

2024년 프로스포츠 관람객 성향조사 SUMMARY REPORT

남자프로농구
BASKETBALL


KPSA
한국프로스포츠협회

남자 프로농구

KPSA
한국프로스포츠협회

조사 기간	2025년 1월 17일 ~ 2월 8일
조사 대상	15세 이상 남자프로농구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사 참여 SMS를 이용한 모바일 설문조사
유효 표본	4,617명

프로스포츠 관람객 성향조사 개요_남자프로농구

- : 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사는 2025년 1월 17일부터 2월 8일까지 남자프로농구 10개 구단 경기의 예매 및 방문 관람객(홈팬) 대상으로 진행하였다.
- : 진행 방법은 조사 참여 링크가 담긴 SMS를 예매 및 방문 관람객(홈팬)에게 발송한 후, SMS를 수신한 대상자가 링크를 클릭, 직접 조사에 참여하는 자기기입식 조사 방법으로 진행하였다.
- : SMS 발송을 통하여, 총 11,945명이 조사 참여 링크를 접속, 설문조사를 완료하였으며, 설문조사완료자 중 **홈팬 관람객을 유효 표본**으로 분석하였다.

유효 표본 선정 기준

- ① 응원하는 구단과 최근 방문한 경기장이 일치하는 경우
- ② 동행인원 수와 관련된 보기 선택형 질문과 숫자 입력형 질문의 응답 값이 일치하는 경우
- ③ 목표 할당 기준으로 선착순으로 조사에 참여한 홈팬

구단명	조사 참여자 수 (명)	유효 표본 (명)
안양 정관장 레드부스터스	1,033	520
서울 SK 나이츠	2,289	570
창원 LG 세이커스	1,591	480
울산 현대모비스 피버스	891	429
고양 소노 스카이저너스	910	470
부산 KCC 이지스	1,426	500
원주 DB 프로미	1,008	440
수원 KT 소닉붐	816	410
대구 한국가스공사 페가수스	1,162	410
서울 삼성 썬더스	819	388
합계	11,945	4,617

일러두기

- 본 보고서는 남자프로농구 10개 구단 경기의 최근 예매 및 방문관람객 대상으로 설문조사를 진행하였고, 조사 대상자는 전체 남자프로농구 관람객 특성을 대표하는 것이 아니므로 해석에 주의가 필요합니다.
- 제시된 각 통계 수치는 백분율의 경우 소수점 둘째 자리에서, 5점 평균의 경우 소수점 셋째 자리에서 반올림되었으므로 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.



남자 프로농구

KPSA
한국프로스포츠협회

조사 기간	2025년 2월 4일 ~ 2월 17일
조사 대상	15세 이상 남자프로농구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사 참여 SMS를 이용한 모바일 설문조사
유효 표본	4,617명

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

▶ 응답자 특성

성별	남성 39.9%, 여성 60.1%
연령	평균 연령 34.7세
	연령대 20대 이하(33.5%) > 40대(30.8%) > 30대(29.7%) > 50대(5.1%)
거주지	경기(28.7%) > 서울(18.5%) > 경남(10.5%) > 부산(9.9%)

▶ 경기 관람 특성

응원기간	1~3년 미만 39.1% (1년 미만 19.3%, 10년 이상 17.2%, 3~5년 미만 14.9%, 5~10년 미만 9.5%)
1시즌 당 경기 방문 횟수	1시즌 기준 평균 10.6회 경기장 방문 (6~10회 30.3%, 4~5회 22.4%, 11~20회 19.2%, 3회 이하 18.5%, 21회 이상 9.6%)
시즌권/멤버십 보유	시즌권 3.9% 멤버십 17.0% *둘다 보유하지 않음 80.1%
동행인원 수	본인 포함 평균 2.7명
동반인 유형	2인 이상 함께 방문 비율 : 86.1% vs 혼자 13.9% (가족 46.5%, 친구 28.5%, 연인 9.3%)
경기장까지 이동	평균 51.1분 / 자가차량 50.3% > 버스 30.4% > 지하철 26.9%
농구장 지출 금액 (당일)	당일 경기장 방문 시 평균 41,404원 (입장료 20,424원, 교통비 8,078원, 식음료비 12,902원)
MD구매 금액(1시즌)	1시즌 기준 평균 53,345원
티켓 구매 방법	공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 93.8%

▶ 경기장 방문 이유

농구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.68점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.47점(5점 만점)
	좋아하는 선수를 응원하기 위해서 4.43점(5점 만점)
농구 직관 제안 받은 경험	64.2%(창원 LG 72.5% > 원주 DB 69.8% > 울산 현대모비스 68.1%)
농구 직관 제안 한 경험	89.9%(울산 현대모비스 92.5% > 고양 소노 92.1% > 서울 SK 91.4%)
농구 직관을 위한 중요사항 TOP3	☐ 경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.63점/5점 만점)
	☐ 관람석 의자 편리성(4.43점/5점 만점)
	☐ 시설 전반적 청결성, 쾌적성 (4.42점/5점 만점)
농구 직관 시 만족도 TOP3	☐ 경기 관람 시 시야 확보 적절성(3.96점/5점 만점)
	☐ 많은 관중 입장 및 함께하는 관람 문화(3.80점/5점 만점)
	☐ 시설 전반적 청결성, 쾌적성(3.80점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면,
남성 대비 여성의 참여 비율이 높음
남자 프로농구 관람객 평균 연령은
30.7세임

경기 관람 특성을 살펴보면,
응원기간 1~3년 미만이 39.1%,
1년 미만(올해 처음)은 19.3%,
10년 이상 17.2%임

1시즌 당 평균 10.6회 농구경기장을
방문하고, 시즌권 또는 멤버십 보유자
20.8%임
티켓 구매는 공식 사이트를 통한
구매가 93.8%임

본인 포함 평균 2.7명이 함께 관람하며,
86.1%가 동행인과 함께 방문

농구장 방문 시 당일 하루
평균 41,404원을 지출하고,
그 중 입장료 지출이 20,424원,
전체 금액 중 50%를 차지함

경기장 방문 이유(직관이유)를 살펴보면,
'좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접
관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날
수 있어서' 등의 이유로 경기장을 방문함
농구장 직관을 제안 받은 경험은 64.2%,
농구장 직관을 제안 한 경험은 89.9%임

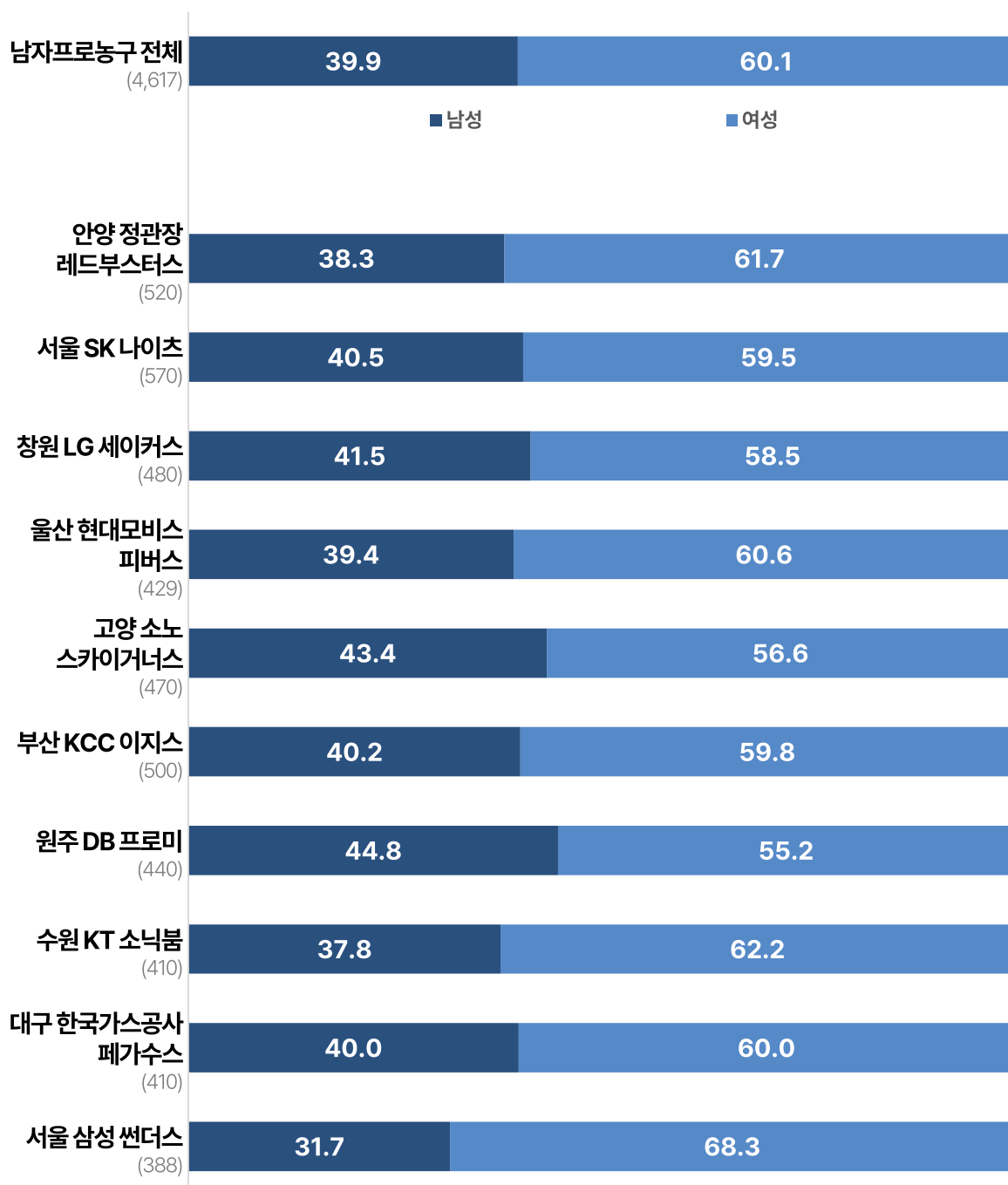
직관 만족도와 중요도 모두
시야 확보 적절성 응답 비율이 높음

성별

남자프로농구 관람객 중 남성 관람객은 39.9%, 여성 관람객은 60.1%임
여성 관람객 비율이 남성 대비 높게 응답됨

： 2024년 남자프로농구 관람객의 성별을 구단별로 살펴보면, 모든 구단이 남성 관람객보다 여성 관람객 비율이 높게 나타남
： 여성 관람객 비율이 전체 평균(60.1%) 보다 높은 구단은 서울 삼성 썬더스(68.3%), 수원 KT 소닉붐(62.2%), 안양 정관장 레드부스터스(61.7%), 울산 현대모비스 피버스(60.6%)임

(단위 : %)



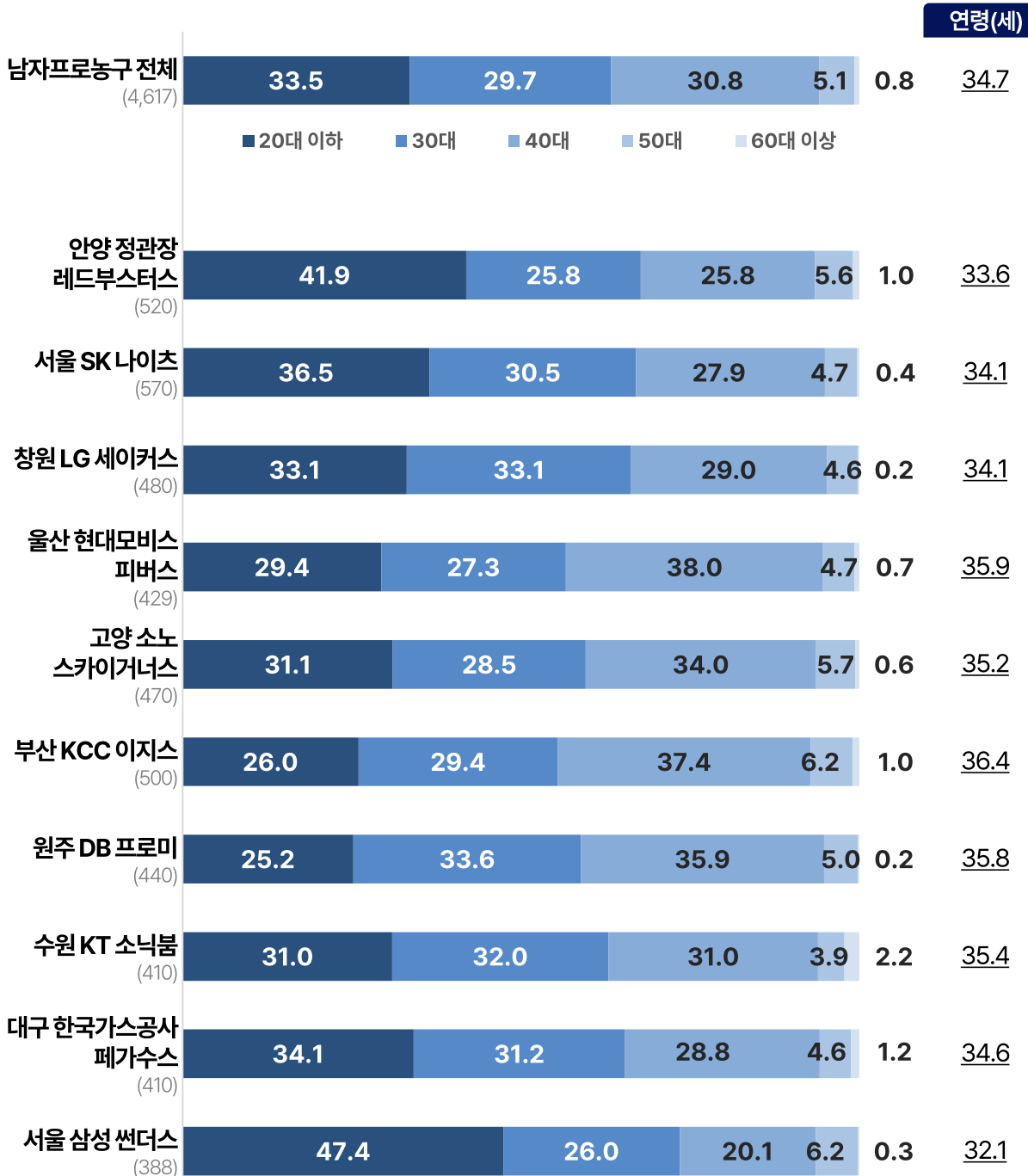
연령대

남자프로농구 관람객의 연령은 평균 34.7세임

∴ 2024년 남자프로농구 관람객의 연령대를 구단별로 살펴보면,

부산 KCC 이지스 관람객의 평균 연령이 36.4세로 가장 높고, 다음으로 울산 현대 모비스 피버스 평균 35.9세, 원주 DB 프로미 평균 35.8세, 수원 KT 소닉붐 평균 35.4세, 고양 소노 스카이저너스 평균 35.2세, 대구 한국가스공사페가수스 평균 34.6세, 창원 LG 세이커스/서울 SK 나이츠 평균 34.1세, 안양 정관장 레드부스터스 평균 33.6세, 서울 삼성 썬더스 평균 32.1세 순으로 나타남

(단위 : %)



(2024년 설문조사는 온라인 링크를 활용한 모바일 조사로 진행되어 연령별 분석 내용은 결과 해석에 유의해야함)

거주지역

각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

： 2024년 남자프로농구 관람객의 거주지역을 구단별로

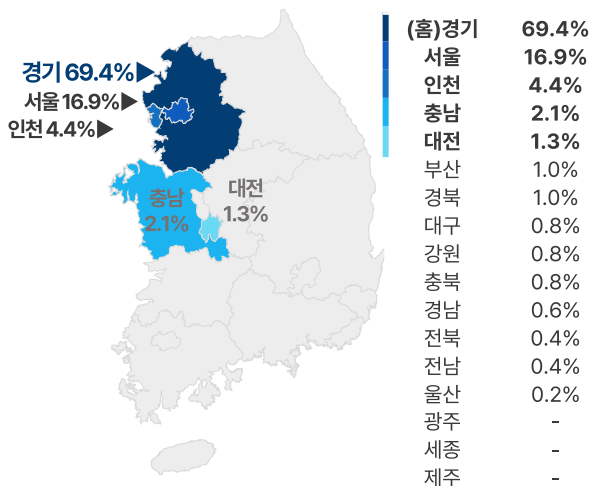
살펴보면, 거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- 안양 정관장 레드부스터스 : 경기 69.4% > 서울 16.9%
- 서울 SK 나이츠 : 서울 60.0% > 경기 30.5%
- 창원 LG 세이커스 : 경남 84.6% > 부산 5.8%
- 울산 현대모비스 피버스 : 울산 79.3% > 부산 5.6%
- 고양 소노 스카이저너스 : 경기 67.9% > 서울 19.8% >

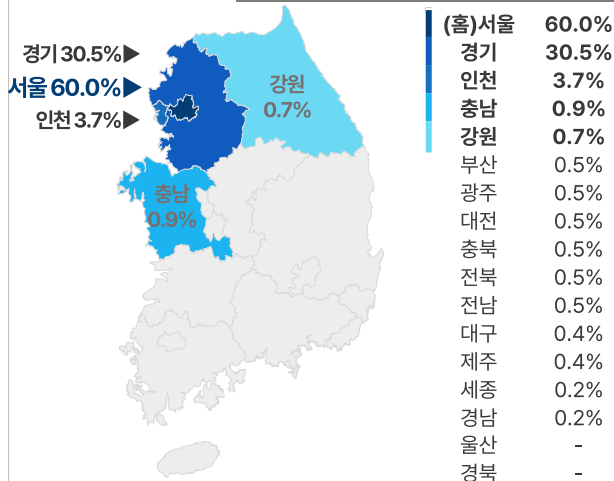
인천 7.2%

(* 5% 이상 응답만 제시)

