
2025 PROSPORTS 관람객 성향조사

| SUMMARY REPORT

프로야구 BASEBALL

Contents

조사 개요

1.1. 조사 내용	3
1.2. 일러두기	3
1.3. 응답자 특성	4
1.4. 경기 관람 특성	4
1.5. 경기 관련 결과	4

조사 결과

2.1. 성별	5
2.2. 연령	6
2.3. 거주지역	7
2.4. 응원기간	8
2.5. 방문 횟수	9
2.6. 동행 인원	10
2.7. 동행자 유형	11
2.8. 교통수단	12
2.9. 정보 인지 경로	13
2.10. 구단 티켓 구매 방법	14
2.11. 지불 의향	15
2.12. 방문 사유	16
2.13. 경기 관람 권리/피권유 경험	17
2.14. 경기 관람 속성별 평가	18

부록

구단별 결과보고서

조사 내용

[조사 시기] 2025년 8월 09일 ~ 2025년 9월 26일

[조사 대상] 프로야구 각 구장을 방문한 15세 이상 구단별 홈팬

[조사 방법] QR 코드를 이용한 모바일 설문조사

[조사 현황] 9,321명

* 구단별 총 2회에서 4회 조사가 진행되었으며, 조사를 완료한 13,251명 중 불성실 응답자로 판단되는 표본을 제외 후 분석 수행

구단명	조사일1	조사일2	조사일3	조사일4	목표표본 (명)	조사완료 (명)	유효표본 (명)
KIA	8월 21일(목)	9월 12일(금)	-	-	844	1,300	951
KT	8월 09일(토)	8월 21일(목)	9월 19일(금)	-	734	990	735
LG	8월 21일(목)	8월 30일(토)	9월 20일(토)	-	878	1,640	1,083
NC	9월 04일(목)	9월 06일(토)	9월 13일(토)	-	696	1,290	899
SSG	8월 17일(일)	8월 27일(수)	9월 19일(금)	9월 26일(금)	822	1,365	1,017
두산	8월 16일(토)	8월 27일(수)	9월 16일(화)	9월 26일(금)	863	1,576	1,138
롯데	8월 08일(금)	8월 17일(일)	8월 29일(금)	9월 10일(수)	846	1,158	877
삼성	8월 13일(수)	8월 24일(일)	-	-	866	1,213	972
키움	8월 08일(금)	8월 16일(토)	8월 28일(목)	-	716	1,659	805
한화	8월 12일(화)	8월 24일(일)	9월 12일(금)	-	722	1,060	844
합계					7,987	13,251	9,321

일러두기

- 본 보고서는 프로야구(KBO) 10개 구단을 대상으로 홈경기를 직접 관람하기 위하여 방문한 관람객에게 설문조사를 진행하였으며, 조사 대상자는 전체 프로야구 관람객 특성을 대표하는 것이 아니므로 해석에 주의가 필요합니다.
- 제시된 각 통계 수치는 단위 미만에서 반올림된 수치이므로 세부 항목의 합 또는 평균이 전체 합 또는 평균과 일치되지 않을 수 있습니다.
- 중복응답은 한 개 이상 순위 또는 모든 선택을 응답한 결과치 집계 결과이므로 구성비 합계가 100.0%를 초과할 수 있습니다.
- 보고서의 내용 및 자료에 대한 문의는 한국프로스포츠협회(☎ 02-6273-5900)로 해주시기 바랍니다.

**2025년
프로스포츠
관람객 성향조사**

주관기관: KPSA (한국프로스포츠협회) | 조사기관: 서던포스트 (070-7586-0113)
제정후원: 문화체육관광부 | KSPD (국민체육진흥공단)

조사참여자에게 추첨을 통해 경품 지급!!

70대 APPLE iPad (2025, A16형, 128GB, Wi-Fi 모델)
Sony Headset (WH-1000XM5)
갤럭시 워치7 (SM-R300NZEAUB)
커피 푸른 (아이스 아메리카노)

*당첨자 개인 연락 및 배송과 관리 본인 부담

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

주관기관: KPSA (한국프로스포츠협회) | 조사기관: 서던포스트 (070-7586-0113)
제정후원: 문화체육관광부 | KSPD (국민체육진흥공단)

응답자 특성

■ 응답자 특성

- 남성 대비 여성의 프로야구 관람 비율이 높음
- 프로야구 관람객 평균 연령은 33.6세이며, 20대 이하 관람객이 가장 많이 응답함

	성별	· 남성 : 43.3%	· 여성 : 56.7%
연령	평균 연령	· 33.6세	
	연령대	· 20대 이하 > 40대 > 30대 > 50대	

경기 관람 특성

■ 경기 관람자 특성

- 경기 관람 특성을 살펴보면, 응원기간은 '10년 이상'이 37.2%로 가장 많으며, 신규 유입 응답자는 14.6%로 나타남
- 1시즌 당 야구 경기장 방문은 평균 15.4회, 시즌권/멤버십 보유자는 33.1%로 나타남
- 야구 경기장 방문 동행인원은 평균 2.9명으로 나타났으며, 2인 이상 방문 응답자가 91.5%로 나타남
- 야구장 방문 소요시간은 평균 59.8분으로, '자가차량' (45.1%) 이 용자가 가장 많이 나타났으며, '공식사이트를 통한 티켓 구매' 응답자가 69.7%로 나타남

	응원 기간	· 10년 이상 > 1년 이상 ~ 3년 미만 1년 미만 > 5년 이상 ~ 10년 미만	
1시즌 당 경기 방문 횟수		· 1시즌 평균 15.4회 경기장 방문 · 6~10회 > 11~20회 > 21회 이상	
보유 여부	시즌권	· 6.6% 보유	· 65.6% 미보유
	멤버십	· 26.5% 보유	
동행인원 수		· 본인 포함 평균 2.9명	
동반인 유형		· 혼자 방문 : 8.5%	· 다수 방문 : 91.5%
경기장 방문	이동시간	· 가족 > 친구 > 연인 > 혼자 > 기타	
	교통수단	· 당일 경기장 방문 평균 59.8분 · 자가차량 > 지하철 > 버스 > 기타	
구단 티켓 구매방법		· 공식 사이트 구매 > 지인의 구매 > 중고거래 사이트 > 시즌권 소지자	
경기 관람 지불 의향비용		· 3만 원 ~ 6만 원 미만 > 3만 원 미만 > 6만 원 ~ 9만 원 미만	

경기 관련 결과

■ 경기 관람자 특성

- 경기 관련 특성을 살펴보면, '좋아하는 팀 응원'과 '가족/지인과 즐거운 시간', '스트레스 탈피' 등의 이유로 경기장을 방문한다고 응답함
- 야구장 직관 제안 한 경험은 3.27점, 직관 제안 받은 경험은 3.11점으로 나타남
- 야구 경기의 전반적 공정성은 90.7%로 나타났으며, 경기 진행 시간은 '적절하다'는 응답자가 79.8%로 나타남
- 야구 직관시 중요도/만족도 모두 '시야 확보 적절성'의 응답이 가장 높게 나타남
- 구단 공식 유니폼 보유 응답 관람객은 과반수 (77.2%)로 나타남

경기 직접 관람 이유	· 좋아하는 팀 응원 : 4.76점 · 가족/지인과 즐거운 시간 : 4.63점 · 스트레스 탈피 : 4.53점
직관 제안 한 경험(*)	· 제안 한 경험 : 3.27점
직관 제안 받은 경험(*)	· 제안 받은 경험 : 3.11점
야구 전반적 공정성	· 공정성 동의 정도 : 90.7%
경기 소요시간	· 적절하다 > 짧다 > 길다
야구 직관시 중요사항 (3순위)	· 시야 확보 적절성 : 4.65점 · 대중교통 접근성 : 4.53점 · 시설 청결성/쾌적성 : 4.49점
야구 직관시 만족사항 (3순위)	· 시야 확보 적절성 : 4.11점 · 팬 응원 문화 : 4.10점 · 입장 및 관람문화 : 4.05점
구단 공식 유니폼 보유 여부	· 보유하고 있음 : 77.2%

* 척도 문항은 5점 만점 기준으로 산출하되, (*)는 4점 만점 기준임

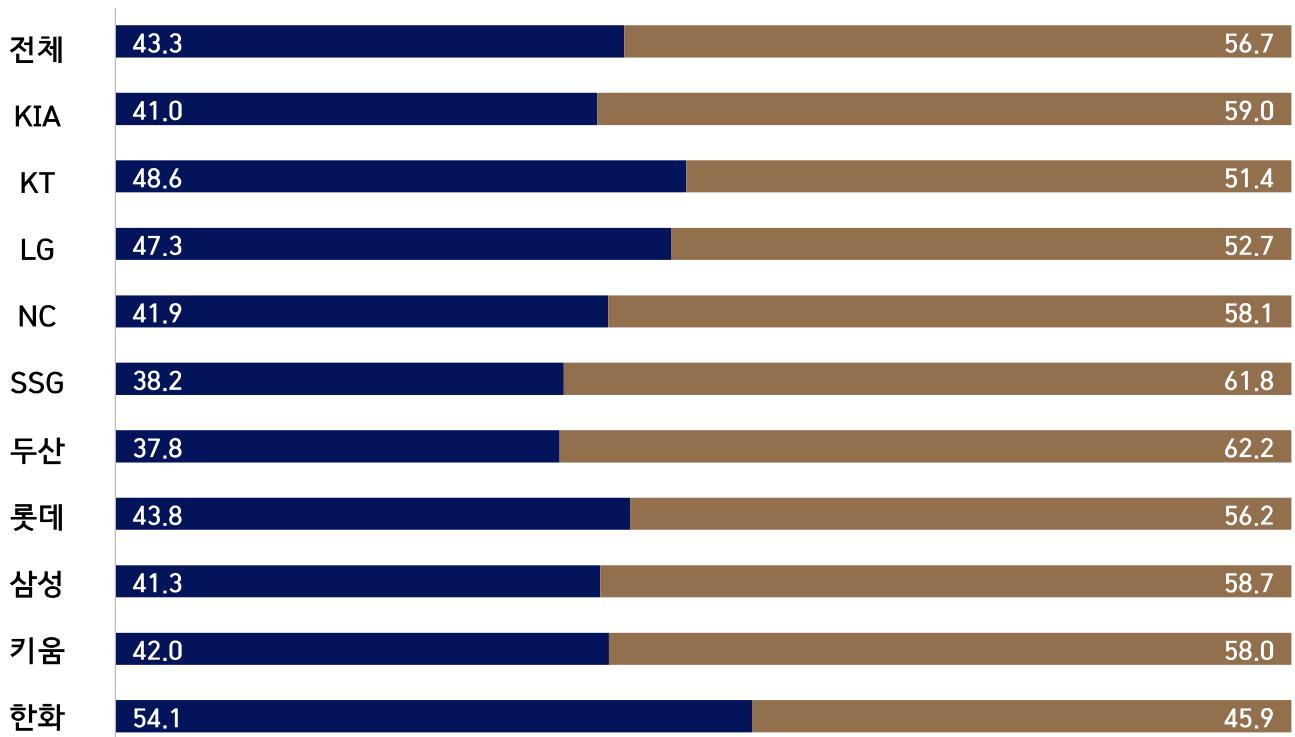
성별

- 프로야구 전체 관람객 성비는 여성이 남성에 비해 상대적으로 높게 나타남
- 남성 관람객 비율 : 한화 > KT > LG > 롯데 > 키움
- 여성 관람객 비율 : 두산 > SSG > KIA > 삼성 > NC

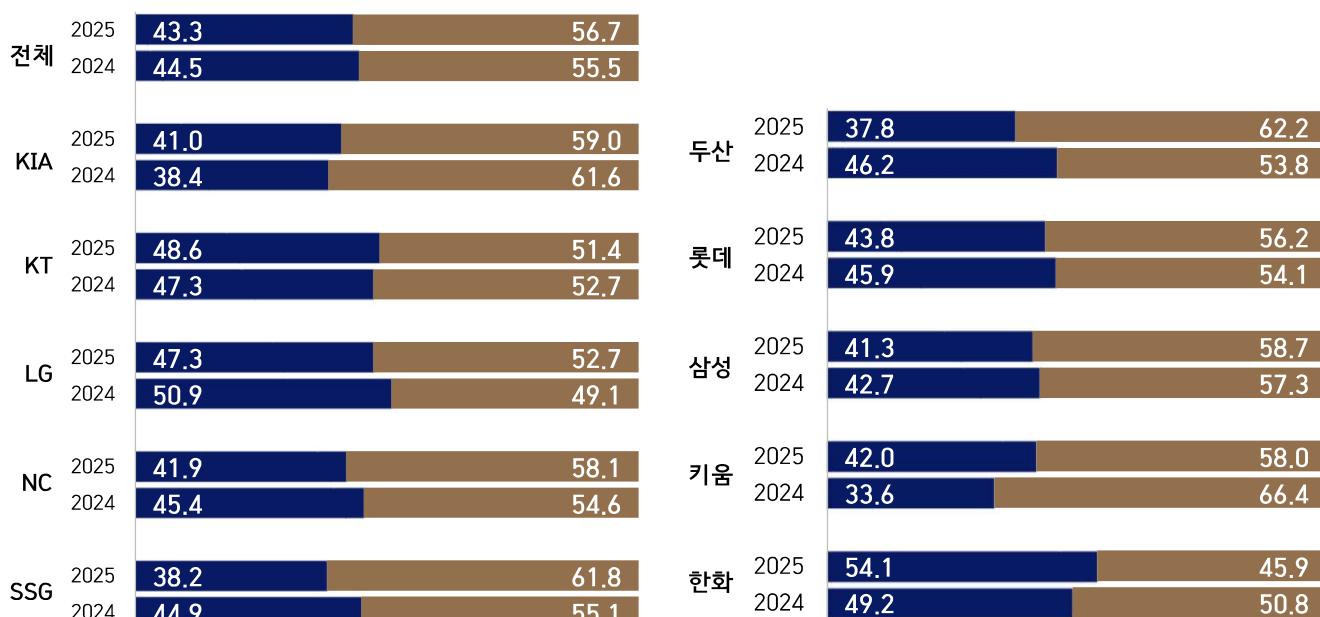
2025 결과

■ 남성 ■ 여성

(단위: %)



2025/2024 결과 비교



연령

- 구단별 관람객 평균 연령은 전년 대비 증가하였으며, 구단별 평균 연령은 LG가 가장 높게 나타남

2024
30.7

2025

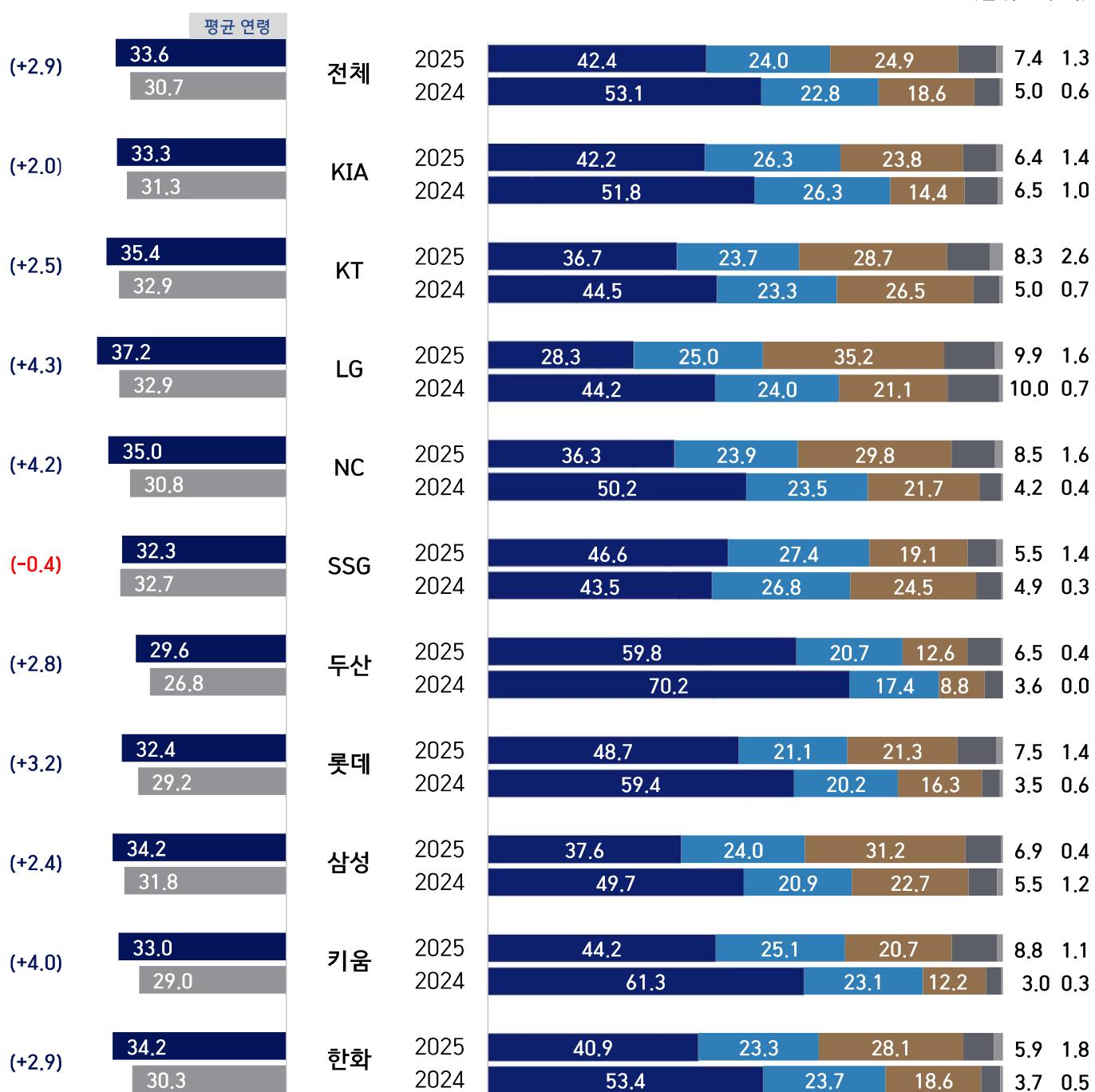
33.6

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60세 이상
2025	42.4	24.0	24.9	7.4	1.3
2024	53.1	22.8	18.6	5.0	0.6

2025/2024 결과 비교

■ 20대 이하 ■ 30대 ■ 40대 ■ 50대 ■ 60세 이상

(단위: %, 세)



* () : 25년 - 24년 평균 연령

거주지역

- 홈경기장이 위치한 지역에 거주하고 있는 관람객은 KT가 가장 높은 것으로 나타남
- 홈경기장이 위치한 지역 외에서 관람객이 많이 방문한 비율 : 한화 > KIA > LG > 키움 > 두산

2025/2024 결과 비교

■ 연고지

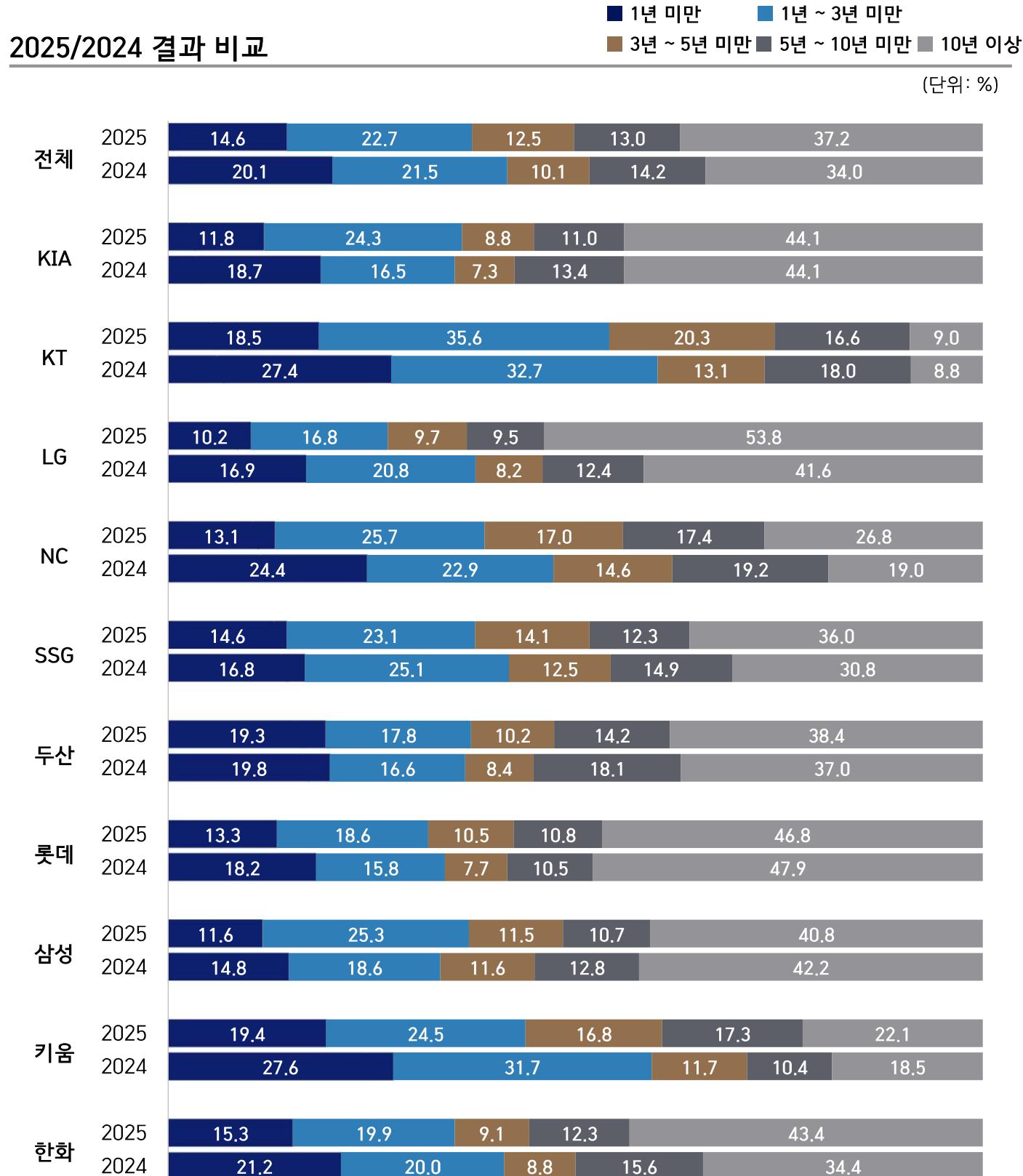
(단위: %, %p)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
전체	20.1	6.1	7.3	9.1	4.2	3.5	1.0	0.6	25.2	1.0	1.8	2.4	1.6	2.4	3.2	10.2	0.4
	(+1.5)	(-2.7)	(-0.8)	(+2.0)	(-0.8)	(-0.4)	(-0.3)	(0.0)	(-0.5)	(+0.1)	(-0.2)	(0.0)	(+0.1)	(+0.5)	(+0.1)	(+1.5)	(0.0)
KIA	6.9	0.0	0.8	1.2	39.7	1.3	0.4	0.3	9.5	0.1	0.7	1.5	12.5	22.5	0.5	1.4	0.6
	(-2.8)	(-1.3)	(+0.5)	(-0.1)	(-5.2)	(+0.7)	(+0.4)	(-0.2)	(-2.0)	(-0.2)	(-0.1)	(+0.6)	(+1.6)	(+6.9)	(-0.1)	(+1.3)	(-0.2)
KT	6.7	0.0	0.3	1.2	0.1	0.3	0.3	0.4	86.5	1.1	0.3	1.8	0.4	0.1	0.4	0.0	0.1
	(-1.1)	(0.0)	(0.0)	(-0.4)	(0.0)	(+0.2)	(+0.3)	(+0.4)	(-0.7)	(+0.4)	(-0.1)	(+0.5)	(+0.4)	(0.0)	(+0.3)	(0.0)	(+0.1)
LG	46.3	0.4	0.1	4.3	0.0	0.5	0.2	0.2	41.5	2.6	1.7	1.0	0.3	0.0	0.6	0.0	0.5
	(+1.4)	(+0.4)	(+0.1)	(-0.6)	(0.0)	(+0.2)	(+0.2)	(-0.1)	(-2.5)	(+0.2)	(+0.7)	(+0.6)	(-0.1)	(0.0)	(+0.2)	(-0.1)	(-0.1)
NC	3.0	4.0	0.8	0.3	0.0	0.4	1.9	0.0	2.1	0.1	0.4	0.3	0.2	0.2	2.4	83.5	0.1
	(+0.7)	(0.0)	(-0.7)	(-0.5)	(-0.2)	(+0.4)	(+1.1)	(0.0)	(-0.4)	(-0.1)	(-0.4)	(-0.3)	(+0.2)	(0.0)	(+1.6)	(-1.3)	(-0.3)
SSG	8.1	0.0	0.2	68.1	0.0	0.1	0.0	0.0	22.1	0.1	0.2	0.7	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2
	(-2.8)	(-0.2)	(+0.2)	(+10.4)	(0.0)	(-0.1)	(0.0)	(0.0)	(-4.8)	(-0.4)	(-0.4)	(-0.7)	(-0.6)	(-0.1)	(-0.3)	(-0.1)	(-0.3)
두산	53.9	0.1	0.1	2.7	0.3	0.1	0.2	0.0	37.1	2.4	0.6	1.2	0.4	0.2	0.0	0.2	0.7
	(+0.5)	(+0.1)	(+0.1)	(-0.3)	(+0.3)	(-0.2)	(+0.2)	(0.0)	(-1.4)	(+0.7)	(+0.2)	(-0.5)	(+0.4)	(+0.2)	(-0.3)	(+0.2)	(+0.1)
롯데	4.6	59.1	1.3	0.5	0.5	0.8	4.7	0.2	4.8	0.3	0.3	0.7	0.6	0.1	2.3	18.8	0.6
	(-0.5)	(-1.7)	(+0.4)	(0.0)	(+0.5)	(+0.1)	(-1.4)	(0.0)	(+1.5)	(+0.1)	(-0.1)	(+0.5)	(+0.6)	(-0.2)	(+0.5)	(-0.6)	(+0.6)
삼성	2.8	0.8	66.3	0.2	0.0	0.0	1.9	0.0	1.4	0.1	0.2	0.4	0.2	0.1	23.9	1.5	0.2
	(-0.7)	(+0.3)	(+2.0)	(-0.3)	(0.0)	(-0.6)	(-0.5)	(-0.1)	(-3.0)	(0.0)	(-0.1)	(-0.3)	(+0.2)	(+0.1)	(+3.2)	(-0.3)	(+0.1)
키움	49.9	0.4	0.0	5.5	0.0	0.4	0.2	0.0	39.1	2.4	0.2	0.7	0.1	0.2	0.2	0.1	0.4
	(+3.9)	(+0.2)	(-0.2)	(+0.2)	(0.0)	(-0.4)	(-0.5)	(0.0)	(-1.1)	(-0.6)	(-0.5)	(-1.8)	(-0.2)	(+0.2)	(+0.2)	(-0.1)	(+0.2)
한화	7.5	0.0	0.2	0.9	0.1	34.1	0.2	5.6	15.9	0.8	14.0	17.4	1.4	0.1	1.1	0.2	0.4
	(-5.0)	(-0.1)	(-0.5)	(-0.6)	(0.0)	(+0.7)	(-0.1)	(+1.0)	(+2.8)	(0.0)	(-0.1)	(+2.9)	(-0.1)	(-0.4)	(+0.3)	(-0.7)	(-0.3)

*(): 25년 - 24년 거주지역

응원기간

- 프로야구 관람객 응원기간은 '10년 이상' 응답이 가장 높게 나타남
- 신규 유입 관람객 (1년 미만) 비율 : 키움 > 두산 > KT > 한화 > SSG



방문 횟수

- 관람객 전체 평균 방문 횟수는 전년 대비 증가한 것으로 나타남
- 전년 대비 방문 횟수 증가 : NC > 삼성 > 롯데 > 두산 > SSG

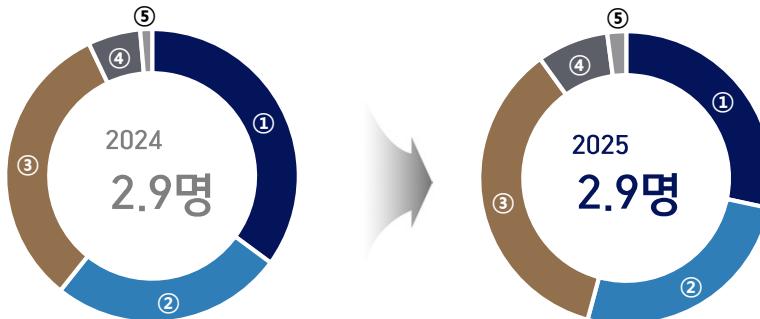
2025/2024 결과 비교

		평균 방문횟수					
		(단위: %, 회)					
		전체	3회 이하	4~5회	6~10회	11~20회	21회 이상
(+0.3)	15.4	2025	13.2	15.4	31.2	21.5	18.7
	15.1	2024	14.1	14.4	30.8	22.5	18.2
(-0.6)	12.5	2025	16.9	20.8	30.1	18.7	13.5
	13.1	2024	16.1	19.5	32.4	18.0	14.1
(-0.7)	15.7	2025	10.2	14.7	33.2	22.6	19.3
	16.4	2024	15.0	11.9	29.9	23.0	20.2
(-0.3)	15.2	2025	11.0	14.8	33.5	22.3	18.4
	15.5	2024	12.0	13.9	32.8	22.2	19.2
(+1.9)	16.8	2025	11.8	13.1	31.4	24.1	19.6
	14.9	2024	12.7	14.6	32.3	22.1	18.3
(+0.6)	17.6	2025	7.5	12.7	30.7	25.1	24.1
	17.0	2024	11.2	11.2	28.2	25.1	24.3
(+0.7)	14.8	2025	15.8	15.1	29.1	21.5	18.5
	14.1	2024	15.1	15.5	29.2	25.9	14.3
(+0.8)	14.6	2025	16.6	17.2	30.4	18.2	17.4
	13.8	2024	14.6	15.6	32.6	23.9	13.4
(+1.2)	16.9	2025	8.6	14.4	32.1	24.1	20.8
	15.7	2024	11.7	13.4	31.8	22.1	21.0
(-1.0)	16.4	2025	16.4	14.2	30.3	19.8	19.4
	17.4	2024	15.9	12.4	26.4	22.8	22.5
(-0.7)	13.6	2025	18.1	17.7	31.3	17.8	15.2
	14.3	2024	16.2	14.5	31.2	20.6	17.6

* () : 25년 - 24년 평균 방문횟수

동행 인원

- 전년 대비 동행 인원수는 동일한 것으로 나타남
- 6인 이상 경기장을 방문한 관람객 비율 : NC > KIA > KT > SSG > 삼성



구분	2024	2025
평균	2.9	2.9
① 1인	8.2	8.5
② 2인	48.0	49.5
③ 3인	19.0	17.8
④ 4인	16.0	15.2
⑤ 5인	3.3	3.3
⑥ 6인 이상	5.5	5.7

2025/2024 결과 비교

■ 1인 ■ 2인 ■ 3인 ■ 4인 ■ 5인 ■ 6인 이상

(단위: 명, %)

		평균 동반객 수							
		2025	2024	8.5	49.5	17.8	15.2	3.3	5.7
(-)	전체	2025	2.9	8.5	49.5	17.8	15.2	3.3	5.7
		2024	2.9	8.2	48.0	19.0	16.0	3.3	5.5
(+0.4)	KIA	2025	3.4	6.8	47.6	20.0	13.2	3.6	8.7
		2024	3.0	6.2	45.4	19.2	19.0	4.6	5.6
(+0.1)	KT	2025	3.0	10.1	44.8	20.4	14.6	3.8	6.4
		2024	2.9	9.1	45.2	19.7	17.4	2.7	5.9
(+0.2)	LG	2025	3.0	5.9	46.9	19.1	21.1	2.5	4.5
		2024	2.8	7.6	52.7	16.3	18.9	1.3	3.1
(-0.2)	NC	2025	3.1	8.6	44.2	18.2	15.7	4.3	9.0
		2024	3.3	8.1	42.3	19.2	15.2	4.2	11.0
(-0.1)	SSG	2025	2.8	8.7	54.0	16.4	12.0	2.7	6.3
		2024	2.9	9.4	44.8	19.5	18.8	3.7	3.8
(-)	두산	2025	2.6	9.4	59.3	15.5	10.4	2.4	3.1
		2024	2.6	8.1	55.6	19.4	11.4	2.3	3.2
(-0.2)	롯데	2025	2.8	9.0	53.2	16.6	12.9	2.6	5.6
		2024	3.0	7.6	50.4	17.6	14.5	3.9	6.1
(-0.3)	삼성	2025	3.0	8.2	41.9	18.5	20.6	4.8	6.0
		2024	3.3	6.5	41.4	21.8	18.8	3.2	8.2
(-0.1)	키움	2025	2.6	10.6	54.2	17.1	13.0	3.0	2.1
		2024	2.7	11.6	47.4	22.3	11.9	2.5	4.3
(+0.3)	한화	2025	3.0	8.6	47.0	16.6	18.5	3.4	5.8
		2024	2.7	9.0	53.1	15.9	13.7	4.0	4.4

