

化学業界

中間材・機能性化学品製造の  
グローバルブランディング強化に向けた  
多言語B2Bデジタルマーケティング

## はじめに

本ハンドブックでは、化学業界の中でも競争力強化が求められる日本の中間材・機能性化学品製造業界（以下、機能性化学品）に向けて、**競争を勝ち抜くためのグローバルブランディング、多言語 B2B マーケティング**についてご紹介します。

- 中国・アメリカをはじめ、グローバル市場における大量安価な原料・製品は規模の経済を使った企業展開が多い中、**日本企業は「高付加価値・高機能性」を打ち出し世界と戦っていかないといけない状況**です。
- 研究・開発期間が長く、商談から仕様調整・契約までのリードタイムも長い一方、大口契約をとれると長期に渡る関係構築も可能なのが、高付加価値・高機能の機能性化学品の特徴です。
- 一昔前は、「足で稼ぐ営業を海外現地に駐在員として送り込む」、「現地商社や企業との取引開拓」などによって行われた海外顧客の開拓も、インターネットが発達した昨今、**デジタルマーケティングを活用した直接開拓も活況**となってきています。
- 機能性化学品は、大量の商品ラインナップを案内したり、地域性による売れ筋商品の区別が必要だったりする最終消費財とは異なり、**機能の特徴・性質や用途の可能性の紹介、最新の研究結果の情報提供、など、世界共通に情報発信が可能な点も特徴**として挙げるすることができます。
- 本ハンドブックでは、デジタルマーケティングの基本を整理するとともに、特に“地域性の薄い”中間財や産業材・電子部品等をお取り扱いされる企業様ならではの**特徴を活かしたデジタルマーケティングの概要**について、**日本企業がグローバル市場において存在感を一層増すことを願って整理**しました。

## 目次

1. 化学業界 中間材・機能性化学品のおかれた環境 
2. 基本のB2Bマーケティング 
3. デジタルマーケティングが求められる背景 
4. グローバルに向けたB2Bデジタルマーケティングの要諦 
5. WOVN.ioの特徴 
6. 導入事例 
7. おわりに 

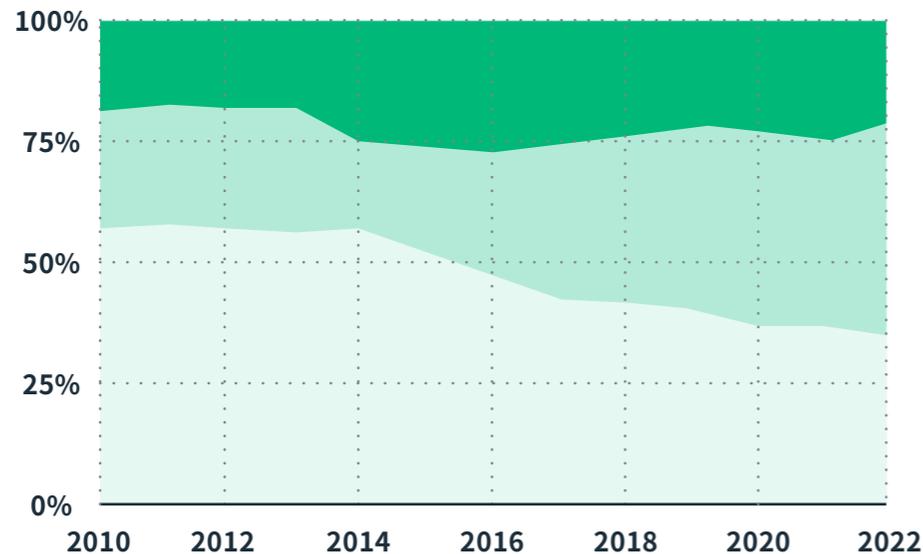
# 1 ● 化学業界 中間材・機能性化学品の おかれた環境

# 機能性化学品へシフトし、海外展開を強める日本の化学業界

総合化学企業6社における基礎化学品領域の売上高比率は減少している一方、機能材領域と応用・独立領域の売上は上昇傾向にあります。また、海外売上比率も高まりグローバル化が進んでいます。

## 基礎化学品領域から他領域へ

【総合化学6社】領域別の売上高比率の推移



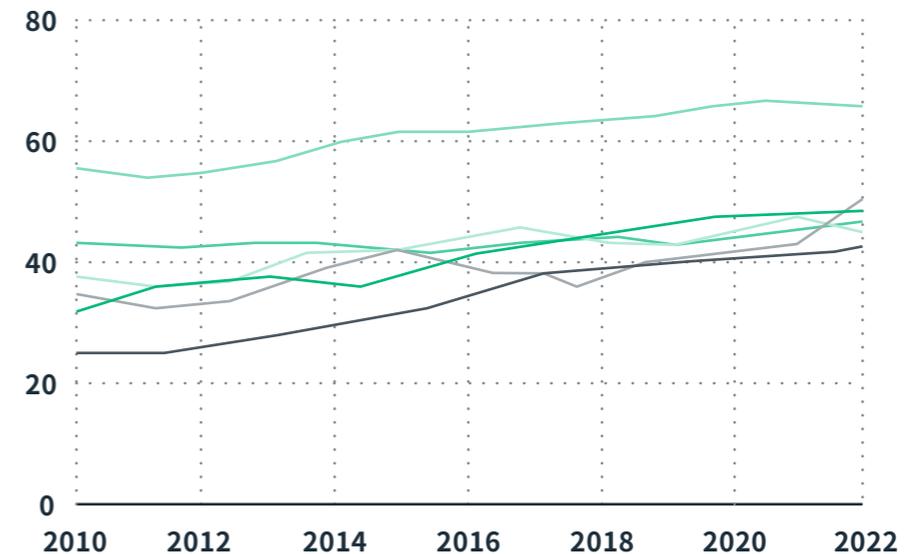
■ 機能材領域 ■ 応用・独立領域 ■ 基礎領域

出所：各社有価証券報告書、IR 資料

注：領域がまたがるセグメントは売上割合が高いと想定される領域に分類  
運送・倉庫業等のその他セグメントは除外

## 国内から海外へ

【総合化学6社】海外売上高比率の推移



■ 三菱ケミカル ■ 三井化学 ■ 住友化学 ■ 東ソー ■ 旭化成 ■ レゾナック

出所：各社有価証券報告書

# 機能性化学品を取り巻く環境と課題

機能性化学品の世界的な競争が激化しつつあります。日本の化学企業が勝ち残っていくためには、製品のコモディティ化が加速する前に、国内・国外に向けてスピーディかつ正確な情報発信を行うことが肝要です。

取り巻く環境	説明
中国の国内需要の低下	中国では化学産業の設備投資が進み、巨大な生産量を有する一方、国内経済の減速が進んでいる。内需低迷により、国際競争が激化する可能性がある。
中東諸国の化学品へのシフト	中東諸国ではガスを原料とする化学製品のコスト競争力が高く、さらに「原料輸出モデル」から「化学品製造・輸出モデル」へのシフト・シェア拡大が進む。
製品ライフサイクルの短期化	開発・商談期間が長い一方で製品ライフサイクルは短期化、また海外企業の開発スピードが早まっていることから、イノベーションの質・スピードの高度化と企業体力の確保が求められている。
国内企業の競争激化	欧米と比較して規模の小さい有力企業がひしめきあっている状態。さらなる企業成長のためには、高付加価値な機能性材料で生き残らなければならない。

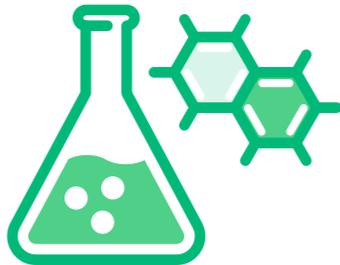


**製品がコモディティ化する前に、スピーディかつ正確に情報発信する必要がある**

# 世界に向けて製品の魅力を訴求するために

日本企業が世界で戦っていくためには、新製品・技術の開発や高付加価値なソリューション提供はもちろんのこと、それらを世界中の潜在顧客に向けて発信していく B2B マーケティング活動が求められます。

## B2Bマーケティング活動で、世界に製品の魅力を訴求



新製品・技術 / ソリューション

広く!