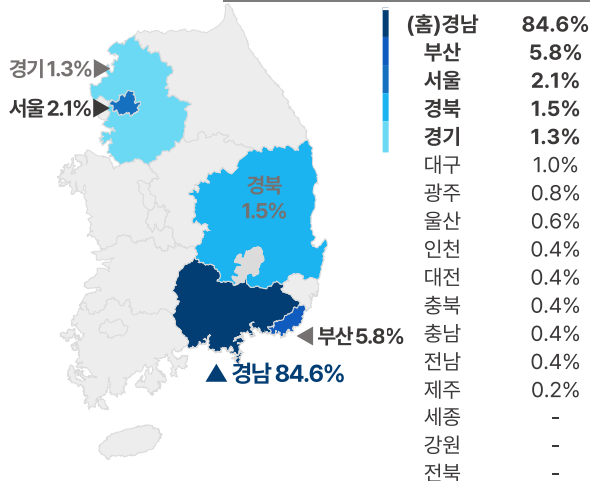
안양 정관장 레드부스터스



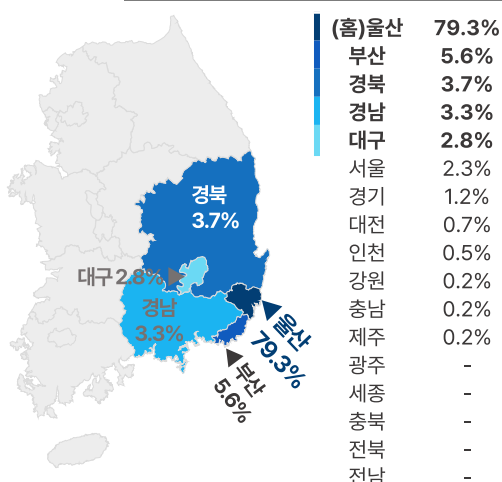
서울 SK 나이츠



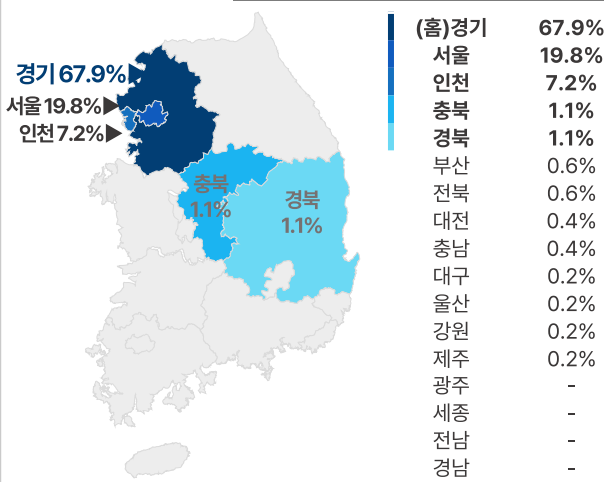
창원 LG 세이커스



울산 현대모비스 피버스



고양 소노 스카이저너스



거주지역

각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

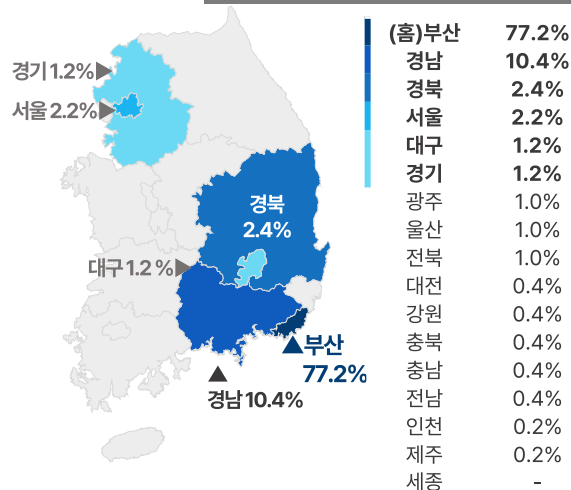
2024년 남자프로농구 관람객의 거주지역을 구단별로 살펴보면, 거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- 부산 KCC 이지스: 부산 77.2% > 경남 10.4%
- 원주 DB 프로미: 강원 76.4% > 경기 9.8% > 충북 5.2%
- 수원 KT 소닉붐: 경기 70.0% > 서울 15.4% > 인천 5.6%
- 대구 한국가스공사 페가수스: 대구 78.5% > 경북 13.9%
- 서울 삼성 썬더스: 서울 54.4% > 경기 30.7% >

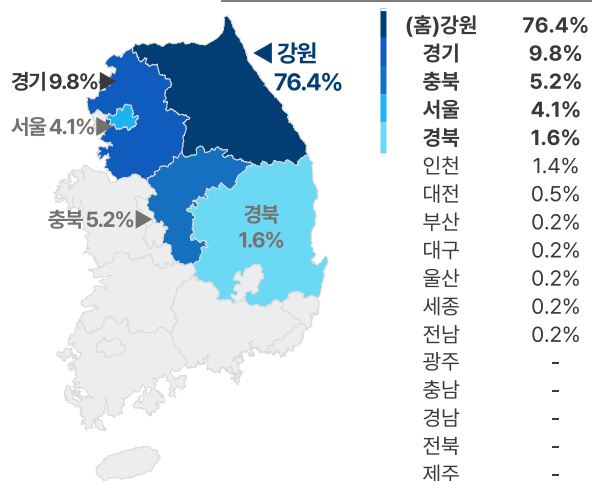
인천 5.4%

(* 5% 이상 응답만 제시)

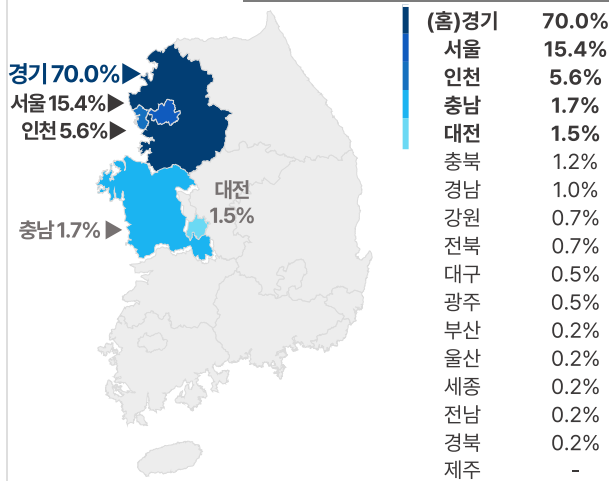
부산 KCC 이지스



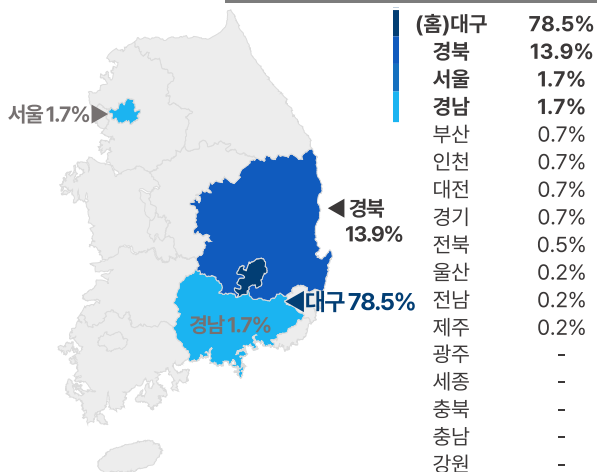
원주 DB 프로미



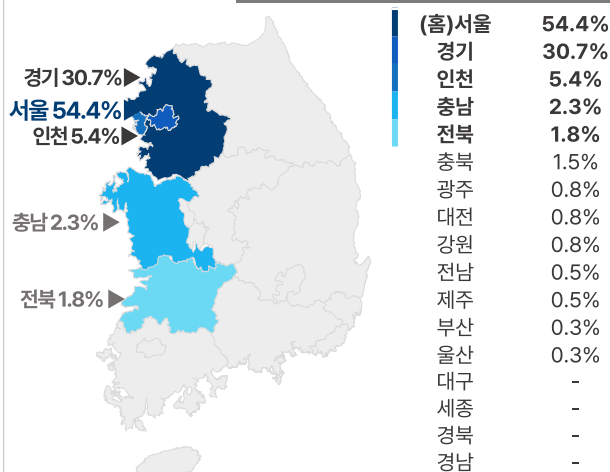
수원 KT 소닉붐



대구 한국가스공사 페가수스



서울 삼성 썬더스

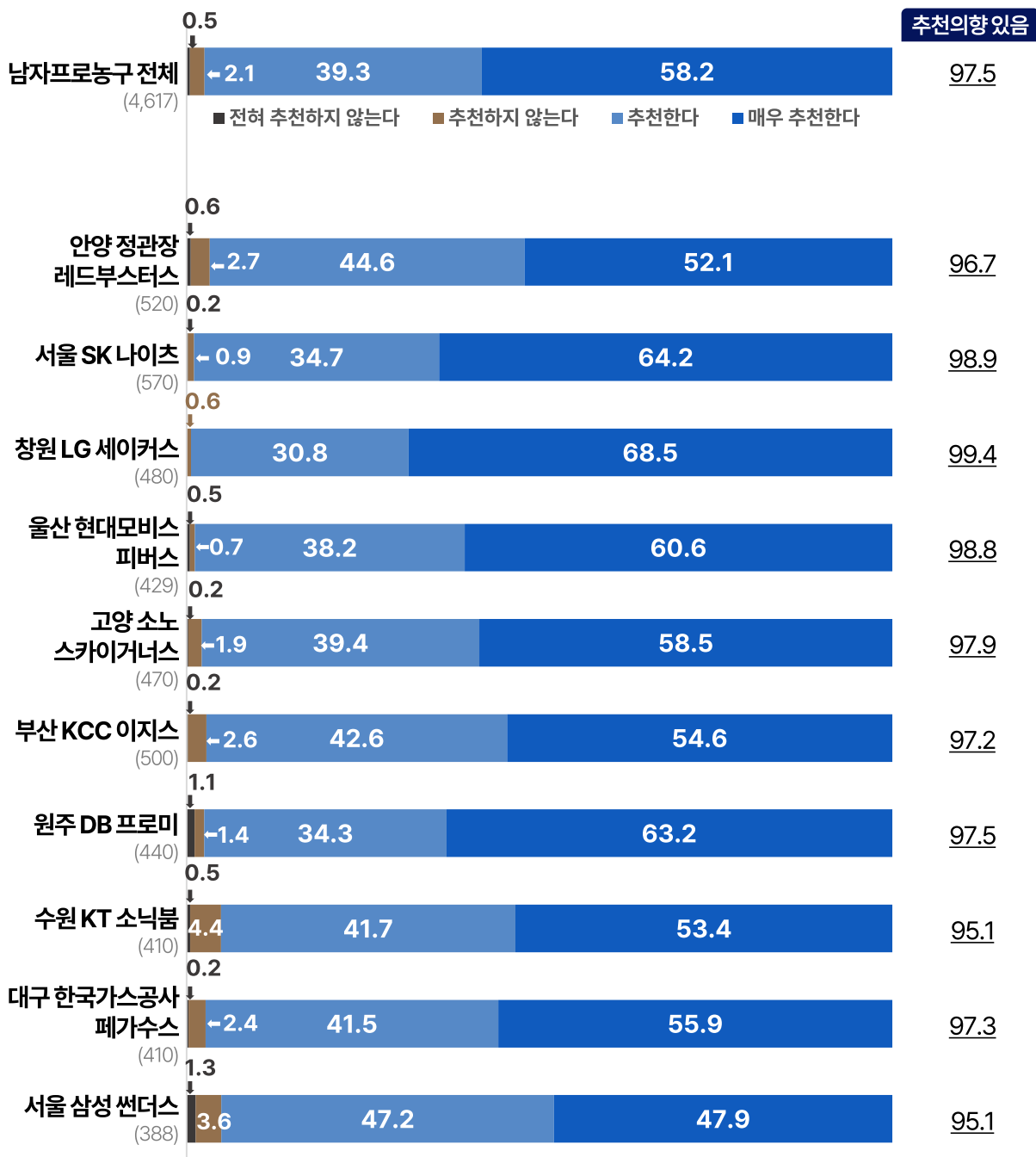


농구 경기 관람 추천의향

농구 경기 직접 관람 추천의향 97.5%임

- ： 2024년 남자프로농구 관람객 중 97.5%(매우 추천한다+추천한다)가 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 추천 의향을 보임
- ： 모든 구단 관람객이 주변 지인에게 농구 직접 관람 추천 의향이 높고, 그 중 창원 LG 세이커스 > 서울 SK 나이츠 > 울산 현대모비스 피버스 > 고양 스카이저너스 > 원주 DB 프로미 > 대구 한국가스공사 페가수스 > 부산 KCC 이지스 > 안양 정관장 레드부스터스 > 수원 KT 소닉붐 > 서울 삼성 썬더스 순으로 추천 의향이 높게 나타남

(단위: %)



농구 경기 관람 권유 받은 경험

농구 경기 관람 권유를 받은 경험은 64.2%

- ： 2024년 남자프로농구 관람객 중 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 64.2%인 것으로 나타남
- ： 각 구단 관람객 모두 남자 농구 경기 직접 관람을 권유 받은 비율이 높으나 특히 창원 LG 세이커스, 원주 DB 프로미, 울산 현대모비스 피버스, 대구 한국가스공사 페가수스, 안양 정관장 레드부스터스 순으로 남자프로농구 직접 관람을 권유 받은 비율이 상대적으로 높음

(단위: %)

직관 권유 받은
경험 있음

남자프로농구 전체
(4,617)



■ 한 번도 없다 ■ 없는 편이다 ■ 종종 있는 편이다 ■ 자주 있다

안양 정관장
레드부스터스
(520)



63.5

서울 SK 나이츠
(570)



62.8

창원 LG 세이커스
(480)



72.5

울산 현대모비스
피버스
(429)



68.1

고양 소노
스카이저너스
(470)



63.0

부산 KCC 이지스
(500)



61.4

원주 DB 프로미
(440)



69.8

수원 KT 소닉붐
(410)



55.1

대구 한국가스공사
페가수스
(410)



63.9

서울 삼성 썬더스
(388)



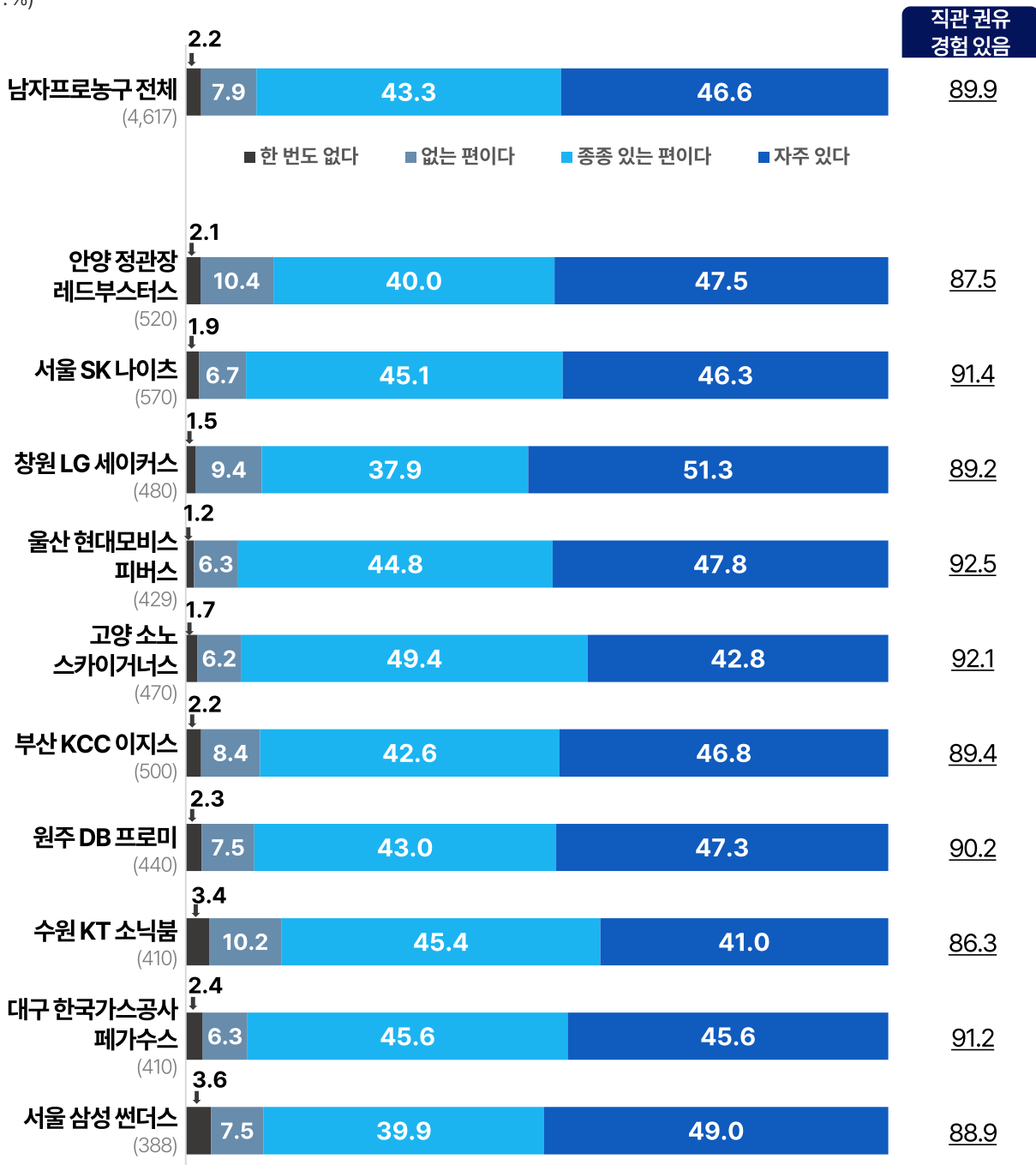
60.8

농구 경기 관람 권유한 경험

농구 경기 관람 권유를 한 경험은 89.9%

- 2024년 남자프로농구 관람객 중 '농구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유한 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 89.9%로 남자프로농구 직접 관람을 권유한 경험이 높은 것으로 나타남
- 각 구단 관람객 모두 남자 농구 경기 직접 관람을 권유한 비율이 높으며, 특히 울산 현대모비스 피버스(92.5%), 고양 소노 스카이저너스(92.1%), 서울 SK 나이츠(91.4%) 순으로 남자프로농구 직접 관람을 권유한 비율이 높음

(단위: %)

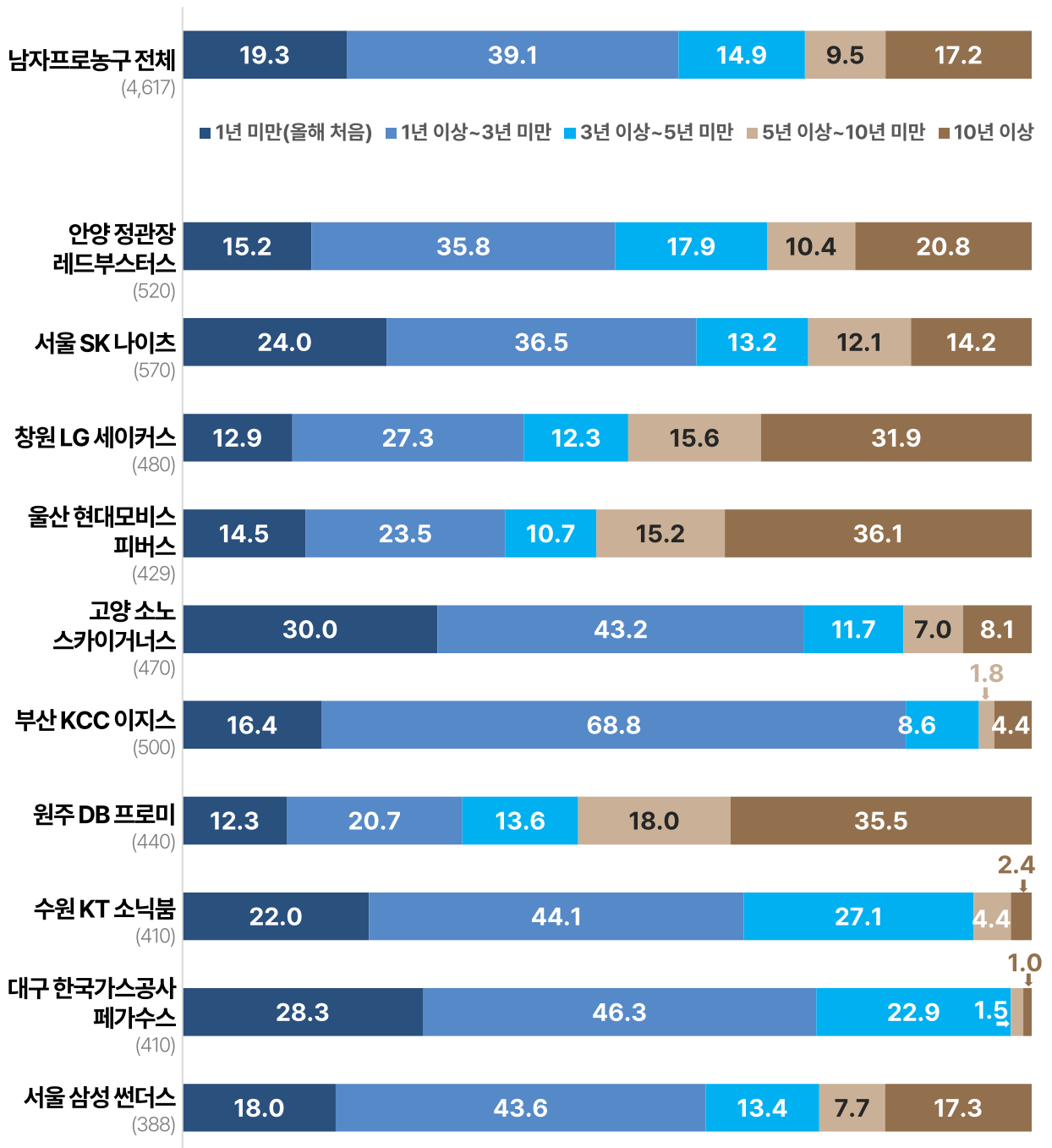


응원 기간

남자프로농구 관람객의 선호구단 응원 기간은 '1~3년 미만'이 39.1%로 가장 높음

- ： 2024년 남자프로농구 관람객의 응원 구단의 응원 기간을 보면, 응원 기간 10년 이상 관람객 비율은 울산 현대모비스 피버스가 36.1%로 가장 높고, 원주 DB 프로미(35.5%), 창원 LG 세이커스(31.9%) 순으로 높음
- ： 반면, 응원 기간이 1년 미만(올해 처음)은 고양 소노 스카이저너스(30.0%), 대구 한국가스공사 페가수스(28.3%), 서울 SK 나이츠(24.0%) 관람객에서 높게 나타남

