

# 多言語Webサイト 50の改善リスト

致命的な  
機会損失？

✓ 予約

✓ 翻訳

✓ UI/UX



✓ デザイン

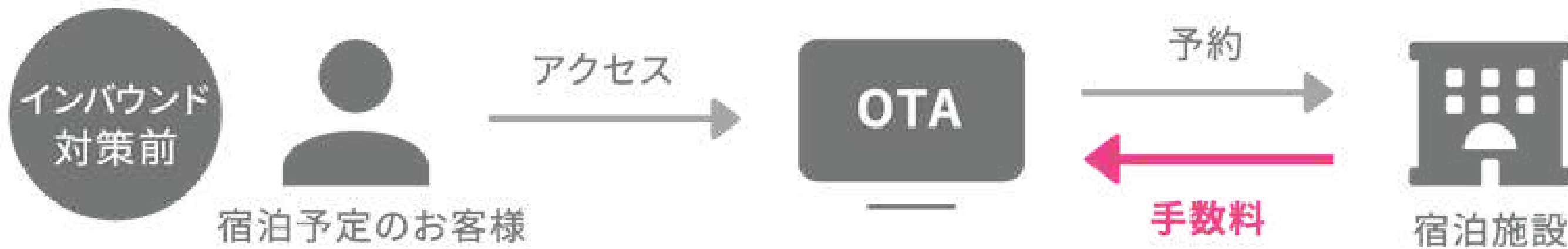
✓ 運用

✓ 海外SEO



# 訪日観光客を、ダイレクトに"自社予約"へ促す インバウンドマーケティングサービスです

成功事例あり！



一般的な  
海外OTA手数料  
15~20%



OTA手数料の  
一部を削減！

利益率  
**10% 向上！**

多言語Webサイト 対策で  
自社サイトでの予約強化！

手数料は発生せずそのまま利益に！

マーケティング施策の中でも特に、  
海外ユーザーの機会損失の解消こそ、  
最終的なインバウンド売上を左右する要素です。

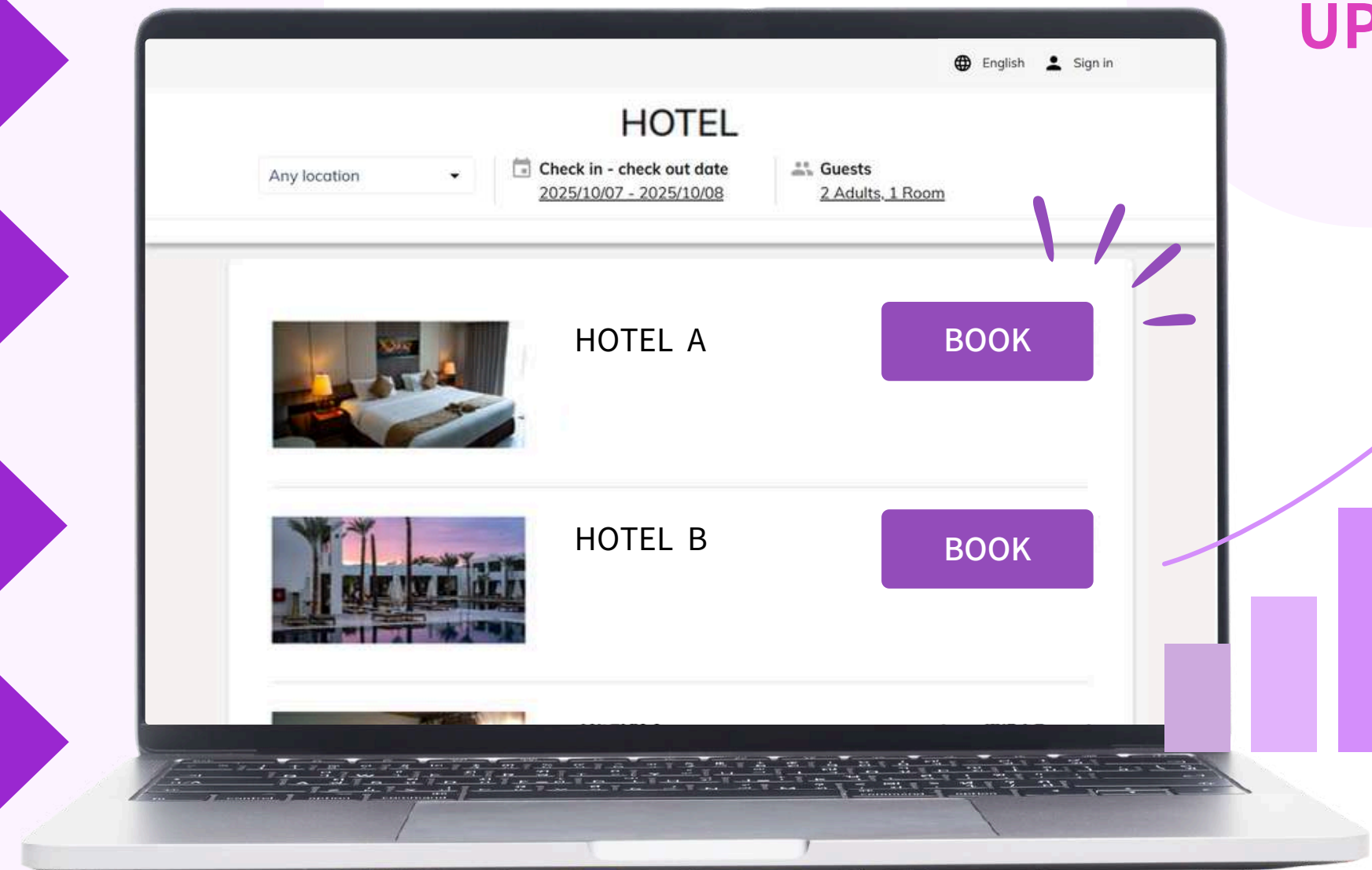
多言語Webサイト改善による流入強化

予約導線の改善(4p～)

