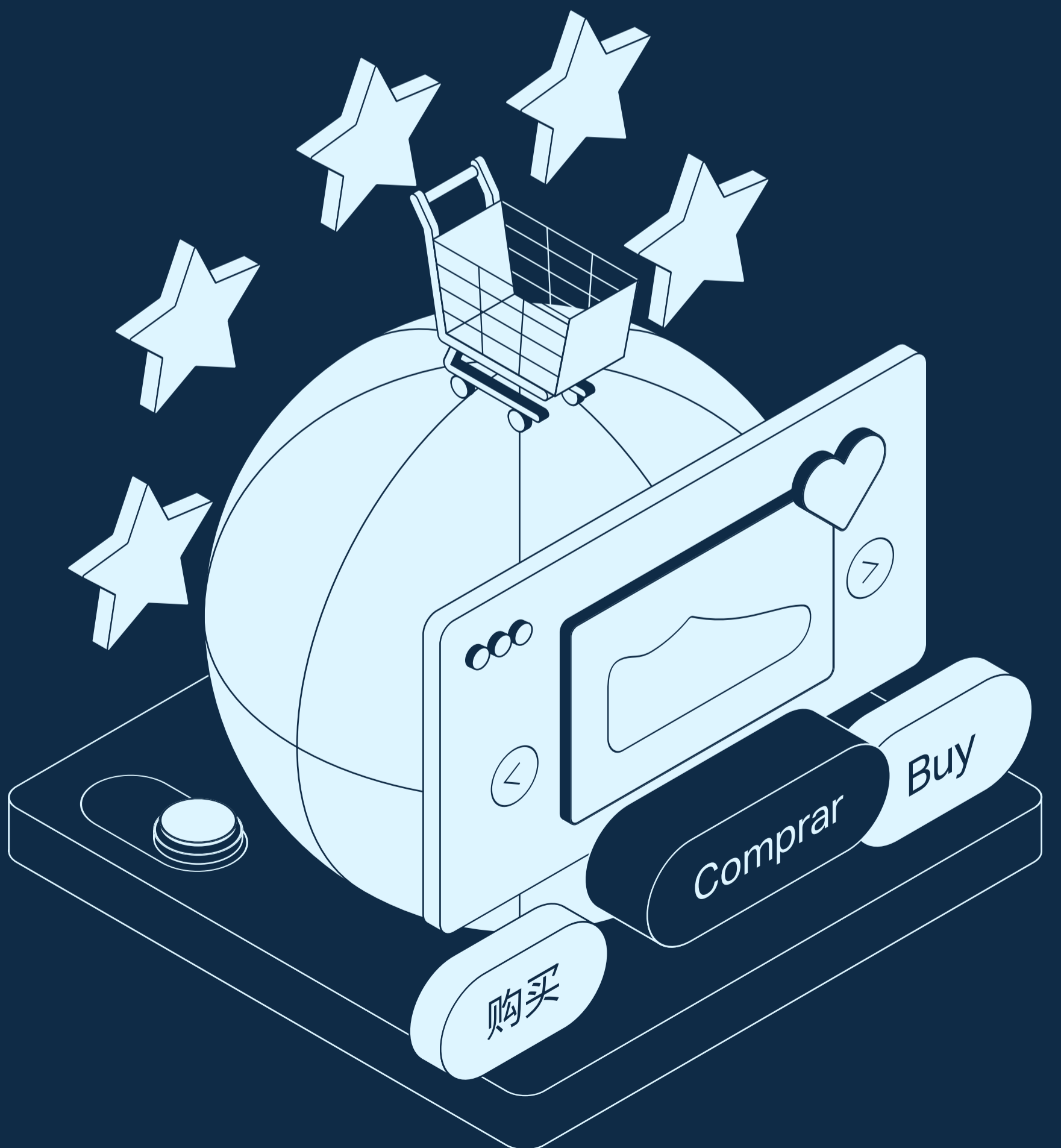


リテール企業向け エグゼクティブガイド

AIを活用した コミュニケーションと リテールの海外展開

事業拡大と効率化を進め、国境を越えて
顧客とつながるためのAIソリューション



AIは今後も定着し、先見性のあるリテール企業はすでに業務にAIを取り入れている

AIの台頭によって、リテール業界には顧客との信頼関係の向上、費用削減、および世界規模での収益拡大のチャンスが生まれています。またリテール企業が海外進出を成功させるには、現地の主要言語で事業を展開することが重要です。グローバルなコミュニケーションの促進に、安全なAIを戦略的に導入することは、高い競争力につながります。

リテール業界が、最も複雑かつ洗練された業界のひとつであることは間違いありません。その第一の理由は、労働力の減少およびサプライチェーンの変化から、世界的な混乱や不安定な経済と購買パターン、消費者のロイヤリティの低下、集団で店を襲うスマッシュアンドグラブ窃盗、気候変動まで、あらゆることを考慮する必要があるからです。

第二の理由は、ソーシャルコマース、「小売のサービス化」モデル、需要主導型の小売、体験型店舗などの出現に見られるように、急速な進化にさらされている業界だからです。リテール企業の経営陣の50%が、創造的破壊によって今後1年間で自社のビジネスモデルが大きく変わると予想しているのも不思議ではありません¹。

業界の複雑化によって、多くの企業が規模の拡大で苦戦を強いられています。しかし、Deloitteは報告書Global Retail Outlook 2024（リテール業界の展望2024）の中で「このような課題の中でも、業界には、地域横断的に市場シェアを拡大しビジネスの成長を推進しようとする揺るぎないコミットメントが存在する」と指摘し、「これは、単に課題を克服するためではなく、持続的な成功と競争力獲得のために、自らを戦略的に位置づけ、ビジネスを繁栄させようとする動き²」だと述べています。このような背景から、リテール業界全体で人工知能（AI）の利用が広がっているのも頷けます。

AI翻訳ソフトウェアなどの生成AIを活用したツールは、業務の合理化、円滑な多言語コミュニケーションの実現、顧客エンゲージメントの取り組みにおいて新たな道を切り開いています。リテール業界がAIの発展と歩調を合わせるために自己改革を進める中、先見性のあるリーダーたちは、競争力を維持するために既にAIを利用し始めています。事実、エンタープライズレベル（年間売上高1億ドル以上）のリテール企業を対象に実施した調査では、CEOと経営陣の78%が、AIはリテール業の将来の基礎を成す存在、または重要な存在であると回答しています³。

¹ AlixPartners. 『Retail Viewpoint:What retailers need to know from the 2024 AlixPartners Disruption Index』 2024年2月28日、² Deloitte. 『Global Retail Outlook 2024』、³ First Insight. 『AI Perception Gap Report 2024』

本ガイドの概要

- ④ 進出市場の消費者を効果的に取り込み、グローバル展開を進める方法
- ④ 現代のリテール業におけるAIの活用例
- ④ 世界中の見込み客や顧客と効果的につながり、パーソナライゼーションを強化する方法
- ④ AIを搭載したコミュニケーションツールの選び方

「業界が前例のない変革を遂げていることを踏まえれば、リテール企業の今日の行動が、今後20年を牽引できるか、出遅れるかを決めるかもしれない」

McKinsey & Company, Retail reset: A new playbook for retail leaders

目次

<u>1</u>	AIとリテール事業のグローバル展開	5
<u>2</u>	リテール業界でAIが活用される理由	9
<u>3</u>	リテール企業における言語AIの6通りの活用例	11
<u>4</u>	AIを活用して新規市場を開拓する 大手企業	16
<u>5</u>	Eコマースのグローバル展開	21
<u>6</u>	意思決定のステップ	23
<u>7</u>	関係者の同意のもとAIを導入	26
<u>8</u>	ローカライゼーションでグローバル 展開を加速	29
<u>9</u>	付録：ローカライゼーションと翻訳に おけるAIの活用例	31

1 AIとリテール事業のグローバル展開

競争の激しいリテール業界において、新規顧客の獲得、収益源の多様化、競争力の維持を求めてグローバル化を進める企業は増える一方です。他方、多言語での展開に力を入れることで、既存のグローバル市場での存在感と事業を飛躍させている企業もあります。

