2024년
프로스포츠 관람객 성향조사
SUMMARY REPORT

프로배구
VOLLEYBALL

KPSA
한국프로스포츠협회

프로배구

조사 기간	2025년 1월 20일 ~ 2월 10일
조사 대상	15세 이상 프로배구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	5,491명

KPSA
한국프로스포츠협회

프로스포츠 관람객 성향조사 개요 _ 프로배구

: 2024년 프로스포츠 관람객 성향조사는 2025년 1월 20일부터 2월 10일까지 프로배구 14개 구단 경기의 예매 및 방문 관람객(홈팬)을 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 조사방법으로 진행하였다.

: SMS 발송을 통하여, 총 16,860명이 조사 참여 링크를 접속, 설문조사를 완료하였으며 설문조사 완료자 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 완료자 수 (명)	유효 표본 (명)
남자부	인천 대한항공 점보스	1,077	360
	천안 현대캐피탈 스카이워커스	2,572	380
	수원 한국전력 VIXTORM	838	350
	서울 우리카드 우리WON	925	420
	안산 OK저축은행 읏맨	574	361
	의정부 KB손해보험 스타즈	935	380
	대전 삼성화재 블루팡스	740	340
여자부	한국도로공사 하이패스	877	410
	흥국생명 핑크스파이더스	2,879	480
	현대건설 힐스테이트	1,114	410
	대전 정관장 레드스파크스	1,245	390
	GS칼텍스 서울 Kixx	748	430
	IBK기업은행 알토스	1109	390
	페퍼저축은행 AI PEPPERS	1,227	390
합계		**16,860**	**5,491**

일러두기

- 본 보고서는 프로배구 14개 구단 경기의 최근 예매 및 방문관람객을 대상으로 설문조사를 진행하였고, 조사 대상자는 전체 프로배구 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.

프로배구

조사 기간	2025년 1월 20일 ~ 2월 10일
조사 대상	15세 이상 프로배구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	5,491명

KPSA 한국프로스포츠협회

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

응답자 특성

성별		남성 46.6%, 여성 53.4%
연령	평균 연령	35.1세
	연령대	20대 이하(36.5%) > 30대(26.7%) > 40대(26.3%) > 50대(8.0%)
거주지		경기(34.4%) > 서울(20.7%) > 대전(7.8%) > 인천(7.4%) > 충남(5.2%)

경기 관람 특성

응원기간		1~3년 미만 33.5% (1년 미만 24.4%, 3~5년 미만 21.6% ,5~10년 12.4%, 10년 이상 8.1%)	
1시즌 당 경기 방문 횟수		1시즌 기준 평균 7.1회 경기장 방문 (3회 이하 36.4%, 4~5회 25.2%, 6~10회 23.9%, 11~20회 10.5%, 21회 이상 4.1%)	
시즌권/멤버십 보유	시즌권	4.2%	*둘다 보유하지 않음 80.8%
	멤버십	17.1%	
동행인원 수		본인 포함 평균 2.5명	
동반인 유형		2인 이상 함께 방문 비율 : 81.8% vs 혼자 18.2% (가족 42.2%, 친구 26.4%, 연인 9.6%)	
경기장까지 이동		평균 63.0분 / 자가차량 50.5% > 버스 28.6% > 지하철 28.2%	
배구장 지출 금액 (당일)		당일 경기장 방문 시 평균 39,911원 (입장료 17,257원, 교통비 10,269원, 식음료비 12,386원)	
MD구매 금액(1시즌)		1시즌 기준 평균 29,387원	
티켓 구매 방법		공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 93.8%	

경기장 방문 이유

배구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.57점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.45점(5점 만점)
	좋아하는 선수를 응원하기 위해 4.41점(5점 만점)
배구 직관 제안 받은 경험	58.1%(천안 현대캐피탈 스카이워커스 68.2% > 대전 삼성화재 블루팡스 63.8%)
배구 직관 제안 한 경험	88.9%(서울 우리카드 우리 WON 93.6% > 수원 한국전력 VIXTORM 91.7% > 인천 대한항공 점보스 91.1%)
배구 직관을 위한 중요사항 TOP3	▢경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.59점/5점 만점) ▢시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.37점/5점 만점) ▢대중교통 접근성(4.37점/5점 만점)
배구 직관 시 만족도TOP3	▢경기 관람 시 시야 확보 적절성(3.99점/5점 만점) ▢시설 전반적 청결성, 쾌적성(3.96점/5점 만점) ▢많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(3.87점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면, 남성 대비 **여성**의 참여 비율이 높음 프로배구 관람객 **평균 연령**은 **35.1세**로 **30대 이하 비율**이 **55% 이상**으로 참여도 높음

경기 관람 특성을 살펴보면, **응원기간 1~3년 미만**이 33.5%, **1년 미만(올해 처음)** 24.4%, **3~5년 미만**은 21.6%임

1시즌 당 평균 7.1회 경기장을 방문하고, 시즌권 또는 멤버십 보유자 21.3%임 티켓 구매는 **공식 사이트를 통한 구매**가 93.8%임

본인 포함 평균 2.5명이 함께 관람하며, 81.8%가 동행인과 함께 방문

배구장 방문 시 당일 하루 **평균 39,911원을 지출**하고, 그 중 입장료 지출이 17,257원, 전체 금액 중 43%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

배구장 직관을 **제안 받은 경험**은 58.1%, 배구장 직관을 **제안 한 경험**은 88.9%임

직관 중요도와 만족도는 모두 **시야 확보** 응답 비율이 높음

프로배구

조사 기간	2025년 1월 20일 ~ 2월 10일
조사 대상	15세 이상 프로배구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	5,491명

KPSA 한국프로스포츠협회

프로스포츠 관람객 성향조사 결과 요약(Executive Summary) _ 프로배구 남자부

응답자 특성

성별		남성 36.9%, 여성 63.1%
연령	평균 연령	33.0세
	연령대	20대 이하(46.3%) > 40대(23.7%) > 30대(21.5%) > 50대(6.6%)
거주지		경기(41.7%) > 서울(21.2%) > 충남(8.4%) > 인천(8.3%) > 대전(7.5%)

경기 관람 특성

응원기간		1~3년 미만 31.9% (1년 미만 26.5%, 3~5년 미만 15.4%,5~10년 미만 13.6%, 10년 이상 12.6%)	
1시즌 당 경기 방문 횟수		1시즌 기준 평균 7.8회 경기장 방문 (3회 이하 32.3%, 6~10회 26.3%, 4~5회 24.0%, 11~20회 12.5%, 21회 이상 4.9%)	
시즌권/멤버십 보유	시즌권	4.8%	*둘다 보유하지 않음 81.4%
	멤버십	15.7%	
동행인원 수		본인 포함 평균 2.6명	
동반인 유형		2인 이상 함께 방문 비율 : 84.3% vs 혼자 15.7% (가족 41.4%, 친구 31.3%, 연인 8.8%)	
경기장까지 이동		평균 61.6분 / 자가차량 44.2% > 버스 34.6% > 지하철 30.7%	
배구장 지출 금액 (당일)		당일 경기장 방문 시 평균 37,639원 (입장료 16,123원, 교통비 9,217원, 식음료비 12,299원)	
MD구매 금액(1시즌)		1시즌 기준 평균 28,128원	
티켓 구매 방법		공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 91.6%	

경기장 방문 이유

배구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.62점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.51점(5점 만점)
	좋아하는 선수를 응원하기 위해 4.39점(5점 만점)
배구 직관 제안 받은 경험	61.0%(천안 현대캐피탈 스카이워커스 68.2% > 대전 삼성화재 블루팡스 63.8%)
배구 직관 제안 한 경험	90.5%(서울 우리카드 우리 WON 93.6% > 수원 한국전력 VIXTORM 91.7% > 인천 대한항공 점보스 91.1%)
배구 직관을 위한 중요사항 TOP3	☐경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.61점/5점 만점) ☐대중교통 접근성(4.43점/5점 만점) ☐시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.40점/5점 만점)
배구 직관 시 만족도TOP3	☐경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.03점/5점 만점) ☐시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.00점/5점 만점) ☐많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(3.94점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면,
남성 대비 **여성**의 참여 비율이 높음
프로배구 남자부 관람객 **평균 연령**은
33.0세로
30대 이하 비율이 **65% 이상**으로
참여도 높음

경기 관람 특성을 살펴보면,
응원기간 1~3년 미만이 31.9%,
1년 미만(올해 처음) 26.5%,
3~5년 미만은 15.4%임
1시즌 당 평균 7.8회 배구경기장을
방문하고, 시즌권 또는 멤버십 보유자
20.5%임
티켓 구매는 **공식 사이트를 통한**
구매가 91.6%임

본인 포함 평균 2.6명이 함께 관람하며,
84.3%가 동행인과 함께 방문

배구장 방문 시 당일 하루
평균 37,639원을 지출하고,
그 중 입장료 지출이 16,123원,
전체 금액 중 43%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

배구장 직관을 **제안 받은 경험**은 61.0%,
배구장 직관을 **제안 한 경험**은 90.5%임

직관 중요도와 만족도는 모두
시야 확보 응답 비율이 높음

프로배구

조사 기간	2025년 1월 20일 ~ 2월 10일
조사 대상	15세 이상 프로배구 경기 예매 및 방문 관람객
조사 방법	조사참여 SMS를 이용한 모바일 조사
유효 표본	5,491명

KPSA 한국프로스포츠협회

프로스포츠 관람객 성향조사 결과 요약(Executive Summary) _ 프로배구 여자부

응답자 특성

성별		남성 55.3%, 여성 44.7%
연령	평균 연령	37.0세
	연령대	30대(31.3%) > 40대(28.6%) > 20대 이하(27.7%) > 50대(9.2%)
거주지		경기(27.8%) > 서울(20.3%) > 광주(8.8%) > 대전(8.1%) > 경북(7.9%)

경기 관람 특성

응원기간		1~3년 미만 34.9% (3~5년 미만 27.1%, 1년 미만 22.5%, 5~10년 미만 11.4%, 10년 이상 4.1%)	
1시즌 당 경기 방문 횟수		1시즌 기준 평균 6.5회 경기장 방문 (3회 이하 40.1%, 4~5회 26.3%, 6~10회 21.7%, 11~20회 8.7%, 21회 이상 3.3%)	
시즌권/멤버십 보유	시즌권	3.6%	*둘다 보유하지 않음 80.2%
	멤버십	18.4%	
동행인원 수		본인 포함 평균 2.5명	
동반인 유형		2인 이상 함께 방문 비율 : 79.5% vs 혼자 20.5% (가족 42.8%, 친구 22.1%, 연인 10.2%)	
경기장까지 이동		평균 64.2분 / 자가차량 56.2% > 지하철 25.9% > 버스 23.1%	
배구장 지출 금액 (당일)		당일 경기장 방문 시 평균 41,941원 (입장료 18,269원, 교통비 11,209원, 식음료비 12,463원)	
MD구매 금액(1시즌)		1시즌 기준 평균 30,512원	
티켓 구매 방법		공식 사이트 구매(구단 어플 포함) 95.8%	

경기장 방문 이유

배구경기 직접 관람 이유	좋아하는 팀을 응원하기 위하여 4.54점(5점 만점)
	좋아하는 선수를 응원하기 위해 4.42점(5점 만점)
	직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서 4.41점(5점 만점)
배구 직관 제안 받은 경험	55.5%(한국도로공사 하이패스 60.0% > 페퍼저축은행 AI PEPPERS 59.7%)
배구 직관 제안 한 경험	87.6%(페퍼저축은행 AI PEPPERS 90.8% > 흥국생명 핑크스파이더스 89.2%)
배구 직관을 위한 중요사항 TOP3	▢경기 관람 시 시야 확보 적절성(4.58점/5점 만점) ▢시설 전반적 청결성, 쾌적성(4.35점/5점 만점) ▢관람석 의자 편리성(4.34점/5점 만점)
배구 직관 시 만족도TOP3	▢경기 관람 시 시야 확보 적절성(3.96점/5점 만점) ▢시설 전반적 청결성, 쾌적성(3.91점/5점 만점) ▢많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화(3.81점/5점 만점)

성별 구성비를 살펴보면, 여성 대비 **남성**의 참여 비율이 높음
프로배구 여자부 관람객 **평균 연령**은 **37.0세**로 **30~40대 비율**이 **60% 이상**으로 참여도 높음

경기 관람 특성을 살펴보면, **응원기간 1~3년 미만**이 34.9%, **3~5년 미만 27.1%**, **1년 미만(올해 처음)** 22.5% 임
1시즌 당 평균 6.5회 배구경기장을 방문하고, 시즌권 또는 멤버십 보유자 22.0%임
티켓 구매는 **공식 사이트를 통한 구매**가 95.8%임
본인 포함 평균 2.5명이 함께 관람하며, 79.5%가 동행인과 함께 방문
배구장 방문 시 당일 하루 **평균 41,941원을 지출**하고, 그 중 입장료 지출이 18,269원, 전체 금액 중 44%를 차지함

경기장 방문 이유(직관이유)를 살펴보면, **'좋아하는 팀을 응원하기 위해'**와 **'좋아하는 설수를 응원하기 위해'** 등의 이유로 경기장을 방문함

배구장 직관을 **제안 받은 경험**은 55.5%, 배구장 직관을 **제안 한 경험**은 87.6%임

직관 중요도와 만족도는 모두 **시야 확보** 응답 비율이 높음

성별

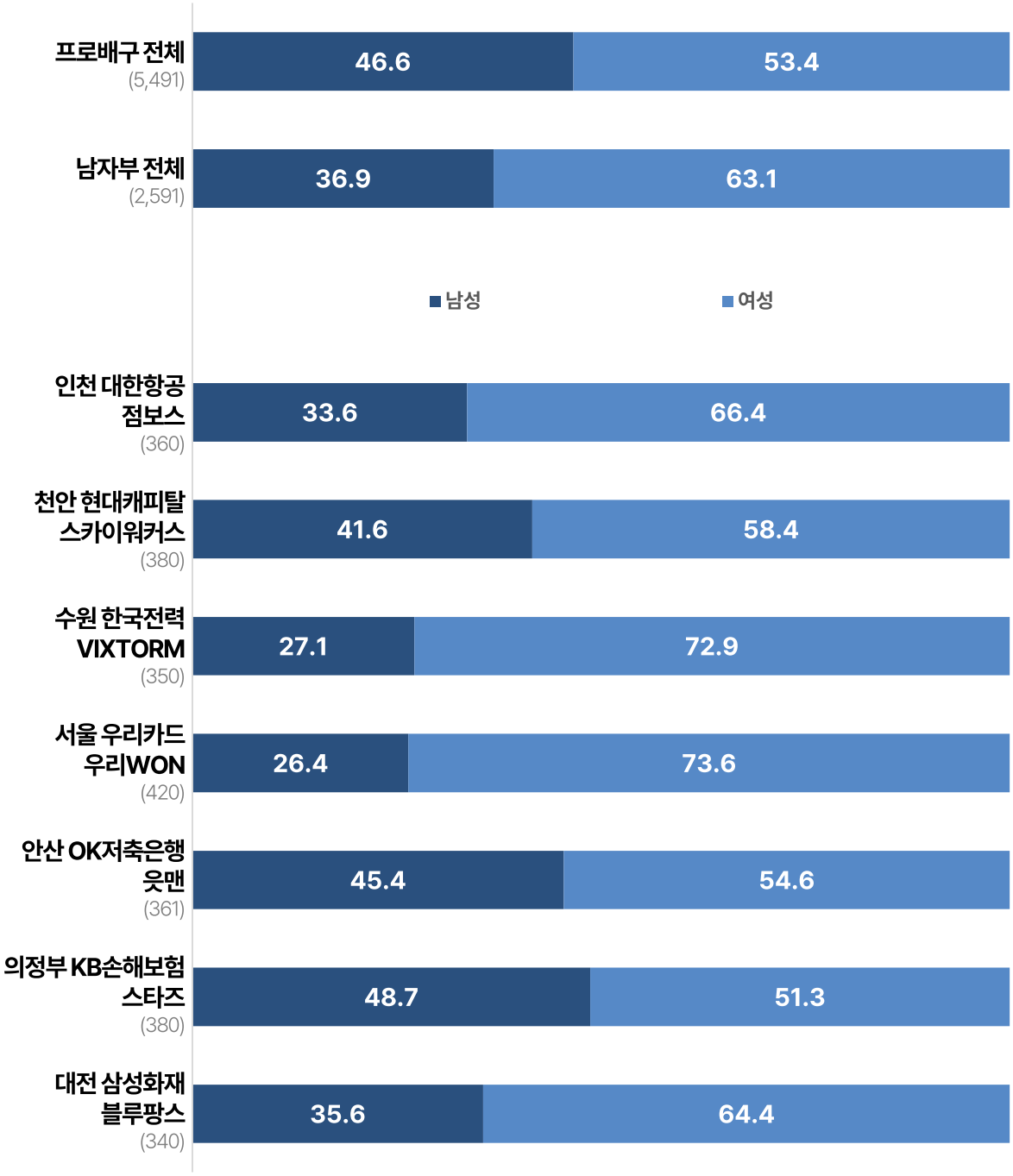
프로배구 남자부 관람객 중 여성의 비율은 63.1%, 남성은 36.9%로 여성의 비율이 높음

: 프로배구 전체 관람객의 남성은 46.6%, 여성은 53.4%로 여성 관람객의 비율이 높음

: **프로배구 남자부 전체 관람객 중 여성 관람객이 차지하는 비중은 63.1%, 남성 관람객은 36.9%로 여성 비중이 높음**

: 프로배구 남자부 구단 관람객 중 여성 관람객 비중은 서울 우리카드 우리 WON이 73.6%로 가장 높고, 수원 한국전력 VIXTORM이 72.9%, 인천 대한항공 점보스가 66.4%, 대전 삼성화재 블루팡스 64.4% 순임

(단위 : %)

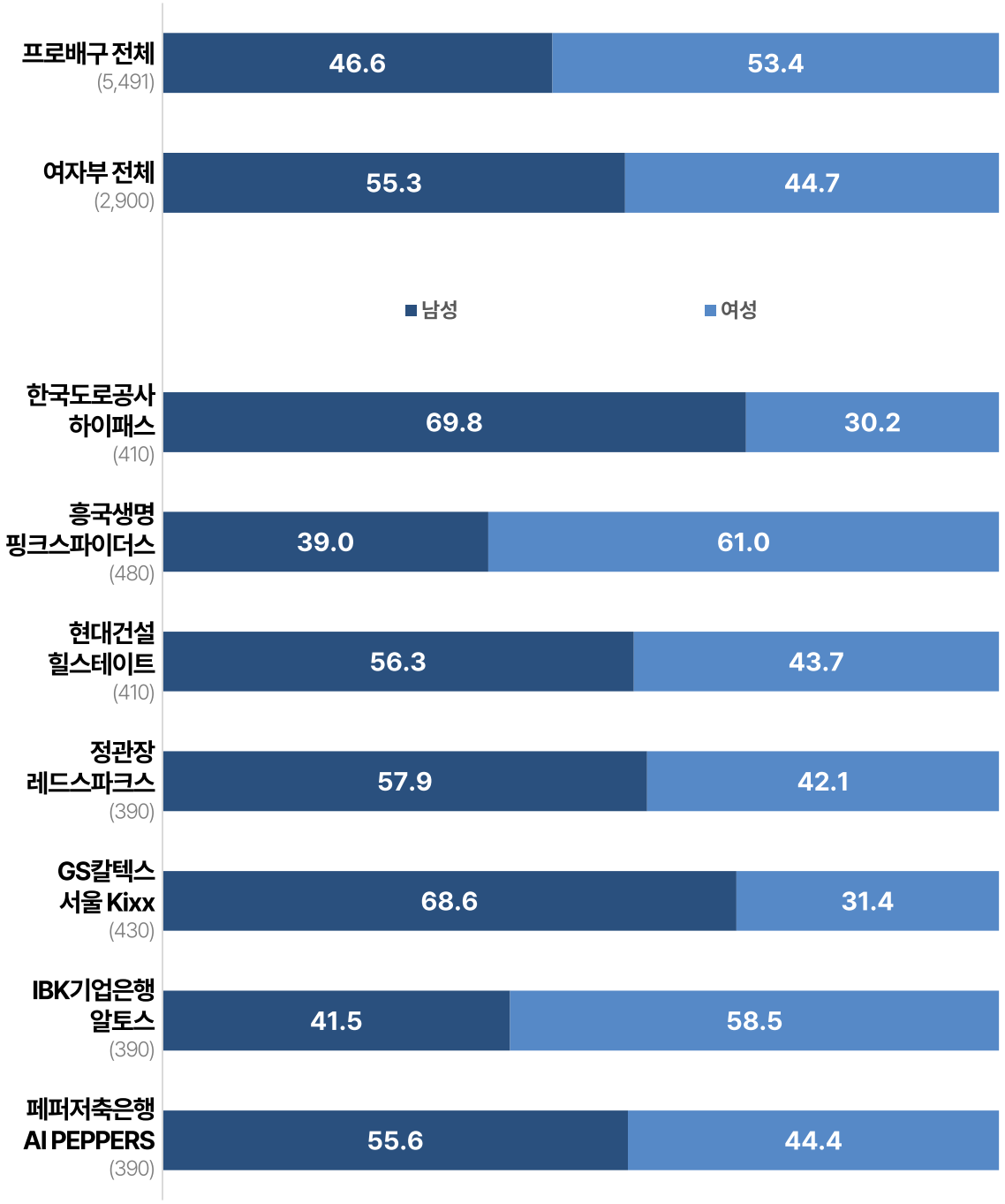


성별

프로배구 여자부 관람객 중 남성의 비율은 53.3%, 여성은 44.7%로 남성의 관람 비율이 높음

- 프로배구 전체 관람객의 남성은 46.6%, 여성은 53.4%로 여성 관람객의 비율이 높음
- **프로배구 여자부 전체 관람객 중 남성 관람객이 차지하는 비중은 55.3%, 여성 관람객은 44.7%로 남성의 비중이 더 높음**
- 프로배구 여자부 구단 관람객 중 남성 관람객 비중은 한국도로공사 하이패스가 69.8%로 가장 높고, 다음으로 GS칼텍스 서울 Kixx(68.6%)의 순임
- 남성 관람객보다 여성 관람객 비중이 높은 구단은 흥국생명 핑크스파이더스(61.0%), IBK기업은행 알토스(58.5%)임

(단위 : %)

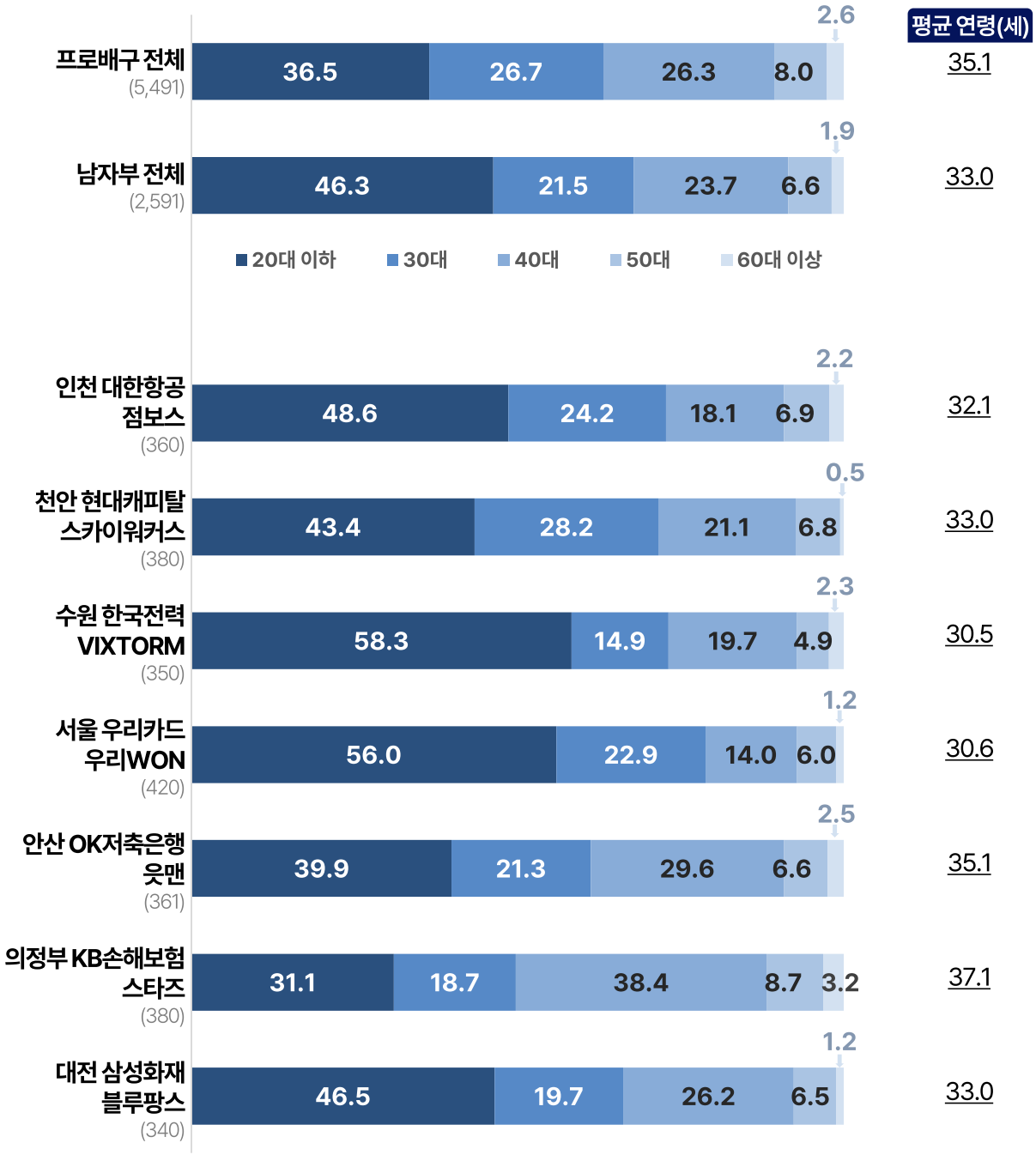


연령대

프로배구 전체 관람객의 평균 연령은 35.1세,
남자부 관람객 평균 연령은 33.0세임

- 프로배구 전체 관람객은 20대 이하가 36.5%로 가장 많고, 30대 26.7%, 40대 26.3%, 50대 8.0%, 60대 이상 2.6% 순임
- **프로배구 남자부 관람객은 20대 이하가 46.3%로 가장 많고, 40대 23.7%, 30대 21.5%, 50대 6.6%, 60대 이상 1.9% 순**
- 2024년 프로배구 남자부 관람객의 연령대를 구단별로 살펴보면, 의정부 KB손해보험 스타즈 관람객이 평균 37.1세로 가장 높았고, 수원 한국전력 VIXTORM 관람객이 평균 30.5세로 가장 낮음

(단위 : %)



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

연령대

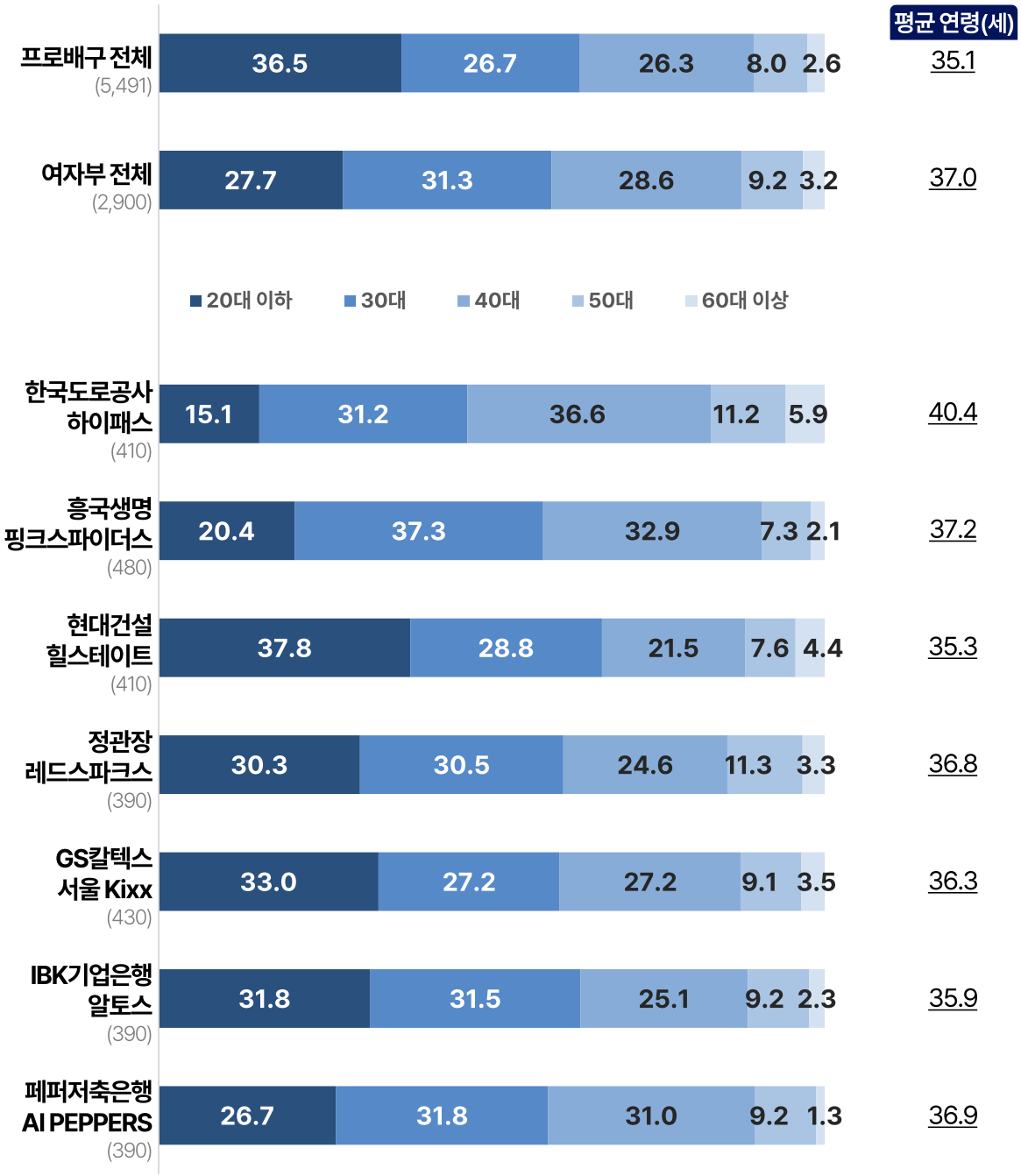
프로배구 전체 관람객의 평균 연령은 35.1세,
여자부 관람객 평균 연령은 37.0세임

: 프로배구 전체 관람객은 20대 이하가 36.5%로 가장 많고, 30대 26.7%, 40대 26.3%, 50대 8.0%, 60대 이상 2.6% 순임

: **프로배구 여자부 관람객은 30대가 31.3%로 가장 많고, 40대 28.6%, 20대 이하 27.7%, 50대 9.2%, 60대 이상 3.2% 순**

: 2024년 프로배구 여자부 관람객의 연령대를 구단별로 살펴보면, 한국도로공사 하이패스 관람객이 평균 40.4세로 가장 높고 현대건설 힐스테이트 관람객이 35.3세로 가장 낮음

(단위 : %)

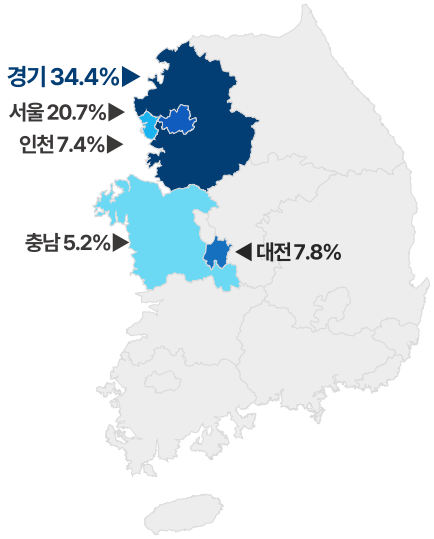


(2024년 설문조사는 SMS를 문자 발송을 통한 모바일 조사로 진행되어 연령별 분석 내용은 결과 해석에 유의해야 함)

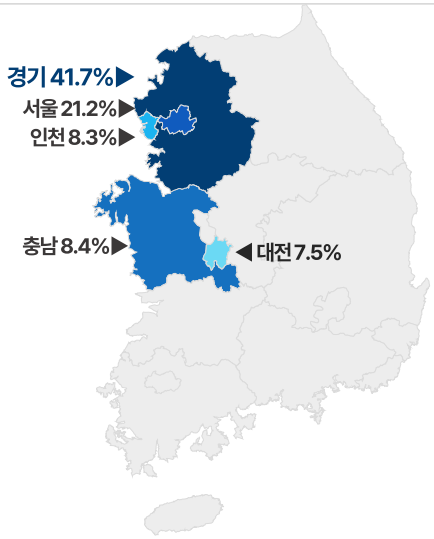
거주지역

배구 전체, 남녀부 관람객 거주지역은 서울, 경기 거주자가 많고,
남자부는 충남, 여자부는 경북지역 거주 비율이 상대적으로 높음

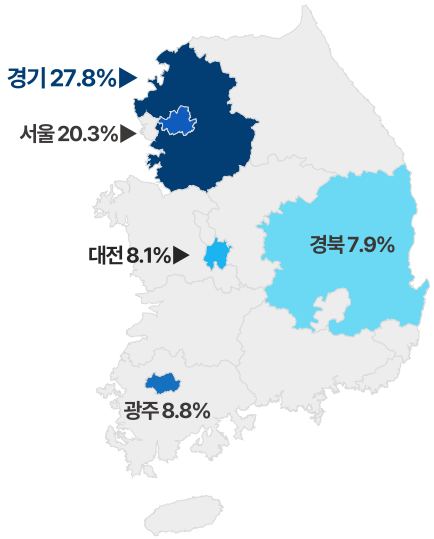
(단위 : %)



전체	
경기	**34.4**
서울	**20.7**
대전	**7.8**
인천	**7.4**
충남	**5.2**
광주	4.8
경북	4.7
대구	3.0
충북	2.2
전남	1.9
경남	1.7
부산	1.4
전북	1.4
세종	1.4
강원	1.2
울산	0.4
제주	0.4



남자부_전체	
경기	**41.7**
서울	**21.2**
충남	**8.4**
인천	**8.3**
대전	**7.5**
충북	2.3
전북	1.6
경남	1.6
세종	1.5
강원	1.4
경북	1.0
부산	1.0
대구	1.0
전남	0.5
광주	0.4
울산	0.3
제주	0.3



여자부_전체	
경기	**27.8**
서울	**20.3**
광주	**8.8**
대전	**8.1**
경북	**7.9**
인천	6.7
대구	4.7
전남	3.0
충남	2.3
충북	2.2
부산	1.9
경남	1.8
세종	1.3
전북	1.2
강원	1.0
제주	0.6
울산	0.5