個別の営業活動では拾いきれない  
潜在顧客を取りこぼさない

早く!

開発・商談期間が長いからこそ  
最新情報をリアルタイムに

理解できる!

技術情報、用途例、実績、SDSなど  
自社ならではの情報発信で差別化

# 2 ● 基本のB2Bマーケティング

# 基本のB2Bマーケティング 概要

B2B マーケティングの基本的な考えは、「製品に興味を抱いてくれた潜在顧客を育成すること」です。  
各フェーズの顧客を次のステップに進ませるために必要な施策を推進していきます。

	企業やサービスについて 認知していない	購入・利用に 興味を持っている	比較・考量の末 購入決定
ターゲット ファネル (購買心理の変遷)	無認知層 (課題感はある)	興味・関心層	比較・検討層
必要な情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業・サービスの認知</li> <li>課題感の認識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業・サービスの魅力</li> <li>活用事例</li> <li>価格感</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>類似サービスとの違い</li> <li>サービス利用後の絵姿(効果)</li> </ul>
ファネルを 進ませる打ち手	<ul style="list-style-type: none"> <li>CM・広告などで認知してもらう</li> <li>イベントや飛び込み営業で認知してもらう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客の課題に刺さるコンテンツを見せる</li> <li>自社の機能・サービスの価値を訴求する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>競合比較や価格帯で購入意思決定してもらう</li> <li>B2B 法人営業力</li> </ul>
施策・媒体例	広告/SNS/市場調査 展示会・カンファレンス/学会/外部メディア 企業サイト・製品サイト/オウンドメディア/SEO	ホワイトペーパー/セミナー/メルマガ	

# 基本のB2Bマーケティング 具体的な施策・媒体例と特徴

B2B マーケティングの施策・媒体はさまざまあります。

自社の戦略に合った施策・媒体例を選定し、優先順位をつけて推進していく必要があります。

	施策・媒体例	特徴
デジタル	公式サイト	信頼性の高い情報を広く届けることができる。全ステークホルダーの情報源となる。
	製品サイト	製品ならではの特化した情報を発信できる。権威性や信頼性の構築につながる。
	SEO	良質なコンテンツを作成することで、自社サイトへの流入を増やすことができる。
	広告	無認知層が自社について知るきっかけとなる。
	オウンドメディア	SEO に有用なコンテンツとなる。
	外部メディア	製品と親和性の高いメディアを選定することで、ターゲットからの認知のきっかけとなる。
	ホワイトペーパー	有用性の高いコンテンツで、宛名を獲得するきっかけとなる。
	メルマガ	有益情報の定期発信により、信頼性の構築と顧客育成を期待できる。
	サイト改善	問い合わせフォーム、導線、CTA 改善などで、回遊や直帰率を改善。
オフライン	展示会・カンファレンス	短期間で大量のリードを獲得できる。
	セミナー	権威性や信頼性の向上を見込める。
	市場調査	市場のニーズ・トレンドの把握や競合他社の状況を知ることに役立つ。
	学会	研究成果の発表により技術力を広め、権威性や信頼性を獲得できる。

# 3 ● デジタルマーケティングが 求められる背景

# 日本独特の営業スタイル

日本の製造業は長らく、“足で稼ぐ”営業で、既存市場に既存サービス・製品を提供するスタイルをとってきました。  
また、営業担当の業務領域が広いことから**既存顧客から継続的な収益を得ることはできても、新規開拓はしづらい状況でした。**

## 従来の営業スタイル

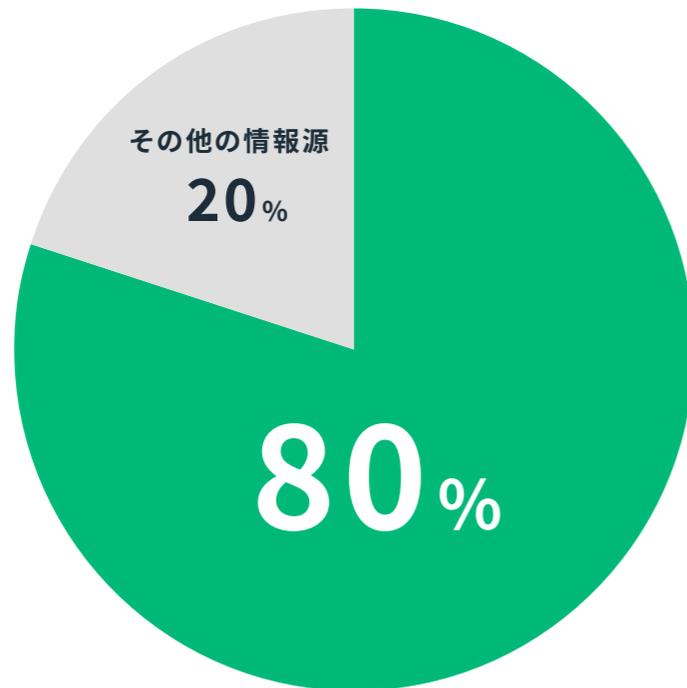


**新市場の獲得や、既存顧客への新製品・新サービスの案内がしづらい**

# 高まるデジタルマーケティングの重要性

一方で、顧客行動のデジタルシフトは加速度的に進んでいます。B2B 購買プロセスの情報源として最も多いのは Web サイトで、デジタルでの有益な情報提供が購買行動の促進につながるといえます。

## B2B取引で最も使われるデジタル接点はWebサイト



顧客の8割は、  
発注までのプロセスでWebサイトを閲覧

出典 MARION. “5 successful approaches to digital marketing for manufacturers” (2020年)

