



『カジュアル・プレイも全力で』

カジュアル・ゲームの場を設け、育み、実らせるための、店の皆さまへのガイド

WPN.Wizards.com

『カジュアル・プレイも全力で』：カジュアル・ゲームの場を設け、育み、実らせるための、店の皆さまへのガイド

©2015 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



「カジュアル・プレイ」とはどのような意味でしょうか？

私たちには明確な指針がふたつあります。ひとつは「イベントの構成」(ラウンドや賞品)、そしてもうひとつは「イベントの雰囲気」(ユーモアに溢れ、スポーツマンシップにちた空気であること)です。

本ガイドブックは、それらふたつの指針をたせるよう貴店をお手伝いいたします。カジュアル・プレイがどういったものなのか、そしてなぜそれが大切なのかを解し、さらにそれを活かして成功をめた店の事例も載いたします。

貴店でもカジュアル・イベントを始めませんか？



容

「カジュアル・イベントを開催しよう：日々こつこつと

新規のお客のうち最大75%を再来店させる	6
カジュアル・イベントが育んだ「ゲームズ・アカデミー/Games Academy」	7
新規のお客を引き寄せるイベントを作るための3つの奇 なアイデア	10

カジュアル・イベントを開催しよう：フライデー・ナイト・マジック

これで貴店のフライデー・ナイト・マジックへの参加者も15倍に	14
フライデー・ナイト・マジックをより良いものに	17
ある店 のフライデー・ナイト・マジックの盛り上げ方	21
フライデー・ナイト・マジックを盛り上げる3つの方法	23

カジュアルな雰 気作り：賞品の有効利用

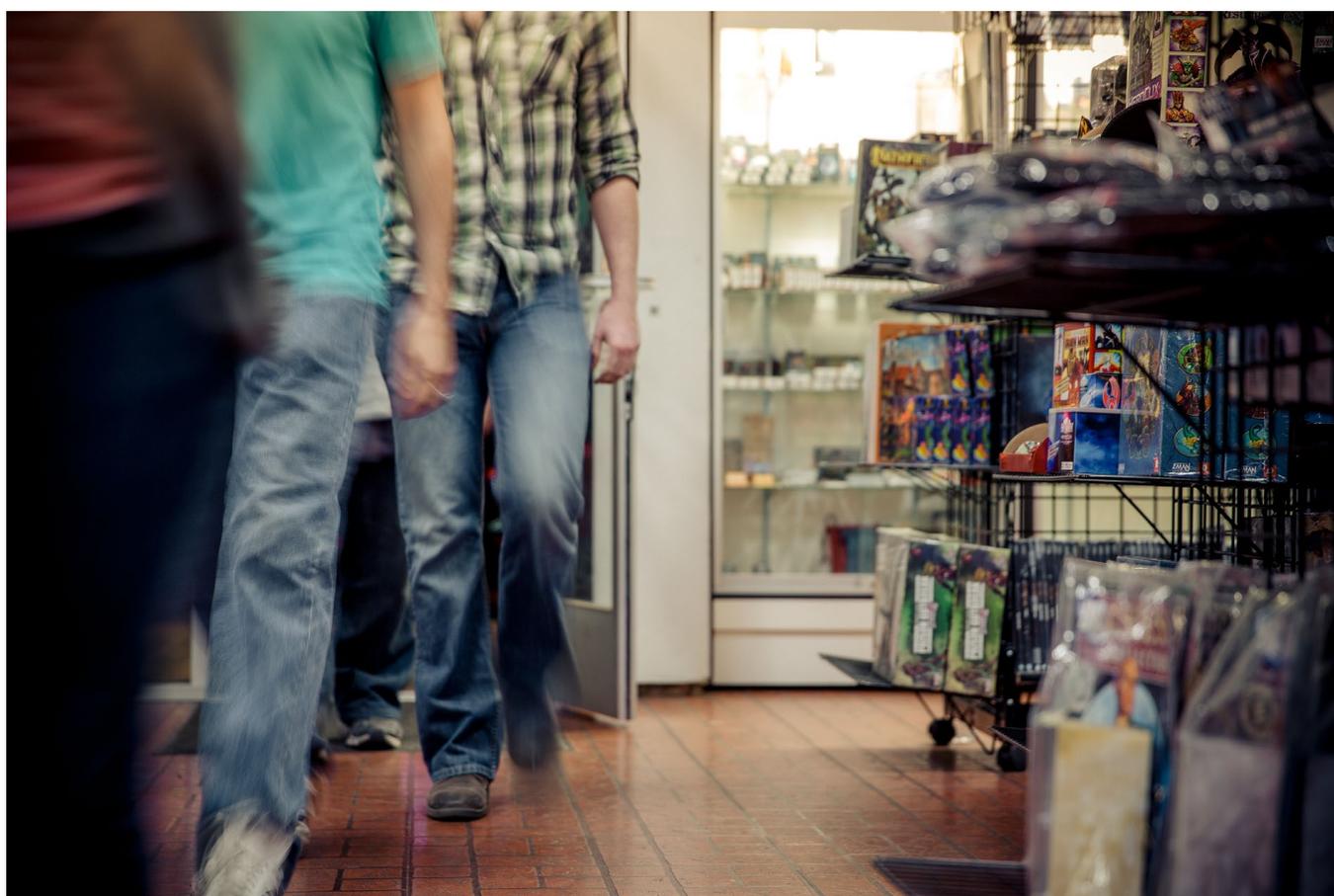
最高の賞品を用意する方法	27
世界最高の盛り上がりを見せるフライデー・ナイト・マジックの 幕	28
「こうして、私たちのプレリリースはまったく新しいレベルへ引き上げられました」	32
賞品を豊かにする3つのアイデア	37

カジュアルな雰 気作り：スペースの有効利用

実店 が通販に勝るひとつの糸口	42
実店 が通販に勝つには	46
「アルマダ・ゲームズ/Armada Games」流の感謝祭	47



カジュアル・イベントを開催 しよう：日々こつこつと



新規のお客のうち最大75%を再来店させる

その方法をご紹介します



カジュアル・イベントが育んだ「ゲームズ・アカデミー/Games Academy」

8年ほど前、ファビオ・ツッカリニ/Fabio Zuccariniが「[ゲームズ・アカデミー/Games Academy](#)」という店を開いたとき、彼は競技イベントをこの店の売りにしたくない、という想いを胸に秘めていました。