거주지역

프로배구 남자부 각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

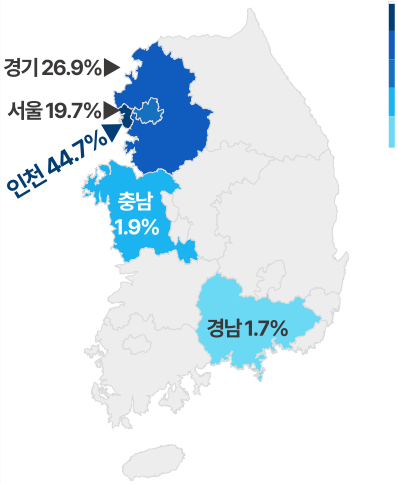
: 2024년 프로배구 남자부 관람객의 **거주지역**을 구단별로 살펴보면,
거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- 인천 대한항공 점보스 : 인천 44.7% > 경기 26.9% > 서울 19.7%
- 천안 현대캐피탈 스카이워커스 : 충남 45.8% > 경기 18.9% > 서울 13.9%
- 수원 한국전력 VIXTORM : 경기 58.6% > 서울 21.4%
- 서울 우리카드 우리WON : 서울 57.9% > 경기 24.5%

(※ 5% 이상 응답만 제시)

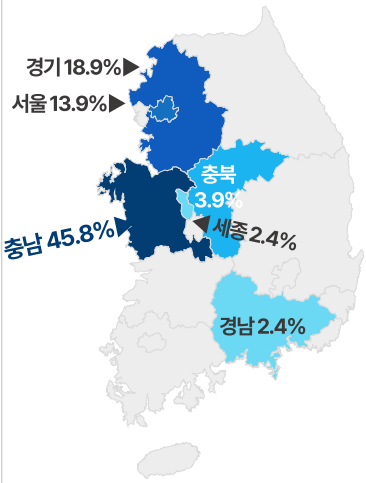
(단위 : %)

인천 대한항공 점보스



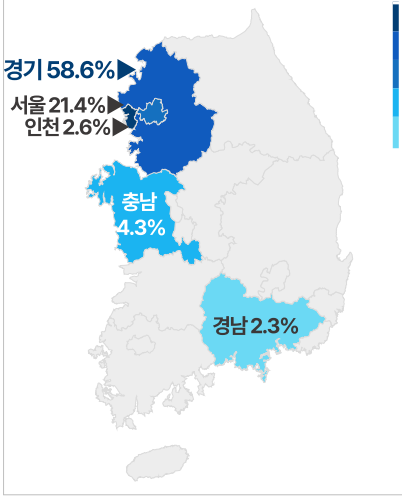
(홈)인천	44.7
경기	26.9
서울	19.7
충남	1.9
경남	1.7
전북	1.1
부산	0.8
강원	0.8
경북	0.8
광주	0.6
대구	0.3
충북	0.3
전남	0.3
대전	-
울산	-
세종	-
제주	-

천안 현대캐피탈 스카이워커스



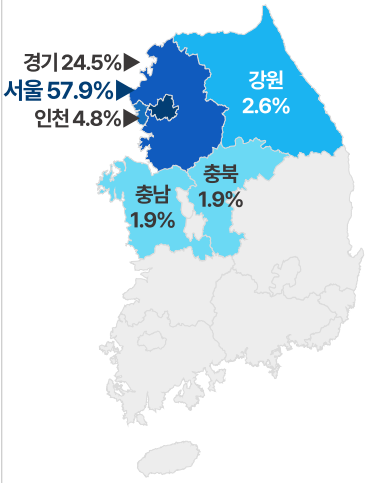
(홈)충남	45.8
경기	18.9
서울	13.9
충북	3.9
경남	2.4
세종	2.4
경북	1.6
전남	1.6
울산	1.6
강원	1.3
광주	1.3
대구	1.3
대전	1.3
인천	1.1
부산	0.8
전북	0.5
제주	0.3

수원 한국전력 VIXTORM



(홈)경기	58.6
서울	21.4
충남	4.3
인천	2.6
경남	2.3
충북	2.0
전북	2.0
강원	1.7
경북	1.4
부산	1.4
전남	0.9
대전	0.6
세종	0.3
대구	0.3
제주	0.3
울산	0.0
광주	0.0

서울 우리카드 우리WON



(홈)서울	57.9
경기	24.5
인천	4.8
강원	2.6
충남	1.9
충북	1.9
전북	1.7
제주	1.0
경남	0.7
부산	0.7
경북	0.5
전남	0.5
대전	0.5
대구	0.5
세종	0.2
울산	0.2
광주	0.0

거주지역

프로배구 남자부 각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

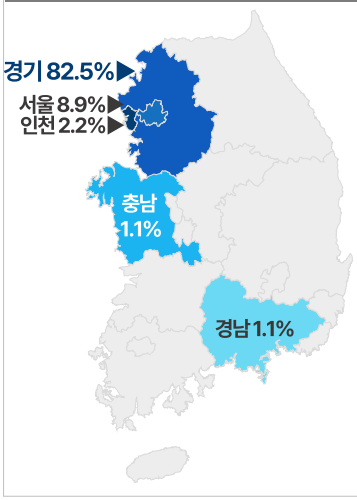
: 2024년 프로배구 남자부 관람객의 **거주지역**을 구단별로 살펴보면,
거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- 안산 OK저축은행 읏맨 : 경기 82.5% > 서울 8.9%
- 의정부 KB손해보험 스타즈 : 경기 77.1% > 서울 16.6%
- 대전 삼성화재 블루팡스 : 대전 53.5% > 세종 7.9% > 충북 7.4% > 전북 5.0%

(※ 5% 이상 응답만 제시)

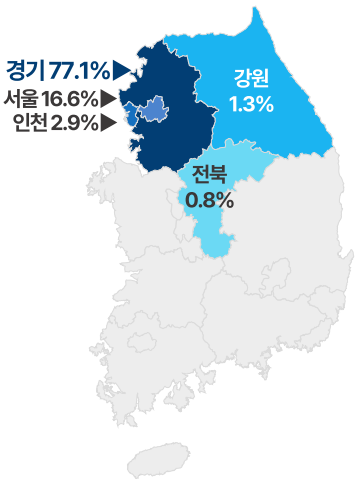
(단위 : %)

안산 OK저축은행 읏맨



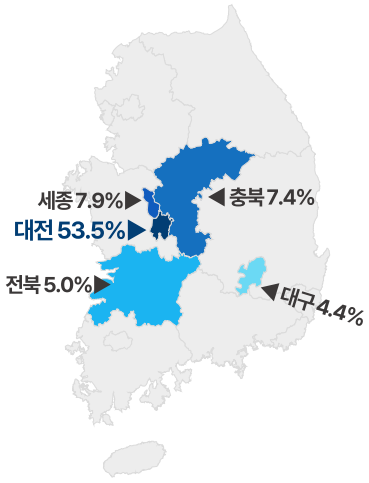
(홈)경기	82.5
서울	8.9
인천	2.2
충남	1.1
경남	1.1
강원	0.8
충북	0.6
전북	0.6
제주	0.3
부산	0.3
경북	0.3
전남	0.3
대전	0.3
대구	0.3
울산	0.3
광주	0.3
세종	0.0

의정부 KB손해보험 스타즈



(홈)경기	77.1
서울	16.6
인천	2.9
강원	1.3
전북	0.8
대전	0.5
경남	0.3
충북	0.3
경북	0.3
충남	0.0
제주	0.0
부산	0.0
전남	0.0
대구	0.0
울산	0.0
광주	0.0
세종	0.0

대전 삼성화재 블루팡스



(홈)대전	53.5
세종	7.9
충북	7.4
전북	5.0
대구	4.4
경기	3.8
서울	3.2
경남	3.2
충남	2.9
부산	2.9
경북	2.6
강원	1.2
인천	0.6
광주	0.6
전남	0.3
울산	0.3
제주	0.0

거주지역

프로배구 여자부 각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

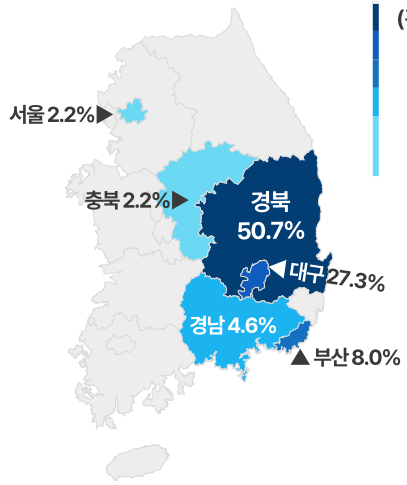
: 2024년 프로배구 여자부 관람객의 **거주지역**을 구단별로 살펴보면,
거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- 한국도로공사 하이패스 : 경북 50.7% > 대구 27.3% > 부산 8.0%
- 흥국생명 핑크스파이더스 : 경기 32.7% > 인천 32.1% > 서울 26.7%
- 현대건설 힐스테이트 : 경기 62.4% > 서울 19.5%
- 대전 정관장 레드스파크스 : 대전 55.4% > 충북/세종 각 7.4% > 경기/서울 각 6.2% > 충남 5.4%

(※ 5% 이상 응답만 제시)

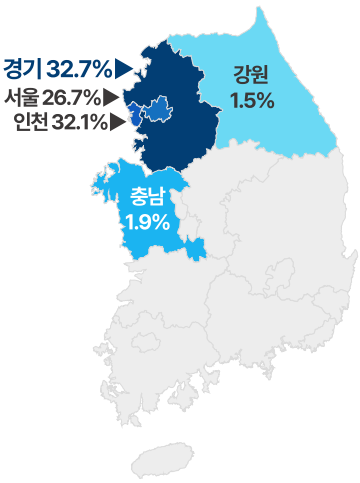
(단위 : %)

한국도로공사 하이패스



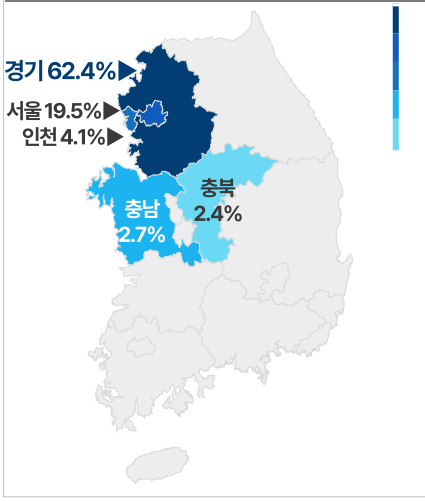
(홈)경북	50.7
대구	27.3
부산	8.0
경남	4.6
서울	2.2
충북	2.2
경기	2.0
울산	1.7
대전	0.7
인천	0.2
충남	0.2
광주	-
세종	-
강원	-
전북	-
전남	-
제주	-

흥국생명 핑크스파이더스



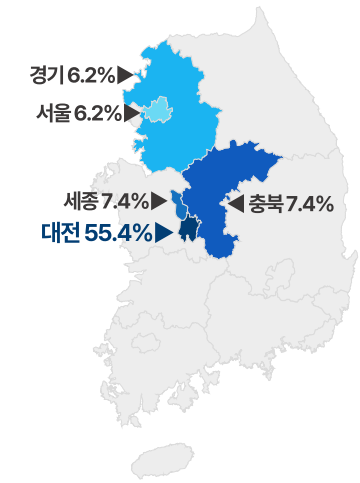
경기	32.7
(홈)인천	32.1
서울	26.7
충남	1.9
강원	1.5
제주	1.0
부산	0.8
경북	0.6
대구	0.6
경남	0.6
전북	0.6
대전	0.4
충북	0.2
광주	0.2
울산	-
세종	-
전남	-

현대건설 힐스테이트



경기	62.4
서울	19.5
인천	4.1
충남	2.7
충북	2.4
강원	1.5
전북	1.2
대전	1.2
대구	1.0
경남	0.7
세종	0.7
전남	0.7
부산	0.5
경북	0.5
광주	0.5
울산	0.2
제주	-

대전 정관장 레드스파크스



대전	55.4
충북	7.4
세종	7.4
경기	6.2
서울	6.2
충남	5.4
전북	2.6
경남	2.3
대구	1.5
인천	1.3
경북	1.3
부산	1.0
울산	1.0
전남	0.5
강원	0.3
제주	0.3
광주	-

거주지역

프로배구 여자부 각 선호구단별 관람객 거주지역은 다음과 같음

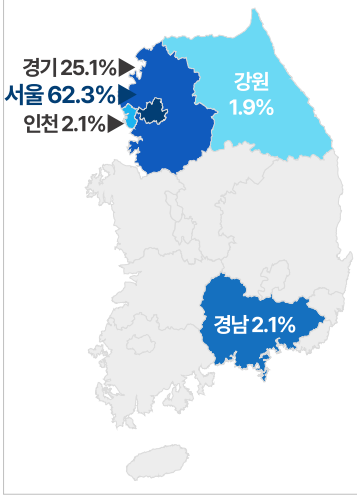
: 2024년 프로배구 여자부 관람객의 **거주지역**을 구단별로 살펴보면,
거주지역 연고지 구단 팬 비중이 높음

- GS칼텍스 서울 Kixx : 서울 62.3% > 경기 25.1%
- IBK 기업은행 알토스 : 경기 62.8% > 서울 18.7% > 충남 5.1%
- 페퍼저축은행 AI PEPPERS : 광주 64.6% > 전남 21.0%

(※ 5% 이상 응답만 제시)

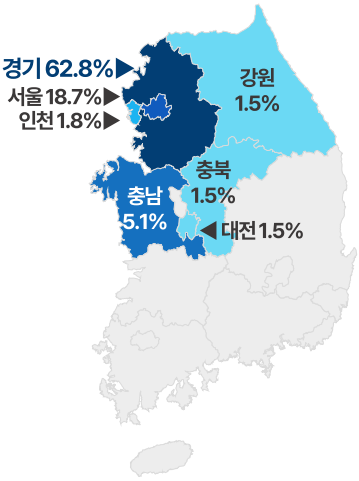
(단위 : %)

GS칼텍스 서울 Kixx



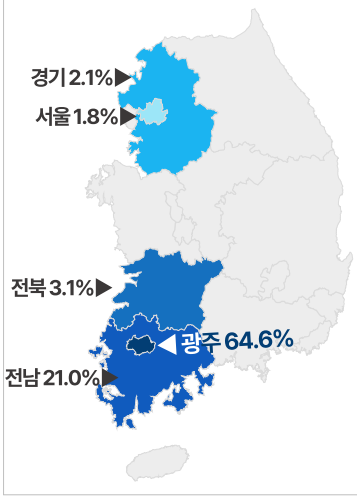
(홈)서울	62.3
경기	25.1
경남	2.1
인천	2.1
강원	1.9
충북	1.6
제주	0.9
세종	0.7
전북	0.7
대구	0.7
경북	0.7
충남	0.5
부산	0.5
울산	0.2
대전	-
전남	-
광주	-

IBK 기업은행 알토스



(홈)경기	62.8
서울	18.7
충남	5.1
인천	1.8
강원	1.5
충북	1.5
대전	1.5
경남	1.3
대구	1.3
경북	1.0
부산	1.0
제주	0.5
세종	0.5
전북	0.5
울산	0.3
전남	0.3
광주	0.3

페퍼저축은행 AI PEPPERS



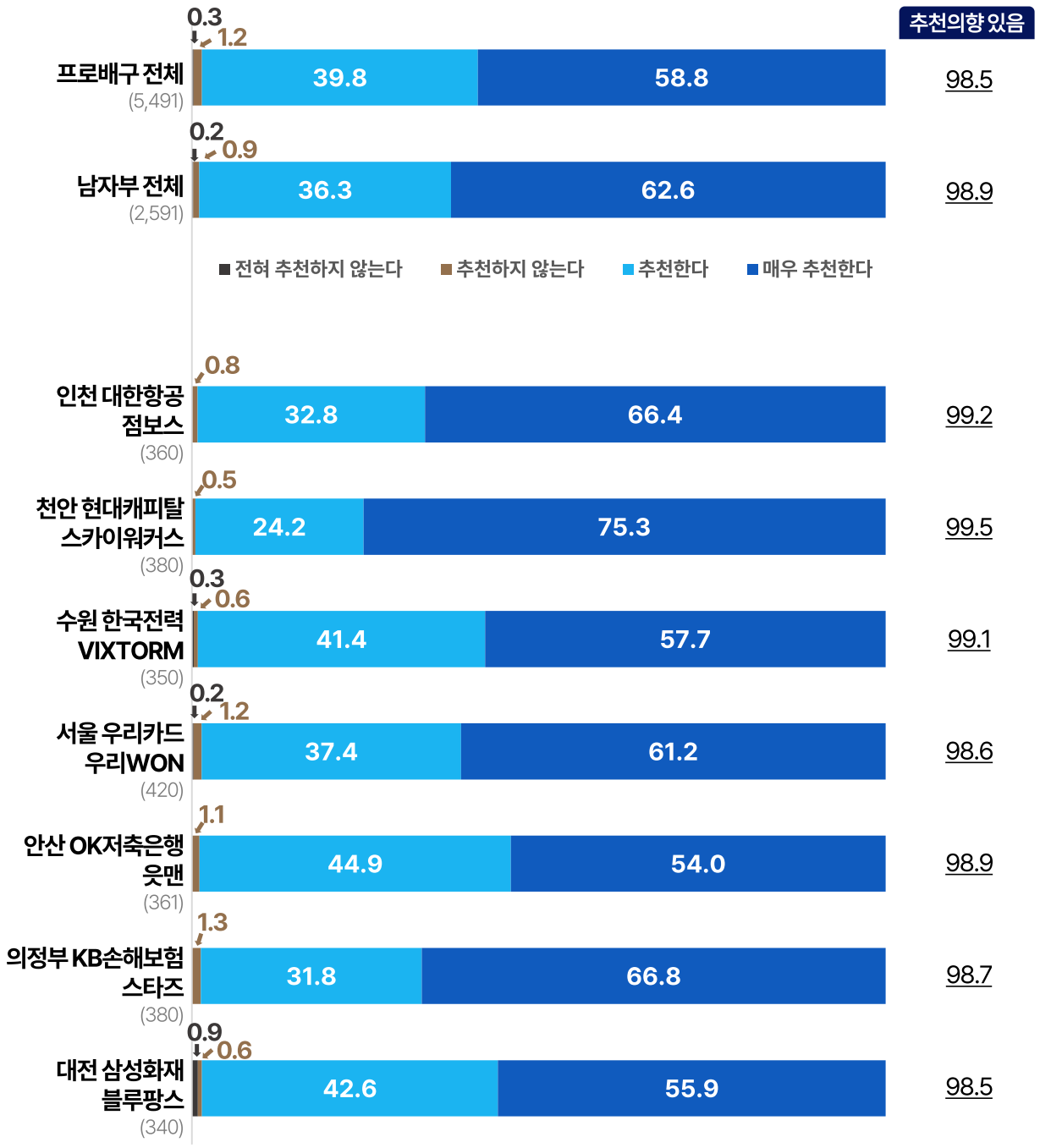
(홈)광주	64.6
전남	21.0
전북	3.1
경기	2.1
서울	1.8
부산	1.3
충남	1.0
경남	1.0
대구	1.0
경북	1.0
제주	1.0
대전	0.5
충북	0.3
울산	0.3
인천	-
강원	-
세종	-

배구 경기 관람 추천의향

프로배구 경기 직접 관람 추천의향은 98.5%이며, 남자부 관람객의 추천의향은 98.9%임

- 2024년 프로배구 관람객 중 98.5%(매우 추천한다+추천한다)가 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 추천 의향을 보임
- **프로배구 남자부 관람객 중 98.9%가 '배구 직접 관람'을 추천할 의향이 있는 것으로 나타남**
- 남자부 구단 관람객이 주변 지인에게 배구 직접 관람 추천 의향이 전반적으로 높고, 천안 현대캐피탈 스카이워커스 > 인천 대한항공 점보스 > 수원 한국전력 VIXTORM 순으로 추천 의향이 높음

(단위 : %)

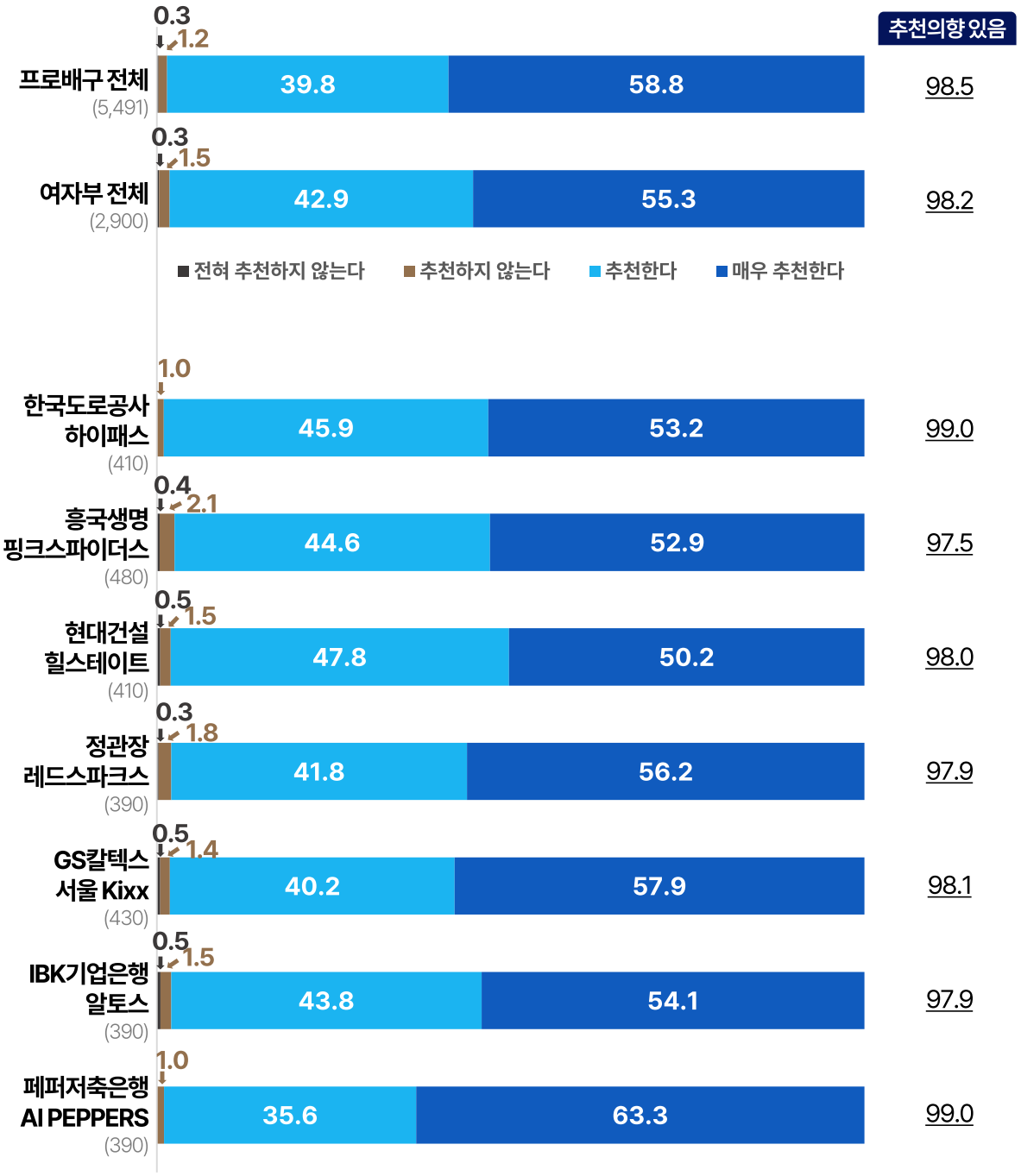


배구 경기 관람 추천의향

프로배구 경기 직접 관람 추천의향은 98.5%이며, 여자부 관람객의 추천의향은 98.2%임

- 2024년 프로배구 관람객 중 98.5%(매우 추천한다+추천한다)가 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 추천할 의향이 있는 것으로 나타나 높은 추천 의향을 보임
- **프로배구 여자부 관람객 중 98.2%가 '배구 직접 관람'을 추천할 의향이 있는 것으로 나타남**
- 여자부 구단 관람객이 주변 지인에게 배구 직접 관람 추천 의향이 전반적으로 높고 한국도로공사 하이패스, 페퍼저축은행 AI PEPPERS > GS칼텍스 서울 Kixx > 현대건설 힐스테이트 순으로 추천의향이 높음

(단위 : %)

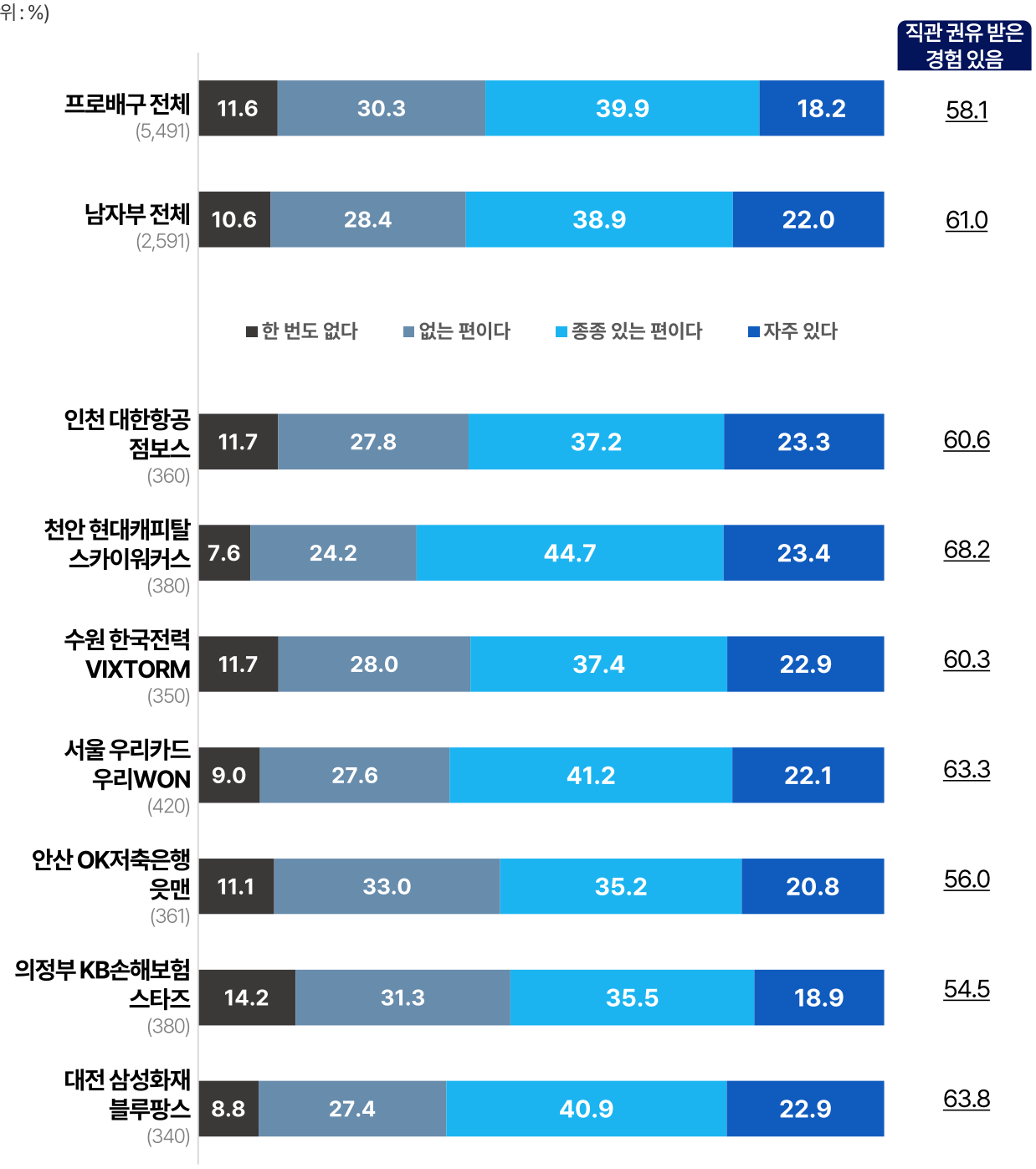


배구 경기 관람 권유 받은 경험

프로배구 경기 관람을 권유 받은 비율은 전체 배구 관람객 중 58.1%, 남자부 관람객 중 61.0%가 경험 있음

- 2024년 프로배구 관람객 중 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 58.1%인 것으로 나타남
- **남자부 관람객 중 61.0%가 '배구 직접 관람'을 주변으로부터 권유 받은 경험이 있는 것으로 나타남**
- '배구 직접 관람'을 권유 받은 경험이 있는 관람객 비중이 가장 높은 구단은 천안 현대캐피탈 스카이워커스(68.2%)이며, 권유 받은 경험이 있는 관람객 비중이 가장 낮은 구단은 의정부 KB손해보험 스타즈(54.5%)임

(단위 : %)

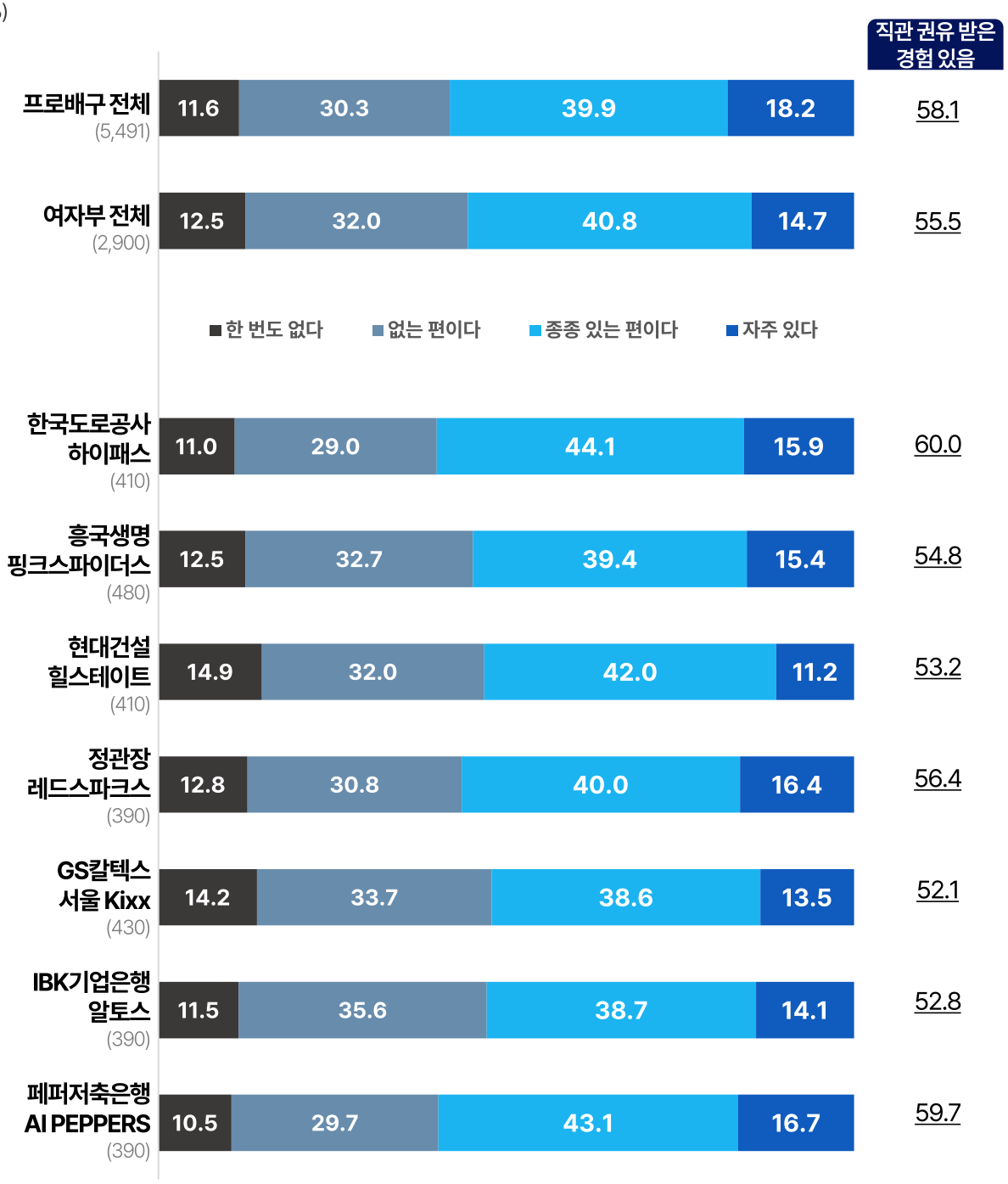


배구 경기 관람 권유 받은 경험

프로배구 경기 관람을 권유 받은 비율은 전체 배구 관람객 중 58.1%, 여자부 관람객 중 55.5%가 경험 있음

- 2024년 프로배구 관람객 중 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유를 받은 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 58.1%인 것으로 나타남
- **여자부 관람객 중 55.5%가 '배구 직접 관람'을 주변으로부터 권유 받은 경험이 있는 것으로 나타남**
- '배구 직접 관람'을 권유 받은 경험이 있는 관람객 비중이 가장 높은 구단은 한국도로공사 하이패스(60.0%)이며, 권유 받은 경험이 있는 관람객 비중이 가장 낮은 구단은 GS칼텍스 서울 Kixx(52.1%)임

(단위 : %)

