



# 新規プレイヤーを迎え入れる

新規プレイヤーを魅了、獲得、  
支援するための小売店向けガイドブック

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

# 新規プレイヤーを迎え入れる

新規プレイヤーを魅了、獲得、  
支援するための小売店向けガイドブック

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

## 新規プレイヤーを迎え入れる：新規プレイヤーを魅了、獲得、支援するための小売店向けガイドブック

©2014 WIZARDS OF THE COAST LLC.

本書籍はアメリカ合衆国の著作権法によって保護されています。WIZARDS OF THE COAST LLCから特別な書面による許諾を得る場合を除き、いかなる複製および本書に含まれる素材またはアートワークの無断使用を禁じます。

ウィザーズ・オブ・ザ・コースト、マジック：ザ・ギャザリング、Dungeons & Dragons、およびそれらのロゴは、米国およびその他の国において、WIZARDS OF THE COAST LLCの商標です。

弊社ウェブサイト：[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

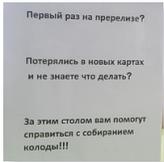
# 内容



新規プレイヤーは、ウィザーズプレイネットワークにとって不可欠なものです。..... 5



新規プレイヤーからの贈り物..... 6



新規プレイヤーをどのように歓迎していますか?..... 9



ハーフデッキを最大限に活用する..... 10



新規プレイヤーのティーチング向けツール..... 11



新規プレイヤーを驚かせたり喜ばせたりするために何をしましたか? 12

簡単なギフトが一生のお客様を作りだす仕組み..... 13



4つの簡単な販促品案..... 15



イベント中、新規プレイヤーをどのように惹きつけていますか?..... 16



バランスを適切に保ちましょう!..... 18

長期の成長への鍵..... 20

# 新規プレイヤーは、ウィザーズプレイネットワークにとって不可欠なものです。



新規プレイヤーを魅了、獲得、支援することは、より堅調なビジネスを形成し、長期間にわたって持続可能な成長を達成することにつながります。

本ガイドブックは、それらの各ステップについて貴店をお手伝いいたします。新規プレイヤーを誘い、参入障壁を減らし、カジュアルから熱心なファンまたはそれ以上に導く方法をお伝えします。

準備はよろしいでしょうか？



# 新規プレイヤーからの贈り物

私の店である[ウォンコズ・トイズ・アンド・ゲームズ/Wonko's Toys and Games](#)での何の変哲もない金曜日のことでした。その日はスタンダードに30人、ドラフトに16人とフライデー・ナイト・マジック(FNM)の参加者数は良好でした。そしていずれのフォーマットにも何人かの新規プレイヤーが参加していました。



第2ラウンドの初めに、新規プレイヤーの1人であるフランク/Frankがこちらにやってきて、店長と話がしたいと言ってきました。文句のひとつも覚悟しながら、私は名乗り出ました。

その後起こったことは、完全に予想外でした。

## 新規プレイヤーは自分を歓迎してくれる店舗を探している

フランクは、自分はこれまで町中を回りながらマジックをプレイしてきたと言いました。しかし、どこに行っても同じことの繰り返しだったそうです。プレイヤーは全員、競技ばかりに夢中になり、ルールに関して質問のあるプレイヤーにかまってくれるような人がいなかったのです。

そして今から2週間前、彼はウォンコズを見つけ出したのです。



## 自分の家とも呼べるべき場所

当店の参加登録用紙に「威嚇行為禁止」の方針が明記されていたのを見て、フランクは気が楽になったそうです。その後、第1ラウンド開始時に通常どおり、決まり事のアナウンスを行いました。

彼はFNMのドラフトでプレイし、そのテーブルマスターが彼に現在のブロックでドラフトする時のヒントを与えてくれ、デッキ構築を手伝ってくれたそうです。

それが2週間前のことでした。そして今晚も別の人たちが同様に接してくれたそうです。彼は「自分の家とも呼べるべき場所が見つかったよ。」とってくれました。



## 前代未聞の提案

その言葉だけでは私を褒め称えるに不十分であるかのように、続けてフランクは、今晚と次回のFNMの賞品に加えるために(私が選ぶ)ブースター・ボックスを3箱購入したいと申し出たのです。

それはもう、びっくりしましたよ。そのような提案をされたことなんてありませんでした。

そこで私も歩み寄り、それらのボックスを原価で販売することを提案しました。彼は同意してくれましたが、それなら購入数を4箱に増やすと言ってきました。

## 全員で大騒ぎ

そこで第3ラウンドが終了した時点で、その場にいる全員に呼びかけました。新たなプレイヤーのおかげで、今晚は参加費を払ったプレイヤー1人に分配される賞品は3パックになったことを発表しました。

