



特願2015-249583



数字が、おもてなし

190言語対応の情報伝達インフラ誕生

次世代情報システム有限責任事業組合

www.johou.org

観光インフラの世界標準

ORANGE NUMBERの情報伝達機能を活用した、世界標準の観光インフラを目指します。



特願2015-249583



世界の文化との共生

米旅行誌「トラベル+レジャー」が発表した2015年版世界の人気観光都市ランキングは、京都が2年連続で第1位に選ばれました。さらに、2015年の訪日外国人は約1,974万人に達し、政府目標の2,000万人が視野に入っていました。しかし、世界では、2015年の国際観光客到着数は12億人。訪日外国人数はわずか1.7%にしか過ぎません。（国連世界観光機関調査）

欧米などの先進国には、日本に一回も訪れていない人たちが多くいます。まだまだ潜在需要は高いはずです。日本の地方には豊かな自然が手付かずのままに多く残っており、伝統的文化や芸能も豊かです。さらに和食も世界無形文化遺産に登録されるなど、世界が憧れる観光資源は枚挙に遑がありません。2020年東京オリンピック・パラリンピックを控えた今こそ、日本は豊富な観光資源を集客資源に転換する時期であると確信しています。

真の観光立国になり得るためには、日本の魅力を磨き、世界に観光情報を発信すると共に、特に言語の壁を取り払う情報伝達の整備が求められています。訪日外国人も多国籍化が進んでおり、私たちは、多言語対応のインフラ、コンテンツが重要課題と掲げ、多言語対応の街作りから公共交通機関、公共施設、飲食店に至るまで190言語対応の観光インフラの構築を可能にしました。それが、ORANGE NUMBERです。世界の公共施設、観光施設、公共交通機関には無償でORANGE NUMBERを配布。世界の観光者も無料でORANGE NUMBERアプリケーションがご利用いただけます。

ORANGE NUMBERは、私が徳島市内で生活情報誌の仕事に携わっていた当時から約20年間に渡る長期構想のビジネスモデルです。インターネットと雑誌などのリアルメディアとを如何に融合させるか。クロスメディアの現実化が初期段階のテーマでした。近年、情報端末技術の進化に伴いスマートフォンやタブレットが急速に世界で普及しています。その中で言語選択機能（API）に着目し、世界共通の数字を使用すれば、「情報の隙間を埋る」事が可能となり、新しい情報伝達インフラ、ORANGE NUMBERの完成に至りました。地方だから実現できた情報の隙間企画かもしれません。

ORANGE NUMBERが日本に、そして世界に普及することは、世界の新しい観光産業の創出となり、地方創生事業にも結び付く新しい観光振興になります。観光産業を確実に成長させれば、そこに新たな雇用が生まれます。地域経済の活性化は観光振興しかないと思っています。

政府機関をはじめ、地方自治体、観光会社、広告関連会社などのご尽力を賜りながら、ORANGE NUMBER観光インフラの世界標準化構想の実現にむけて、世界の次世代のためにも精一杯努力していく所存でございます。私たちは、常に明日の情報伝達環境を見つめ、都市機能の充実と効果的な観光情報伝達インフラづくりに取り組み、世界の文化との共生を目指します。

次世代情報システム有限責任事業組合 理事長
吉田哲也



ORANGE NUMBERの主な特徴

- 190言語対応の情報伝達インフラです。
- 世界共通語である数字がキーワードです。従って世界中の誰もが簡単に使用できるシステムです。
- 訪日外国人向けのインバウンド・インフラや出国日本人向けのアウトバウンド・インフラ、世界の観光客のための観光情報伝達インフラとして活用ができます。
- ORANGE NUMBERは、看板やガイドブック、Webサイトと融合する新しい情報伝達インフラです。従って、現状の看板にORANGE NUMBERの数字を表示するだけで、多言語のおもてなしメディアに生まれ変わります。デジタルサイネージなど高額な看板などを新たに製作する必要はありません。
- 公共施設、公共交通機関には無償でORANGE NUMBER を提供します。但し、民間での使用は有償となります。
- 観光客には、ORANGE NUMBERアプリケーションを無料でご使用いただけます。