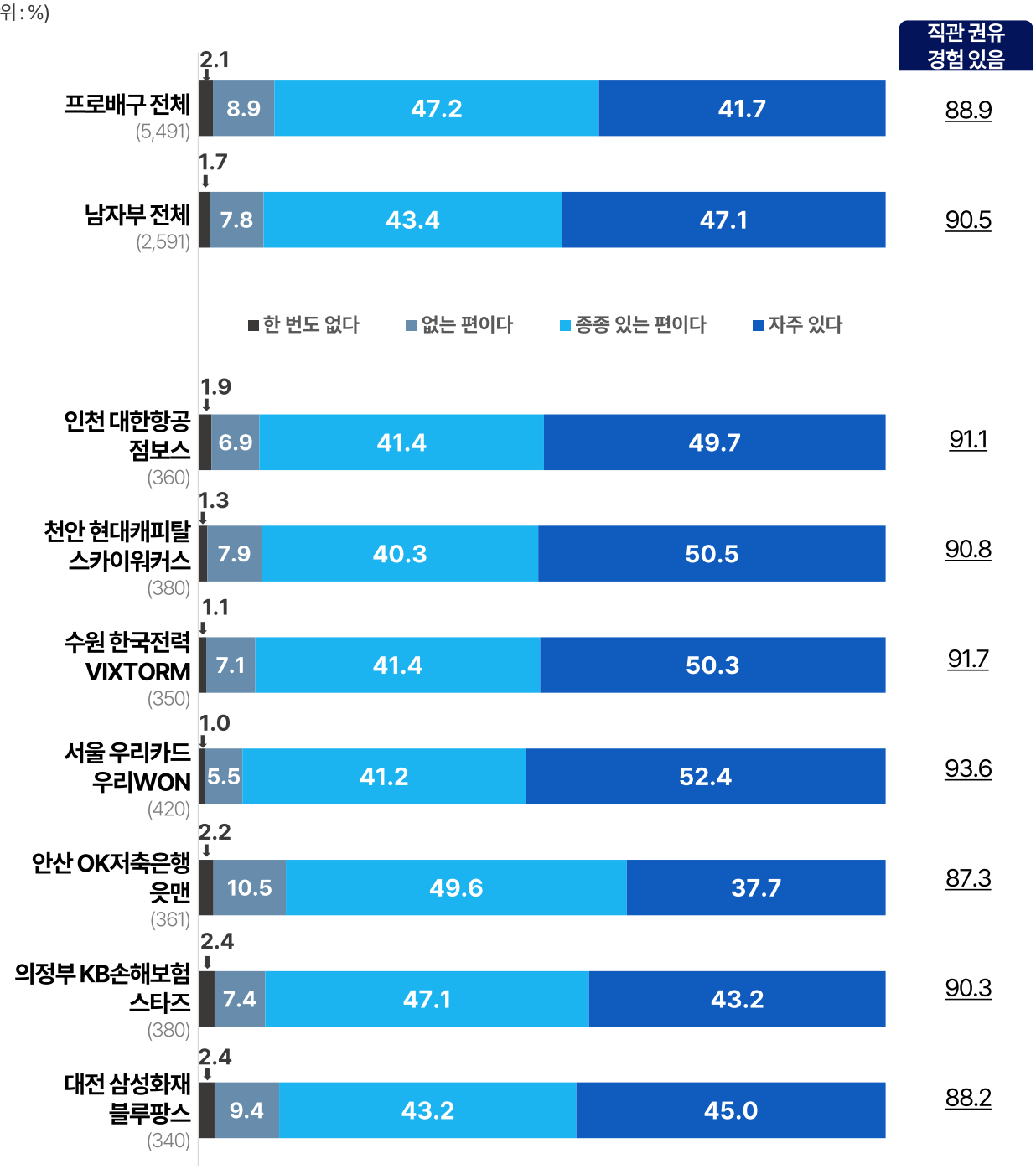


배구 경기 관람 권유한 경험

전체 배구 관람객 중 88.9% 프로배구 경기 관람을 권유한 경험 있음
남자부 관람객 중 90.5%는 경기 관람 권유한 경험 있음

- 2024년 프로배구 관람객 중 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유한 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 88.9%로 직접 관람 권유 경험이 높은 것으로 나타남
- **프로배구 남자부 경기 관람을 권유한 비율은 90.5%임**
- '배구 직접 관람'을 권유 경험이 있는 관람객이 가장 많은 구단은 서울 우리카드 우리 WON(93.6%), 수원 한국전력 VIXTORM(91.7%), 인천 대한항공 점보스(91.1%), 의정부 KB손해보험 스타즈(90.3%) 순임

(단위 : %)

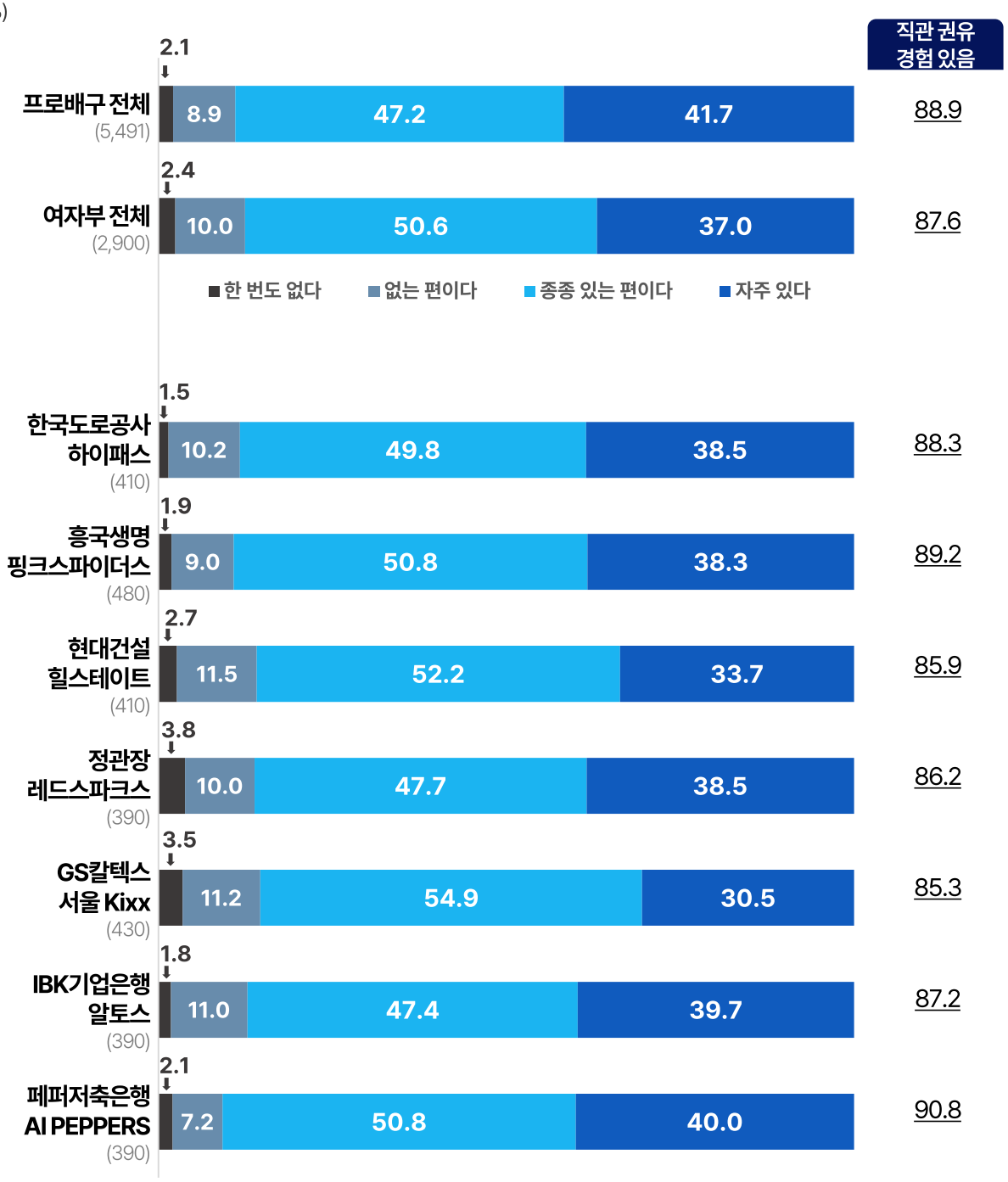


배구 경기 관람 권유한 경험

전체 배구 관람객 중 88.9% 프로배구 경기 관람을 권유한 경험 있음
여자부 관람객 중 87.6%는 경기 관람 권유한 경험 있음

- 2024년 프로배구 관람객 중 '배구 직접 관람'을 주변 지인(친구)에게 권유한 경험(자주 있다+종종 있는 편이다)은 88.9%로 직접 관람 권유 경험이 높은 것으로 나타남
- **프로배구 여자부 경기 관람을 권유한 비율은 87.6%로 남자부 관람객 대비 다소 낮은 편임**
- '배구 직접 관람'을 권유 경험이 있는 관람객이 가장 많은 구단은 페퍼저축은행 AI PEPPERS(90.8%)이며, 흥국생명 핑크스파이더스(89.2%), 한국도로공사 하이패스(88.3%) 순임

(단위 : %)



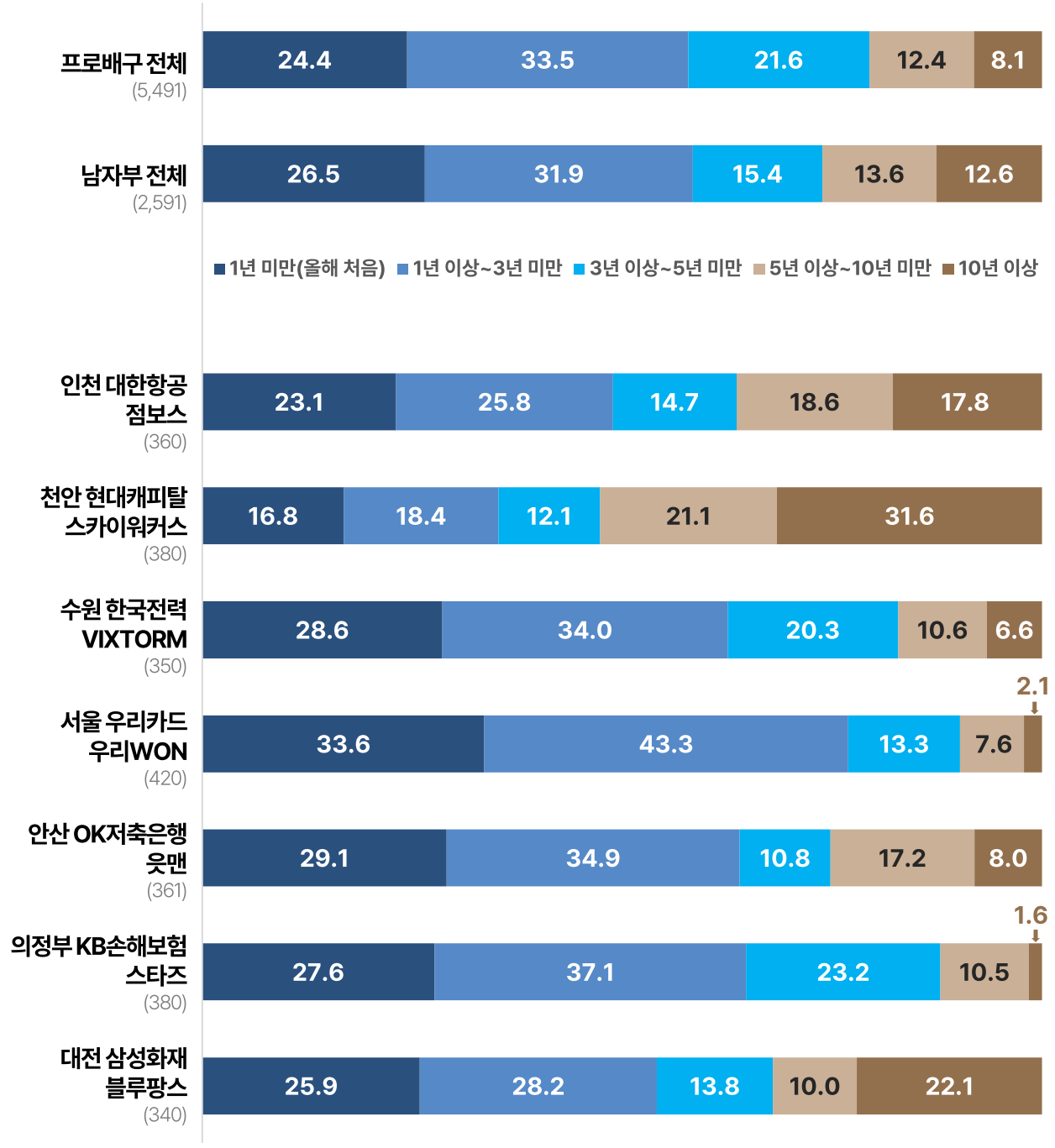
응원 기간

프로배구 관람객의 응원 기간은 '1~3년 미만'이 33.5%로 가장 많음
남자부 관람객은 '1년~3년 미만' > '1년 미만(올해 처음)'의 순으로 높음

: **프로배구 남자부 관람객의 응원기간은 '1~3년 미만' 31.9%, '1년 미만(올해 처음)' 26.5%, '3~5년 미만' 15.4%, '5~10년 미만' 13.6%, '10년 이상' 12.6% 순임. 전체 관람객 대비 '10년 이상' 비율이 약 4%p 이상 높음**

: 프로배구 남자부 관람객의 응원 구단의 응원 기간을 보면, 응원 기간 '10년 이상' 관람객 비율은 천안 현대캐피탈 스카이워커스가 31.6%로 가장 높고, 다음으로 '대전 삼성화재 블루팡스'(22.1%)의 순임
응원 기간이 '1년 미만(올해 처음)'인 관람객 비율이 가장 높은 구단은 서울 우리카드 우리WON(33.6%)임

(단위 : %)

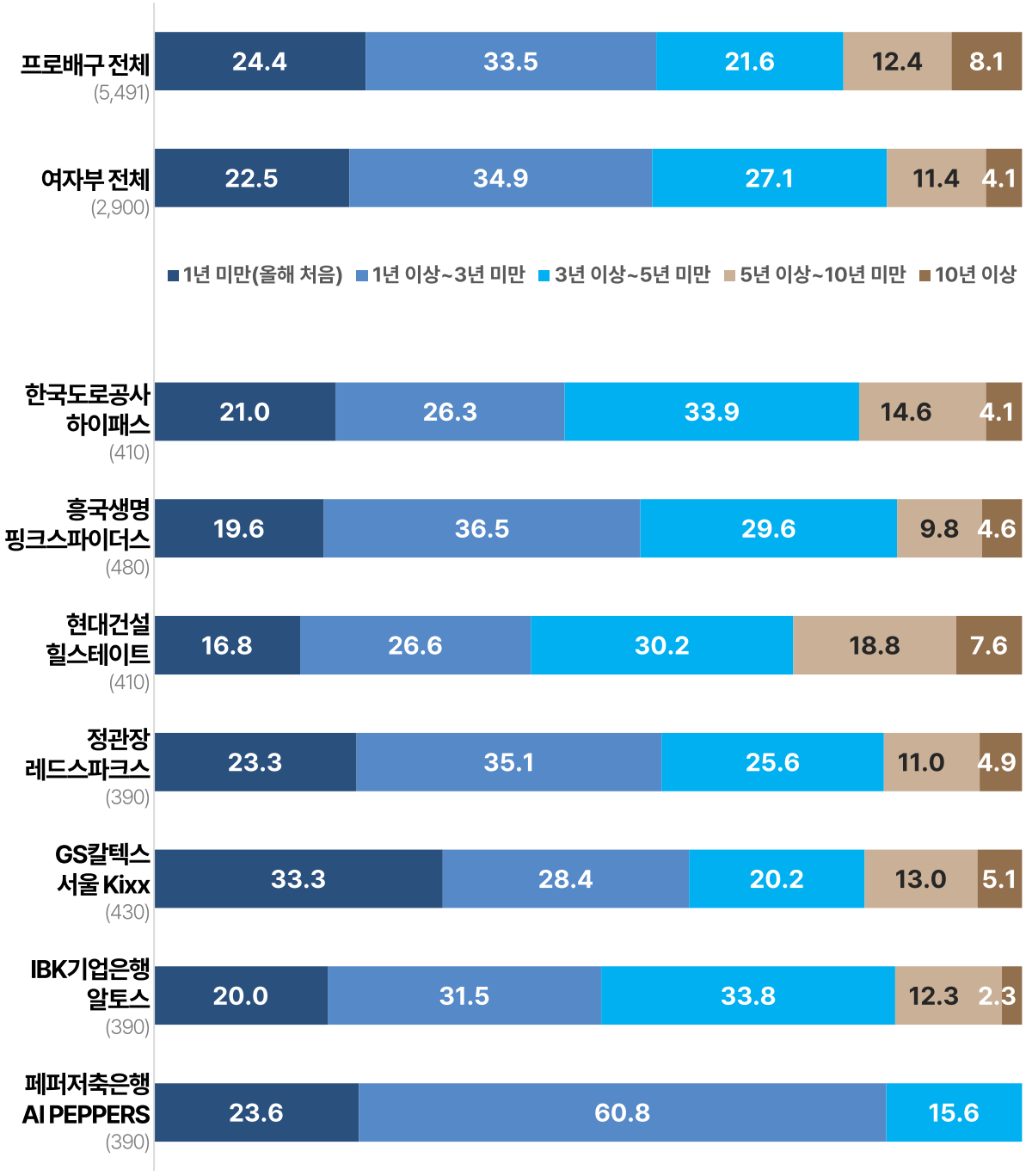


응원 기간

프로배구 관람객의 응원 기간은 '1~3년 미만'이 33.5%로 가장 많음
여자부 관람객은 '1년~3년 미만' > '3년~5년 미만'의 순으로 높음

- **프로배구 여자부 관람객의 응원기간은 '1~3년 미만' 34.9%, '3~5년 미만' 27.1%, '1년 미만(올해 처음)' 22.5%, '5~10년 미만' 11.4%, '10년 이상' 4.1% 순임. 프로배구 전체 대비 5년 미만의 비율이 높은 편임**
- 프로배구 여자부 관람객의 응원 구단의 응원 기간을 보면, 페퍼저축은행 AI PEPPERS의 '1년~3년 미만' 응원 비율이 60.8%로 가장 높고, '5년 이상' 응원 비율은 현대건설 힐스테이트 관람객에서 높게 나타남
- 응원 기간이 '1년 미만(올해 처음)'인 관람객 비율이 가장 높은 구단은 GS칼텍스 서울 Kixx(33.3%)임

(단위 : %)

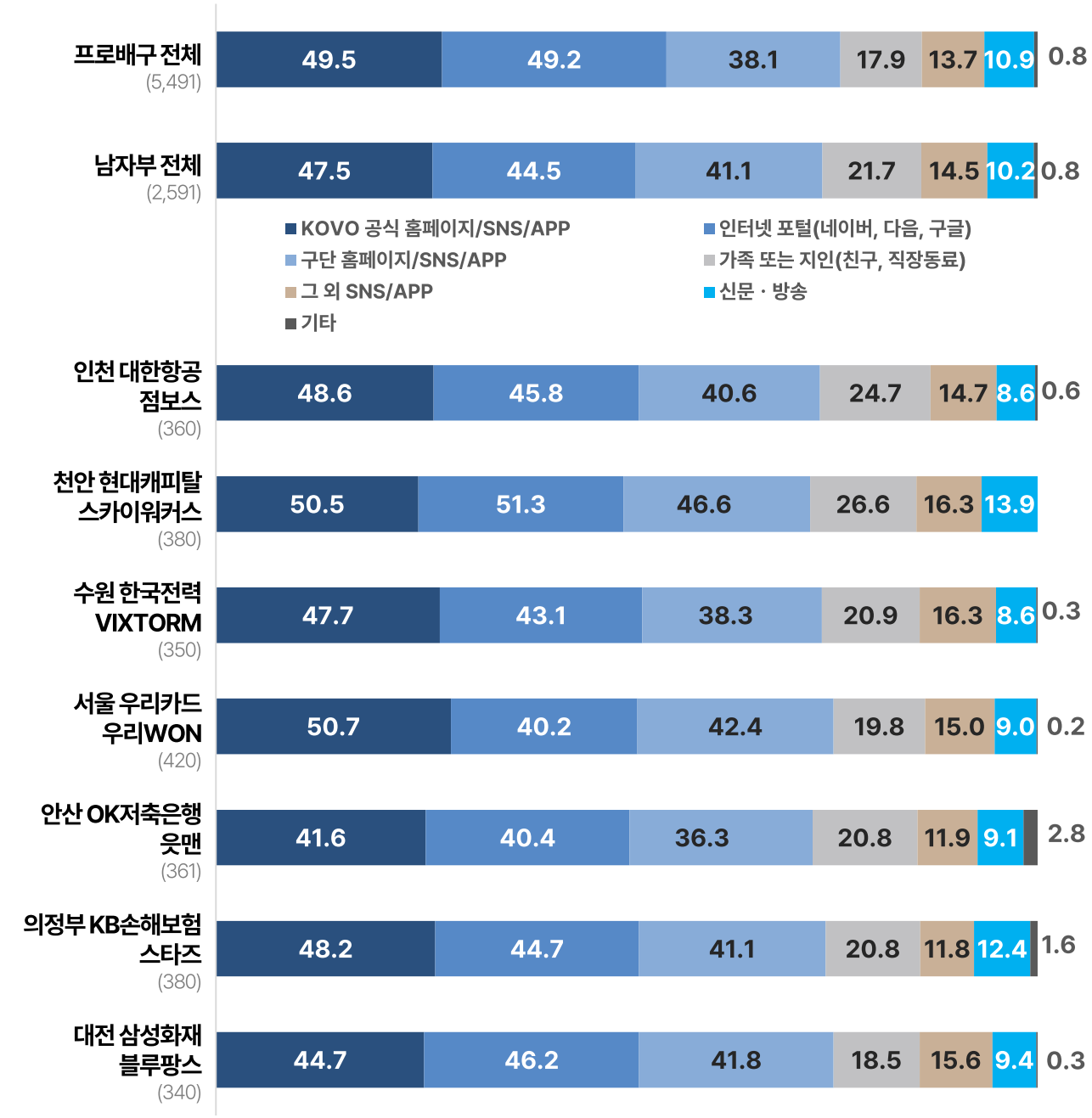


경기 정보 인지 경로

프로배구 관람객은 주로 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통해 경기 정보를 인지

- 2024년 프로배구 관람객이 **응원 구단의 경기 정보를 확인하는 경로**를 살펴보면, 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'이 가장 높고, 다음으로는 '인터넷 포털', '구단 홈페이지/SNS/APP' 등의 순임
- **프로배구 남자부 관람객이 경기 정보를 확인하는 경로 또한 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP', '인터넷 포털', '구단 홈페이지/SNS/APP 순으로 이용 비율이 높음**
- 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'은 서울 우리카드 우리 WON과 천안 현대캐피탈 스카이워커스 관람객에서 높음

(단위 : %, 복수응답)

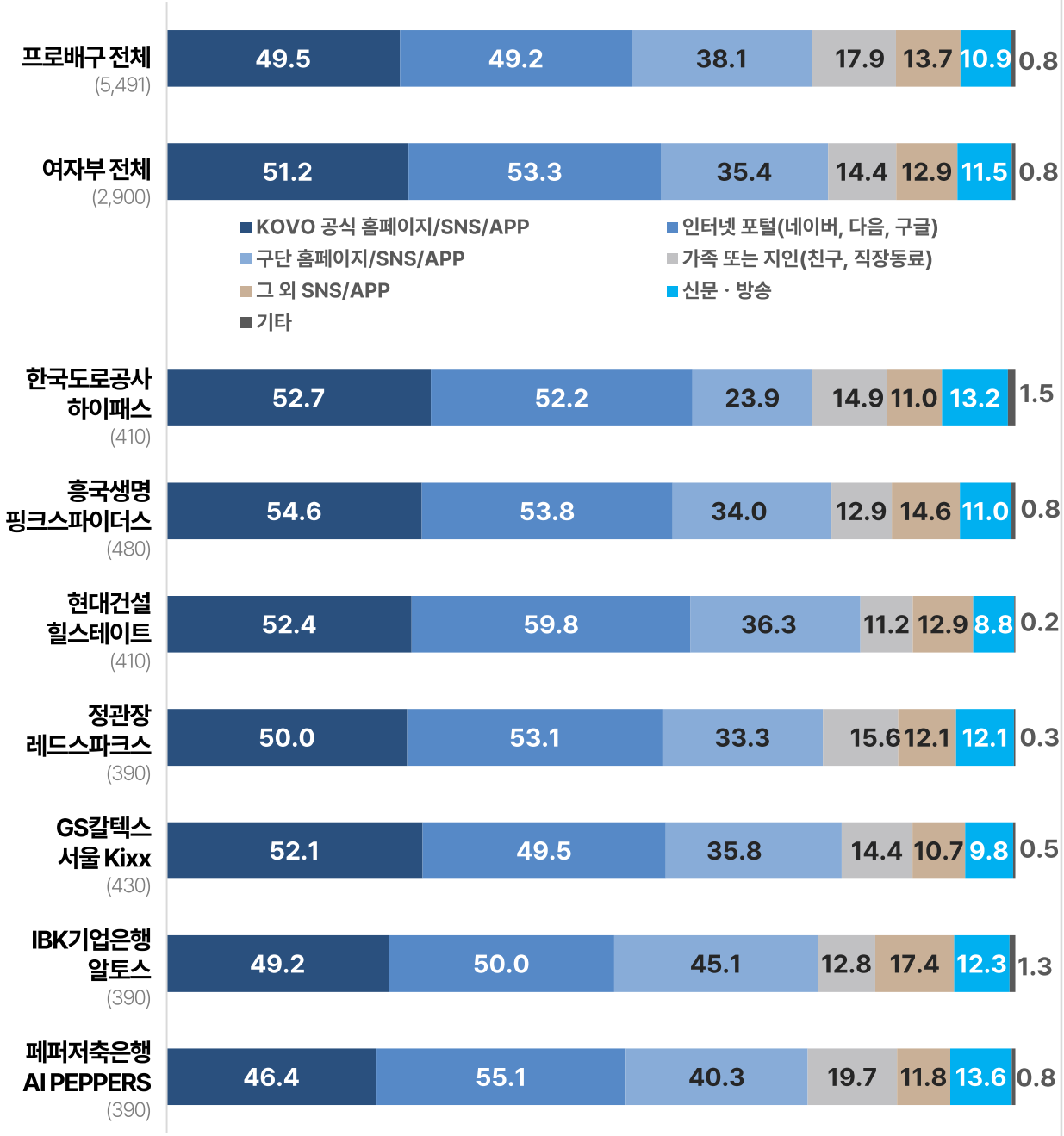


경기 정보 인지 경로

프로배구 관람객은 주로 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통해 경기 정보를 인지

- 2024년 프로배구 관람객이 **응원 구단의 경기 정보를 확인하는 경로**를 살펴보면, 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'이 가장 높고, 다음으로는 '인터넷 포털', '구단 홈페이지/SNS/APP' 등의 순임
- **프로배구 여자부 관람객이 경기 정보를 확인하는 경로는 '인터넷 포털', 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP' 순임**
- 한국도로공사 하이패스, 흥국생명 핑크스파이더스, GS칼텍스 서울 Kixx 관람객은 'KOVO 공식 홈페이지/SNS/APP'을 통해 경기 정보를 인지하는 비율이 가장 높으며, IBK 기업은행 알토스 관람객은 '구단 홈페이지/SNS/APP' 이용 비율이 다른 구단 대비 높음

(단위 : %, 복수응답)

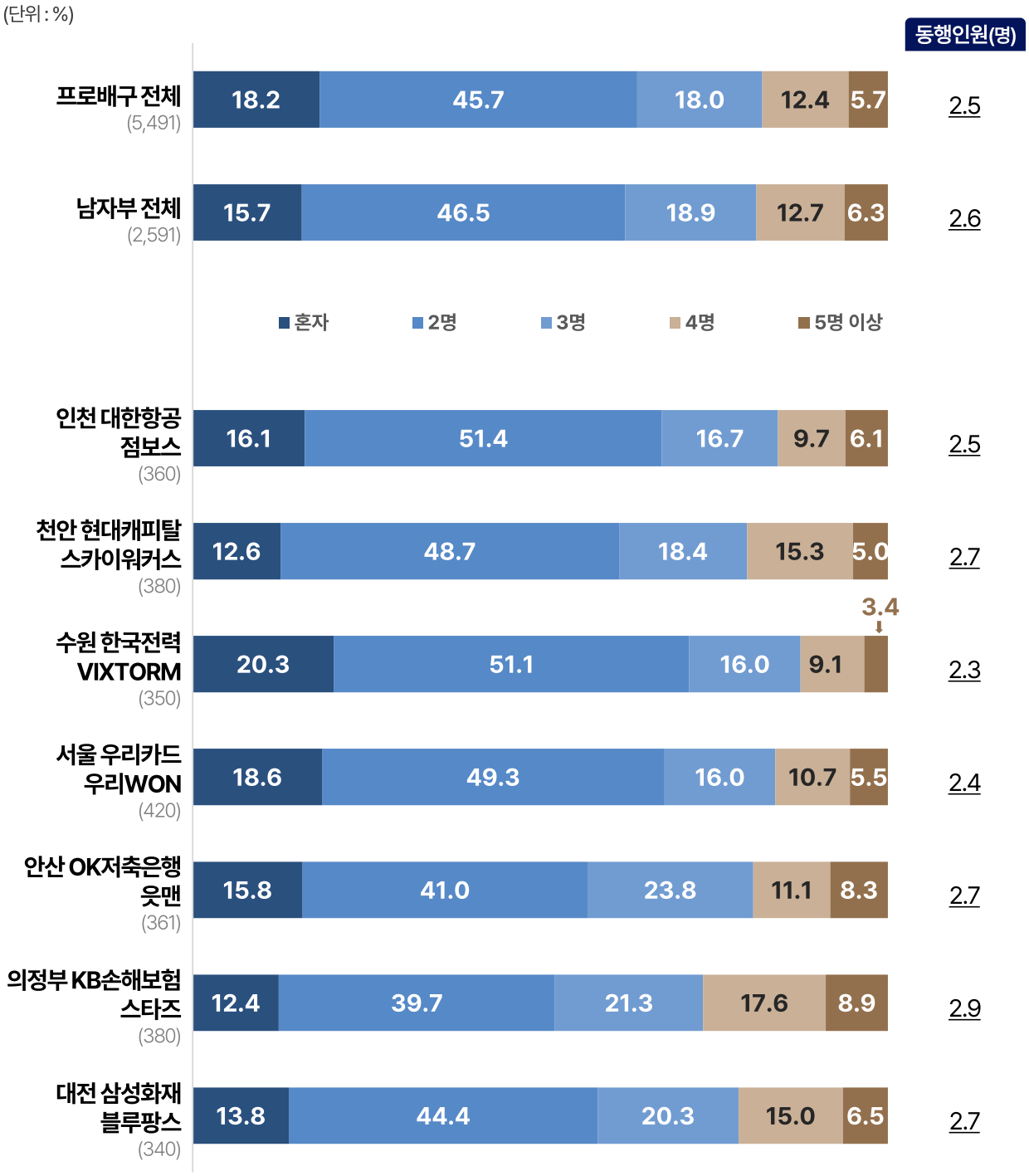


동행인원

프로배구 관람을 위하여 본인 포함 평균 2.5명이 함께 경기장에 방문함
남자부 관람은 평균 2.6명이 경기장을 방문함

- 프로배구 관람을 위해 본인 포함 2명이 방문한 경우가 45.7%로 가장 많았고, 다음으로는 혼자 방문하는 비율이 높음
- **프로배구 남자부 관람을 위해서 46.5%가 본인 포함 2명이 방문했고, 평균 동행인원은 2.6명**
- 프로배구 남자부 구단별로 평균 동행인원이 가장 많은 구단은 의정부 KB 손해보험 스타즈로 본인 포함 평균 2.9명이 방문하였고, 천안 현대캐피탈 스카이워커스, 안산 OK저축은행 읏맨, 대전 삼성화재 블루팡스 각 2.7명으로 나타남
- 프로배구 관람을 위해 혼자 방문한 관람객 비중이 가장 높은 구단은 수원 한국전력 VIXTORM(20.3%)임

(단위 : %)

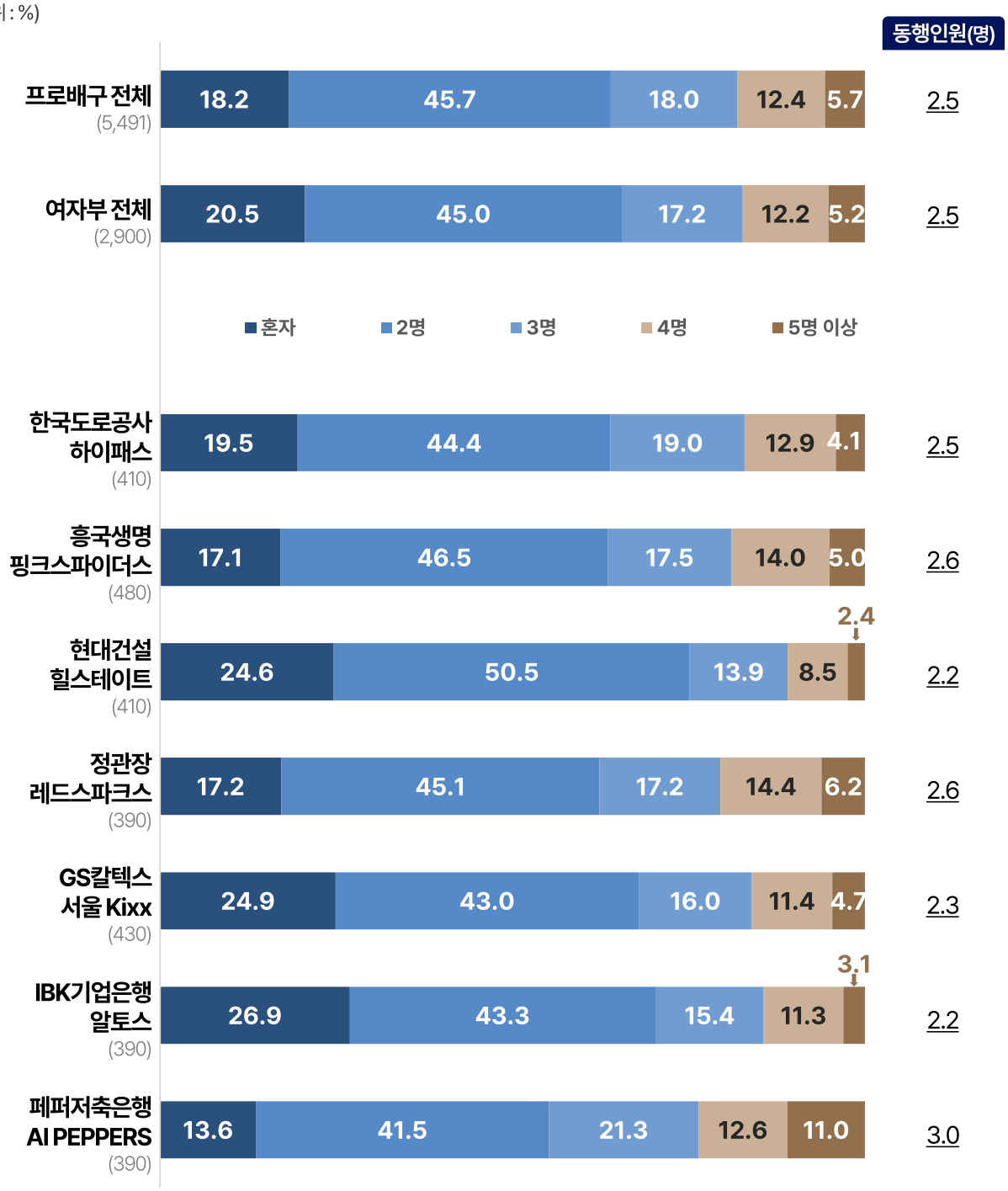


동행인원

프로배구 관람을 위하여 본인 포함 평균 2.5명이 함께 경기장에 방문함
여자부 관람은 평균 2.5명이 경기장을 방문함

- 프로배구 관람을 위해 본인 포함 2명이 방문한 경우가 45.7%로 가장 많았고, 다음으로는 혼자 방문하는 비율이 높음
- **프로배구 여자부 관람을 위해서 45.0%가 본인 포함 2명이 방문했고, 평균 동행인원은 2.5명임**
- 프로배구 여자부 구단별 중 평균 동행인원이 가장 많은 구단은 페퍼저축은행 AI PEPPERS로 평균 3.0명이 동행하였고, 다음으로 흥국생명 핑크스파이더스, 정관장 레드스파크스로 평균 2.6명이 동행하여 관람함
- 프로배구 관람을 위해 혼자 방문한 관람객 비중이 가장 높은 구단은 IBK기업은행 알토스(26.9%)임