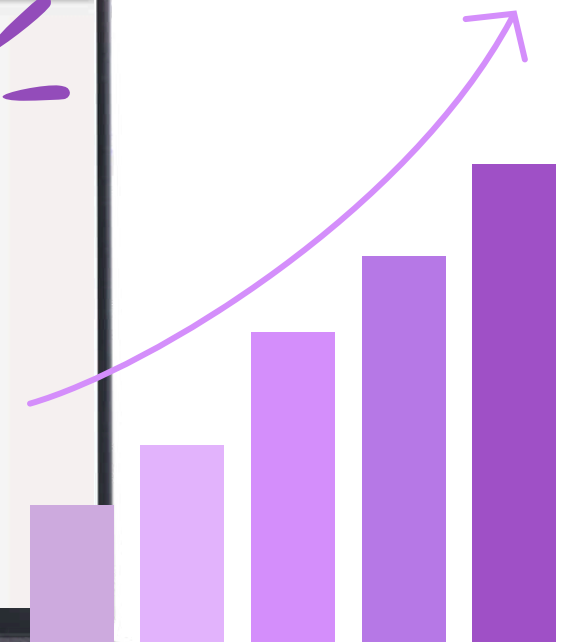
UI/UX改善(8p～)

翻訳改善(13p～)

SEO改善(19p～)



自社予約比率  
UP!



# 予約導線・ コンバージョン(CV)率 最大化

訪日人観光客を「予約完了」まで導くために、  
Webサイトと予約システムのための致命的な断絶を解消し、  
予約率を最大化するための施策です





# Q. 予約フォームのUX・システム連携 についてのチェック

## 01 ☐ 予約までの導線は言語が一貫していますか？

多言語ページから予約ボタンを押した際、  
予約フォームまで言語が切り替わらず一貫しているかcheck!



## 02 ☐ 予約エンジンに掲載するプランは 各言語ごとに設定していますか？

予約エンジンに記載するプランが  
各国の言語で表示されているかcheck!

## 03 ☐ 取引情報の多言語化はされていますか？

予約完了メール、サンキューページ、キャンセルポリシーなど、  
取引情報も完全に多言語対応しているかcheck!



## Q. 予約フォームのUX・システム連携 についてのチェック

### 04 ☐ 日付検索ボックスは配置していますか？

日付や人数の空き具合が分かり、まだ予約を確信していなかった潜在顧客の背中を押すことができるかcheck!

サイトを開いてすぐ、  
TOP画像の真下に配置することで  
予約率がUP!

### 05 ☐ 視覚的なステップ表示がされていますか？

予約ステップを視覚的に表示(例:「Step 1/3」)し、  
ユーザーに完了までの道のりを明示しているかcheck!

### 06 ☐ 各地の決済方法へ対応していますか？

支払い方法の選択肢が、海外ユーザーの主流な決済手段  
(例: Alipay, WeChat Payなど)に対応しているかcheck!



## Q. 国際的な慣習への対応 についてのチェック

07 ☐ 日付フォーマットを調整していますか？

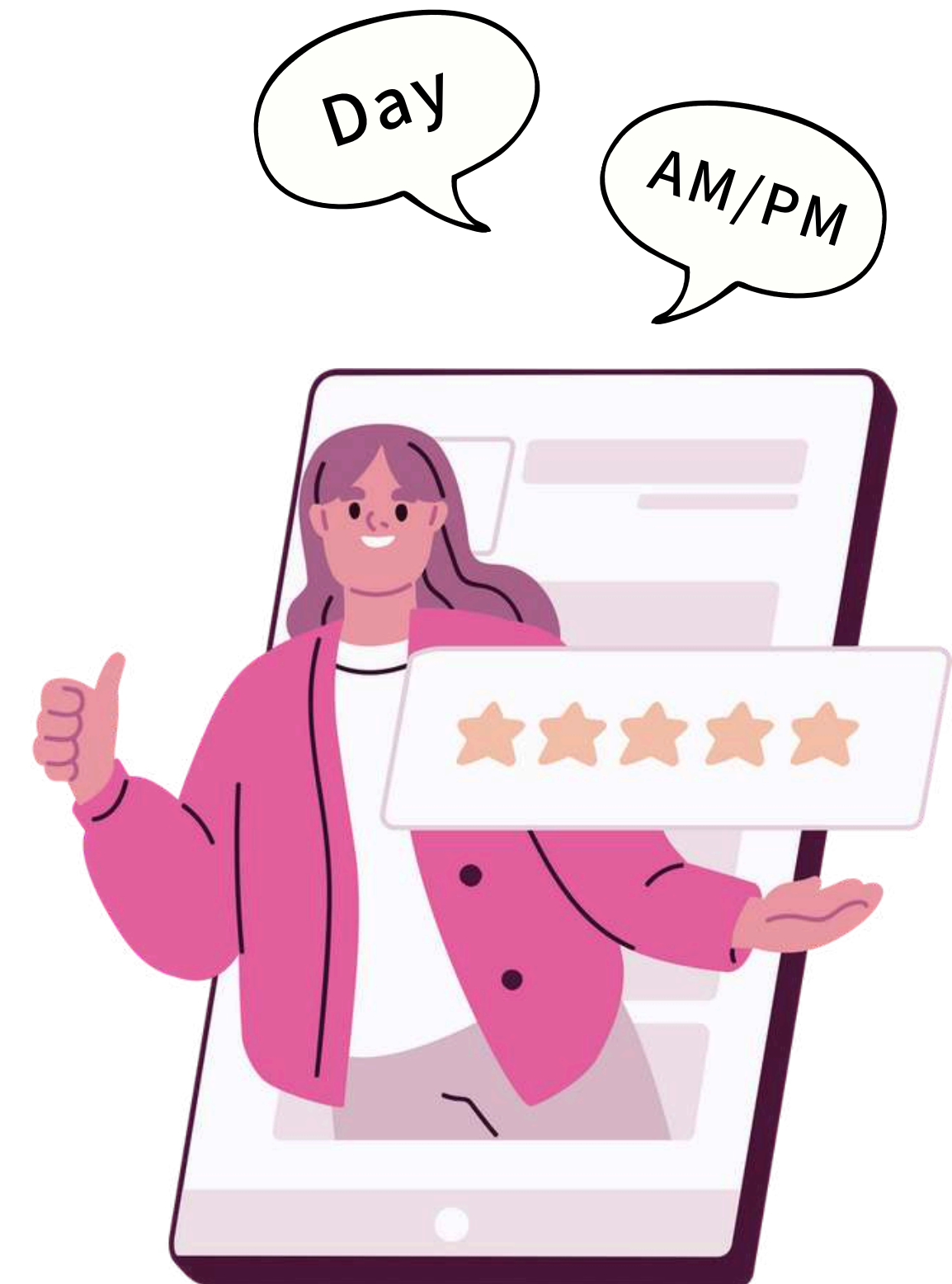
日付フォーマットが「月/日/年」など、  
ターゲット国・地域の慣習に合わせて表示されているかcheck!

