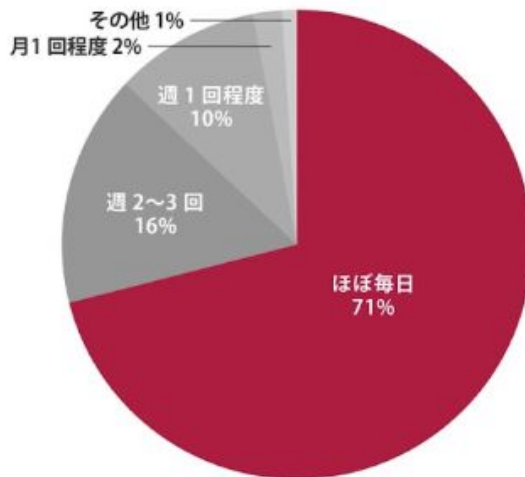
自家用車を中心とした観戦スタイルの現状

自動車の保有



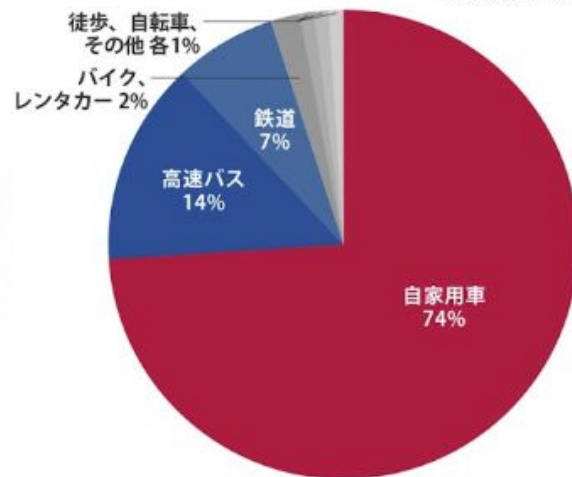
8割以上が自動車を保有

保有者の使用頻度



保有者の内、ほぼ毎日使用する層が**7割以上**

来場手段



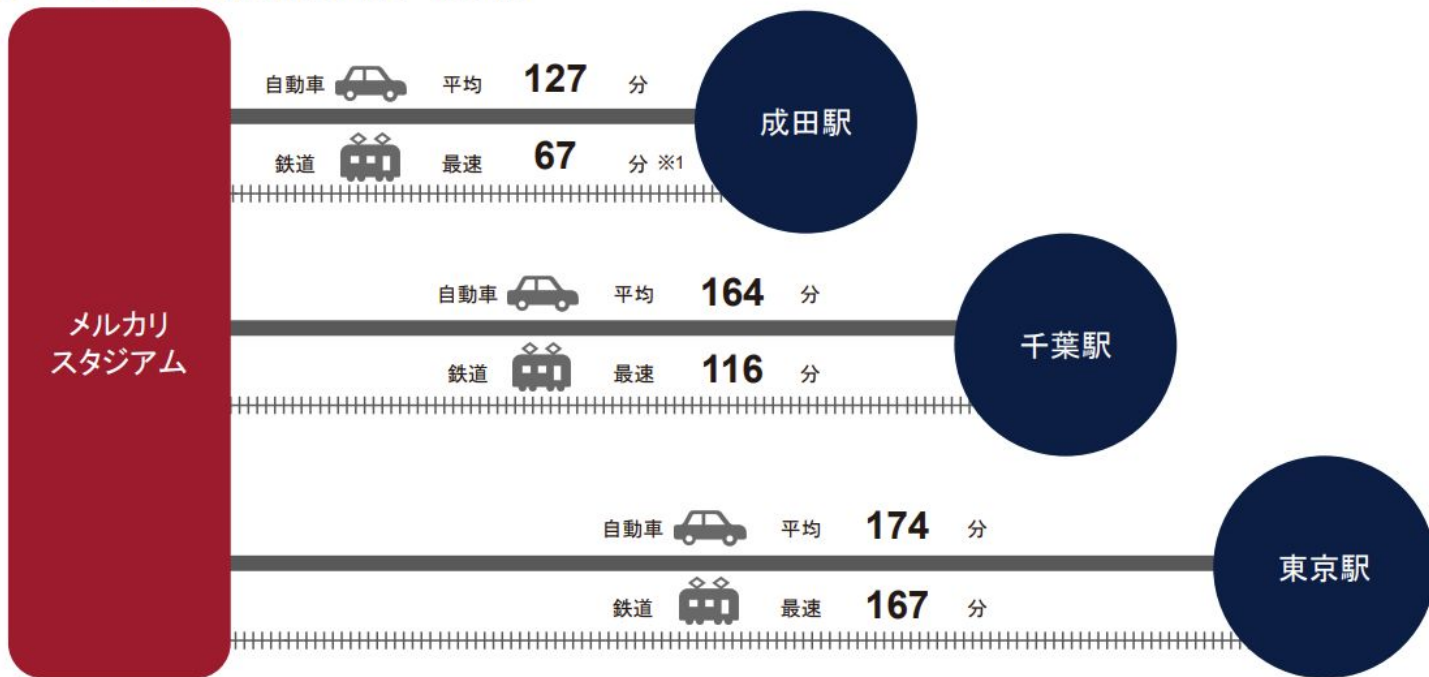
全体の**約4分の3**が自家用車
公共交通機関利用者も**2割超え**

出典：
クラブ実施のアンケート調査を
元に作成

帰宅時の所要時間(ホームゲーム来場者移動レポートより)

試合後の帰路においては、スタジアム周辺の交通渋滞の影響などにより、自動車での移動にかなりの時間を要する傾向にあります。
一方で鉄道利用の場合、臨時駅「鹿島サッカースタジアム駅」の活用で、各主要駅へ比較的スムーズに到着できることがわかりました。

主要地点までの交通手段別所要時間(復路)



公共交通の利用促進の取組例

クラブでは、ホームゲーム開催日における環境負荷低減に向け、新たな取り組みをスタートしています。
「環境負荷低減」と「快適なアクセス」の両立を目指し、今後も継続的な改善を図ります。

貨物専用「神栖駅」発の特別列車運行

5月6日(水・休)水戸戦において、通常は貨物専用駅として稼働している「神栖駅」から、鹿島サッカースタジアム駅への特別列車を運行しました。

抽選で選ばれた約 200名のお客様に、普段は体験できない貨物線からのスタジアムアクセスを楽しんでいただきました。



CO2排出削減量
773.3 kg

スタジアム直通バスの利用促進

関鉄観光バスの協力のもと、茨城県内からの来場者の公共交通機関利用率を高めるため、様々な告知施策を実施しました。

県内発着の直通バスの利用者数は少しずつ向上しており、一定の成果が見られました。



CO2排出削減量
1,594.0 kg

鹿行エリアの観光ポテンシャル

スタジアム周辺にも優れた観光資源を有し、宿泊も含む試合前後の滞在・消費の実現が課題
茨城空港・成田空港との近接性は非常に高いポテンシャル（成田→鹿行→県央というルートなど）