(단위 : %)

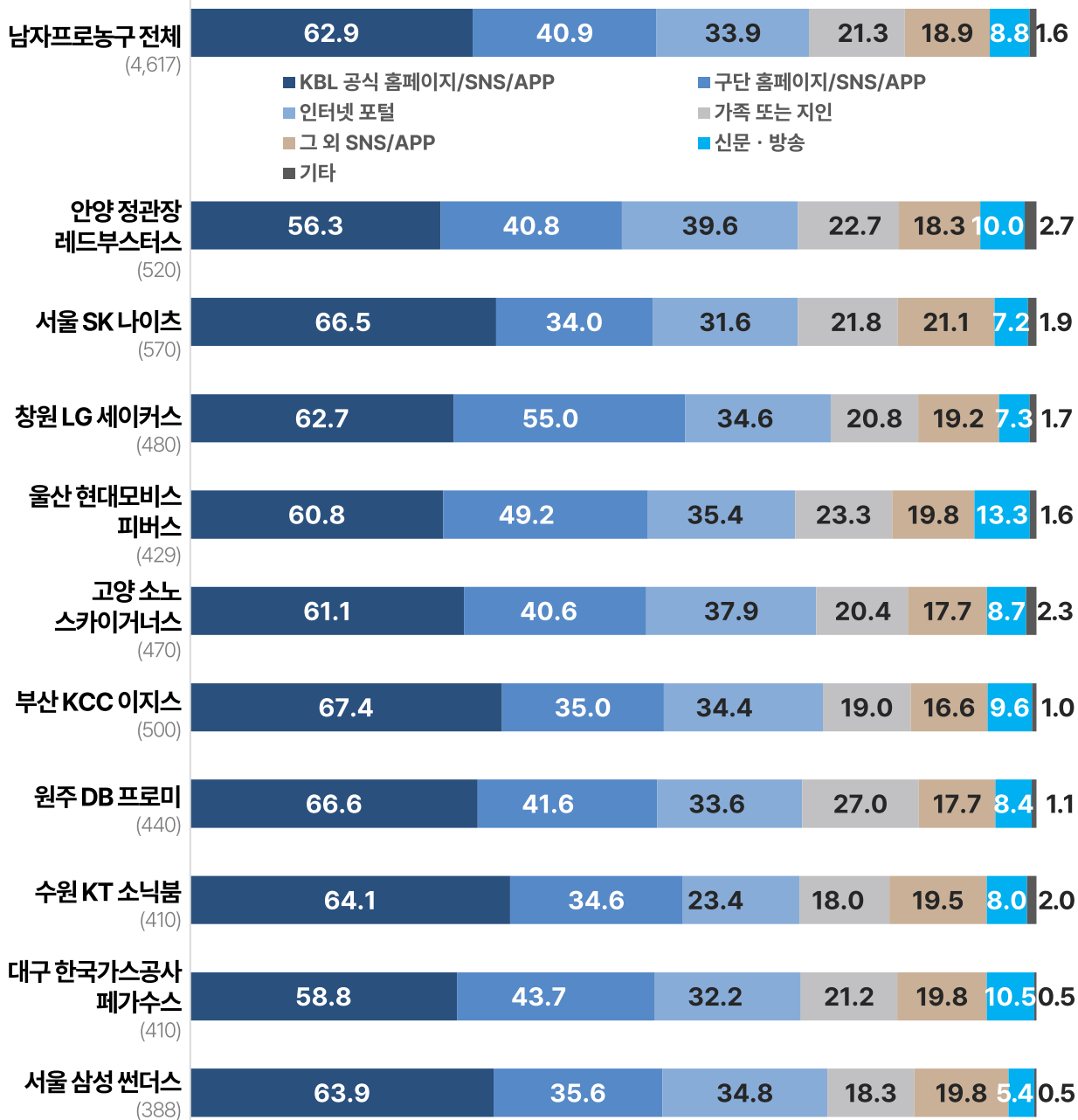


경기 정보 인지 경로

남자프로농구 관람객의 경기 정보 인지는
'KBL 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통한 비율이 높음

： 2024년 남자프로농구 관람객이 응원 구단의 경기 정보를 확인하는 경로를 살펴보면,
'KBL 공식 홈페이지/SNS/APP' 다음으로는 '구단 홈페이지/SNS/APP', '인터넷 포털', '가족 또는 지인' 등의 순임

(단위: %, 복수응답)

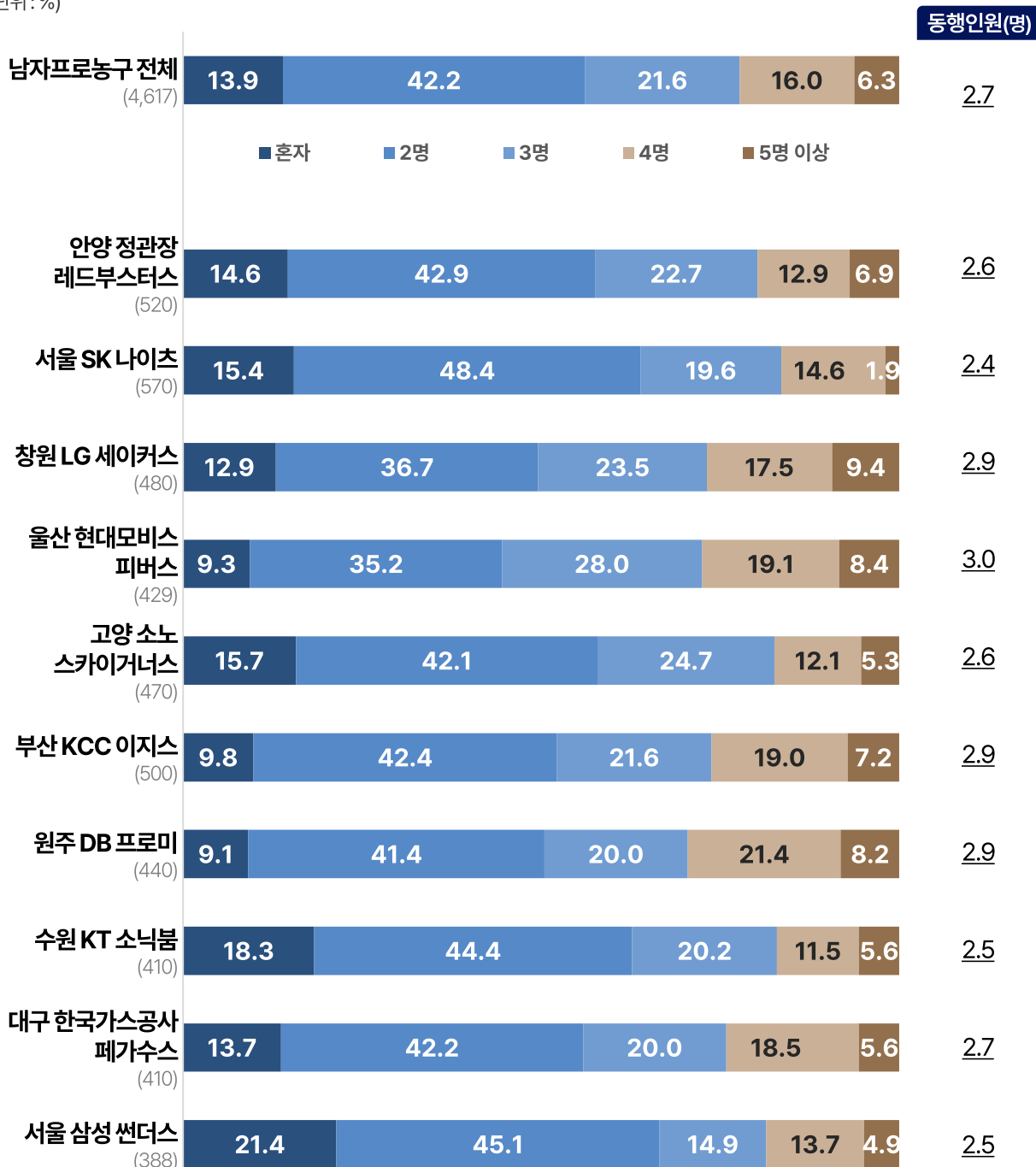


동행인원

남자프로농구 관람을 위하여 평균 2.7명이 함께 경기장에 방문함

- 2024년 남자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 동행인원을 살펴보면, 모든 구단에서 본인 포함 2명이 방문한 경우가 가장 많은 것으로 나타남
- 구단별 평균 동행인원 수는 울산 현대모비스 피버스가 평균 3.0명으로 가장 많음
- 원주 DB 프로미, 창원 LG 세이커스, 부산 KCC 이지스는 각각 평균 2.9명, 대구 한국가스공사 페가수스는 평균 2.7명, 안양 정관장 레드부스터스와 고양 소노 스카이저너스 각각 평균 2.6명, 수원 KT 소닉붐과 서울 삼성 썬더스가 각각 평균 2.5명, 서울 SK 나이츠가 평균 2.4명이 함께 방문하는 것으로 나타남

(단위: %)

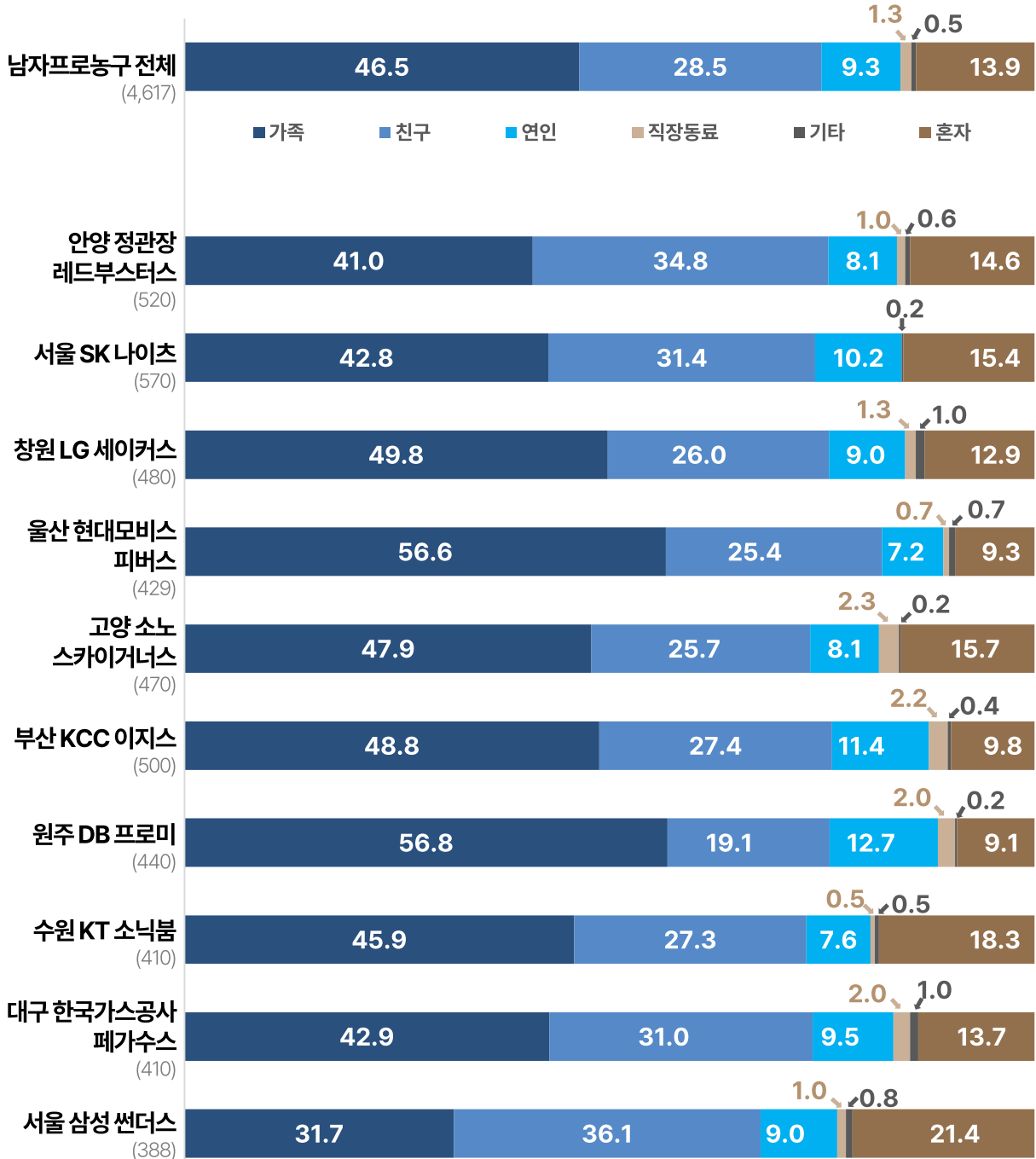


동행자 유형

남자프로농구를 주로 가족 또는 친구와 동행하여 관람

- ： 2024년 남자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 동행자 유형을 살펴보면,
 '가족'과 함께 농구 경기장 방문은 원주 DB 프로미, 울산 현대모비스 피버스 관람객에서 상대적으로 높았고,
 '친구'는 서울 삼성 썬더스, 안양 정관장 레드부스터스 관람객에서 동행 비율이 높음
 ： 반면, '혼자(동행인 없음)'는 서울 삼성 썬더스, 수원 KT 소닉붐 관람객에서 상대적으로 높게 나타남

(단위: %)



(* 기타: 동호회, 친인척, 기타 응답 포함)

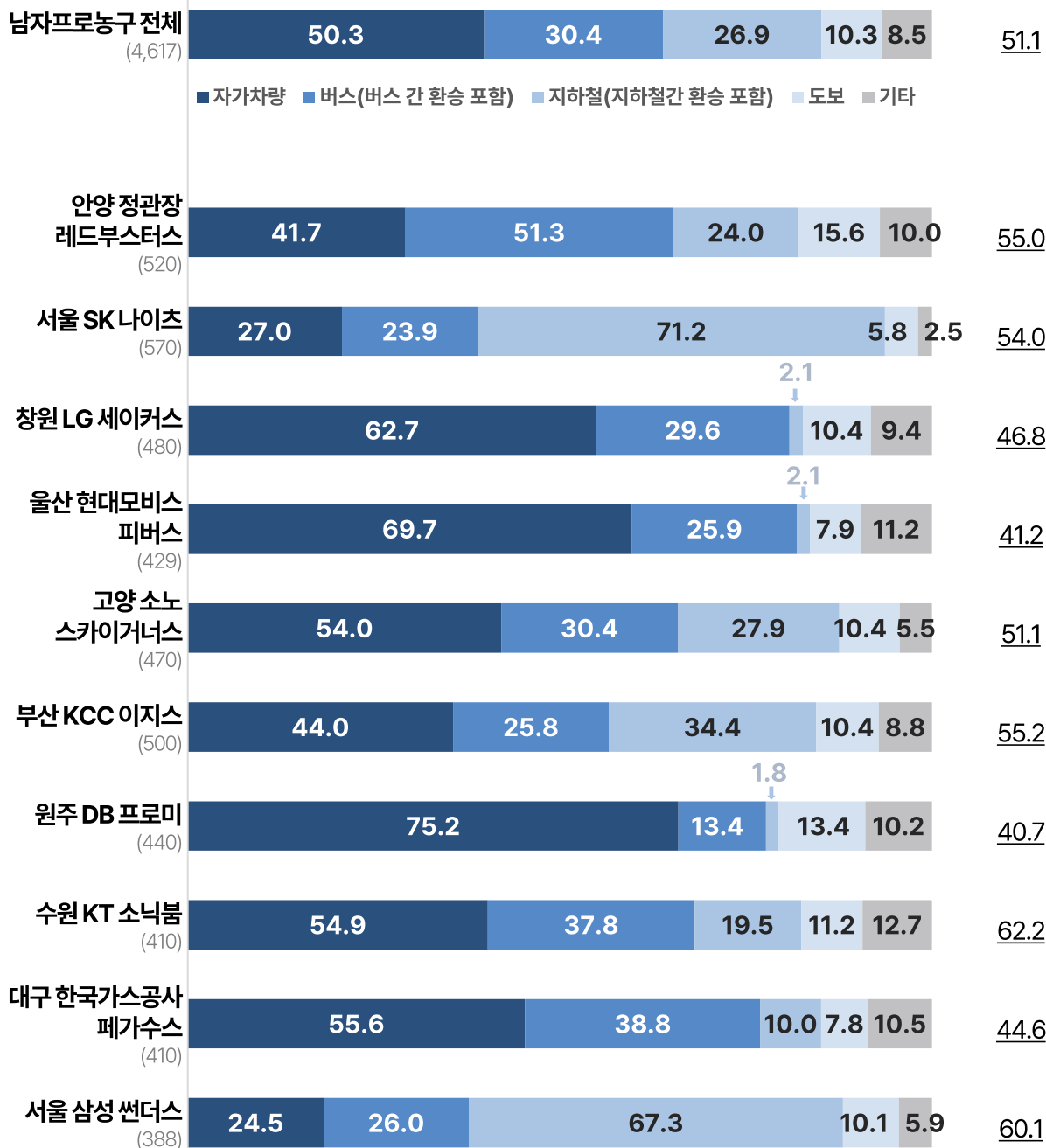
이용 교통수단

남자프로농구 경기장 방문 시 '자가차량(승용차)'과 '버스'를 주로 이용함
경기장까지 소요시간은 평균 51.1분임

- 2024 남자프로농구 관람객의 경기장 방문 시 이동 교통수단과 소요시간을 살펴보면, '자가차량(승용차)'을 이용한 경기장 방문은 원주 DB 프로미, 울산 현대모비스 피버스, 창원 LG 세이커스에서 높고, '버스' 이용은 안양 정관장 레드부스터스 관람객의 이용 비율이 높음
- '지하철' 이용은 서울 SK 나이츠, 서울 삼성 썬더스 등 서울 연고지 관람객의 이용 비율이 높음
- 경기장까지 이동시간은 평균 51.1분이 소요되며 수원 KT 소닉붐 관람객이 평균 62.2분으로 가장 길고, 원주 DB 프로미 관람객이 40.7분으로 가장 짧음

