

2024년

프로스포츠 관람객 성향조사

SUMMARY REPORT

프로축구

FOOTBALL

KPSA

한국프로스포츠협회

조사 기간	2024년 8월 9일 ~ 10월 6일
조사 대상	15세 이상 프로축구 각 구장을 방문한 축구 관람객
조사 방법	QR코드를 이용한 모바일 설문조사
유효 응답수	7,360명

프로스포츠 관람객 성향조사 개요

- : 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사는 2024년 8월 9일부터 10월 6일까지 프로축구 12개 홈 구장을 방문한 해당구단(홈팬) 선호 관람객을 대상으로 진행하였다.
- : 진행 방법은 조사일 경기시간 기준 2시간 전부터 경기시작 전까지 진행하였으며, 현장 방문 관람객이 경기장 내 설치된 배너 및 조사원이 나눠주는 팜플렛 내 QR코드를 직접 접속, 모바일 설문조사로 진행하였다.
- : 프로축구 구단별 2~3회 설문조사를 통하여, 총 30,017명이 QR코드에 접속, 그 중 9,728명이 설문조사를 완료하였으며, 설문조사 완료자 중 **조사 구장(홈구장)을 방문한 홈팬 관람객을 유효 표본**으로 분석하였다.

유효 표본 선정 기준

- ① 방문한 경기장 위치와 응답자의 위치 정보(GPS)가 일치하는 경우
- ② 방문한 경기장의 홈구단과 응답자의 응원구단이 일치하는 경우
- ③ 동행인원 수와 관련된 보기 선택형 질문과 숫자 입력형 질문의 응답 값이 일치하는 경우

구단명	조사일1	조사일2	조사일3	QR 접속자수 (명)	조사 완료자 수 (명)	유효 표본 (명)
울산 HD FC	8월 31일(토)	9월 13일(금)	10월 6일(일)	3,194	925	715
전북 현대 모터스	8월 9일(금)	8월 17일(토)	-	2,366	661	480
포항 스틸러스	8월 11일(일)	9월 27일(금)	-	2,252	754	584
인천유나이티드 FC	8월 24일(토)	9월 22일(일)	-	2,803	913	691
제주 유나이티드	8월 10일(토)	9월 1일(일)	-	2,273	754	579
강원 FC	8월 18일(일)	9월 1일(일)	-	1,945	641	491
수원 FC	8월 25일(일)	9월 21일(토)	-	2,203	773	574
대구 FC	8월 16일(금)	8월 31일(토)	-	3,173	1,039	832
FC 서울	8월 16일(금)	9월 14일(토)	9월 29일(일)	3,144	1,012	798
김천 상무	8월 25일(일)	9월 15일(일)	9월 28일(토)	1,643	494	249
광주 FC	8월 25일(일)	9월 13일(금)	9월 22일(일)	1,162	437	278
대전 하나 시티즌	8월 17일(토)	9월 1일(일)	-	3,859	1,325	1,089
합계				30,017	9,728	7,360

조사 참여 팜플렛/X배너

2024년 프로스포츠 관람객 성향조사
▼ QR코드 스캔하여 즉시 참여 ▼

2024년 프로스포츠 관람객 성향조사
▼ QR코드 스캔하여 즉시 참여 ▼

조사참여자에게
추첨을 통해
경품 지급!

경품 안내

40대
iPad Air 11
(M2칩, 128GB, 화이트에 모뎀)

30대
소니 헤드폰
WH-1000XM5

20대
갤럭시 워치7
44mm 블루투스

50대
메가커피
미리코리엔트(750ml)

당첨자 개별 안내 / 자세한 내용은 본인 부담

KPSA 후원
Inlight 후원

일러두기

- 본 보고서는 프로축구 12개 구단 경기 중 2~3개 경기를 직접 관람하기 위하여 방문한 관람객을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 조사 대상자는 전체 프로축구 관람객 특성을 대표하는 것이 아니므로 해석에 주의가 필요합니다.
- 제시된 각 통계 수치는 백분율의 경우 소수점 둘째 자리에서, 5점 평균의 경우 소수점 셋째 자리에서 반올림되었으며 세부 항목의 합 또는 평균이 전체 합계 또는 평균과 일치되지 않을 수 있습니다.
- 중복응답은 한 개 이상 순위 또는 모두 선택을 응답한 결과치를 집계한 결과로 구성비 합계가 100.0%를 초과할 수 있습니다.
- 보고서 내용 및 자료에 대한 문의는 '한국프로스포츠협회(02-6190-5900)'로 해주시기 바랍니다.



조사 기간	2024년 8월 9일 ~ 10월 6일
조사 대상	15세 이상 프로축구 각 구장을 방문한 축구 관람객
조사 방법	QR코드를 이용한 모바일 설문조사
유효 응답수	7,360명

프로스포츠 관람객 성향조사 결과 요약(Executive Summary) _ 축구 전체

▶ 응답자 특성

성별	남성 60.2%, 여성 39.8%
연령	평균 연령 34.5세
	연령대 20대 이하(35.1%) > 40대(32.2%) > 30대(25.7%) > 50대(5.8%)
거주지	경기(14.3%) > 경북(12.5%) > 대전(9.7%) > 대구(9.6%) > 서울(8.5%)

▶ 경기 관람 특성

응원기간	1~3년 미만 34.5% (1년 미만 22.5%, 10년 이상 18.6%, 3~5년 미만 13.1%, 5~10년 미만 11.4%)
1시즌 당 경기 방문 횟수	1시즌 기준 평균 11.4회 경기장 방문 (6~10회 29.9%, 11~20회 25.2%, 3회 이하 18.9%, 4~5회 15.8%, 21회 이상 10.3%)
시즌권/멤버십 보유	시즌권 21.6% 멤버십 16.0% *둘다 보유하지 않음 64.4%
동행인원 수	본인 포함 평균 3.6명
동반인 유형	2인 이상 함께 방문 비율 : 94.0% vs 혼자 6.0% (가족 55.3%, 친구 22.1%, 연인 12.4%)
경기장까지 이동	평균 43.8분 / 자가차량 68.7% > 버스 13.9% > 지하철 13.8%
축구장 지출 금액 (당일)	당일 경기장 방문 시 평균 44,514원 (입장료 17,665원, 교통비 8,041원, 식음료비 18,808원)
MD구매 금액(1시즌)	1시즌 기준 평균 119,114원
티켓 구매 방법	공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 70.2%

▶ 경기장 방문 이유

축구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.66점(5점 만점)
	가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해 4.59점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.55점(5점 만점)
축구 직관 추천 의향	99.6%(포항 스틸러스, 강원 FC, 김천 상무 100%)
축구 직관 제안 받은 경험	82.9%(포항 스틸러스 88.9% > 울산 HD FC 88.4% > 강원 FC 88.2%)
축구 직관을 위한 중요사항 TOP3	□경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.60점/5점 만점) □시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.51점/5점 만점) □많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(4.49점/5점 만점)
축구 직관 시 만족도 TOP3	□경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.28점/5점 만점) □시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.08점/5점 만점) □많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화(4.08점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면,
여성 대비 남성의 참여 비율이 높음
프로축구 관람객 평균 연령은 34.5세로
30대 이하 비율이 60% 이상임

경기 관람 특성을 살펴보면,
응원기간 1~3년 미만은 34.5%,
1년 미만(올해 처음)은 22.5%,
10년 이상은 18.6%임

1시즌 당 축구경기장을
평균 11.4회 방문,
시즌권 또는 멤버십 보유자는 35.6%,
공식 사이트를 통한 티켓 구매는 70.2%임

본인 포함 평균 3.6명이 함께 관람하며,
94.0%가 동행인과 함께 방문

축구장 방문 시 당일 하루 동안
평균 44,514원을 지출하고,
그 중 식음료비의 지출이 18,808원으로
전체 금액 중 42%를 차지함

경기장 방문 이유(직관이유)를 살펴보면,
'좋아하는 팀을 응원하기 위해'와
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기
위해' 등의 이유로 경기장을 방문함

축구장 직관 추천 의향은 99.6%,
축구장 직관을 제안 받은 경험은
82.9%로
권유 및 제안 모두 매우 높은 편임

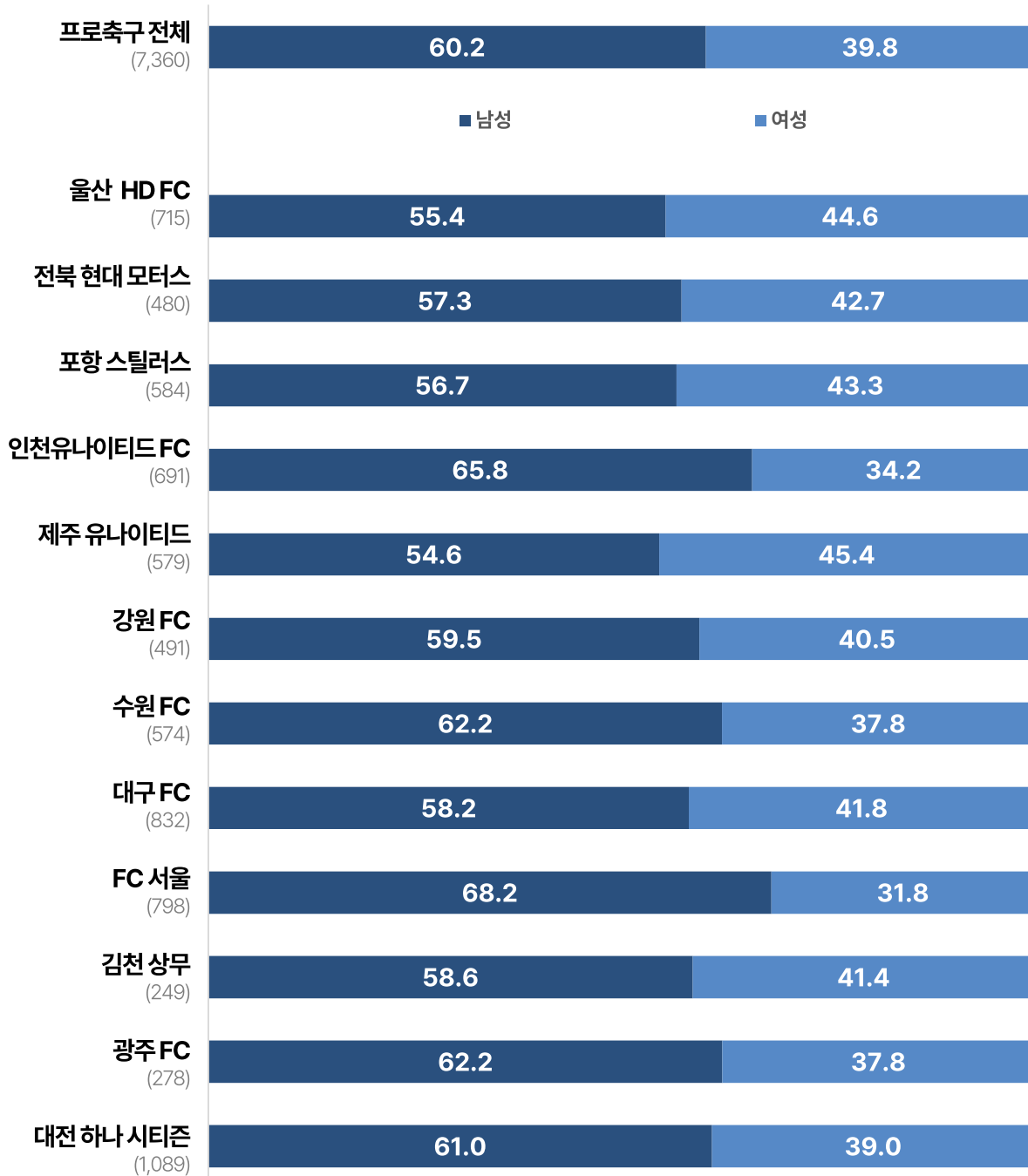
직관 만족도와 중요도 모두
시야 확보 적절성의 응답비율이 높음

성별

프로축구 관람객 중 남성 관람객은 60.2%, 여성 관람객은 39.8%임

- : 2024년 프로축구 관람객의 성별을 구단별로 살펴보면, 모든 구단이 남성 관람객의 비율이 여성보다 높은 것으로 나타남
: 남성 관람객의 비율이 상대적으로 더 높은 구단은 FC 서울, 인천유나이티드 FC, 수원 FC, 광주 FC, 대전 하나 시티즌임

(단위: %)



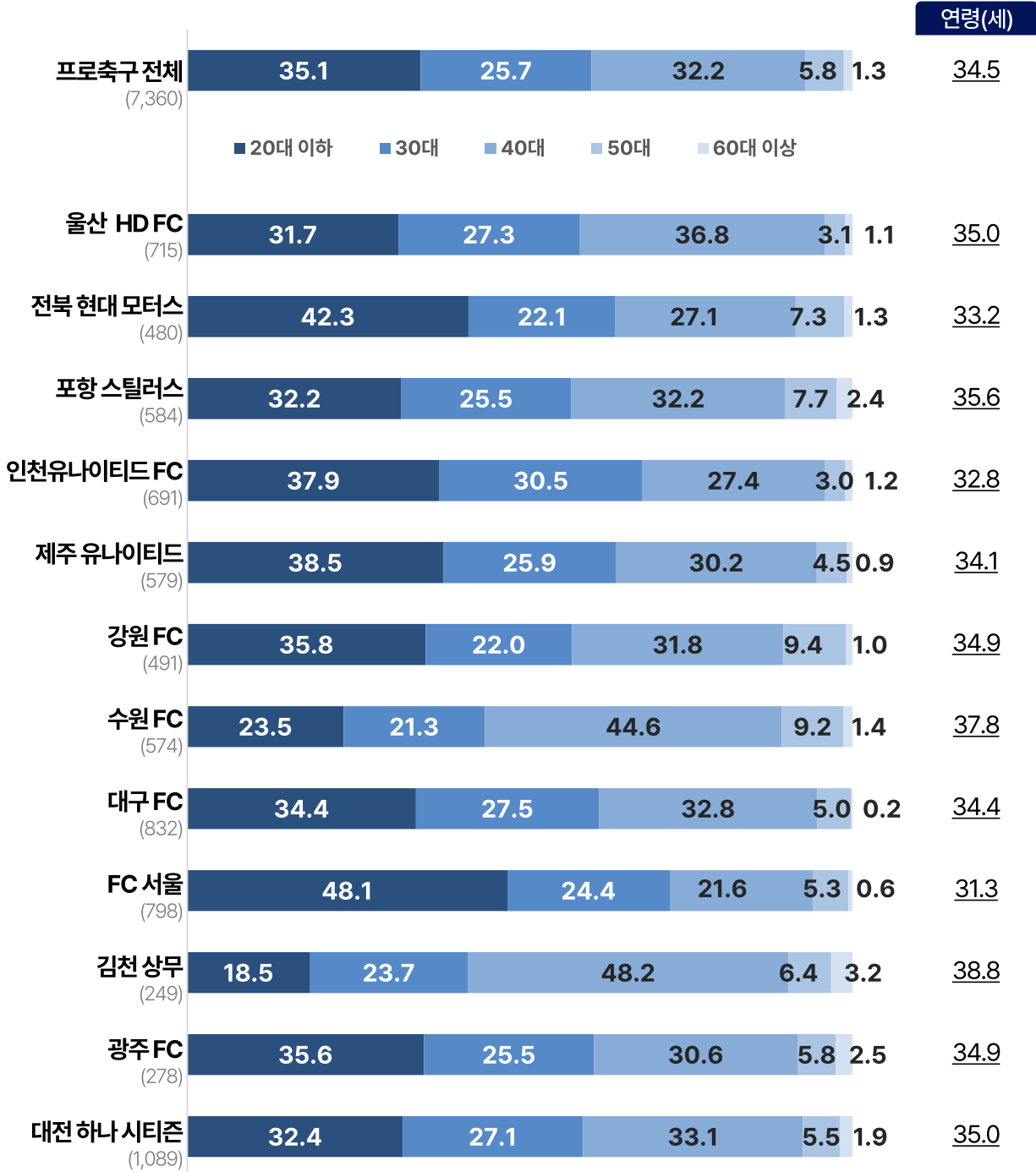
연령대

프로축구 관람객의 연령은 평균 34.5세임

: 2024년 프로축구 관람객의 연령대를 구단별로 살펴보면,

김천 상무 관람객의 평균이 38.8세로 가장 높고, 다음으로 수원 FC 평균 37.8세, 포항 스틸러스 35.6세, 대전 하나 시티즌 35.0세, 울산 HD FC 35.0세, 광주 FC 34.9세, 강원 FC 34.9세, 대구 FC 34.4세, 제주 유나이티드 34.1세, 전북 현대 모터스 33.2세, 인천유나이티드 FC 32.8세, FC 서울 31.3세 순으로 나타남

(단위: %)