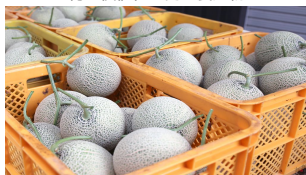
鹿行エリア近隣のポテンシャル

鹿行地域のシンボルである鹿島神宮を中心に、
恵まれた自然・食・カルチャーを有する国内でも有数の観光資源ポテンシャルを有する

鹿島神宮などの史跡



メロンなど
付加価値性が高い農産物



名門 ザ・ロイヤルなどを
はじめとするゴルフ場郡



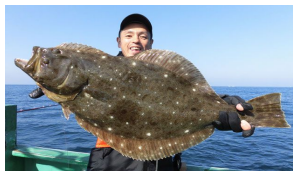
マリナクティビティ



潮来のる舟など、
地域の伝統的なアクティビティ



ヒラメ釣り



関係会社「KX」による
トレーラー型の宿泊施設開発や
鹿島神宮の参道盛り上げなども
直近の地域振興の動きの一つ



空港との近接性

今後の機能強化が期待される成田空港・茨城空港と近接
空港との更なるパートナーシップなどを通して、
今後戦略的なインバウンド誘致のポテンシャルを有する



Asia Champions League ～舞台はアジア最高峰へ～

ACLE (AFCチャンピオンズリーグElite) 概要

- ・2025シーズンの優勝に伴い、**26/27シーズンよりアジア最高峰の舞台へ参戦**
- ・大会規模拡大:24クラブから32クラブ体制へ(東西各16クラブ)
東地区:日本・韓国・中国・タイ・豪州・マレーシア・ベトナム
西地区:サウジアラビア・UAE・カタール・イラン・ウズベキスタン・イラク・ヨルダン



グローバルな広告効果

IBARAKI・KASHIMAを世界へ発信

- アジア各国への認知度拡大
- 国際的なブランドへと成長



海外ビジネス機会の創出

KASHIMAを通じて世界へ

- アジア企業との接点創出
- 各国トップクラブのネットワーク活用



関連する県の政策分野

- インバウンド誘客の促進
- 県産品の販路拡大
- 県内企業の海外進出
- 秩序ある外国人共生社会の実現

Asia Champions League



2025シーズンの結果により（優勝）2026-2027に国横断で開催されるACL Eliteに出場が確定
最低でもグループラウンドの4試合（ラウンド16以降、+MAX4回）、海外遠征が発生予定

ACL Elite グループリーグイメージ（画像は25-26 の日本勢の組み合わせ）

参考

同地区内12クラブのうち、異なる8クラブとホームもしくはアウェイで1試合ずつ対戦！

■リーグステージ

24クラブが出場、2つのリーグ（西地区、東地区）に12クラブずつ分け、各リーグ内の異なる8クラブとホーム4試合、アウェイ4試合ずつ対戦する。対戦カードはドロー（組み合わせ抽選会）により決定する。

*同一の国境に所属しているクラブは、リーグステージでは対戦しない。

各クラブの対戦カードと日程は以下のとおり

LEAGUE STAGE-EAST 異なる8クラブと、ホームもしくはアウェイで1試合ずつ対戦		
ヴィッセル神戸	サンフレッチェ広島	FC町田ゼルビア
AWAY 9.17 vs 上海海港	AWAY 9.16 vs メルボルン	HOME 9.16 vs FCソウル
HOME 10.1 vs メルボルン	HOME 9.30 vs 上海海港	AWAY 9.30 vs ジョホール
AWAY 10.22 vs 江原	AWAY 10.21 vs 蔚山HD	AWAY 10.21 vs 上海海港
HOME 11.5 vs 蔚山HD	HOME 11.4 vs 江原	HOME 11.4 vs メルボルン
AWAY 11.26 vs 上海申花	AWAY 11.25 vs 成都蓉城	AWAY 11.25 vs 江原
HOME 12.9 vs 成都蓉城	HOME 12.10 vs 上海申花	HOME 12.9 vs 蔚山HD
HOME 2.10 vs FCソウル	HOME 2.10 vs ジョホール	AWAY 2.10 vs 上海申花
AWAY 2.17 vs ジョホール	AWAY 2.17 vs FCソウル	HOME 2.17 vs 成都蓉城