* (-) : 25년 - 24년 평균 동반객 수

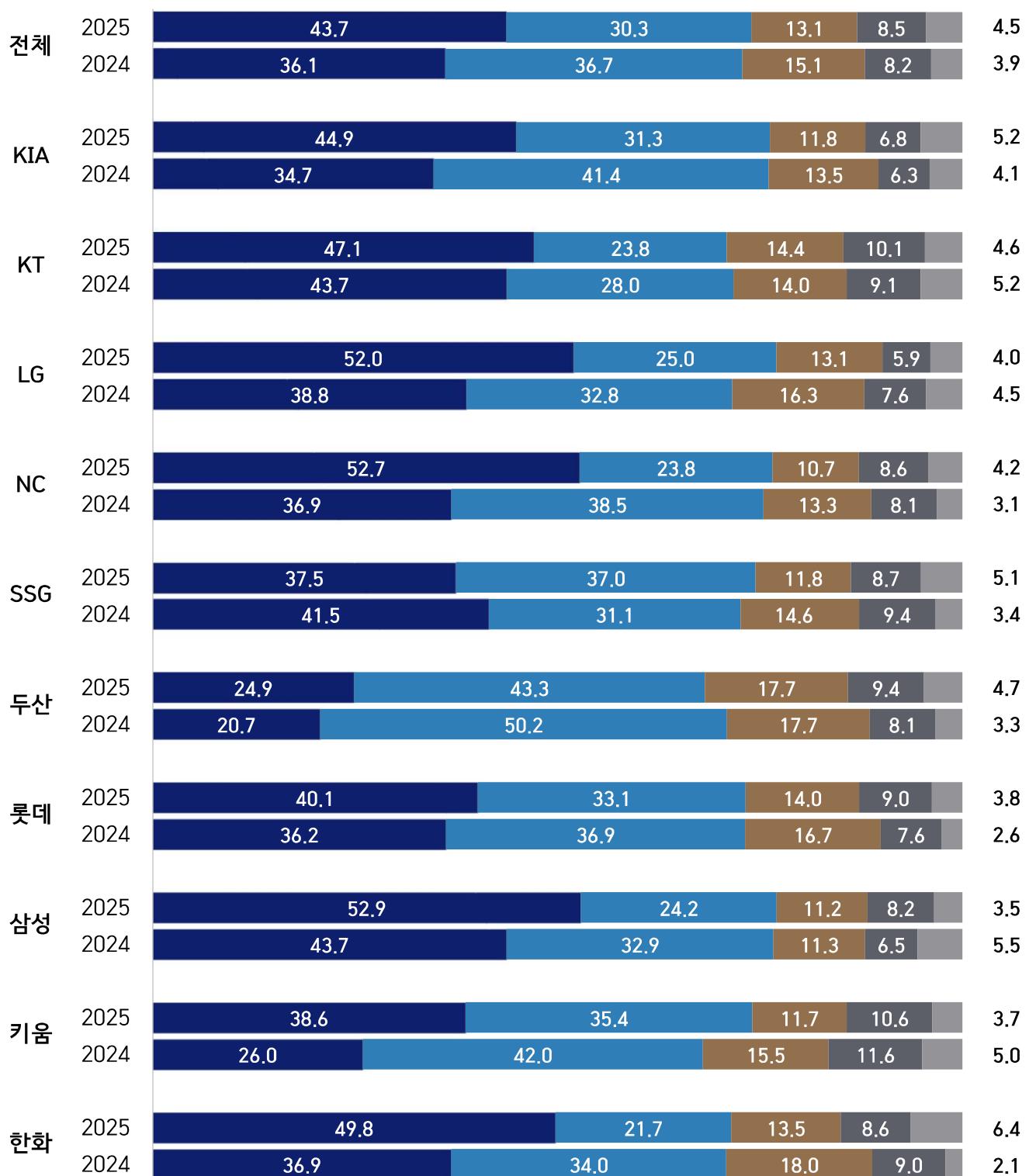
동행자 유형

- 가족과 함께 경기장을 방문한 관람객은 전년 대비 증가한 것으로 나타남
- 혼자 경기장을 방문한 관람객 비율 : 키움 > KT > 두산 > 롯데 > SSG

2025/2024 결과 비교

■ 가족 ■ 친구 ■ 연인 ■ 혼자 ■ 기타

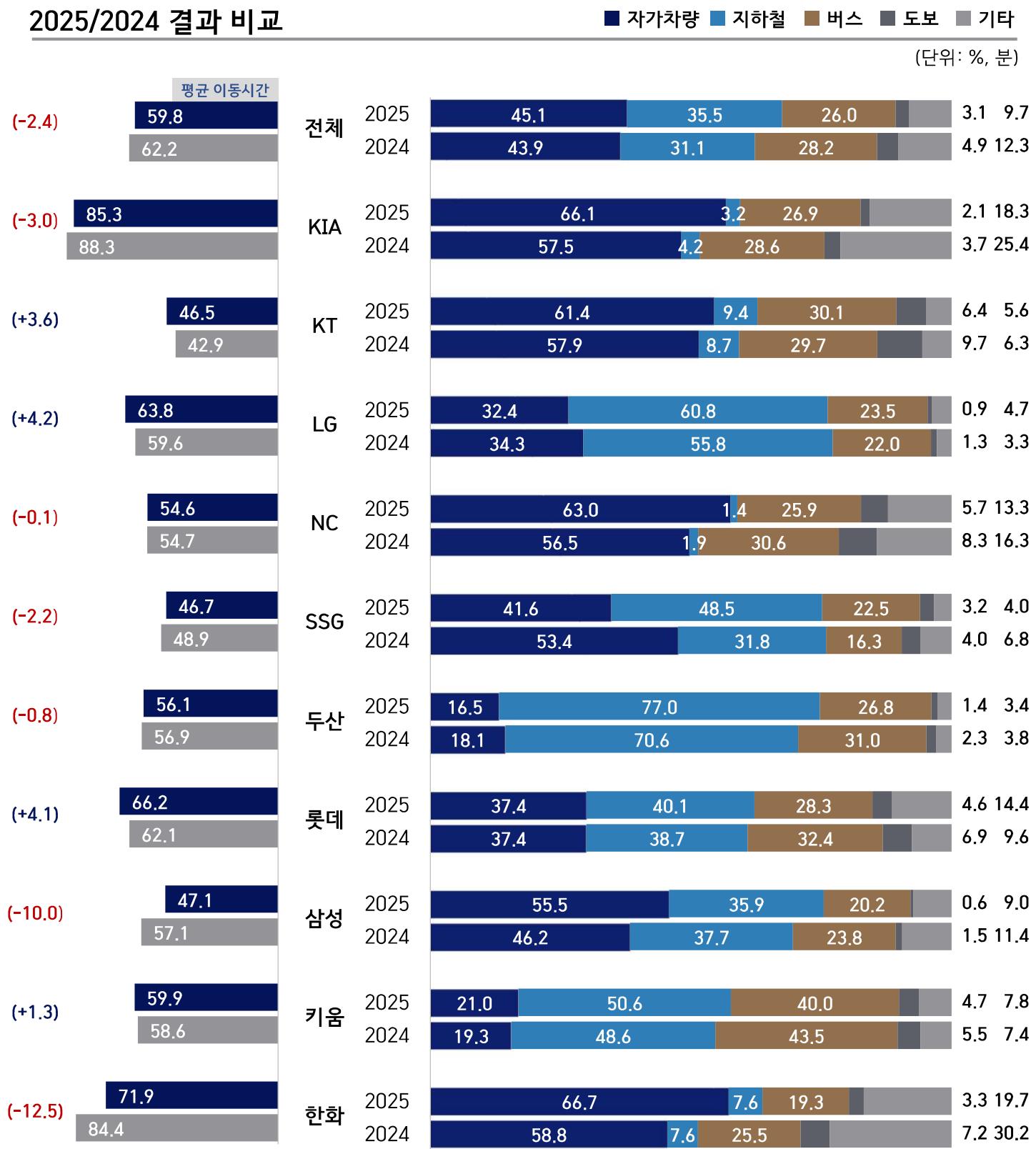
(단위: %)



교통수단

- 경기장 방문시 가장 선호하는 교통수단은 '자가차량'으로 나타남
- 장시간 이동 : KIA > 한화 > 롯데 > LG > 키움

2025/2024 결과 비교



* () : 25년 - 24년 평균 이동시간

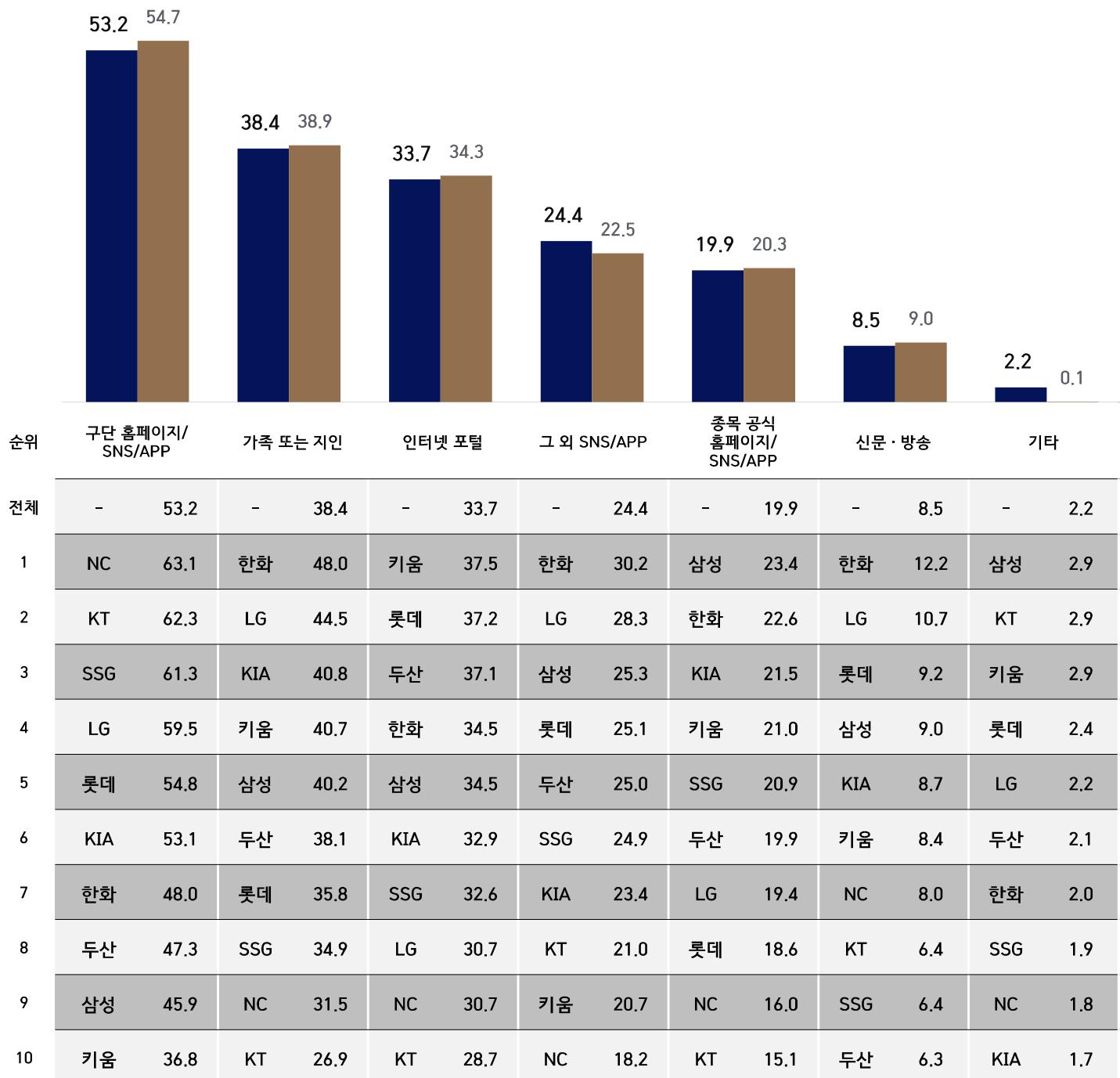
정보 인지 경로

- 프로야구 관련 정보 인지 경로는 '구단 홈페이지/SNS/APP'이 가장 높게 나타남
- 2024년 대비 응답률 편차가 가장 큰 정보 인지 경로 응답 : '그 외 SNS/APP'(+1.9%p)

2025/2024 결과 비교

■ 2025 ■ 2024

(단위: %)



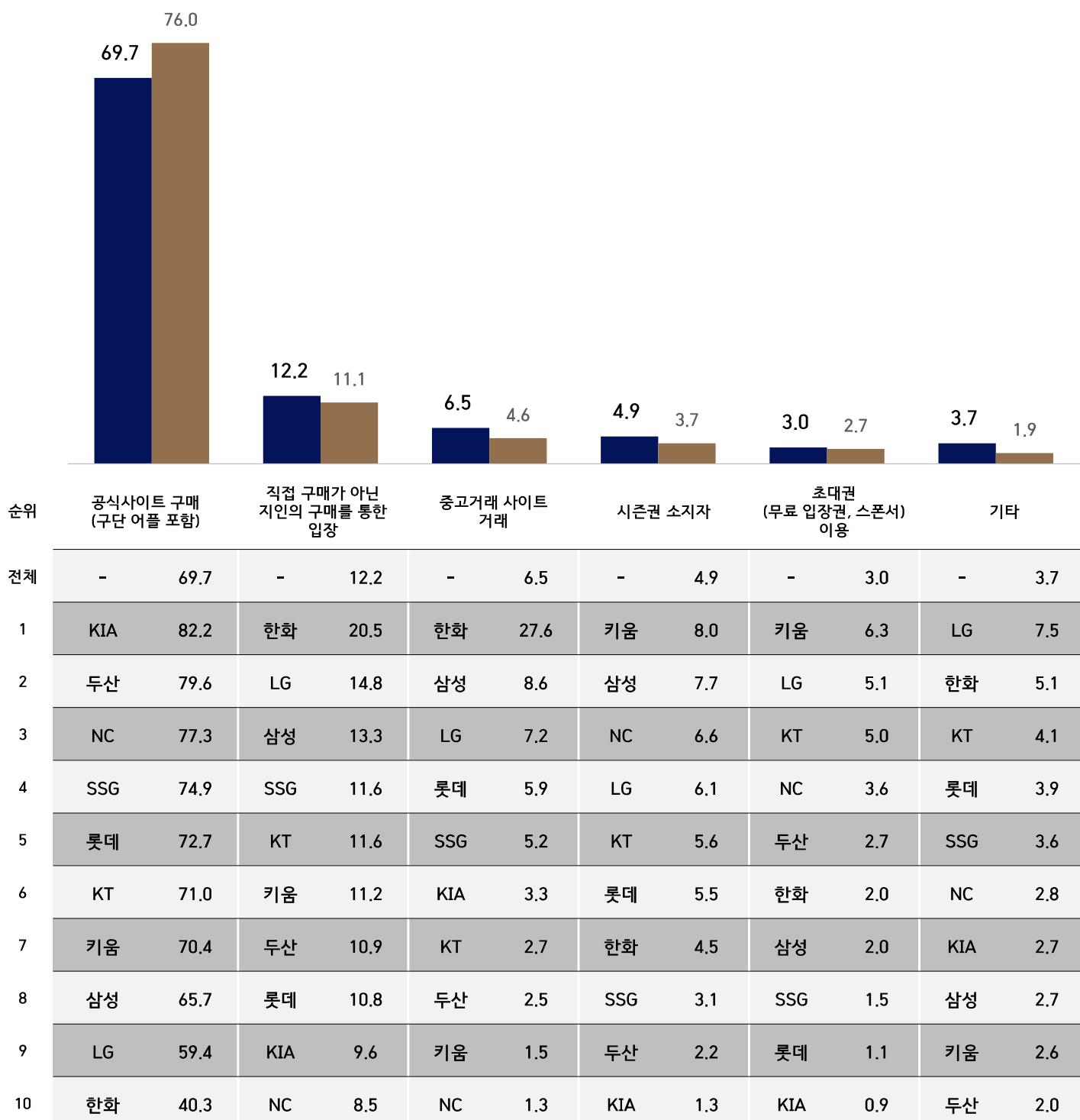
구단 티켓 구매 방법

- ‘공식사이트를 통한 구단 티켓 구매’는 전년 대비 상대적으로 낮게 나타남
- 2024년 대비 응답률 편차가 가장 큰 구단 티켓 구매 방법 응답 : ‘공식사이트 구매(구단 어플 포함)(-6.3%p)

2025/2024 결과 비교

■ 2025 ■ 2024

(단위: %)



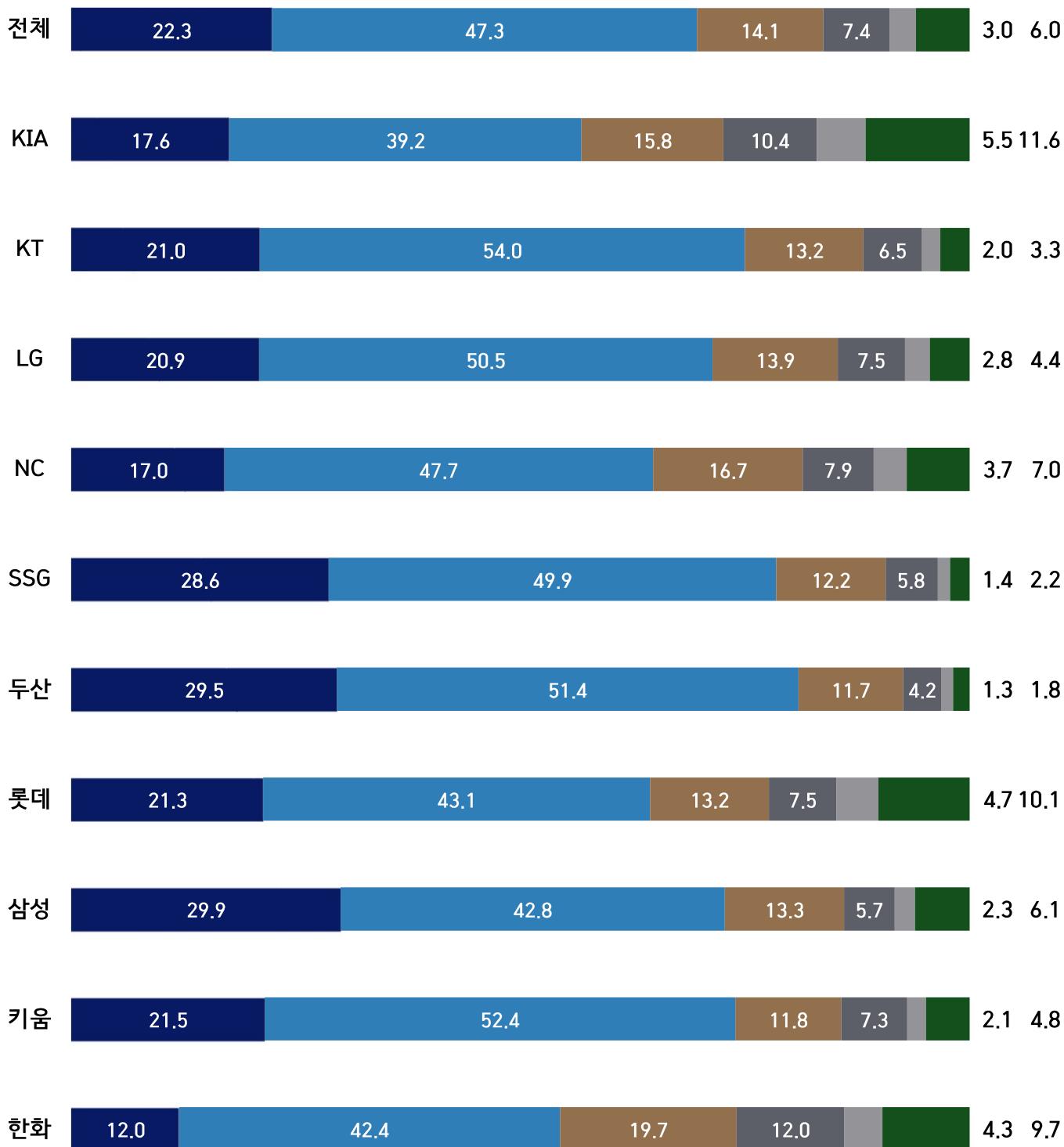
지불 의향

- 전체 관람객 기준 지불 의향은 '3만 원 ~ 6만 원 미만'의 응답이 가장 높게 나타남
- 15만 원 이상 지불 의향 비율 : KIA > 롯데 > 한화 > NC > 삼성

2025 결과

■ 3만 원 미만 ■ 3만 원 ~ 6만 원 미만 ■ 6만 원 ~ 9만 원 미만
 ■ 9만 원 ~ 12만 원 미만 ■ 12만 원 ~ 15만 원 미만 ■ 15만 원 이상

(단위: %)



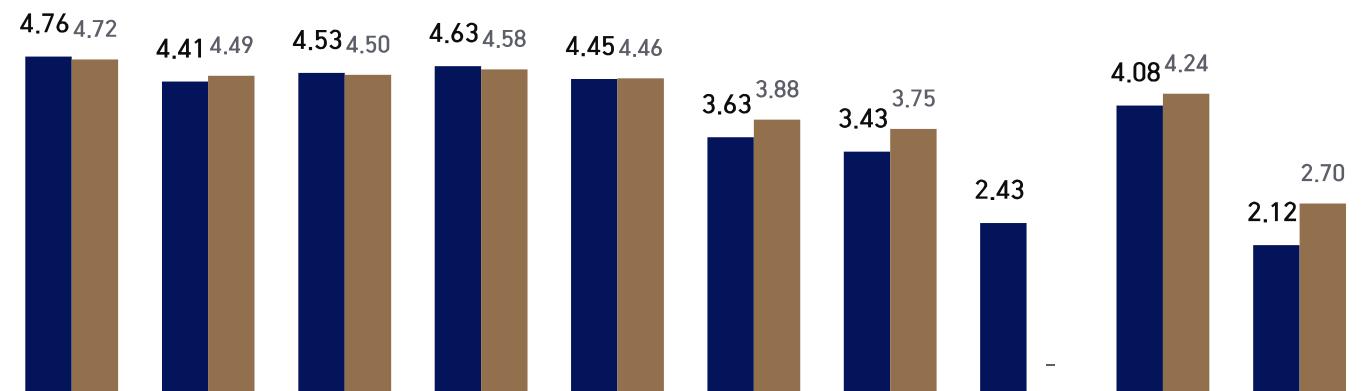
방문 사유

- ‘좋아하는 팀을 응원하기 위해서’ 홈 경기장을 방문하는 관람객이 가장 많은 것으로 나타남
- 2024년 대비 점수 편차가 가장 큰 방문 사유 응답 : ‘경기 초대권을 받게 되어서’(-0.58점)

2025/2024 결과 비교

■ 2025 ■ 2024

(단위: 점)



순위	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 요소들을 즐기기 위해	가족·지인의 추천으로	화제성으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
전체	- 4.76	- 4.41	- 4.53	- 4.63	- 4.45	- 3.63	- 3.43	- 2.43	- 4.08	- 2.12
1	SSG 4.82	LG 4.50	LG 4.64	삼성 4.69	두산 4.53	KT 3.69	SSG 3.68	NC 2.54	삼성 4.49	KT 2.44
2	LG 4.80	SSG 4.50	한화 4.60	LG 4.67	SSG 4.51	KIA 3.69	LG 3.60	KT 2.51	NC 4.43	한화 2.20
3	NC 4.79	한화 4.45	NC 4.57	SSG 4.67	롯데 4.48	삼성 3.69	KT 3.55	SSG 2.50	롯데 4.40	LG 2.19
4	삼성 4.77	KT 4.44	SSG 4.57	NC 4.65	한화 4.47	한화 3.66	롯데 3.53	두산 2.49	한화 4.24	SSG 2.17
5	두산 4.77	NC 4.43	삼성 4.56	KIA 4.64	NC 4.47	롯데 3.65	NC 3.46	키움 2.49	SSG 4.22	NC 2.12
6	롯데 4.77	KIA 4.40	KT 4.53	KT 4.62	삼성 4.45	SSG 3.63	한화 3.43	롯데 2.46	KT 4.13	롯데 2.08
7	한화 4.76	삼성 4.37	KIA 4.52	롯데 4.61	LG 4.44	NC 3.63	삼성 3.41	LG 2.43	KIA 4.10	키움 2.05
8	KT 4.75	롯데 4.36	롯데 4.50	한화 4.60	KT 4.42	LG 3.61	두산 3.30	한화 2.39	LG 3.74	삼성 2.02
9	KIA 4.74	두산 4.33	두산 4.49	두산 4.59	KIA 4.41	두산 3.59	KIA 3.29	KIA 2.29	두산 3.67	두산 1.99
10	키움 4.62	키움 4.32	키움 4.30	키움 4.50	키움 4.24	키움 3.46	키움 2.97	삼성 2.17	키움 3.41	KIA 1.96

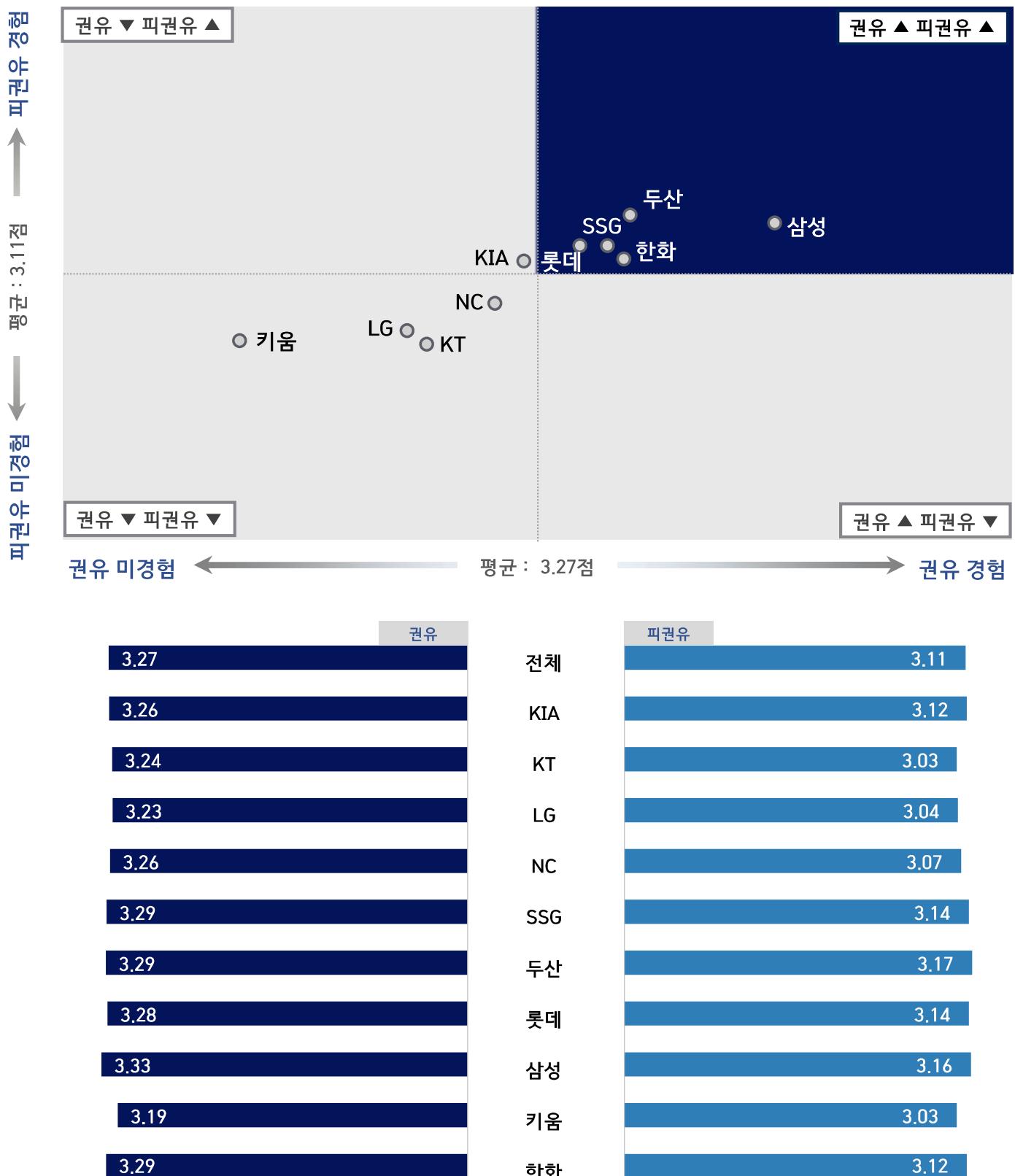
* ‘상대팀에 따라’ 항목은 2025년 신규 문항임

경기 관람 권유/피권유 경험

- 경기 관람 및 방문 권유와 피권유를 구단간 평균 대비 많이 경험 : SSG, 두산, 롯데, 삼성, 한화
- 경기 관람 및 방문 권유와 피권유를 구단간 평균 대비 적게 경험 : KT, LG, NC, 키움

2025 결과

(단위: 점)

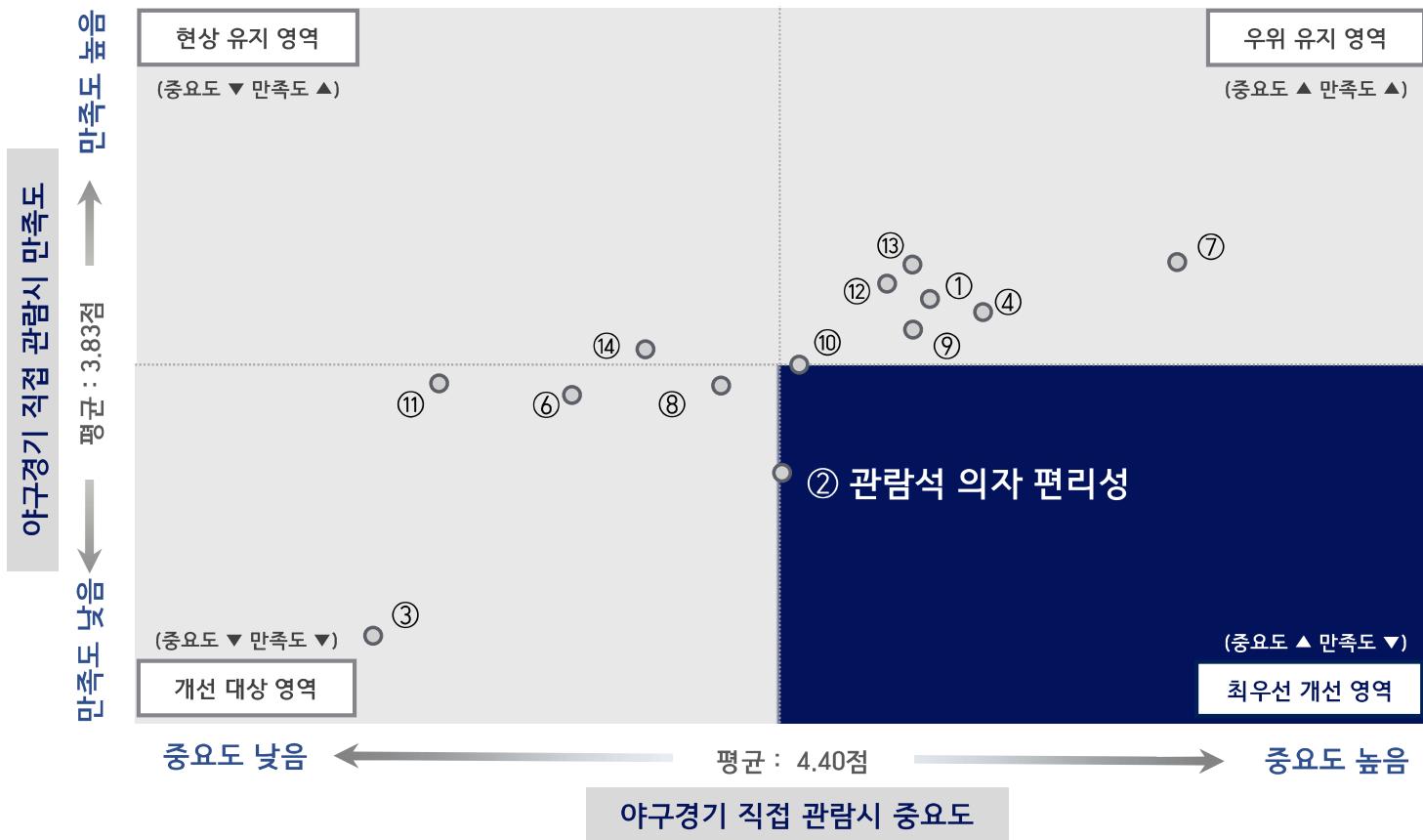


경기 관람 속성별 평가

- 중요도/만족도 조사 결과, 전년 대비 항목들의 평균 수치가 다소 하락한 것으로 나타남
- 중요도는 높지만 만족도가 낮은 최우선 개선 영역은 '② 관람석 의자 편리성'으로 나타남

2025/2024 결과 비교

(단위: 점)



항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	GAP ('25-'24)	'25년	'24년	GAP ('25-'24)	
전체	4.40	4.45	-0.05	3.83	3.85	-0.02	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.49	4.50	-0.01	4.01	3.98	+0.03	우위 유지 영역
② 관람석 의자 편리성	4.40	4.42	-0.02	3.54	3.51	+0.03	최우수 개선 영역
③ 주차 편의성	4.15	4.21	-0.06	3.10	3.15	-0.05	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.53	4.54	-0.01	3.97	4.01	-0.04	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.49	-	-	3.94	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.27	4.39	-0.12	3.75	3.62	+0.13	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.65	4.62	+0.03	4.11	4.12	-0.01	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.36	4.41	-0.05	3.78	3.89	-0.11	개선 대상 영역
⑨ 훈구장 내 식음료 서비스	4.48	4.49	-0.01	3.93	3.91	+0.02	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.41	4.48	-0.07	3.83	3.85	-0.02	우위 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.19	4.31	-0.12	3.78	3.80	-0.02	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.47	4.49	-0.02	4.05	4.09	-0.04	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.48	4.50	-0.02	4.10	4.15	-0.05	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.32	4.37	-0.05	3.87	3.88	-0.01	현상 유지 영역