(단위: %, 이동수단 복수응답)

이동시간(분)



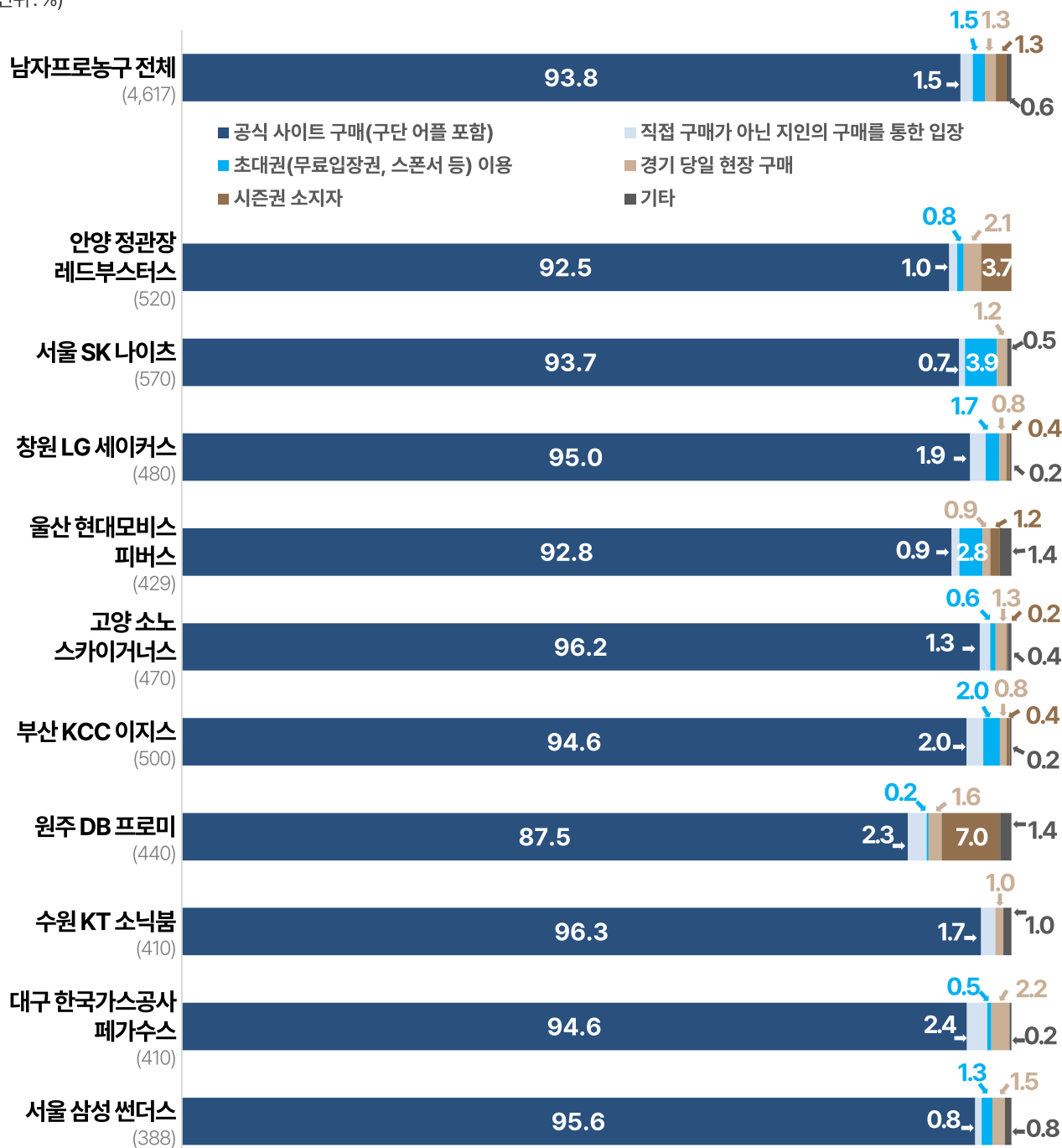
(* 기타: 자전거, 열차, 기타 응답 포함)

티켓 구매 방법

남자프로농구 관람객의 경기 티켓은 대부분 '공식 사이트'를 통해 구매

- : 2024년 남자프로농구 관람객의 경기 티켓 구매 행태를 살펴보면,
'공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험이 93.8%로 가장 높음
- : '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 외 다른 방법을 이용한 관람객 비중이 상대적으로 높은 구단은
원주 DB 프로미(12.5%)임

(단위: %)



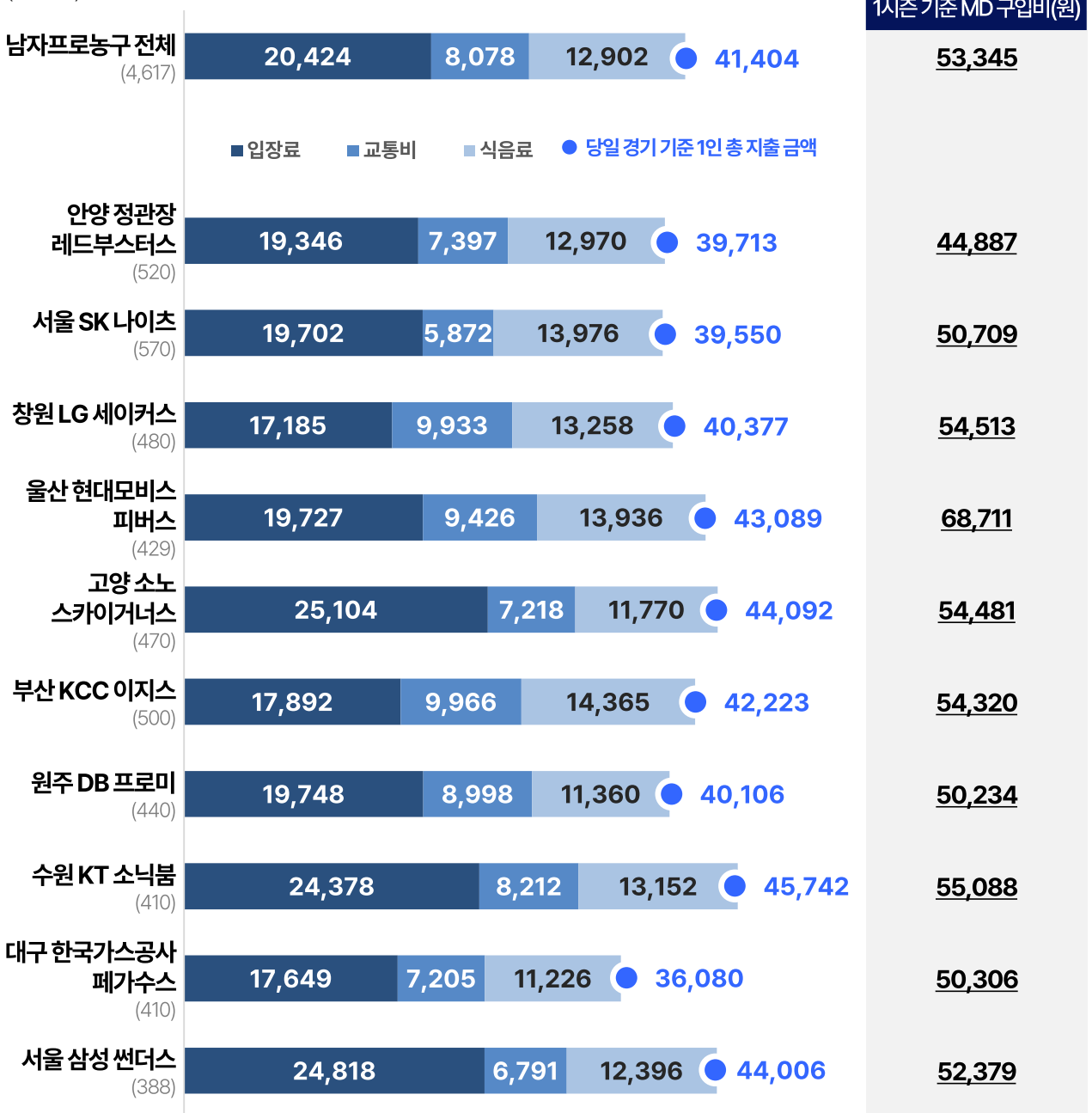
(※ 기타: 중고거래 사이트 거래, 기타 응답 포함)

지출금액

경기장 방문 시 입장료+교통비+식음료비 포함 평균 41,404원을 지출함

- 2024년 남자프로농구 관람객의 경기관람시 지출금액을 살펴보면, 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함한 평균 지출금액은 수원 KT 소닉붐(평균 45,742원), 고양 소노 스카이거너스(평균 44,092원), 서울 삼성 썬더스(평균 44,006원) 순으로 이들 구단은 타 구단대비 평균 입장료 지출 금액이 많다는 특징이 있음
- 식음료비 지출금액을 보면, 부산 KCC 이지스(평균 14,365원), 서울 SK 나이츠(평균 13,976원), 울산 현대모비스 피버스(평균 13,936원) 관람객의 지출 금액이 많음
- 1시즌 기준 MD 구매 금액은 평균 53,345원이며 울산 현대모비스 피버스 관람객이 평균 68,711원으로 가장 많은 금액을 지출하였으며, 수원 KT 소닉붐(평균 55,088원), 창원 LG 세이커스(평균 54,513원) 순임

(단위 : 원)

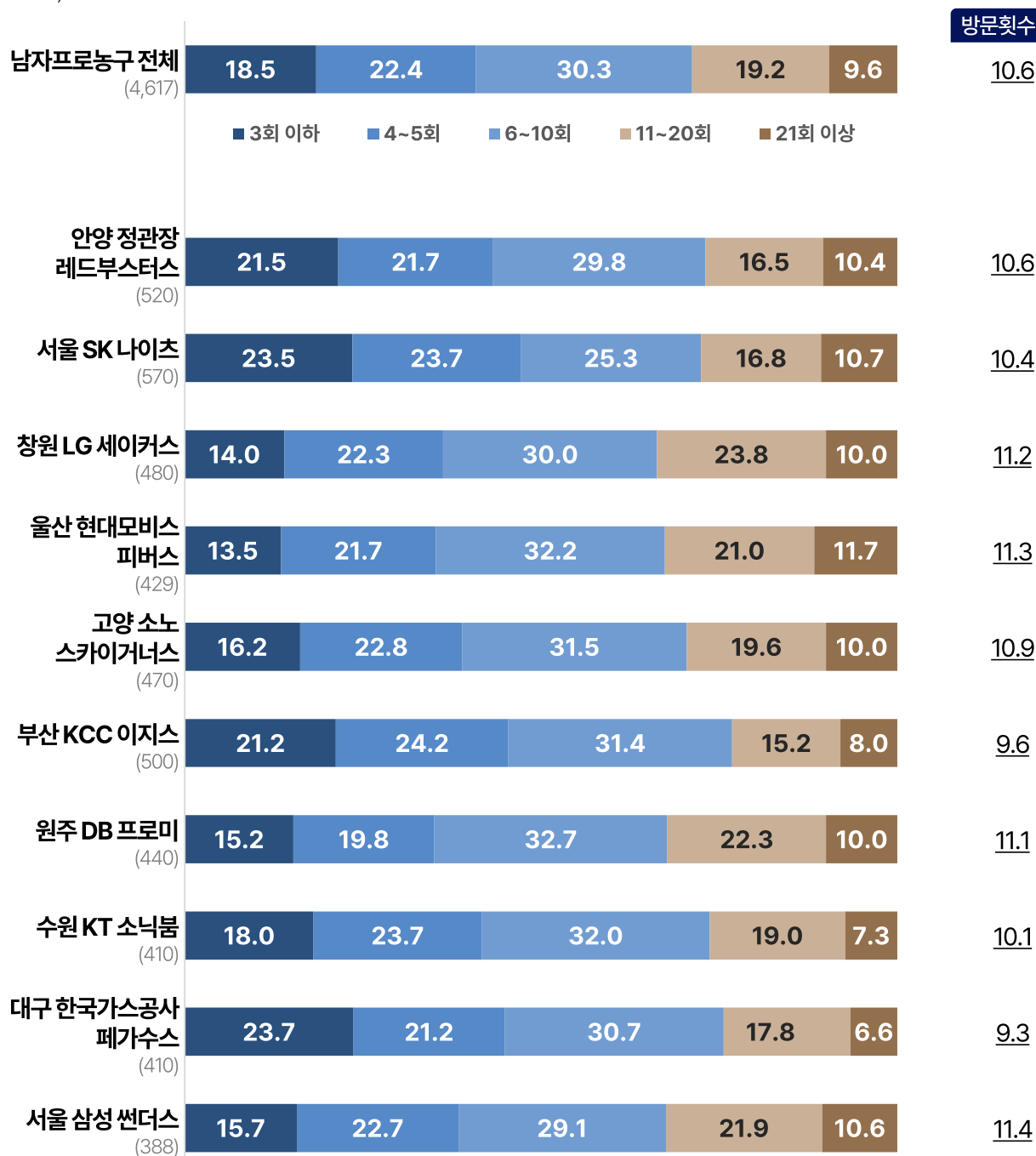


(1시즌) 방문 횟수

1시즌 기준, 경기 직접 관람(직관)은 평균 10.6회임

2024년 남자프로농구 관람객의 1시즌 기준 경기 관람 횟수를 살펴보면, 서울 삼성 썬더스 관람객의 1시즌 평균 관람 횟수가 평균 11.4회로 가장 많고, 다음으로 울산 현대모비스 피버스가 평균 11.3회, 창원 LG 세이커스 평균 11.2회, 원주 DB 프로미 평균 11.1회, 고양 소노 스카이저너스 평균 10.9회, 안양 정관장 레드부스터스 평균 10.6회, 서울 SK 나이트 평균 10.4회, 수원 KT 소닉붐 평균 10.1회, 부산 KCC 이지스 평균 9.6회, 대구 한국가스공사 페가수스 평균 9.3회 순임

(단위: %)

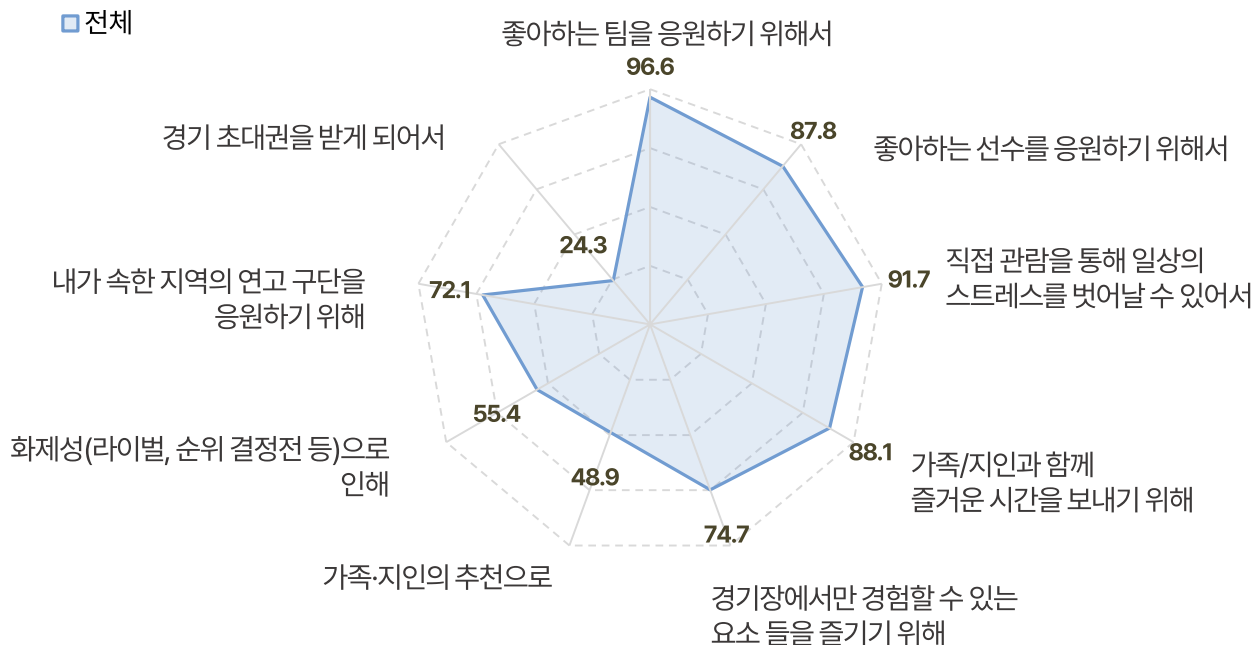


경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

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

(단위: %)



농구 경기장 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	경기장에서만 경험할 수 있는 요소들을 즐기기 위해	가족·지인의 추천으로	화제성(라이벌, 순위 결정전 등)으로 인해	내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해	경기 초대권을 받게 되어서
남자농구 전체	96.6	87.8	91.7	88.1	74.7	48.9	55.4	72.1	24.3
안양 정관장	97.1(▲)	87.5(▽)	86.0(▽)	85.4(▽)	71.3(▽)	40.4(▽)	48.3(▽)	61.0(▽)	20.2(▽)
서울 SK	97.2(▲)	89.3(▲)	95.1(▲)	87.7(▽)	77.2(▲)	46.5(▽)	58.4(▲)	57.2(▽)	30.5(▲)
창원 LG	96.7(▲)	89.4(▲)	94.8(▲)	89.4(▲)	77.7(▲)	56.0(▲)	59.4(▲)	86.9(▲)	22.3(▽)
울산 현대모비스	96.7(▲)	88.3(▲)	94.2(▲)	89.7(▲)	80.7(▲)	55.0(▲)	60.4(▲)	86.7(▲)	26.6(▲)
고양 소노	96.8(▲)	88.7(▲)	88.3(▽)	88.1(▽)	71.3(▽)	45.5(▽)	50.0(▽)	64.0(▽)	23.4(▽)
부산 KCC	95.8(▽)	86.8(▽)	95.0(▲)	89.4(▲)	74.8(▲)	55.6(▲)	58.6(▲)	86.0(▲)	24.4(▲)
원주 DB	98.0(▲)	87.7(▽)	91.8(▲)	92.3(▲)	77.3(▲)	55.0(▲)	58.4(▲)	83.2(▲)	25.7(▲)
수원 KT	94.1(▽)	90.0(▲)	90.2(▽)	83.9(▽)	70.0(▽)	46.1(▽)	56.1(▲)	58.0(▽)	30.0(▲)
대구 한국가스공사	97.6(▲)	85.4(▽)	92.7(▲)	90.2(▲)	78.3(▲)	50.7(▲)	53.2(▽)	92.0(▲)	22.9(▽)
서울 삼성	95.9(▽)	83.8(▽)	87.9(▽)	85.1(▽)	68.0(▽)	37.4(▽)	51.0(▽)	48.2(▽)	16.0(▽)