全員で大騒ぎになりました。誰かが「何がどうなっているんだ?」と聞いてきました。

私は、皆さんが示してくれたスポーツマンシップとコーチング、そして温厚な態度が、ある人を当店(ウォンコズ)をマジックのための新たな家として認めてくれるまでにしてくれた、と伝えました。

全員が拍手しました。その晩来店していた数人のプロプレイヤーも、この雰囲気があったからここを選んだとってくれました。



その後誰かが、私の家族と、当店の環境が常に楽しく協力的なものであるよう保つかわりのおかげだ、と声を上げてくれました。私も何だか目頭が熱くなってしまい、みんなに感謝を伝えました。

さて、これで正しいことをしていればどうなるか、ということがお分かりいただけでしょうか。他者を尊重し、他の人たちにも同じように他者を尊重することを要求し続けましょう。子どもたちや復帰したプレイヤーにも試してもらえるようにすることです。そうすれば非常に良好なプレイヤー環境を築くことができるようになるでしょう。

そして時には、その環境はあなたを驚かせ、自身を下支えするようになることもあるでしょう。



エリック・ダウ/Eric Dow、[ウォンコズ・トイズ・アンド・ゲームズ/Wonko's Toys and Games](#)

前列: エリカ、レベカ、デニス・ダウ

後列: アレックス・チューン、ブライアン・M、エリック・ダウ

不在: キース・ブラッカード、レイ・リマー



# 新規プレイヤーをどのように歓迎していますか？

英国、チェルトナムの[ゲーム・オン/Game On](#)では、プレイヤーの心を惹きつける秘訣は食べ物にあると信じられています。ここでは新規プレイヤーにケーキを振る舞うことで、仲間として受け入れられることを助けています。

英国にある[キメラ・ブライアリー・ヒル/Chimera Brierley Hill](#)の店舗では、ベテランプレイヤーは自分たちがドラフトで得たコモンやアンコモンカードを、最も新しく参入したプレイヤーにしばしば寄付しています。これにより、新規プレイヤーはとても良い気分になり、店舗との関わり合いをより一層深めるようになります。



# ハーフデッキを最大限に活用する

無料のハーフデッキはマジック:ザ・ギャザリングのティーチングのための素晴らしいツールであるだけでなく、貴店のマーケティング・ツールとしても働きます。

貴店でハーフデッキを活用する方法をご覧ください。

## 熱烈に紹介する

ゲームのデモを行う前に、デッキのお気に入りのカードを数枚見せて熱烈に紹介し、どんなところが好きなのかを共感してもらいましょう。



## 貴店を宣伝する

ハーフデッキに貴店の情報を記したステッカーを貼り、新規プレイヤーが次のFNMへ来店したり、遊び方を知るためのきっかけを作りましょう!

## シンプルに保つ

ルールが正確であるかどうかを心配しないようにしましょう。目的は、マジックは楽しいと伝え、もっと知ってみたいとワクワクさせることなのです。

## 再来店する理由を与える

デモが終わった後、2個目のハーフデッキを渡し、次回のフライデー・ナイト・マジック(FNM)や新規プレイヤー向けのイベントの無料招待を提供しましょう。また、そのプレイヤーには2つのハーフデッキを組み合わせて、スタンダードで使えるデッキを作成する方法を案内しましょう。

## 店舗の外でもハーフデッキを使う

新規プレイヤーが貴店に歩いて入ってきて、デモを頼んでくるのを待つだけではいけません。イリノイ州コリンズビルにある[ディジー・ダグアウト/Dizzy Dugout](#)では、その街の「ハロウィン・ウォーク」の間にお菓子をねだる子どもたちに、ハーフデッキを配っています。

お祭りなど地元のイベント、または潜在的なプレイヤーが集まっていると思われる場所で、ハーフデッキを手渡ししましょう。

## さらにご入用ですか?

無料のハーフデッキのご注文は、WPN担当までご連絡ください!



