

FOODPICT™ © FOODPICT Inc. & NDC Graphics

お客様への安心提供と
従業員の負担軽減に

株式会社フードピクト® 案内資料

法人概要

- ・社 名 株式会社フードピクト
- ・設 立 2017年1月23日
- ・資本金 1,700万円
- ・事業所 〒107-0052 東京都港区赤坂4-8-19-3F
〒657-0831 兵庫県神戸市灘区水道筋3-4
- ・役 員 菊池 信孝 | 代表取締役
眞鍋 邦大 | 取締役
- ・受賞歴 経済産業省近畿経済産業局「関西インバウンド大賞」特別賞（2017）
日本経済新聞社「日経優秀製品・サービス賞」優秀賞、日経MJ賞（2019）
国連プロジェクトサービス機関・兵庫県・神戸市「SDGs CHALLENGE」採択企業（2021）

「日本の食文化を世界に届けるお手伝い」



フードピクトは私の失敗から生まれました。
学生時代、海外からの友人を招いた食事の席で宗教上の理由で食べられないものがあると知っていながらメニュー選びに苦戦し、気まずい食卓を囲むことになりました。

いま世界の3人に1人には、宗教戒律や菜食主義により「食べられないもの」があります。
また日本で生まれる子どもの10人に1人には食物アレルギーがあります。

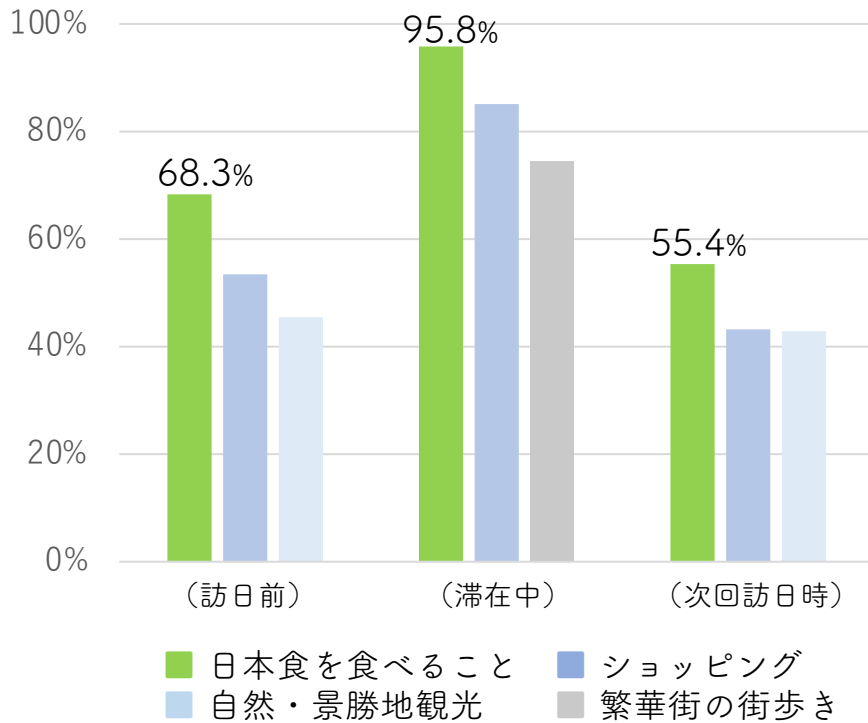
言葉や文化、宗教や体質などの違いを超えて、誰もが心から日本の食事を楽しめるように。
私たちは世界品質の食材表示ツールと研修コンサルティングの提供を通して、多様な食文化や食習慣があるお客様の受け入れをサポートし、すべての人のおいしい笑顔に寄り添います。

株式会社フードピクト 代表取締役 菊池 信孝

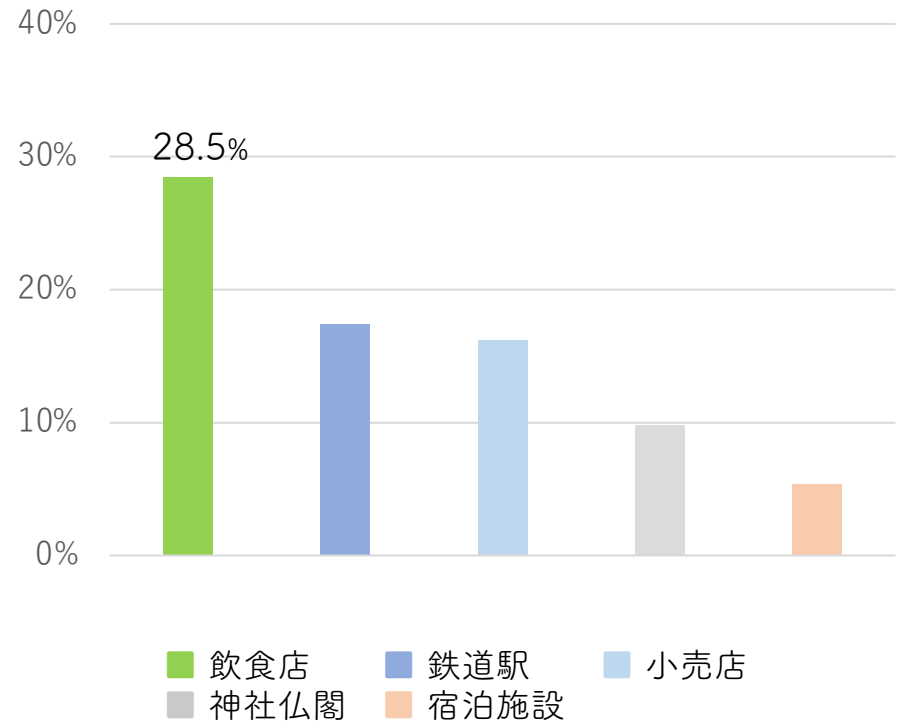
社会背景

- ・世界の3人に1人には、宗教戒律や菜食主義、食物アレルギーにより「食べられないもの」があります
- ・食は外国人観光客の訪日目的の1位であり、日本の成長産業である観光においても重要度を増しています
- ・しかし実際に来日した観光客の3人に1人は、食事の場面で困ったと回答しています

