

2026 年度 事業計画書

 nippon.com

公益財団法人ニッポンドットコム

I 全体方針 “日本のソフトパワーを発信する”

国際社会は数十年に一度の巨大な曲がり角に立っている。これにより、多言語による日本情報の発信に取り組んできた「nippon.com」の役割は一層重要になっている。

当財団は 2026 年度から新たに、自らの最上位ミッションを「日本のソフトパワーを発信する」と再定義することとした。日本の持つ非西洋の文化や伝統、異文化の吸収力、平和主義、国際協調主義が、現在の国際環境下で「力」になり得ると考えるからだ。

同時に発信内容が実際に「力」を獲得するには、「発信量」の裏付けを必要とする。そこで当財団は、世界の支配的言語である英語圏への浸透を優先課題ととらえ、2026 年度は「英語ユーザーのページビュー (PV) 月間 200 万」を目指すことにした。この数値目標は、ミッションを遂行するための手段と位置付ける。

コンテンツの作成に際しては、「ユーザーファースト」「データ主義」「機動力・即応力アップ」を心がける。日本に関して英語圏ユーザーがどんな情報を求めているかを常に意識し、「便利情報」「実用情報」の充実に努める。これらを入り口として、「エンタメ情報」や「ジャパノロジー」への関心を取り込み、ソフトパワーの中心である「解説・オピニオン」領域に誘導する流れを作っていきたい。

当財団は 25 年度から nippon.com ウェブサイトのリニューアル・プロジェクトに着手し、2026 年 9 月の新サイト移行を予定している。新デザインの下、デジタル技術の進展に対応し、かつユーザーにとって使い勝手の良い情報サイトになるよう努める。

さらに 2026 年度からは、日本発オピニオンの「プラットフォーム化」を進める。国内のシンクタンクや研究機関が作成した英文コンテンツを、nippon.com のサイトでも同時に公開し、海外の研究者がワンストップでアクセスできるよう公共空間を提供する。

II 事業実施計画

【公益目的事業】

1. 多言語情報発信サイト「nippon.com」の運営

(1) 「英語月間 200 万 PV」

デジタルコンテンツの普及度を測る指標としては、PVがなお主流のメルクマールになっている。2026年度は英語サイトにおいて安定的に「月間 200 万 PV」を獲得する。

この数値目標を達成するために、2025年よりスタートしたイノベーションをさらに強化し、「ユーザーファースト」のコンテンツ作成を心がけるほか、一度サイトを訪れたユーザーを関連コンテンツに誘導する仕組み作り（ハブ&スポーク）や、ロングランの記事に改修を加えて使い勝手を良くする工夫（資産のリフォーム）などを進める。

(2) 英語以外の多言語発信

nippon.com は英語以外にフランス語、スペイン語、ロシア語、アラビア語、簡体字（中国本土）、繁体字（台湾、香港など）の 6 言語でも発信している。言語ごとに特殊事情があるため、それぞれの目標値は以下のとおりとする。

■フランス語

フランスでは日本に関する情報量がすでに多いため、フランス向けにはニッチでマニアックな情報を発信している。アフリカ諸国向けには基礎知識を中心とする情報発信を行う。目標は月間 30 万 PV。

■スペイン語

翻訳以外にサブカルチャー系のオリジナルコンテンツを企画、制作し、併せてスペイン語のポッドキャスト配信も実施する。目標は月間 35 万 PV。

■アラビア語

SNS 発信に注力し、日本ではすでに有数のアラビア語発信源となっている。在日アラブ諸国大使館との関係強化を図る。目標は月間 40 万 PV。

■ロシア語

ロシア当局により海外メディアへのアクセスが厳しく規制されているため、ロシアを除くロシア語圏ユーザーを意識して発信する。目標は月間 20 万 PV。

■簡体字

中国当局がデジタル情報を厳しく監視しているため、本体サイトでの閲覧はあまり期待できない。そこで「ウェイボー」「ヒマラヤ」といった SNS での発信に力点を置く。

■繁体字

簡体字では発信ができない政治・社会のオピニオンを積極的に発信し、現地の大手メディアにも転載する。目標は月間 40 万 PV。

(3) システム・リニューアル

ここ数年、Google など主要検索エンジンのアルゴリズムは年に数回の頻度で更新されるようになってきている。こうした変化に迅速に対応するため、2025 年度から Web サイトの改修プロジェクトに着手し、2026 年 9 月には新たなシステムを稼働させる。リニューアルにあたっては、英語圏ユーザーの関心に合わせてカテゴリを再編する。あわせてデザインも利用者の視点に立った設計にすることで、ユーザーの使いやすさを高める。

(4) 在京各国大使へのアプローチ

在京の外国大使を対象に、「What is favorite thing in Japan?」と尋ねるコンテンツをスタートさせる。これをショート動画で発信し、登場する大使の数を増やすことにより、東京の大使館コミュニティーで nippon.com の知名度向上を図る。

(5) SNS の強化

SNS においては、各プラットフォームの特性に合わせて表現や投稿タイミングを最適化することで、nippon.com の認知度拡大を図る。投稿文や動画から Web サイトへの導線を強化するとともに、SNS 経由の訪問者が 1 ページで離脱しないよう、回遊性の高い特集ページやまとめ記事へつなぐリンク設計を重視し、SNS と Web の相互補完的な連携を推進する。

また、外部分析ツールを積極的に活用して投稿ごとの反応を把握し、その結果をもとに内容や投稿頻度の最適化を進める。

(6) 日本発オピニオンの「言論プラットフォーム」の実現

国内では多くの研究機関やシンクタンクが独自に英文の論考・オピニオンをそれぞれのホームページに掲載している。しかし、読者数は限られている。この点で多言語メディアである nippon.com は発信力を補える可能性を有する。そこで、他団体の求めに応じて nippon.com のサイトを日本発オピニオンの公共空間として提供し、「言論プラットフォーム」化を目指す。

(7) 管理運営

① 人員配置/組織体制整備

英語シフトを強力に進めるため組織体制を改編する。海外発信部を分割し「英語部」と「多言語部」として独立することにより、各言語の特徴に応じた対応を強化する。また、ワーキンググループとして位置づけていた「マーケティング (分析)」

業務を広報部に統合し、より戦略的な情報発信に力を入れる。

多言語については東京外語大との協定を結びインターンシップ事業を継続する。

②目標管理、評価制度の導入

2025年度に設計、準備を行った職員の「目標管理・評価制度」の導入を開始し、事業の効果的な実施、職員のモチベーション向上に向けて運用を開始する。

③情報セキュリティの強化

情報セキュリティ委員会を継続開催し、組織内の課題解決に取り組むとともに、巧妙化する犯罪やインシデント対策として、情報セキュリティに対する意識向上のための全役職員を対象とした研修を継続的に実施する。

(8) 広報・マーケティング活動

広報では、国内外の機関・団体との連携を強化し、国際機関や文化団体、在日留学生、インフルエンサーなどとの協働を通じて発信ネットワークを構築する。あわせて、nippon.comのブランド確立に向けたコンテンツを制作し、認知度向上に寄与する。

2. 放送・編集設備を活用した公益法人等の情報発信への協力

公益に資する他団体の情報発信を支援するため、放送・編集設備の貸与及びコンテンツの制作・編集・協力を行う。

【収益事業】

財団設立当初から行ってきた収益事業については2027年3月をもって正式にクローズとする。2026年度については、契約の残っている2社程度に留め、新規クライアントの獲得は行わないこととする。

なお、制作部の業務については縮小することから、人員については公益目的事業に活用する。

以上