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

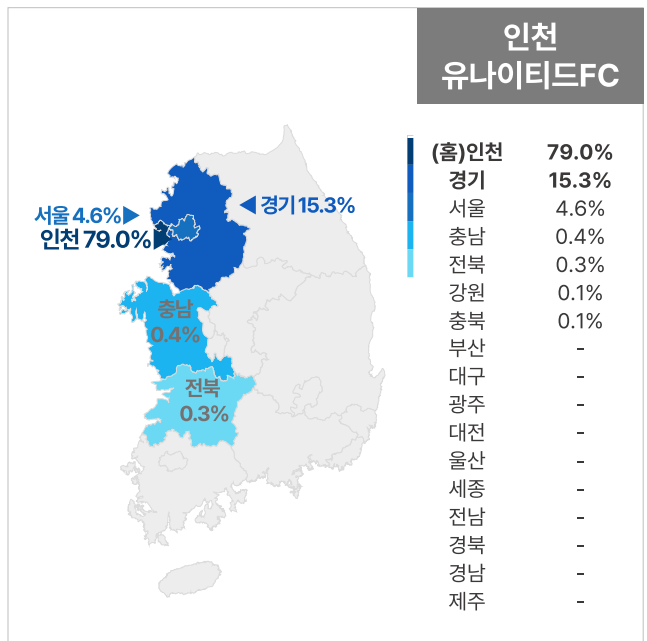
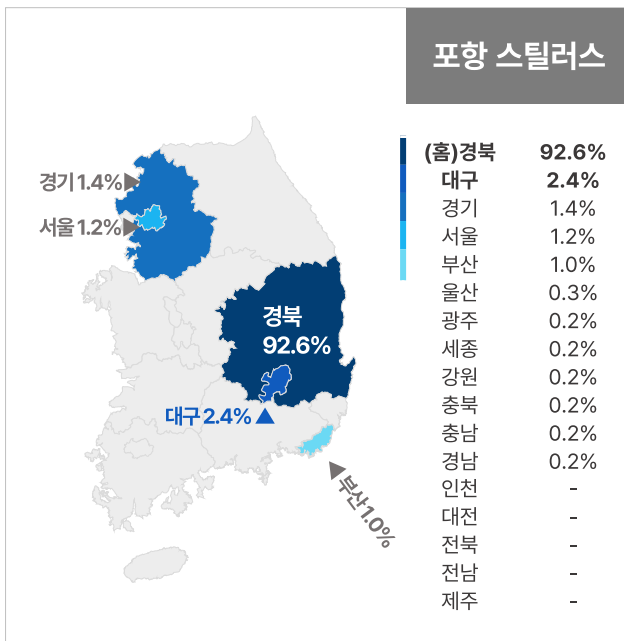
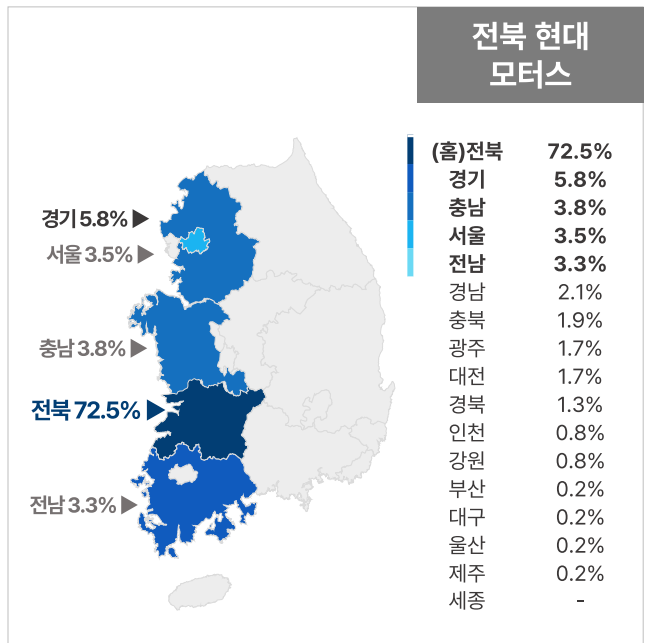
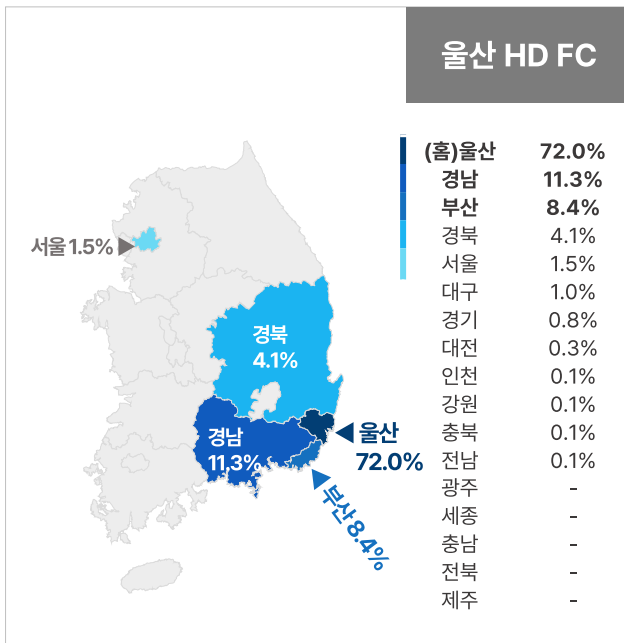
거주지역

각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

: 2024년 프로축구 관람객의 거주지역을 구단별로 살펴보면, 거주지역 연고지 구단 팬의 비중이 높음

- 울산HD FC:울산 72.0% > 경남 11.3% > 부산 8.4%
- 전북 현대 모터스:전북 72.5% > 경기 5.8%
- 포항 스틸러스:경북 92.6%
- 인천유나이티드 FC:인천 79.0% > 경기 15.3%

(※ 5% 이상 응답만 제시)



거주지역

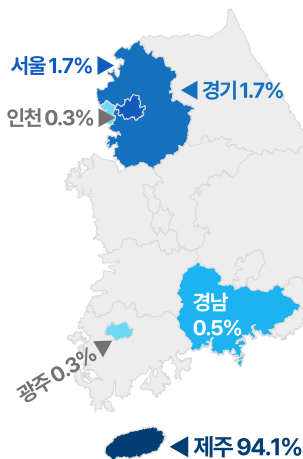
각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

: 2024년 프로축구 관람객의 거주지역을 구단별로 살펴보면, 거주지역 연고지 구단 팬의 비중이 높음

- 제주 유나이티드: 제주 94.1%
- 강원 FC: 강원 93.9%
- 수원 FC: 경기 90.2% > 서울 6.3%
- 대구 FC: 대구 79.9% > 경북 15.5%

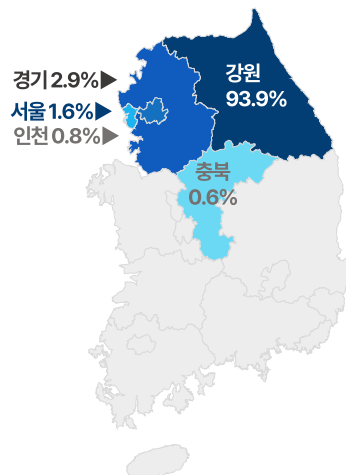
(※ 5% 이상 응답만 제시)

제주 유나이티드



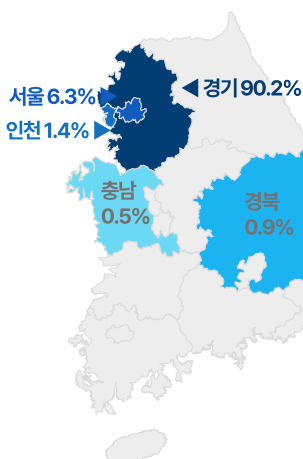
(홈)제주	94.1%
서울	1.7%
경기	1.7%
경남	0.5%
인천	0.3%
광주	0.3%
대전	0.2%
세종	0.2%
충북	0.2%
충남	0.2%
전북	0.2%
전남	0.2%
경북	0.2%
부산	-
대구	-
울산	-
강원	-

강원 FC



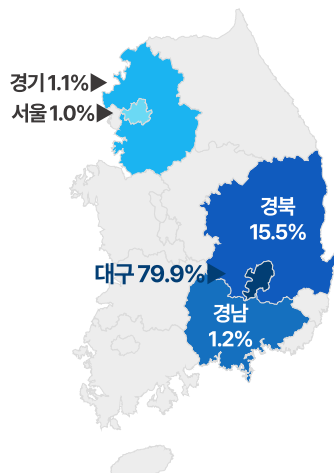
(홈)강원	93.9%
경기	2.9%
서울	1.6%
인천	0.8%
충북	0.6%
경북	0.2%
부산	-
대구	-
광주	-
대전	-
울산	-
세종	-
충남	-
전북	-
전남	-
경남	-
제주	-

수원 FC



(홈)경기	90.2%
서울	6.3%
인천	1.4%
경북	0.9%
충남	0.5%
충북	0.3%
부산	0.2%
대전	0.2%
대구	-
광주	-
울산	-
세종	-
강원	-
전북	-
전남	-
경남	-
제주	-

대구 FC



(홈)대구	79.9%
경북	15.5%
경남	1.2%
경기	1.1%
서울	1.0%
부산	0.4%
대전	0.2%
충북	0.2%
충남	0.2%
울산	0.1%
전북	0.1%
인천	-
광주	-
세종	-
강원	-
전남	-
제주	-

거주지역

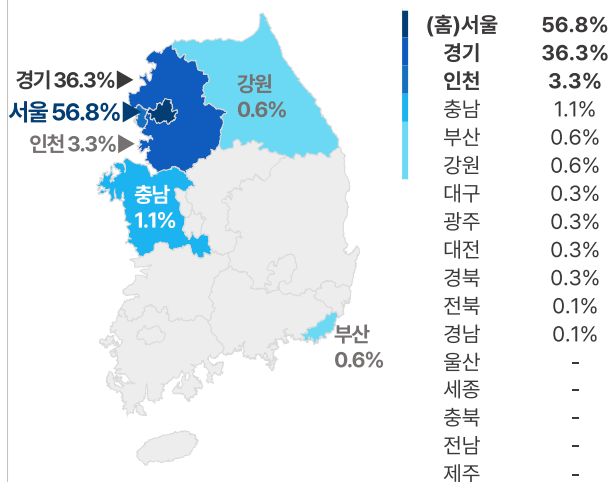
각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

: 2024년 프로축구 관람객의 **거주지역**을 구단별로 살펴보면, 거주지역 연고지 구단 팬의 비중이 높음

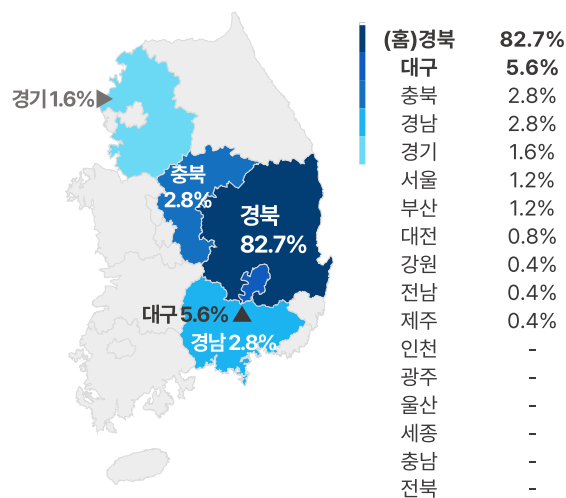
- FC 서울: 서울 56.8% > 경기 36.3%
- 김천 상무: 경북 82.7% > 대구 5.6%
- 광주 FC: 광주 84.2%, 전남 12.9%
- 대전 하나시티즌: 대전 63.7% > 세종 13.2% > 충남 9.9% > 경기 5.1%

(※ 5% 이상 응답만 제시)

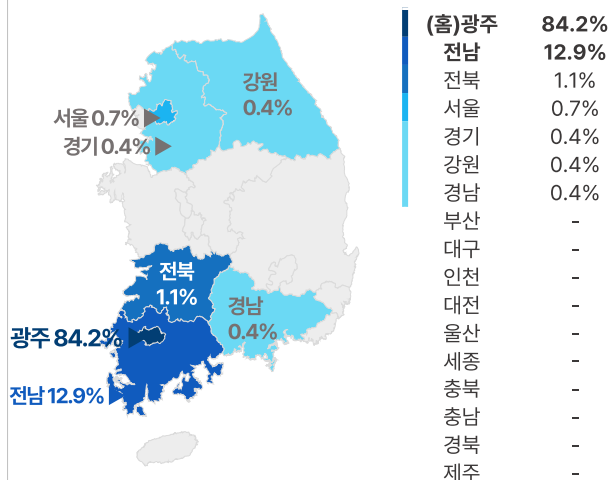
FC 서울



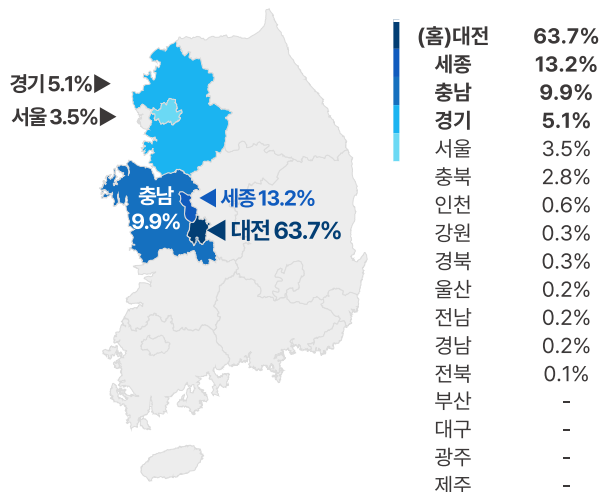
김천 상무



광주 FC



대전 하나 시티즌

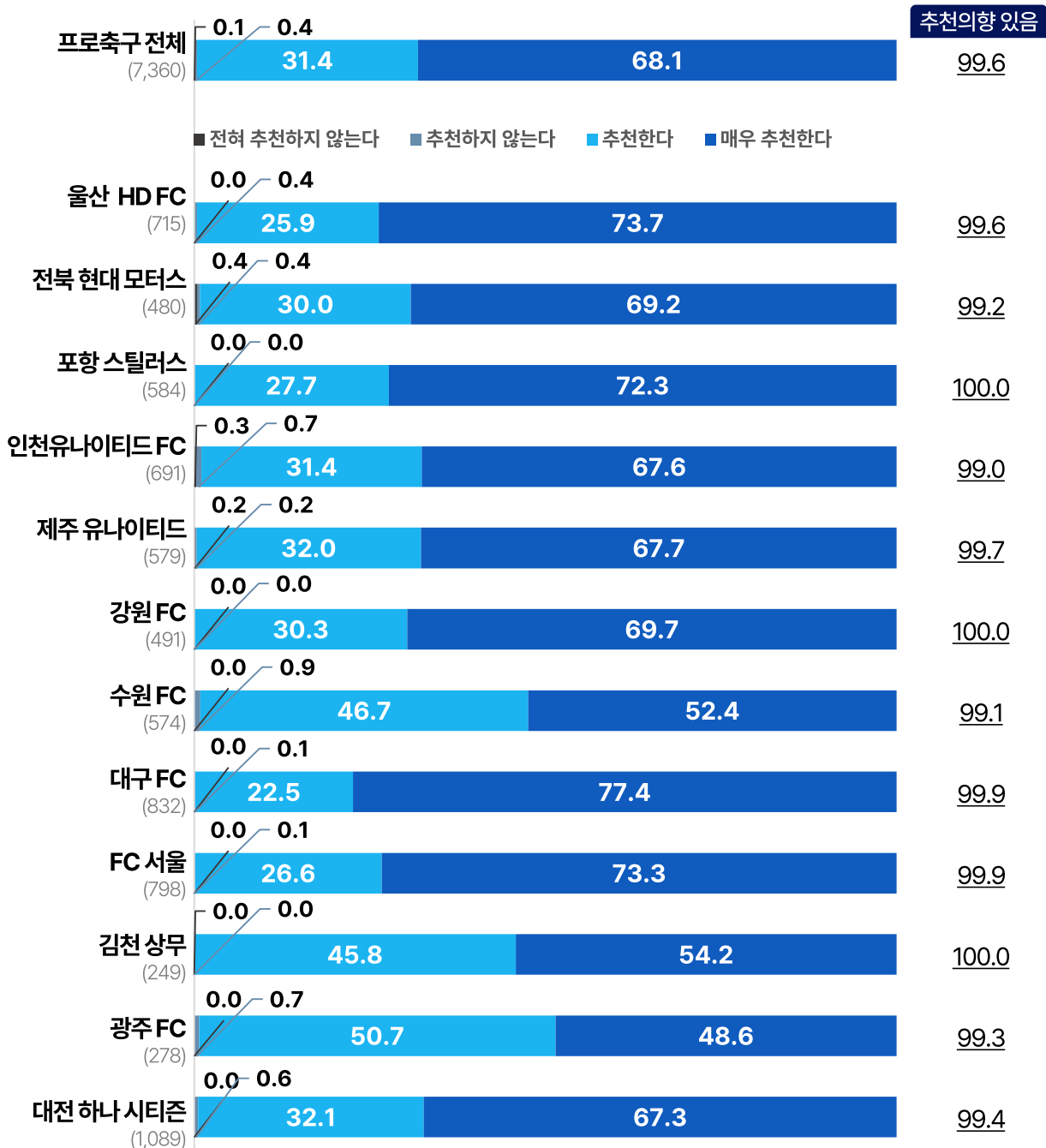


축구 경기 관람 추천의향

축구 경기 직접 관람 추천의향 99.6%임

- : 2024년 프로축구 관람객 중 99.6%(매우 추천한다+추천한다)가 '축구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 추천 의향을 보임
- : 모든 구단 관람객이 주변 지인에게 축구 직접 관람 추천 의향이 높고,
그 중 포항 스틸러스, 강원 FC, 김천 상무 > 대구 FC > FC 서울 > 제주 유나이티드 > 울산 HD FC > 대전 하나 시티즌 > 광주 FC > 전북 현대 모터스 > 수원 FC > 인천유나이티드 FC 순으로 추천 의향이 높게 나타남

(단위: %)

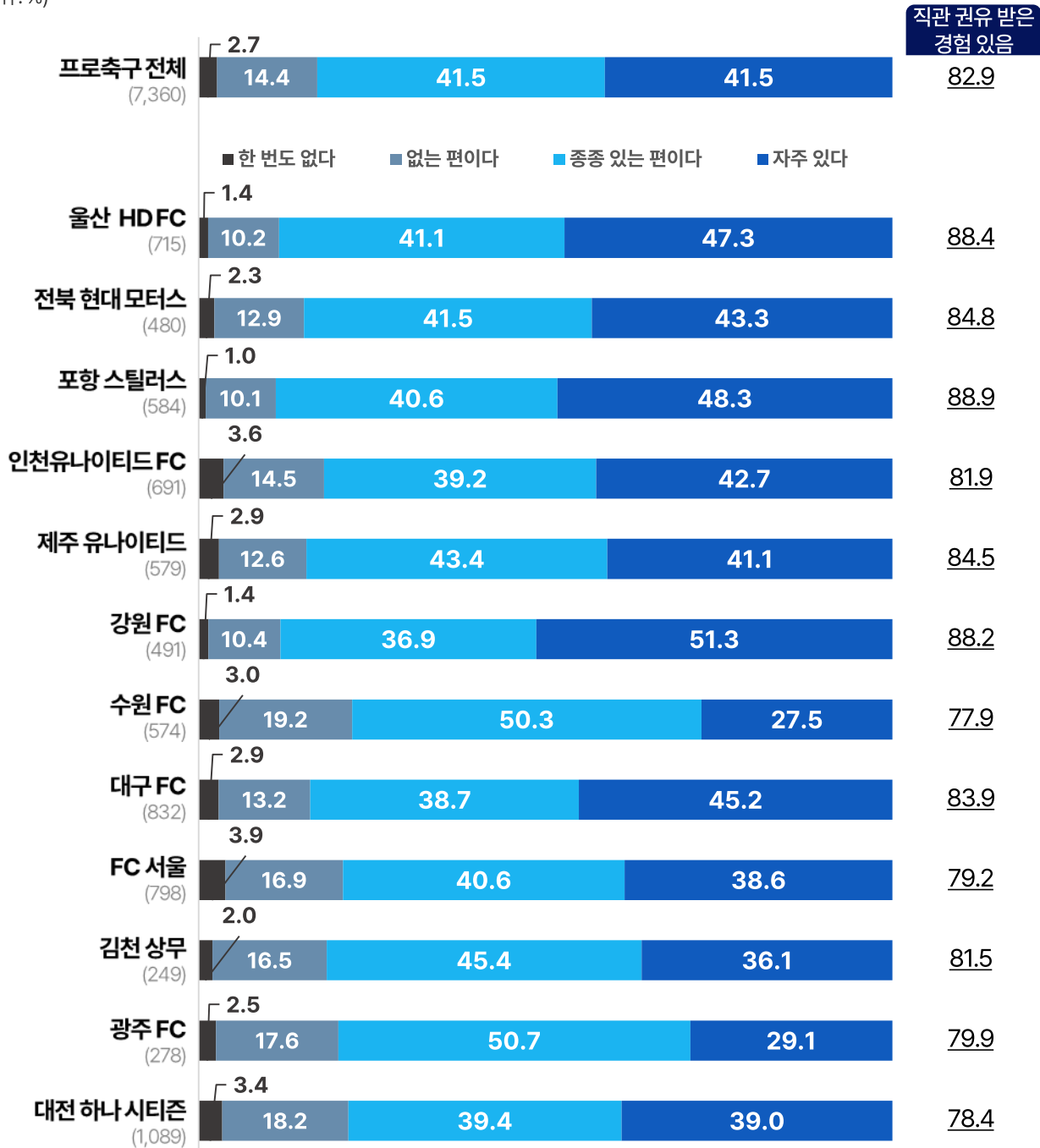


축구 경기 관람 권유 받은 경험

축구 경기 관람 권유를 받은 경험은 82.9%

- : 2024년 프로축구 관람객 중 '축구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 82.9%로 프로축구 직접 관람을 권유 받은 경험이 높은 것으로 나타남
- : 관람객 모두 축구경기 직접 관람을 권유 받은 비율 높으나
특히, 포항 스틸러스, 울산 HD FC, 강원 FC 팬들이 프로축구 직접 관람을 권유 받은 비율이 상대적으로 높음

