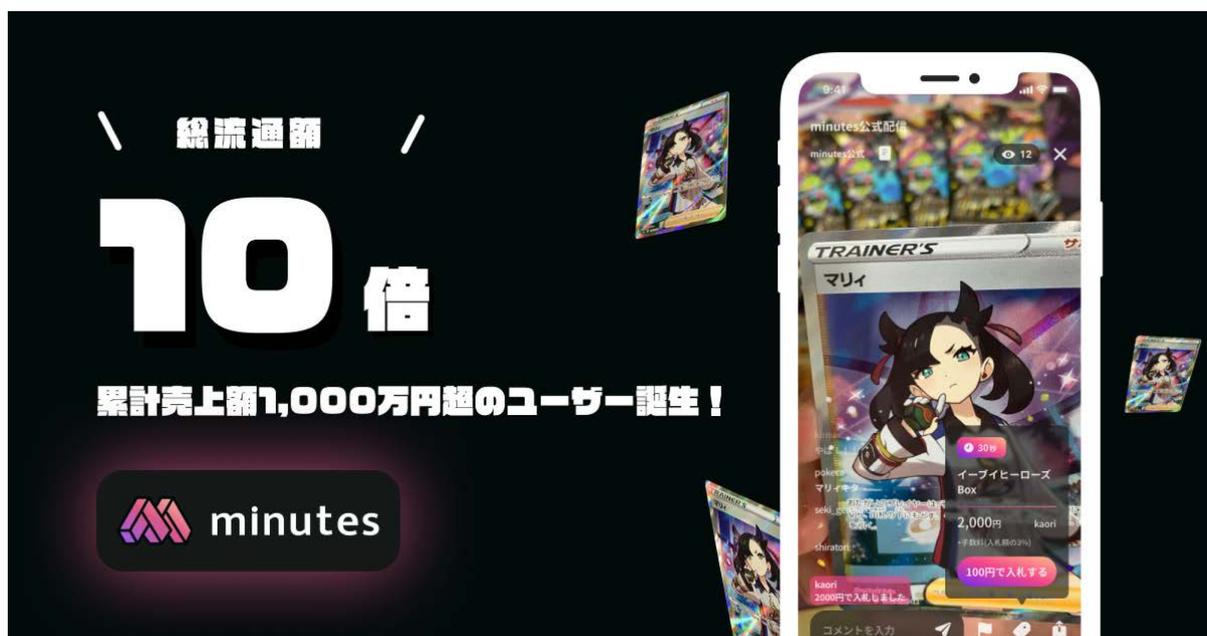


## 日本初の“トレーディングカード特化型ライブコマース”

### 『ミニッツ』半年で総流通額は10倍に成長、 累計売上額1,000万円超のユーザーも誕生！

トレカ購入で失敗経験がある人は75%、その中でユーザー満足度80%を達成。



日本初のトレーディングカード（以下：トレカ）に特化したライブコマースサービス『ミニッツ』を運営する株式会社ミニッツ（本社：東京都渋谷区 / 代表取締役社長：山本 圭樹）は、2021年7月のサービスリリースから半年でGMV（総流通額）が約10倍へと成長、中には累計売上額が1000万円を超えたユーザーも誕生したことをお知らせいたします。

また、「トレーディングカード購入における調査」を公開いたします。

“トレカ購入で失敗経験がある人”は75%以上を占め、オンラインやフリマサービスにおける購入で失敗経験がある人は80%以上存在することがわかりました。その中で、ライブコマースによるユーザー満足度は80%以上を達成いたしました。

#### ■『ミニッツ』の成長と今後について

「ライブコマース」における新たなマーケットプレイス創造に向け、兼ねてより自分も好きだったトレーディングカードに特化したサービスとして『ミニッツ』を立ち上げました。ユーザー審査制の導入や配信企画へのフィードバックなど配信者様と一緒にプラットフォームを丁寧に作っています。それにより、配信数・ユーザー

数が堅調に増加し、サービスリリースから半年でGMVが約10倍へと成長しました。また、累計売り上げ額が1000万円を超えた配信者様も誕生しました。10万円以上の取引も生まれており、ユーザーの高い熱量を肌で感じています。今後は取り扱いカードの拡張や配信者数の更なる拡大を視野に、より多くの方にトレーディングカードの面白さを伝えていければと考えています。