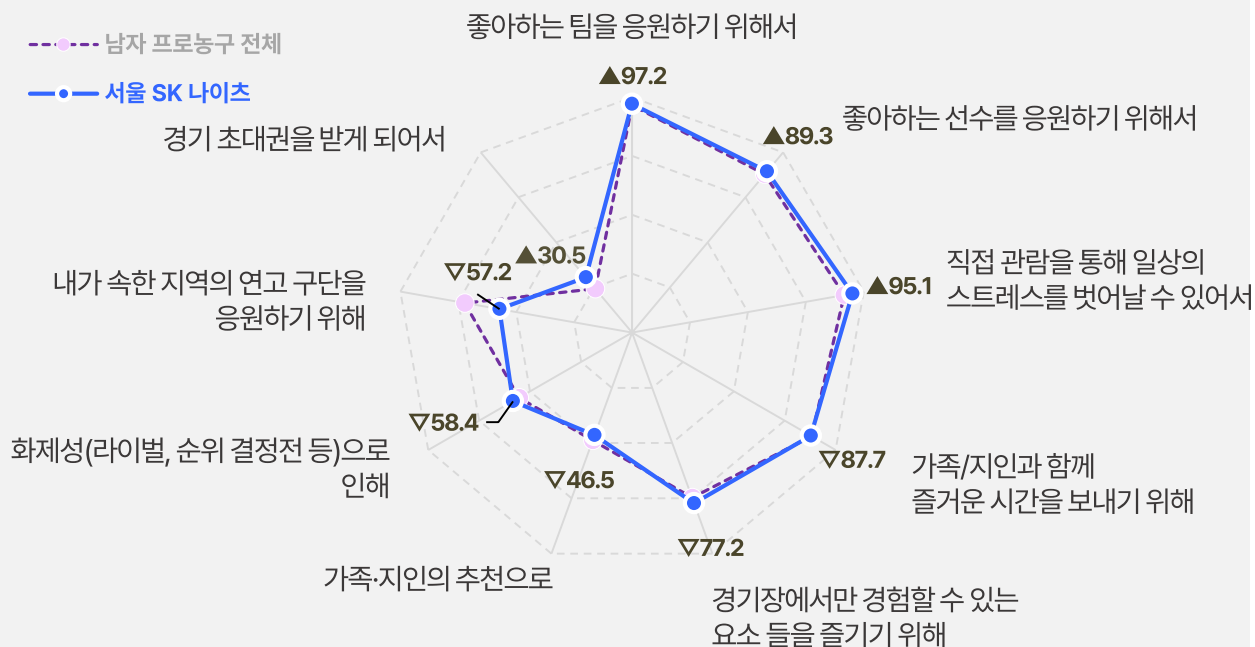
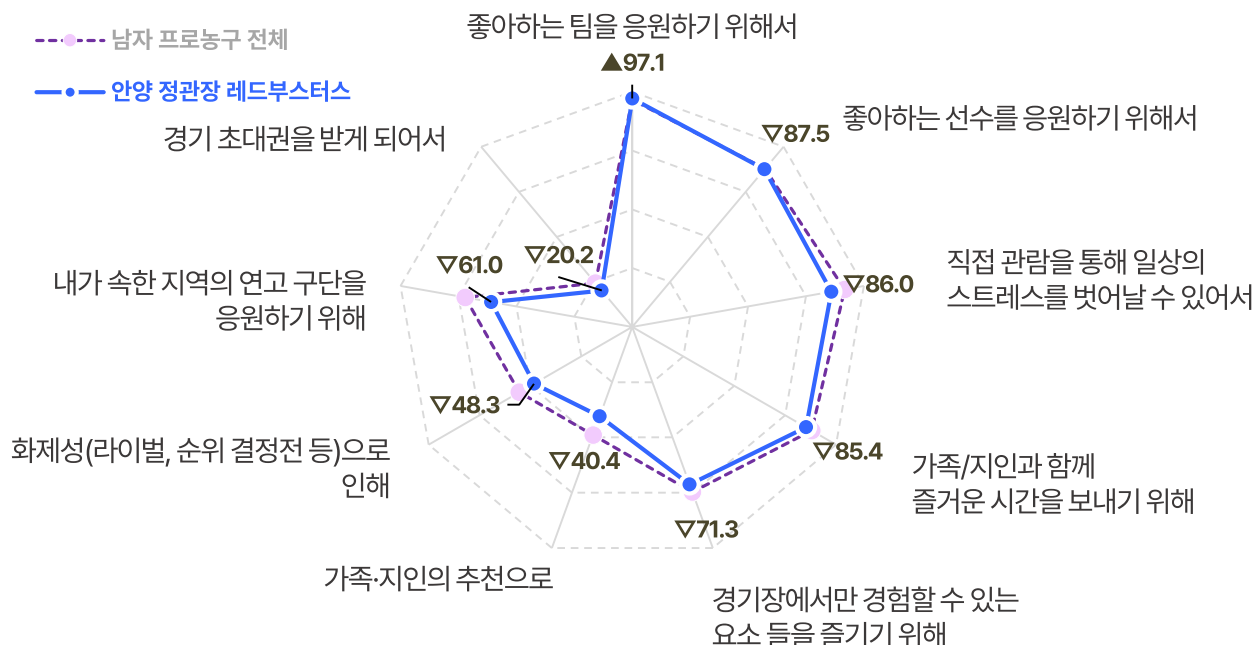
* ▲: 남자농구 전체 값 대비 높음 / ▽: 남자농구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 남자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 안양 정관장 레드부스터스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 서울 SK 나이츠 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순으로 높음

(단위:%)



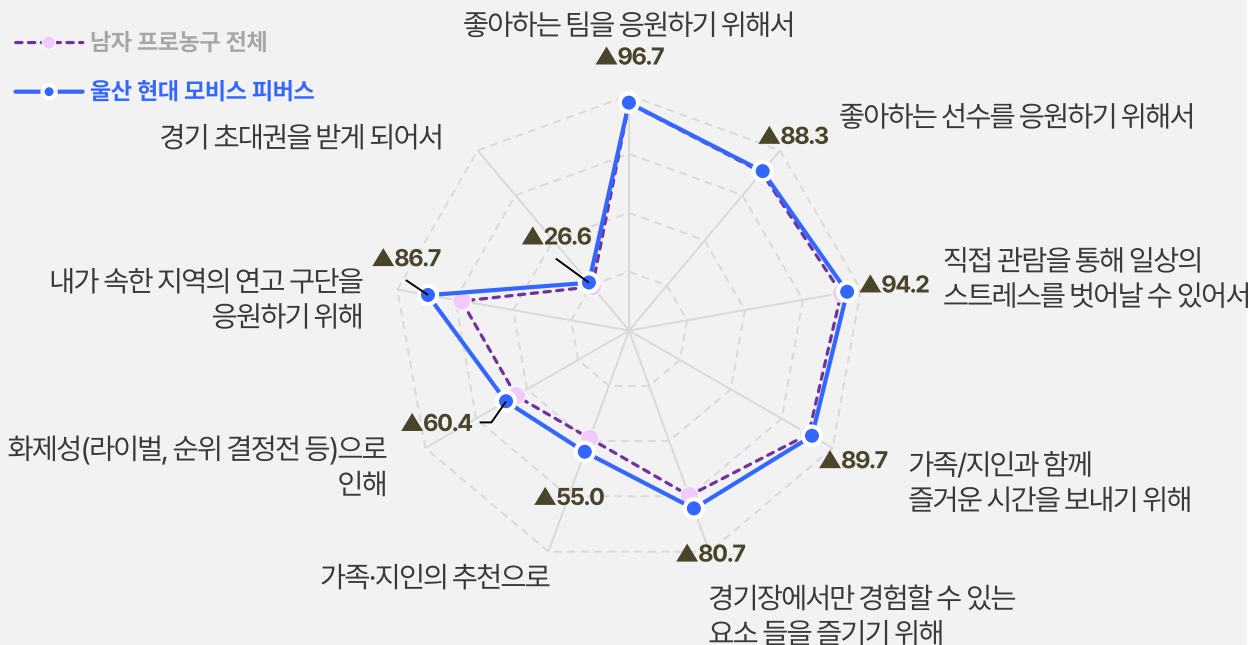
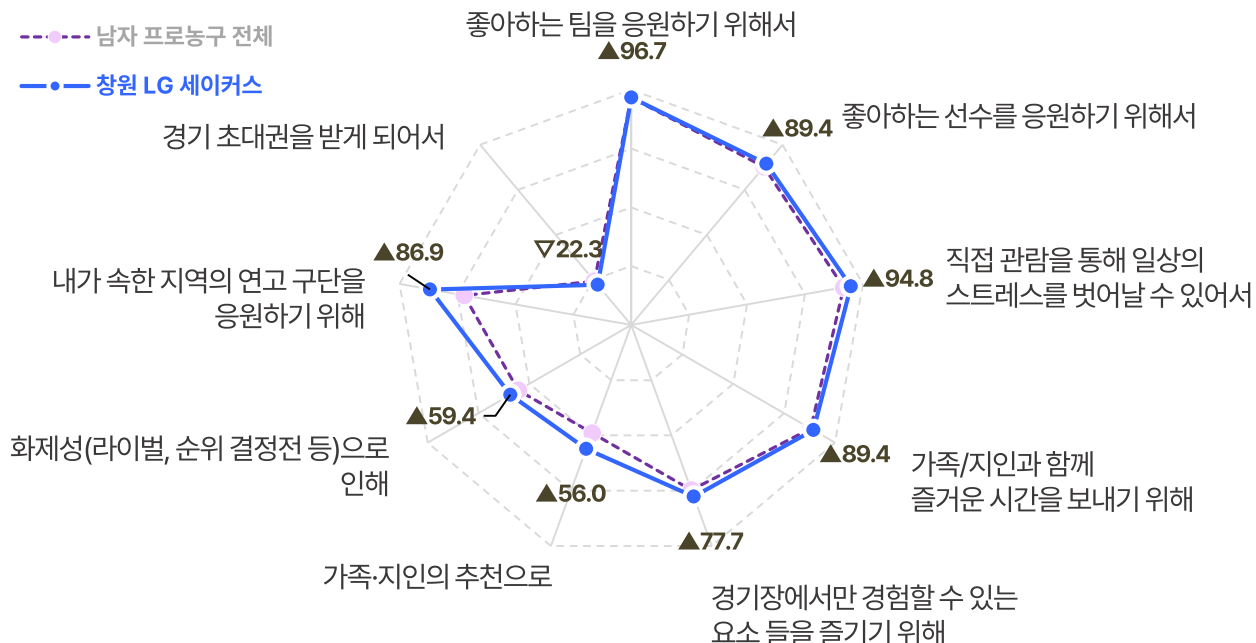
* ▲: 남자농구 전체 값 대비 높음 / ▽: 남자농구 전체 값 대비 낮음

경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 남자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 창원 LG 세이커스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 울산 현대모비스 피버스 관람객의 농구 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

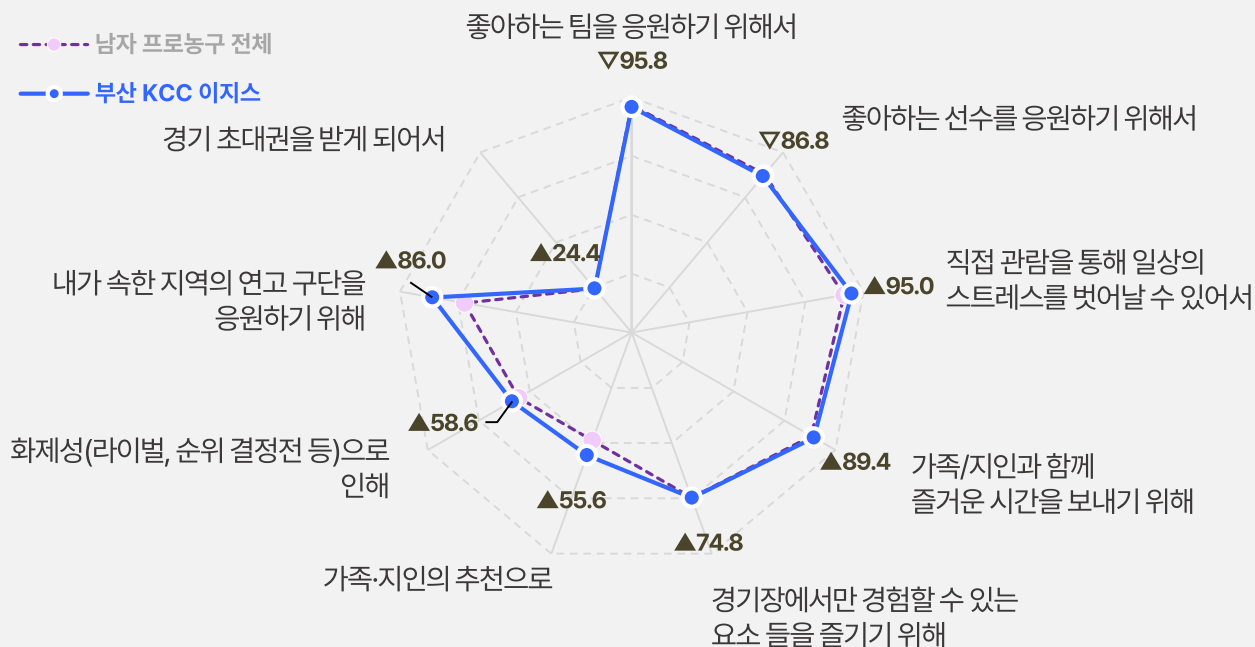
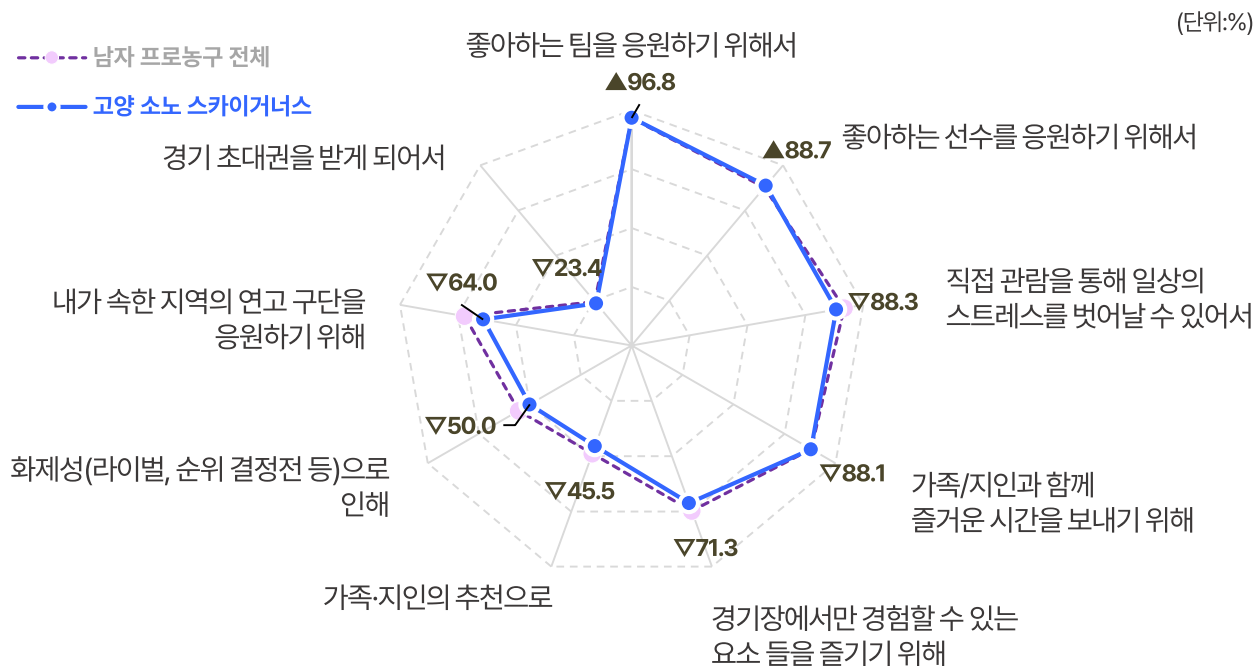
(단위:%)



경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

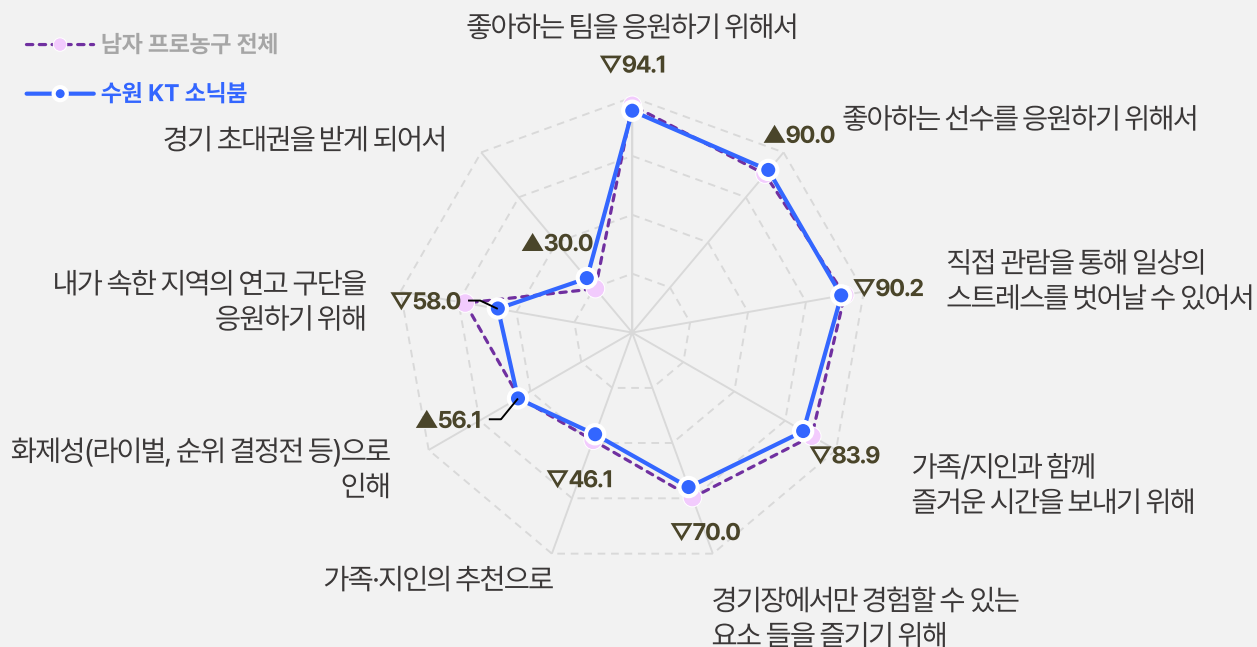
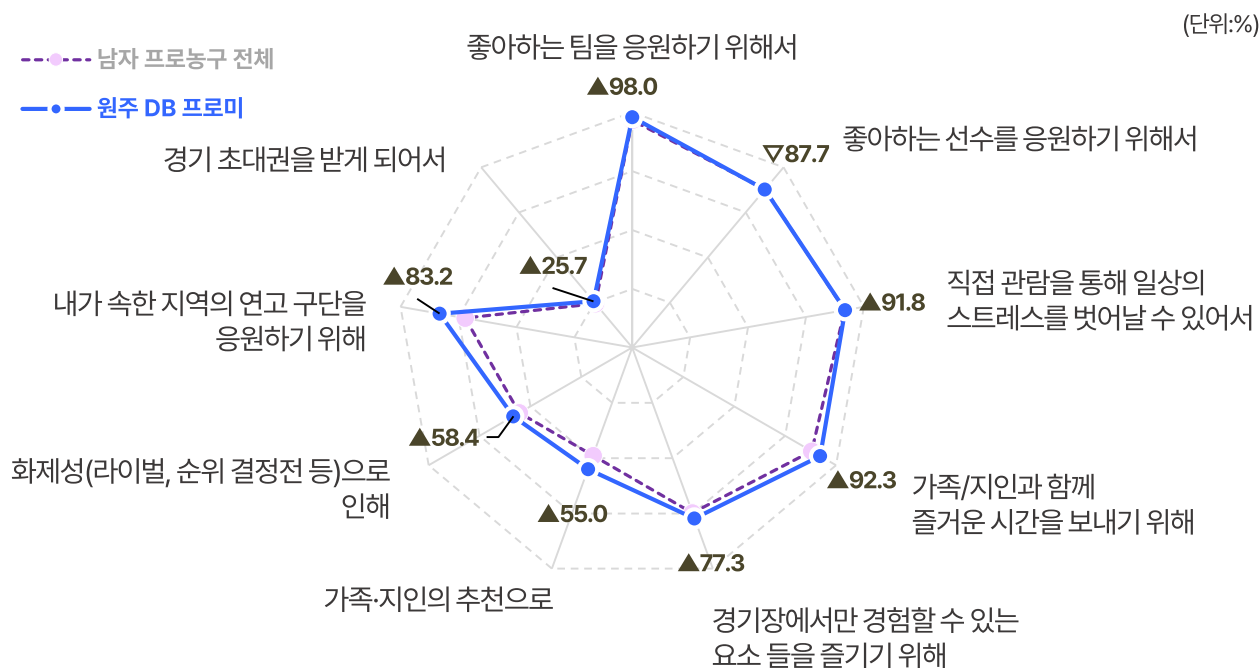
- 2024년 남자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 고양 소노 스카이거너스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 부산 KCC 이지스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서' 순으로 높음



