



グローバル企業 インナーブランディング 成功の秘訣

Web社内報の多言語化による、一体感の醸成

WOVN.io

Wovn Technologies株式会社

はじめに

インナーブランディングの鍵を握る“インターナルコミュニケーション”

パーパス経営への期待が強まる中、企業理念や価値を発信することの重要性が見直されています。

従業員一人ひとりが理念・価値を深く理解し、**企業ブランドを体現し発信**できることが期待されています。

企業ブランドを社内浸透させる「インナーブランディング」の鍵は、「インターナルコミュニケーション」です。

特に**グローバル企業においては、地域や拠点を跨いだ一体感の醸成**が求められています。

本資料では、グローバル企業がインナーブランディングを推進するうえで不可欠な、**「Web 社内報の多言語化」を成功させるポイント**をご紹介します。

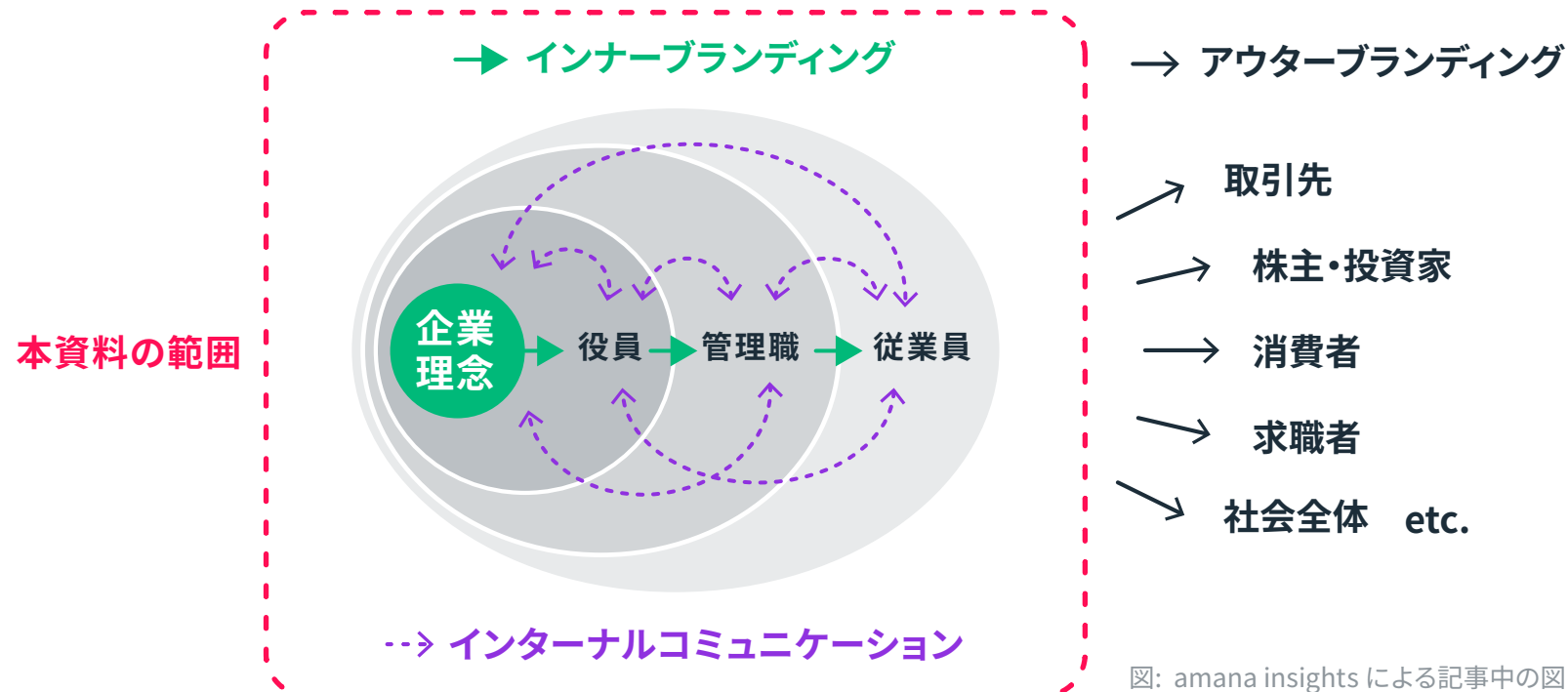


図: amana insights による記事中の図を参考に WOVN にて作成

目次

1. グローバル企業に求められるインナーブランディング
2. インターナルコミュニケーションで活用すべきWeb社内報
3. Web社内報 多言語化のポイント
4. WOVN.ioのご紹介
5. **事例集** WOVN.ioを活用したWeb社内報の多言語化

1. グローバル企業に求められる インナーブランディング

“自社らしさ”を一人ひとりに定着させる、インナーブランディング

企業ブランドの発信源となるのは従業員です。インナーブランディングは、自社の企業理念や価値を従業員に浸透させる活動です。従業員一人ひとりが理念・価値を理解して日々体现できる状態を実現するためには、継続的な社内コミュニケーション施策が必要になります。

インナーブランディング推進 5つのステップ					
	1. ブランド定義	2. 現状把握	3. 計画	4. ブランド浸透	5. 行動変容・定着
概要	企業ブランドのあるべき姿を定義 - 企業や製品のビジョンを言語化・可視化 - 目標の状態を定義	従業員の声を調査・分析 - 従業員の想いや悩みを収集 - 社内状況を分析	目標達成までの計画を策定 社内へ浸透させるための中長期計画を策定	ブランド浸透の施策を実行 社内報やグッズを通じてメッセージを発信・共有	業務改善や評価制度の見直し - 業務でブランドを体现できているか振り返る - ブランド体现を評価できる制度を整備
具体的な取組	- MVV やパーパスの策定 - ロゴなどのビジュアル制作	- 従業員アンケート - 従業員インタビュー	中長期計画の策定	- ブランドブック配布 - ブランドアイテム、ポスター、ムービー等の作成 - 社内報の配布 - 社内イベント開催	- 教育 - 業務フロー改善 - 人事評価の見直し 1on1 ミーティング - 日常の改善

