

グローバルサイト構築法 ～設計から運用まで

2010/8/23

(株) アークコミュニケーションズ
代表取締役社長 大里真理子

日本におけるグローバルサイトの現状

上場企業外国語サイト所有率

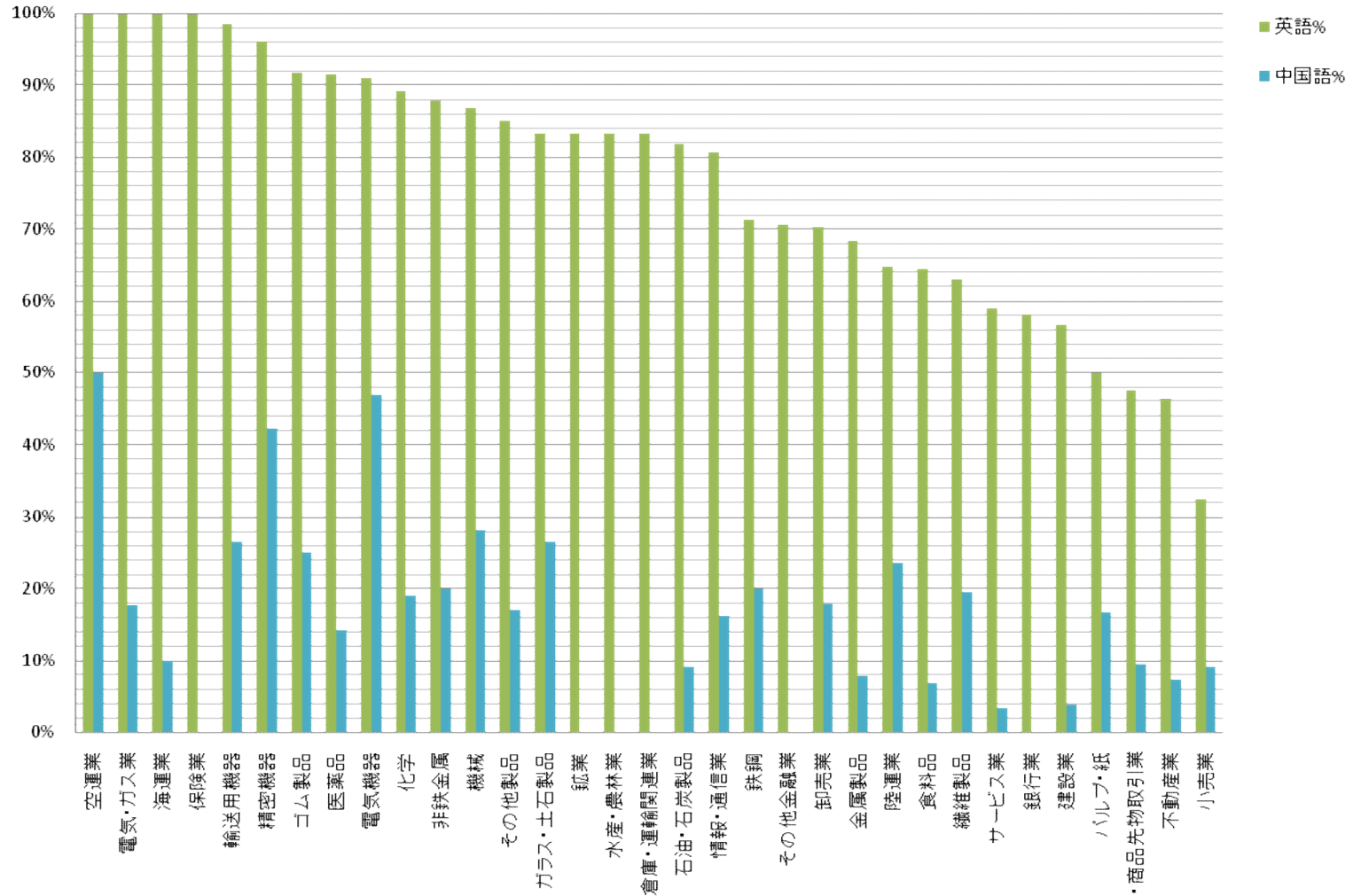
英語	84%
中・簡体字	19%
韓国語	8%
中・繁体字	8%
ドイツ語	6%
フランス語	6%
スペイン語	5%
イタリア語	4%
ポルトガル語	4%
ロシア語	4%