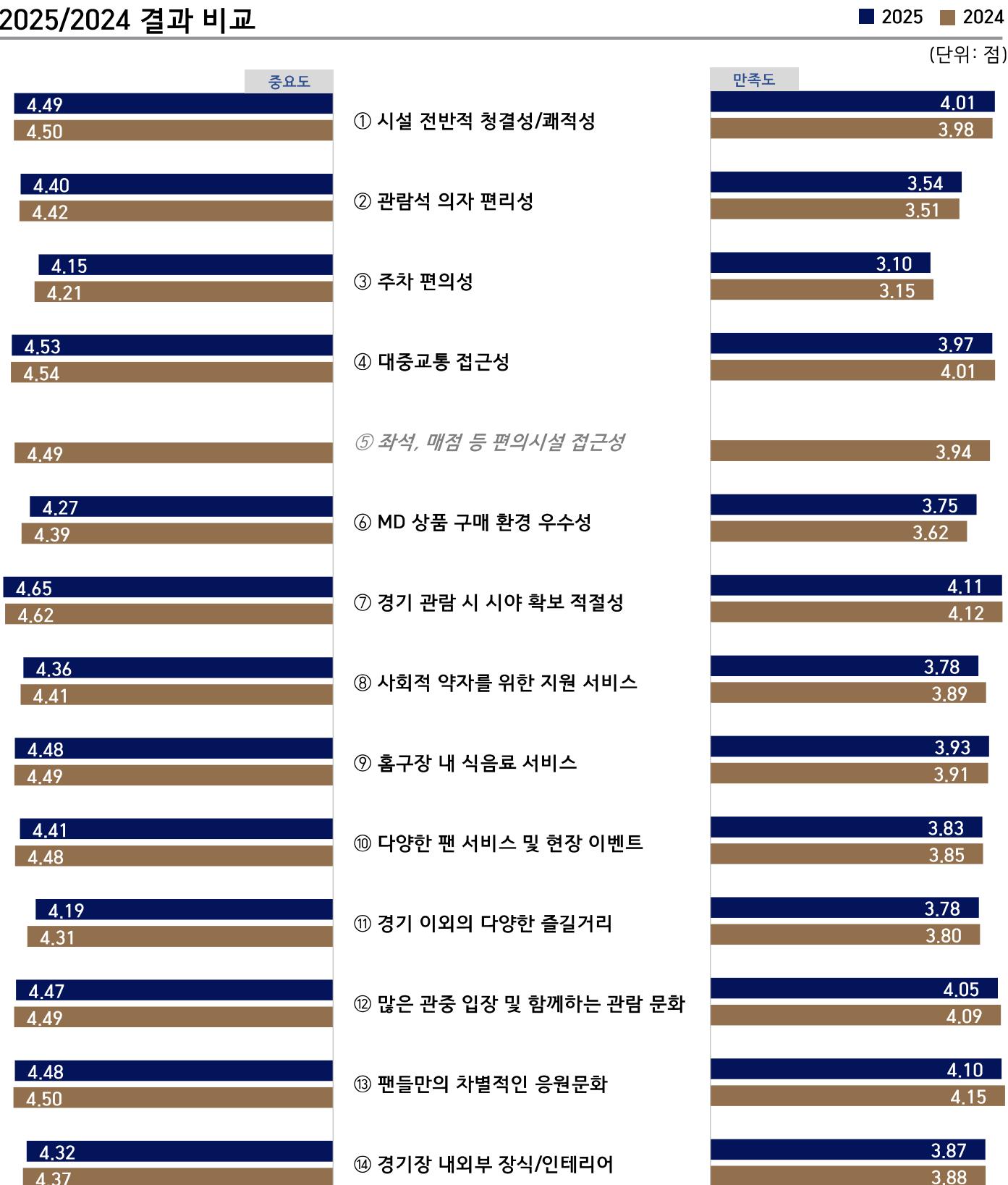
* ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임

경기 관람 속성별 평가

- 중요도와 만족도 모두 '⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성'에서 가장 높은 점수가 나타남
- 2024년 대비 중요도는 '⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리'가 가장 많이 하락한 반면, 만족도는 '⑥ MD 상품 구매 환경 우수성'이 가장 많이 상승함

2025/2024 결과 비교



* ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



KIA 타이거즈

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

[프로야구] KIA 타이거즈

(조사 기간) (1차) 2025년 8월 21일 / (2차) 2025년 9월 12일

(조사 장소) 광주 기아 챔피언스 필드 (광주광역시 북구)

(조사 방법) 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

(분석 표본) KIA 타이거즈 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 951명

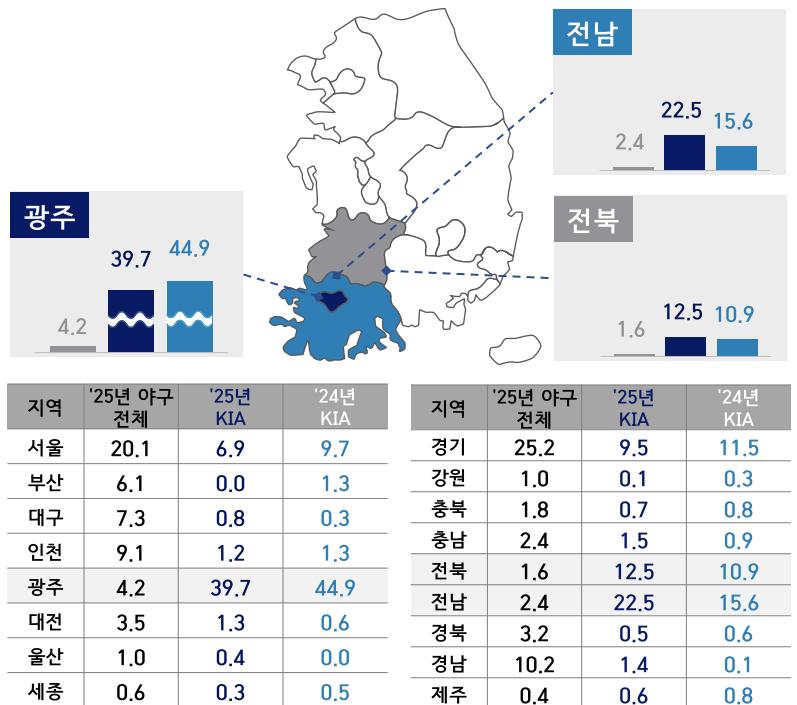
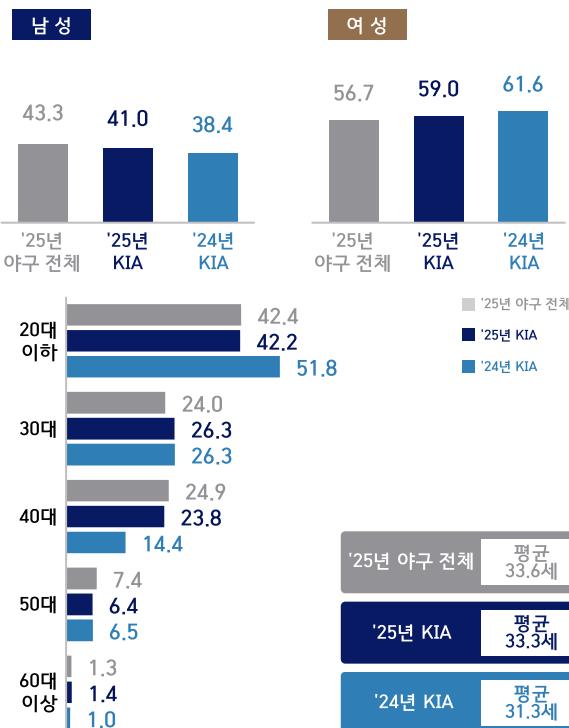
(일러두기) 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

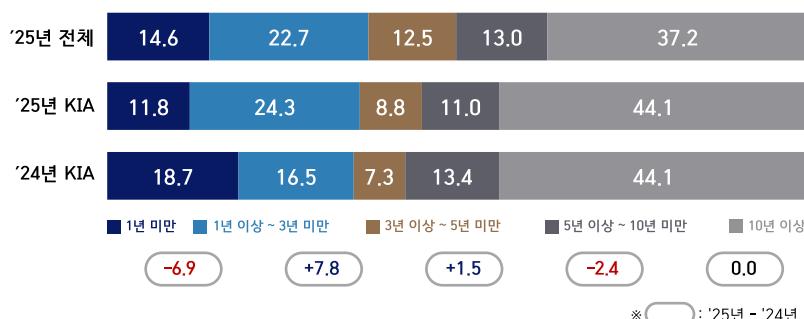
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



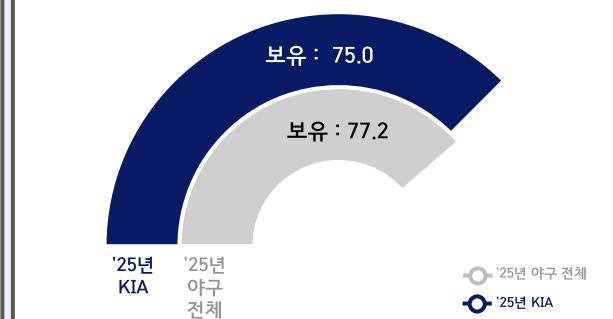
응원기간

(단위 : %, %p)



유니폼 보유 현황

(단위 : %)

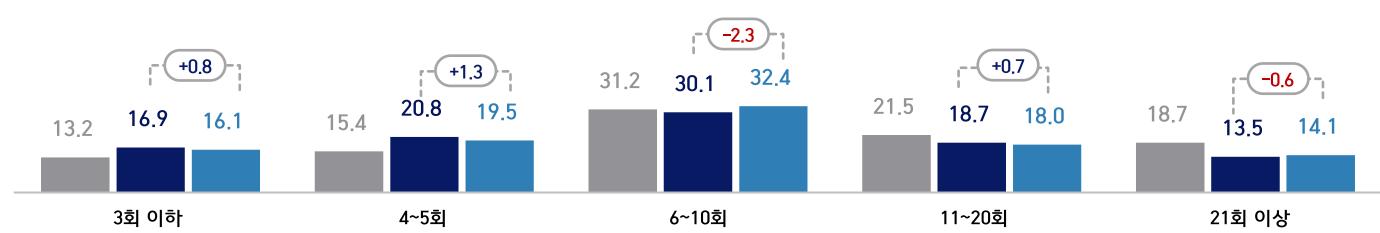


경기장 방문 횟수

(단위 : %, %p, 회)

횟수	'25년 전체	'25년 KIA	'24년 KIA
평균	15.4회	12.5회	13.1회

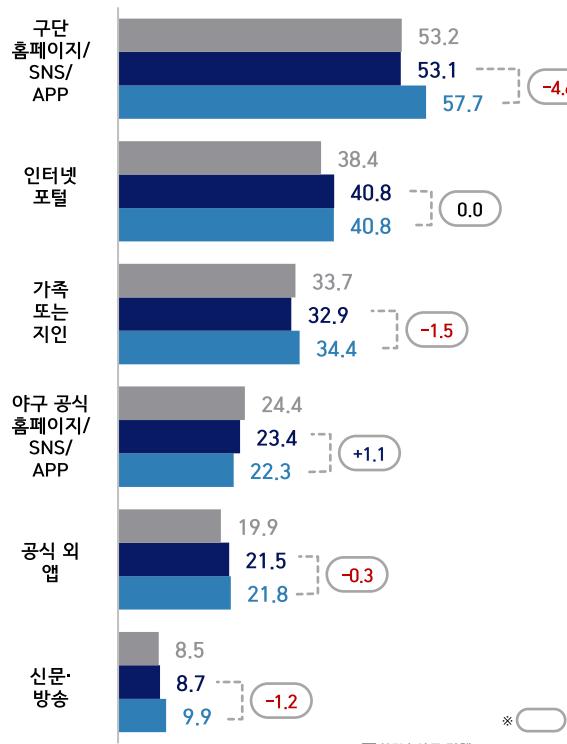
* (-6.9) : '25년 - '24년





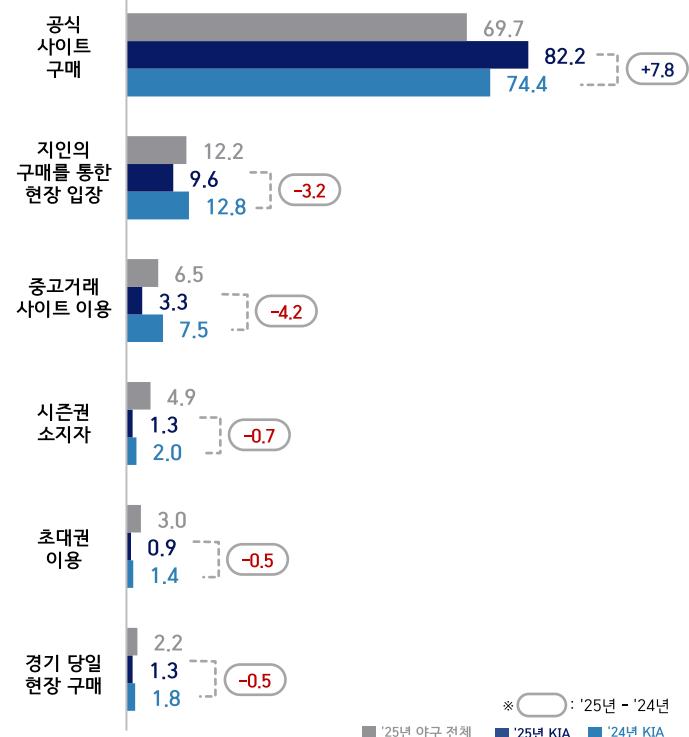
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



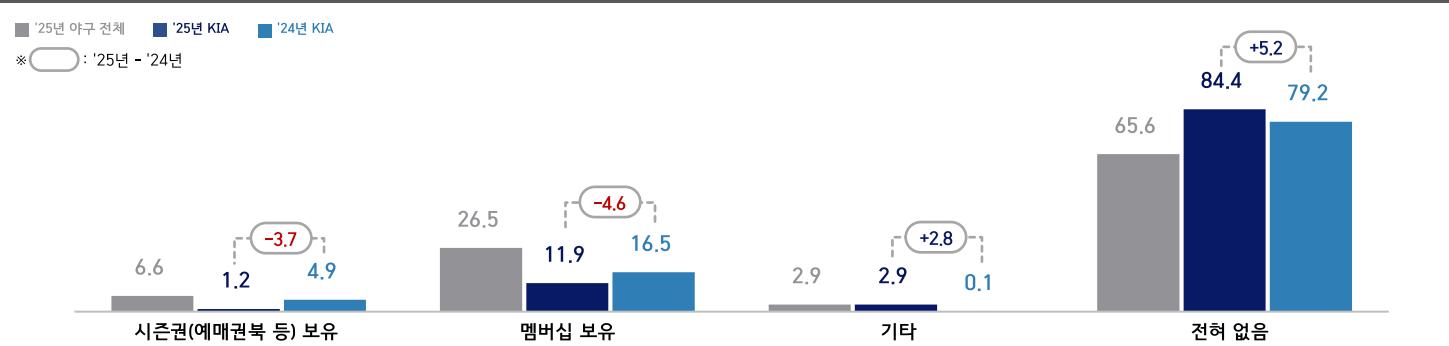
경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)



시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
KIA	'25년	4.74	4.40	4.52	4.64	4.41	3.69	3.29	2.29	4.10	1.96
	'24년	4.70	4.48	4.53	4.60	4.41	3.89	3.80	-	4.31	2.59
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	-0.01	+0.04	0.00	-0.20	-0.51	-	-0.21	-0.63

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	자가차량	버스	택시	기타	평균 이동 시간
KIA	'25년	66.1	26.9	11.3	12.3
	'24년	57.5	28.6	16.1	17.2
	Gap ('25-'24)	+8.6	-1.7	-4.8	-4.9
					-3.0

* 기타 : 지하철, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

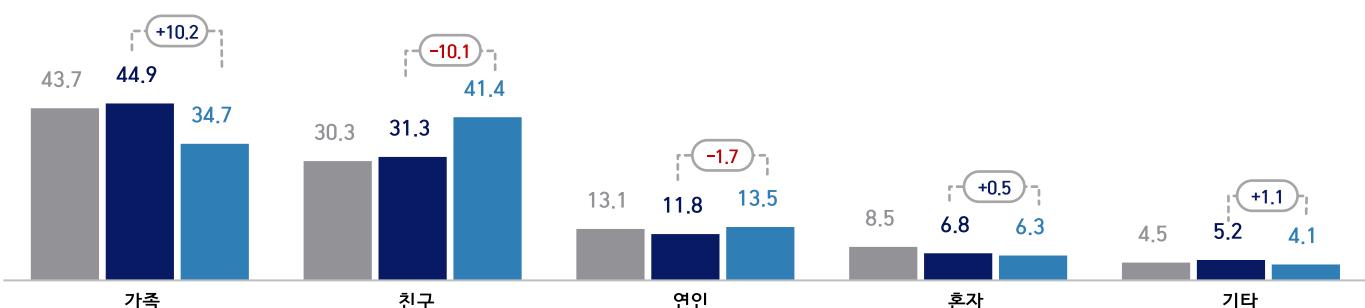
구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	17.6	39.2	15.8	10.4	17.0
KIA					

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

경기장 방문 동행인 및 동행인원

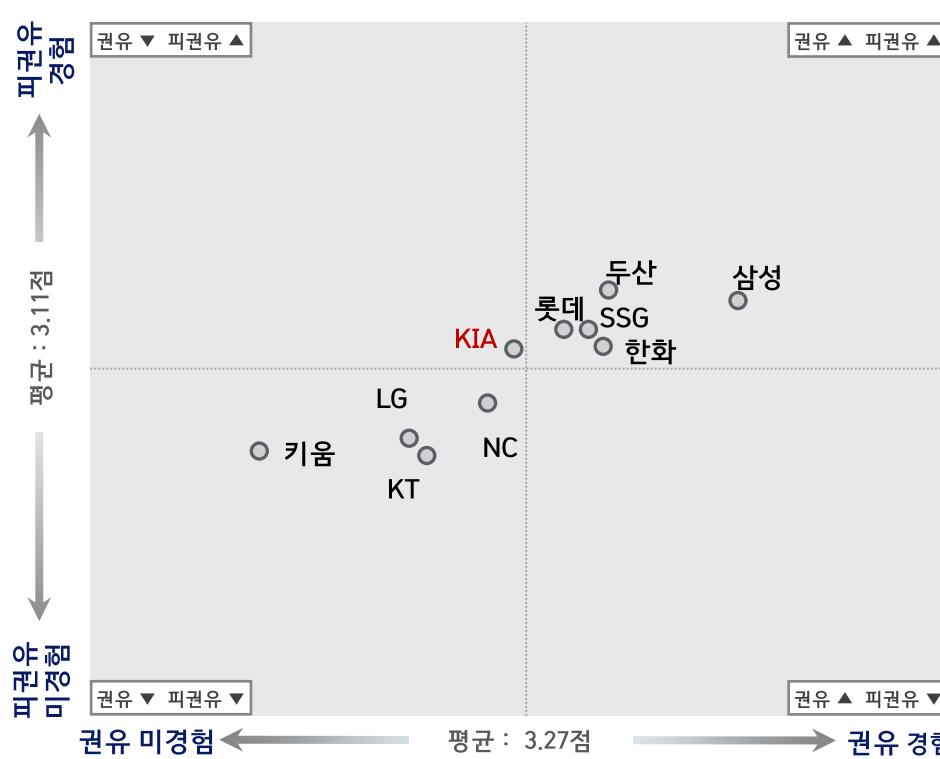
(단위 : %, %p, 명)

■ '25년 전체 ■ '25년 KIA ■ '24년 KIA
평균 2.9명 3.4명 3.0명
※ () : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)



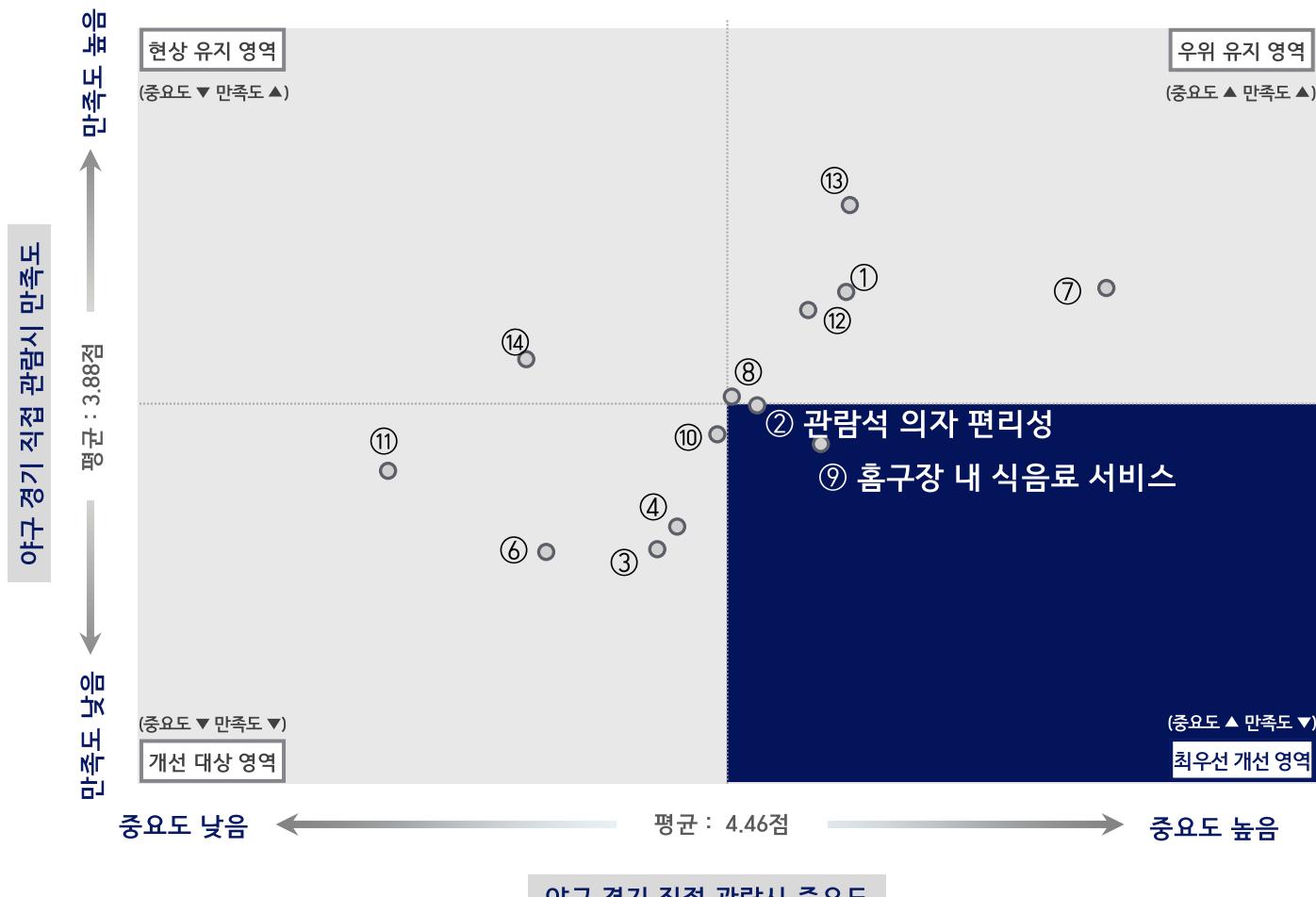
구단명	권유 경험	피권유 경험
전체	3.27	3.11
KIA	3.26	3.12
KT	3.24	3.03
LG	3.23	3.04
NC	3.26	3.07
SSG	3.29	3.14
두산	3.29	3.17
롯데	3.28	3.14
삼성	3.33	3.16
키움	3.19	3.03
한화	3.29	3.12

* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.46	4.47	-0.01	3.88	3.81	+0.07	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.53	4.56	-0.03	4.15	4.12	+0.03	우위 유지 영역
② 관람석 의자 편리성	4.48	4.42	+0.06	3.88	3.51	+0.37	최우선 개선 영역
③ 주차 편의성	4.42	4.41	+0.01	3.53	3.36	+0.17	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.43	4.48	-0.05	3.59	3.63	-0.04	개선 대상 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.51	-	-	3.80	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.36	4.47	-0.11	3.52	3.25	+0.27	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.68	4.62	+0.06	4.16	4.07	+0.09	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.46	4.47	-0.01	3.90	3.98	-0.08	우위 유지 영역
⑨ 홈구장 내 식음료 서비스	4.51	4.48	+0.03	3.78	3.78	0.00	최우선 개선 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.45	4.45	0.00	3.81	3.81	0.00	개선 대상 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.26	4.34	-0.08	3.72	3.74	-0.02	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.51	4.50	+0.01	4.10	4.06	+0.04	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.53	4.49	+0.04	4.36	4.29	+0.07	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.34	4.39	-0.05	3.99	3.95	+0.04	현상 유지 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

[프로야구] KT 위즈

조사 기간 (1차) 2025년 8월 9일 / (2차) 2025년 8월 21일 / (3차) 2025년 9월 19일

조사 장소 수원KT위즈파크(경기도 수원시)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 KT 위즈 홈경기 방문자 중 훈구단 응원 관람객 735명

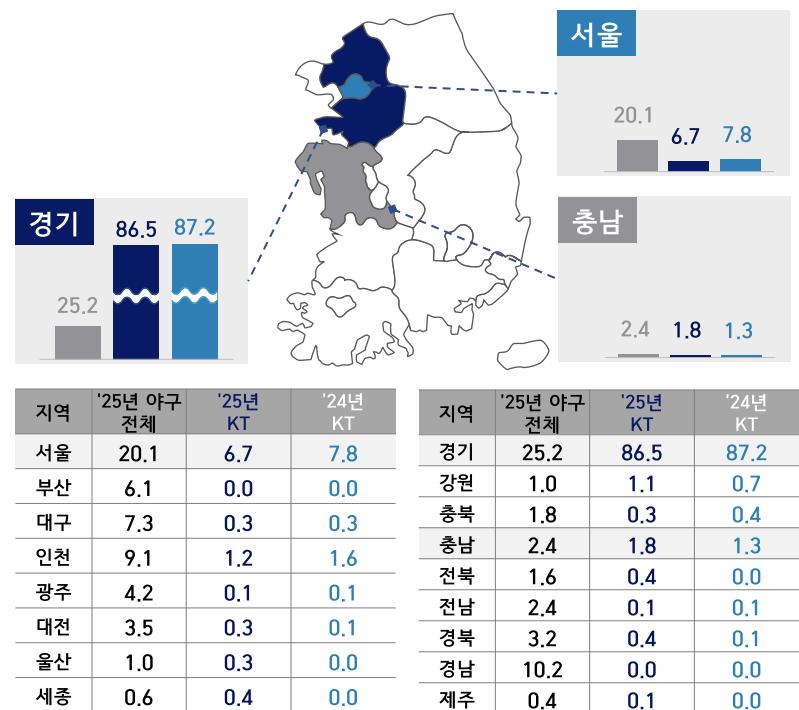
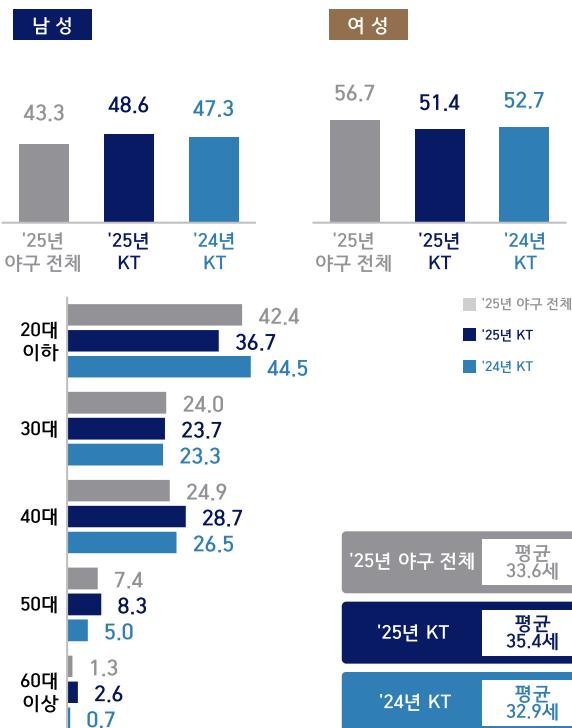
일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

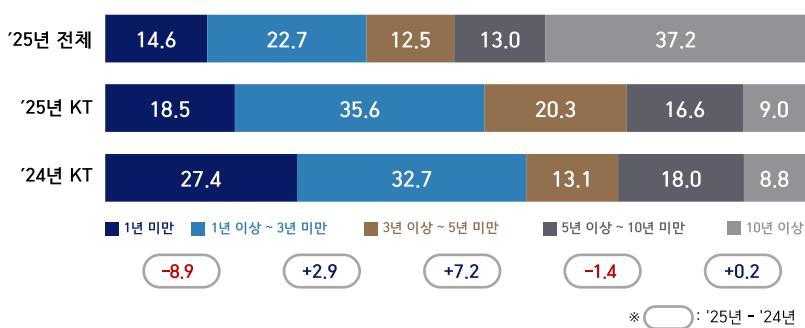
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



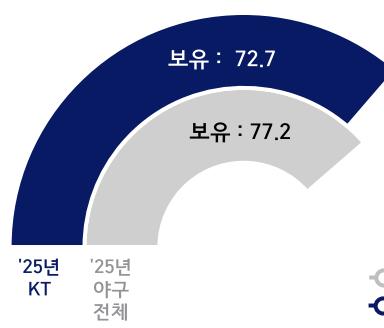
응원기간

(단위 : %, %p)



유니폼 보유 현황

(단위 : %)

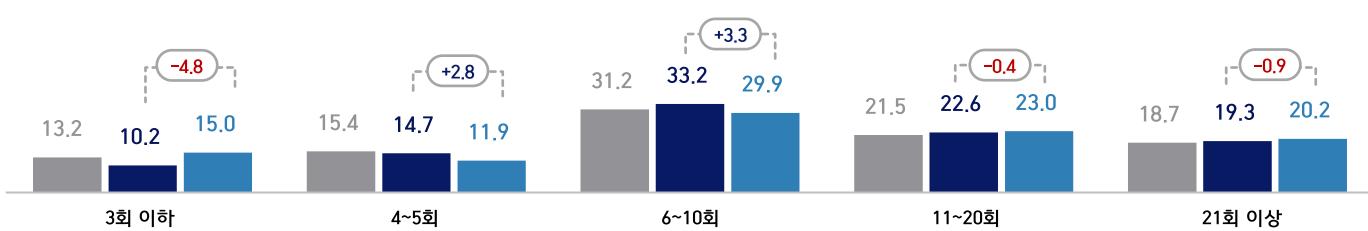


경기장 방문 횟수

(단위 : %, %p, 회)

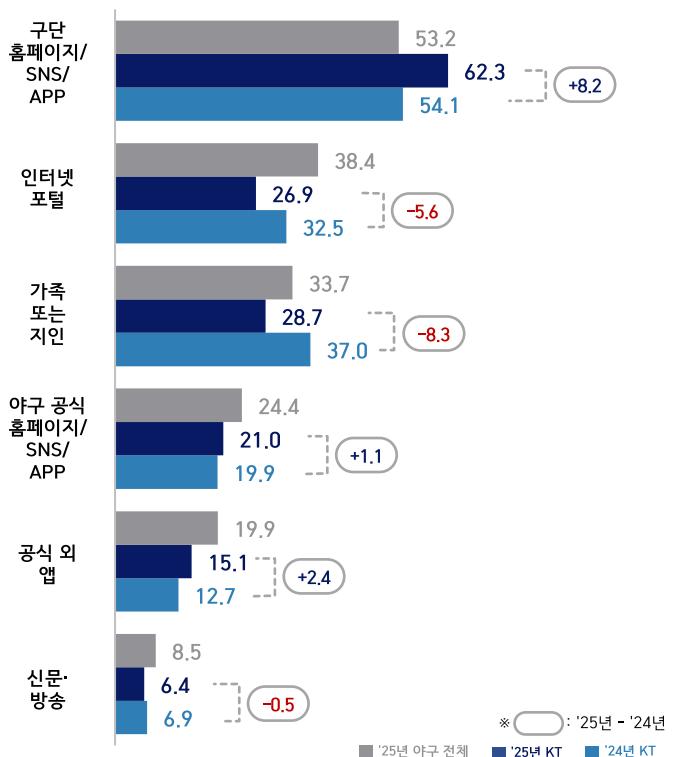
Period	'25년 전체	'25년 KT	'24년 KT
평균	15.4회	15.7회	16.4회

* : '25년 - '24년

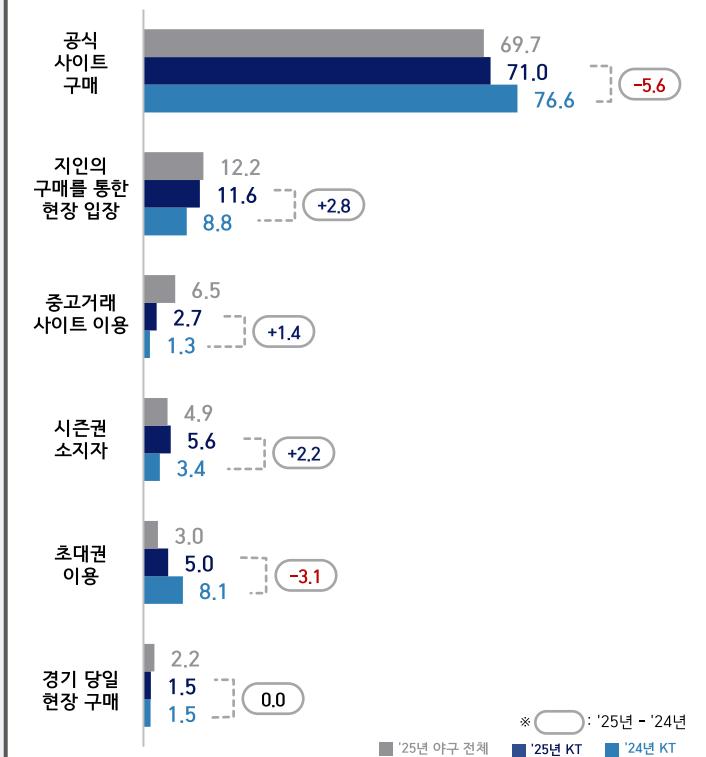




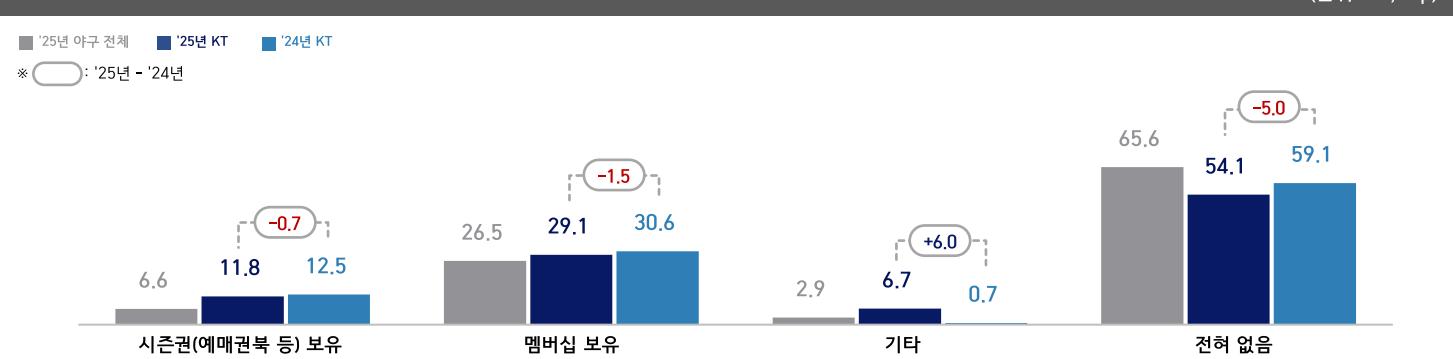
경기 정보 인지 경로 (복수응답) (단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답) (단위 : %, %p)



시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답) (단위 : %, %p)



