

# 電子チケットのteket、流通総額30億円・累計220万人突破。ユーザーの行動を分析した結果、約50%がイベント直前に購入



電子チケット販売サービスteket(テケト)の企画開発をする株式会社teket(本社:東京都中央区、代表取締役社長:島村 奨)は、チケット流通総額が30億円を突破、累計利用者数が220万人を突破したことをお知らせいたします。

また、この節目を記念して、2024年1月1日～2024年12月31日の期間に開催された 合計10,881件(3,512団体)のイベントを対象に、電子チケットの購入タイミングに関する調査を実施しました。その結果、**イベント開催20日前～当日に約50%が集中**するなど、紙チケットとは異なる特徴的な購買行動が明らかになりました。

## 調査サマリー

- ・開催1週間前～当日の期間に購入の約50%が集中
- ・前日・当日における購入が全体の約25%を占め、直前購入の需要が高い
- ・購入のゴールデンタイム は「平日12～13時」と「18～22時」
- ・曜日別 では「金・土・日」に約5割が集中

### 調査概要

対象期間: 2024年1月1日～2024年12月31日

集計対象: teket内でのイベント 10,881件 (3,512団体)

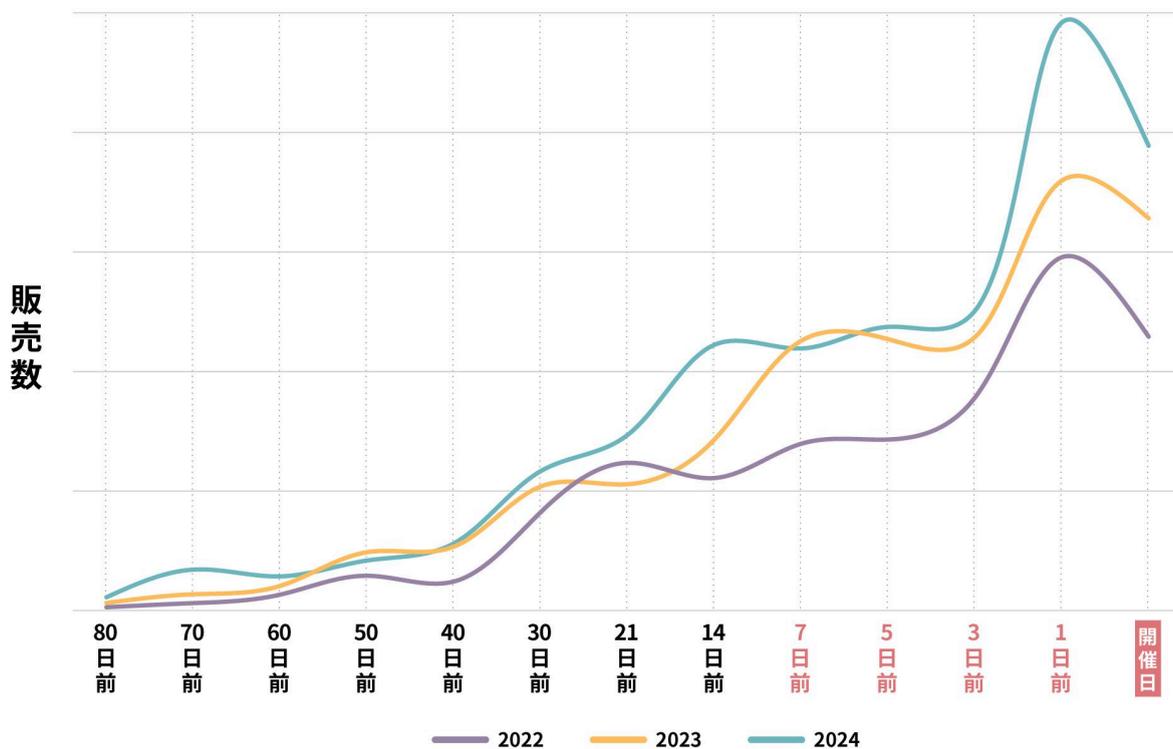
調査ジャンル: 音楽、スポーツ・ウェルネス、アニメ、アート・文化、クラシック、ゲーム、ダンス、パーティー・クラブ、旅・観光、演劇・お笑い、趣味・情熱、食・グルメ、キャリア・ビジネス、ファッション・美容、その他

