

2024년

프로스포츠

**관람객 성향조사 및
대국민 인식조사
결과 보고서**

2025.02

[목차]

I. 조사 개요	5
1. 조사 개요	6
2. 조사 내용	8
3. 조사 설계	9
4. 표본 설계	10
5. 응답자 특성	13
II. 프로스포츠 관람객 성향조사(단체종목)	15
1. 조사 결과 요약	16
2. 세부 조사 결과	18
1) 홈 경기 관람객 특성	18
2) 경기 관람 행태	24
3) 경기/관람 요소 평가	32
* 별첨. 프로스포츠 관람객 성향조사(개인종목)	43
III. 대국민 프로스포츠 인식조사	57
1. 조사 결과 요약	59
2. 세부 조사 결과	60
1) 프로스포츠 인지도	60
2) 프로스포츠 경기장 방문경험	62
3) 프로스포츠 경기장 시청경험	64
4) 프로스포츠 선호도	66
5) 프로스포츠 영향력	68
* 별첨. 설문지	73

I. 조사개요

1. 조사 개요

□ 조사 목적

: '프로스포츠 관람'은 대중문화를 주도하는 핵심 성장산업으로, 1982년 프로야구를 시작으로 현재까지 국민의 대표적인 문화 여가생활로 자리잡고 있음

'프로스포츠 리그'를 중심으로 관련 산업의 성장을 도모하기에, 각 프로 리그의 활성화가 **전** 스포츠 산업 발전에 큰 영향력을 미침

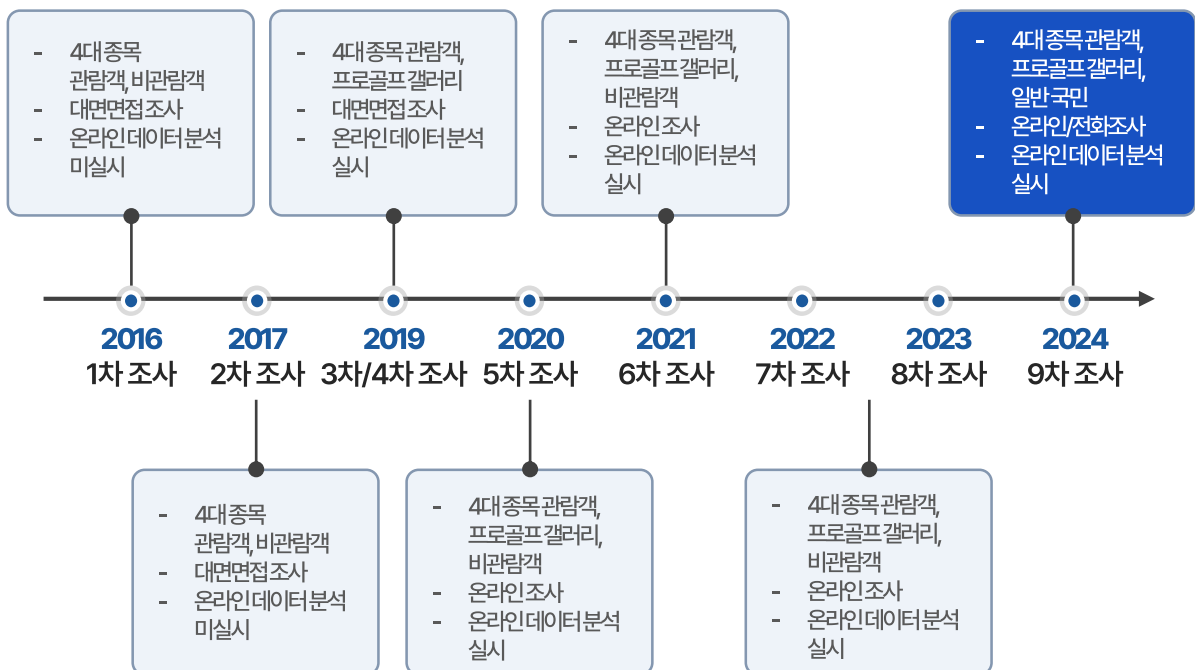
: 문화체육관광부 프로스포츠 운영 현황 자료에 따르면,
코로나 종식 이후 점차 평균 관중 수를 회복하고 있으며 2023년에는 무관중/제한적 관중에서 벗어나 코로나 이전 관중 규모에 도달하며 지속적으로 성장세를 보임
특히 그 중 프로야구와 프로축구의 관중 수가 크게 증가하며 '프로스포츠' 관람 문화를 주도하는 핵심 성장산업으로 그 역할과 비중이 크게 확대 되고 있음

: 현재 각 연맹 및 구단에서는 마케팅 고도화, 수요 예측 등 사업을 진행하며 프로스포츠 활성화를 위해 노력하고 있음
본 조사는 프로스포츠 리그 관람객의 성향 및 행태를 반영하여 프로단체-구단 마케팅 전략과 정책 개발에 필요한 기초 데이터를 확보하고 프로스포츠 리그의 지속 발전에 기여하고자 시행됨

□ 조사 연혁

: 2016년 4대 프로스포츠 종목 관람객 조사를 시작으로 2018년에는 프로골프 갤러리 조사와 온라인 조사 연혁 데이터 수집 및 분석 등 조사 범위를 확대하였음

: 2024년을 기점으로 조사 내용 및 방법 전면 개편 후 실시함
- 기존 설문 문항 축소 및 국민 대상 전화조사 신규 도입



조사 1)

프로스포츠 관람객 성향조사



- : 2024년 프로스포츠 경기장/대회장 방문객 대상 조사 진행(위 5개 종목 대상)
- : 조사방법은 QR코드 접속 혹은 문자 URL 발송을 통한 모바일 설문조사로 진행

① K리그1, KBO, KPGA, KLPGA : QR 코드 접속

- 조사일 경기/대회 시간 기준 2시간 전부터 경기/대회 시작 전까지 진행하였으며, 현장 방문 관람객이 경기장/대회장 내 설치된 배너 및 조사원이 나눠주는 팸플렛 내 QR코드를 직접 접속, 모바일 설문조사로 진행

② KBL, WKBL, KOVO : 조사 참여 URL 문자 발송

- 각 구단별 예매 및 관람 내역 리스트 활용

- : 각 리그별 설문조사 완료자 중 실제 경기장(홈구장)을 방문한 관람객을

유효 표본으로 분석함

실제 조사시 활용한 조사 참여 팸플렛/X배너 ▶

[유효표본 선정 기준]

- ① 방문한 경기장/대회장 위치와 응답자의 위치 정보(GPS)가 일치하는 경우 (QR 코드 조사 방법 대상)
- ② 방문한 경기장의 홈구단과 응답자의 응원구단이 일치하는 경우 (단체종목 대상)
- ③ 동행인원 수와 관련된 보기 선택형 질문과 숫자 입력형 질문의 응답 값이 일치하는 경우



조사 2)

대국민 프로스포츠 인식조사

- : 전국 거주 만 19세~59세 일반 국민 대상
- : 구조화된 설문지를 활용한 전화조사 진행 (응답률: 2.8%, 표본오차: 95% 신뢰수준에서 $\pm 1.8\%$ p)
 - 무선 RDD 활용 CATI 1차 컨택
 - 1) 수신: 조사 안내 및 응답자 적격 여부 탐색 ▶ 수락 ▶ 조사 종료 후 감사 문자 발송
▶ 거절 ▶ 타 표본 대체
 - 2) 비수신: 3일간 컨택 시도 ▶ 비수신 지속 ▶ 타 표본 대체
 - 3) 결번: 추적 가능 ▶ 재접촉 ▶ 조사 안내 및 응답자 적격 여부 탐색 ▶ 수락 ▶ 조사 종료 후 감사 문자 발송
▶ 거절 ▶ 타 표본 대체

추적 불가 ▶ 조사 가능한 타 표본으로 대체하여 진행

- : 프로스포츠에 대한 인지 및 선호 수준, 현장 관람/중계방송 시청 경험 파악
- : 수집된 data는 단계별 검증을 별도로 실시하여 자료의 신뢰성을 제고함

2. 조사 내용

□ 프로스포츠 관람객 성향조사

구분	설문내용	
	단체종목	골프
응답자 기본 사항	성별	성별
	연령대	연령대
	거주지역	거주지역
	응원구단	
	응원 기간	
	시즌권, 멤버십 보유 여부	
		최근 1년 간 라운딩 횟수 골프 대회 현장 관람 기간
경기장/대회장 방문 개요	경기 정보 인지 경로	대회 정보 인지 경로
	동행자 유형	동행자 유형
	동행자 수(본인 포함)	동행자 수(본인 포함)
	방문 시 이용한 교통수단	방문 시 이용한 교통수단
	이동 소요 시간	이동 소요 시간
	티켓 구매 방법	티켓 구매 방법
	경기장 방문 이유	대회장 방문 이유
경기장/대회장 방문 관람 실태	경기 관람 시 지출 비용(1인, 사용기준)	대회 관람 시 지출 비용(1인, 사용기준)
	한 시즌 평균 경기장 방문 횟수	한 시즌 평균 대회장 방문 횟수
		(조사 대상) 대회 방문/예정 요일
		대회 관람 성향
스폰서 인지 실태		대회 성적 주 확인 방식
	경기 관람 시 항목별 중요도/만족도	대회 관람 시 항목별 중요도/만족도
		스폰서 인지 여부
갤러리 태도 평가		스폰서 이미지 변화
		스폰서 관심 형성 여부
		갤러리 전반 관람 에티켓 수준
경기장/대회장 방문에 대한 권유 및 피권유 행동		갤러리 관람 에티켓 변화
	추천 의향	추천 의향
	직관 제안 받은 경험	직관 제안 받은 경험
	직관 제안한 경험*	
응답자 특성	전반적 공정성	
	최근 1년 내 스포츠토토 경험	최근 1년 내 골프토토 경험
	최근 1년 내 직접 관람 경험 리그	최근 1년 내 직접 관람 경험 리그

* '직관 제안한 경험'은 동계종목(KBL_남자프로농구, WKBL_여자프로농구, KOVO_남녀프로배구)을 대상으로만 조사

□ 대국민 프로스포츠 인식조사

설문내용	
응답자 기본 사항	성별
	연령대
	거주지역
프로스포츠관련 인식	프로스포츠 리그 인지도
	프로스포츠 리그 직접 관람 경험
	프로스포츠 리그 중계방송 시청 경험
	프로스포츠 리그 선호도
	프로스포츠 리그 영향력

3. 조사 설계

□ 프로스포츠 관람객 성향조사

 조사대상	• K리그1, KBO, KBL, WKBL, KOVO, KPGA, KLPGA - 5개 종목 프로스포츠 리그 현장 관람객
 조사규모	• 총 26,919표본
 자료 수집 방법	• QR코드가 포함된 배너 경기장/대회장에 설치 및 문자 발송을 통한 모바일 조사
 모집단 추출	• '23년 리그별 평균 관람객 규모를 반영한 고려한 제곱근 비례배분
 표본 추출	• 각 리그별 현장 관람객 대상 조사
 조사기간	• K리그1: 2024년 8월 9일 ~ 2024년 10월 6일 • KBO: 2024년 8월 7일 ~ 2024년 9월 28일 • KBL: 2025년 1월 17일 ~ 2025년 2월 8일 • WKBL: 2025년 2월 4일 ~ 2025년 2월 17일 • KOVO: 2025년 1월 20일 ~ 2025년 2월 10일 • KPGA: 2024년 10월 26일 ~ 2024년 10월 27일 - 제네○○ 챔피언십(코스: 잭 니클라우스 골프클럽 코리아) 기준 조사 • KLPGA: 2024년 10월 26일 ~ 2024년 10월 27일 - 덕신○○○·서울○○ 레이디스 클래식(코스: 88컨트리클럽) 기준 조사

□ 대국민 프로스포츠 인식조사

 조사대상	• 대한민국 거주 만19세~59세 대국민
 조사규모	• 총 2,848 표본
 자료 수집 방법	• 구조화된 설문지를 활용한 전화조사(CATI)
 모집단 추출	• 성, 연령, 거주지를 고려한 비례할당
 표본 추출	• 17개 광역시도별 인구수를 고려한 비례배분
 조사기간	• 2024년 11월 9일 ~ 2024년 12월 7일

4. 표본 설계

프로스포츠 관람객 성향조사 (1)

: 리그별 최소 표본 확보를 위해, 각 구단별 최소 200표본 고정 할당 후, 관람객 규모를 반영한 제곱근 비례할당 진행

(단위:명, %)		구단명	목표 샘플 수	조사 완료 수	데이터 처리 표본 수	목표 대비 완료율
총 합계			31,040	52,957	26,919	86.7%
단체 종목	K리그1 소계		7,820	9,700	7,360	94.1%
	K리그1	울산 HD FC	830	925	715	86.1%
		전북 현대 모터스	720	661	480	66.7%
		포항 스틸러스	640	754	584	91.3%
		인천유나이티드 FC	650	913	691	106.3%
		제주SK FC	570	754	579	101.6%
		강원 FC	580	641	491	84.7%
		수원 FC	550	773	574	104.4%
		대구 FC	680	1,038	832	122.4%
		FC 서울	950	1,012	798	84.0%
		김천 상무	460	494	249	54.1%
		광주 FC	540	410	278	51.5%
		대전 하나 시티즌	650	1,325	1,089	167.5%
	KBO 소계		11,090	11,402	7,162	64.6%
	KBO	SSG 랜더스	1,250	1,083	650	52.0%
		키움 히어로즈	980	1,385	605	61.7%
		LG 트윈스	1,320	1,064	668	50.6%
		KT 위즈	1,050	1,250	679	64.7%
		KIA 타이거즈	1,060	1,067	790	74.5%
		NC 다이노스	960	976	480	50.0%
		삼성 라이온즈	1,140	1,243	865	75.9%
		롯데 자이언츠	1,160	1,208	980	84.5%
		두산 베어스	1,200	1,110	691	57.6%
		한화 이글스	970	1,016	754	77.7%
	KBL 소계		4,660	11,945	4,617	99.1%
	KBL	안양 정관장 레드부스터스	520	1,033	520	100.0%
		서울 SK 나이츠	570	2,289	570	100.0%
		창원 LG 세이커스	480	1,591	480	100.0%
		울산 현대 모비스 피버스	430	891	429	99.8%
		고양 소노 스카이 거너스	470	910	470	100.0%
		부산 KCC 이지스	500	1,426	500	100.0%
		원주 DB 프로미	440	1,008	440	100.0%
		수원 KT 소닉붐	410	816	410	100.0%
		대구 한국 가스공사 페가수스	410	1,162	410	100.0%
		서울 삼성 썬더스	430	819	388	90.2%

4. 표본 설계

□ 프로스포츠 관람객 성향조사 (2)

: 리그별 최소 표본 확보를 위해, 각 구단별 최소 200표본 고정 할당 후, 관람객 규모를 반영한 제곱근 비례할당 진행

(단위:명, %)		구단명	목표 샘플 수	조사 완료자 수	데이터 처리 표본 수	목표 대비 완료율
단체 종목	WKBL 소개		1,970	1,708	1,188	60.3%
	WKBL	아산 우리은행 우리 WON	320	319	180	56.3%
		부산 BNK 썸	310	487	347	111.9%
		용인 삼성생명 블루밍스	300	159	110	36.7%
		인천 신한은행 에스버드	320	222	152	47.5%
		청주 KB국민은행 스타즈	370	325	232	62.7%
		부천 하나은행	350	196	167	47.7%
	KOVO 소개		5,500	16,860	5,491	99.8%
	KOVO	인천 대한항공 점보스	360	1,077	360	100.0%
		천안 현대캐피탈 스카이워커스	380	2,572	380	100.0%
		수원 한국전력 VIXTORM	350	838	350	100.0%
		서울 우리카드 우리WON	420	925	420	100.0%
		안산 OK저축은행 웃맨	370	574	361	97.6%
		의정부 KB손해보험 스타즈	380	935	380	100.0%
		대전 삼성화재 블루팡스	340	740	340	100.0%
		한국도로공사 하이패스	410	877	410	100.0%
		홍국생명 핑크스파이더스	480	2,879	480	100.0%
		현대건설 힐스테이트	410	1,114	410	100.0%
		대전 정관장 레드스파크스	390	1,245	390	100.0%
		GS칼텍스 서울 Kixx	430	748	430	100.0%
		IBK 기업은행 알토스	390	1,109	390	100.0%
		페퍼저축은행 AI PEPPERS	390	1,227	390	100.0%
개인 종목	KPGA 소개		-	677	562	-
	KPGA		-	677	562	-
	KLPGA 소개		-	665	539	-
	KLPGA		-	665	539	-

4. 표본 설계

□ 대국민 프로스포츠 인식조사 (표본할당)

: 대한민국 거주 만19세~59세 대국민대상 성, 연령, 지역별 인구비례할당으로 표본 추출
(조사 시점기준 가장 최근 행정안전부 주민인구등록 통계 자료 기반)
: 제안요청서 상 최소 2,000표본 수집 필요한 가운데, 총 3,000개 샘플 목표로 수행하였으며, 세부 설계는 다음과 같음

(단위:명)		남성				여성				계
		만 18세 ~ 만 29세	만 30세 ~ 만 39세	만 40세 ~ 만 49세	만 50세 ~ 만 59세	만 18세 ~ 만 29세	만 30세 ~ 만 39세	만 40세 ~ 만 49세	만 50세 ~ 만 59세	
전 체		340	350	399	445	315	322	388	441	3,000
거주지	서울	67	73	70	74	75	73	71	77	580
	부산	20	20	24	27	19	19	24	28	181
	대구	16	15	17	21	14	13	18	22	136
	인천	20	22	25	26	19	20	24	26	182
	광주	10	9	11	12	10	9	11	13	85
	대전	11	10	11	12	10	9	11	12	86
	울산	7	8	9	10	6	6	9	10	65
	세종	2	3	4	3	2	3	4	3	24
	경기	94	101	115	121	85	92	111	119	838
	강원	10	9	10	14	8	8	10	13	82
	충북	11	11	12	14	9	9	11	14	91
	충남	13	14	17	19	11	12	15	17	118
	전북	11	9	12	16	9	8	12	15	92
	전남	10	9	13	17	8	8	11	15	91
	경북	15	14	18	23	11	12	17	22	132
	경남	19	19	26	30	15	17	24	29	179
	제주	4	4	5	6	4	4	5	6	38

□ 대국민 프로스포츠 인식조사 (완료 표본수)

(단위:명)		남성				여성				계
		만 18세 ~ 만 29세	만 30세 ~ 만 39세	만 40세 ~ 만 49세	만 50세 ~ 만 59세	만 18세 ~ 만 29세	만 30세 ~ 만 39세	만 40세 ~ 만 49세	만 50세 ~ 만 59세	
전 체		292	353	399	448	278	305	376	397	2,848
거주지	서울	73	80	73	76	84	69	66	65	586
	부산	21	19	29	25	10	18	24	26	172
	대구	13	15	18	24	14	11	18	17	130
	인천	18	24	20	25	15	18	23	26	169
	광주	8	10	13	13	9	10	10	12	85
	대전	7	13	12	13	10	9	10	13	87
	울산	5	7	9	11	5	6	10	6	59
	세종	2	3	5	4	2	4	5	2	27
	경기	72	97	114	121	68	87	102	104	765
	강원	6	9	12	16	9	7	9	16	84
	충북	13	12	12	14	8	10	11	15	95
	충남	10	15	17	19	12	10	15	13	111
	전북	8	11	11	16	7	7	14	14	88
	전남	9	9	9	19	9	8	13	15	91
	경북	13	10	14	21	7	10	17	20	112
	경남	11	15	25	23	7	14	25	29	149
	제주	3	4	6	8	2	7	4	4	38

5. 응답자 특성

□ 프로스포츠 관람객 성향조사

(단위 : 명)		전체	단체종목					개인종목	
			K리그1	KBO	KBL	WKBL	KOVO	KPGA	KLPGA
전 체		(26,919)	(7,360)	(7,162)	(4,617)	(1,188)	(5,491)	(562)	(539)
성별	남성	(13,507)	60.2	44.5	39.9	67.4	46.6	61.6	63.1
	여성	(13,412)	39.8	55.5	60.1	32.6	53.4	38.4	36.9
연령대	10대	(2,910)	12.6	15.0	7.9	2.7	8.9	3.2	1.5
	20대	(7,287)	22.5	38.1	25.6	11.2	27.6	9.1	3.9
	30대	(6,865)	25.7	22.8	29.7	25.1	26.7	25.8	11.7
	40대	(7,435)	32.2	18.6	30.8	45.1	26.3	31.1	30.1
	50대	(1,948)	5.8	5.0	5.1	12.0	8.0	23.3	40.3
	60세 이상	(474)	1.3	0.6	0.8	3.9	2.6	7.5	12.6
거주지	서울	(4,349)	8.5	18.6	18.5	10.9	20.7	32.6	16.5
	부산	(1,530)	1.1	8.8	9.9	23.9	1.4	0.2	0.0
	대구	(1,814)	9.6	8.1	7.7	0.3	3.0	0.7	0.7
	인천	(1,929)	8.1	7.1	2.9	9.7	7.4	25.6	4.3
	광주	(894)	3.4	5.0	0.4	0.3	4.8	0.4	0.0
	대전	(1,478)	9.7	3.9	0.7	1.3	7.8	0.5	1.1
	울산	(1,004)	7.1	1.3	7.7	1.0	0.4	0.0	0.4
	세종	(293)	2.0	0.6	0.1	1.5	1.4	0.5	0.7
	경기	(6,930)	14.3	25.7	28.7	19.9	34.4	35.9	72.2
	강원	(979)	6.5	0.9	7.7	0.6	1.2	0.9	0.7
	충북	(564)	0.8	2.0	1.1	15.7	2.2	0.5	0.2
	충남	(775)	2.0	2.4	0.8	9.6	5.2	0.9	2.0
	전북	(570)	4.9	1.5	0.5	0.3	1.4	0.0	0.2
	전남	(312)	0.8	1.9	0.3	0.3	1.9	0.4	0.0
	경북	(1,521)	12.5	3.1	2.4	0.8	4.7	0.2	0.4
	경남	(1,370)	1.6	8.7	10.5	3.6	1.7	0.5	0.6
	제주	(607)	7.4	0.4	0.2	0.1	0.4	0.2	0.0

□ 대국민 프로스포츠 인식조사

(단위: 명, %)		응답자수	%
전 체		(2,848)	100.0
성별	남성	(1,461)	51.3
	여성	(1,387)	48.7
연령대	19세~29세	(620)	21.8
	30세~39세	(637)	22.4
	40세~49세	(748)	26.3
	50세~59세	(843)	29.6

(단위: %)		응답자수	%
전 체		(2,848)	100.0
거주지	서울	(551)	19.3
	부산	(171)	6.0
	대구	(130)	4.6
	인천	(173)	6.1
	광주	(82)	2.9
	대전	(83)	2.9
	울산	(62)	2.2
	세종	(24)	0.8
	경기	(795)	27.9
	강원	(76)	2.7
	충북	(84)	2.9
	충남	(111)	3.9
	전북	(88)	3.1
	전남	(88)	3.1
	경북	(124)	4.4
	경남	(170)	6.0
	제주	(36)	1.3

II. 프로스포츠

관람객 성향조사(단체종목)

조사 결과 요약

단체 종목 (프로야구,프로축구,프로농구,프로배구)

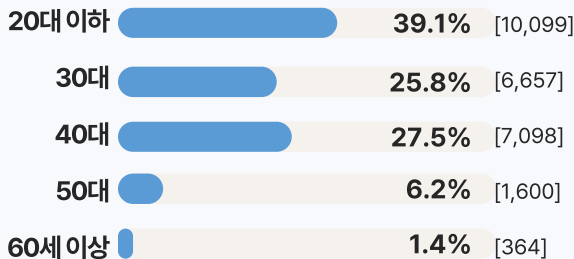
단위 : %, 응답자 수 : []

응답자 특성

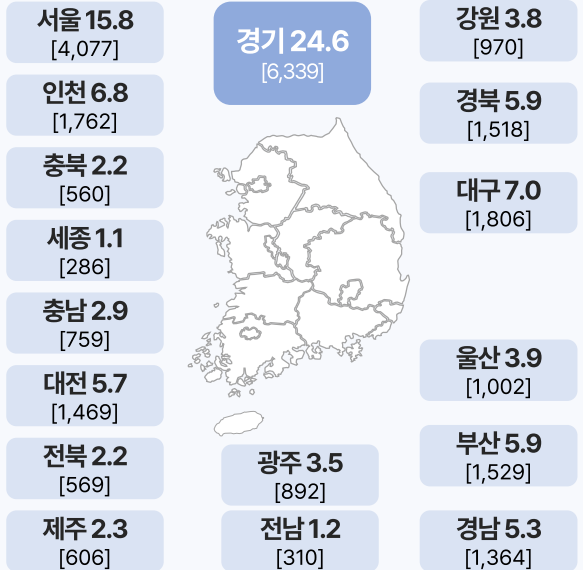
성별



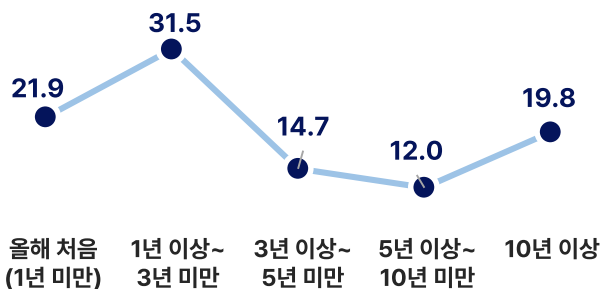
연령대



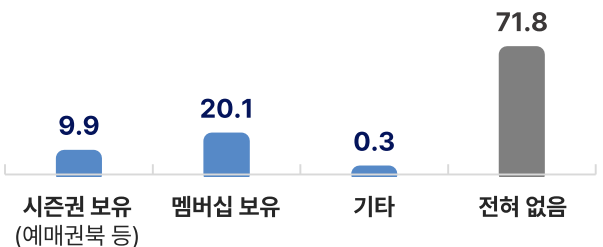
거주지



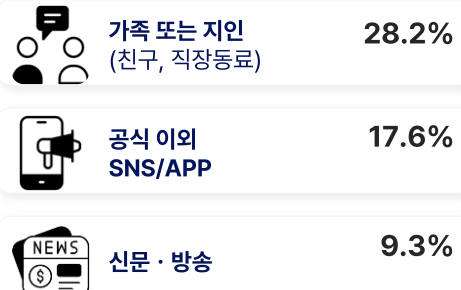
선호 구단 응원 기간



선호 구단 시즌권/멤버십 보유



경기 정보 인지 경로

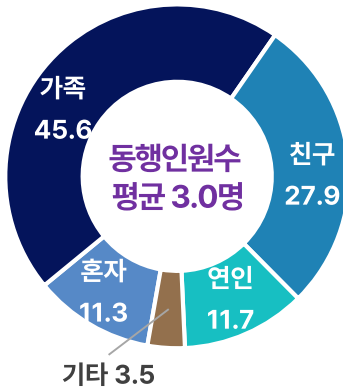


※ 기타 응답 미제시

(참고) 조사구단

프로축구	울산HDFC 전북현대모터스 포항스틸러스 인천유나이티드FC 제주SKFC 강원FC 수원FC 대구FC FC서울 김천상무 광주FC 대전하나시티즌
프로야구	SSG 랜더스 키움 히어로즈 LG 트윈스 KT 위즈 KIA 타이거즈 NC 다이노스 삼성 라이온즈 롯데 자이언츠 두산 베어스 한화 이글스
프로농구 (남녀)	[남] 안양 정관장 레드부스터스 서울 SK 나이츠 창원 LG 세이커스 울산 현대 모비스 피버스 고양 스노스카이 거너스 부산 KCC 이지스 원주 DB 프로미 수원 KT 소닉붐 대구 한국 가스공사 페가수스 서울 삼성 썬더스 [여] 아산 우리은행 우리WON 부산 BNK 썬 용인 삼성생명 블루밍스 인천 신한은행 에스버드 청주 KB국민은행 스타즈 부천 하나은행
프로배구 (남녀)	인천 대한항공 점보스 천안 현대캐피탈 스카이워커스 수원 한국전력 VIXTORM 서울 우리카드 우리WON 안산 OK저축은행 웬맨 의정부 KB손해보험 스타즈 대전 삼성화재 블루팡스 한국도로공사 하이패스 흥국생명 핑크스파이더스 현대건설 힐스테이트 대전 정관장 레드스파르스 GS칼텍스 서울 Kixx IBK 기업은행 알토스 페퍼저축은행시 PEPPERS

동행인 및 동행인원 수



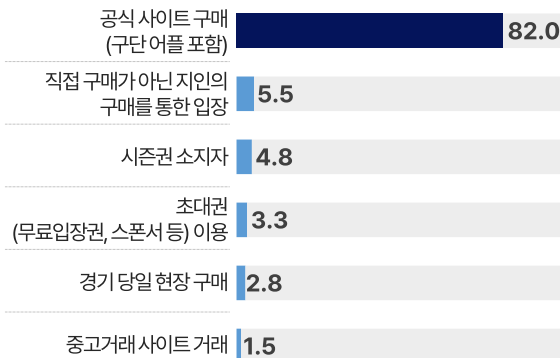
동행인원 수

2명 : 42.6%
3명 : 19.8%
4명 : 16.8%
5명 이상 : 9.5%

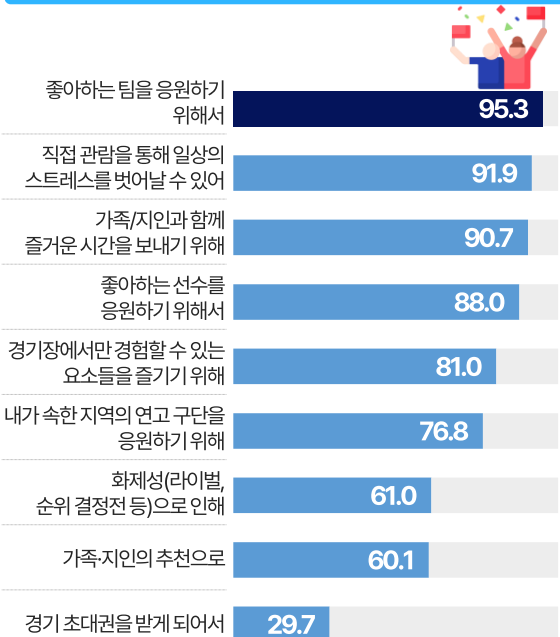
기타 3.5

* 기타: 친인척, 직장동료, 동호회 등

경기 티켓 구매 방법

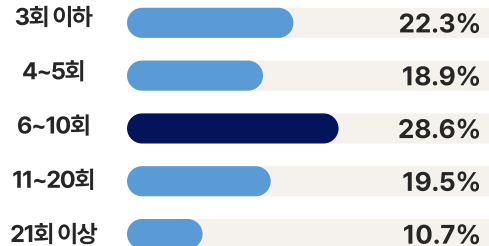


종목 경기장 방문 이유 (직관 이유)