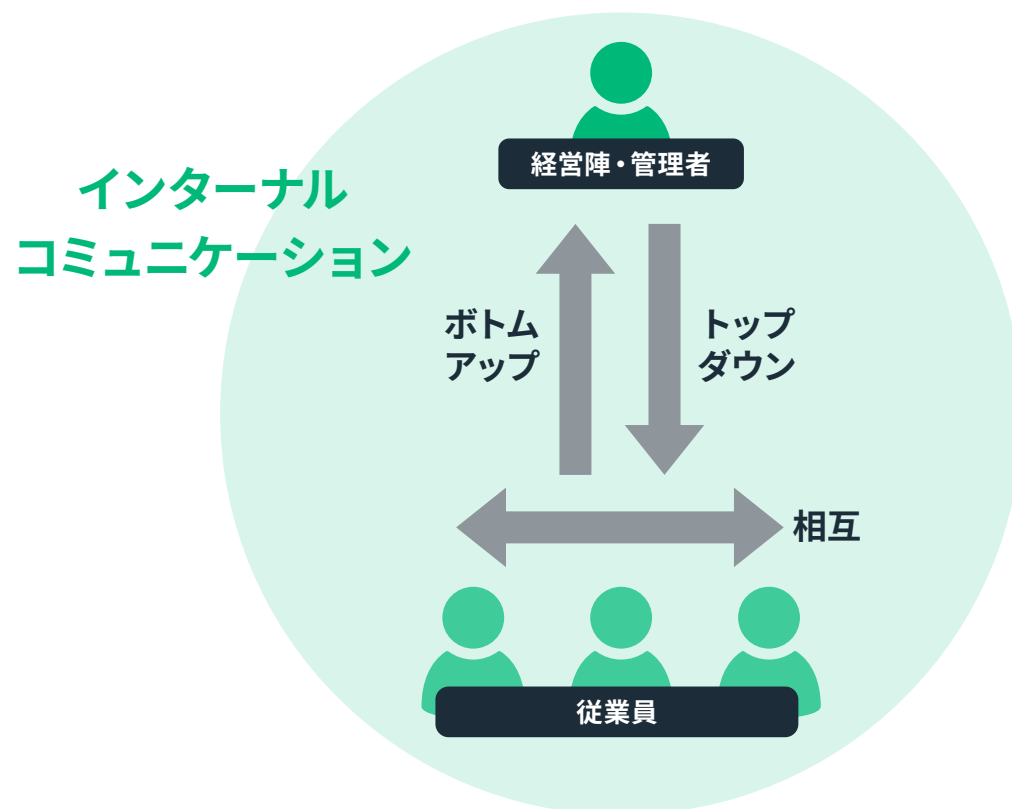
インナーブランディングは経営課題であり、社内の様々な部署が同じ目標のもと施策を推進するものです。広報はブランドを社内浸透させるための「**インターナルコミュニケーション**」において大きな役割を担います。

ブランドの社内浸透を促す、インターナルコミュニケーション

インターナルコミュニケーションとは、経営陣と現場の縦の関係、また部門や拠点を越えた横の連携を強めるためのコミュニケーション活動全般を指します。

企業ブランドを主体的に体現できる従業員やチームが増えていくことで、事業活動にも効果が期待されます。

インターナルコミュニケーションの5つの効果



1. 生産性の向上



2. 離職率の低下



3. 従業員満足度の向上



4. 顧客満足度の向上



5. 企業イメージの向上

情報浸透を成功に導くポイント「質より量」

インナーブランディングを成功させるためには、**理念を浸透させ、従業員の記憶に留め、定着させる**ことが重要です。

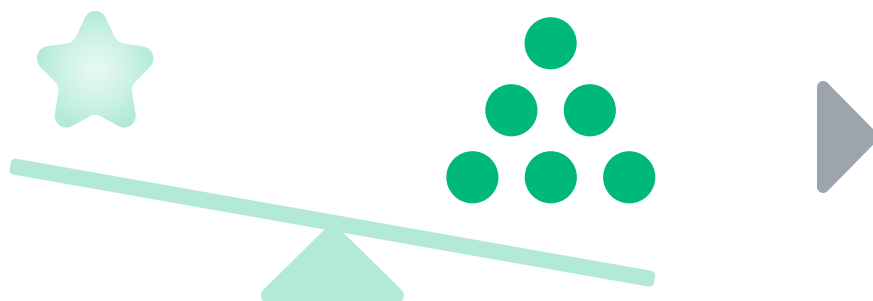
そのためには**「質より量」を重視したインターナルコミュニケーションが鍵**となります。

テキサス・クリスチャン大学のドナ・デスフォーゲス氏による「接触理論」の研究では、相手の好意や信頼を高めることは、1回の濃さより回数の多さに影響を受けるといわれており、「嫌いな人でもやりとりをした後には、偏見や差別の心が減る」ことが確認されています。

企業においては、**経営陣と従業員の双方向のコミュニケーション頻度を高め、お互いを信頼し**「何を考えているかわからない」という状況を脱することが、**ブランドの社内浸透の近道**となります。

情報を浸透させるには、質よりも「量」が大切

様々なコミュニケーションツールで高頻度・継続的に接触する



会話



情報発信



イベント

グローバル企業がインターナルコミュニケーションに取り組むべき理由

M&A や海外拠点の拡充などによる、日本企業のグローバル化が加速しています。

グローバル企業が競争力を高めるうえでの課題として、「海外従業員を含めた一体感の醸成」が挙げられています。

「誰一人取り残さない」施策が求められており、日本語だけでなく多言語でインターナルコミュニケーションを行うことが不可欠です。

グローバル企業が抱える課題	
1. ビジョンの共有	企業買収や合併を通じた急速な海外展開が加速 我々はどのような企業で何を目指していくのか、が共有されていない状態に
2. 価値観の共有	企業体ならではの理念・製品思想などが共有されず、単なる物売りになってしまう 腹落ちできるナレッジ共有ができていない
3. エンゲージメント向上	海外グループ社員との信頼関係が希薄に感じる ブランディングを通じてグループ一丸となることが必要
4. 変革したブランドの浸透	価格競争による消耗戦に陥り、ブランド価値が低下。経営方針の抜本的な見直しを行い、 全社をあげた意識改革と行動変革を図るためのブランディングが必要

