

海外向けウェブサイト 検討初期の重要ポイント

1. 重要な4つのポイント
2. サーバインフラの選び方
3. 海外向けSEOについて
4. 多言語向けCMSの選び方

海外向けウェブサイト検討の初期段階で
重要になるポイントを解説

基本的な考え方やSEO、後から変更が難しいサイト構造・サーバ
インフラに関するポイントなどを資料にまとめました。



1. 重要な4つのポイント

- 多言語サイトの目的とゴールを決定する
- 展開する言語と数を検討する
- 翻訳コスト、運用更新コストも考慮する
- 多言語展開するコンテンツを精査する

-
- まとめ

2. サーバインフラの選び方

- 海外から日本のホームページを見ることは可能？
- 海外から日本のサーバへのアクセスに時間がかかる理由
- 中国向けウェブサイトの検討ポイント

3. 海外向けSEOについて

- Googleは多言語サイトのこういった点を評価している？
- SEOを考慮した多言語ウェブサイトのURL構造とは
- 一番重要なのは、多言語コンテンツの質＝翻訳の質

4. 多言語向けCMSの選び方

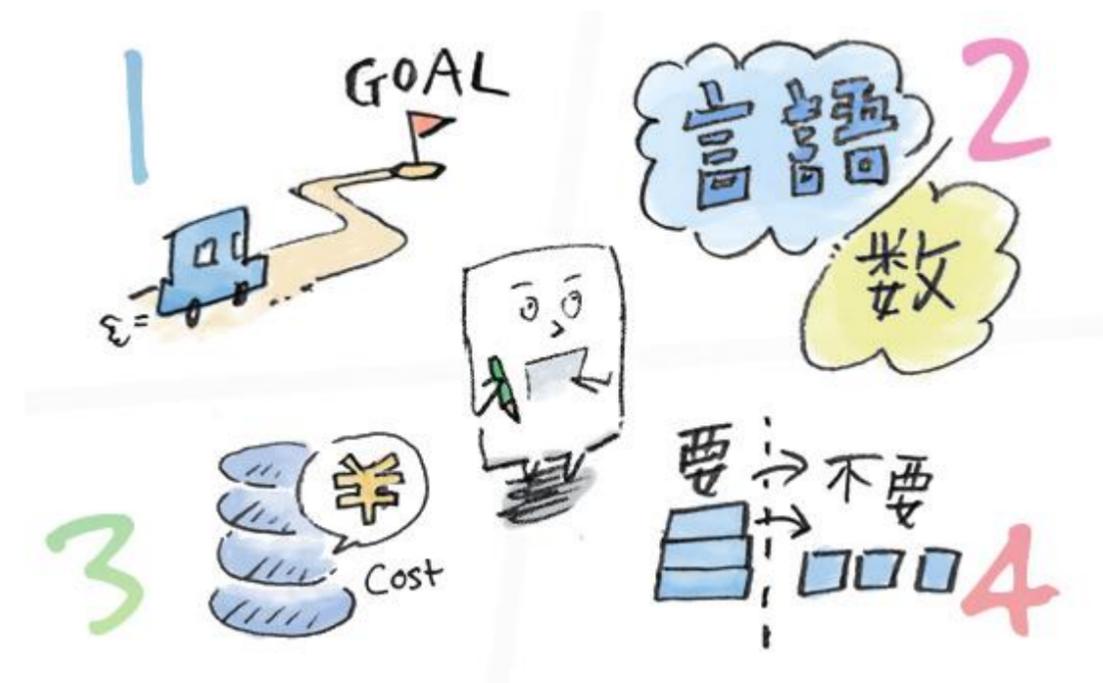
- 多言語に対応しているCMSって
- 多言語CMSを選ぶ時の8つのポイント
 1. 言語ごとにサイト構造とコンテンツを柔軟に変更できること
 2. 各言語ページのつながりがシステム化されていることが重要
 3. 様々なURL構造に対応できること
 4. 言語を追加するときのコストが低いこと
 5. 使いにくいCMSでは意味がない
 6. 言語ごとにCMSを用意することはNG？
 7. CMS管理画面の言語対応もポイント
 8. 海外向けサイト、多言語サイトに向けたCMSとは？
- 多言語CMSの導入は、アイ・ディー・エーにお任せください

1. 重要な4つのポイント

海外向けウェブサイト制作の4つの重要ポイント

日本語だけのウェブサイトとは勝手の違う部分も多い海外向け/多言語ウェブサイトについて、はじめに検討しておきたいポイントを4つに整理してご紹介します。

- ① 多言語サイトの目的とゴールを決定する
- ② 展開する言語と数を検討する
- ③ 翻訳コスト、運用更新コストも考慮する
- ④ 多言語展開するコンテンツを精査する



詳細は次ページ



① 多言語サイトの目的とゴールを決定する

ウェブサイトの目的とゴールを明確にしておくことは重要なポイントです。



- サイトを多言語で展開する目的
- 多言語サイトに期待する役割
- 達成すべきゴール（数値目標に置き換えてみる）

具体的にどういうサイトとするかのイメージを固めていくことをお勧めしています。

イメージ例)

製品やサービスの情報を多言語で提供し、海外からの引き合いを増やしたい。



海外現地法人に任せている現地サイトの更新が滞っているため、日本本社で一括して多言語サイトとして運用管理したい。



海外展開するにあたり、ブランドイメージや製品の強みを伝えるためにグローバルな英語サイトとして制作したい。



② 展開する言語と数を検討する

「どの言語で展開するか」「何カ国語で展開するか」多言語展開の基本となるポイントです。
まずはこういった言語が展開の候補となるか、下記の3つを参考に検討してみてください。