その代わりに、彼はカジュアル・フォーマットでの店イベントに力を入れました。統率者戦やコモン限定構築からエントリーセットや「デュエルデッキ」を使ったものまで、広々としたゲーム体を用意したのです。



ファビオの考えはシンプルでした。それらのフォーマットでイベントを開けばお客が参加しやすく、同時にマジック:ザ・ギャザリングの新商品を宣伝するのにも役立つのです。

エントリーセット・リーグ

「ゲームズ・アカデミー」の方針をよく表しているのが、この「エントリーセット・リーグ」です。

新セットが登場するたびに、ファビオはリーグ戦を始めます。参加者たちはその新セットのエントリーセットを使って戦い、試合に負けたときに追加できるブースター・パックもそのセットのものだけです。

ファビオはこのリーグ戦で開けられたパックをすべて記しています。彼はこのイベントが間違いなく健全に進むよう配慮し、プレイヤーにはカジュアルな雰囲気プレイするようめているのです。

MONDAY	Commander / League
TUESDAY	Intro Pack / League
WEDNESDAY	Standard
THURSDAY	Commander / Casual
FRIDAY	Commander / FNM + Standard / FNM
SATURDAY	Booster Draft



1日1カジュアル

この店の1週間のイベントカレンダーを見てみると、「1日1カジュアル」が見事に達成されています。

月曜日には統率者戦のリーグ。火曜日はエントリーセット・リーグ。水曜日はスタンダード。木曜日はカジュアル統率者戦。金曜日は統率者戦でのフライデー・ナイト・マジックとスタンダードでのフライデー・ナイト・マジック。土曜日はブースター・ドラフト。

どのイベントでも、ファビオは新規プレイヤーに配慮して賞品を平等に配っています。参加者は少なくとも1パックを持ちれるのです。

またモダンやレガシー、ヴィンテージなど「ベテラン向け」のフォーマットは、グランプリ・トライアルやプロツアー予備予選など大型の競技イベントに限っています。

その効果は予想以上でした

2014年、ファビオはおよそ200個のエントリーセットと80個の『統率者(2014年版)』のデッキを売り上げました。彼の店は、イタリアで最も早くアドバンスプラス・レベルに到達した店のひとつとなったのです。

今ではファビオが新しくリーグ戦を開催するたびに、25人～30人の参加者が集まっています。また彼は、月少なくとも8人の新規プレイヤーを迎え入れています。

フライデー・ナイト・マジックの仕組みがわりカジュアル・フォーマットでの開催が可能になったことで、彼のカジュアル・プレイを中心にしたビジネスはさらなる成長を見せました。

過去5年間と比較して、「ゲームズ・アカデミー」はマジックの商品売り上げを10%伸ばしました。カジュアル・イベントの運に力を入れたファビオは、それが正しいことだと確信したのです。



新規のお客を引き寄せるイベントを作るための3つの奇なアイデア

貴店では、新規プレイヤーを引きむためにどんなイベントを開いていますか？「友だちを連れて来よう」キャンペーン？ ティーチングイベント？ それらもなかなか効果的で、信頼できるアイデアです。しかし多くのWPN店が、これまでとは違った工夫を凝らした方法で新規のプレイヤーを引きこんでいるのです。

今回はその中から3つの店をご紹介します。

1. 「お母さんといっしょにマジック」

ときおり、子どもの大好きなゲームに興味を持つご親もいます。しかしイベントへの参加はなかなか踏み出せないものです。その一方で、ご親がマジックの愛好家で、子どもと一緒に遊びたいと思っている人もいます。

そこで、「[ザ・ゲームボード/The Gameboard](#)」が開催する「お母さんといっしょにマジック」なら、どちらのお客も楽しめます。これは母親とその子どもがチームを組み、別のチームと双頭巨人戦でマジックを楽しむイベントです。

ですがひとつだけ、特別なルールがあります。マジックの熟練プレイヤーがチームで相談する場合は、パーマネントをひとつ生け贄に捧げなくてはならないのです。

オーナーのリン・ポーチェン/Lynn Potyenは、特に面白かった試合のエピソードを振り返ってくれました。あるチームが大きく不利な況の中、そのチームの子どもが生きるすべを見つけました。その子はリスクを受け入れてパーマネントを生け贄に捧げることを選び、母親を生かしたのです。

「なんとそれが功を奏し、彼らは勝利したのです！」



2.マジック・バースデーパーティ

今年の3月、マジックに熱中する子どもを持つご親が、マジックをテーマにしたバースデーパーティを開いて欲しい、と「コミックス・トゥ・アストニッシュ/Comics to Astonish」のオーナー、キーガン・コンラッド/Keegan Conradにアイデアを持ちました。

このアイデアを聞くなり、店長のレイ・ニー/Ray Neelはすぐにパーティを手配しました。「うちの店で、この家族のプライベートパーティを開いたんです!」

「[コミックス・トゥ・アストニッシュ](#)」はプレゼント用の製品とパーティの進行役を準備し、ご親がケーキとアイスクリームを用意しました。3時間にわたって盛大に行われたマジックをテーマにしたプライベートパーティは大成功に終わり、幼いプレイヤーの最高の思い出になりました。



初めてマジックに触れた子どもたちの多くが、その後もFNMに参加してくれていると、キーガンは言います。

「何年も前に、私たちも同じようにマジックと出会い、同じように思い出を重ねていったのです」

3.地元のお祭とマジック

4年にわたりミネソタ州に店を構える「ドリーマーズ・ヴォルト/Dreamer's Vault」のジェイソン・ウェブスター/Jason Websterは、[ミネソタ・ルネッサンス・フェスティバル/Minnesota Renaissance Festival](#)とのがりを作り、その会場でブースター・ドラフトを開催しました。

このドラフトの参加費は、フェスティバルの一般の入場料に含まれています。フェスティバルの運側がドラフト用の製品を用意し、ジェイソンは賞品の準備と、スリーブやデッキボックスのようなサプライ品の販売を受け持ちました。