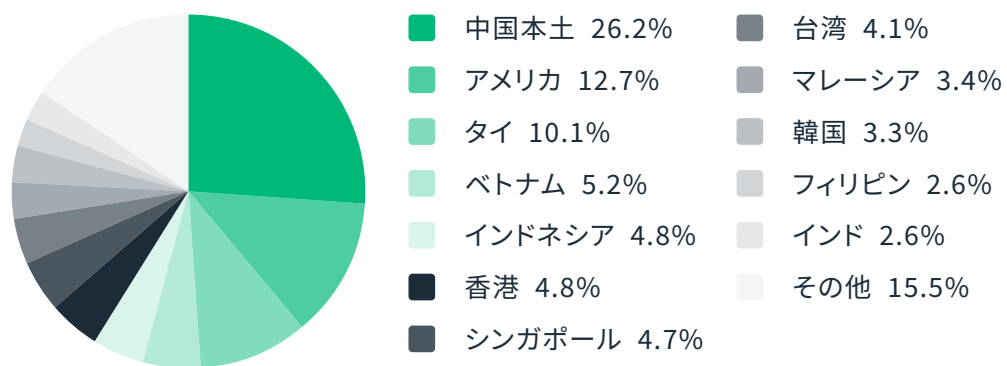
従業員の母国語で発信することが重要

英語を話す人は15億人いるといわれており、世界で最も多くの割合を占めています。
しかしこれは「英語を話す」人の数であり、「英語を読める」人はこれより少ないと想定されます。
更に、英語を「母国語」として使うのは3.7億人。世界人口のうち、たったの約5%です。

だからこそ、**海外従業員にとっての、母国語ではない言語を読むハードル**を考慮することが大切です。
社内報を従業員の母国語で届け、「**会社はあなたのことを考えていますよ**」「**私たちは One Team ですよ**」というメッセージを伝えましょう。

アジア各国に広がる現地法人

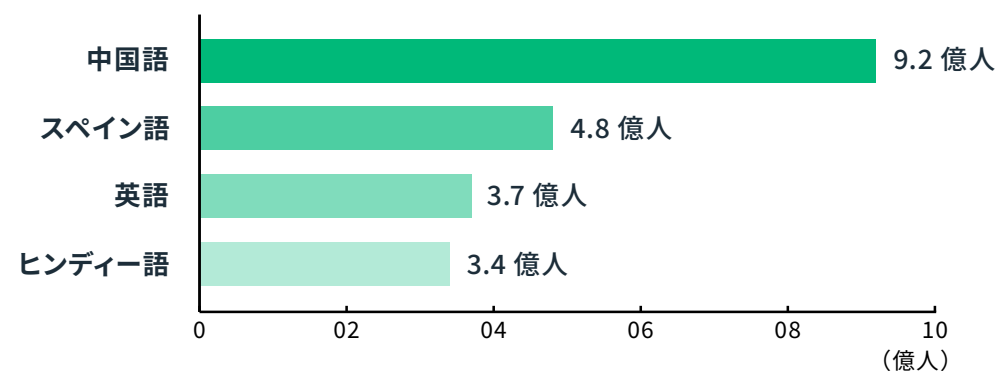
日本企業の海外法人は、25,000社超え。
1位の中国から12位のインドまで、アジア中心に広がっています。



