

# LIONBRIDGE



## 2020年のトップトレンド： 知っておくべきこと

いつの時代もデータは大事ですが、2020年にはその重要性がさらに高まります。  
次に挙げるのは、最も重要な3つのトレンドです。

1

データ プライバシー

2

データ セキュリティ

3

魅力的なコンテンツ  
の制作


シンプルなようで、実は難しいこれらのトレンド。やり方を変えて、成功につなげましょう。

### 本稿の内容

プライベートな情報を保護する戦略、サイバー犯罪を回避するためのアプローチ、  
コンテンツのギャップを利用して優れた SEO を実現する方法

#### 3つの重要なコンセプト:

LSP が実践すべきデータ保護の8つの原則、サイバーセキュリティの  
ベストプラクティスに関して LSP に問うべき5つの質問、多言語 SEO  
に対応したコンテンツ制作で「やるべきこと」と「やってはいけないこと」



データはかつて、企業のアナリティクスやテクノロジー部門の責任の下で管理されていましたが、もはやそれだけに収まりません。ローカリゼーション担当のチームやセキュリティ部門、コンテンツ制作者など、さまざまな当事者がデータを所有して扱う必要性が高まっています。アカウントビリティ (説明責任) の面では、さらに多くの人々がかかわってきます。

2020年においては、御社とそのパートナーが御社のデータをどのように扱うかによって御社の業績が大きく左右されるため、言語サービスプロバイダー (LSP) の選定がこれまで以上に重要になります。

### LSP の選定が重要である理由:

1

新たに施行された米国カリフォルニア州消費者プライバシー法 (CCPA) をはじめとするデータ保護法に準拠するには、LSP によるコンプライアンスが必須。

2

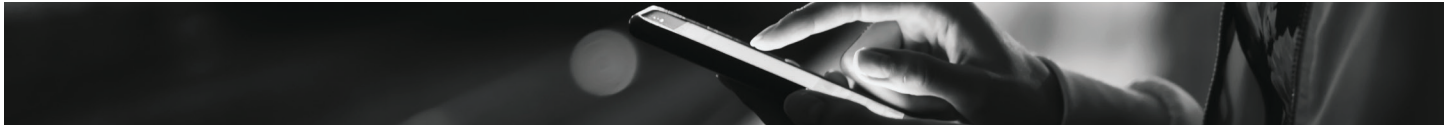
サイバーセキュリティの脆弱性を念頭に置き、LSP がサイバー攻撃による脅威の緩和に適切にリソースを割り当てているかを判断することが重要。

3

Google の最先端アルゴリズム技術「BERT」を活用するための、より洗練されたコンテンツ制作のアプローチが必要。

御社の LSP がこれら 3 つの課題を提起していない場合、御社は大きく不利な状況に追い込まれる可能性があるだけでなく、場合によっては意図せずに規制に違反してしまう危険性すらあります。

**刻々と変化するビジネス環境を踏まえ、最も効果的なデータの取り扱い方法についてご説明します。**



## データ プライバシーと言語サービス プロバイダー

# プライバシー関連の法律や規制の急増に伴い、言語サービス プロバイダーに対する精査を強化

御社が取引している言語サービス プロバイダー (LSP) には、どのようなプライバシー保護の概念や文化が根付いているかご存知でしょうか? ご存知でなければすぐに確認すべきです。現在、米国をはじめ、世界中でプライバシー関連の規制が急増しています。LSP がデータのコンプライアンスを遵守できなければ、御社も同じ立場になるのです。

### 規制のパッチワーク: 企業は何をすべきか?

国際連合貿易開発会議によると、現在までに 100 を超える国々が、データとプライバシーを保護する法律を制定しており、その数は拡大しています。法案を作成し、この問題に取り組む多数の国の一つがブラジルです。米国内では、カリフォルニア州のプライバシー法である「カリフォルニア州消費者プライバシー法」が 2020 年 1 月 1 日に施行されました。米国内のグローバル企業は、EU 一般データ保護規則 (GDPR) などの従来の規制に加えて、これらの新しい規制にも対応する必要に迫られます。GDPR は 2018 年 5 月に運用が開始された規則で、欧州連合市民に個人情報をコントロールする権利を保障しています。