発表日: 2024年2月26日

発表者: teket

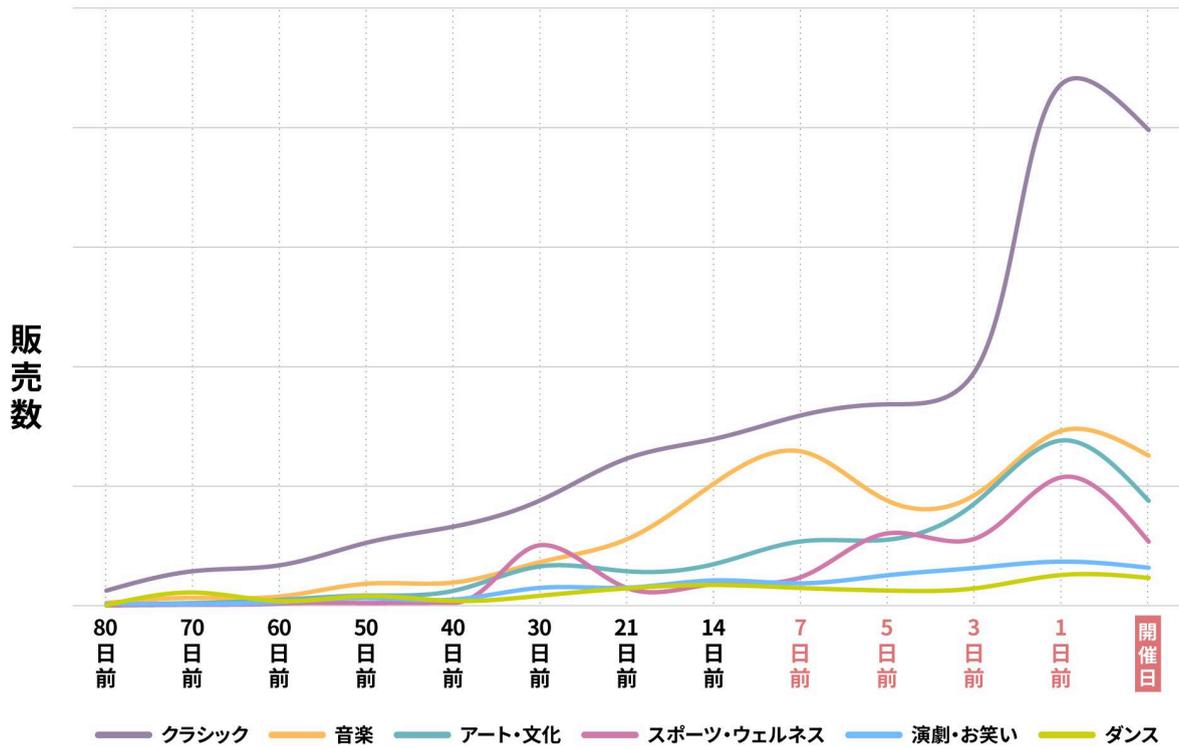
## イベント開催直前に購入が集中

teket 電子チケット販売・管理サービス



イベント開催 20日前から当日にかけて、全体の約50%が購入されていることが判明しました。特に開催4日前～当日の期間では、全体の約25%を占め、「直前でも購入しやすい」電子チケットの特徴が需要を高めていると考えられます。