グローバル展開、市場拡大、多拠点展開など呼び方はいろいろですが、どの企業もこのプレッシャーから逃れることはできません。ある企業は新規市場へと踏み出し、別な企業は既存のグローバル事業の収益拡大を目指すでしょう。新しい市場への進出の場合、グローバル展開を果たすことでブランドの存在感を高めることができ、単一市場への依存を減らし停滞と営業コストの上昇を避けられます。既存のグローバル事業の拡大の場合は、現在のオペレーションを効率化することで生産性の向上、コストの削減、収益性の改善につなげることができます。

競争に打ち勝ちながらグローバルに事業を展開するということは、効率的な市場進出、あるいは既存事業の最適化を意味します。IDCが実施したGlobal Retail Survey（世界リテール企業調査）によると、顧客体験がリテール企業の関心のトップを占める一方、業務効率の向上は2番目に重要な課題として挙げられています⁴。

市場拡大への道筋をつけるためであれ、既存のグローバル事業を改善するためであれ、AIは、リテール企業が効率よく目標を達成するための技術として急浮上しています。AI技術には次のような利用価値が期待できます。

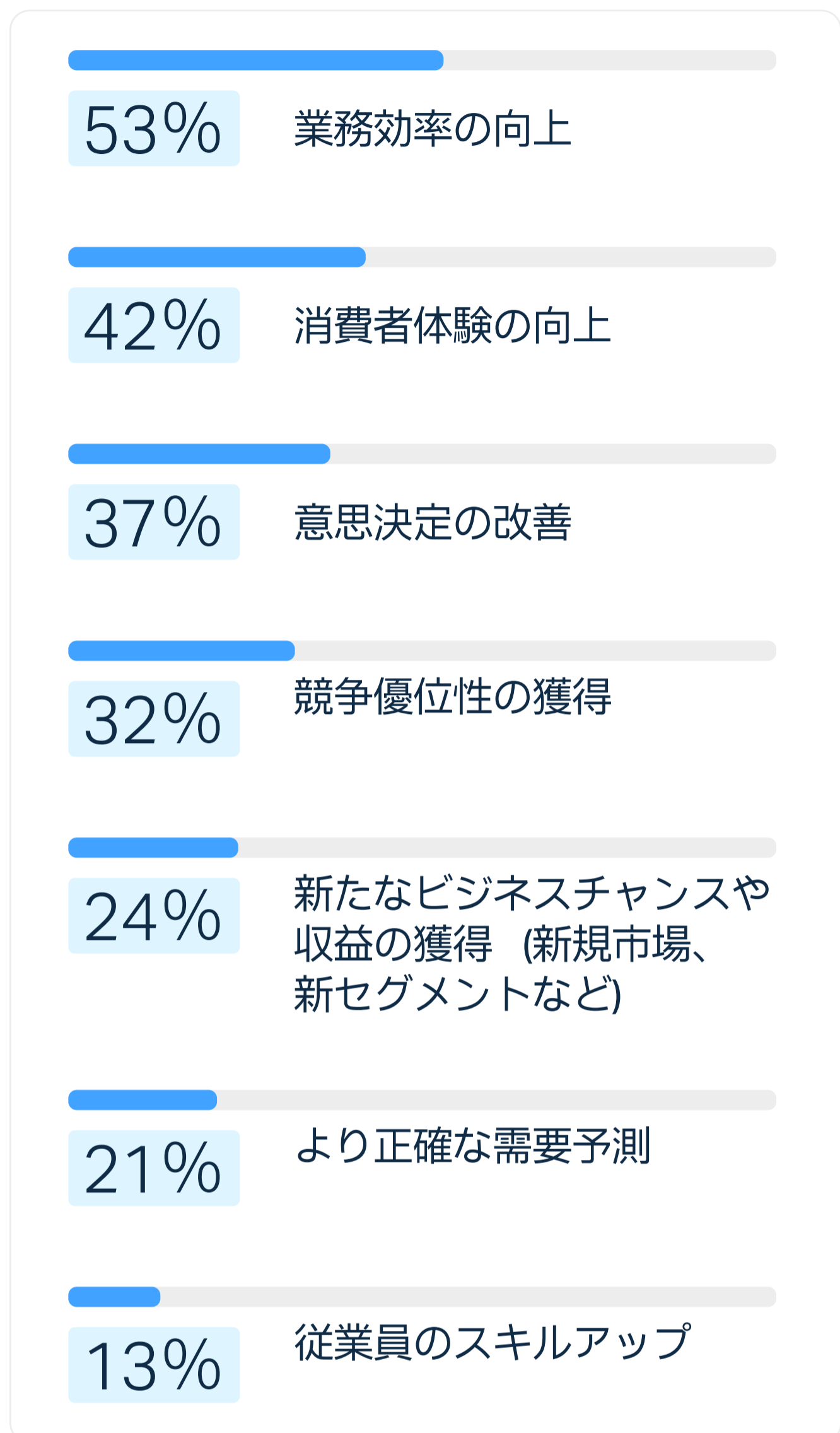
- ① 業務プロセスを改善（本部と海外オフィス間のコミュニケーションを強化するなど）
- ② 従業員の生産性を向上（カスタマーサービスや人事などの基幹システムやツールを、従業員の使用言語に対応させるなど）
- ③ 世界中の見込み客や顧客と効果的につながり、パーソナライズを強化
- ④ コミュニケーションやコンテンツの翻訳とローカライズにかかるコストと労力を削減

Nvidiaが、世界のリテール企業400社の経営幹部を含むスタッフを対象に実施した調査によると、AIを活用しているリテール企業の53%が業務改善を実現しています。さらには、72%が営業経費の削減を報告しています⁵。

⁴ IDC UK. 『Ready for NRF 2024:10 Imperatives for Success in Retail』 2023年12月19日、⁵ Nvidia. State of AI in Retail and CPG:2024 Trends

AIにより業務はどのように改善されましたか？(全リテール企業の回答)

出典： <https://www.nvidia.com/en-us/lp/industries/state-of-ai-in-retail-and-cpg/>



消費者が、パーソナライズされたショッピング体験、チャンネル間でシームレスに切り替えられるサービス、即座の満足感を今まで以上に求める時代に、リテール企業はAIの力を借りることで、その高まる期待に応えるだけでなく、期待以上の成果を出すことができます。

加えて、消費者向けパッケージ商品 (CPG) およびリテール業に関わる経営幹部のほぼ全員 (99.6%) が何らかの形で生成AIを使用しており⁶、70%が今後生成AIはマーケティングと営業に大きな影響を与えると回答しています⁷。

リテールのマーケティングと営業活動におけるAIの急速な導入と同時に、AIを活用したコミュニケーションツールの導入もグローバル展開に伴い加速しています。

⁶ EY. 『Consumer Products & Retail.』、⁷ KPMG. 『Driving business success with generative AI in consumer and retail』 2023年

多くのリテール企業が、コンテンツやショッピング体験のパーソナライズに生成AIを用いグローバル市場に進出しています。あるいは既に進出を果たしている企業の場合は、コンテンツの翻訳やローカライゼーションにAIを利用しています。その結果、コミュニケーションの質の安定化やブランド価値の向上、信頼関係の構築を実現でき、顧客が混乱したり不満を抱く事態を減らし、コンテンツのパーソナライズによってエンゲージメントと購買意欲を向上させることができます。