# “足で稼ぐ” 営業からデジタルマーケティングへ

日本の化学企業が勝ち残るためには、海外顧客の新規獲得が欠かせません。

従来型の営業スタイルを維持するだけでなく、デジタルマーケティングによる新規開拓が今後の鍵を握るでしょう※。

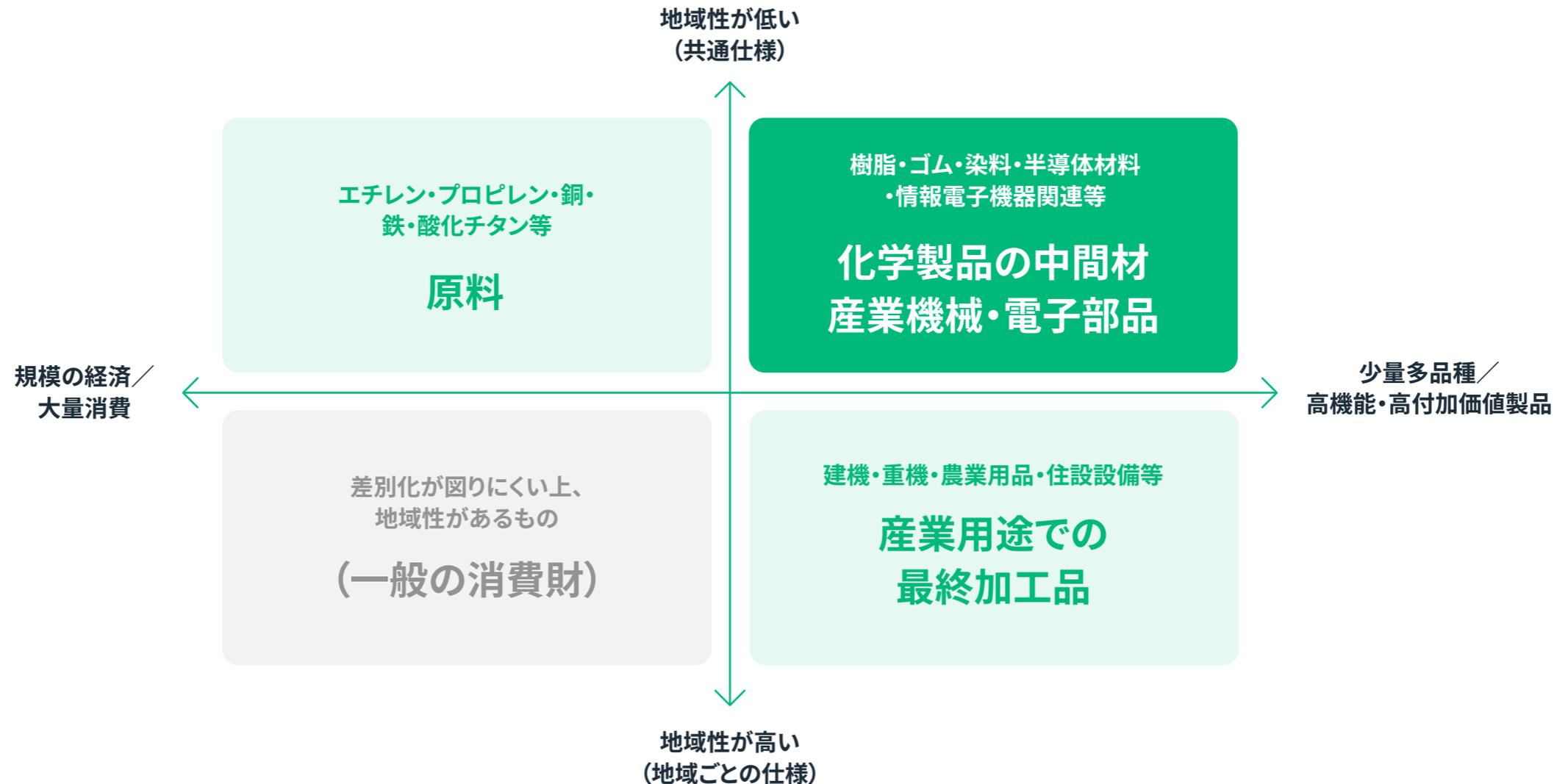
	“足で稼ぐ”営業	デジタルマーケティング
メリット	<ul style="list-style-type: none"><li>● 関係構築がしやすい</li><li>● 顧客に合わせたきめ細やかな情報提供・提案が可能</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 世界中に</li><li>● スピーディに</li><li>● 営業リソースの制約なく</li><li>● データ収集・活用可能</li></ul>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"><li>● 時間・コストがかかる</li><li>● 対応できる顧客数に制限がある</li><li>● 情報が属人化しやすい</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● カスタマイズした情報を届けにくい</li><li>● 関係値を築きづらい</li></ul>

※ デジタルマーケティングだけでなく、M&Aによる拡大戦略など多様な手法がありますが、本ハンドブックでは自社単体での取り組みを前提とするためデジタルマーケティングを取り上げます。

# 4 ● グローバルに向けた B2Bデジタルマーケティングの要諦

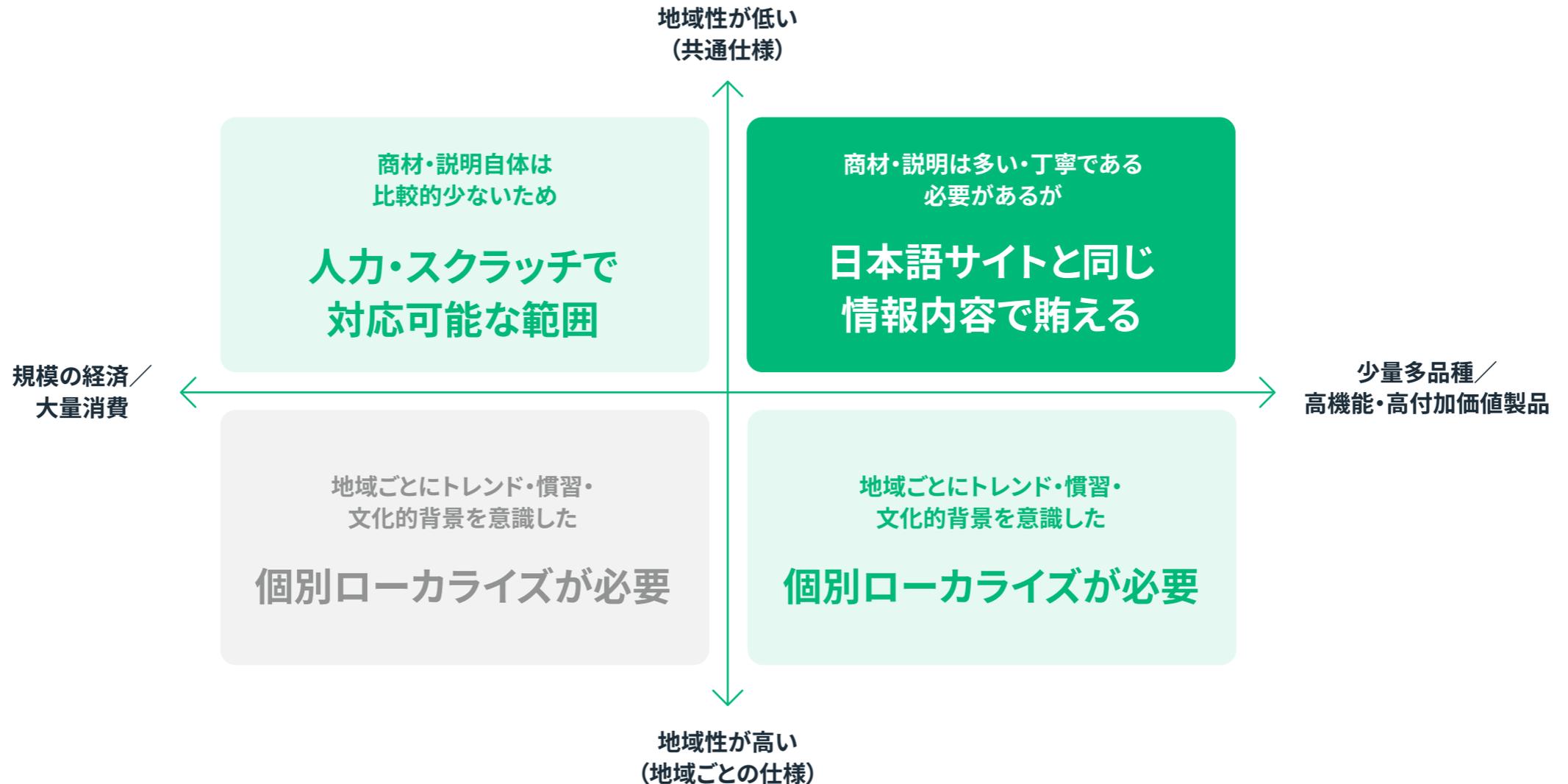
# 機能性化学品の特徴

他の化学品と比べ、機能性化学品には「地域性が薄い」「少量多品種」「高機能・高付加価値製品」という特徴があります。



# Webサイトで発信する情報の観点

機能性化学品は、海外に展開しやすいモデルだからこそ、Webサイトでスピーディに多言語で情報発信することが差別化につながります。



# 機能性化学品だからこそできる、デジタルマーケティングの効率化

複数のサイトをそれぞれ個別に構築し、多言語化・ローカライズする場合、リソースが分散し非効率となりがちですが、機能性化学品では元コンテンツをミラーリングして多言語化、世界各地に情報発信できるため、運用を効率化しやすいです。

