



.tokyo: 物理的な プレゼンスから オンラインインフル エンスへの転換

.tokyo トップレベルドメイン (TLD) は、伝統と革新がダイナミックに融合している都市である東京の魅力を表し、そのユニークで信頼できるデジタルアイデンティティを確立するために開始されました。.tokyoは、企業、コミュニティ、個人のオンラインプレゼンスを東京の国際ブランドと一致させる方法となります。また、東京と世界中の人々とのつながりをより強くしていく入り口としても機能しています。

目的：デジタル上に東京の文化、イノベーション、市場アクセスとの架け橋を構築する

.tokyoは当初から、東京の豊かな文化、イノベーション、そして市場へのアクセスを発信するデジタル上の架け橋となることを目指してきました。レジストリ運営会社であるGMOは、地域の組織・団体が東京の精神を通じて世界と繋がることができるように、東京の公式情報を集約したハブの構築を構想しました。これは、東京という街そのものと共鳴するオンラインの拠点を創造することでした。

具体的な影響：マラソン大会、金融分野、カルチャーから商取引まで

.tokyoの影響力は目覚ましいものがあります。2025年6月現在、このTLDの登録ドメイン数は103,000件を超えており、最も認知度の高い都市別TLDの一つとなっています。また、更新率も12.7%と高く、その永続的な価値を裏付けています。

このドメインが持つビジネス面での魅力は、多様な活用事例が存在することからも明らかでしょう。東京マラソン (marathon.tokyo) はこのTLDを公式ハブとして活用し、.tokyoドメインが世界最高峰のイベントに求められるブランドの明確さと信頼性の両方を備えていることを示しています。金融分野では、FinCity.Tokyoが官民連携のプラットフォームとして機能し、.tokyoを基盤とした戦略的ブランドを構築しています。文化的分野では、Tokyo Prideがアジア最大級のLGBTQ+イベントのオンライン拠点としてpride.tokyoを活用し、多言語のオーディエンスを迎え入れています。

.tokyoが成功した一因としては政策的な追い風もあります。中小企業DX補助金、スマートシティポータル、そして野心的な「スマート東京」マスタープランなどの取り組みにより、.tokyoは東京のより広範なデジタル未来に統合され、そのコミットメントと公的な地位を確固たるものにしていきます。

GMO CEO塚原廣哉氏は次のように述べています。「.tokyoのストーリーは、都市が物理的なアイデンティティを活気あるデジタルアイデンティティへといかにうまく変換できるかを示す力強い例でしょう。.tokyoは今では都市のデジタルインフラに不可欠な要素となり、組織が信頼できるブランドの下で世界中の人々をつながることを可能にしています。」

gTLD の運用と実行申請の詳細については、<https://newgtldprogram.icann.org/en> をご覧ください。