(단위: %)

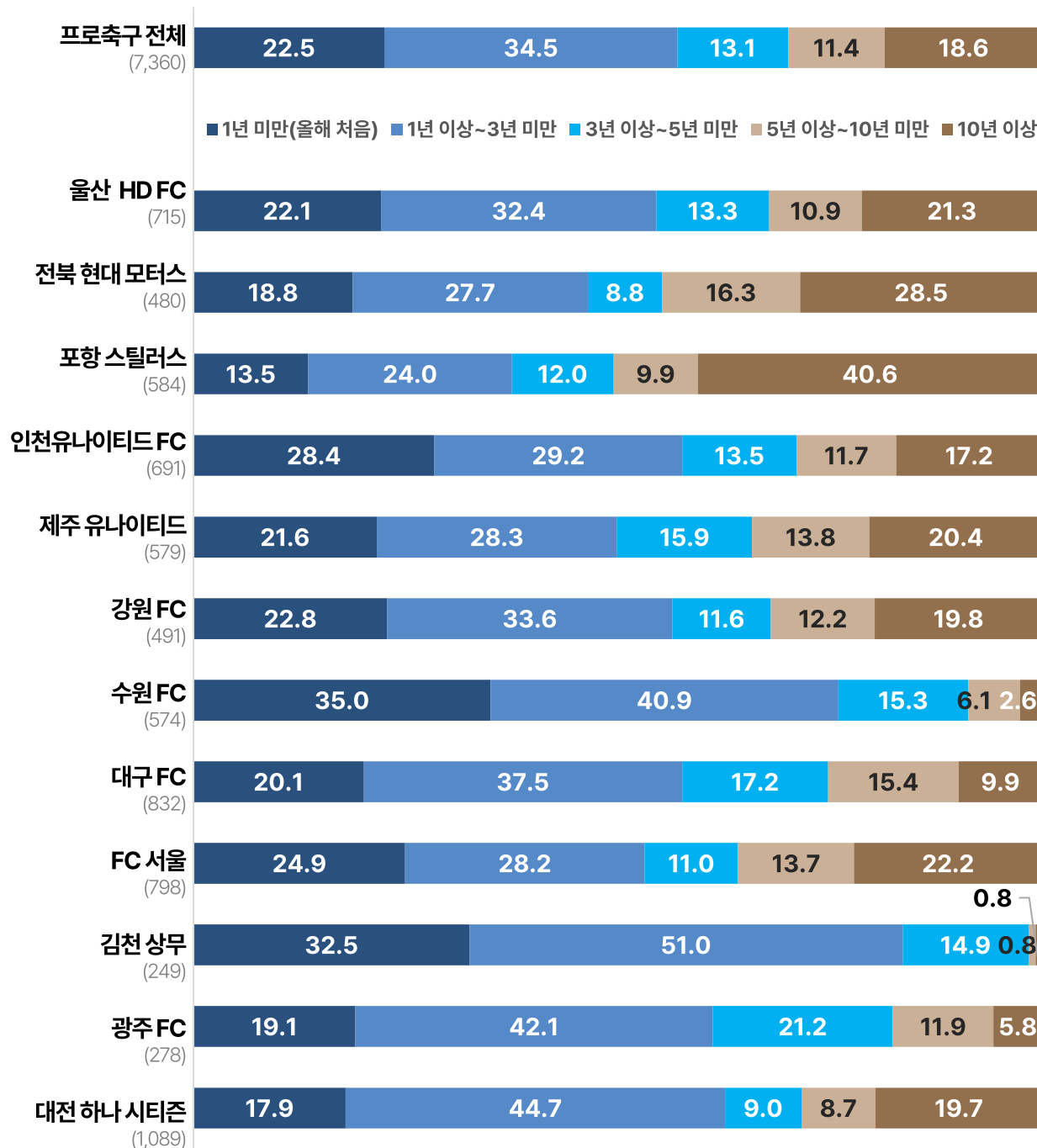


응원 기간

프로축구 관람객의 선호구단 응원 기간은 '1~3년 미만'이 34.5%로 가장 높음

- : 2024년 프로축구 관람객의 응원 구단의 응원 기간을 살펴보면, 응원 기간 1~3년 미만 관람객 비율은 김천 상무(51.0%), 대전 하나 시티즌(44.7%), 광주 FC(42.1%), 수원 FC(40.9%)에서 높음
- : 10년 이상 관람객 비율은 포항 스틸러스(40.6%), 전북 현대 모터스(28.5%)에서 높음
- : 반면, 응원 기간이 1년 미만(올해 처음)은 수원 FC(35.0%), 김천 상무(32.5%) 관람객에서 높게 나타남

(단위: %)

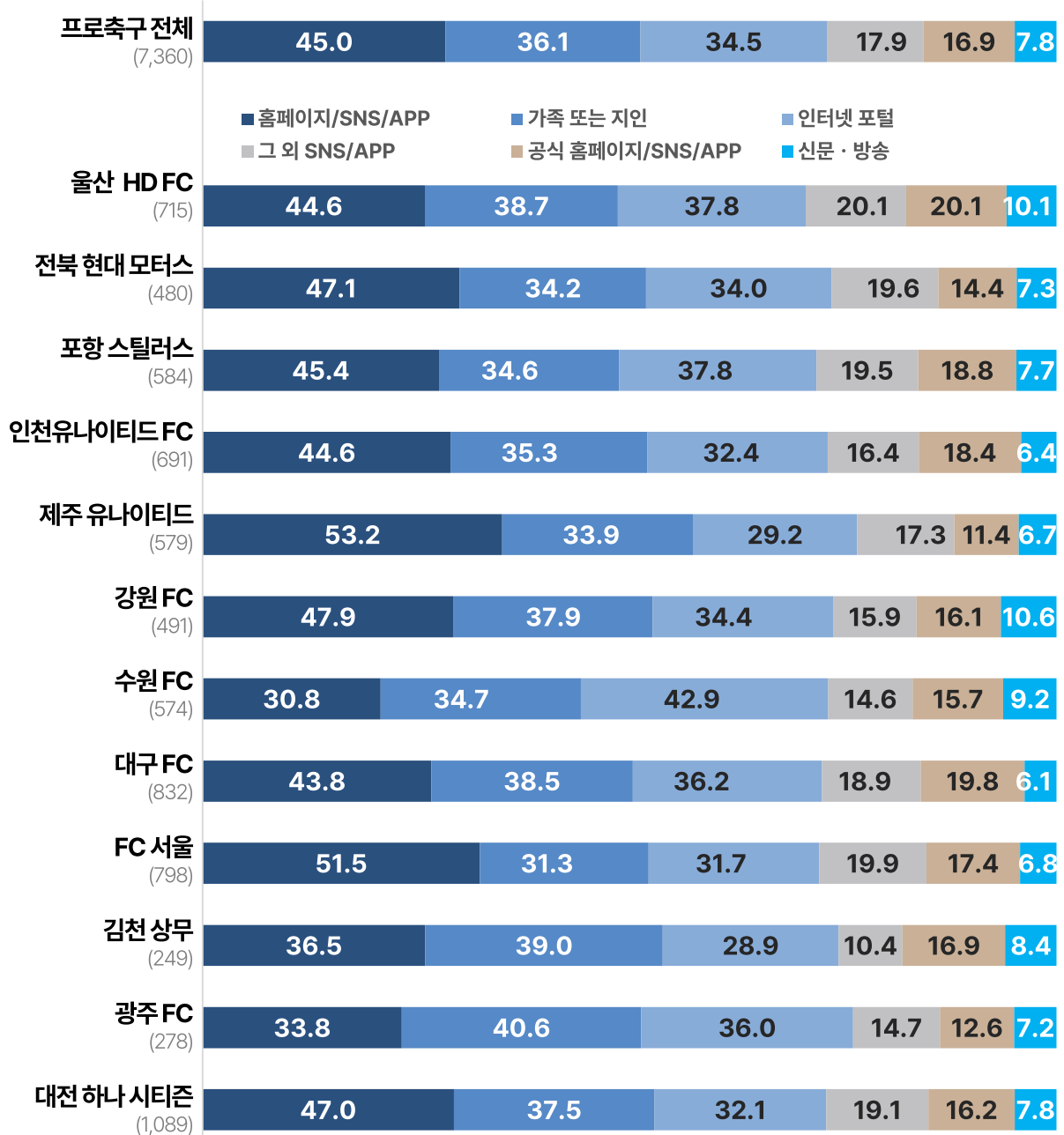


경기 정보 인지 경로

프로축구 관람객들은 주로 '홈페이지/SNS/APP'을 통해 경기 정보를 인지하는 비율이 높음

- 2024년 프로축구 관람객이 응원 구단의 경기 정보를 확인하는 경로를 살펴보면, '홈페이지/SNS/APP'을 통한 경기 정보 확인 비율이 가장 높음
- '홈페이지/SNS/APP'을 통한 경기 정보 확인은 제주 유나이티드와 FC 서울 관람객들에게서 상대적으로 높음
- '가족 또는 지인'을 통한 정보 확인은 광주 FC, 김천 상무에서 높게 나타나고 '인터넷 포털'을 통한 정보 확인은 수원 FC에서 상대적으로 높게 나타남

(단위: %, 복수응답)

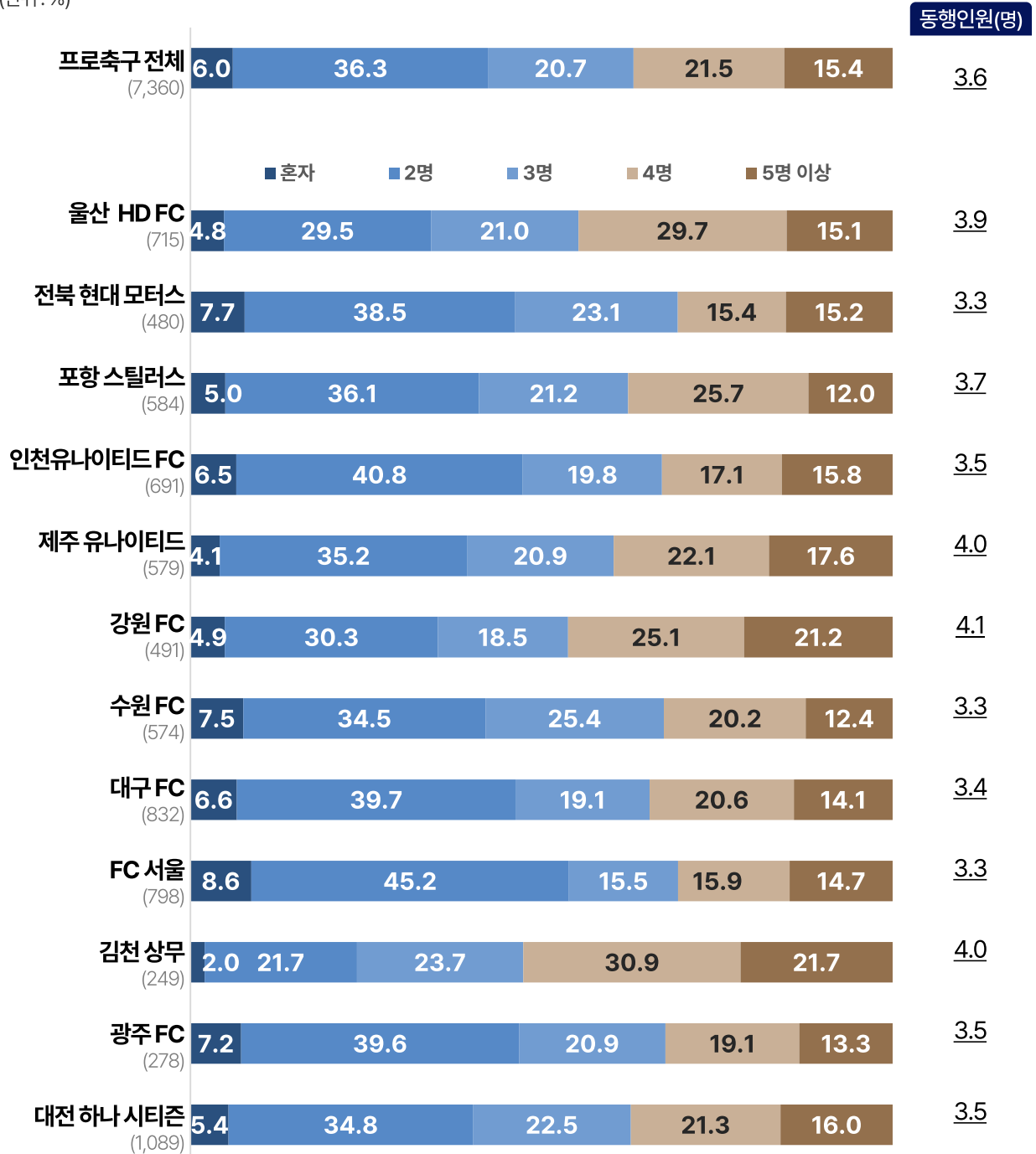


동행인원

프로축구 관람을 위하여 평균 3.6명이 함께 경기장에 방문함

- 2024년 프로축구 관람객의 경기장 방문 시 동행인원을 살펴보면,
대부분의 프로축구 구단에서 본인 포함 2명이 방문한 경우가 가장 많음
- 구단별 평균 동행인원 수는 강원 FC가 4.1명으로 가장 많고 김천 상무, 제주 유나이티드가 평균 4.0명,
울산 HD FC 3.9명, 포항 스틸러스 3.7명 순임

(단위: %)

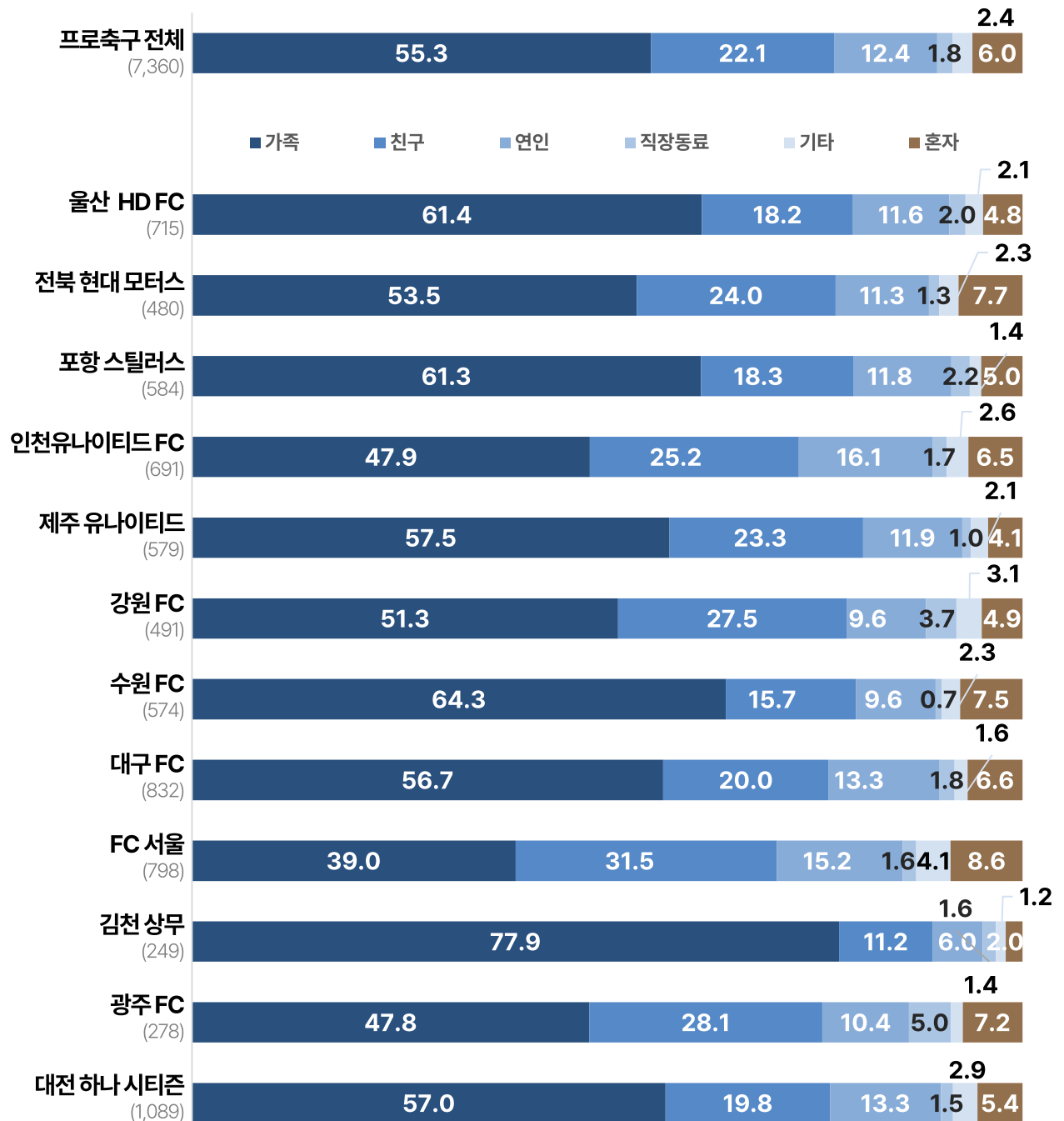


동행자 유형

프로축구를 주로 가족과 동행하여 관람

- : 2024년 프로축구 관람객의 경기장 방문 시 동행자 유형을 살펴보면,
모든 구단에서 '가족'와 함께 축구장을 방문한 경우가 가장 많았고, 그 다음으로는 '친구'와 동행한 것으로 나타남
: 반면, '혼자(동행인 없음)'는 FC 서울과 전북 현대 모터스, 수원 FC 관람객에서 상대적으로 높게 나타남

(단위: %)