ライオンブリッジの最高セキュリティ責任者 (CSO) を務めるダグラス グラハムは、一般的な観点からも、LSP という観点からも、プライバシーが 2020 年のトレンドとなり、世界がその重要性に反応し始めると指摘しています。法律や規制が制定される背景には、人々の情報が共有されすぎているという認識があります。そのため、米国の他の州もカリフォルニア州に続いてプライバシー規制に対応すると予想されます。企業とその LSP には、新たな法律や規制を遵守することが求められます。しかし、パッチワーク的な規制にその都度準拠するのは容易ではないため、御社に適用される最も厳しい規制に合わせて準拠体制を整え、実践することが最も有効な解決策と言えます。

### LSP はデータをどのように扱うのか?

プライバシーの中心にあるのは個人です。個人を特定できる情報は、個人の氏名をはじめとするさまざまな情報で構成されます。具

体的にこれらの情報には、個人の生年月日、米国社会保障番号などの国民識別情報、運転免許証などが含まれます。LSP には、個人情報適切に扱い、個人の侵害や法律違反を引き起こさない体制が求められます。

透明性も重要です。LSP には、データの取り扱いや二次利用の不可について、明確なガイドラインや声明を表明していることが望まれます。信頼できる LSP であれば、たとえば翻訳した素材をもとに個人に対してマーケティングを行うというように、データを二次利用するようなことはありません。翻訳を無料または低コストで提供する LSP には注意してください。

交渉によってプライバシーの権利を放棄し、LSP にデータの二次利用などを認めるようなことはしないでください。LSP と契約する際は、必ずプライバシー条項を設け、御社の基準を満たす方法でデータが処理されるようにしましょう。

### だれが情報流出を管理すべきか?

顧客を抱える企業であれば、ほぼ確実に個人情報を収集しています。そのデータを LSP に送信するにあたり、データがどのように扱われているのかを必ず確認しましょう。LSP が情報流出を起こしてしまった場合、それが直接の過失ではなかったとしても、御社が責任を問われる可能性があります。

個人を特定できる情報を流出させると、法律や規制に基づいて罰金が科される可能性があります。米国の州によっては、罰金額が 100 万ドルと非常に高額になることもあります。EU の GDPR に違反すると、最大で売上総利益の 10% にも上る負担が生じかねません。

膨大な罰金と聞いても意に介さないのであれば、他のコストも考えてみましょう。当局による監視が厳しくなり、顧客からの信頼も失います。今まで築き上げてきた信頼を、LSP に台無しにされないように十分注意しましょう。

## LSP は機密データをどのように扱うべきか？

LSP と連携するにあたり、まずは個人を特定できる情報を送信する必要があるのかをよく検討しなければなりません。データのコピーが増えるほど、悪用や他者との誤った共有につながるリスクが高くなります。可能であれば、個人を特定できる情報を加工または匿名化しましょう。プライベートな情報を送信しなければならない場合は、LSP がこの種のデータの適切な取り扱い方法を理解しており、これらのデータを保護する契約上の義務を負っていることを確認しましょう。

ベスト プラクティスをいくつかご紹介します。

- データを加工できない場合は、セキュアなファイル転送プロトコルを使用しましょう。送信した情報が、LSP のセキュア サーバー上に保存されることも確認してください。
- 可能な場合は、LSP が作業対象のファイルを翻訳者に配布する前に、LSP にプライベートな情報を加工してもらいましょう。
- データを加工できない場合は、承認を受けた関係者のみと情報を共有することを LSP に確約してもらいましょう。
- 特定のケースにおいては、保護された施設内で作業を実施する能力が LSP に求められます。このような場合、LSP の従業員は物理的に制限されたスペース内で作業を行い、電話や紙を使用せず、情報を施設外に持ち出せないようにする必要があります。
- まれなケースではありますが、必要に応じて、LSP が従業員をクライアントのオフィスに派遣（オンサイト）できるかを確認してください。こうすることで、情報が社外に漏れるのを防止します。