(단위 : %)

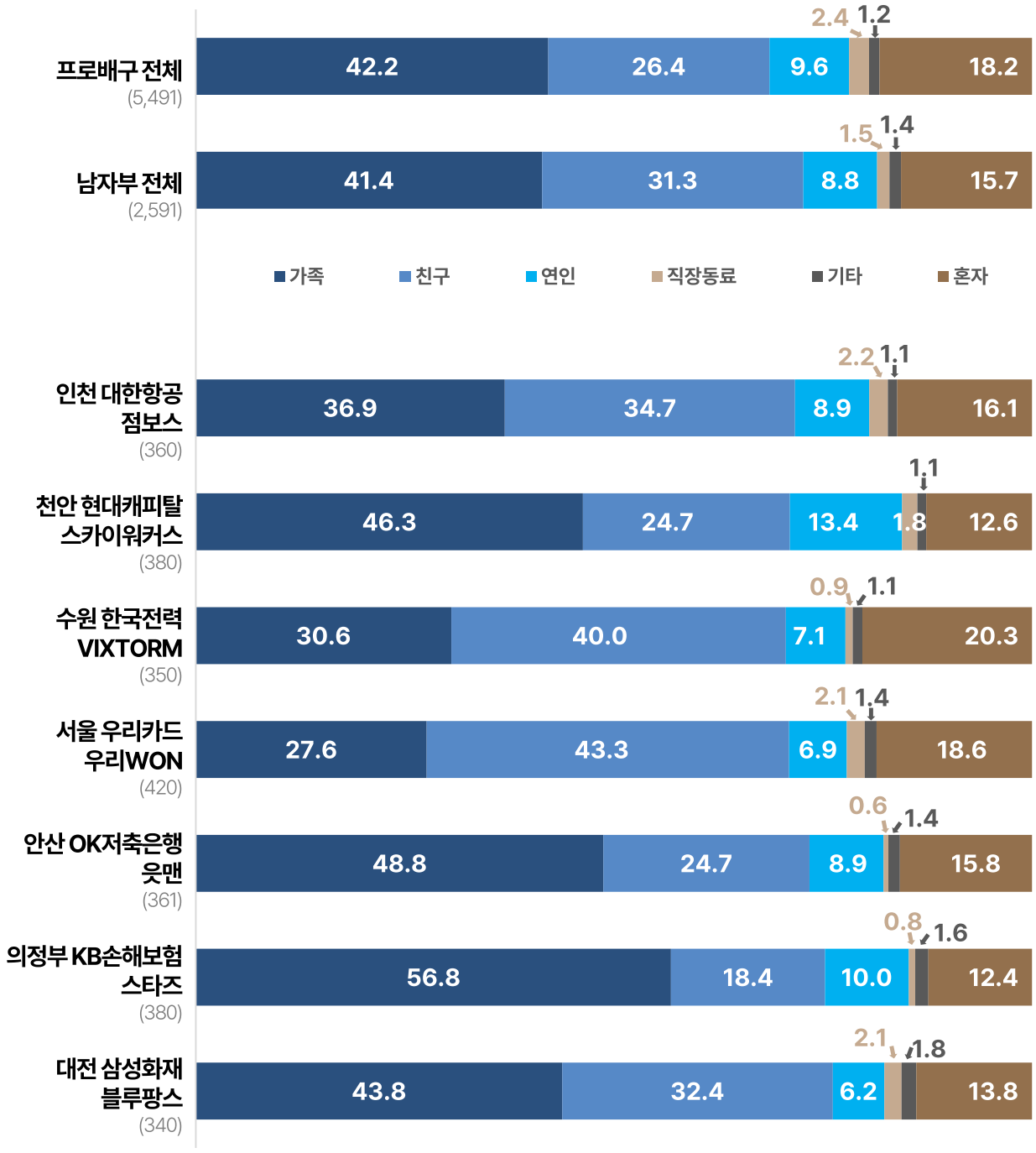


동행자 유형

프로배구 경기는 주로 가족 또는 친구와 동행하여 관람
남자부는 '가족'과 '친구'와 주로 동행하며, 혼자 관람비율은 15.7%임

- 2024년 프로배구 관람객의 **경기장 방문 시 동행자 유형**을 살펴보면, 42.2%가 '가족'과, 26.4%가 '친구'와 관람함
- **프로배구 남자부 관람객 역시 41.4%가 '가족'과, 31.3%가 '친구'와 동행하였고 15.7%는 혼자 관람함**
- 프로배구 남자부 관람객의 동행자 유형을 구단별로 보면, **'가족'**과 함께 배구 경기장 방문은 의정부 KB손해보험 스타즈가 가장 높고, **'친구'**와 동행은 서울 우리카드 우리WON이 가장 높음
- 반면, **'혼자(동행인 없음)'**는 수원 한국전력 VIXTORM 관람객에서 상대적으로 높게 나타남

(단위 : %)



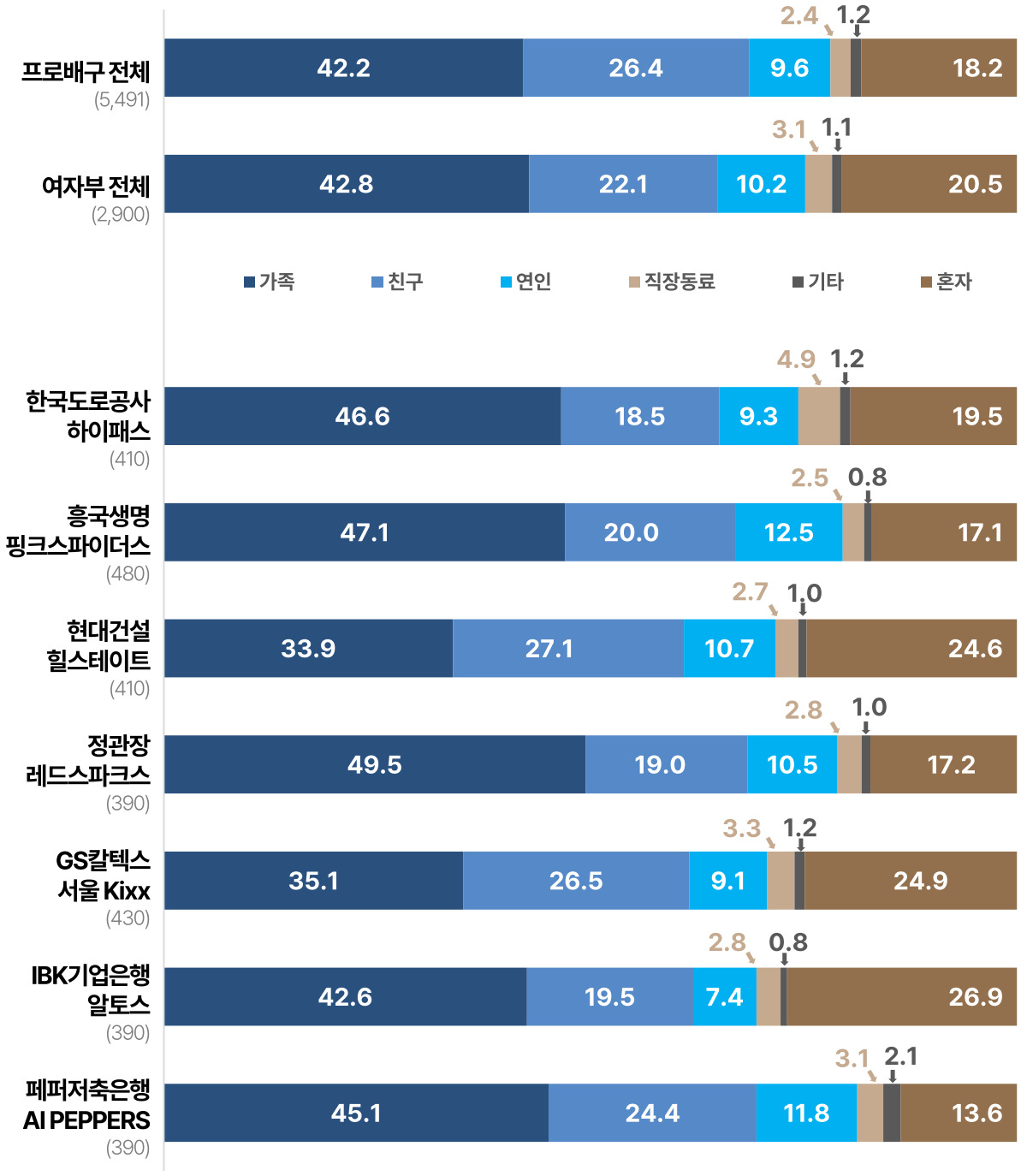
(※ 기타 : 동호회, 친인척, 기타 응답 포함)

동행자 유형

프로배구 경기는 주로 가족 또는 친구와 동행하여 관람
여자부는 '가족'과 주로 동행하며, 혼자 관람비율은 20.5%임

- 2024년 프로배구 관람객의 **경기장 방문 시 동행자 유형**을 살펴보면, 42.2%가 '가족'과, 26.4%가 '친구'와 관람함
- **프로배구 여자부 관람객 역시 42.8%가 '가족'과, 22.1%가 '친구'와 동행하였고 20.5%는 혼자 관람함**
- 프로배구 여자부 관람객의 동행자 유형을 구단별로 보면, **'가족'**과 함께 배구 경기장 방문은 정관장 레드스파크스가 가장 높고, **'친구'**와 동행은 현대건설 힐스테이트가 가장 높음
- 반면, **'혼자(동행인 없음)'**는 IBK기업은행 알토스 관람객에서 상대적으로 높게 나타남

(단위 : %)



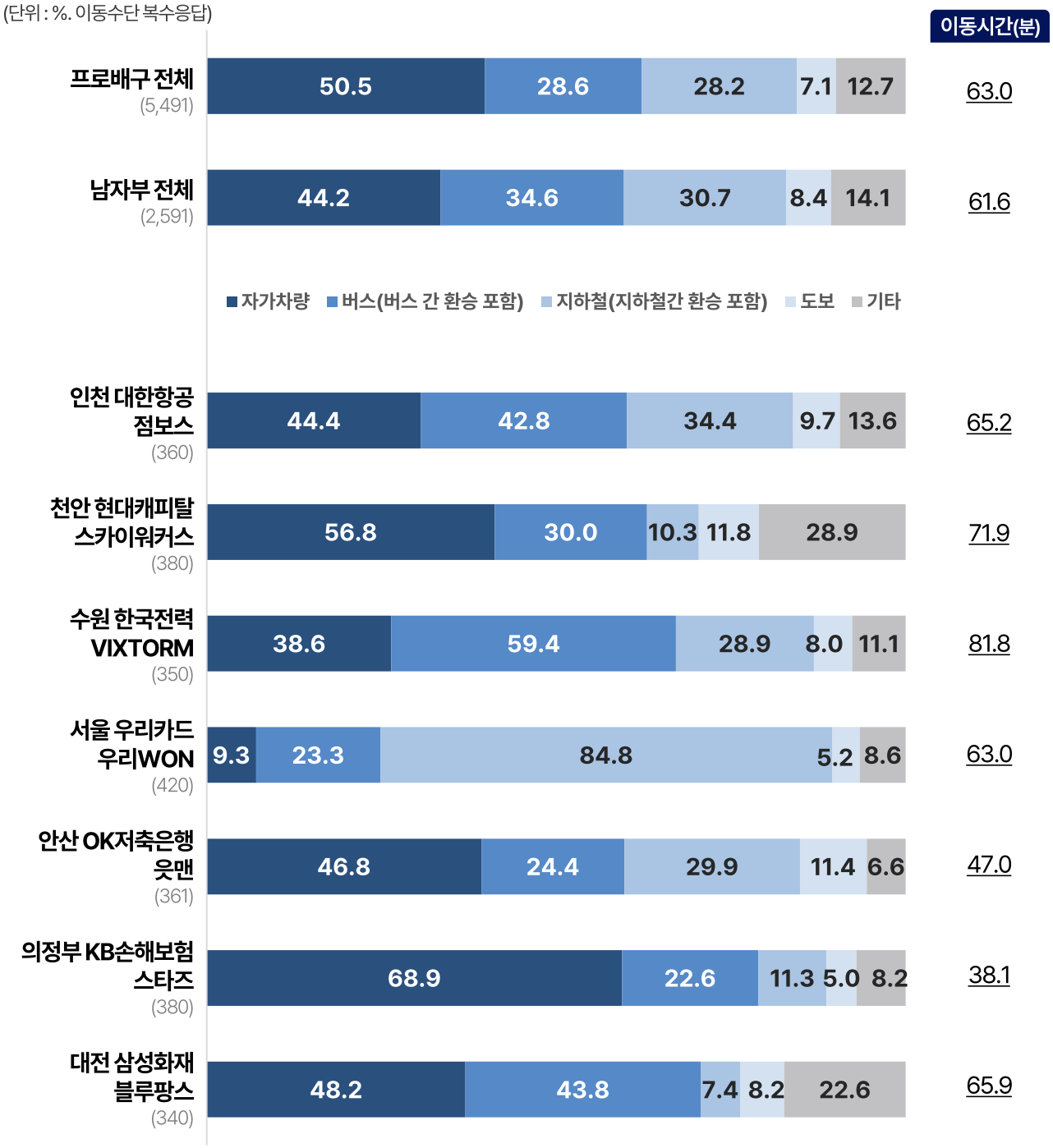
(※ 기타 : 동호회, 친인척, 기타 응답 포함)

이용 교통수단

프로배구 관람객은 경기장 방문 시 '자가차량(승용차)'과 '버스'를 주로 이용함
경기장까지 소요시간은 평균 63.0분임

- **프로배구 남자부 관람객은 경기장 방문 시 주로 '자기차량', '버스', '지하철' 을 이용하고 평균 이동시간은 61.6분임**
- 프로배구 남자부 관람객의 **경기장 방문 시 이동 교통수단과 소요시간**을 살펴보면, '자가차량(승용차)'을 이용한 경기장 방문은 의정부 KB손해보험 스타즈에서 68.9%로 가장 높았고, '버스'는 수원 한국전력 VIXTORM, '지하철' 은 서울 우리카드 우리WON이 가장 높음
- 경기장까지 이동 시간은 수원 한국전력 VIXTORM이 평균 81.8분으로 가장 긴 반면, 의정부 KB손해보험 스타즈가 38.1분으로 가장 짧음

(단위 : %. 이동수단 복수응답)



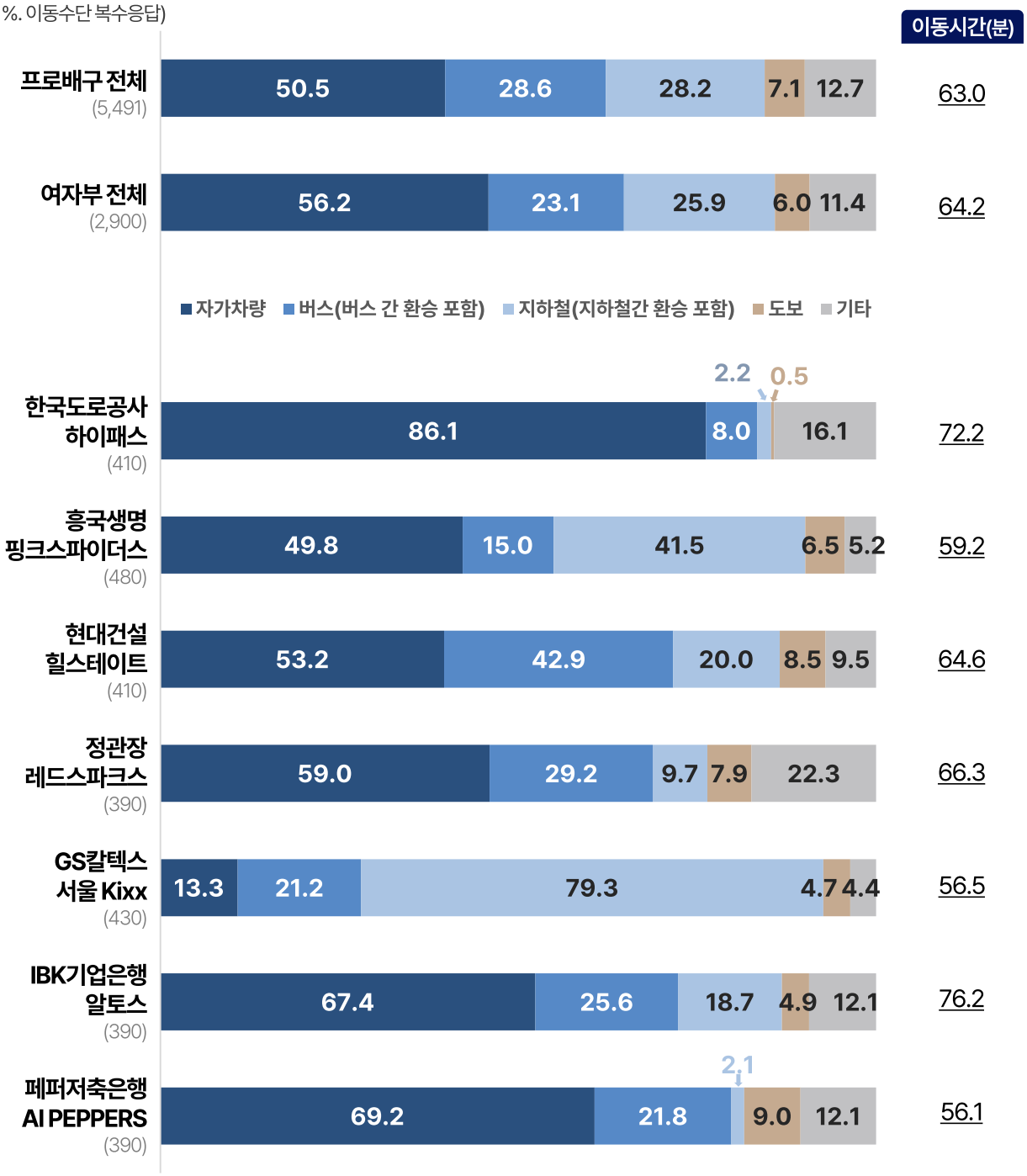
(※ 기타 : 자전거, 열차, 기타 응답 포함)

이용 교통수단

프로배구 관람객은 경기장 방문 시 '자가차량(승용차)'과 '버스'를 주로 이용함
경기장까지 소요시간은 평균 63.0분임

- **프로배구 여자부 관람객은 경기장 방문 시 주로 '자기차량', '지하철', '버스'를 이용하고 평균 이동시간은 64.2분임**
- 프로배구 여자부 관람객의 **경기장 방문 시 이동 교통수단과 소요시간**을 살펴보면, '자가차량(승용차)'을 이용한 경기장 방문은 한국도로공사 하이패스(86.1%)와 페퍼저축은행 AI PEPPERS(69.2%)에서 높고, '지하철'은 GS칼텍스 서울 Kixx(42.9%), '버스' 는 현대건설 힐스테이트(42.9%) 관람객의 이용 비율이 높게 나타남
- 경기장까지 이동 시간은 IBK기업은행 알토스가 평균 76.2분으로 가장 길고, 페퍼저축은행 AI PEPPERS가 56.1분으로 가장 짧음

(단위 : %. 이동수단 복수응답)



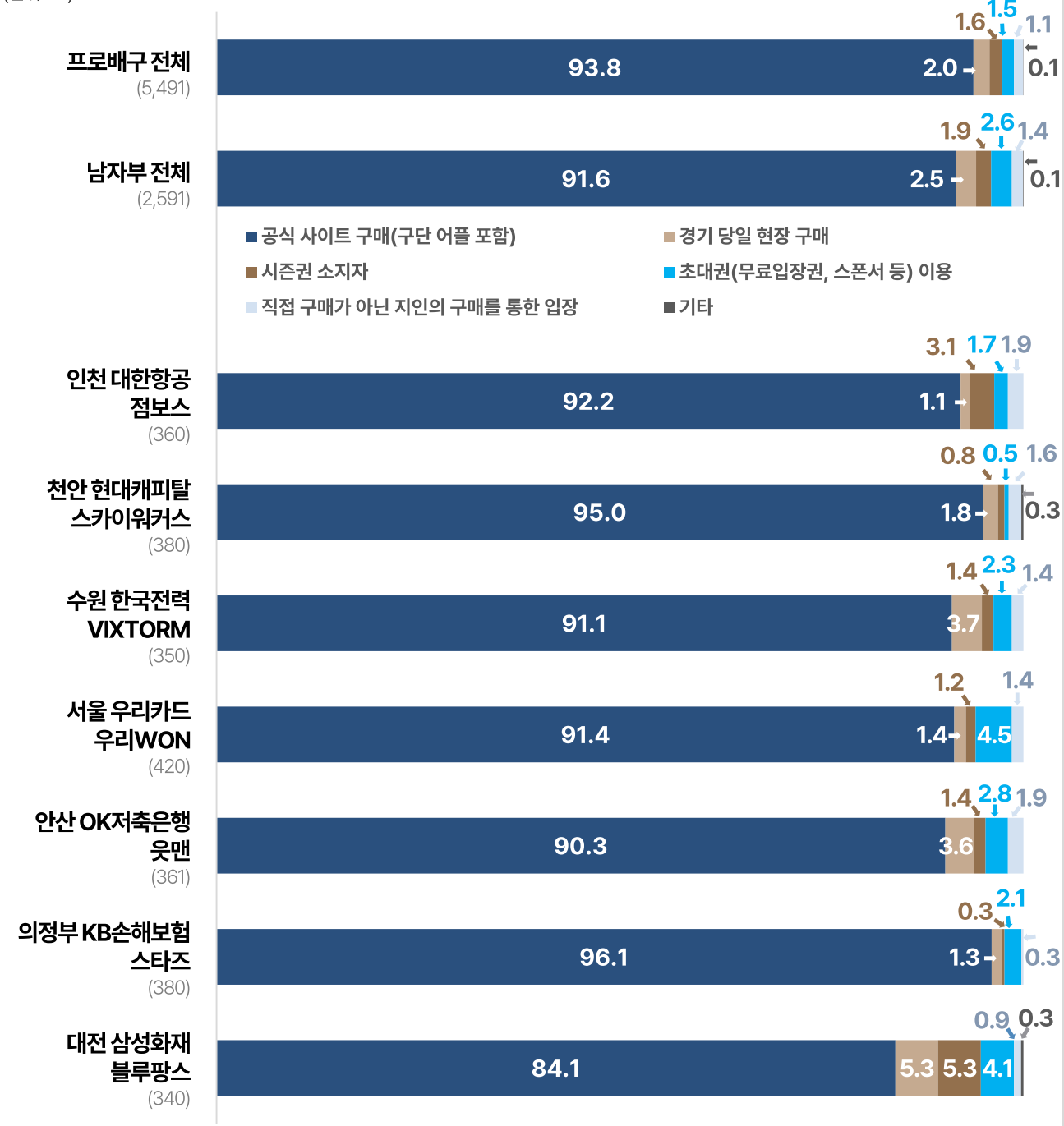
(※ 기타 : 자전거, 열차, 기타 응답 포함)

티켓 구매 방법

프로배구 관람객의 경기 티켓은 대부분 '공식 사이트'를 통해 구매
남자부 관람객 또한 '공식 사이트'를 통한 구매 비율이 높음

- 프로배구 남자부 관람객의 **경기 티켓 구매 행태**를 살펴보면, '공식 사이트 구매(구단 어플 포함)'을 통한 비율이 91.6%로 가장 높음
- 모든 구단의 관람객이 '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험이 가장 높게 나타남
- 대전 삼성화재 블루팡스 관람객은 '경기 당일 현장 구매' 및 '시즌권 소지자' 비율이 다른 구단과 대비 구매(이용)비율이 높게 나타남

(단위 : %)



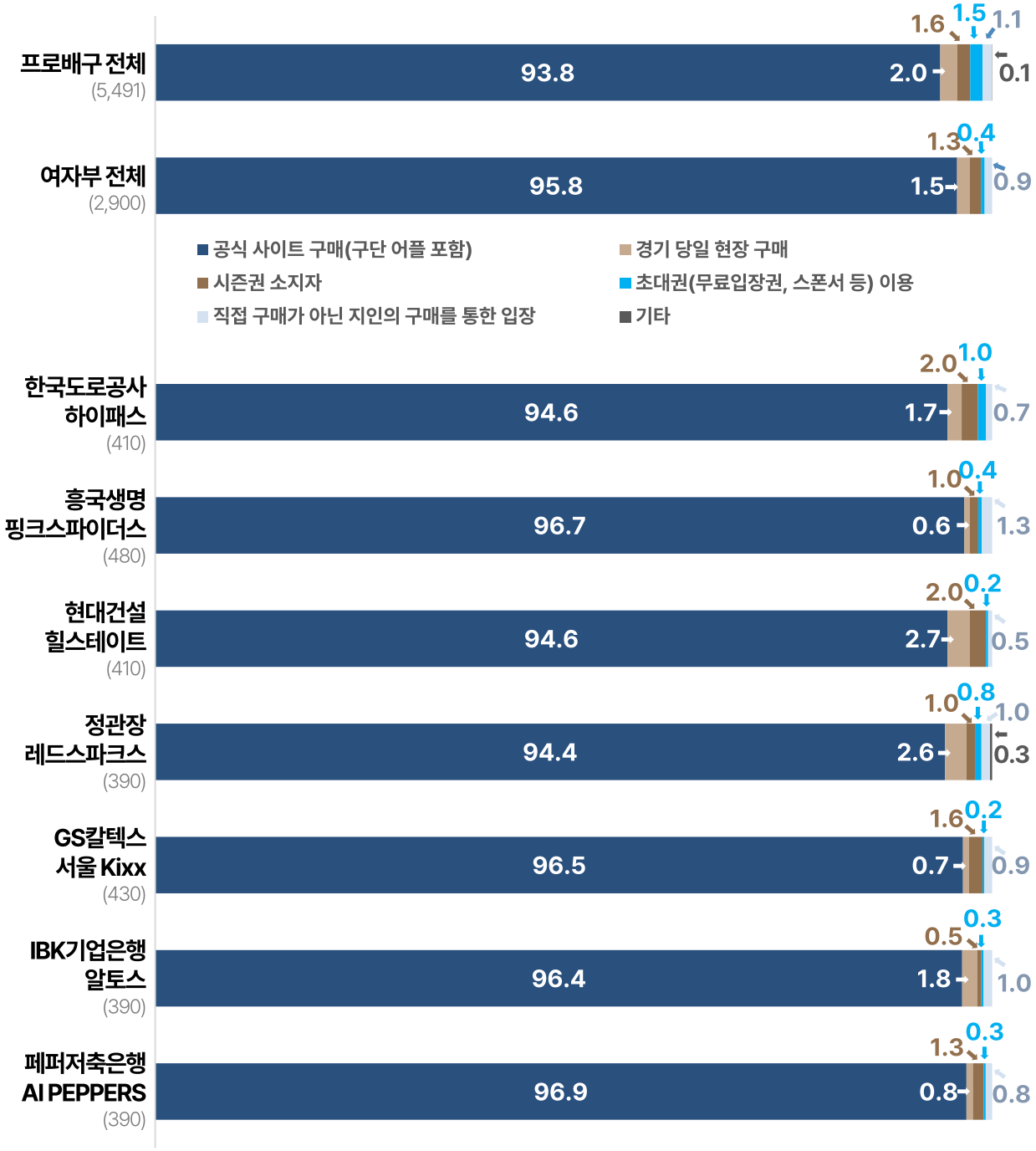
(※ 기타 : 중고거래 사이트 거래, 기타 응답 포함)

티켓 구매 방법

프로배구 관람객의 경기 티켓은 대부분 '공식 사이트'를 통해 구매
여자부 관람객 또한 '공식 사이트'를 통한 구매 비율이 높음

- 프로배구 여자부 관람객의 **경기 티켓 구매 행태**를 살펴보면, 모든 구단에서 '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'를 통한 티켓 구매 경험이 95.8%로 가장 높음
- 여자부 관람객의 대부분이 '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'을 통하여 경기 티켓을 구매하며
- '공식사이트 구매(구단 어플 포함)'을 통한 구매 비율이 상대적으로 가장 낮은 구단은 정관장 레드스파크스임(94.4%)

(단위 : %)



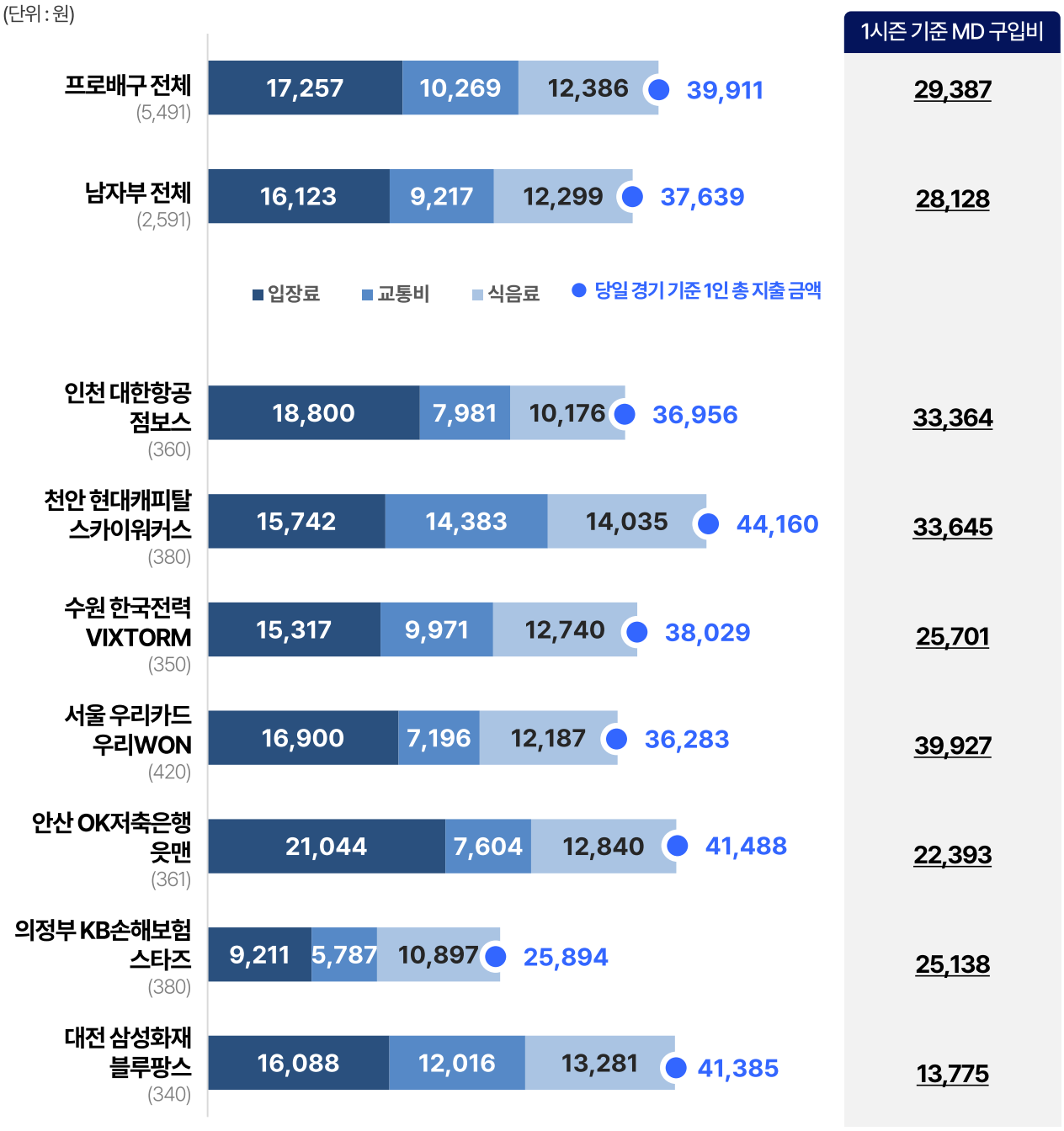
(※ 기타 : 중고거래 사이트 거래, 기타 응답 포함)

지출금액

배구 경기장 방문 시 입장료+교통비+식음료비 포함 평균 39,911원을 지출함
남자부 관람자는 당일 경기 기준 1인 37,639원을 지출하는 것으로 나타남

- 프로배구 남자부 관람객의 **경기 관람 시 지출금액**을 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함하여 살펴보면, 평균 지출금액은 천안 현대캐피탈 스카이워커스가 평균 44,160원으로 가장 높았고, 안산 OK저축은행 읏맨(평균 41,488원), 대전 삼성화재 블루팡스(평균 41,385원) 순으로 높았음
- 입장료 지출금액은 안산 OK저축은행 읏맨이 평균 21,044원으로 가장 높았고, 교통비 지출금액과 식음료비 지출금액 모두 천안 현대캐피탈 스카이워커스가 각각 평균 14,383원, 14,035원으로 가장 높았음
- 프로배구 관람객의 1시즌 기준 MD 구매 금액은 평균 29,387원이며, 남자부 관람객의 MD 구매금액은 평균 28,128원
- 1시즌 평균 MD 구매금액이 가장 높은 구단은 서울 우리카드 우리WON으로 평균 39,927원을 지출

(단위 : 원)



지출금액

배구 경기장 방문 시 입장료+교통비+식음료비 포함 평균 39,911원을 지출함
여자부 관람자는 당일 경기 기준 1인 41,941원을 지출하는 것으로 나타남

- 프로배구 여자부 관람객의 **경기 관람 시 지출금액**을 입장료+교통비+식음료비를 모두 포함하여 살펴보면, 평균 지출금액은 한국도로공사 하이패스가 평균 48,558원으로 가장 많고, 대전 정관장 레드스파크스(평균 46,944원), 페퍼저축은행 AI PEPPERS(평균 41,925원) 순으로 지출 비용이 많음
- 입장료 지출금액은 흥국생명 핑크스파이더스가 평균 19,823원으로 가장 많고, 교통비 지출금액은 한국도로공사 하이패스가 평균 17,828원, 식음료비 지출금액은 페퍼저축은행 AI PEPPERS이 평균 14,588원으로 가장 많았음
- 프로배구 관람객의 1시즌 기준 MD 구매 금액은 평균 29,387원이며, 여자부 관람객의 MD 구매금액은 평균 30,512원
- 1시즌 평균 MD 구매금액이 가장 높은 구단은 IBK기업은행 알토스로 평균 35,351원을 지출