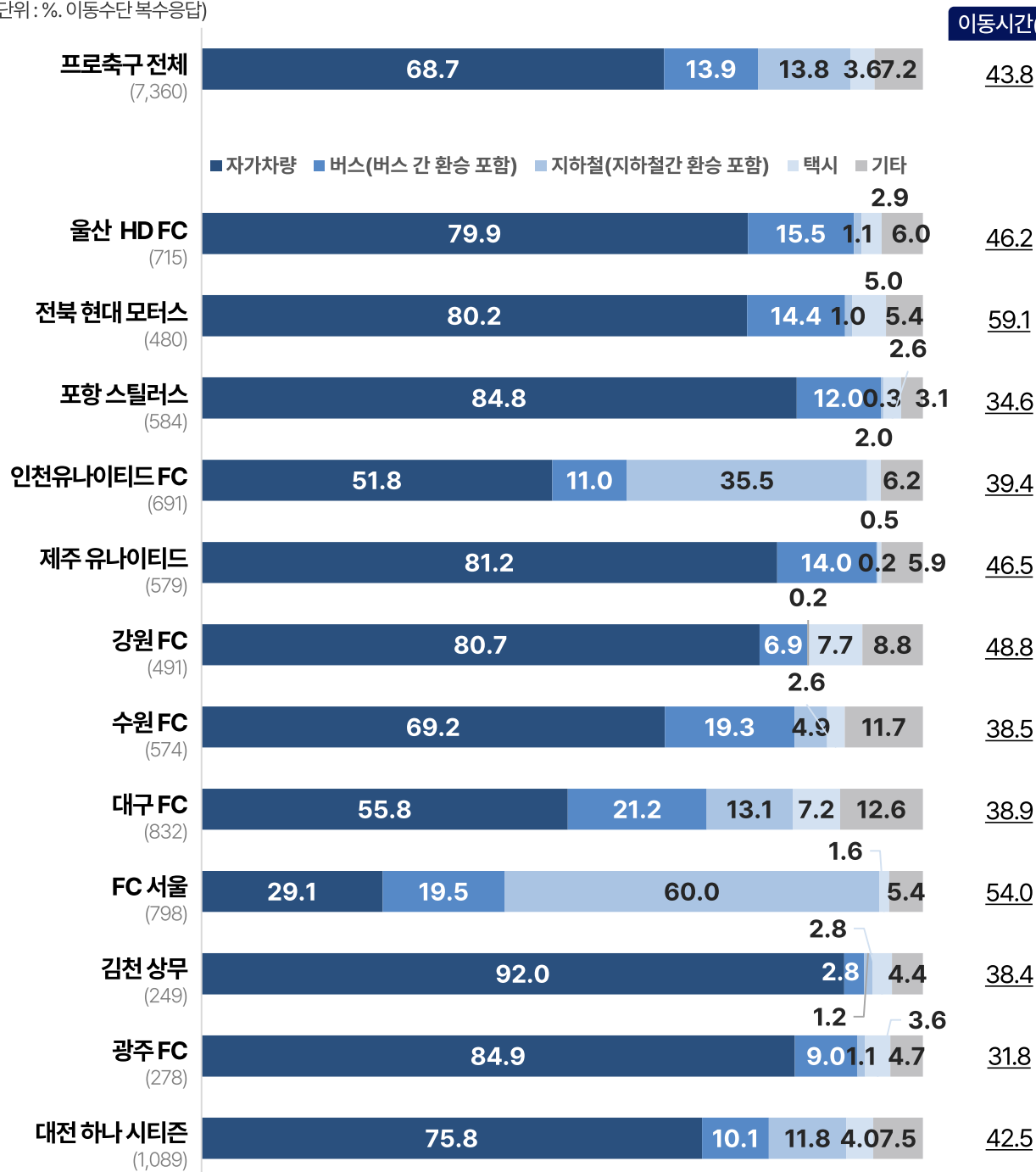
(* 기타: 동호회, 친인척, 기타 응답 포함)

이용 교통수단

프로축구 경기장 방문 시 대부분 '자가차량(승용차)'을 주로 이용함
경기장까지 소요시간은 평균 43.8분임

- 2024년 프로축구 관람객의 경기장 방문 시 이동 교통수단과 소요시간을 살펴보면, 대부분의 구단 관람객들은 주로 '자가차량(승용차)'를 이용해 경기장을 방문하지만
- 수도권 지역인 FC 서울과 인천유나이티드 FC는 '지하철' 이용 비율이 다른 구단에 비해 높음
- 경기장까지 이동시간은 평균 43.8분이 소요되며, 전북 현대 모터스 관람객의 이동시간이 59.1분으로 가장 긴 반면, 광주 FC 관람객의 이동시간이 평균 31.8분으로 가장 짧음

(단위: %. 이동수단 복수응답)



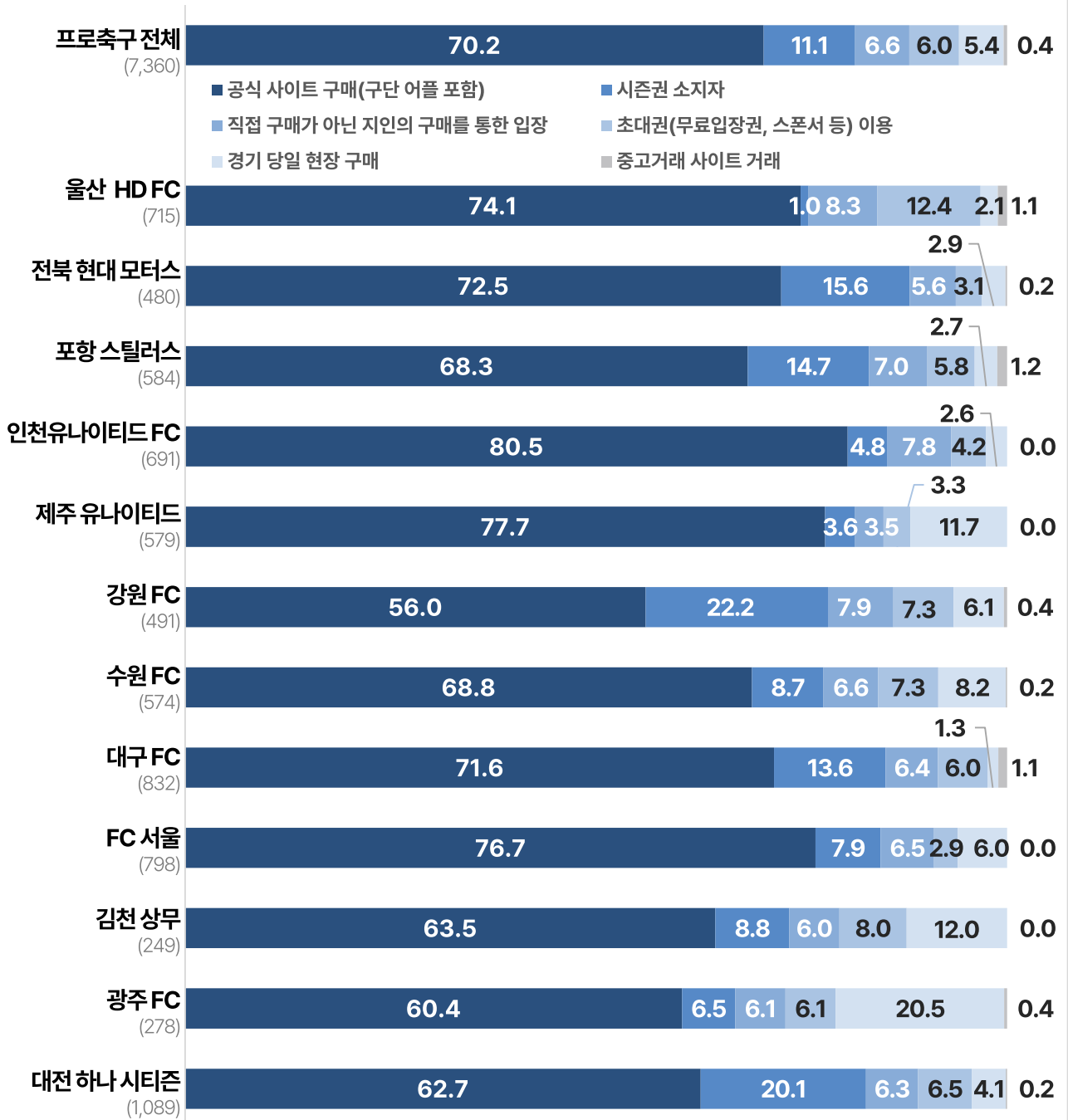
(* 기타: 도보, 자전거, 열차, 기타 응답 포함)

티켓 구매 방법

프로축구 관람객의 경기 티켓은 '공식 사이트'를 통한 구매가 매우 높음

- 2024년 프로축구 관람객의 경기 티켓 구매 행태를 살펴보면,
모든 구단에서 '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험이가장 높음
- '시즌권 소지자'는 강원 FC, 대전 하나 시티즌 관람객에서 높고,
'초대권(무료입장권, 스폰서 등) 이용'은 울산 HD FC, 김천 상무 관람객에서 높게 나타남

(단위: %)

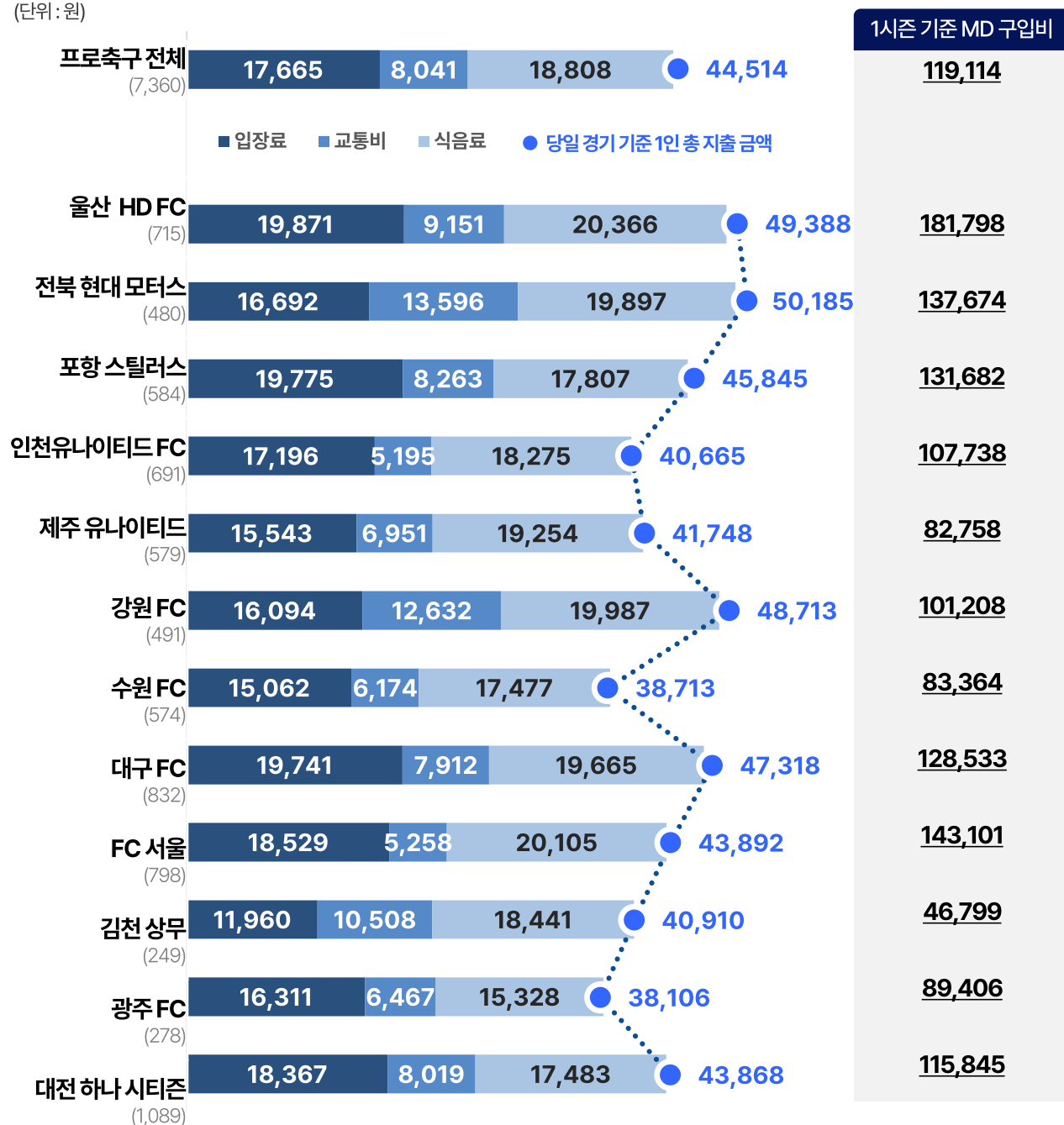


지출금액

경기장 방문 시 입장료+교통비+식음료비 포함 평균 44,514원을 지출함

- 2024년 프로축구 관람객의 경기관람시 지출금액을 살펴보면,
- 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 전북 현대 모터스(평균 50,185원), 울산HD FC(평균 49,388원), 강원 FC(48,713원) 순으로 높고 이들 구단은 교통비 지출금액이 평균보다 높다는 특징이 있음
- 식음료비 지출금액을 살펴보면, 울산HD FC(평균 20,366원), FC 서울(평균 20,105원), 강원 FC(평균 19,987원) 관람객의 지출금액이 높음
- 1시즌 기준 MD 구매 금액은 평균 119,114원이며, 울산HD FC 관람객의 평균 MD 구매 금액이 181,798원으로 가장 많았고 FC 서울(평균 143,101원), 전북 현대 모터스(평균 137,674원) 순으로 높음

(단위 : 원)

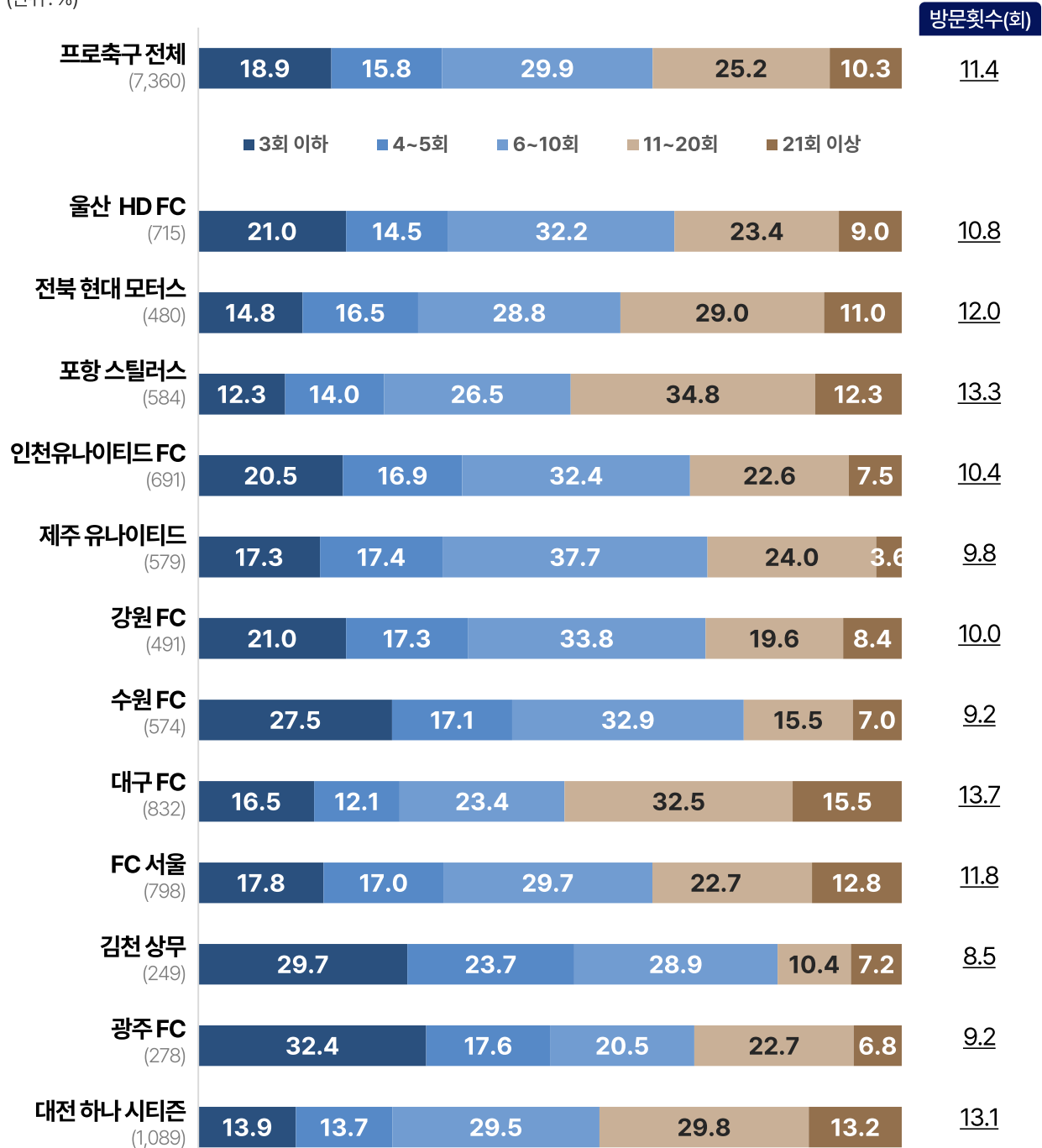


(1시즌) 방문 횟수

1시즌 기준, 경기 직접 관람(직관) 횟수는 평균 11.4회임

2024년 프로축구 관람객의 1시즌 기준 경기 관람 횟수를 살펴보면,
 대구 FC 관람객의 1시즌 평균 관람 횟수가 평균 13.7회로 가장 많고, 다음으로 포항 스틸러스 평균 13.3회,
 대전 하나 시티즌 평균 13.1회, 전북 현대 모터스 평균 12.0회, FC 서울 평균 11.8회, 울산 HD FC 평균 10.8회,
 인천유나이티드 FC 평균 10.4회, 강원 FC 평균 10.0회, 제주 유나이티드 평균 9.8회, 수원 FC 평균 9.2회,
 광주 FC 평균 9.2회, 김천 상무 평균 8.5회임

(단위: %)