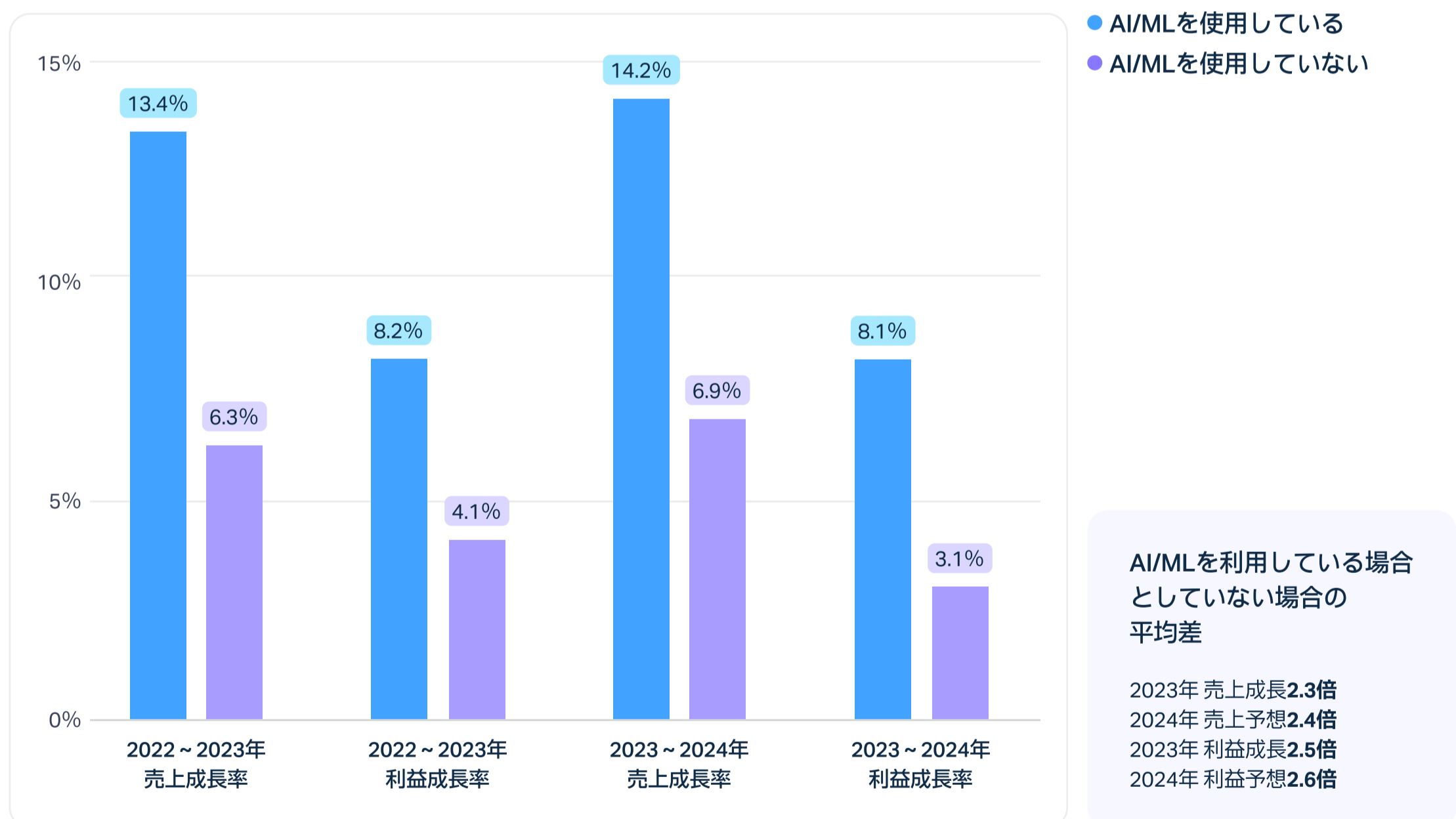
ローカライゼーションとは、翻訳とは異なり、ターゲット市場の言語や文化的背景に合わせて、製品やウェブサイト、キャンペーンメッセージなどのコンテンツを変更することです。ローカライゼーションによって、リテール企業は、母語環境という最も快適な場所にいる顧客を開拓することができます。グローバル展開を目指す企業にとって、コンテンツの多言語化は不可欠です。

リテール企業の中には、AIを活用したローカライゼーションの好影響をすでに享受している企業もあるでしょう。というのも、海外のオンラインショッピング利用者の75%が母語で商品を購入したいと考えているからです⁸。

リテール企業はすでに売上面でAIの効果を実感しており、AI導入済み企業は未導入企業の2.3倍の売上成長率を報告しています。AI導入済み企業が顧客ベースを拡大する可能性は未導入の企業の2.5倍と想定され⁹、さらにリテール企業の69%が年間売上の増加理由にAIの導入を挙げています¹⁰。2024年の予測でも同様の傾向が見られ、AI導入済みの企業の売上成長率は未導入企業の2.4倍、利益成長率は2.6倍になると見込まれています¹¹。

AI/ML (機械翻訳) の利用がリテール企業の業績にもたらす影響*

AIないしMLを導入しているリテール企業と未導入のリテール企業の比較



出典：IHL Group, <https://www.ihlservices.com/news/analyst-corner/2023/12/retailers-that-use-ai-enjoy-over-2x-sales-growth-and-nearly-3x-profit-growth-compared-to-competitors/>

*次の11のソリューション分野における平均業績：予測、発注管理、受注処理、サプライチェーン/WSH管理、在庫配分、価格設定/販売促進、BI/分析、損失防止、営業およびマーケティング、人事/ワークフォースマネジメント/アプリ開発/顧客サービス、その他

⁸ Capital One Shopping. 『Cross-Border Online Shopping Statistics』 2024年4月24日、⁹ IHL Group. 『Retailers That Use AI Enjoy Over 2x Sales Growth and Nearly 3x Profit Growth Compared to Competitors』 2023年12月14日、¹⁰ Nvidia. State of AI in Retail and CPG:2024 Trends、¹¹ IHL Group. 『Retailers That Use AI Enjoy Over 2x Sales Growth and Nearly 3x Profit Growth Compared to Competitors』 2023年12月14日

リテール業界のリーダーが、世界的なビジネスチャンスをものにするためにはAIの力をできるだけ早急に利用すべきなのは明らかです。様子見という選択肢はありません。リテール企業のCEOの半数近く(45%)は、進化しない企業は今後10年を乗り切れないだろうと予測しています¹²。

次のセクションでは、リテール企業がグローバル事業にAIを導入することで、どのようにコストを削減し、プロセスを改善し、顧客のエンゲージメントを高めることができるかを検証します。

「リテール企業が顧客の獲得や維持、サービスの提供を行う上で、AIと自動化の重要性はますます高まっている… AIソリューションがリテール業界をどれほど変えるかについて結論は出ていないが、多くの課題を抱える同業界にとっては、たとえ小さなメリットでも有益に働くだらう」

The Forrester Tech Tide™: Retail AI And Automation 2024年第1四半期

¹² Stanton Chase. 『Retail Renaissance or Retail Reboot?10 Retail Trends to Keep an Eye On』 2024年2月

2 リテール業界でAIが活用される理由

コンテンツの翻訳とローカライゼーションが有益な投資であることはデータにより裏付けられており、翻訳とローカライゼーションから得られる費用対効果を最大化すべく、世界中のリテール企業は機械翻訳やAI搭載の文章作成ツールの導入を進めています。

ビジネスチャンスの拡大

2.5倍

AIと機械学習を導入しているリテール企業は、顧客ベースを拡大する可能性が2.5倍高いとされています¹³。



コストの削減



53%

AIを利用しているリテール業者の53%は、業務改善を実感¹⁴



72%

リテール企業の72%は、営業コストの削減を報告¹⁵

消費者に好まれるのは母語で利用できるビジネス



75%

海外のオンラインショップを利用する人の75%は、母語での商品購入を希望¹⁶



59%

英語を話さない消費者の59%は、英語表記のみのウェブサイトから購入することは滅多にない、または皆無¹⁷

¹³ IHL Group. 『Retailers That Use AI Enjoy Over 2x Sales Growth and Nearly 3x Profit Growth Compared to Competitors』 2023年12月14日、¹⁴ Nvidia. [State of AI in Retail and CPG:2024 Trends](#)、¹⁵ Ibid、¹⁶ Capital One Shopping. 『Cross-Border Online Shopping Statistics』 2024年4月24日、¹⁷ Ibid.

