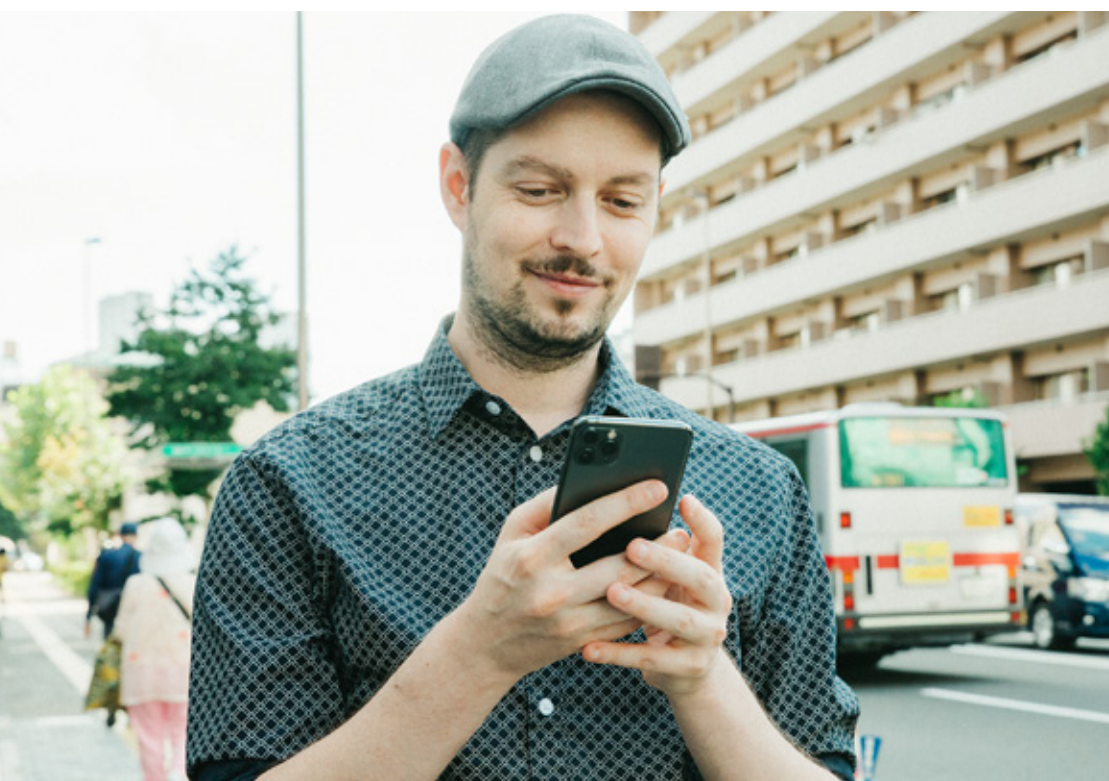


A man with a beard and a grey cap is looking at a smartphone. He is wearing a blue and white patterned shirt. The background is a blurred outdoor setting with trees and a building.

WOVN.io

デザイン面からみた Web サイト多言語化体験

Wovn Technologies株式会社



企業において多言語の情報発信が求められる昨今、
Web サイトも多言語化が不可欠です。

多言語化は単なるテキストの翻訳ではありません。
外国語を母語とするユーザーに対して
適切な体験を届けるには、
デザイン面のローカライゼーションも求められます。

本稿はまず、Web サイトの多言語化を行う際の
2種類のアプローチを説明します。
次に、多言語 Web サイトに特有の、
翻訳やデザインに関する具体的な注意点を紹介します。

01. 2つのアプローチ：統一するか、言語に応じて変えるか

Web サイトを多言語化する場合、翻訳やデザインを言語によらず統一するアプローチと、言語に応じて変えるアプローチがあります。

翻訳におけるアプローチ

これに関連して、翻訳学では Foreignization と Domestication というアプローチがあります。どちらも同じ「翻訳する」行為におけるアプローチですが、それぞれ効果が異なります (表1)。