08 ☐ 時間表記を調整していますか？

時間表記が24時間制だけでなく、  
海外で一般的な12時間制(AM/PM)かcheck!

09 ☐ 総額表示は徹底していますか？

料金表示は、税金・サービス料込みの  
総額表示を基本としているかcheck!



➤➤➤➤➤ 10～21

---

# UI/UX・ ローカライズ徹底最適化

Webサイトの使いやすさ、デザイン、情報構造を、  
外国人観光客にとってストレスフリーな状態に  
引き上げるための施策です





## Q. ナビゲーションと情報設計 についてのチェック

### 10 ☐ 言語切り替えボタンの位置は適切？

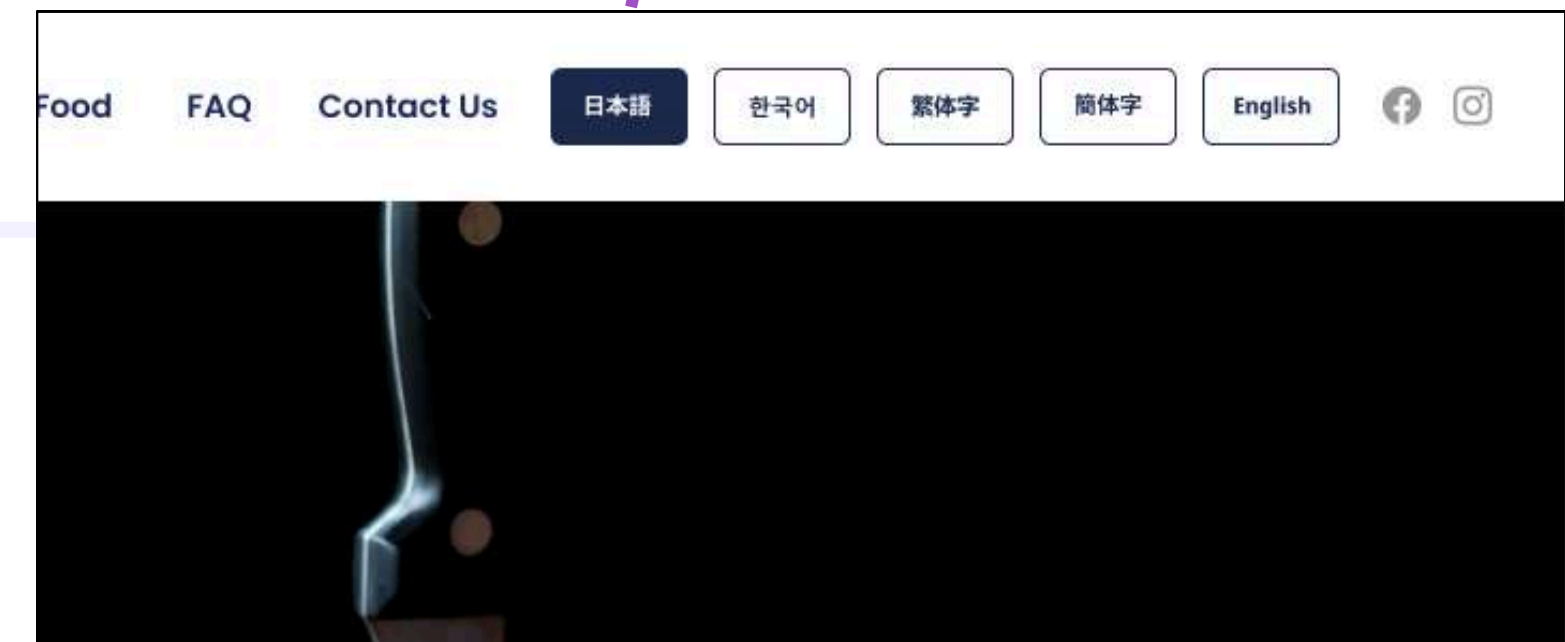
言語切り替えボタンが、全ページ共通で目立つ位置(ヘッダー右上など)に設置されているかcheck!



全ページに  
言語切替ボタンを  
見やすく設置！

### 11 ☐ 現地語での表記はできていますか？

言語ボタンは「English」など現地語で表記されているかcheck!



### 12 ☐ 外国人向けの情報は充実していますか？

多言語版では、日本語版にはない外国人向けの情報(アクセス、WiFiなど)が充実しているかcheck!

## Q. ナビゲーションと情報設計 についてのチェック

### 13 ☐ 情報設計の見直しはできていますか？

日本語版の情報をただ翻訳するだけでなく、現地ユーザーの嗜好に合わせた情報設計に見直しているかcheck!