戦略的な優先事項の達成

リテール企業の経営幹部は、テクノロジー分野の優先事項と戦略を推進するため、2024年の目標では以下の領域を重視しています。

44%

顧客体験の改善を重視

38%

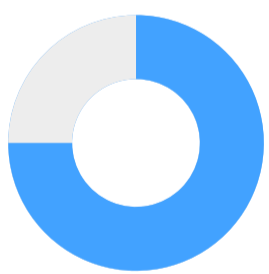
顧客維持を重視

32%

顧客獲得の加速を重視¹⁸



多くの企業が気づき始めているローカライゼーションの価値



75%

マーケティング担当者の75%が、ローカライズされたコンテンツは顧客エンゲージメントを大幅に向上させると回答¹⁹



96%

マーケティング担当者の96%が、ローカライゼーションの取り組みからプラスの投資利益率 (ROI) を得たと回答し²⁰、65%が3倍以上のROIを報告

収益の向上

リテール企業の69%が、AIの導入により年間収益が増加したとしています²¹。さらに、AIと機械学習を導入しているリテール企業の売上の伸びは、導入していない企業の2.3倍、今後についても、売上で2.4倍、利益成長率で2.6倍になると予測されています²²。

¹⁸ Business Wire. 『New Study:99% of Retail Execs Predict Tech Surge With Double-digit Investment Increases.』 2024年1月10日、¹⁹ DeepL. 『Report:The state of translation and localization in 2023-2024』、²⁰ Ibid、²¹ Nvidia. State of AI in Retail and CPG:2024 Trends、²² IHL Group. 『Retailers That Use AI Enjoy Over 2x Sales Growth and Nearly 3x Profit Growth Compared to Competitors.』 2023年12月14日

3 リテール企業における 言語AIの6通りの活用例

グローバル展開するリテール企業にとって、拠点間の円滑なコミュニケーションや従業員がどの言語でも生産的に働ける環境、コンテンツのローカライゼーションは重要な鍵となります。

2023年と2024年にDeepLが行ったリテール業界に関する調査によると、多くのチームが様々な理由からコミュニケーションにAIを利用していることが分かりました。そのようなツールは、リテール企業が効果的かつコスト効率よくグローバルに事業を展開し、ローカライズされたコンテンツで世界中の消費者に向けて発信するのに役立っています。

AIツールの一般的な活用例を見てみましょう。

1 マーケティング

活用例：新製品のマーケティング資料を作成する

マーケティングチームは、ブランドマネジャー、コピーライター、デジタルマーケティングのスペシャリストなどと連携し、パンフレットやソーシャルメディアへの投稿など、製品発表に必要な資料を作成する役割を担っています。その後、世界的な販促キャンペーン用に販促資料やマーケティングコピーをローカライズし、対象の顧客層とさらに密接な関係を築いていきます。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>マーケティング資料の翻訳は、バイリンガルの従業員が他の業務のかたわら対応するか、高コストで一貫性が損なわれる可能性のある外部の翻訳会社に頼ることになります。</p>	<p>まずはAIを使用してチームの言語でマーケティング資料の作成や調整を行います。その後、まとめて多言語に翻訳します。より速く、より一貫した訳出が可能なため、従業員は翻訳作業ではなく、内容の作成により多くの時間を使うことができます。これはマーケティング資料のコンテンツ、効果、ひいては売上の向上に役立ちます。</p>

DeepLの調査によると、言語AIの活用例の上位は、複数言語でのコンテンツ作成 (46%) と、わずかに話せるまたは全く話せない言語でのコミュニケーション (36%) でした。翻訳されたコンテンツの上位は、社外コミュニケーション (57%)、社内コミュニケーション (39%)、マーケティングまたは広告資料 (32%) でした。

2 IT

活用例：グローバル事業向けに社内システムを翻訳する

リテール企業は、内部システムやフロントオフィス業務（営業や顧客サービスなど）、またはバックオフィス業務（サプライチェーンや人事など）に翻訳を使用しています。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>英語が従業員の第二、第三言語である場合、資料を十分に理解するのに苦労したり、翻訳するのが難しいことがあります。その上、本来なら自身の業務に費やせるはずの時間を無駄にしてしまうことになりかねません。</p>	<p>IT部門はAIを、情報や社内システムの自動翻訳に使用できます。従業員は自身の本来の業務に専念できます。一方、組織はコミュニケーションを標準化し、すべての従業員に同じメッセージを発信できます。</p>

3 EコマースおよびIT

活用例：ウェブサイトや製品情報を翻訳する

リテール企業は、製品情報をまとめて翻訳し、システムにアップロードします。こうすることで、商品を検索・閲覧する買い物客に対し、Eコマースサイト上で一貫した翻訳済みの製品情報を提供できます。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>サイト上の製品情報が正確であることは不可欠です。実際、特定の言語で製品情報を提供することが法的に義務付けられている企業もあります。翻訳ツールがない場合、従業員は大手テック企業が提供する利用可能な機械翻訳を利用して、製品情報を手作業で組み合わせることになります。このような手間のかかるプロセスでは、品質チェックに時間が割けないため、一貫性に欠けた、不正確な翻訳という結果に至ります。不正確な翻訳は、検索機能の低下を招き、売上に悪影響を及ぼしかねません。</p>	<p>AIを使用することで、Eコマースチームはウェブサイトをローカライズし、価格などの製品情報を一括で翻訳することができます。適切なAIツールがあれば、語句や表記をルールに沿って自動翻訳し、例えば「ブランド名は訳さない」など、全言語で統一を図れます。これにより、品質チェックの時間を確保しつつ、正確な製品情報やブランド情報を提供することができます。正確な情報は、サイト利用客の幅を広げ、検索結果の精度を高め、結果として顧客体験と売上の向上につながります。</p>

市場の拡大を成功させるには、コンテンツのローカライゼーションが欠かせません。AIを活用することで、一貫性のある大規模なコミュニケーションを実現し、市場投入までの時間を短縮することができます。

4 顧客サービス

活用例：顧客サービスのコミュニケーションを翻訳する

顧客サービスは円滑な注文と返品をサポートするという、顧客満足とロイヤリティに不可欠な役割を果たします。そのためリテール企業は、さまざまな言語で顧客に対応するために、メール、カスタマーサポートのチケット、チャットボットのやり取りを翻訳しています。さらには近い将来、対面でのコミュニケーションや電話でのライブ音声翻訳が増えることも予想されています。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>翻訳ツールがない場合、バイリンガルの顧客サービス担当者だけに、店舗またはオンラインでの対応が任されることとなります。この信頼性が低く、拡張に向かないアプローチでは、特定の従業員の負担が増えるだけでなく、サポートを必要とする顧客の待ち時間も長くなります。</p>	<p>AIツールがあれば、より多くの従業員が言語を問わずサポート業務に携わることができます。従業員の負担が軽減されるため、生産性が向上するだけでなく、コミュニケーションの質や対応速度が上がり、より良い顧客体験につながります。また、サポートする言語ごとに担当者を雇用する必要もありません。</p>

5 海外展開

活用例：支店の設立と報告書の作成を支援する

リテール企業は海外展開を進める際、支店の設立を監督したり、既存の支店の経営状態を確認したりするために、従業員を現地に送ります。派遣された従業員は、サイトマネジャーと課題について話し合ったり、対処が必要な問題について現地のマネジャーと本社の両方に向け状況報告を行います。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>翻訳ツールがない場合は、翻訳会社などの言語サービス企業を利用しなければなりません。その工程には時間がかかり、サービスは高価です。</p>	<p>AIツールがある場合は、すばやく正確に、そして手頃な価格でコミュニケーションを翻訳できるため、チームの作業効率は向上します。さらに、支店設立のために海外派遣された従業員は、言語AIを使用して現地の法律、動向、経済をより簡単に把握できるという利点もあります。</p>

6 製品

活用例：カスタマーレビューを翻訳する

リテール企業の製品部門のレビューチームは、オンラインショッピング利用者のレビューが自社の各Eコマースサイトに掲載される前に翻訳する役割を担っています。

言語AIによる翻訳なし	言語AIによる翻訳あり
<p>翻訳ツールがなければ、社内チームがレビューを翻訳しなければなりません。この場合、翻訳の一貫性とレビューの内容を管理することは難しくなります。</p>	<p>AIは、各国のショッピング利用者のレビューを確実に、一貫性を維持してリアルタイムで翻訳します。そのため、手作業の翻訳に頼ることなく、効果的に自社の価値を世界中の消費者に届けることができます。</p>