# 新規プレイヤーのティーチング向けツール

ダウンロードして、新規プレイヤーを常連へと変えましょう！

新規プレイヤーをマジック:ザ・ギャザリングに魅了させるには、まず素晴らしいデモから始めましょう。

弊社がご用意した、数々の無料ダウンロードがお手伝いします！

## デモ用めくり式ガイド

[ゲームの遊び方デモ用めくり式ガイド](#)を使って、直感的に、直接顔を合わせてマジック:ザ・ギャザリングのデモを行い、新規プレイヤーをゲームへ案内しましょう！コピー店に持って行き、ページをラミネート加工してもらい、上辺にらせん綴じを加えれば、何度も何度も使用することができます。



## クイック・スタート・ガイド

[クイック・スタート・ガイド](#)をダウンロード、印刷して、手渡しましょう。ゲームの要点をすべて網羅したきめ細かい内容が体験でき、キーワードと能力の用語集も含まれています！

## ルール参照カード

デモ用のテーブルを用意したら、[ルール参照カード](#)をダウンロード、印刷して、テーブルの上でタップしましょう！



## デュエルズ・オブ・ザ・プレインズウォーカーズ

デュエルズ・オブ・ザ・プレインズウォーカーズに「もう一人の従業員」として仕事をさせましょう。[無料のチュートリアルをダウンロード](#)して、店内にデモ・ステーションを用意しましょう！

新規プレイヤーには、ハーフデッキ、プロモブースター、あるいはエントリーセットをお持ち帰りいただくこと、そして次のイベントに招待することをお忘れなく！



新規プレイヤーにどのようなティーチングを行なっていますか？ [ぜひお聞かせください！](#)



# 新規プレイヤーを驚かせたり喜ばせたりするために何をしましたか？

[ブリッツプラッツ/Blitzplatz](#)のクリスチャン・リートケ/Christian Liedtkeは、店舗のロゴ入りTシャツをプレゼントします。プレイヤーたちは、他の店舗でプレイする際にこのTシャツを着て、自分の本拠地がどこなのかを示します。彼の地域にある店舗群には強固なコミュニティがあり、これもプレイ体験の一部になっているのです。



[ゲーム・オン/Game On](#)のデリック・シーツ/Derrick Sheetsは、次のように語ってくれました。「イベントでは何回も抽選会をやってる。『**From the Vault: Twenty**』を賞品にしたこともある。(中略) 抽選会は素晴らしいよ。くじ引きは素晴らしい。誰でも店舗に来れば無料でとか、イベントに参加すればとか、何かあればいいんだ。5ドル払ってイベントに参加して、ときどきでもプロモカードがもらえれば、きっと気に入ってもらえる。」



# 簡単なギフトが一生のお客様を作りだす仕組み

数年前から、私は[ザッポス/Zappos](#)という新しいオンライン専門の靴販売店についての称賛を耳にするようになりました。

その評判の真偽について興味を持った私は、その店からコンバース・オールスター (Chuck Taylor All Stars) を1足注文しました。注文を確定した後、私はその購入についてツイートしました。

驚いたことに、[ザッポス・カスタマー・サービス/Zappos customer service](#)から即座に返信が届きました。注文品と一緒にサプライズを送りたいので、私のメールアドレスを教えてくださいという連絡でした。私は快く応じました。

翌朝、自宅の玄関先に靴が届いていました。それは予定よりも数日到着が早かったのです。そして一緒にザッポスからのメモが入っていました。それは、今後はVIPカスタマーとして生涯無料翌日配送サービスを進呈しますという内容でした。

## 1つのギフトは、1000の言葉以上の価値がある

この単純かつ予想外なギフトにより、ザッポスは私の生涯の忠誠を得ることに成功しました。



今では、私は靴はすべてザッポスで購入しています。そしていくつかの講演する機会を通じて、私はこれまでこの話を少なくとも500人には聞かせてきました。

この話は、特別なことではありません。

皆様にも、親切にしてもらったことや何気ないギフトを贈られたことにより、そのお店を頻繁に利用するようになった経験があるかと思います。実際、皆様にもそのお客様に何かしてあげたことにより、貴店に足しげく通ってくれるお客様がいるはずです。

それはなぜでしょうか？



## レシプロシティ(互酬性)の力

誰かが自分のために何かをしてくれたら、その恩に対して何か報いなければならないと思うようになります。この心理学的概念は[レシプロシティ\(互酬性\)](#)と呼ばれています。

これを手短かに説明しますと、有益な交流はさらなる有益な交流を生み出すということになります。

では、それは定量化できるようなものなのでしょうか？

## 忠誠心の(低い)コスト

ここで、お店に入店したお客様全員を驚かせて喜ばせようと、1人につき200円をつぎ込むことにしたと仮定しましょう。それが成功する確率はいかほどでしょうか？

もっとも悲観的な見通しを想定して、そのうちの1%のみのお客様が再び来店しようと考えたと仮定します。

100人中1人のお客様に再来店していただくのに、2万円をつぎ込んだ計算になります。お店に再来店してもらえる比率は大したものではありませんが、取得原価はかなりかかっています。

