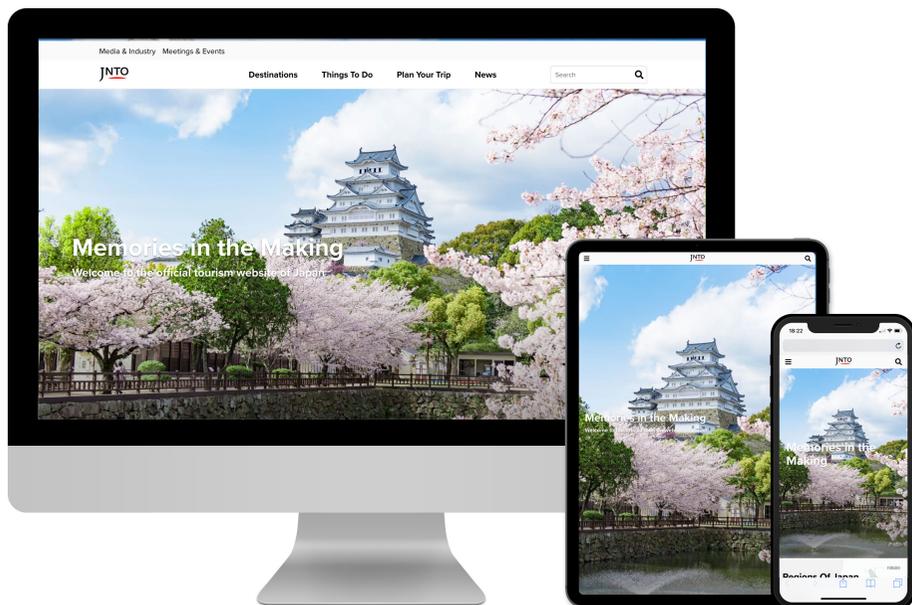


多言語ローカライゼーション・翻訳

JNTO英語グローバルウェブサイト再構築事業

2020年に向けて生まれ変わった、日本の公式観光ウェブサイト



事業名

JNTOグローバルウェブサイト 多言語ウェブサイトリニューアル事業

発注者

独立行政法人 国際観光振興機構

受託年度

平成29年度

URL

<https://www.jnto.go.jp/>



提供サービス

情報設計・コンテンツ戦略

英語コピー作成・編集

画像収集

UX&UIデザイン

カスタマイズCMS開発

レスポンシブウェブ開発

日本最大の公式インバウンドサイトを8ヶ月で再構築

日本政府観光局（以下、JNTO）が運営してきた英語観光サイトは、膨大な追加コンテンツが整理されないまま残され、ユーザーが欲しい情報に辿り着けなかったり、日本語を直訳した英文が見受けられるなどの課題が山積。2017年、東京オリンピック・パラリンピックの開催を踏まえて「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、拡大する観光需要を取り込むことを目的に、JNTO英語グローバルサイトの抜本的再構築事業がスタートしました。

弊社制作チームは、8ヶ月という短期間でベンチマークサイト分析から既存コンテンツの見直し、都道府県へのヒアリング、情報設計、コンテンツ企画制作、外国人旅行者の視点での画像収集、カスタマイズCMS開発、UX&UIデザインまでを実施。2018年2月、新グローバルサイト「Travel Japan - The Official Japan Guide」がオープンしました。

新しい訪日観光のスタイルを示す情報設計

弊社制作チームが最初に着手したのが、日本最大の公式観光ウェブサイトである既存サイトの徹底的な分析。過去からの蓄積で約20,000ページものコンテンツが存在し、情報の重複や更新されていないページも残る一方で、歴史の長い既存サイトのSEO効果を新サイトに継承し、スピーディな制作を実現するため人気の高い既存コンテンツを活用して、リライト（書き直し）と新規書き下ろしコンテンツをユーザー視点で整理するなど、事業全体を通じてデータドリブンな意思決定と施策提案を行うことを心掛けました。

さらに、各種観光データを分析して、本物志向の体験を重視する観光トレンドに着目。成長傾向にある市場のニーズや、ゴールデンルートだけではなく地方での旅行消費額増加を目的に、日本の公式観光サイトにふさわしい包括的な情報提供を行うためのサイト設計を行いました。

47都道府県すべての既存掲載スポットのアクセス解析等からユーザーニーズを把握した上で、外国人旅行者の興味を集めるスポットや情報を選定。主要観光スポットからの周遊を促すため、近隣スポットを紹介するリンクを設置することで、アクセス数と滞在時間の増加につなげています。

「そこで何が体験できるか」に焦点を当てた有益な観光コンテンツ

本事業のポイントは、日本語からの翻訳ではなく、英語が母国語のネイティブライターによる執筆と徹底的な画像選定で、外国人旅行者目線にこだわったコンテンツ制作を行うこと。半年にも満たないコンテンツ制作期間で、約100万英単語に相当する日本全国2,000カ所以上の観光スポット記事を作り上げるため、地域の観光資源を熟知した60人以上の日本在住ネイティブライターを起用した編集体制を構築。

コンテンツディレクターが作成したライティングスタイルガイド（編集ポリシー）を担当ライターに共有し、SEOを考慮しながら、「そこで何が体験できるか」に焦点を当てた、その場所の魅力を効果的に伝えるライティングを指示。ライティング後は、事実誤認やトーン＆マナーの一貫性を確認しながら、全原稿の編集作業を行いました。

快適なサイト体験を実現するデザインと機能

スマートフォンからのアクセスを前提としたサイトデザインでは、ユーザー目線で知りたい情報が簡単に見つかるナビゲーション、トップページに設置したインタラクティブマップは、視覚的に日本の地理を把握できるように細部までこだわっています。

さらに旅ナカでもスマートフォンで快適にサイト閲覧ができるよう、記事・画像の高速表示を可能とするコンテンツデリバリーネットワーク（CDN）を導入。また、予測検索機能で外国人旅行者が求める情報を的確に検索・表示し、タイプミスが頻繁に発生する単語をAIが学習する高度な検索機能も実装しました。

本事業の取り組みは、自治体等関係者や制作会社向けのノウハウとして、JNTOデジタルマーケティングガイドライン「外国人旅行者を魅了するウェブサイトの作り方」にまとめられ、訪日観光情報発信の質の向上に大きく寄与しています。