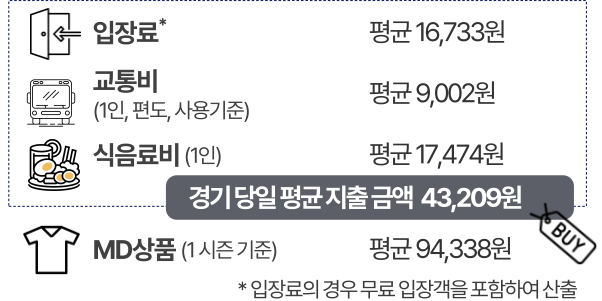


1시즌 평균 경기장 방문 횟수

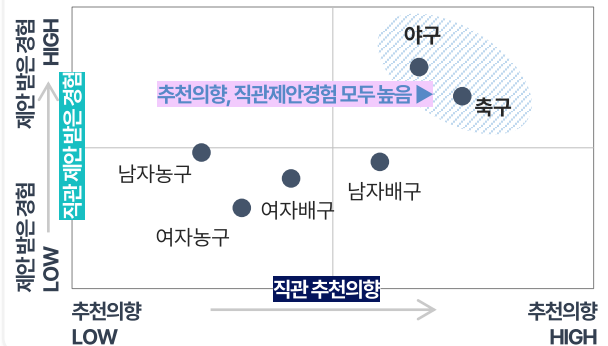
1시즌 기준 평균 11.1회 방문



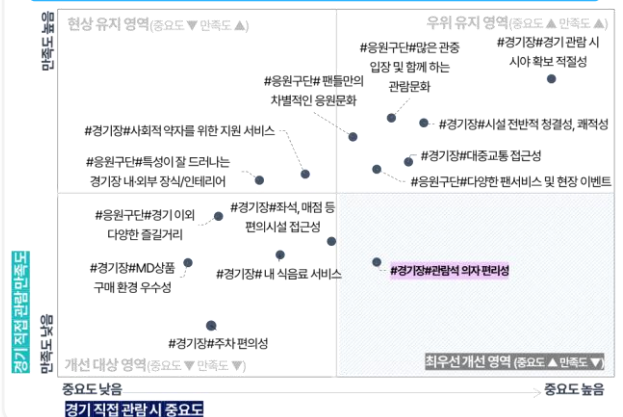
경기 당일 기준 지출 금액 (1일, 1인 기준)



직관 추천의향 및 제안받은 경험



경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

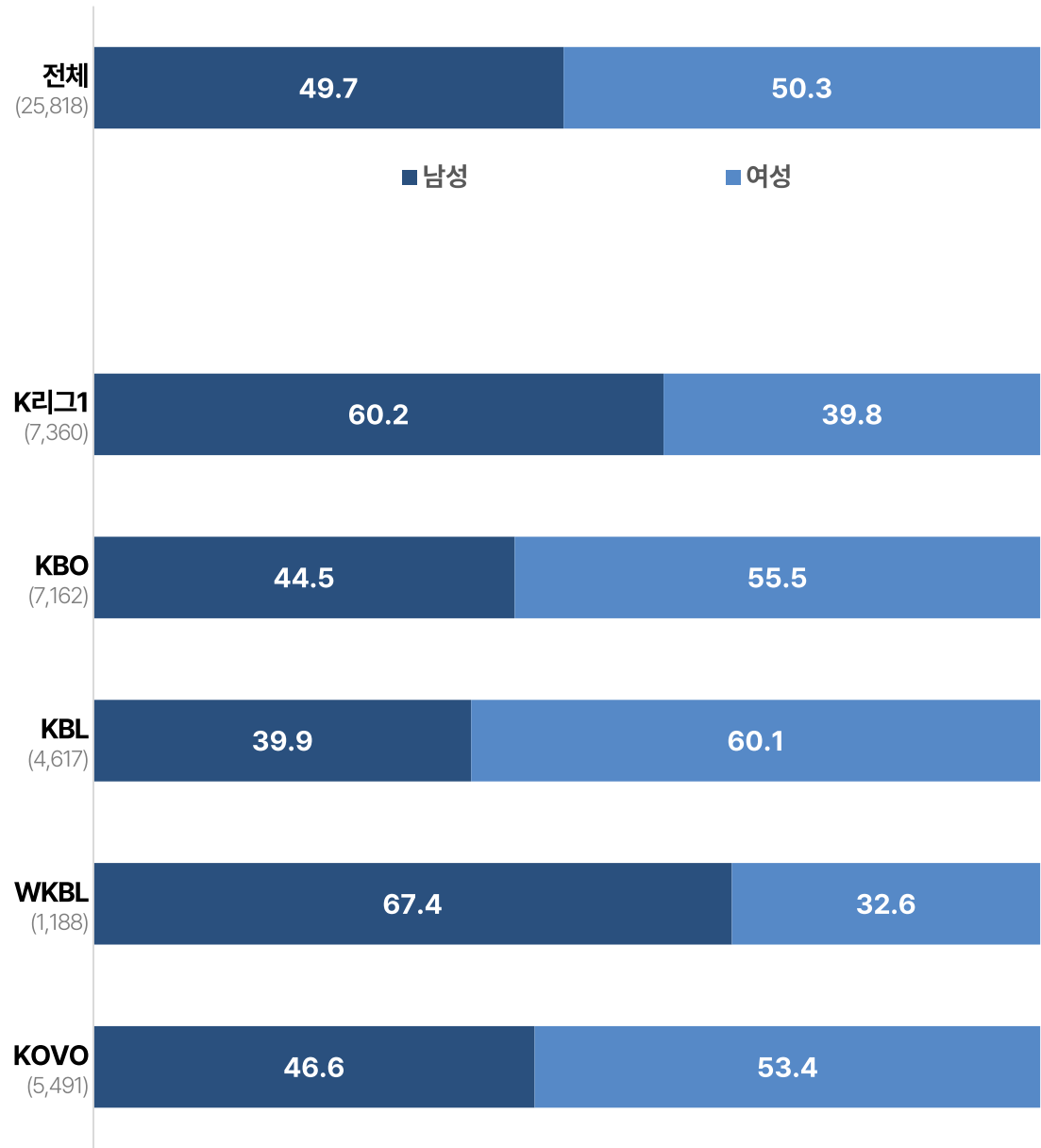


홈 경기 관람객 특성

성별

- : 프로스포츠 경기 관람을 위해 홈 구장을 방문한 비율은 남성 49.7%, 여성 50.3%임
- : "WKBL 여자프로농구"(67.4%) 및 "K리그1 프로축구" (60.2%) 의 경우 남성의 관람 비율이 비교적 높음
- : 한편, "KBL 남자프로농구"(60.1%) 의 경우 여성의 관람 비율이 남성 대비 상대적으로 높음

(단위 : %)



홈 경기 관람객 특성

연령대

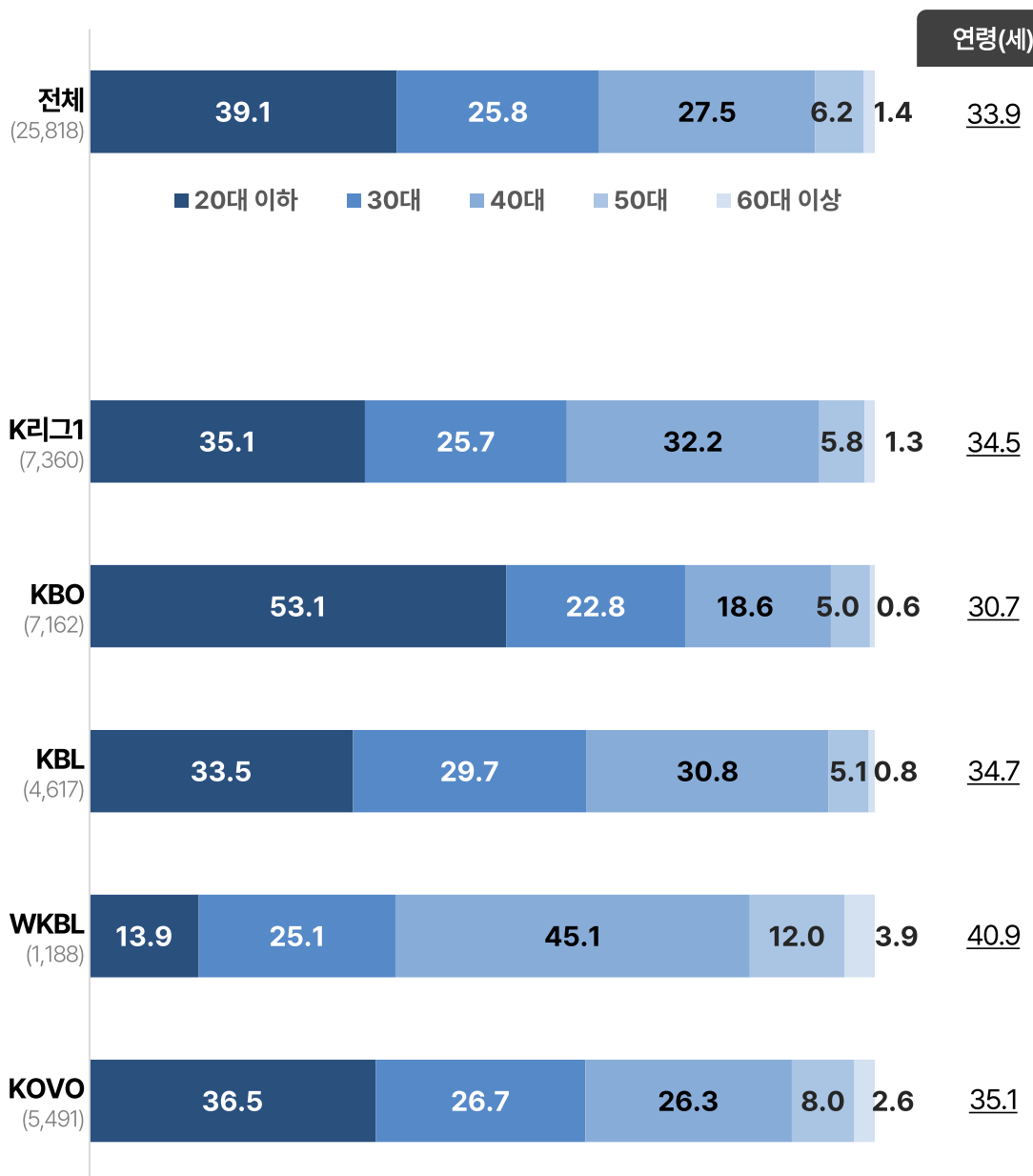
: 프로스포츠 홈 경기 관람객의 평균 연령은 33.9세임

: "WKBL 여자프로농구"의 평균 연령이 40.9세로 가장 높고,

다음으로 "KOVO 남녀프로배구"(35.1세) > "KBL 남자프로농구"(34.7세) > "K리그1 프로축구"(34.5세) 등의 순임

: "KBO 프로야구"의 평균 연령이 타 리그 대비 가장 낮음(30.7세)

(단위: %)



(2024년 설문조사는 QR코드 및 문자 발송을 통한 모바일 조사로 진행되어 연령별 분석 내용은 결과 해석에 유의해야 함)

홈 경기 관람객 특성 거주지역

∴ 리그 전반적으로 수도권 거주자의 관람율이 높고,
거주지역 연고지에 기반한 팬 비중이 높음

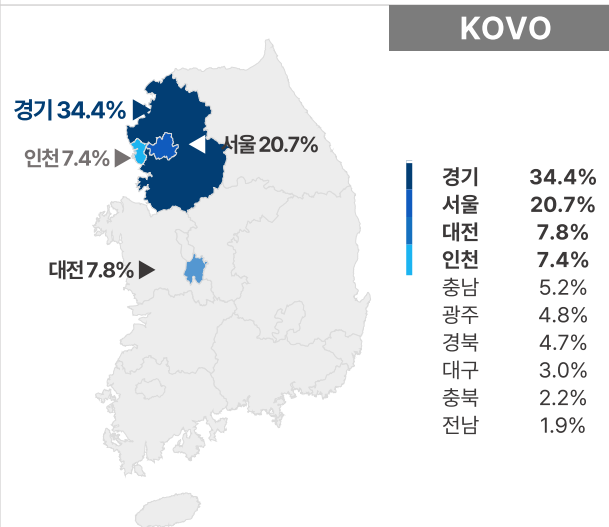
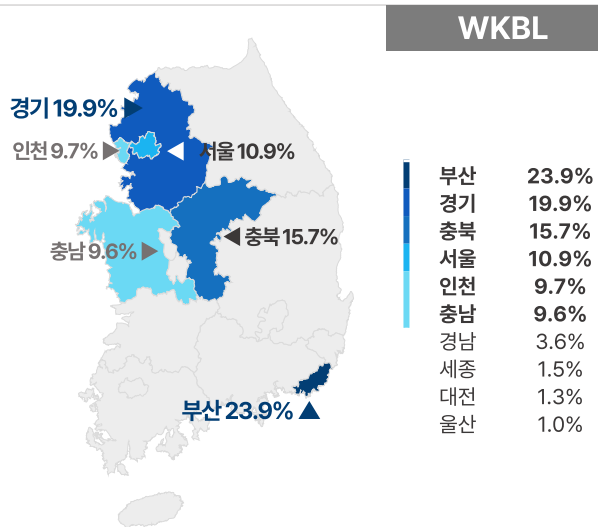
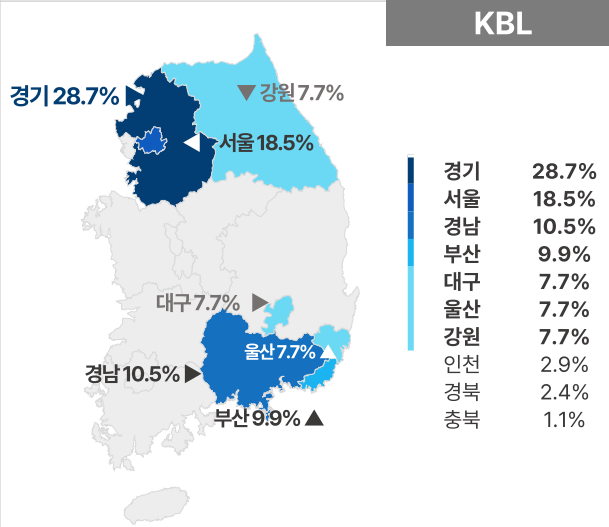
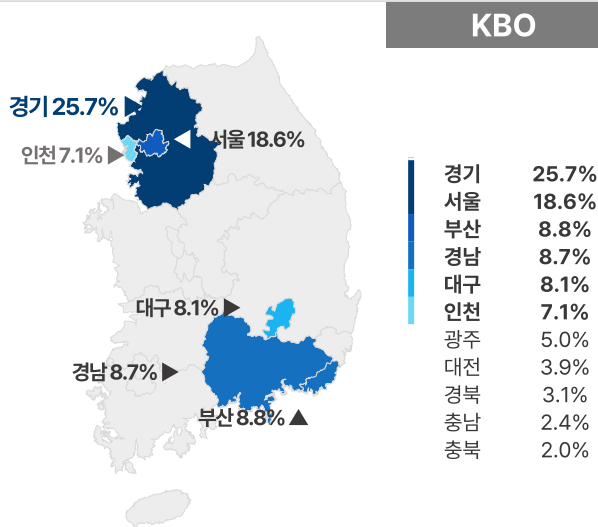
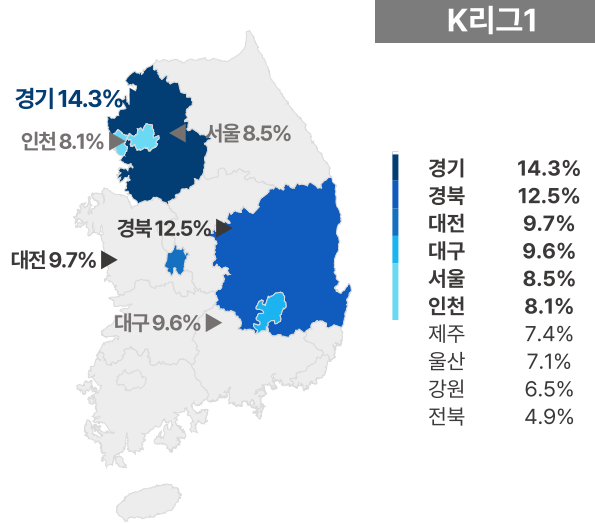
∴ K리그1: 경기 14.3% > 경북 12.5%
> 대전 9.7% > 대구 9.6%

: KBO:경기 25.7% > 서울 18.6%
> 부산 8.8% > 경남 8.7%

: KBL:경기 28.7% > 서울 18.5% > 경남 10.5%

∴ WKBL : 부산 23.9% > 경기 19.9% > 충북 15.7%

: KOVO:경기 34.4% > 서울 20.7%
>대전 7.8% > 인천 7.4%

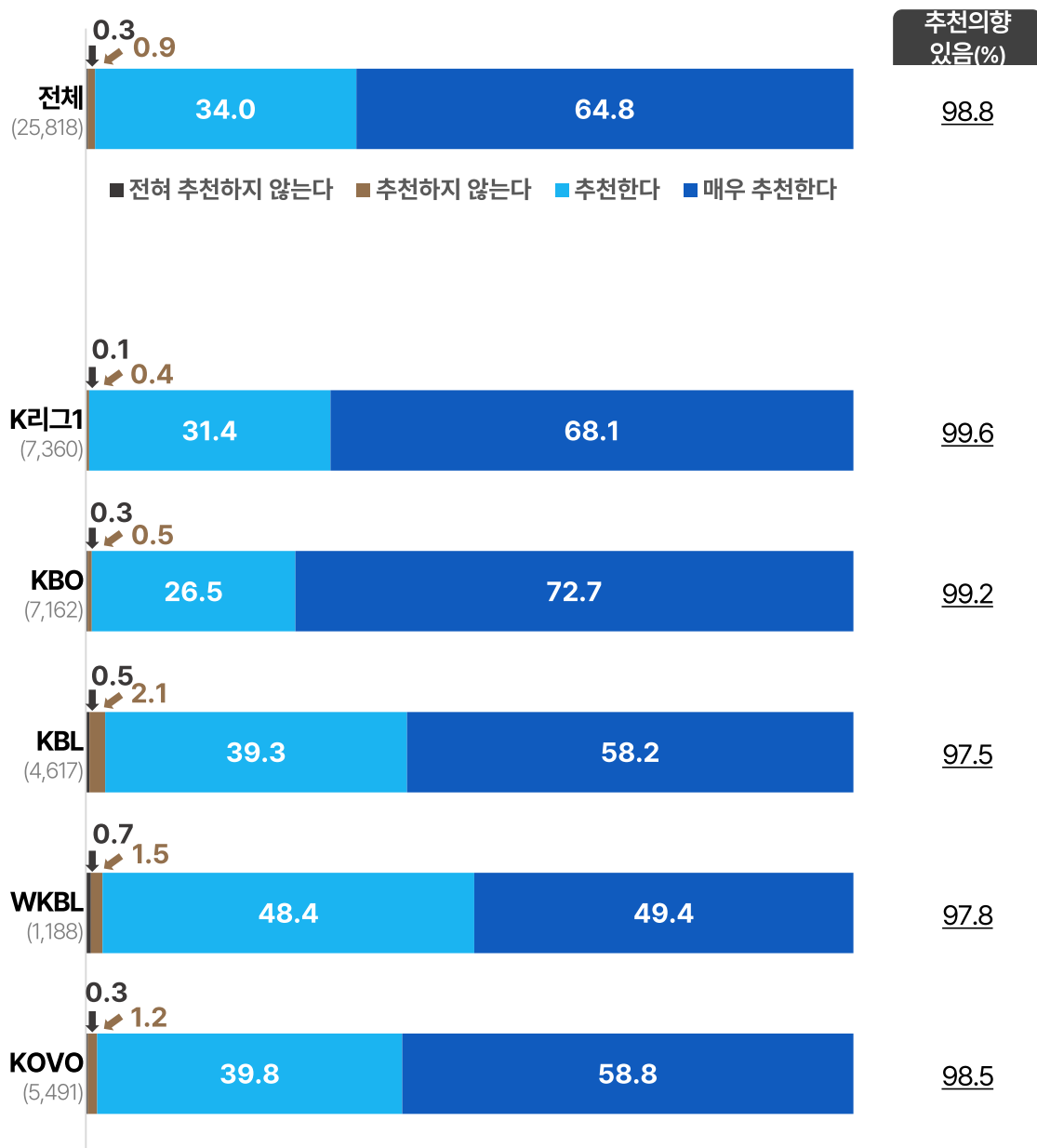


홈 경기 관람객 특성

경기 관람 추천의향

- ： 2024년 프로스포츠 홈 경기 관람객 중 98.8%(매우 추천한다+추천한다)가 '경기 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 수준을 보임
- ： 전반적으로 높은 추천 의향을 보이는 가운데,
"K리그1 프로축구"가 99.6%로 가장 높고, 그 다음으로 "KBO 프로야구"(99.2%) > "KOVO 남녀프로배구"(98.5%) 등의 순임

(단위: %)

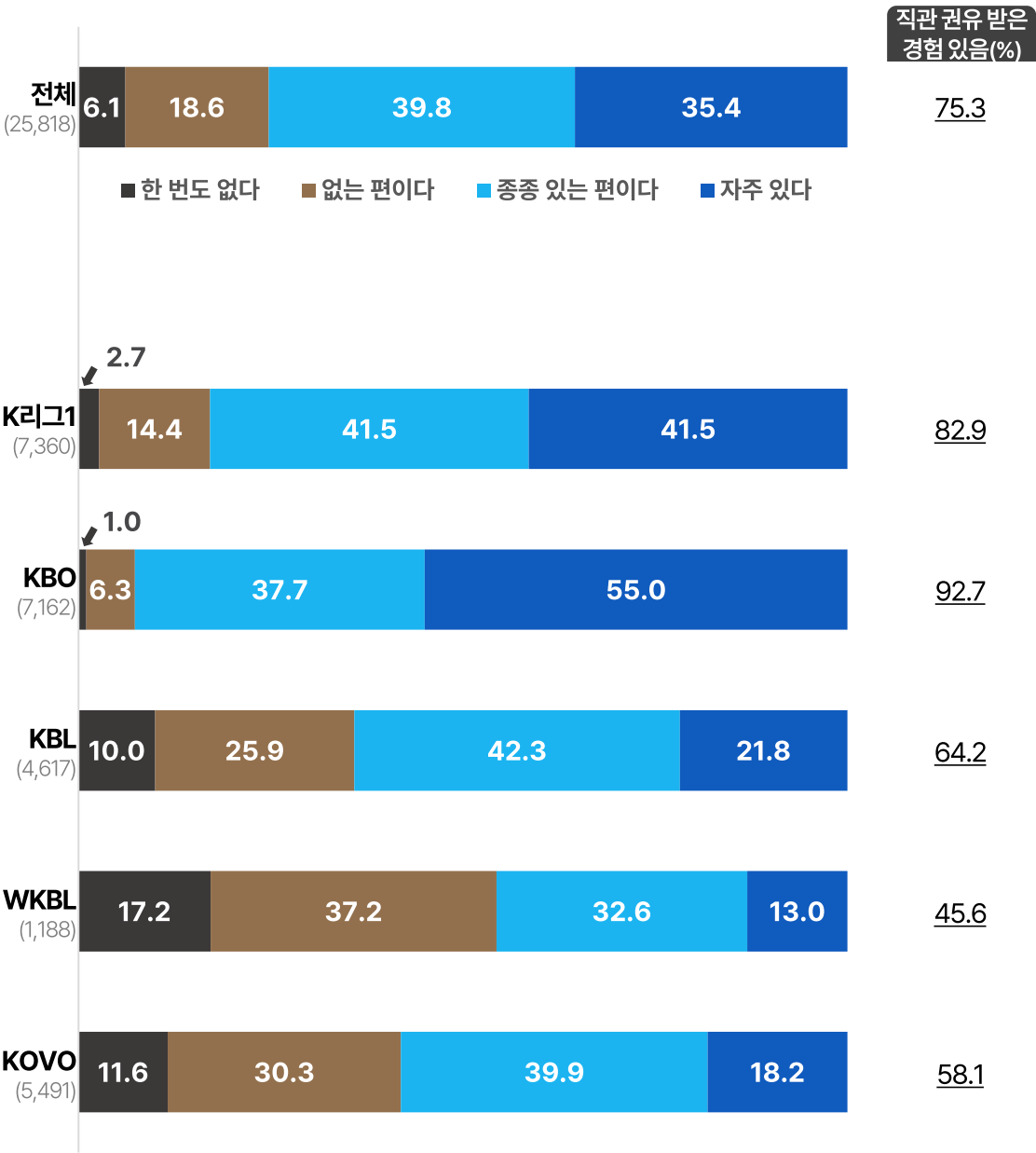


홈 경기 관람객 특성

경기 관람 권유 받은 경험

: 2024년 프로스포츠 홈 경기 관람객 중 75.3%가 '경기 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험 (자주 있다+종종 있는 편이다)이 있는 것으로 응답함
 : "KBO 프로야구"가 92.7%로 가장 높고, 그 다음으로 "K리그1 프로축구"(82.9%) 등의 순임
 : "WKBL 여자프로농구"의 권유 받은 경험이 45.6%로 가장 낮음

(단위: %)

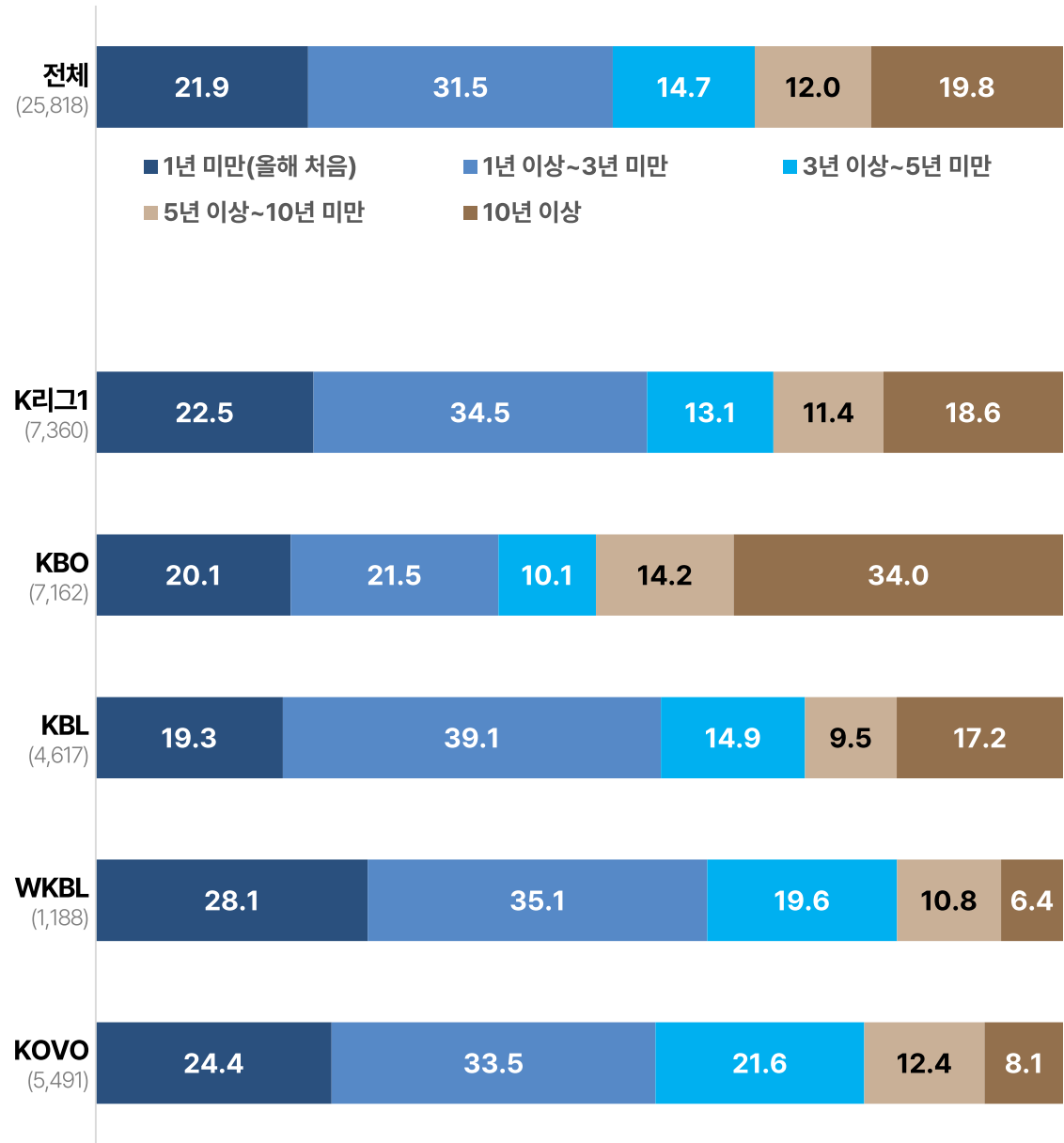


경기 관람 행태

응원 기간

: 2024년 프로스포츠 홈 경기 관람객의 응원 기간을 살펴보면,
 응원 기간 10년 이상 관람객 비율은 "KBO 프로야구"가 34.0%로 가장 높고, 그 다음으로 "K리그1 프로축구"(18.6%) > "KBL 남자프로농구"(17.2%) 등의 순임
 : 반면, 응원 기간이 1년 미만(올해 처음)은 "WKBL 여자프로농구"(28.1%) 및 "KOVO 남녀프로배구" (24.4%) 에서 타 리그 대비 상대적으로 높게 나타남

(단위 : %)

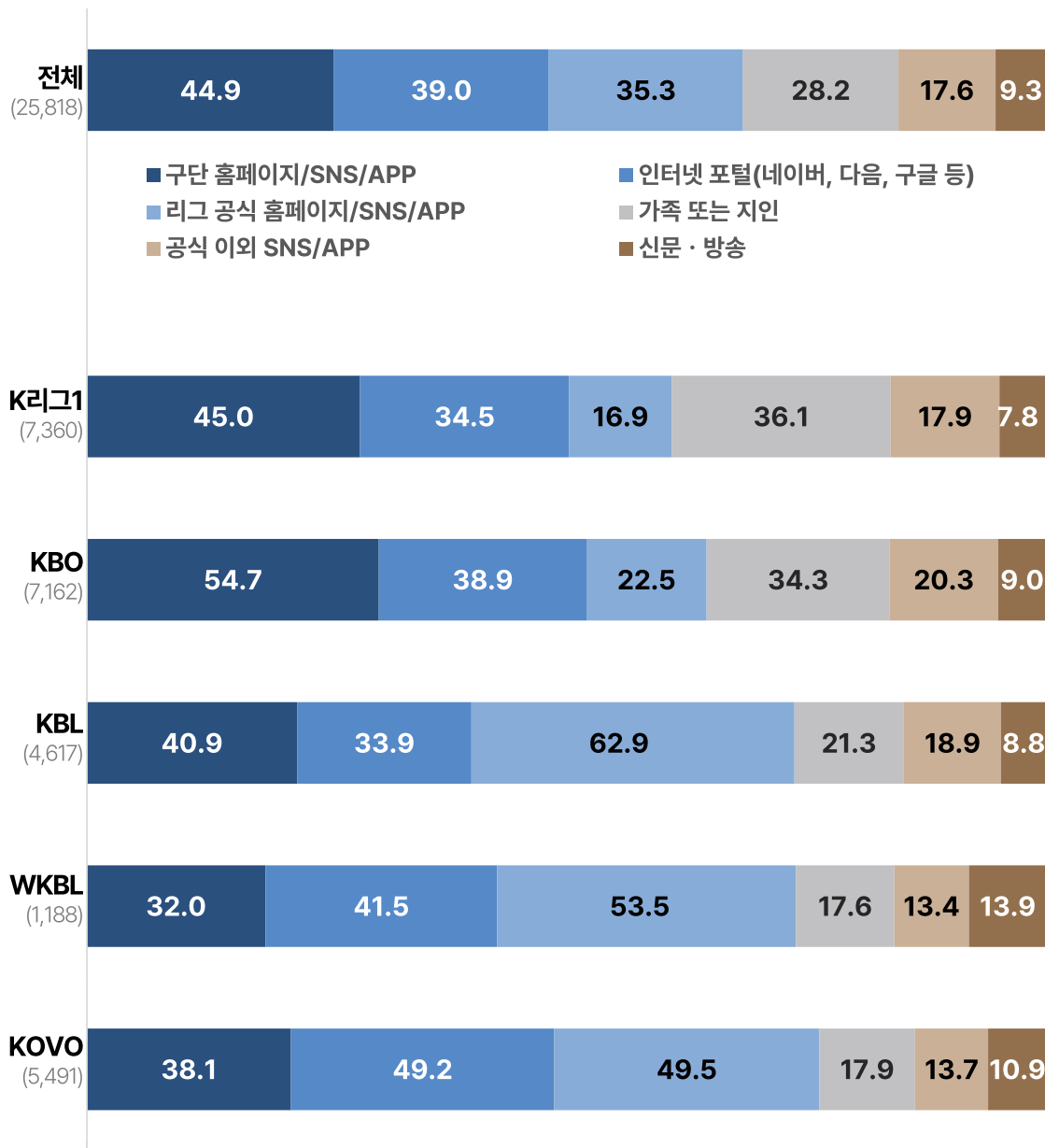


경기 관람 행태

경기 정보 인지 경로

: 2024년 프로스포츠 경기 관람 시, '구단 홈페이지/SNS/APP'을 통한 경기 정보 확인 비율이 44.9%로 가장 높음
 : 특히 "KBO 프로야구"(54.7%)의 경우 '구단 홈페이지/SNS/APP' 활용이 높고,
 "KBL 남자프로농구"(62.9%) 및 "WKBL 여자프로농구"(53.5%)의 경우 '리그 공식 홈페이지/SNS/APP' 활용이 상대적으로 높음