情報のプライバシーを保護するには、これらのベスト プラクティスに加えて強力なセキュリティ プログラムが不可欠です。十分なセキュリティを備えていない LSP ではプライバシーを保護することはできません。

## 作業完了時にデータはどうなる？

LSP では、規制や基準に応じてデータを一定期間保存することがありますが、この期間は無期限ではありません。LSP がどのデータを

保存し、なぜ保存しているのかを確認しておく必要があります。そのデータに個人を特定できる情報が含まれているかどうかには細心の注意を払いましょう。翻訳メモリの作成過程で、情報を保存しておくことが適切です。翻訳メモリは語句を集めた用語集であり、翻訳のプロセスを迅速かつ効率的に進めるために繰り返し使用されます。翻訳メモリには本来、個人を特定できる情報は含まれません。



### アドバイス:

LSP が機密データをどのように扱っているかに注目する

## どうしたら LSP にプライバシー保護の文化が根付いていることがわかる？

御社の LSP にはプライバシー保護の概念や文化が根付いているでしょうか？ プライバシー保護に関連する LSP の主な行動や、LSP の従業員のプライバシーやセキュリティに対する考えを確認しましょう。

次の要素は、このような文化が存在しているかどうかを判断する手掛かりとなります。

- プライバシーの取り組みに予算が割り当てられている
- プライバシー プログラムが存在し、継続して評価および強化されている
- プライバシーに関するプロセスについて従業員に教育やトレーニングを施している

重要なのは、これらの課題に取り組む経営幹部クラスの専任担当者の有無です。プライバシーに関連する法律や規制の動向に LSP が即座に対応し、法的義務を果たすというのは、複雑以外の何ものでもありません。LSP のプライバシー ポリシーや実践状況を初期段階で適正に評価することが御社にとって重要であり、これが最終的に、御社の評判を汚すことなく、コンプライアンス違反による金銭的なコストを回避することにつながります。

## LSP が実践すべきデータ保護の 8 つの原則

1. データの収集と取り扱いは、適正かつ合法的に行わなければならない。
2. データの収集と取り扱いは、明確な目的がある場合に限られる。
3. データがその目的に関連した範囲内で、適正かつ適切に取り扱われていることを実証しなければならない。
4. データは正確かつ正常で、最新のものでなければならない。
5. 明確な目的が果たされたときには、データを抹消しなければならない。
6. データは、データ主体の権利を考慮して取り扱わなければならない。
7. データは、適切な組織的および技術的対策によって保護されなければならない。
8. 法的な許可がある場合を除き、データの移転は禁止する。



## サイバーセキュリティと翻訳データ

# 2020年だけでなく将来に向けてもデータの安全対策に配慮すべき理由

LSPの選定にあたっては、いくつかの質問がすぐに頭に浮かぶでしょう。翻訳コストはどれくらいか？ どれくらいのスピードで最終成果物を納品できるか？ 最終的な翻訳の品質は？ これらの疑問はすべて重要ですが、これらと同様もしくはそれ以上に重要だと考えられるのが、LSPがデータ保護のために実施している手順を確認することです。データセキュリティに関してLSPに問い合わせがないのであれば、知的財産や企業秘密といった機密性の高い情報の損失にさらされるリスクが高まります。この種の情報が公開されたり、悪意のあるユーザーの手に渡ったりすれば、企業に壊滅的な打撃を与えかねません。

### 無料のオンライン翻訳アプリを使用すると、どのような問題が発生し得るか？

無料のオンライン翻訳ツールを使用して御社のデータを翻訳しているのであれば、今すぐ考え直してください。特に、**機密性の高いプライベートなデータ**であればなおさらです。よく言われるように、ある商品を御社が無料で利用できるということは、**御社自身が商品**になっているということです。この場合、無料ツールに入力したすべての内容がそのツールの提供元に転送されることを意味します。