1人の忠実なお客様が、貴店の事業継続期間中にどれほどの金額をお店で費やすのかを考えてみましょう。

このサイトの[貴店を繁盛店に](#)のセクションをご参照いただくことで、ロイヤルカスタマーを増やすために有益な交流を作り出すための方法についてのヒントが得られます。そして、貴店でもレシプロシティの力を存分に働かせるようにしましょう！



ポール・ヘイガン/Paul Hagan、ウィザーズ・オブ・ザ・コースト社 シニア・トレード・マーケティング・マネージャー



# 4つの簡単な販促品案

お客様をお店に呼ぶための販促品として、プロモカードが最適であるのは間違いありません。しかし、プレイヤーはその店舗独自の精神を表す無料販促品をもらうことも喜びます。

Googleで「販促品」を検索すると、お手ごろな値段でオリジナルのブランド入りノベルティグッズの製作を請け負うウェブサイトが無数にヒットします。

Promotional Products Association International (米国)の[調査によると](#) (リンク先は英語・PDF文書)、最も心に残る販促品とは以下のようなものであったとのことです。

身に付けるもの : 41%

筆記用具 : 35%

飲料用食器類 : 19%

また、他の店舗から寄せられた案として、以下のものを紹介します。

ステッカー



ライフ記録用メモ用紙



ブランド入りTシャツ



バッジ



貴店ではプレイヤーを驚かせ、喜ばせるのにどのようなことをしていますか？ [ぜひ貴店のお話と写真をメールでお送りください!](#) 皆さんの声をお聞かせください!

# イベント中、新規プレイヤーをどのように惹きつけていますか？

マット・ヘインズ/Matt Hanesさんより、ご息が初めてトレーディング・カードゲームをプレイした時の体験についてのお話を送っていただきました。



「ジミー/Jimmyはその場では最年少のプレイヤーでした。彼はとても緊張していました。本当のことを言えば私もでした。他のプレイヤーはほぼ全員大人ばかりでしたが、彼らは皆ジミーの楽しげな姿に注目していました。」



私たちは構築済みのエントリーセットを改良したデッキでプレイしていました。自分たちの中ではなかなか良くできていると思っていました。二人でプレイしていた時は、結構強かったのです。私たちは文字通り**コテンパン**にやられてしまいました。

しかし、その場にいた皆さんが私たちに手を差し伸べてくれたのです。ある人は、ジミーが持っていたデッキをより改良するために使えるカードの束を提供してくれました。そして、次にイベントに来た時に使うための、より競技向けのデッキをプレゼントしてくれました。また、別の人が彼にシャツとおそろいのサイコロをプレゼントしてくれ、彼は喜びのあまりずっと腕を上下に振り回し続けていました。

そして私たちの順位が29人中の27位に決定した後、入賞した人たちが集まってジミーに自分たちのワッペンとさらに多くのカードの束を提供してくれました。彼は他のプレイヤー全員にとってのマスコットのような存在となり、今ではチャンスがあるたびにプレイしたいと思うようになりました。

1日中ほとんど負けっぱなしでしたが、彼は一生ものの楽しい時間を過ごしたのです。」



# バランスを適切に保ちましょう!

2つの素晴らしいWPN店舗が、「友好的な競技」を完成させた方法

長年使われてきた公式があります。競技的なプレイでは、上位のプレイヤーに賞品を集中させる。友好的なプレイでは、賞品を広く分配する。

では、競技的な環境では、どのようにして友好的なプレイを奨励できるのでしょうか？ また、友好的な雰囲気を保ったまま、どのようにして競技を奨励できるのでしょうか？

2つの店舗が答えを見つけました。彼らが行なっている方法をご覧ください。

## バトルゾーン/Battlezoneの革新的なくじ引きプログラム

[バトルゾーン/The Battlezone](#)は、フロリダの小さな街で、盛況なマジックコミュニティを築き上げてきました。8か月の間に、彼らは50人を越える新規プレイヤーを招きました。これはその店のプレイヤー基盤の60%近い数字です。

主催者のカイル・ハルヴーセン/Kyle Halvusenは、この成功の大部分は彼らの革新的なくじ引きプログラムのおかげであると言います。このプログラムは、新規プレイヤーとのつながりを保つ一方、常連との連絡を絶やさない助けになっているのです。