ルネッサンス・フェスティバルのおかげで、老若男女を問わず 々なお客 が新たに店に来てくれた、とジェイソンは言います。

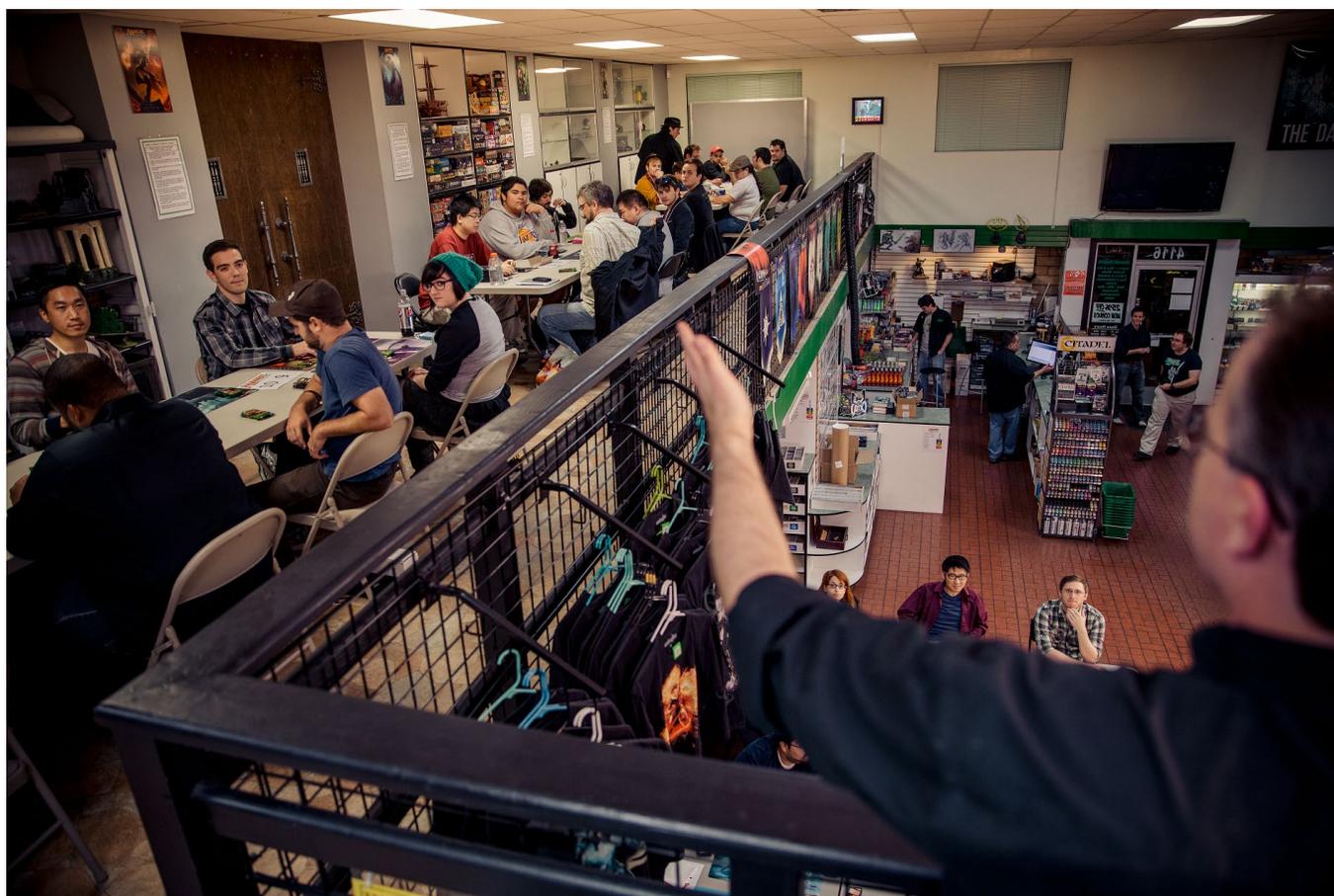
「それまで開催した中で、一番幅広い年層が参加してくれたイベントだったと思います。店の名前を広めるのに、絶好の機会でした」

地元のお祭でマジックを広めるために：

- ・ お祭りを運 するマーケティング部門とコンタクトを取る
- ・ 天候の悪化に備えて、予備の場所を確保しておく
- ・ お祭りの雰 気を損ねないようにする ([コンピューターもプリンターも使わない](#))
- ・ 店 で使えるクーポンを発行する
- ・ ルールは厳格にせず、「キッチンテーブル」のレベルで行うこと



カジュアル・イベントを開催 しよう：フライデー・ナイト・ マジック



これで貴店のフライデー・ナイト・マジックへの参加者も15倍に

週金曜日は、え切れないほどのプレイヤーたちがかけがえのない体を共有するために集まります。人と顔を合わせて遊ぶマジックは、長きにわたるこのゲームの醍醐味です。

そして、彼らの集まる先には、フライデー・ナイト・マジックがあるのです。



実に94%の人が、家でマジックを楽しむ

マジックのプレイヤーのうち、店に足を運んで他の人と顔を合わせて遊んでいるのは、わずか6%に過ぎません。

これこそ、私たちがフライデー・ナイト・マジックの改革を行った理由なのです。これからは、「他の人と一にマジックを楽しみたいけれど、気楽に遊びたい」というプレイヤーたちを店に引きむきかけができるでしょう。



カジュアル・プレイから入った新規プレイヤーのうち75%がマジックを続けている

新規プレイヤーには、最初はフリープレイやティーチング・イベント、多人戦などに触れさせて、敷居を下げてあげましょう。早速、今回のフライデー・ナイト・マジックから取りかかるのもいいでしょう。

ただし、存のプレイヤーをないがしろにしていい、ということではありません。



フライデー・ナイト・マジックはどんなフォーマットでも開催できる



「パンデモニウム・ブックス・アンド・ゲームズ/Pandemonium Books and Games」では、モダンから Pauper (コモン構築)、カジュアルなフリープレイまで、あらゆるプレイヤーに向けてフライデー・ナイト・マジックを開いています。

Standard	6PM
Pauper	7PM
Modern	8PM
Commander	UNTIL 10PM
Casual Magic	ALL NIGHT

「パンデモニウム・ブックス・アンド・ゲームズ」

「パンデモニウム」のように 々な形でフライデー・ナイト・マジックを開催することで、存のプレイヤーを 足させつつ新規プレイヤーのための入り口を用意することができるのです。