言語を選択する

こういった言語が展開の候補となるか、下記を参考に検討してみてください。

仕向地（しむけち）を検討する

仕向地とは対象とする国や地域のことです。
言語名だけでは、ターゲットとする国や地域が特定できない場合があります。

例) 「中国語」

1. 中国本土向け
2. 台湾向け

どちらを仕向地とするかで翻訳する言語が異なります。

全世界を対象としたい場合

アイ・ディー・エーでは、明確に仕向地
が決められない場合は、アメリカ英語を
ベースに、よりシンプルでわかりやすい
表現を用いた「[世界標準の英語](#)」をご提
案しています。

言語数を決める

候補となる言語が出揃ったら、
実際に展開する言語数を検討します。

例) よくご相談いただく事例をご紹介します

インバウンドで定番の4言語

英語・簡体字・繁体字・韓国語

B2B企業に多い翻訳言語

- 英語と簡体字中国語 など

英語を中心に、ビジネスを展開する地
域の言語を選択されることが多い。

③ 翻訳コスト、運用更新コストも考慮する



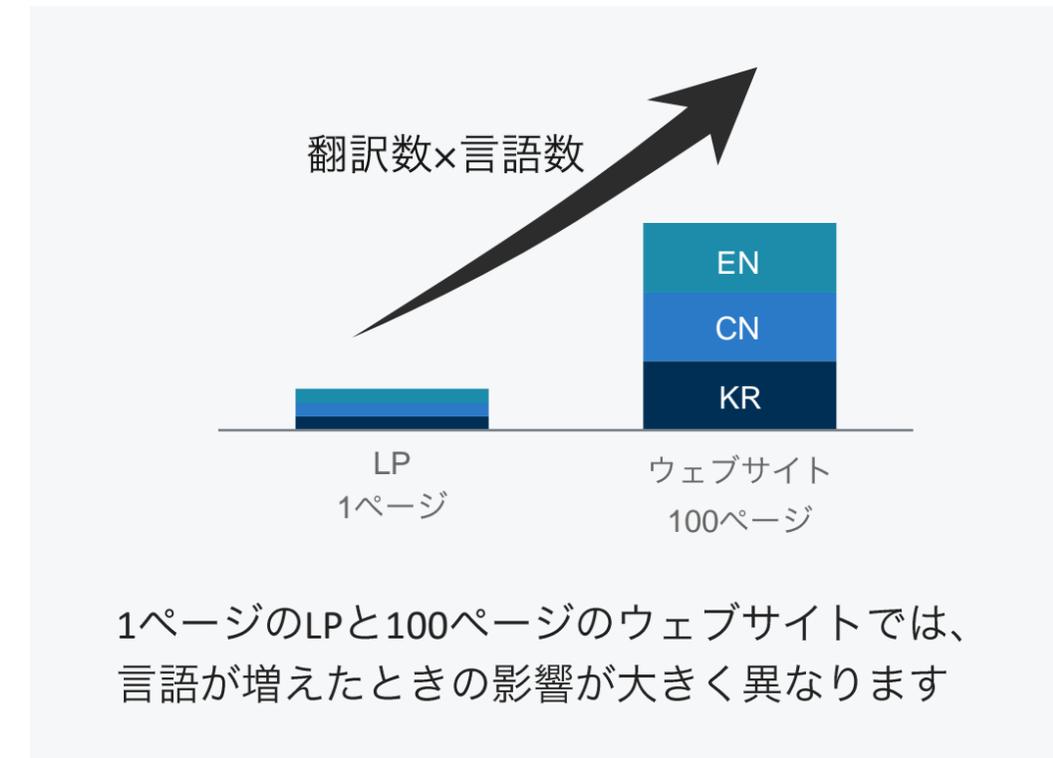
展開言語が増えると翻訳費用も増える

- 展開言語数を増やすと、それぞれの言語に翻訳するための翻訳費用も増加することになります。
- テキスト量の多いウェブサイトほど、1言語増やした際の費用増も大きくなります。

展開言語が多いと運用の手間も多い

言語数が増えるほど運用の手間も増えていく点にも注意が必要です。

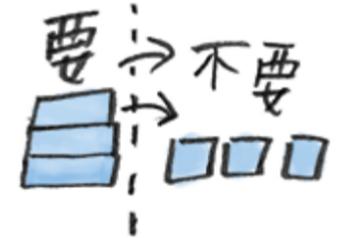
むやみに言語数を増やすと翻訳と運用のコストがかかりすぎて、結局サイトの更新が滞ってしまうということになりかねません。



リニューアルご依頼時に、「増やしすぎた言語展開を見直し、そのコストをサイトの向上にあてたい。」
というような相談をいただくことも実際に多くあります。

④ 多言語展開するコンテンツを精査する

「現行の日本語サイトを丸ごと翻訳」してコピーサイトとすることをイメージされる方も多いのですが、必ずしも必要ではないコンテンツがありますので、具体的に検討されることをお勧めしています。



× 不要となりがちなコンテンツ

- 海外展開しない製品やサービス
取扱いのない製品を多言語で展開する必要性は低い
- お問い合わせフォーム
多言語での問い合わせ対応が難しい場合は、英語だけにする場合も
- 採用情報
ターゲットの地域で採用する予定が無ければ不要
- 過去のニュース、国内向けの情報
コストをかけて翻訳展開するかどうか

○ 海外向けウェブサイトが必要となるコンテンツ

日本国内向けには存在しない「海外展開に向けた情報」

「こういった情報をどう伝えるか」というウェブサイトの中心となるポイントで、多言語サイトの構成や機能仕様を検討する上でも重要です。



サイトの目的や製品/サービスの特性に応じて千差万別です。ご依頼をいただいた際は、しっかりとヒアリングをさせていただいた上でサイト構成・コンテンツを検討し、個々に優先度をつけて進めていきます