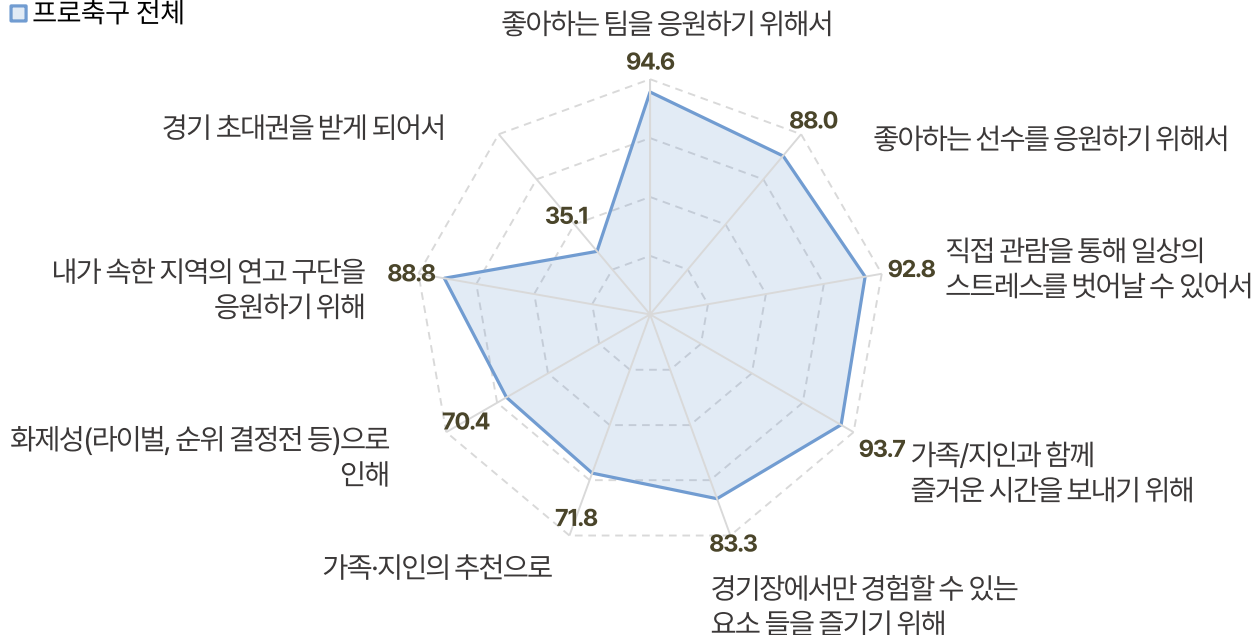
경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로축구 관람객이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
'좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서' 순임

(단위: %)

프로축구 전체



Ⓜ 축구장 방문(직관) 영향력(영향력: 매우 동의한다+동의한다 비율)

	좋아하는 팀을 응원하기 위해서	좋아하는 선수를 응원하기 위해서	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서	가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해	경기장에서 만 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
축구 전체	94.6	88.0	92.8	93.7	83.3	71.8	70.4	88.8	35.1
울산 HD FC	95.9(▲)	90.6(▲)	94.8(▲)	96.4(▲)	86.6(▲)	78.3(▲)	78.2(▲)	90.6(▲)	43.1(▲)
전북 현대 모터스	95.6(▲)	88.8(▲)	93.1(▲)	94.4(▲)	84.8(▲)	70.2(▽)	70.4(-)	86.3(▽)	30.4(▽)
포항 스틸러스	96.6(▲)	89.2(▲)	95.9(▲)	95.0(▲)	86.1(▲)	74.1(▲)	78.3(▲)	91.4(▲)	43.7(▲)
인천유나이티드 FC	94.5(▽)	87.3(▽)	90.4(▽)	92.2(▽)	80.6(▽)	69.5(▽)	68.6(▽)	87.6(▽)	33.4(▽)
제주 유나이티드	93.8(▽)	88.8(▲)	94.5(▲)	94.5(▲)	84.5(▲)	78.2(▲)	71.7(▲)	93.6(▲)	34.5(▽)
강원 FC	93.7(▽)	93.1(▲)	93.1(▲)	95.1(▲)	82.9(▽)	78.8(▲)	74.3(▲)	94.3(▲)	37.3(▲)
수원 FC	91.3(▽)	85.7(▽)	90.1(▽)	90.8(▽)	78.9(▽)	72.3(▲)	68.8(▽)	81.4(▽)	40.2(▲)
대구 FC	94.6(-)	86.4(▽)	92.8(-)	93.0(▽)	86.5(▲)	71.3(▽)	63.2(▽)	92.4(▲)	30.3(▽)
FC 서울	94.6(-)	84.1(▽)	92.4(▽)	91.4(▽)	82.2(▽)	59.9(▽)	66.2(▽)	82.2(▽)	29.6(▽)
김천 상무	90.4(▽)	87.1(▽)	94.0(▲)	97.2(▲)	85.5(▲)	82.3(▲)	75.9(▲)	87.6(▽)	43.8(▲)
광주 FC	92.1(▽)	91.7(▲)	88.5(▽)	92.4(▽)	74.1(▽)	69.8(▽)	69.1(▽)	84.5(▽)	44.6(▲)
대전 하나 시티즌	96.3(▲)	87.9(▽)	92.7(▽)	94.4(▲)	83.0(▽)	68.5(▽)	68.6(▽)	90.6(▲)	28.4(▽)

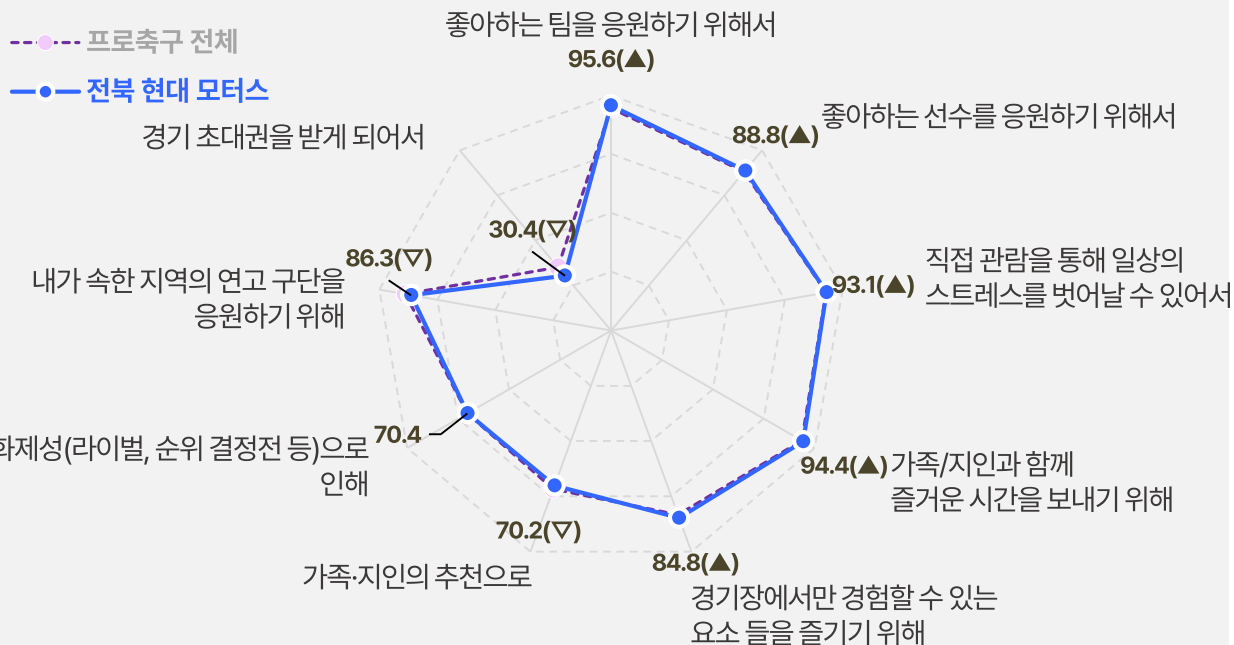
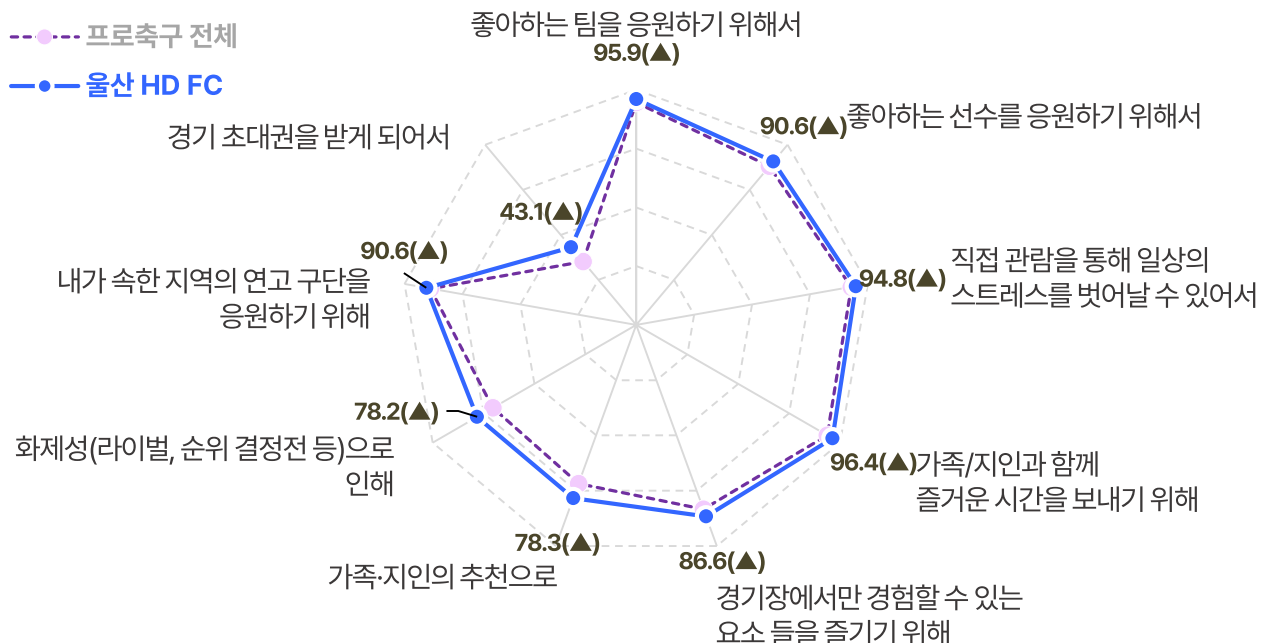
* ▲: 축구 전체 값 대비 높음 / ▽: 축구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 울산 HD FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서'와 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 전북 현대 모터스 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)



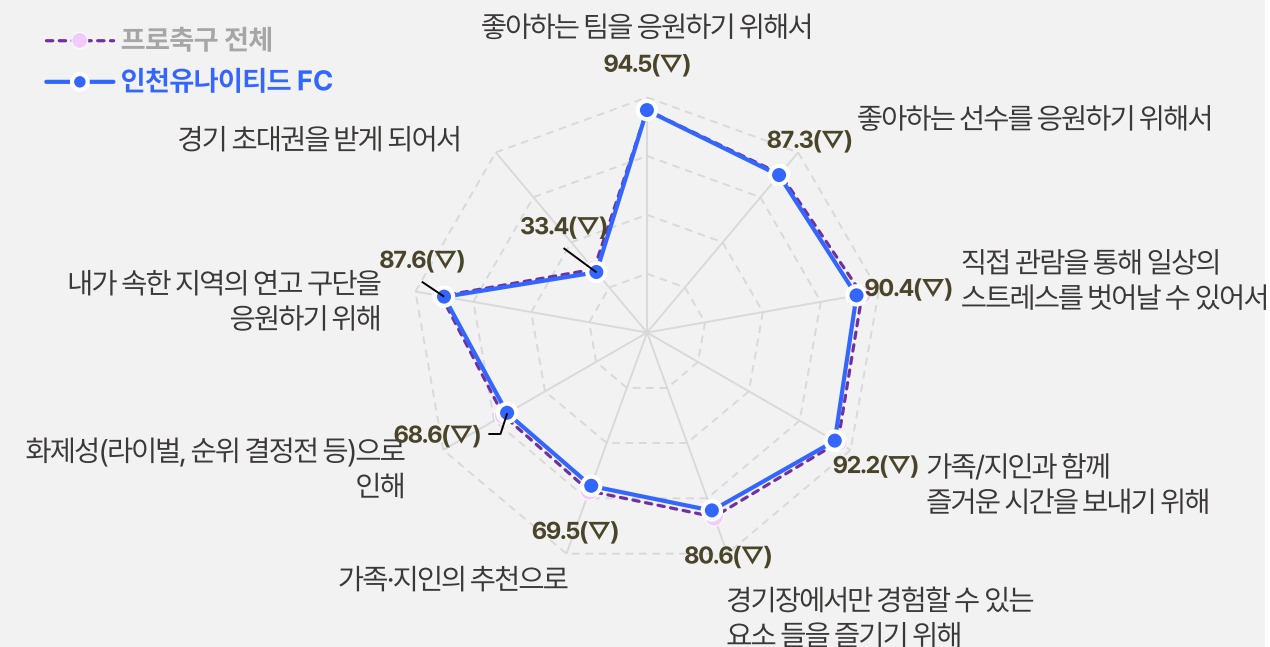
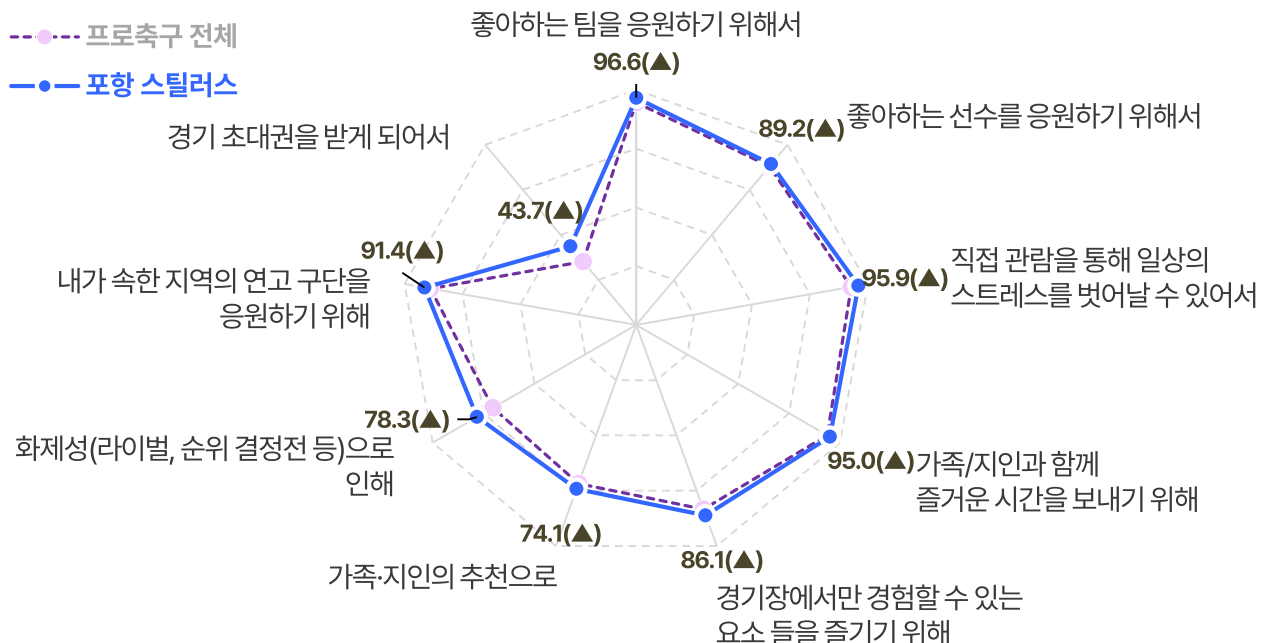
* ▲: 축구 전체 값 대비 높음 / ▽: 축구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 포항 스틸러스 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서'의 순임
- 인천유나이티드 FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)

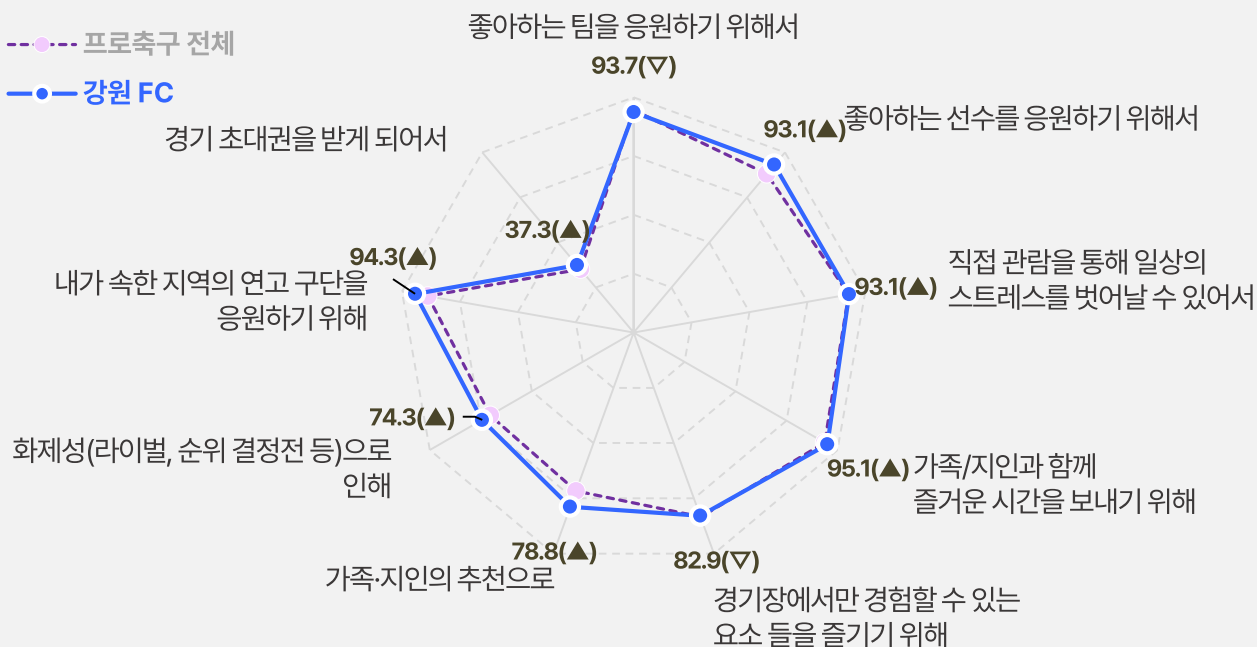
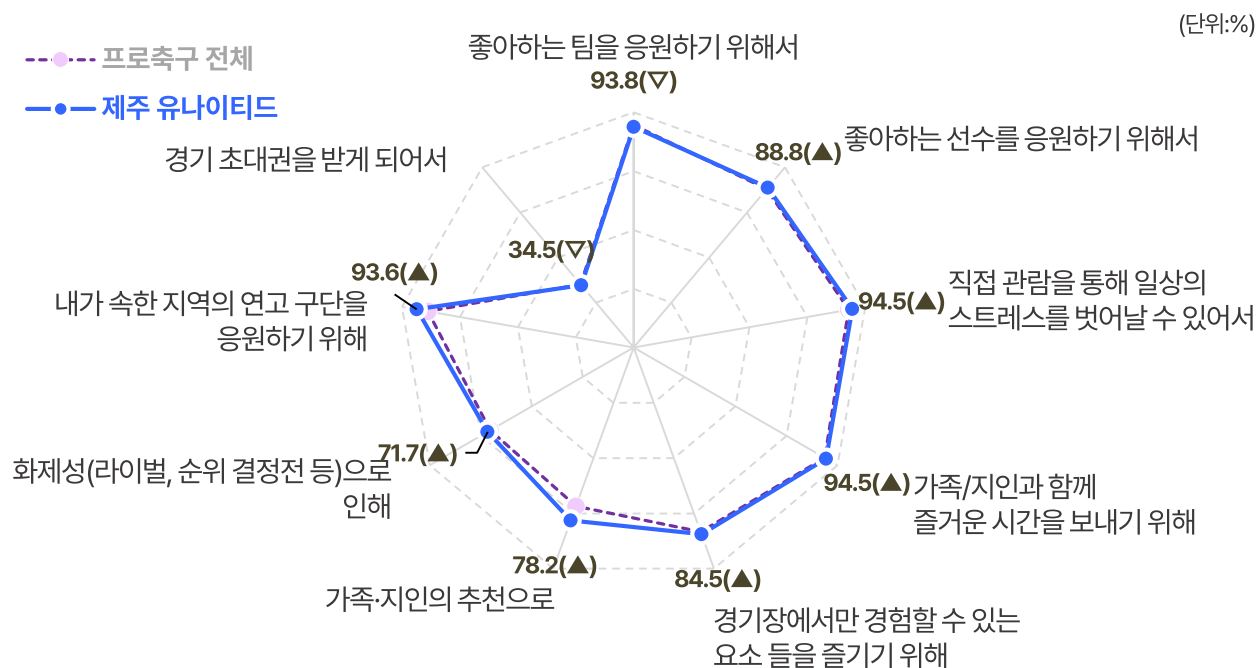