(단위: %)

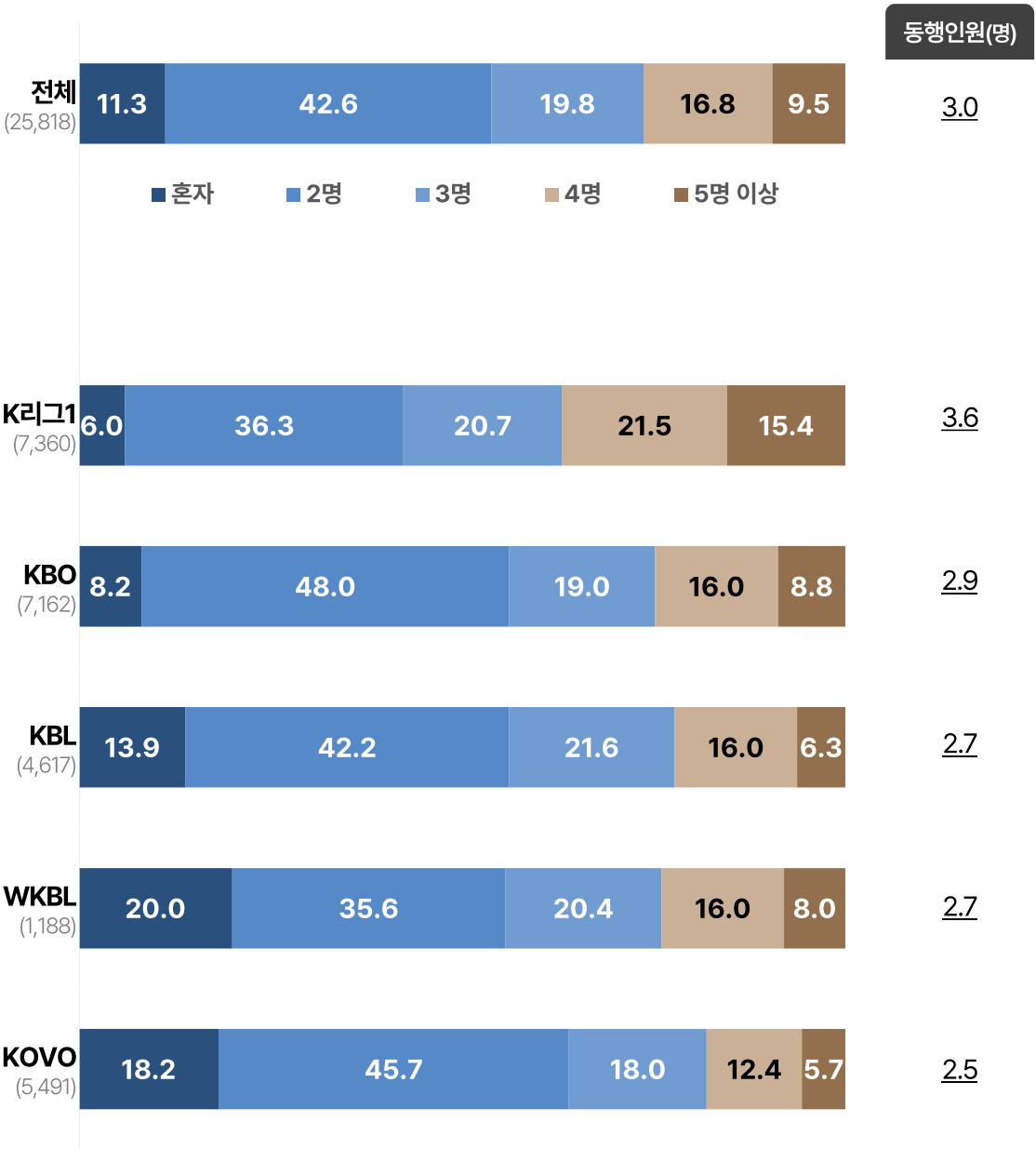


경기 관람 행태

동행인원

: 2024년 프로스포츠 경기 관람 시, 리그 공통적으로 본인 포함 2명이 방문한 경우가 가장 많음
 : “K리그1 프로축구”의 평균 동행인원 수가 3.6명으로 가장 많고,
 “KOVO 남녀프로배구”의 평균 동행인원 수가 2.5명으로 타 리그 대비 가장 적음

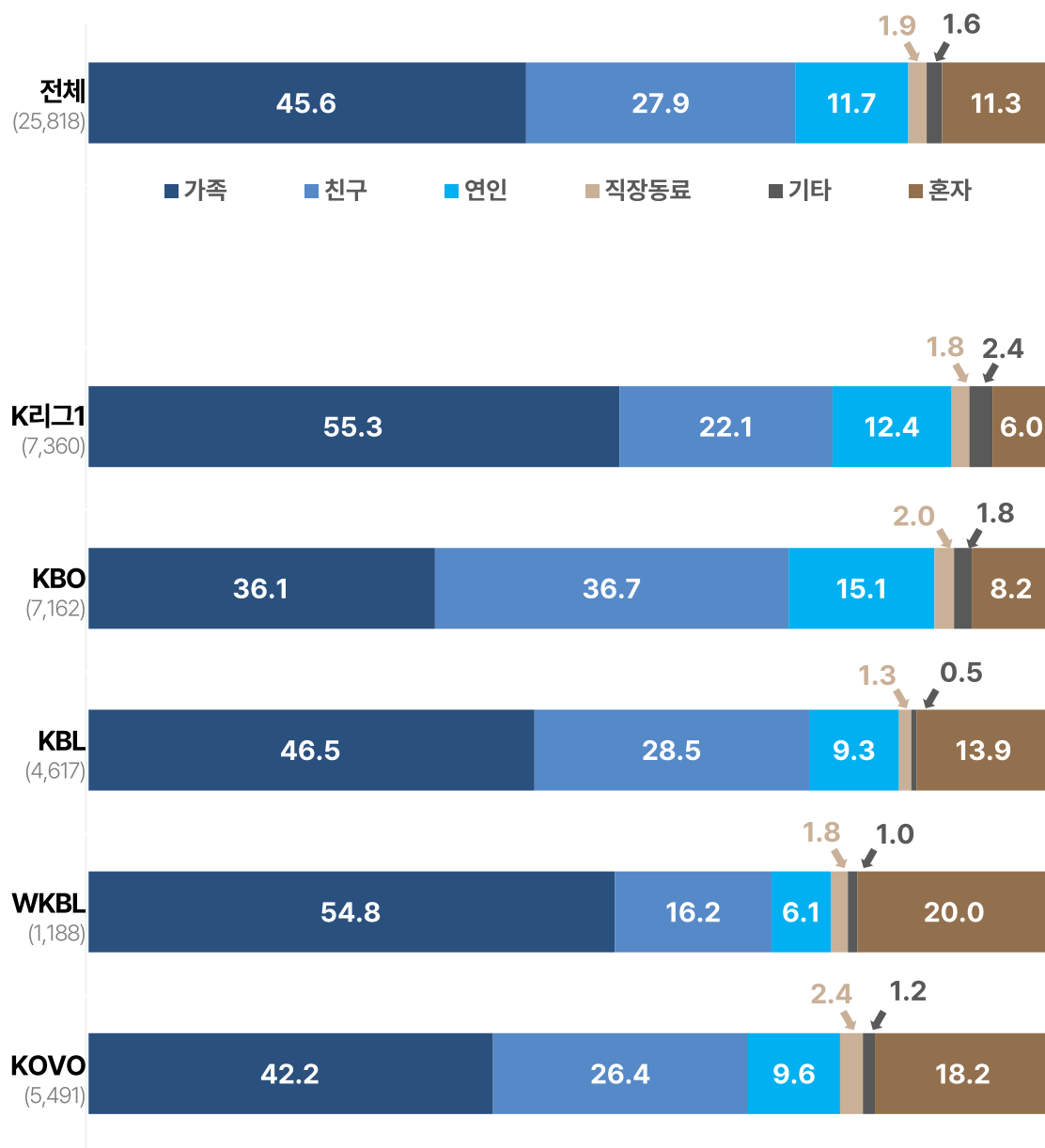
(단위: %)



경기 관람 행태 동행자 유형

- : 2024년 프로스포츠 경기 관람 시, '가족'(45.6%) 혹은 '친구'(27.9%)와 함께 방문한 비율이 높음
- : 가족 단위 방문은 "K리그1 프로축구"(55.3%) > "WKBL 여자프로농구"(54.8%) 등의 순으로 높고, 친구 단위 방문은 "KBO 프로야구"(36.7%) > "KBL 남자프로농구"(28.5%) 등의 순임
- : 한편, "WKBL 여자프로농구"(20.0%) 및 "KOVO 남녀프로배구"(18.2%)는 혼자 경기를 관람하는 비율이 상대적으로 높게 나타남

(단위: %)



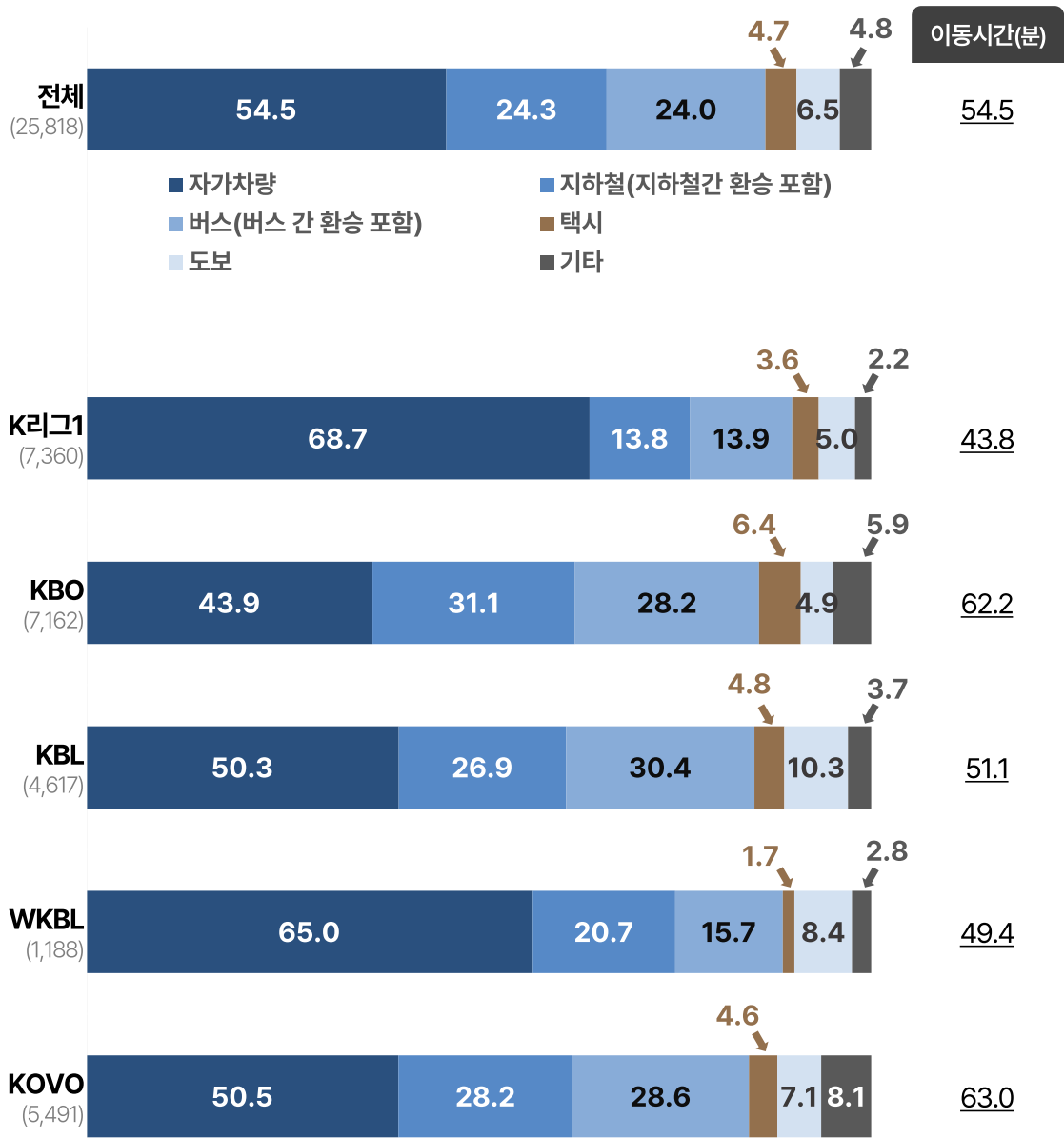
* 기타: 동호회, 친인척, 기타 응답 포함

경기 관람 행태

이용 교통수단

: 2024년 프로스포츠 경기 관람 시, 주로 '자가차량'(54.5%)을 통한 이동이 많음
 특히, "K리그1 프로축구"(68.7%) 및 "WKBL 여자프로농구"(65.0%)의 경우 '자가차량' 이용률이 타 리그 대비 상대적으로 큰 비중을 차지함
 : 경기장 방문까지의 평균 이동시간은 총 54.5분이며,
 "K리그1 프로축구"(43.8분) 및 "WKBL 여자프로농구"(49.4분)의 이동시간이 비교적 짧게 나타남

(단위 : %, 이동수단 복수응답)



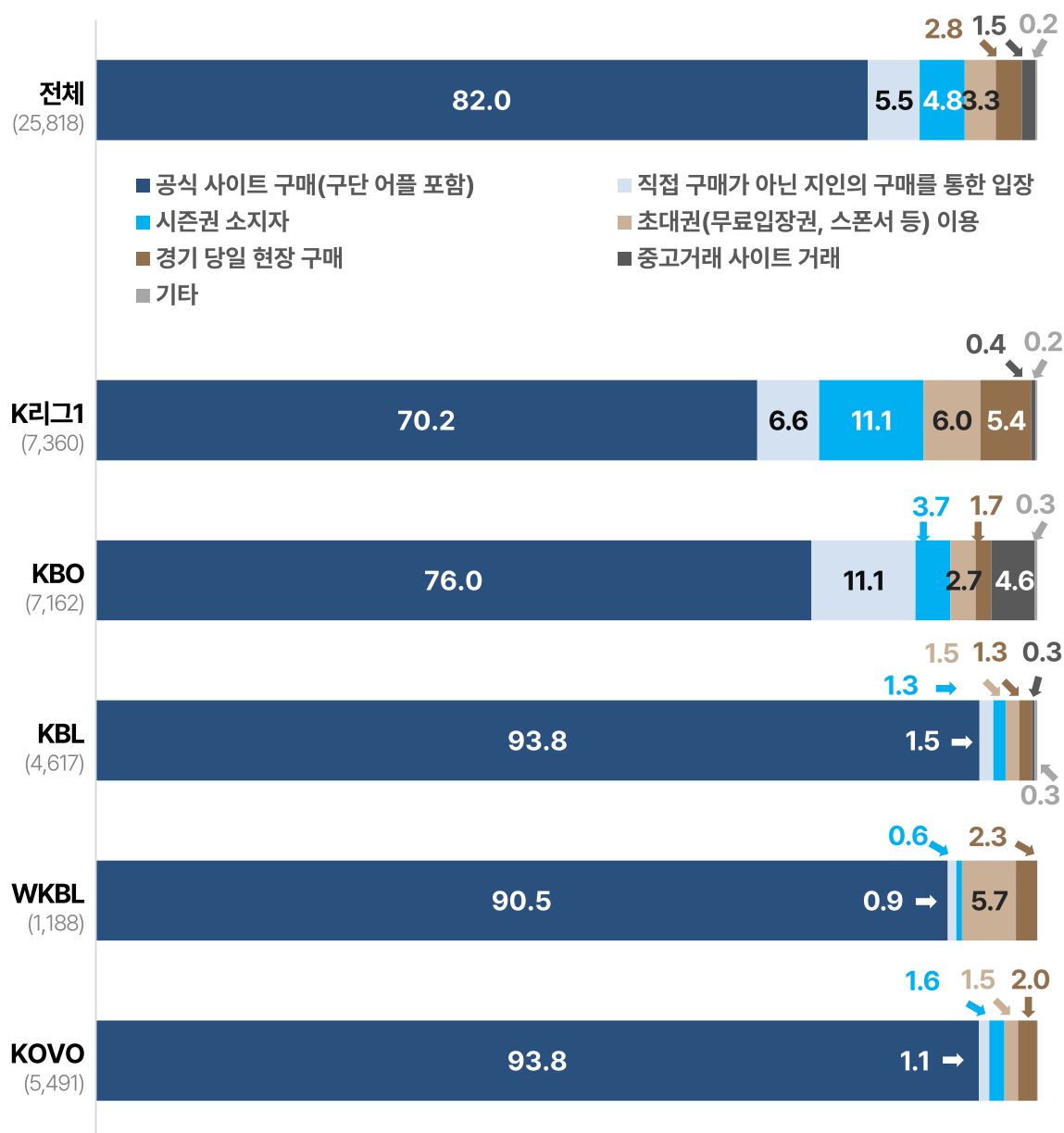
* 기타: 자전거, 열차, 기타응답 포함

경기 관람 행태

티켓 구매 방법

- : 모든 리그 공통적으로 '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험이가장 높음
- : 특히 "KBL 남자프로농구" 및 "KOVO 남녀프로배구"(93.8%), "WKBL 여자프로농구"(90.5%)의 '공식사이트(구단 어플 포함)'를 통한 구매 비율이 높게 나타남
- : "KBO 프로야구"의 경우 '중고거래 사이트 거래'를 통한 구매가 타리그 대비 상대적으로 높음(4.6%)

(단위: %)

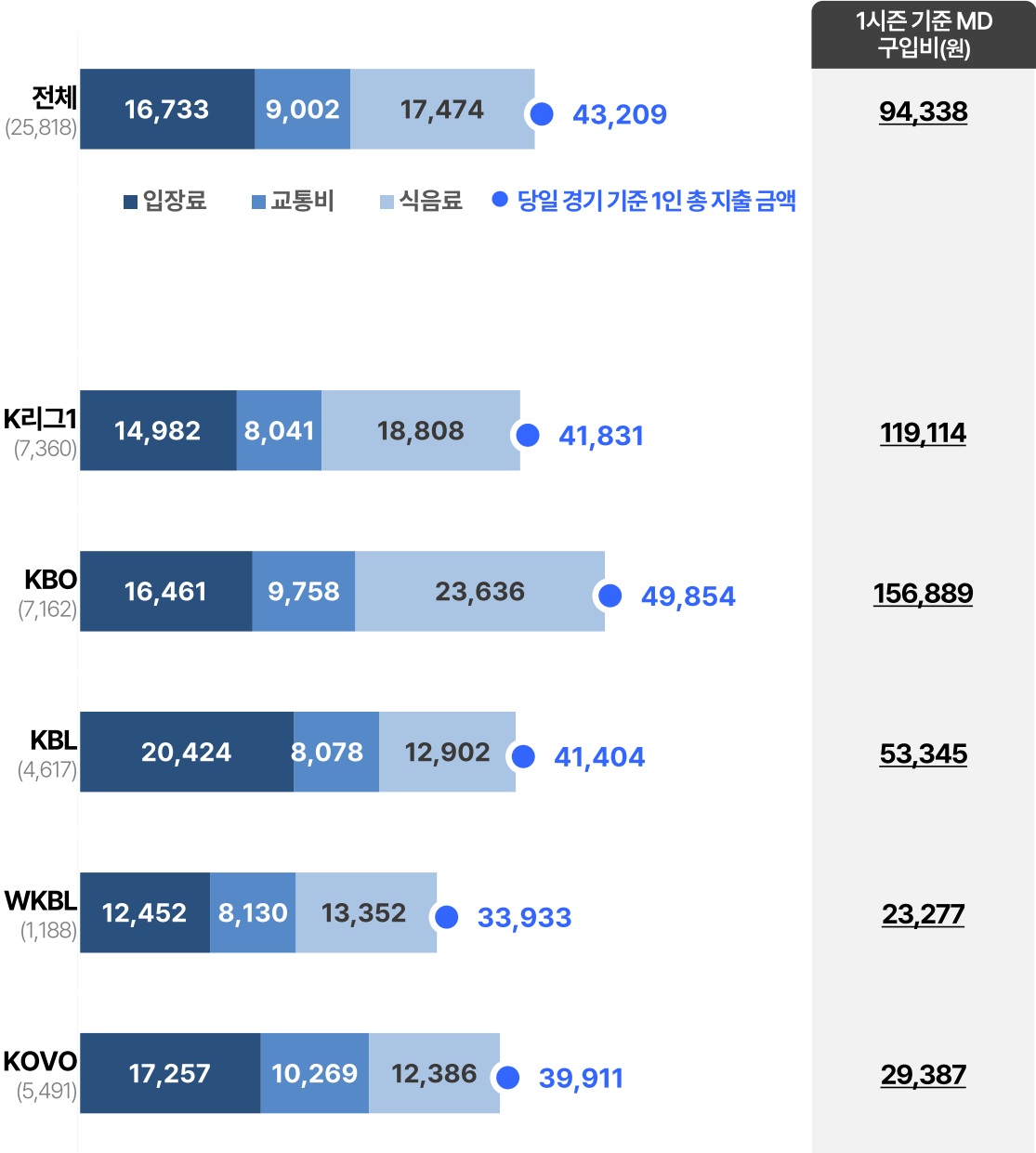


경기 관람 행태

지출 금액

- : 2024년 프로스포츠 경기 관람 시, 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 43,209원임
- : 타 리그 대비 “KBO 프로야구” (49,854원)의 지출 금액이 상대적으로 높고, “WKBL 여자프로농구”가 33,933원으로 비교적 낮은 수준임
- : 1시즌 기준 MD 구입비는 “KBO 프로야구”의 금액이 156,889원으로 가장 높음

(단위: 원)



* 입장료의 경우 무료 입장객을 포함하여 산출

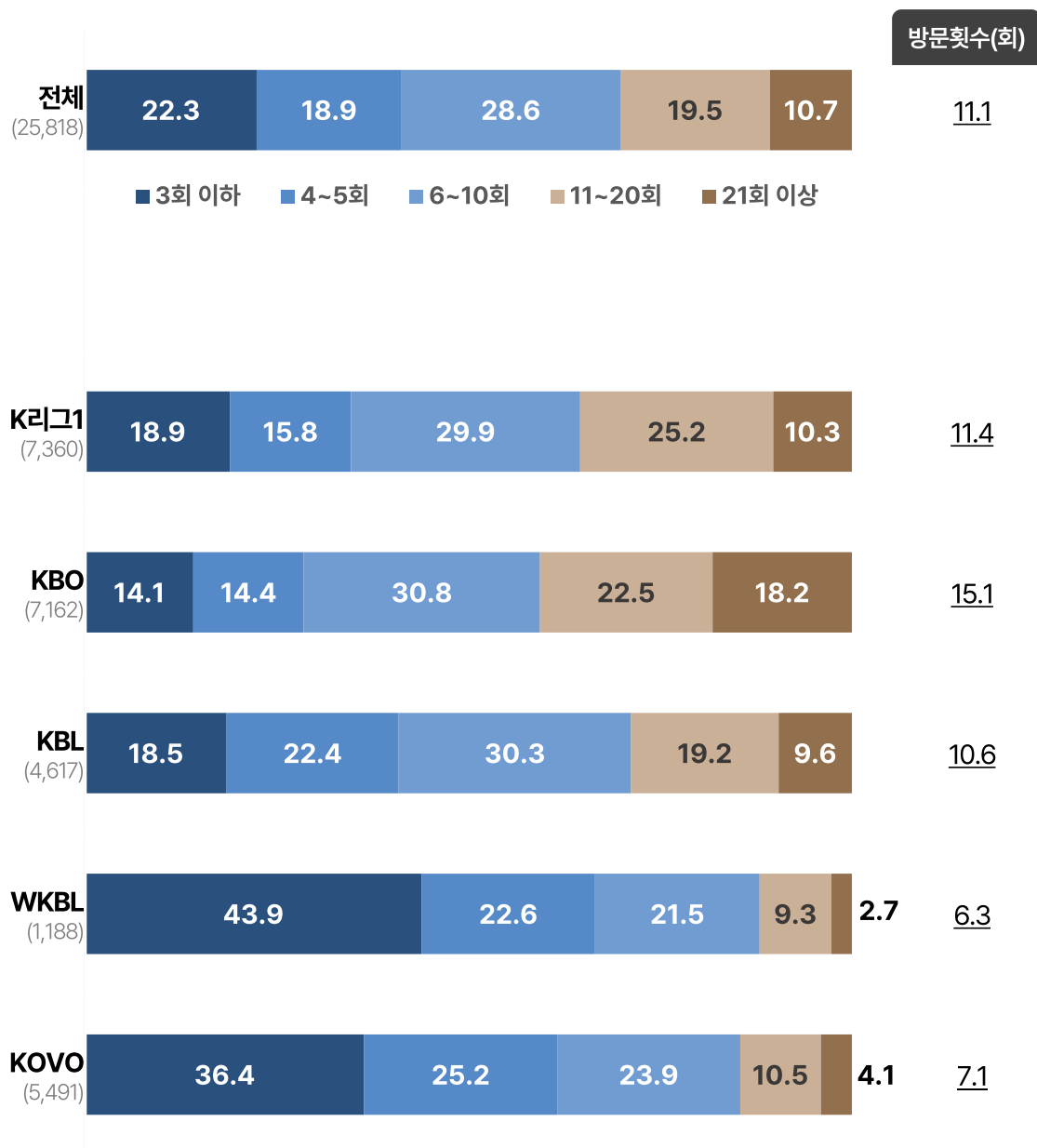
경기 관람 행태

(1시즌) 방문 횟수

: 2024년 프로스포츠 경기 평균 방문 횟수는 11.1회임

: "KBO 프로야구"의 평균 방문 횟수가 15.1회로 가장 높고, 그 다음으로 "K리그1 프로축구"(11.4회) > "KBL 남자 프로농구"(10.6회) 등의 순임

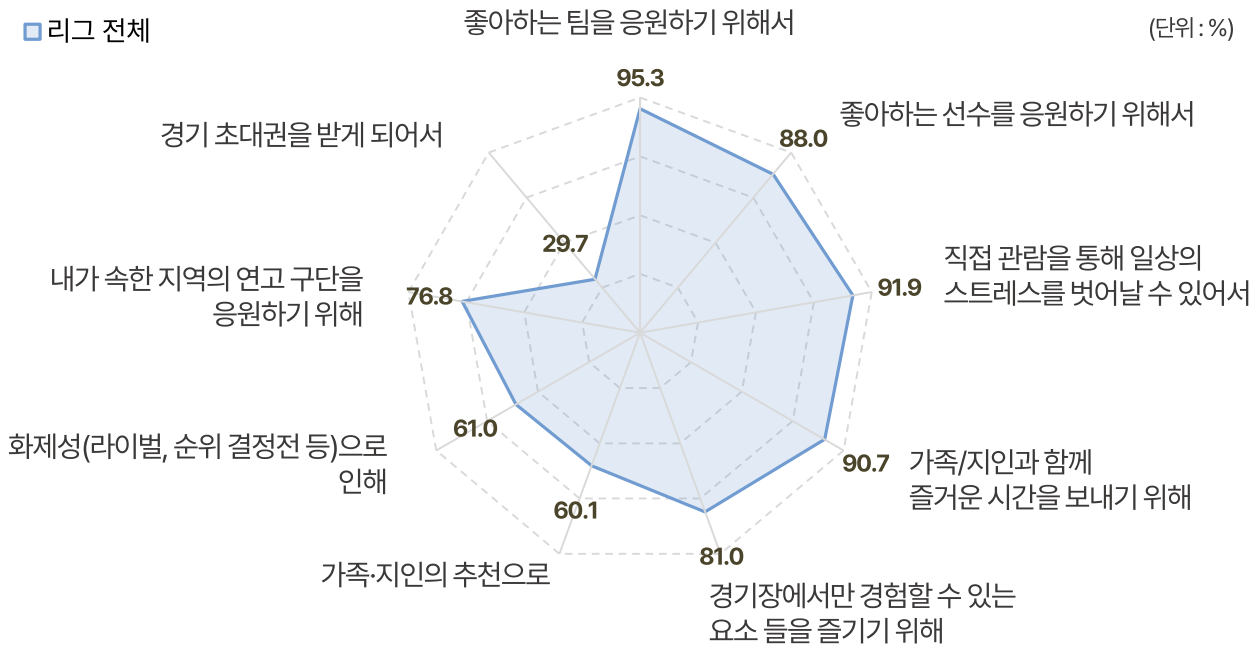
(단위: %)



경기/관람 요소 평가

경기장 방문 이유(직관이유)

: 2024년 프로스포츠 경기 관람객 대상 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
'좋아하는 팀을 응원하기 위해서' (95.3%), '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서' (91.9%),
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해'(90.7%) (매우 동의한다+동의한다 기준) 등의 순임



경기장 방문(직관) 영향력(영향력: 매우 동의한다+동의한다 비율)

	응답자 수	좋아하는 팀을 응원하기 위해서	좋아하는 선수를 응원하기 위해서	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서	가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해	경기장에서만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해	가족· 지인의 추천으로	화제성 (라이벌, 순위 결정전 등)으로 인해	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
리그 전체	(25,818)	95.3	88.0	91.9	90.7	81.0	60.1	61.0	76.8	29.7
K리그1	(7,360)	94.6(▽)	88.0(-)	92.8(▲)	93.7(▲)	83.3(▲)	71.8(▲)	70.4(▲)	88.8(▲)	35.1(▲)
KBO	(7,162)	96.0(▲)	88.6(▲)	90.7(▽)	93.7(▲)	88.6(▲)	66.3(▲)	59.6(▽)	79.6(▲)	30.6(▲)
KBL	(4,617)	96.6(▲)	87.8(▽)	91.7(▽)	88.1(▽)	74.7(▽)	48.9(▽)	55.4(▽)	72.1(▽)	24.3(▽)
WKBL	(1,188)	92.8(▽)	86.8(▽)	93.8(▲)	86.3(▽)	75.3(▽)	51.3(▽)	62.0(▲)	75.6(▽)	34.4(▲)
KOVO	(5,491)	94.9(▽)	87.7(▽)	91.9(-)	85.7(▽)	74.4(▽)	48.0(▽)	54.5(▽)	61.1(▽)	24.7(▽)