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
KT	'25년	4.75	4.44	4.53	4.62	4.42	3.69	3.55	2.51	4.13	2.44
	'24년	4.70	4.45	4.51	4.56	4.40	3.93	3.75	-	4.27	3.25
	Gap ('25-'24)	+0.05	-0.01	+0.02	+0.06	+0.02	-0.24	-0.20	-	-0.14	-0.81

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석 시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분		자가차량	버스	지하철	기타	평균 이동 시간
KT	'25년	61.4	30.1	9.4	12.0	46.5
	'24년	57.9	29.7	8.7	16.1	42.9
	Gap ('25-'24)	+3.5	+0.4	+0.7	-4.1	+3.6

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

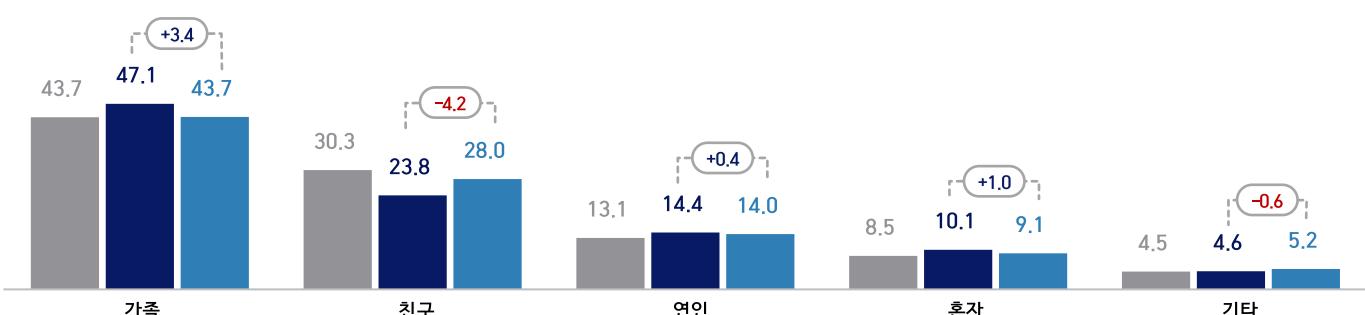
구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
KT	21.0	54.0	13.2	6.5	5.3

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

경기장 방문 동행인 및 동행인원

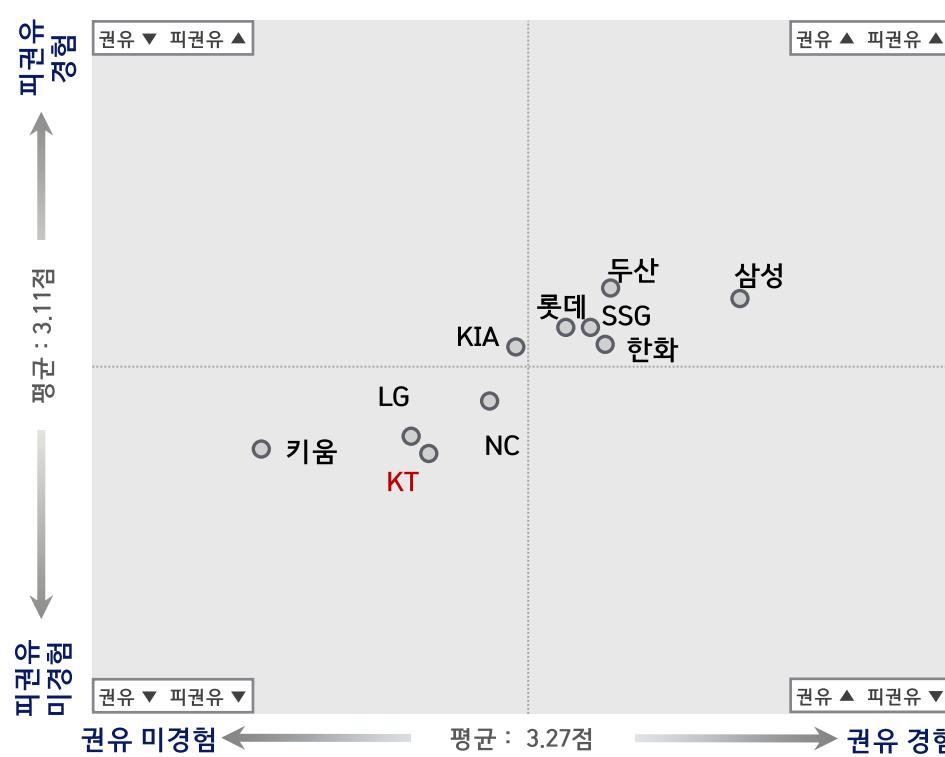
(단위 : %, %p, 명)

■ '25년 전체 ■ '25년 KT ■ '24년 KT
평균 2.9명 3.0명 2.9명
※ () : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)



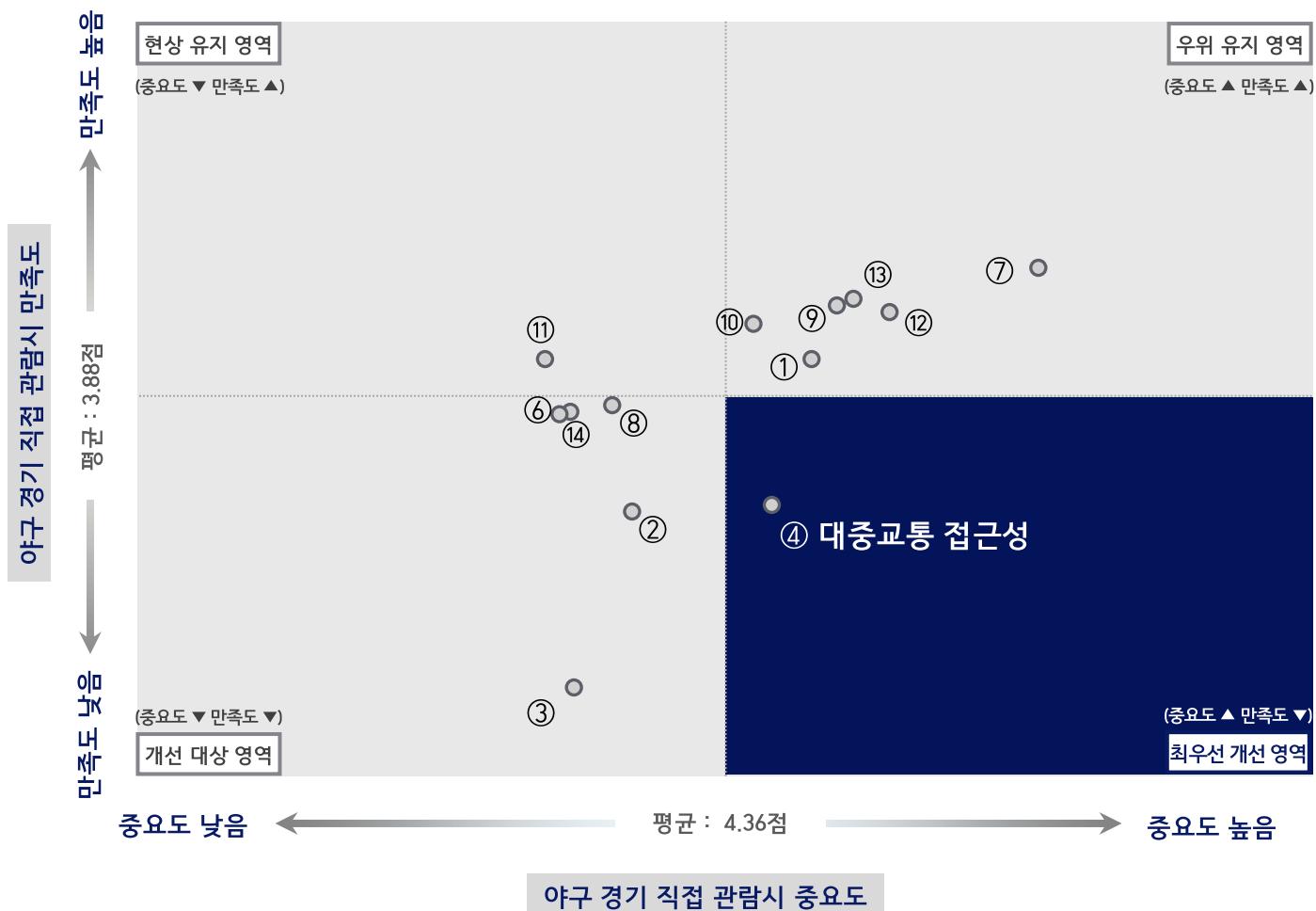
구단명	권유 경험	피권유 경험
전체	3.27	3.11
KIA	3.26	3.12
KT	3.24	3.03
LG	3.23	3.04
NC	3.26	3.07
SSG	3.29	3.14
두산	3.29	3.17
롯데	3.28	3.14
삼성	3.33	3.16
키움	3.19	3.03
한화	3.29	3.12

* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.36	4.40	-0.04	3.88	4.02	-0.14	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.42	4.45	-0.03	3.97	4.15	-0.18	우위 유지 영역
② 관람석 의자 편리성	4.29	4.37	-0.08	3.60	3.82	-0.22	개선 대상 영역
③ 주차 편의성	4.25	4.29	-0.04	3.17	3.53	-0.36	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.39	4.42	-0.03	3.61	3.85	-0.24	최우선 개선 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.44	-	-	4.08	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.24	4.33	-0.09	3.84	3.99	-0.15	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.59	4.60	-0.01	4.19	4.30	-0.11	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.27	4.33	-0.06	3.86	4.02	-0.16	개선 대상 영역
⑨ 품질 서비스 및 현장 이벤트	4.44	4.46	-0.02	4.10	4.06	+0.04	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.38	4.43	-0.05	4.06	4.11	-0.05	우위 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.22	4.28	-0.06	3.97	4.06	-0.09	현상 유지 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.48	4.44	+0.04	4.08	4.15	-0.07	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.46	4.46	0.00	4.12	4.15	-0.03	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.24	4.28	-0.04	3.84	3.99	-0.15	개선 대상 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



LG 트윈스

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

[프로야구] LG 트윈스

(조사 기간) (1차) 2025년 8월 21일 / (2차) 2025년 8월 30일 / (3차) 2025년 9월 20일

(조사 장소) 잠실 야구장(서울특별시 송파구)

(조사 방법) 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사 시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

(분석 표본) LG 트윈스 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 1,083명

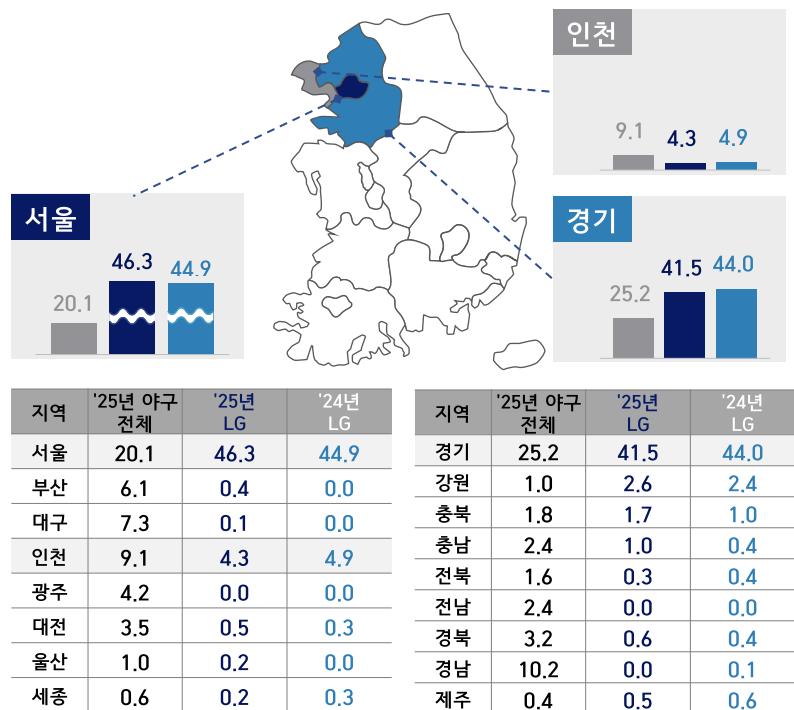
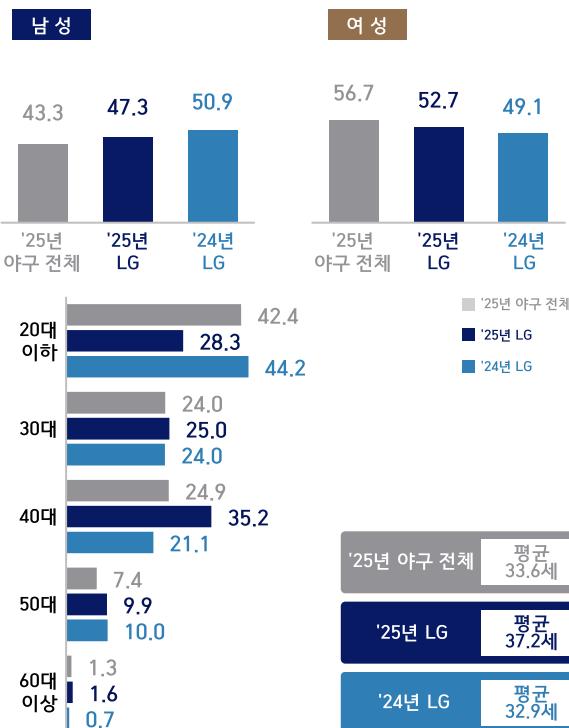
(일러두기) 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

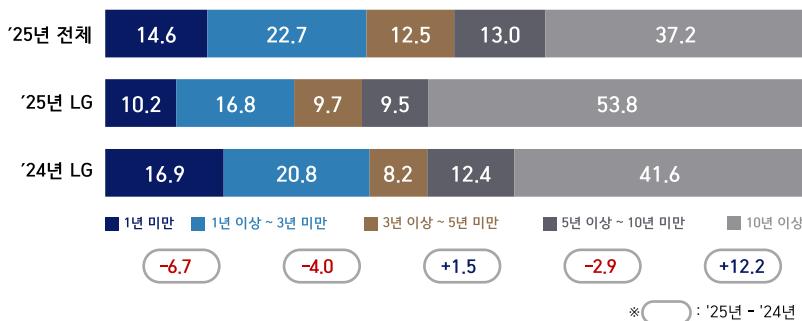
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



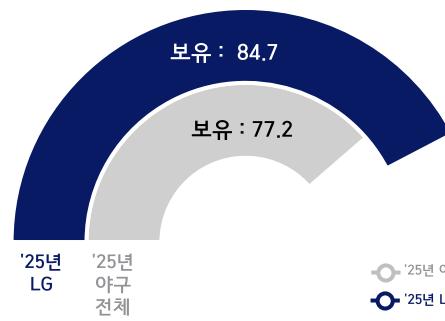
응원기간

(단위 : %, %p)



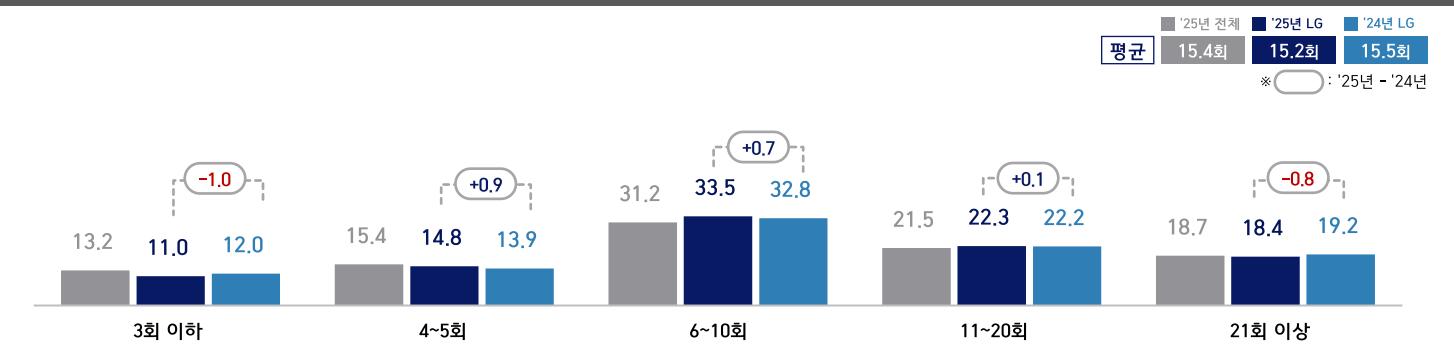
유니폼 보유 현황

(단위 : %)



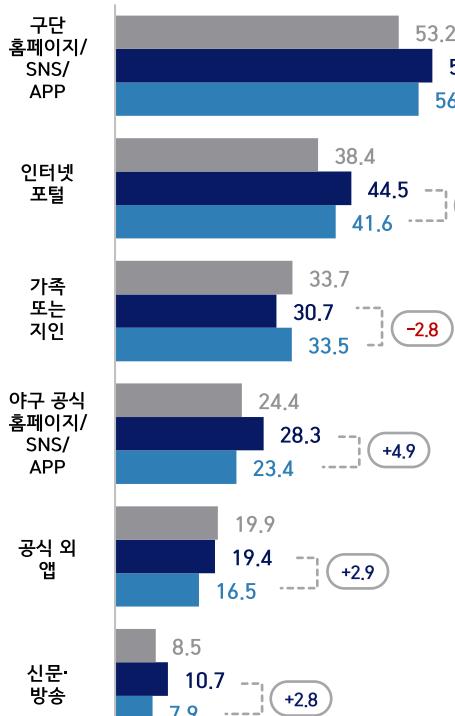
경기장 방문 횟수

(단위 : %, %p, 회)



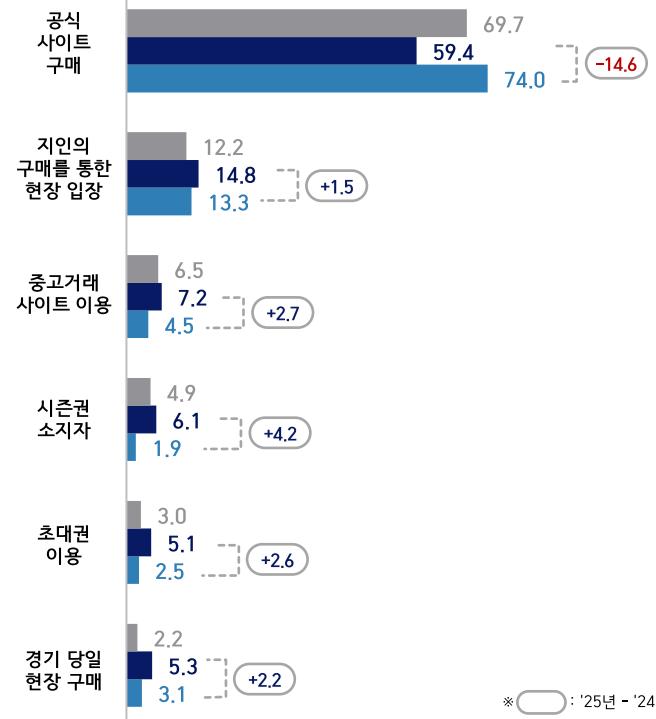
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)

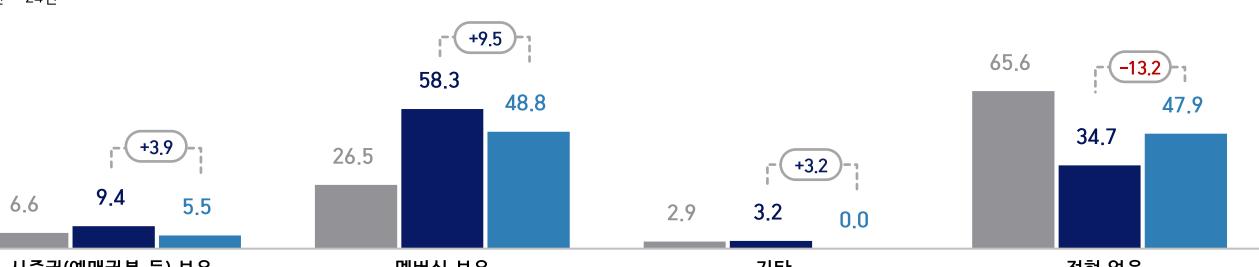


시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 LG ■ '24년 LG

※ () : '25년 - '24년



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
LG	'25년	4.80	4.50	4.64	4.67	4.44	3.61	3.60	2.43	3.74	2.19
	'24년	4.74	4.50	4.55	4.59	4.41	3.87	3.84	-	4.06	2.68
	Gap ('25-'24)	+0.06	0.00	+0.09	+0.08	+0.03	-0.26	-0.24	-	-0.32	-0.49

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임

주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	지하철	자가차량	버스	기타	평균 이동 시간
LG	'25년	60.8	32.4	23.5	5.6
	'24년	55.8	34.3	22.0	4.6
	Gap ('25-'24)	+5.0	-1.9	+1.5	+1.0
					+4.2

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

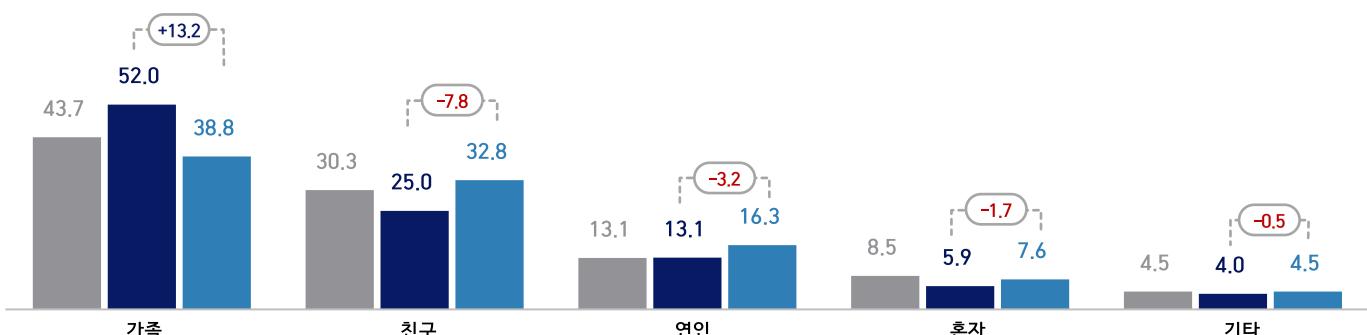
구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	20.9	50.5	13.9	7.5	7.2
LG					

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

경기장 방문 동행인 및 동행인원

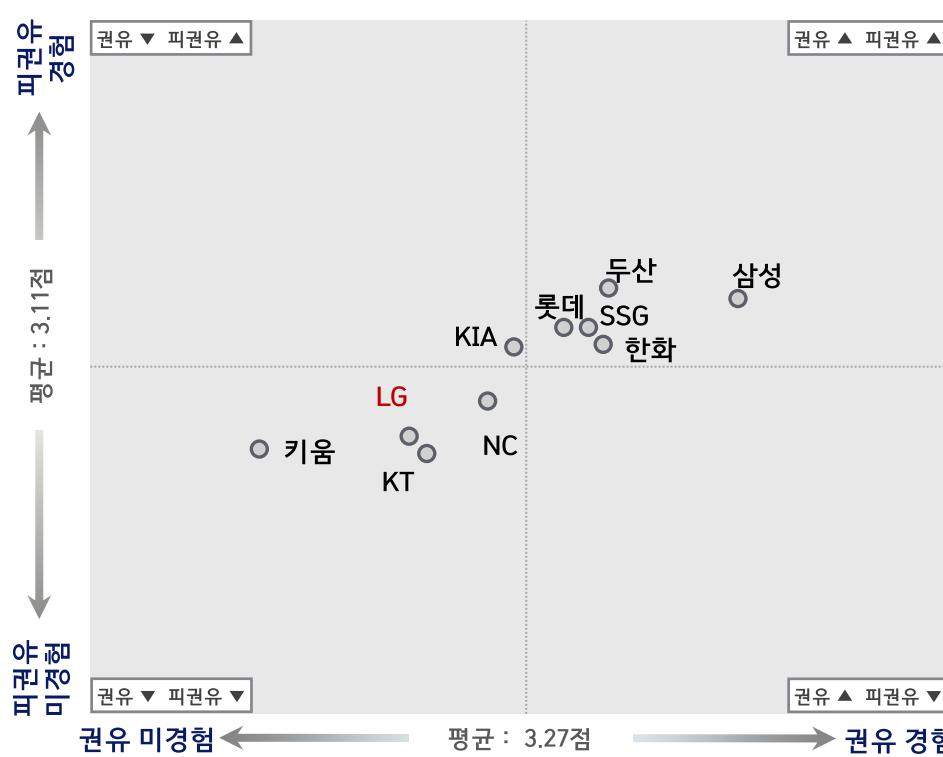
(단위 : %, %p, 명)

'25년 전체 '25년 LG '24년 LG
평균 2.9명 3.0명 2.8명
※ () : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

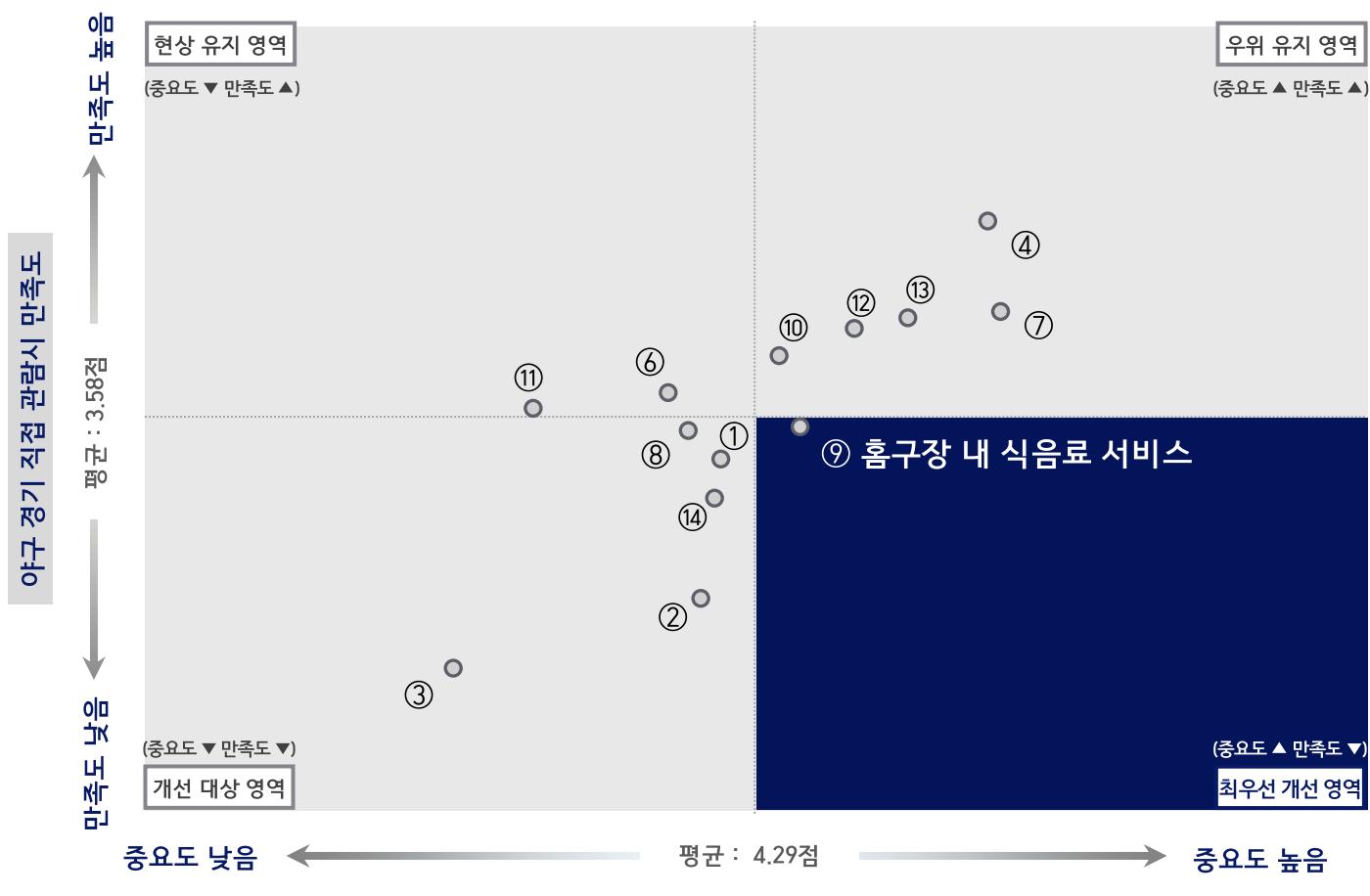
(단위 : 점)





야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.29	4.37	-0.08	3.58	3.64	-0.06	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.26	4.35	-0.09	3.42	3.60	-0.18	개선 대상 영역
② 관람석 의사 편리성	4.23	4.33	-0.10	2.92	3.12	-0.20	개선 대상 영역
③ 주차 편의성	3.95	4.01	-0.06	2.67	3.04	-0.37	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.56	4.58	-0.02	4.28	4.32	-0.04	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.42	-	-	3.82	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.19	4.32	-0.13	3.66	3.46	+0.20	현상 유지 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.58	4.54	+0.04	3.95	3.95	0.00	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.22	4.29	-0.07	3.53	3.66	-0.13	개선 대상 영역
⑨ 홈구장 내 식음료 서비스	4.35	4.43	-0.08	3.54	3.75	-0.21	최우선 개선 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.32	4.41	-0.09	3.80	3.60	+0.20	우위 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.04	4.22	-0.18	3.61	3.56	+0.05	현상 유지 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.41	4.47	-0.06	3.89	3.85	+0.04	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.47	4.49	-0.02	3.93	3.82	+0.11	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.25	4.31	-0.06	3.28	3.42	-0.14	개선 대상 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



NC 다이노스

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

[프로야구] NC 다이노스

조사 기간 (1차) 2025년 9월 4일 / (2차) 2025년 9월 6일 / (3차) 2025년 9월 13일

조사 장소 창원NC파크(경상남도 창원특례시)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 NC 다이노스 홈경기 방문자 중 흡구단 응원 관람객 899명

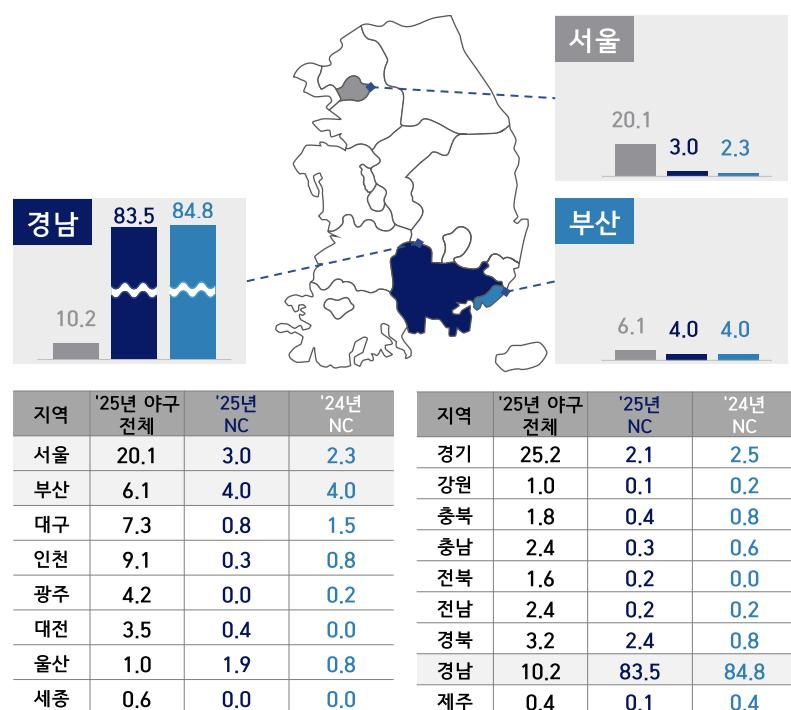
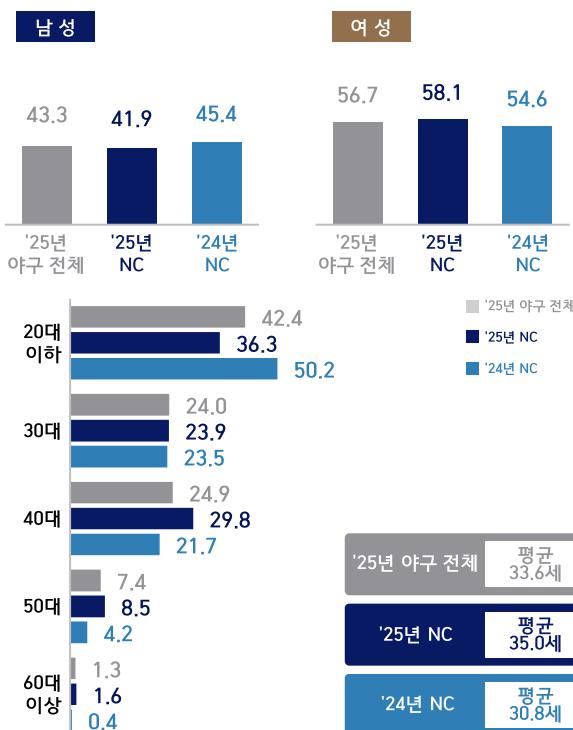
일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

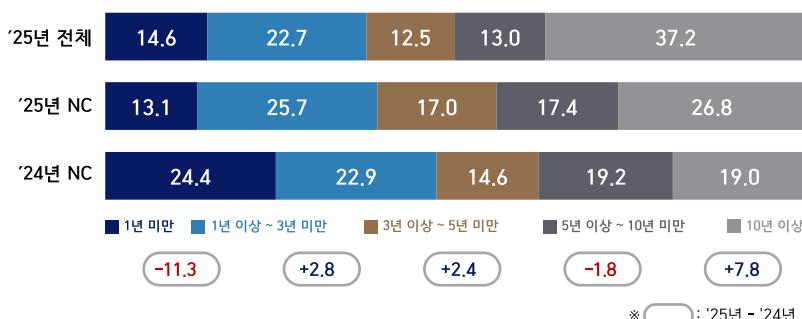
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



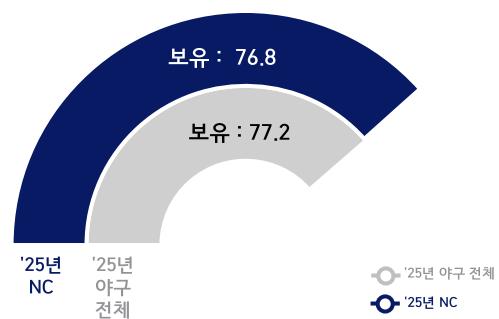
응원기간

(단위 : %, %p)