貴店でもぜひ、今週木曜日の申請受付終了までに、[6月のフライデー・ナイト・マジック](#)にカジュアルなフォーマットを追加してみてください。



フライデー・ナイト・マジックをより良いものに

2015年1月9日、「[ンデモニウム・ブックス・アンド・ゲームズ/Pandemonium Books and Games](#)」が開催したフライデー・ナイト・マジックに71名の参加者が集まりました。そのうち25人はスタンダードを楽しみ、29人はモダンで遊びました。

そして、りの17人は、フライデー・ナイト・マジックをより良いものにする新たな取り組みに挑戦したのです。

イベントスケジュールを見直す



2015年のはじめにフライデー・ナイト・マジックが革を迎えると——この革により、開催フォーマットと最小参加人の制限が取りわれ、配布されるプロモカードの枚もええました——、ブランドン・ペティプレン/Brandon Petitprenはすぐさまフライデー・ナイト・マジックの開催フォーマットを々なものに広げ、カジュアル層のためのイベントをやしました。

そのカジュアル層が、先ほどげた17人なのです——夜に行われるマジックのイベントとしては破格の人である71人のうちの、24%にあたります。

「パンデモニウム」では普段、以下のようにフライデー・ナイト・マジックが進行します。

午後6時：スタンダード

カジュアル・プレイヤー向けの新企画が、他のプレイヤーの遊べる幅をめているわけではありません——6時になると、すぐにスタンダードの大会が始まります。

ブランドンが言うには、カジュアルな遊び方はむしろ、これまでの大会の参加者 加にも がるそうです——新規プレイヤーが大会を間近に見る機会が えるため、そこに魅力を感じるようになる場合もあるのです。

午後7時：Pauper (コモン構築)

Pauperでは、コモンだけを使ってデッキを組むことになります。「パンデモニウム」ではこのイベントを参加費無料で開き、マジックの構築戦に気 に入門できるようにしています。

「パンデモニウム」のPauperリーグ

参加者たちはそれぞれデッキを3つ組みます。同じ色のデッキを作ってはいけません。参加者たちは6週間ごとにデッキを えながら、1週間に3試合、最大3週間のリーグ戦を行います。

ある週では、デッキを箱に入れてランダムに選びます。箱から取り出したデッキがその日使うデッキになるわけです。



午後8時：モダン

「パンデモニウム」には、高いレベルのマジックを好むプレイヤーたちがたくさんいます。彼らの盛り上がりは、新しい形式になっても変わりません。

「スタンダードとモダンには、今でも30人半ばから～40人半ばくらいの参加者がいますよ」

イベントを通して開催：統率者戦リーグ



統率者戦リーグに参加するプレイヤーたちにも、FNMプロモカードが3枚用意されています。

「パンデモニウム」の統率者戦リーグ：

シーズンを区切ってポイントを稼いでいく形式ではなく、最初に参加者たちに40点が与えられ、そこからゲーム中の戦い方によって減点していく形式をとっています。例えば2ターンを超えて連続でターンを得たり、一度の戦いであまりに多くのダメージを与えたりした場合に減点されます。

参加者が揃い次第開催：キューブ・ドラフト

「キューブ・ドラフト」とは、マジックの 代カードすべてからカードプールを作る、ドラフト・フォーマットです。

「パンデモニウム」側で3人のプレイヤーがいるので、参加者側でもう3人集まれば開催されます。

キューブ・ドラフトは、新規プレイヤーに昔の強力なカードに触れる感動を与えてくれる、とブランドンと言います。それが、新しいフォーマットに挑戦するきっかけになる場合もあるのです。

そして、たとえそうならなくても、新規プレイヤーを呼び寄せるだけで意味があるのです。

「イベントの参加者は間違いなく えていて、色々なプレイヤーが参加してくれていますね」と、ブランドンは言います。



ある店のフライデー・ナイト・マジックの盛り上げ方

フライデー・ナイト・マジックに楽しくカジュアルな雰囲気を持たせるよう力を入れると、新規プレイヤー獲得に大いに役立ちます。彼らは貴店のイベントに参加し、そしていつしか常連になるのです。

今回は、「[ノウ・ダイス・ゲームズ/Know Dice Games](#)」のリー・ウィーガン/Lee Wiegandのやり方を取りげます！

コミュニティに協力者を見つける

ある日、「[ボーイズ・アンド・ガールズ・クラブ・オブ・アメリカ/Boys and Girls Club of America](#)」の代表が「ノウ・ダイス・ゲームズ」に協力をもちかけました。すると、リーはすぐさまスタッフを連れてマジック：ザ・ギャザリングのサンプル・デッキをたくさん持ち込み、子どもたちにゲームの遊び方を教えました。



コミュニティ全体を巻き込んで子どもたちに遊ぶ機会を与え、遊び方を教え、その楽しさを広げていけば、必ず自分たちのためにもなります。しかしリーは、これが更なるチャンスに がることにいち早く気づきました。



フライデー・ナイト・マジックでティーチング・イベントを開催する

「ボーイズ・アンド・ガールズ・クラブ」での経を受け、リーはフライデー・ナイト・マジックのイベントをやし新規プレイヤーの教育に力を入れることを決意しました。

その新しいFNMイベントは新規プレイヤーや経の少ないプレイヤー向けのもので、参加費無料で競技的でないサンプル・デッキを用いるものでした。

このイベントに参加したプレイヤーは、時間後に開催されるもうひとつのFNMイベントへの参加費が割引になります。もちろん常連も参加できます！

こうしてリーのもとには、いつも新規のプレイヤーに遊び方を教えてくれる常連がいるのでした。

カジュアル・イベントの賞品を豪華に

FNMで開催されたティーチング・イベントには、およそ20人のプレイヤーが集まりました——これはリーの予想をはるかに超えた人でした！

このイベントは新規のプレイヤーを引きただけでなく、「ボーイズ・アンド・ガールズ・クラブ」のメンバーも集まり、会場全体にリラックスした居心地の良い空気が流れました。

FNMにカジュアル・イベントを追加する前に、リーは言いました。「強いプレイヤーが参加することを知ったら、『FNM』が始まる前になってしまうプレイヤーもいるでしょう」