アプローチ	翻訳を統一する (Foreignization)	言語に応じて翻訳する (Domestication)
概 要	オリジナルの文化的な要素をそのまま保つことが原則	翻訳先言語の読者が持ち得る違和感を最小限に抑えることを重視
事 例	日本的な情緒に満ちた作品が多い、川端康成の小説	『ポケットモンスター』の、猫の様な姿のキャラクター「ニャース」
翻訳方法	翻訳版でも登場人物の名前や住所をそのまま使用	英語で猫の鳴き声を表す”meow”を取り入れ、Meouth (ミャウス) と英訳
想定される効果	外国語読者が異国情緒を感じられる	英語ユーザーが自然に猫を連想できる

(表1) 翻訳におけるアプローチ (例)

デザインにおけるアプローチ

2つのアプローチは、多言語 Web サイトのデザインにも当てはまります (表2)。多言語化する Web サイトの目的や役割に応じて、適切なアプローチを選ぶ必要があります。

アプローチ	デザインを統一する	言語に応じてデザインする
Webサイトの事例／デザインの傾向	Apple：デザインが共通、文章の翻訳は直接的 Amazon：言語を問わず同じレイアウト	Starbucks Coffee、トヨタ：日本向けサイトは情報量が多い一方、海外サイトはすっきりした印象を与える傾向
想定される効果	企業のブランドや背景にある文化をユーザーに伝えやすい	ユーザー自身の国や地域のサービスとして自然に受け入れられるような体験を提供しやすい

(表2) デザインにおけるアプローチ (例)

02. Web サイト多言語化における注意点

Web サイトを多言語化する場合に特有の、翻訳やデザインに関するポイントを紹介します。
文章の翻訳自体に問題が無い場合でも、これらの対応が不十分であれば、
満足なユーザー体験を提供できなくなります。

A 言語選択①
すぐに見つけやすいか

B 言語選択②
伝わる表記になっているか

C 言語選択③
言語を国旗で表現していないか

D 画像内の文字
翻訳漏れがないか

E 翻訳先言語の文字数
デザイン崩れがないか

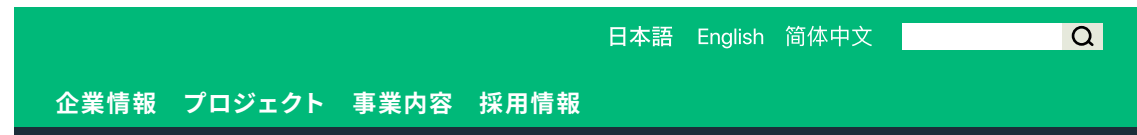
F フリガナ入力欄
必須入力にしていないか

次のページからは注意点を事例とともに解説します。

A 言語選択① すぐに見つけやすいか

多言語 Web サイトのユーザー体験を高めるためには前提として多言語 Web サイトへのアクセスが良い必要があります。言語を選択するためのアイコンやリンクの設置場所および表示方法の工夫が不可欠です。

Web ページの中でユーザーが認識しやすい場所に、言語選択のアイコンやリンクを設置します。例えば、全ページ共通で表示されるヘッダー部分や、ページの四隅のどこかに常設すると効果的です(例1)。



例1. ヘッダーに各言語のリンクを表示している

表示方法についても様々な Web サイトで使われている慣例に習うと効果的です。

地球儀のアイコンは、言語選択のメニューとしてよく使用されており、ユーザーにとって分かりやすい例です(例2)。



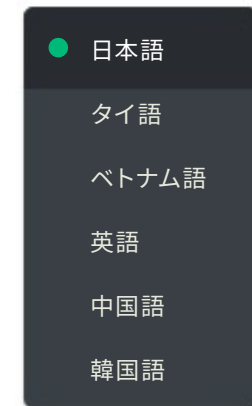
例2. 地球儀アイコンとともに表示言語を表示する切替ボタン

B 言語選択② 伝わる表記になっているか

Web サイトが対応している言語の選択肢を表示する部分の言語にも注意が必要です。例えば、英語と書いてしまうと、日本語が読めないユーザーにはそれが英語(English)を指していることが分かりません。各言語のユーザーに伝わるように表記します(例3・4)。