ORANGE NUMBERを活用して頂けるメディア

- 誘導看板、案内看板、定点看板、発車標、施設内のキャプション
- ガイドブック、メニューなどの印刷物
- Webサイト



ORANGE NUMBERとは。

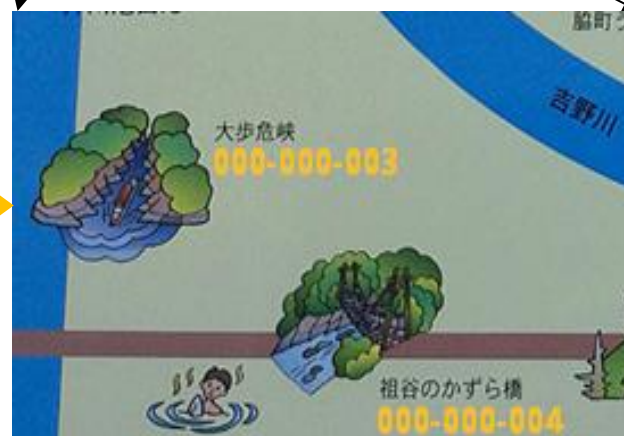
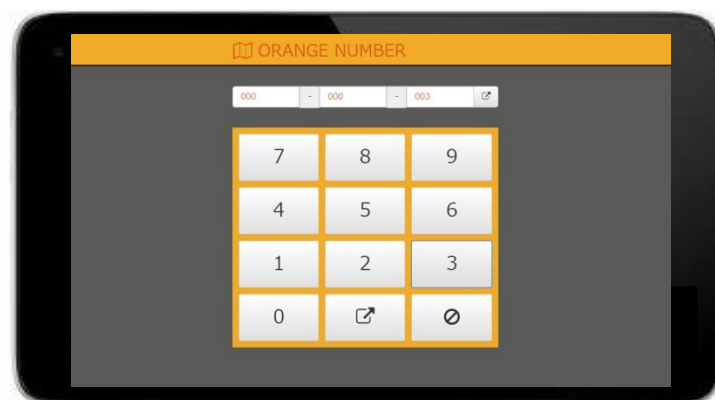
世界共通の数字入力（音声入力）で、欲しい情報をダイレクトに検索。

①観光地の看板などのメディアに9桁のORANGE NUMBERを記載。②訪日外国人は、その観光地の看板のORANGE NUMBERをアプリから入力。③スマホは設定言語を読み取り、その観光地の使用言語のホームページへ素早くアクセス。

①オレンジナンバーを記載



②アプリで簡単入力！
多言語対応の音声認識
アプリでの入力も可能。



③該当の情報を使用言語でWEB表示！



アプリケーションのダウンロード

- iphone・ipadの場合は、App store から ORANGE NUMBER を検索後ダウンロード。
- Androidの場合は、GOOGL Play か GOOGL store から ORANGE NUMBER を検索後ダウンロード。



観光インフラとして期待されるORANGE NUMBER

都市空間における訪日外国人向けの情報伝達インフラは
観光立国を目指す日本において重要な都市機能です。



特願2015-249583

日本の魅力をスマートかつ的確にお伝えし、
移動や親日感を促進するための 情報伝達インフラとして
ORANGE NUMBER には大きな期待が寄せられております。

都市の景観維持と機能向上の両立。

既存の誘導、案内看板やエリアマップをそのまま活用し、訪日外国人を目的地までの動線をスムーズに誘導する機能の最適化を図る街作りのためのORANGE NUMBER計画です。ユニバーサルサウンドデザインとしても有効的です。

ロードサインやエリアマップなど、誘導看板、案内看板とORANGE NUMBERとのクロスメディアにより、安心安全な多言語による観光案内、道案内が実現。GPSや動画コンテンツとの連動型配信が可能。



グローバル交流人口拡大の最大の課題を解決。

訪日外国人が「必要となった情報・サービスについて」のアンケート結果は「目的地までの公共交通の経路・情報」が73.6%。「公共交通の利用方法（乗り方）、利用料金」が61.8%（資料1参照）。その課題を解決するのがORANGE NUMBER「公共交通機関」計画です。

鉄道、地下鉄、バス、飛行機、船の公共交通機関の構内看板や発車標などとORANGE NUMBERとのクロスメディアにより、訪日外国人は気軽に安心な旅行が実現します。



観光インフラとして期待されるORANGE NUMBER③ 「公共施設」計画。

観光資源から集客資源へ。

訪日外国人が「必要となった情報・サービスについて」のアンケート結果で、観光情報（見所、文化体験等）が60.9%であった。（資料1）約50%の方が美術館や博物館、資料館への訪問を希望している。ORANGE NUMBER を活用して多言語対応によるコストとクオリティのマネジメントが実現。

展示品などのキャプションとORANGE NUMBERとのクロスメディアにより、訪日外国人は日本の文化や芸術とさらに深く触れ合いが楽しめます。日本の文化的資源は親日性やリピート性にも効果的です。



発信するコンテンツのクオリティと量。

紙媒体がWeb情報のINDEXという機能を持つ事を実現。

新聞や雑誌とORANGE NUMBERのクロスメディアにより、レイアウトはシンプルで多言語情報をWebサイトで表現することができます。



さらなる親日性と感動体験を創出。

観光立国に向かったの社員の多言語教育や外国人の雇用は、投資は高いが資質の高い人材の育成や供給は決して有効的ではありません。店舗の案内表示や会話の不便を解決するのが多言語対応のインバウンド・インフラORANGE NUMBER「店舗」計画です。