今ではカジュアルなプレイヤーの方が多く、FNMプロモカードも全員に等しく獲得のチャンスがあります。

貴店でもリーのやり方を取り入れましょう！「[ボーイズ・アンド・ガールズ・クラブ・オブ・アメリカ](#)」や「[キリスト教青年会/YMCA](#)」のような地元の団体と連絡を取り、コミュニティ全体で何ができるかを検討しましょう。そしてフライデー・ナイト・マジックでカジュアル・イベントを開き、コミュニティを迎えて貴店で遊んでもらいましょう！



フライデー・ナイト・マジックを盛り上げる3つの方法

今までのフライデー・ナイト・マジックを覚えていますか？ フォーマットは？ カジュアル・プレイの有無は？ プロモカードのと、その配布方法は？

よく思い出してみてください。こうできたらいいな、と思ったことはありましたか？ 試してみたい独創的なアイデアはありましたか？

今は、そういったアイデアのほとんどが実行できるようになっています。フライデー・ナイト・マジックはあらゆるフォーマットで開催でき、実力や年に関わらず参加できるようになっています。

ここでは、新しいフライデー・ナイト・マジックを活用する方法を3つご紹介します。

1. あらゆるフォーマット

貴店のプレイヤーたちが望むフォーマットでの開催を試してみましょう。まだ世に出ていないフォーマットでも開催できますよ！

プレイヤーたちに、新しい遊び方や楽しみ方を見つけてもらいましょう。早いところでは、この新しいフライデー・ナイト・マジックが始まった直後から取り組み始めたコミュニティもあり、今では週楽しんでいるようです。

例えば、[reddit](#)の投稿を見てみましょう。



[-] MoggFanatic 3 points 11 months ago

The working title is "Field Marshal". 60-card singleton deck, but you can have four of any one creature.

「『元帥戦』。各カード1枚までで60枚デッキを組むんだけど、クリーチャーひとつだけ4枚採用してもいい」





[-] kemikiao 21 points 4 months ago

We're doing one for Halloween. Modern legal, must play halloween-y creatures only like Goblins, Spirits, Vampiers, Zombies, etc.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

「ハロウィーン向けのフォーマットを考えたよ。使えるカードはモダンまでで、ただしクリーチャーはゴブリンとかスピリットとか吸血鬼とかゾンビとか、ハロウィーンっぽいものだけが使えるんだ」



[-] Rootkit9208 6 points 11 months ago

Couch magic.

Play Magic across the couch with a friend.

Any permanents or spells that fall off the couch are exiled.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

『長椅子マジック』。テーブルの代わりに長椅子を んでマジックをプレイする。長椅子から落ちたカードはそれがパーマナントでも呪文でも追放される」

2. 実力に関わらず

「[パンデモニウム・ブックス・アンド・ゲームズ/Pandemonium Books and Games](#)」はこの方針を受け、新規から経者まで、カジュアル・プレイヤーから熱心なプレイヤーまで、およそ考えられる限りのプレイヤーにイベントを提供しました。モダン、Pauper(コモン構築)、統率者戦リーグ——その他あらゆるフォーマットが行われました。



Pandemonium

Friday Night Magic kicks off with doors open at 4pm today! We've got an event for everyone this and every Friday!

Standard @ 6pm, \$5 entry. Store credit to top 8 & a participation pack of Fate Reforged for everyone else!

Pauper @ 7pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Modern @ 8pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Commander League open play goes all night long, and we give away 3 FNM promos to any League players at 10pm.

Even if you're not playing, it's a great time to hang out and talk Magic. See you tonight!

[Like](#) · [Comment](#) · [Share](#) · 1 hr

「実際にプレイせず、会場の雰囲気を楽しみながらマジックについてのおしゃべりをするだけでも楽しいですよ! ぜひ明日の夜お会いしましょう!」



3. 年に関わらず

「家族」に焦点を当てた企業努力で強力なコミュニティを築いた店が続々と現れています。

「[ゲーマーズ・ペア・ア・ダイス/Gamerz Pair-a-Dice](#)」にある「キッズコーナー」では、始めたてのプレイヤーのための活動が行われています。「[ゴーレム・ヘッド・ゲームズ/Golem Head Games](#)」には、子供のタブレット充電器もあります。

現在も彼らは、フライデー・ナイト・マジックを次のレベルに進める努力を続けています。父と娘でチームを組む双頭巨人戦。家族3人でチームを組んで戦うリーグ戦。可能性は無限大です。

今すぐ探求の旅に出かけましょう!



カジュアルな雰囲気作り： 賞品の有効利用



最高の賞品を用意する方法

このテクニックを用いて、新規のお客をしっかりと捕まえましょう!



世界最高の盛り上がりを見せるフライデー・ナイト・マジックの幕

開催形式はスイス式の4ラウンド。1勝ごとに1パックの賞品。

金曜の夜の「マッドネス・ゲームズ/Madness Games」の子を見ると、他のゲーム店と大きく違う点は見受けられません。

そう、週250人もプレイヤーが集まることを除いては。



賞品が異常に豪華なわけでもなく、参加費が異常に安いわけでもない。では、この大盛況の理由とは？

「こんなにたくさんのプレイヤーが来てくれる理由を聞かれても、うまく言葉にできませんよ」と、オーナーのクリス・メトラー/Chris Mettlerは言います。

と言いつつも、彼はこれだけの参加者を集める理由を極めて分かりやすく語ってくれました。

リラックスした雰 気

“ 「私たちは、店の雰 気をキッチン・テーブルでマジックを遊ぶのと同じものにするよう取り組みました」 ”

この世界最高の盛り上がりを見せるフライデー・ナイト・マジックも、初めからこうだったわけではありません。2010年、「マッドネス・ゲームズ」は長らく開催していなかったイベントを再開し、『エルドラージ 覚醒』プレリリースで30人のプレイヤーを集めました。

当時、テキサス州北部のマジック・シーンではトーナメント志向のプレイに重点が置かれていて、賞品も上位のプレイヤーに集中していました。その中でクリスは、プレイヤーたちの反 を受けながらも堅い雰 気をなくそうときかけました——賞品もより多くのプレイヤーが受け取れるように尽力したのです。

この方針は正しいと言えるでしょう。マジックの組織化プレイに準ずる大会に定期的に出ているプレイヤーは、わずか6%に過ぎないのです。クリスは、りの94%を惹きつける選 を取りました。