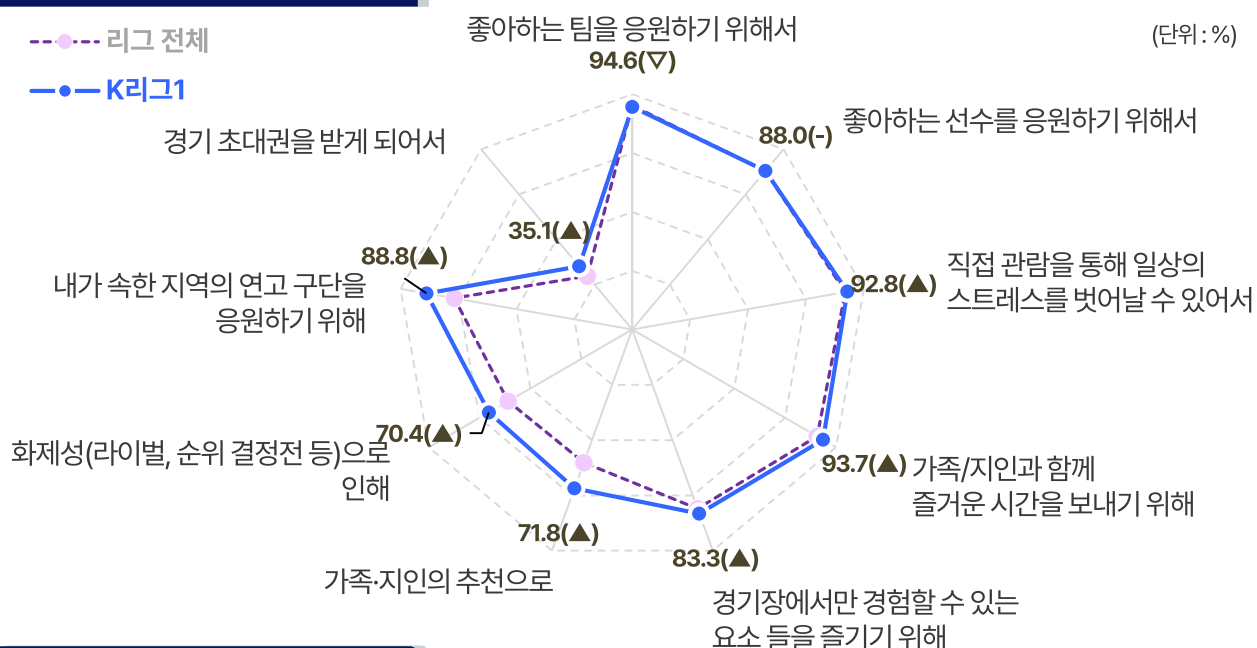
※ ▲: 리그 전체 값 대비 높음 / ▽: 리그 전체 값 대비 낮음

경기/관람 요소 평가

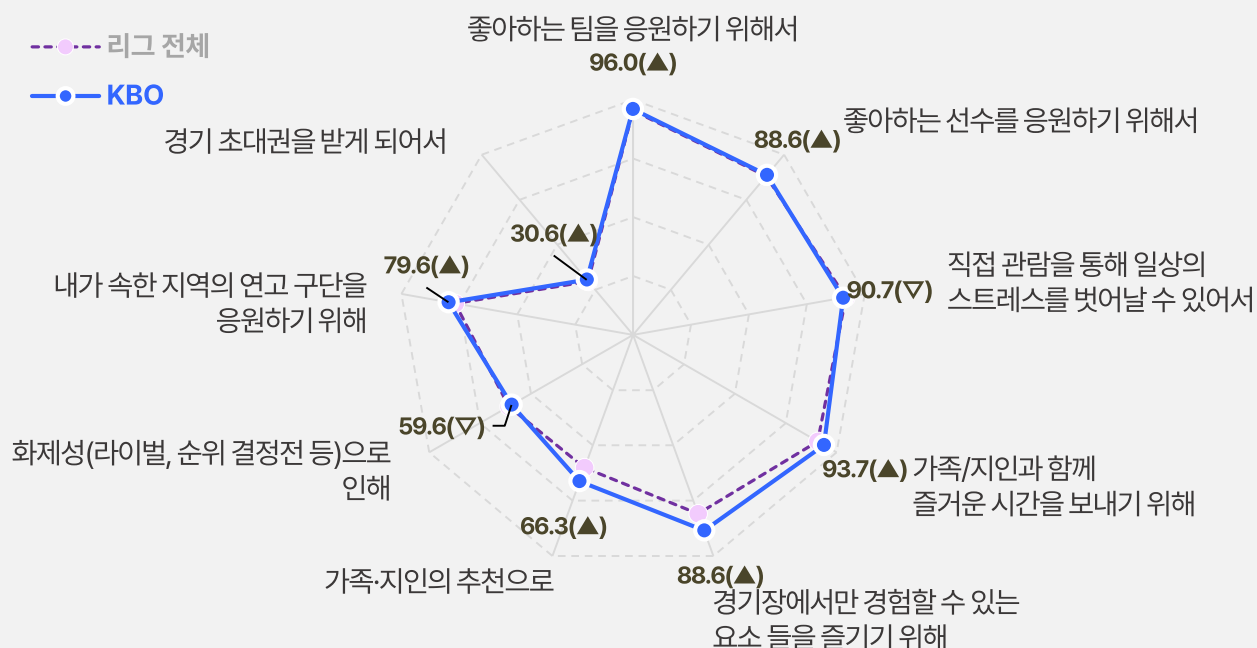
경기장 방문 이유(직관이유)_리그별

：“K리그 프로축구” 관람객의 경기장 방문 이유를 살펴보면,
 ‘좋아하는 팀을 응원하기 위해서’ (94.6%) > ‘가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서’ (93.7%) 등의 순임
 : “KBO 프로야구” 관람객의 경기장 방문 이유를 살펴보면,
 ‘좋아하는 팀을 응원하기 위해서’ (96.0%) > ‘가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서’ (93.7%) 등의 순임

K리그1_방문(직관) 이유



KBO_방문(직관) 이유



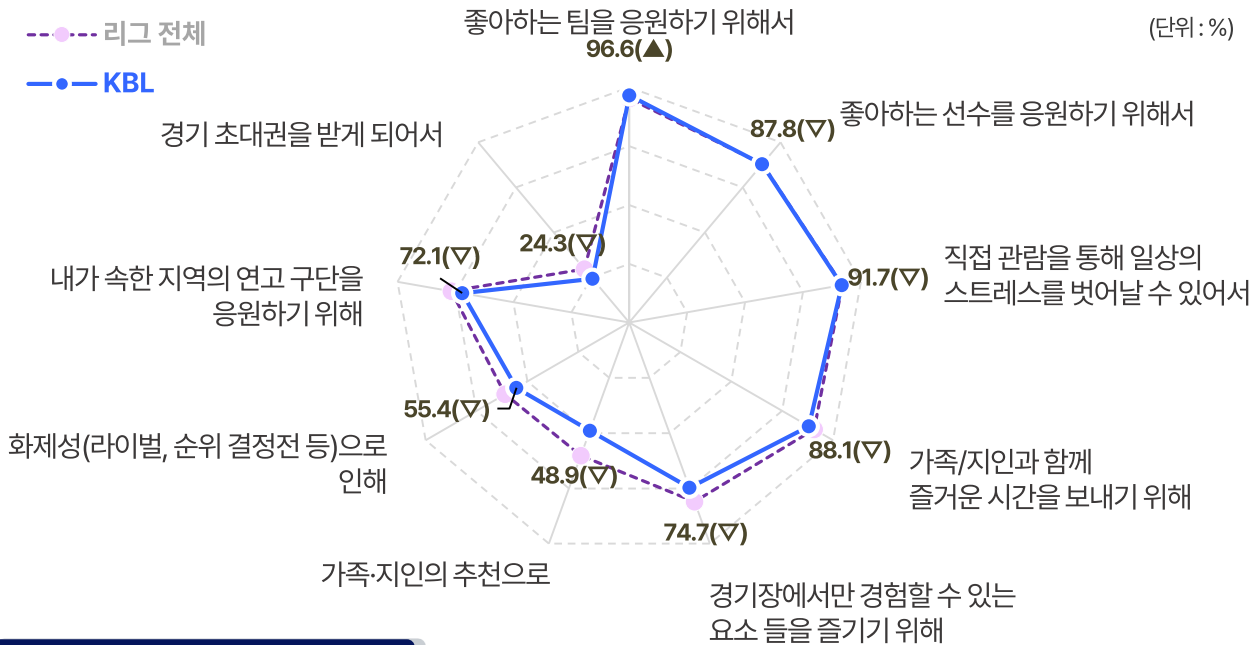
※ ▲: 리그 전체 값 대비 높음 / ▼: 리그 전체 값 대비 낮음

경기/관람 요소 평가

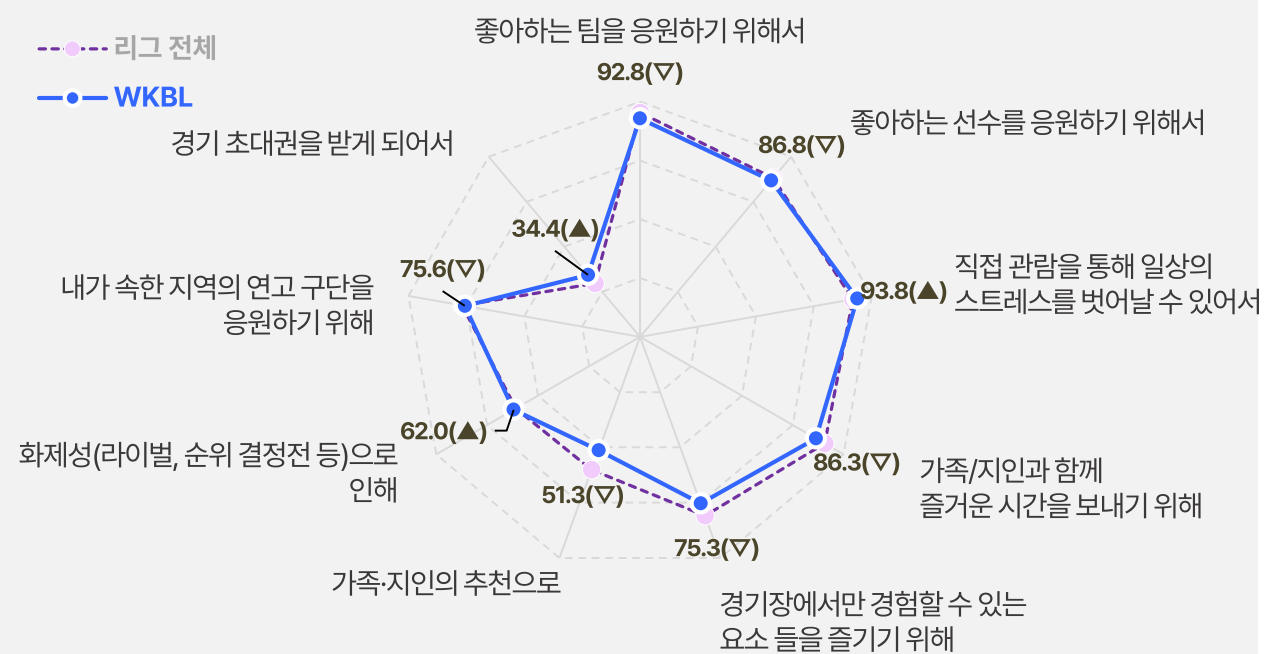
경기장 방문 이유(직관이유)_리그별

: “KBL 남자 프로농구” 관람객의 경기장 방문 이유를 살펴보면,
 ‘좋아하는 팀을 응원하기 위해서’ (96.6%) > ‘직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서’ (91.7%) 등의 순임
 : “WKBL 여자 프로농구” 관람객의 경기장 방문 이유를 살펴보면,
 ‘직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서’ (93.8%) > ‘좋아하는 팀을 응원하기 위해서’ (92.8%) 등의 순임

KBL_방문(직관) 이유



WKBL_방문(직관) 이유



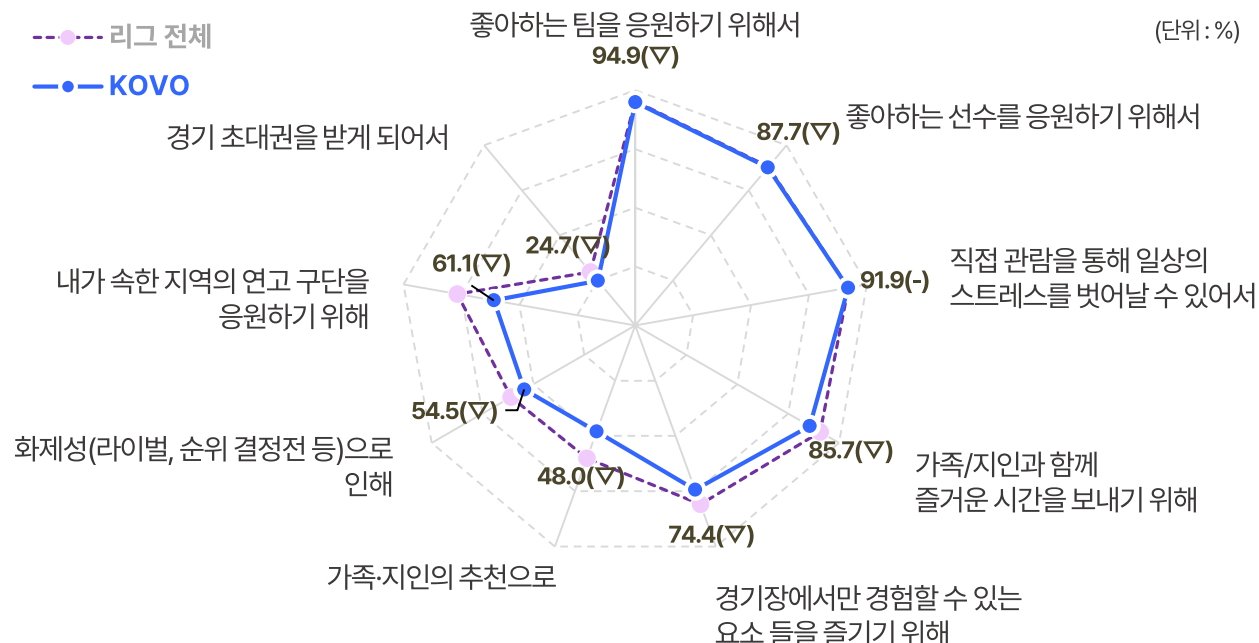
※ ▲: 리그 전체 값 대비 높음 / ▽: 리그 전체 값 대비 낮음

경기/관람 요소 평가

경기장 방문 이유(직관이유)_리그별

: "KOVO 남녀 프로배구" 관람객의 경기장 방문 이유를 살펴보면,
 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서' (94.9%) > '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서' (91.9%)등의 순임
 : 남자부의 경우 '경기장에서만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해서'(76.7%) 방문한 비율이
 여자부의 경우 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서' (89.3%) 방문한 비율이 상대적으로 각각 높음

KOVO_방문(직관) 이유



㉠ 경기장 방문(직관) 영향력(영향력: 매우 동의한다+동의한다 비율)

	응답자 수	좋아하는 팀을 응원하기 위해서	좋아하는 선수를 응원하기 위해서	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서	가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해	경기장에서만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해	가족· 지인의 추천으로	화제성 (라이벌, 순위 결정전 등)으로 인해	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
KOVO	(5,491)	94.9	87.7	91.9	85.7	74.4	48.0	54.5	61.1	24.7
남자부	(2,591)	95.4(▲)	85.8(▽)	92.9(▲)	87.4(▲)	76.7(▲)	49.4(▲)	54.5(-)	61.8(▲)	26.9(▲)
여자부	(2,900)	94.4(▽)	89.3(▲)	91.0(▽)	84.1(▽)	72.3(▽)	46.7(▽)	54.4(▽)	60.5(▽)	22.8(▽)

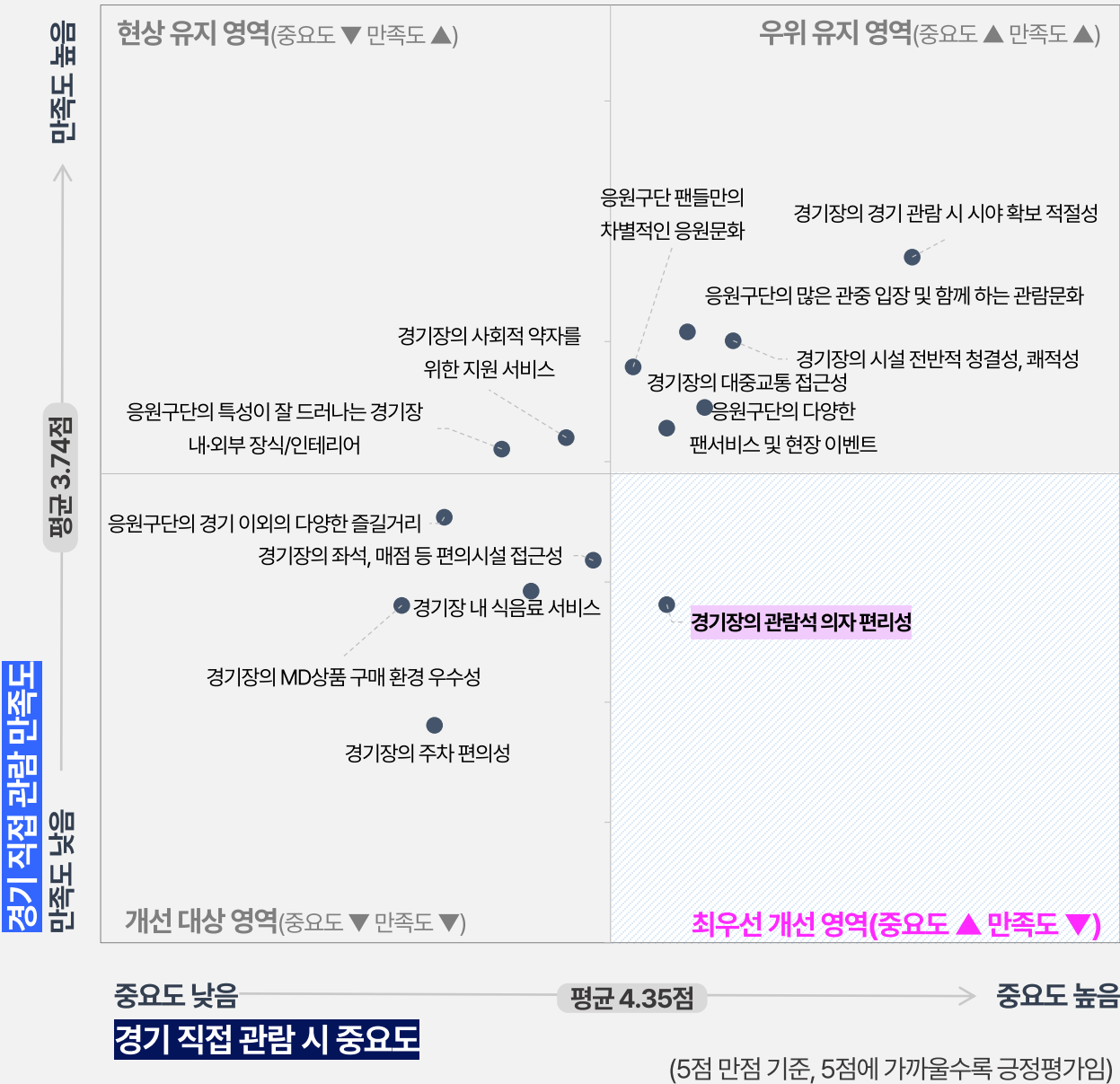
※ ▲: KOVO 전체 값 대비 높음 / ▽: KOVO 전체 값 대비 낮음

경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가

- : 단체종목 경기 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '경기장의 관람석 의자 편의성'임
- : 경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
[경기장] '경기 관람시 시야 확보 적절성', '경기장의 시설 전반적 청결성/쾌적성',
[구단] '팬들만의 차별적인 응원문화', '많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화', '다양한 팬서비스 및 현장 이벤트' 임

[리그 전체(단체종목)]

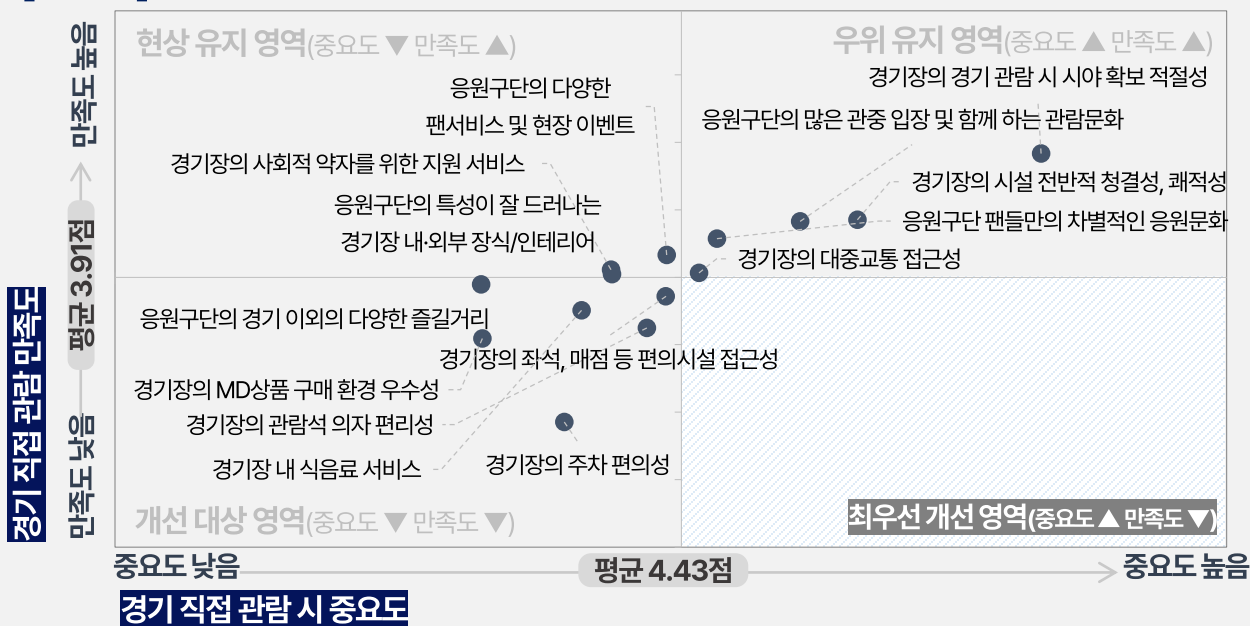


경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가_리그별

: “K리그1 프로축구” 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 없고,
경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
[경기장] ‘시설 전반적 청결성, 쾌적성’, ‘대중교통 접근성’, ‘경기 관람 시 시야 확보 적절성’
[구단] ‘많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화’, ‘팬들만의 차별적인 응원문화’

[K리그1]



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.40	3.93
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.42	3.98
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.40	3.92

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.51	4.08
경기장의 대중교통 접근성	4.44	3.92
경기장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.60	4.28
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.49	4.08
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.45	4.02

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
경기장의 관람석 의자 편리성	4.41	3.76
경기장의 주차 편의성	4.37	3.48
경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.42	3.85
경기장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.34	3.73
경기장 내 식음료 서비스	4.38	3.81
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.33	3.89

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

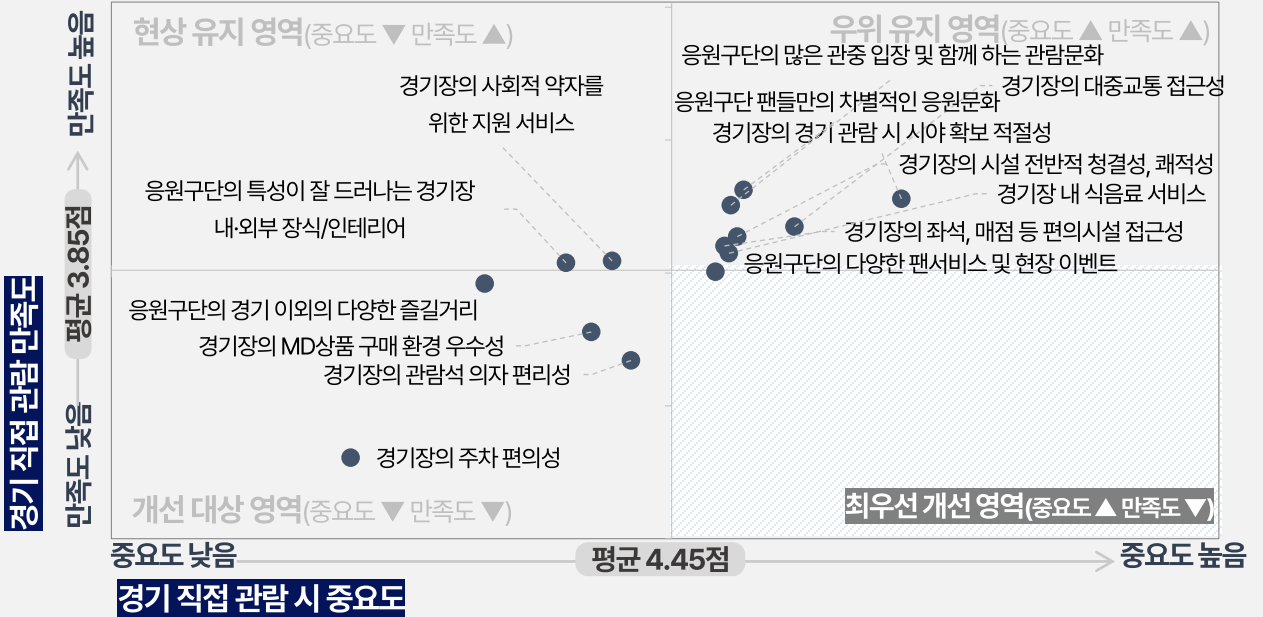
중요도 만족도

경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가_리그별

: “KBO 프로야구” 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 없고,
경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은 [경기장] ‘시설 전반적 청결성, 쾌적성’, ‘대중교통 접근성’, ‘좌석, 매점 등 편의시설 접근성’, ‘경기 관람 시 시야 확보 적절성’, ‘경기장 내 식음료 서비스’ [구단] ‘많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화’, ‘팬들만의 차별적인 응원문화’, ‘다양한 팬서비스 및 현장 이벤트’임

[KBO]



(단위: 점)

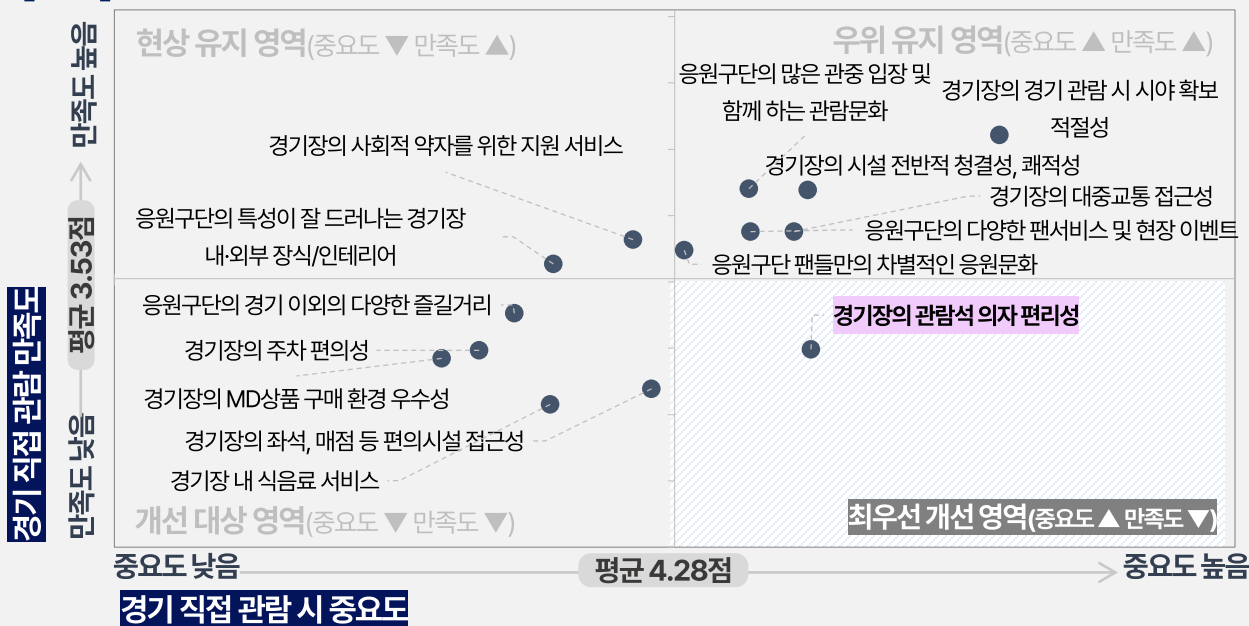
현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)		중요도	만족도	우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)		중요도	만족도
경기장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스		4.41	3.89	경기장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성		4.50	3.98
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어		4.37	3.88	경기장의 대중교통 접근성		4.54	4.01
				경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성		4.49	3.94
				경기 관람 시 시야 확보 적절성		4.62	4.12
				경기장 내 식음료 서비스		4.49	3.91
				많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화		4.49	4.09
				팬들만의 차별적인 응원문화		4.50	4.15
				다양한 팬서비스 및 현장 이벤트		4.48	3.85
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)		중요도	만족도	최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)		중요도	만족도
경기장의 관람석 의자 편리성		4.42	3.51				
경기장의 주차 편의성		4.21	3.15				
경기장의 MD상품 구매 환경 우수성		4.39	3.62				
경기 이외의 다양한 즐길거리		4.31	3.80				

경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가_리그별

: “KBL 남자 프로농구” 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 ‘경기장의 관람석 의자 편리성’,
 경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
 [경기장] ‘시설 전반적 청결성, 쾌적성’, ‘대중교통 접근성’, ‘경기 관람 시 시야 확보 적절성’
 [구단] ‘다양한 팬서비스 및 현장 이벤트’, ‘많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화’, ‘팬들만의 차별적인 응원문화’

[KBL]



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.24	3.65
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.15	3.57

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.42	3.80
경기장의 대중교통 접근성	4.41	3.67
경기장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	3.96
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.36	3.67
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.36	3.80
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.29	3.62

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
경기장의 주차 편의성	4.07	3.31
경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.26	3.20
경기장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.03	3.29
경기장 내 식음료 서비스	4.15	3.15
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.11	3.43