店舗のポップや飲食店のメニューとORANGE NUMBERとのクロスメディアによりに多言語表示が可能。
訪日外国人対策のコストとクオリティのマネジメントが実現。





全国1,741自治体へ【ORANGE NUMBER】を無償配布。

訪日外国人には【ORANGE NUMBERアプリ】を無償配布。

●訪日外国人へアプリを無償配布



旅行会社

アプリを
ダウンロード



検索・閲覧

- 旅前では目的地などの事前チェックに使用。
- 旅中では、公共交通機関のチェックなどに使用。
- 旅後では旅の思い出などに使用。

●公共施設、公共交通機関へ無償配布



自治体
鉄道会社

ランドマーク
宿泊施設
公共施設
誘導看板

* コンテンツ制作は自治体、鉄道会社、各施設で制作

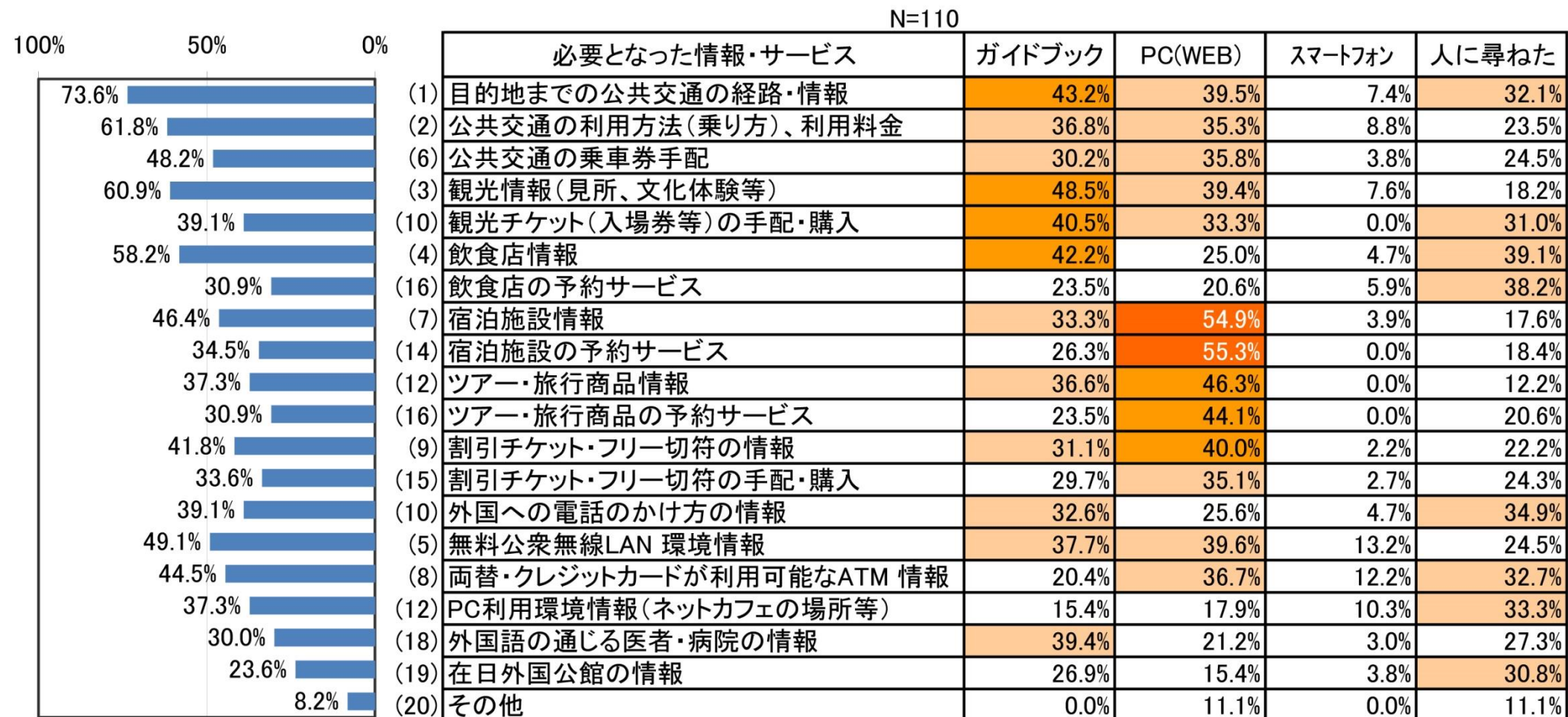
調査結果概要 (2)外国人観光案内所を訪問しなかった外国人旅行者アンケート調査結果

2)今回の旅行で必要となった情報・サービスについて

- 「目的地までの公共交通の経路・情報」が73.6%と最も多い。次に、「公共交通の利用方法(乗り方)、利用料金」が61.8%、「観光情報(見所、文化体験等)」が60.9%である。こうした公共交通利用や観光情報は、他の情報源と比べて「ガイドブック」で情報収集しているとの回答が多い。
- 「宿泊施設情報(46.4%)」や「割引チケット・フリー切符の情報(41.8%)」、「ツアー・旅行商品の情報(37.3%)」もニーズが高い情報・サービスである。これらは、「ガイドブック」よりも、「PC(WEB)」での情報収集が多くなっている。

必要となった情報・サービス(MA)

情報源(MA)



※括弧内数字は、順位

凡例

30~40%

40~50%

50%以上