マジックのプレイヤーの94%は、家で遊んでいるのです。

それから5年をかけて、「マッドネス・ゲームズ」はゆっくりと拡大していきました。

「参加者は少しずつ増えていきました。60人、80人、90人……」と、クリスは思い出すように言いました。「そして『今』は、220人から260人のプレイヤーが来てくれます」

安心感と心地の良い体

“ 私たちの「FNM」には、安心感があります。 週期待通りのことがそのまま行われるのです。 ”

リラックスした雰囲気は、「マッドネス・ゲームズ」が果たした他に類を見ない大成功の礎となりました。では、彼らはそれをどうやって維持したのでしょうか？

「いや、そう言われてもちょっとわからないですね」とクリスは答えます。

しかし、クリス自身が意識していなくとも彼の試みは完璧なものでした。[コーポレート・エグゼクティブ・ボード/Corporate Executive Board](#)の研究によると、気楽さを感じたり信頼が高まる経をしたり、そして[手間がかからない体](#)をしたりといったことが続くと、実に94%の顧客が再来店するそうです。

「清潔感とシンプルさ、ですかね」と、クリスは続けたのでした。

「マッドネス・ゲームズ」のフライデー・ナイト・マジックに見る「手間のかからなさ」

時間通りにイベントを始める:「最もシンプルにして再優先のことですね」

アナウンスの容は決まったものを用意しておく:「開始時のアナウンスはテンポよく進めます」

ラウンド間の空き時間をできるだけ減らす:「ラウンド終了時には、戦結果の99%の理を終えておくべきです」

店でのマナーを守らせる:「うちには、店までランボルギーニで乗り付ける年何百万ドルのCEOもいれば、2マイルの距離を自転車ですべて来る人たちもいます。彼らはみな同じものを求めてウチに集まっています。だから、皆に等しく敬意をうべきなんです」

貴店はクリスと同じ規模のコミュニティに支えられていますか？ほとんどの店がそこまで大きくないでしょう。

貴店には250人のプレイヤーを受け入れられる広さがありますか？ほとんどの店がそこまで大きくないでしょう。

ですが、たとえ店の大きさがどんなものであろうとも、本日ご紹介した戦略は活かせるはず。リラックスした雰囲気と安心感は、強力なツールなのです。

ぜひ貴店にも取り入れてください！



「こうして、私たちのプレリリースはまったく新しいレベルへ引き上げられました」

「[ザ・ドラゴン/The Dragon](#)」は、決して不可能でないはっきりとした目標を げて『タルキール霸王譚』プレリリースに臨みました。その目標とは、プレイヤーを50人集めることと、アドバンス・レベルに昇格することです。この店では普段、参加したプレイヤーの に応じてラウンドを決めていました。それから、賞品は上位40%のプレイヤーに集中させていました。

64人を集めたこのイベントは、成功したと言えるでしょう。ですがひとつのイベントが終わるまで7時間もかかるとは、プレイヤーも疲れてしまいます。

半年後、『タルキール龍紀伝』プレリリースでも参加者は減らず、イベントは成功に終わりました。オーナーのジェニファー・ヘインズ/Jennifer Hainesは、事前に地域のレベル2ジャッジからアドバイスを受けていました。ラウンドを4回戦に減らし、賞品を勝利 に応じて渡すように、と。

それは本当にささいな 化でした。しかしそれが、大きな違いを生み出したのです。

「たくさんあった非効率なところが、改善されたんです」と、ジェニファーは言います。



どのように変わったのでしょうか。

1. 「イベントをドロップする人がいなくなりました」



2勝すれば賞品が保証されるようになったため、少なくとも1勝できたプレイヤーが4回戦までりやすくなりました。その結果、実際にプレイヤーたちは最後までったのです。

「これには驚きましたよ。いつもドロップしていたのに」

2. 「イベント中にも賞品を渡せるようになりました」



順位が関係なくなったため、ジェニファーは他のプレイヤーがプレイ中でも賞品を渡し始めることができるようになりました。イベントの終盤にかかる負担が大きく減ったのです。

「その日2回目のプレリリースを時間通りに始められるようになりましたよ」

3. 「このイベントは楽しむものだよ」というメッセージを送ることができるようになりました

気負わずに済む賞品システムのおかげで、ゲームに負けても感情的になる必要はない、ということが伝えやすくなりました。

「賞品を平等に渡しラウンドに上限を設けることが、強いメッセージになるのです」



4. 「店 に流れる空気がとても良くなりました」



プレッシャーがなくなったおかげで、店の雰囲気は暖かく楽しいものになりました。

「2敗しても、すべてが終わったわけじゃありません」と、ジェニファーは言います。「賞品を持ち帰るチャンスはまだあるんですから」

5.「予想が立てやすくなりました」



参加者たちは自分の順位を追う必要がなくなりました。順位を知らなくても、立ち位置は分かるのです。「誰でも、獲得できるパックがすぐにわかるんです」

賞品を豊かにする3つのアイデア

プレイヤーたちは、上手いプレイには褒賞があって欲しいと思っています。ブースター・パックや店で使える割引券——彼らがそれを期待しているのは間違いなく、その期待に応えることが大切です。

ですが、そこでも遊び心を忘れてはいけません。世界中にあるいくつかのWPN店では、ユニークな賞品でお金で買えない信頼を勝ち取り、喜んで常連となったプレイヤーたちとの長い付き合いを実現しているのです。

ここでは3つの例を げましょう。

1.特製トロフィー



「[コモン・グラウンド・ゲームズ/Common Ground Games](#)」では、ゲームデーの優勝者にプロモカードとプレイマットをめた特別な箱が贈られます。そこでオーナーのジャミソン・サックス/Jamison Sacksは、さらに個人的な贈りものを添えました——「[FUNKO POP!](#)」のフィギュアと「[WizKids](#)」のミニチュアを載せた特製トロフィーです。

「大会1週間前からこのトロフィーを店に飾っていたら、みんな気になったみたいでたくさん質問をくれましたよ」と、ジャミソンは言います。

これを用意するには：

- ・ ジャミソンは「[Crown Awards](#)」でトロフィーを注文しました
- ・ 元々ついていたトロフィーの上部を取り外します
- ・ フィギュアを瞬間接着 で取り付けます