### その仕組みについては以下の通りです。

プレイヤーが負けた1ゲームにつき、1枚のくじチケットを発行します。(2-1でマッチ勝利=チケット1枚、1-2でマッチ敗北=2枚) その夜の終わりに、順位による通常の賞品とスポーツマンシップ賞に加えて、プレイマット、デッキボックス、スリーブが当たるくじ引きを行います。

このことがプレイヤーの休みの夜に「いい感じ」の瞬間をもたらし、初めて訪れたお客様、特に若い方とつながりを持つ機会を得られると、カイルは言います。

彼は「身長はどれくらい？」と聞いて、1インチ(約30cm)につき1枚のチケットを渡します。

「このとき、つながりが生まれます。そして、また来て、また来て、また来てくれるのです」



## エース・コミックス/Ace Comicsの「オープン・ピック」

オーストラリアのブリスベンにある[エース・コミックス/Ace Comics](#)のフライデー・ナイト・マジック(FNM)では、各プレイヤーには最低1パックが保証されます。ポイントは、パックが開封されていることです。

### その仕組みについては以下の通りです。

FNMの参加者が12人であったとします(8月8日がそうでした)。店は賞品のプールに12個(プレイヤーあたり1個)のブースターを加え、それを開封しておきます。3ラウンドが終わった後、プレイヤーは順位にしたがってブースターを選びます。上位4人は2個目の、開封されていないブースターがもらえます。

この2つの事例で最も重要なのは、賞品の問題を「全部」にせずに対処していることです。

今週のFNMでお試してください!



# 長期の成長への鍵

昨夏、[リバーシティ・コミックス&ゲームス/River City Comics and Games](#)のフライデー・ナイト・マジック(FNM)は急成長しました。

『**Modern Masters**』の流れを受けて、オーナーのジョセフ・シャイブ/Joseph Scheibはモダン・フォーマットへの新たな関心の大きさを感じ取り、FNMをモダンに切り替えました。すぐに、参加者数は昨年夏比で77%の増加を記録しました。

しかし切り替えの後、彼は深くやり込んでいるプレイヤーのみの要望を満たすだけで、新しいプレイヤーを惹きつける機会を失っていることに気づきました。

---

“「今プレイヤーがいることは素晴らしいのですが、ゲームを成長させるためには、新しいプレイヤーが入りやすいものにする必要があるのです」——ジョセフ・シャイブ、リバーシティ・コミックス

”

---

一方で、この店舗のモダンのプロツアー予選が225人の参加者を記録していたころ、ジョセフはFNMの常連である父親のひとりから相談を受けていました。彼の10歳の息子がマジックを楽しんでいるものの、FNMで苦戦している。

「同じくらいの年齢のプレイヤーと対戦しているときは、彼はうまくやれています」とその父親は言いました。

そこで2人は互いに力を合わせて、あるひとつの共通の解決策にたどり着きました。より若いプレイヤーに合わせた、入門レベルのイベントです。



## 新しいプレイヤーのための、新しいモデル

彼らのアイデアは、若いプレイヤーのために快適な環境を維持しつつ、「トーナメント」の感じを維持することでした。

その目標を念頭に置いて、彼らはイベントをデザインしました。

- 参加費2ドル（「これで彼らは、トーナメントに参加している、と感じられるようになります」）
- ささやかな賞品（「これで彼らは、プレイする目的を得られます」...一方で、ベテランの興味を惹くことはありません）
- キッチン・テーブル程度のルール適用度（「これで彼らは、圧倒されることがなくなります」）
- イベントは2か月に1回（「彼らの両親たちも圧倒したくはありません」）

## いい感じに合わせる（みんなに対して）

最初のイベントの参加者は8人で、そのうち数人はFNMに戻ってきました。ジョセフによれば、これは大きな成功です。

彼の見立てでは、もし8人のプレイヤーが参加するイベントごとに1人の新しいゲーマーを生み出せるなら、それは**長期にわたるプレイヤー基盤の維持**へ大いに役立つことになるといいます。

さらに重要なのは、これは素晴らしい体験であり、若いプレイヤーが友達と会い、大好きなゲームを見つけられる、プレッシャーの少ない環境であるということです。結局のところそれが、まさにジョセフのやりたいことなのです。

「もっと友好的で、のんびりしたイベントを運営したいと思っています」と彼は言います。

## 明るい未来

ジョセフと若いプレイヤーは、ともに次のイベントを楽しみにしています。そして彼らが多く来ることによって、ジョセフは店舗の長期にわたる成長を楽しみにすることができます。

どのようにして、若いプレイヤーのための素晴らしい体験を作り出していますか？ [WPNStories@wizards.com](mailto:WPNStories@wizards.com) までご意見をお送りください。



[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