경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

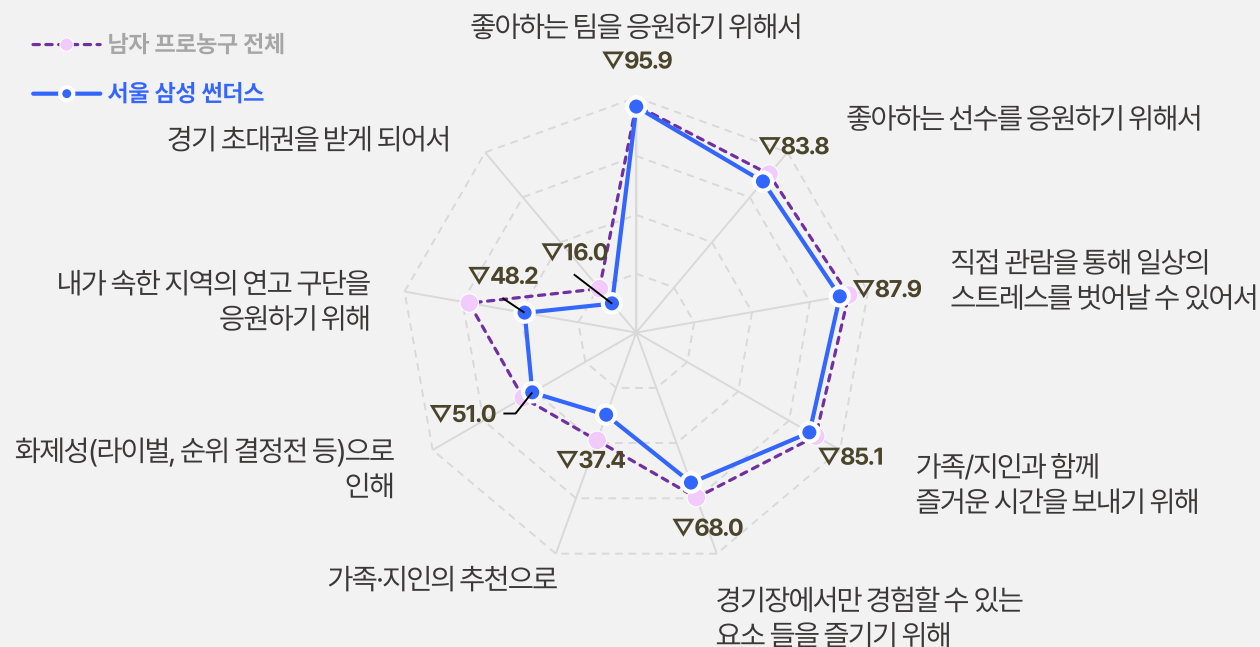
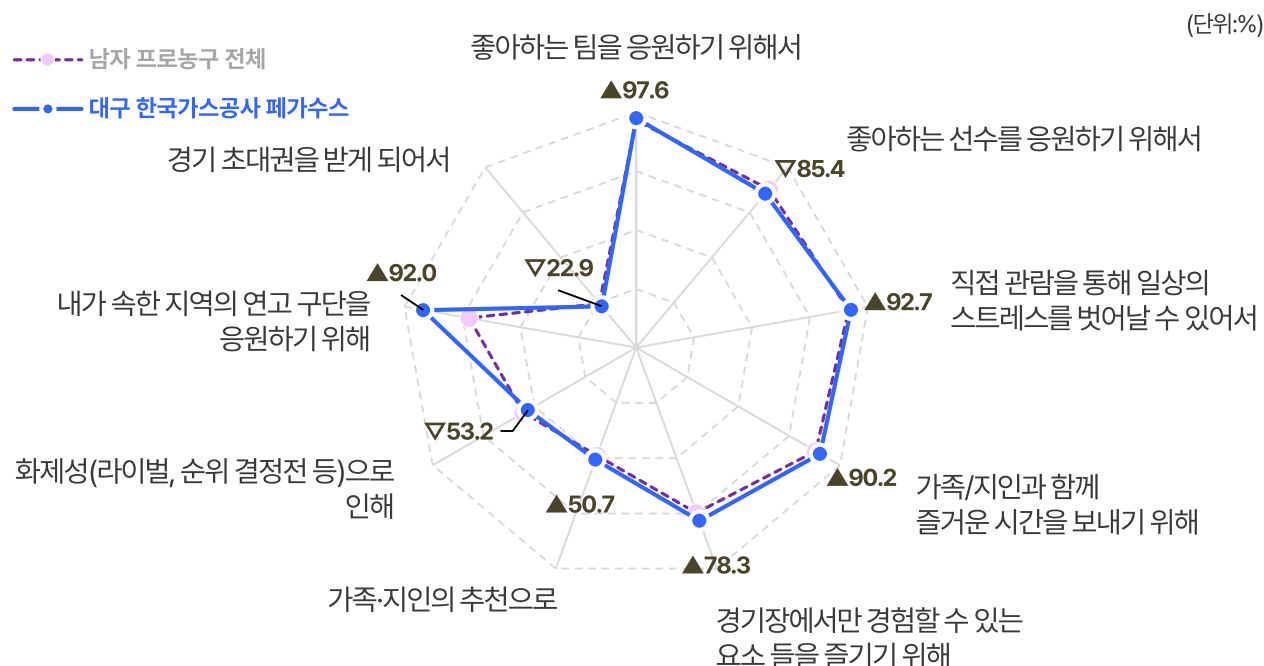
- 2024년 남자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 원주 DB 프로미 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 "가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해서", '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- 수원 KT 소닉붐 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임



경기장 방문 이유(직관이유)

남자프로농구 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해',
'직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'
농구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 남자프로농구 구단별 관람객들이 경기장을 방문하는 이유를 속성별로 살펴보면,
- 대구 한국가스공사 페가수스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해서'의 순으로 높음
- 서울 삼성 썬더스 관람객의 농구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해'의 순임

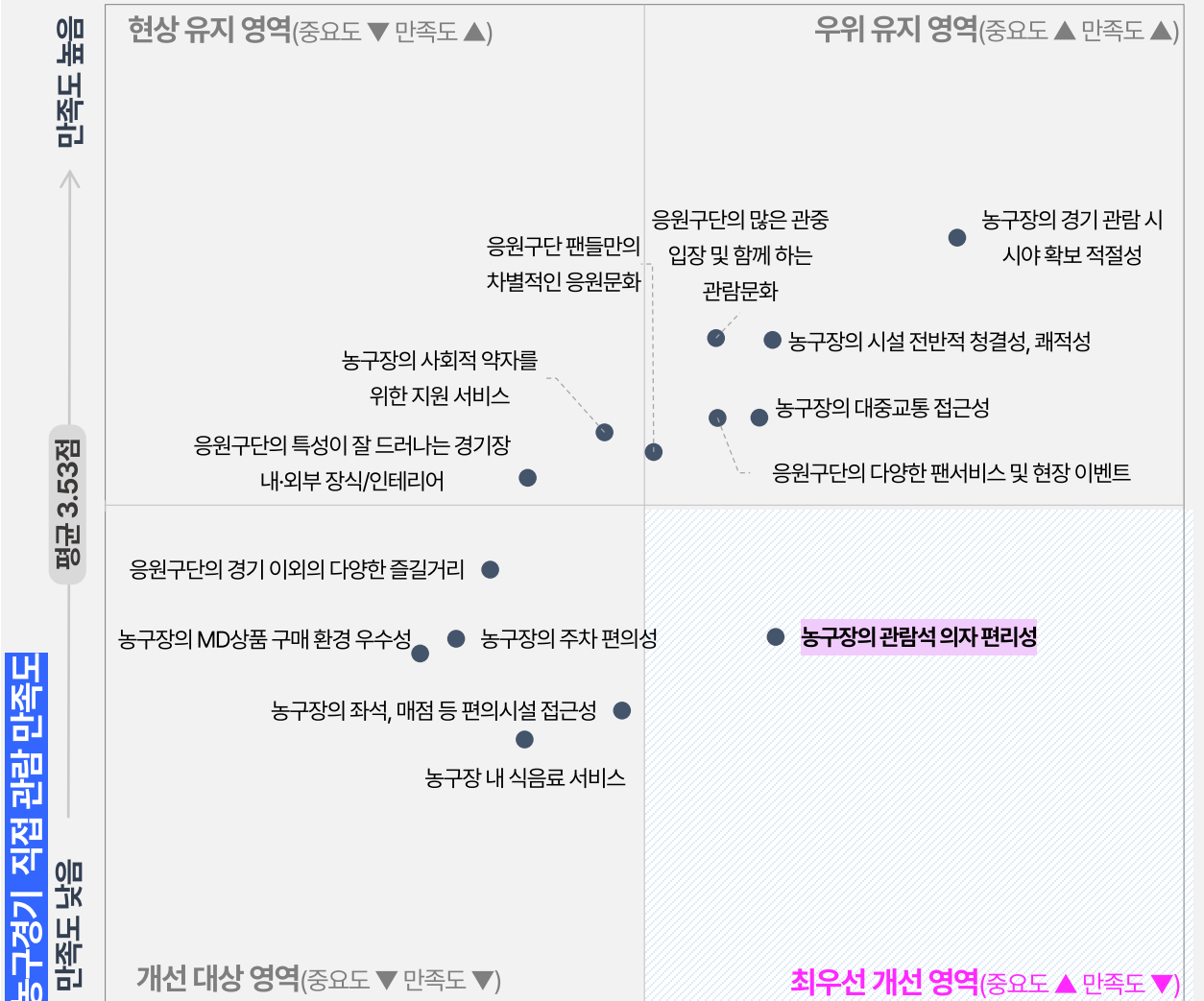


경기관람 속성별 평가

남자 농구 경기 관람 속성 중 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '대중교통 접근성', '관람석 의자 편리성' 등의 순으로 중요하다고 인식하고 있으며
관람 속성 중 '경기 관람 시 시야 확보 적절성'의 만족도 또한 높게 나타남

- 남자프로농구 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도를 살펴보면, '(구단) 응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화', '(구단) 응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람 문화', '(구단) 응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '(경기장) 농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성', '(경기장) 농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '(경기장) 농구장의 대중교통 접근성', 항목의 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)
- 중요도는 높지만 만족도가 낮아 최우선으로 개선이 필요한 항목은 '(경기장) 농구장 관람석 의자 편리성'임

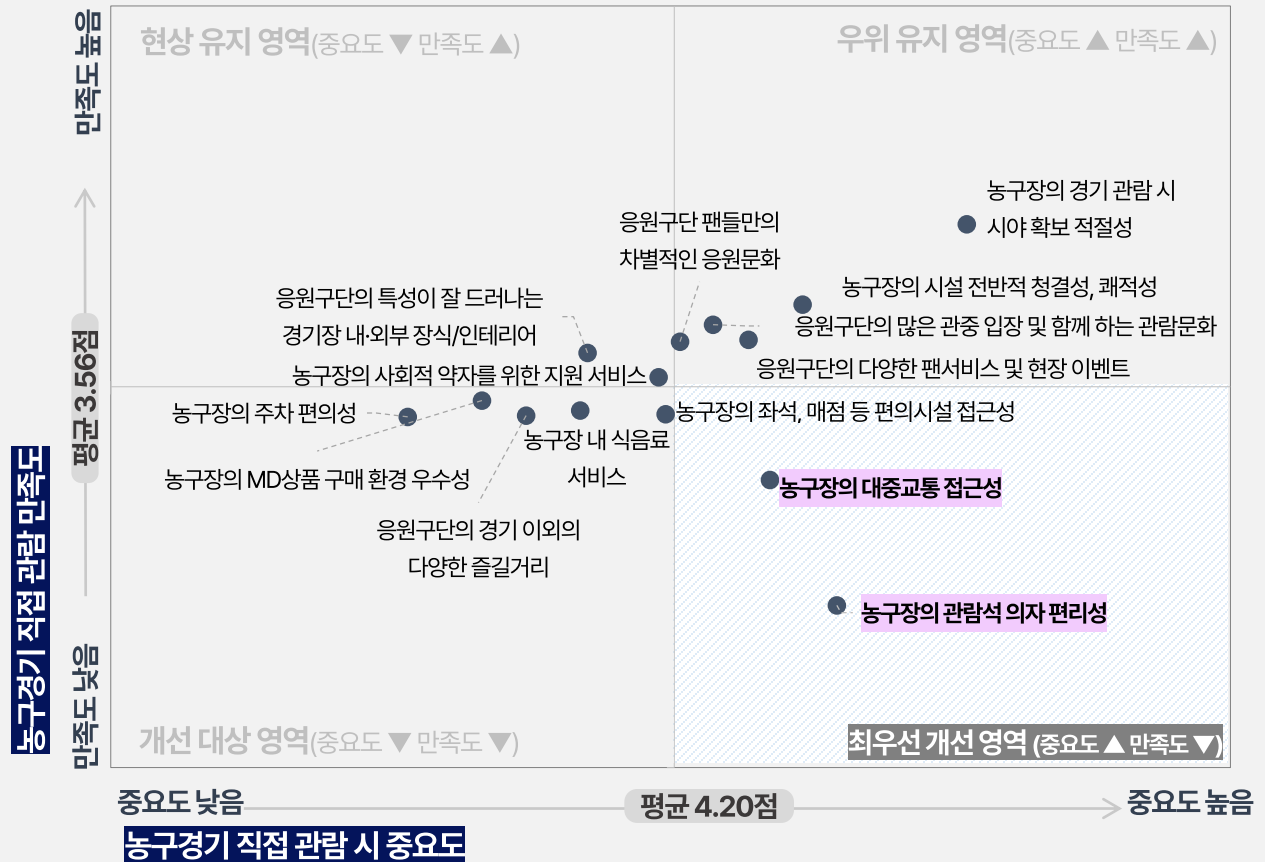
남자프로농구 구단 전체



경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

안양 정관장
레드부스터스

안양 정관장 레드부스터스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성', '대중교통 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.18	3.59
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 인테리어	4.08	3.66

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.37	3.80
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.59	4.04
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.30	3.70
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화	4.25	3.74
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.21	3.69

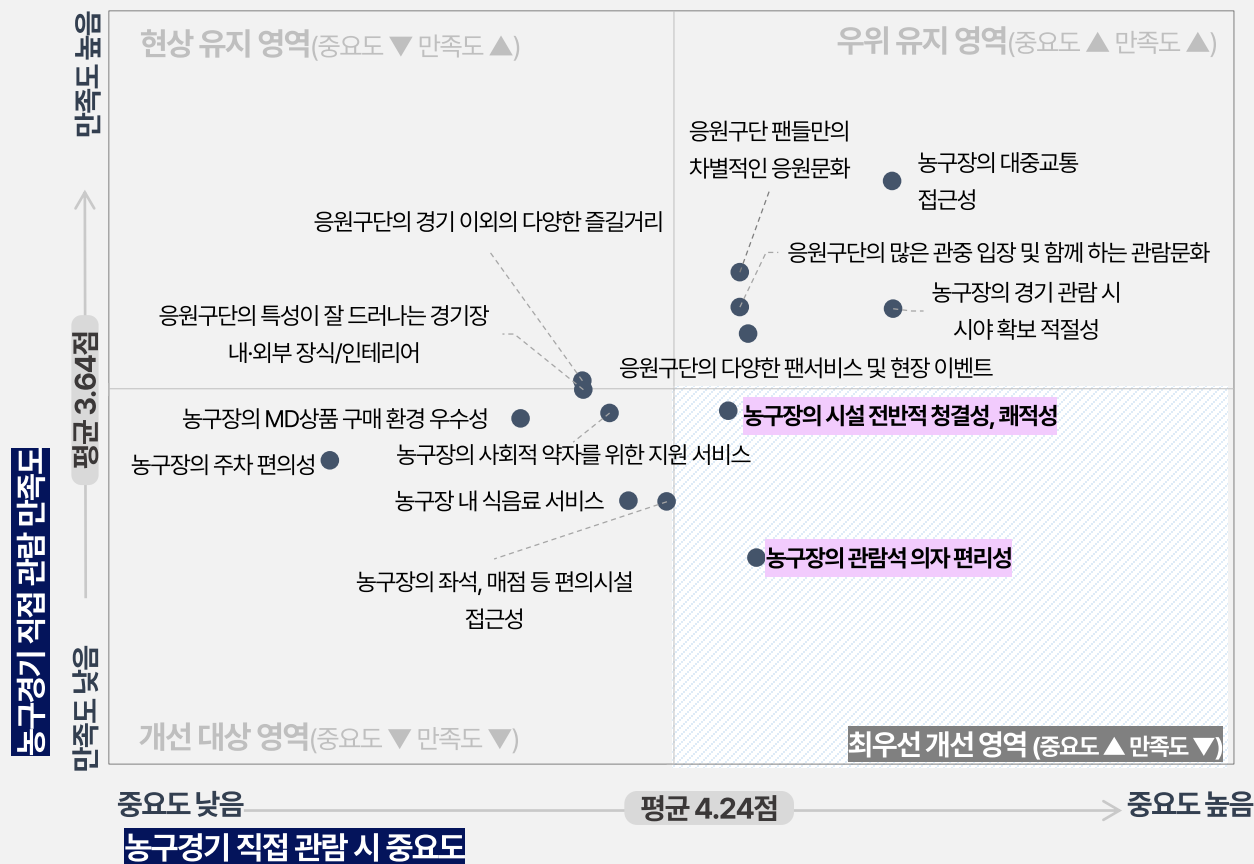
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	3.84	3.47
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.94	3.52
농구장 내 식음료 서비스	4.07	3.49
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.00	3.48
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.19	3.48