出典：経済産業省 海外事業活動基本調査 第52回調査結果（2021年度実績）

英語を母国語とする人の数は3位

世界で、母国語としての話者が最も多いのは中国語で、9億人以上。
スペイン語が4.8億人。英語は3位の3.7億人です。

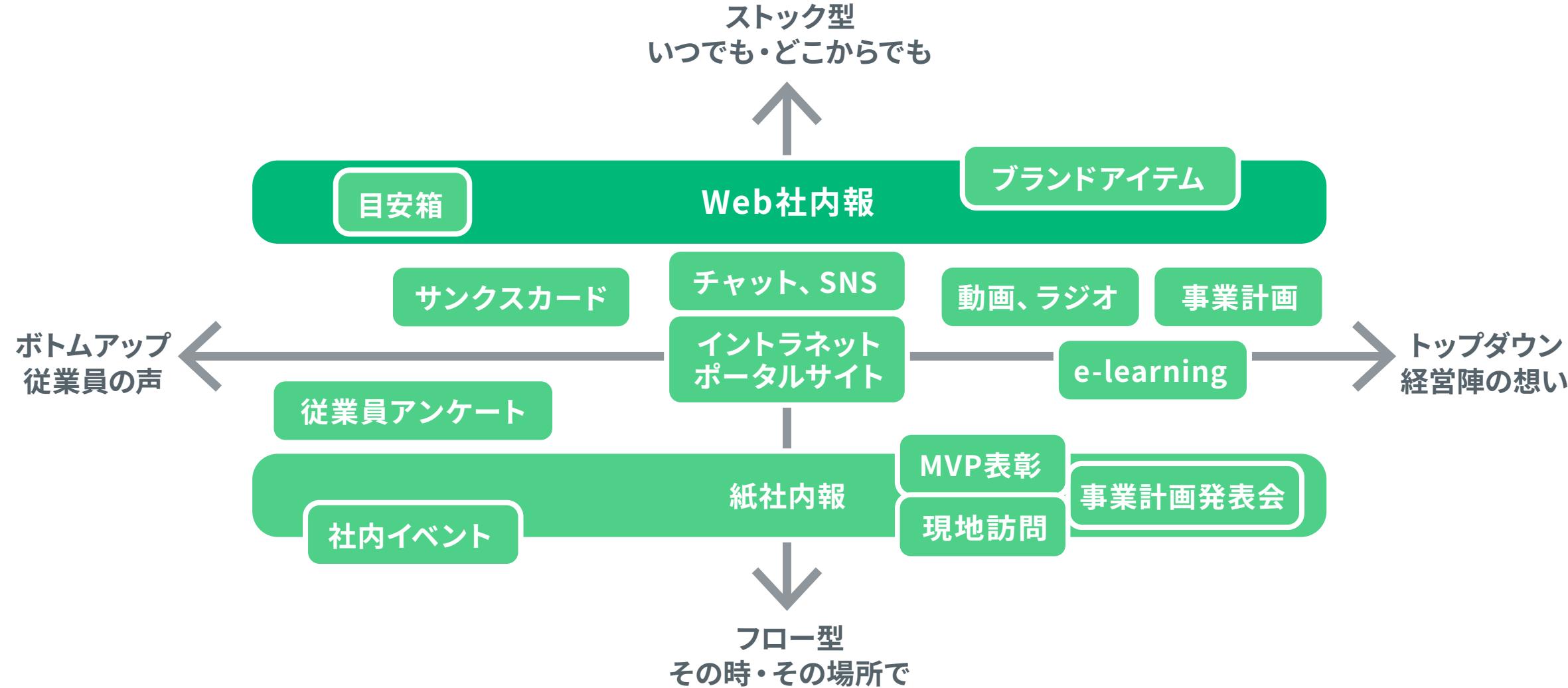


出典：Ethnologue 記事 “What is the most spoken language?”

2 ● インターナルコミュニケーションで 活用すべきWeb社内報

インターネットコミュニケーションのツール

インターネットコミュニケーションの活性化のためには、中長期的な展望と戦略に沿って複数の施策を実行することが必要ですが、中でも **Web 社内報はトップダウン及びボトムアップの双方向発信を実現し、グローバルでも共有できるもの**です。
グローバル企業の広報が注力すべきツールといえます。



インターナルコミュニケーションのツール

経営方針・事業戦略の伝達・浸透、社内ルールの通知、働き方に関する情報収集など、インターナルコミュニケーションツールは様々ある中で、**インナーブランディングに寄与するためには、次の7つがポイント**になります。
 それぞれの観点で各種ツールを比較すると、インナーブランディングに対する**社内報の有効性**が見えてきます。

インナーブランディングに有効な7つのポイント

コミュニケーションツール	情報をよりよく届ける4つの観点				生の声 アンオフィシャルで 本音	双方向 トップ・社員 の双方向発信	物理的距離 トップ・社員 の対面の距離
	即時性 リアルタイムに 出来事発信	気軽さ 情報発信・閲覧を 気軽に行える	接触回数 高頻度で 目にする	情報伝達 伝達事項を 連携しやすい			
社内報	◎	◎	◎	◎	○	○	△
チャット・SNS	◎	◎	△	△	◎	◎	△
ブランドアイテム	△	△	◎	○	△	○	◎
事業計画（報告会）	○	△	○	○	△	△	○
Town Hall Meeting （現場訪問）	△	○	△	△	◎	◎	◎
社内イベント	△	○	△	○	○	○	○

社内報は、“**即時に**”、“**気軽に**”、“**頻度高く**”、“**伝え合いたい情報を**”届けるには、**非常に有効なツール**です。

では、紙の社内報と、Web 社内報、それぞれどのようなメリット・デメリットがあるのか、次ページで見えます。

※グローバル企業のインナーブランディングに寄与するインターナルコミュニケーションツールの観点で、Wovn Technologies株式会社が独自に評価

Web社内報のメリット

社内報の発行形態には、紙と Web（アプリ）があり、併用する企業もあります。

グローバル企業においては、**海外拠点の従業員にも日本と同じ情報をタイムリーに届け、かつ双方向のコミュニケーションを実現できる Web 社内報**こそ、活用すべきツールといえます。

	メリット	デメリット	総評
紙社内報 	● 手に取って読まれやすい (PC・スマホなどの操作が不要) ● 愛着・特別感が湧きやすい	● 印刷費・配送費・時間がかかるため 現実的に海外に届けられない ● 双方向コミュニケーションが困難 ● 過去記事の検索性がない ● 閲覧されているか測定しにくい ● 原則として追記・修正は困難	紙社内報がおすすめのケース: ● 国内展開で従業員数が少ない ● コンテンツ量が少ない ● 紙の手触り感を大事にしたい
Web 社内報 	● 最新情報を多くの人にタイムリーに届けられる ● 双方向コミュニケーションが可能 (コメント、リアクションなど) ● コンテンツが資産化され、新入社員が過去記事を読める ● 閲覧データから反応を把握可能 ● 配信後の追記・修正が可能	● 閲覧制限のある環境構築が必要 ● 更新しやすいがために担当者の負担が増える可能性もある	Web 社内報がおすすめのケース: ● 従業員数が一定数いる ● コンテンツの更新頻度が高い ● 海外拠点へも情報を届けたい ● リアルタイム性を大切にしたい

3 ● Web社内報 多言語化のポイント

ポイント ✓ 多言語化によって、海外との“情報格差”をなくす

Web 社内報の多言語化を適切に行わなければ、海外従業員に日本や他拠点との「情報格差」を感じさせてしまいます。
これでは、拠点を跨いで一体感を醸成したいはずの Web 社内報が、逆効果になってしまいます。
より多くの従業員の母国語をカバーできるように、Web 社内報を多言語で、リアルタイムに届けることが重要です。

海外従業員が「情報格差」を感じてしまう理由

コストの関係で一部コンテンツしか翻訳しない、
翻訳に時間がかかり多言語公開が遅くなる、などの事情から...