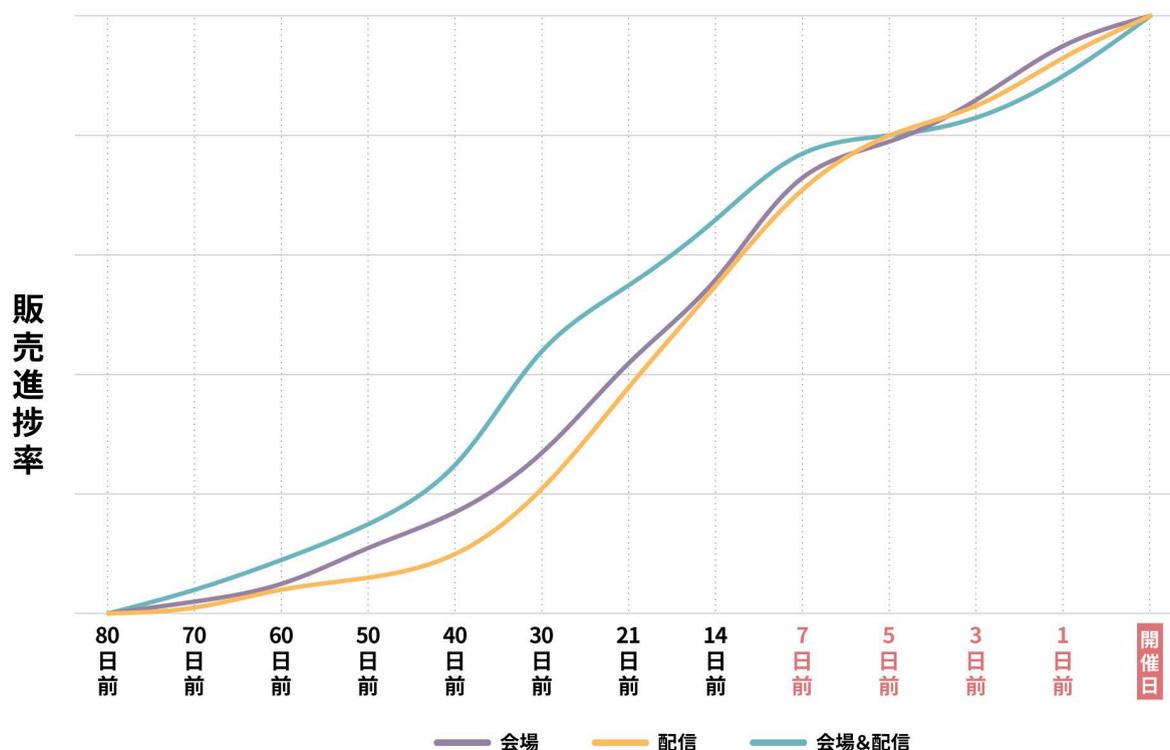
## ジャンルごとの違い



大きな差は見られない一方で、アニメイベントなど「売り切れが見込まれるイベント」では、販売開始直後に購入が集中する傾向が強いことがわかりました。

## ライブ配信のみイベント

teket 電子チケット販売・管理サービス