業界調査によると、質の低い文章は企業に年間数十億ドルの損害を与えているとされています。Forbesが米国のオフィスワーカー1,000人を対象に行った調査では、回答者の49%が質の低いコミュニケーションが生産性に悪影響を与えたと答えました。また仕事への満足度に悪影響があったと答えた回答者の割合は50%、ストレス度に悪影響を与えたと答えた割合は42%でした²³。

翻訳ワークフローにおける典型的な課題

- ⇒ 翻訳者の人材不足に起因する時間のかかる翻訳作業
- ⇒ 翻訳会社との調整による時間の損失
- ⇒ 翻訳会社に支払う高額な料金（特に翻訳する資料やコンテンツの分量が多い場合）
- ⇒ 一般的な機械翻訳ツールによる信頼のできない質の低い翻訳
- ⇒ 文書内の間違いや不正確な記述によって生じる追加の編集作業
- ⇒ クラウドベースの翻訳ツールを使用する場合に懸念されるデータ漏洩のリスク

2023、2024年にDeepLが実施した顧客調査に基づく

²³ Forbes Media. 『The State of Workplace Communication in 2024』 2023年3月8日



「DeepL APIは、Alzaの大量のユーザーレビューを管理する方法に革命をもたらしました。レビューを翻訳することで、当社のオンラインショッピングを利用するお客様の信頼を獲得できています。また何十万件ものレビューをチェコ語からドイツ語、ハンガリー語に翻訳したことで、コンバージョン率が著しく上がりました。この戦略は顧客サービスの向上に役立っただけでなく、競争の激しいEコマース市場における弊社の地位を確固たるものにしました」

Alzaのローカライゼーション責任者
Jakub Kalina

4 AIを活用して新規市場を開拓する大手企業

リテール企業は、社内システムやコミュニケーション、カスタマーサポート、ウェブサイト、マーケティング資料などのローカライゼーションにDeepLのようなAI搭載のコミュニケーションツールを用いることで、効率よく業務を行っています。また、高品質で高精度の機械翻訳を活用して、プロジェクトの合理化やコスト削減を実現し、競合他社よりも優位に立つことができます。

チェコ発のEコマース大手AlzaがDeepLを活用して新規市場に参入した経緯



3,000人以上の従業員を抱えるAlzaは、「チェコのAmazon」として知られ、毎年急成長を遂げているEコマースの大手です。Alzaは中央ヨーロッパやイギリスへの進出に伴い、ローカライゼーションチームにかかる修正作業の負担を低減できるような高精度の翻訳が必要でした。DeepLの優れた翻訳品質に惹かれて、他社製の翻訳ツールからDeepLに移行したAlzaは、ウェブサイトを5つのヨーロッパ言語に即座に翻訳することに成功しています。

注目点：

- 1週間以内に移行を完了
- 毎月数千ユーロの運営コストを削減
- 校正担当者が翻訳の修正にかかる時間が大幅に短縮

「グローバル展開に備えてDeepL APIを採用し、すぐにプラスの効果を実感しました。校正者の生産性が向上し、毎月の運営コストを数千ユーロも削減できたのです。DeepL APIは、効率化とコスト削減を可能にし、Eコマース事業のグローバル展開で重要な役割を果たしました」

Alzaのローカライゼーション責任者 Jakub Kalina



「... (既存コンテンツの) ローカライゼーションは、新しいコンテンツを作成するよりも、売上を伸ばすうえではるかに効果的です。事実、(この例では) ローカライゼーションに費やされた1ドルは、英語に費やされた1ドルよりも5.8倍の収益をもたらしています」²⁴

ポーランド発のファッションブランドのKazarがDeepL APIを使って新規市場に進出した経緯

kazar

ポーランド発のオンラインファッションブランドであるKazarは、ヨーロッパの新規市場に進出したいと考えていました。商品フィードをすばやくローカライズできる強力な翻訳APIを必要としていたKazarは、その優れた翻訳品質からDeepLを採用し、何千もの製品説明をドイツ語、イタリア語、スペイン語、フランス語、オランダ語に翻訳しました。

注目点：

- ヨーロッパの新規市場にオンラインマーケットプレイスを開設
- 数千の製品説明を翻訳
- ヨーロッパでの受注量が増加

「私たち、そして顧客にとって品質は絶対に外せない要素です。だからこそDeepLを採用しました。また、DeepLは私たちにとって高い費用対効果が得られる価格モデルになっています」

KazarのB2B開発パートナー兼マーケットプレイス・プロジェクト責任者 Radomir Kiepas



AIを搭載したリアルタイムの翻訳ツールであるDeepLは、コミュニケーションの障壁を取り除くうえで役立ちます。DeepLは30以上の言語に対応し、複数のプラットフォームからアクセスできるほか、業務上のデータを安全かつコンプライアンスに基づいて扱うことのできる機能を備えています。

²⁴ CSA Research. 『Don't Lose Big Money by Saving Pennies on Localization』 2023年12月19日

コンテンツのローカライゼーションにDeepL APIを活用する ドイツ発のEコマース食品ブランド



新規市場への拡大を進めていたKoRoは、一貫した品質を維持しながら、コストを抑えつつ大量のコンテンツを効率的に多言語に翻訳することに苦戦していました。DeepL APIを業務に組み込むことで、ウェブページ、商品説明、カスタマーレビュー、顧客が投稿したレシピなど、さまざまな種類のコンテンツの自動翻訳が可能になりました。

注目点：

- 翻訳時間が80～90%短縮
- 社内チームの生産性が向上
- 言語にかかわらず顧客体験が向上

KoRoがDeepLを選んだ理由は、DeepLの品質が「多くの場面でGoogleに勝る」ことと、DeepLの自動翻訳が「短い文章でも非常に優れており、簡潔で文脈に合っている」からだといいます。

DeepLの測定可能なインパクト

DeepLの委託を受けてForrester Consultingが実施したTotal Economic Impact™調査の結果、DeepLの導入によって企業が平均345%の費用対効果(ROI)と279万ユーロ相当の効率化を達成できたことが分かりました。

ROIの向上に貢献したDeepLの効果：

- ☑ 翻訳作業を完了するまでの時間を最大90%短縮
- ☑ 専任の翻訳チームに依頼する文書数が50%以上減少
- ☑ 社内の文書翻訳に費やす時間の短縮により279万ユーロを節約



DeepLは効率と生産性を向上させ、創造性を損なうことなく誰もが翻訳できる手段を実現しました。DeepLの導入によってコミュニケーションと共同作業をいかに改善でき、顧客体験の向上につながられるかをお読みください²⁵。

[調査をダウンロード](#)

新規市場への拡大が進むにつれて、企業の従業員、顧客、サプライチェーン、ベンダー、サプライヤーの多様性は増加しますが、効率は規模の拡大とともに低下します。そのため企業は、より手頃に翻訳やローカライゼーションを行えるソリューションを模索せざるを得なくなります。

²⁵ Forrester Consulting. 『The Total Economic Impact™ of DeepL.』 2023/2024年

世界の10万を超える組織が、DeepLが提供する高精度でセキュアなエンタープライズ向け言語AIプラットフォームを利用し、シームレスなコミュニケーションとコスト効率の良い市場拡大を遂げています。その中から、さらにいくつかの例をご紹介します。