- 読めない、読むのに苦労する
- 情報が古い
- 更新されない
- 情報が断片的
- 本社のトピックばかり

一体感を醸成する、グローバル Web 社内報

Web 社内報を多言語化する場合に必ず守るべきポイント



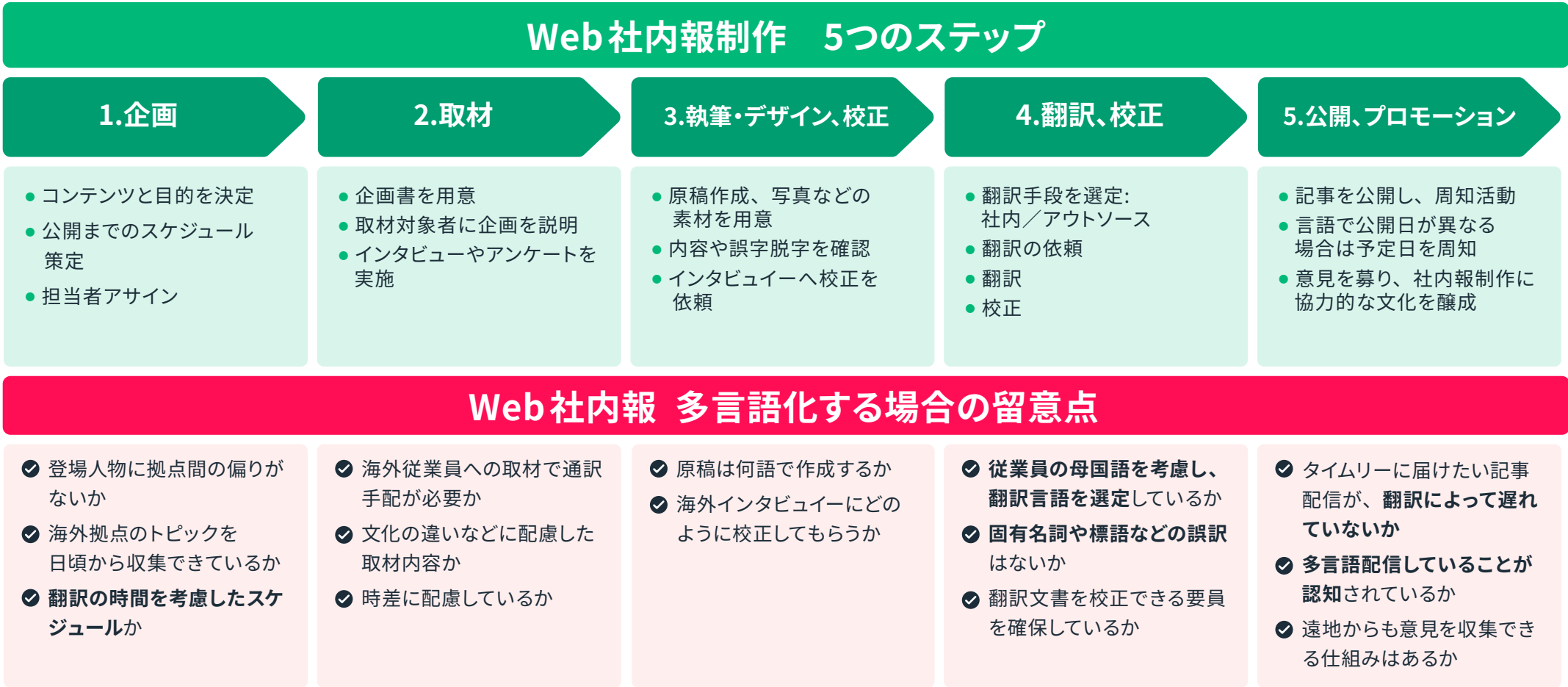
- 母国語で届ける
- リアルタイムに届ける
- 継続的・定期的に届ける
- 日本語と同量の情報を担保する
- 各拠点を網羅的に紹介する

ポイント Web社内報 多言語化の留意点

Web 社内報の作成には様々な工程があります。

海外従業員に向けて**多言語化する場合は「翻訳」の工程が加わり**、通常では翻訳に数週間～数カ月かかります。

翻訳や海外拠点とのやりとりを考慮し、**Web 社内報を継続的に多言語配信できる運用体制**を構築することが重要です。



Web 社内報の企画では、社内報発行の目的に沿ってコンテンツを検討します。

さまざまな目的に応じたコンテンツの例と、**グローバル Web 社内報において特に注意すべきポイント**を紹介します。

目的	理念・経営戦略の社内浸透	社内制度・活動の理解促進	業務ナレッジの共有	最新ニュースの周知	働く“チーム・人物”の紹介	カジュアルな情報発信
狙い	経営陣の考え・想いを浸透させる	従業員や社会のための取組を知ってもらう	個人・チームの業務改善に活かしてもらう	全社や他部署の最新情報を知ってもらう	他部署の仕事について理解を深めてもらう	会社に関心を感じてもらう
コンテンツ例	● トップメッセージ ● 役員インタビュー ● 創業ストーリー	● 制度紹介 ● CSR 活動報告 ● 社内行事案内	● 業界動向やニュース ● 拠点での改善事例	● プレスリリース ● メディア掲載情報 ● 新製品・新サービス案内	● 社員インタビュー、座談会 ● MVP 表彰 ● 工場・拠点・店舗紹介 ● 注目社員に1日密着	● 社内イベントのレポート ● 私の好きな●● ● ペット紹介
グローバル Web 社内報におけるポイント	✓ 経営陣の想いはニュアンスも伝わる翻訳にする ✓ 計画数値などは単位に注意して翻訳する	✓ 拠点毎の制度の違いに配慮する ✓ 紹介する拠点が偏らないようにバランスをとる	✓ 各地域の最新情報をシェアする ✓ 英語だけではなく現場の人が読める言語で紹介する	✓ 最新情報を届けるため、翻訳によるタイムラグを最小限に抑える	✓ 海外拠点について日頃から情報収集を行う	✓ 食や趣味など身近な万国共通の話題を取り入れる

ポイント Web社内報「多言語化の壁」を乗り越えるには

Web 社内報をグローバルで継続的に活用していくには、「**時間・コスト・工数**」の3つをかけすぎずに、多言語で配信することが必要です。全てを人力翻訳で対応する場合に、持続的な運用が困難なケースもあるので、**多言語化ソリューション**を活用して **Web 社内報を運用**するという方法もあります。

あるべき姿	タイムリーに届ける	コストをかけすぎず 持続的に運用	本業のリソースを確保
Web 社内報 多言語化の壁 (人力翻訳を使う場合)	翻訳納品に時間がかかる 校正も含めると数週間～数カ月 - 最新情報を資料に反映したいが 外国語でしか読めない - ハロウィンイベント紹介記事が 年明けの公開に	文字数に応じた課金 言語を増やすと費用が倍増 - 経営戦略などの一部コンテンツ しか翻訳できない - 英語を読めない従業員がいるが、 言語拡充の予算がない	翻訳者とのやりとりが手間 本来の業務に支障が出る - 複数言語分の原稿をそれぞれ CMSに入力する必要がある - 翻訳修正の度、メールや Excel ファイルでやり取り