無料の第三者アプリにデータを入力したことで、そのデータに対する制御を完全に失ってしまった事例が数多くあります。たとえば、石油大手のStatoilは2017年にその教訓を学んでいます。無料のオンラインアプリによって、**従業員の個人を特定できるデータ**が密かにGoogle検索に読み込まれていたのです。

翻訳プロジェクトをプロフェッショナルなLSPに委託するのは、データの安全性を確保するための第一歩として望ましいと言えます。しかし、すべてのLSPがサイバーセキュリティやデータ保護に同じように取り組んでいるわけではないため、注意が必要です。そのため、翻訳サービスのバイヤーとしての必要な知識を身に付けて、適切な質問ができるように準備しておく必要があります。

### 翻訳ライフサイクル

#### 翻訳向けのデータやファイルをどのように渡しているか？

お客様からLSPにデータを渡す方法はさまざまですが、データを送信する際は常に以下の3つことが守られなければなりません。

1. データの盗難が発生しない。
2. 承認を受けたユーザーのみがアクセス可能な場所にデータをアップロードする。
3. データのコピーが不可能である。

データの送信方法については、LSPと十分に検討して決定してください。機密性の高い情報を扱う場合、セキュアなポータルやWebサイトを利用したオプションを提示するのはLSPの責任とも言えます。このようなデータ送信方法であれば、送信中にデータが傍受されたりすることを回避できます。また、セキュアなポータルであれば、ポータル内部に保存されたデータへの不正アクセスを防止するための機能もおそらくは備わっているでしょう。このようなポータルを使用するのはお客様の責任であり、セキュアでない方法によるデータ送信をLSPに求めるようなことがあってはなりません。

データがポータルに保存されたら、安全対策として何層ものコントロール機能が必要になります。このようなコントロール機能には、強力な認証、ルールベースのアクセス管理、顧客のアクセス管理システムとの連携機能などが含まれます。プロジェクトの積極的な関係者のみにアクセスを制限し、関係者以外が容易にアクセスできないようにデータを保存することが重要になります。データに関与する人の数が少ないほど、セキュリティリスクを最小限に抑えることができます。

### 翻訳作業はどのように進められるのか？

翻訳者は、資格情報を使用したサインインを通じてデータへのアクセスを取得し、データが保証されている期間にポータル上で作業を行うことが求められます。機密性の高いデータを扱う場合は、翻訳者の作業を LSP のサーバーから追跡できるようにするための特殊なツールが使用されます。翻訳管理ソフトウェアなどのリソースは、ポータルからデータが移転されるのを防ぐのに役立ちます。最も機密性の高いデータの場合は、少量に分割して翻訳者に提供することで、コンテンツ全体が開示されるのを回避できます。

結局のところ、データが LSP のシステムで維持され、LSP のセキュリティフレームワーク内で保護されている環境で翻訳作業をするのが望ましいと言えます。翻訳モデルには、データの機密性や必要とされる保護の程度に応じて、さまざまなセキュリティレベルを適用することができます。

### 翻訳の成果物はどのように納品されるのか？

LSP は、データを取得したときと同じ方法で完成した翻訳物を顧客に納品します。機密性の高いものであれば、セキュアなポータルを通じての納品が望ましいと言えます。データの暗号化など、データに適切な保護が施されることを確認しましょう。

### どのようなポリシーや基準であればデータを保護できるのか？

LSP が実施するプロセスは長期的にもデータの保護に大いに役立ちます。たとえば、データを扱う機会の多い言語専門家が、必ずしもセキュリティを完全に理解しているとは限りません。そのため、LSP が言語専門家にデータ保護の重要性を伝え、LSP が定めたセキュリティポリシーを順守するよう求めることが重要です。また LSP の従業員は、データの取り扱い方法についてトレーニングを受け、データの安全性を確保する重要性について理解している必要があります。最後に、プロジェクトのメタデータがあいまいでないか LSP に問い合わせましょう。LSP のオペレーションチームは、プロセスの一環としてプロジェクトにコードネームを使用しているはずです。