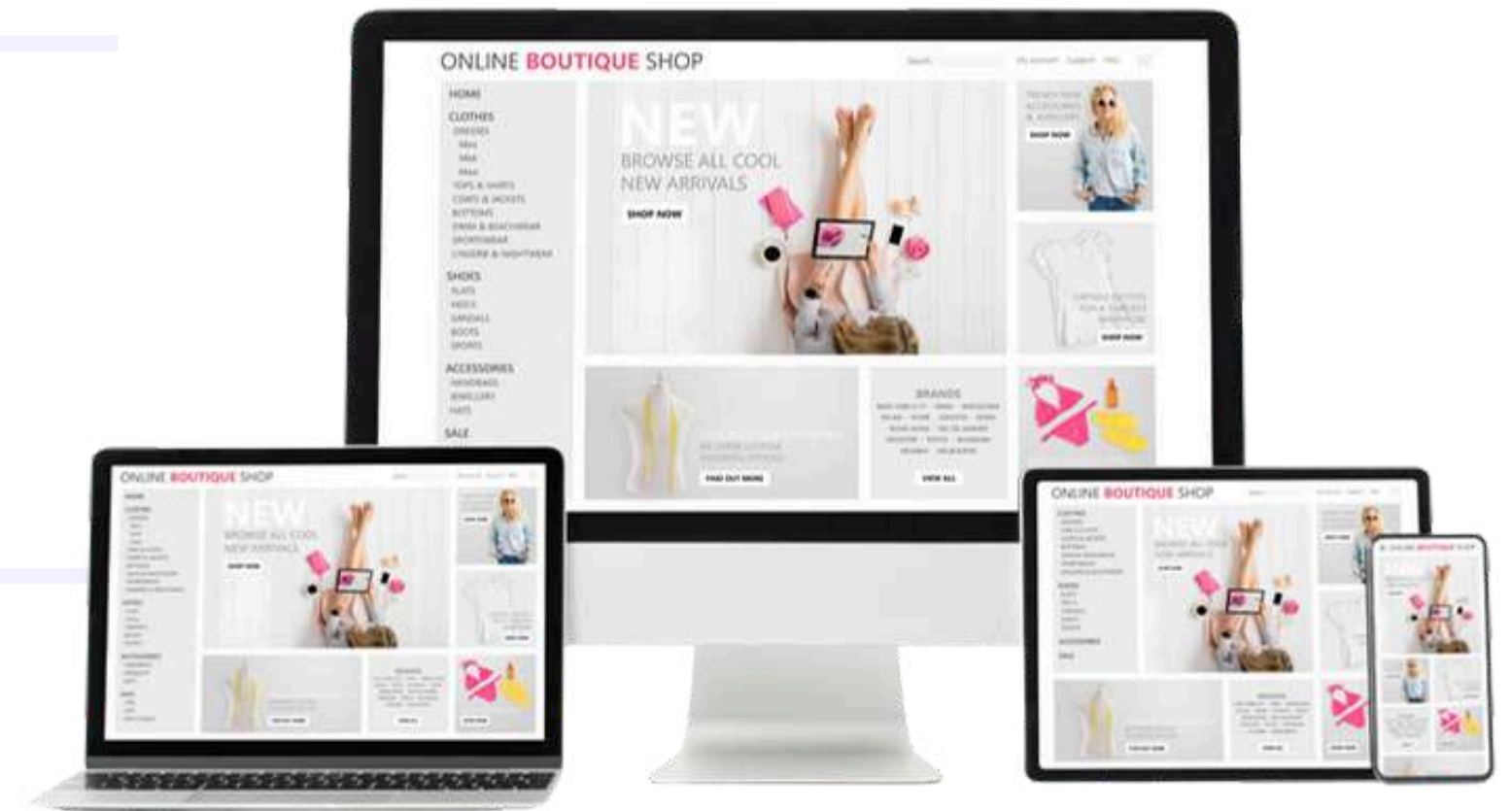
どのデバイスでも  
見やすいサイト設計

### 14 ☐ モバイル対応していますか？

サイト全体でモバイルフレンドリーなデザイン(レスポンシブデザイン)になっているかcheck!

### 15 ☐ アクセス情報の具体性がありますか？

アクセス情報のページが、多言語で地図と交通機関の乗り換え情報を具体的に示しているかcheck!



## Q. デザインと文化への配慮 についてのチェック

### 16 ☐ デザインの信頼性がありますか？

デザイン全体が、ターゲット国・地域で信頼感を得やすい色使いやレイアウトになっているかcheck!



日本語

### 17 ☐ 日本文化の解説は充実していますか？

和室や温泉、食事などの日本文化について、多言語でわかりやすく解説しているかcheck!

各言語ごとにデザインをローカライズ！

### 18 ☐ 専門用語は補足されていますか？

日本語の専門用語や固有名詞は、すべて多言語で補足説明されているかcheck!



英語

## Q. デザインと文化への配慮 についてのチェック

### 19 ☐ 表示速度の最適化はできていますか？

ページの表示速度が、海外からのアクセスでもストレスのないレベルか(画像最適化など)check!

グローバルを意識した表現や  
SNSの選定を行いましょう

### 20 ☐ 文化的に避ける表現は除外していますか？

言語や文化によって避けるべき表現や画像が含まれていないかをcheck!

### 21 ☐ SNSシェア対応は適切ですか？

SNSシェアボタンが、ターゲット国で主流のプラットフォーム(WeChat、LINEなど)に対応しているかcheck!



# 翻訳の質と 継続的な運用改善

機械翻訳の限界を克服し、  
信頼性の高い情報伝達を継続的に行うための  
運用・改善の施策です





## Q. 翻訳の質と正確性 についてのチェック

22 ☐ [Webサイト]プロ翻訳者による  
校正をしていますか？

機械翻訳に頼らず、プロの翻訳者やネイティブ  
チェッカーによる校正を行っているかcheck!