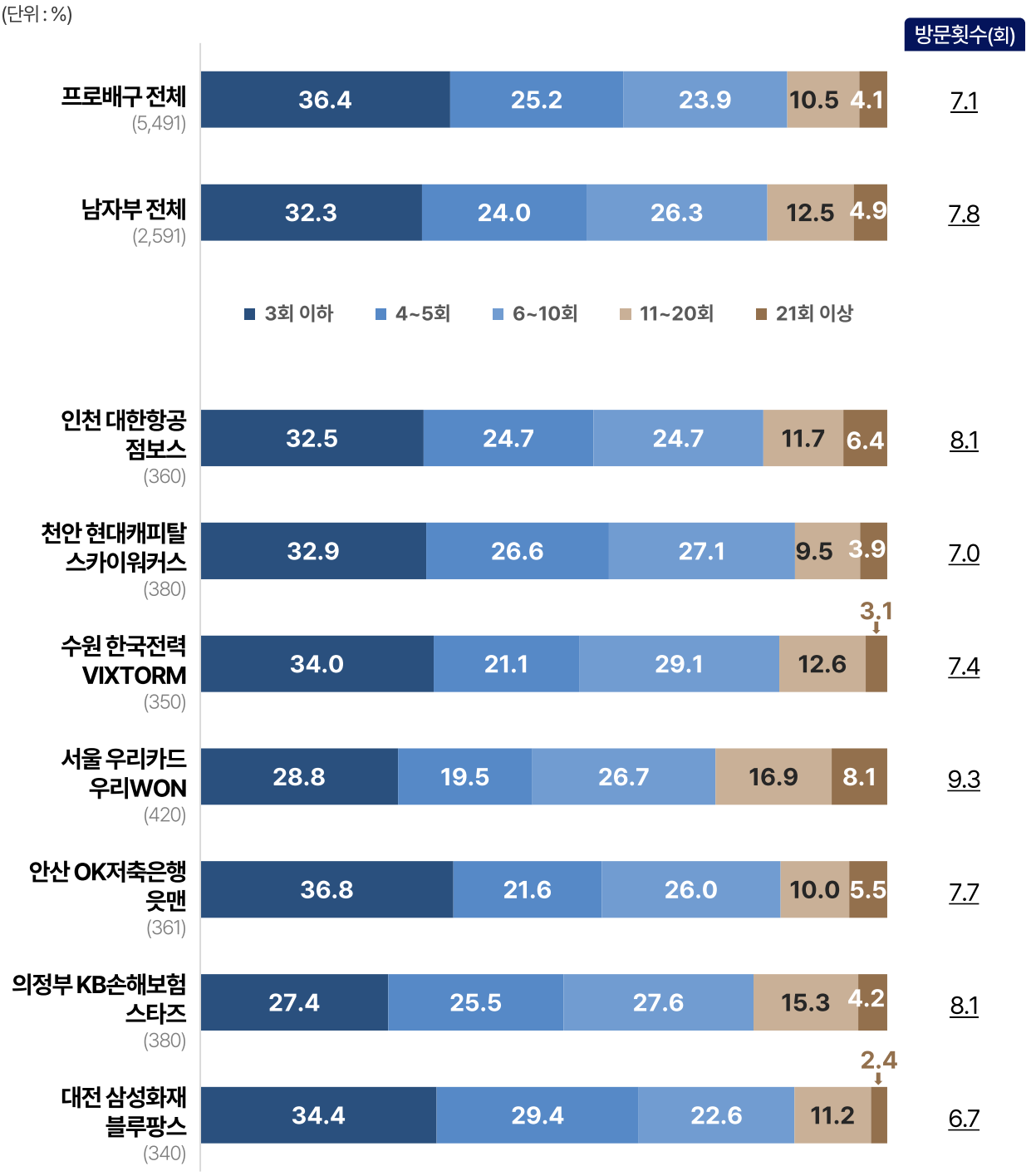
(단위 : 원)

(1시즌) 방문 횟수

1시즌 기준, 경기 직접 관람(직관)은 평균 7.1회임
남자부 경기 직접 관람은 1시즌 기준 평균 7.8회임

- 2024년 프로배구 관람객의 **1시즌 기준 경기 관람 횟수**를 살펴보면, '3회 이하'로 방문한 관람객이 36.4%로 가장 많음
- **프로배구 남자부 관람객은 1시즌 기준 평균 7.8회 방문하여 배구 경기를 직접 관람함**
- 1시즌 평균 관람 횟수가 가장 많은 구단은 서울 우리카드 우리WON으로 평균 9.3회로 나타났고, 다음으로 인천 대한항공 점보스와 의정부 KB손해보험이 각각 8.1회로 높았음
- 상대적으로 관람객의 평균 방문 횟수가 가장 적은 구단은 대전 삼성화재 블루팡스(6.7회)임

(단위 : %)

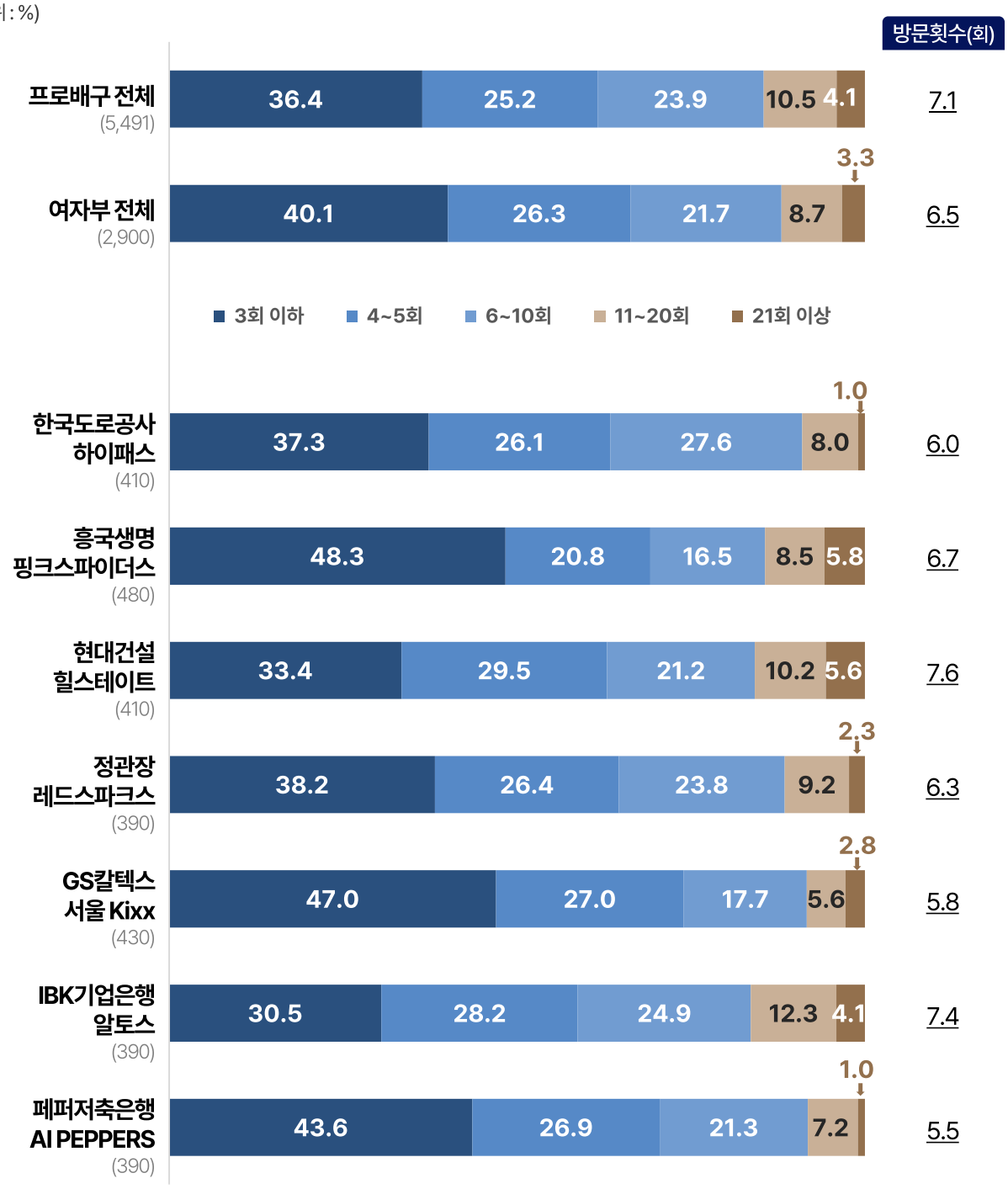


(1시즌) 방문 횟수

1시즌 기준, 경기 직접 관람(직관)은 평균 7.1회임
여자부 경기 직접 관람은 1시즌 기준 평균 6.5회임

- 2024년 프로배구 관람객의 **1시즌 기준 경기 관람 횟수**를 살펴보면, '3회 이하'로 방문한 관람객이 36.4%로 가장 많음
- **프로배구 여자부 관람객은 1시즌 기준 평균 6.5회 방문하여 배구 경기를 직접 관람함**
- 1시즌 평균 관람 횟수가 가장 많은 구단은 현대건설 힐스테이트로 평균 7.6회로 나타났고, 다음으로 IBK기업은행 알토스가 7.4회의 순임
- 상대적으로 관람객의 평균 방문 횟수가 가장 적은 구단은 페퍼저축은행 AI PEPPERS(5.5회)임

(단위 : %)

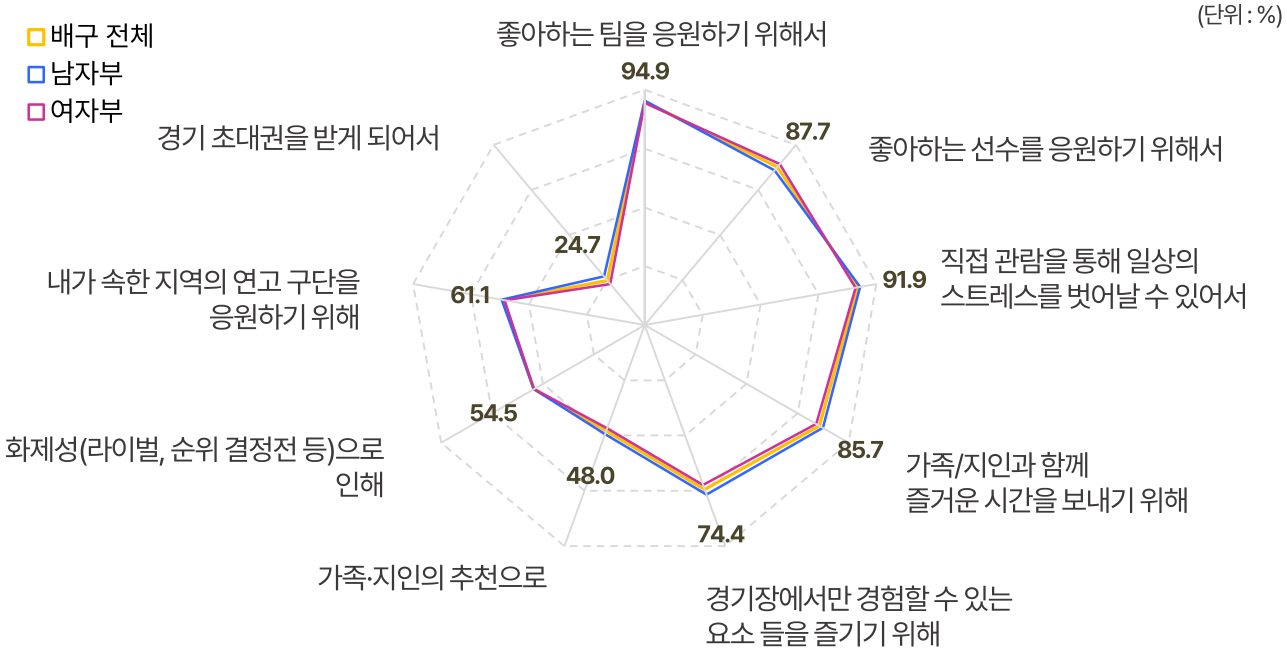


경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

: 2024년 프로배구 관람객이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면, '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 팀을 응원하기 위해', '가족/ 지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해' 등의 순임

(단위 : %)



배구 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
프로배구 전체	94.9	87.7	91.9	85.7	74.4	48.0	54.5	61.1	24.7
인천 대한항공 점보스	96.9(▲)	86.1(▽)	93.1(▲)	87.5(▲)	71.1(▽)	46.4(▽)	57.2(▲)	57.5(▽)	24.2(▽)
천안현대캐피탈스카이워커스	97.1(▲)	90.5(▲)	95.8(▲)	91.3(▲)	81.3(▲)	55.8(▲)	65.8(▲)	62.1(▲)	22.4(▽)
수원한국전력VIXTORM	96.3(▲)	92.0(▲)	88.3(▽)	83.1(▽)	73.7(▽)	42.6(▽)	48.6(▽)	42.6(▽)	22.0(▽)
서울우리카드우리WON	94.8(▽)	84.3(▽)	93.6(▲)	85.7(▲)	76.4(▲)	41.9(▽)	55.0(▲)	55.0(▽)	28.8(▲)
안산OK저축은행읏맨	92.2(▽)	80.6(▽)	89.5(▽)	84.5(▽)	74.2(▽)	47.1(▽)	46.8(▽)	69.5(▲)	31.6(▲)
의정부KB손해보험스타즈	95.3(▲)	84.2(▽)	97.1(▲)	91.1(▲)	82.4(▲)	58.4(▲)	56.1(▲)	75.0(▲)	32.1(▲)
대전삼성화재블루팡스	95.3(▲)	82.9(▽)	92.6(▲)	88.5(▲)	77.4(▲)	54.1(▲)	50.6(▽)	71.2(▲)	27.1(▲)
한국도로공사하이패스	93.4(▽)	87.6(▽)	90.5(▽)	84.9(▽)	71.7(▽)	49.0(▲)	53.4(▽)	74.1(▲)	24.4(▽)
흥국생명핑크스파이더스	92.1(▽)	95.6(▲)	91.3(▽)	85.6(▽)	73.1(▽)	47.3(▽)	55.6(▲)	44.2(▽)	25.4(▲)
현대건설힐스테이트	96.3(▲)	90.7(▲)	92.0(▲)	82.7(▽)	64.6(▽)	42.2(▽)	61.5(▲)	47.6(▽)	21.7(▽)
대전정관장레드스파크스	96.9(▲)	91.5(▲)	93.1(▲)	88.2(▲)	77.4(▲)	51.8(▲)	58.5(▲)	74.4(▲)	23.6(▽)
GS칼텍스서울Kixx	93.3(▽)	80.9(▽)	91.9(▽)	80.9(▽)	73.5(▽)	40.2(▽)	47.9(▽)	58.6(▽)	21.6(▽)
IBK기업은행알토스	96.2(▲)	92.1(▲)	85.9(▽)	75.4(▽)	70.3(▽)	42.1(▽)	52.1(▽)	43.6(▽)	19.2(▽)
페퍼저축은행AIPEPPERS	93.6(▽)	86.4(▽)	92.3(▲)	91.3(▲)	75.9(▲)	54.9(▲)	52.3(▽)	85.1(▲)	23.1(▽)

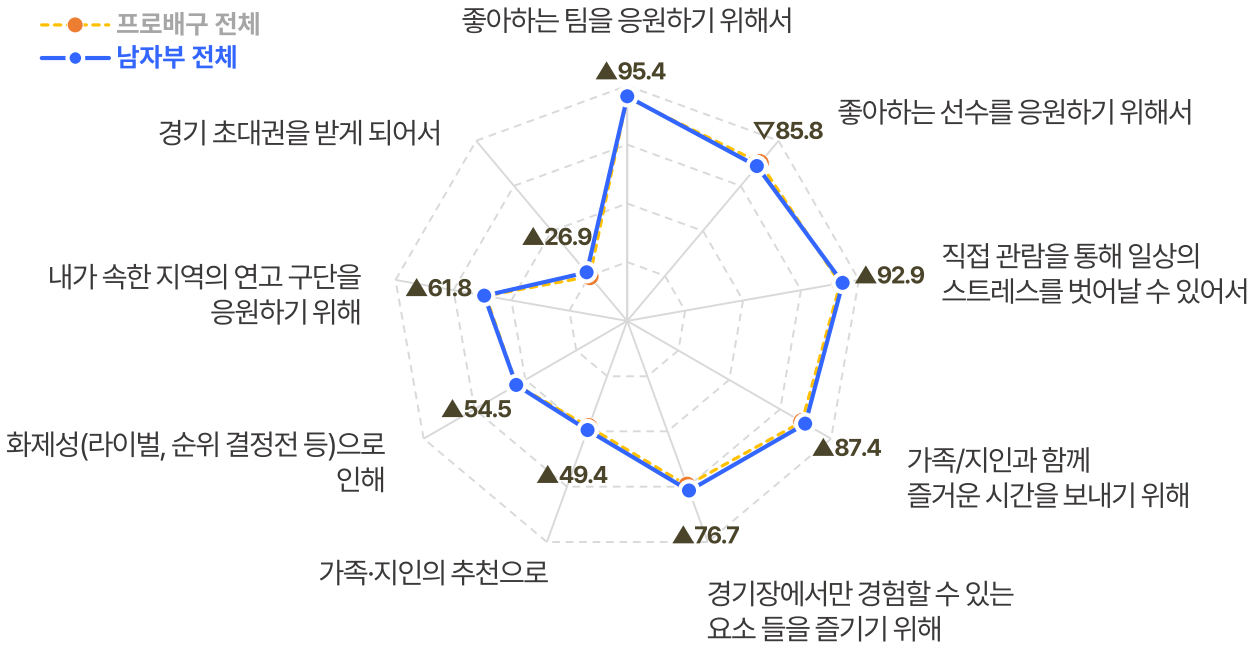
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

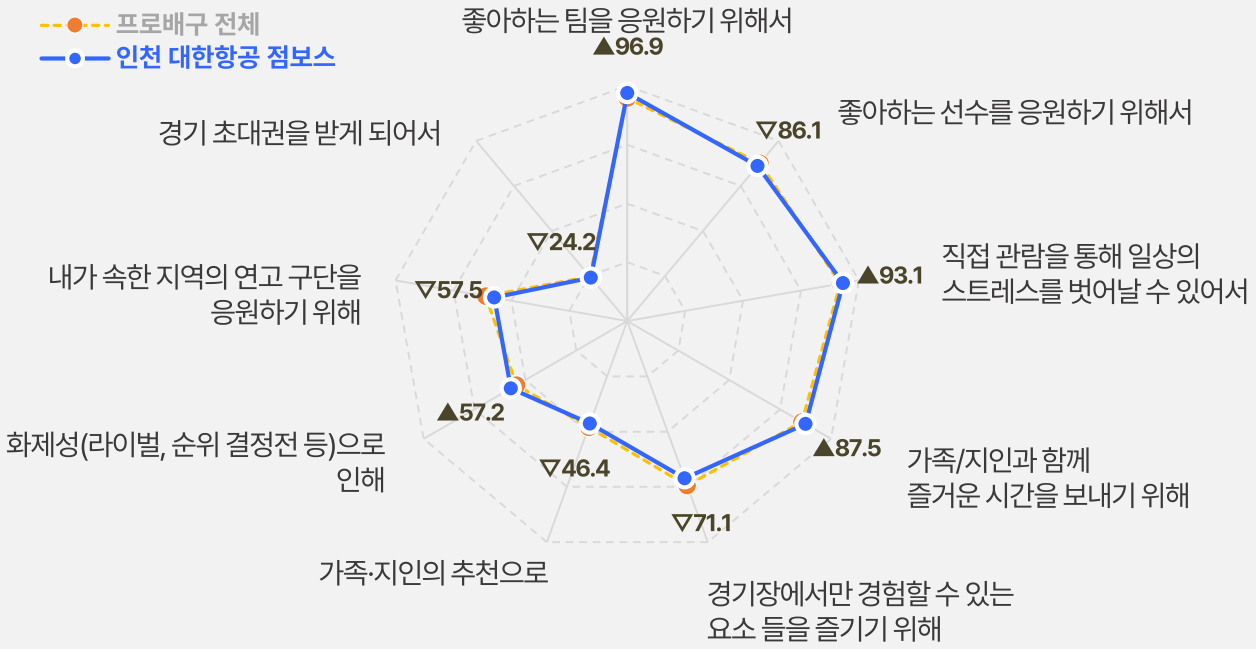
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

2024년 프로배구 남자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면,
남자부 전체 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
인천 대한항공 점보스 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)





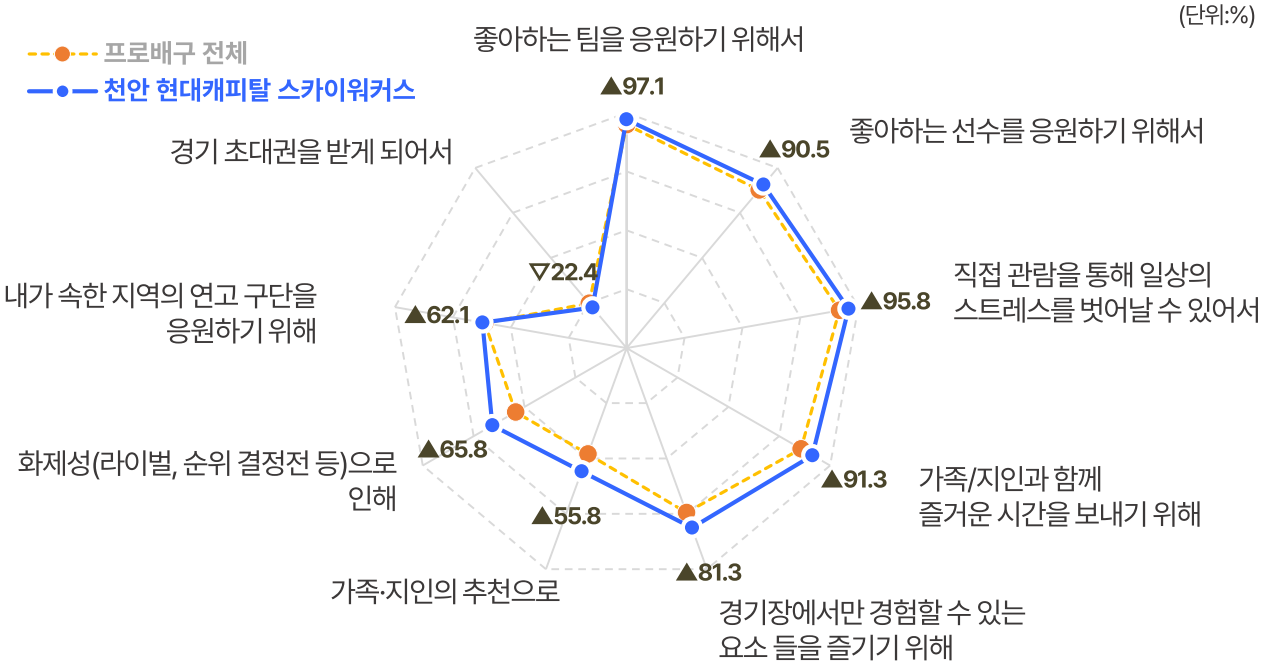
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

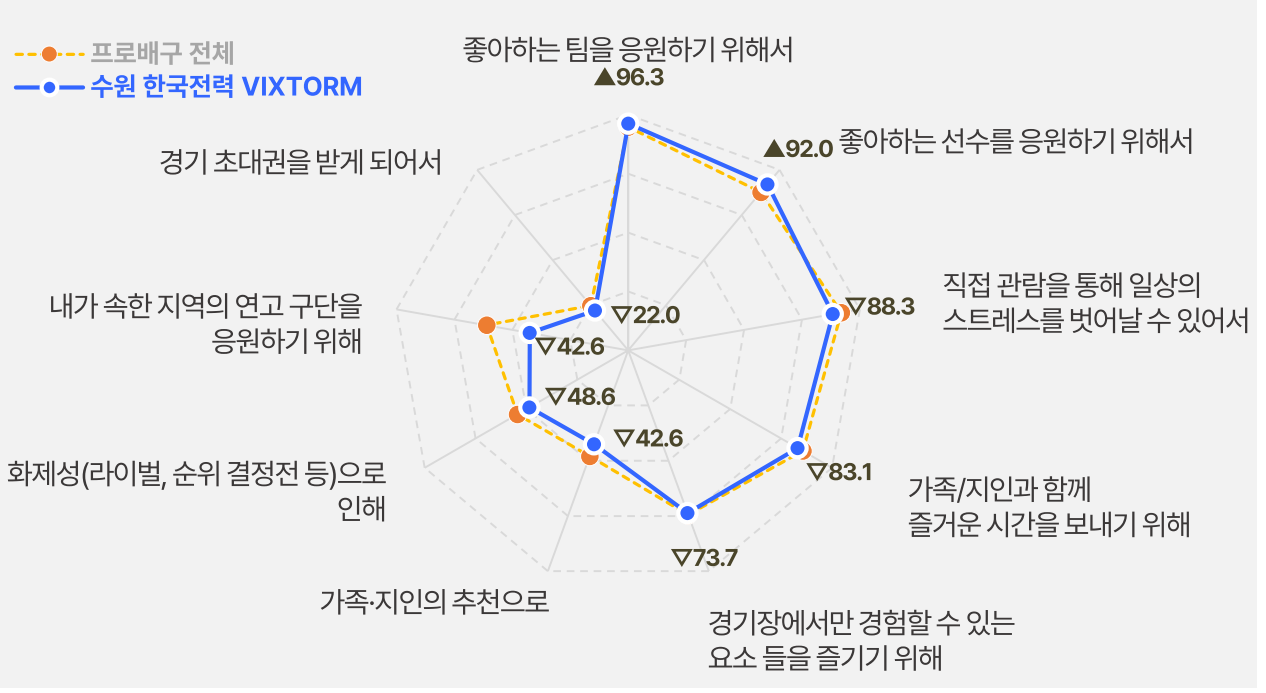
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로배구 남자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면, **천안 현대캐피탈 스카이워커스** 관람객의 배구 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
- **수원 한국전력 VIXTORM** 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임

(단위:%)





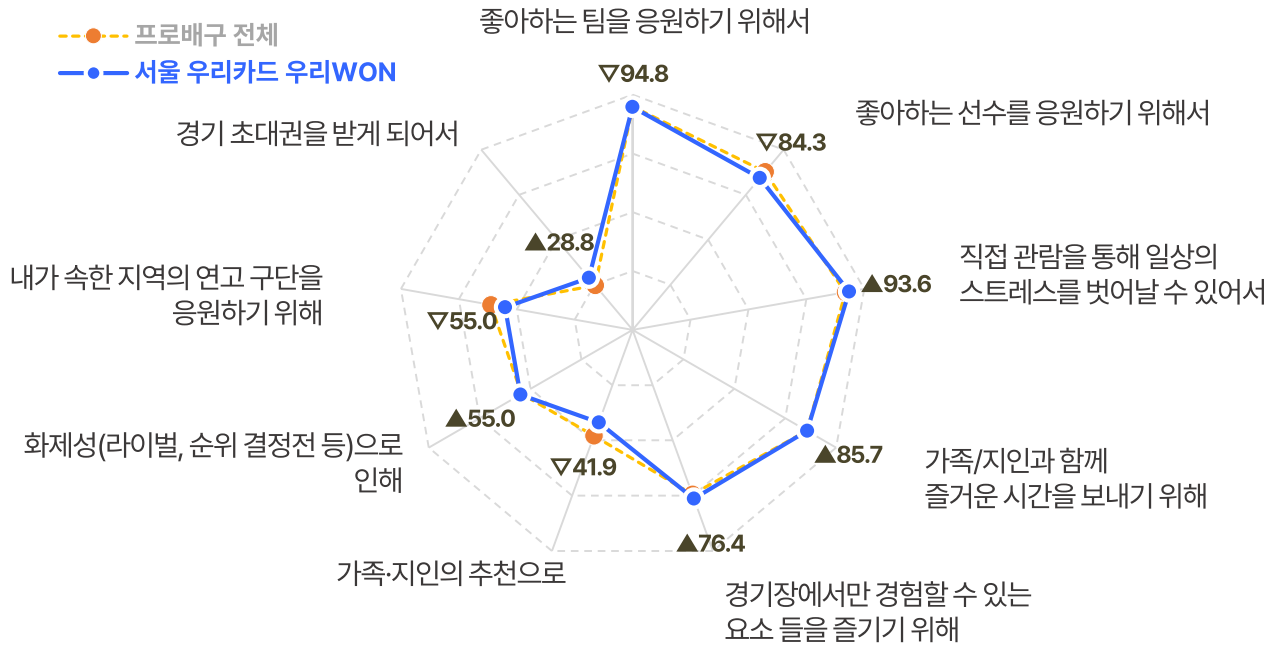
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

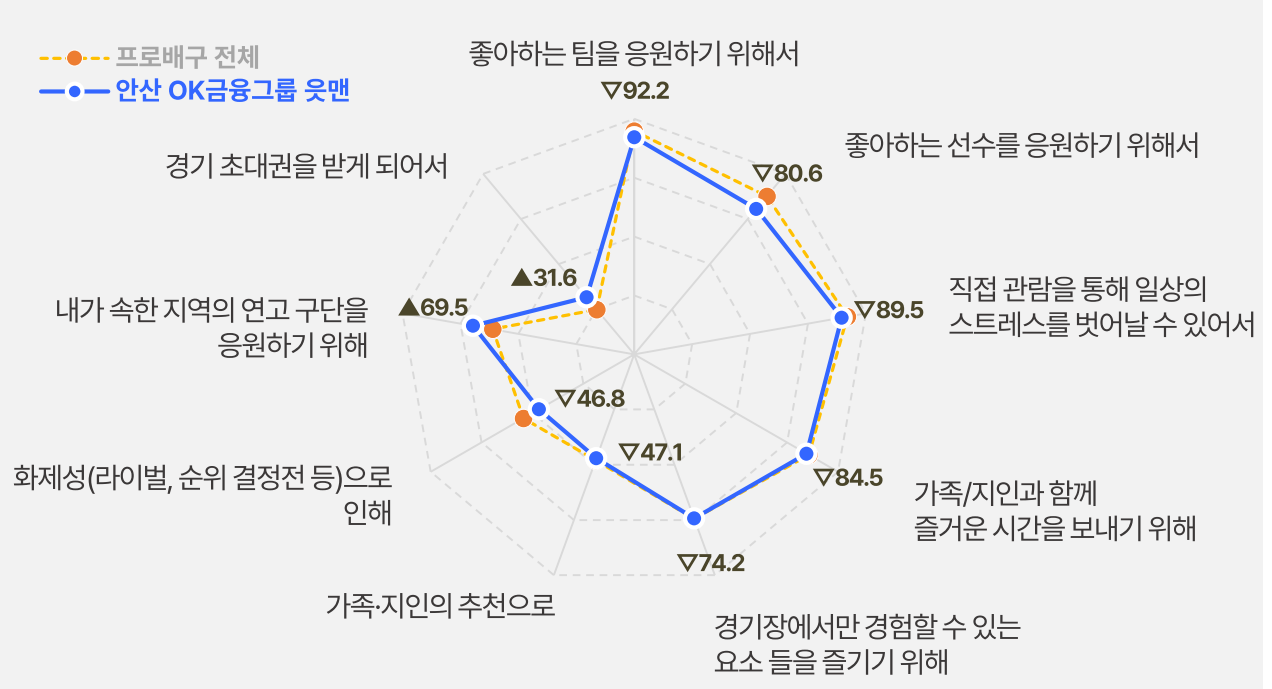
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로배구 남자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면, **서울 우리카드 우리WON** 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
- **안산 OK저축은행 웃맨** 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)





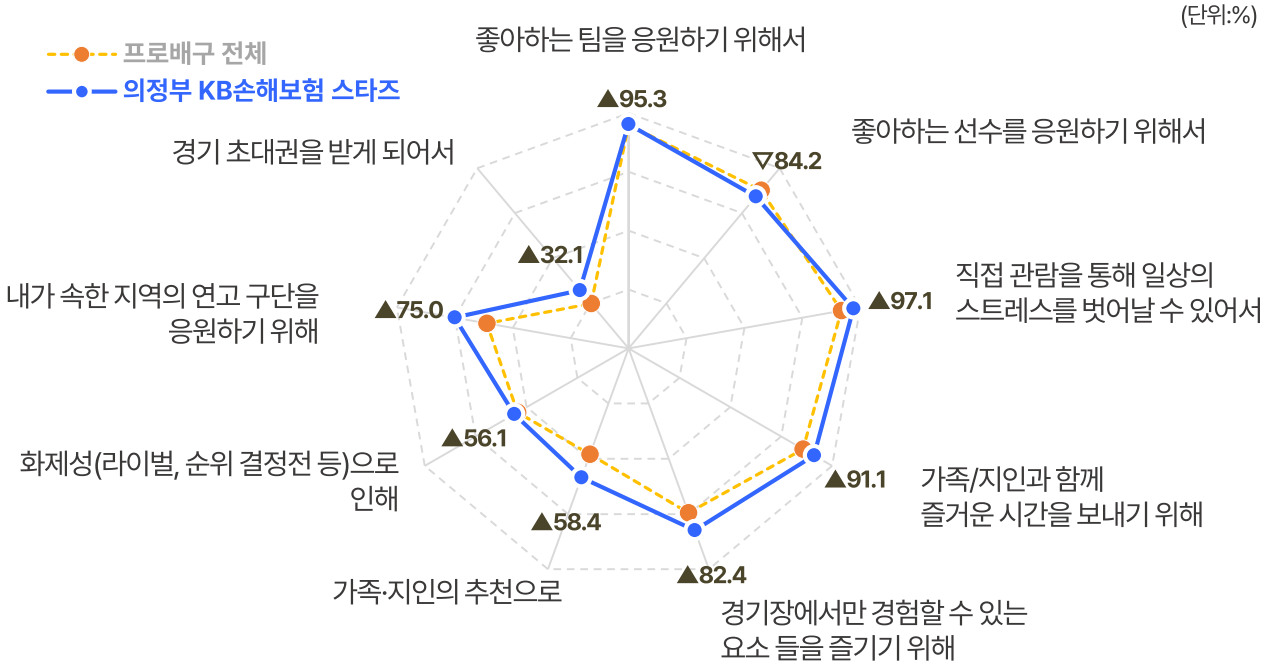
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

