

# 「Gaming For Everyone」のプロダクトインクルージョン・フレームワークへようこそ！

本文書は、英語版の文書をローカライズしたものです。英語版は、<https://aka.ms/productinclusion> のリンクからご確認いただけます

**Xbox としての当社のミッションは、地球上のすべての人々にゲーミングの楽しさとコミュニティを提供することです。**

現在、世界には30億人以上のゲーマーがいますが、私たちはインクルージョン（包摂性）を意識しなければ、意図せず誰かを排除してしまうことを理解しています。そこで、私たちはTeam Xboxが製品やサービスを構築する際に「プロダクトインクルージョン」を意識的に取り入れることを目指しています。

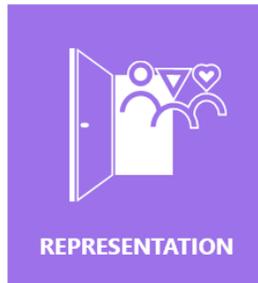
2019年、私たちはこの取り組みを具体化するにあたり、共通言語とリソースを作成する必要性に気付きました。そこで私たちは4つの重要な領域に焦点を当てたプロダクトインクルージョン・フレームワークを作成しました。これを「包摂的成長の扉」と呼びます。ゲーミングは別世界への扉と言われることも多いですが、私たちの一部の顧客にとっては、これらの扉が閉じられていたり、さらには施錠されていることさえあります。

私たちの業界で働く一人一人が、ゲームをより包摂的なものにする役割を担っています。そこで、私たちは本フレームワークを共有し、本当にすべての人々が楽しめるゲームを実現できるように協力していきたいと考えています。本文書が、「実現する」ための一助になれば幸いです。あなた自身のゲームや体験でどのように活用していくか、楽しみにしています！



包摂的成長の扉についての詳細は、こちらの映像からご覧いただけます。

# 包摂的成長の扉



**アプローチビリティ:** 顧客が歓迎されていると感じられる製品体験を作る

- **製品を作る際、入口は多めに、出口は少なめに作成する。**
  - 新規および既存の顧客向けに新しい体験への入口を作成する。
  - 顧客のエンゲージメントの障壁となる意図しない出口に対処する。
  - 体験が合わない顧客のために、意図的な出口を設計する。
  - エコシステム全体をプレイするためのシームレスな経路を開き、行き詰まることのないようにする。

**リプレゼンテーション:** 顧客が自分の居場所がそこにあると感じられる製品体験を作る

- **敬意を持って製品体験を作る。**
- 敬意は、3つの側面に反映できる:
  - **クリエイター:** 多様なコンテンツクリエイターとパートナーシップを結び、サポートする。
  - **コンテンツ:** ゲーム内およびマーケティングにおいて、多様なプレイヤーベースに共感されるストーリーをコンテンツで伝える。
  - **プレイヤー:** プレイヤーが自分に関心を向けられている、有意義な体験と繋がっていると感じられるようにする。
- 私たちは製品内で多様な人々や文化を様々な視点から生み出すが、一人の人物の描写だけではコミュニティや文化全体を表せないことを認識する。

**グローバリゼーション:** 顧客がアットホームさを感じられる製品体験を作る

- **地域性を考慮して製品を作成する。**
  - 地域のニーズ、障壁、体験を含め、世界各地の顧客の違いに意識的に目を向ける。
  - 国際市場に向けて国際的なスケールで、有意義な製品とサービスを開発する。

**アクセシビリティ**: 顧客がデザインしてプレイできる製品体験を作る

- **アクセシビリティの高いデザインの製品を作る。**
  - 製品を作る際、デザインや制作の初期段階から常にアクセシビリティを考慮に入れる。
  - すべてのプレイヤーに使いやすく楽しい体験を提供するため、コンプライアンスを超えてデザインする。

## プロダクトインクルージョンに必要な**10**のアクション



どのドアを開くか選択したら、次はそれをどのように開くかを考える番です。下記に記載されているプロダクトインクルージョンに必要な10のアクションは、個人とチームが包摂的成長を実現するために役立つ具体的なステップが記載されています。それぞれの包摂的成長の扉に沿ったアクションの他、すべての扉に共通したものを2つ記しています。

意図的に包摂的な体験を作成する際、これらのアクションはチームが考え、方向性を揃えるために有用であることが証明されています。

## アプローチビリティ



### 顧客の安全と信頼のためにデザインする

特にIDに関連する場合は、プレイヤー同士のインタラクションやコミュニケーションの安全性を保証する方法を探し、プレイヤー間の危険を最小限に抑える。またID如何に関わらず、顧客体験における期待値を明確にすることで、意図せず顧客体験から外れてしまうことを回避できる。



### 新規ユーザー向けの入口を作成する

ゲームの経験レベル、ハードウェアの制限、時間など顧客の意欲を削ぐ可能性のある障壁を特定し、顧客を惹きつける要素に置き換える。

## リプレゼンテーション



### コミュニティと共に創る

あなたがリプレゼンテーションしたいと思った人たちを、開発やクリエーションのプロセスの最初から終わりまで、スタッフ、フィードバックチャンネル、調査、コミュニティエンゲージメントに巻き込む。



### コミュニティと共に創る

あなたがリプレゼンテーションしたいと思った人たちを、開発やクリエーションのプロセスの最初から終わりまで、スタッフ、フィードバックチャンネル、調査、コミュニティエンゲージメントに巻き込む。

## グローバリゼーション



### グローバルな顧客のためにデザインする

金融、技術、言語、アイデンティティに関連する障壁を取り除くために、グローバルな視点でユーザージャーニーを見直す。データやフィードバックチャンネルに世界中のプレイヤーを含め、彼らにアプローチしたり、交流したりできるようにする。



### 地域の市場に参入する

市場によってプレイヤーのトレンドやプライオリティが異なるため、世界各地、その地域に適した方法を考える必要がある。その地域に相応しいマーケティングとPR戦略を行うこと。

## アクセシビリティ



### 初期段階から計画的にアクセシビリティを組み込む

障害を持つプレイヤーのニーズを開発の早い段階で特定し、経験を通じてそのニーズを解決し、すべてのプレイヤーに利益をもたらす。



### 製品とマーケティングで包摂的な機能を共有する

アクセシビリティの機能について、プレイヤー全員に早期または体験の開始時に提示する。新しいプレイヤーを呼び込むために、製品外のチャンネルで提供する機能について明確にする。

## 全ての扉に共通するアクション



### 包摂的なリスニングシステムを活用する

潜在的なプレイヤー全員に耳を傾けるために、新しいチャンネルを積極的に探求し、プレイヤーの人口統計を調査し、まだ到達できていない顧客の声を増幅させる。



### カスタマイズ/パーソナライズされた体験を作成する

プレイヤーの好みに合わせて体験を変えられるようにすることで、完全にキュレーションされた体験をデザインした際に獲得できる顧客よりも、さらに多くの顧客に製品を訴求できる。

大きな成果は、一歩踏み出すことから始まります。

**さあ、あなたは今日どの扉を開けますか？**