全て人力翻訳で対応するには限界があるため、
“多言語化ソリューション”を活用して
全拠点へリアルタイムに発信する企業が増えています

4. WOVN.ioのご紹介

国内外18,000サイト以上利用する Web サイト多言語化ソリューション

WOVN.io は既存の Web サイトを最大45言語に多言語化し、運用を自動化できるサービスです。導入前のヒアリングから導入後の運用支援までトータルにサポートいたします。

翻訳したページ数

15,000,000

翻訳したサイト数

18,000

対応言語数

45言語

導入にかかる時間

最短5分

システム開発不要

言語ごとに追加・個別開発を行うことなく、既存のサイトをもとに多言語化。日々更新される元ソースの多言語更新もスムーズに対応。

翻訳の最適化

対象サイトに合わせた「最適な翻訳」を、複数の翻訳方法を組み合わせて提供。翻訳文・用語は、翻訳資産として企業 DB 化することが可能。

SaaS 提供

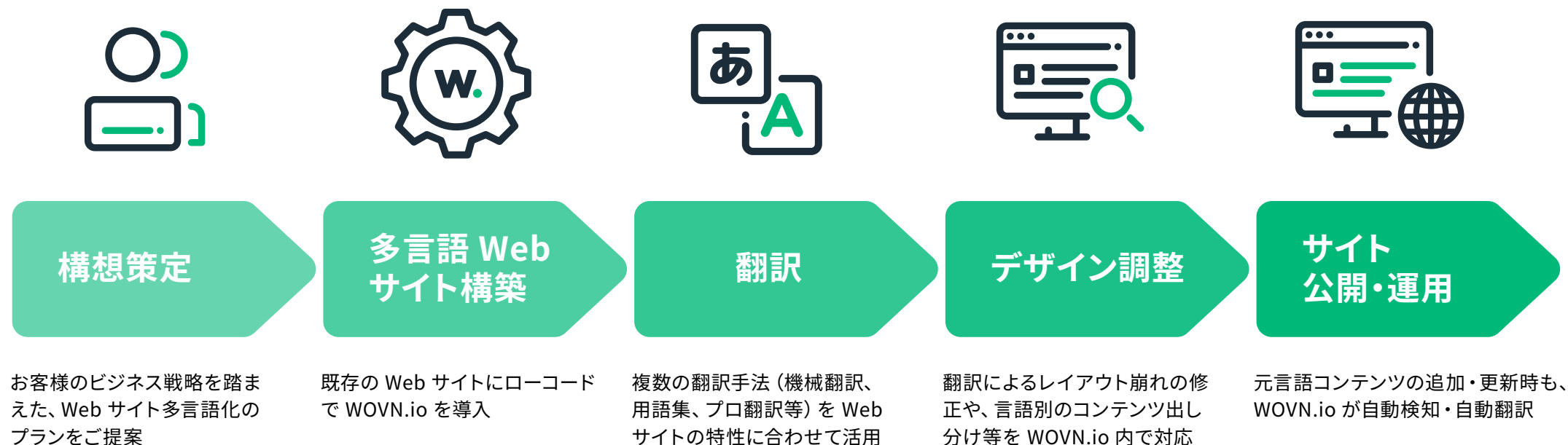
スピーディかつ常に進化する IT サービスとして利用可能。貴社のデジタルトランスフォーメーションを支援します。

コスト削減・期間短縮

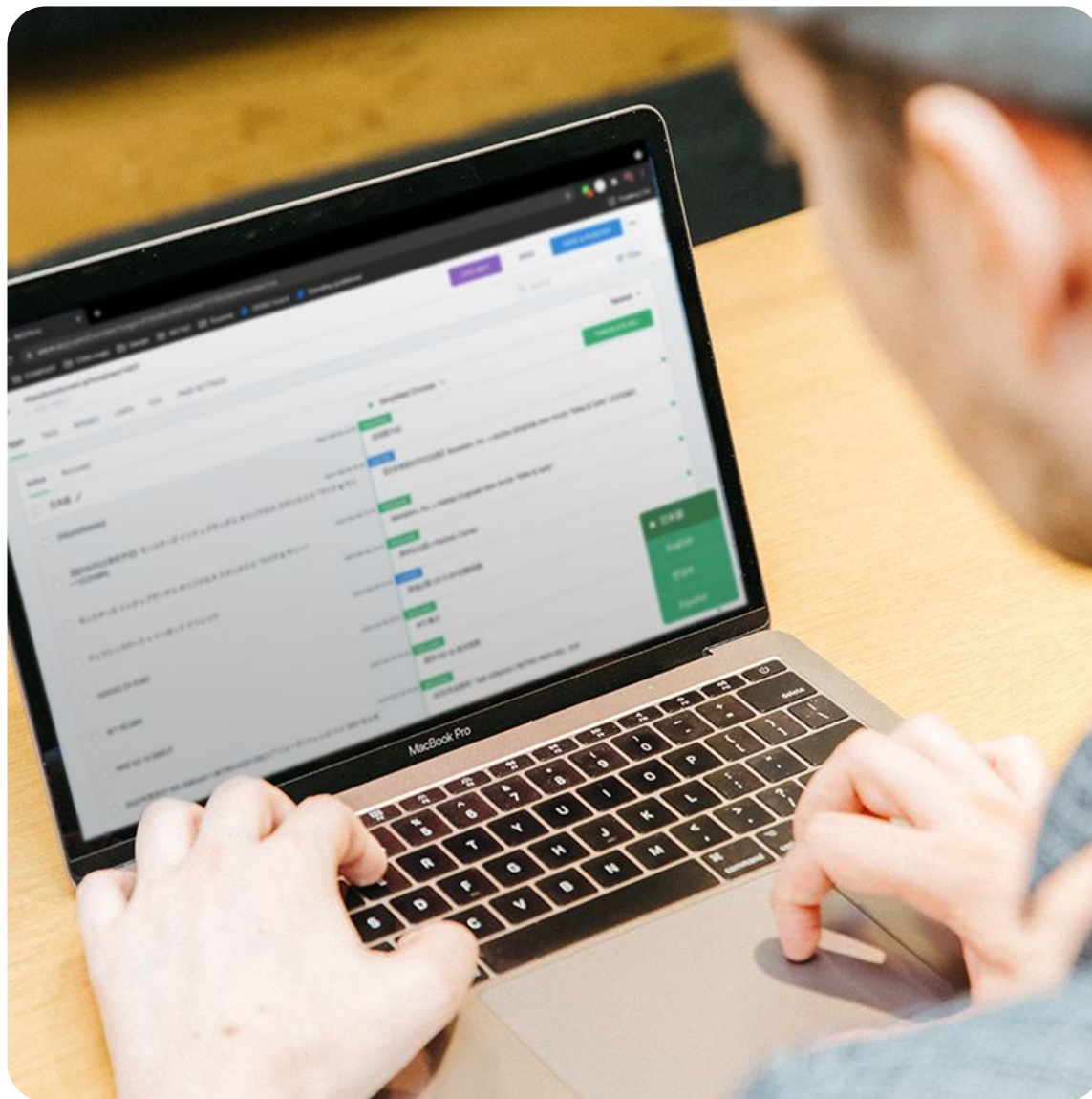
多言語化にかかる多大な開発費や、長期にわたる開発期間、人的リソース、メンテナンス工数を削減。本来必要な業務に集中することが可能。