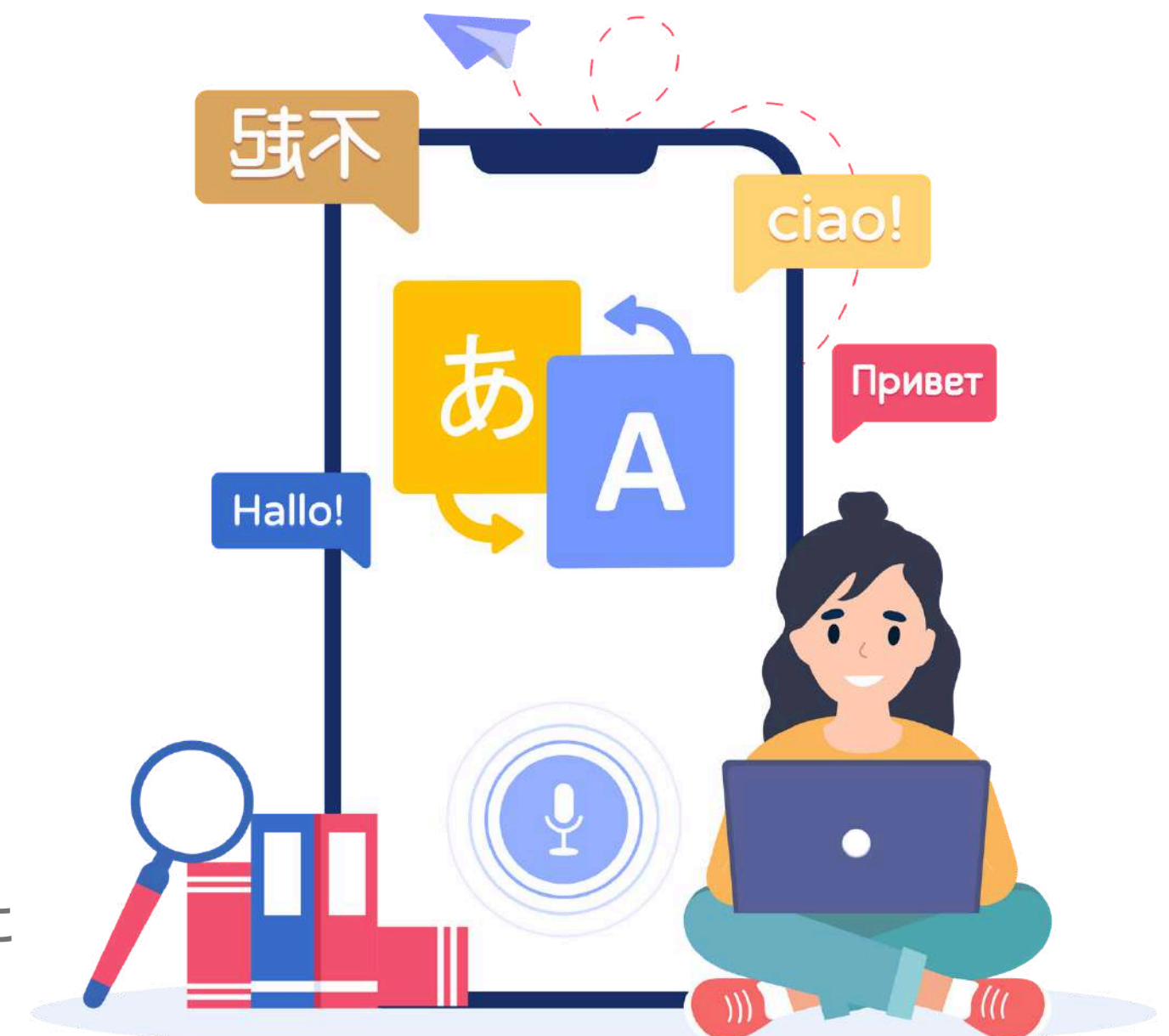
ニュアンスのズレはユーザーを不安にし、  
サイトの離脱へと繋がります

23 ☐ ローカライズを徹底していますか？

サービス名やコンセプトなど、ニュアンスが重要な  
箇所はローカライズ(現地化)を徹底しているかcheck!

24 ☐ 文字数・レイアウトの調整は適切ですか？

翻訳後のテキストが元のデザインからはみ出したり、不自然な改行に  
なったりしていないか、文字サイズの調整が行われているかcheck!



## Q. 翻訳の質と正確性 についてのチェック

25 ☐ 定期的な誤訳チェックをしていますか？

誤訳や不自然な表現がないか、  
定期的にネイティブチェックを行っているかcheck!

26 ☐ 用語集の作成はしていますか？

一貫した用語集(グロッサリー)を作成し、  
翻訳ブレを防いでいるかcheck!



## Q. データ分析とPDCA についてのチェック

### 27 ☐ 検索キーワードの分析をしていますか？

サイト内検索でユーザーがどのような多言語キーワードで検索しているかや、コンテンツ不足などを特定しているかcheck!

／ サイトは公開して終わりではなく  
分析と改善により  
長期的な資産にしましょう！ ／

### 28 ☐ PDCAサイクルは体制化できていますか？

翻訳、開発、マーケティング担当者間で、分析結果に基づいた改善案の決定と実行を定期的に行う体制を確立できているかcheck!

### 29 ☐ 言語別にコンバージョン目標の設定をしていますか？

各言語版で、予約完了などのコンバージョン目標を別々に設定し、個別の成果を追跡しているかcheck!



## Q. データ分析とPDCA についてのチェック

### 30 ☐ 言語別の離脱率分析をしていますか？

Google Analyticsなどのツールで、  
言語別・国別の離脱率を定期的にチェックしているかcheck!

### 31 ☐ フォーム離脱箇所の特定をしていますか？

予約フォームで特に離脱が多い箇所を特定し、  
それに対する改善策を検討しているかcheck!

### 32 ☐ 行動分析によるニーズ把握をしていますか？

海外ユーザーのサイト内行動(ヒートマップなど)を分析し、  
ニーズを把握しているかcheck!

▼ヒートマップツールなどの活用



## Q. データ分析とPDCA についてのチェック

### 33 ☐ お問い合わせ内容の活用をしていますか？

海外からのお問合せ内容を分析し、FAQやコンテンツ改善に活かしているかcheck!