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

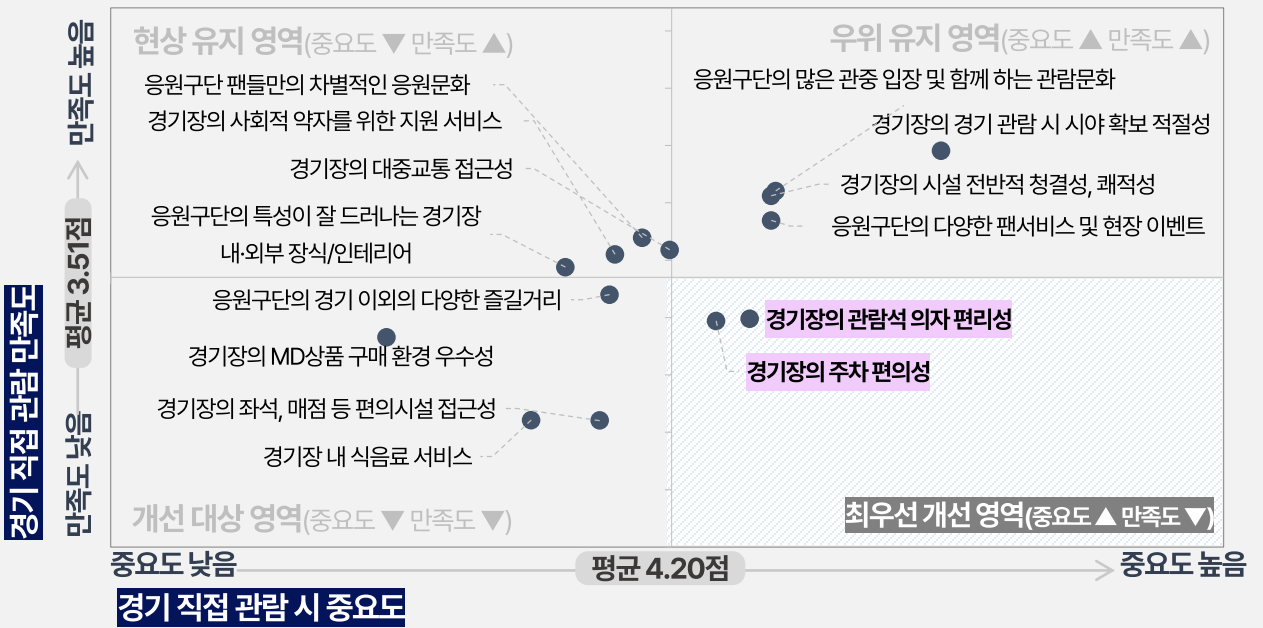
	중요도	만족도
경기장의 관람석 의자 편리성	4.43	3.32

경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가_리그별

: “WKBL 여자 프로농구” 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 ‘경기장의 관람석 의자 편리성’, ‘주차 편의성’
경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
[경기장] ‘시설 전반적 청결성, 쾌적성’, ‘대중교통 접근성’, ‘경기 관람 시 시야 확보 적절성’
[구단] ‘다양한 팬서비스 및 현장 이벤트’, ‘많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화’

[WKBL]



(단위: 점)

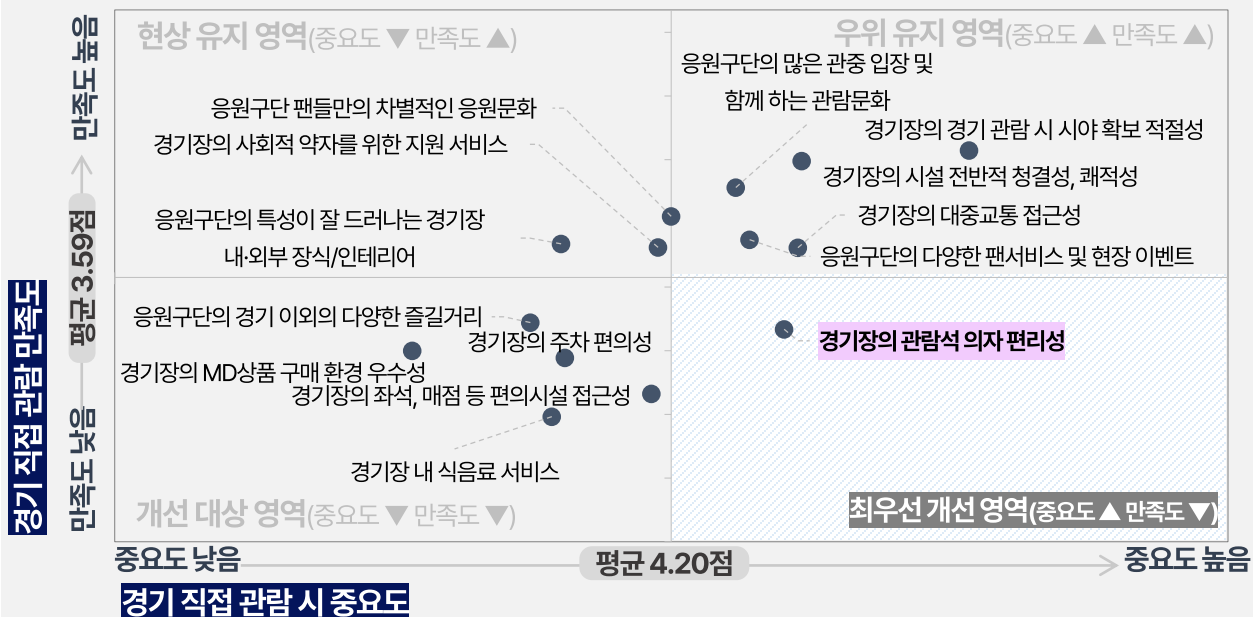
현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)		중요도	만족도	우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)		중요도	만족도
경기장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스		4.14	3.59	경기장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성		4.31	3.79
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화		4.17	3.65	경기장의 대중교통 접근성		4.20	3.61
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어		4.08	3.55	경기장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성		4.50	3.95
				응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트		4.31	3.71
				응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화		4.31	3.81
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)		중요도	만족도	최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)		중요도	만족도
경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성		4.12	3.01	경기장의 관람석 의자 편리성		4.29	3.37
경기장의 MD상품 구매 환경 우수성		3.88	3.30	경기장의 주차 편의성		4.25	3.36
경기장 내 식음료 서비스		4.04	3.01				
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리		4.13	3.45				

경기/관람 요소 평가

경기 관람 속성별 평가_리그별

: "KOVO 남녀 프로배구" 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '경기장의 관람석 의자 편리성',
 경기 관람 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
 [경기장] '시설 전반적 청결성, 쾌적성', '대중교통 접근성', '경기 관람 시 시야 확보 적절성'
 [구단] '다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화'

[KOVO]



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.18	3.68
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.20	3.78
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.06	3.70

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
경기장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.37	3.96
경기장의 대중교통 접근성	4.37	3.68
경기장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.59	3.99
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.30	3.71
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.28	3.87

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
경기장의 주차 편의성	4.06	3.34
경기장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.17	3.22
경기장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.86	3.36
경기장 내 식음료 서비스	4.04	3.15
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.02	3.45

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
경기장의 관람석 의자 편리성	4.35	3.43

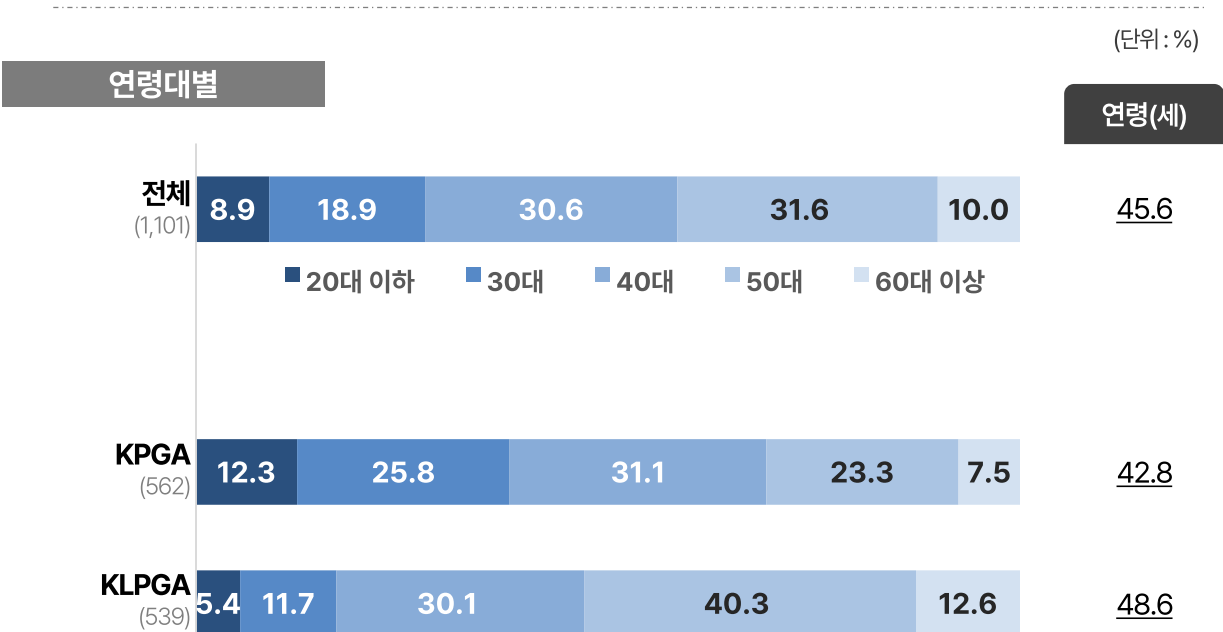
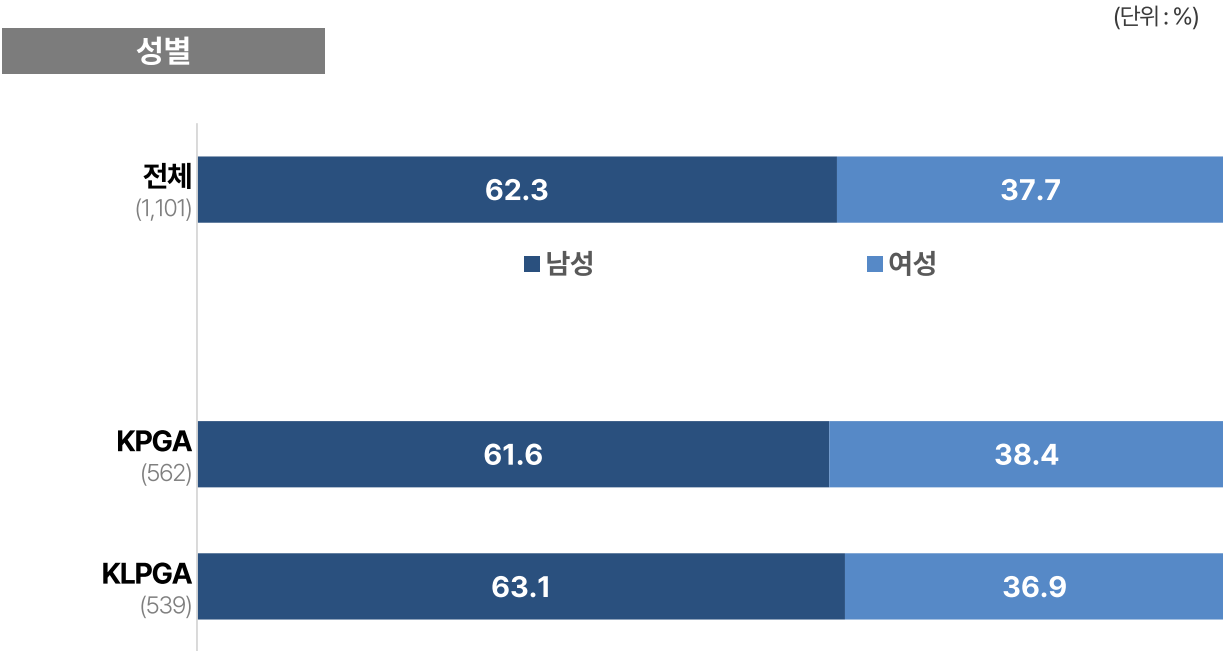
별첨. 프로스포츠 관람객 성향조사(골프)

대회 관람객 특성

성별/연령대

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람을 위해 대회장을 방문한 비율은 남성 62.3%, 여성 37.7%임
"KPGA 남자프로골프(선수)" 와 "KLPGA 여자프로골프(선수)" 모두 유사한 수준으로 나타남

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람객의 평균 연령은 45.6세임
"KPGA 남자프로골프(선수)" 의 평균 연령은 42.8세, "KLPGA 여자프로골프(선수)" 평균 연령은 48.6세임



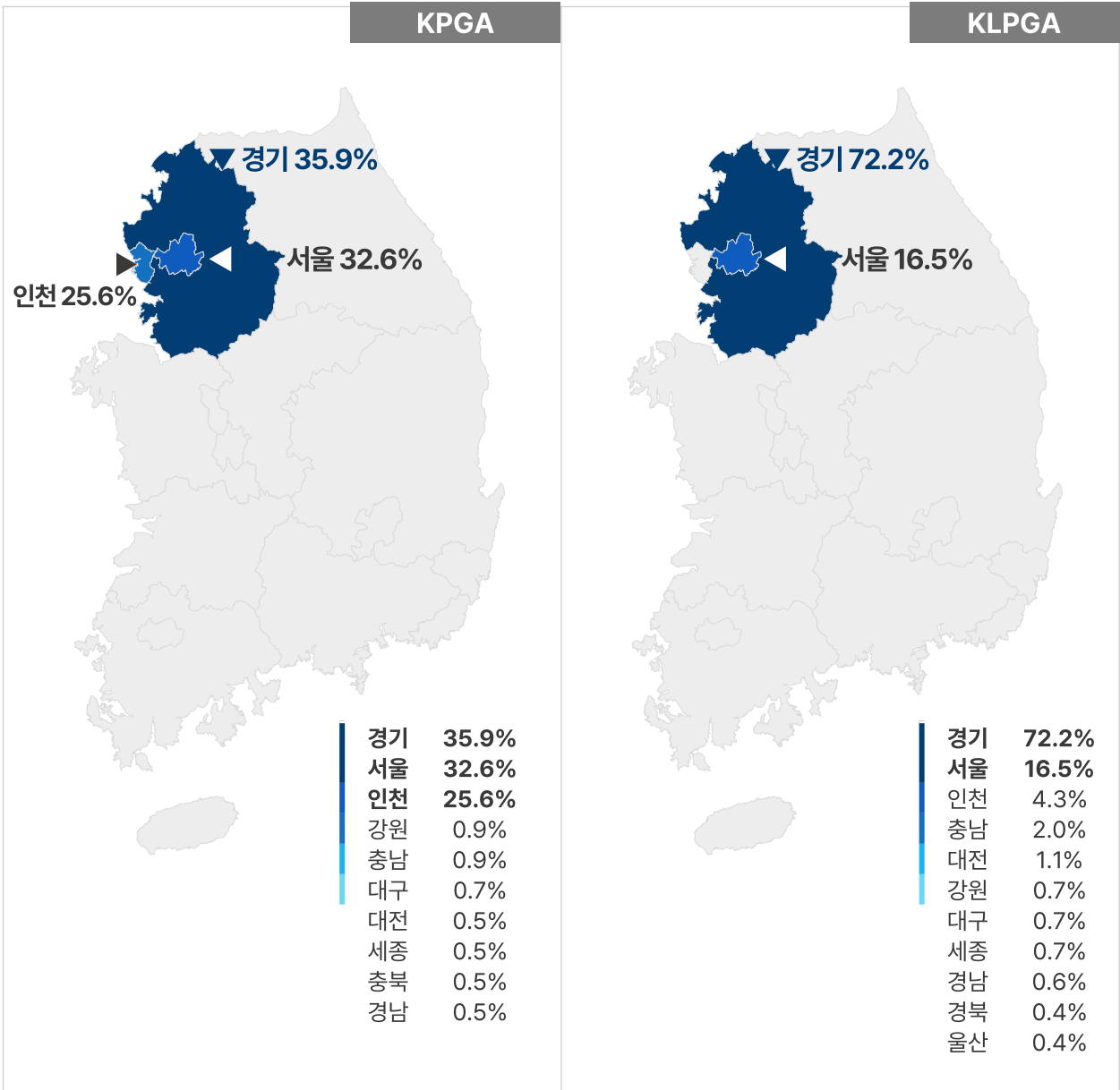
(2024년 설문조사는 QR코드를 통한 모바일 조사로 진행되어 연령별 분석 내용은 결과 해석에 유의해야 함)

*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:땃신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준 조사

대회 관람객 특성

거주지역

- : 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람객의 대부분은 수도권에 거주하고 있으며, 수도권-비수도권의 격차가 크게 나타남
- : 특히 "KLPGA 여자프로골프(선수)"의 경우, 경기권 비율이 매우 높은 수준임
- : - KPGA: 경기 35.9% > 서울 32.6% > 인천 25.6%
- : - KLPGA: 경기 72.2% > 서울 16.5%



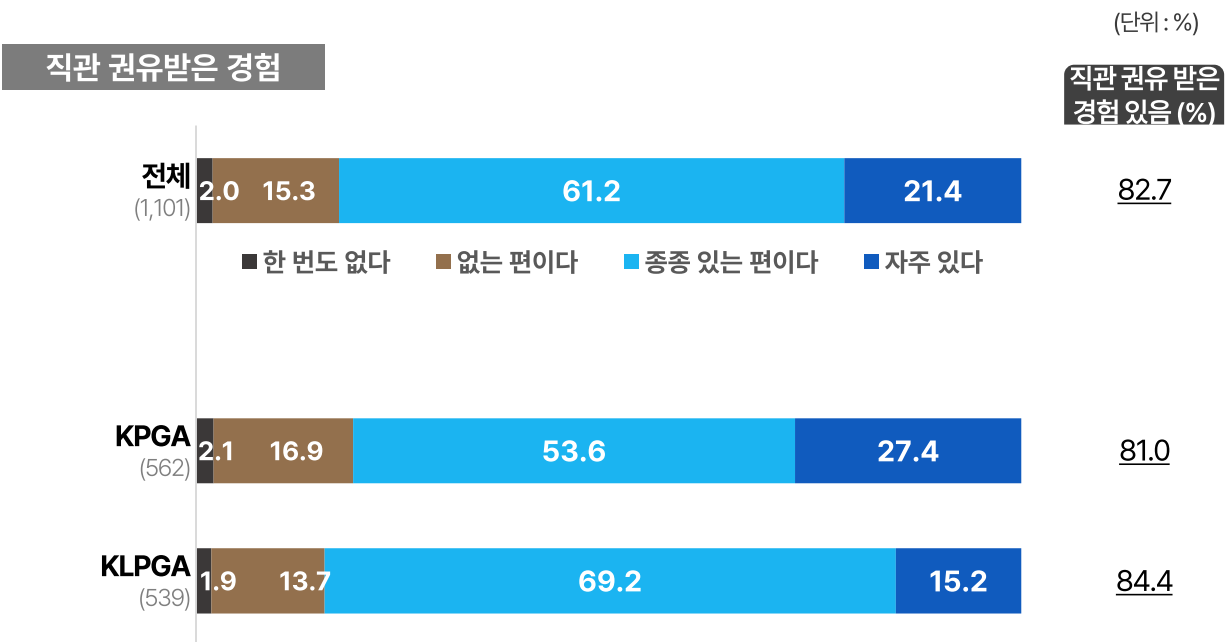
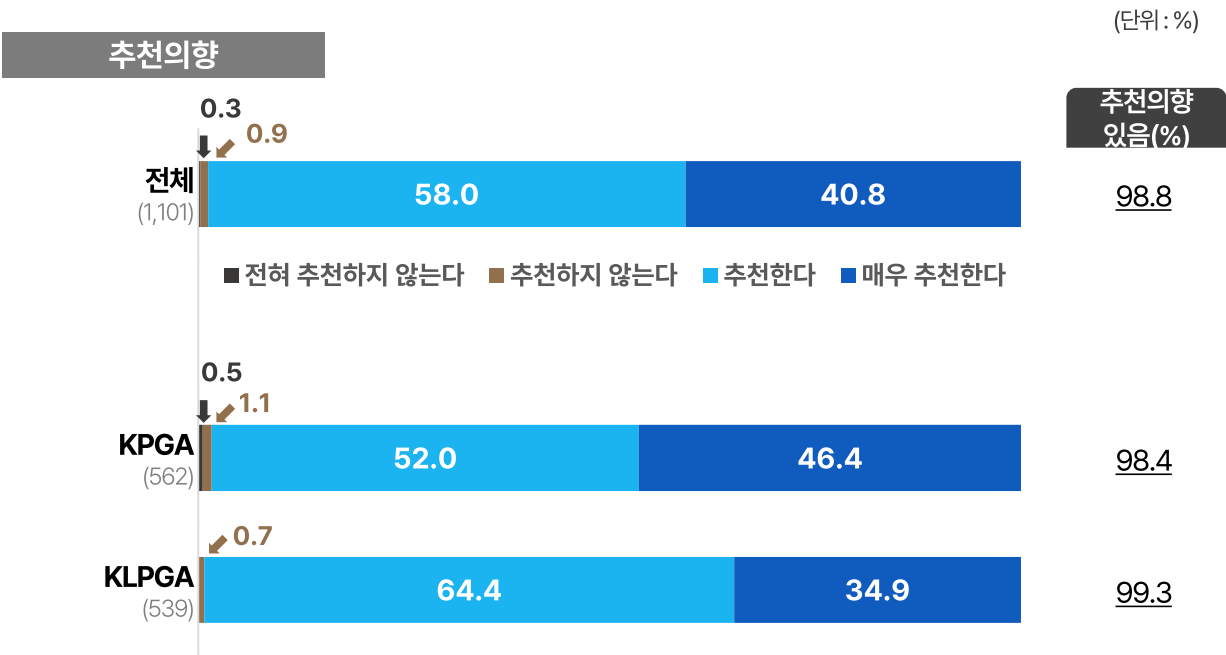
*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준 조사

대회 관람객 특성

대회 관람 추천의향/권유 받은 경험

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람객 중 98.8%(매우 추천한다+추천한다)가 '대회 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 수준을 보임

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람객 중 82.7%가 '대회 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험 (자주 있다+종종 있는 편이다)이 있음



*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

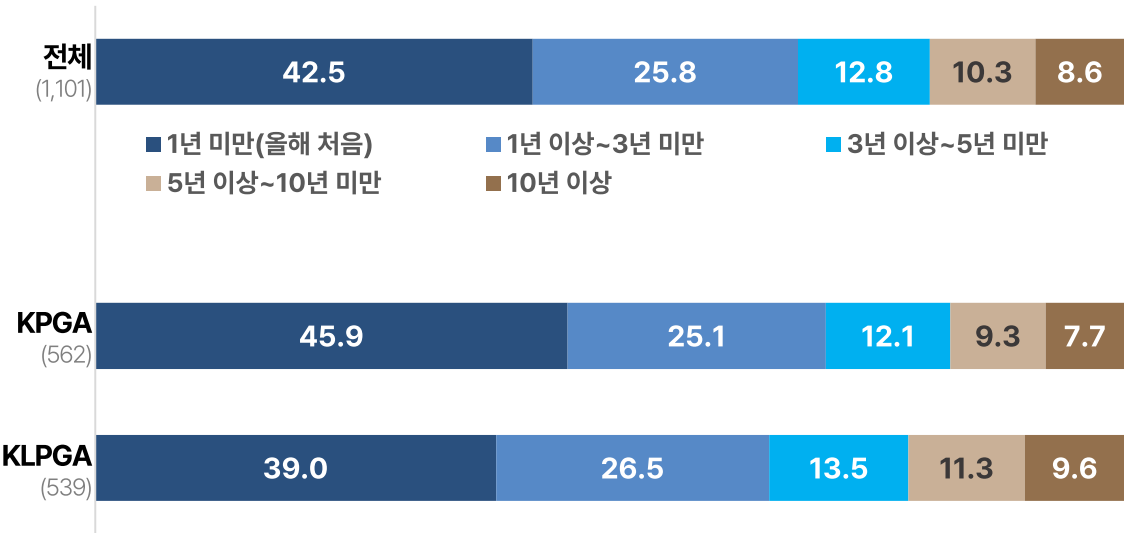
대회 관람객 특성

관람 기간/대회 정보 인지 경로

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람객의 관람 기간을 살펴보면,
 "KPGA 남자프로골프(선수)"(71.0%)와 "KLPGA 여자프로골프(선수)"(65.5%) 모두 대부분 3년 미만임
 : 공통적으로 '인터넷 포털'을 통한 대회 정보 확인 비율이 가장 높고,
 "KPGA 남자프로골프(선수)"는 '가족 또는 지인'(39.5%), "KLPGA 여자프로골프(선수)"는 'KLPGA 공식 홈페이지/SNS/APP'(39.1%)을 통한 정보 인지가 상대적으로 높음

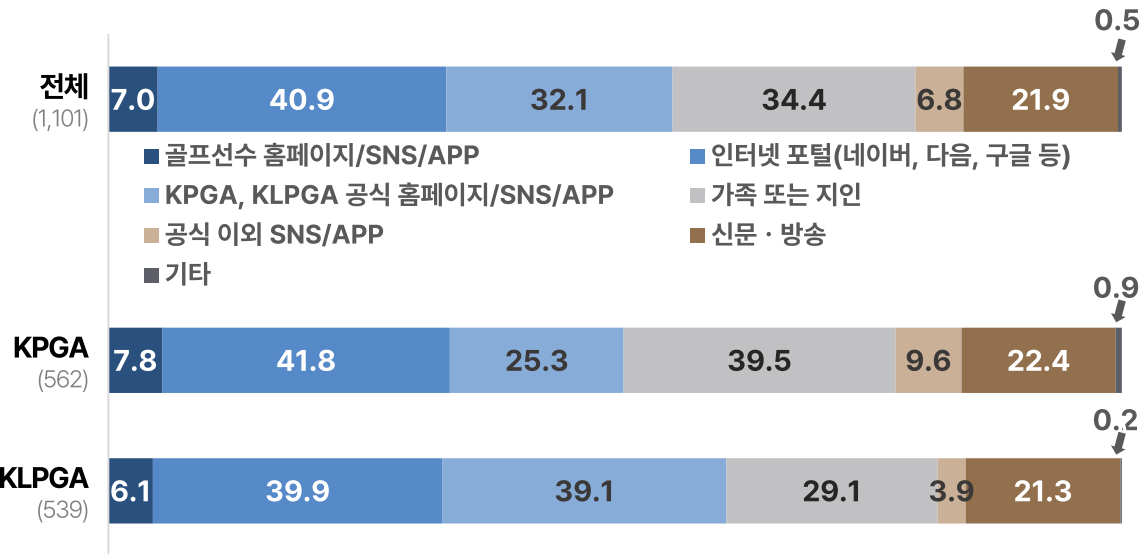
(단위: %)

관람 기간



(단위: %)

대회 정보 인지경로

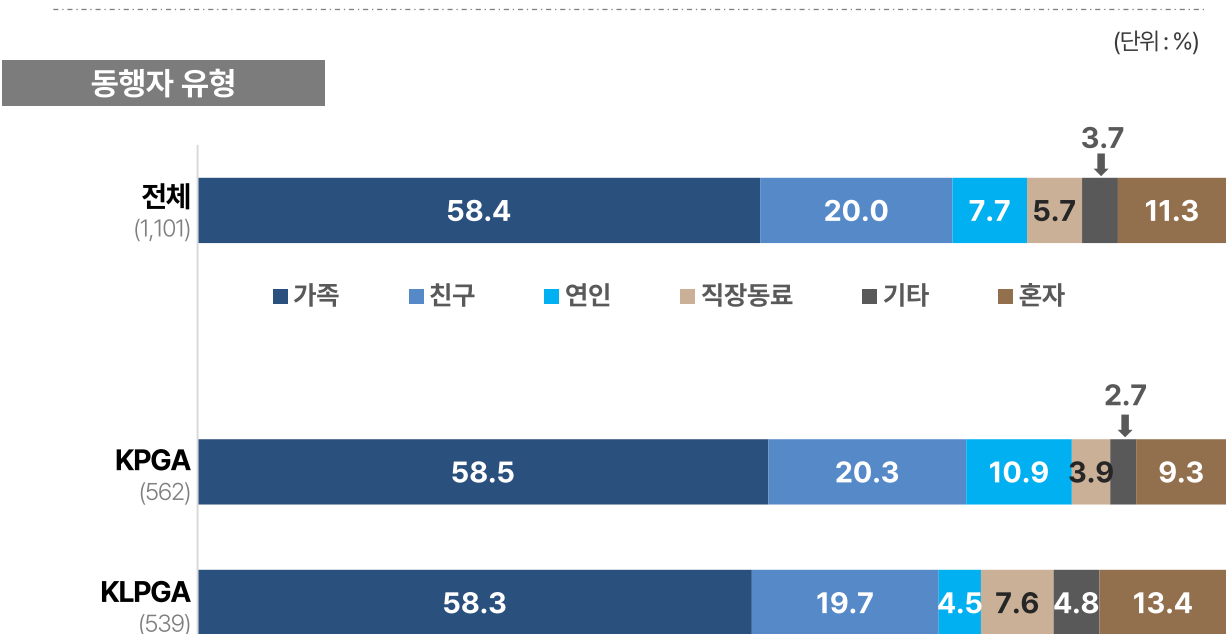
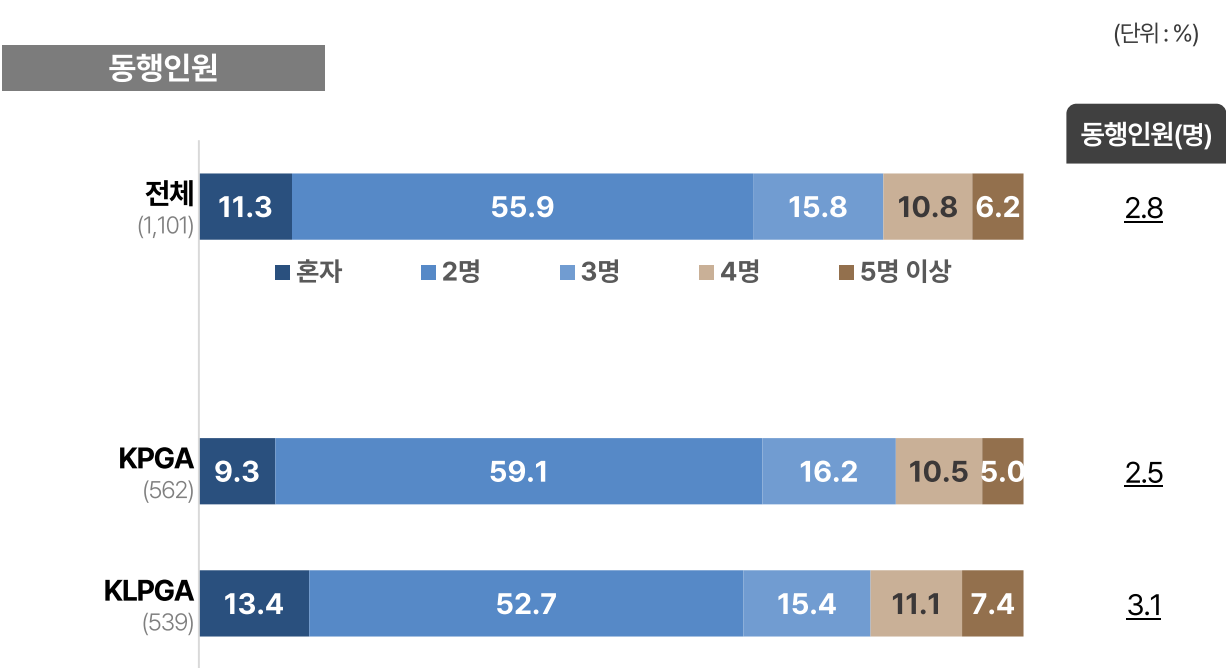


*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:땃신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

대회 관람객 특성

동행인원/동행자 유형

- : 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람 시, 공통적으로 '본인 포함 2명'이 방문한 경우가 가장 많음
- : "KPGA 남자프로골프(선수)"의 평균 동행인원은 2.5명, "KLPGA 여자프로골프(선수)" 평균 동행인원은 3.1명임
- : 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람 시, '가족'(58.4%) 혹은 '친구'(20.0%)와 함께 방문한 비율이 높음
- : "KPGA 남자프로골프(선수)"와 "KLPGA 여자프로골프(선수)" 모두 유사한 수준으로 나타남