* ▲: 축구 전체 값 대비 높음 / ▽: 축구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

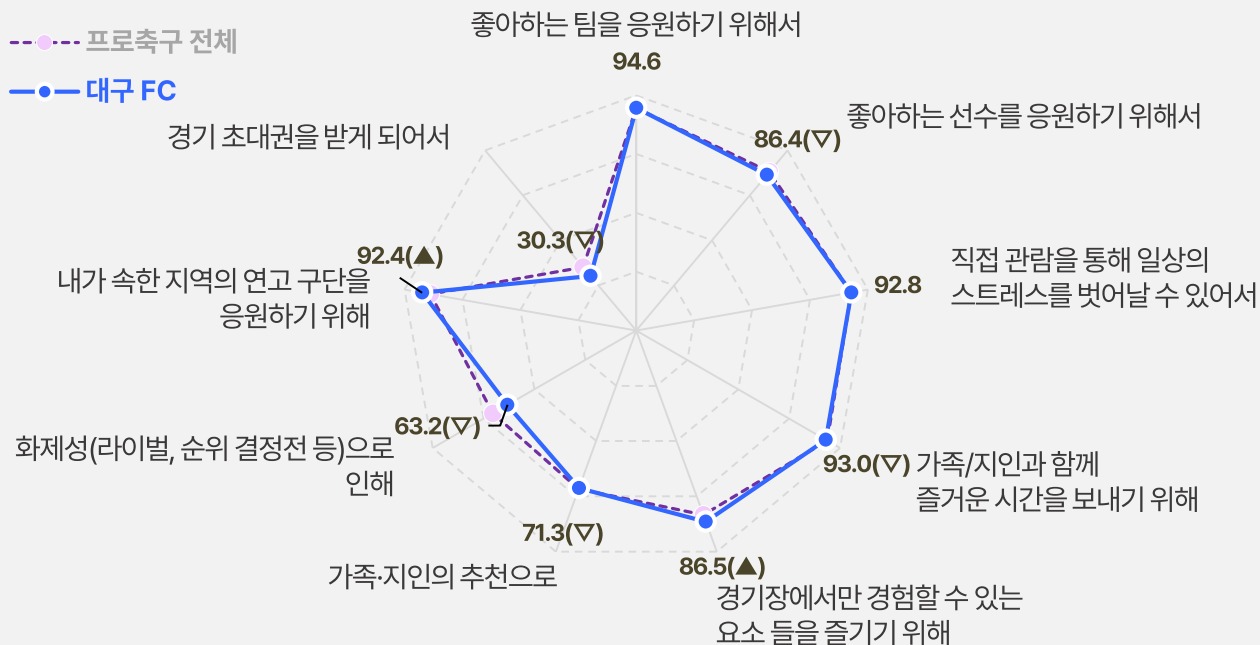
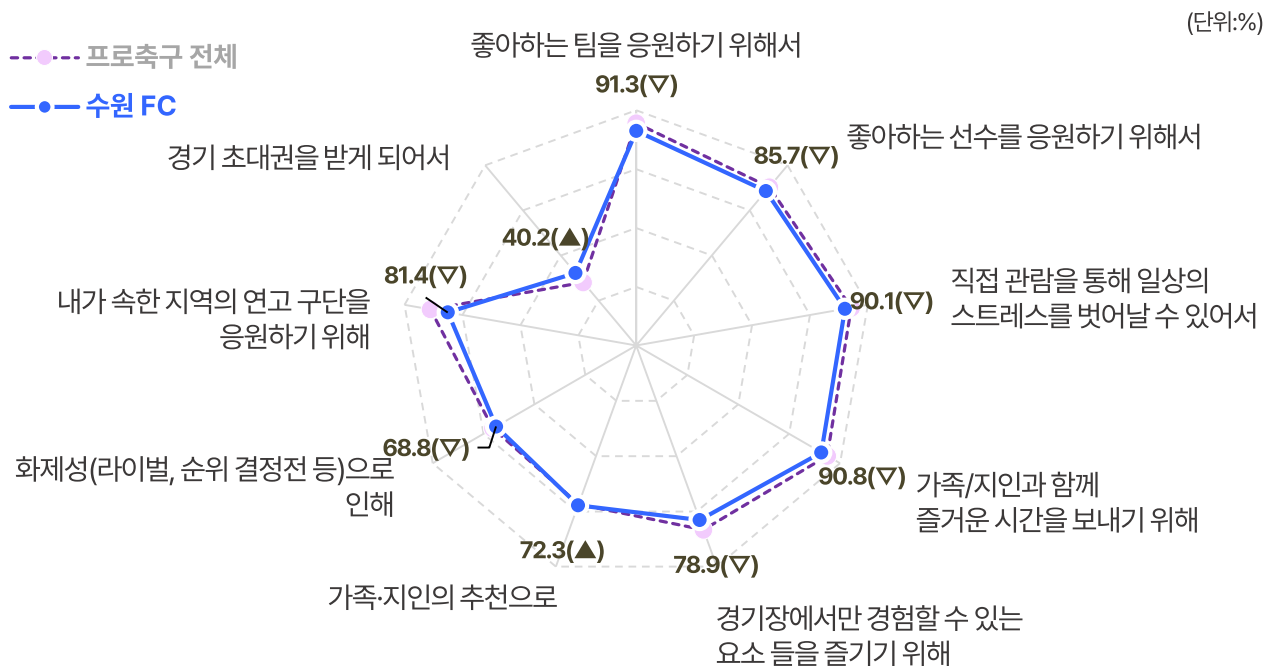
- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 제주 유나이티드 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'의 순임
- 강원 FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해', '좋아하는 팀을 응원하기 위해서' 순으로 높음



경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

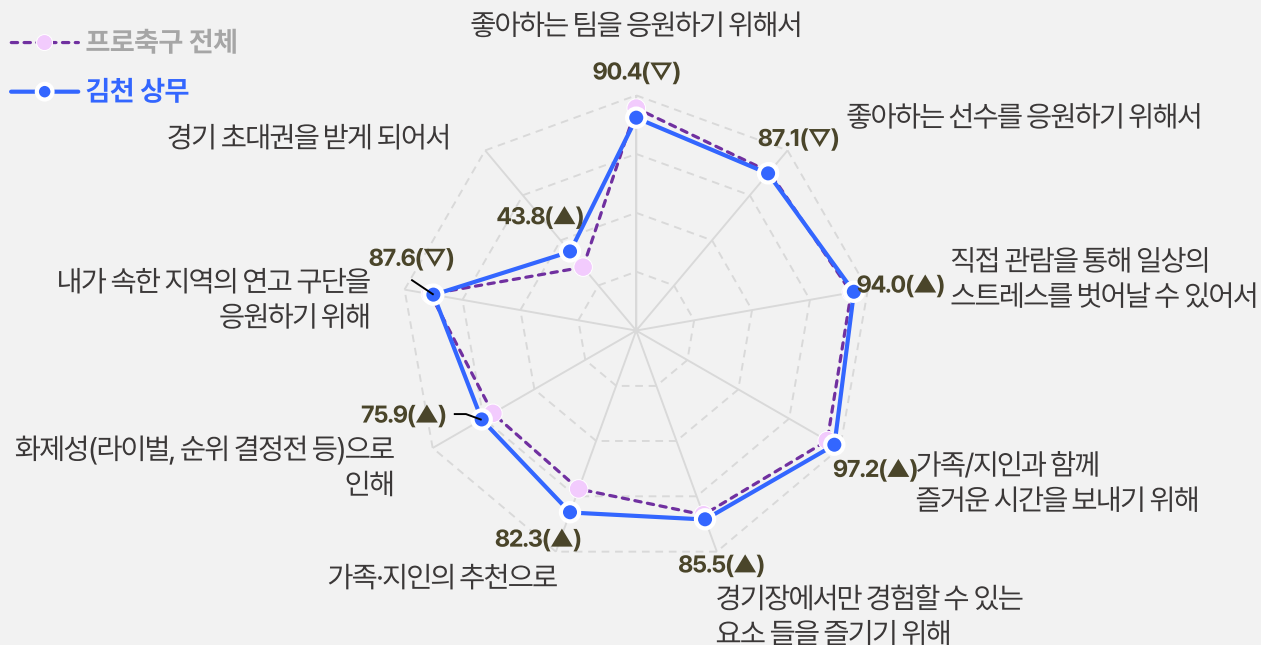
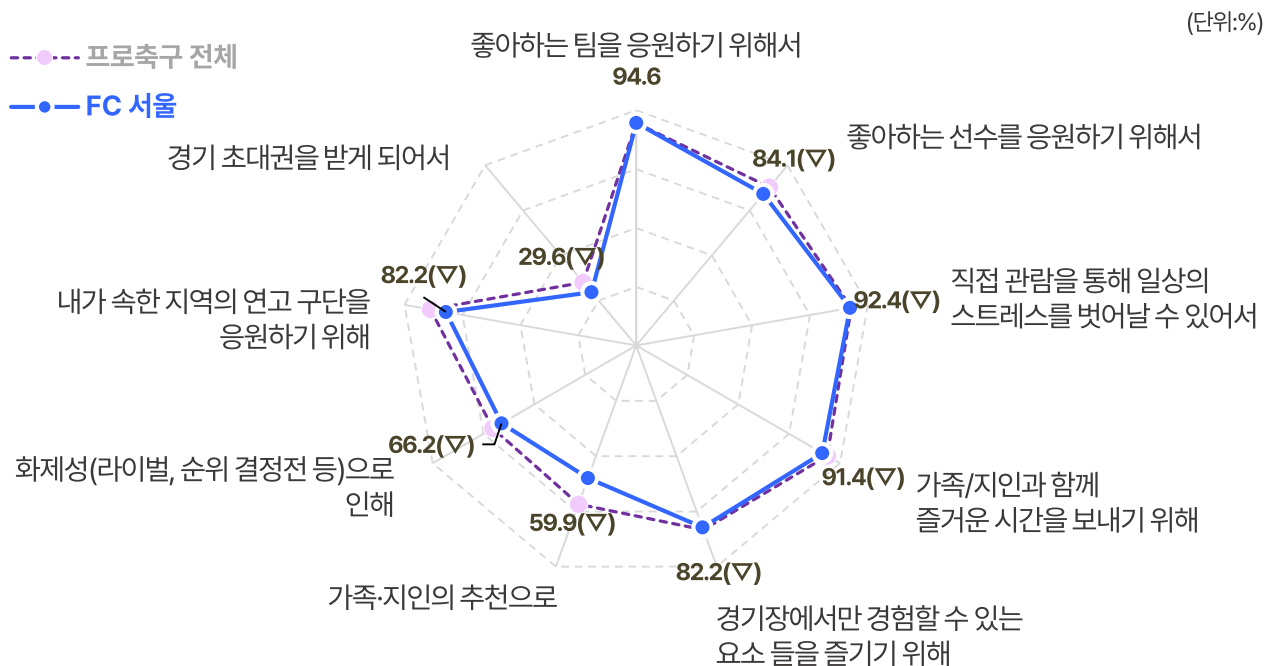
- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 수원 FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 대구 FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임



경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

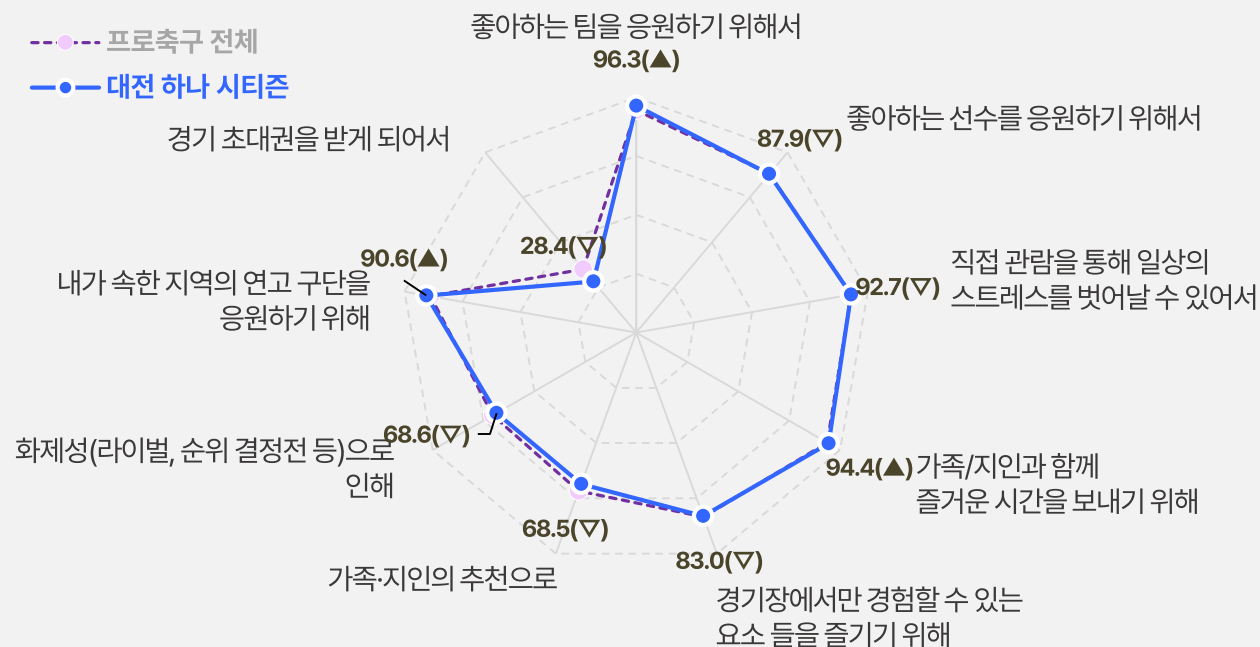
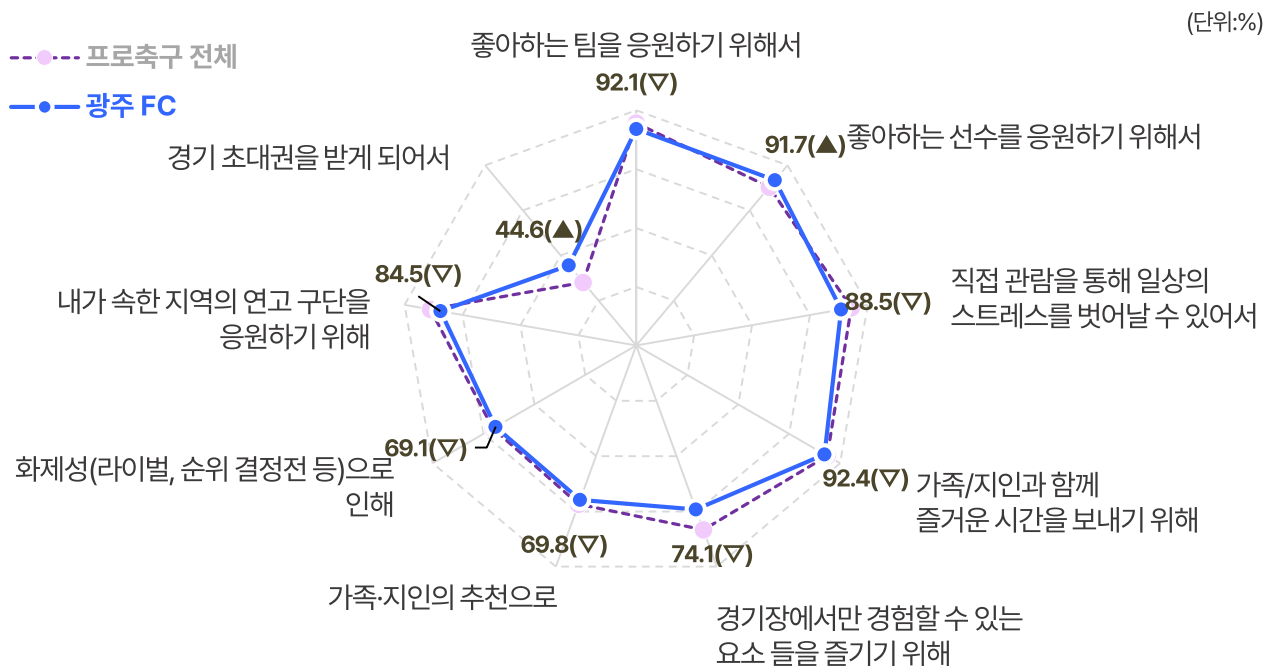
- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- FC 서울 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통한 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서'의 순임
- 김천 상무 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서' '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'의 순으로 나타남



경기장 방문 이유(직관이유)

프로축구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 축구장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로축구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 광주 FC 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서'와 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임
- 대전 하나 시티즌 관람객의 축구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