## ■「トレーディングカード購入における調査」を実施



### < 調査結果 >

- ・トレーディングカードの売買において、ユーザーの大多数が店舗やフリマを利用している。
- ・トレーディングカードにおいて失敗経験があるユーザーが75%以上。そのうち80%近くのユーザーがオンラインやフリマサービスにおける購入で失敗経験がある。
- ・ユーザーの主な失敗経験はカードの状態に関するものが多く、次いで詐欺被害が見られた。
- ・ライブコマースでの購入満足度は高く、「購入における安心感」「コマース上で生まれるコミュニケーション」「配信内容」にユーザーは満足している。

### < 調査概要 >

トレーディングカードの購入体験についての調査

調査対象：ミニッツ ユーザー

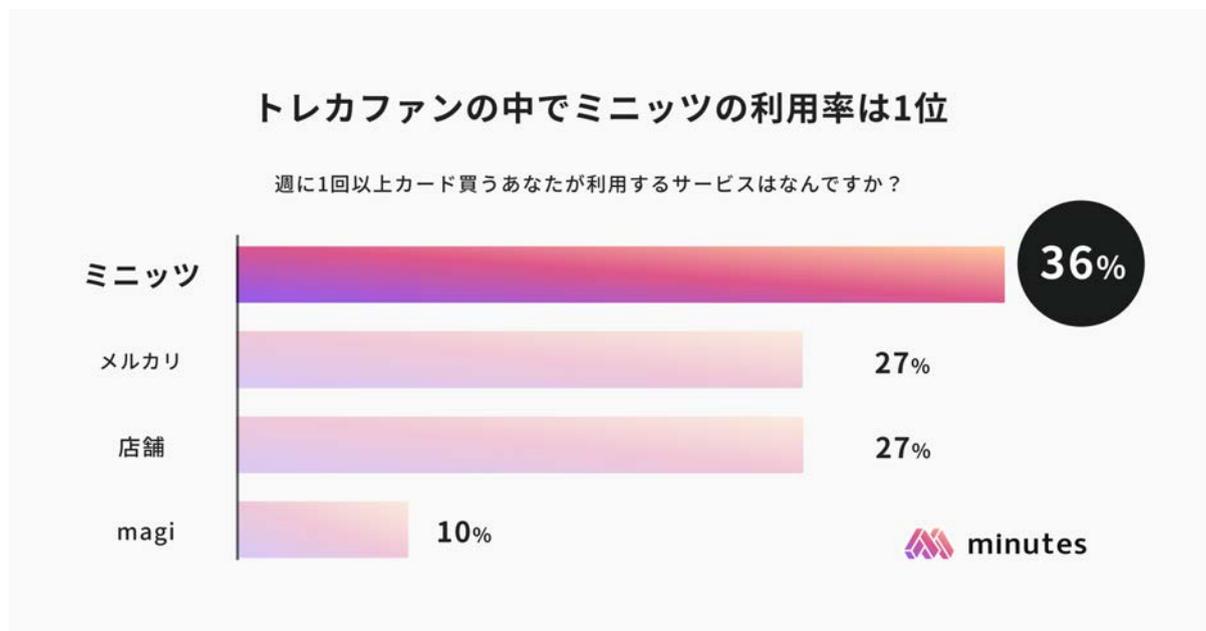
調査期間：3/21～3/25

調査方法：ネットリサーチ

調査地域：全国

回答数：90

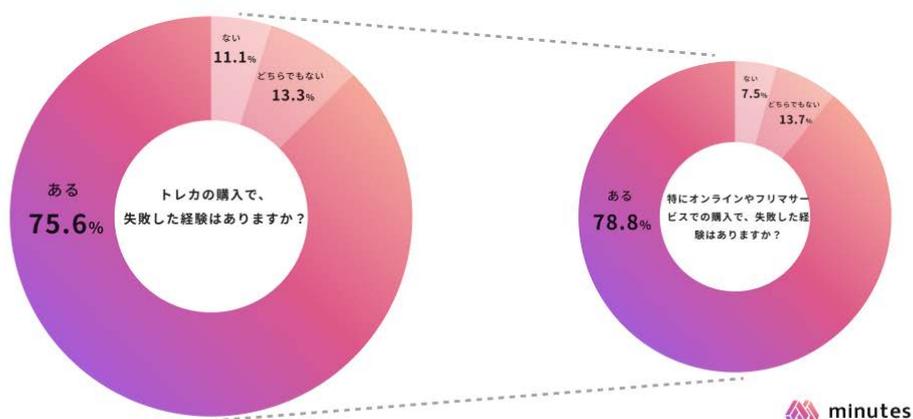