유니폼 보유 현황

(단위 : %)

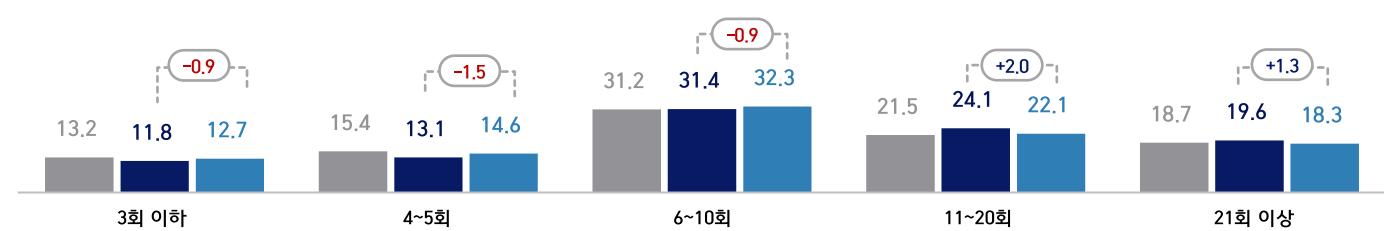


경기장 방문 횟수

(단위 : %, %p, 회)

평균	'25년 전체 (%)	'25년 NC (%)	'24년 NC (%)
15.4회	16.8회	14.9회	

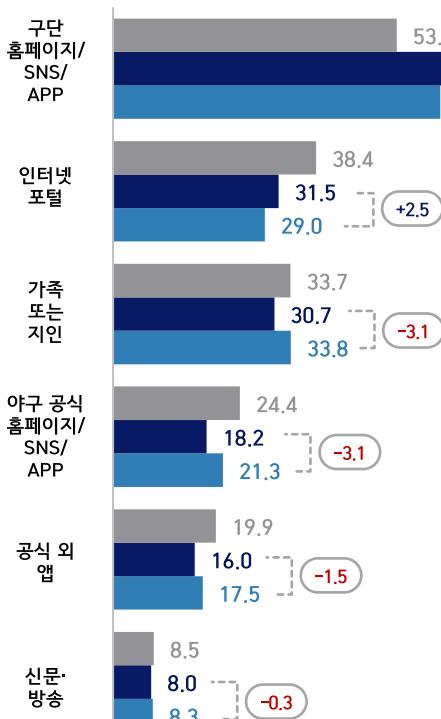
※ (-) : '25년 - '24년





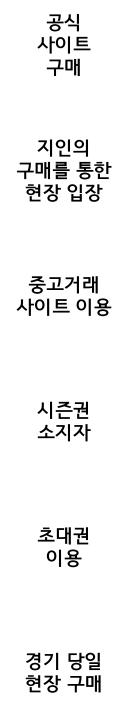
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)

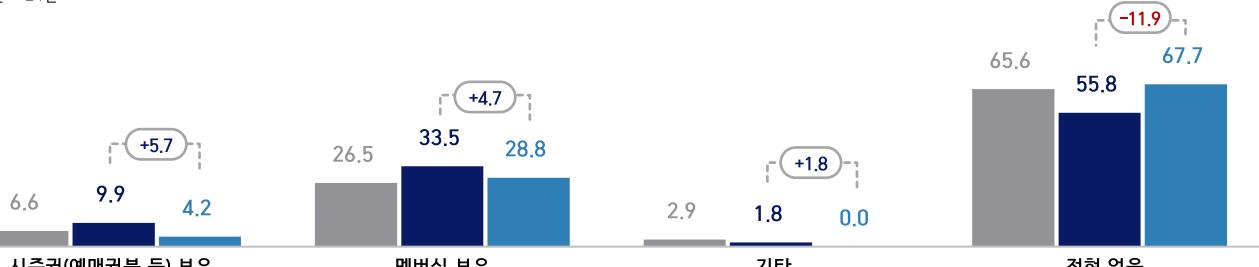


시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 NC ■ '24년 NC

※ () : '25년 - '24년



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
NC	'25년	4.79	4.43	4.57	4.65	4.47	3.63	3.46	2.54	4.43	2.12
	'24년	4.71	4.49	4.45	4.55	4.44	3.91	3.81	-	4.43	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.08	-0.06	+0.12	+0.10	+0.03	-0.28	-0.35	-	0.00	-0.58

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분		자가차량	버스	택시	기타	평균 이동 시간
NC	'25년	63.0	25.9	8.7	11.8	54.6
	'24년	56.5	30.6	8.8	17.7	54.7
	Gap ('25-'24)	+6.5	-4.7	-0.1	-5.9	-0.1

* 기타 : 지하철, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

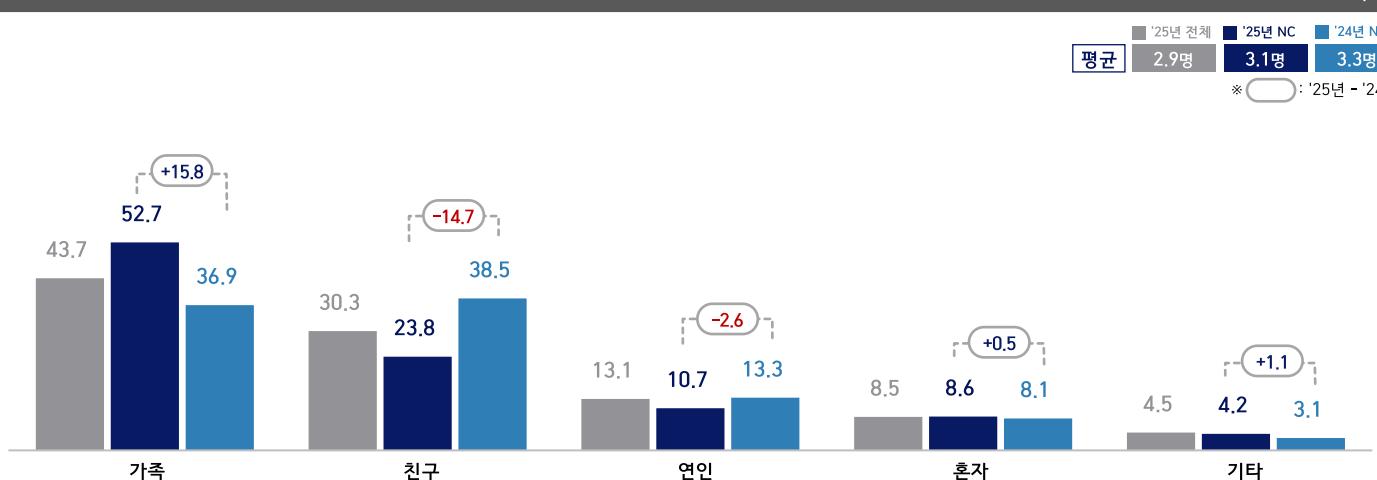
경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
NC	17.0	47.7	16.7	7.9	10.7

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

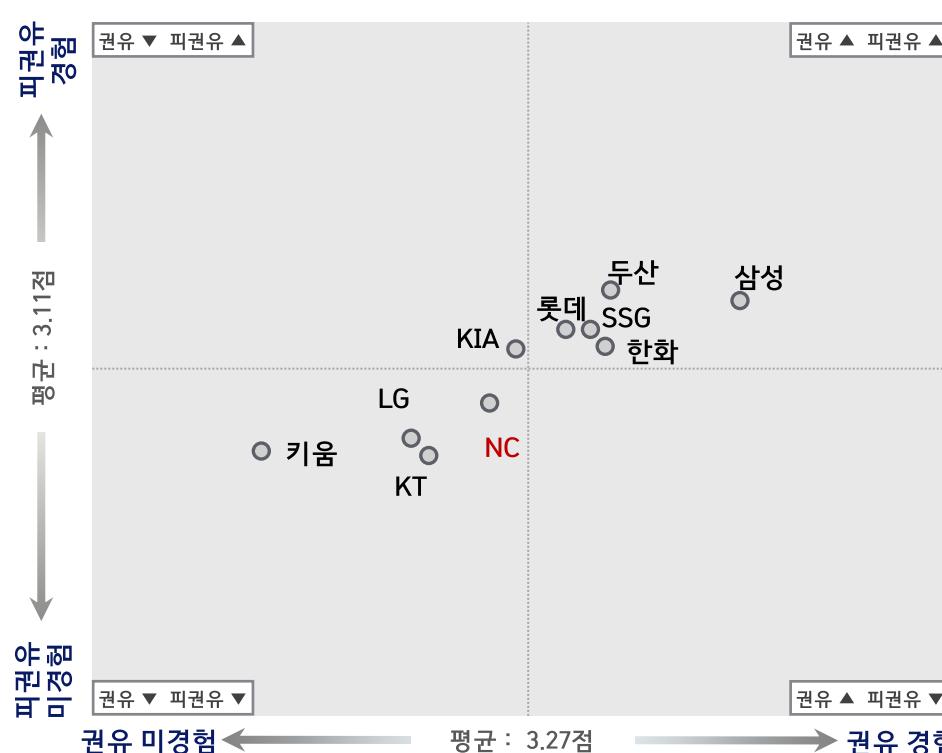
경기장 방문 동행인 및 동행인원

(단위 : %, %p, 명)



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)



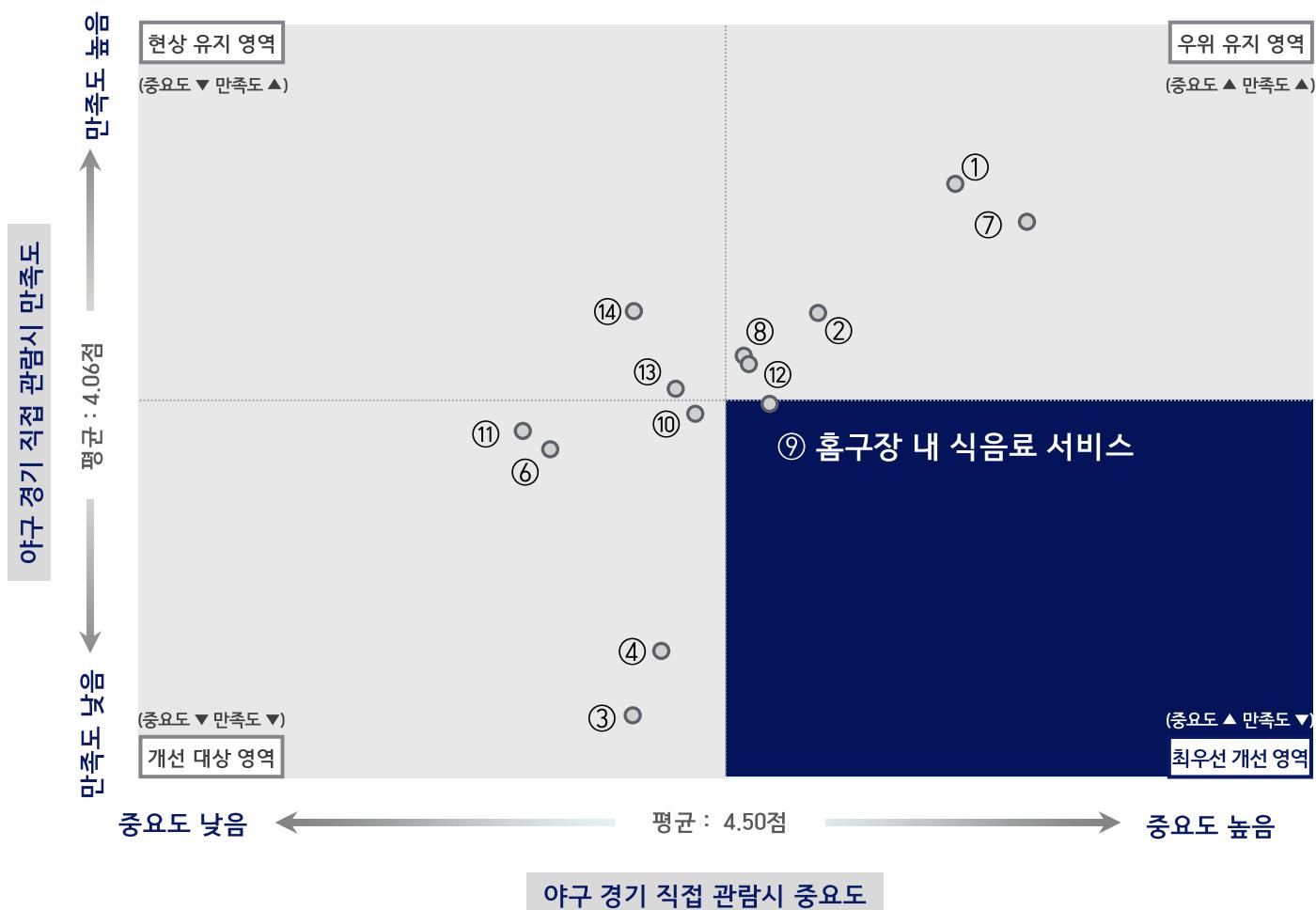
구단명	권유 경험	피권유 경험
전체	3.27	3.11
KIA	3.26	3.12
KT	3.24	3.03
LG	3.23	3.04
NC	3.26	3.07
SSG	3.29	3.14
두산	3.29	3.17
롯데	3.28	3.14
삼성	3.33	3.16
키움	3.19	3.03
한화	3.29	3.12

* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.50	4.59	-0.09	4.06	4.24	-0.18	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.70	4.74	-0.04	4.60	4.73	-0.13	우위 유지 영역
② 관람석 의사 편리성	4.58	4.66	-0.08	4.28	4.40	-0.12	우위 유지 영역
③ 주차 편의성	4.42	4.47	-0.05	3.28	3.60	-0.32	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.45	4.55	-0.10	3.44	3.91	-0.47	개선 대상 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.61	-	-	4.36	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.35	4.54	-0.19	3.94	3.88	+0.06	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.76	4.77	-0.01	4.51	4.60	-0.09	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.52	4.57	-0.05	4.17	4.33	-0.16	우위 유지 영역
⑨ 홈구장 내 식음료 서비스	4.54	4.60	-0.06	4.05	4.27	-0.22	최우선 개선 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.47	4.59	-0.12	4.03	4.16	-0.13	개선 대상 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.33	4.49	-0.16	3.99	4.16	-0.17	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.52	4.58	-0.06	4.15	4.31	-0.16	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.46	4.54	-0.08	4.09	4.18	-0.09	현상 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.42	4.55	-0.13	4.28	4.45	-0.17	현상 유지 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



SSG 랭더스

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사

[프로야구] SSG 랭더스

(조사 기간) (1차) 2025년 8월 17일 / (2차) 2025년 8월 27일 / (3차) 2025년 9월 19일 / (4차) 2025년 9월 26일

(조사 장소) 인천 SSG 랭더스 필드(인천광역시 미추홀구)

(조사 방법) 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사 시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

(분석 표본) SSG 랭더스 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 1,017명

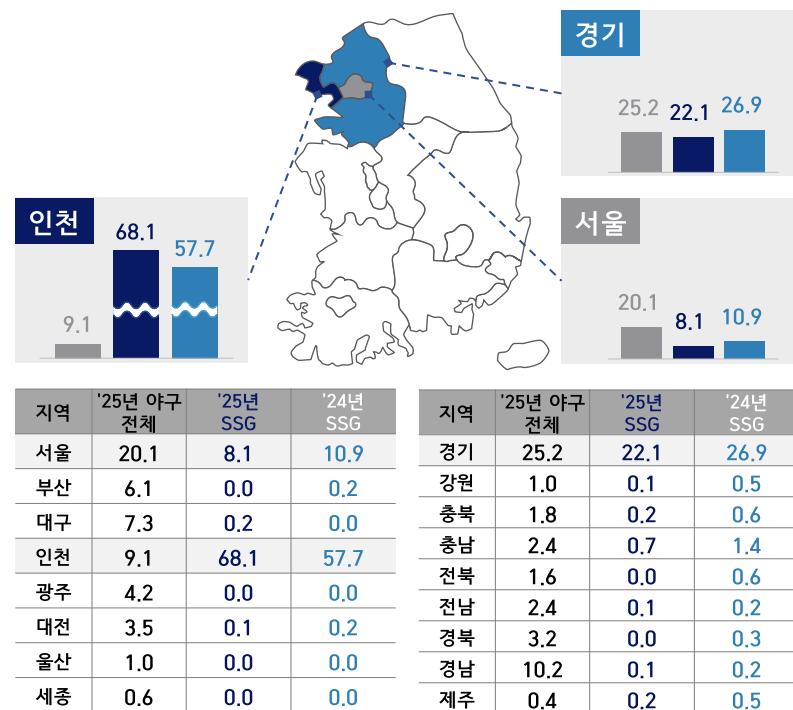
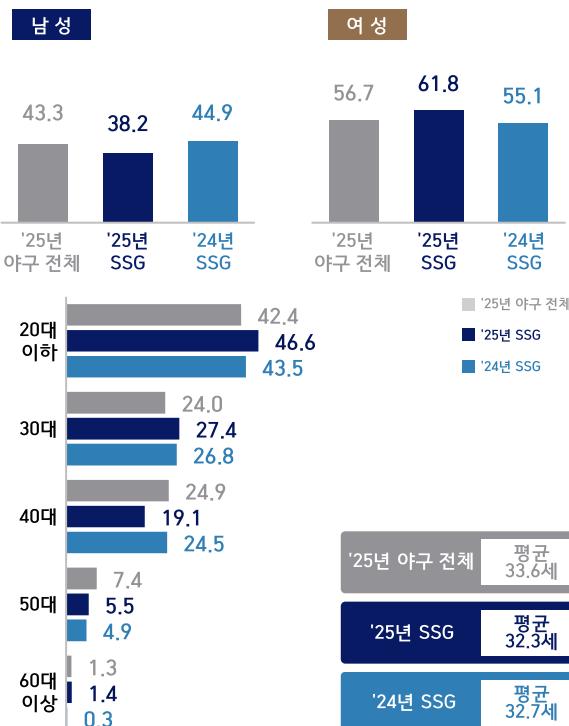
(일러두기) 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



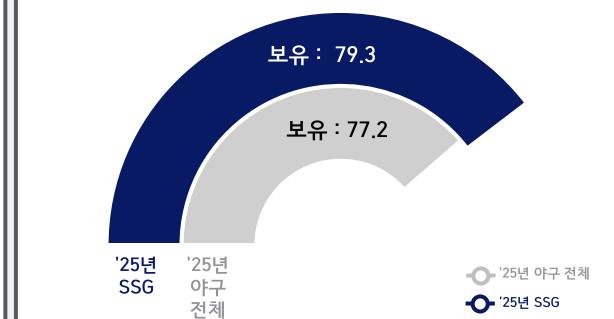
응원기간

(단위 : %, %p)



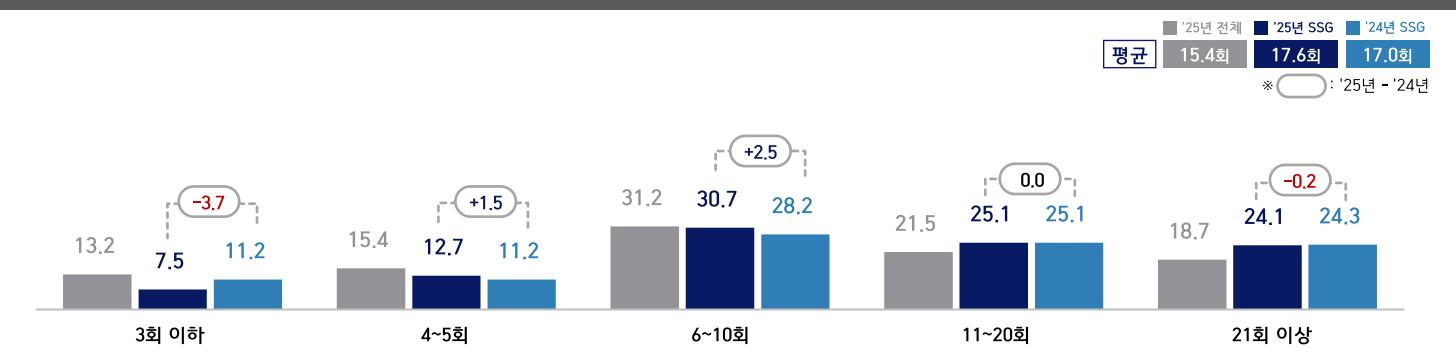
유니폼 보유 현황

(단위 : %)



경기장 방문 횟수

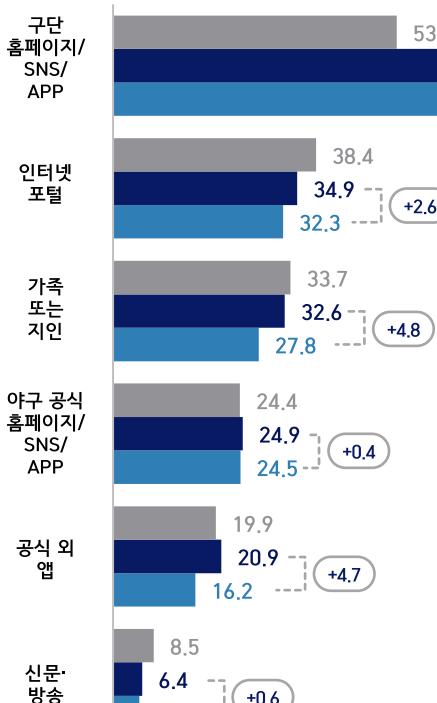
(단위 : %, %p, 회)





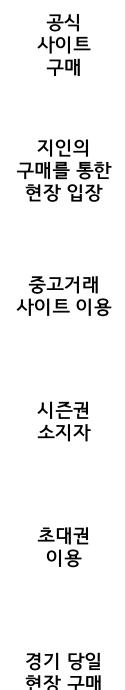
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)

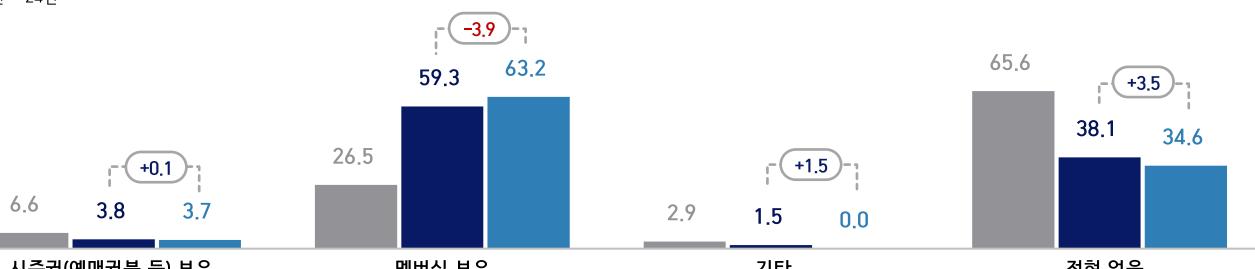


시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 SSG ■ '24년 SSG

※ (): '25년 - '24년



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
SSG	'25년	4.82	4.50	4.57	4.67	4.51	3.63	3.68	2.50	4.22	2.17
	'24년	4.69	4.55	4.53	4.59	4.45	3.89	3.71	-	4.19	2.84
	Gap ('25-'24)	+0.13	-0.05	+0.04	+0.08	+0.06	-0.26	-0.03	-	+0.03	-0.67

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	지하철	자가차량	버스	기타	평균 이동 시간
SSG	'25년	48.5	41.6	22.5	7.3
	'24년	31.8	53.4	16.3	10.8
	Gap ('25-'24)	+16.7	-11.8	+6.2	-3.5
					-2.2

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

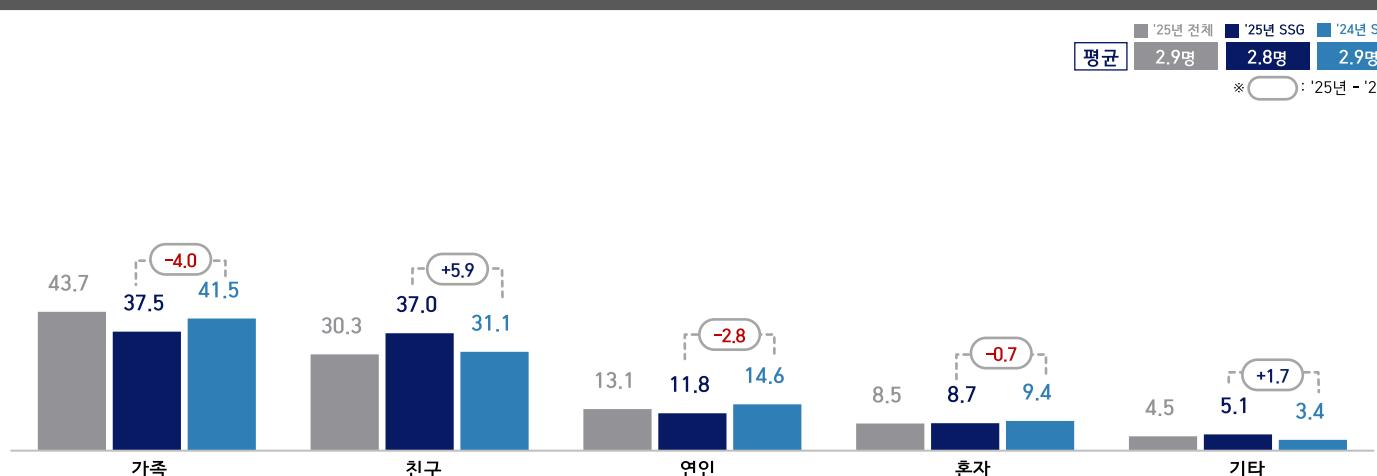
경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	SSG	28.6	49.9	12.2	5.8
					3.5

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

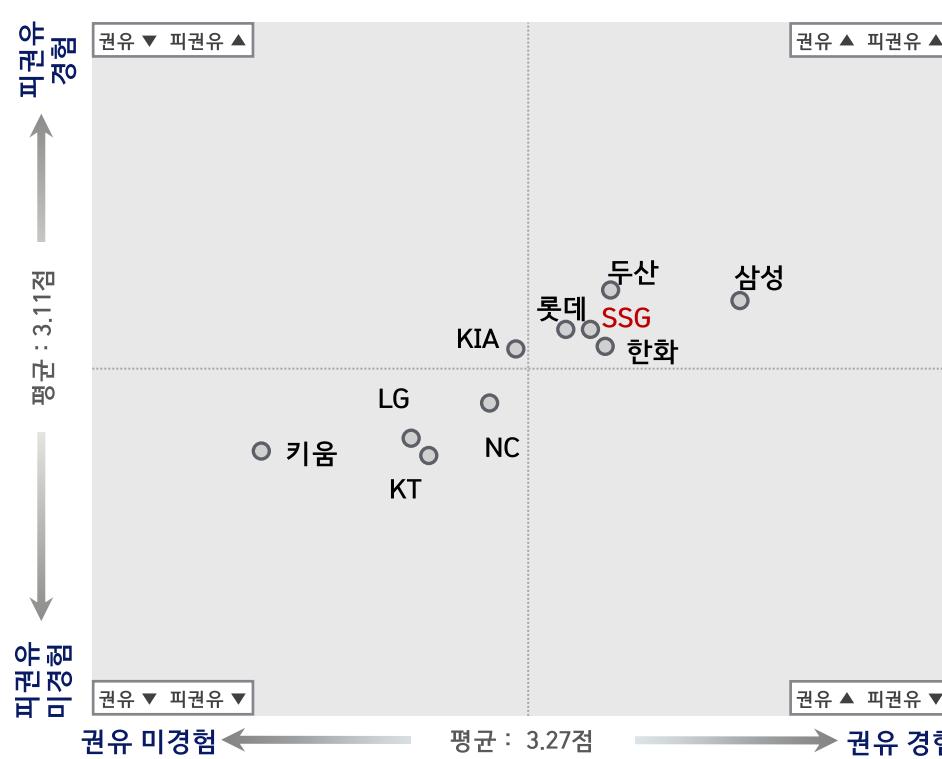
경기장 방문 동행인 및 동행인원

(단위 : %, %p, 명)



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)



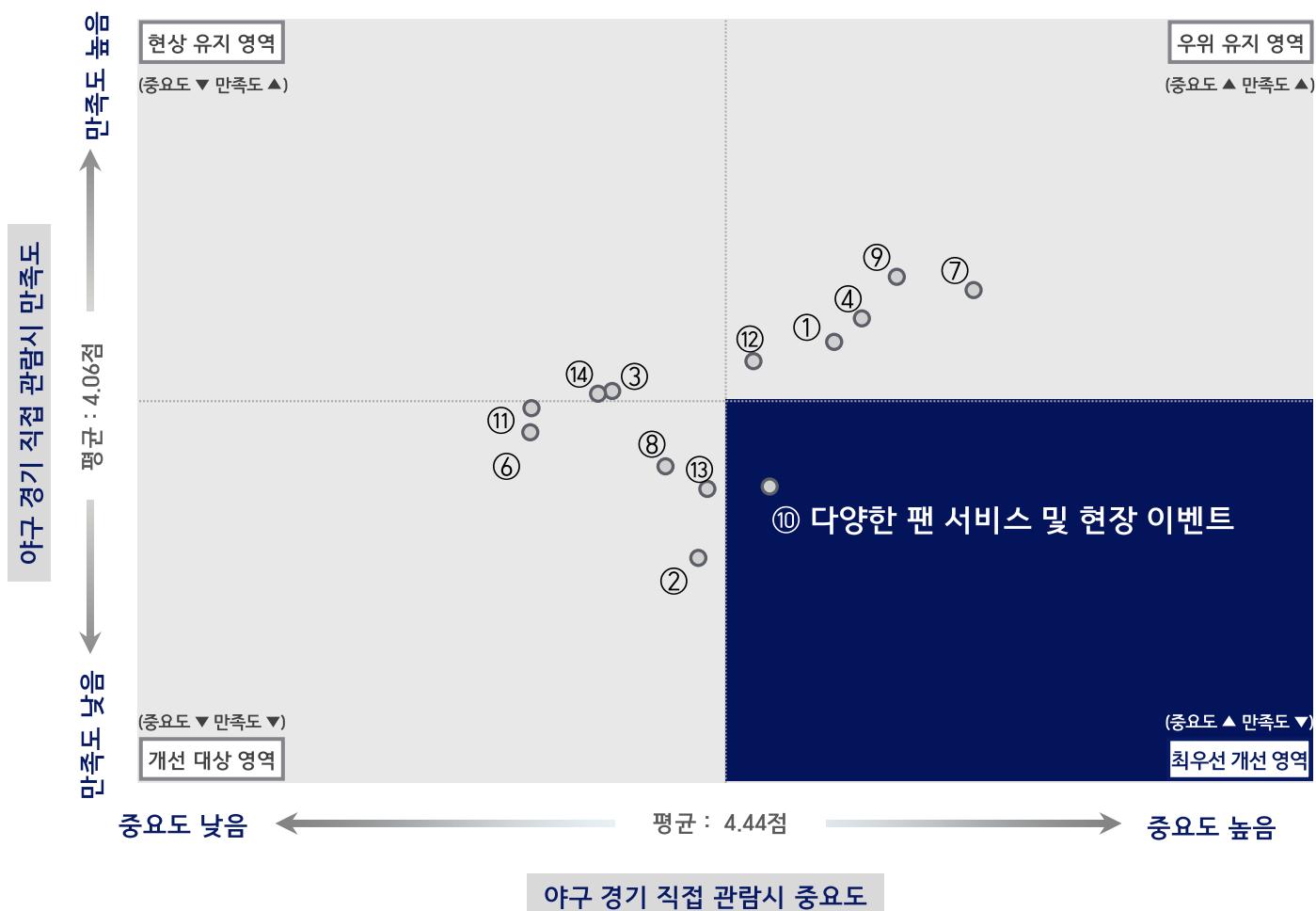
구단명	권유 경험	피권유 경험
전체	3.27	3.11
KIA	3.26	3.12
KT	3.24	3.03
LG	3.23	3.04
NC	3.26	3.07
SSG	3.29	3.14
두산	3.29	3.17
롯데	3.28	3.14
삼성	3.33	3.16
키움	3.19	3.03
한화	3.29	3.12

* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.44	4.44	0.00	4.06	4.14	-0.08	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.54	4.52	+0.02	4.20	4.26	-0.06	우위 유지 영역
② 관람석 의사 편리성	4.41	4.42	-0.01	3.67	3.81	-0.14	개선 대상 영역
③ 주차 편의성	4.33	4.36	-0.03	4.08	4.28	-0.20	현상 유지 영역
④ 대중교통 접근성	4.57	4.56	+0.01	4.26	4.32	-0.06	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.57	-	-	4.36	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.25	4.30	-0.05	4.04	3.98	+0.06	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.67	4.64	+0.03	4.33	4.33	0.00	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.38	4.38	0.00	3.90	4.01	-0.11	개선 대상 영역
⑨ 흄구장 내 식음료 서비스	4.60	4.54	+0.06	4.36	4.36	0.00	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.48	4.46	+0.02	3.85	3.96	-0.11	최우선 개선 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.25	4.32	-0.07	3.98	4.07	-0.09	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.46	4.45	+0.01	4.16	4.22	-0.06	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.42	4.38	+0.04	3.84	3.86	-0.02	개선 대상 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.31	4.31	0.00	4.08	4.09	-0.01	현상 유지 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



두산 베어스

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사 [프로야구] 두산 베어스

조사 기간 (1차) 2025년 8월 16일 / (2차) 2025년 8월 27일 / (3차) 9월 16일 / (4차) 9월 26일

조사 장소 잠실 야구장(서울특별시 송파구)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 두산 베어스 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 1,138명