地方遠征や、国際大会などでサポーターの大規模な移動が発生するのがフットボールの一つの特徴

Free 鹿島戦チケット“完売御礼” 約5千枚、17日のルヴァン杯／ヴァンラーレ

© 2024年4月6日 7:03



鹿島アントラーズ戦のチケット売上の内訳は、約5千枚のチケットが完売した。2024年4月6日、フットサルアリーナ八戸。

わご富貴戦以来8年ぶり。その間は5028人が来場した。

サッカーJ3のヴァンラーレ八戸は5日、八戸市プライムスタジアムで17日に待たれる、YBCルヴァンカップの鹿島アントラーズ戦（J1）のチケット約5千枚が完売したと発表した。3日の一般向けのチケット販売開始から、わずか3日間で売り切れとなった。

チケットが完売するのはスタジアムのこのところ初めてとなった。2016年10月2日の日本フットボールリーグ（JFL）MIOびわこ富貴戦以来8年ぶり。その間は5028人が来場した。

19年のリーグ参加以降の最多動員は昨年9月30日の3613人。17日の鹿島とのルヴァン杯ファーストラウンド2回戦は、ほぼ満席という記録を更新する見込みだ。



POINT

来期（2026-2027）、アジアチャンピオンズリーグへの出場が確定。サポーターの国境をまたぐ移動も増え、貴社事業領域とのシナジーが今年以降は特に期待される

[ニュース](#)[チーム](#) ▾[試合](#) ▾[チケット/観戦/グッズ](#) ▾[ファンクラブ](#) ▾[コンテンツ/サービス](#) ▾[クラブ](#) ▾[アカデミー](#) ▾[パートナー](#) ▾

ニュース

英語版サイト「QUICKぴあ」でのチケット販売開始のお知らせ

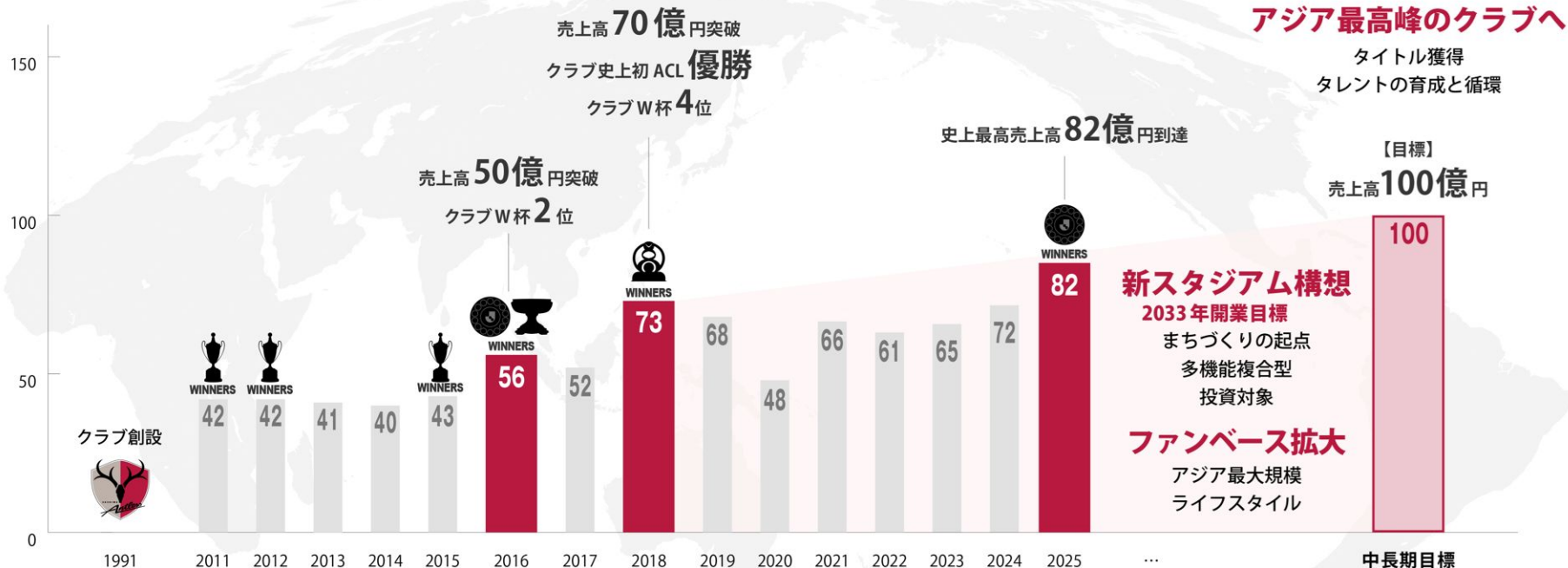
2026.07.23(木)