2.食べ物やみ物

「[マナ・インフィニート/Mana Infinito](#)」では、イベントで最下位になったプレイヤーをドーナツで慰めています。一方「[フェイス・トゥ・フェイス・ゲームズトロント店/Face to Face Games Toronto](#)」では、幸運にも勝利を得たプレイヤーがマジックをテーマにしたドリンクを一気にみ干しています！



そのドリンクは、「[刹那](#)」を持ったカードをイメージしたものなのです。

3.プレイヤー自身のベースボール・カード

「[ムーンライト・コミックス/Moonlite Comics](#)」では、リーグ戦の賞品としてFat Packや割引券など、オーソドックスなものが贈られています。しかしオーナーのジェイ・カークマン/Jay Kirkmanは、「よく化球を投げてる」ことで評判でした——彼は、100ポイント以上獲得したプレイヤー全員に特製のベースボール・カードをプレゼントしたのです！

TOPPS

MARK BYRD | 4
Centurion
BIRTHDAY: July 21, 1993
HOMETOWN: Flint, MI
FAVORITE FORMAT: Standard

SEASON HIGHLIGHTS:

SEASON	POINTS	PLACE	EVENTS	AVG	BEST
2013 Autumn	113	8th	15	7.53	15
2013 Winter	129	13th	15	8.60	13

Mark has twice made day two of a Grand Prix, and once finished in the top 64!

TOPPS MOONLITE COMICS Frankfort, KY
WWW.TOPPSONLINESTORE.COM
© 2008 THE TOPPS COMPANY, INC. ALL RIGHTS RESERVED.

MARK BYRD
CENTURION

これを用意するには：

- topps.mytradingcards.comへアクセスします
- デザインを選びます
- 写真をアップロードし、カードの裏面を作成します
- 注文を確定します（注文にはアカウントの作成が必要になります）

どのアイデアもユニークで、低コストでプレイヤーたちに報いることができます。彼らがみな大切なお客だということを、示せるのです。

ぜひこれらのアイデアをお試しください。そして貴店ならではの賞品も考えてみましょう！



カジュアルな雰囲気作り： スペースの有効利用



実店が通販に勝るひとつの糸口

ワシントン州シアトル、パインストリート1番街。現代のコーヒーはここから始まりました。

1980年代後半、他社が客の回転率を上げる店作りに腐心する中、[スターバックス](#)はまったく逆の方針を取りました。

ミラノのコーヒー文化に着想を得たハワード・シュルツ/Howard Schultzは、スターバックスを友人とゆったり会話を楽しめる場として、あるいは会議や談の場として提供することにしました。

最初は小さな1店だったスターバックスは、今や22,000店をえる世界的企業です。そして現在のゲーム店も、スターバックスの成功から多くのことを学べるのです。

なぜでしょうか？

スターバックスのやり方は売り上げを根本から大きく動かし、そしてそれは**実店**ならではの**方法**だからです。

(通販にできず) 実店 にできること

“ここに居たいと思える大切な場所、それが「サード・プレイス」です——「アメイジング・ヒーローズ/Amazing Heroes」オーナー、スティーブ・ネメツキー/Steve Nemeckay”



スターバックスの躍進は、「サード・プレイス(第三の場所)」という考え方をビジネスに応用した最も有名な例です。



「サードプレイス」の考え方は以下の通りです。「サード・プレイス」とは、コミュニティにおける柱のひとつであり、自宅(ファースト・プレイス)や職場(セカンド・プレイス)とは別の場所を指します。

サード・プレイスでは、肩に力を入れずリラックスできます。明るい雰囲気や笑い声にちていて、誰もが好きなように判断して自由に意見を言うことができます。誰にしても開かれた場所でありながらも、そこにいる誰もが特別な気分にあふれる。その場にいる全員が欠かせない人でありながらも、誰ひとりとしてそこにいるのが義務だと感じない、そんな場所なのです。

この「サード・プレイス」という考え方はこれまでの店がなかなか実現できなかったことであり、通販ではできないことです。[パネラ・ブレッド](#)や[ライフタイム・フィットネス](#)、そして[ユニクロ](#)といった名だたる企業は、この方法で前例のない大成功をめたのです。

そしてこの考え方は、ゲーム店にも自然と当てはまります。

(デジタルゲームにできず) アナログゲームにできること

“ 私に言わせれば、皆で集まり顔を合わせて何かをするだけで、面白い冗談を聞くのと同じくらい楽しいのです——サード・プレイス論の先者、レイ・オルデンバーグ/Ray Oldenburg ”

成功するゲーム店は、オルデンバーグの提唱する「サード・プレイス」の考え方を取り入れ、人と接するという何物にも代えがたい体をもたらししています。

「サード・プレイス」型の店に見られる特として、比較的簡潔で居心地の良さに力を入れていることがげられます。業時間が長く、店の装飾は控えめで、そして食ができるのです。



しかし「サード・プレイス」の持つ利点の大部分は目に見えるものではなく、それを発揮するには後押しが必要になります。例えば：

オーナーより常連客の方がより多くのプレイヤーを引き寄せる

新規に優しいスタッフやコミュニティを育てる際にも、「サード・プレイス」の考え方が使えます。良い振る舞いを評し、創造性を発揮できる環境を作り、自身が模範となり、そして新規のお客を引きむ助けとなるプレイヤーに力を貸してあげましょう。

プレイヤーたちは自分たちの居場所に貢 きたいと感じている

貴店のプレイヤーをイベントの運 に関わらせ、店 の発展に げましょう。これは彼らに定期的にフィードバックを求めるのと同じくらい簡 単な方法でありながら、「[ゴーレム・ヘッド・ゲームズ/Golem Head Games](#)」が行う「指導役」のシステムと同じくらい効果的です。

参入の障害となるものはできるだけ減らす

貴店を入りやすい雰 気にするためには、イベントの作り方だけでなくコミュニティの扱い方も心得ておくてはいけません。カジュアル・フォーマットのイベントや新規のプレイヤーが参加しやすいイベントなど、々なものをフライデー・ナイト・マジックで開催しましょう。イベントでは 良い成績を めたプレイヤーに賞品を出すだけでなく、参加賞やスポーツマンシップ賞なども充実させましょう。また、常連と新規プレイヤーの間を取り持つのもあなたの役目です。自己紹介の場を作り、常連たちが新規プレイヤーたちに教える環境を作りましょう。