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.42	2.92
농구장의 대중교통 접근성	4.33	3.29

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

서울
SK 나이트

서울 SK 나이트 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '농구장의 관람석 의자 편리성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.07	3.68

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	4.65	4.57
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.65	4.00
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.38	3.89
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.36	4.01
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.36	4.16

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	3.59	3.32
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.23	3.13
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.95	3.51
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.12	3.53
농구장 내 식음료 서비스	4.15	3.14
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.07	3.64

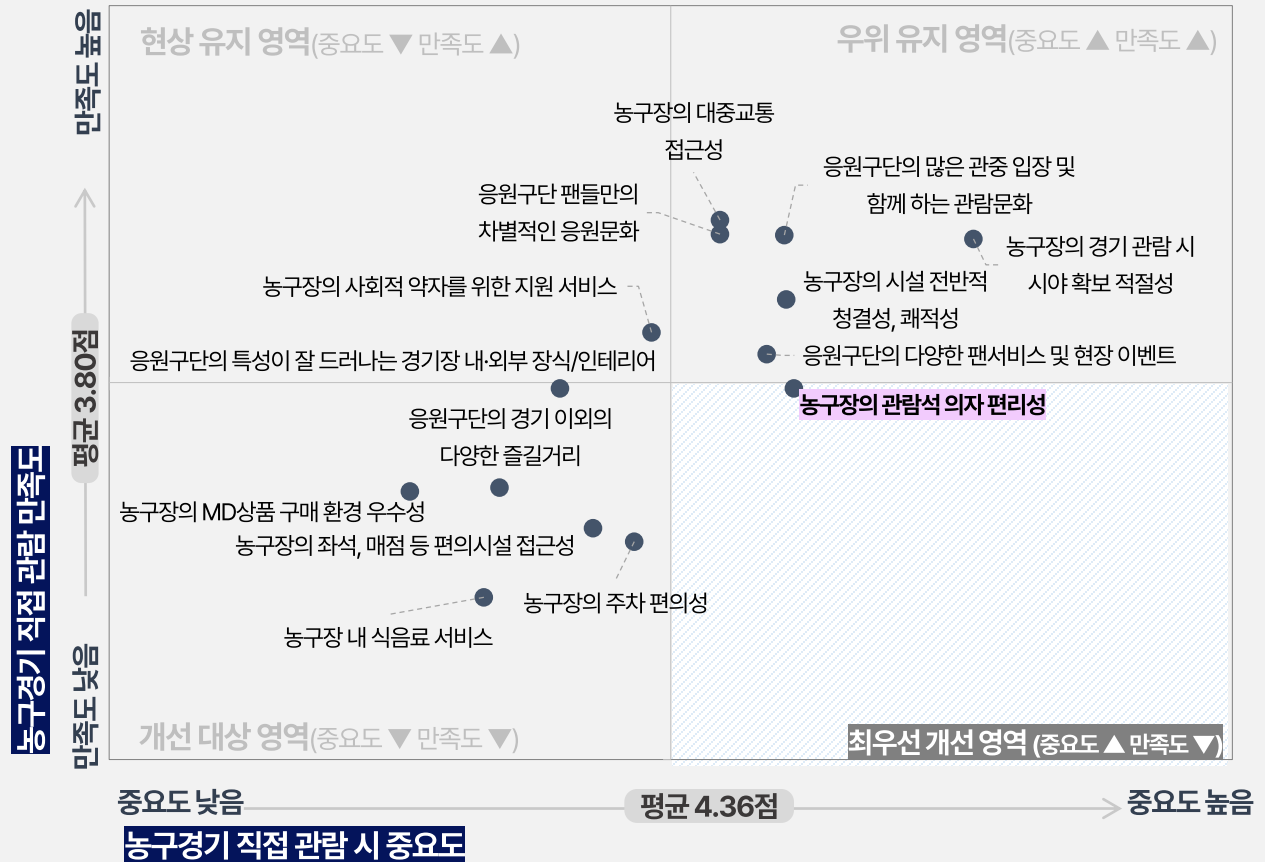
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.34	3.54
농구장의 관람석 의자 편리성	4.39	2.88

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

창원 LG 세이커스

창원 LG 세이커스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.34	3.91

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.48	3.98
농구장의 대중교통 접근성	4.41	4.16
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.68	4.12
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.46	3.86
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.48	4.13
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.41	4.13

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.32	3.45
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.28	3.48
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.08	3.56
농구장 내 식음료 서비스	4.16	3.33
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.18	3.57
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.24	3.79

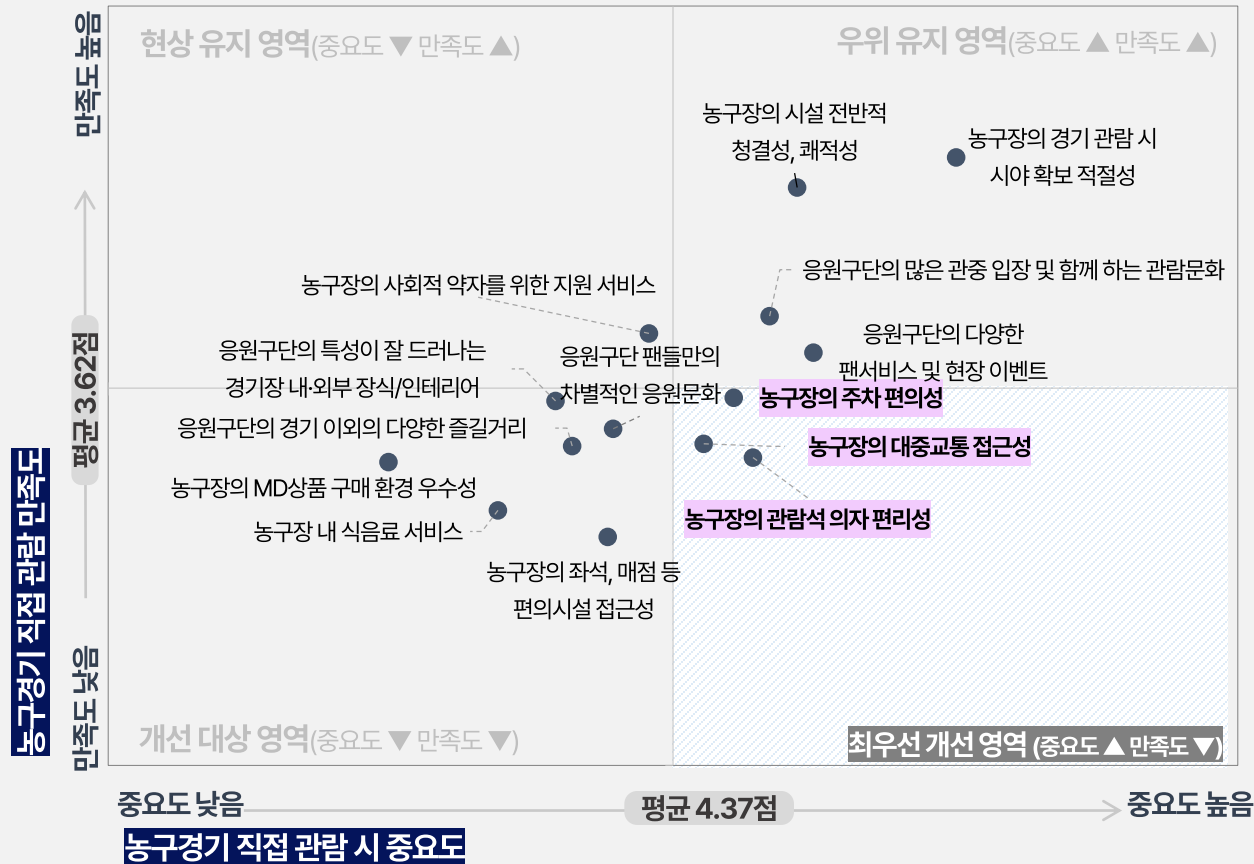
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.49	3.79

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

울산 현대
모비스 피버스

울산 현대모비스 피버스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성', '농구장의 주차 편의성', '농구장의 대중교통 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스

중요도 만족도

4.35 3.74

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성

중요도 만족도

4.48 4.06

농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성

4.61 4.12

응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트

4.49 3.70

응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화

4.45 3.78

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성

중요도 만족도

4.31 3.30

농구장의 MD상품 구매 환경 우수성

4.13 3.46

농구장 내 식음료 서비스

4.22 3.35

응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리

4.28 3.49

응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화

4.32 3.53

응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어

4.27 3.59

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

농구장의 관람석 의자 편리성

중요도 만족도

4.44 3.47

농구장의 주차 편의성

4.42 3.60

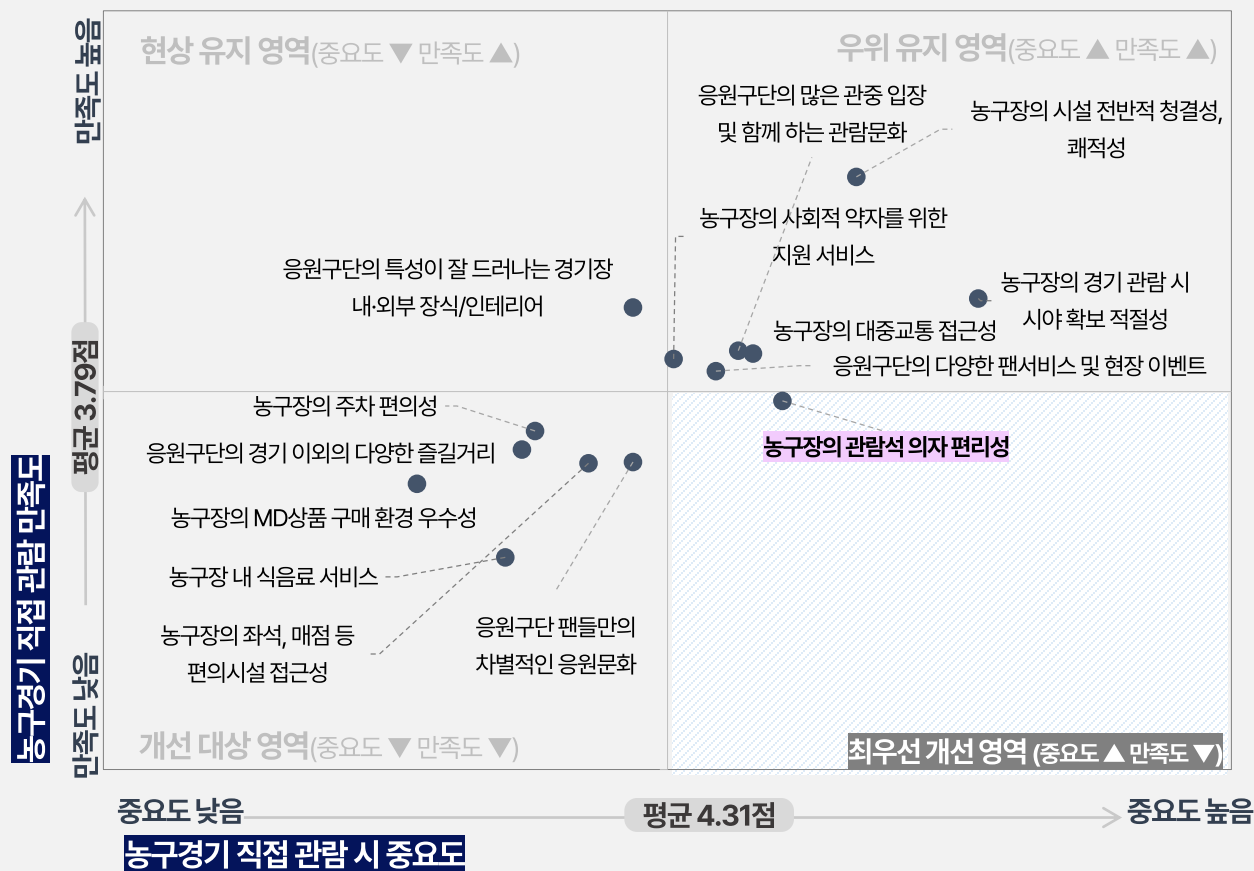
농구장의 대중교통 접근성

4.40 3.50

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

고양 소노
스카이저너스

고양 소노 스카이저너스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어

중요도 만족도

4.27 4.05

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성

농구장의 대중교통 접근성

농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성

농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스

응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트

응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화

중요도 만족도

4.53 4.46

4.41 3.91

4.67 4.08

4.32 3.89

4.37 3.85

4.39 3.92

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

농구장의 주차 편의성

농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성

농구장의 MD상품 구매 환경 우수성

농구장 내 식음료 서비스

응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리

응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화

중요도 만족도

4.16 3.67

4.22 3.57

4.02 3.50

4.12 3.28

4.14 3.61

4.27 3.57

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

농구장의 관람석 의자 편리성

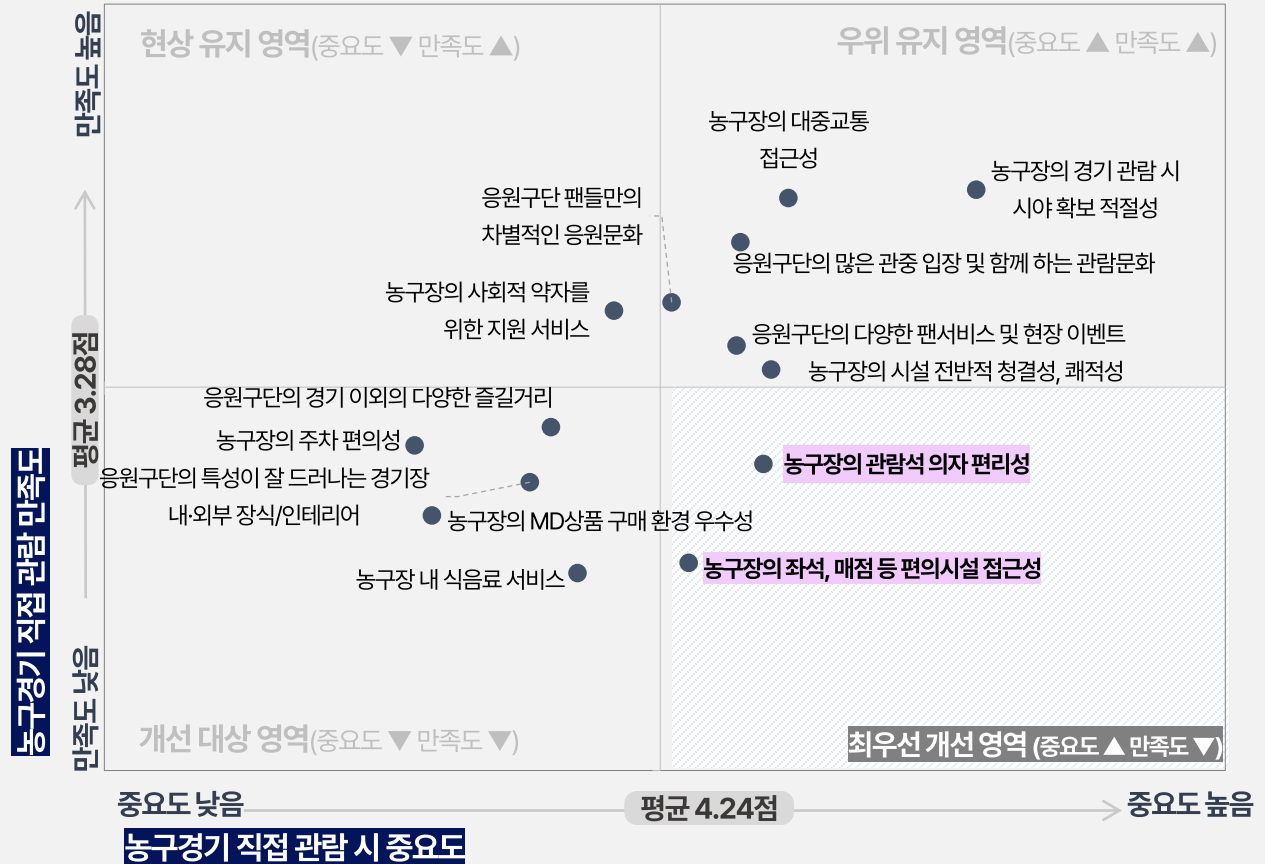
중요도 만족도

4.44 3.76

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

부산
KCC 이지스

부산 KCC 이지스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성', '농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.19	3.46

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

항목	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.36	3.32
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.57	3.75
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.32	3.38
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.32	3.63
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.25	3.48
농구장의 대중교통 접근성	4.37	3.73

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	3.98	3.14
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.00	2.97
농구장 내 식음료 서비스	4.15	2.83
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.13	3.18
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.10	3.05

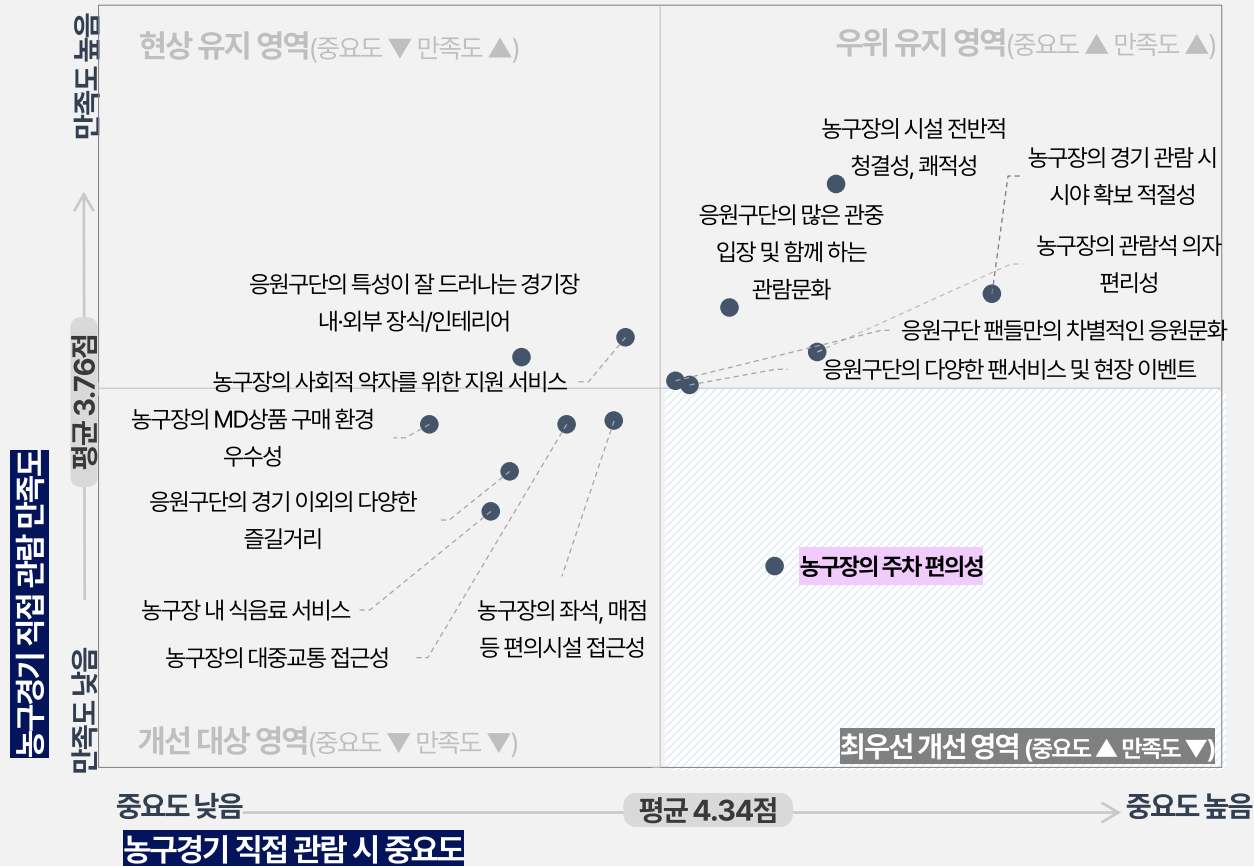
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