対象：東証一部上場企業1732社
2010年7月アークコミュニケーションズ調査

- ビジネス実態に較べて低い外国語所有率
 - 英語サイト
 - 中国語サイト
- 進む2極化
 - 36ヶ国語サイトをもつ企業も
- 意外(?)に高い公的機関Webサイト英語化

日本におけるグローバルサイトの現状

東証一部上場企業業種別
英語・中国語サイト所有率



今、なぜグローバルサイト(外国語サイト)なのか？

- 日本市場の閉そく感から海外市場へ
 - 日本市場は少子化、GNPも3位へ転落
 - 変わらず多い北米市場
 - BRICS、増える中国市場への期待
 - 先進企業は既にインド、アフリカへ！
- 日本市場のグローバル化
 - 在住外国人:222万人(中国、韓国、ブラジル)
(2008年総務省調査)
 - 来訪外国人:679万人
(2009年日本政府観光局調査)
 - 外国本社の日本法人

今、なぜグローバルサイト(外国語サイト)なのか？

- 費用対効果の非常に高いマーコムツール
 - 日本にいながら世界に同時発信できるメディア
 - 制作の負担も低い
 - ユーザーからのフィードバックが得られる
 - 営業・マーケティング効果が大きい
 - 財務効果もある
 - 人事効果(採用・社内コミュニケーション活性化)
=>コーポレートブランディング(会社への共感・ファン作り)

 今なら他社と差別化するチャンス大

なぜグローバルサイトには手がつかないのか？

- 言語がわからない
- 文化がわからない
- 市場(ターゲット)がわからない
- グローバルでの仕事の仕方がわからない



着眼大局、着手小局
Think Globally, Act Locally

 まず、着手し、ステップを踏んでWEBサイトを
発展させることが大事

調査から始めるグローバルサイトの制作

- 現行サイト分析、ログ解析
- 日本・現地の同業他社の調査
- ユーザーヒアリング

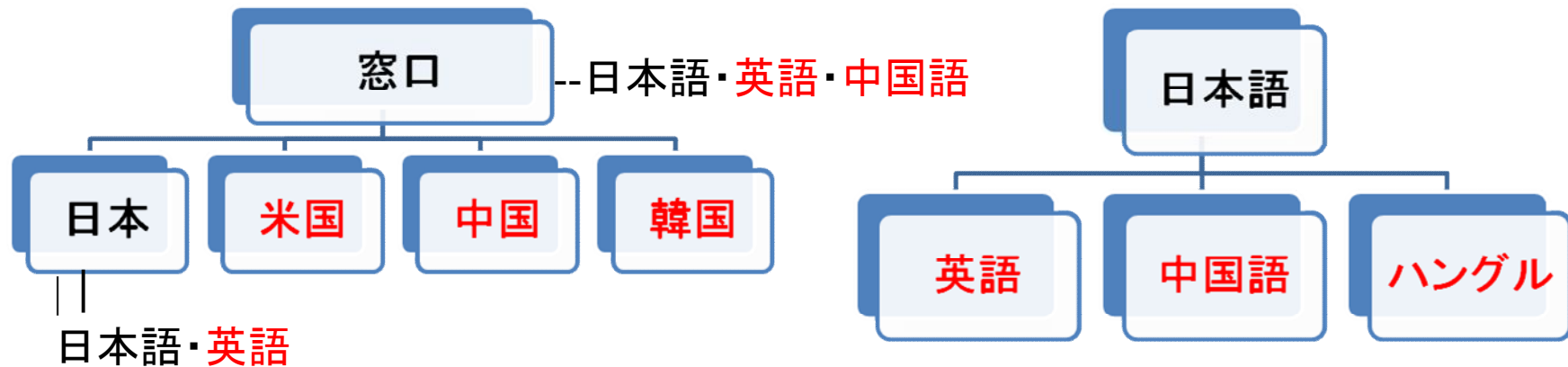


敵を知れば自ずと自分がわかる

- サイトを作る上で押さえておきたい3W
 - WHERE...地域 (国, 都市)
 - WHOM...ステークホルダー (一般消費者, 取引先, 株主, 地域社会・マスメディア・社員)
 - WHAT...コンテンツ (リリース, 企業情報, IR, 採用)