ヨーロッパのリテールチェーン大手のある企業は、DeepL APIを活用して製品説明をすばやくかつ正確に翻訳することで、新規参入した市場での売上を伸ばしています。



10か国に1,000店舗以上を展開する、ある国際的家電メーカーは、50,000人の従業員の社内コミュニケーションを効率化するためにDeepLを役立てています。



あるホームセンターチェーンは、製品紹介の翻訳のほか、顧客との円滑なコミュニケーションにDeepLを活用しています。



海外展開を行うあるアパレル企業は、DeepLを利用して各国の生産拠点と店舗間の重要なコミュニケーションを円滑に行っています。



5 Eコマースのグローバル展開

新たなグローバル市場への進出を目指すリテール企業にとって、Eコマースは賢明な第一歩です。



多くのリテール企業がグローバル市場への進出にあたりEコマースに頼るのも不思議ではありません。

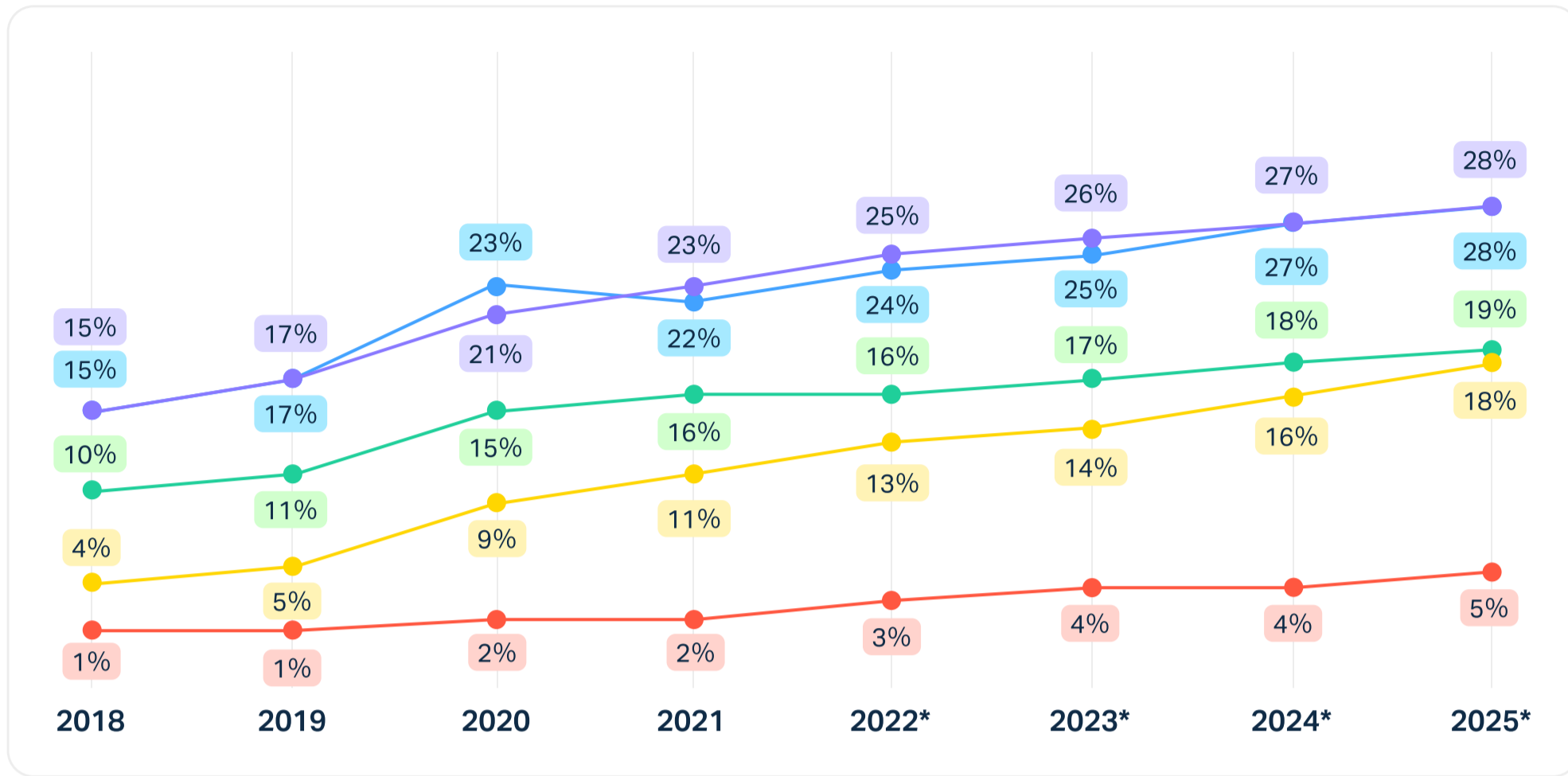
次の統計をご覧ください²⁶。

- 世界のオンライン売上高のうち、越境Eコマースが占める割合は31%
- 米国のオンラインショッピング利用者の31.9%が、過去1年間に他国のオンラインショップから購入
- 越境Eコマースでの購入品のうち、物理的な商品が占める割合は97%
- 世界の消費者の85%がオンラインで購入
- 世界のEコマース小売売上高は、2026年までに9.4兆ドルを達成する見込み

²⁶ Capital One Shopping. 『Cross-Border Online Shopping Statistics』 2024年4月24日

世界のEコマース市場の成長率 (小売売上高に占める割合)

● アジア ● 北・中米 ● 西ヨーロッパ ● 中南米 ● アフリカ * 予想



出典 : <https://capitaloneshopping.com/research/cross-border-online-shopping-statistics>

複数の地域や言語をまたいでEコマースチャネルを拡大するのは、比較的簡単です。また、Eコマースのグローバル展開が上手くいくことを実証できれば、オンラインのエンゲージメントと売上が高い国で、オフライン支店や店舗の立ち上げを成功させる道が開けるでしょう。

AIを搭載したコミュニケーションツールを活用して海外市場を攻略するための基本ガイドをお読みください。

ガイドを見る

6 意思決定のステップ

AIツールの購入という重大な決断を下す際に、次のステップをご参考ください。

- 1 ニーズの特定**
現行の翻訳業務やコミュニケーションが、業務を何らかの形で妨げていないかどうか考えてみましょう。
- 2 ソリューション候補の選定**
AIを搭載したコミュニケーションソリューションを（ForresterやGartnerなどのアナリストによる推奨を参考にして）調査し、選択肢を絞りましょう。
- 3 選択肢の評価**
ベンダー候補が貴社の特定のニーズにどの程度対応できるかを評価しましょう。これには、コスト、海外展開や事業へのサポート、評判、セキュリティ対策といった要素が含まれます。
- 4 ベンダーとソリューションの検証**
要件を満たすベンダーのソリューションを数週間試してみましょう。ケーススタディから同業他社がそのベンダーについてどう評価しているかも確認しましょう。
- 5 購入の決定**
関係者からの賛同を得られるよう、製品情報や採用理由、ROIやコストなどのインパクトを説明しましょう。

ソフトウェア購入ガイド

言語AIプロバイダの選び方

翻訳と文章作成ツールを評価するための包括的なガイド

生産性

包括的なガイダンスと全チェック項目を記載した言語AIの購入ガイドをご覧ください。

ガイドを見る

「DeepLは現在市場にある製品の中で、最も優れた翻訳ツールです。特に気に入っている点は他のツールに統合できる事と、PDFやPowerPointなどのファイルを丸ごと翻訳する機能です。このツールのおかげで節約できた時間は計り知れません」

Mano Manoのシニアマーケティング・マネジャー、Manuel
(出典：OMR Reviews)

国際リテール企業におけるデータ保護とコンプライアンスの遵守

グローバル展開を進めたり、既存のグローバル事業を強化したりする際に必要となるソリューションにはリスクも伴います。企業にとってリスクの理解と管理は極めて重要となります。コミュニケーションを支援するAIベンダーを選定する際には、セキュリティに対する強固な姿勢と、実証可能なコンプライアンスの遵守は譲れない条件です。

新たなAI規制

EUのAI規制法では、EU市民にもたらされる潜在的リスクに基づいてAIシステムを4つのリスクレベルに分類しており、コンテンツがAIによって生成された場合、企業に開示が求められる可能性があります。同法の厳格な規定は、2026年の完全な施行を目標に、2024年秋から段階的に実施される予定です。

カナダでは、人工知能およびデータ法 (AIDA) の導入により連邦レベルでAIに規制がかけられる可能性があります。ただ、2024年5月の時点でこの法案は審議中となっており、施行時期についてはまだ分かっていません。



「... (AIの使用が) AI規制法が定義する『高リスク領域』に該当する場合、言語AIテクノロジーのベンダーとユーザーは、この法がAIコンテンツに与える影響をよく理解している必要があります。