これらの方 針 をとり 成功 を めて いる 店 は、「[ゴーレム・ヘッド・ゲームズ](#)」、「[フェイス・トゥ・フェイス・ゲームズ/Face to Face Games](#)」、「[ゲーム・ウィザード&ブルー・スカイ・ホビーズ/Game Wizard/Blue Sky Hobbies](#)」など、たくさんあります。

皆さんもぜひWPN.Wizards.comの「店の発展」をチェックし、WPN店の 々な実例をご覧ください！



実店が通販に勝つには

通販にはできない実店ならではのことに着目し、成功をめた「ジョリー・ジョーカー」のお話



「アルマダ・ゲームズ/Armada Games」流の感謝祭

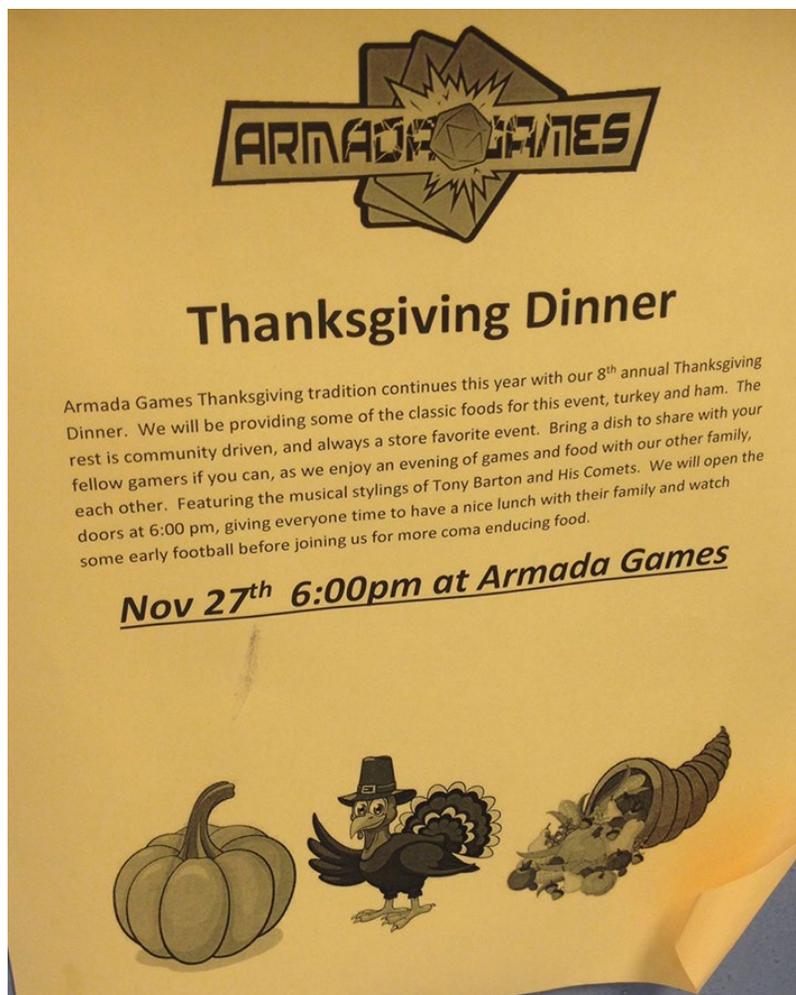
長期休暇中は、イベントの参加者も落ち込むものです。

学生たちは実家へり、余暇に使えるお金は旅費にわかります。貴店のイベントは突如として、他の趣味だけでなく家族とのだんらんや職場のパーティ、そしてプレゼントの買い物とも競合することになるのです。

その中で「アルマダ・ゲームズ/Armada Games」は、店で感謝祭を祝うようコミュニティに訴えかけてきました。

彼らは9年にわたり、年感謝祭を祝うパーティを開催してきました(北アメリカでは伝統的に、七面鳥の丸きを中心に大皿に盛りつけて料理を出します)。

七面鳥は店が用意し、プレイヤーたちはイベントの参加費としてそれぞれひと皿ずつ料理を持ち寄ります。



すべての料理を並べると、それはもう豪華な食卓になります。マッシュポテトだけで6種類にもおよび、それらがテーブル中に広がるのです。ヨーロッパ出身のプレイヤーは、故の伝統料理を持ってきました。誰もが待ち望んでいた山盛りのバッファローウィングを持ってきた人もいました。「いやあ、最高だね」と、オーナーのミカエル・フォルティノ/Michael Fortinoは言います。



こういった祝日に行う努力がコミュニティを築くのに効果的なのは、なぜでしょう？

人類学者によれば、それには「[コミュニティ/communitas](#)」と呼ばれるものが関わっているそうです。「コミュニティ」とは、同じ体を共有しているときの楽しさや意識の感覚のことです。サッカーの試合やコンサート、そしてマジックのグランプリ——「コミュニティ」はその場にいる人々の結びつきを強め、心の距離感を縮めます。

その効果は絶大です。[研究によれば](#)、店で感じた強い感情は、(それが良いものでも悪いものでも)お客の印象に、その他のことはすぐに忘れられてしまうのです。お客の感情が高まるその瞬間に注目することで、ビジネス上の[大きなアドバンテージを得ることができる](#)のです。

ミカエルに学ぶ、完璧なパーティを開催するためのヒント

- 適切な機関に け出をする。(店でのパーティ開催には許可が必要になります)。
- 店の清掃にしっかりと時間をかける。(「店側はどんな準備をするべきですか？」ミカエル：「掃除だね」)
- 食物アレルギーに注意する。(ナッツ類も含めて、すべての食品にそれがわかる表示をつけましょう)。
- ベジタリアンやビーガンの人向けの食事も用意する。(こちらのレシピも参考にしてみてください)。
- 業員には休暇を与える。(その日に勤務するのはオーナーだけです)。

「アルマダ・ゲームズ」は休暇中にこそチャンスを見出し、店の利益に けてきました。

彼らは「独立記念日(7月4日)」にも、野外で食事会をしながらアメリカをテーマにした催しを行っています。赤白青のペイントを施したり、統率者戦のイベントを行ったりしているのです(参加者はみな。アメリカ国旗にある色のデッキで参加します)。

「独立記念日」や「感謝祭」はアメリカの祝日ですが、「コミュニタス」は万国共通です。どの地域でも、祝日にこそチャンスがあるのです——貴店にもチャンスはありますよ!