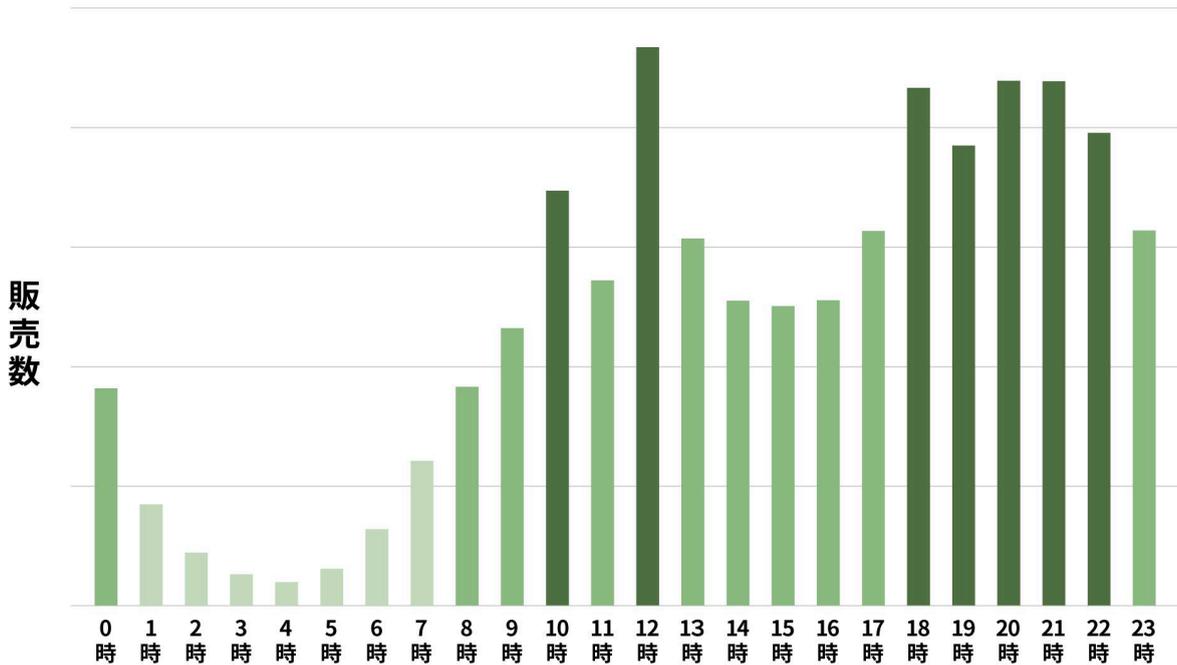


ライブ配信のみのチケット販売状況について分析したところ、前日までに全体の約50%が購入していることが分かりました。さらに当日に約20%が購入。配信開始後1週間のアーカイブ期間においては、約90%まで販売数が伸びる結果となりました。アーカイブ配信によってイベント後も継続的に購入されていることが分かります。