## よくある Web サイト運用 (地域性が濃い)



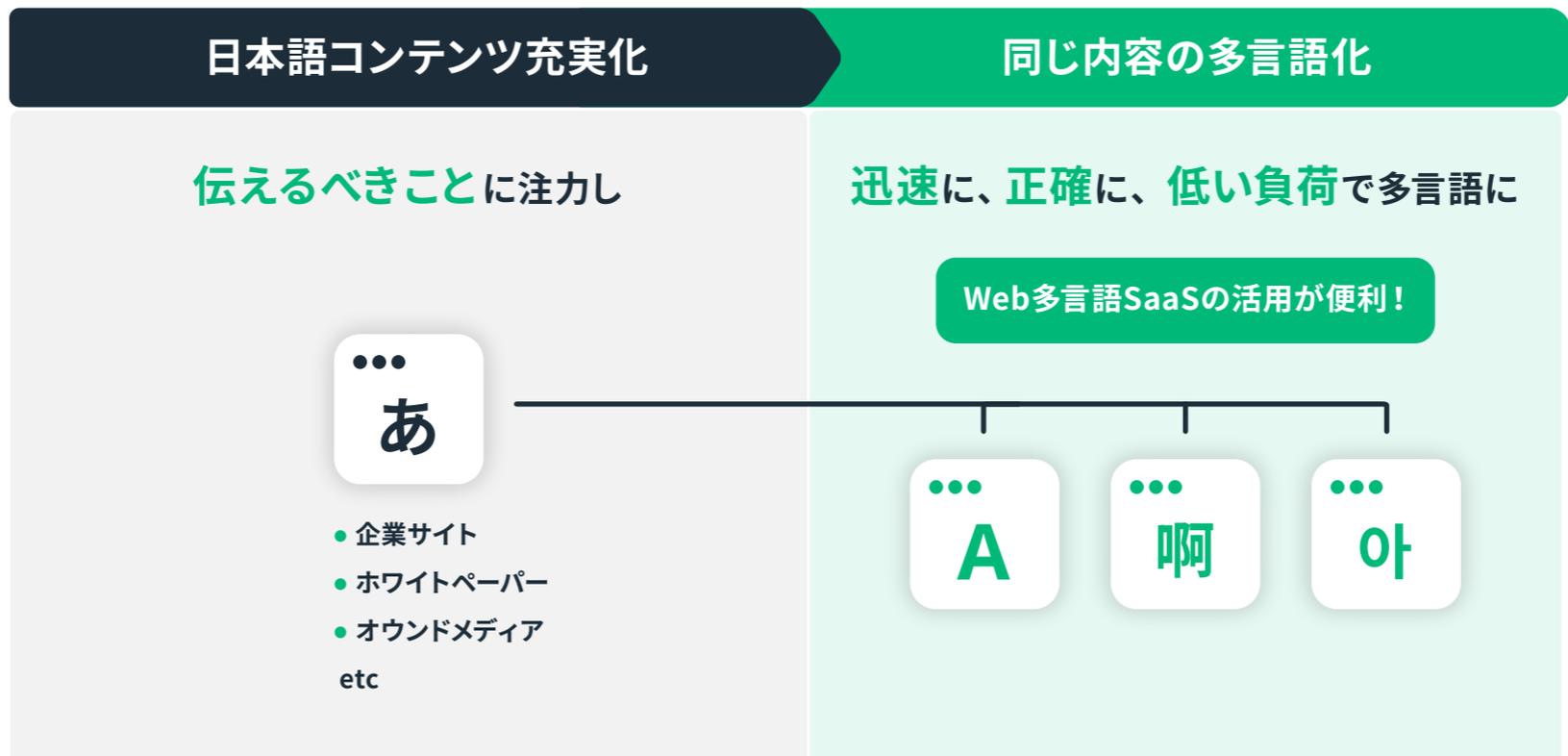
## Web 多言語化ソリューションを活用 (地域性が薄い)



# 効率的なグローバルB2Bデジタルマーケティングの要諦

地域性が薄い故、日本語コンテンツの多言語化さえできればグローバル化をしやすい、そのため「日本語コンテンツの充実化（及び翻訳しやすい文章記述）」に注力し、「迅速」「正確」「低い負荷」で多言語化を運用することが重要です。

## 機能性化学品におけるグローバル B2B デジタルマーケティングの要諦



# 充実したWebサイト運用のために、発信すべきコンテンツ

Webサイトのターゲット・目的によって、必要なコンテンツは異なります。まずは元のコンテンツを充実させた上で、どの言語でも同じ情報量で、スピーディに発信することによってWebサイトの効果を最大化できます。

ターゲット・目的に応じたコンテンツ作成・発信が重要

	公式サイト	製品サイト
主なターゲット	全ステークホルダー (顧客、株主、社員、パートナー等)	顧客・パートナー
目的	企業としての公式情報の発信	製品情報に特化した発信・リード獲得
コンテンツ例	<ul style="list-style-type: none"><li>● 企業情報・メッセージ</li><li>● 事業・製品一覧</li><li>● IR情報</li><li>● サステナビリティ情報</li><li>● ニュース</li><li>● 採用情報</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 用途例</li><li>● 製品スペック・他社製品比較</li><li>● 実績</li><li>● サステナビリティ情報</li><li>● サポート</li><li>● 研究開発情報・コラム・SDS / 証明書</li></ul>

地域性による違いの浮彫りよりも、早く・広く・正しく、より多くの言語で届けることが大事！

# 海外にいち早く情報を伝え、他社に先駆けて交渉を進めるためにWOVN.ioは最適

多言語対応において翻訳品質・発信スピード・運用負荷の軽減・高セキュリティを実現でき、非エンジニアでも操作がしやすく、きめ細やかな情報発信を行える Web 多言語化ソリューション WOVN.io がお役立ちできます。

## 機能性化学品の多言語化に WOVN.io が最適な理由



### 簡単に多言語化

元言語（日本語以外も可能）のコンテンツを作成し、WOVN.io を導入するだけ。運用の多くの部分を自動化できます。多言語サイトの SEO 対策にも寄与できます。



### 運用を自動化

最大45言語（79の地域言語）に自動で多言語化。公開前に人の目でチェックする運用も可能で、動的コンテンツにも対応しています。



### 安心の翻訳品質

人力翻訳、LLM、用語集（辞書登録機能）、マルチ MT（50超の機械翻訳エンジン）などの組み合わせで、最適な翻訳品質を選択できます。



### セキュリティ

大企業から求められる高い要件にも対応できる、セキュリティに関する様々な機能を提供。安心してご利用いただけます。（SSO、監査ログ、IP 制限、翻訳対象除外機能等）。

グローバル化が進むにつれ、外国人社員のための多言語対応の重要性も高まっています。

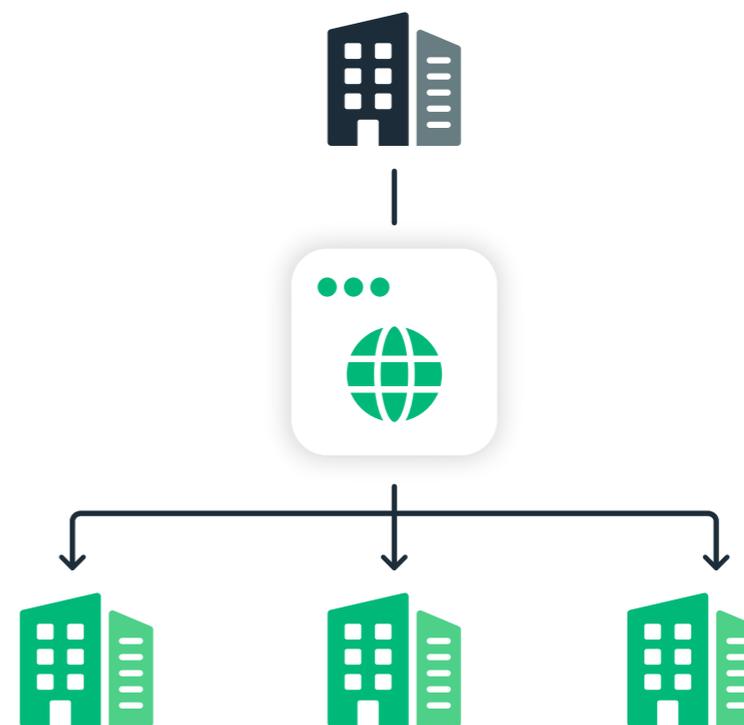
イントラサイト・社内報を通じた情報発信や、QC 活動事例のグローバルシェアなどの多言語展開を行う企業が増えています。