だからこそ、多言語コンテンツの処理方法を理解しているのと同時に、高いコンプライアンス基準を満たしているパートナーを選ぶことが鍵となります」



Slator
最高業務責任者
Florian Faes



7 関係者の同意のもと AIを導入

ここでは、AIを活用した翻訳およびローカライゼーションツール導入のための検討書を作成するにあたり、主要な関係者から同意を得るためのヒントをご紹介します。

最高経営責任者

ツールの導入が、従業員間や海外の顧客とのコミュニケーションギャップを効果的に埋め、業務効率と顧客エンゲージメントの両方を強化することで、貴社のグローバル展開をいかに加速させられるかを伝えましょう。また、機会コストに言及することも忘れないでください。繰り返しの多い手作業による翻訳業務に時間を取られなければ、従業員は他のどんな業務に時間を使えるでしょうか？

「...DeepLの言語AIプラットフォームは、今日グローバル企業が直面している複雑な言語的課題に対し、解決策を提供します。私たちは、ソリューションの拡大に向け、継続的な成長とイノベーションの実現を重視し、常に品質、精度、セキュリティで業界をリードできるよう努めます。その結果、あらゆる企業がどこからでも、DeepLのAIを利用してシームレスに業務を行える未来に近づくことができるでしょう」



DeepL
最高経営責任者
Jarek Kutylowski

最高情報責任者および 最高技術責任者

技術チームが円滑なコミュニケーションを多言語で実現できるようになり、グローバル規模で顧客体験を向上できることを説明しましょう。その際、開発にかかる時間と翻訳に費やす労力を最小限に抑えられることも説明しましょう。さらに、エンタープライズ向けのソリューションは、リスクを最小限に抑えながら、顧客データ、IP、および企業の評判を守ることができます。

最高データ責任者

ベンダーのデータセキュリティ対策を説明しましょう。これには、ベンダーのモデルの訓練に顧客のデータが使われていないこと、顧客のコンテンツを翻訳後すぐに破棄していることなどが含まれます。

ITディレクター/ITマネジャー

ツールのAPI、ブラウザ拡張機能、アプリのアドイン、デスクトップの展開オプションを利用することで、AIを活用した翻訳とローカライゼーションを自社の環境やワークフローにすばやく簡単に統合できることを伝えましょう。シングルサインオン (SSO) に対応しているベンダーなら、企業の環境にセキュアにログインできることもポイントです。

最高執行責任者

言語を超えてコミュニケーションを円滑化したり、共同作業がしやすい環境を整えたり、手作業による翻訳コストを削減できるといった効果を強調しましょう。中には、測定可能な収益効果がすでに証明されているソリューションもあります。

最高財務責任者

最良なソリューションは、収益と売上の両方にプラスの影響をもたらします。手作業による翻訳サービスにかかる費用やミスコミュニケーションから生じるリスクを削減する一方で、グローバル市場への迅速な浸透と顧客エンゲージメントの向上を通じて新たな収益を確保できることを強調しましょう。



最高デジタル責任者 イノベーション/テクノロジー イノベーションディレクター

AIを利用した翻訳によって、グローバル規模で自社のデジタルコンテンツに対するアクセスと関心を高め、デジタル変革を推進できることを伝えましょう。従業員の生産性の向上につながるだけでなく、顧客エンゲージメントを強化し、異文化コミュニケーションで優位性を確立するのにも役立ちます。最良のソリューションとは、AIを組織全体に簡単に導入でき、実証済みの活用例や効果を確認できるものを指します。

最高AI責任者

生産性の向上に加えて、翻訳とローカライゼーションの時間短縮がもたらす節約効果と、グローバル展開を成功させることで得られる収益の増加という売上への影響を説明しましょう。

研究開発責任者

製品文書をすばやく正確に翻訳したり、異なる地域のチームと円滑にコミュニケーションを取るのに、そのツールがいかに有用であるかを説明しましょう。

エンジニアリング担当 バイスプレジデント

必要に応じて、AIを搭載したコミュニケーションツールをAPI経由で既存の製品やサービスに簡単に統合できることを強調してください。

「DeepLの言語AIは、ビジネスにAIを導入する最初の一歩として非常に実用的で安全な方法であり、その価値はすぐに実感できるでしょう」



DeepL
最高収益責任者
David Parry-Jones

8 ローカライゼーションでグローバル展開を加速

リテール企業のリーダーたちは、利用客に合わせてパーソナライズされた、シームレスなショッピング体験が重要であることを理解しています。また、世界で事業を展開する場合、消費者との関係を強化するために文化や言葉のニュアンスに配慮するのに加え、海外でも従業員が業務を効果的に行えるよう支援する必要があります。

顧客体験と従業員の生産性を向上させながら、グローバル展開を加速させるにはどうすればいいのでしょうか？ その答えはAIを活用したコンテンツのローカライゼーションにあります。

リテール企業は、性能が実証されているAIツールを活用することで、社内コミュニケーションのスケールアップを図り、消費者のエンゲージメントを向上させることが可能です。加えて、そのようなツールは事業の拡大や改善に合わせて、円滑なコミュニケーションや共同作業を支え、統一の取れたローカライゼーションをコスト効率よく実現します。また世界中の消費者の好みに合わせた対応は、オムニチャネル体験を向上させ、顧客満足度を高めます。

これは、ページ閲覧者を購買者に変え、世界市場におけるシェアと収益をコスト効率よく拡大するための第一歩であり、Alza、Kazar、KoRoのような大手リテール企業が選んだ道でもあります。これらの企業は、DeepLの優れた翻訳品質と効率性を活かしてコスト削減と業務の効率化を実現し、グローバル市場への進出を成功させました。

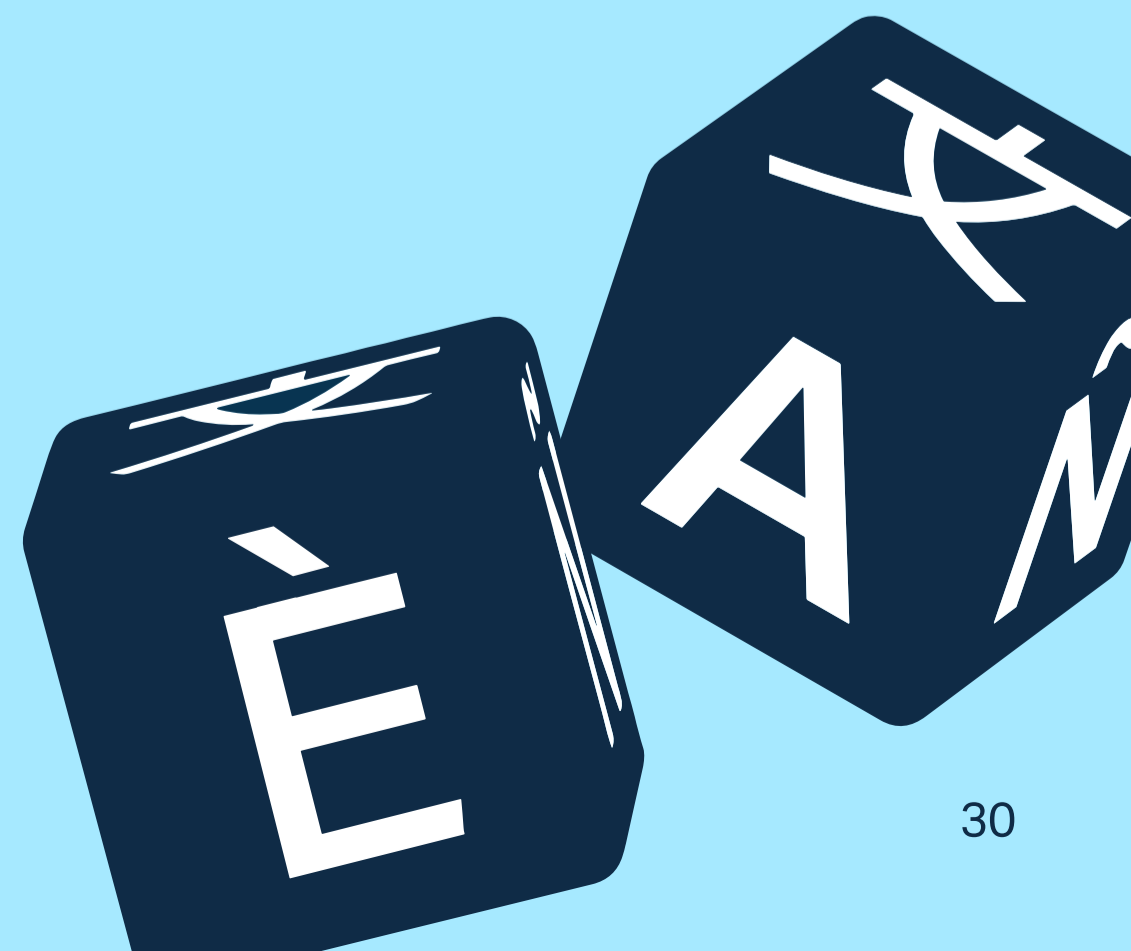




「Zendeskでは、顧客体験にAIツールを利用することの
パワーを目の当たりにしており、DeepLの業界をリード
する翻訳はその代表例です。精度の高いAI翻訳があれば、
スタートアップから大企業まで、さまざまな企業はグロー
バルに事業を拡大し、見込み客や既存客に新たな方法で
アプローチできるでしょう」