まとめ

海外向けウェブサイト制作の確認ポイントをまとめると下記のようにになります。

- | | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 1. 多言語サイトの目的とゴールを決定する | ➡ ウェブサイトに期待する役割を明確にイメージする |
| 2. 展開する言語と数を検討する | ➡ 翻訳したい言語の候補を決める |
| 3. 翻訳コスト、運用更新コストも考慮する | ➡ 見積りを取って費用を検討
日本語から多言語への更新フローを検討 |
| 4. 多言語展開するコンテンツを精査する | ➡ 不要なページは除き、海外展開に向けた情報を加える |

以上のポイントを抑えることで、漠然としていた「ウェブサイトの多言語展開」のビジョンが明確になっていくのではないのでしょうか。実際にリリースされた多言語サイトがどういう成果をあげているか、その近未来のイメージを具体的に想像してみることもお勧めです。

➡ 見積りについてのご不明点は、お気軽にご相談ください。

▼このページに関する詳しい内容は弊社ウェブサイトに掲載しています
<https://www.idanet.co.jp/blog/multilingual-website-points-to-consider/>

2. サーバインフラの選び方

海外向け多言語ウェブサイトのサーバインフラの選び方！中国向けは要注意

日本語のウェブサイトを作成するときには、サーバのスペックや構成を検討することはあっても物理的な「サーバの場所」についてはあまり意識することはないと思います。ですが、海外をターゲットにしたウェブサイトを検討するときには「サーバをどこに置くか」ということは重要なポイントになります。

- 日本のサーバに設置したホームページは海外から問題なく閲覧できるのか？
- 中国からは日本のホームページを閲覧できないと聞いたが本当か？

といったお問い合わせをいただくことも多いので、海外向けウェブサイトのサーバインフラを検討する際に参考となるポイントをまとめてみました。

1. 海外から日本のホームページを見ることは可能？

2. 海外から日本のサーバへのアクセスに時間がかかる理由

3. 中国向けウェブサイトの検討ポイント

詳細は次ページ



① 海外から日本のホームページを見ることは可能？

「海外から日本のサーバに設置したウェブサイトを開覧することはもちろん**可能**」です。

ただし、物理的な距離に起因する表示遅延があることを考慮する必要があります。

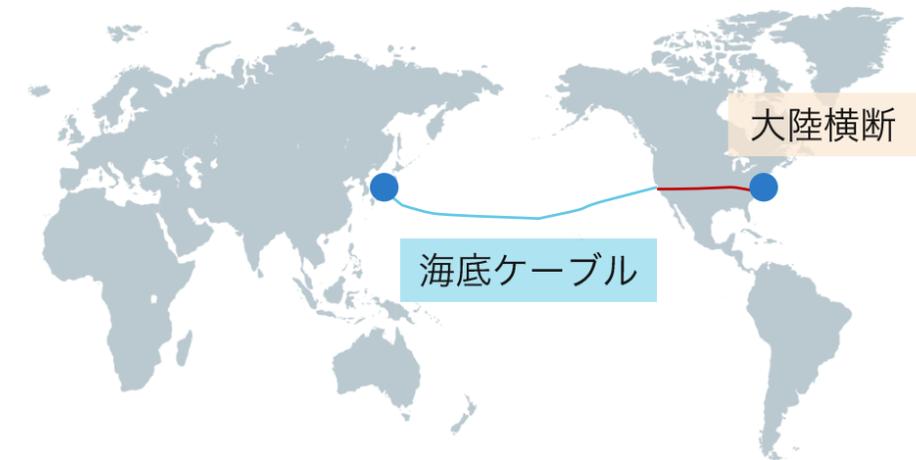


また、中国については事情が異なる点が多いため、中国向けウェブサイトを検討する際には、他の国とは異なる注意が必要になってきます。

② 海外から日本のサーバへのアクセスに時間がかかる理由

アクセスの度にデータが太平洋を往復

ネットワークの影響は個別の環境差が大きいので一概にいうことはできませんが、日本国内で1秒程度で表示されるウェブページの場合、北米だと2～3秒、欧州だと3～5秒程度の遅延があることが多いようです。



表示速度はSEOにも影響

ページの表示速度は、閲覧するユーザの体感に影響するだけでなく、検索エンジン対策としても重要なポイントになっています。

「北米向けのサイトは北米のサーバ」「中国向けのサイトは中国のサーバ」というように、現地のサーバインフラを利用されているお客様もいらっしゃいます。

アクセス遅延を解決するCDN（コンテンツデリバリーネットワーク）

世界各地のキャッシュサーバにウェブページをキャッシュさせ、閲覧するユーザに一番近いキャッシュサーバのデータを配信することで、ネットワークの遅延を解決しています。



専門知識やコスト面などCDNの導入にはそれなりのハードルは存在し、どの多言語ウェブサイトにもお勧めするものではありませんが、検討する価値は十分にあると思います。

③ 中国向けウェブサイトの検討ポイント

中国だけサーバインフラの事情が異なる理由

中国ではグレートファイアウォールと呼ばれる大規模なファイアウォールが存在し、中国国内と海外の通信はこの影響を受けて通信速度が遅くなる傾向があるためです。

中国現地に法人をお持ちであれば、中国国内のサーバ利用を

中国のレンタルサーバやクラウドサービスを手配し、そこに中国語ウェブサイトを開設することで、中国国内からの閲覧を最適化できます。

！ ウェブサイト設置にはICPサイト登録が必要

中国国内のサーバに設置されているウェブサイトには、必ずフッターにICPサイト登録番号が掲載されています。

正しく掲載されていなかったり、ICP登録内容に不備があるとサイトが強制的に停止される場合もあるため、非常に重要な手続きになっています。中国現地に法人がない場合はICPサイト登録を行うことができないため、中国サーバにサイトを設置することはできません。