## 社員エンゲージメントの向上

イントラサイトや社内報を通じたコミュニケーションによって、グローバルでの一体感醸成・社員エンゲージメントの強化を行う企業が増えています。

## ナレッジのグローバル展開で品質底上げ

各拠点での QC 活動事例などをシェアするポータルを多言語にすることで、グローバル規模でのナレッジシェアと品質改善・底上げを実現できます。



# 5 ● WOVN.ioの特徴

# Webサイト多言語化のよくある課題

Webサイトの多言語化を人の手で行う場合、言語ごとのサイト開発・運用が必要となりコスト・スピード・リソースの面で課題が生じます。結果的に、情報発信の量が足りない、更新が遅延してしまう、などの状態に陥りがちです。



## 膨大な工数・コスト

コンテンツ追加の度に翻訳・開発・修正の工数が膨らみ、最低限のコンテンツしか多言語化できない。



## 翻訳反映までの時間

翻訳や開発に時間がかかり情報の新鮮さが失われるため、ニュースを多言語化するのを止めてしまう。



## 人的リソースの負担

サイトの多言語運用は工数が多く本来の業務との両立が難しいため、後回しになってしまう。



**多言語での情報発信の量が不足／更新が遅延**

# WOVN.ioが、多言語化の悩みを解決

Webサイト多言語化ソリューション

# WOVN.io

## 国内外18,000サイト以上が利用する 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

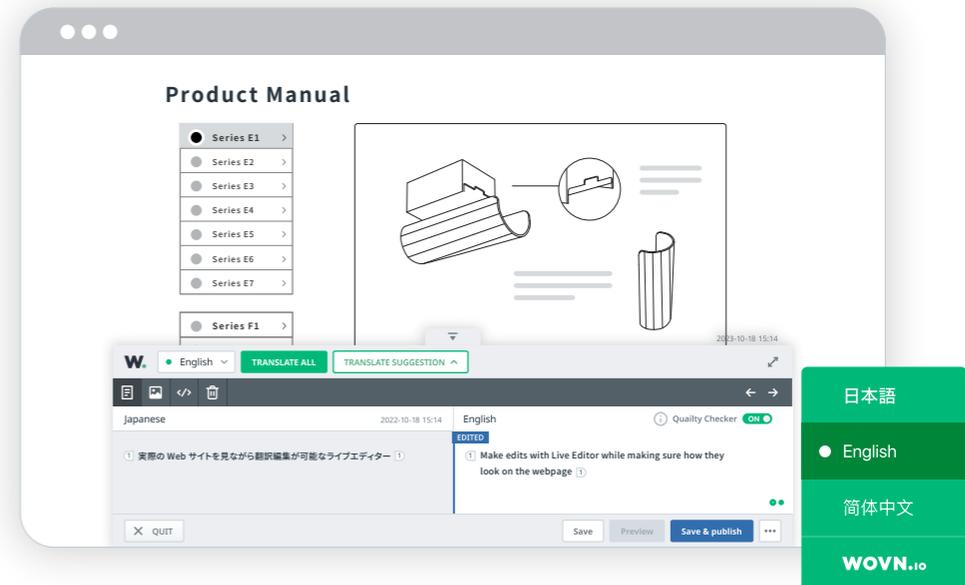
18,000

対応言語数

45

年間アップデート数

250



# 企業の多言語化を実現するトータルソリューションを提供

Web・アプリにとどまらず、インターネットコンテンツをワンストップに多言語化するトータルソリューションのご提供を目指しています。



# WOVN.ioの価値

WOVN.io なら、従来の Web サイト多言語化における課題をすべて解決。  
本来あるべき理想的な多言語サイトの運用を、簡単に実現できます。

## WOVN.io なら「本来あるべき多言語サイトの運用」を簡単に実現



### 運用負荷・コスト低減

未翻訳箇所を自動で検出・翻訳<sup>※</sup>。  
日本語のコンテンツを更新して  
おけば、**ほぼ自動で多言語運用**。

※世界30の国と地域における特許技術



### 安心できる翻訳品質

AI 活用を含めたさまざまな翻訳方式を  
ご用意しているため、**求める品質・スピード**  
に応じた**最適な翻訳**を提供できます。



### 高いセキュリティ

翻訳資産を守るため、**通信・保管データの保護、多層的な防御機能の実装、サービスの安定稼働**など高いセキュリティを維持しています。

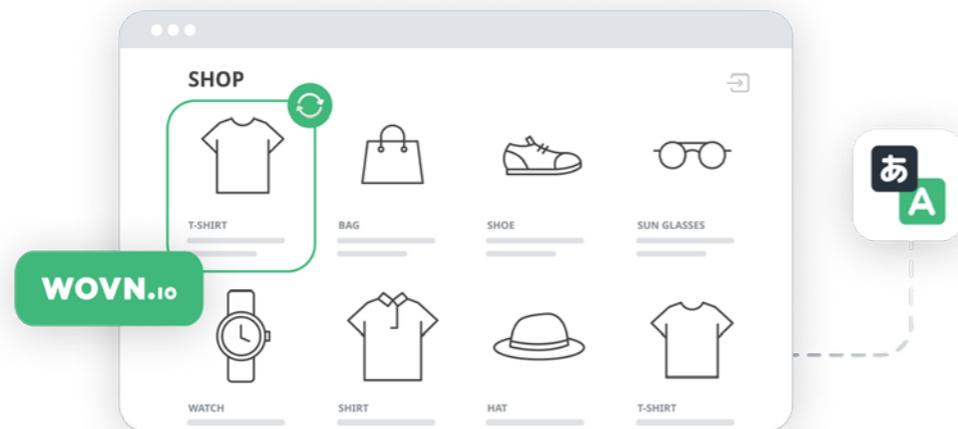
# 高品質AI翻訳エンジン“Maestro”

Maestro は、高品質の翻訳を提供するために WOVN が独自に開発した AI 翻訳エンジンです。生成 AI の活用、50を超える機械翻訳エンジンとの連携、企業の固有名詞を正しく翻訳するためのデータベースを元に、高品質な翻訳の自動運用を実現します。



# WOVN.ioの特徴 スピーディに高品質な翻訳を実現

## 国際特許で実現するリアルタイム翻訳 「リアルタイムモニタリング機能」



元コンテンツの追加・更新が発生した際など、未翻訳の箇所を自動で検知し、自動で翻訳・公開する機能です。動的コンテンツの多言語化も可能にします。WOVN.io のサーバーと直接通信して翻訳情報を取得する技術について、30の国・地域で国際特許を取得しています。

## AI 活用で高品質な翻訳を自動運用 「WOVN COPILOT」



品質・コスト・スピードの全てを担保するために開発された WOVN 独自の AI 翻訳の仕組みです。機械翻訳結果を AI が評価し、必要に応じてプロの翻訳者が翻訳編集します。