* 기타: 동호회, 친인척, 기타 응답 포함

*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

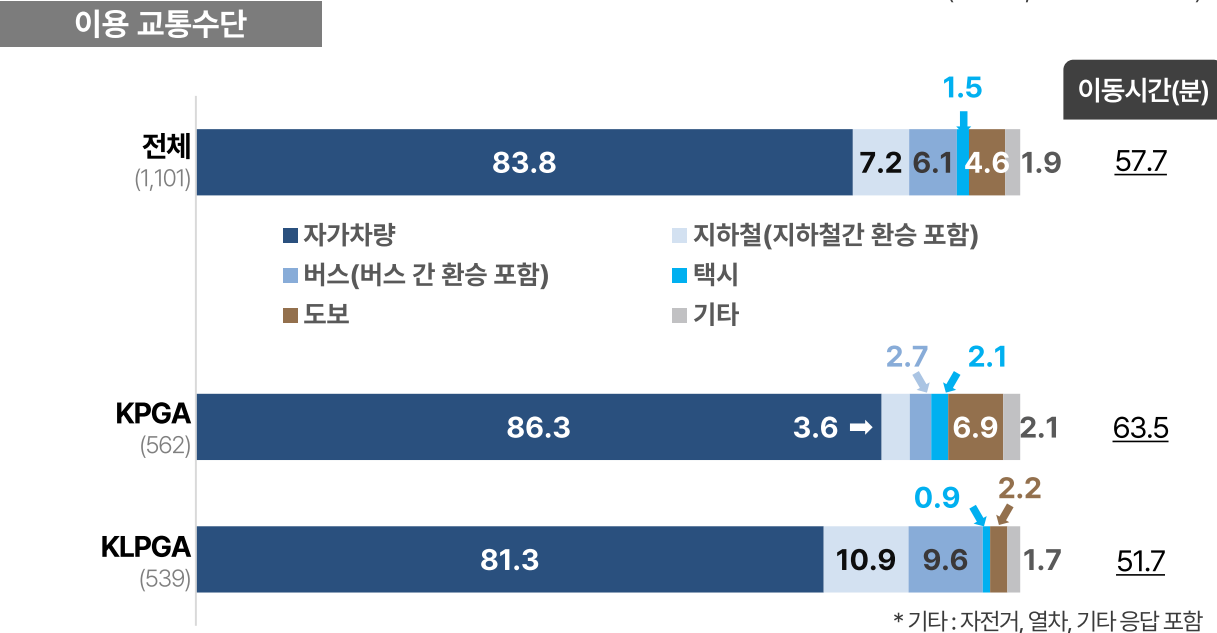
대회 관람객 특성

이용 교통수단/티켓 구매방법

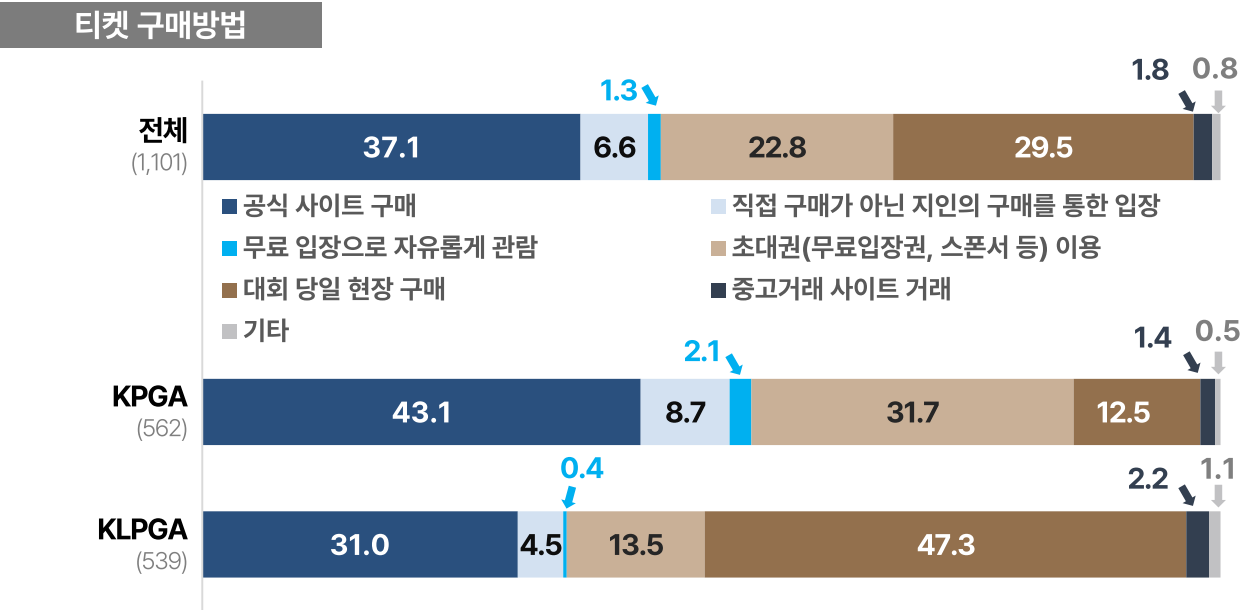
: 주로 자가차량(83.8%)을 통한 이동이 많으며, 총 이동시간은 평균 57.7분임
 "KPGA 남자프로골프(선수)"의 경우 '자가차량' 이용률이 상대적으로 더 많음

: "KPGA 남자프로골프(선수)"의 경우 '공식사이트 구매'가 43.1%로 가장 높고,
 "KLPGA 여자프로골프(선수)"의 경우 '대회 당일 현장 구매'가 47.3%로 가장 높게 나타남

(단위: %, 이동수단 복수응답)



(단위: %)



*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

대회 관람객 특성

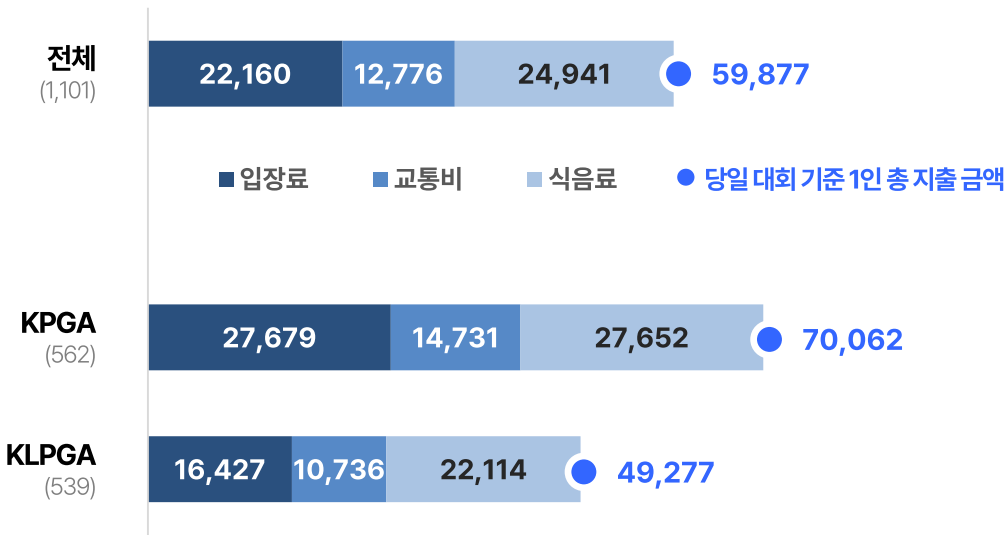
지출금액/(1시즌)방문 횟수

: 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 관람 시, 입장료+교통비+식음료를 모두 포함한 평균 지출금액은 59,877원임
"KPGA 남자프로골프(선수)"의 총 지출금액은 70,062원, "KLPGA 여자프로골프(선수)"은 49,277원임

: 2024년 프로스포츠 개인종목(골프) 대회 평균 방문 횟수는 3.6회임
"KLPGA 여자프로골프(선수)"의 평균 방문횟수는 4.5회로, "KPGA 남자프로골프(선수)"(2.8회) 대비 상대적으로 높음

(단위: 원)

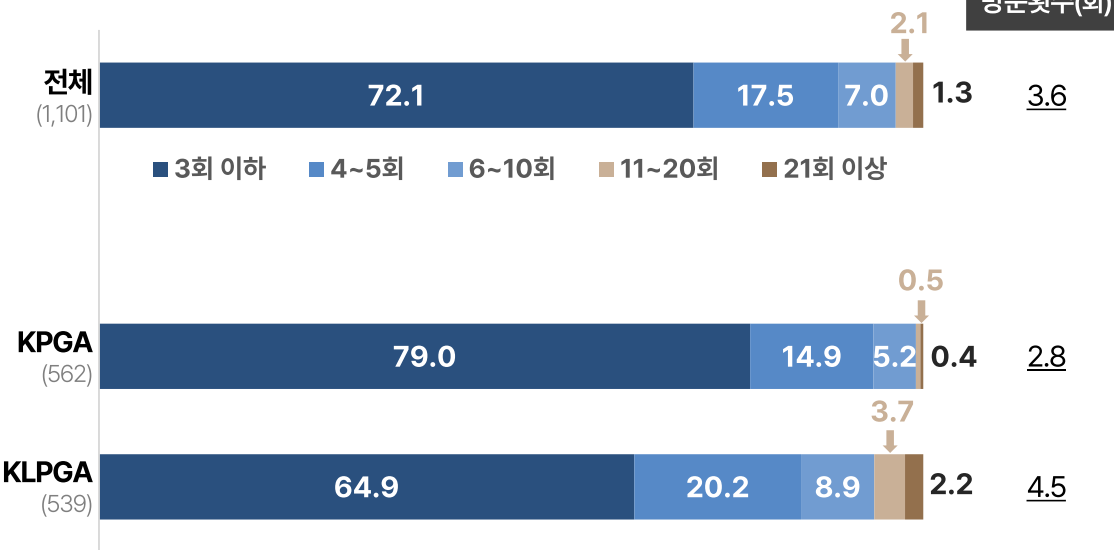
지출금액



* 입장료의 경우, 전 라운드 관람 입장권 포함/무료 입장객을 포함하여 산출

(단위: %)

(1시즌 기준)방문횟수

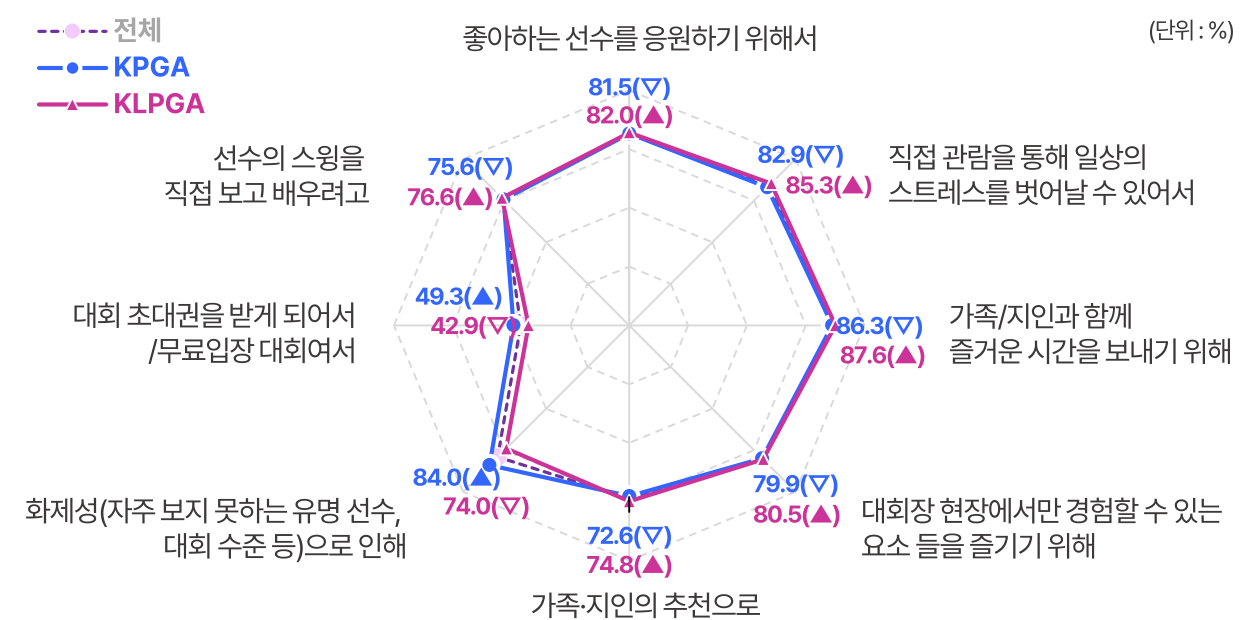


* KPGA: 제너OO챔피언십(코스: 잭니클라우스골프클럽코리아) 기준 / KLPGA: 닥신OOO·서울OO레이디스클래식(코스: 88컨트리클럽) 기준 조사

대회/관람 요소 평가

대회장 방문 이유(직관이유)

: 프로스포츠 개인종목(골프) 관람객의 대회장 방문 이유를 살펴보면,
 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' (86.9%) > '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서' (84.1%) > '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'(81.7%) 등의 순임
 : 화제성, 무료 입장을 제외한 나머지 요소에 대해
 "KLPGA 여자프로골프(선수)" 대비 "KPGA 남자프로골프(선수)"가 상대적으로 낮음



㉠ 대회장 방문(직관) 영향력(영향력: 매우 동의한다+동의한다 비율)

	응답자 수	좋아하는 선수를 응원하기 위해서	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서	가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해	대회장 현장에서만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해	가족 지인의 추천으로	화제성 (자주 보지 못하는 유명 선수, 대회 수준 등)으로 인해	대회 초대권을 받게 되어서 /무료입장 대회여서	선수의 스윙을 직접 보고 배우려고
골프 전체	(1,101)	81.7	84.1	86.9	80.2	73.7	79.1	46.1	76.1
KPGA	(562)	81.5(▽)	82.9(▽)	86.3(▽)	79.9(▽)	72.6(▽)	84.0(▲)	49.3(▲)	75.6(▽)
KLPGA	(539)	82.0(▲)	85.3(▲)	87.6(▲)	80.5(▲)	74.8(▲)	74.0(▽)	42.9(▽)	76.6(▲)

* ▲: 골프 전체 값 대비 높음 / ▽: 골프 전체 값 대비 낮음

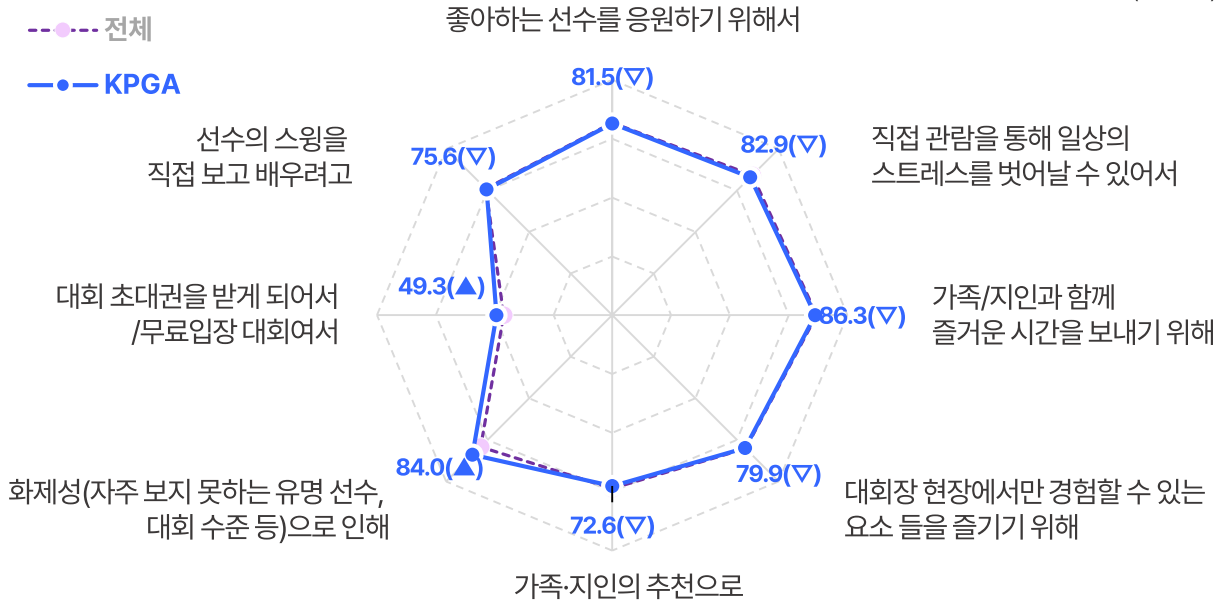
*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:땃신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

대회장 방문 이유(직관이유)_투어별

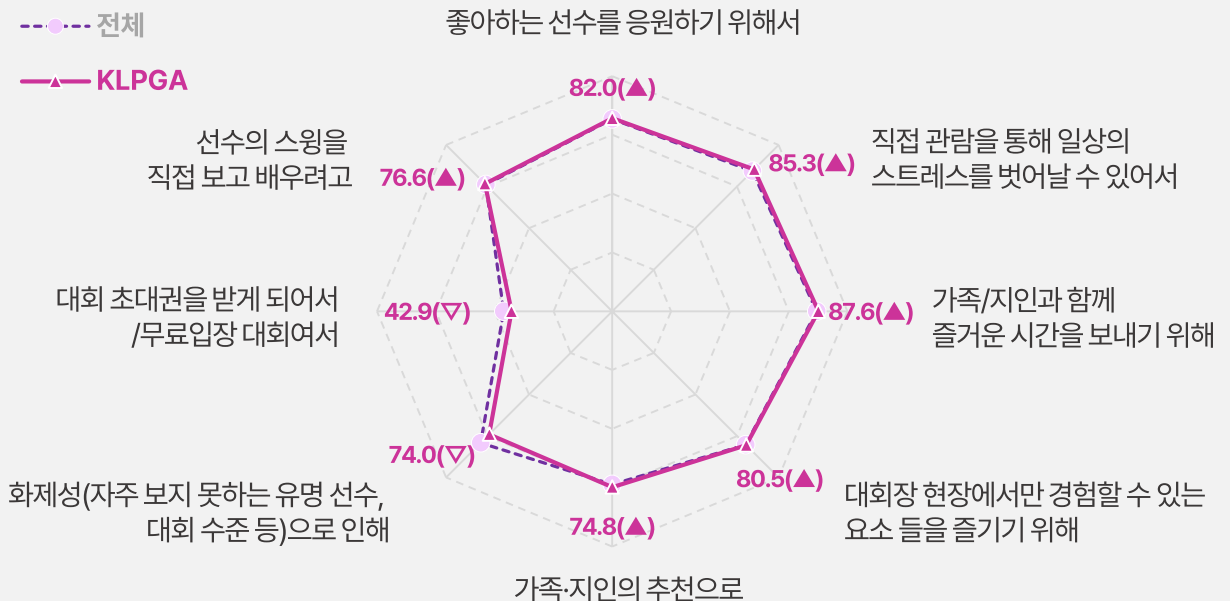
: "KPGA 남자프로골프(선수)" 관람객의대회장 방문 이유를 살펴보면,
 '가족/지인과함께즐거운시간을보내기위해서'(86.3%)>'화제성(라이벌, 순위 결정전 등)으로인해서'(84.0%) 등의 순임
 : "KLPGA 여자프로골프(선수)" 관람객의대회장 방문 이유를 살펴보면,
 '가족/지인과함께즐거운시간을보내기위해서'(87.6%)>'직접관람을통해일상의스트레스를벗어날수있어서'(85.3%) 등의 순임

KPGA_방문(직관) 이유

(단위: %)



KLPGA_방문(직관) 이유



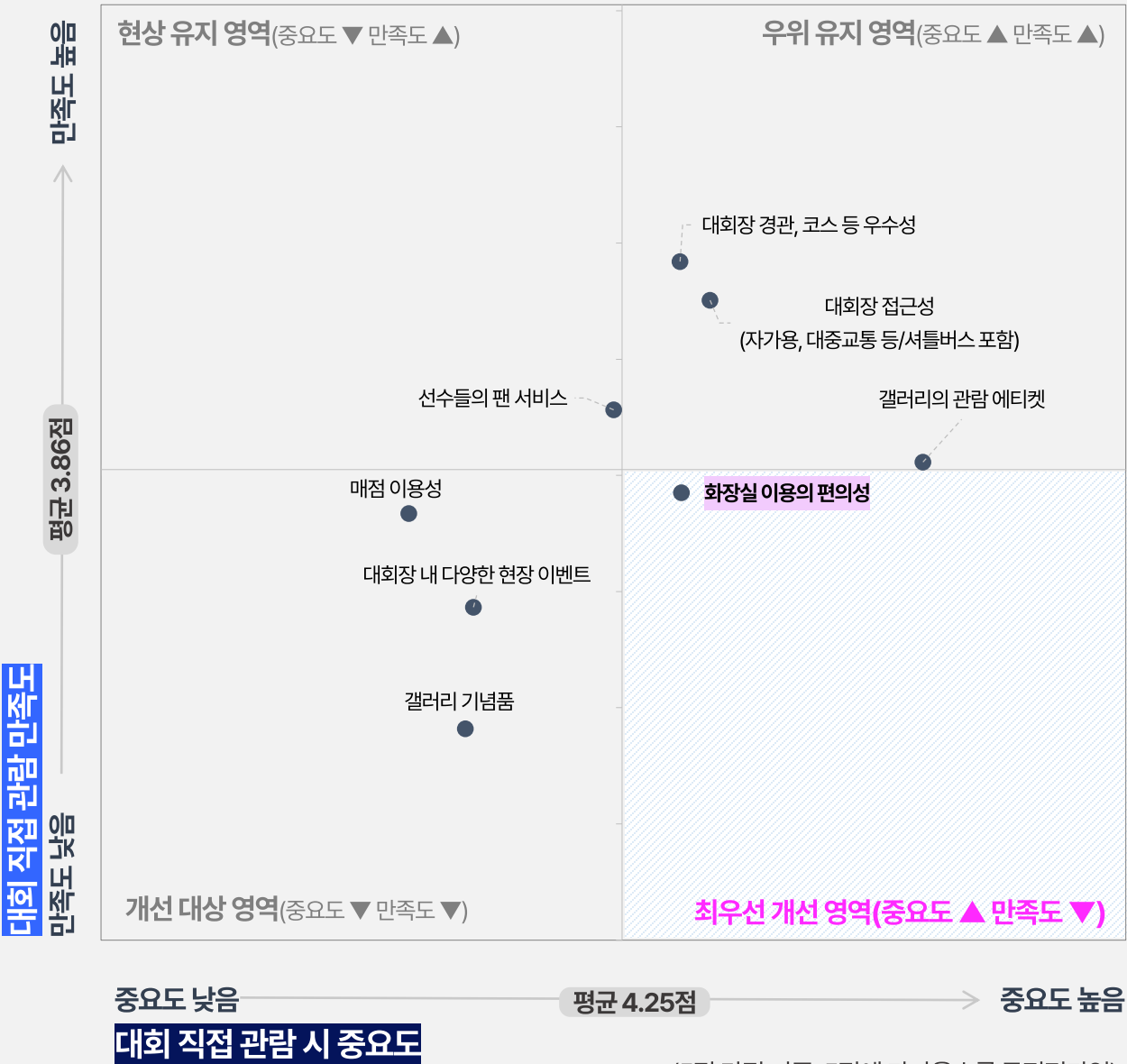
※ ▲: 골프 전체 값 대비 높음 / ▽: 골프 전체 값 대비 낮음

대회/관람 요소 평가

대회 관람 속성별 평가

: 프로스포츠개인종목(골프)대회 관람객의 대회장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
 대회 관람 시 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '화장실 이용의 편의성'임
 : 대회 관람 시 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은 '대회장 경관, 코스 등 우수성' 및 '대회장 접근성',
 '갤러리의 관람 에티켓'임

[골프(투어) 전체]



*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

대회/관람 요소 평가

대회 관람 속성별 평가_투어별

: “KPGA 남자프로골프(선수)”의대회 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 없으며,
중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은
‘대회장 경관,코스 등 우수성’,‘대회장 접근성’, ‘화장실 이용의 편의성’, ‘갤러리의 관람에티켓’임

[KPGA]



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)		중요도	만족도	우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)		중요도	만족도
선수들의 팬 서비스		4.32	3.97	대회장 경관, 코스 등 우수성		4.42	4.34
				대회장 접근성(자가용, 대중교통 등/셔틀버스 포함)		4.36	4.18
				화장실 이용의 편의성		4.39	3.90
				갤러리의 관람 에티켓		4.49	3.92

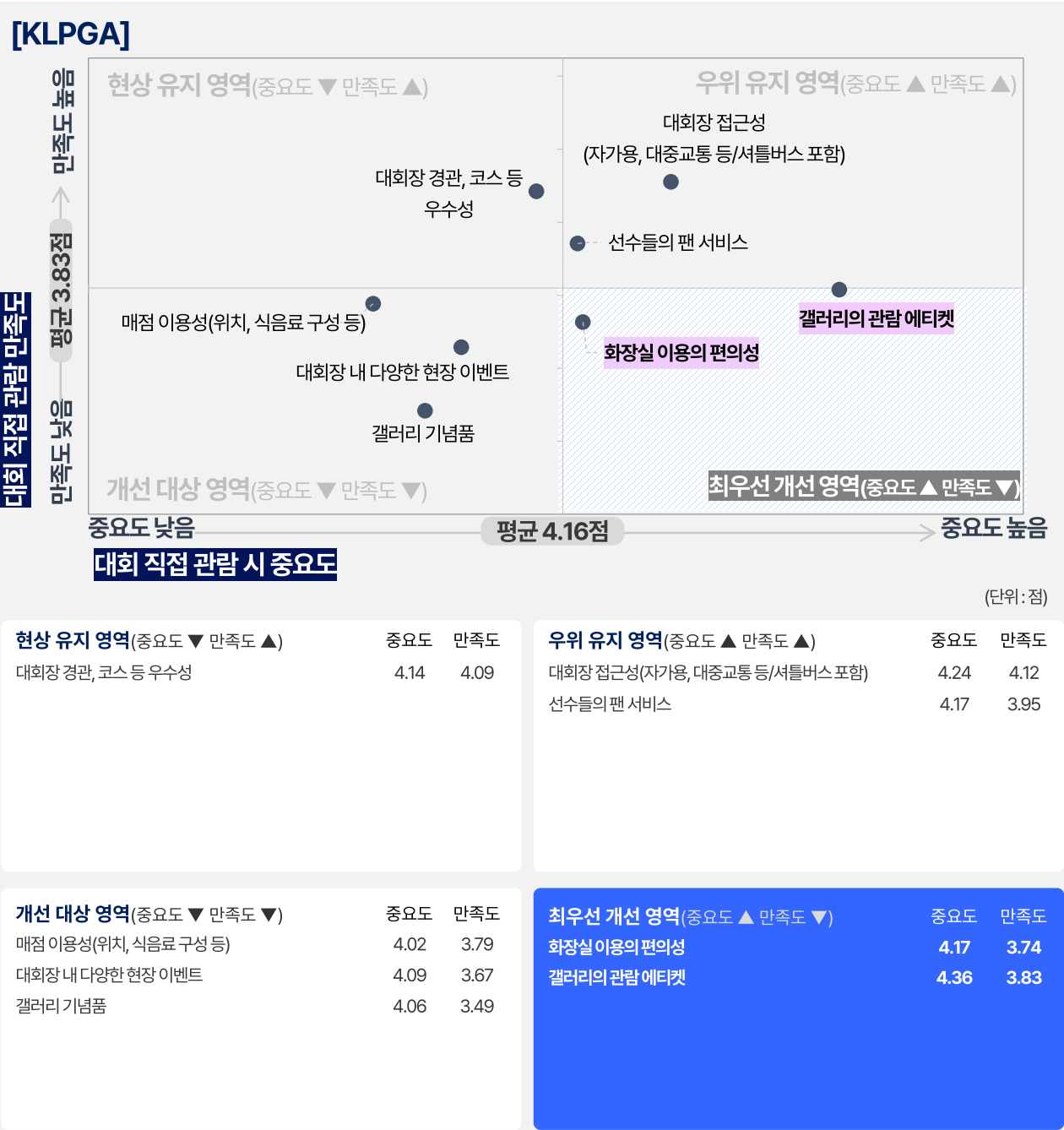
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)		중요도	만족도	최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)		중요도	만족도
매점 이용성(위치, 식음료 구성 등)		4.23	3.78				
대회장 내 다양한 현장 이벤트		4.24	3.58				
갤러리 기념품		4.25	3.34				

*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

대회/관람 요소 평가

대회 관람 속성별 평가_투어별

: “KLPGA 여자프로골프(선수)”의 대회 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 ‘화장실이용의 편의성’, ‘갤러리의 관람 에티켓’,
 중요도가 높고 만족도 또한 높은 항목(우위유지)은 ‘대회장 접근성’, ‘선수들의 팬서비스’임



*KPGA:제네OO챔피언십(코스:잭니클라우스골프클럽코리아)기준 /KLPGA:덕신OOO·서울OO레이디스클래식(코스:88컨트리클럽)기준조사

III. 대국민 프로스포츠 인식조사

프로스포츠 대국민 인식조사 결과 요약

조사대상 전국 만 19세 이상 ~ 만 59세 이하 성인 남녀

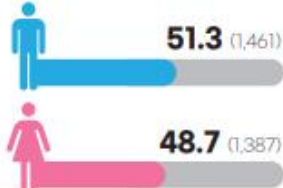
조사 방법 무작위 생성 모바일 전화번호(RDD)를 활용, 전문 조사원에 의한 전화면접조사

응답자 수 2,848명 (성, 연령, 지역 기준 비례할당)

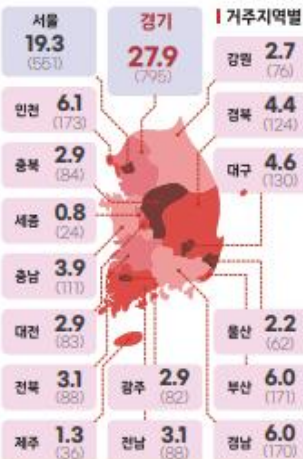
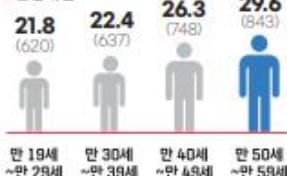
일러두기 · 보고서 내 숫자는 소수점 둘째 자리에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음
· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

응답자 특성

I 성별

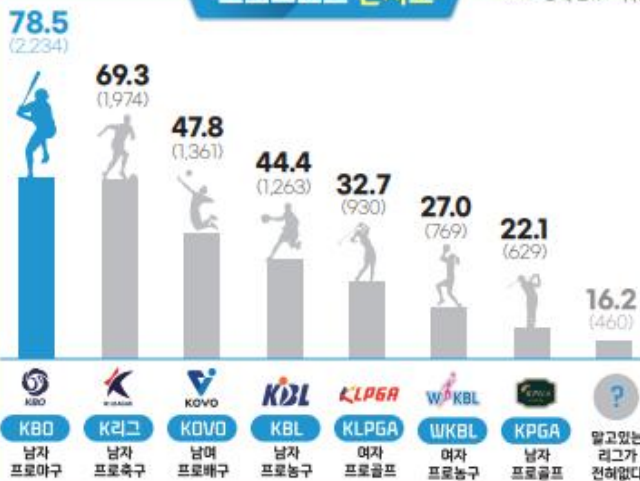


II 연령대별



프로스포츠 인지도

Base: 전체, 단위: %, (명)



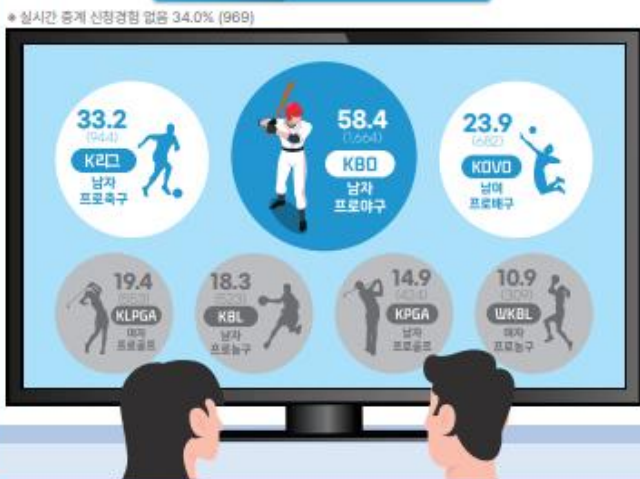
프로스포츠 선호도



* 알고 있는 리그 없음 16.2% (460)