アイ・ディ・エーでは翻訳・制作だけでなく、こうしたインフラ面のご相談、ご提案にも対応させていただいています。

3. 海外向けSEOについて

Googleは多言語サイトのこういった点を評価している？

Googleが「上級者向けSEO」として公開している資料から、外国語/多言語のウェブサイトのポイントをご紹介します。

参考：Google検索セントラル「多地域、多言語のサイトの管理」

<https://developers.google.com/search/docs/advanced/crawling/managing-multi-regional-sites?hl=ja>

■ ページ単位で言語を分ける

ひとつのページに複数の言語を併記しない（Googleは1ページ1言語で認識する）

■ 自動リダイレクトは避ける

ユーザの言語設定に応じた自動リダイレクトを行うと、全ての言語のページがインデックスされなくなる場合も

■ 自動翻訳ページは非推奨

自動翻訳は意味が通じない場合があるため、スパムとみなされる可能性があります

■ hreflangを設定する

「現在表示しているページの別言語版のURLを検索エンジンに知らせる」
hreflangの設定が有効

■ 地域ターゲティングを指定する

ドメインやURL、ページごとの設定で、どの地域・言語をターゲットにするかをGoogleに伝えます

■ SEOを考慮したURL構造

URL構造は国や地域で明確に分けることが重要（いくつかの方式を要件に応じて使い分ける）

SEOを考慮したURL構造について 詳細は次ページ



SEOを考慮した多言語ウェブサイトのURL構造とは

URL構造はウェブサイト全体に影響するため、どのようなURLの構造にするかを早い段階で検討しておくことが重要です。

多言語ウェブサイトに適したURL構造

1 国別のドメイン

国を表すドメインで、**.JP**なら日本、**.DE**ならドイツというようにターゲット国が明確になります。取得のハードル・取得費用が高めです。

国別のドメイン

日本の企業 : <https://example.co.jp>
ドイツの大学 : <https://example.ac.de>
↳ 大まかな用途を定義 ↑

2 サブドメイン方式

1つのドメイン内でサブドメインを設定して国や地域を分けて運用する方法です。サブドメイン単位での分割が容易で、別のサーバにも移設しやすい構造です。

サブドメイン

日本 : <https://jp.example.com>
ドイツ : <https://de.example.com>

3 サブディレクトリ方式

1つのウェブサイトの中で、ディレクトリで国/言語を分ける方法です。容易に作成できますが、後からサイトを分割しにくいというデメリットがあります。

サブディレクトリ

日本語 : <https://example.com/jp/>
ドイツ語 : <https://example.com/de/>

多言語ウェブサイトに適さないURL構造

× URLパラメータ方式
www.example.com?loc=jp
www.example.com?loc=de

× ファイル名方式
www.example.com/index_jp.html
www.example.com/index_de.html

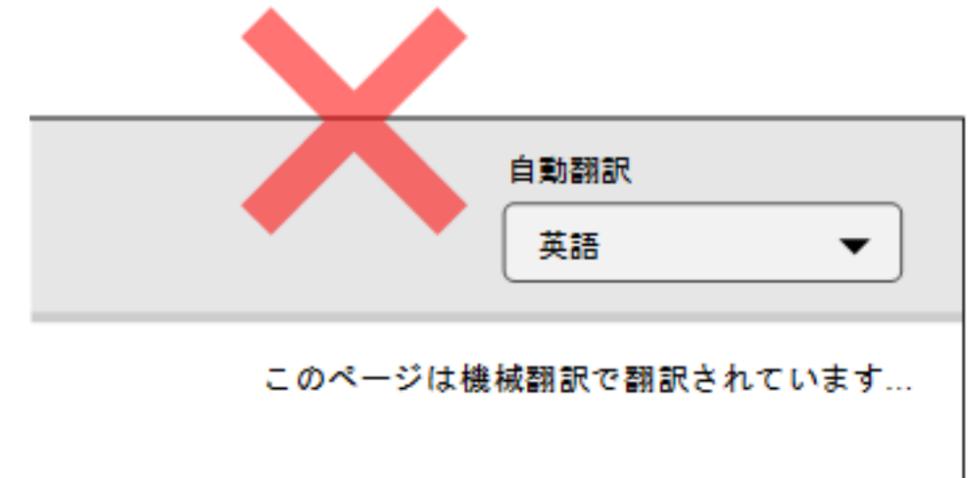
言語を識別することができず、アクセス解析を行う上でもデメリットばかりが多いため、避けることをお勧めします。

URLの「?」以降にパラメータをつける

SEOで一番重要なのはコンテンツの質 = 翻訳の質

質の高いオリジナルのコンテンツをなるべく多く提供することが重要なのは日本語のSEOと同様です。多言語サイトではここに「翻訳の質」が関わってきます。

Googleは「**自動翻訳したページが検索エンジンからクロールされないようにしてください**」とガイドに記載しています。現時点の自動翻訳は「読みにくく不自然な翻訳」で、サイトのイメージ低下につながるおそれがある、とされています。



人が翻訳する場合も翻訳の質は様々です。

アイ・ディー・エーでは既存の翻訳のチェックをご依頼いただくことも多いのですが、中にはその言語のネイティブが読んでもほとんど意味が理解できない、という場合もあります。

その多くは、**翻訳が専門ではない方が翻訳されたもの**でした。



海外向けや多言語でコンテンツを展開する際に、翻訳の質は欠くことのできない要素。重要なコンテンツであるほど、**プロのネイティブの翻訳者による翻訳**をお勧めしています。

