

ローカライズのためのチェックリスト

ローカライズを始める前に

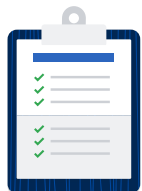
コンテンツが世界のどこで表示されているかを確認してから [Google アナリティクスの詳細地域レポート](#) を作成すると、該当する国と使用言語に関する情報を把握できます。

ウェブサイト全体をローカライズするのは大変な作業です。現時点で最も人気が高く、恒常的に需要があるコンテンツのみをローカライズすれば、一般公開までの時間が短縮され、コンテンツの長期的な価値を最大化できます。

新しいターゲット市場のプライバシーおよびデータ保護に関する法令について理解を深めましょう。たとえば欧州では、GDPR を遵守し、サイトが地域の法的要件を満たしている必要があります。法規の遵守には複雑な手順を要するため、法律顧問に相談されることをおすすめいたします。

ローカライズも手間のかかる作業です。小さなプロジェクトであれば1つのスプレッドシートで管理できますが、大規模なプロジェクトの場合は翻訳管理システムをご利用になることをおすすめします。翻訳管理システムを使うと翻訳プロセスを効率化できるほか、翻訳メモリなどの機能によって時間と費用を節約できます。

ウェブサイトのプラットフォームとデザインについて十分に検討しましょう。複数の言語に翻訳可能かどうか、また、スペースとレイアウトについても考える必要があります。たとえばドイツ語の多くの単語は英語の単語よりも長いため、すぐにページの文字制限に達してしまいます。言語によっては、アラビア語のように右から左に読むものがあったり、サイトによっては特殊文字に対応していないものがあったりします。そのため、あらゆる文字と言語に対応している Unicode (UTF-8) を使用することをおすすめします。



翻訳のヒント

- 01 オンライン翻訳ツールは気軽な翻訳には便利なものです。しかしサイトのコンテンツに使用すると、ネイティブスピーカーにとってぎこちなく、場合によっては不適切な印象を与える翻訳になる可能性があるため、使用は避けましょう。
- 02 資格を持つ現地の翻訳者に依頼すれば、正確で文化的にも配慮された読みやすい訳文が得られます。多くのコミュニティでは、各コミュニティ内で翻訳をクラウドソーシングしており、既存のオーディエンスから高品質のコンテンツを短時間で効率的に調達できます。
- 03 英語で使用される、「the best of both worlds (両者の長所)」や「call it a day (その日の仕事などを切り上げる)」などの話し言葉やフレーズは、英語以外の言語に文字どおり翻訳しても意味をなしません。こうした表現はローカライズの前に削除するか置き換えます。
- 04 最もよく使用されるフレーズと、これらを翻訳する必要があるかどうかを記載した用語集を作成し、コンテンツに利用することを検討しましょう。ブランド関連の用語やそれらの表示方法に関するガイダンスを作成することもできます。
- 05 サイトにはユニバーサル言語選択 (ULS) を使用しましょう。これによって、ユーザーはコンテンツを参照する際に表示言語を簡単に設定できます。

- 06 まもなく、お客様のウェブサイトのコンテンツはさまざまな地域と言語で表示されるようになります。そのため、海外向け SEO の推奨事項に従っていただく必要があります。たとえば、どのバージョンのサイトを表示するか Google 側で認識できるように、[hreflang タグ](#)を使用してください。



ローカライズを確認する

日付、記号、通貨が各国に適した形式であることを必ず確認してください。たとえば英国では、日付には通常「DD/MM/YY」の形式が使用されますが、米国では「MM/DD/YY」の形式が使用されます。小数点や3桁ごとの区切り方法も地域の基準に合わせる必要があります。

画像に文化的な配慮がされており、画像の中で使用されているテキストもローカライズされていることを確認してください。テキストが埋め込まれた画像を使用すると、ローカライズの手間が増え追加費用もかかるため、テキストが埋め込まれていない画像を選ぶのが理想的です。

フォントがローカライズ先の言語に適しており、コンテンツが読みやすいことを確認してください。Google Fonts のフォントを複数の言語でお試しいただくと、すべての言語で最適に表示されるフォントを選ぶことができます。

さまざまな色が持つ文化的な重要性も常に念頭においてください。たとえば青色は、北米や欧州では「信頼」および「平静」を意味しますが、中国では「祝祭」や「祝賀行事」と関連付けられます。

サイトを公開する前に、ネイティブスピーカーに読みやすさを確認してもらいましょう。国や地域によって接続速度が異なるため、読み込み時間も確認するよう依頼します。



公開後について

サイトのローカライズ後は、サイトが公開され稼働していることをオンラインやソーシャルメディアで宣伝して対象ユーザーに知らせましょう。

ローカライズによって当初の目標を達成できているのかも確認する必要があります。Google アナリティクスを使えば、サイトを訪れたユーザー数、ユーザーのサイト滞在時間のほか、言語ごとの直帰率も把握できます。さらに、サイトを収益化している場合は、新しいオーディエンスが収益に与えた影響を測定することもできます。

ローカライズには時間がかかり、念入りのプランニングも必要ですが、Google のチェックリストと役立つ情報をご利用になれば、ユーザーの関心を集める高品質のコンテンツを作成できます。