例3. 言語表記の良い例



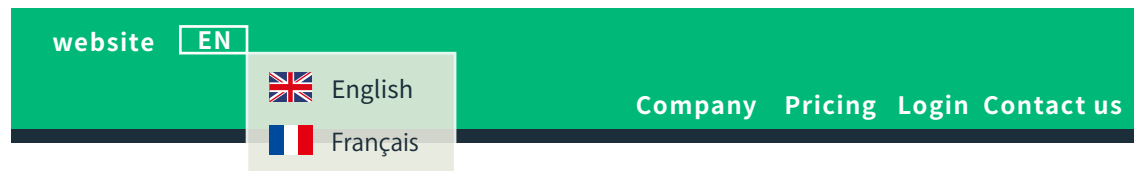
例4. 言語表記の悪い例

C 言語選択③ 言語を国旗で表現していないか

言語の選択肢に国旗アイコンを使うことは、多言語 Web サイトにおけるユーザー体験に問題を起こす場合があります。各言語は、単一の国や地域と対の関係にあるとは限りません。例えば英語は、米国、英国、オーストラリアなどあらゆる国で公用語として使われています。他にもフランス語や中国語、スペイン語なども1か国だけで使用されているわけではありません。

更には、ユーザーの居住地である国の母国語と、ユーザーの母語がイコールであるとは限りません。日本に住んでいても外国語を母語とする在留外国人は多く存在します。

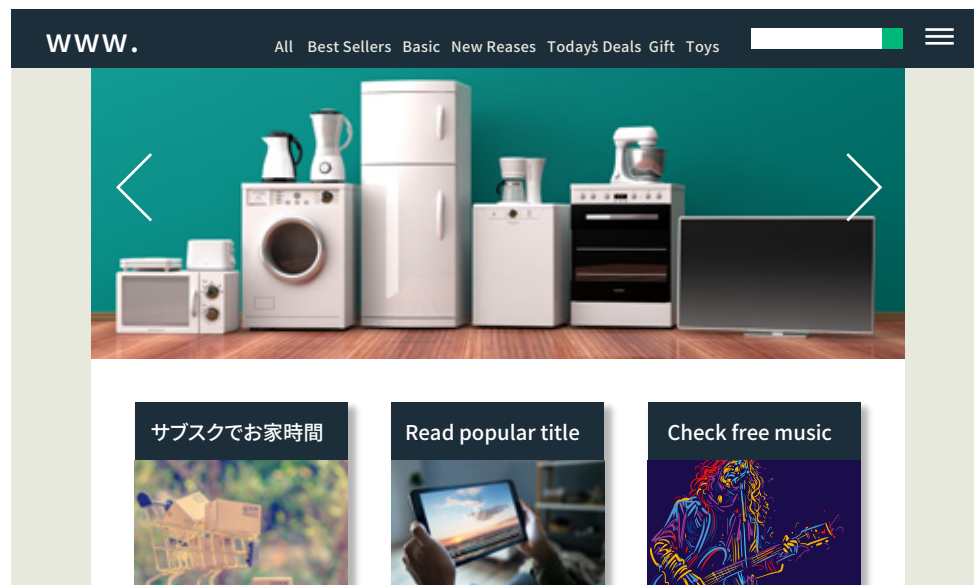
Web ページの掲載内容が特定の国に限定している場合は国旗や国名などで特定することは必要です。一方、言語の選択肢を示すために国旗アイコンを使うことは避けるべきと言えます(例5)。



例5. 英国とフランス以外（米国、オーストラリア、カナダ、その他多数）は対象外？



D 画像内の文字 翻訳漏れがないか



例6. 大手ショッピングサイトですら、翻訳しきれていない



例7. もはや英語化されているとは言えない

部分的な多言語化対応は、対応漏れによってかえってユーザー体験の低下を起こすリスクがあります。弊社では外国語ユーザー向けに EC サイトの利用体験についてアンケートを実施しました。その結果、商品ページの翻訳漏れによって日本語と母語が混在していると、ユーザーが商品購入に対して不安を覚える傾向がみられました。