トレーディングカードの売買において、ライブコマース、フリマアプリ、EC、店舗の順に利用頻度が多かった。週に1回以上カードを購入するユーザーの利用率はミニッツ、フリマアプリ、店舗の順となりました。



トレーディングカードにおいて失敗経験があるユーザーが75%以上を占め、オンラインやフリマサービスにおける購入で失敗経験があるユーザーは80%近くいた。

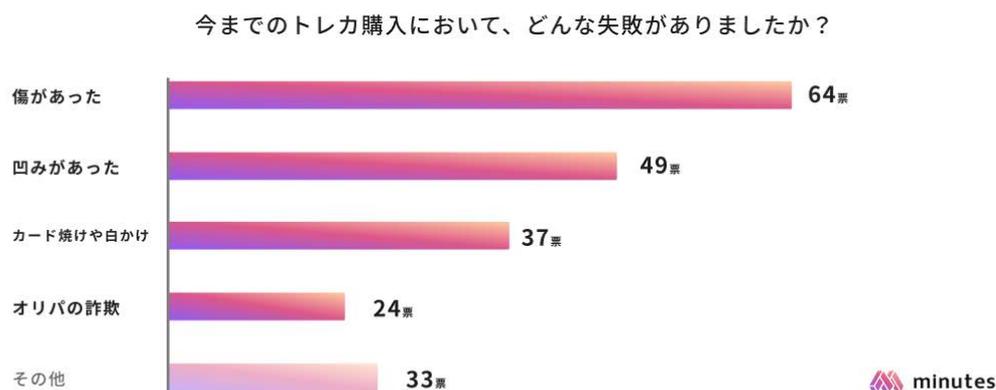
トレーディングカードの購入において、失敗経験があるユーザーは全体の75%以上、そのうち80%近くのユーザーがオンラインやフリマサービスにおける購入で失敗経験がありました。

### トレカ購入の失敗経験はオンラインが最も多い



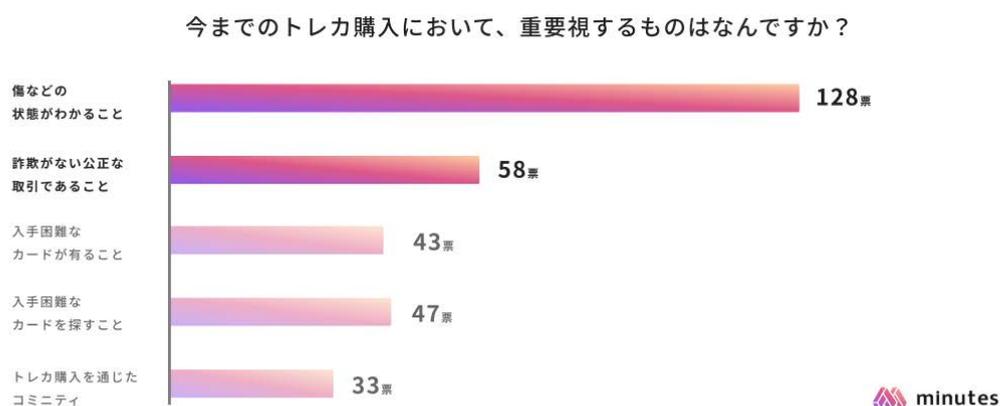
ユーザーの主な失敗経験はカードの状態に関するものが多く、次いで詐欺被害が見られた。主な失敗経験はカードの状態に関するもの「傷があった、凹みがあった、カード焼け、白かけ」で、次いで「詐欺被害」となっていました。