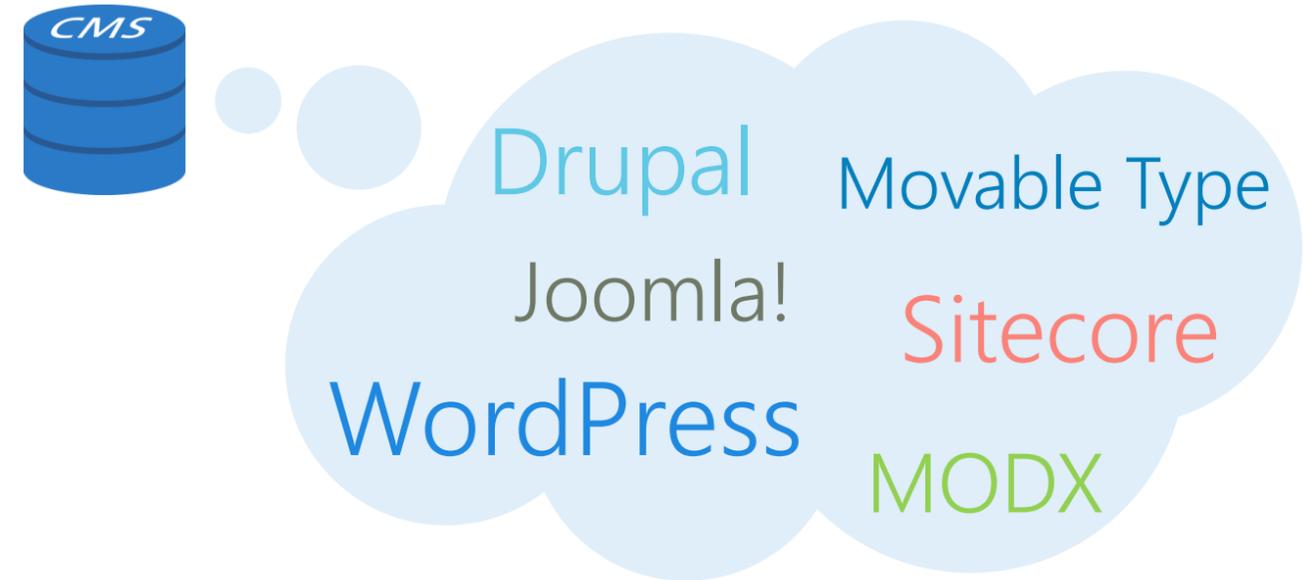
4. 多言語向けCMSの選び方

多言語に対応しているCMS（コンテンツ管理システム）って？

日本語だけでなく複数の言語のサイトを管理することを想定したときに、どのようなCMSを選定すべきか？

多言語のウェブサイト制作・運営するときの実践的な部分でポイントとなりそうな項目をピックアップしました。

CMSの選定に役立ててください。



多言語CMSを選ぶ時の8つのポイント

1. 言語ごとにサイト構造とコンテンツを柔軟に変更できること
2. 各言語ページのつながりがシステム化されていることが重要
3. 様々なURL構造に対応できること
4. 言語を追加するときのコストが低いこと
5. 使いやすいCMS
6. 言語ごとにCMSを用意することはNG？
7. CMS管理画面の言語対応もポイント
8. お勧めの海外向けサイト、多言語サイトに向けたCMSとは？