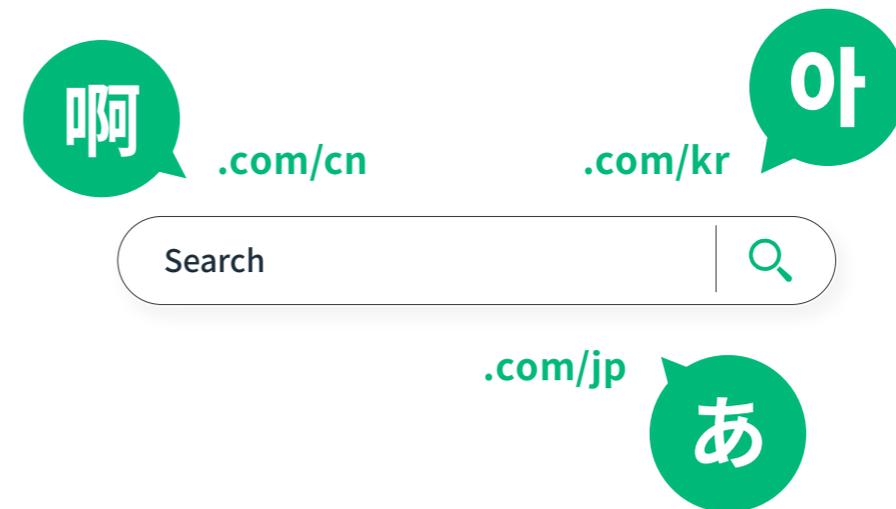
# WOVN.ioの特徴 効果の出る多言語サイト運用を支援

## SEO 関連タグの対応も簡単 「SEO 関連タグ翻訳・自動生成」



meta タグ・画像の alt 属性・構造化マークアップなど、SEO 対策を行う上で重要な箇所の翻訳や、検索エンジンが対象 Web サイトの言語を理解するために必要な hreflang タグの自動生成などが可能です。

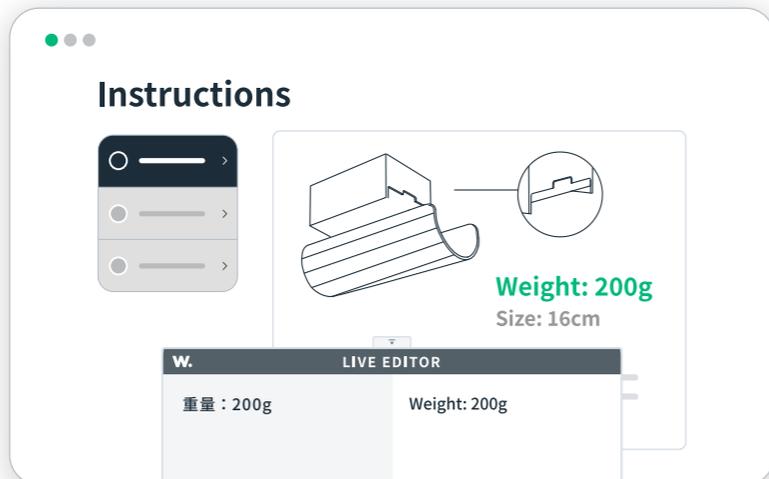
## URL 形式を自由に変更できる 「カスタムドメイン設定」



SEO 対策に重要な言語ごとの URL 設定も可能です。  
WOVN.io では、パス方式、サブディレクトリ方式などに対応しています。

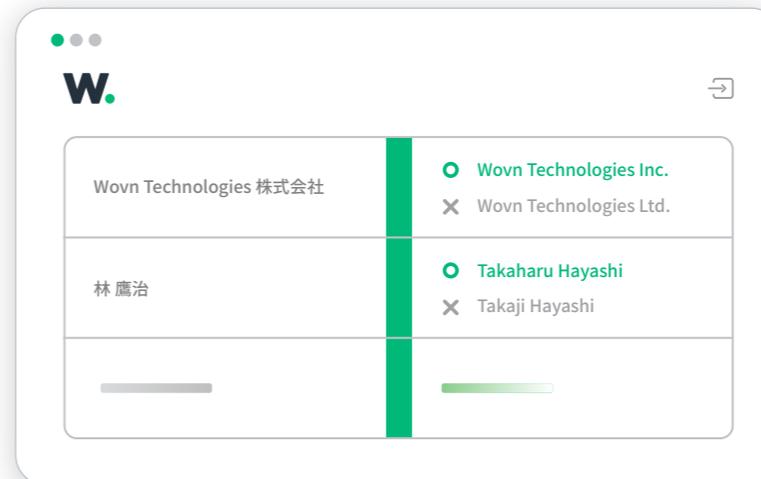
# WOVN.ioの特徴 見た目も品質もハイレベルな多言語サイトを

## デザインを意識しながら簡単翻訳 「Live Editor」



ほとんどの顧客にとっての情報源となる Web サイトだからこそ、UI/UX は非常に重要です。WOVN.io であれば、実際の多言語サイトの UI 上で翻訳結果を編集できるため、文字長の変化によるデザイン崩れなどに簡単に対処できます。

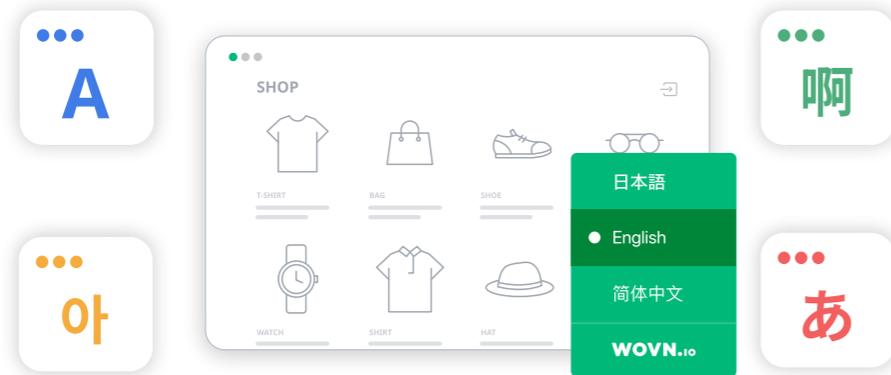
## 専門用語・固有名詞も誤訳知らず 「用語集」



事前に用語集に登録しておくことで、機械翻訳適用時でも、業界特有の専門用語や固有名詞を正しく翻訳できます。「何を登録すべきかわからない」場合には用語集抽出機能を、「今ある対訳集を活用したい」場合は一括アップロード機能をご利用いただくことも可能です。

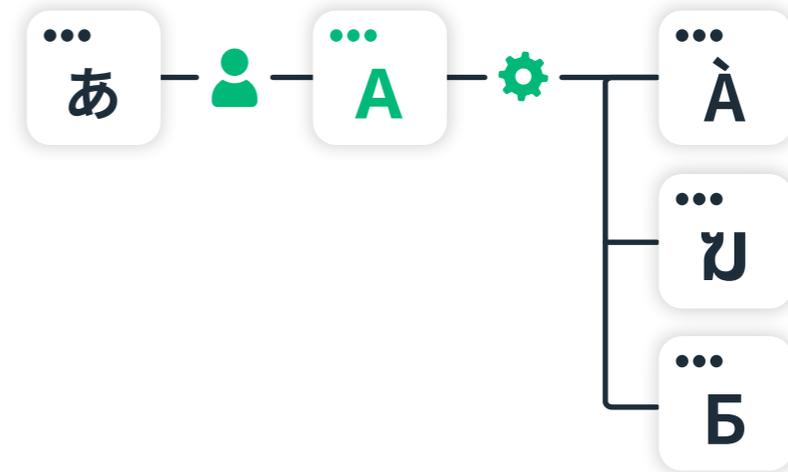
# WOVN.ioの特徴 簡単に導入・高品質に多言語化

## 簡単言語拡張でテストマーケにも 「WOVN Proxy」



お客様のサーバー構成や CMS に依存せず簡単に多言語化・言語別 URL の発行・検索エンジンへのインデックス・SEO 関連タグの翻訳が可能です。言語数を増やすことも容易なため海外展開のテストマーケとしての多言語化も体験できます。