## トレカ購入の主な失敗経験はカードの状態に関するもの



ユーザーが購入において重要視するポイントは、傷や凹みなどの状態確認や、詐欺被害がないこと、入手困難なカードが購入できることでした。商品の状態がカードの価値に大きく影響することから、ユーザーは購入時の状態確認を非常に重要視しています。

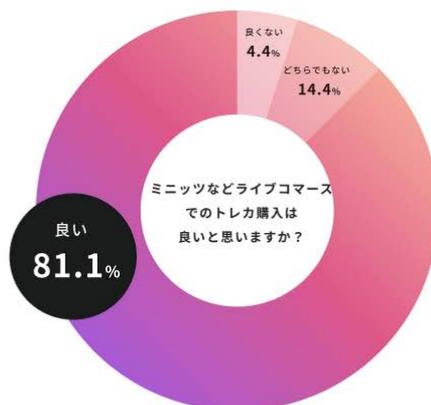
## トレカ購入の主な失敗経験はカードの状態に関するもの



ライブコマースでの購入満足度は高く、「購入における安心感」「コマース上で生まれるコミュニケーション」「配信内容」にユーザーは満足している。

ライブコマースでの購入満足度は80%を越えていました。売買においてユーザーが重要視する点は「配信内容やコマース上で生まれるコミュニケーション」「傷などの状態確認」「購入における安心感」があげられました。

