

.BRAND TLD のビジネスケース

.BRAND は、企業の商標登録されたブランド名または製品名(.xbox または .barclays など)をトップレベルドメイン(TLD)として、当該企業が独占的に登録および使用できるものです。これは、セキュリティ、信頼性、マーケティング管理を強化することで、ブランド価値や企業の評判に大きな影響を与える可能性があります。.BRAND のドメイン空間は、企業がブランドの不正使用やサイバースクワッティングを防止し、自社のデジタル空間の真正性に対する顧客の信頼を高め、知的財産を保護するのに役立ちます。このコントロールにより、明確で意味のある URL (support.xbox や home.barclays など)を作成でき、デジタル空間におけるブランドの一貫性と革新性が強化されます。

.BRAND を取得および使用する企業は、次のような具体的なメリットを実現できます。

→ 真正性と安全性

.BRAND のドメイン空間を独占的に管理することで、企業は顧客にとって本物のウェブサイトやメールを識別できる明確な標識をインターネット上に示すことができます。これにより、顧客を詐欺や類似ドメインから守り、オンラインでのやり取りにおける信頼性と安心感を高めます。企業は市場、顧客、パートナーに対して、「当社の .BRAND ドメインでないサイトは偽物です」と明確に主張できます。

→ 顧客保護および評判管理

.BRAND は、正当な企業が管理するスペースのみとのやり取りを保証する明確なメカニズムを提供し、金融詐欺、プライバシーの侵害、および誤情報のリスクとそれらによって引き起こされる損害を軽減することで、企業が自社の評判と顧客を保護するのに役立ちます。

→ 将来を見据えた取り組み

.BRAND を使用することにより、企業は、新しいアプリ、アプリケーションプログラミングインターフェイス (API)、モノのインターネット (IoT) デバイスなど、ドメインネームシステム (DNS) に依存する将来の技術開発を独自の安全な TLD の下に管理できます。

→ リスクの軽減

企業の .BRAND 名前空間の認知度および採用を促進することで、顧客、パートナー、インターネットユーザーが、.com など他の TLD でのフィッシングやマルバタイジング攻撃で頻繁に使用される不正な類似ドメインによる侵害リスクを受ける可能性を軽減し、金銭的・評判上の損失を抑えることができます。

→ ブランドの一貫性

.BRAND を使用することにより、顧客向けサイトから社内コミュニケーションツールまで、すべてのデジタルプラットフォームで一貫性のある認識しやすいブランドの存在感を実現できます。.BRAND の独占性

→ データとインサイト

管理されたドメイン空間は、存在しないドメイン (NXD) データ (TLD に現在登録されているドメイン名がないにもかかわらず、ブラウザに入力されているドメインを示すデータ) への排他的アクセスを通じて、ブランドの顧客データ管理能力と貴重な洞察の収集能力を高めることができます。これにより、オンラインエンゲージメントおよびコンバージョン率を向上させるために、どのドメイン名を登録すべきかについての洞察とインテリジェンスが高まります。



お気軽にお問い合わせ
合わせください

 cscdbs.com

→ ユーザーエクスペリエンスの向上

.BRAND は、完結でブランド化された URL (shop.brand や jobs.brand など) を作成することで、ユーザーが求めている特定のコンテンツへ素早く誘導できるようになります。これにより、長くて複雑、あるいは忘れられやすいリンクが削減され、オフラインからオンラインへの顧客の導線が向上します。さらに、.BRAND を所有することで、貴社は、その .BRAND 上の最良のジェネリック名に独占的にアクセスおよび使用することができ、それらを取得するために第三者と競合したり、プレミアム価格を支払ったりする必要がなくなります。

→ コントロールと俊敏性

.BRAND を活用する企業は、自社のデジタル資産を完全に制御できるため、新しいドメインを迅速に作成し、市場の変化に対応し、より迅速かつ柔軟にオンライン戦略を実装することができます。また、代理店や販売代理店、小売業者、その他の関連団体が使用するドメインを、簡単にオン・オフ切り替えすることができます。

→ 市場および業界のリーダーシップ

.BRAND は、組織がセキュリティ意識が高く先進的であり、ブランドアイデンティティを完全に管理している団体として、デジタル環境の中で際立つ存在になる手助けをします。さらに、ブランドが市場で強力かつ活気に満ち、永続的であるという印象がさらに強化され、市場および業界のリーダーとしての企業地位の向上につながります。

.BRAND を所有・採用した際に、企業が現在の .com や国別コードのサイト、電子メールの使用を完全に放棄する必要はありません。.BRAND の使用は補完的な戦略とすることができ、ブランドの取り組みやオンライン環境とリスクの進化に応じて、時間の経過とともに採用および使用範囲を拡大させることが可能です。また、.BRAND は、セキュリティおよびコンプライアンスのツールボックスにおける重要なツールとしても活用できます。

- **メールメールとメインサイトに使用されるドメイン名を分離し、**メール通信の信頼性を明確に示すことで、フィッシングやビジネスメール詐欺のリスクを軽減します。
- **ディザスタリカバリ対策:** 主要なウェブプロパティおよびメールを .BRAND 上で複製することで、万一、現在のメール、主要な運用サイト、または顧客向けサイトがホストされているレジストリ (.com の場合は Verisign など) がサイバー攻撃の被害に遭い、機能停止や長時間の中断状態に陥った場合でも、.BRAND を持つ企業は、スタッフ、クライアント、顧客をまったく別のレジストリインフラストラクチャ (.BRAND が所有および管理している) でホストされているメールおよび .BRAND サイトにリダイレクトすることで、迅速にオンライン復旧することができます。
- **サードパーティーのコンプライアンス製品やサービスを販売する際に、**再販業者、加盟店、代理店、販売店に .BRAND ドメイン名を発行し、その使用を義務付けることができます。これにより、.BRAND ドメインは、パートナーが正当かつ認可されていることを市場に示すシグナルとなり、仲介のない違反業者に対しては迅速かつ簡単にテイクダウン措置の実行できる仕組みになります。

現在までに、IP アドレス・ドメイン名・プロトコルの管理を行なう非営利団体 (ICANN) は、.BRAND 申請の機会を 2012 年に 1 度だけ期間限定で提供しました。次の期間限定の申請機会は 2026 年 4 月に予定されています。第 1 ラウンドでは 500 件を超える .BRAND 申請があり、Apple®、Microsoft®、Google®、Ford®、本田技研工業株式会社、トヨタ自動車株式会社、Barclays、Bank of America®、PwC、Hermès®、ZARA、FedEx® を含む世界中の企業が応募しました。



お気軽にお問い合わせください
cscdbs.com