国内外の外国籍のお客様向けに、英語版サイト「QUICKぴあ」でのチケット販売を開始することとなりましたので、お知らせいたします。

「QUICKぴあ」をご利用いただくことで、事前の会員登録を行うことなく、スマートフォンひとつでチケットの購入から引き取り、スタジアムへの入場までを非常にスムーズに行うことが可能となります。

対象試合

鹿島アントラーズ主催のホームゲーム



クラブの成長ロードマップ

CLUB ROADMAP

中長期目標：売上高100億円

「売上高100億円」を中長期目標と定めてクラブビジネスを展開

アントラーズ ホームタウンDMOの存在



2007年ホームタウン5市とともにホームタウン協議会を立ち上げ、この協力関係を基に2018年4月「一般社団法人アントラーズホームタウンDMO」を設立。スポーツツーリズムを核とした「地域観光事業」と「その他収益事業」の二本柱で、「地域の稼ぐ力」を向上させるための事業を展開し、地域経済の活性化に貢献する。

地域観光事業

スポーツツーリズム（スポーツ）

- アントラーズ試合観戦
- インバウンドスポーツ団体合宿
- 国内スポーツ団体合宿
- ゴルフトーナメント観戦
- インバウンドゴルフツアー

エコツーリズム（歴史・文化・自然）

- 鹿島神宮・東国三社巡り
- 鹿島灘・北浦・霞ヶ浦・個沼
- 自然としたしむ
サイクリング・ランニング

グリーンツーリズム（農業・食育）

- なめがたファーマーズヴィレッジ農業体験
- 海外ホームステイ受け入れ（民泊）
- 豊富な地元食材によるグルメ

ヘルスツーリズム（美容・健康）

- カシマウェルネスプラザ・温浴施設
- アントラーズスポーツクリニック
- メルカリスタジアム活用

その他収益事業

地域商社事業

新規事業

国内観光客



インバウンド
（訪日観光客）



参画団体

サッカーを通じたまちづくりを推進するアントラーズホームタウン協議会で、地域が抱える観光課題解決について話し合われる中、地域住民／民間企業／行政の三位一体型の観光ビジネス展開を行うための「日本版DMO」の導入が検討された。地域貢献の意思を持ち、本取組の趣旨に賛同した民間企業4社が参画し、2018年1月一般社団法人アントラーズホームタウンDMOを設立。

アントラーズホームタウンDMOの参画団体

民間企業



(株)鹿島アントラーズ・エフ・シー



(株)なめがたしろはとファーム



関彰商事(株)