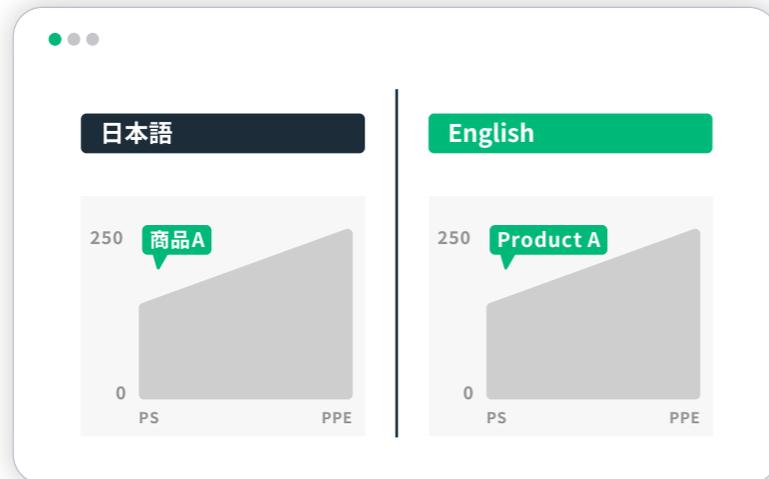
## 英語を元言語にすることで品質アップ 「ピボット翻訳」



日本語のコンテンツをまずは英語に人力翻訳し、その結果を多言語に自動翻訳します。英語を自動翻訳の中間言語として利用することで、日本語から直接多言語化するよりも高い精度で翻訳することができます。

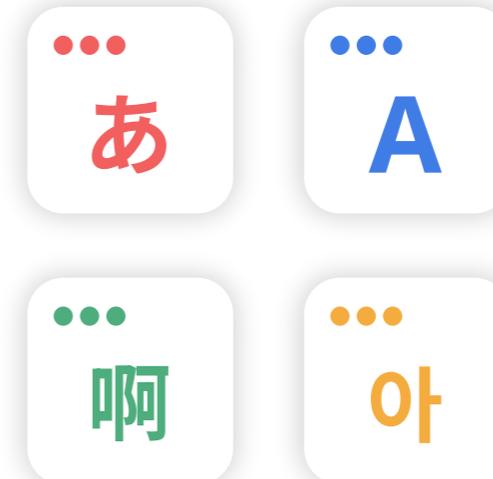
# WOVN.ioの特徴 地域ごとのカスタマイズも実現

言語別に画像・コンテンツの差し替えも  
「画像置換・リンク置換」



日本語の場合はこの画像・リンクを、英語の場合はこの画像・リンクを、というように言語ごとに表示するコンテンツを変換することができます。PDFのスペック表やカタログを言語ごとに変更したい場合などに便利にお使いいただけます。

「英語では非表示にしたい」も実現  
「CSS編集」



元言語のプログラムには手を加えずに、多言語サイトのページデザインをCSS編集することも可能です。たとえば「多言語版サイトでは問い合わせフォームを非表示にしたい」などといった場合に便利です。

# 6 ● 導入事例

# あらゆる業界で広く活用されるWOVN.io



2024年10月末時点

## 化学業界での導入事例のご紹介（公開可能な一部のみ）

- 旭化成株式会社
- artience 株式会社
- 倉敷化工株式会社
- 富士フイルム株式会社
- AGC株式会社
- 株式会社ダイセル

# AsahiKASEI



## 旭化成株式会社

従業員数： 1,001～

サイト種別： 製品サイト

対象 URL： <https://www.asahi-kasei-plastics.com>

対応言語： 日本語 → 英語、簡体字、ベトナム語、  
スペイン語、ドイツ語

## 5言語対応で、海外からのUU数は185%増加 海外での製品認知度を高めるための多言語対応

### 背景・目的

- 質の良い問い合わせを増やすため、サイト内コンテンツの充実化が求められていた
- 海外で「企業名」だけでなく「製品・機能」自体の認知度を高めたい

### 課題

- 言語ごとのシステム開発と人力翻訳により多言語化に手間がかかる
- 他社との差別化のためにも情報量とスピードを重視したい

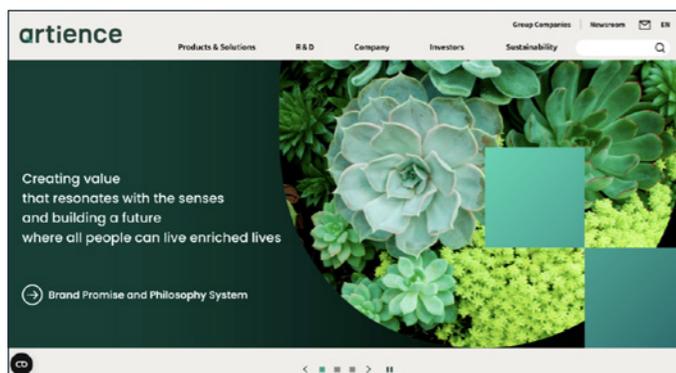


### WOVN.io 導入の効果

- 多言語サイト運用にかかる社内リソースを大幅に圧縮
- 導入前後で海外からの UU 数が185%増加
- 多言語サイトを、海外での PR 施策のチャネルとして活用できるように

詳細はこちら [🔗](#)

<https://mx.wovn.io/casestudy/asahikasei>



## artience 株式会社

従業員数： 1,001～

サイト種別： グループサイト

対象 URL： <https://www.artiencegroup.com/ja>

対応言語： 日本語 → 英語、簡体字

## グローバル企業として統一されたブランディングをグループサイトで体現

### 背景・目的

- 社名変更と同時に多言語サイトをリニューアルすることとなった
- グローバルで統一された企業としてのブランド価値向上を目指す

### 課題

- これまでは翻訳にかかるリソース・コストを鑑み、多言語対応は一部情報に限定されていた
- 誰もが言葉の壁を感じることなく情報提供し、ブランド認知を拡大させたい



### WOVN.io 導入の効果

- 翻訳にかかる期間やコストを大幅に削減しながらタイムリーな多言語発信が可能に
- サイト内コンテンツの充実化に注力しながらグローバル企業としてのブランディング価値向上を図れるように

詳細はこちら 

<https://wovn.io/ja/blog/pressrelease-artience/>



## 倉敷化工株式会社

従業員数： 301~1,000  
サイト種別： コーポレートサイト、製品サイト  
対象 URL： <https://www.kuraka.co.jp/>、  
<https://sanki.kuraka.co.jp/>  
対応言語： 日本語 → 英語、韓国語、簡体字

## さらなる海外売上拡大に向け、認知度強化・営業活動の後方支援のために Web サイトを活用

### 背景・目的

- 特に、海外売上のうち高い割合を占める韓国・中国に向けた認知度強化
- 海外での販売を担う子会社・代理店の営業活動支援

### 課題

- 独自構築した英語サイトを個別に運用する場合にかかる、翻訳・Web 公開の作業時間やコストを削減したい
- 日本語サイトより英語サイトの方が情報量が少なく、公開スピードが遅い、という状況を改善し、同じ情報量・スピードで発信したい