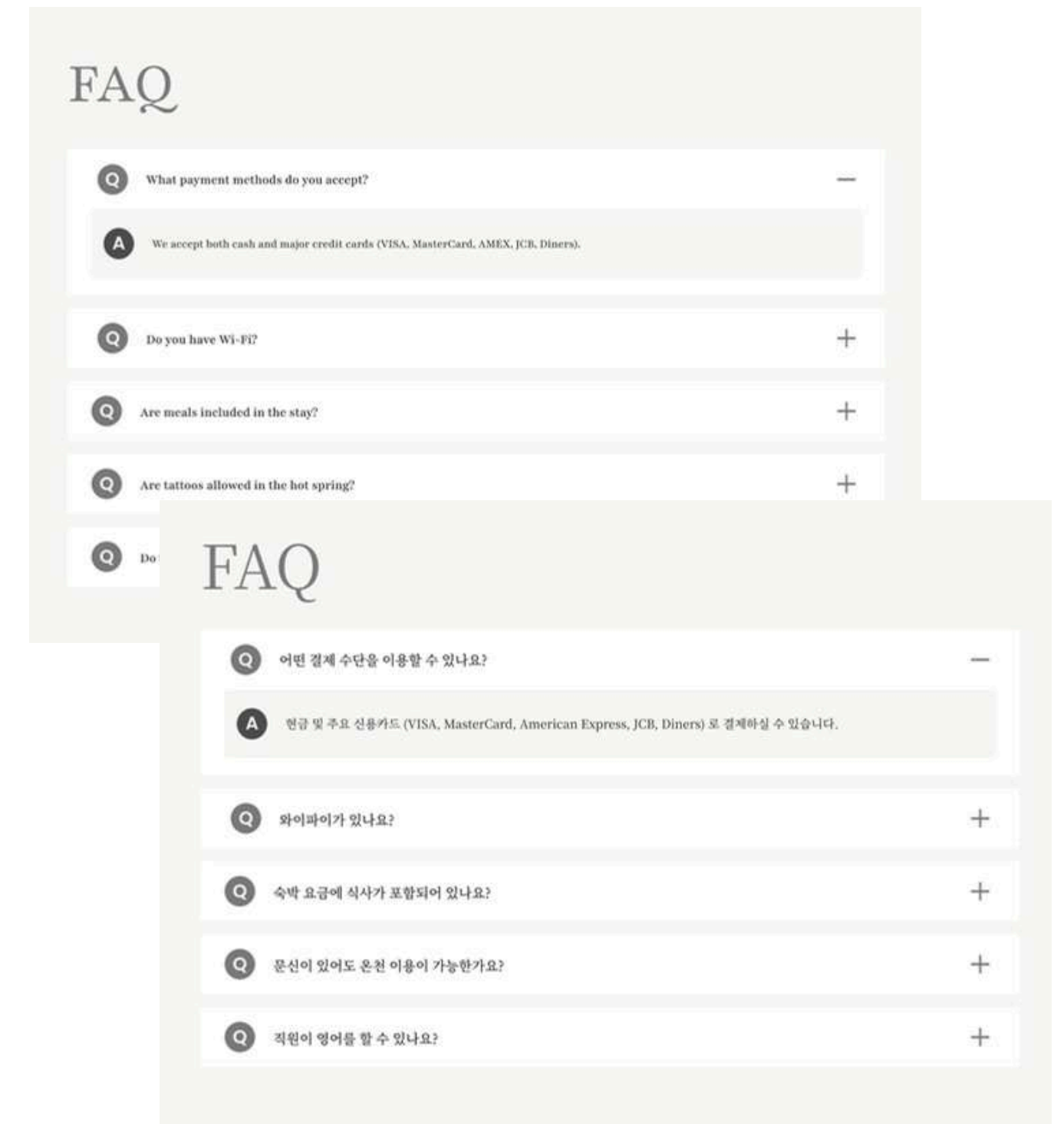
### 34 ☐ 競合サイトを定期調査していますか？

競合他社や成功事例の多言語Webサイトを定期的に調査し、改善のヒントを得ているかcheck!

### 35 ☐ 最新の規制や慣習に対応できていますか？

各国で変わるプライバシー規制やWeb慣習(例：Cookie同意など)に迅速に対応できる運用体制があるかcheck!

▼よくある質問（例：英語、韓国語）





# 海外SEO対策

インバウンド集客の成否は、  
検索エンジンで「見つけてもらおう」ことに懸かっています  
貴施設のWebサイトが世界中で上位表示されるための  
技術的・戦略的なSEO施策です



## Q. 海外SEOのテクニカル対策 についてのチェック

### 36 ☐ hreflangタグは設定できていますか？

各言語版のページに、hreflangタグが正しく設定され、検索エンジンに言語・地域を伝えているかcheck!

### 37 ☐ ローカライズされたURL構造になっていますか？

URL構造が、海外向けに言語に適した構造になっているかcheck!

### 38 ☐ ターゲットキーワードは選定できていますか？

各言語版で、現地のユーザーが検索に使う競合性の低いキーワードを再選定しているかcheck!



#### 【用語解説】

- SEO  
検索結果で上位表示させる工夫
- hreflangタグ  
ページの言語と対象地域を示すタグ

## Q. 海外SEOのテクニカル対策 についてのチェック

### 39 ☐ タイトル・メタディスクリプションの設定はできていますか？

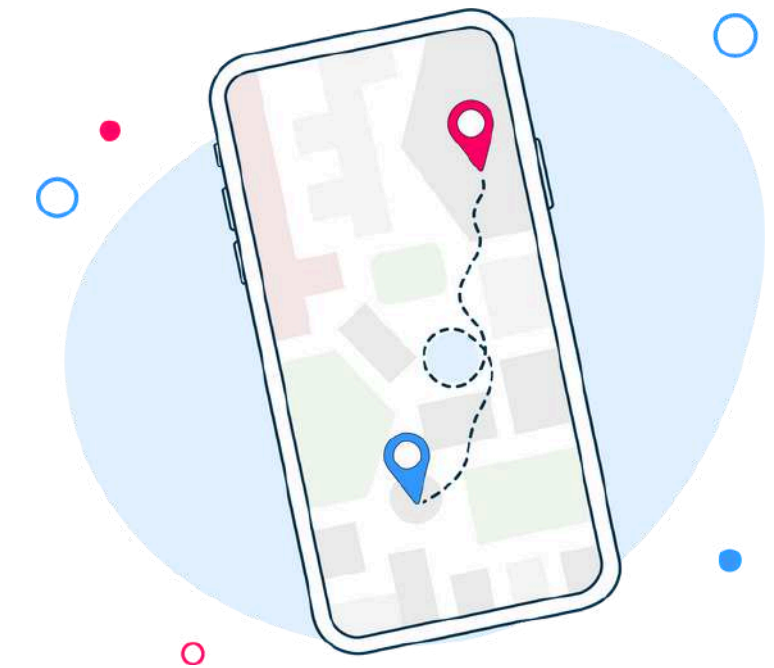
各言語版のタイトルタグとメタディスクリプションが、選定したキーワードを使い自然な多言語で記述されているかcheck!

### 40 ☐ 画像Altテキストは翻訳できていますか？

掲載画像のAltテキスト(代替テキスト)が、日本語版の直訳ではなく、ターゲット言語で最適化されているかcheck!

### 41 ☐ MEO対策していますか？

Googleビジネスプロフィールで、施設名やサービス内容が多言語で登録されているかcheck!