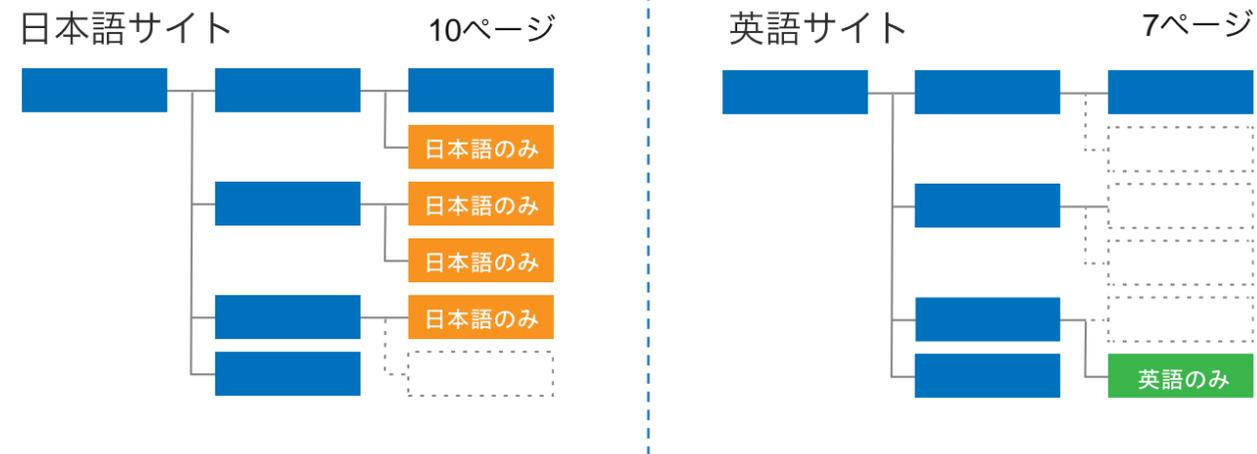
詳細は次ページ 

1. 言語ごとにサイト構造とコンテンツを柔軟に変更できること

言語ごとにサイト構造を変更できる

サイト構造とは、サイト内のページの階層構造とページの数のことを指しています。

「日本語だけに存在するページ」「英語にだけ存在するページ」ということもあり得るため、CMSには言語によって全く異なるサイト構造にできることが求められます。



コンテンツが柔軟に変更できる

言語ごとに独立した編集画面を持てる=CMSの根本レベルで多言語対応している。

日本語 編集画面

英語 編集画面

日本語にだけある編集項目

英語にだけある編集項目

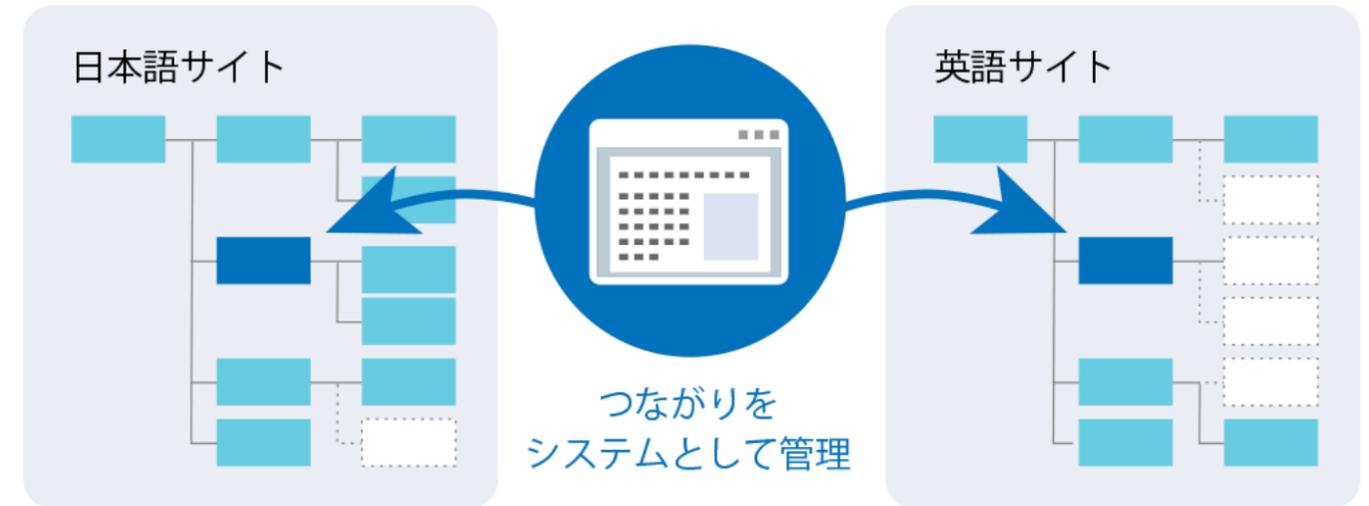
言語ごとのカスタマイズが可能だとなお良い

2. 各言語ページのつながりがシステム化されていることが重要

CMSで多言語のサイトを管理する上では、

- どのページが何語のページであるか
- どのページがどのページの翻訳であるか

という情報をシステムとして管理できていることが重要です。



例えば、検索エンジンにそのページの言語と代替言語を伝える hreflang という仕様を実装する際に、上記の2点は必ず必要になります。

サイト内検索で検索対象のページの言語を限定するような処理でも上記の情報が必要になります。



基本的な部分がシステム化されているかどうかは、CMSをカスタマイズする工数が大きく変わり、コストへの影響も大きくなります。

3. 様々なURL構造に対応できること

多言語サイトのURLをSEOを考慮したものにすることは重要なポイントですが、あまり多言語展開を考慮されていないCMSの場合、1つのドメインでの運用が前提になっていたり、「国別のドメイン」や「サブドメイン」の方式がに対応していない場合があります。