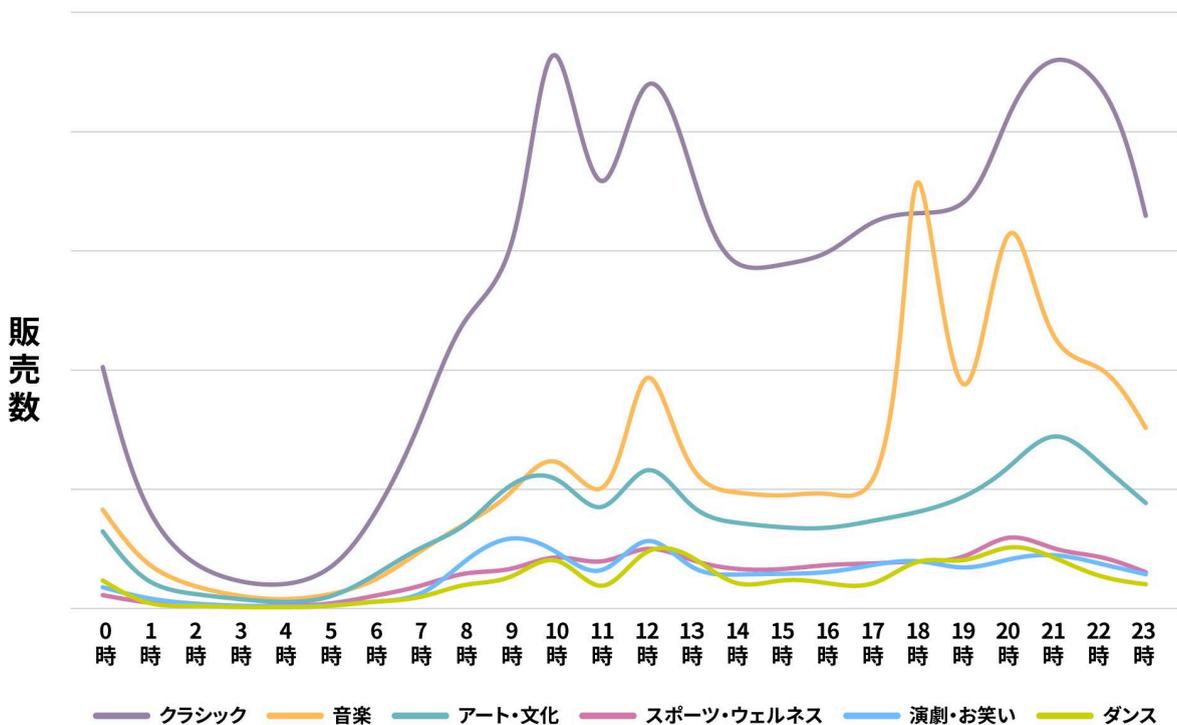
## チケット購入の曜日と時間帯

teket 電子チケット販売・管理サービス





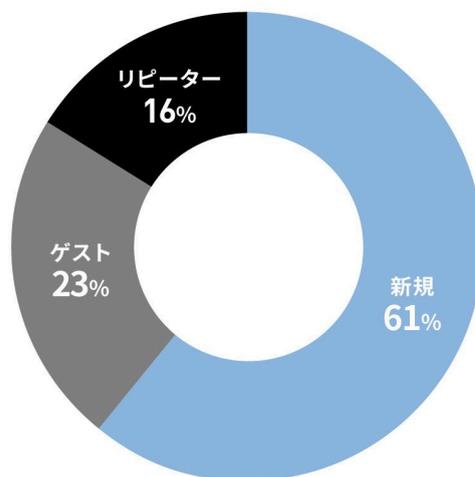
購入の曜日を分析すると、金曜・土曜・日曜の3日間で全体の約5割を占めていることが明らかになりました。また、一日の中では平日のお昼(12~13時)と夜間帯(19~22時)に購入が集中する傾向が確認されています。さらに、ジャンル別に見るとクラシックは9~10時台と21~22時台、音楽イベントは20~21時台にそれぞれ多くの購入が発生するなど、ジャンルごとに顕著な違いがある点も特徴的です。