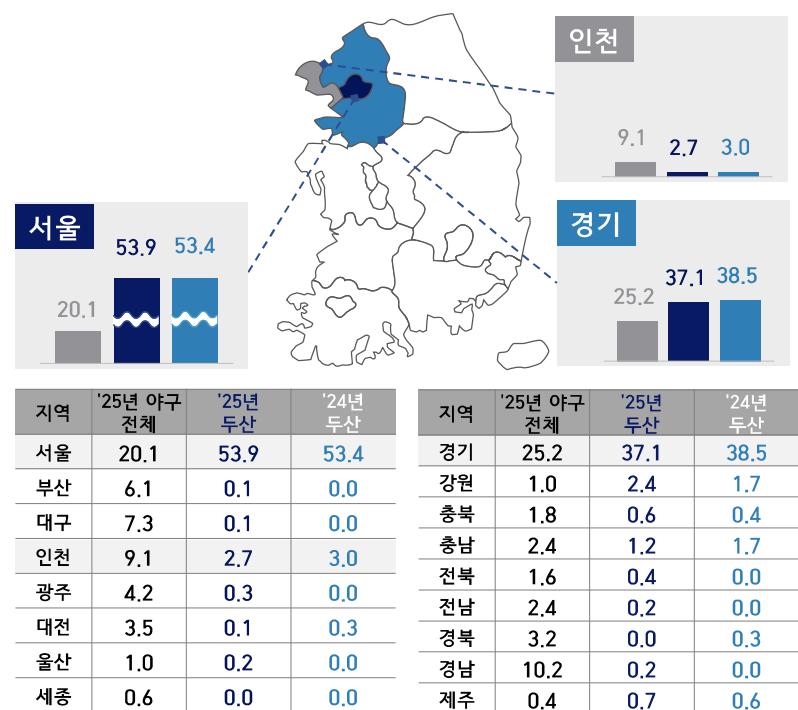
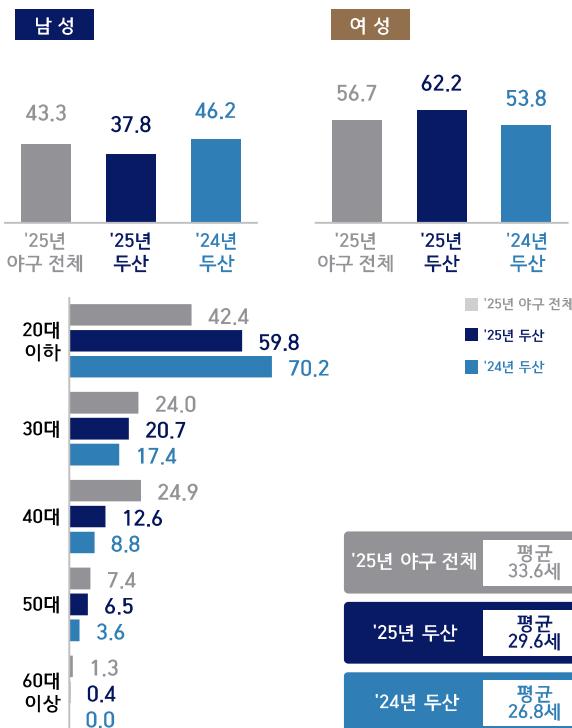
일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

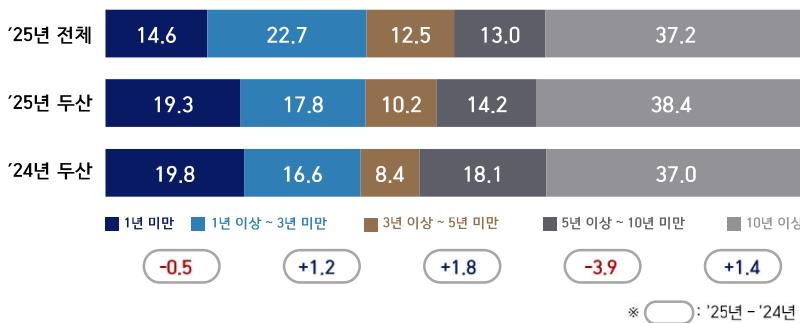
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



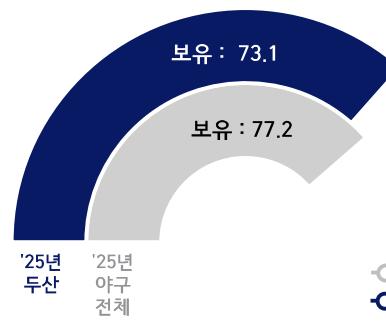
응원기간

(단위 : %, %p)



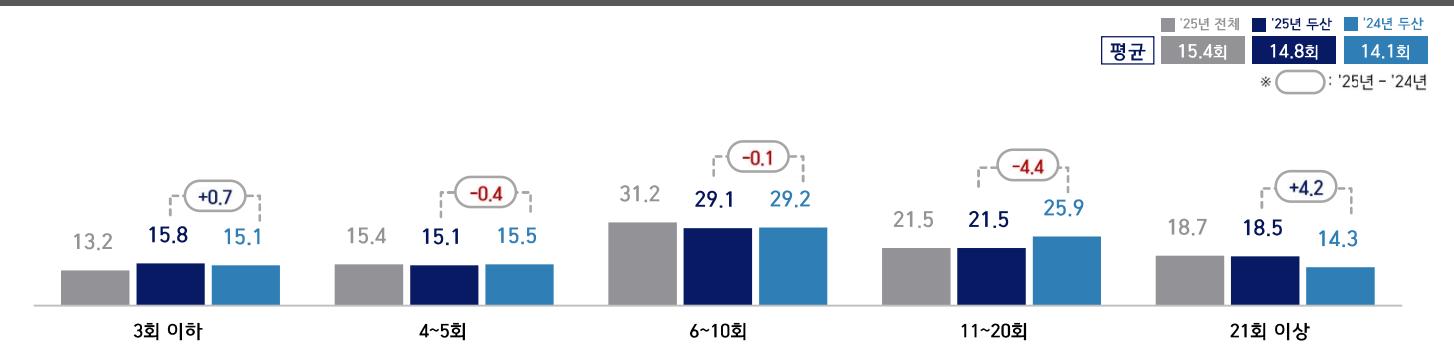
유니폼 보유 현황

(단위 : %)



경기장 방문 횟수

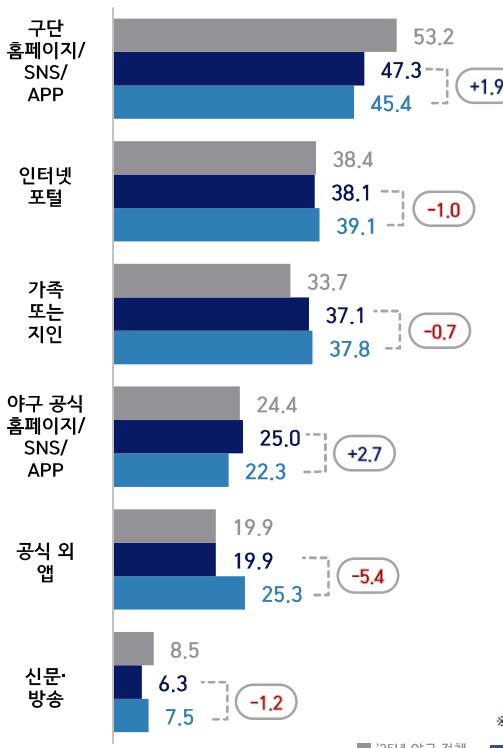
(단위 : %, %p, 회)





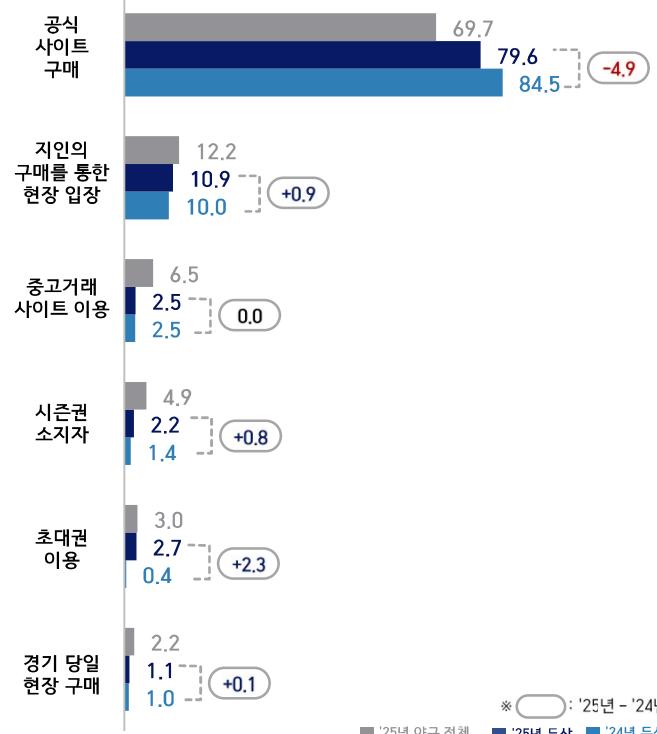
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)



시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 두산 ■ '24년 두산

※ () : '25년 - '24년

시즌권(예매권복 등) 보유

멤버십 보유

기타

전혀 없음

※ () : '25년 - '24년

야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
두산	'25년	4.77	4.33	4.49	4.59	4.53	3.59	3.30	2.49	3.67	1.99
	'24년	4.70	4.43	4.43	4.53	4.49	3.83	3.85	-	4.02	2.48
	Gap ('25-'24)	+0.07	-0.10	+0.06	+0.06	+0.04	-0.24	-0.55	-	-0.35	-0.49

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위: %, %p, 분)

구 분		지하철	버스	자가차량	기타	평균 이동 시간
두산	'25년	77.0	26.8	16.5	4.8	56.1
	'24년	70.6	31.0	18.1	6.1	56.9
	Gap ('25-'24)	+6.4	-4.2	-1.6	-1.3	-0.8

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

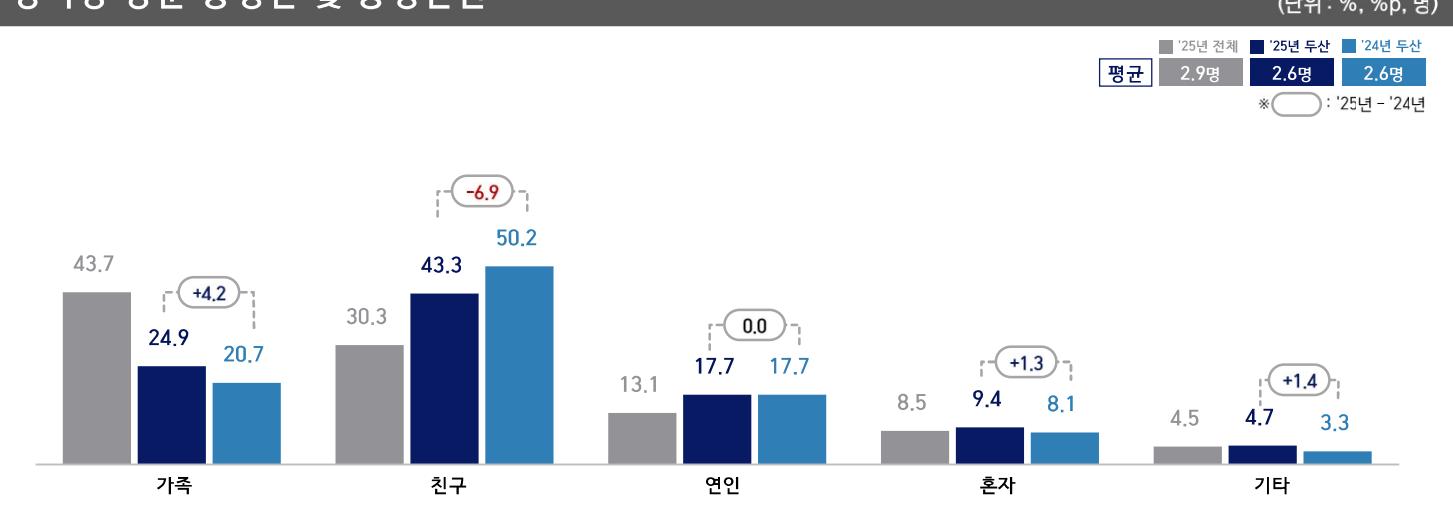
경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위: %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
두산	29.5	51.4	11.7	4.2	3.2

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

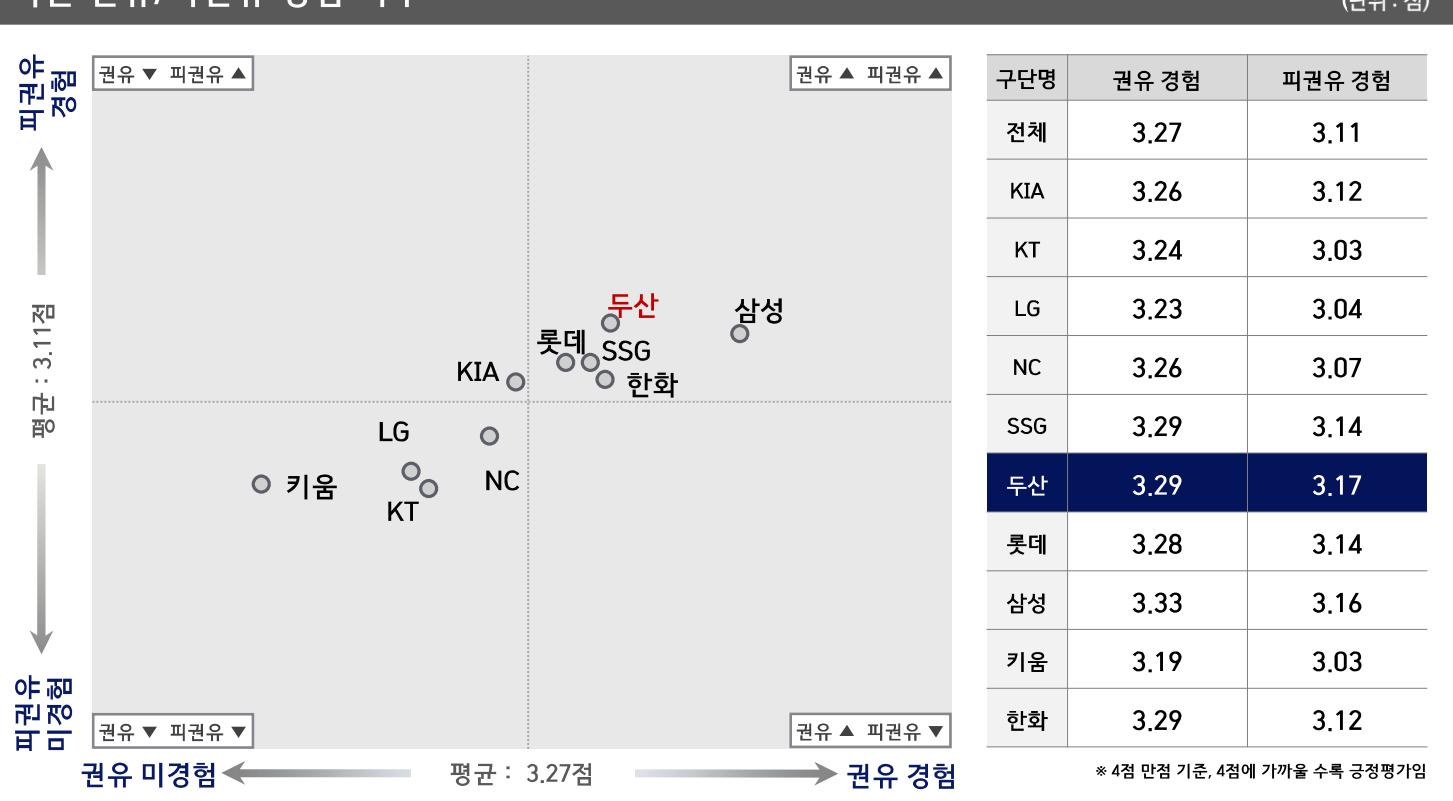
경기장 방문 동행인 및 동행인원

(단위: %, %p, 명)



직관 권유/피권유 경험 여부

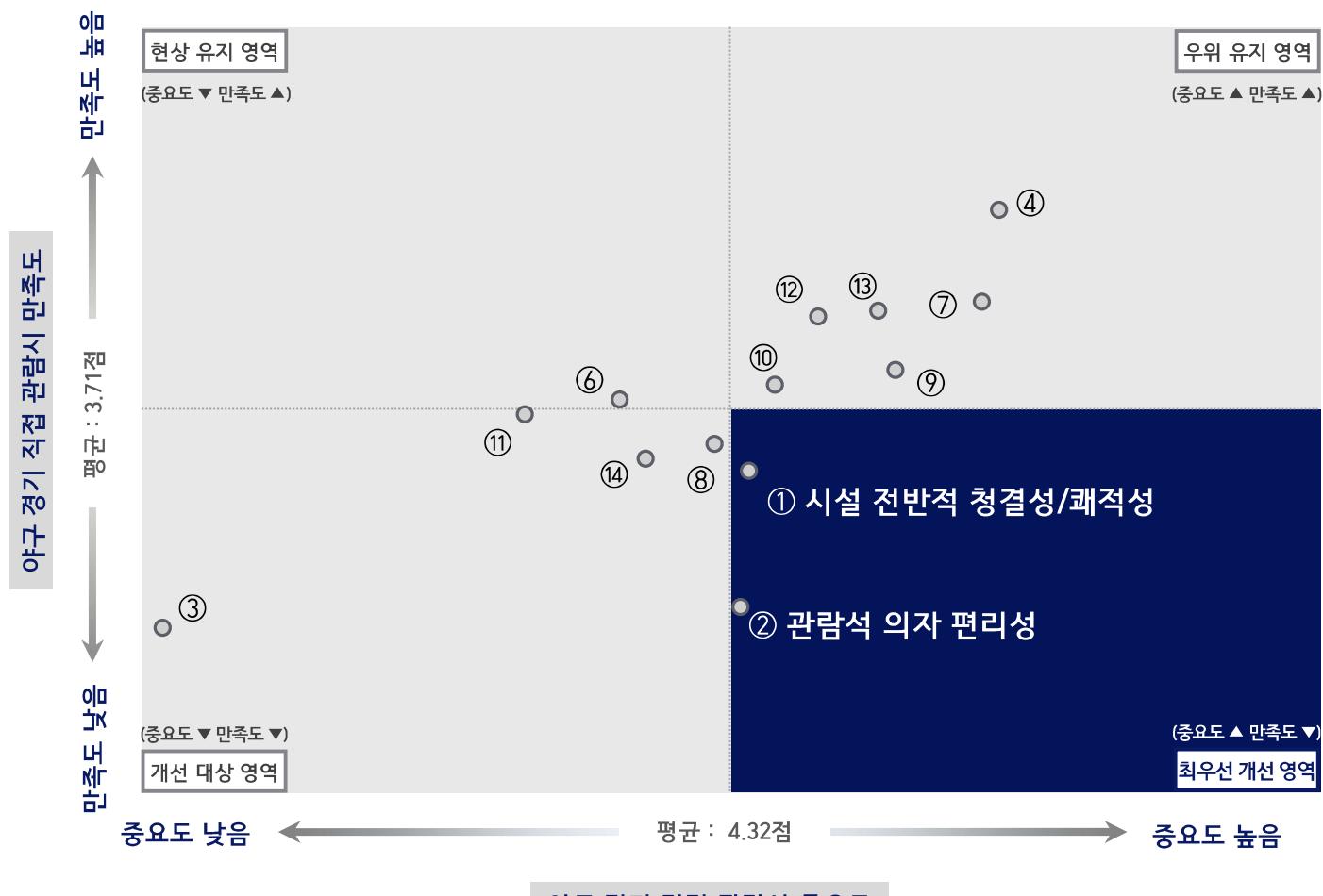
(단위: 점)





야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위: 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.32	4.36	-0.04	3.71	3.76	-0.05	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.34	4.39	-0.05	3.50	3.57	-0.07	최우선 개선 영역
② 관람석 의사 편리성	4.33	4.33	0.00	3.04	3.07	-0.03	최우선 개선 영역
③ 주차 편의성	3.66	3.78	-0.12	2.97	3.11	-0.14	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.63	4.58	+0.05	4.38	4.34	+0.04	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.47	-	-	3.99	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.19	4.33	-0.14	3.74	3.63	+0.11	현상 유지 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.61	4.56	+0.05	4.07	4.11	-0.04	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.30	4.31	-0.01	3.59	3.73	-0.14	개선 대상 영역
⑨ 훌구장 내 식음료 서비스	4.51	4.48	+0.03	3.84	3.94	-0.10	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.37	4.43	-0.06	3.79	3.78	+0.01	우위 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.08	4.20	-0.12	3.69	3.64	+0.05	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.42	4.43	-0.01	4.02	4.05	-0.03	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.49	4.45	+0.04	4.04	4.07	-0.03	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.22	4.27	-0.05	3.54	3.57	-0.03	개선 대상 영역

* ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

*5점 만점 기준 5점에 가까울 수록 긍정평가임



롯데 자이언츠

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사 [프로야구] 롯데 자이언츠

조사 기간 (1차) 2025년 8월 8일 / (2차) 2025년 8월 17일 / (3차) 2025년 8월 29일 / (4차) 2025년 9월 10일

조사 장소 사직 야구장(부산광역시 동래구)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 롯데 자이언츠 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 877명

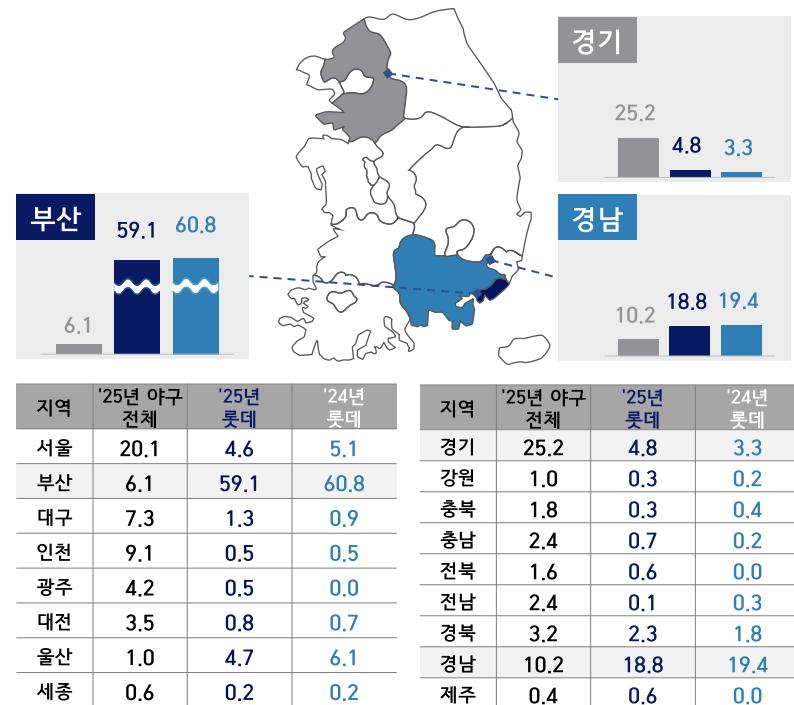
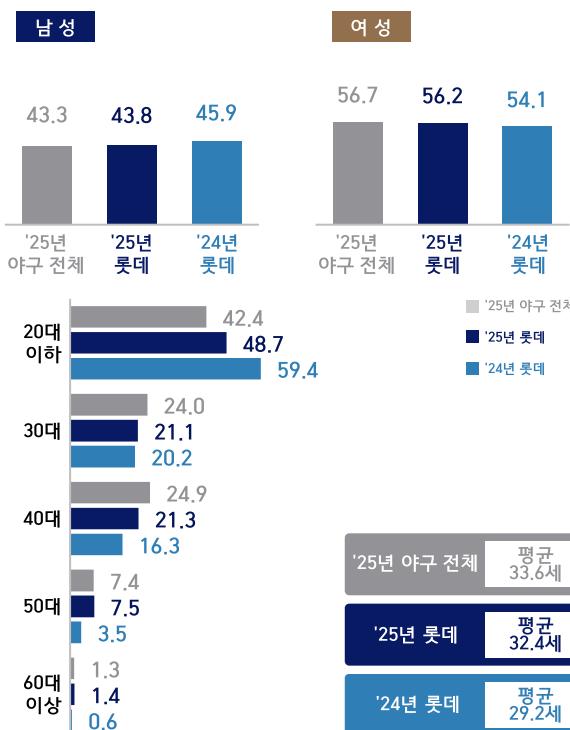
일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

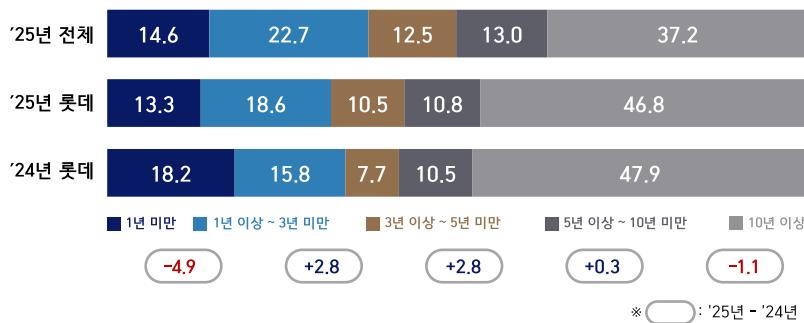
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



응원기간

(단위 : %, %p)



유니폼 보유 현황

(단위 : %)

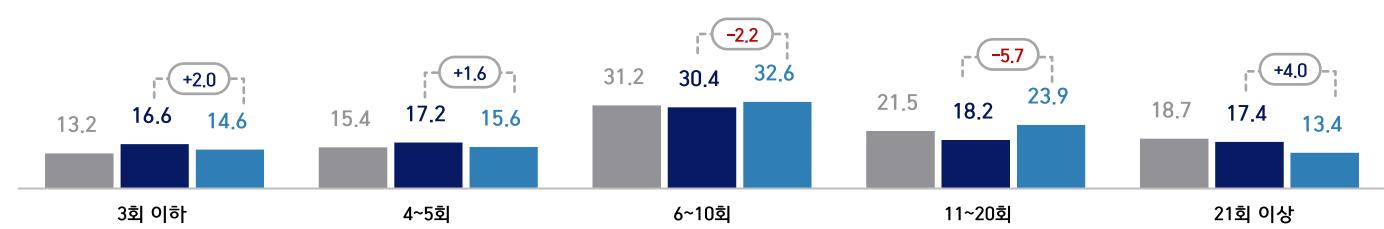


경기장 방문 횟수

(단위 : %, %p, 회)

Category	'25년 전체	'25년 롯데	'24년 롯데
평균	15.4회	14.6회	13.8회

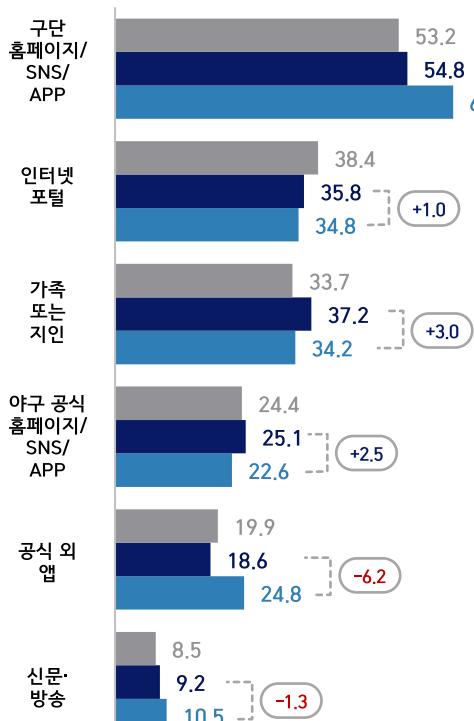
* : '25년 - '24년





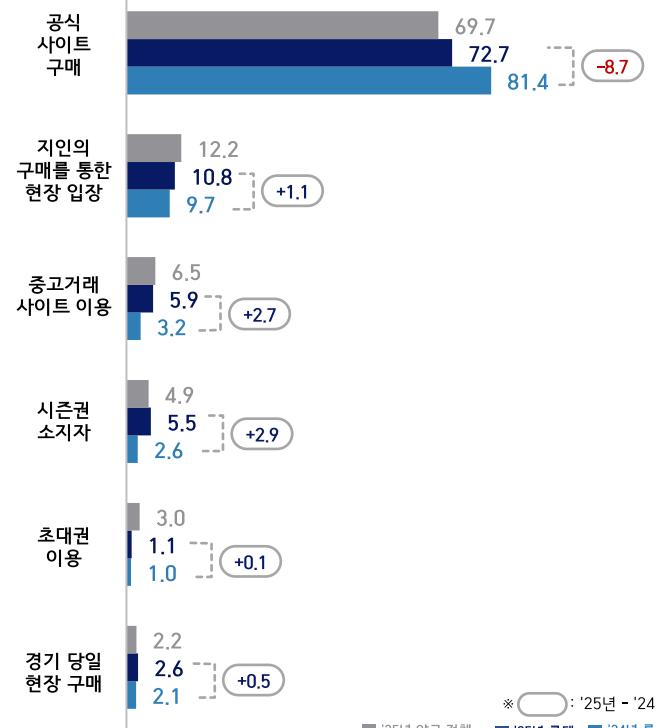
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



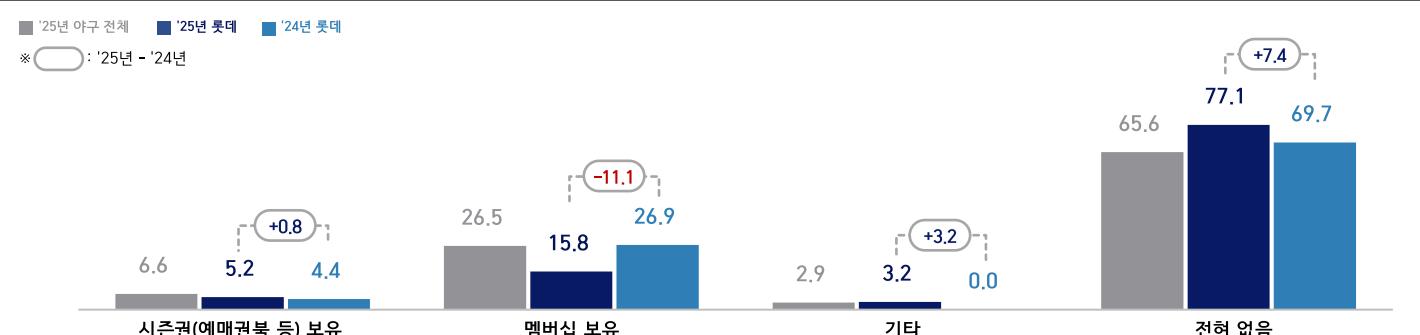
경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)



시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
롯데	'25년	4.77	4.36	4.50	4.61	4.48	3.65	3.53	2.46	4.40	2.08
	'24년	4.76	4.51	4.54	4.64	4.54	3.98	3.81	-	4.55	2.60
	Gap ('25-'24)	+0.01	-0.15	-0.04	-0.03	-0.06	-0.33	-0.28	-	-0.15	-0.52

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	지하철	자가차량	버스	기타	평균 이동 시간
롯데	'25년	40.1	37.4	28.3	18.9
	'24년	38.7	37.4	32.4	16.5
	Gap ('25-'24)	+1.4	0.0	-4.1	+2.4
※ 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함					
※ 이용교통수단 : 복수응답					

경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	21.3	43.1	13.2	7.5	14.8

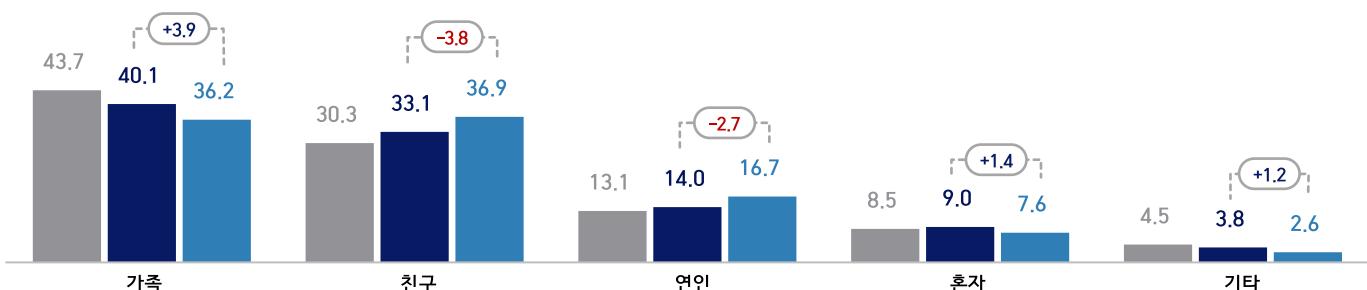
※ 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

※ 이용교통수단 : 복수응답

경기장 방문 동행인 및 동행인원

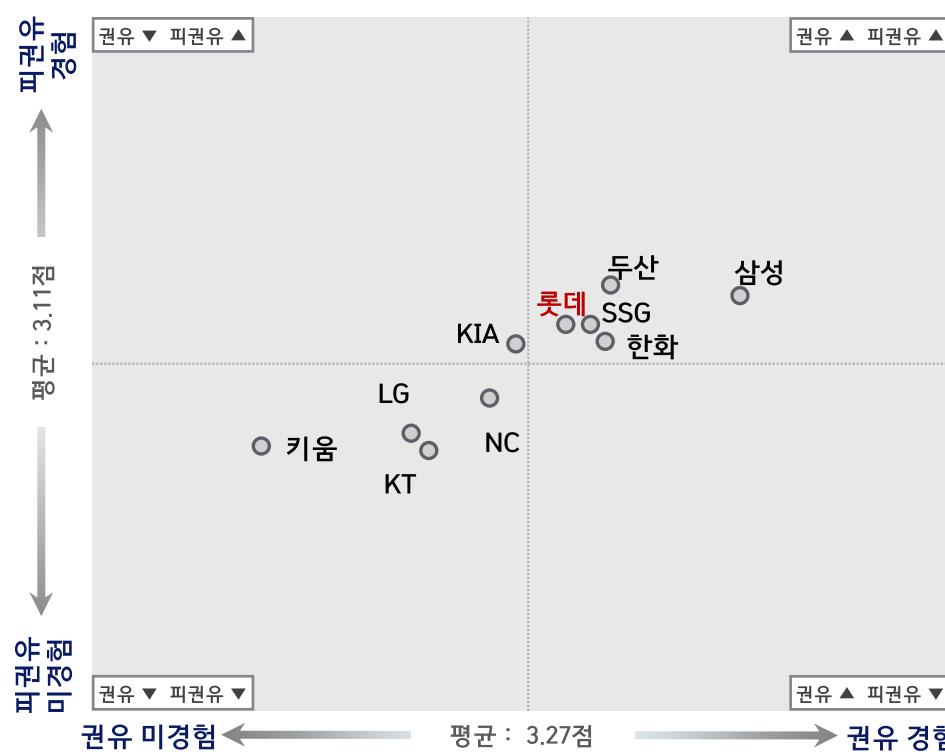
(단위 : %, %p, 명)

■ '25년 전체
■ '25년 롯데
■ '24년 롯데
□ 평균
○ : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)