### IT 部門とセキュリティ部門ではどのようなツールを使用すべきか？

LSP にデータを委託する場合は、LSP が独自の IT システムを持ち、予期せぬセキュリティ違反に対応する能力を備えているかどうかを確認する必要があります。LSP は、セキュリティインシデントやイベントを管理するツールなど、特殊な技術を使用していますか？ほとんどの場合、この種のツールにはほぼリアルタイムで悪意のあるイベントを検出する機能が備えられており、セキュリティ担当者はこのようなインシデントに即座に対応することができます。LSP では脆弱性を管理するシステムを導入し、サーバーやその他の資産の脆弱性を追跡していますか？

専従の IT 部門やセキュリティ部門を設置しているかどうかを確認するだけでも、セキュリティの面で LSP を効果的に評価することができます。このような専従の部門を維持するにはかなりのリソースが必要となるため、すべての LSP がこのような部門を運用できているわけではありません。



#### アドバイス:

無料のオンライン翻訳アプリには注意する

### LSP のベスト プラクティスによって、どのようにデータへの脅威を最小限に抑えるのか？

外部および内部のすべての脅威を完全に排除することは不可能です。しかし、御社がデータの保護に意識的に注力し、サイバーセキュリティのベスト プラクティスに取り組む LSP と連携することで、実際にセキュリティリスクが緩和されるだけでなく、その分の安心感を得ることができます。

LSP の選定にあたっては、自社のセキュリティ部門にも意見を求めましょう。また LSP に問い合わせれば、データの安全性を確保する自社のプロセスやプラクティス、戦略について積極的に説明してくれるはずです。最終的に、セキュリティ条項を定めた契約を締結することで、LSP には自らの説明を遵守する義務が生じます。

#### LSP に問うべき 5 つの質問で、サイバーセキュリティのベスト プラクティスを確認

1. 最高セキュリティ責任者がおり、データ保護の業務を専任していますか？
2. 専従のセキュリティ部門はありますか？ それはどのような構成の部門ですか？
3. アプリケーションやシステムに対して侵入テストを行っていますか？
4. 堅固なアクセス コントロール ポリシーを設定していますか？
5. データセキュリティに関して従業員と翻訳者にトレーニングを実施していますか？

# 2020年だけでなく将来に向けた多言語 SEO のコンテンツ制作戦略

## 翻訳よりもトランスクリエーションを増やし、特定の市場に向けたコンテンツを制作することが最も効果的

### どのようなオンラインコンテンツが対象のオーディエンスに最適でしょうか？

平凡で、慌てて書いた文章にもかかわらずオンライン検索結果がヒットした場合は、アプローチを考え直すべきです。現在そして将来において、特にグローバル企業であれば、各市場に特化した質の高いコンテンツを制作することで、検索エンジンの結果を最適化する必要があります。

質の高いコンテンツとは、選択した題材と、アイデアを明確に伝えるために選定した翻訳またはデータの作成方法を指します。これらの検討事項は、いずれも対象となる顧客にリーチする上で非常に重要です。また、対象のオーディエンスが必ずしも御社のことを探しているとは限らないため、オンライン検索の結果として御社が最上位にランキングされるよう戦略を練る必要があります。

### なぜ検索エンジン最適化 (SEO) 戦略の変革が今必要なのか？

Google の新しいアルゴリズムである **BERT** は、オンラインコンテンツを完璧なものにし、検索エンジン結果の最適化を行うニーズがある中でその原動力となっています。BERT は、「Bidirectional Encoder Representations from Transformers (Transformer による双方向のエンコード表現)」の略称です。Google は、音声検索の人気の高まりや、長いクエリが入力される傾向の増加を受け、2019年10月にBERTを発表・導入しました。BERTは従来よりも長めの質問を理解するだけでなく、最も重要な点として、言葉同士の関連性をより深く理解することで、検索のコンテキスト(文脈)を従来よりも適切に判断できることが挙げられます。