#### 【用語解説】

- **タイトル**  
ページの見出し(最も重要)
- **メタディスクリプション**  
ページの説明文
- **画像Alt**  
画像の内容を文字で説明
- **MEO**  
マップ検索での上位表示の工夫

## Q. 海外SEOのテクニカル対策 についてのチェック

42 ☐ Google Search Consoleを登録していますか？

各言語のサイトマップをGoogle Search Consoleに登録し、インデックス状況を監視できているかcheck!

43 ☐ ユーザーの地理的ターゲティングは適切ですか？

サイトの地理的ターゲティング設定が適切に行われているかcheck!

44 ☐ 重複コンテンツの回避はできていますか？

翻訳が不完全なページや機械翻訳のみのページが、重複コンテンツとして認識されていないかを確認しているかcheck!



### 【用語解説】

- Google Search Console  
Google検索での検索順位を上げるためのヒントを提供するツール
- 地理的ターゲティング  
サイトをどこの国に届けたいかをGoogleに伝える設定。主にGoogle Search Consoleの中で設定を行う

## Q. コンテンツ & 外部施策 についてのチェック

45 ☐ 現地の人気コンテンツを作成していますか？

ターゲット国で特に人気の高い情報(例：日本の祭りや文化)を多言語でコンテンツ化しているかcheck!

46 ☐ 外部サイトからの被リンク獲得はできていますか？

ターゲット国の有力な観光ブログやメディアから、多言語サイトへの質の高いリンクを獲得する施策を行っているかcheck!

47 ☐ 多言語サイトの相互リンクはできていますか？

日本語版と多言語版、多言語版同士で、関連性の高いページを相互にリンクしているかcheck!



### 【用語解説】

- 被リンク  
他のサイトから、貴施設のサイトへ貼られたリンクのこと



# 海外SNS対策

訪日観光客の「情報収集・検討」段階に作用し、  
予約導線(Webサイト)への流入を促すための  
ソーシャルメディアの施策です



## Q. 海外SNS対策 についてのチェック

48 ☐ 中国向けSNS(rednote/小紅書)を活用していますか？

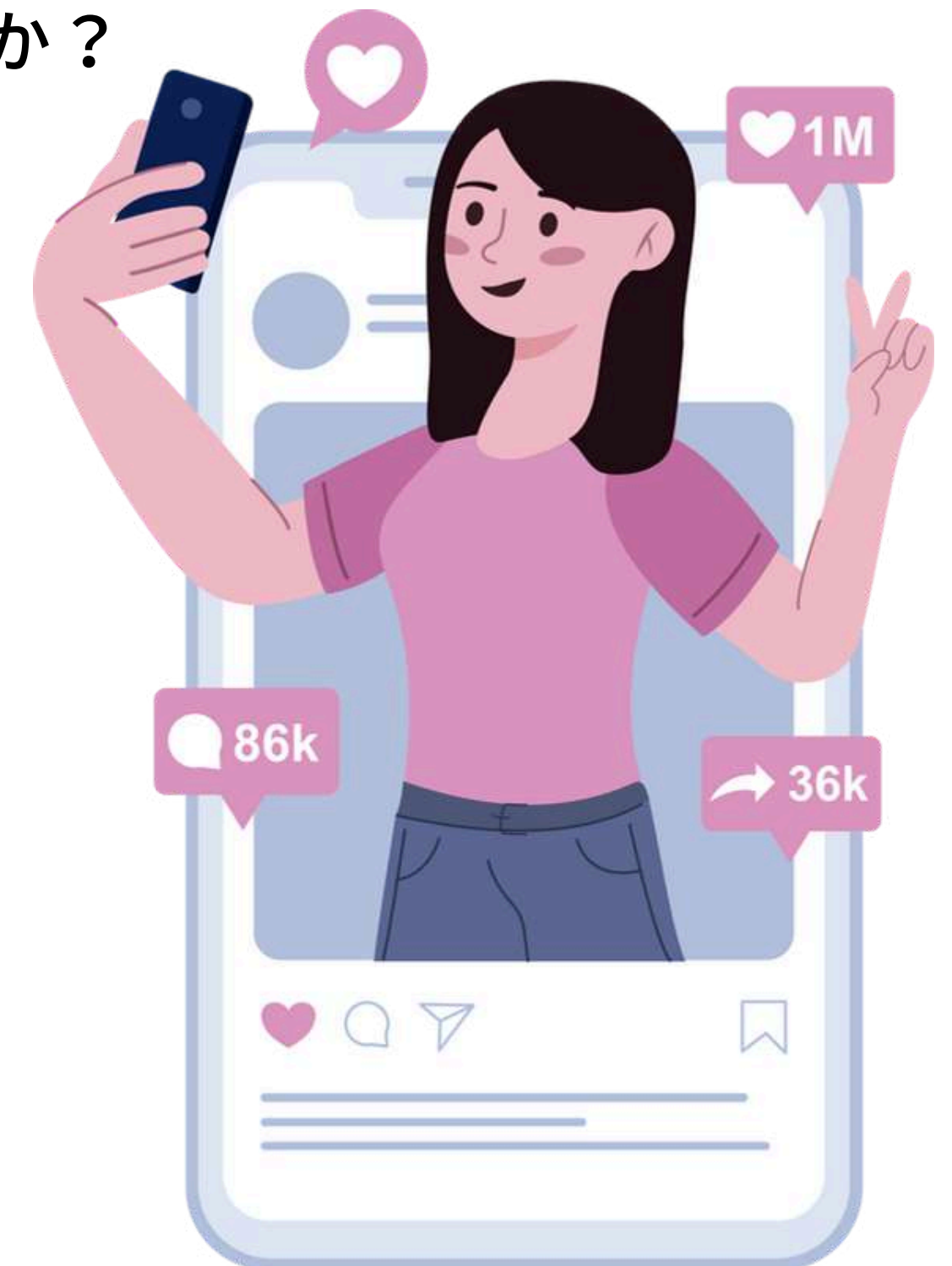
Googleが機能しない中国本土への集客のため、rednote(小紅書)等で視覚的に訴求力の高いコンテンツを投稿・運用しているかcheck!

49 ☐ 現地インフルエンサーの起用をしていますか？

各国のインフルエンサーを活用したタイアップ投稿で、サイトへの流入を促しているかcheck!