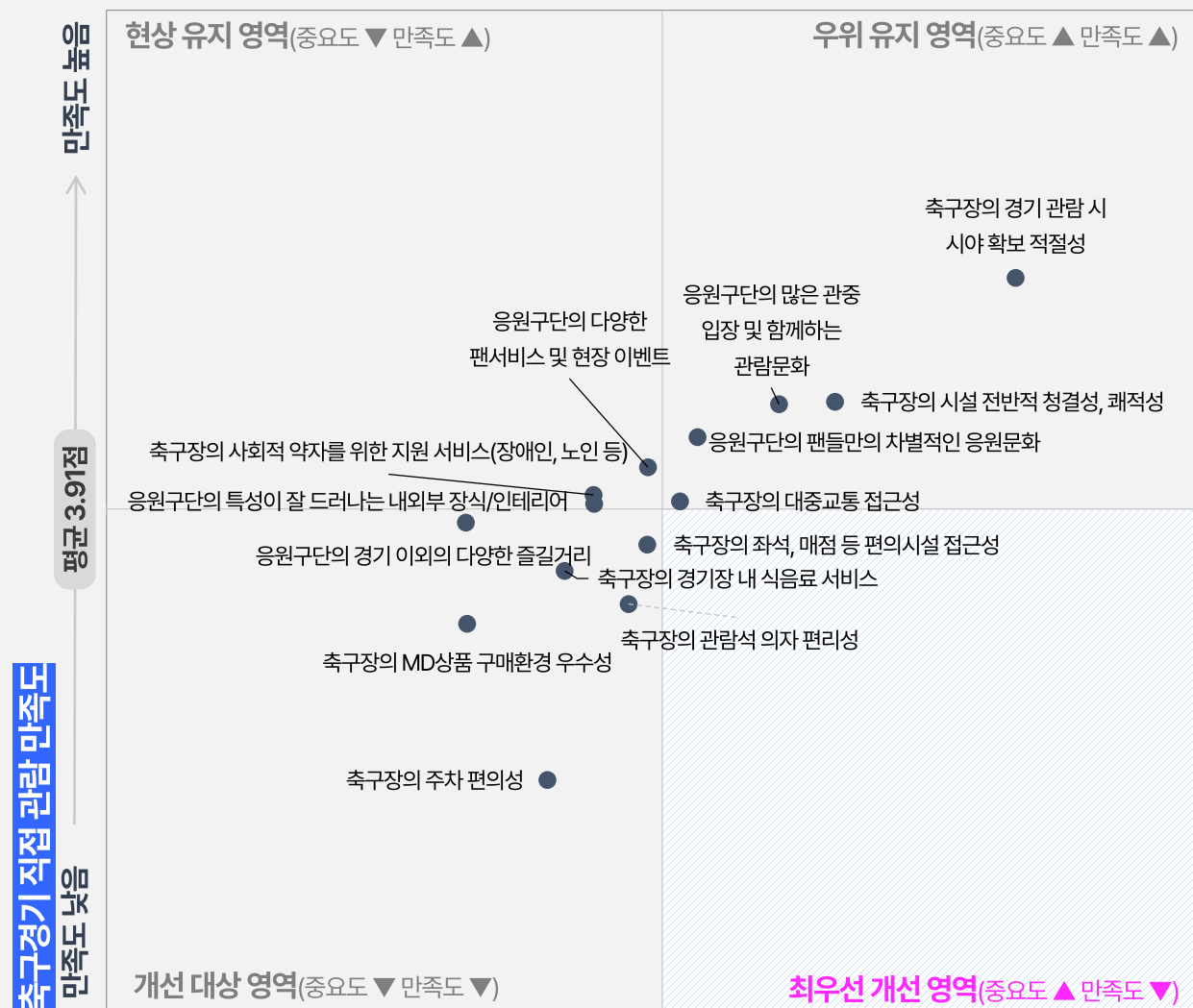


경기관람 속성별 평가

축구경기 관람 속성 중 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '축구장 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화' 순으로 중요하다고 인식하며, 관람 속성 중 '경기 관람 시 시야 확보 적절성'의 만족도가 높음

- 프로축구 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면,
- '(경기장) 축구장의 시설 전반적 청결성과 쾌적성', '(경기장) 축구장 대중교통 접근성',
 - '(경기장) 경기관람 시 시야 확보 적절성', '(구단) 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화',
 - '(구단) 팬들만의 차별적인 응원문화' 항목의 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)

프로축구 구단 전체

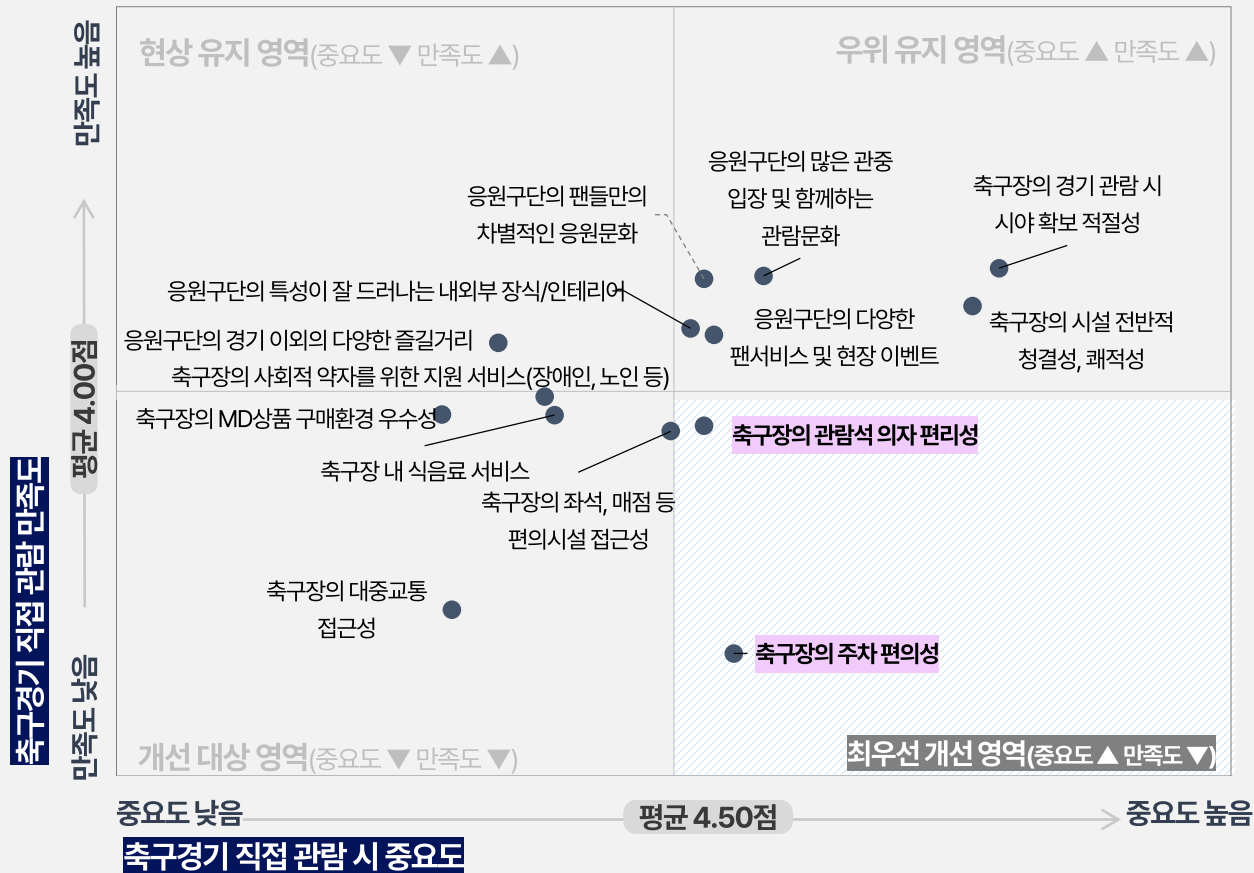


(5점 만점 기준, 5점에 가까울수록 긍정평가임)

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

울산 HD FC

울산 HD FC 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 관람석 의자 편리성'과 '축구장 주차 편의성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.42	4.12

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.62	4.21
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	4.30
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.51	4.14
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.53	4.28
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.51	4.27
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.50	4.15

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 대중교통 접근성	4.40	3.47
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.49	3.90
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.40	3.94
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.44	3.99
축구장 내 식음료 서비스	4.44	3.94

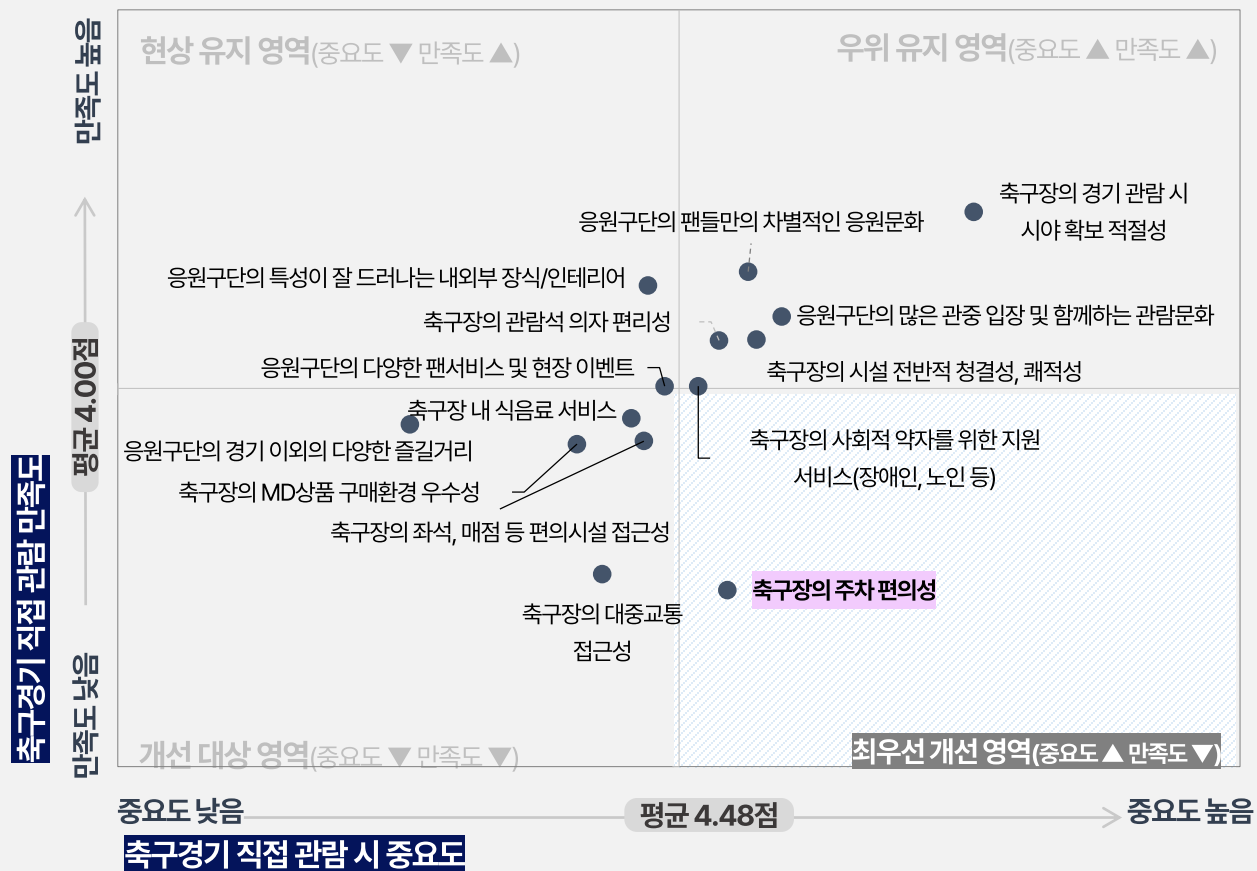
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.51	3.92
축구장의 주차 편의성	4.52	3.37

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

전북 현대 모터스

전북 현대 모터스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 주차 편의성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.47	4.00
응원구단 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.46	4.21

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.52	4.10
축구장의 관람석 의자 편리성	4.50	4.10
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	4.37
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.49	4.00
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.53	4.15
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.51	4.24

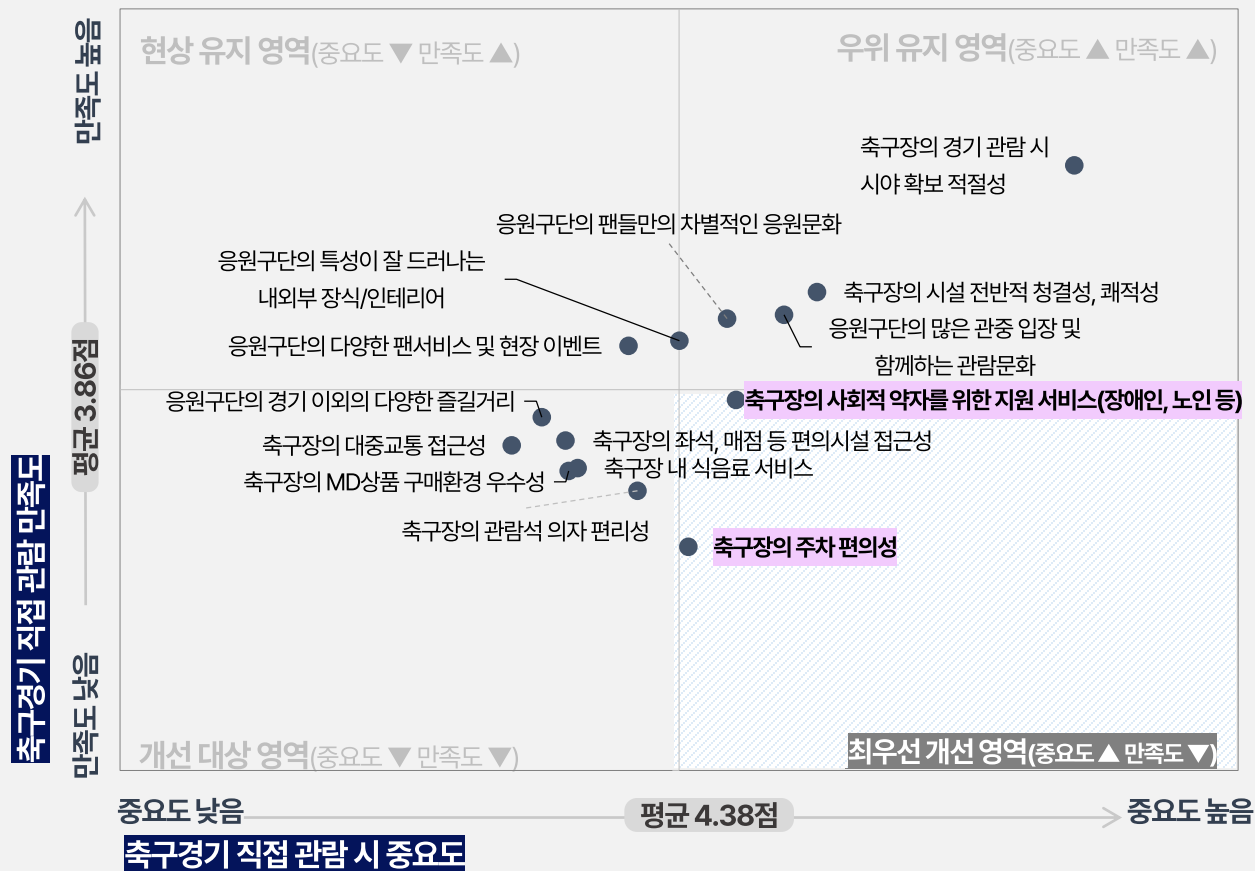
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 대중교통 접근성	4.44	3.61
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.46	3.89
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.43	3.88
축구장 내 식음료 서비스	4.46	3.94
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.35	3.93

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.50	3.58

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

포항 스틸러스

포항 스틸러스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 추자 편의성'과 '사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.35	3.96
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.38	3.97

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.46	4.08
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.61	4.37
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.44	4.03
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.41	4.02

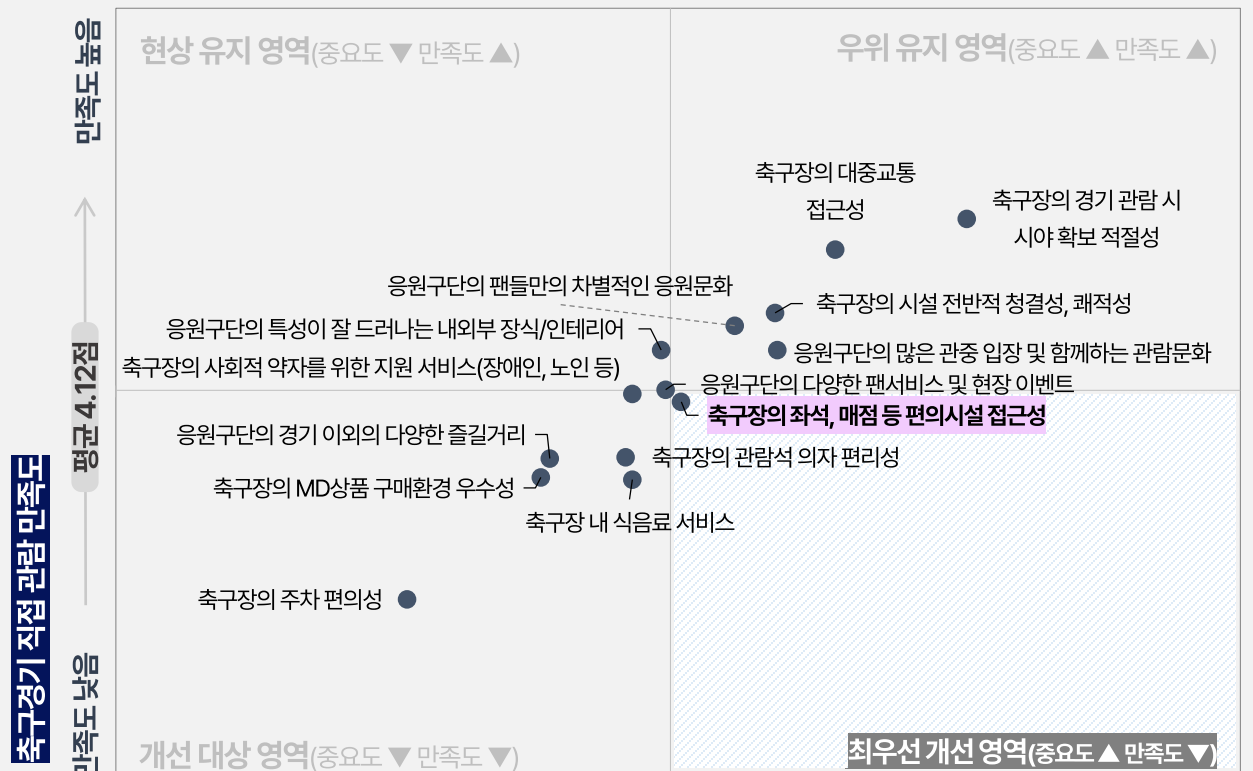
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.36	3.63
축구장의 대중교통 접근성	4.28	3.73
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.32	3.74
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.32	3.68
축구장 내 식음료 서비스	4.32	3.68
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.30	3.80

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.39	3.51
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.41	3.84

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

인천 유나이티드 FC

인천유나이티드 FC 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



중요도 낮음

평균 4.43점

중요도 높음

축구경기 직접 관람 시 중요도

(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.43	4.12
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.42	4.20

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.50	4.28
축구장의 대중교통 접근성	4.54	4.40
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.62	4.47
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.50	4.20
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.47	4.25