## リピーターの購入傾向

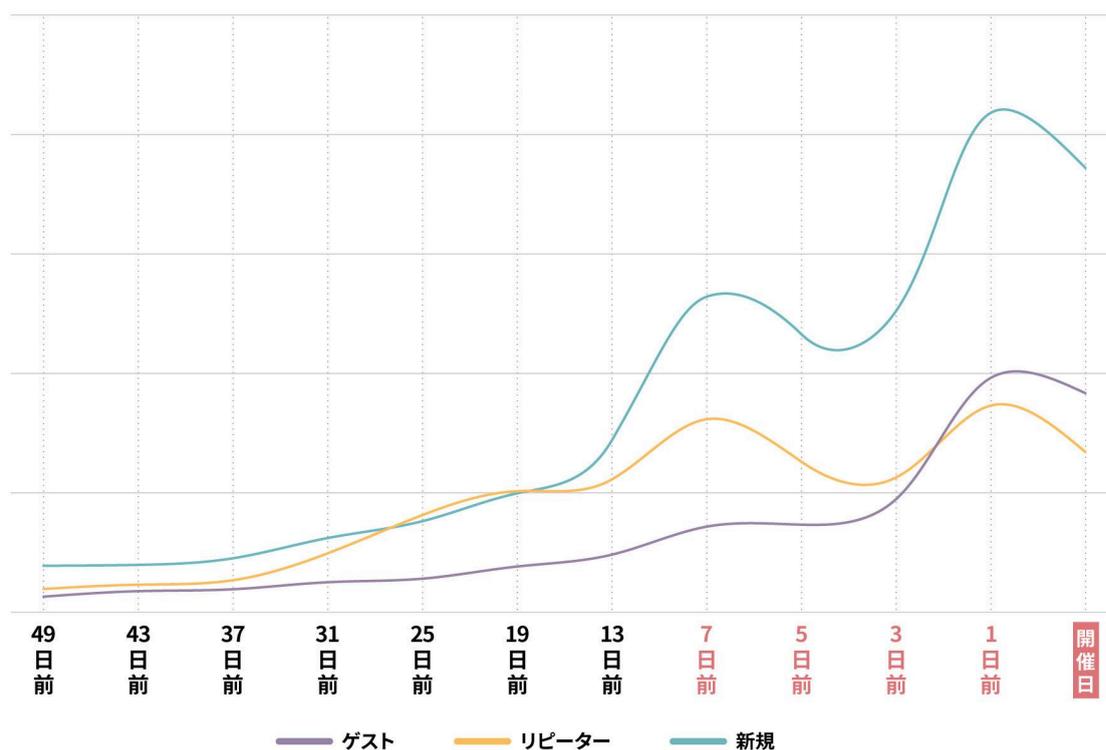
teket 電子チケット販売・管理サービス

リピーターの割合



teket 電子チケット販売・管理サービス

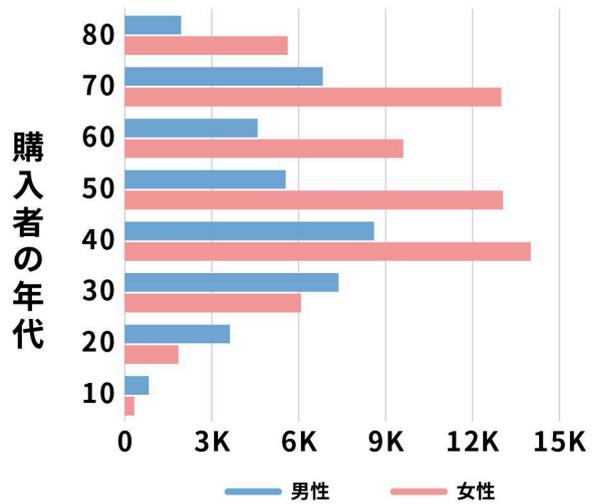
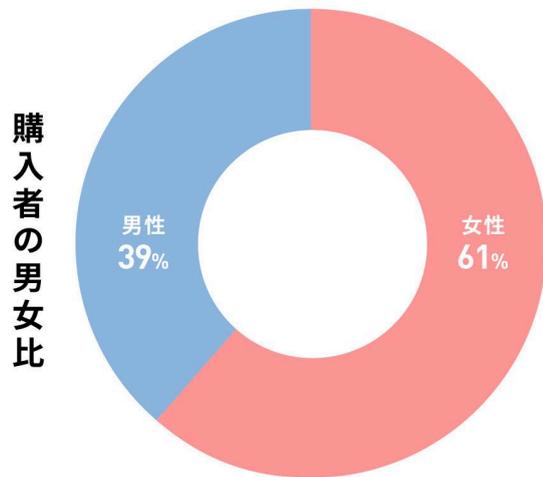
リピーターの購入タイミング