行政団体



かしまし
鹿嶋市



かみすし
神栖市



いたこし
潮来市



なめがたし
行方市



ほこたし
銚田市

法人概要

名 称：一般社団法人 アントラーズホームタウンDMO

英文名：Antlers HomeTown DMO

旅行業登録：茨城県知事登録 旅行業第2-654号（2019年3月29日変更登録）

設 立：2018年（平成30年）1月30日（事務所業務開始：2018年4月3日）

住 所：〒314-0007 茨城県鹿嶋市神向寺23-2

T E L：0299-77-9500

F A X：0299-77-9501

E-mail：info@antlers-dmo.com

◇役員紹介

代 表 理 事：田口 伸一（鹿嶋市長）

副代表理事：鈴木 秀樹（（株）鹿島アントラーズ・エフ・シー 取締役副社長）

理 事：原 浩道（潮来市長）

理 事：木内 敏之（神栖市長）

理 事：高須 敏美（行方市長）

理 事：井川 茂樹（鉾田市長）

理 事：佐藤 大輔（（株）なめがたしろはとファーム 常務執行役員）

理 事：関 正樹（関彰商事（株） 代表取締役社長）

監 事：加瀬 正一（関彰商事（株） 鹿行支店長）

事 務 局 長：矢橋 伸一（（株）鹿島アントラーズ・エフ・シーより出向）

事業イメージ（全体）

「一般社団法人アントラーズホームタウンDMO」は、鹿島アントラーズ・エフ・シーのブランド力・マーケティング力を生かしながら、地域の観光資源の効果的な管理・調整を行い、「地域の稼ぐ力」の強化、及び地域経済の活性化を目指した事業に取り組んでおります。



鹿行地域の資源・強み

地域観光事業：スポーツツーリズム ※25年度実績

◆鹿島アントラーズ・エフ・シー（アカデミーチーム）共催サッカー大会

小学生～中学生を対象としたサッカー大会・イベントの開催。

※開催場所：鹿嶋・潮来・神栖(波崎)エリア

※大会運営：アカデミーチーム

※宿泊・交通手配：アントラーズホームタウンDMO

※25年度実績：22件

一平均参加人数：315名 最大参加人数：1,100名



◆インバウンド団体受入(サッカー)

小学生からA代表まで幅広い年代の強化合宿を受入。滞在時に必要な宿泊・トレーニング会場調整、マッチメイク等をアレンジ。また個人向けのパーソナルトレーニングや文化体験コンテンツも造成中。

【25年度実績】

受入内容(一部)：中国江蘇省U-18強化合宿、ミャンマーU-22代表、米国女子選手短期留学 等



◆その他強化合宿の受入

中学生～高校生のサッカー強化合宿の受入。

アントラーズホームタウンDMOでは宿泊・交通手配のみならず、練習試合のマッチメイクも手配。

※25年度受入実績：20件

地域観光事業：グリーンツーリズム

DMO参画団体「なめがたファーマーズヴィレッジ」の農業体験＋宿泊の旅行パッケージや、行方・鉾田の農業を基軸とした体験型商品

◆キャンプ体験&鹿島アントラーズ試合観戦ツアー

なめがたファーマーズヴィレッジの校庭を活用し、参加者自らでテントを立てて1泊するキャンプ体験を実施。

※アクティビティ

BBQ、芋掘り、行方ファーマーズヴィレッジミュージアム見学、鹿島アントラーズ試合観戦



◆中国上海・北京農業関連企業 農業研修ツアー

茨城県内企業様からの依頼により、中国上海・北京農業関連企業向けに農業研修ツアーを実施。

※主なツアー内容

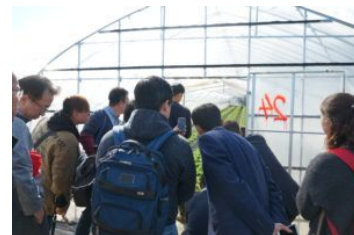
1日目：愛友酒蔵見学

2日目：なめがたファーマーズヴィレッジ見学、座学研修

3日目：都内観光

4日目：鉾田市農家見学

5日目：ポテトかいづか見学



地域観光事業：エコツーリズム、ヘルスツーリズム

鹿島神宮などの文化資源や、水郷あやめ、北浦等を切り口に海外や関東外の観光客を呼び込む体験型商品の販売。また、海外向けに日本の教育機関との異文化交流をコーディネート。

◆教育旅行（インバウンド）

アジア圏を対象とした訪日研修旅行・修学旅行を受入、鹿行地域の小・中学生とレクリエーションや給食を通じた異文化交流事業を実施。

※実績

2019年1月：哈爾濱第69中学校(中国)