항목	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.35	3.10
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.27	2.86

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

원주
DB 프로미

원주 DB 프로미 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 주차 편의성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.31	3.89
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.21	3.84

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.51	4.29
농구장의 관람석 의자 편리성	4.49	3.85
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.66	4.01
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.37	3.77
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.41	3.97
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.35	3.78

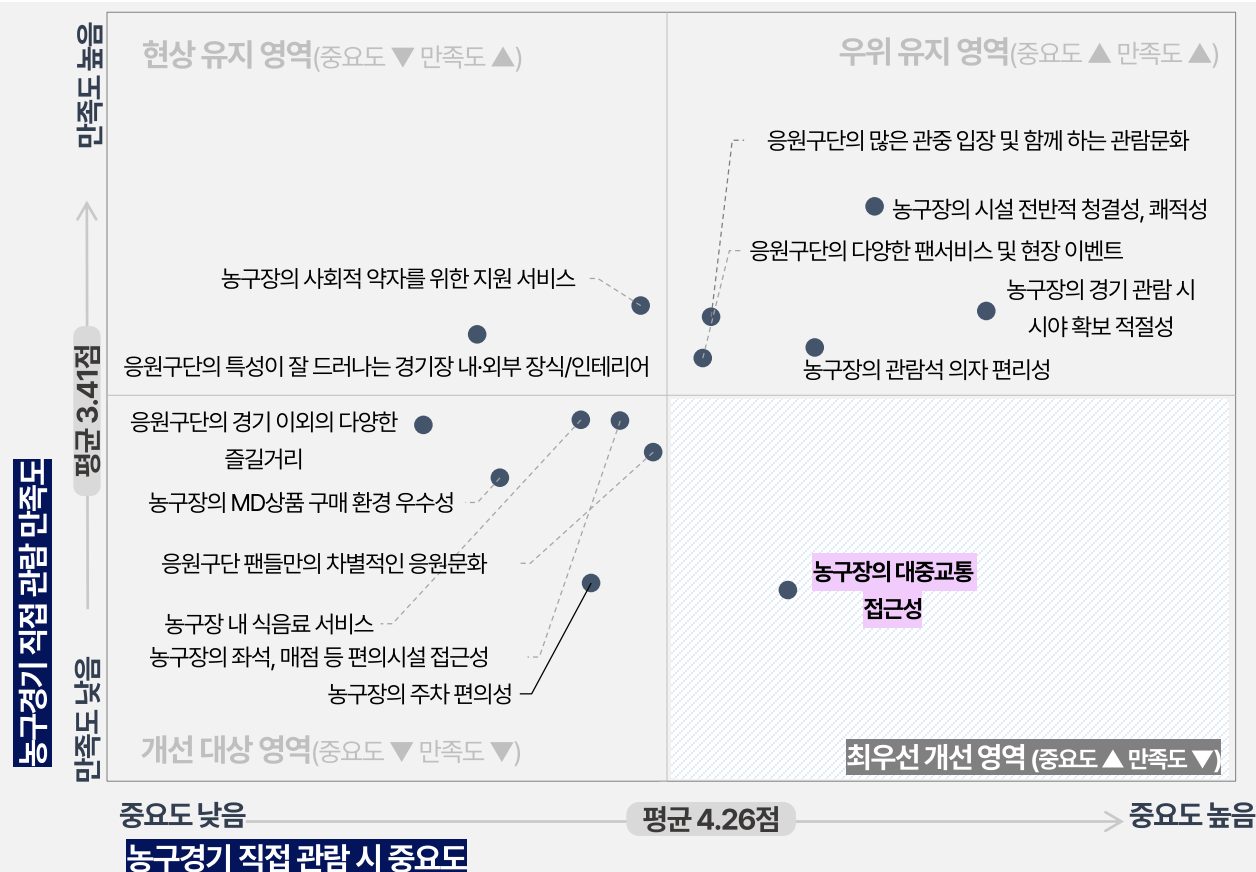
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	4.25	3.67
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.30	3.68
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.12	3.67
농구장 내 식음료 서비스	4.18	3.44
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.20	3.54

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.45	3.30

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

수원
KT 소닉붐

수원KT 소닉붐 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과,
경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은
'농구장의 대중교통 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.23	3.72
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.04	3.62

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.50	4.07
농구장의 관람석 의자 편리성	4.43	3.58
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.64	3.70
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.30	3.54
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.31	3.68

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.17	2.76
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.20	3.32
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.06	3.12
농구장 내 식음료 서비스	4.16	3.32
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	3.97	3.31
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.24	3.21

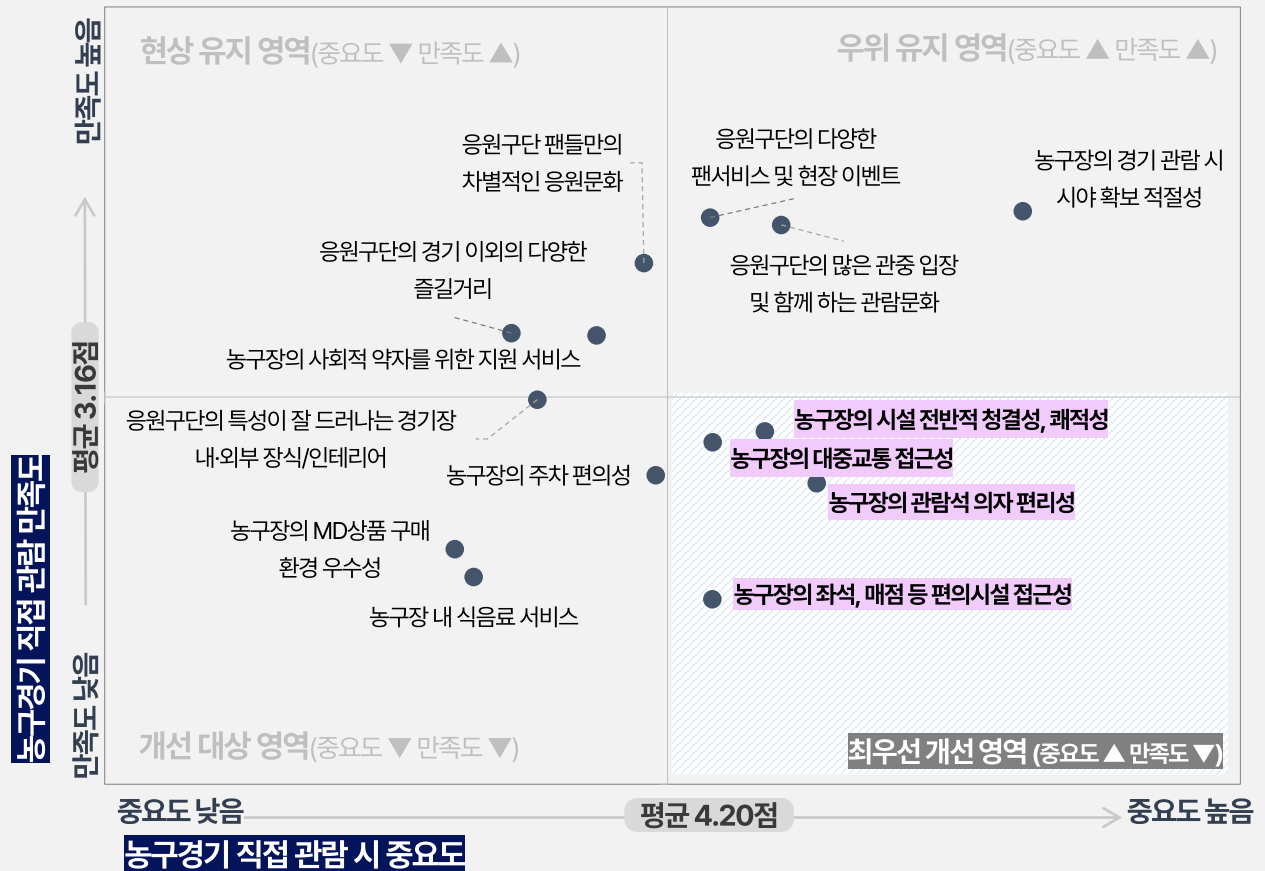
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 대중교통 접근성	4.40	2.73

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

대구
한국가스공사
페가수스

대구 한국가스공사 페가수스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '농구장의 대중교통 접근성', '농구장의 관람석 의자 편리성', '농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.13	3.37
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.04	3.37
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.18	3.61

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)

	중요도	만족도
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.57	3.78
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.24	3.76
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.32	3.73

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	4.19	2.90
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.98	2.65
농구장 내 식음료 서비스	4.00	2.56
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.07	3.15

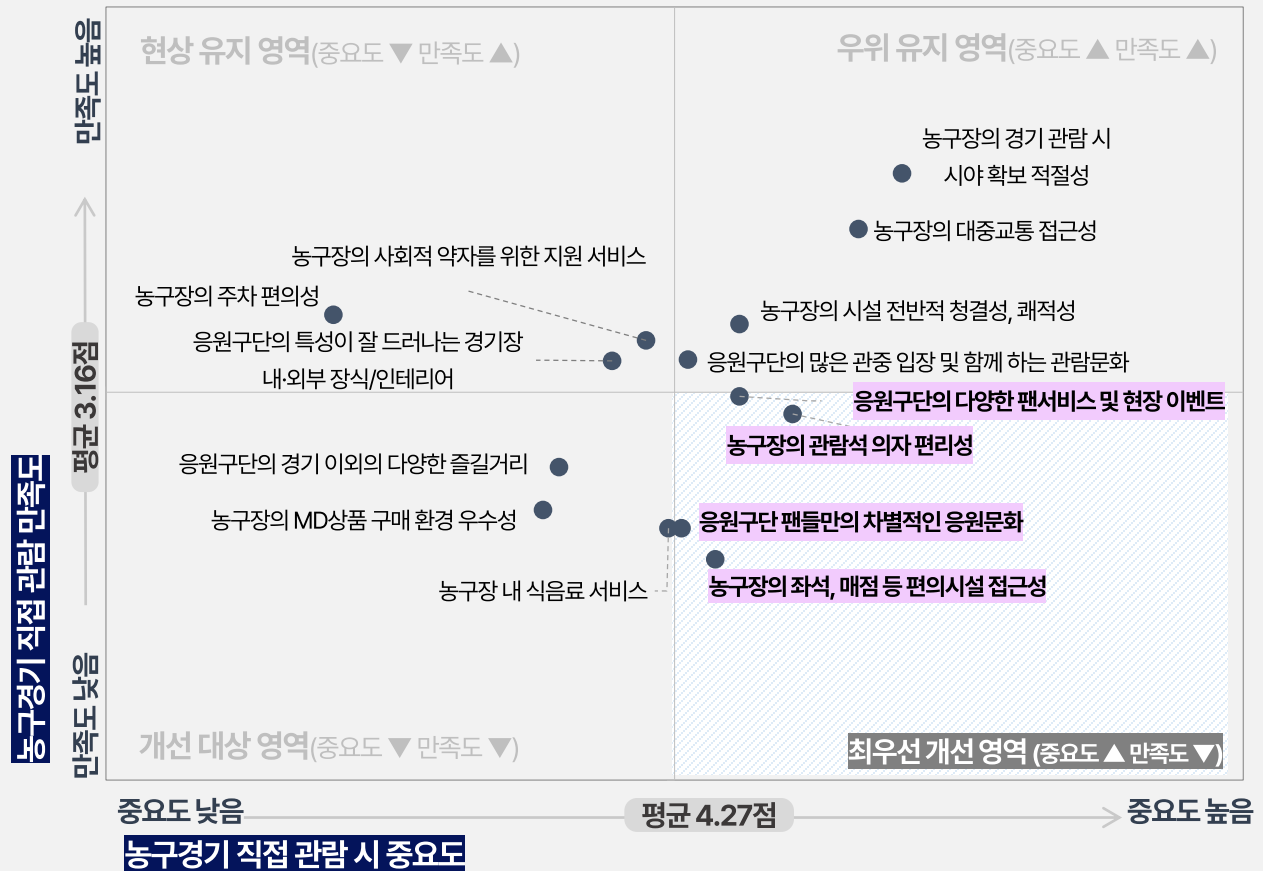
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)

	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.30	3.05
농구장의 관람석 의자 편리성	4.35	2.87
농구장의 대중교통 접근성	4.25	3.01
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.25	2.49

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

서울
삼성 썬더스

서울 삼성 썬더스 관람객의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '농구장의 관람석 의자 편리성', '농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성', '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화'임



(단위: 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장의 주차 편의성	3.72	3.45
농구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.22	3.36
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.17	3.28

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
농구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.37	3.42
농구장의 대중교통 접근성	4.56	3.78
농구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.63	3.99
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.29	3.28

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.06	2.71
농구장 내 식음료 서비스	4.26	2.64
응원구단의 경기 이외의 다양한 즐길거리	4.09	2.88

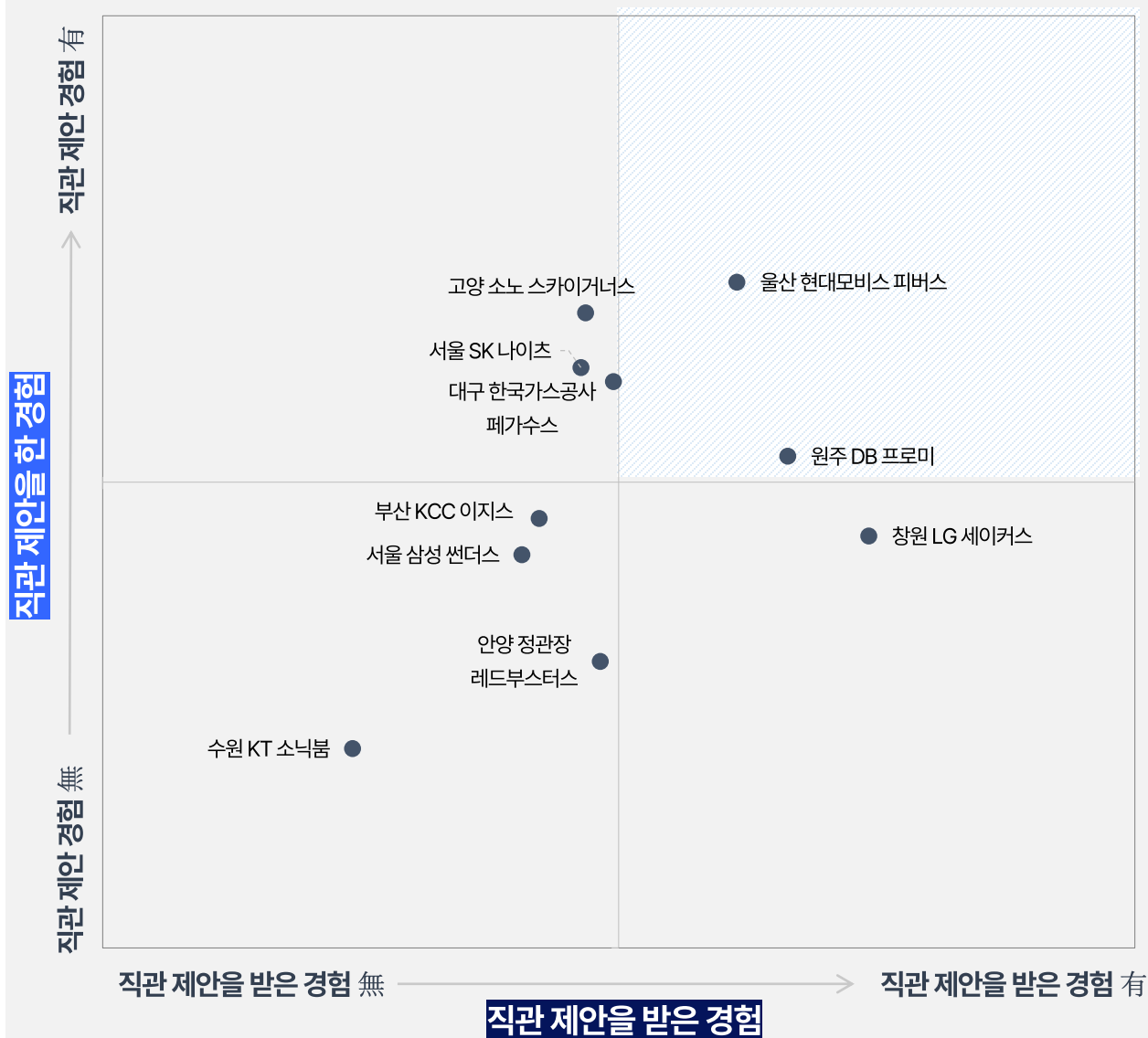
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
농구장의 관람석 의자 편리성	4.46	3.08
농구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.34	2.53
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.37	3.14
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.28	2.64

경기 직관 제안

남자프로농구 직관 제안을 한 경험과 직관을 제안한 경험이 모두 많은 구단은 '울산 현대모비스 피버스'와 '원주 DB 프로미'

- : 남자프로농구 관람객들의 직관 제안을 한 경험과 직관 제안을 받은 경험을 교차로 살펴보면 타인에게 직관 제안을 한 경험과 농구 경기 직관을 제안 받은 경험 모두 있는 관람객이 많은 구단은 '울산 현대모비스 피버스', '원주 DB 프로미'임
- : 타인에게 직관을 제안한 경험은 있지만, 직관을 제안받은 경험은 없는 관람객이 많은 구단은 '고양 소노 스카이저너스', '서울 SK 나이츠', '대구 한국가스공사 페가수스'이며 반대로 직관 제안을 받은 적은 있지만 직관을 제안한 경험은 없는 관람객이 많은 구단은 '창원 LG 세이커스'임

남자프로농구 구단 전체





KPSA
한국프로스포츠협회