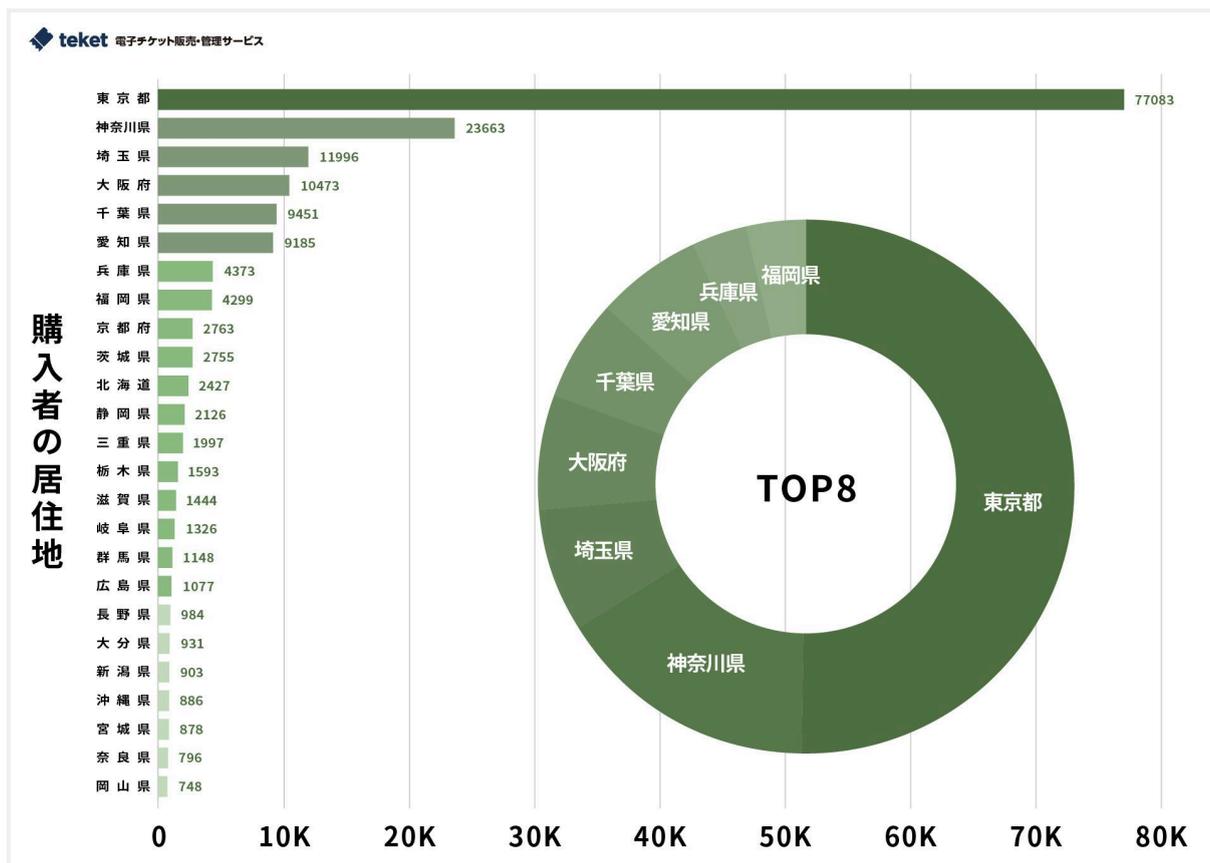
teketで複数回チケット購入しているリピーターは、全体の17%となりました。新規での購入やteketにユーザー登録していないゲスト購入者との購入のタイミングを比べたところ、どのタイミングでも一定数の購入があり、満遍なく購入される傾向がありそうでした。

## teketのユーザー属性

teket 電子チケット販売・管理サービス



ユーザー属性の分析結果では、男女比が女性61%、男性39%と女性の利用が多いことが分かります。年代別では20代から50代までがコア層となっており、全体的に男性よりも女性の利用率が高い傾向が見られます。



購入者の居住地は、東京都が最も多く、神奈川県、埼玉県、大阪府、千葉県、愛知県、兵庫県、福岡県、京都府となっており、関東圏・関西圏での購入が多いです。

## 販促やプロモーションの効果測定ができるteketの電子チケット

teketは、イベントページや団体(主催者)ページの流入を分析できる機能などを備えており、イベントページにて販促やプロモーションの効果測定が可能です。これらの機能は無料でお使いいただけます。

例えば、

- ・平日は夕方、休日は正午くらいにイベントページへの訪問数が多いので、その時間帯でSNSでイベント告知を試してみることにした。
- ・XなどのSNSでイベントの告知を行ったのち、イベントページに訪問したお客様の参照元を確認すると、実際にSNSからの訪問数が多いことが確認できた。
- ・複数のWeb広告を出稿したところ、広告Aより広告Bの方がCV率\*が高く、お客様のチケット購入に貢献していることがわかった。

など、販促やプロモーション施策の検討と効果測定が可能となります。

\*CV(コンバージョン)率・・・チケットが購入された割合

- ト シリアルコード発行
- 123 受取コード設定
- 選択中イベントの管理
- 売上・販売状況
- 販売状況
- 売上状況
- 販売履歴
- 入金待ち
- ギフト履歴
- 受付用QR読み取り
- QR読み取り履歴
- 読み取りテスト用QR
- 団体ごとの管理
- イベント一覧
- メッセージ配信
- 入金履歴・明細
- 団体情報