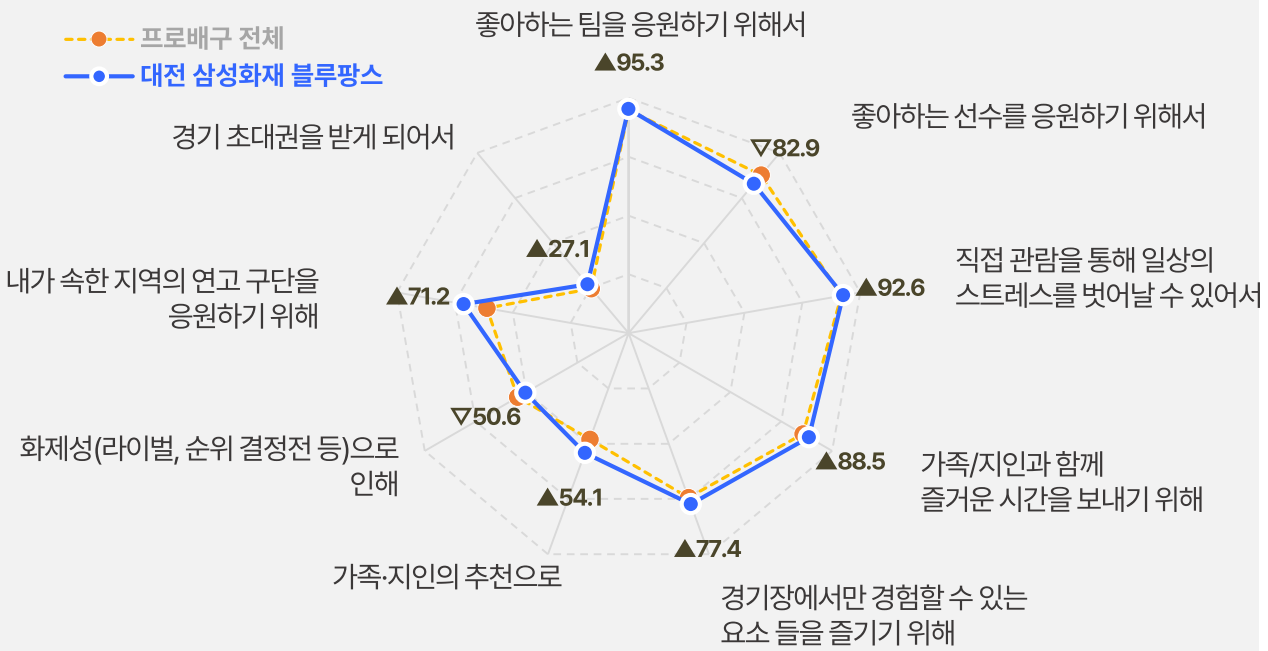
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

- 2024년 프로배구 남자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면, **의정부 KB손해보험 스타즈** 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'와 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보내기 위해'의 순임
- **대전 삼성화재 블루팡스** 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)





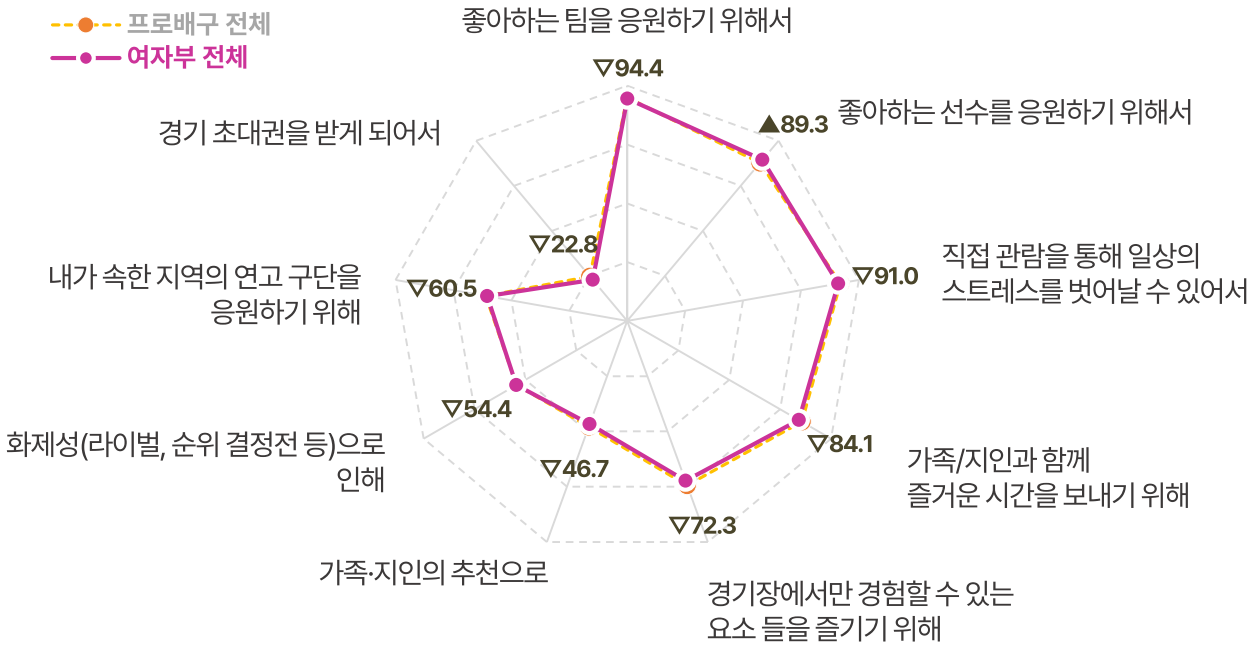
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

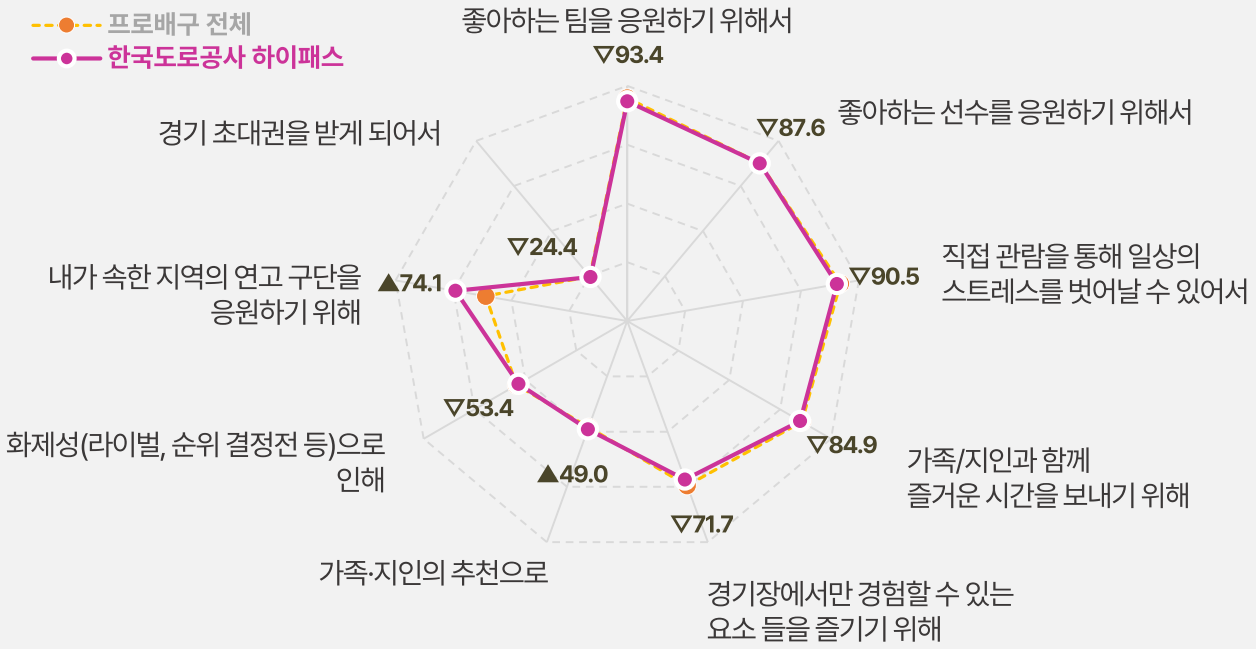
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

: 2024년 프로배구 여자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면,
여자부 전체 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
한국도로공사 하이패스 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순이며, '내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해'의 응답이 상대적으로 높음

(단위:%)





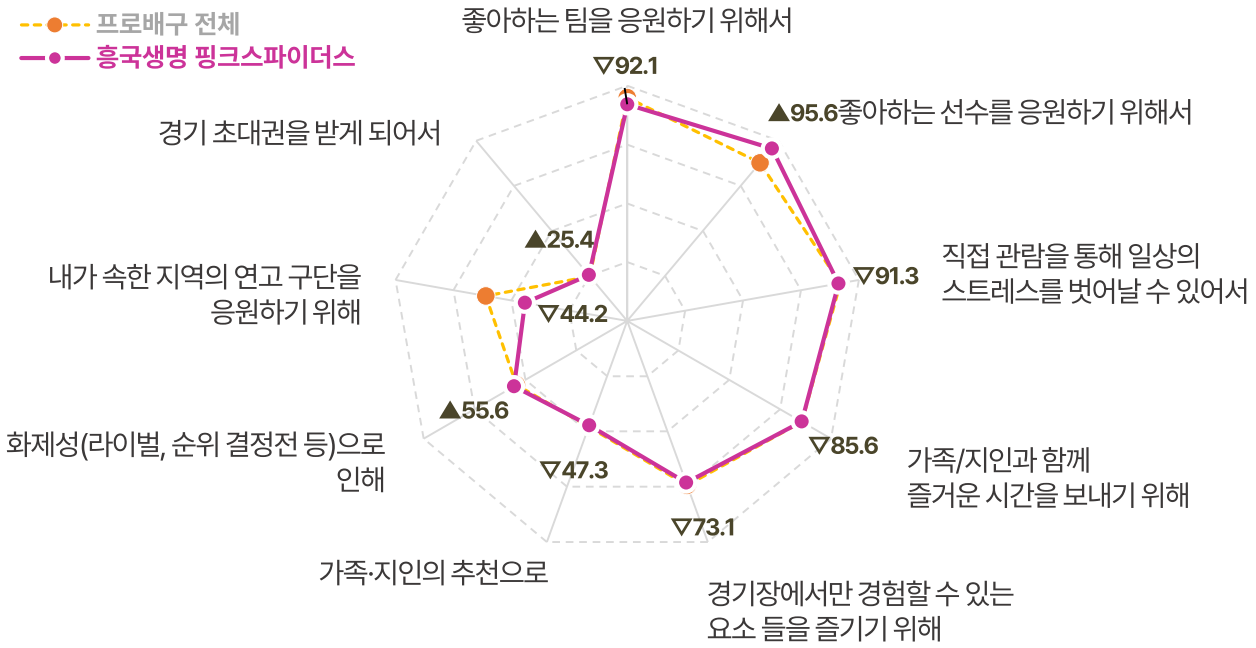
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

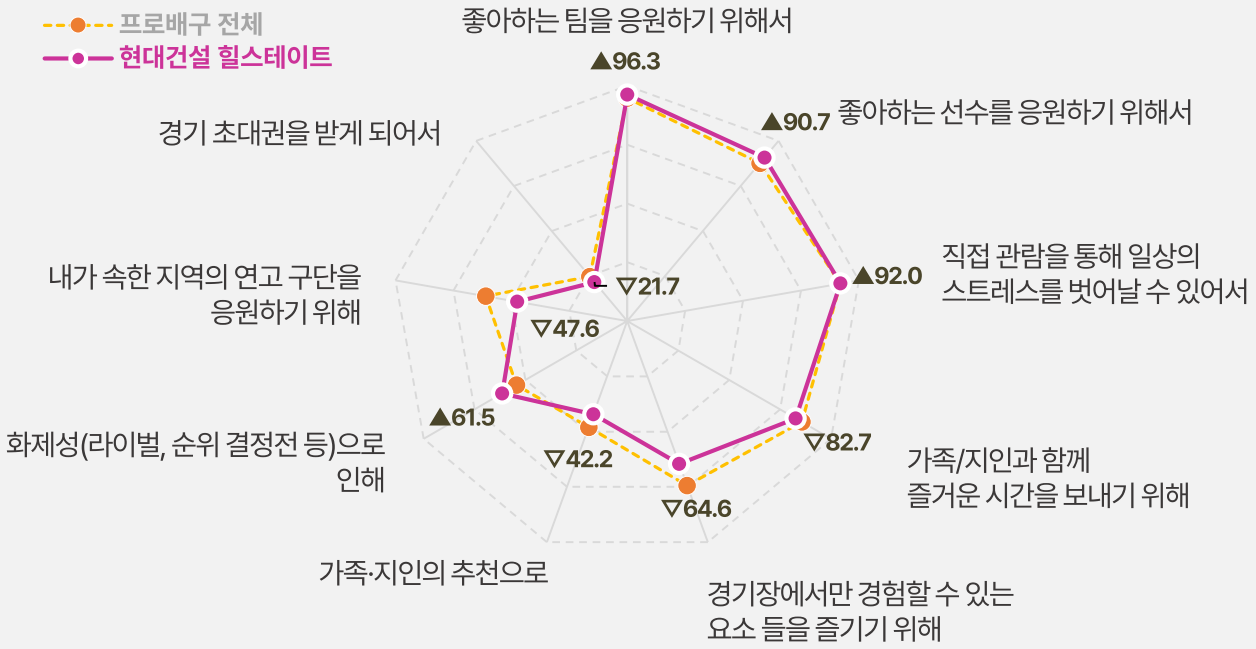
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

: 2024년 프로배구 여자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면,
흥국생명 핑크스파이더스 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서', '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임
현대건설 힐스테이트 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순이며, '좋아하는 선수를 응원하기 위해'의 순임

(단위:%)





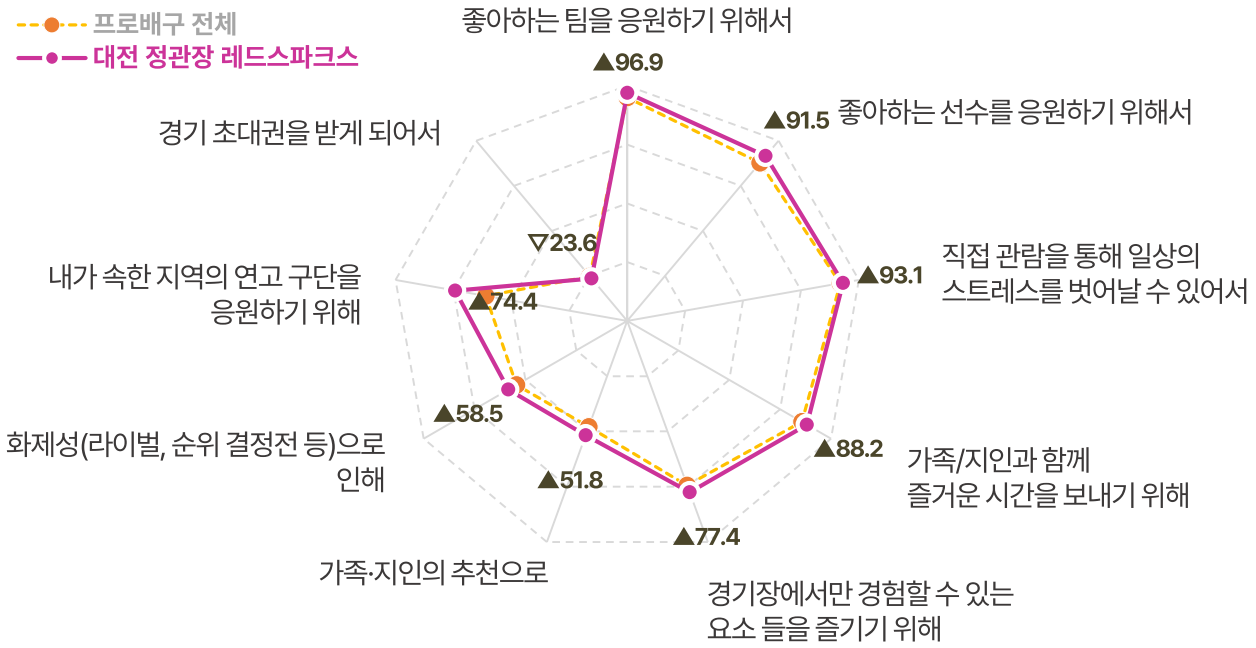
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

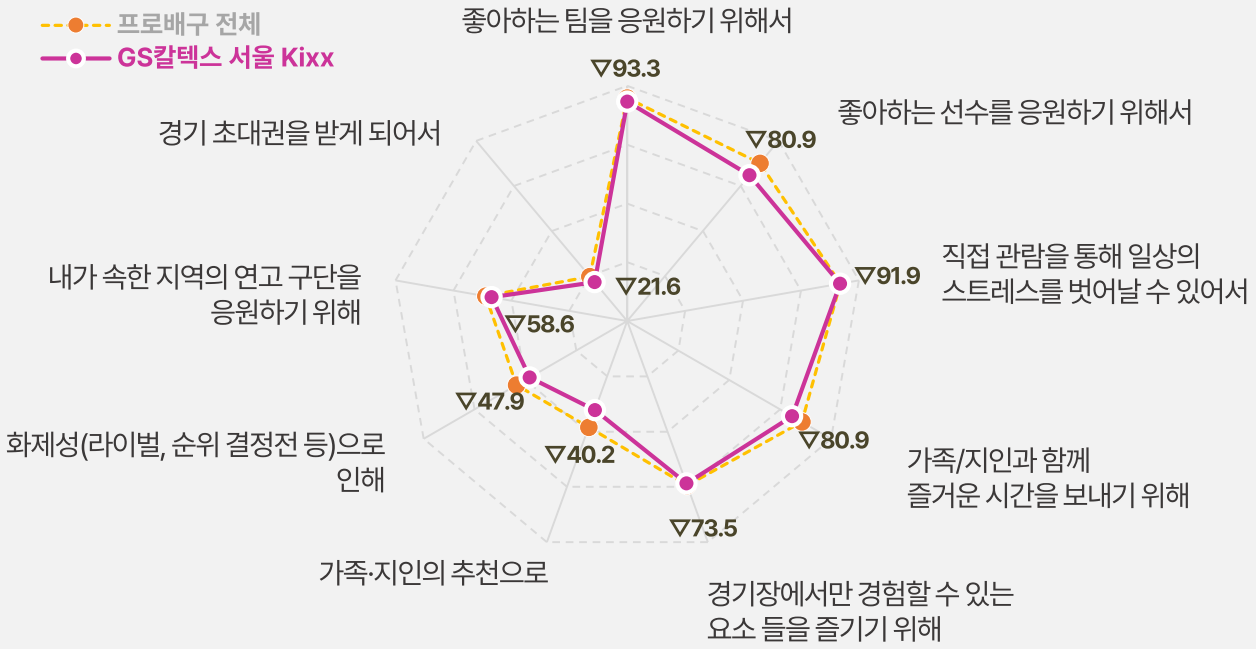
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

: 2024년 프로배구 여자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면,
대전 정관장 레드스파크스 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임
GS칼텍스 서울 Kixx 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 순임

(단위:%)





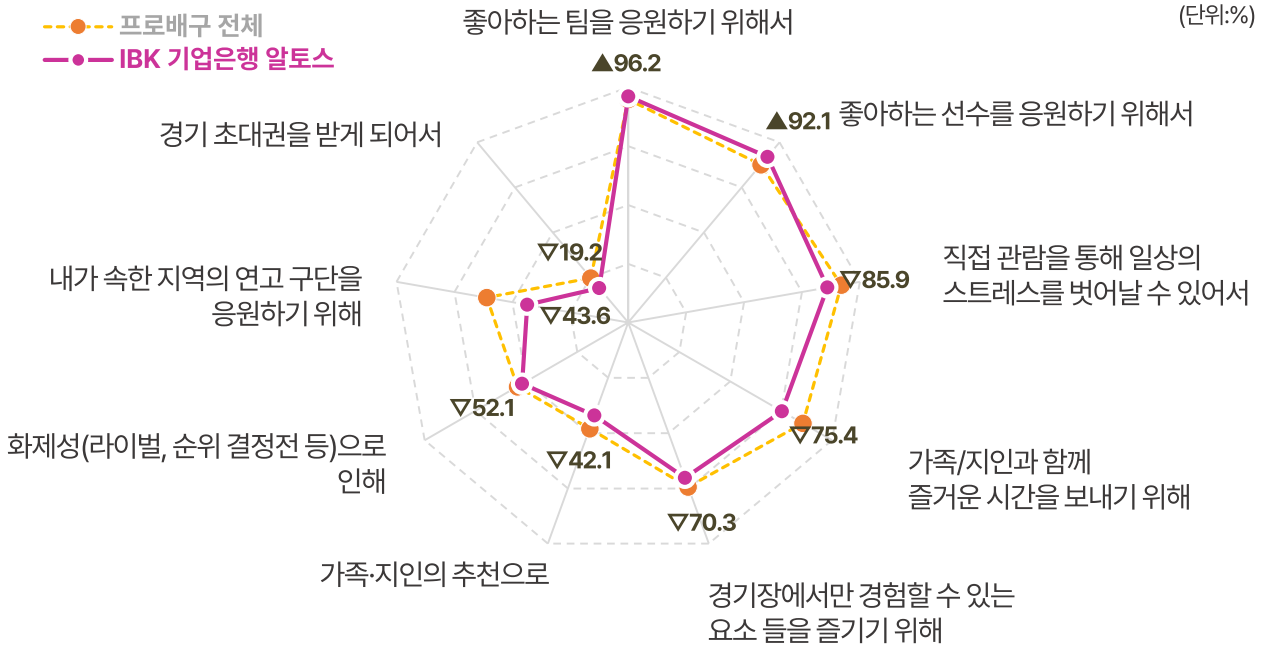
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

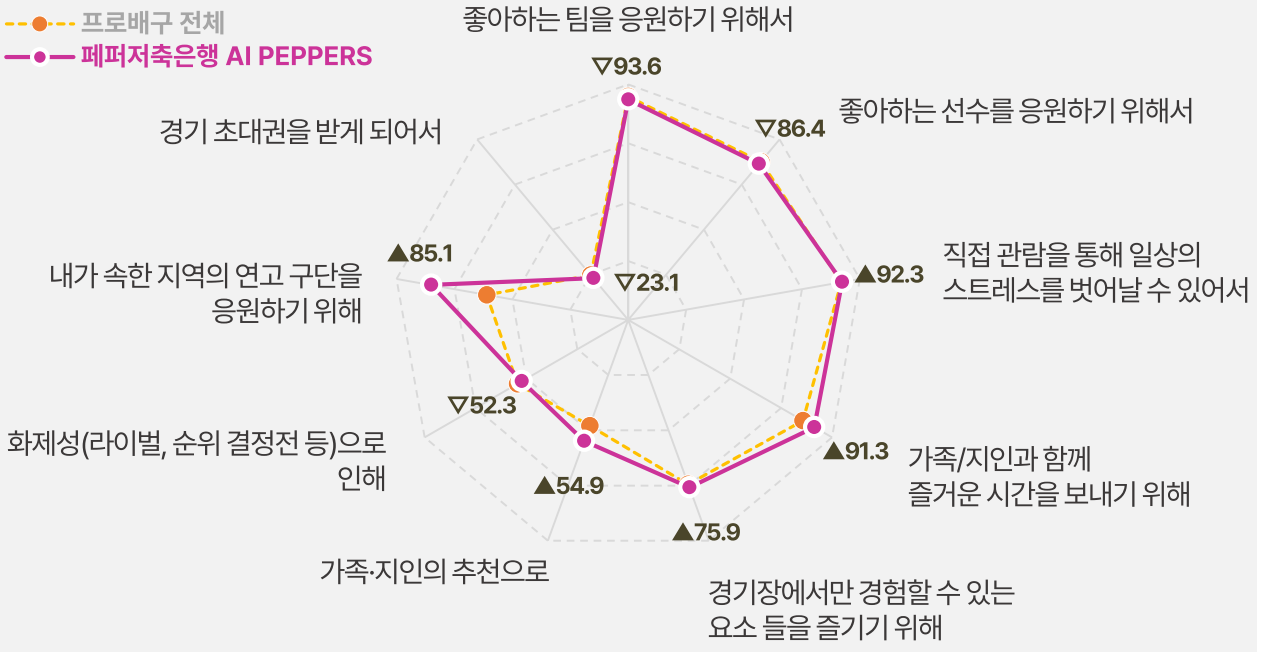
경기장 방문 이유(직관이유)

프로배구 전체 관람객은 주로 '좋아하는 팀을 응원하기 위해'와 '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서'의 이유로 배구 경기장에 방문하는 것으로 나타남

: 2024년 프로배구 여자부 구단별 관람객들이 **경기장을 방문하는 이유**를 속성별로 살펴보면,
IBK 기업은행 알토스 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서'와 '좋아하는 선수를 응원하기 위해서'의 순임
페퍼저축은행 AI PEPPERS 관람객의 배구 경기장 방문 이유는 '좋아하는 팀을 응원하기 위해서', '직접 관람을 통해 일상의 스트레스를 벗어날 수 있어서', '가족/지인과 함께 즐거운 시간을 보낼 수 있어서'의 순이며, '내가 속한 지역의 연고 구단을 응원하기 위해서'의 응답이 높은 것이 특징임

(단위:%)





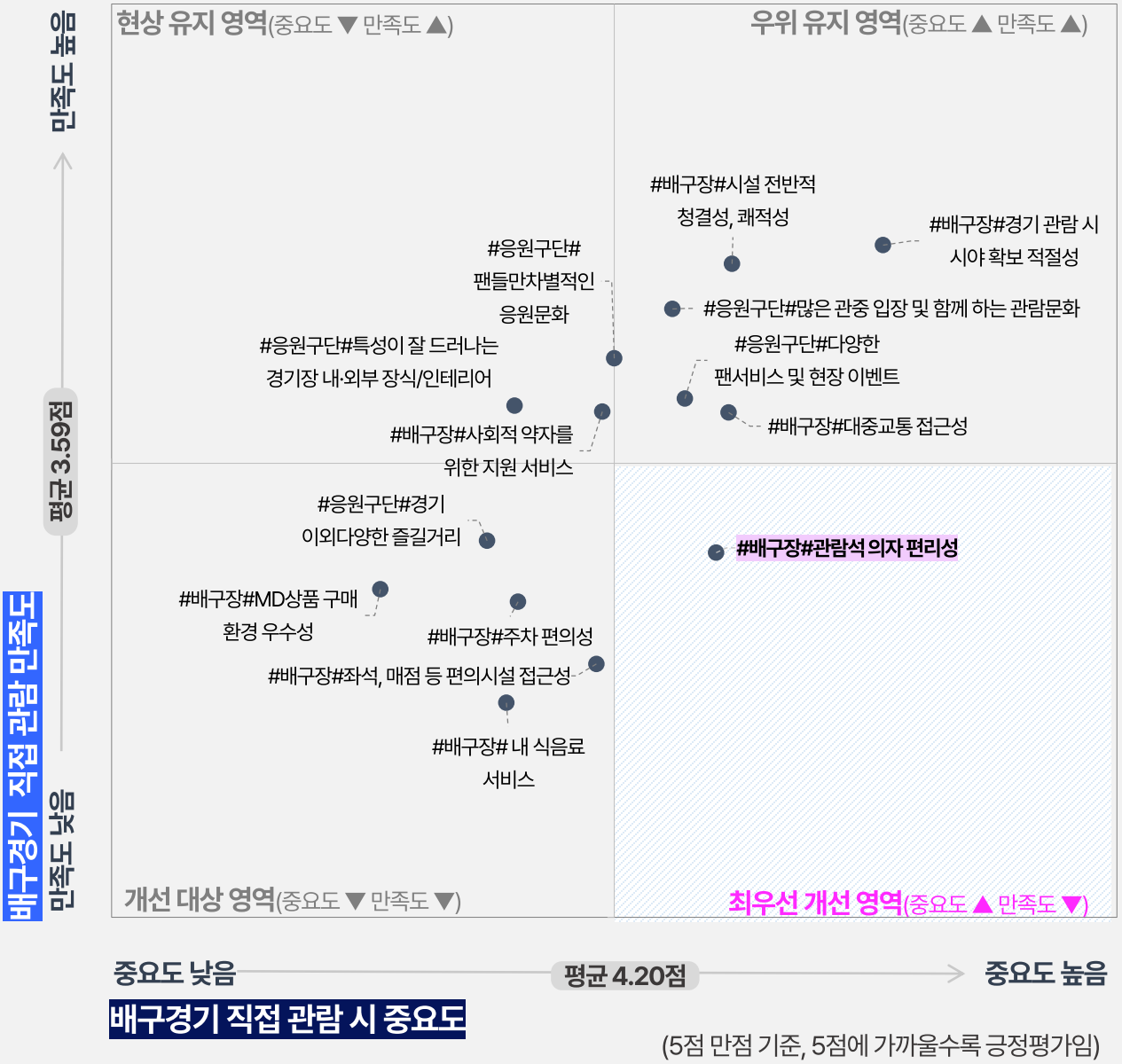
※ ▲ : 배구 전체 값 대비 높음 / ▽ : 배구 전체 값 대비 낮음

경기관람 속성별 평가

배구 경기 관람 속성 중 우위 유지 영역은 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화', '배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '배구장 대중교통 접근성' 임

- **프로배구 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도**를 살펴보면, '(경기장) 배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성', '(구단) 응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화', '(경기장) 배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '(경기장) 응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '(경기장) 대중교통 접근성' 항목의 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)
- 최우선으로 개선이 필요한 항목은 '(경기장) 배구장 관람석 의자 편리성'임

프로배구 구단 전체



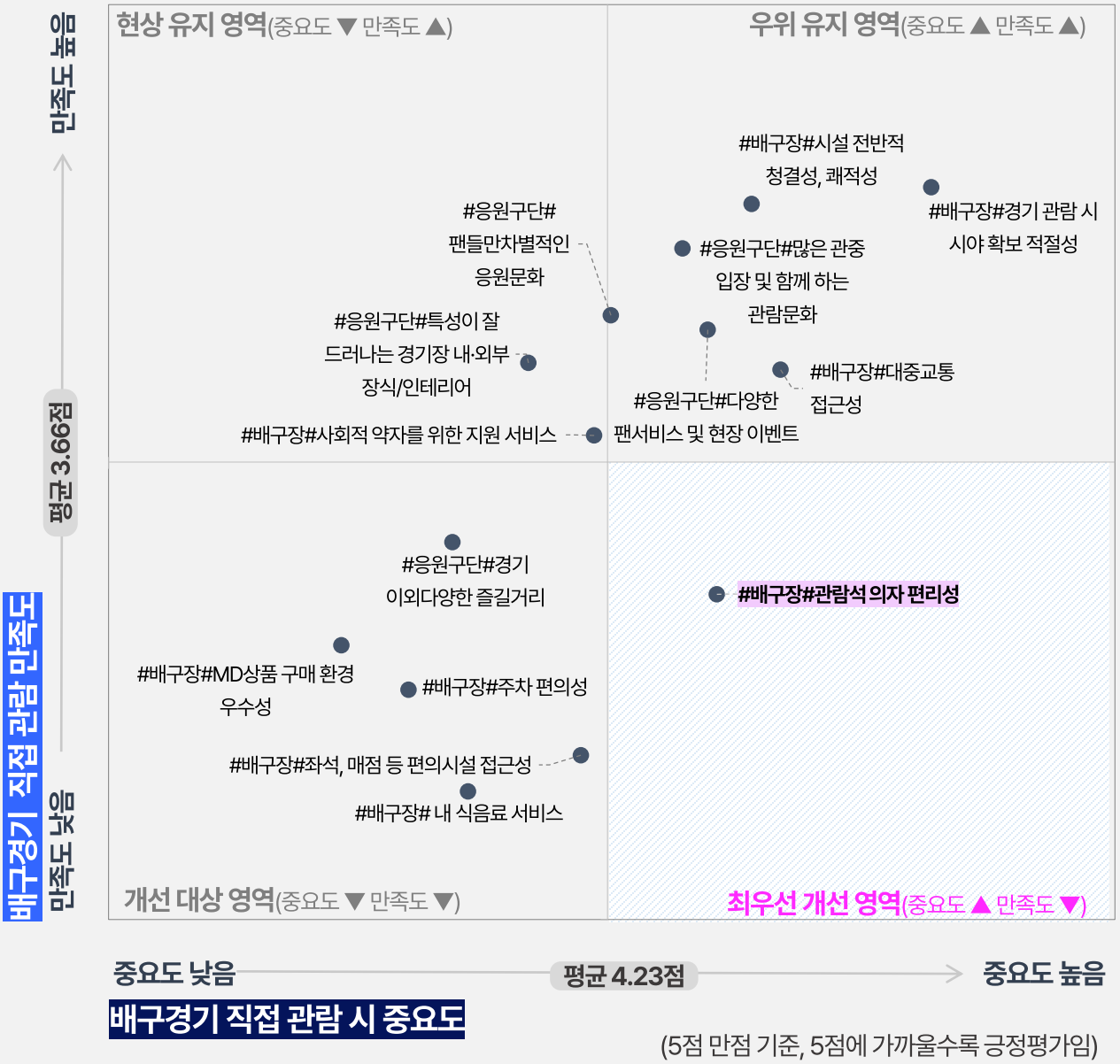
(5점 만점 기준, 5점에 가까울수록 긍정평가임)

경기관람 속성별 평가

남자부 배구 경기 관람 속성 중 우위 유지 영역은 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화', '배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '배구장 대중교통 접근성' 임

- **프로배구 남자부 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도**를 살펴보면, '(경기장) 배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성', '(구단) 응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화',
- '(경기장) 배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '(경기장) 응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '(경기장) 대중교통 접근성' 항목의 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)
- 최우선으로 개선이 필요한 항목은 '(경기장) 배구장 관람석 의자 편리성'임