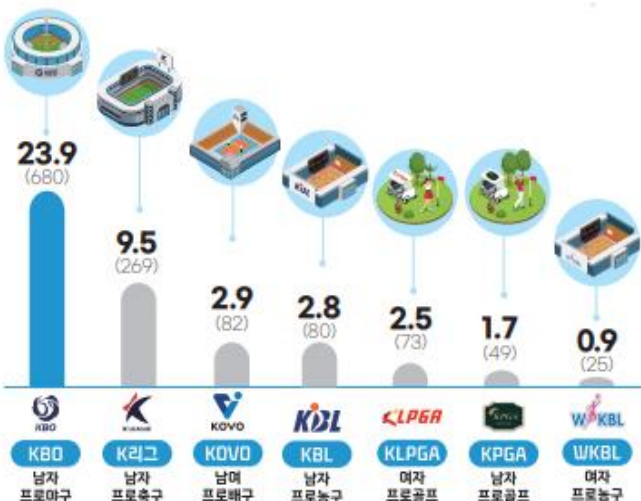
프로스포츠 경기 시청 경험

Base: 전체, 단위: %, (명)



프로스포츠 경기장 방문 경험

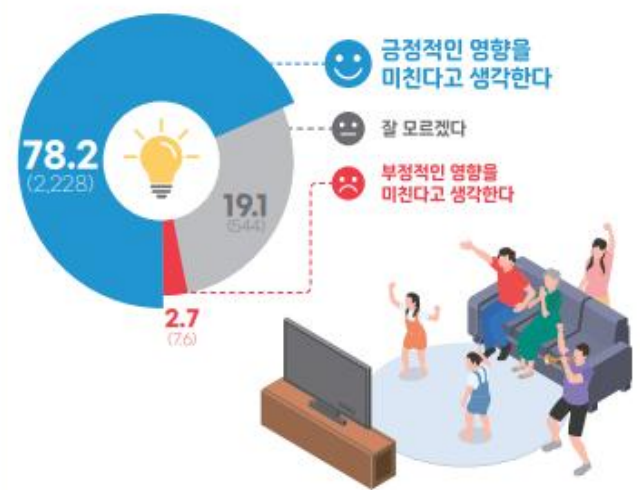
Base: 전체, 단위: %, (명)



* 경기장 방문경험 없음 68.6% (1,953)

프로스포츠의 국민적 영향력

Base: 전체, 단위: %, (명)



프로스포츠 인지도

: 응답자의 83.8%는 국내 프로스포츠리그에 속하는 구단을 한 개라도 알고 있는 것으로 나타났으며, 인지도가 가장 높은 리그는 “KBO 프로야구”(78.5%)와 “K리그1 프로축구”(69.3%)임

- “KPGA 남자프로골프(선수)”(22.1%)와 “WKBL 여자프로농구”(27.0%)의 인지도는 20% 대로 가장 낮음

: 각 프로스포츠리그 인지자의 최근 1년간 경기관람을 위한 경기장 방문 경험, 최근 1년간 실시간 중계 시청 경험, 선호도 모두 “KBO 프로야구”가 가장 높았음



Q1. 귀하께서는 “각 프로스포츠 리그”에 속하는 구단을 하나라도 알고 계십니까? (중복응답)

(단위 : %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	알고있는 리그 없음
전 체		(2,848)	69.3	78.5	44.4	27.0	47.8	22.1	32.7	16.2
성별	남성	(1,461)	81.6	86.4	54.6	36.1	54.3	28.6	37.7	9.4
	여성	(1,387)	56.4	70.1	33.5	17.4	40.9	15.2	27.4	23.3
연령대	19세~29세	(620)	57.4	64.7	23.8	8.7	28.8	4.5	10.3	26.4
	30세~39세	(637)	69.2	76.0	37.8	20.8	43.4	12.5	23.5	18.6
	40세~49세	(748)	74.7	84.6	57.3	35.6	58.4	26.8	37.9	12.1
	50세~59세	(843)	73.4	85.0	52.9	37.5	55.6	38.1	51.4	10.5
거주지	서울	(551)	68.3	77.9	42.7	25.6	47.4	22.1	34.4	16.5
	부산	(171)	72.0	88.3	45.1	34.1	51.6	25.5	31.0	7.8
	대구	(130)	66.6	81.9	38.9	20.8	37.7	15.2	22.1	15.2
	인천	(173)	71.1	77.6	41.8	30.4	50.6	18.2	28.4	16.9
	광주	(82)	69.2	81.6	40.5	18.9	46.1	26.8	36.1	12.5
	대전	(83)	82.0	82.0	48.2	36.1	56.0	15.1	42.2	12.8
	울산	(62)	78.7	82.2	55.2	27.4	48.3	23.4	38.6	12.0
	세종	(24)	76.7	79.8	29.0	16.0	36.0	16.0	30.0	20.2
	경기	(795)	65.9	75.8	43.9	27.3	46.5	23.2	32.9	18.6
	강원	(76)	70.0	82.1	56.0	29.2	42.0	30.7	36.6	8.3
	충북	(84)	65.2	66.6	39.6	33.7	38.3	21.9	34.6	26.5
	충남	(111)	69.6	76.1	41.3	27.6	52.4	24.9	31.8	20.5
	전북	(88)	76.9	76.3	55.1	25.9	50.2	23.5	33.0	16.9
	전남	(88)	69.3	86.4	40.0	23.3	59.1	17.0	30.8	9.6
	경북	(124)	73.0	81.4	41.5	23.2	46.6	16.9	27.9	12.6
	경남	(170)	70.9	78.3	56.3	26.8	54.3	24.2	34.9	16.4
	제주	(36)	66.0	72.3	34.0	21.0	37.2	22.2	27.5	22.7

인지자 대상 프로스포츠 인식 행태: 각 프로스포츠 리그별 인지자 기준으로 산정하여 행태 파악 (단위: %)

	(1,974)	(2,234)	(1,263)	(769)	(1,361)	(629)	(930)	-
최근 1년 간 방문경험▶	13.6	30.4	6.3	3.3	6.0	7.8	7.8	-
최근 1년 간 시청경험▶	47.8	74.5	41.4	40.2	50.1	67.4	59.4	-
선호도▶	21.4	60.9	3.3	0.5	5.1	2.1	6.7	-

: 각 프로스포츠리그별 인지도를 성연령별로 확인한 결과,
 전 계층에서 “KBO 프로야구”의 인지도가 가장 높은 가운데, 특히, 40대 남성과 50대 남성의 인지도가 90% 이상으로 매우 높았음

: 전반적으로 40대 남성과 50대 남성의 각 프로스포츠리그별 인지도가 높은 특징이 나타남

: 반면, 19~29세 여성은 각 프로스포츠리그별 미인지율이 가장 높은 특징을 보임

(단위: %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	알고있는 리그 없음
전 체		(2,848)	69.3	78.5	44.4	27.0	47.8	22.1	32.7	16.2
성별 By 연령대	19~29세 남성	(323)	71.3	72.3	32.4	10.4	27.5	5.1	11.0	18.2
	19~29세 여성	(297)	42.2	56.4	14.4	6.8	30.1	3.8	9.6	35.2
	30대 남성	(332)	78.3	83.1	44.5	27.9	45.6	17.6	27.4	12.3
	30대 여성	(305)	59.4	68.2	30.5	13.2	41.0	6.9	19.2	25.4
	40대 남성	(380)	89.2	94.1	72.2	49.1	70.2	34.8	45.7	4.2
	40대 여성	(368)	59.7	74.7	42.0	21.5	46.2	18.6	29.8	20.2
	50대 남성	(426)	85.1	92.7	63.8	50.4	67.1	49.4	58.7	5.0
	50대 여성	(417)	61.4	77.2	41.9	24.4	44.0	26.5	44.0	16.1

프로스포츠 경기장 방문경험

- : 국내 프로스포츠리그 경기 관람을 위해 경기장에 방문해 본 경험이 있는 응답자는 31.4%임
- : 프로스포츠리그별로는 "KBO 프로야구" 경기장 방문경험이 23.9%로 가장 높았음
 - 경기장 방문 경험은 남성(28.1%), 19~29세(27.8%), 광주지역 거주자(36.6%)에서 가장 높았음
- : "WKBL 여자프로농구"의 경우 경기장 방문경험이 0.9%로 매우 낮음



Q2.
귀하께서는 2024년도에
"각 프로스포츠 리그" 경기 관람을
위해 경기장*에 방문하신 경험이
있습니까?
(중복응답)
*KPGA, KLPGA: 대회장 기준 질문

(단위 : %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	경기장 방문 경험 없음
전 체		(2,848)	9.5	23.9	2.8	0.9	2.9	1.7	2.5	68.6
성별	남성	(1,461)	13.4	28.1	3.7	1.3	3.5	2.7	3.4	62.6
	여성	(1,387)	5.3	19.4	1.9	0.5	2.3	0.7	1.7	74.9
연령대	19세~29세	(620)	9.6	27.8	2.8	0.6	2.5	0.6	0.8	65.5
	30세~39세	(637)	9.6	23.1	3.2	0.8	3.3	1.2	1.7	69.3
	40세~49세	(748)	11.8	25.7	3.5	1.4	3.9	1.8	2.5	66.2
	50세~59세	(843)	7.1	20.0	1.8	0.8	2.0	2.9	4.5	72.3
거주지	서울	(551)	6.9	24.9	2.7	1.3	3.3	1.6	3.4	69.0
	부산	(171)	7.5	33.4	2.8	1.0	2.7	2.7	1.0	61.6
	대구	(130)	15.2	35.7	3.2	0.6	2.3	2.3	3.2	61.0
	인천	(173)	12.3	25.1	1.8	1.9	3.4	0.5	1.1	67.4
	광주	(82)	5.6	36.6	1.5	0.0	1.5	1.1	0.0	59.9
	대전	(83)	10.8	34.9	3.3	2.3	7.3	1.0	1.0	58.7
	울산	(62)	20.7	21.3	12.4	0.0	0.0	3.1	1.6	60.0
	세종	(24)	9.8	26.7	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	70.0
	경기	(795)	7.4	20.4	2.2	0.2	2.0	1.6	3.5	72.1
	강원	(76)	19.2	10.3	3.6	0.0	1.1	2.1	3.1	73.3
	충북	(84)	6.2	10.7	1.1	5.3	2.9	3.2	3.0	82.1
	충남	(111)	10.8	19.8	0.9	2.7	5.9	0.8	0.0	71.0
	전북	(88)	21.8	22.7	6.5	0.0	8.4	1.2	3.3	57.7
	전남	(88)	11.3	22.9	1.0	1.0	5.3	0.0	0.0	69.9
	경북	(124)	6.3	15.4	1.8	0.0	1.8	1.7	3.3	79.2
	경남	(170)	8.7	30.8	5.0	0.0	1.1	2.8	2.9	62.1
	제주	(36)	17.3	13.2	2.8	0.0	3.7	6.0	0.0	74.1

: 각 프로스포츠리그별 경기장 방문 경험을 성연령별로 확인한 결과,
 전 계층에서 "KBO 프로야구"의 경기장 방문 경험이 가장 높은 가운데,
 특히, 40대 남성의 방문 경험이 34.5%로 가장 높았음

: 경기관람을 위해 경기장에 1회 이상 방문한 경험은 40대 남성(44.0%)이 가장 높고, 50대 여성(17.8%)이 가장 낮음

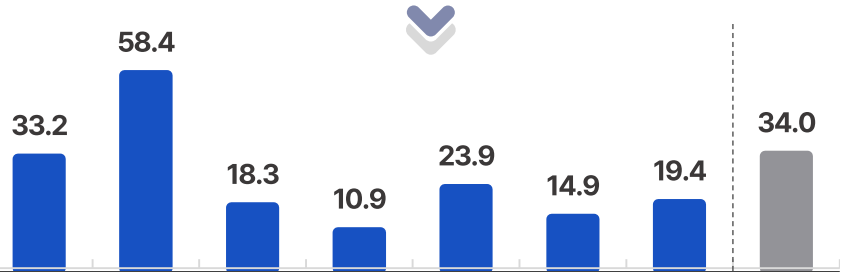
(단위: %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	경기장 방문 경험 없음
전 체		(2,848)	9.5	23.9	2.8	0.9	2.9	1.7	2.5	68.6
성별 By 연령대	19~29세 남성	(323)	11.8	28.2	3.8	0.9	2.3	1.2	1.2	64.6
	19~29세 여성	(297)	7.2	27.4	1.8	0.3	2.8	0.0	0.4	66.5
	30대 남성	(332)	12.3	23.3	2.8	0.0	3.7	2.0	1.6	67.9
	30대 여성	(305)	6.8	22.8	3.8	1.6	2.7	0.4	1.8	70.8
	40대 남성	(380)	18.1	34.5	5.4	2.5	4.7	2.7	3.4	56.0
	40대 여성	(368)	5.3	16.7	1.5	0.3	2.9	0.8	1.6	76.8
	50대 남성	(426)	11.2	26.1	2.8	1.5	3.0	4.3	6.3	62.7
	50대 여성	(417)	3.0	13.8	0.8	0.0	0.9	1.4	2.7	82.2

프로스포츠 경기 시청경험

- : 국내 프로스포츠리그 경기 실시간 중계 시청 경험이 있는 응답자는 66.0%임
- : 프로스포츠리그별로는 전 계층에서 "KBO 프로야구"(58.4%) 시청 경험이 가장 높았음
 - 특히, 남성(68.5%), 연령이 높을수록, 세종(69.2%), 전남(68.9%), 광주(67.9%) 등에서 프로야구 경기 실시간 중계 시청 경험이 높았음
- : "WKBL 여자프로농구"의 경우 실시간 중계 시청경험이 10.9%로 매우 낮음



Q3.
귀하께서는 2024년도에
"각 프로스포츠 리그" 경기의
실시간 중계를 시청한
경험이 있습니까?



(단위 : %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	실시간 중계 시청경험 없음
전 체		(2,848)	33.2	58.4	18.3	10.9	23.9	14.9	19.4	34.0
성별	남성	(1,461)	44.2	68.5	26.3	16.1	31.0	20.4	24.9	24.8
	여성	(1,387)	21.6	47.8	9.9	5.4	16.5	9.1	13.6	43.7
연령대	19세~29세	(620)	23.8	47.5	8.6	3.0	12.8	2.7	5.7	44.4
	30세~39세	(637)	28.1	54.1	15.4	7.1	18.1	7.1	10.3	38.4
	40세~49세	(748)	38.0	62.8	22.3	13.3	28.7	17.1	21.5	30.1
	50세~59세	(843)	39.6	65.9	24.2	17.4	32.3	27.7	34.5	26.6
거주지	서울	(551)	29.6	54.4	17.4	8.6	22.4	14.5	19.7	36.7
	부산	(171)	35.6	64.7	22.0	16.0	30.7	14.1	17.7	27.9
	대구	(130)	32.6	62.4	17.9	9.5	24.8	11.1	11.0	32.5
	인천	(173)	33.0	56.8	14.9	8.9	24.1	13.6	17.9	34.9
	광주	(82)	26.6	67.9	11.4	3.5	17.3	21.2	22.8	28.7
	대전	(83)	39.0	65.8	18.1	17.4	17.8	8.3	26.6	25.8
	울산	(62)	47.9	58.5	25.4	15.5	25.7	16.3	23.8	26.6
	세종	(24)	41.7	69.2	9.6	9.6	22.3	9.8	12.9	26.7
	경기	(795)	29.1	55.3	16.6	9.4	21.0	15.1	18.9	37.7
	강원	(76)	42.4	55.0	23.8	17.7	26.6	17.6	21.9	32.5
	충북	(84)	32.8	48.6	18.4	14.4	22.3	19.8	24.1	44.0
	충남	(111)	36.4	60.6	18.5	10.5	25.7	18.6	18.7	32.5
	전북	(88)	39.9	62.1	21.9	11.0	26.0	20.0	23.0	30.6
	전남	(88)	38.5	68.9	22.1	15.0	34.1	9.8	20.0	26.0
	경북	(124)	37.9	64.2	16.1	9.9	21.1	9.2	13.4	29.1
	경남	(170)	40.6	64.1	28.0	15.1	35.6	17.9	23.5	28.9
	제주	(36)	28.9	49.4	16.2	13.0	21.1	18.5	20.6	44.6

: 각 프로스포츠리그별 경기 실시간 중계 시청 경험을 성연령별로 확인한 결과,
 전 계층에서 “KBO 프로야구”의 시청 경험이가장 높은 가운데, 특히, 50대 남성의 시청경험이 78.3%로 가장 높았음
 : 1회 이상 실시간 중계 시청 경험 역시 50대 남성(83.7%)이 가장 높고, 19~29대 여성(49.3%)이 가장 낮음

(단위: %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	실시간 중계 시청경험 없음
전 체		(2,848)	33.2	58.4	18.3	10.9	23.9	14.9	19.4	34.0
성별 By 연령대	19~29세 남성	(323)	32.1	54.1	13.1	4.0	12.1	3.4	6.7	38.5
	19~29세 여성	(297)	14.7	40.4	3.8	1.9	13.5	1.9	4.6	50.7
	30대 남성	(332)	36.4	62.8	20.3	9.6	20.7	9.2	12.4	30.2
	30대 여성	(305)	19.0	44.6	10.1	4.3	15.4	4.9	8.0	47.3
	40대 남성	(380)	53.0	75.0	33.2	20.8	40.6	24.5	29.0	18.0
	40대 여성	(368)	22.4	50.1	11.0	5.5	16.4	9.6	13.8	42.5
	50대 남성	(426)	51.5	78.3	35.0	26.0	44.9	38.3	44.9	16.3
	50대 여성	(417)	27.6	53.2	13.2	8.6	19.5	16.9	23.9	37.2

프로스포츠 선호도

: 국민이 가장 선호하는 프로스포츠리그는 “KBO 프로야구”(51.0%)인 것으로 나타났으며,
 특히 남성(55.5%), 연령이 높을수록 선호하는 것으로 나타남
 - “KOVO 남녀프로배구”(남성 2.5%, 여성 6.1%)는 남성 대비 여성의 선호도가 더 높았으며,
 “KLPGA 여자프로골프”는 남녀 모두 선호하는 프로스포츠임
 : 지역별로는 울산의 경우 “K리그1 프로축구”의 선호도가 “KBO 프로야구” 보다 다소 높은 특징을 보임



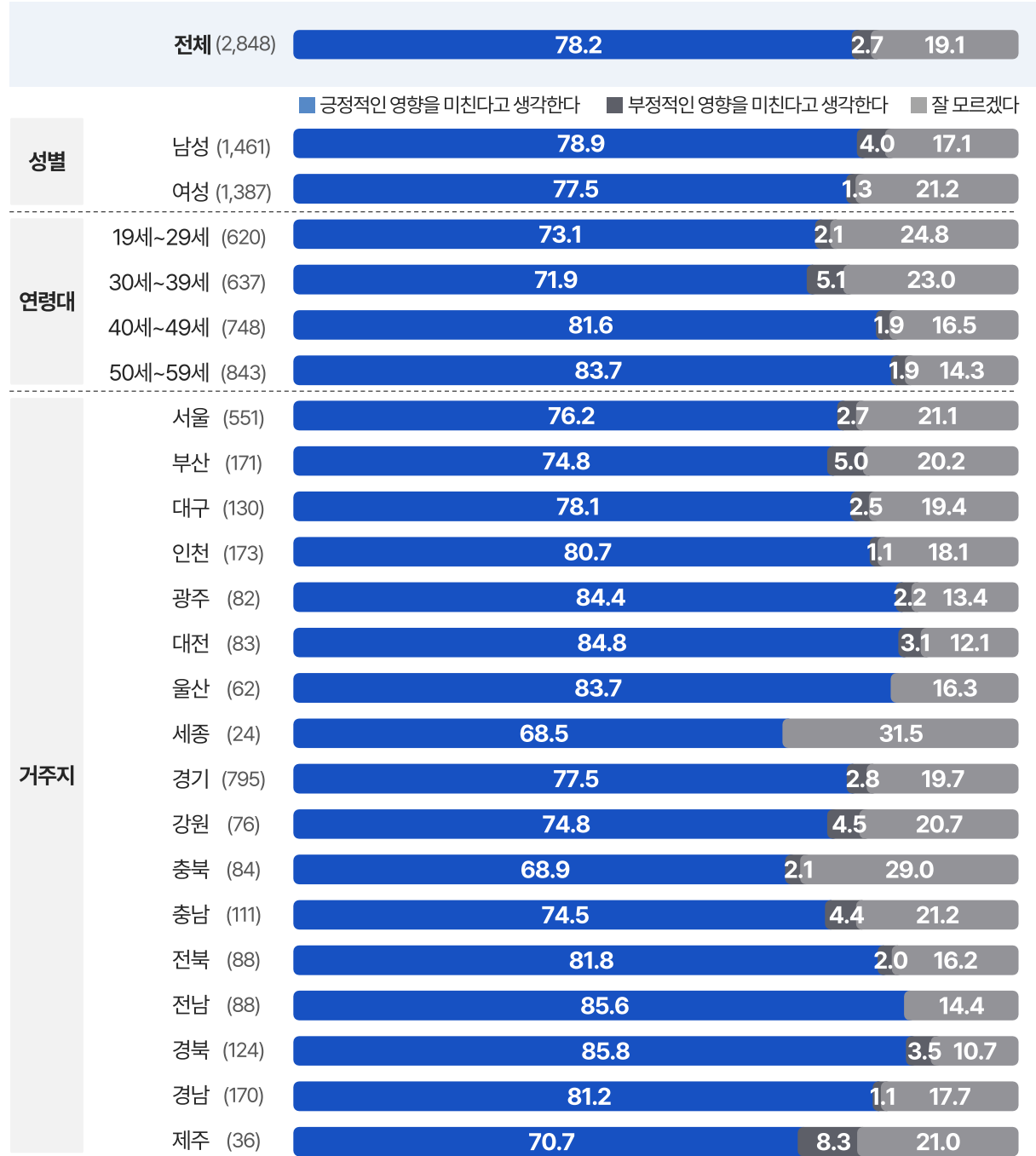
: 성연령대별 분석 결과, "KBO 프로야구"를 가장 선호하는 계층은 50대 남성(60.3%)이었으며, "K리그1 프로축구"는 19~29세 남성(24.9%)의 선호도가 가장 높았고, "KIOVO 남녀프로배구"의 경우 19~29세 여성(8.4%)의 선호도가 상대적으로 높았으며, "KLPGA 여자프로골프"는 50대 남성(12.3%)과 50대 여성(11.7%)에서 높은 특징을 보임

(단위: %)		응답자 수	K리그1: 프로축구	KBO: 프로야구	KBL: 남자 프로농구	WKBL: 여자 프로농구	KOVO: 남녀 프로배구	KPGA: 남자 프로골프	KLPGA: 여자 프로골프	알고 있는 리그 없음
전 체		(2,848)	18.0	51.0	2.8	0.4	4.3	1.8	5.6	16.2
성별 By 연령대	19~29세 남성	(323)	24.9	48.1	5.5	0.3	1.4	1.1	0.4	18.2
	19~29세 여성	(297)	10.7	40.5	2.4	0.0	8.4	0.0	2.7	35.2
	30대 남성	(332)	26.2	53.7	2.0	0.3	2.1	0.9	2.6	12.3
	30대 여성	(305)	17.3	44.9	2.3	0.7	6.1	0.4	3.0	25.4
	40대 남성	(380)	22.6	57.9	3.8	0.6	3.2	2.8	4.9	4.2
	40대 여성	(368)	13.6	50.3	2.9	0.5	7.1	2.1	3.2	20.2
	50대 남성	(426)	15.0	60.3	0.6	0.2	3.1	3.4	12.3	5.0
	50대 여성	(417)	14.4	48.0	3.0	1.0	3.4	2.4	11.7	16.1

프로스포츠 영향력

- : 국민의 10명 중 8명 정도는 국내 프로스포츠 경기가 국민들에게 긍정적인 영향을 미친다고(78.2%) 응답함
- 부정적 영향(2.7%), 잘 모름(19.1%)
- : 긍정적인 영향을 미친다는 응답은 남성(78.9%), 40대(81.6%) 및 50대(83.7%), 경북(85.8%) 및 전남(85.6%)에서 상대적으로 높은 특징을 보임

Q5. 귀하께서는 국내 프로스포츠 경기가 국민들에게 긍정적인 영향을 미친다고 생각하십니까? (단위: 명, %)

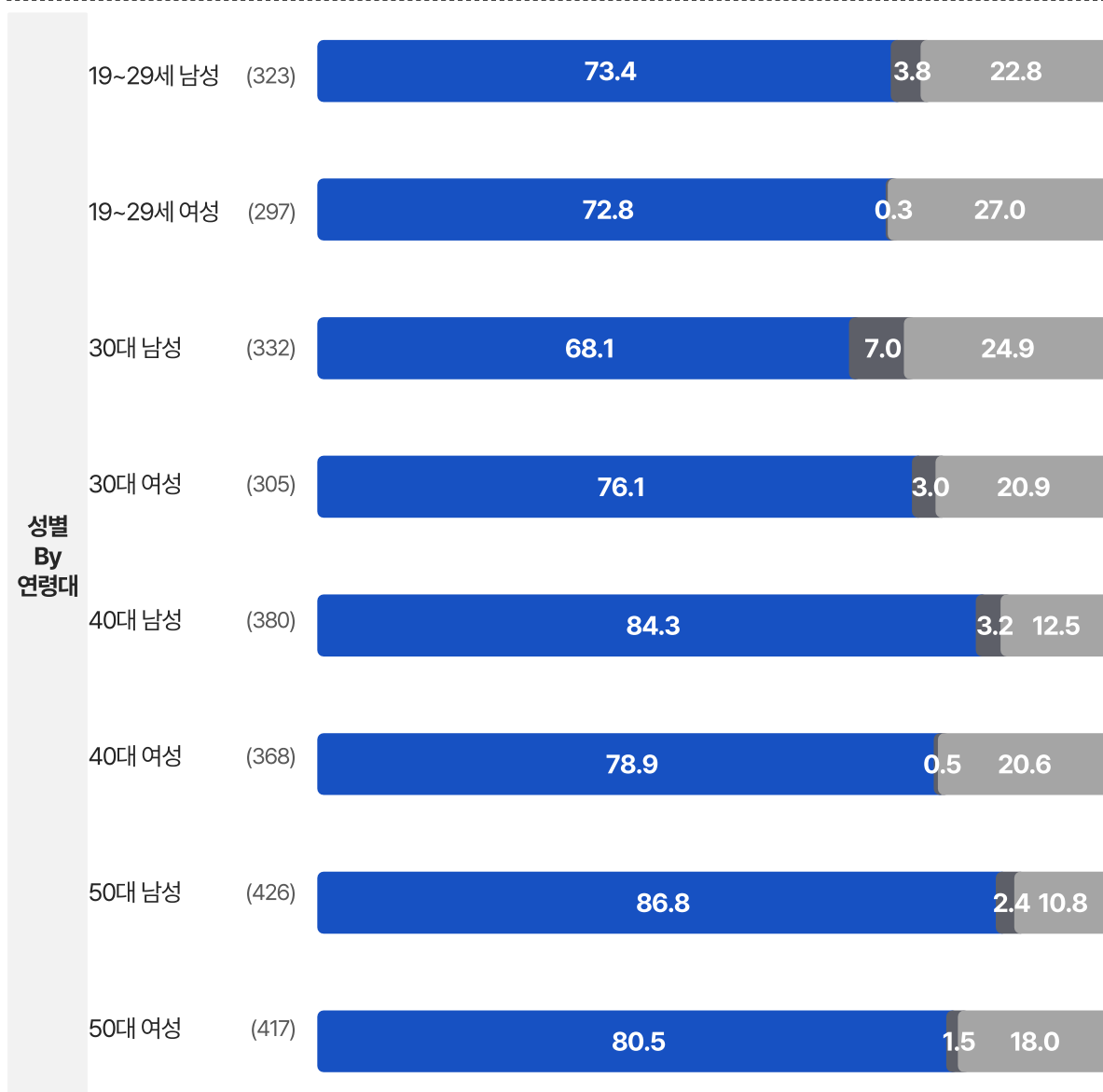


: 성연령대별 분석 결과, 프로스포츠 경기가 긍정적인 영향을 미친다는 의견은 50대 남성(86.8%)에서 가장 높은 반면, 30대 남성(68.1%)에서 가장 낮았음

: 부정적인 영향을 미친다는 의견 역시 30대 남성(7.0%)에서 가장 높았음

: 잘 모르겠다는 의견은 19~29세 여성(27.0%), 30대 남성(24.9%), 19~29세 남성(22.8%) 등의 순으로 나타남

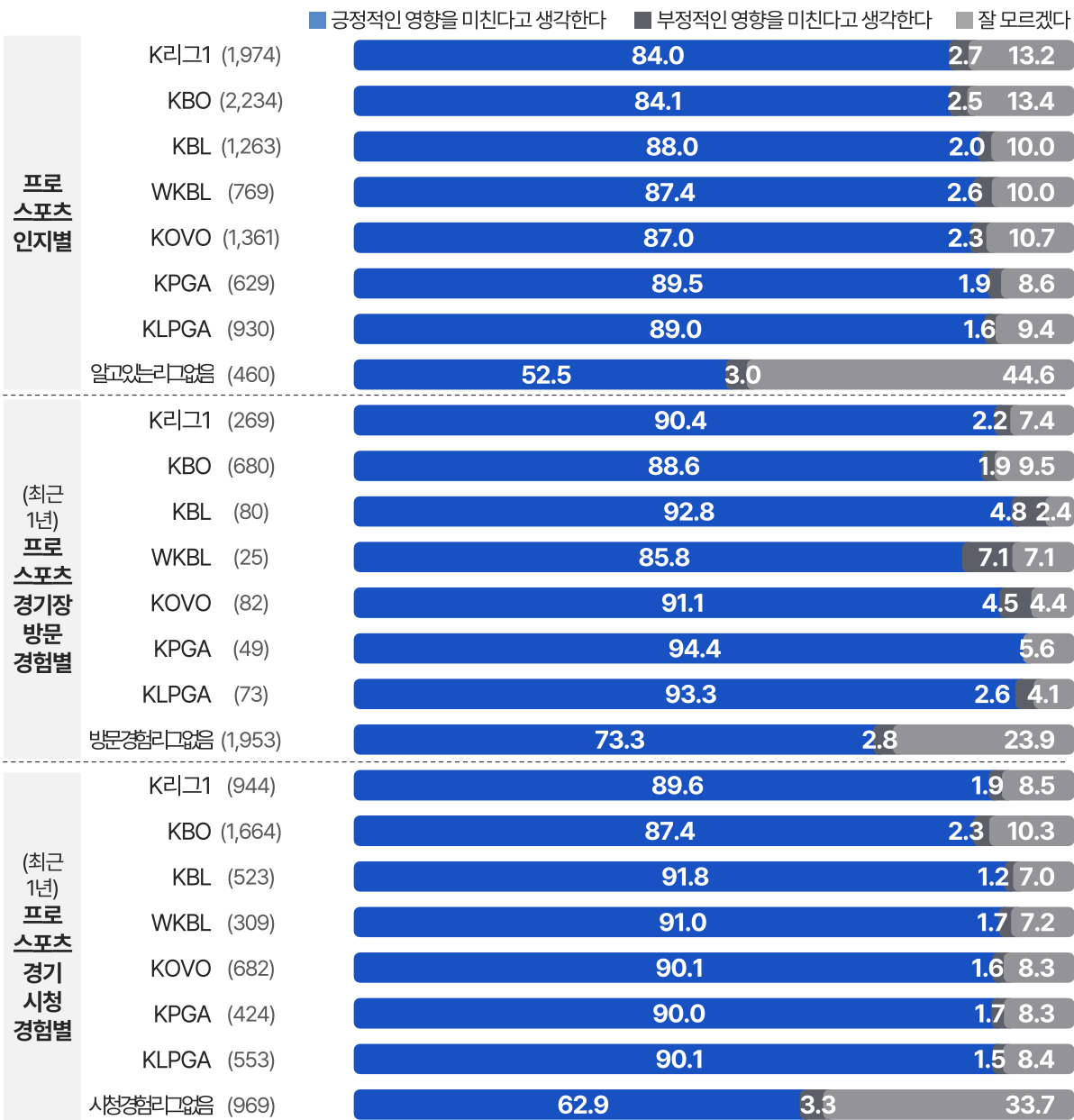
■ 긍정적인 영향을 미친다고 생각한다 ■ 부정적인 영향을 미친다고 생각한다 ■ 잘 모르겠다



프로스포츠 영향력

- : 프로스포츠리그별 인지도에 따른 영향력의 경우, 각 리그를 인지하고 있는 응답자는 긍정적인 영향력이 있다는 응답이 80% 이상으로 나타난 가운데, 알고 있는 리그가 전혀 없는 경우는 52.5%로 큰 차이가 나타남
- : 경기 관람을 위해 경기장에 방문한 경험이 있는 응답자의 영향력의 경우, 긍정적인 영향력이 있다는 응답이 80% 중후반으로 높게 나타난 가운데, 방문 경험이 없는 경우는 70% 대로 낮아짐
- : 실시간 중계 시청 경험에 따른 분석 역시, 경험자와 미경험자의 차이가 매우 큰 것으로 나타남

(단위:명, %)



별첨. 설문지

* 별첨. 설문지

(1) 관람객 성향조사(단체종목)

ID				-			
----	--	--	--	---	--	--	--

관람객 성향조사(단체종목) 설문지

안녕하십니까?