例) www.example.jp という日本語サイトに加えて新しくドイツ語サイトを検討する場合



非推奨

× 国別のドメインとサブドメインが混在している

de.example.jp

× 国別のドメインの中にサブディレクトリとして混在している

www.example.jp/de/

「日本向けサイトのドイツ語の情報」と認識される可能性が高いです。



推奨

○ 国別のドメイン

www.example.de

○ サブドメイン方式

de.example.com

○ サブディレクトリ方式

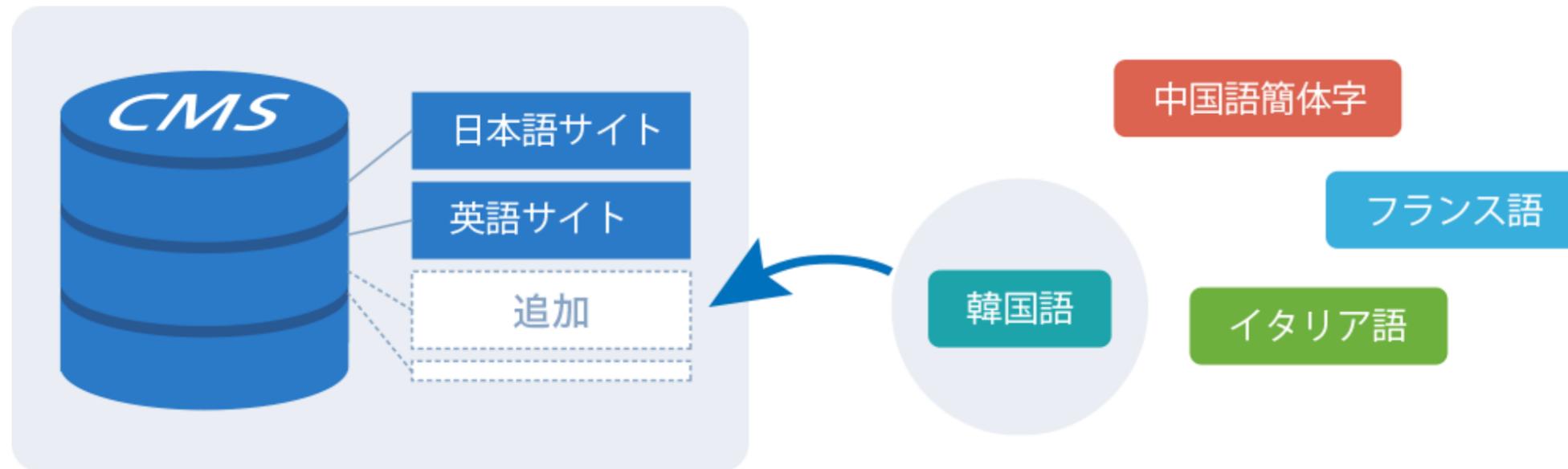
www.example.com/de/

SEOを考慮する場合、URL構造に柔軟に対応できるCMSであることが望ましいです。

4. 言語を追加するときのコストが低いこと

複数の言語を扱うサイトでは、言語を増やすことになった場合も考慮しておきましょう。言語の追加はそれほど頻繁にあることではありませんが、いざ必要になったときにあわてないように事前に確認しておきたいポイントです。

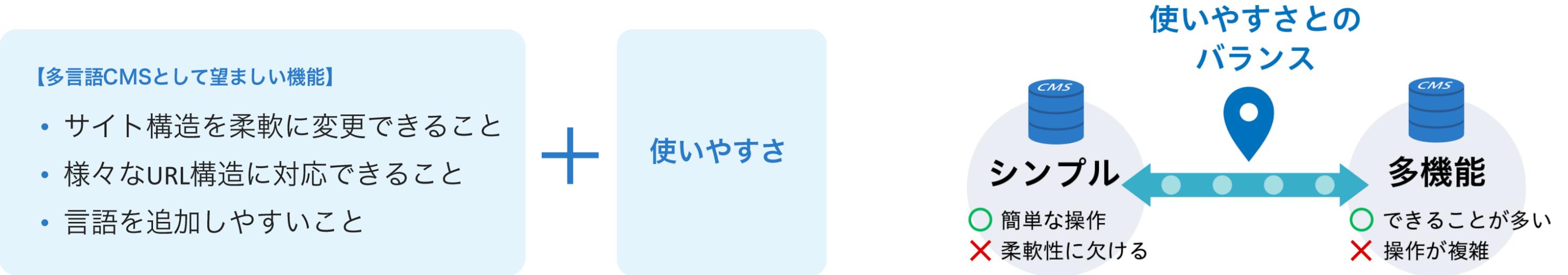
言語数を増やしていくと編集画面が使いにくくなったり改修コストが大きいCMSは、多言語ウェブサイトには向いていません。一方、システムの根本レベルで多言語対応しているCMSでは、言語の追加が容易に行えるよう設計されています。



多言語対応しているCMSは、初めから言語の追加を想定された構造になっています

5. 使いにくいCMSでは意味がない

結局「多機能な商用CMSがよいのでは」という結論になりがちですが、多機能でカスタマイズできる幅が大きいCMSが多言語ウェブサイトに向いている、というわけでもありません。



ウェブサイトの更新で日々使用するCMSは、使いやすいものが一番です。

CMS導入の目的はサイトの更新管理を効率化してサイトの価値を高めることにありますので、
「CMSを導入したが、結果あまり使われなかった」ということになっては意味がありません。

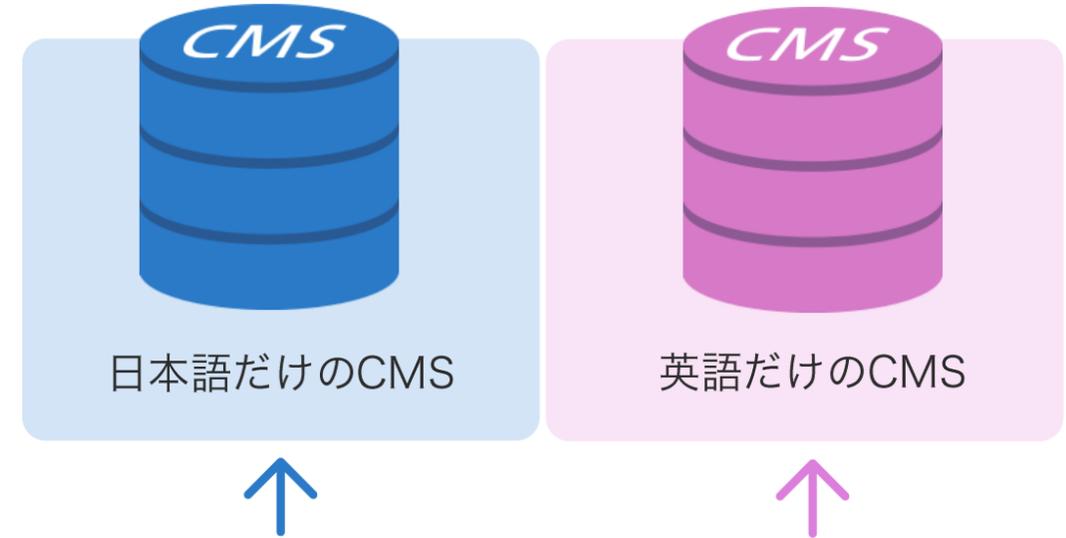
直感的に把握できて操作がシンプルなものなど、**使い続けられるかどうか**を考慮して選んでいただくことをお勧めしています。