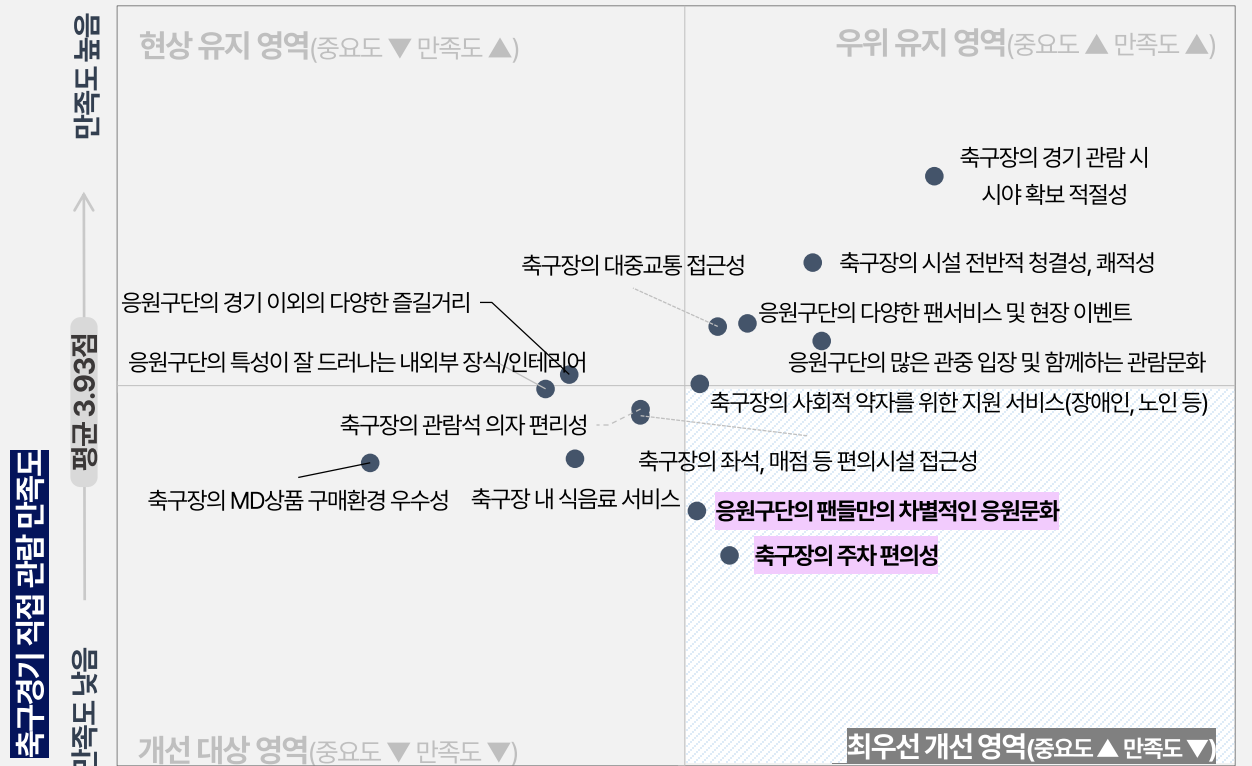
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.40	3.99
축구장의 주차 편의성	4.26	3.70
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.35	3.95
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.41	4.11
축구장 내 식음료 서비스	4.41	3.94
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.35	3.98

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.44	4.10

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

제주 유나이티드

제주 유나이티드 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 주차 편의성'과 '제주 유나이티드 팬들만의 차별적인 응원문화'임



중요도 낮음

평균 4.48점

중요도 높음

축구경기 직접 관람 시 중요도

(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.41	3.95

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.55	4.18
축구장의 대중교통 접근성	4.50	4.05
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	4.36
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.49	3.93
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.52	4.06
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.56	4.02

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.45	3.88
축구장 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.45	3.87
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.30	3.77
축구장 내 식음료 서비스	4.42	3.78
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.40	3.92

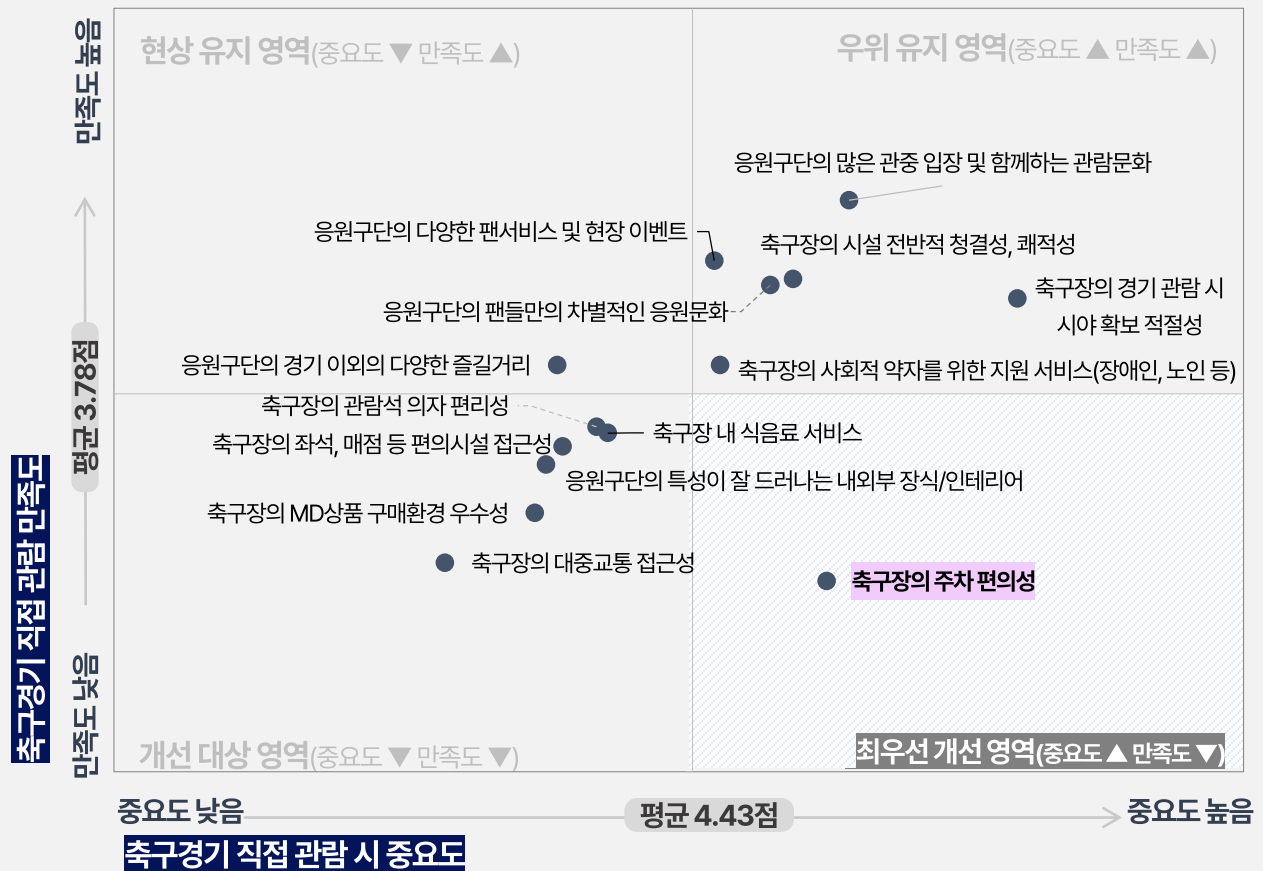
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.51	3.58
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.49	3.67

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

강원 FC

강원 FC 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은
'축구장 주차 편의성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.38	3.82

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.47	3.93
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.55	3.91
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.44	3.82
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.44	3.96
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.49	4.04
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.46	3.93

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.40	3.74
축구장의 대중교통 접근성	4.34	3.55
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.38	3.71
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.37	3.62
축구장 내 식음료 서비스	4.40	3.73
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.38	3.68

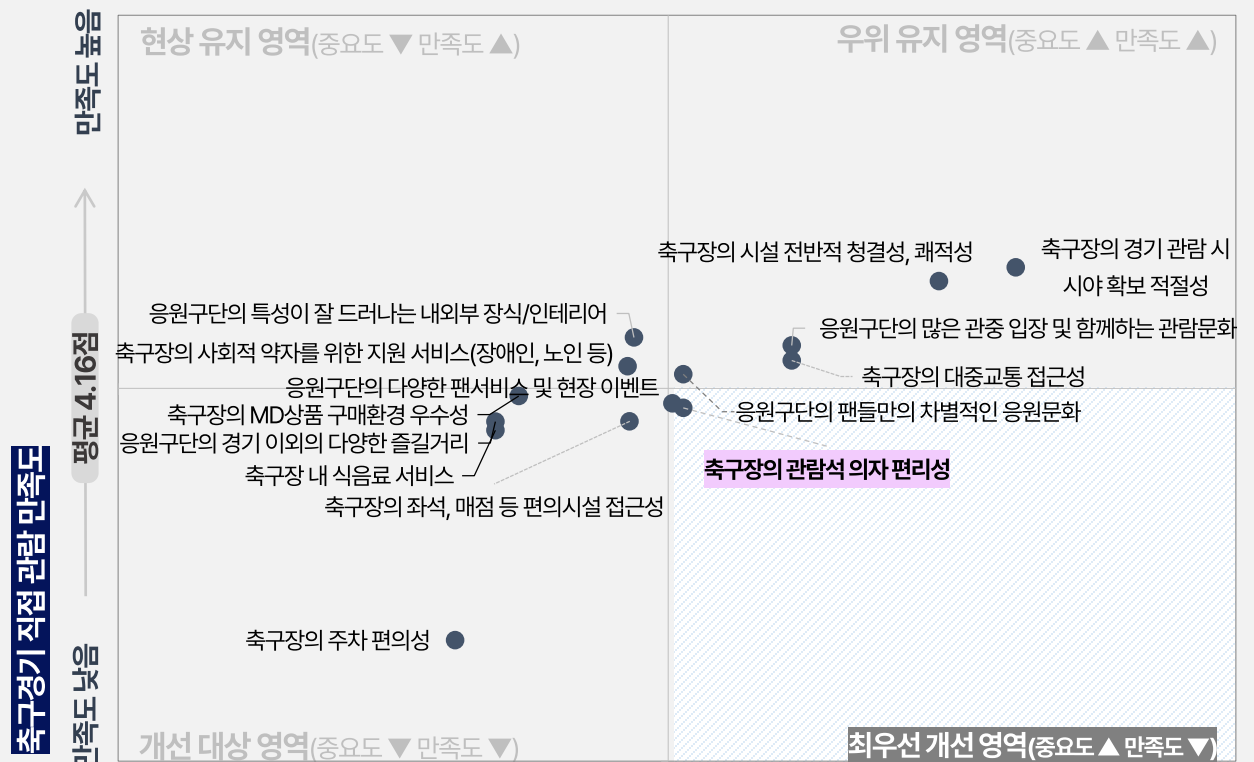
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.48	3.53

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

대구 FC

대구 FC 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은
'축구장 관람석 의자 편의성'임



중요도 낮음

평균 4.53점

중요도 높음

축구경기 직접 관람 시 중요도

(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

중요도 만족도

축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.51	4.23
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.51	4.33

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

중요도 만족도

축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.68	4.52
축구장의 대중교통 접근성	4.60	4.25
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.73	4.57
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.60	4.30
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.54	4.21

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

중요도 만족도

축구장의 주차 편의성	4.41	3.31
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.51	4.05
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.45	4.13
축구장 내 식음료 서비스	4.43	4.02
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.53	4.11
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.43	4.05

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

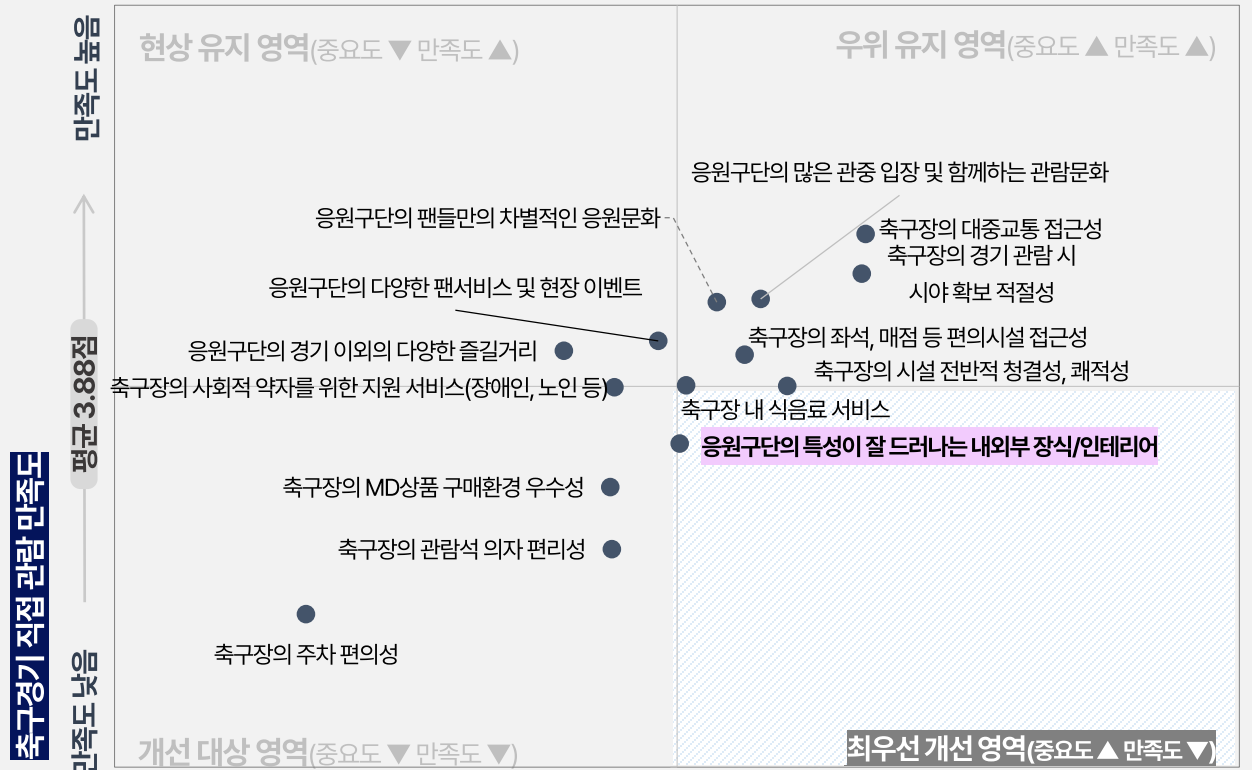
중요도 만족도

축구장의 관람석 의자 편리성	4.54	4.09
-----------------	------	------

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

FC 서울

FC 서울 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 'FC 서울의 특성이 잘 드러나는 내·외부 장식/인테리어'임



중요도 낮음

평균 4.45점

중요도 높음

축구경기 직접 관람 시 중요도

(단위: 점)

현상 유지 영역 (중요도 ▼ 만족도 ▲)

응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	중요도	만족도
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.34	3.99

우위 유지 영역 (중요도 ▲ 만족도 ▲)

축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	중요도	만족도
축구장의 대중교통 접근성	4.63	4.37
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.51	3.98
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.62	4.25
축구장 내 식음료 서비스	4.46	3.88
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.53	4.16
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.49	4.15

개선 대상 영역 (중요도 ▼ 만족도 ▼)

축구장의 관람석 의자 편리성	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.10	3.14
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.39	3.55
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.39	3.88

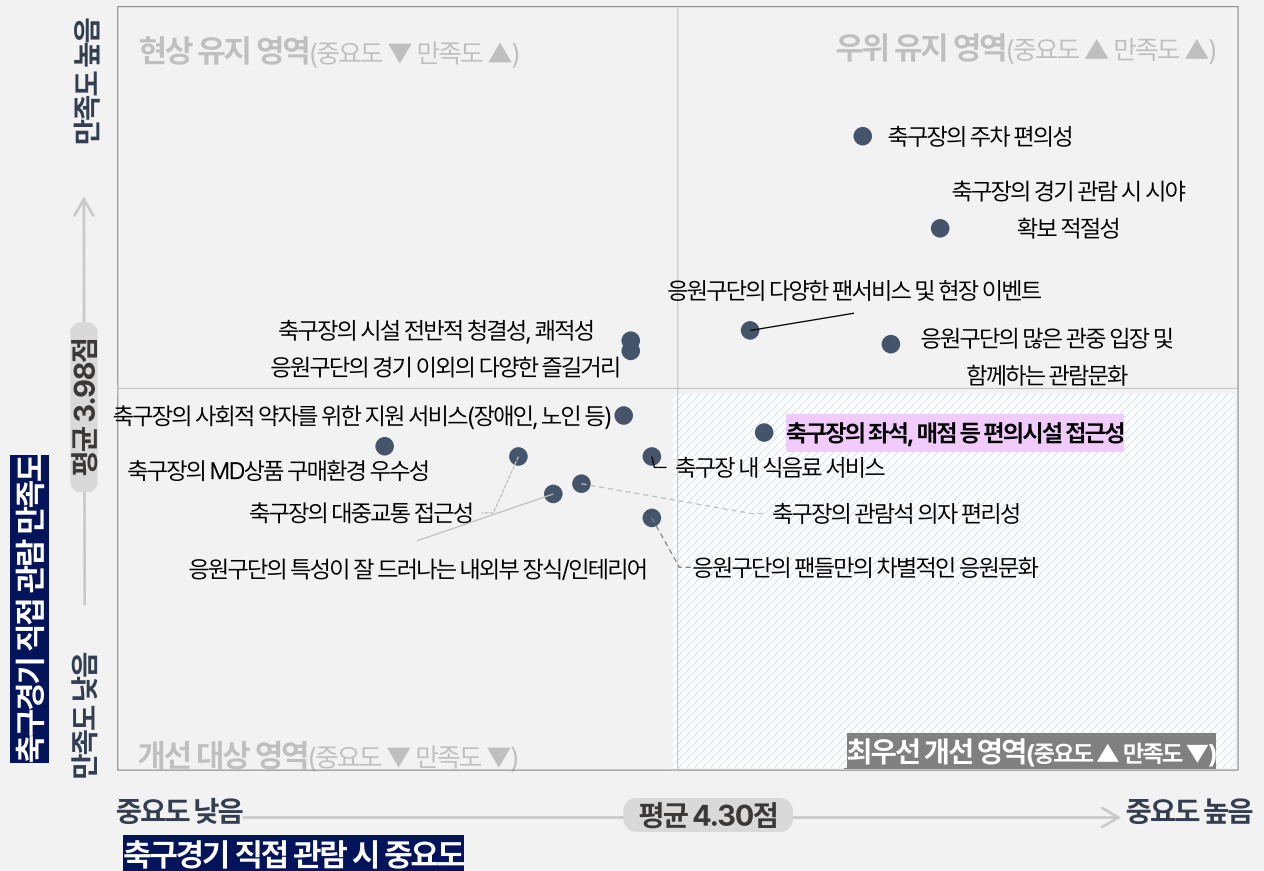
최우선 개선 영역 (중요도 ▲ 만족도 ▼)

응원구단의 특성이 잘 드러나는 내·외부 장식/인테리어	중요도	만족도
	4.45	3.69

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

김천 상무

김천 상무 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '축구장 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
축구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.27	4.04
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.27	4.02

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
축구장의 주차 편의성	4.41	4.28
축구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.45	4.17
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.34	4.05
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.42	4.03

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자 편리성	4.24	3.87
축구장의 대중교통 접근성	4.21	3.90
축구장의 MD상품 구매환경 우수성	4.13	3.91
축구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스(장애인, 노인 등)	4.27	3.95
축구장 내 식음료 서비스	4.29	3.90
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.29	3.83
응원구단의 특성이 잘 드러나는 내외부 장식/인테리어	4.23	3.86

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
축구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.35	3.93

대전 하나 시티즌 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '관람석 의자 편리성'임



최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
축구장의 관람석 의자편리성	4.43	3.57