英語の場合、「its (その)」「in (中の)」「and (および)」などの単語は、今では検索の意図を検索エンジンに伝える役割を果たしています。これは、より洗練された Google のアルゴリズムでは、もはや単に多くのキーワードを詰め込んだだけのコンテンツに高ランキングを与えないことを意味しています。同様に、Google は関連性のより高いコンテンツを選択するようになるため、文法がしっかりとしていないコンテンツはその分評価が下がることになります。BERT は当初は英語のクエリに対してのみ導入されていましたが、**今では 70 言語をサポート**しています。BERT モデルはさらに、グローバル対応の機能付きスニペットや回答ボックスの向上にも寄与しています。

### コンテンツの立案: どこから始めるべきか？

**コンテンツ制作戦略**を検討する際は、顧客を念頭に置いて、顧客が何を知りたいと思っているかを考えることが重要です。ライオンブリッジのブレンダン ウォルシュは、グローバル検索の専門家として数多くのグローバル企業のお客様に向けて、優れた SEO 結果を得るための研修を行っています。次はウォルシュからのアドバイスです。

- 対象とするそれぞれの地域において現地の人々が何を知りたいと思っているのかを Google を通じて把握し、頻繁に尋ねられる質問について調査しましょう。
- それらの質問を一覧にまとめて、いくつかのグループに分けます。
- それらのグループを通じて、ブログやソーシャルメディアの投稿、Web サイトに記載すべき内容についてのアイデアを生み出します。

複数の市場でビジネスを展開する企業であれば、市場の違いに伴って、同じトピックであってもさまざまな反応がもたらされる場合があることを認識しておく必要があります。

たとえば、電気自動車について調査を行っている場合、米国ロサンゼルスの人々が排出基準を気にしている一方で、カナダのケベック州の人々は極寒の環境下における車の性能に注目していることがわかるでしょう。同じトピックであっても、各地域の特性によって、クエリの範囲が非常に幅広くなることがあるのです。

**「コンテンツ制作は市場に応じたデータ主導型である必要があります。そうすることで、対象とするオーディエンスに関連性の高いコンテンツを確実に提供し、最終的に望ましい結果を生み出すことができるのです」**

ブレンダン ウォルシュ  
ライオンブリッジ、グローバル検索専門家





### 多言語 SEO を実現するにはどうすればよいのか？

グローバルに展開して複数の言語を扱う企業には、単一の言語で特定の地域でのみビジネスを行う企業と比べて、克服しなければならない課題が多くあることは間違いありません。「検索エンジンの最適化において不可欠な高質のコンテンツの制作に加えて、現地の人々の疑問や要望に応えるコンテンツを各言語でそれぞれ制作しなければなりません」とウォルシュは話します。さらに、「間違いない究極のルールとしては、各市場に特化したコンテンツをデータに基づいて制作することが挙げられますが、ほかにも解決策の一部になり得る別の方法もあります」と彼は付け加えます。

効果の観点から次に検討すべきは**トランスクリエーション**です。これは、ソース言語（元の言語）のコンテンツで表現されているクリエイティブでエモーショナルな訴求性を維持しつつ、ターゲット言語と市場に向けてコンテンツを制作し直すプロセスを指します。そして最後に、優先度はやや低いものの、翻訳も重要な要素として考慮する必要があります。最終的には、これらの方法をニーズに応じてうまく組み合わせて活用していくことになります。ライオンブリッジでは、市場に精通した専門家による「インマーケット」評価サービスを提供しており、最も費用対効果が高く、成功につながる **SEO 結果** を得られるよう、インマーケットコンテンツ制作、トランスクリエーション、翻訳を組み合わせた最適なソリューションを提示いたします。

### コンテンツ制作戦略を検討する際に考慮すべき最大のチャンスとは？

膨大な量のコンテンツの中でお客様のコンテンツをユーザーに見つけてもらうのはどれだけ大変なことなのでしょうか。結局のところ

ろ、**音声検索**における勝者はただ一人です。つまり、検索の際にユーザーのパーソナル アシスタントが選んだエントリのみです。テキスト検索においても上位 5 件にランキングされない限り、クリック数の増加は期待できません。