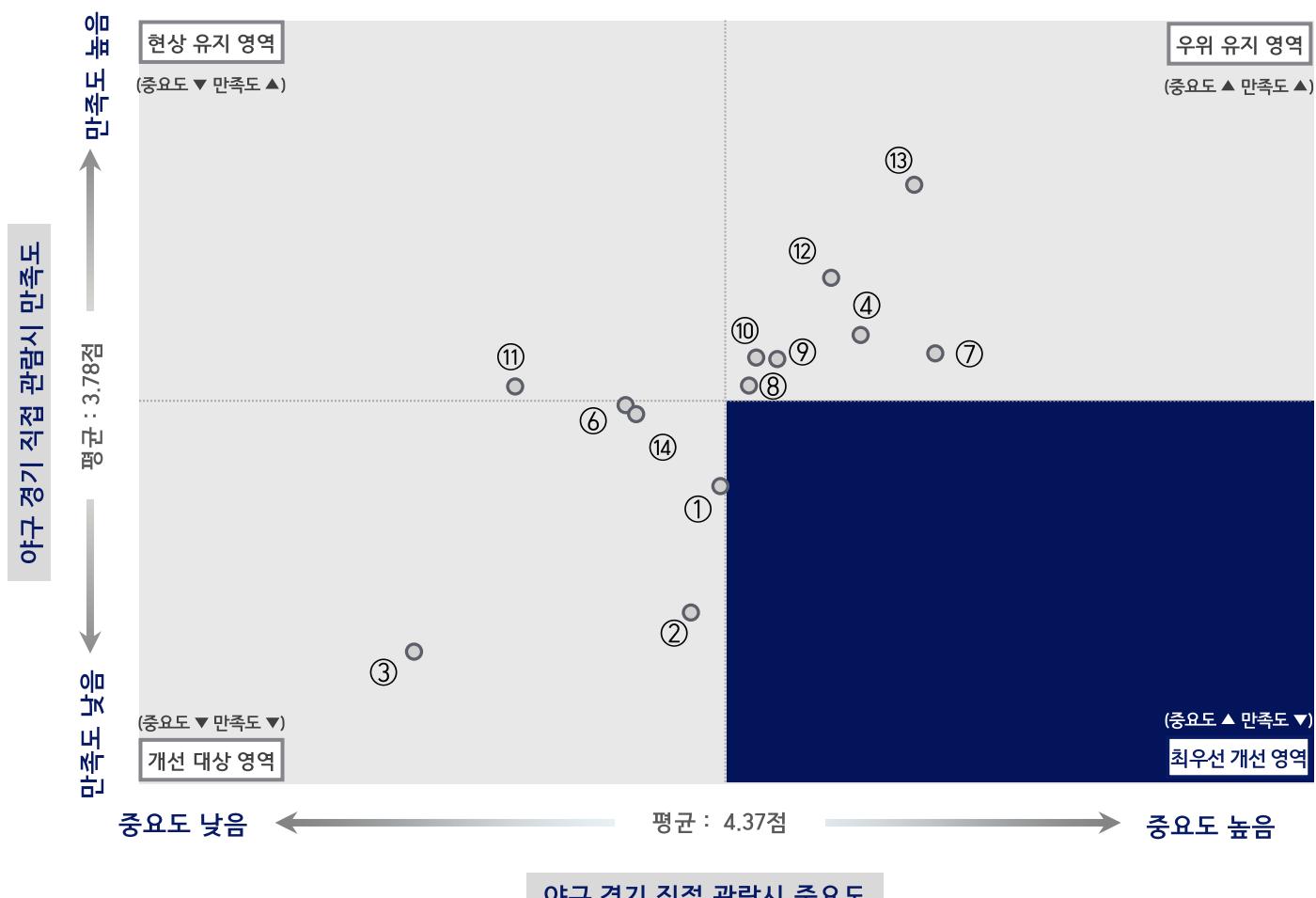


* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.37	4.48	-0.11	3.78	3.82	-0.04	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.36	4.45	-0.09	3.50	3.48	+0.02	개선 대상 영역
② 관람석 의사 편리성	4.33	4.42	-0.09	3.10	3.16	-0.06	개선 대상 영역
③ 주차 편의성	4.03	4.21	-0.18	2.97	3.01	-0.04	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.51	4.56	-0.05	3.99	4.04	-0.05	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.47	-	-	3.83	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.26	4.44	-0.18	3.76	3.78	-0.02	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.59	4.64	-0.05	3.93	3.99	-0.06	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.39	4.43	-0.04	3.83	3.84	-0.01	우위 유지 영역
⑨ 흄구장 내 식음료 서비스	4.42	4.51	-0.09	3.91	3.85	+0.06	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.40	4.53	-0.13	3.92	4.05	-0.13	우위 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.14	4.36	-0.22	3.82	3.96	-0.14	현상 유지 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.48	4.60	-0.12	4.17	4.27	-0.10	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.57	4.65	-0.08	4.47	4.53	-0.06	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.27	4.43	-0.16	3.73	3.77	-0.04	개선 대상 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



삼성 라이온즈

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사 [프로야구] 삼성 라이온즈

조사 기간 (1차) 2025년 8월 13일 / (2차) 2025년 8월 24일

조사 장소 대구 삼성 라이온즈 파크(대구광역시 수성구)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 삼성 라이온즈 홈경기 방문자 중 흥구단 응원 관람객 972명

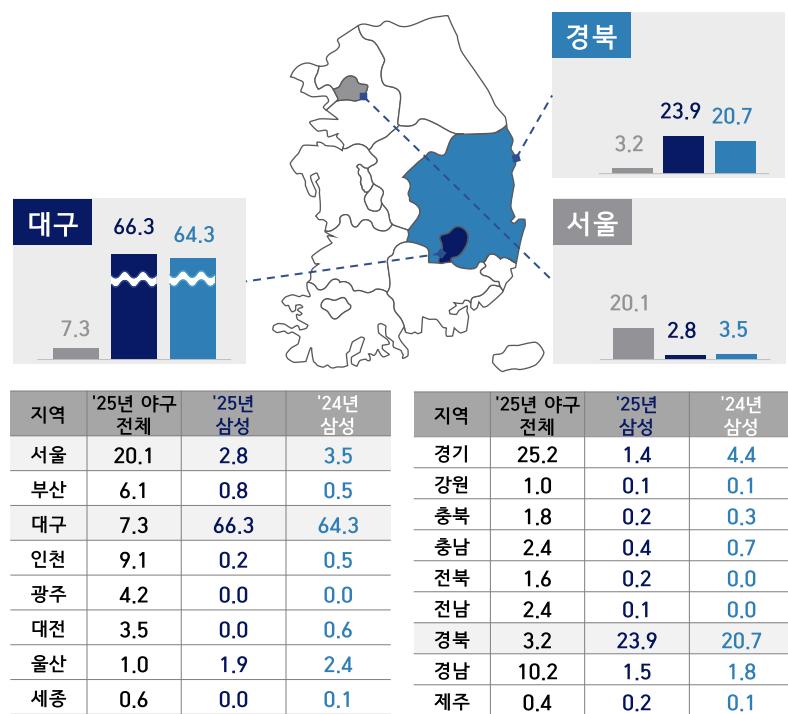
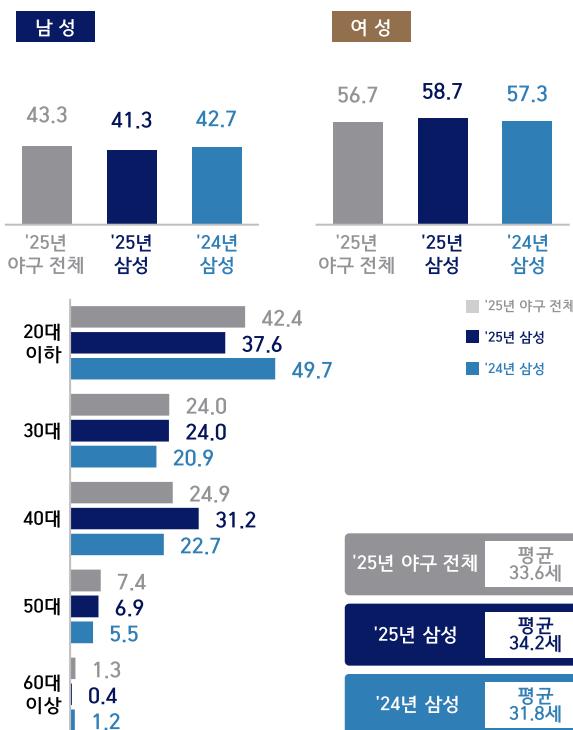
일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

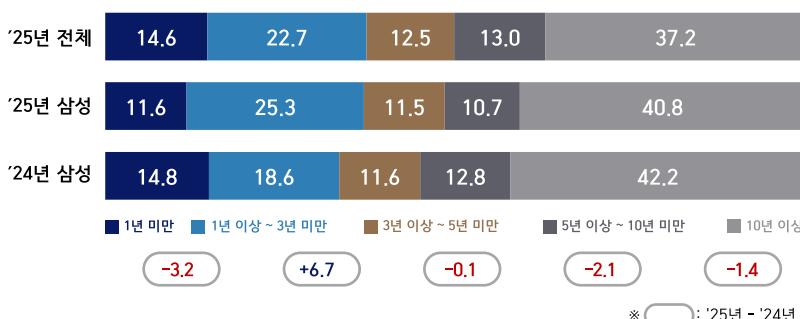
관람객 응답자 특성

(단위 : %, 세)



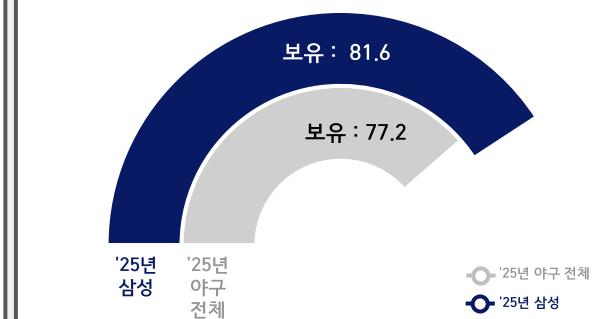
응원기간

(단위 : %, %p)



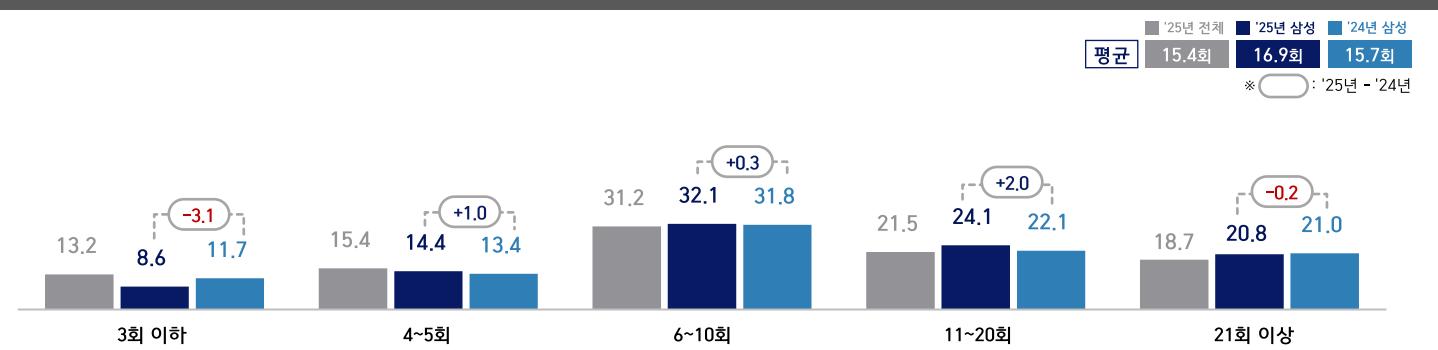
유니폼 보유 현황

(단위 : %)



경기장 방문 횟수

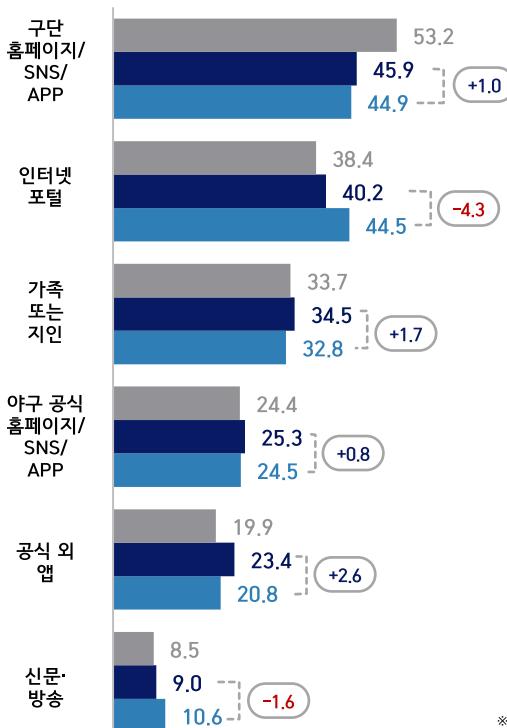
(단위 : %, %p, 회)





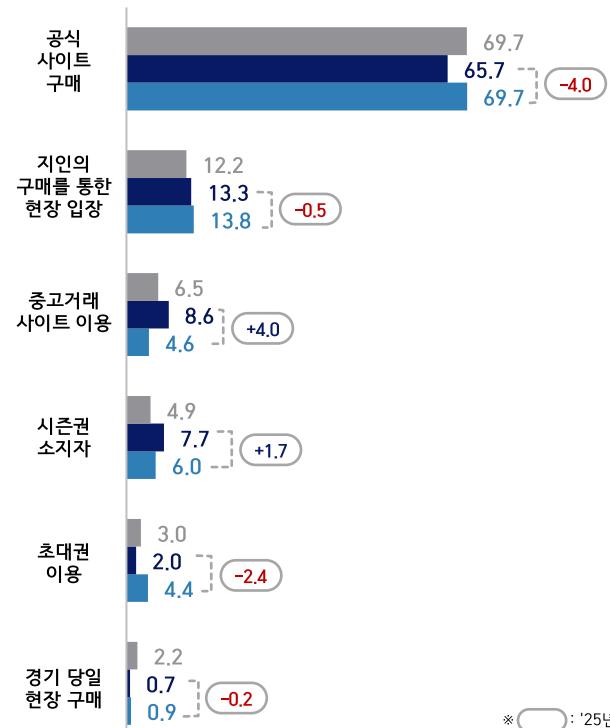
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



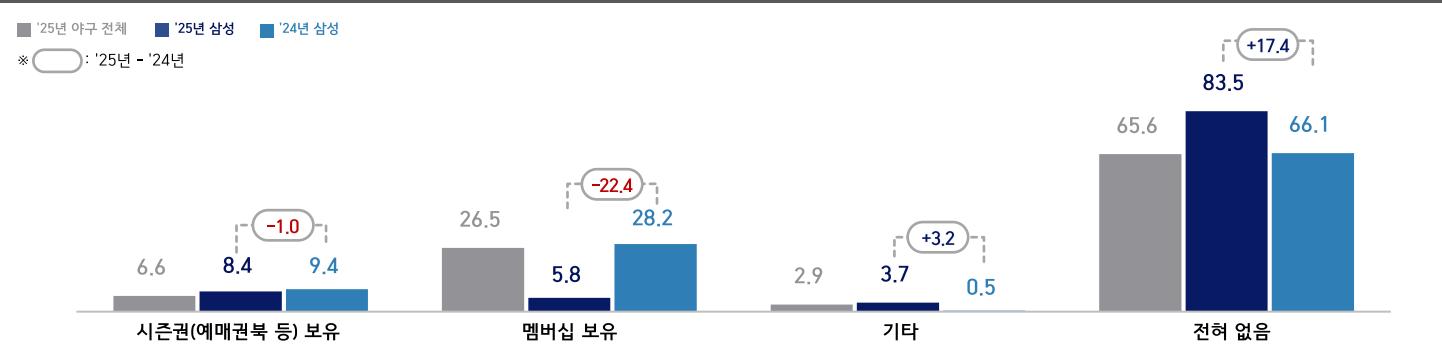
경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)



시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
삼성	'25년	4.77	4.37	4.56	4.69	4.45	3.69	3.41	2.17	4.49	2.02
	'24년	4.75	4.55	4.61	4.65	4.52	3.97	3.91	-	4.53	2.81
	Gap ('25-'24)	+0.02	-0.18	-0.05	+0.04	-0.07	-0.28	-0.50	-	-0.04	-0.79

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분		자가차량	지하철	버스	기타	평균 이동 시간
삼성	'25년	55.5	35.9	20.2	9.6	47.1
	'24년	46.2	37.7	23.8	12.9	57.1
	Gap ('25-'24)	+9.3	-1.8	-3.6	-3.3	-10.0

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

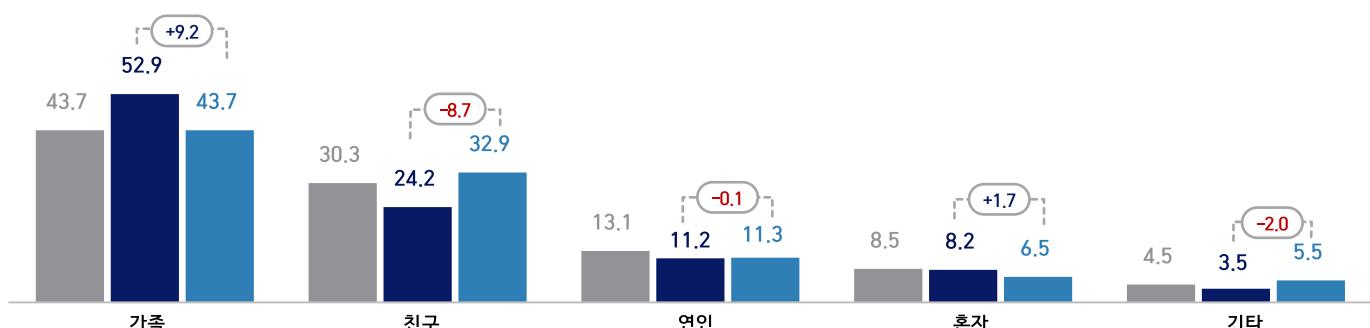
구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	29.9	42.8	13.3	5.7	8.3

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

경기장 방문 동행인 및 동행인원

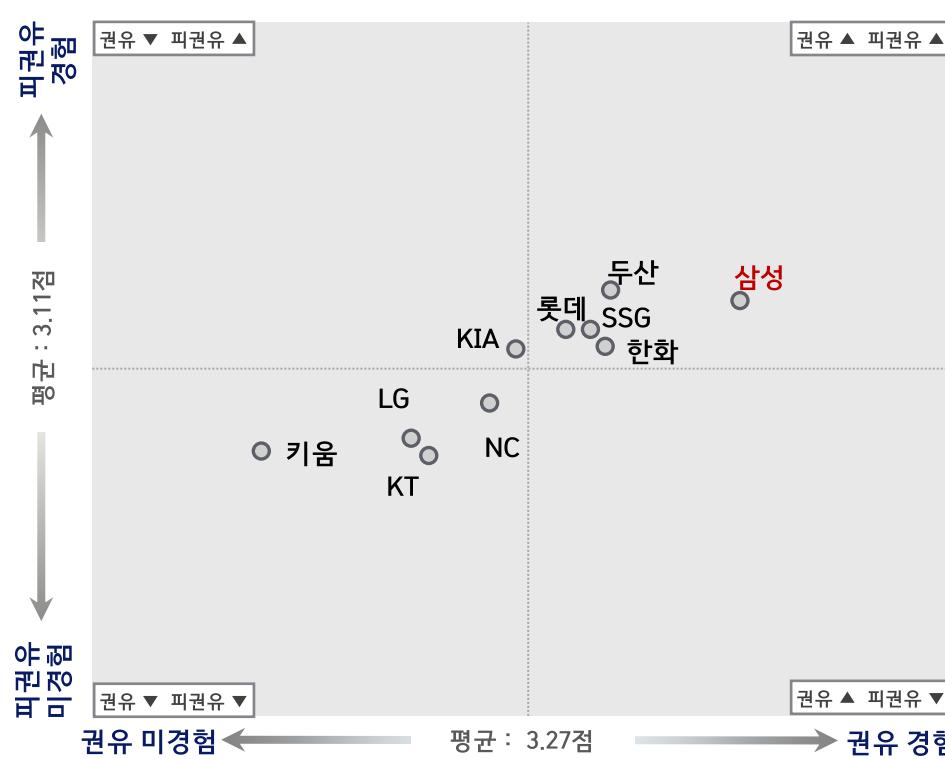
(단위 : %, %p, 명)

■ '25년 전체 ■ '25년 삼성 ■ '24년 삼성
■ 평균 ■ 2.9명 ■ 3.0명 ■ 3.3명
○ : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)



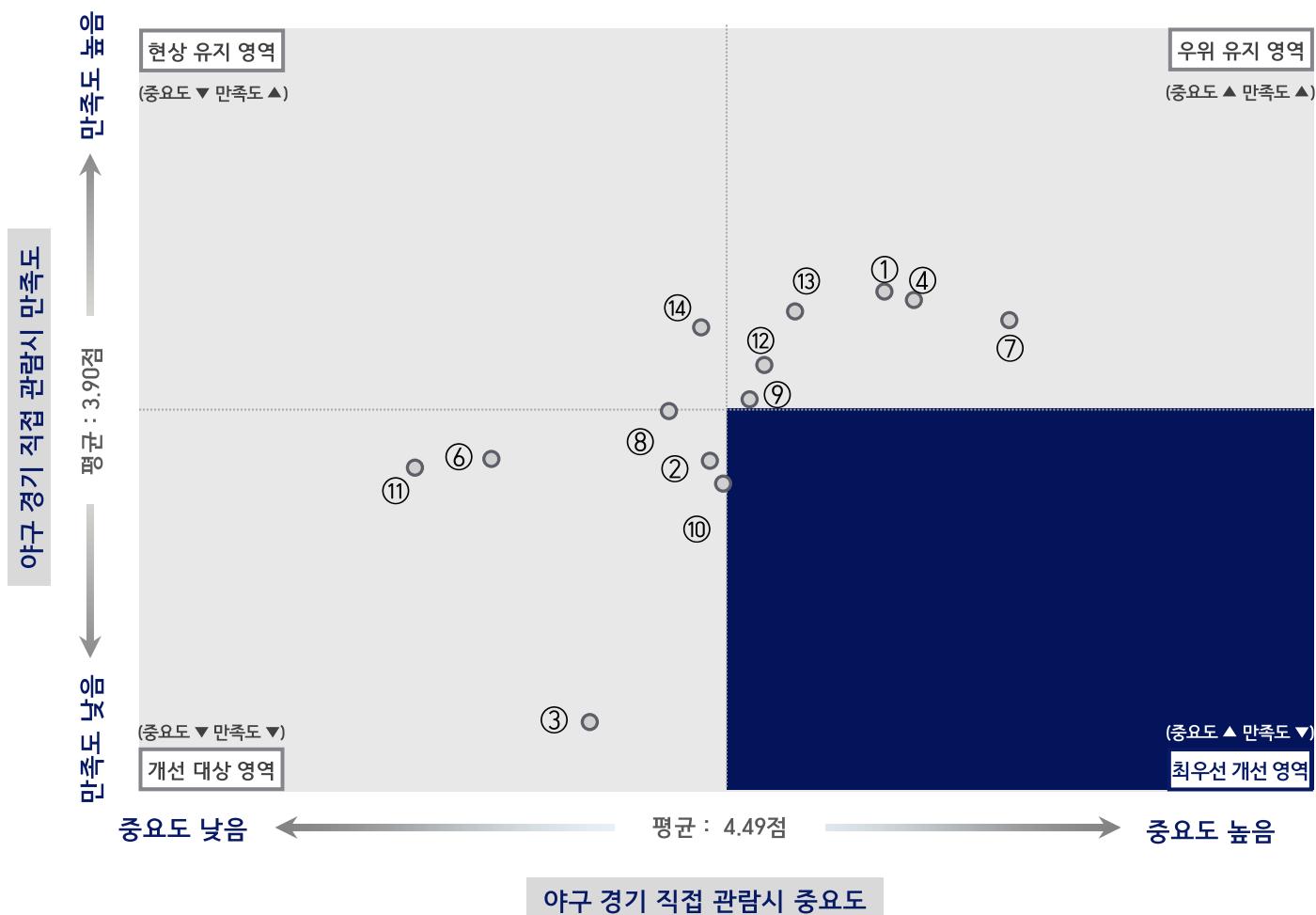
구단명	권유 경험	피권유 경험
전체	3.27	3.11
KIA	3.26	3.12
KT	3.24	3.03
LG	3.23	3.04
NC	3.26	3.07
SSG	3.29	3.14
두산	3.29	3.17
롯데	3.28	3.14
삼성	3.33	3.16
키움	3.19	3.03
한화	3.29	3.12

* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.49	4.53	-0.04	3.90	3.94	-0.04	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.60	4.62	-0.02	4.34	4.41	-0.07	우위 유지 영역
② 관람석 의사 편리성	4.48	4.52	-0.04	3.71	3.97	-0.26	개선 대상 영역
③ 주차 편의성	4.39	4.43	-0.04	2.74	2.78	-0.04	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.62	4.63	-0.01	4.31	4.35	-0.04	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.54	-	-	4.00	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.33	4.45	-0.12	3.72	3.48	+0.24	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.69	4.67	+0.02	4.23	4.27	-0.04	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.45	4.50	-0.05	3.89	4.03	-0.14	개선 대상 영역
⑨ 훈구장 내 식음료 서비스	4.51	4.54	-0.03	3.94	3.90	+0.04	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.49	4.54	-0.05	3.63	3.53	+0.10	개선 대상 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.27	4.37	-0.10	3.68	3.65	+0.03	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.52	4.55	-0.03	4.06	4.14	-0.08	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.54	4.54	0.00	4.26	4.35	-0.09	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.47	4.51	-0.04	4.20	4.29	-0.09	현상 유지 영역

* ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



키움 히어로즈

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사 [프로야구] 키움 히어로즈

조사 기간 (1차) 2025년 8월 8일 / (2차) 2025년 8월 16일 / (3차) 2025년 8월 28일

조사 장소 고척 스카이돔(서울특별시 구로구)

조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

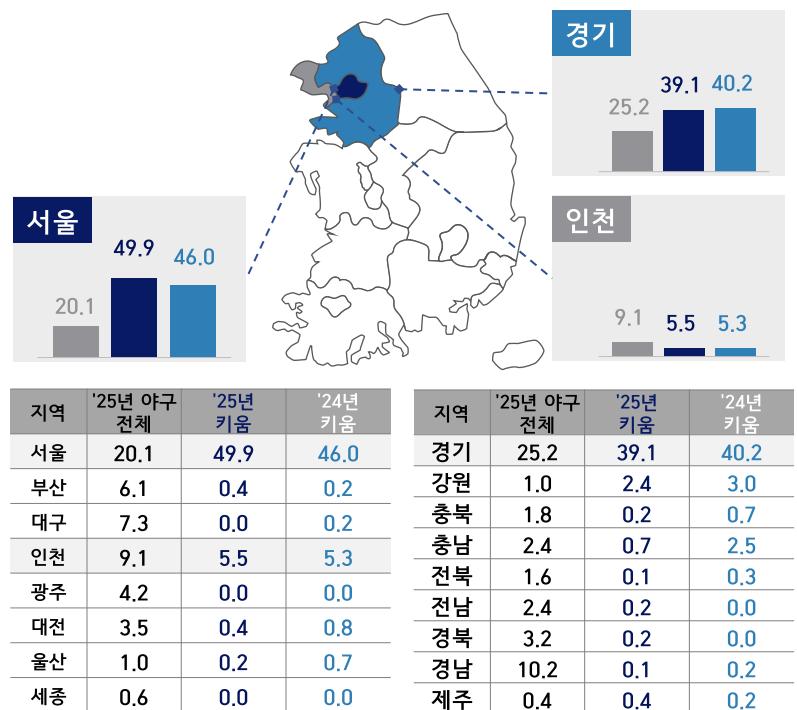
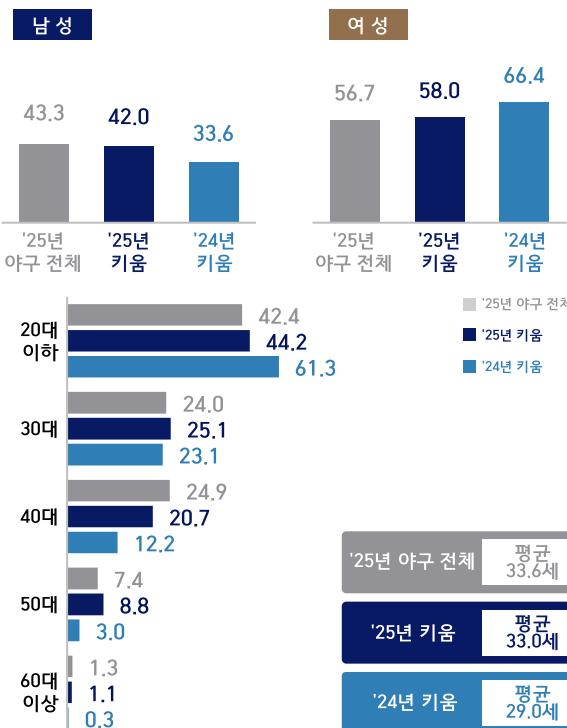
분석 표본 키움 히어로즈 홈경기 방문자 중 흥구단 응원 관람객 805명

일러두기 · 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음

· 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음

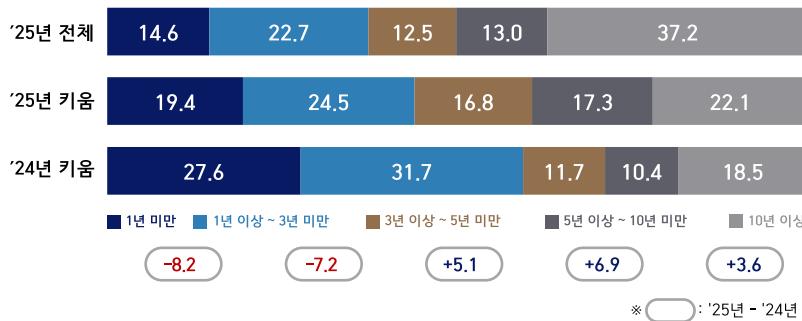
· 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

관람객 응답자 특성



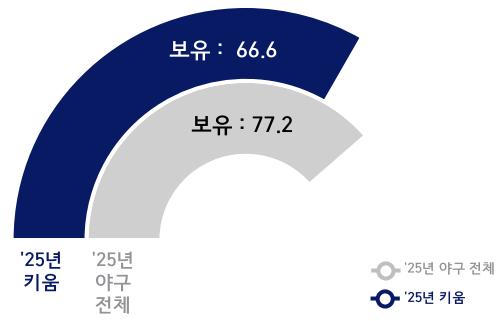
응원기간

(단위 : %, %p)



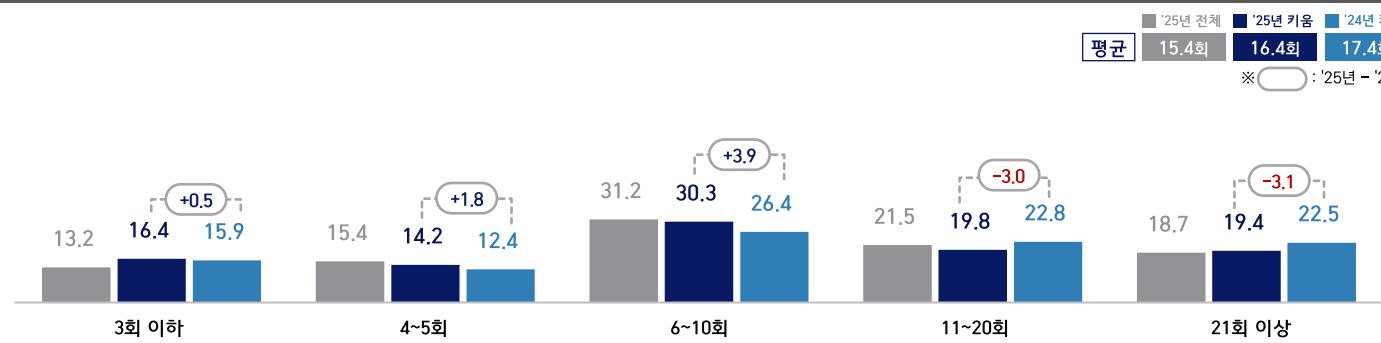
유니폼 보유 현황

(단위 : %)



경기장 방문 횟수

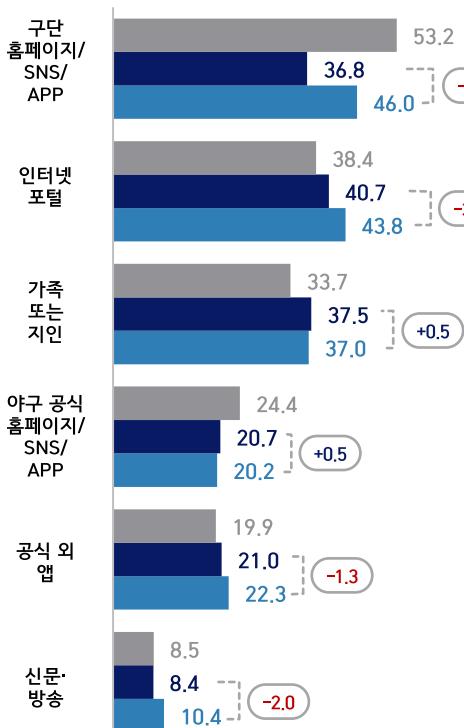
(단위 : %, %p, 회)





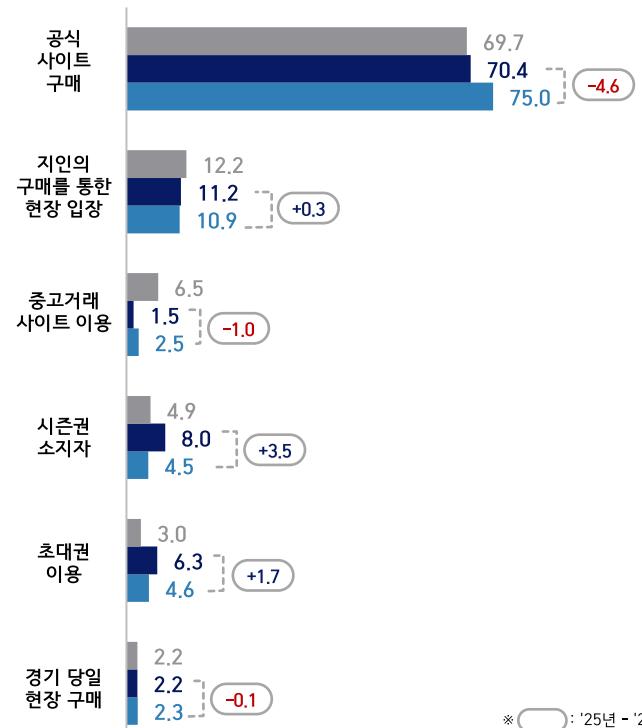
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)