サマリー **日別の販売枚数** CSVダウンロード

通し券 サブチケット・クーポンを表示

チケット概要	チケット名	券種	販売予定数	販売数	のこり	通常価格	販売枚数推移										
							1/12	1/13	1/14	1/15	1/16	1/17	1/18	1/19	1/20	1/21	
SS席 2日通し券	指定席	100	84	16	15,000	61	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S席 2日通し券	指定席	100	91	9	12,000	68	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A席 2日通し券	指定席	100	63	37	10,000	30	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
すべての合計		300	238	62	-	159	79	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

公演単体券 サブチケット・クーポンを表示

チケット概要	チケット名	券種	販売予定数	販売数	のこり	通常価格	入場済数	販売枚数推移											
								1/12	1/13	1/14	1/15	1/16	1/17	1/18	1/19	1/20			
1/20(土) 10:00 公演分																			
SS席	指定席	271	271	0	8,000	0	134	133	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
S席	指定席	337	185	152	6,800	0	100	65	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
A席	指定席	479	137	342	5,500	0	45	81	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
小計		1,087	593	494	-	0	279	279	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
1/21(日) 10:00 公演分																			
SS席	指定席	271	271	0	8,000	0	124	135	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
S席	指定席	337	218	119	6,800	0	108	91	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
A席	指定席	479	113	366	5,500	0	43	47	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
小計		1,087	602	485	-	0	275	273	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
すべての合計		2,174	1,195	979	-	0	554	552	89	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

▲日別での売上推移を確認

全公演の総売上状況 イベントページ訪問数 **参照元** 団体詳細ページの参照元

全期間のページ訪問数合計: 16,032

当イベント公開日から最終公演終了日7日後までの期間の情報です



参照元 / メディア (上位30件表示) ページ訪問数 / 全体割合 CV率

.com / 参照元サイト	5691 / 64.3%	72.8%
(direct) / 直接アクセス	1090 / 100%	4.3%
google / 自然検索	2564 / 71.7%	6.2%
.jp / 参照元サイト	985 / 11.1%	3.2%
/ 広告	822 / 58.9%	5.5%
.jp/ticket.html / 参照元サイト	658 / 7.4%	3.4%

▲参照元(お客様の流入元)をグラフや数値で確認



### ▲チケット販売枚数推移の確認

この度の調査結果から、SNSなどを活用した継続的なイベント告知、イベント当日に向けて話題を最大化させるアプローチが大切だと考えます。teketでは、販促やプロモーションの効果測定ができる機能など、チケット販促や売上に繋がる機能をご用意しております。

今後もイベント主催者さま、イベント来場者・ファンのみなさまに使っていただけるサービスになるために、一層の機能改善に努めてまいります。

## teketの特徴

teketでコスト削減・収益アップ

- 指定席の設定も簡単
- 電子チケットの発券・譲渡
- ライブ配信のチケットも対応
- チケット購入制限

イベント外収入源の提供

- 複数日の連続公演にも対応
- ペア割・シニア割
- ギフト機能
- BASE・SUZURI (物販)

集客UPにつながるマーケティング機能

- メッセージ配信機能
- シリアルコード招待
- アンケート機能
- 売上・来場者分析

- ・初期費用がかからず、0円から利用可能。
- ・直感的で使いやすいUI設計。複雑になりやすい座席指定チケットも、クリックだけで設定

できる簡単な管理画面。

- ・接触ゼロのQRコード電子チケット。
- ・満足度95%を誇る手厚いカスタマーサポート。
- ・流入経路分析をはじめとした販売データ分析が可能。

## teketの資料ダウンロード

teketの特長やご利用シチュエーション、機能紹介や手数料までの基本情報をすべて網羅した資料をダウンロードする

[PDFリンク](#)

## teketの声

- teket(テケット)開発者 株式会社NTTドコモ 島村奨 インタビュー  
<https://teket.jp/static/interview>
- teket(テケット)ご利用主催者様 インタビュー  
<https://docs.teket.jp/interview/>

## 株式会社teketについて

会社名:株式会社teket

所在地:東京都中央区日本橋人形町3丁目12-10

代表者:代表取締役社長 島村 奨

事業内容:電子チケット販売サービス「teket」の企画・開発

サービスURL:<https://teket.jp/>