WOVN.ioを活用した、Web サイト多言語化の流れ

Web サイト多言語化に必要なあらゆる作業の全てを1つのプラットフォームで管理できます。



WOVN.ioの特徴



日本語サイトに1行のスク립トを入れるだけで、
簡単・迅速に多言語化を実現

用語集の活用で、専門用語や大事な用語も
ブランディングを維持した翻訳を

コンテンツ追加時も、ひとまず自動翻訳・自動公開し、
ポストエディットで修正可能

ライブエディター機能で、実際の画面を見ながら
デザインを意識した翻訳を実現

CAT ツール連携や、翻訳ワークフローも組めるため、
外部翻訳者と連携が容易

翻訳データへのアクセスを IP アドレスで
制限できるため、機密情報を扱う環境でも安心

事例集

5 ● WOVN.ioを活用した Web社内報の多言語化

2023年9月時点の公表情報をもとに作成



One Teamに向け、グループウェブ「AGC World」を多言語化。
日・英に加えてタイ語・簡体字に対応し、
従業員の母国語カバー率7割へ。

企業概要

- 1907年創業の老舗企業
- ガラス・電子・化学品・セラミックスの事業領域において、トップクラスのシェアを誇る製品を数多く有する

多言語化の狙い

- 国を跨いだ一体感醸成のため、従業員向け Web サイトを通じて各国従業員の活躍や経営理念を発信
- 日本語・英語を日常的に使用しない従業員も多い中、全員にメッセージを届けるために、母国語で配信したい

多言語化のポイント

- WOVN.io でコストを抑えながら対応言語を拡張、従業員の母国語カバー率7割を達成し、情報共有がより円滑に
- 日本語から英語への人力翻訳の後に英語から他言語へ機械翻訳を行う「ピボット翻訳機能」を活用して、時間をかけずにより品質の高い翻訳を実現