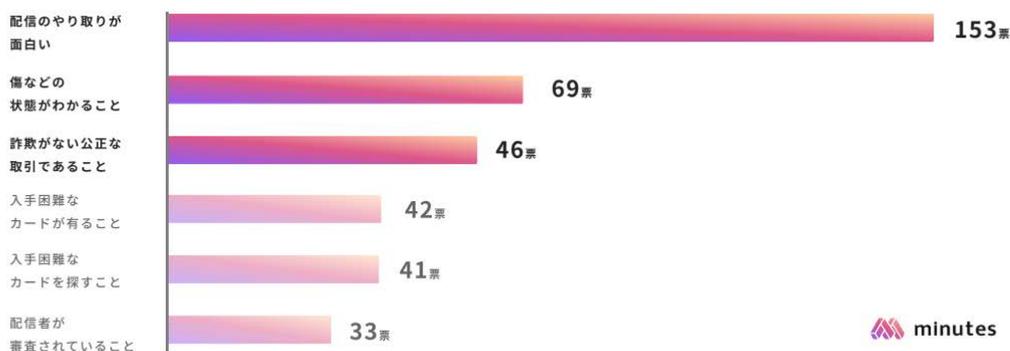
## ライブコマースのトレカ購入は81%が良いと感じている



minutes

## ライブのトレカ購入は安全性とエンタメ性が支持されている

ライブコマース（ミニッツなど）での購買で良いと感じるものをお答えください



minutes

### ■ “みんなで話しながら安心・安全にパック開封配信動画を楽しめる” 日本初のトレカ特化型ライブコマース『ミニッツ』

特徴 1：エンタメを取り入れたライブコマースショッピング体験

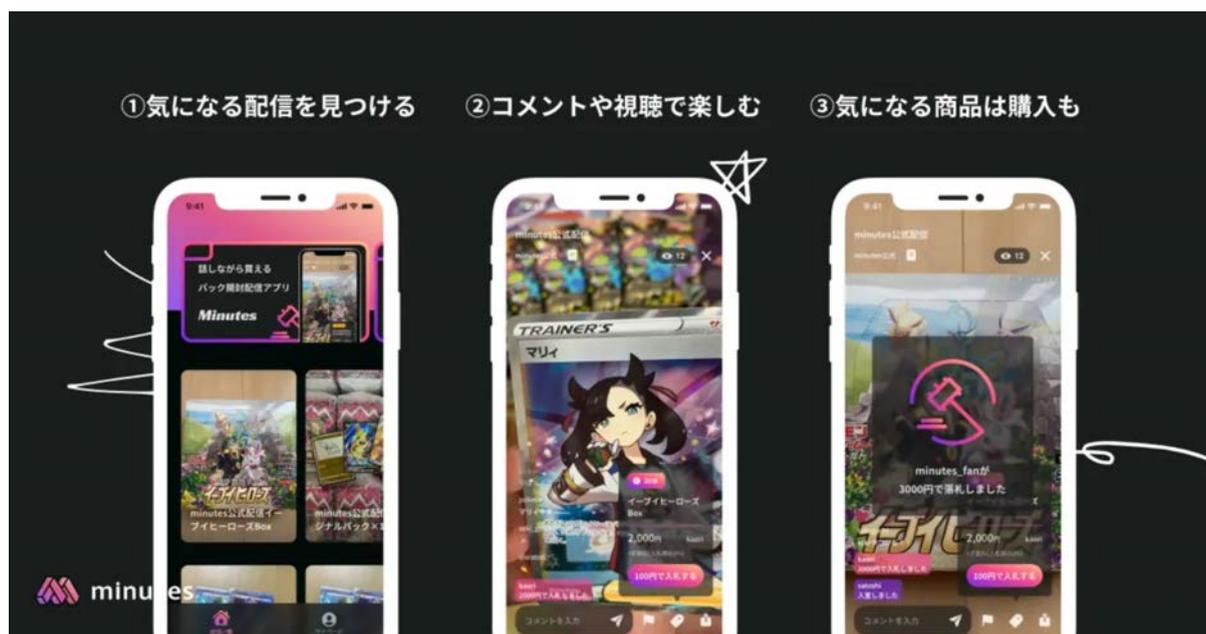
みんなで好きなものを話しながら盛り上がる新しいショッピング体験を提供します。また、専門的知識をもつ配信者とトレカファンがリアルタイムに集まることで、配信者⇔購入者間でのコミュニティが生まれることが「ミニッツ」の魅力です。

### 特徴2：「ライブ」×「審査制」だから、安心安全な取引ができる

トレーディングカードは、カードの傷、角のコンディション、光り方によって、その価値が大きく下落してしまいます。「ミニッツ」ではライブコマースを導入することで、その場で傷の有無を確認でき、気になることはコメントで確かめることが可能です。さらに、安心して利用いただけるように配信者の面談を通じた審査制を導入しています。審査に通った配信者からは身分証の提出をいただいています。

### 特徴3：配信者の人柄が伝わりやすく、コミュニティが生まれやすい

昨今、ネットショップやフリマアプリ等での販売ハードルが下がりがつつあります。その一方で、信頼を集め安定して販売するハードルは上がっています。ミニッツでは、ライブコマースを通して人間性やトレカの専門性を通してファンコミュニティの形成を行いやすいため、配信者にとっても安心安全なプラットフォームです。「ミニッツ」では、日本で普及しづらかったライブコマース市場の拡大に挑戦します。



App Store (iOS版) : <https://apps.apple.com/jp/app/id1583519139>

Google Play ストア (Android版) :

<https://play.google.com/store/apps/details?id=inc.monocari.minutes>

使い方 : [https://www.youtube.com/watch?v=p1To8g\\_GRIU](https://www.youtube.com/watch?v=p1To8g_GRIU)

① アカウント登録完了後、気になる配信者を見つける。

② コメントや視聴でパック開封配信動画を楽しむ。

③ 気になる商品はその場で購入。購入後は配信者が商品をライブ内で即開封するので、購入をしていないユーザーと一緒にファンコミュニティとして盛り上がることができ、視聴するだけでもお楽しみいただけます。

## ■ 会社概要



日本初のトレーディングカードに特化したライブコマースサービス『ミニッツ』を、2021年7月にリリース。2021年12月には、ANRI / スマートバンクCEO 堀井翔太氏, CXO takejune氏 より約5,000万の資金調達を実施。

所在地：東京都渋谷区渋谷2-6-6 GoodMorningBuilding201

代表取締役 CEO：山本圭樹

取締役 CTO：長谷川拓哉

サービス公式サイト：<https://docs.minute-s.jp/>

公式Twitter：[https://twitter.com/minutes\\_card](https://twitter.com/minutes_card)

コーポレートサイト：<https://docs.minute-s.jp/>

---

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ミニッツ 広報担当 / E-mail：[corp@minute-s.jp](mailto:corp@minute-s.jp)