프로배구 남자부 전체



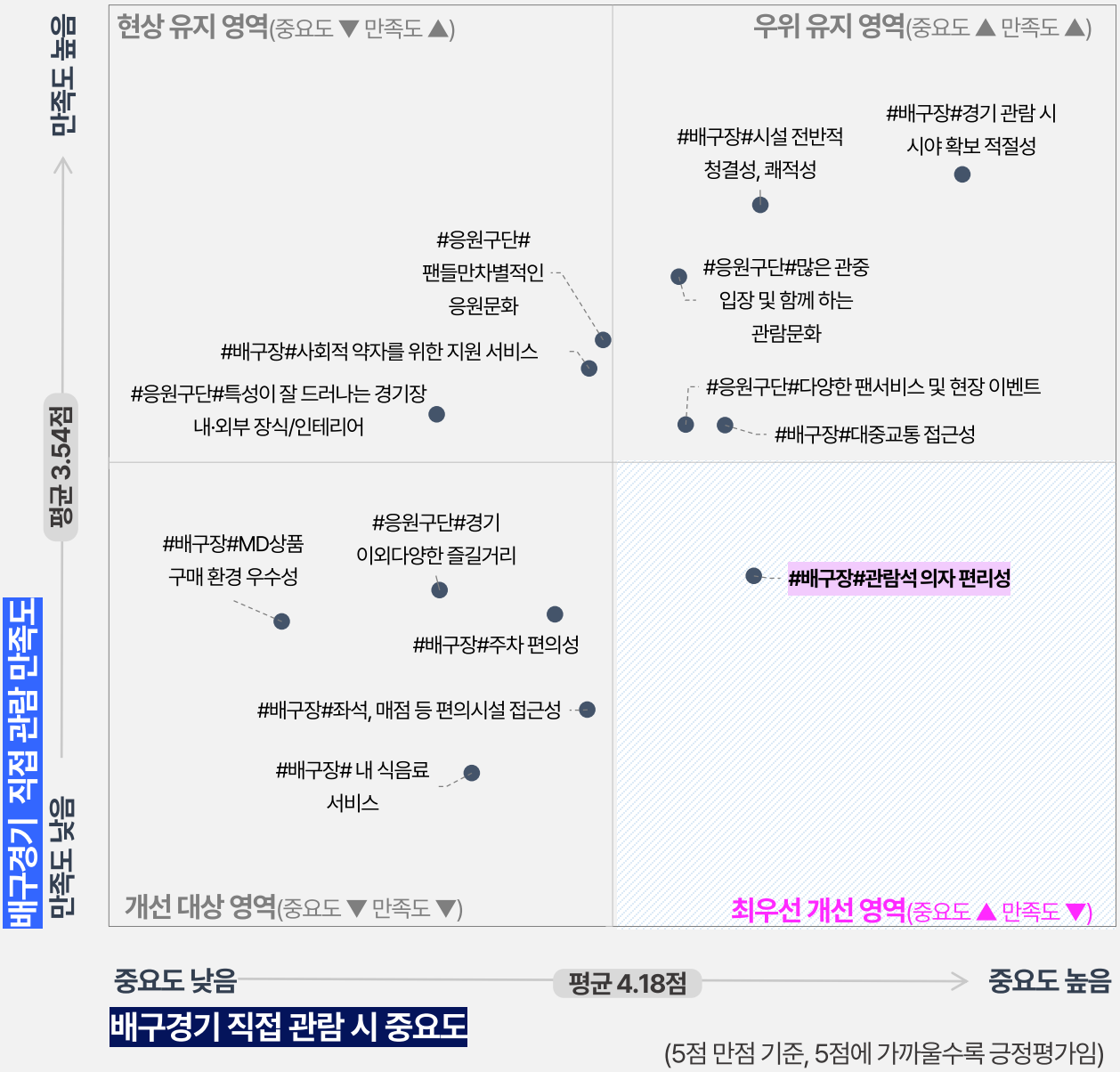
(5점 만점 기준, 5점에 가까울수록 긍정평가임)

경기관람 속성별 평가

여자부 배구 경기 관람 속성 중 우위 유지 영역은 '경기 관람 시 시야 확보 적절성', '응원구단의 많은 관중 입장 및 함께하는 관람문화', '배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '배구장 대중교통 접근성' 임

- **프로배구 여자부 관람 시 각 항목의 만족도와 중요도**를 살펴보면, '(경기장) 배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성', '(구단) 응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화', '(경기장) 배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성', '(경기장) 응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트', '(경기장) 대중교통 접근성' 항목의 중요도와 만족도 모두 높게 나타남(우위 유지 영역)
- 최우선으로 개선이 필요한 항목은 '(경기장) 배구장 관람석 의자 편리성'임

프로배구 여자부 전체

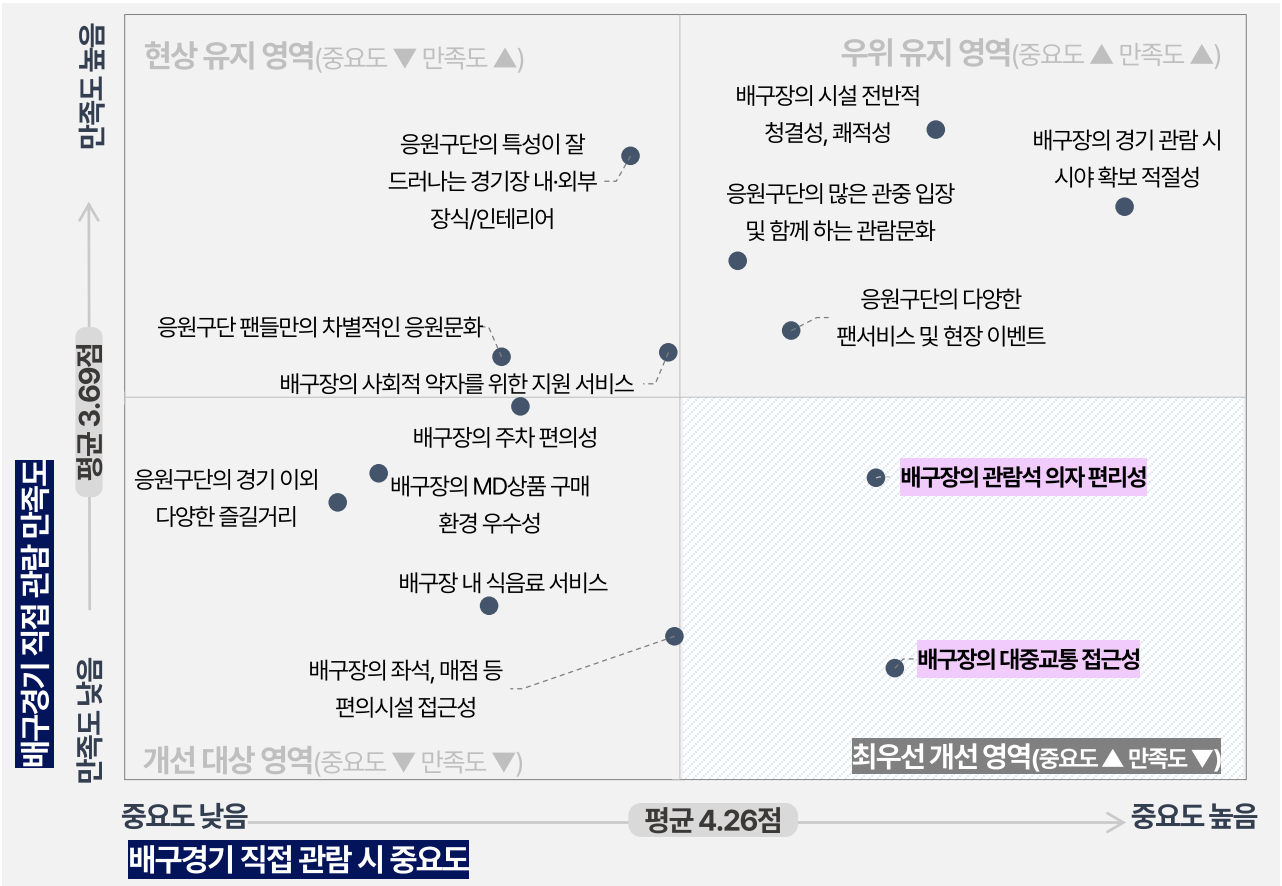


(5점 만점 기준, 5점에 가까울수록 긍정평가임)

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

인천 대한항공 점보스

인천 대한항공 점보스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 대중교통 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.25	3.78
응원구단의 팬들만의 차별적인 응원문화	4.10	3.77
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.22	4.15

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.49	4.20
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.65	4.05
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.36	3.82
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.31	3.95

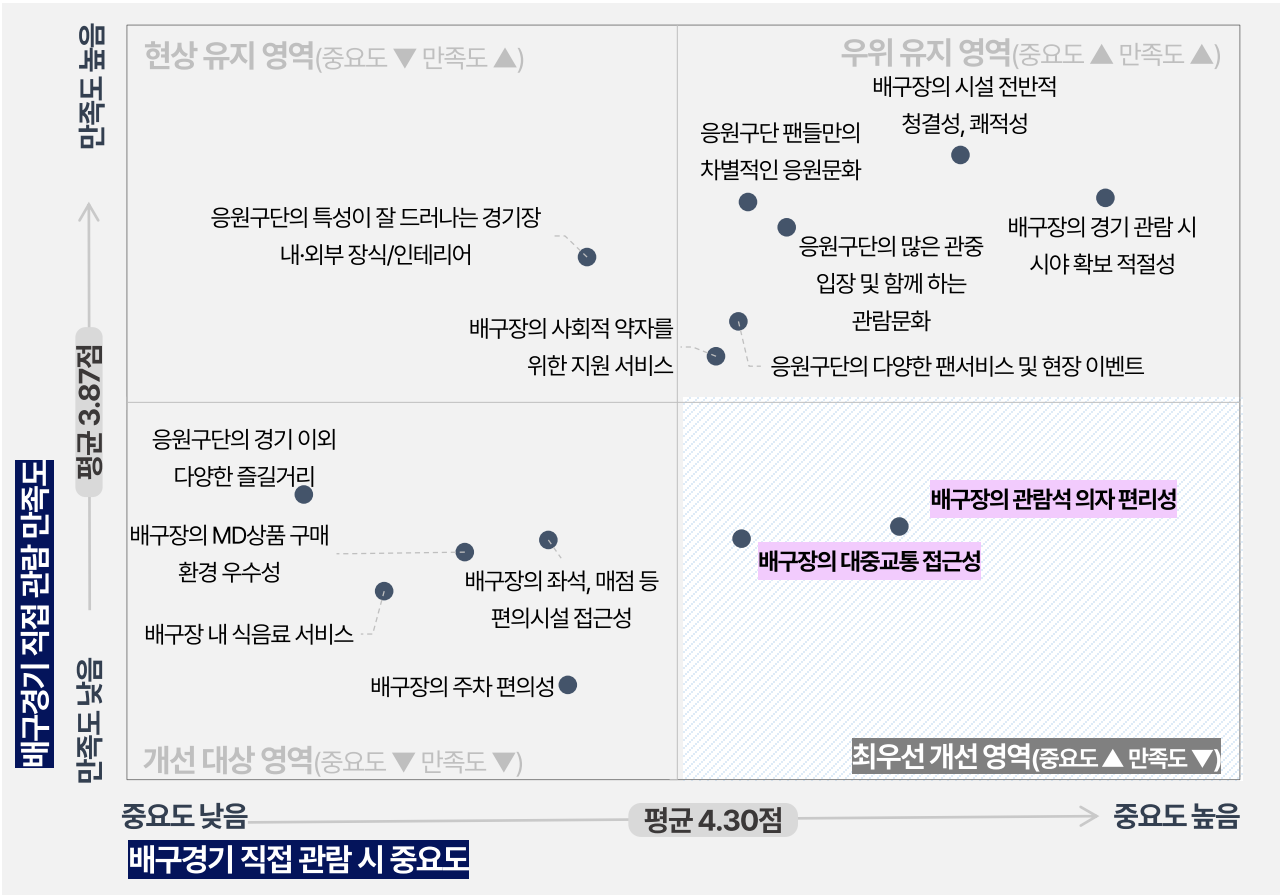
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.12	3.67
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.26	3.23
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.99	3.54
배구장 내 식음료 서비스	4.09	3.29
응원구단의 경기 이외다양한 즐길거리	3.96	3.49

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.43	3.54
배구장의 대중교통 접근성	4.45	3.17

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

천안 현대캐피탈 스카이워커스

천안 현대캐피탈 스카이워커스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 대중교통 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.23	4.16

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.53	4.36
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.65	4.27
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.33	3.96
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.35	4.03
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.39	4.21
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.36	4.26

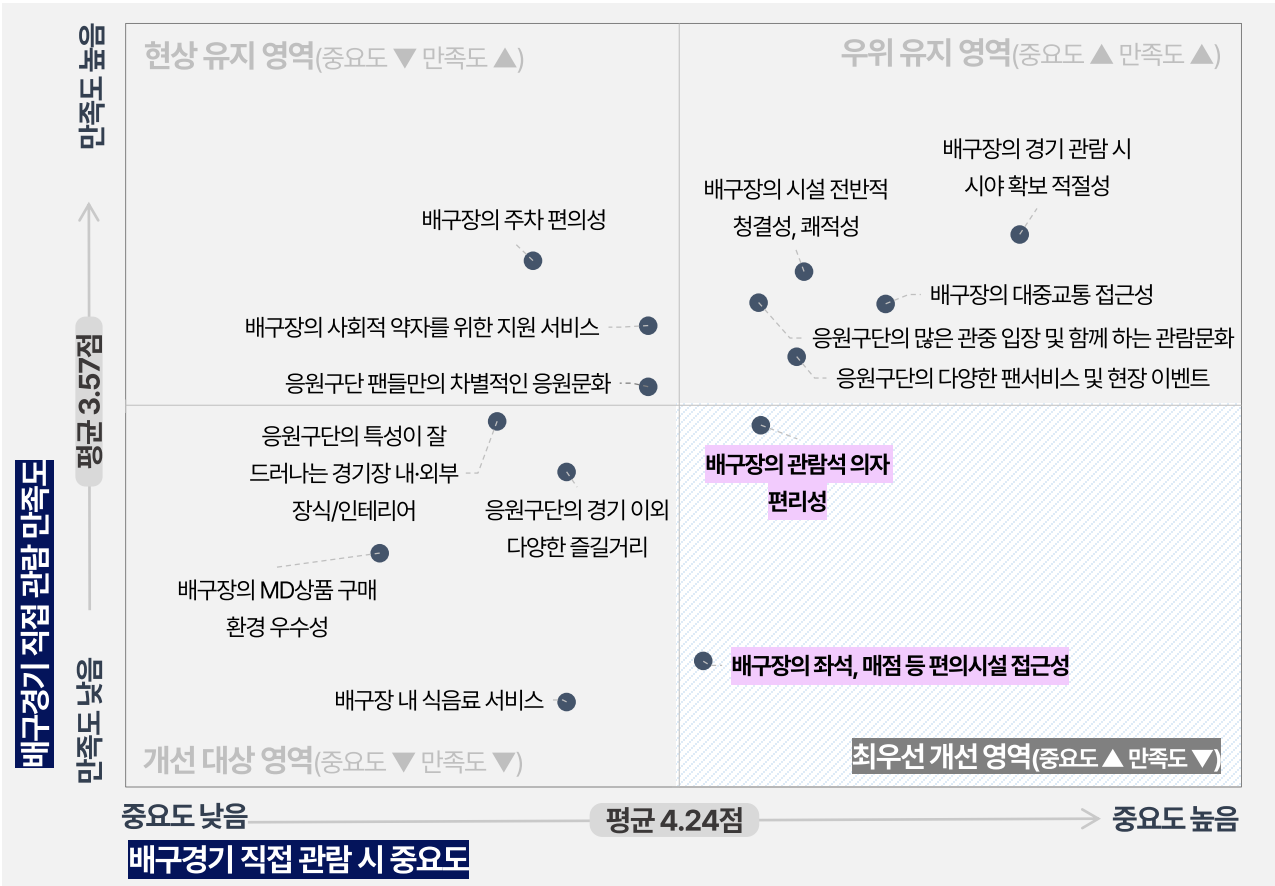
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.21	3.32
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.19	3.6
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	4.13	3.58
배구장 내 식음료 서비스	4.06	3.5
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	3.99	3.69

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	**4.48**	**3.63**
배구장의 대중교통 접근성	**4.35**	**3.60**

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

수원 한국전력 VIXTORM

수원 한국전력 VIXTORM의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.07	3.91
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.20	3.76
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.20	3.61

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.39	3.89
배구장의 대중교통 접근성	4.49	3.81
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.65	3.98
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.38	3.69
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.33	3.81

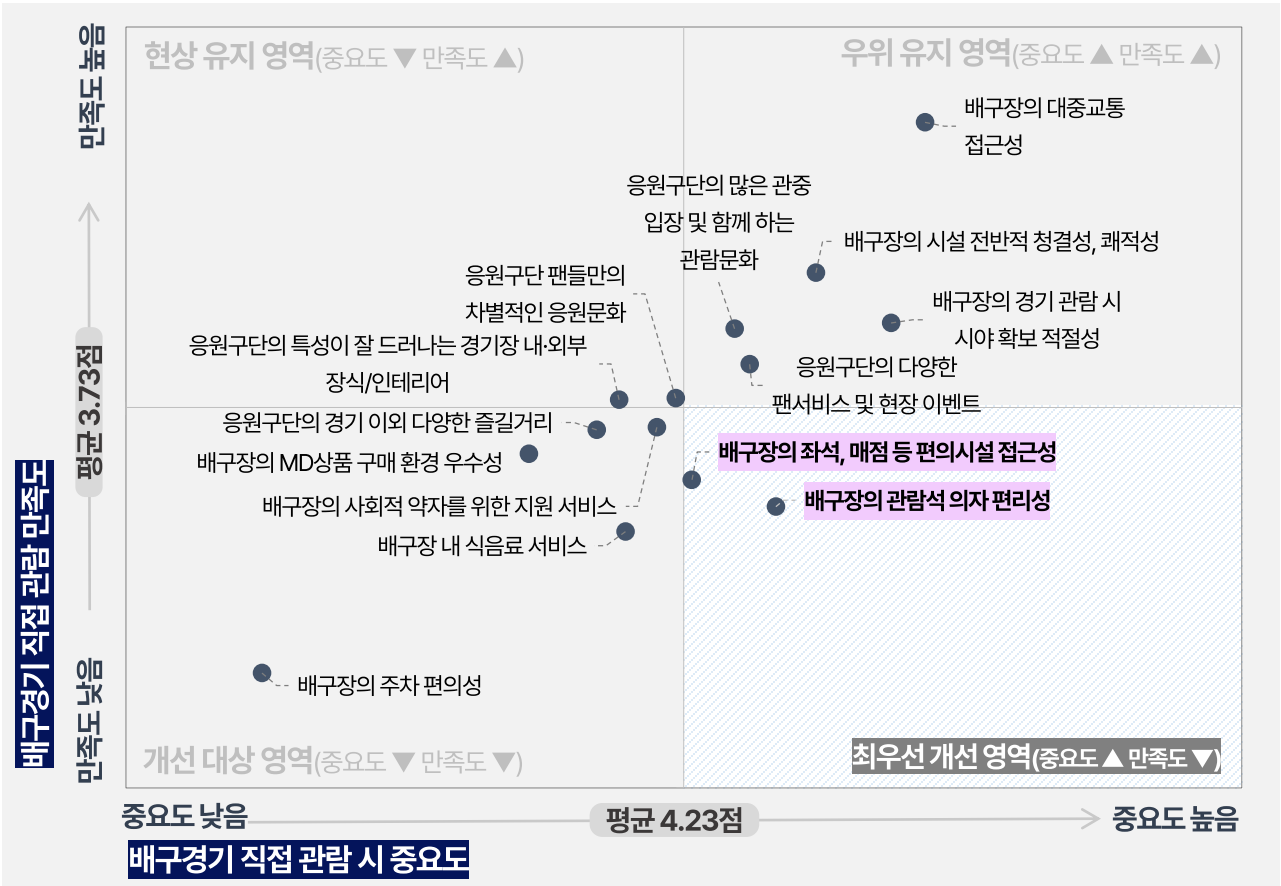
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.88	3.22
배구장 내 식음료 서비스	4.11	2.86
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.11	3.41
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.02	3.53

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.34	3.52
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.27	2.96

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

서울 우리카드 우리WON

서울 우리카드 우리WON의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.21	3.76
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.11	3.75

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.48	4.13
배구장의 대중교통 접근성	4.69	4.57
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.62	3.98
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.35	3.86
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.33	3.96

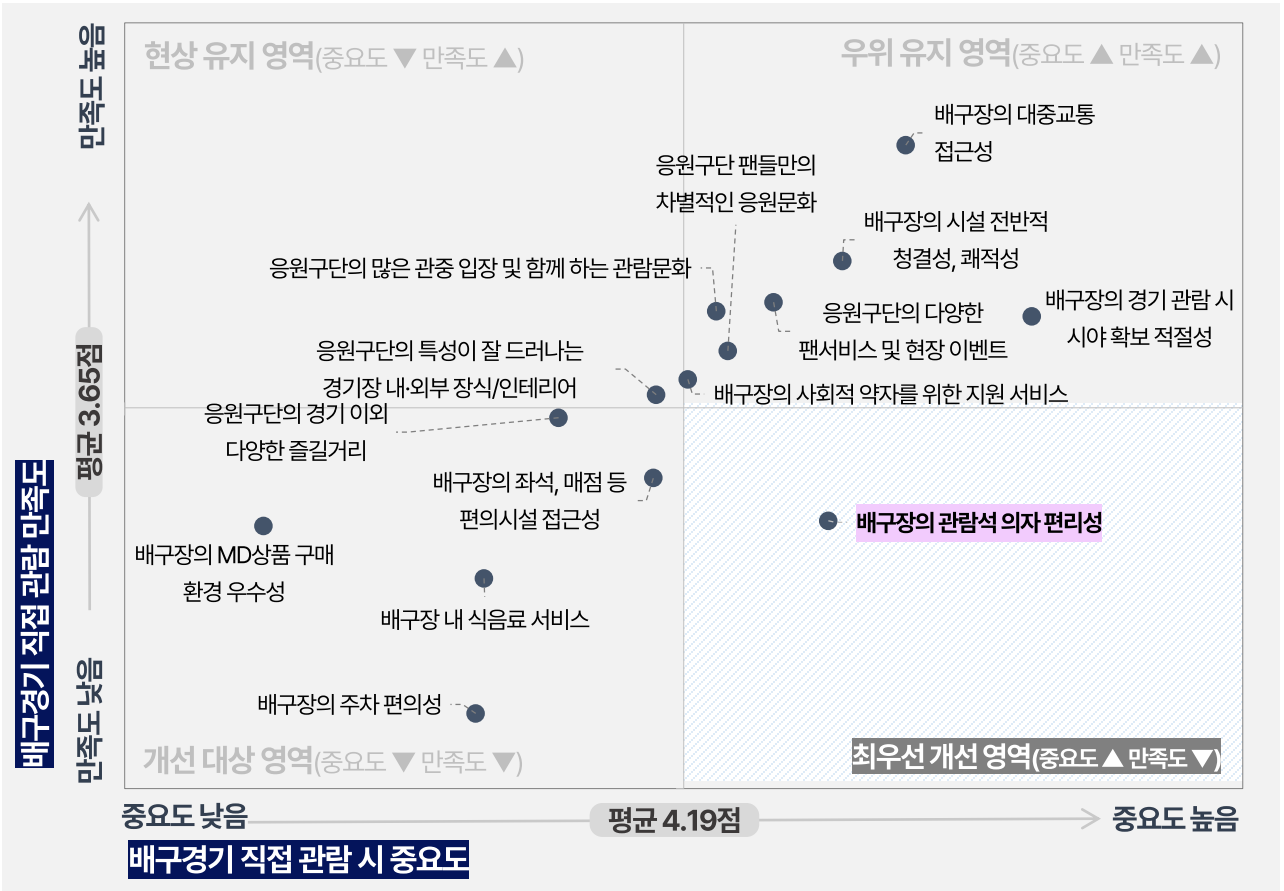
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	3.43	2.95
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.94	3.59
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.18	3.67
배구장 내 식음료 서비스	4.12	3.36
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.06	3.66

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.40	3.44
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.25	3.52

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

안산 OK저축은행 읏맨

안산 OK저축은행 읏맨의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.16	3.68

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.34	3.97
배구장의 대중교통 접근성	4.40	4.22
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.53	3.85
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.19	3.71
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.28	3.88
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.22	3.86
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.23	3.77

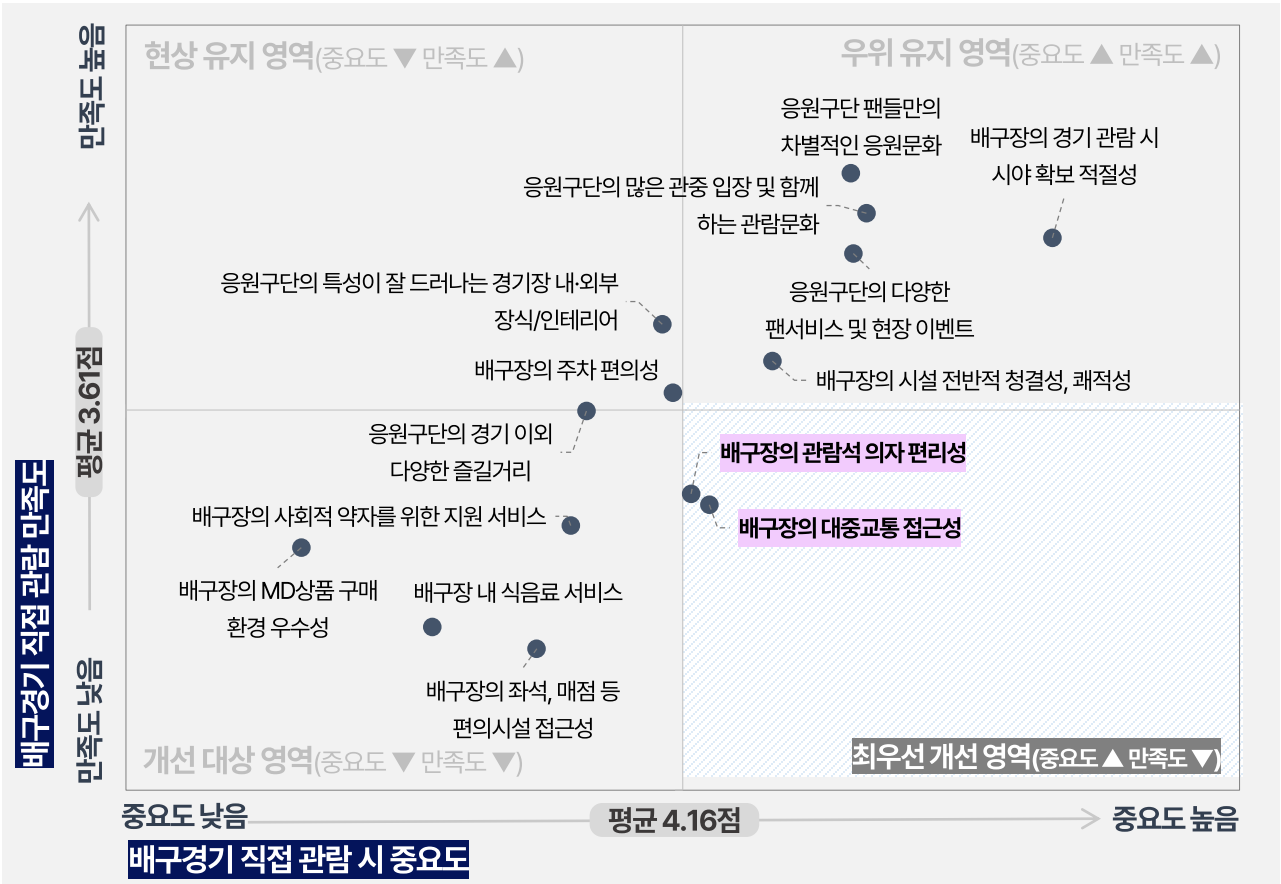
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	3.99	2.99
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.16	3.50
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.78	3.40
배구장 내 식음료 서비스	4.00	3.28
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.07	3.63

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.33	3.41

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

의정부 KB 손해보험 스타즈

의정부 KB손해보험 스타즈의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 대중교통 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.15	3.65
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.14	3.79

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.25	3.72
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.53	3.98
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.33	3.95
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.34	4.03
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.33	4.12

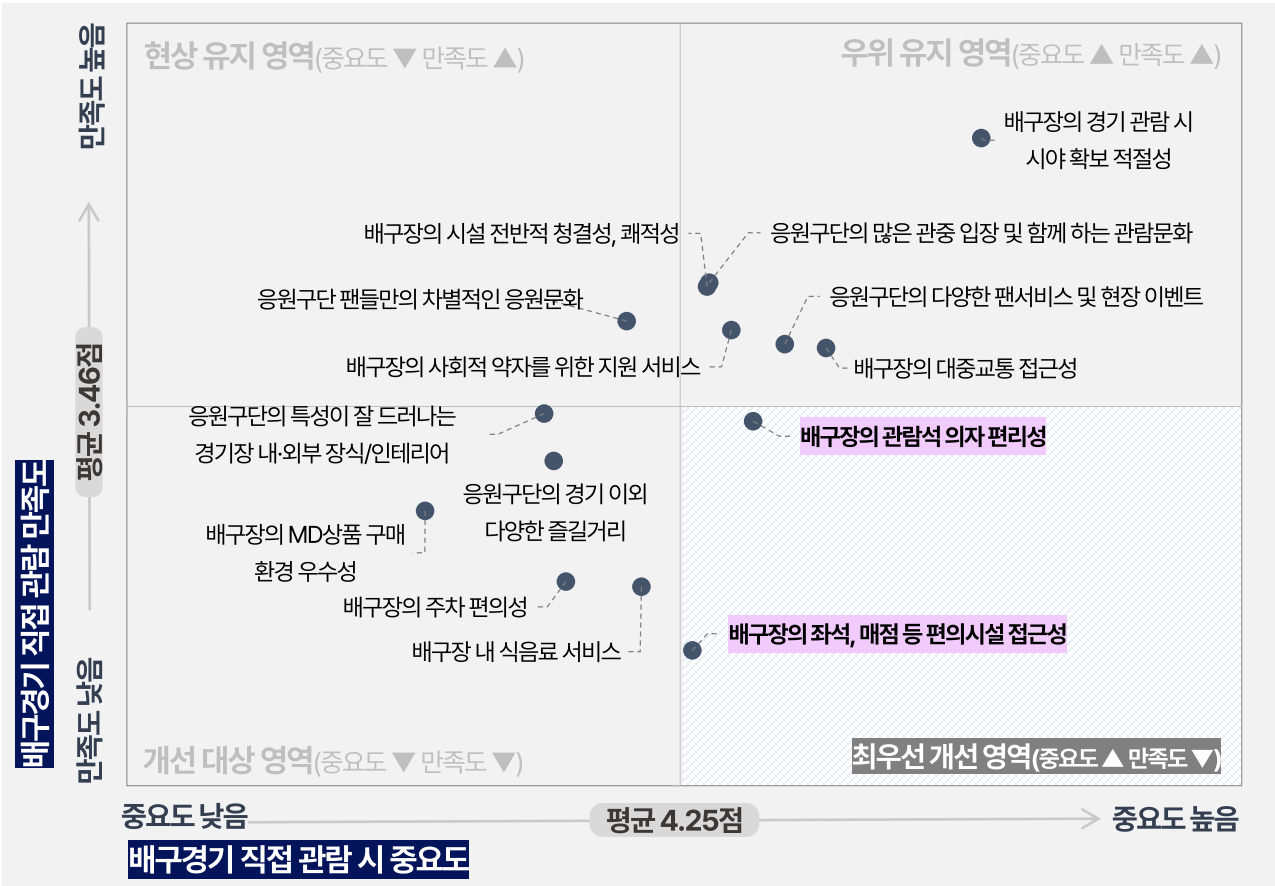
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.01	3.09
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.78	3.31
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.05	3.36
배구장 내 식음료 서비스	3.91	3.14
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.06	3.61

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.17	3.43
배구장의 대중교통 접근성	4.19	3.41

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

대전 삼성화재 블루팡스

대전 삼성화재 블루팡스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.19	3.66

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.28	3.74
배구장의 대중교통 접근성	4.43	3.59
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.61	4.08
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.31	3.64
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.38	3.60
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.29	3.74

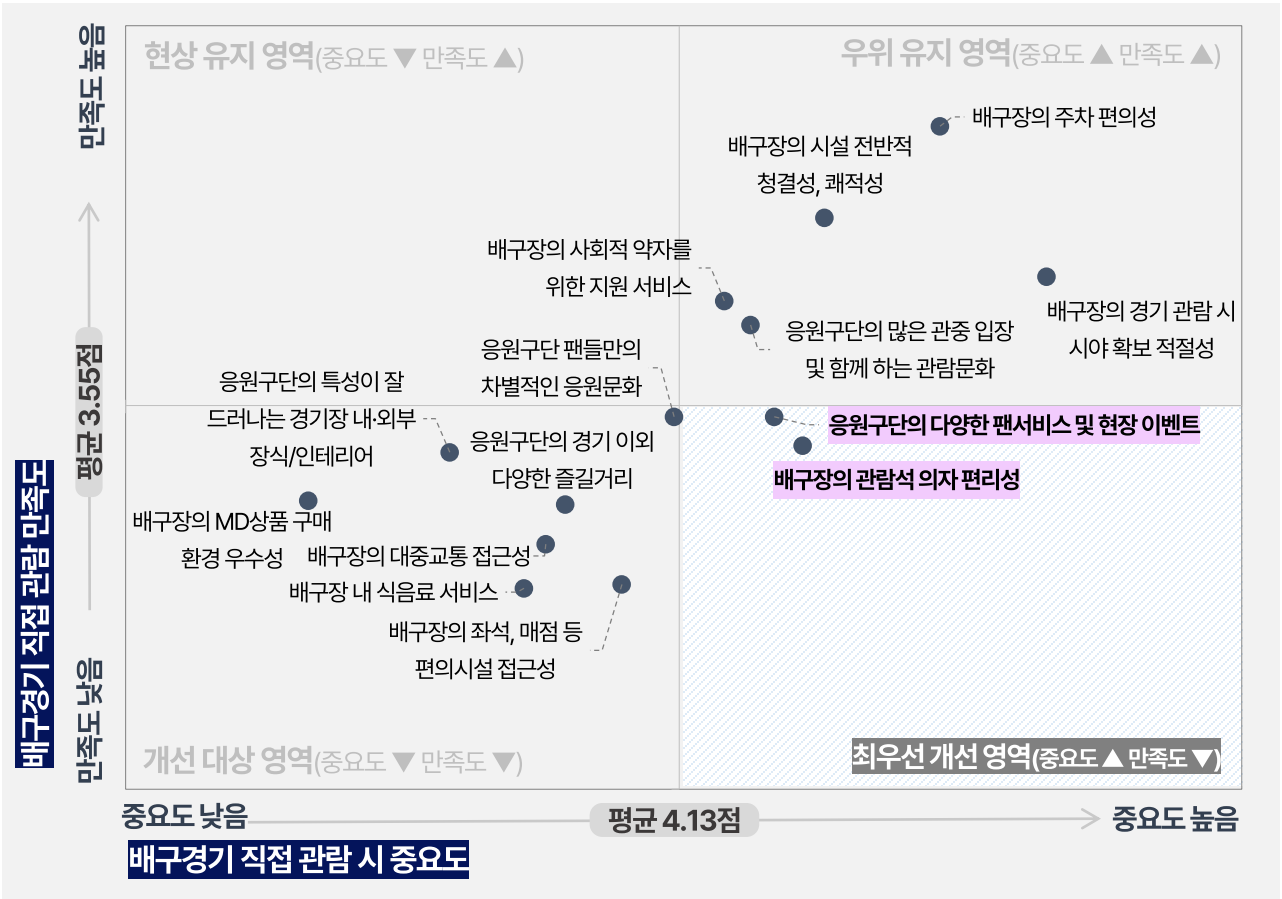
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.11	3.06
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.94	3.22
배구장 내 식음료 서비스	4.20	3.05
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.10	3.34
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.09	3.44

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.34	3.43
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.26	2.90