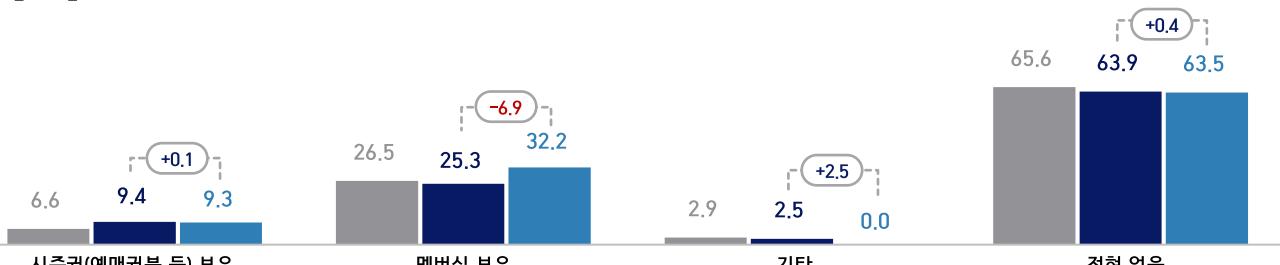


시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 키움 ■ '24년 키움

※ () : '25년 - '24년



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
키움	'25년	4.62	4.32	4.30	4.50	4.24	3.46	2.97	2.49	3.41	2.05
	'24년	4.71	4.42	4.27	4.45	4.32	3.58	3.32	-	3.60	2.51
	Gap ('25-'24)	-0.09	-0.10	+0.03	+0.05	-0.08	-0.12	-0.35	-	-0.19	-0.46

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	지하철	버스	자가차량	기타	평균 이동 시간
키움	'25년	50.6	40.0	21.0	12.5
	'24년	48.6	43.5	19.3	12.9
	Gap ('25-'24)	+2.0	-3.5	+1.7	-0.4
					+1.3

* 기타 : 택시, 열차, 도보, 자전거, 기타 등을 포함

* 이용교통수단 : 복수응답

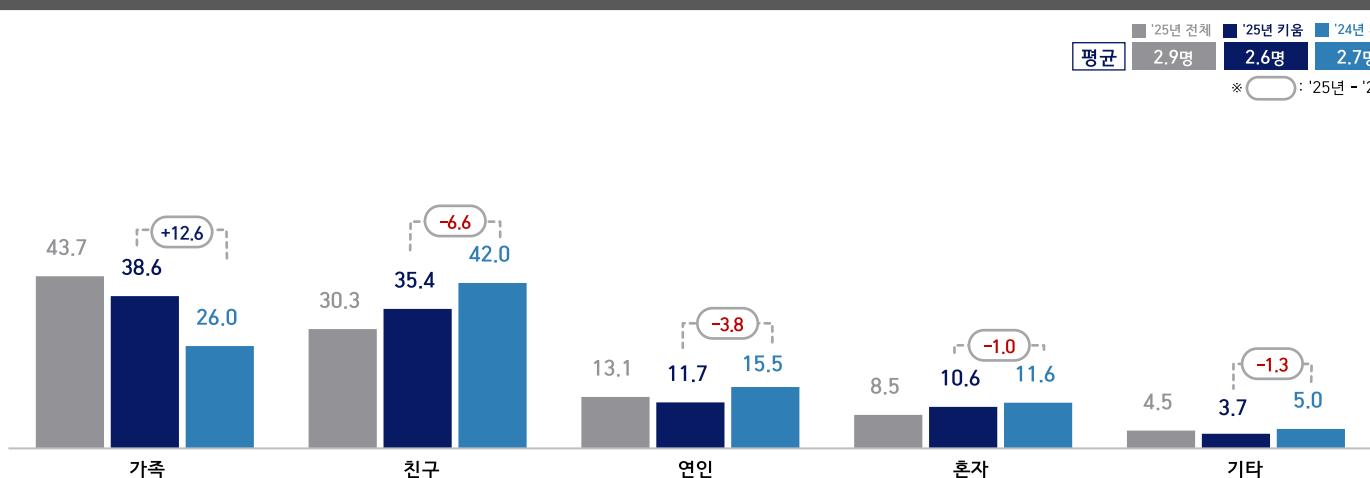
경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	21.5	52.4	11.8	7.3	7.0

* 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함

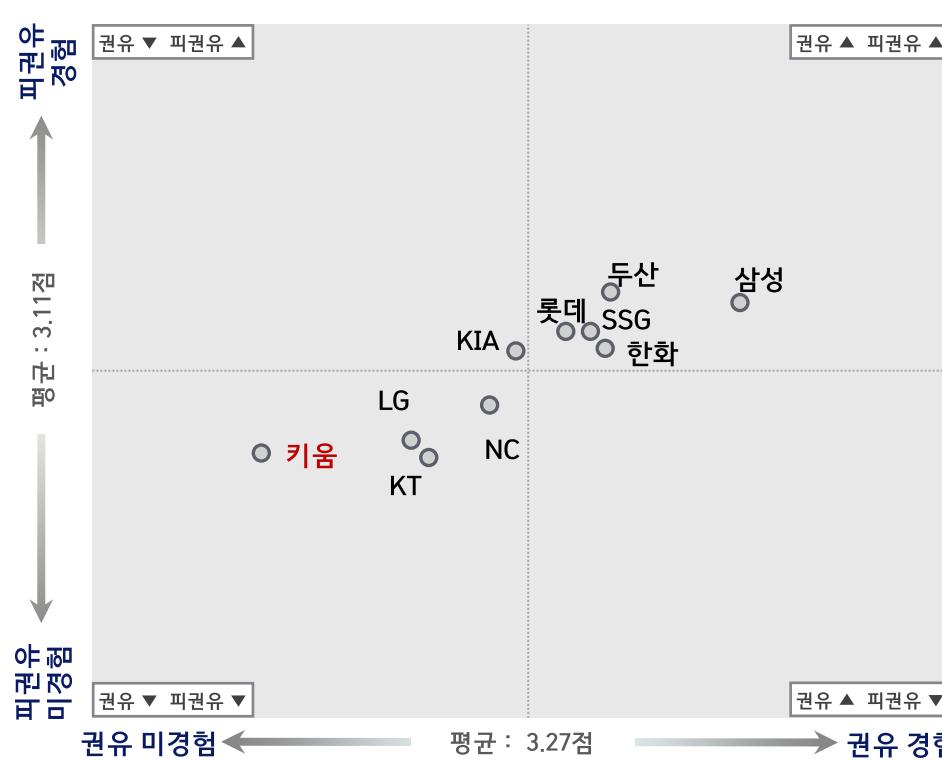
경기장 방문 동행인 및 동행인원

(단위 : %, %p, 명)



직관 권유/피권유 경험 여부

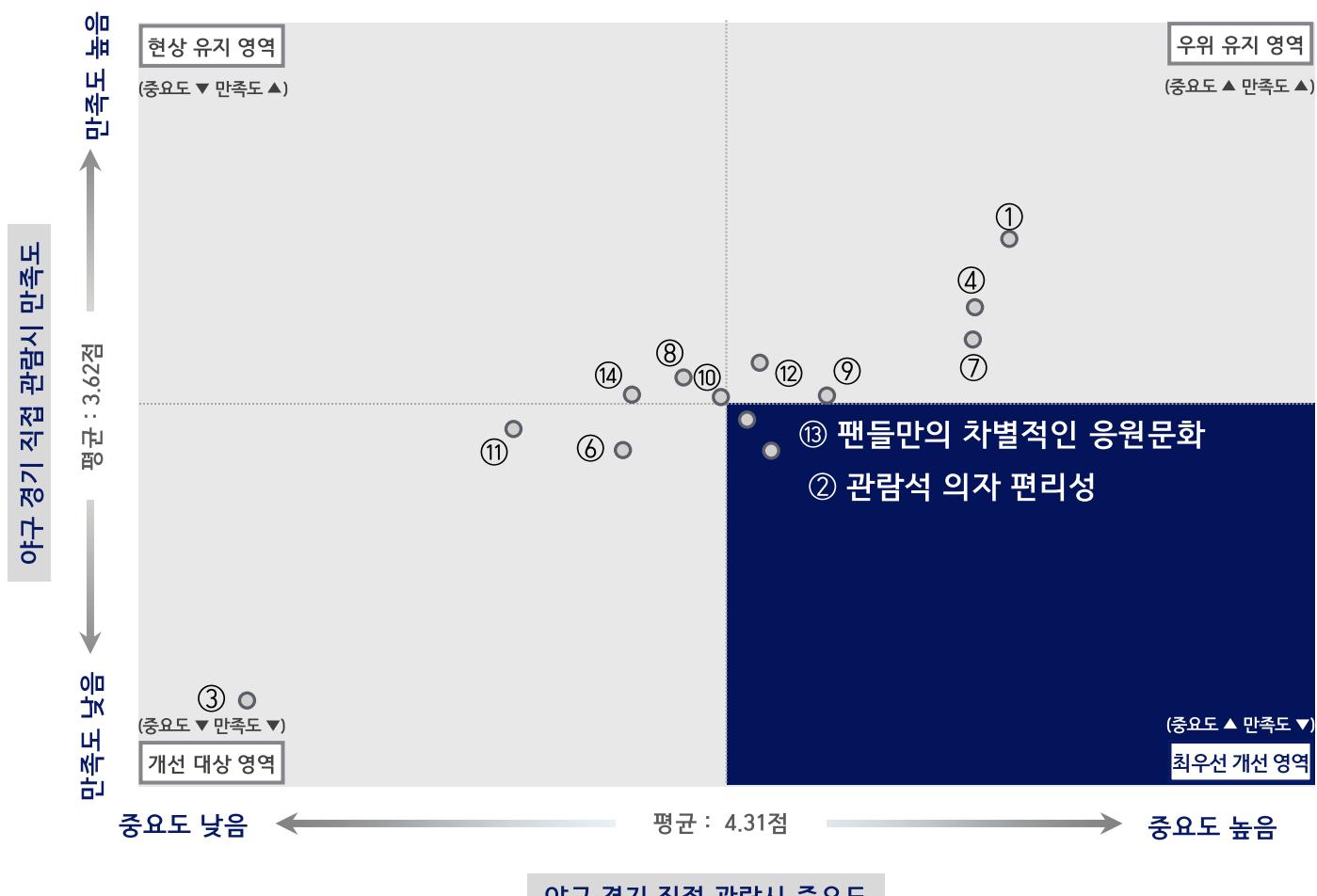
(단위 : 점)





야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.31	4.39	-0.08	3.62	3.65	-0.03	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.62	4.65	-0.03	4.25	4.32	-0.07	우위 유지 영역
② 관람석 의자 편리성	4.36	4.42	-0.06	3.44	3.46	-0.02	최우선 개선 영역
③ 주차 편의성	3.79	3.80	-0.01	2.48	2.40	+0.08	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.58	4.59	-0.01	3.99	4.01	-0.02	우위 유지 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.44	-	3.74	-	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.20	4.27	-0.07	3.44	3.37	+0.07	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.58	4.60	-0.02	3.87	3.77	+0.10	우위 유지 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.26	4.37	-0.11	3.72	3.75	-0.03	현상 유지 영역
⑨ 훈구장 내 식음료 서비스	4.42	4.44	-0.02	3.65	3.61	+0.04	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.30	4.48	-0.18	3.65	3.75	-0.10	현상 유지 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.08	4.23	-0.15	3.52	3.56	-0.04	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.35	4.38	-0.03	3.78	3.87	-0.09	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.33	4.42	-0.09	3.56	3.67	-0.11	최우선 개선 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.21	4.32	-0.11	3.65	3.76	-0.11	현상 유지 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



한화 이글스

2025년 프로스포츠 관람객 성향조사 [프로야구] 한화 이글스

조사 기간 (1차) 2025년 8월 12일 / (2차) 2025년 8월 24일 / (3차) 2025년 9월 12일

조사 장소 대전 한화생명 불파크(대전광역시 중구)

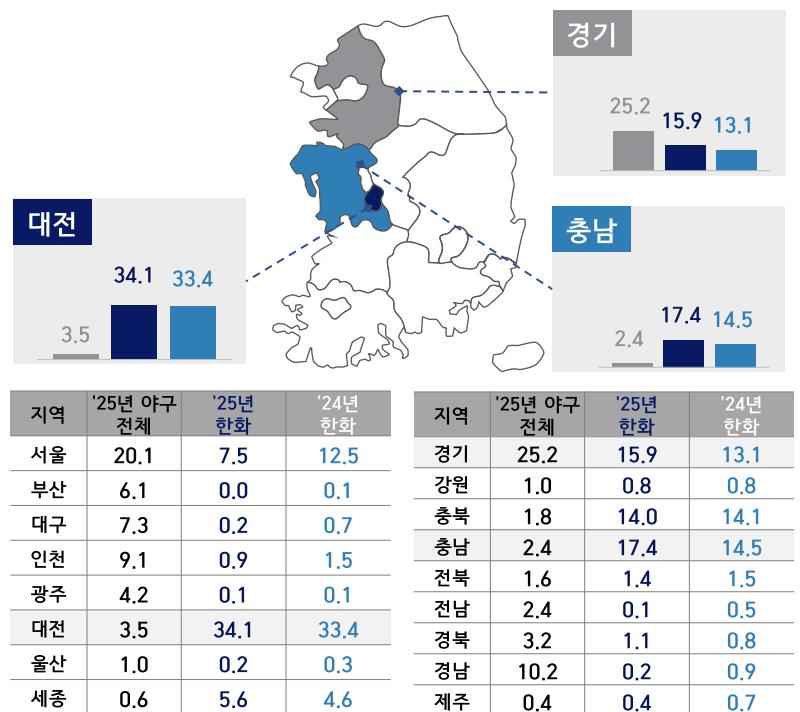
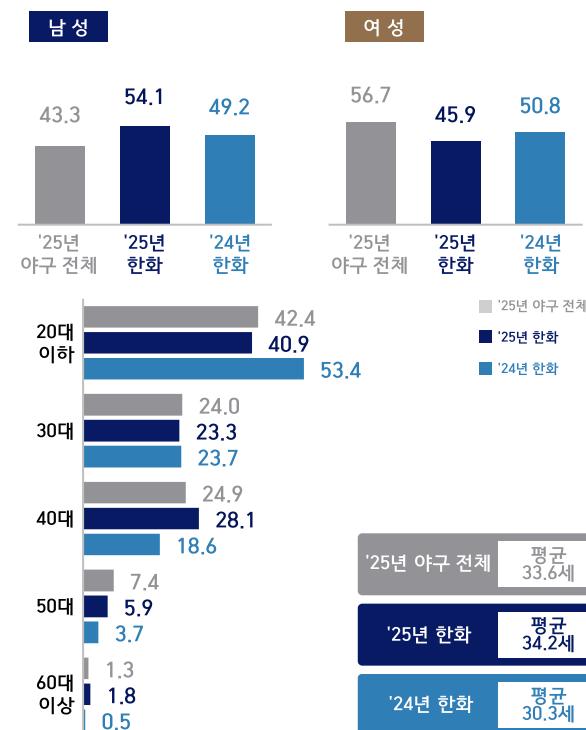
조사 방법 홈 경기 시작 3시간 전부터 조사시작. QR코드 배너를 통한 모바일 설문조사 진행(배너 및 팜플렛 제공)

분석 표본 한화 이글스 홈경기 방문자 중 홈구단 응원 관람객 844명

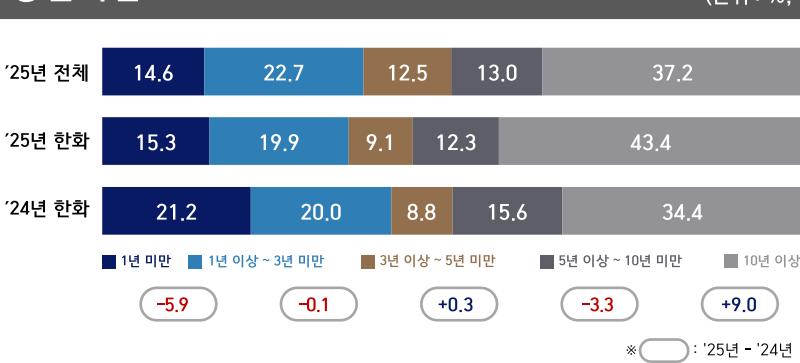
일러두기

- 보고서 내 숫자는 단위 미만에서 반올림되어 총계가 일치하지 않을 수 있음
- 복수응답은 한 개 이상을 응답한 결과치로 응답률의 합계가 100%를 초과할 수 있음
- 단위 표기 방식 : 비율(%), 증감률(%p), 연령(세), 횟수(회), 만족도/중요도/경험(점)

관람객 응답자 특성



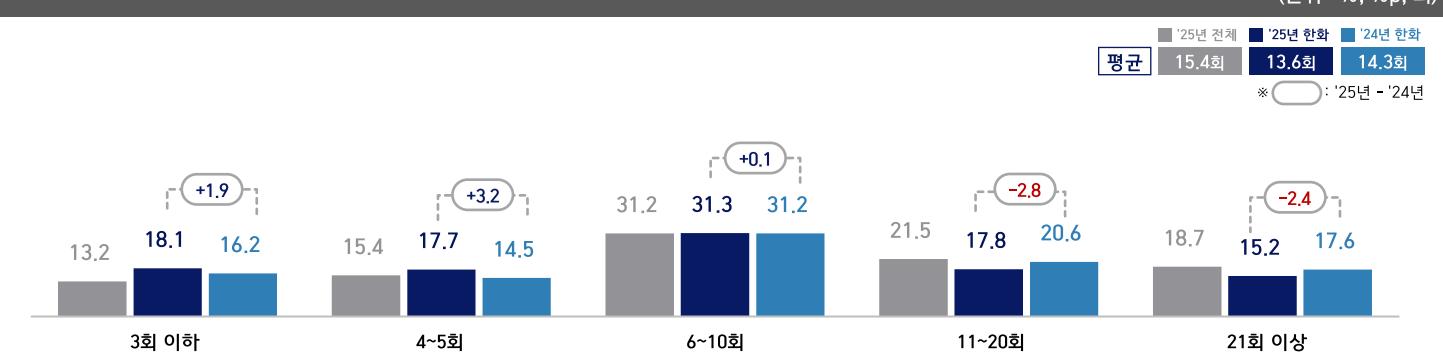
응원기간



유니폼 보유 현황



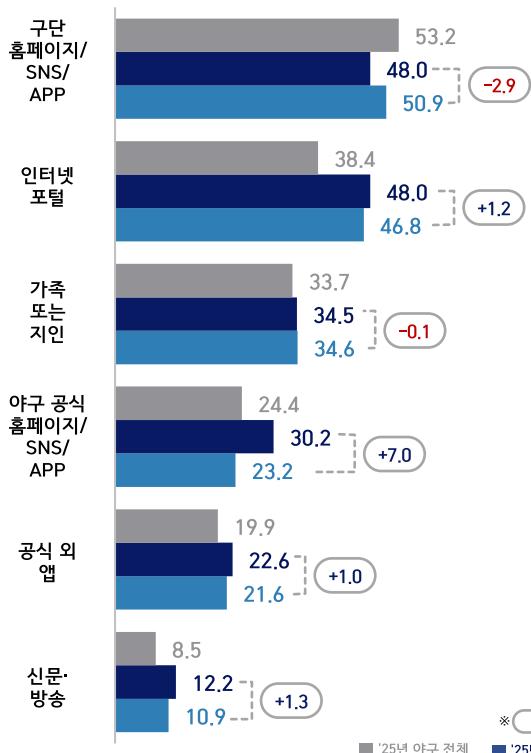
경기장 방문 횟수





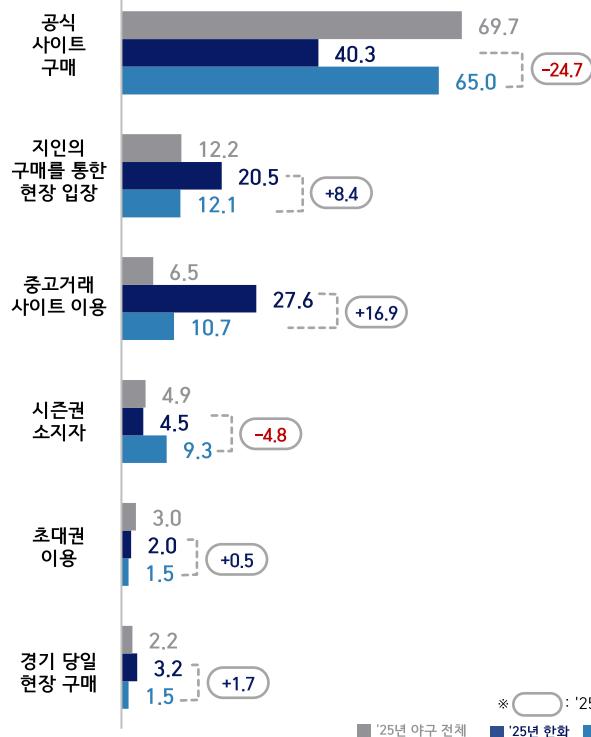
경기 정보 인지 경로 (복수응답)

(단위 : %, %p)



경기 티켓 구매 방법 (복수응답)

(단위 : %, %p)

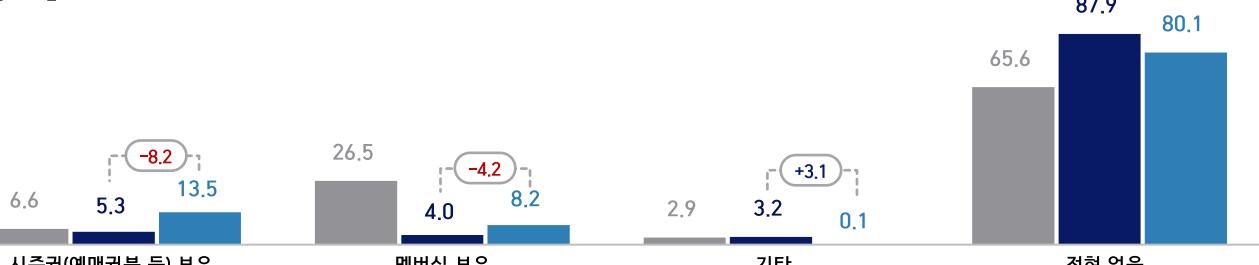


시즌권/멤버십 보유 여부 (복수응답)

(단위 : %, %p)

■ '25년 야구 전체 ■ '25년 한화 ■ '24년 한화

※ () : '25년 - '24년



야구장 방문 이유

(단위 : 점)

구 분		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 요소	가족·지인의 추천으로	화제성 (라이벌/ 순위 결정전) 등으로 인해	상대팀에 따라	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
야구 전체	'25년	4.76	4.41	4.53	4.63	4.45	3.63	3.43	2.43	4.08	2.12
	'24년	4.72	4.49	4.50	4.58	4.46	3.88	3.75	-	4.24	2.70
	Gap ('25-'24)	+0.04	-0.08	+0.03	+0.05	-0.01	-0.25	-0.32	-	-0.16	-0.58
한화	'25년	4.76	4.45	4.60	4.60	4.47	3.66	3.43	2.39	4.24	2.20
	'24년	4.74	4.54	4.52	4.60	4.51	3.82	3.57	-	4.22	2.57
	Gap ('25-'24)	+0.02	-0.09	+0.08	0.00	-0.04	-0.16	-0.14	-	+0.02	-0.37

* '상대팀에 따라' 항목은 2025년 신규 문항이므로 해석시 유의가 필요함

* 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



주 이용 교통수단 및 평균 이동 시간 (단위 : %, %p, 분)

구 분	자가차량	버스	열차	기타	평균 이동 시간
한화	'25년	66.7	19.3	10.3	20.3
	'24년	58.8	25.5	17.2	27.7
	Gap ('25-'24)	+7.9	-6.2	-6.9	-7.4
※ 기타 : 지하철, 택시, 도보, 자전거, 기타 등을 포함					
※ 이용교통수단 : 복수응답					

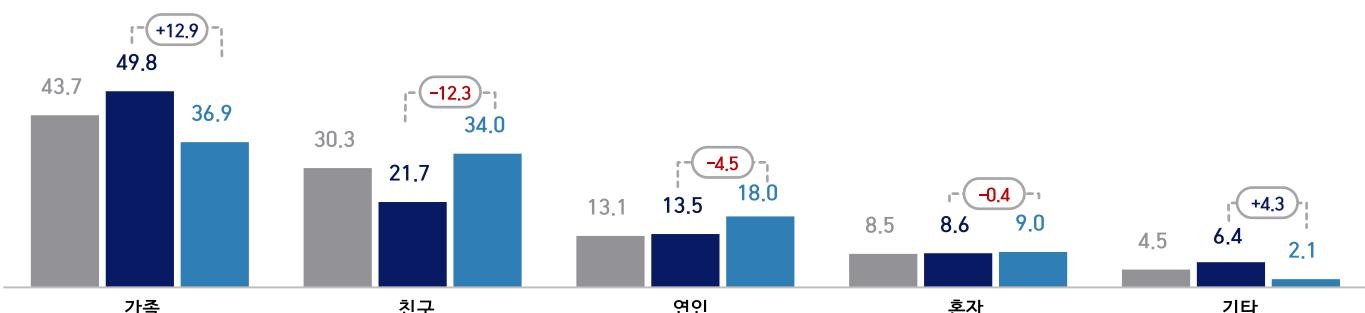
경기 관람 지출비 지불 의향(1회, 1인 기준) (단위 : %)

구 분	3만 원 미만	3만 원 이상 ~ 6만 원 미만	6만 원 이상 ~ 9만 원 미만	9만 원 이상 ~ 12만 원 미만	12만 원 이상
야구 전체	22.3	47.3	14.1	7.4	8.9
	12.0	42.4	19.7	12.0	14.0
※ 경기 관람 지출비 : 입장료·교통비·식음료비 모두 포함					

경기장 방문 동행인 및 동행인원

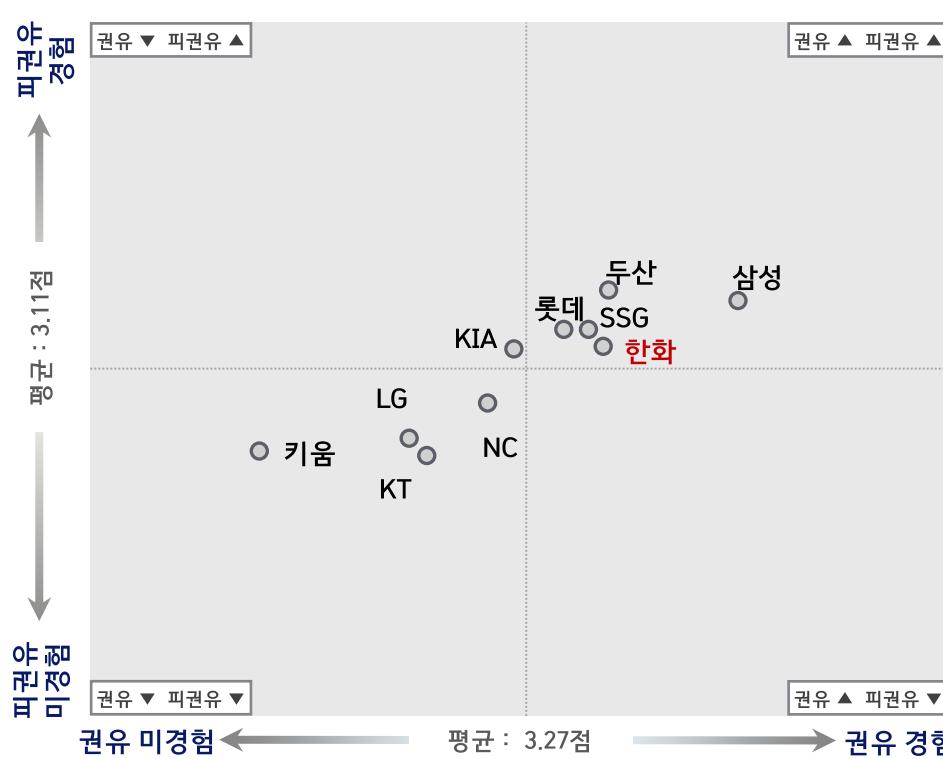
(단위 : %, %p, 명)

'25년 전체 '25년 한화 '24년 한화
평균 2.9명 3.0명 2.7명
※ () : '25년 - '24년



직관 권유/피권유 경험 여부

(단위 : 점)

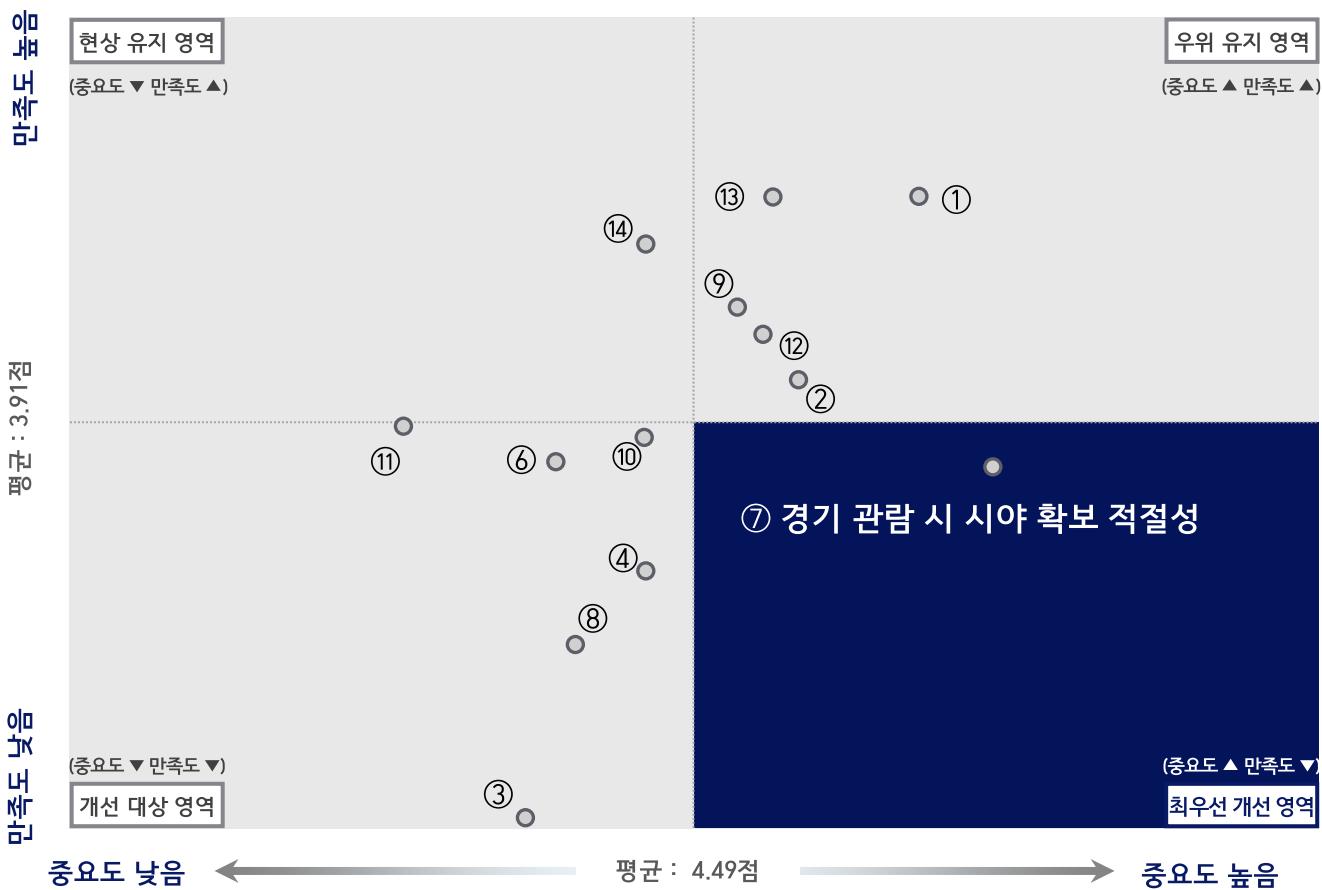


* 4점 만점 기준. 4점에 가까울 수록 긍정평가임



야구 관람 시 관람 속성별 중요도 및 만족도

(단위 : 점)



야구 경기 직접 관람시 중요도

항목명	중요도			만족도			영역
	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	'25년	'24년	Gap ('25-'24)	
전체	4.49	4.42	+0.07	3.91	3.61	+0.30	-
① 시설 전반적 청결성/쾌적성	4.66	4.34	+0.32	4.39	3.53	+0.86	우위 유지 영역
② 관람석 의사 편리성	4.57	4.37	+0.20	4.00	3.12	+0.88	우위 유지 영역
③ 주차 편의성	4.37	4.28	+0.09	3.07	2.64	+0.43	개선 대상 영역
④ 대중교통 접근성	4.45	4.45	0.00	3.59	3.39	+0.20	개선 대상 영역
⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	-	4.45	-	-	3.64	-	-
⑥ MD 상품 구매 환경 우수성	4.39	4.41	-0.02	3.83	3.45	+0.38	개선 대상 영역
⑦ 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.71	4.61	+0.10	3.82	3.96	-0.14	최우선 개선 영역
⑧ 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.40	4.39	+0.01	3.44	3.64	-0.20	개선 대상 영역
⑨ 훈구장 내 식음료 서비스	4.52	4.47	+0.05	4.15	3.78	+0.37	우위 유지 영역
⑩ 다양한 팬 서비스 및 현장 이벤트	4.45	4.49	-0.04	3.88	3.79	+0.09	개선 대상 영역
⑪ 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.28	4.30	-0.02	3.90	3.68	+0.22	개선 대상 영역
⑫ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화	4.54	4.49	+0.05	4.10	4.00	+0.10	우위 유지 영역
⑬ 팬들만의 차별적인 응원문화	4.55	4.54	+0.01	4.39	4.31	+0.08	우위 유지 영역
⑭ 구단 특성이 잘 드러나는 경기장 내외부 장식/인테리어	4.45	4.32	+0.13	4.29	3.61	+0.68	현상 유지 영역

※ ⑤ 좌석, 매점 등 편의시설 접근성 항목은 2025년 삭제되어 해석시 유의가 필요함

※ 5점 만점 기준, 5점에 가까울 수록 긍정평가임



한국프로스포츠협회