2019年7月：石門中学校(中国)

2020年1月：西安小学校(中国)



◆水郷三都観光推進協議会モニターツアー

水郷観光圏（鹿嶋市、潮来市、神栖市）において、東国三社巡り以外の観光体験、観光消費を新たに誘発する為、旅行代理店向けのモニターツアーを実施。

※主な参加団体

クラブツーリズム(株)、読売旅行(株)、(株)JTBパブリッシング、
(株)エイチ・アイ・エス、関鉄観光(株)



その他事業①：鹿島アントラーズFC連携事業

◆【第5回 ANTLERS BUSINESS CLUB 合同企業説明会】

ANTLERS BUSINESS CLUB 加盟企業様と取り組む理念協賛活動の一環として、鹿行地域近郊の地元就職を希望する高校生を対象とした企業説明会を開催。DMOでは参加者の交通手配を担当。



◆【アントラーズスタジアムキャンプ2025】

カシマスタジアムのピッチ上にテントを貼り、子供から大人まで楽しめる体験アクティビティを盛り込んだ1泊2日のキャンプイベント。毎回定員の2倍以上の申込みがあり、今回は134名が参加。
※当イベントではDMOのレンタルテントを使用。



◆【ANTLERS BUSINESS CLUB ホームタウン小学生招待】

ANTLERS BUSINESS CLUBの理念協賛活動として、ホームタウンの小学生を対象とした招待施策を実施。DMOでは各学校とスタジアム間の交通手配を担当。



その他事業②

◆民泊施設「Stay Rokko」

鹿行地域の空き家率（平成30年値）が全国・茨城県の平均値より極めて高いことから、空き家の利活用による交流人口増加等を目的に空き家を借り上げ、令和2年に民泊施設「Stay Rokko」を開業し、合わせて利用者へのレンタサイクル事業も開始。



◆地域イベント・鹿島アントラーズ共同イベント

- ・茨城100kウルトラマラソンin鹿行(ROKKO)
参加者向けオフィシャルツアー販売
ふるさと納税による当大会エントリー権の出品
- ・「選手バスで行くカシマスタジアム満喫ツアー」
クラブ創設30周年を記念し、選手が利用しているチームバスに
乗車しながらスタジアム・クラブハウスを存分に満喫するツアー
を企画・販売



◆地域情報発信サイト「鹿行ナビ」

観光客や地域住民に対して、鹿行5市に飲食や観光スポットなどの記事やコラムなどを掲載し、鹿行地域に来訪意欲向上、鹿行地域の魅力を再発見することを目的に、FMかしまと共同運営の元、「鹿行ナビ」を開設。



受入実績（年度別）

年度	売上	取扱人数	総宿泊数
2021年	8,910万円	1,787名	2,498泊
2022年	13,359万円	5,160名	7,841泊
2023年	11,406万円	7,708名	8,531泊
2024年	17,686万円	9,980名	12,962泊
2025年	17,675万円	10,770名	13,114泊

100年先へ、誇れる聖地を。

2033年の開業を目指し、官民連携による「公設民営」方式でプロジェクトを推進



「県・市・クラブが一体となり、新時代の聖地を創る」



茨城県の観光政策等と連携していきたい事項(国内・インバウンド含む)

- 鹿島アントラーズという強力なブランド・観光資源の発信
 - 茨城県による観光情報の発信・PR活動における連携強化(国内・インバウンド)
 - 茨城空港・成田空港との連携(ソラナリタ エアポートシティ構想との連携含)
- メルカリスタジアムでのホームゲームも含めた広域観光ルートの形成
 - 機能強化が期待されている成田空港・茨城空港などの活用も含めたルート設計
 - FAMツアーなどを実施する場合のホームゲームの活用
- 交通課題の解決
 - 試合日の渋滞対策(公共交通利用促進や道路整備)
 - 公共交通ネットワークの強化

Football Dream

共闘