50 ☐ ユーザー生成コンテンツ(UGC)を活用していますか？

施設名や固有の多言語ハッシュタグを設定し、SNSでのUGC(クチコミ)発生を促進し、それをWebサイトに活用しているかcheck!



## 多言語Webサイト改善の真のメリット

# “単なる制作から「**自社予約比率の向上**」へ”

従来の単なる機械翻訳や言語切り替えボタンの設置だけでは難しかった、UI/UXの徹底改善が、お客様の購買・予約行動に深く作用し「自社予約比率の向上」に直結する強力なドライバーとなります

### Point 01

予約導線の一貫性で  
離脱を解消



### Point 02

国際慣習への最適化で  
不安を排除



### Point 03

ローカライズされた  
コンテンツで信頼を獲得



多言語Webサイトの戦略的改善は、訪日観光客の心に深く響き、  
具体的な「**自社予約**」行動を促す最も効果的な手段です

# インバウンド集客 に特化した施策で 収益の最大化 を一貫サポートします

## 旅マエ

情報収集 比較検討

認知・ブランディング

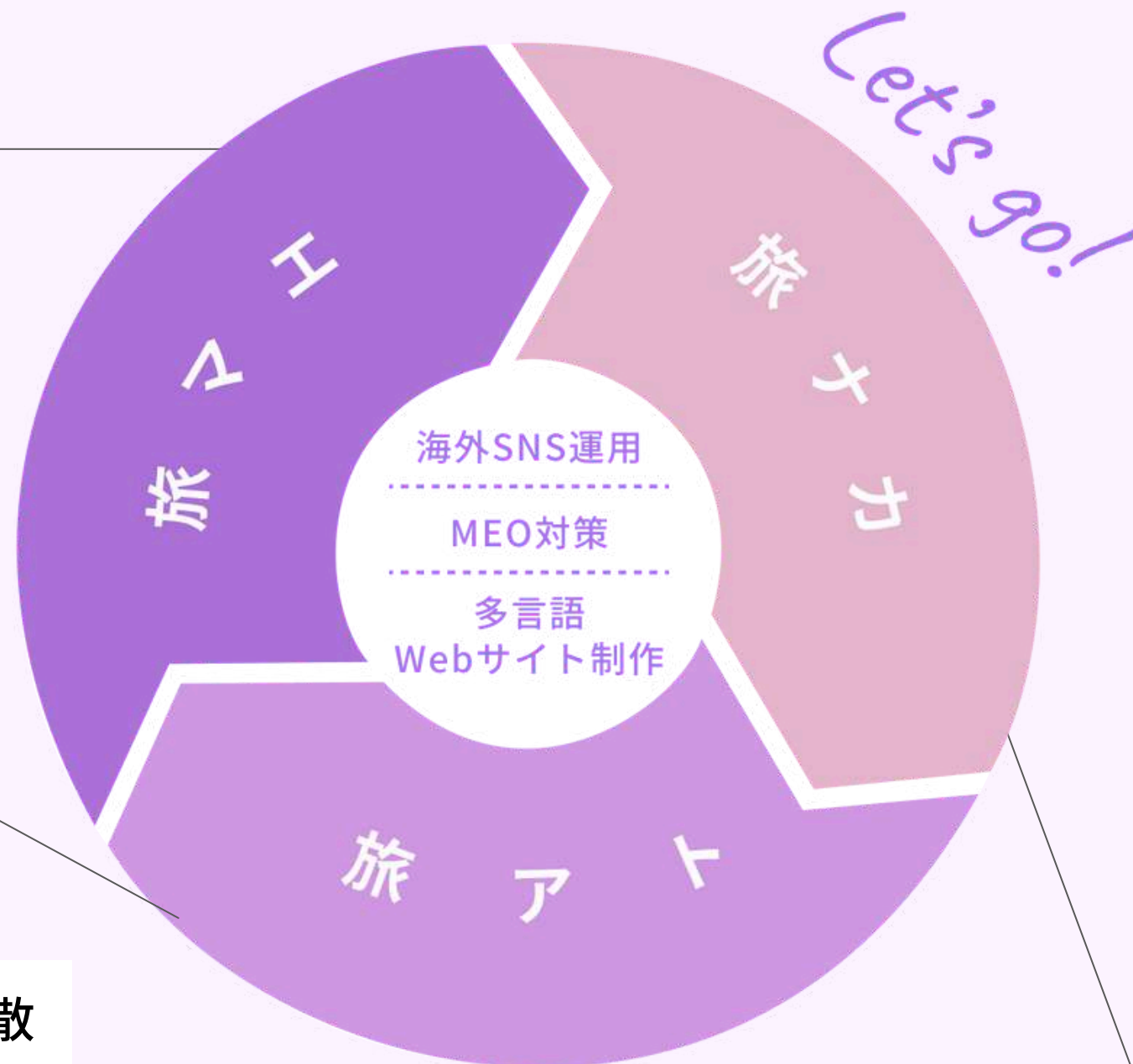
予約・手配

## 旅アト

リピーター誘導

新規顧客醸成

SNS拡散



多様なサービス対応で、  
リソース不足を解消！



## サービス対応一覧

### SNS

(Instagram・RED)

- 月8投稿
- ハッシュタグ選定
- DM、コメント対応
- UGC許諾申請
- インフルエンサーアサイン

### MEO

(グーグルマップ対策)

- 検索キーワード対策
- 基本情報の最適化
- クチコミ返信代行
- 外部サイテーション
- インバウンド最適化

### 多言語HP制作

- Webサイト制作
- LP制作
- 記事制作
- SEO対策
- 多言語ページ対応
- SNS・MEO動線強化

## 旅ナカ

現地手配

リピーター醸成

満足度向上

LevGo（レブゴ）は  
インバウンドマーケティングを一貫でサポートするサービスです。  
お気軽にお問合せください。

---

お問合せ     **03-4226-8130**    受付時間    10:00 - 19:00（平日）

---



会社名    株式会社コネクター・ジャパン

事業内容    ホテルマーケティング事業  
アウトソーシング事業  
プロダクト事業

代表者    中濱 康広

HP

LevGo  
<https://levgo.cnctor.jp/lp/>  
コーポレートサイト  
<https://cnctor.jp/>

所在地

東京本社  
〒105-0004  
東京都港区新橋5丁目14-10新橋スクエアビル 9F