### WOVN.io 導入の効果

- 従来よりも少ないリソースで、リアルタイムかつ等しい情報量での多言語発信が可能に
- 「用語集」機能の活用で、製品名や専門用語をミスなく自動翻訳できるように

詳細はこちら 

<https://wovn.io/ja/blog/pressrelease-kurashikikako/>



画像はイメージです

## 富士フイルム株式会社

従業員数： 1,001～

サイト種別： イントラサイト

対象 URL： ——

対応言語： 英語 → ドイツ語、インドネシア語、スペイン語

## 海外展開・M&Aで増加する外国籍社員への 理念浸透のため、イントラサイトの情報を現地語で発信

### 背景・目的

- イントラサイトを活用して、海外の現地従業員にトップメッセージを伝える
- 国内外で進む M&A への対応として、新たにグループの一員となった社員に理念を浸透させ、相互理解を促す

### 課題

- 英語サイトの情報量が、日本語サイトの20~30%ほどと大幅に少ない状況を改善したい
- 毎日更新される大量の情報を、リアルタイムに多言語化したい



### WOVN.io 導入の効果

- 機械翻訳と人力翻訳を組み合わせ、コンテンツの重要度に応じた柔軟な多言語運用が可能に
- 「英語ではなく現地語であることで、情報共有のスピードが格段に上がった」と海外拠点から高評価を得る

詳細はこちら [🔗](#)

<https://mx.wovn.io/casestudy/fujifilm>



Your Dreams, Our Challenge



## AGC株式会社

従業員数： 1,001～

サイト種別： イン트라サイト・Web 社内報

対象 URL： ——

対応言語： 日本語 → 英語、簡体字、タイ語

## イントラ・社内報のコンテンツを、従業員の現地語で届けることでグループ全体の一体感を醸成

### 背景・目的

- イントラ・社内報を通じた、国・地域を超えたグループとしての一体感醸成
- 全世界の従業員の活躍やグループ全体の経営理念などを伝達・浸透

### 課題

- 運用負荷をかけることなく、日・英以外の言語でも情報を発信したい
- コストを抑えつつも、品質を担保した状態で多言語化したい

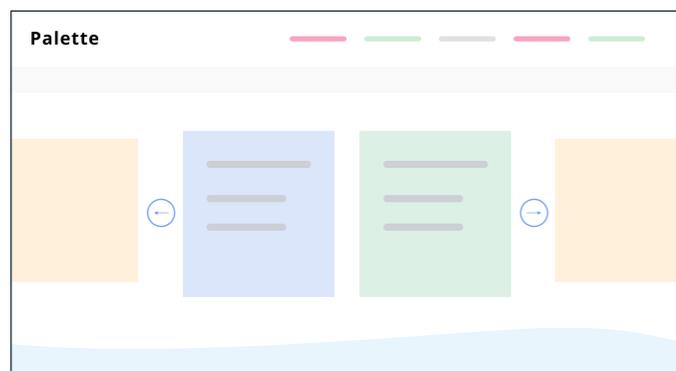


### WOVN.io 導入の効果

- 英語・簡体字・タイ語の対応で、多くの従業員の現地語での情報発信を実現
- 日本語 → 英語 (人力翻訳) → 多言語 (機械翻訳) で翻訳する「ピボット翻訳」でスピードと精度を担保した多言語化を実現

詳細はこちら

<https://wovn.io/ja/blog/pressrelease-agc/>



画像はイメージです

## 株式会社ダイセル

従業員数： 1,001～

サイト種別： Web 社内報

対象 URL： ——

対応言語： 日本語 → 英語、簡体字、マレー語、タイ語、ドイツ語、ポーランド語

## Web 社内報を6言語に多言語化し、グローバルでの インターナルコミュニケーションの活性化を目指す

### 背景・目的

- Web 社内報を活用した、グローバルでのインターナルコミュニケーションの活性化

### 課題

- 開発にかかるコスト・リソースを抑えつつ、6言語で公開したい
- 全ての情報をリアルタイムかつ同じ情報量で多言語発信したい



### WOVN.io 導入の効果

- トップメッセージや、経営に関わる重要な情報を日本語と同じタイミングで全従業員に伝えられるように
- 国内外の拠点から配信された記事への「いいね」やコメント機能で、双方向でのコミュニケーションをとることが可能に

詳細はこちら [🔗](#)

<https://wovn.io/ja/blog/pressrelease-daicel/>

# 7 ● おわりに

# 総合汎用化学製品にも使えるWOVN.io

本国でのブランド統制と各国でのローカライズを両立させたい場合にも活用いただける高度な機能を揃えています。  
機能性化学品以外を扱う化学企業でも便利にお使いいただけます。

## よくある課題

- 情報を地域ごとにカスタマイズしたい
- 製品情報の現地発信は現地拠点に任せたい
- 企業ブランドに関わるメッセージは本社で統制をとりたい

## WOVN.io なら

- 共通の Web サイトをベースにして、本社と拠点が共同で翻訳編集
- アカウントごとに権限を設定してガバナンスを担保
- 翻訳資産の蓄積・活用で使えば使うほど品質向上・効率化

# SDS 翻訳も可能な WOVN.io のソリューション

WOVN.io の新しいソリューション「翻訳Now (β版)」なら、SDS を翻訳したいというニーズにもお応えできます。現在は一部のお客様に向けてご提供しており、順次ご案内しておりますので詳しくはお問い合わせください。

海外製品の SDS をざっくり・クイックに知りたいときなど  
英↔日\*で並べて閲覧可能で便利

The screenshot displays the '翻訳Now. Beta' interface, powered by WOVN. It features two columns: '英語' (English) on the left and '日本語' (Japanese) on the right. The English column shows a 'SAFETY DATA SHEET (SDS)' with sections for '1. PRODUCT AND COMPANY IDENTIFICATION', '2. HAZARDS IDENTIFICATION', and '3. COMPOSITION/ INFORMATION ON INGREDIENTS'. The Japanese column shows the equivalent '製品安全データシート' with sections for '1. 化学物質等及び会社情報', '2. 危険有害性の要約', and '3. 組成、成分情報'. A double-headed arrow indicates the bidirectional translation. To the left, a document icon is labeled 'アップロードするだけで' (Just upload), with supported file formats listed: PDF, DOCX, XLSX, PPTX, SRT, etc. To the right, a green callout box titled 'Point' lists: 'フォーマットを保持して翻訳' (Translate while maintaining format), '原文と訳文を左右表示' (Display original and translated text side-by-side), and '翻訳結果のダウンロードも' (Download translation results). A note at the bottom right states '\*その他言語にも対応可能' (Supports other languages).

# おわりに

化学業界の競争が激化する中、多言語サイトを効率的に運用し、グローバルでのデジタルマーケティングを強化する企業が増えています。ポイントを押さえ、確実にかつスピーディに取り組みを進めていきましょう。

## 多言語化を進めるために重要なポイントと考え方

- 検討タイミングを逃さない

通常業務を行いながら多言語化について本格検討する時間をとるのは難しいものです。サイトリニューアルのタイミングなど、機を逃さず確実に検討しきることが重要です。

- “楽”に運用することを重視

多言語サイトを人力で運用するのは効率・コストの面でデメリットが大きいです。日本語サイトの充実化にリソースを割き、多言語サイトの運営には手間とコストをかけないことを心がけましょう。

- 「今で充分」と思わない

「英語で発信できている」「重要な情報は賄えている」と思っている、潜在顧客のニーズからすると十分でないケースも少なくありません。Web サイトの重要性について全社で共通認識をもち、多言語化で差別化を図りましょう。

- より多くの人を巻き込む

Web サイトのステークホルダーは想像以上に多くいます。検討が進んでから巻き込むと総論賛成・各論反対、になりがちです。できるだけ早い検討段階から、関係者を巻き込むことが大切です。



その他のお役立ち資料はこちら [🔗](#)

✉ marketing@wovn.io

☎ 03-6434-0246

導入に興味のある方はこちらから [🔗](#)

記載情報は2024年10月末時点のものであり、導入事例は当社 Web サイトへの記事掲載時点のものです。