본 조사는 프로스포츠 관람객을 대상으로 경기 관람 행태 및 구단 제공 서비스와 이용 환경에 대한 만족도를 평가하고 관람객의 다양한 의견을 수렴하여 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다. 본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보 파기)에 따라 조사 종료 후 모두 폐기되오니, 안심하시고 원활한 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다.

주관기관 : 한국프로스포츠협회(02-6190-5900)

수행기관 : (주)컨슈머인사이트(02-6004-7664)

ASQ3. ※ 본 조사는 만 14세 이상부터 참여 가능합니다.

응답자 경품 추첨에 참여하기 위해서는 귀하의 핸드폰 번호가 필요합니다. 핸드폰 번호를 입력해 주세요. 핸드폰 번호를 입력하지 않더라도 조사 참여는 가능합니다.

입력하신 핸드폰 번호는 경품 제공 후 본 사업이 완료되는 25년 3월에 모두 폐기됩니다.

	-		-	
--	---	--	---	--

☐ 입력하고 싶지 않음

[WEB : 전화 번호 확인 팝업 제시 '입력하신 번호가 XXX-XXXX-XXXX가 맞습니까?' Y/N]

SQ1. 성별은 무엇입니까?

① 남성

② 여성

SQ2. 언제 태어나셨습니까?

--	--	--	--

년 (만 14세 미만(2010년 1월 1일 이후 출생자) 조사 중단)

SQ3. 현재 살고 계시는 지역은 어디입니까?

[지역별 Dropdown 구성] (SQ3-1)

시/구

시/군/구

[WEB : 종목별 보기 제시]

SQ4. 가장 크게 응원하시는 구단은 어디입니까?

SQ4. 응원구단

프로축구 (K리그1)	1)울산현대축구단 5)제주SK FC 9)FC서울	2)전북 현대모터스 6)강원FC 10)김천상무	3)포항스틸러스 7)수원FC 11)광주 FC	4)인천유나이티드 FC 8)대구 FC 12)대전 하나시타즌
프로야구	13)SSG 랜더스 17)KIA 타이거즈 21)두산 베어스	14)키움 히어로즈 18)NC 다이노스 22)한화이글스	15)LG 트윈스 19)삼성 라이온즈	16)KT 위즈 20)롯데 자이언츠
남자 프로농구	23) 안양 정관장 레드부스터스 27) 고양소노스카이 거너스 31) 대구 한국 가스공사 페가수스	24) 서울 SK 나이츠 28) 부산 KCC 이지스 32) 서울 삼성 썬더스	25) 창원 LG세이커스 29) 원주 DB 프로미	26) 울산현대모비스 피버스 30) 수원 KT 소닉붐
여자 프로농구	33)아산우리은행우리WON 36)인천 신한은행 에스버드	34)부산 BNK 썸 37)청주 KB국민은행 스타즈	35)용인 삼성생명 블루밍스 38)부천 하나은행	
남자 프로배구	39)인천 대한항공 점보스 43)안산OK저축은행윌트맨	40)천안 현대캐피탈 스카이워커스 44)의정부 KB손해보험 스타즈	41)수원 한국전력 VIXTORM 45)대전 삼성화재 블루팡스	42)서울 우리카드 우리WON
여자 프로배구	46)한국도로공사하이패스 50)GS칼텍스 서울 Kixx	47)흥국생명 핑크스파이더스 51)IBK 기업은행 알토스	48)현대건설 힐스테이트 52)페퍼저축은행 AI PEPPERS	49)대전 정관장 레드스파르스
99) 응원하는 구단이 없다				

[WEB : SQ4에서 99] 응원구단 없을 시 질문 제시 안함]

SQ4-1. #SQ4.응원구단#을/를 응원한 지는 얼마나 되셨습니까?

① 올해 처음(1년 미만)

② 1년 이상~3년 미만

③ 3년 이상~5년 미만

④ 5년 이상~10년 미만

⑤ 10년 이상

SQ5. 오늘 경기 관람을 위해 구매하신 자리 정보를 모두 입력해주시기 바랍니다. ()

[WEB : SQ4에서 99] 응원구단 없을 시 질문 제시 안함]

SQ6. #SQ4.응원구단#의 시즌권이나 멤버십 등을 가지고 있습니까? 가지고 있는 것을 모두 선택해 주세요.

① 시즌권(예매권북 등) 보유

② 멤버십 보유

③ 기타()

④ 전혀 없음

* 별첨. 설문지

(1) 관람객 성향조사(단체종목)

SQ4-1. 종목별 홈구장 보기

#종목#	보기 번호	#구단#	#홈 구장#
프로축구	1	울산 현대 축구단	울산문수축구경기장
	2	전북 현대 모터스	전주월드컵경기장
	3	포항 스틸러스	포항스틸야드
	4	인천유나이티드 FC	인천축구전용경기장
	5	제주SK FC	제주월드컵경기장
	6-1	강원 FC	강릉종합운동장
	6-2	강원 FC	춘천송암스포츠타운
	7	수원 FC	수원종합운동장
	8	대구 FC	DGB대구은행파크
	9	FC 서울	서울월드컵경기장
	10	김천 상무	김천종합운동장
	11	광주 FC	광주축구전용구장
	12	대전 하나 시티즌	대전월드컵경기장
프로야구	13	SSG 랜더스	인천SSG 랜더스필드
	14	키움 히어로즈	고척 스카이돔
	15	LG 트윈스	잠실야구장
	16	KT 위즈	수원 KT위즈파크
	17	KIA 타이거즈	광주기아챔피언스필드
	18	NC 다이노스	창원NC파크
	19	삼성 라이온즈	대구삼성라이온즈파크
	20	롯데 자이언츠	부산사직야구장
	21	두산 베어스	잠실야구장
	22	한화 이글스	대전 한화생명이글스파크
남자프로농구	23	안양 정관장 레드부스터스	안양정관장아레나
	24	서울 SK 나이츠	잠실학생체육관
	25	창원 LG 세이커스	창원체육관
	26	울산 현대 모비스 피버스	울산 동천체육관
	27	고양 소노 스카이 거너스	고양소노아레나
	28	부산 KCC 이지스	부산사직체육관
	29	원주 DB 프로미	원주종합체육관
	30	수원 KT 소닉붐	수원 KT 소닉붐 아레나
	31	대구 한국 가스공사 페가수스	대구체육관
	32	서울 삼성 썬더스	잠실실내체육관

SQ4-1. 종목별 홈구장 보기

#종목#	보기 번호	#구단#	#홈 구장#
여자프로농구	33	아산 우리은행 우리 WON	아산이순신체육관
	34	부산 BNK 썸	부산사직실내체육관
	35	용인 삼성생명 블루밍스	용인실내체육관
	36	인천 신한은행 에스버드	인천도원실내체육관
	37	청주 KB국민은행 스타즈	청주실내체육관
	38	부천 하나은행	부천실내체육관
남자프로배구	39	인천 대한항공 점보스	인천계양체육관
	40	천안 현대캐피탈 스카이워커스	천안유관순체육관
	41	수원 한국전력 VIXTORM	수원실내체육관
	42	서울 우리카드 우리WON	서울장충체육관
	43	안산 OK저축은행 웃맨	안산상록수체육관
	44	의정부 KB손해보험 스타즈	의정부실내체육관
	45	대전 삼성화재 블루팡스	대전충무체육관
여자프로배구	46	한국도로공사 하이패스	김천실내체육관
	47	흥국생명 핑크스파이더스	인천삼산월드체육관
	48	현대건설 힐스테이트	수원실내체육관
	49	대전 정관장 레드스파르스	대전충무체육관
	50	GS칼텍스 서울 Kixx	서울장충체육관
	51	IBK 기업은행 알토스	화성종합실내체육관
	52	페퍼저축은행 AI PEPPERS	광주염주종합체육관(페퍼스타디움)
골프	53	골프	

* 별첨. 설문지

(1) 관람객 성향조사(단체종목)

Part B.

경기 관람 특성

[WEB : SQ4 ≠ '99) 응원하는 구단이 없다' 응답자 제시, 별도 페이지 구성]

※ 지금부터는 가장 최근 #SQ4.응원구단#의 경기 관람을 위해 #SQ4-2.방문구장#을/를 방문했던 경험을 기준으로 응답해주세요.

[WEB : SQ4 = '99) 응원하는 구단이 없다' 응답자 제시, 별도 페이지 구성]

※ 지금부터는 가장 최근 경기 관람을 위해서 #SQ4-2.방문구장#을/를 방문했던 경험을 기준으로 응답해주세요.

◆ 경기장 직관 동기 파악

[WEB : SQ4 ≠ '99) 응원하는 구단이 없다' 응답자 제시]

Q1. 최근 #SQ4. 응답 구단# 경기 정보를 어디서 알게 되었습니까? 알게 된 경로를 모두 선택하여 주십시오.

- | | |
|--|----------------------------------|
| ① 인터넷 포털(네이버, 다음, 구글) | ② #SQ4.종목(링크기준)# 공식 홈페이지/SNS/APP |
| ③ #SQ4. 응답 구단# 홈페이지/SNS/APP | ④ 그 외 SNS/APP |
| ⑤ 신문 · 방송(잡지 등 인쇄물 · 중계/뉴스/하이라이트 프로그램) | |
| ⑥ 가족 또는 지인(친구, 직장동료) | ⑦ 기타 () |

[WEB : SQ4 = '99) 응원하는 구단이 없다' 응답자 제시]

Q1-1. 최근 #SQ4-2_최근방문 경기장 기준 구단# 경기 정보를 어디서 알게 되었습니까? 알게 된 경로를 모두 선택하여 주십시오.

- | | |
|--|----------------------------------|
| ① 인터넷 포털(네이버, 다음, 구글) | ② #SQ4.종목(링크기준)# 공식 홈페이지/SNS/APP |
| ③ #SQ4-2_최근 방문 경기장 기준 구단# 홈페이지/SNS/APP | |
| ④ 그 외 SNS/APP | |
| ⑤ 신문 · 방송(잡지 등 인쇄물 · 중계/뉴스/하이라이트 프로그램) | |
| ⑥ 가족 또는 지인(친구, 직장동료) | ⑦ 기타 () |

Q2. 최근 #SQ4-2_최근 방문 경기장#에 누구와 함께 방문하였습니까?

- | | | | |
|---------------|--------|-------|--------------------|
| ① 혼자(→Q4로 이동) | ② 가족 | ③ 친인척 | ④ 친구 |
| ⑤ 연인 | ⑥ 직장동료 | ⑦ 동호회 | ⑧ 기타() |

Q3. 최근 본인을 포함하여 #SQ4-2_최근 방문 경기장#에 함께 방문한 사람은 모두 몇 명입니까?

- | | | |
|------------|---------------|------------|
| ① 본인 포함 2명 | ② 본인 포함 3명 | ③ 본인 포함 4명 |
| ④ 본인 포함 5명 | ⑤ 본인 포함 6명 이상 | |

* 별첨. 설문지

(1) 관람객 성향조사(단체종목)

◆ 경기장 방문 관람 실태

[WEB : 각 항목별 입력 금액 한글 표시 PROG]

Q8. 최근 #SQ4-2_최근 방문 경기장#에 방문하여 경기 관람을 위해 쓴 비용은 모두 얼마입니까?

본인 1인 기준으로, 최근 방문 시 사용하신 금액을 모두 포함하여 입력해주시기 바랍니다.

구분	금액														
입장료(최근 방문, 1인 기준)	<table><tr><td>십만</td><td>만</td><td>천</td><td>백</td><td>십</td><td>일</td><td>원</td></tr><tr><td colspan="7">☐ 무료(초대권 등) 입장함</td></tr></table>	십만	만	천	백	십	일	원	☐ 무료(초대권 등) 입장함						
십만	만	천	백	십	일	원									
☐ 무료(초대권 등) 입장함															
교통비(최근 방문, 1인 기준, 편도)	<table><tr><td>십만</td><td>만</td><td>천</td><td>백</td><td>십</td><td>일</td><td>원</td></tr></table>	십만	만	천	백	십	일	원							
십만	만	천	백	십	일	원									
식음료비(최근 방문, 1인 기준)	<table><tr><td>십만</td><td>만</td><td>천</td><td>백</td><td>십</td><td>일</td><td>원</td></tr></table>	십만	만	천	백	십	일	원							
십만	만	천	백	십	일	원									
MD 상품* 구매비(한 시즌 기준) * 굿즈(구단 자체 홍보 상품) 등 포함	<table><tr><td>십만</td><td>만</td><td>천</td><td>백</td><td>십</td><td>일</td><td>원</td></tr></table>	십만	만	천	백	십	일	원							
십만	만	천	백	십	일	원									
최근 경기 직관을 함께 간 일행 수	본인 포함 ()명														

Q9. #SQ4.종목(링크기준)# 경기 관람을 위해 한 시즌에 평균 몇 번이나 경기장에 방문하십니까? ()회

[WEB : 변경되는 질문 내용에 볼드, 밑줄 처리]

Q10. #SQ4.종목# 경기 관람 시 다음의 각 항목이 얼마나 중요한지, #SQ4 DB.홈 구장# 또는 응원하는 #SQ4.응원구단#와(과) 관련된 각 항목에 대해 얼마나 만족하는지 체크해 주세요.

		Q10-1. 중요도					Q10-2. 만족도				
		전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다	전혀 만족 하지 않는 다	만족 하지 않는 다	보통 이다	만족 한다	매우 만족 한다
시설	1) #SQ4 DB.홈 구장#의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	2) #SQ4 DB.홈 구장#의 관람석 의자 편리성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	3) #SQ4 DB.홈 구장#의 주차 편리성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	4) #SQ4 DB.홈 구장#의 대중교통 접근성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	5) #SQ4 DB.홈 구장#의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	6) #SQ4 DB.홈 구장#의 MD상품 구매 환경 우수성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	7) #SQ4 DB.홈 구장#의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
서비스	8) #SQ4 DB.홈 구장#의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	9) #SQ4 DB.홈 구장# 내 식음료 서비스	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
이벤트	10) #SQ4.구단#의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	11) #SQ4.구단#의 경기 이외의 다양한 즐길거리	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
분위기	12) #SQ4.구단#의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	13) #SQ4.구단# 팬들만의 차별적인 응원문화	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	14) #SQ4 DB.구단#의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

ID				-			
----	--	--	--	---	--	--	--

관람객 성향조사(골프) 설문지

안녕하십니까?
본 조사는 골프 대회 관람객을 대상으로 관람 행태 및 이용 환경에 대한 만족도를 평가하고 관람객의 다양한 의견을 수렴하여 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다. 본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보 파기)에 따라 조사 종료 후 모두 폐기되오니, 안심하시고 원활한 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다

주관기관 : 한국프로스포츠협회(02-6190-5900) 수행기관 : (주)컨슈머인사이트(02-6004-7664)

ASQ1. 본 조사에 참여하기 위해서는 현재 골프 대회장에 방문했다는 것을 확인하기 위한 위치정보(GPS)가 필요합니다. 귀하의 위치정보(GPS)를 등록해 주세요.

위치정보 등록 버튼

ASQ3. 응답자 경품 추첨에 참여하기 위해서는 귀하의 핸드폰 번호가 필요합니다. 핸드폰 번호를 입력해 주세요. 핸드폰 번호를 입력하지 않더라도 조사 참여는 가능합니다. 입력하신 핸드폰 번호는 경품 제공 후 본 사업이 완료 되는 25년 3월에 모두 폐기됩니다.

	-		-	
--	---	--	---	--

☐ 입력하고 싶지 않음

[WEB : 전화 번호 확인 팝업 제시 '입력하신 번호가 XXX-XXXX-XXXX가 맞습니까?' Y/N]

Part A 응답자 기본 사항

SQ1. 성별은 무엇입니까? ① 남성 ② 여성

SQ2. 언제 태어나셨습니까?

--	--	--	--

 년 (만 14세 미만(2010년 1월 1일 이후 출생자) 조사 중단)

SQ3. 현재 살고 계시는 지역은 어디입니까? [지역별 Dropdown 구성] (SQ3-1) 시/구 시/군/구

SQ4. 최근 1년 동안 라운딩을 몇 번 정도 나갔습니까?(정규 18홀 기준)
① 전혀 나간적이 없다 ② 1년에 5회 이하 ③ 1년에 6~10회 ④ 1년에 11회 이상

SQ5. 오늘처럼 골프 대회를 현장에서 직접 관람하신지는 얼마나 되셨습니까?
① 1년 미만(올해 처음) ② 1년 이상~3년 미만 ③ 3년 이상~5년 미만
④ 5년 이상~10년 미만 ⑤ 10년 이상

Part B. | 대회 관람 특성

◆ 골프 직관 동기 파악

Q1. 오늘 골프 대회 정보를 어디서 알게 되었습니까? 알게 된 경로를 모두 선택하여 주십시오.

- ① 인터넷 포털(네이버, 다음, 구글) ② KPGA, KLPGA 공식 홈페이지/SNS/APP
- ③ 골프 선수 홈페이지/SNS/APP ④ 그 외 SNS/APP
- ⑤ 신문 · 방송(잡지 등 인쇄물 · 중계/뉴스/하이라이트 프로그램)
- ⑥ 가족 또는 지인(친구, 직장동료) ⑦ 기타 ()

Q2. 오늘 골프 대회 관람은 누구와 함께 방문하였습니까?

- ① 혼자(→Q4로 이동) ② 가족 ③ 친인척 ④ 친구
- ⑤ 연인 ⑥ 직장동료 ⑦ 동호회 ⑧ 기타()

[WEB : Q2에서 ②~⑧ 응답자만]

Q3. 오늘 본인을 포함하여 대회장에 함께 방문한 사람은 모두 몇 명입니까?

- ① 본인 포함 2명 ② 본인 포함 3명 ③ 본인 포함 4명 ④ 본인 포함 5명
- ⑤ 본인 포함 6명 이상

[WEB : 동일한 교통수단 연속 응답 불가]

Q4. 오늘 대회장 방문 시 이용한 교통수단을 순서대로 모두 선택하여 주세요.

만약, 동일한 교통수단을 연속해서 갈아탔을 경우(예, 지하철 2호선 → 4호선) 해당 교통 수단을 1회 이용한 것으로 해주세요.

출발지	1	2	3	4	5	▶	갤러리 주차장
-----	---	---	---	---	---	---	---------

- ① 승용차(자가차량 포함) ② 지하철(지하철간 환승 포함) ③ 버스(버스 간 환승 포함)
- ④ 택시 ⑤ 도보 ⑥ 자전거
- ⑦ 열차 ⑧ 기타()

Q5. 오늘 출발지부터 갤러리 주차장 도착까지 시간이 얼마나 걸렸습니까?

시간	분	소요
----	---	----

Q6. 오늘 골프 대회 관람 티켓을 구매한 방법은 무엇입니까?

- ① 공식 사이트 구매(인터넷파크티켓, 티켓24 등) ② 대회 당일 현장 구매
- ③ 중고거래 사이트 거래 ④ 직접 구매가 아닌 지인의 구매를 통한 입장
- ⑤ 초대권(무료입장권, 스폰서 등) 이용 ⑥ 무료 입장으로 자유롭게 관람
- ⑦ 기타()

* 별첨. 설문지

(2) 관람객 성향조사(골프)

[WEB : 페이지 변경 없이 옆으로 넘어가는 구조로 구성]/[WEB : 변경되는 질문 내용에 볼드, 밑줄 처리]

Q7. 아래 항목에 대해 어느 정도 동의하지 체크해 주세요.

나는 () 경기장을 방문한다				
전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
①	②	③	④	⑤

질문
좋아하는 팀을 응원하기 위해서
좋아하는 선수를 응원하기 위해서
직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어
가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해
경기장에서만 경험할 수 있는 요소(현장 응원, 먹거리, 이벤트 등)들을 즐기기 위해
가족·지인의 추천으로
화제성(라이벌, 순위 결정전 등)으로 인해
내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해
경기 초대권을 받게 되어서

◆ 경기장 방문 관람 실태

[WEB : 각 항목별 입력 금액 한글 표시 PROG]

Q8. 최근 #SQ4-2_최근 방문 경기장#에 방문하여 경기 관람을 위해 쓴 비용은 모두 얼마입니까?
본인 1인 기준으로, 최근 방문 시 사용하신 금액을 모두 포함하여 입력해주시기 바랍니다.

구분	금액
입장료(오늘, 1인, 사용기준)	십만 만 천 백 십 일 원 ☐ 무료(초대권 등) 입장함, 무료 입장 대회임
교통비(오늘, 1인, 편도, 사용기준)	십만 만 천 백 십 일 원
식음료비(오늘, 1인, 예상기준)	십만 만 천 백 십 일 원
오늘 대회 관람을 함께 온 일행 수	본인 포함 ()명

Q9. 골프 대회 관람을 위해 일년에 평균 몇 번이나 대회장에 방문하십니까? ()회

Q10. 이번 골프 대회에 대해 오늘 관람을 포함하여 이미 관람하셨거나 관람하실 예정인 날을 모두 골라주세요.

- ① 목요일
- ② 금요일
- ③ 토요일
- ④ 일요일

◆ 스폰서 인지 실태

[WEB : KPGA=제네○○, KLPGA=덕신○○○, 서울○○ 각각 스폰서별 Q11~Q11-3 문항 SET]

Q11. 오늘 대회의 스폰서는 OOOO입니다. 오늘 대회 이전에도 OOOO를 알고 계셨습니까?

- ① 어떤 회사인지 잘 알고 있었다 ② 이름만 알고 있었다 ③ 이번 골프 대회를 통해 처음 들었다

Q11-2. 오늘 대회 스폰서인 OOOO에 대한 이미지는 이전에 비해 어떻게 변하셨나요?

긍정적으로 변하였다	이전과 비슷하다	부정적으로 변하였다
①	②	③

[WEB : Q11에서 ③ 응답자만]

Q11-3. 오늘 대회 스폰서인 OOOO에 대해 관심이 생겼나요?

- ① 그렇다 ② 아니다

◆ 골프 관람 행태

Q13. 평소 대회장에서 골프 대회를 관람할 때 귀하의 성향과 가장 가까운 것을 다음 중에서 한 가지만 골라주세요.

1) 대회 관람 행태	① 좋아하는 선수만 따라 다니면서 관람한다 ② 최대한 많은 선수를 보기 위해 특정한 장소에서만 관람한다
2) 대회 관람 중 리더보드 확인 여부	① 대회 관람 중 리더보드를 항상 확인한다 ② 대회 관람 중 리더보드를 잘 확인하지 않는다

[WEB : Q13-2에서 ① 응답자만]

Q13-3. 선수들의 점수, 순위 등은 어떤 것을 통해 주로 확인하십니까?

- ① 대회장 리더보드 ② KPGA, KLPGA 공식 홈페이지 ③ 네이버 등 포털 사이트
④ 골프 전문 앱 또는 사이트 ⑤ 기타()

Q14. 오늘 관람하러 오신 골프 대회에서 다음의 각 항목이 얼마나 중요한지, 그리고 얼마나 만족하는지 체크해 주세요.

		Q14-1. 중요도					Q14-2. 만족도				
		전혀 중요 하지 않다	중요 하지 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다	전혀 만족 하지 않는 다	만족 하지 않는 다	보통 이다	만족 한다	매우 만족 한다
시설	1) 대회장 경관, 코스 등 우수성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	2) 대회장 접근성(자가용, 대중교통 등, 셔틀버스 포함)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	3) 화장실 이용의 편의성	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
서비스	4) 매점 이용성(위치, 식음료 구성 등)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	5) 선수들의 팬 서비스	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
이벤트	6) 대회장 내 다양한 현장 이벤트(갤러리 플라자 등)	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	7) 갤러리 기념품	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
분위기	8) 갤러리의 대회 관람 에티켓	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

* 별첨. 설문지

(2) 관람객 성향조사(골프)

◆ 골프 갤러리 평가

Q15. 오늘 대회장에 방문한 갤러리의 전반적인 관람 에티켓 수준은 어느 정도라고 생각하십니까?

매우 낮은 수준이다	낮은 수준이다	높은 수준이다	매우 높은 수준이다
①	②	③	④

Q16. 대회장 방문 갤러리의 관람 에티켓은 예전에 비해 얼마나 좋아졌다고 생각하십니까?

더 나빠졌다	비슷하다	더 좋아졌다
①	②	③

◆ 골프 경기 관람에 대한 권유 및 피권유 행동

Q17. 골프 대회 직접 관람을 주변 지인(친구)들에게 추천할 의향이 있습니까?

전혀 추천하지 않는다	추천하지 않는다	추천한다	매우 추천한다
①	②	③	④

Q18. 주변 지인(친구)들로부터 골프 대회 관람을 위해 함께 대회장에 방문하자는 제안을 받은 적이 있습니까?

한 번도 없다	없는 편이다	종종 있는 편이다	자주 있다
①	②	③	④

Part C.

응답자 특성

DQ1. 최근 1년 이내에 스포츠 토토(프로토)를 하신 경험이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다

[WEB : 현재 조사 참여 중인 리그는 보기 제시 제외]

[WEB : ⑧ 선택 시 다른 보기 선택 초기화]

DQ2. 최근 1년 이내에 오늘 관람하신 골프 대회 외에 경기장에서 직접 관람한 경험이 있는 리그가 있다면 모두 골라주세요.

- ⑦ KPGA(남자 골프)

⑨ KLPGA(여자골프)

① K리그(축구)

② KBO리그(야구)

③ KBL리그(남자농구)

④ WKBL리그(여자농구)

⑤ V-리그(남자배구)

⑥ V-리그(여자배구)

⑧ 없음

조사에 참여해 주셔서 감사합니다.

ID				-			
----	--	--	--	---	--	--	--

대국민 프로스포츠 인식조사 설문지

안녕하십니까?
본 조사는 프로스포츠 관람객을 대상으로 관람 이용 행태 및 제공 서비스와 이용 환경에 대한 만족도를 평가하고 관람객의 다양한 의견을 수렴하여 더 나은 서비스를 제공하는 데 활용하고자 실시하고 있습니다.
본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시면 감사하겠습니다

주관기관 : 한국프로스포츠협회(02-6190-5900) 수행기관 : (주)컨슈머인사이트(02-6004-7664)

Part A 응답자 기본사항

SQ1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성
- ② 여성

SQ2. 귀하의 태어난 해는 어떻게 되십니까?

-> 연령대 환산 후 아래 기준으로 리코드, 만 19세 미만, 만 70세 이상 조사 제외

--	--	--	--

 년

- ① 만 19세 ~ 만 29세 ② 만 30세 ~ 만 39세 ③ 만 40세 ~ 만 49세
- ④ 만 50세 ~ 만 59세 ⑤ 만 60세 ~ 만 69세

SQ3. 귀하께서 거주하고 계시는 지역은 어디입니까?

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주
- ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원
- ⑪ 충북 ⑫ 충남 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북
- ⑯ 경남 ⑰ 제주

[지역별 Dropdown 구성] (SQ3-1)	시/구
---------------------------	-----

◆ 프로스포츠 리그 관련 인지 및 선호도

다음으로 국내 프로스포츠 리그에 대해 여쭙겠습니다.

[PROGRAM 각 스포츠 리그별로 문항 제시]

- ① K리그1 : 프로축구 ② KBO : 프로야구 ③ KBL : 남자 프로농구
- ④ WKBL : 여자 프로농구 ⑤ KOVO : 남자, 여자 프로배구 ⑥ KPGA : 남자 프로골프
- ⑦ KLPGA : 여자 프로골프

[PROGRAM 각 스포츠 리그별 무작위 제시, 리그 단위로 Q1~3까지 반복]

Q1-1(~5). 귀하께서는 **##각 리그별 워딩 제시##**에 속하는 구단을 하나라도 알고 계십니까?

- ① ##각 리그 제시##의 한 개 구단 이상 알고 있다
- ② 알고 있는 구단이 전혀 없다 → 다음 구단 질문으로

[골프만 질문 워딩 변경]

Q1-6(~7). 귀하께서는 **##각 골프리그 워딩 제시##** 선수를 한명이라도 알고 계십니까?

- ① ##각 골프 리그 제시## 프로골프 선수를 한명 이상 알고 있다
- ② 알고 있는 선수가 전혀 없다 → 다음 구단 질문으로

◆ 프로스포츠 리그 관람 경험

Q2-1(~7). 그렇다면 귀하께서는 2024년도에 **##각 리그별 워딩 제시##** 경기 관람을 위해 경기장(골프 : 대회장)에 방문하신 경험이 있습니까?

- ① ##각 리그 제시## 경기 관람을 위해 경기장(골프 : 대회장)에 방문한 경험이 있다
- ② ##각 리그 제시## 경기 관람을 위해 경기장(골프 : 대회장)에 방문한 경험이 없다

◆ 프로스포츠 리그 중계방송 시청경험

Q3-1(~7). 그렇다면 귀하께서는 2024년도에 **##각 리그별 워딩 제시##** 경기의 실시간 중계나 하이라이트 영상 등을 시청한 경험이 있습니까?

- ① ##각 리그 제시## 경기의 실시간 중계를 시청한 경험이 있다
- ② ##각 리그 제시## 경기의 실시간 중계를 시청한 경험이 없다

◆ 프로스포츠 리그 영향

[PROGRAM Q1-1~7 중 ① 인지 리그만 보기로 제시]

Q4. 귀하께서는 국내 프로스포츠 리그 중 어떤 프로스포츠 리그를 가장 선호하십니까?

- ① K리그1 : 프로축구 ② KBO : 프로야구 ③ KBL : 남자 프로농구
- ④ WKBL : 여자 프로농구 ⑤ KOVO : 남자, 여자 프로배구 ⑥ KPGA : 남자 프로골프
- ⑦ KLPGA : 여자 프로골프

Q5. 귀하께서는 국내 프로스포츠 경기가 국민들에게 긍정적인 영향을 미친다고 생각하십니까?

- ① 긍정적인 영향을 미친다고 생각한다 ② 부정적인 영향을 미친다고 생각한다 ③ 잘 모르겠다

조사에 참여해 주셔서 감사합니다.