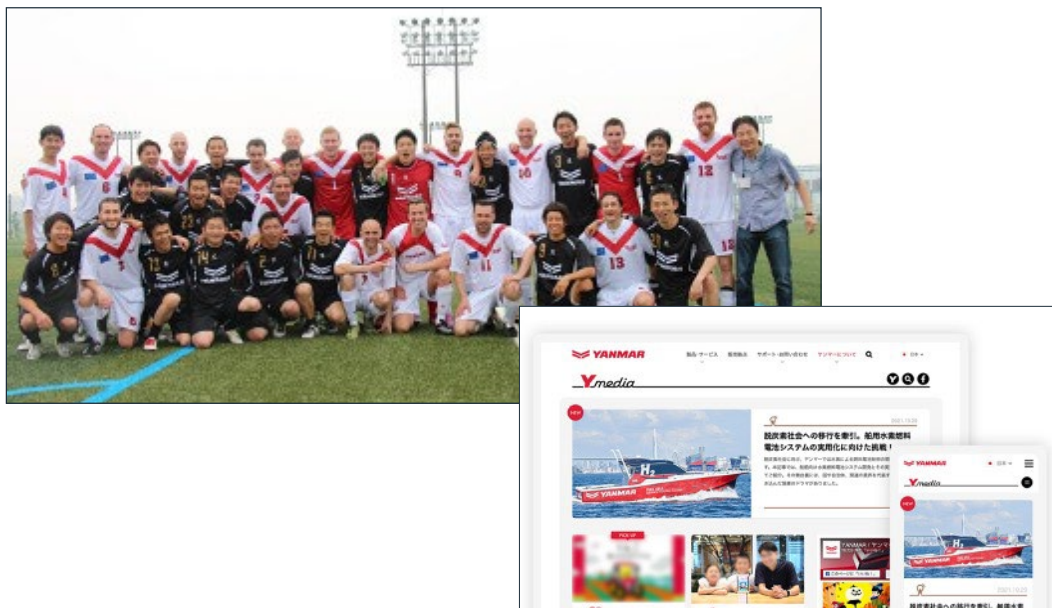
グローバル企業プロフィール

展開地域：30以上

従業員数：50,000人以上

海外従業員比率：約8割

2022年12月時点



<https://www.yanmar.com/jp/>

グローバル企業プロフィール

拠点数: 100以上

従業員数: 20,000人以上

海外従業員比率: 約3割

2019年3月31日時点

グローバルに働く従業員の
エンゲージメント向上のため、
社内報をタイムリーに届けられるように。

企業概要

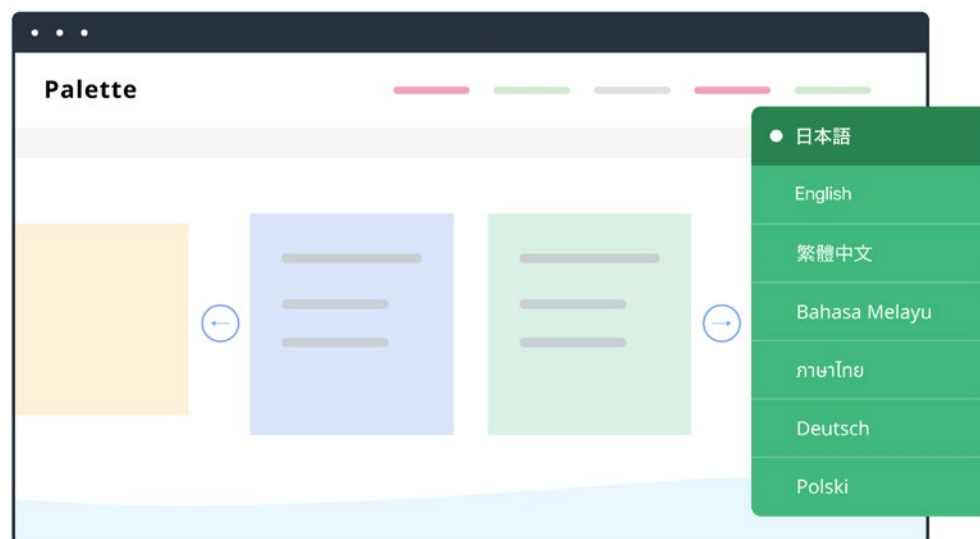
- 1933年に世界で初めてディーゼルエンジンの小型実用化に成功した産業機械メーカー
- 日本国内だけでなく、アメリカ・オランダ・中国・ブラジルなど127もの海外拠点をもち、あらゆるフィールドにおいて、産業用エンジンを軸に、アグリ・建機・マリン・エネルギーシステムなどの事業をグローバルに展開

多言語化の狙い

- 社内報を届けるのに英語は日本語から1カ月遅れ、その他の言語は更に1カ月遅れていたため、各言語でタイムリーに届けたい
- 社内報の内容は50%以上がグローバル拠点のトピック。各拠点で働く従業員のエンゲージメント向上を意識した活動を行うためにも、タイムラグをなくしたい

多言語化のポイント

- WOVN.io を活用して5言語でタイムリーに情報を届けられる社内報 Web サイトを構築 (日本語・英語、中国語(簡体字)、ドイツ語、スペイン語)
- 社内報 Web サイトを活用して、グローバルの各拠点で働く従業員のエンゲージメント向上のため戦略的な広報活動を行っていく



画像はイメージです

グローバル企業プロフィール

展開地域：14

従業員数：10,000人以上

海外従業員比率：5割以上

2023年3月31日現在

Web 社内報を7言語展開。
「ダイセルで働いていて良かった」と感じられる
コミュニケーションツールへ。

企業概要

- セルロース化学、有機合成化学などの多様な分野でグローバル展開
- 海外売上高比率、外国人従業員比率とも50%を超える

多言語化の狙い

- 社内報を多言語化するコストがかさみ、海外拠点に届ける情報量が日本向けのものと比べて少なく、翻訳の時間もかかっていた
- 母国語でリアルタイムに日本語と同量の情報を届けることで、従業員が「ダイセルで働いていて良かった」と思える環境を作りたい

多言語化のポイント

- WOVN.io を活用しコストを抑えてスピーディな7言語対応を実現
- 機械翻訳を修正したい場合でも、海外で働く外国人従業員が画面を見ながら直感的に修正可能
- 本社からの記事に加え、「いいね」や「コメント」、各拠点からの発信を行い、双方向で多言語のインターナルコミュニケーションを実現

SQUARE ENIX



<https://wovn.io/ja/case-study/square-enix/>



グローバル企業プロフィール

展開地域：北米、欧州、アジアなど

従業員数：3,000人以上

海外従業員比率：3割以上

2023年3月31日現在

社内ポータルを多言語化し、世界3,000人の全社員が毎日100%見るポータルに。

企業概要

- エンタテインメント分野において、創造的かつ革新的なコンテンツ／サービスのヒット作品を生み続けるリーディングカンパニー
- 代表作には「ドラゴンクエスト」シリーズ (累計出荷・ダウンロード販売本数8,300万本以上)、「ファイナルファンタジー」シリーズ (同1億6,300万本以上) など

多言語化の狙い

- 社員同士がより互いのことを知るために、外国籍社員を含む100%の社員が毎日見るポータルを構築したい
- サイトの更新頻度が多く人力翻訳ではコストが膨らみ過ぎるが、日本語話者以外にもリアルタイムで情報が届くようにスピーディに翻訳したい
- セキュアな環境が求められる社内ポータルのため、多言語化もセキュアに行う必要がある

多言語化のポイント

- 100%の社員が毎日利用。社内アンケートでも非常に好評で、外国籍社員にも自然と読んでもらえるように
- 自動運用機能を活用し、日本語と同じタイミングで多言語の情報を発信、全社員に時差なく情報が届くように
- IP アドレス制限を活用し、セキュアな社内ポータルでの多言語化を実現



Vision: インターネット空間をローカライズする世界的な黒子企業になる

Mission: 世界中の人が、すべてのデータに、母国語でアクセスできるようにする



会社概要

会社名： Wovn Technologies株式会社

所在地： 東京都港区南青山2-26-1 D-LIFEPLACE 南青山 9F

代表者： 林 鷹治

資本金： 53億6,701万円 (資本準備金含む) ※2021年9月1日現在

事業内容： Web サイト多言語化ソリューション「WOVN.io」、
アプリ多言語化ソリューション「WOVN.app」の開発・運営

URL： <https://mx.wovn.io/>



その他のお役立ち資料はこちら

<https://mx.wovn.io/resource/ebook>



✉ marketing@wovn.io

☎ 03-6434-0246

導入に興味のある方はこちらから



掲載内容は2023年9月現在の情報です。