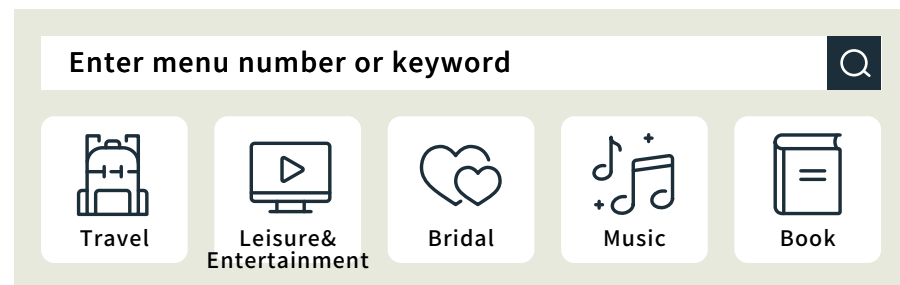
特に翻訳漏れを起こしやすいのが、画像に含まれる文字です。例えばトップページのバナーに、文字情報を含む画像を使用している Web サイトが多く存在します(例6・7)。

言語に応じた画像を作成するのは手間がかかる作業です。日本語以外の Web ページでは、文字を使わない、かつブランディングを意識した画像を使うという選択肢もあります。

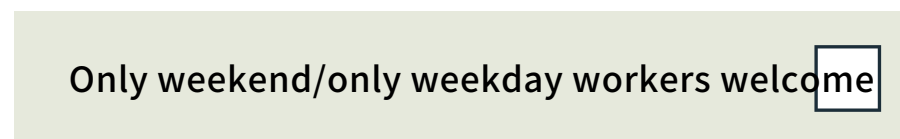
E 翻訳先言語の文字数 デザイン崩れがないか

同じ内容の文章でも、言語によって文字数が異なります。例えば、日本語から英語に翻訳すると文字数が増える傾向があり、中国語に翻訳すると逆に減ります。また、ドイツ語などは英語よりも更に単語あたりの文字数が多い傾向があります。

更に、改行ルールにも違いがあります。日本語は改行位置を比較的自由に選べる一方、英語のような分かち書きする言語では、単語の途中で特殊な改行処理（ハイフネーションなど）が必要になります。これらの言語ごとの特徴を考慮せずに単純に翻訳した場合文字数の変更によって Web サイトのデザイン崩れを起こすことがあります(例8・9)。



例8. アイコンから文字がはみ出す



例9. 隣のエレメントに文字が被る

F フリガナ入力欄 必須入力にしていないか

Web サイトの問合せフォームやECサイトの決済情報入力フォームにあるフリガナ入力欄も、多言語 Web サイトにおけるユーザー体験の観点で注意すべきポイントです。

外国語ユーザーにとっては「フリガナ」が何を指すのかわからない、入力すべきカナがわからない、あるいは使用しているデバイスでカナを入力できないなど、母語が日本語である日本人には認識し難いハードルが複数あります(例10)。

対策方法としてはフリガナ入力欄を含む Web サイトを多言語化する際に、外国語ページに切り替えた際はフリガナ入力欄を表示しないように設定することが考えられます。または、非表示にできない場合でも必須項目でなく任意項目にするなど、ユーザーに配慮した工夫が必要です。

フリガナ (Furigana)

セイ	Furigana	メイ	Furigana
----	----------	----	----------

! 指定されている形式で入力してください。
Kana only

例10. フリガナ入力欄のイメージ

03. 最後に

以上、多言語 Web サイトのユーザー体験向上の観点から、
注意すべき翻訳やデザインのポイントをまとめました。
貴社サイトの多言語化を進める際の一助になれば幸いです。

お問い合わせ



メールでのお問い合わせ marketing@wovn.io



お電話でのお問い合わせ 03-6434-0246

導入に興味のある方はこちらから