コンテンツ制作戦略を検討する際には統計データが重要になります。Unbabel.com によると、英語は**すべてのオンライン コンテンツの 55%** を占めますが、英語を話す人々は世界中で 20% にすぎず、さらに英語を母国語と考えている人口はわずか 5% にすぎません。こうして、英語以外の言語のコンテンツとの間で大きなギャップが生まれます。

英語以外のコンテンツでギャップが存在するだけでなく、品質についてもギャップが生じます。これは、こうしたコンテンツの大部分が単に英語のコンテンツから翻訳されたものであって、特定の市場向けに制作されたものではないからです。非英語圏のそれぞれの市場に特化した高品質のコンテンツ制作に取り組むグローバル企業には、現地の人々の心を掴み、対象の市場にうまく参入できる大きなチャンスがあると言えます。

### コンテンツを見直さないリスクとは？

さて、優れたコンテンツを制作し、**多言語 SEO** を最適化するためのツールをご紹介してきました。これらをしっかりと活用しましょう。コンテンツを進展させずに強化もしなかった場合、現地の市場を見据えた他社に後れを取ることとなり、ビジネス参入の手段を失うことになりかねません。価値あるコンテンツを制作すれば必ず人々は利用します。当社は長年にわたって多くのお客様のビジネス展開を支援してきた中で、これを目の当たりにしてきました。

## BERT による多言語 SEO:

### コンテンツ制作について「やるべきこと」と「やってはいけないこと」



- **「やるべき」** - 対象のオーディエンスに有益なデータ主導型コンテンツを作成する。
- **「やるべき」** - 英語以外の言語におけるコンテンツのニーズをうまく捉えて戦略に取り込む。
- **「やるべき」** - 現地のオーディエンスのニーズに応じた対象市場に特化したコンテンツを作成する。翻訳、トランスクリエーション、ゼロからのコンテンツ制作をうまく使い分けましょう。




- **「やってはいけない」** - コンテンツの文法に一貫性がない。BERT によるランキングが低くなります。
- **「やってはいけない」** - コンテンツにキーワードを詰め込む。時代遅れの手法であり、Google の先進的なアルゴリズムには効果はありません。
- **「やってはいけない」** - 別の地域向けのコンテンツをそのまま翻訳する。高確率で新市場のオーディエンスの心は掴めません。

#### アドバイス:

優れた多言語 SEO を実現するには、各言語で質の高いコンテンツを作成する





ライオンブリッジでは、今後もこれらのトレンドだけでなく、新たなトレンドについても注視し、分析を進めていきます。

当社では、新しい法律や規制、進化するアルゴリズム、市場のあらゆる変化を当社のお客様の成功につながる機会と捉えています。

グローバル展開についてご質問等あれば、いつでもお気軽に当社にご相談ください。

[lionbridge.com/get-in-touch](https://lionbridge.com/get-in-touch)

にアクセスして今すぐお問い合わせください

## ライオンブリッジについて

ライオンブリッジはお客様のパートナーとなり、世界中の障壁を取り去り、未来に橋を架けることができると考えています。20年以上にわたり、350以上の言語でローカリゼーションとトレーニングデータサービスを提供してきたライオンブリッジは、企業が世界中の顧客と従業員とつながるための支援をしてきました。ライオンブリッジのワールドクラスのプラットフォームを通じて5,000以上の都市の100万人ものエキスパートのネットワークがさまざまなお客様と連携し、文化的に豊かなエクスペリエンスを提供します。ライオンブリッジの言語担当者の情熱は尽きることはなく、人間とマシンインテリジェンスの両方を活用してお客様のメッセージをお客様の顧客にお届けします。ライオンブリッジは、米国マサチューセッツ州ウォルサムを拠点に、26の国にソリューションセンターを設けています。

詳しくはこちら

[LIONBRIDGE.COM](https://LIONBRIDGE.COM)

**LIONBRIDGE**

© 2020 Lionbridge. All Rights Reserved.