Zendesk
最高技術責任者
Adrian McDermott



9 付録： ローカライゼーションと 翻訳におけるAIの活用例

AIを活用したコミュニケーションツールを社内外で用いることで、リテール企業は統一の取れた効果的な方法で、コスト効率よく各市場の文化的なニュアンスや傾向に対応することができます。

社外での活用例

活用例	メリット
ウェブコンテンツのローカライゼーション	<ul style="list-style-type: none"> 製品説明や詳細を翻訳 ローカライズされたカスタマーサービスとFAQを提供
カスタマーサポート	<ul style="list-style-type: none"> カスタマーサービス用チャットボットとヘルプラインを多言語で提供 補足資料、ガイド、マニュアルを翻訳
マーケティングキャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングキャンペーンをローカライズ ソーシャルメディアの投稿や広告を翻訳
製品レビューとフィードバック	<ul style="list-style-type: none"> 海外からの利用者のために、カスタマーレビューを翻訳 フィードバックフォームやアンケートを多言語で作成して多様なインサイトを収集
Eコマースサイトの支払い手続き	<ul style="list-style-type: none"> 支払いページを翻訳して購入の未完了を回避 支払いオプションや案内のローカライゼーション
店内のサイネージやコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> 店内のサイネージ、販促物、説明を翻訳 セルフサービスや情報提供のためのデジタル案内の多言語化

活用例	メリット
法令遵守	<ul style="list-style-type: none"> 国際的な規制に準拠するため、利用規約、プライバシーポリシー、その他の法的文書を翻訳 製品ラベルと安全情報を正確に翻訳
ユーザー作成コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ブログ、体験談、フォーラムなどのユーザーが作成したコンテンツを翻訳 コミュニティのディスカッションや顧客とのやり取りの調整と翻訳
SEOおよびSEM	<ul style="list-style-type: none"> キーワードとメタ情報を翻訳して検索エンジンの視認性を向上 クリック報酬型広告をローカライズして関連性とクリックスルー率を向上
市場拡大	<ul style="list-style-type: none"> 海外進出のための市場調査や市場分析レポートを翻訳 海外のサプライヤーやパートナーと結ぶ契約書や合意書を翻訳

社内での活用例

活用例	メリット
コミュニケーションの円滑化	<ul style="list-style-type: none"> 海外サプライヤー向けに発注書、請求書、契約書を翻訳 翻訳された製品仕様書と品質管理基準を提供し、明確性とコンプライアンスを確保
社内コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> さまざまな言語を話す従業員向けに社内のニュースレター、最新情報、発表を翻訳 異なる地域の従業員間の共同作業を円滑化するために多言語のコミュニケーションプラットフォームを提供

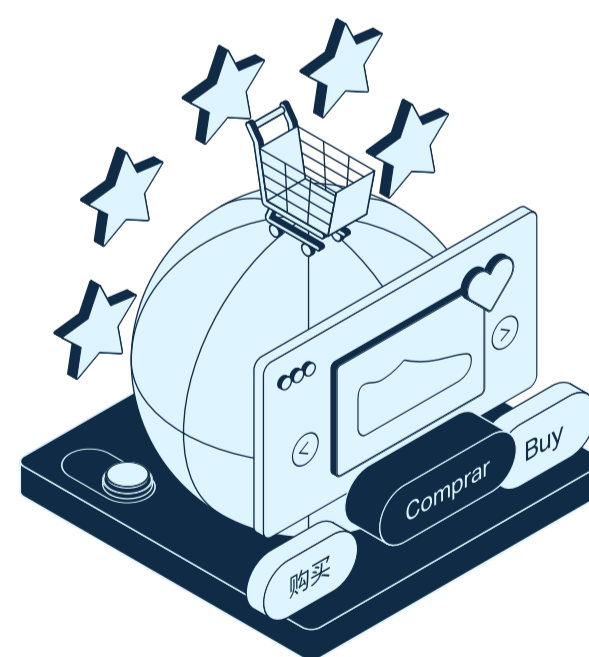
活用例	メリット
<p>トレーニングおよび能力開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 従業員向けのトレーニングビデオ、Eラーニングモジュール、能力開発プログラムを翻訳 • 使用言語が異なる新規雇用者に、オンボーディング資料や企業方針を翻訳して提供
<p>従業員マニュアルおよびポリシー</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 従業員ハンドブック、安全衛生ガイドライン、人事方針を翻訳 • 母語に関係なく、全従業員が企業の方針やコンプライアンス要件を理解できる環境を整備
<p>プロジェクト管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 海外チーム向けにプロジェクト計画、スケジュール、報告書を翻訳 • 多言語プロジェクト管理ツールの利用により共同作業と生産性を強化
<p>技術文書</p>	<ul style="list-style-type: none"> • スタッフ向けのITマニュアル、ソフトウェア文書、システムガイドを翻訳 • 技術説明資料を全従業員が利用できる環境を整備
<p>業績評価およびフィードバック</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 業績評価フォームとフィードバック文書を翻訳 • 業績評価の際、さまざまな言語を話すスタッフとの明確なコミュニケーションを支援
<p>法律およびコンプライアンス</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 内部監査報告書、コンプライアンス文書、法的通知を翻訳 • 従業員が国際レベルで法律とコンプライアンス関連の情報を把握できる環境を整備
<p>企業戦略と報告書</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 海外の関係者向けに戦略計画、年次報告書、財務文書を翻訳 • 海外支店や子会社と一貫性のある明瞭なコミュニケーションを推進

活用例	メリット
共同作業のための機能	<ul style="list-style-type: none"> • メール、チャット、ビデオ会議プラットフォームなど、共同作業用のツールに多言語機能を統合 • 世界中のチーム向けに会議やカンファレンスのリアルタイム翻訳を提供

DeepLでグローバル事業を成功に導きましょう

グローバル市場での存在感を高め、効率化を促進し、生産性を向上させる方法をご覧ください。

[リテール向けDeepLの詳細](#)



DeepLの取り組みの源は、人々が抱えるコミュニケーション上の課題を解決したいという思いにあります。2017年にドイツのリサーチャーらが設立したDeepLは、非常に高精度なAI技術を駆使して、企業が多言語でのコミュニケーションを自信を持って行えるよう支援します。DeepLのプラットフォームは、ウェブとブラウザ拡張機能、デスクトップとモバイルアプリ、APIにて、30以上の言語でご利用いただけます。

一般的な免責事項：

本ガイドはあくまで手引きであり、特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。購買者は各自でソリューションを精査されることをお勧めします。DeepLは、いかなる場合においても、本ガイドに記載された内容への依拠に起因または関連して生じたいかなる損失または損害についても責任を負いません。

著作権の免責事項：

© DeepL SE 2024. All rights reserved. 本ガイドの著作権はDeepLに帰属します。いかなる当事者も、複製または二次的著作物を作成することは許可されていません。



DeepL SE
Maarweg 165,
50825 Cologne, Germany
info@deepl.com