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

한국도로공사 하이패스

한국도로공사 하이패스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.29	4.02
배구장의 주차 편의성	4.42	4.26
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.54	3.88
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.18	3.81
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.21	3.75

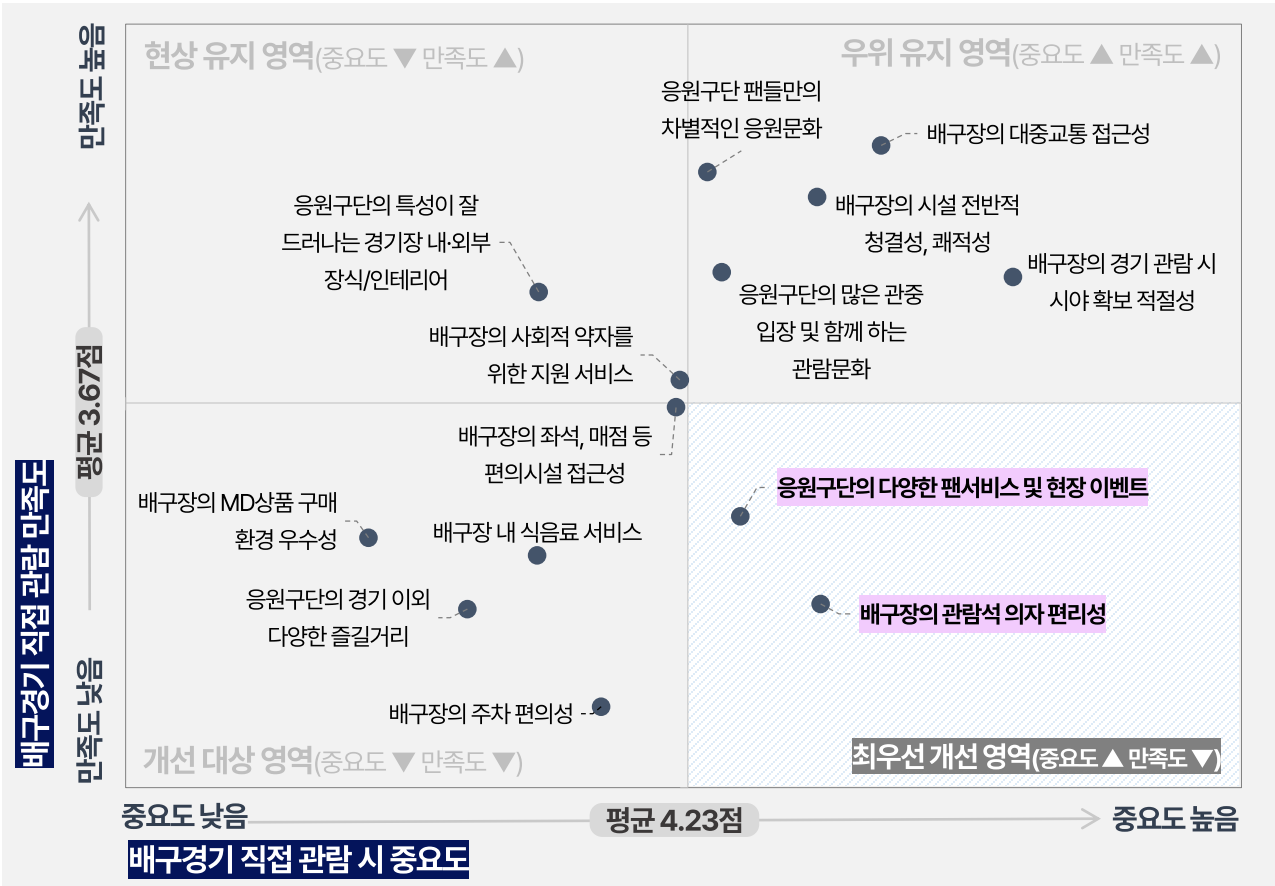
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 대중교통 접근성	3.98	3.20
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.07	3.10
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.71	3.31
배구장 내 식음료 서비스	3.96	3.09
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.00	3.30
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.12	3.52
응원구단의특성이잘드러나는경기장내외부장식/인테리어	3.87	3.43

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.27	3.45
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.24	3.52

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

흥국생명 핑크스파이더스

흥국생명 핑크스파이더스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.22	3.71
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.06	3.85

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.38	4.01
배구장의 대중교통 접근성	4.45	4.10
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.60	3.88
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.27	3.89
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.25	4.05

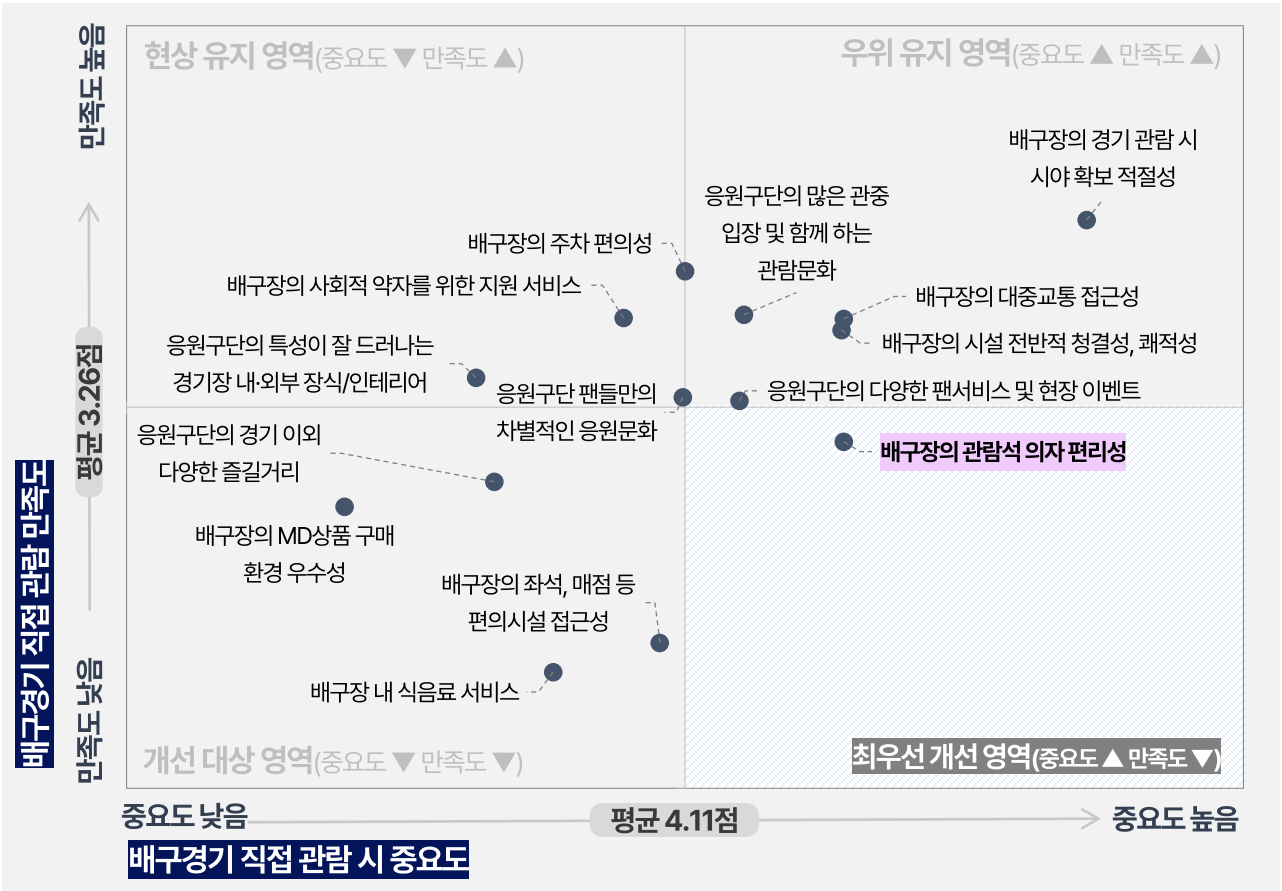
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.13	3.16
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.22	3.66
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.87	3.45
배구장 내 식음료 서비스	4.06	3.42
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	3.98	3.33

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.38	3.34
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.29	3.48

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

현대건설 힐스테이트

현대건설 힐스테이트의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	4.11	3.65
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.04	3.51
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.11	3.29
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	3.89	3.34

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.28	3.48
배구장의 대중교통 접근성	4.28	3.51
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.54	3.80
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.17	3.28
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.17	3.52

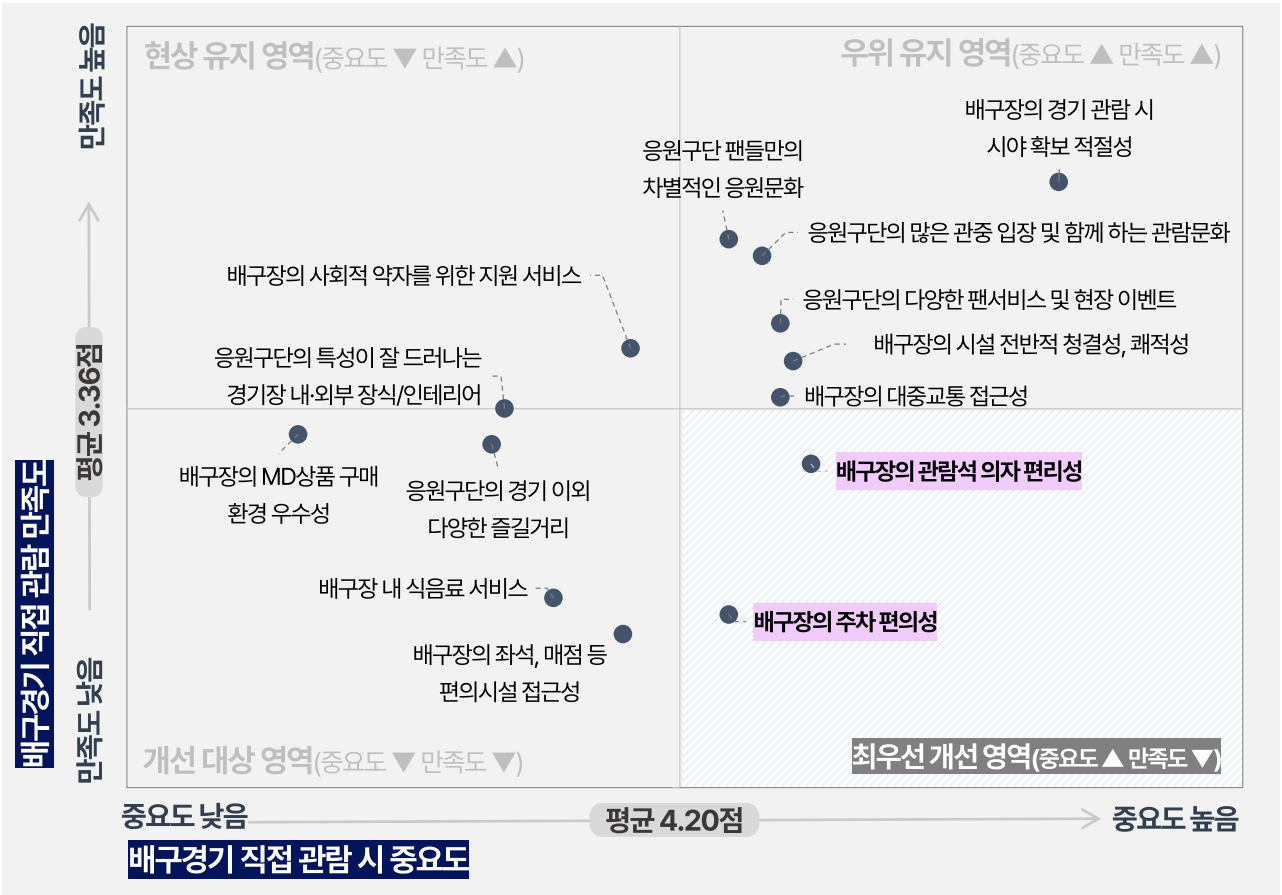
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.08	2.59
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.74	2.98
배구장 내 식음료 서비스	3.97	2.5
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	3.9	3.05

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.28	3.16

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

대전 정관장 레드스파크스

대전 정관장 레드스파크스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 주차 편의성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.15	3.53

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.31	3.49
배구장의 대중교통 접근성	4.30	3.39
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.58	3.99
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.30	3.60
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.28	3.78
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.25	3.83

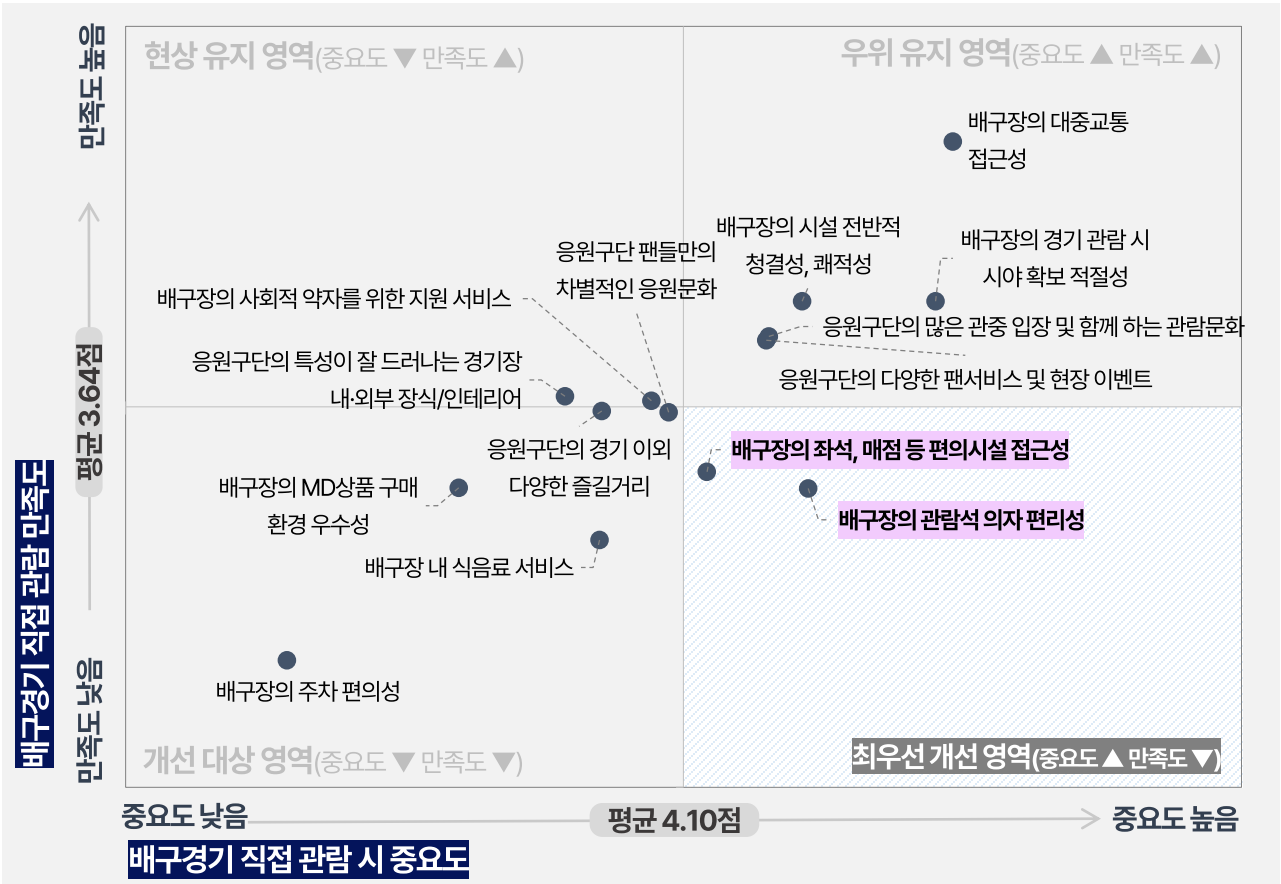
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.14	2.74
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.82	3.29
배구장 내 식음료 서비스	4.07	3.84
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.01	3.26
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.03	3.36

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.33	3.21
배구장의 주차 편의성	4.25	2.79

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

GS칼텍스 서울 Kixx

GS칼텍스 서울 Kixx의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.04	3.66
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	3.88	3.68

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.32	4.02
배구장의 대중교통 접근성	4.61	4.60
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.57	4.02
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.26	3.88
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.26	3.90

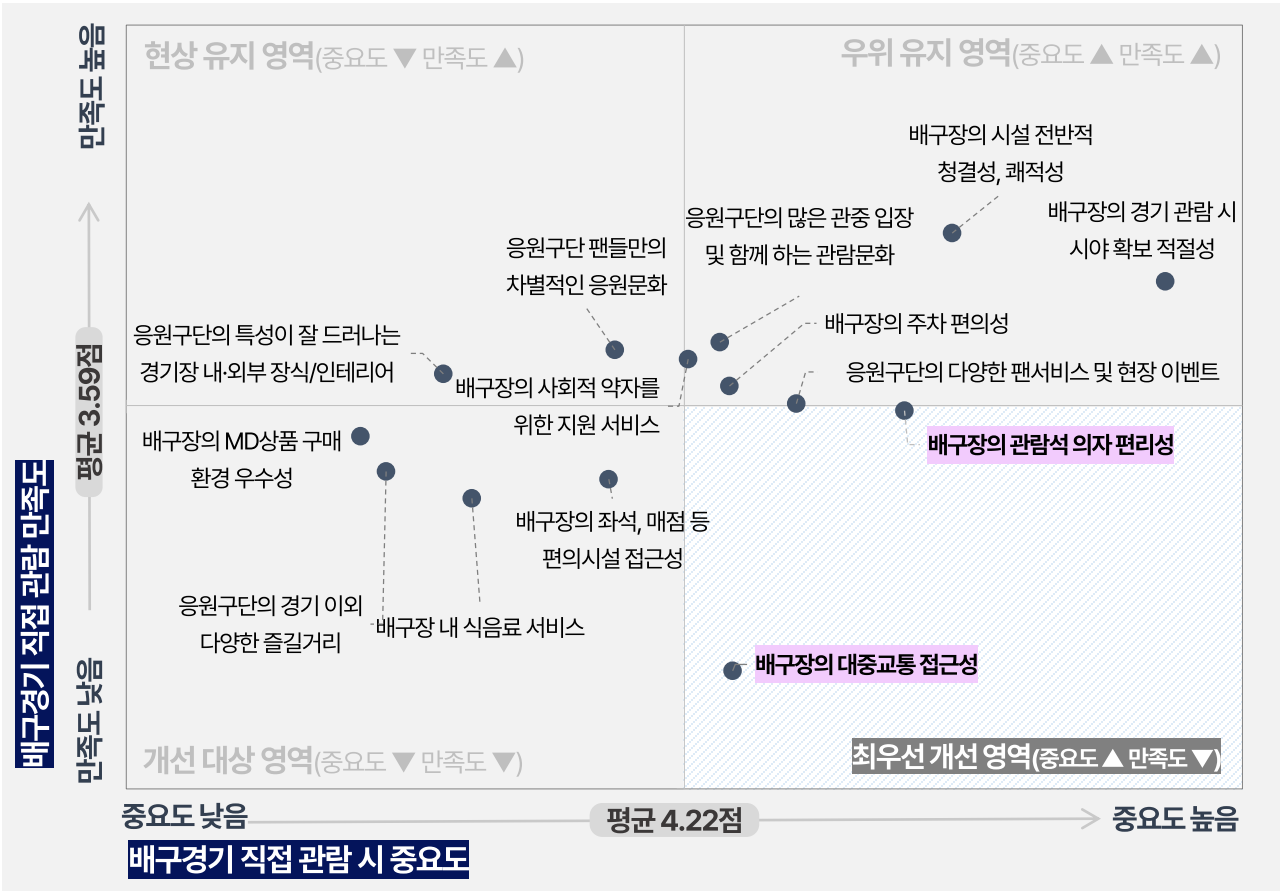
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 주차 편의성	3.35	2.72
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.68	3.35
배구장 내 식음료 서비스	3.94	3.16
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	3.95	3.63
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.07	3.62

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.33	3.34
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.14	3.40

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

IBK 기업은행 알토스

IBK 기업은행 알토스의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 대중교통 접근성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.16	3.79
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.03	3.71

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.44	4.22
배구장의 주차 편의성	4.26	3.66
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.61	4.04
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.22	3.76
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.31	3.60
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.25	3.82

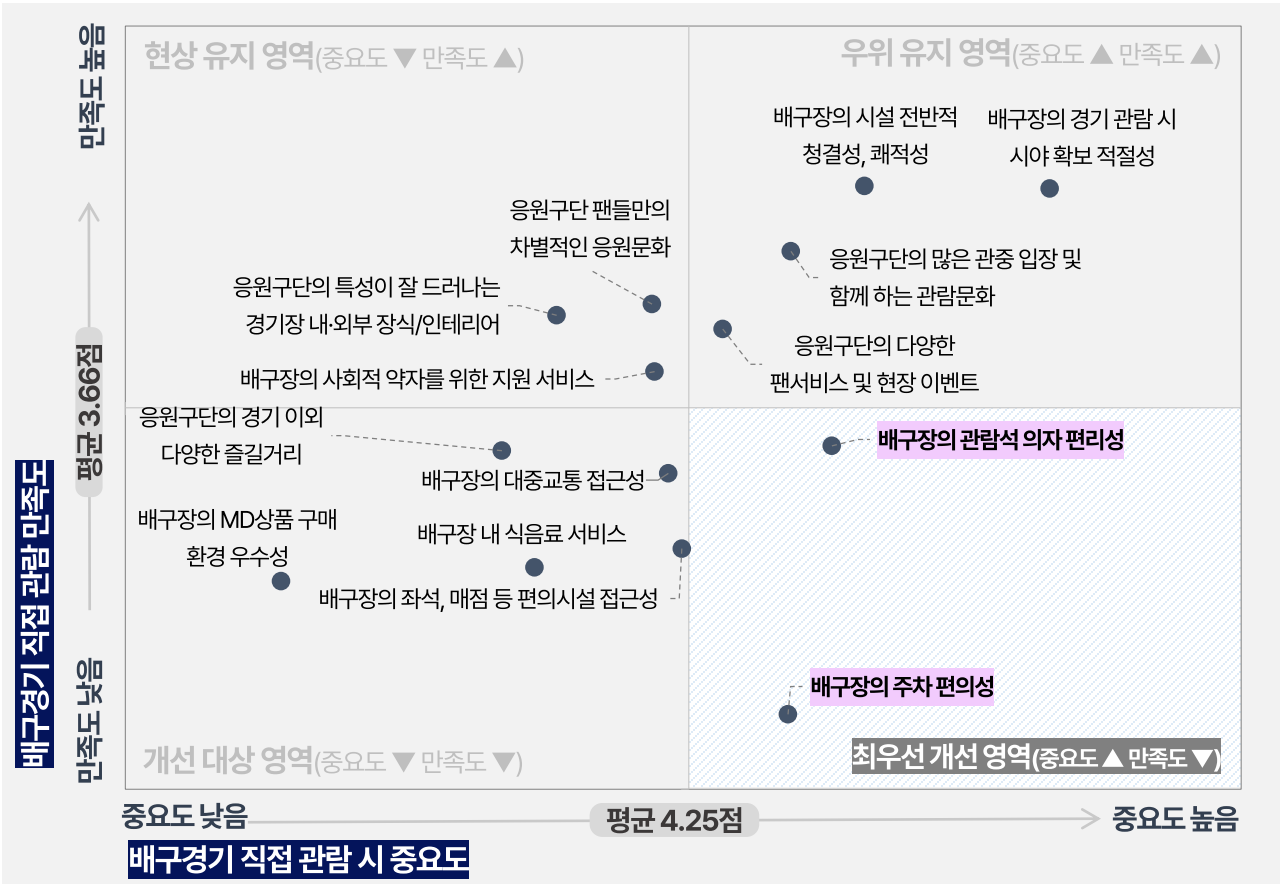
개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.16	3.32
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.96	3.48
배구장 내 식음료 서비스	4.05	3.25
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	3.98	3.35

최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.40	3.57
배구장의 대중교통 접근성	4.26	2.63

경기장 직접 관람 영향력 속성별 중요도 및 만족도 분석

페퍼저축은행 AI PEPPERS

페퍼저축은행 AI PEPPERS의 경기장 직접 관람에 대한 중요도와 만족도 분석 결과, 경기 관람 중요도가 높으나 만족도가 낮은 항목(최우선개선)은 '배구장의 관람석 의자 편리성'과 '배구장의 주차 편리성'임



(단위 : 점)

현상 유지 영역(중요도 ▼ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 사회적 약자를 위한 지원 서비스	4.22	3.73
응원구단 팬들만의 차별적인 응원문화	4.22	3.87
응원구단의 특성이 잘 드러나는 경기장 내·외부 장식/인테리어	4.13	3.85

우위 유지 영역(중요도 ▲ 만족도 ▲)	중요도	만족도
배구장의 시설 전반적 청결성, 쾌적성	4.42	4.11
배구장의 경기 관람 시 시야 확보 적절성	4.59	4.11
응원구단의 다양한 팬서비스 및 현장 이벤트	4.28	3.82
응원구단의 많은 관중 입장 및 함께 하는 관람문화	4.35	3.98

개선 대상 영역(중요도 ▼ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 대중교통 접근성	4.23	3.53
배구장의 좌석, 매점 등 편의시설 접근성	4.24	3.37
배구장의 MD상품 구매 환경 우수성	3.87	3.31
배구장 내 식음료 서비스	4.11	3.33
응원구단의 경기 이외 다양한 즐길거리	4.07	3.57

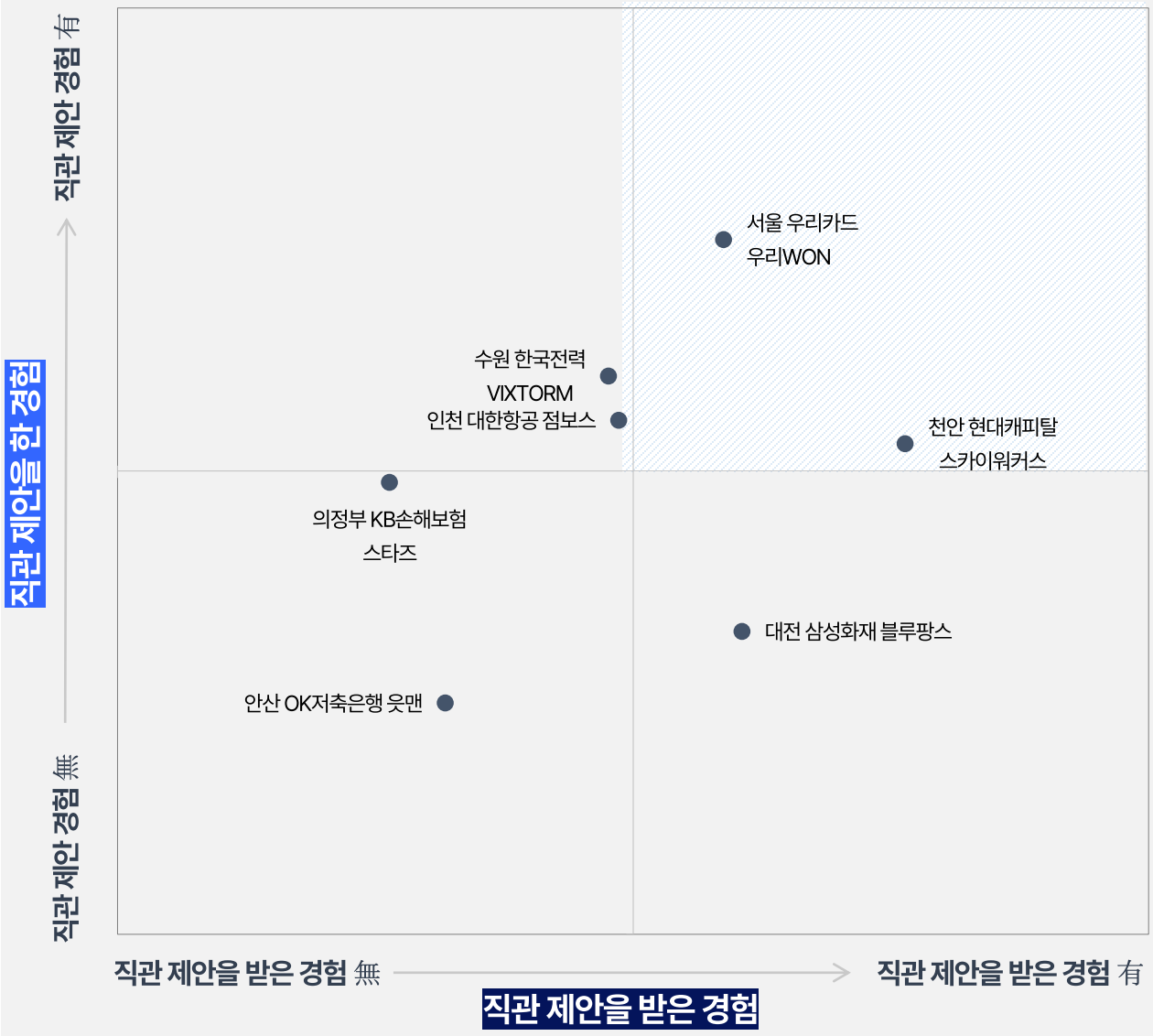
최우선 개선 영역(중요도 ▲ 만족도 ▼)	중요도	만족도
배구장의 관람석 의자 편리성	4.38	3.58
배구장의 주차 편의성	4.34	3.03

경기 직관 제안

프로배구 남자부 직관 제안을 한 경험과 직관을 제안한 경험이 모두 많은 구단은 '서울 우리카드 우리WON', '천안 현대캐피탈 스카이워커스'

- **프로배구 남자부 관람객들의 직관 제안을 한 경험과 직관 제안을 받은 경험을 교차로 살펴보면**
  타인에게 직관 제안을 한 경험과 배구 경기 직관을 제안 받은 경험 모두 있는 관람객이 많은 구단은 '서울 우리카드 우리WON', '천안 현대캐피탈 스카이워커스'
- 타인으로부터 직관 제안을 받은 적이 없고 직관을 제안한 적도 없는 관람객이 많은 구단은 '의정부 KB손해보험 스타즈', '안산 OK저축은행 웃맨'임

프로배구 남자부 구단 전체

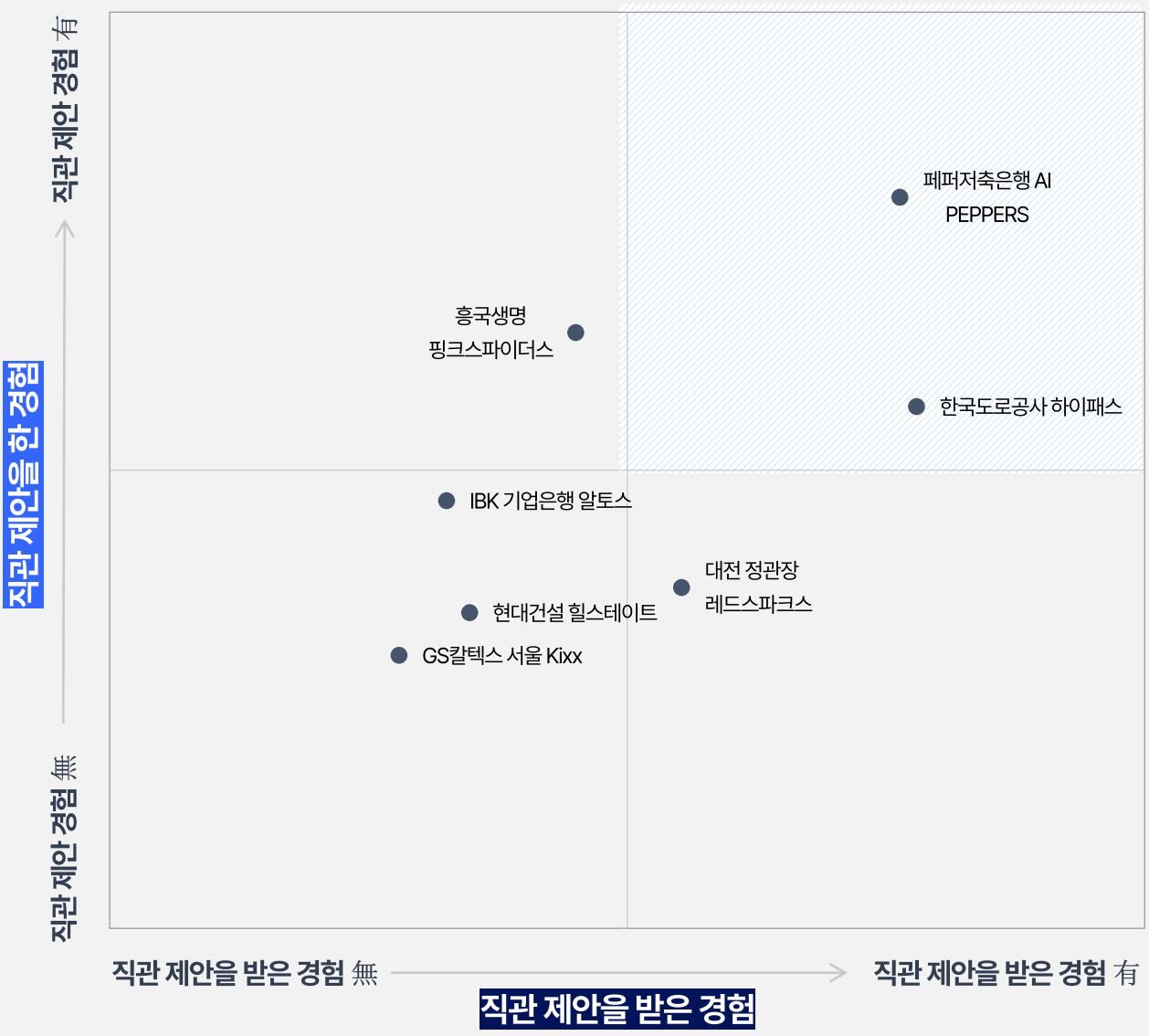


경기 직관 제안

프로배구 여자부 직관 제안을 한 경험과 직관을 제안한 경험이 모두 많은 구단은 '페퍼저축은행 AI PEPPERS', '한국도로공사 하이패스'

- **프로배구 여자부 관람객들의 직관 제안을 한 경험과 직관 제안을 받은 경험을 교차로 살펴보면**
  타인에게 직관 제안을 한 경험과 배구 경기 직관을 제안 받은 경험 모두 있는 관람객이 많은 구단은 '페퍼저축은행 AI PEPPERS', '한국도로공사 하이패스'임
- 타인으로부터 직관 제안을 받은 적이 없고 직관을 제안한 적도 없는 관람객이 많은 구단은 'IBK기업은행 알토스','현대건설 힐스테이트', 'GS칼텍스 서울 Kixx'임

프로배구 여자부 구단 전체



KPSA
한국프로스포츠협회