6. 言語ごとにCMSを用意することはNG？

「日本語サイトで使っているCMSは使いやすいが多言語に対応していないため、CMSをコピーして英語サイトに使っている」

実際にこのような方法で運用されているお客様もいらっしゃいます。

ただ、注意点がありますので、それらについて導入前にご検討いただくことをお勧めしています。



- 管理画面が2つ存在することになるため、**それぞれの管理画面にログインして作業**を行うことになる
- 別々のシステムになるため、ページ間の言語のつながりを**システムで管理することができない**
- ページの別言語版を検索エンジンに伝える hreflang は**手動で管理**することになる
- 別々のシステムになるため、セキュリティアップデート等の**メンテナンスコストが2重**に必要なになる

この方法で**3言語、4言語と増やすことは難しい**と思いますので、例えば4言語対応が多い訪日外国人観光客向けサイトにはお勧めできません。一方、**日英だけに対応すればよい場合は選択肢**になると思います。

7. CMS管理画面の言語対応

「海外の現地法人から直接更新できるようにしたい」という要望がある場合は、CMS管理画面の表示言語を変更できる必要があります。

商用やオープンソースではなくスクラッチで開発されているCMSの場合、「管理画面を日本語から変更できない」という場合がありますので注意が必要です。



オープンソースのCMSの場合は、海外で開発運用されているものが大半ですので、もし現地語に対応していなくても、少なくとも「管理画面を英語に変更できない」という心配はありません。

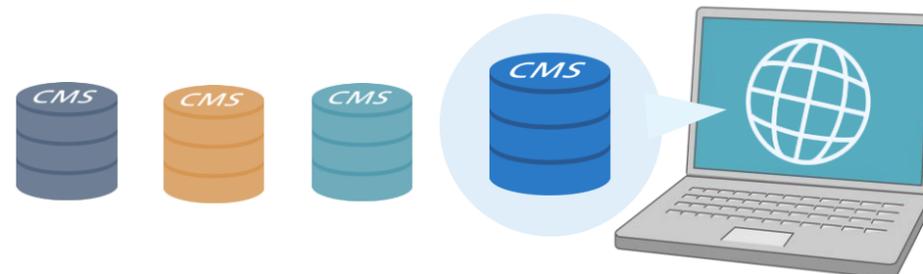
8. 海外向けサイト、多言語サイトに向けたCMSとは？

これまでご紹介したポイントを踏まえて、どのようなCMSを選択するのがよいでしょうか。
アイ・ディー・エーでは主に3つのパターンで提案させていただくことが多いです。

1. WordPress+多言語対応プラグイン
2. 主に欧州で利用されている複数ドメインに対応したオープンソースCMS
3. 北米で開発されている軽量多言語CMS

サイトの規模や構成によって選択肢は様々ですが、多言語サイト制作専門チームのディレクターが、お客様のご要望をヒアリングし、有用なCMSをご提案いたします。

多言語CMS選定でお悩みでしたら、お気軽にご相談ください。



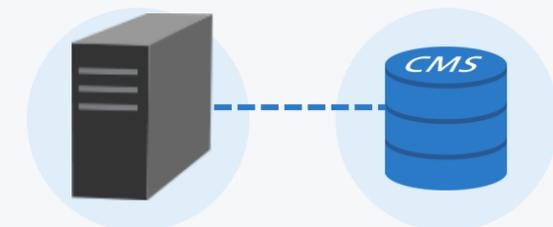
セキュリティ対策もご提案します

Wordpressだけで実装するのではなくリスクを低減する方法などもご提案しています。

翻訳管理(Translation Management System)が組み込まれたCMS

翻訳会社の翻訳管理システムとお客様のCMSを接続して、ダイレクトに翻訳をCMSに反映するような仕組みも選択肢として考えられます。

作業効率UP・コスト削減



多言語CMSの導入は、アイ・ディー・エーにお任せください

新規にCMSを導入する場合、すでにCMSで運用しているサイトに言語を追加する場合など、様々なパターンに対応可能です。

For example

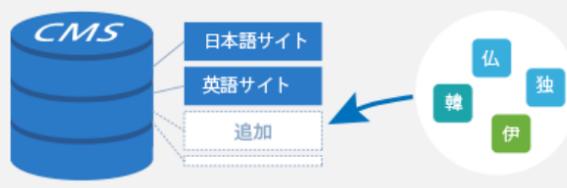
新規に多言語CMSを導入したい



A blue cylindrical database icon labeled 'CMS' with a yellow starburst containing the word 'NEW' next to it.

For example

CMSで運用しているサイトに言語を追加したい



A blue cylindrical database icon labeled 'CMS' with a table-like structure next to it. The table has rows for '日本語サイト' and '英語サイト', and a '追加' (Add) button. To the right, a circular icon contains characters for Japanese (日), English (英), Korean (韓), and Chinese (中).

For example

別の多言語CMSに変更したい



Two blue cylindrical database icons labeled 'CMS'. An orange arrow labeled '引っ越し' (Move) points from the left icon to the right icon.

CMS導入後の、ニュースやプレスリリースなどの翻訳・サイト更新から、サイトの継続的な効果測定、改善のご提案まで運営サポートも承っています。

➡ ご不明点は、お気軽にご相談ください。

▼多言語CMSに関するサービスについて詳しくは、弊社ウェブサイトに掲載しています
<https://www.idanet.co.jp/services/web/cms/>

海外向けウェブサイトの見積り承ります



担当スタッフへメールにてお問い合わせください。

新規のお客様



まずは、弊社ウェブサイトのお問い合わせフォームにてお問い合わせください。
後ほど、担当スタッフからメールにてご連絡差し上げます。

▼お問い合わせフォーム

<https://www.idanet.co.jp/contact/contact-form/>

サービス詳細・お問い合わせは、弊社ウェブサイトへ

www.idanet.co.jp



アイ・ディー・エー株式会社

〒530-0051 大阪市北区太融寺町1-17 梅田アスカビル

TEL : 06-6360-6300

FAX : 06-6360-6303