まずは英語でグローバルサイトを作ろう

- 言うまでもなくグローバル言語、一番リーチが広い
- 英語を母国語とするアメリカ・イギリス・オーストラリアなどの市場にリーチ出来る




➡ 既存の日本語サイトの縮小版を英語化から始める

日本語サイトの縮小版をベースにしたコンテンツの制作

- 不要なコンテンツの削除
 - 日本特有のもの
- 日本語コンテンツの微修正
 - 住所・電話番号等の省略されがちなコンテンツの明示化
 - 時差・地名など国固有なものへの配慮

日本語サイトの原文をそのまま翻訳する前にひと手間！
- 新たに書き起こすもの
 - その国特有のサービス
 - メッセージ

 ユーザーが自社を知らない、日本のマーケットを知らない前提で考えることが重要

デザインの開発

- 国によって嗜好性はある

	アジア	欧米
色数	多い	少ない
色調	グラデーション	くっきり
フォント	大きい	小さい
文字数	少ない	大きい

- コーポレートブランディングを考え行う
 - まずは統一する方向性で考える
 - 文字の特性によるバリエーション
 - シングルバイト、ダブルバイト、アラビア語
- 環境を考慮したデザインも必要
 - ナローバンド対応

グローバルサイトの運用

- 問い合わせ対応、更新は誰がするのか？
 - 本社主導：一元管理による均質化、ノウハウがたまる
 - 現地主導：市場のニーズを汲んだサイトの制作

- WEBガバナンス
 - サイト均質化のためのルール決め
 - 役割分担
 - ワークフロー、承認プロセス
 - 監視機能を持つこと



英語(現地語)によるドキュメント作り、教育は必須

グローバルサイトにおけるCMSの優位性

- 運用を現地法人に任せただ際のガバナンス機能の強化
– デザイン、HTML Coding、構成……
- 現地語が得意でHTMLがわからない人による運用補助
- 多言語サイト間での統一性

 Trial & ErrorをするためのCMS

グローバルサイト構築支援サービスのご紹介

グローバルサイトに必要な
コンテンツがわからない

- サイト診断サービス
- コンサルティング
- 新コンテンツ開発
- 日本語WEBサイト流用

デザインって日本語サイト
と同じでよいの？

- コーポレート・ブランディングに
配慮したデザイン開発
- 地域性を重視した、ネイティブ
デザイナーによるデザイン開発

多言語で運用してい
るので管理が大変

■グローバル対応
CMSを利用した
WEBサイト構築

- ネイティブによる高品質の翻訳
- グローバルサイト翻訳診断

問い合わせ対応など
の運用が不安

■多言語問い合
わせ窓口代行

現状グローバルサ
イトの翻訳が不安

(株) アークコミュニケーションズ概要

目指せ！グローバルなビジネスコミュニケーション！

–主な事業

- WEB・コンテンツ・グラフィック企画制作
- 翻訳・通訳・ローカリゼーション
- 派遣・紹介

–会社情報

- 東京都港区三田3-9-9 森伝ビル7F
- Phone:03-5730-6133 Fax:03-5730-6134 E-mail: arc-c@arc-c.jp
- HP: <http://www.arc-c.jp> Blog: <http://blogs.itmedia.co.jp/arc>
Twitter: <http://twitter.com/marikokakeru>

–主な顧客

- ソニーグループ、GEグループ、HPグループ、キャノングループ、NTTグループ、ユニリーバ、日本貿易振興機構、ダイヤモンド社