[訪日目的ランキング]



[困った場所ランキング]



* 出典：観光庁「訪日外国人の消費動向」平成29年次報告書、
国土交通省「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート」結果（2017年）

対象課題

- ・日本は諸外国に比べて多様な食文化や食習慣への対応が遅れています
- ・下記の3つの壁により、自分が食べられるか不安に感じたり、誤って食べてしまう事例も発生しています
- ・人材不足やスキマバイトに伴う従業員の多様化が進み、お客様との意思疎通のハードルも上がっています



言葉の壁

日本では日本語によるメニュー表記が一般的です。自動翻訳を使用すれば料理名を理解することは可能ですが、使用されている食材を把握することは不可能です。



制度の壁

食物アレルギーに関する法律改正等に順次対応し、表示基準と利用ルールををセットで提供している食材のピクトグラムは、フードピクトの他にありません。



理解の壁

働く従業員の多様化が進むなかで、さまざまなお客様のニーズを把握して正確に食材情報を伝えることを忙しい現場任せにすると、意思疎通のミスによる事故やトラブルに繋がります。

解決手段

- ・日本の食の魅力を世界に届けるため、食の多様性への対応から体験価値の最大化までを支援しています
- ・飲食宿泊事業者だけではなく、自治体や観光協会の皆さまに向けたサポートも提供しています
- ・具体事例は弊社サイトの[実績一覧](#)をご覧ください



1. フードピクト

言葉より正確なコミュニケーションツールとして、お客様への安心提供と従業員の負担軽減に貢献する世界品質の食材表示ピクトグラムを提供しています。詳しくは[こちら](#)。



2. 食の多様性研修

多様な食文化や食習慣を有する訪日外国人の受け入れに向けて、観光庁の対応指針に基づきながら具体的なポイントを国内外の優良事例と共に紹介しています。詳しくは[こちら](#)。



3. 食の体験価値のプロデュース

世界20カ国での調査からまとめた食トレンドと消費者インサイトに基づき、地域にある食の魅力を最大化して観光客を誘致するための取り組みを支援しています。詳しくは[こちら](#)。



世界品質の食材表示ツール | フードピクト®

No.1

アレルギー 特定原材料 7品目



小麦
Wheat



乳
Milk



卵
Eggs



牛
Beef



豚
Pork

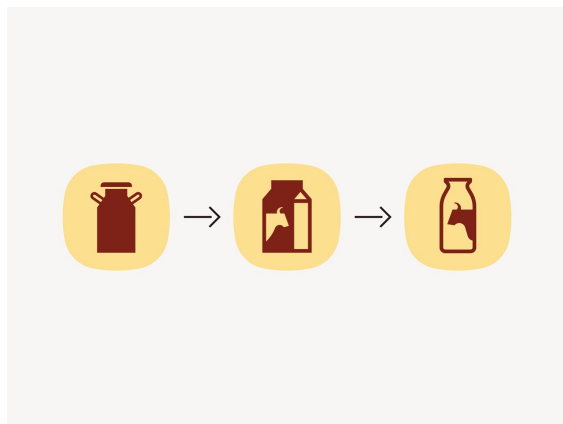


鶏
Chicken



フードピクトの特徴

- ・フードピクトはISO（国際標準化機構）とJIS（日本産業規格）の図記号制作ルールに準拠し世界1,500名への理解度・視認性・必要品目の調査から開発した食材表示のピクトグラム（絵文字）です
- ・CUD（カラーユニバーサルデザイン）に対応し、独自の配色とスーパー楕円でおいしさに寄り添います
- ・観光庁が推奨する食事対応方法の1ツールとして、お客様への安心提供と従業員の負担軽減に貢献します



世界品質のデザイン

例えば「乳」のフードピクトは牧場で使用する集乳缶（理解度77%）→牛乳パック（85%）→牛乳瓶（98%）と調査と修正を繰り返して完成しました。詳しくは[こちら](#)。



おいしさに寄り添う工夫

ピクトグラムのデザイン制作で実績豊富なNDC Graphicsと協働し、料理のメニューや食品パッケージに馴染むように、独自の色合いとスーパー楕円に仕上げました。



観光庁が推奨する食事対応

フードピクトは観光庁が推奨する情報開示に基づく食事対応の考え方に基づき、お客様が食べるかどうかを判断するために必要な情報をわかりやすく提供するツールです。

民間の利用例 | 全国100社1,600店を超える利用実績

- ・日本の玄関口である成田・羽田・関西の国際空港をはじめ
多くの外国人観光客が利用する商業施設やホテルなど全国100社1,600店以上で利用されています
- ・食品やお土産のパッケージでの利用も広がっています



帝国ホテル



帝国ホテルキッチン



国際空港

- ・成田国際空港
- ・東京国際空港（羽田）
- ・関西国際空港

航空会社

- ・日本航空

商業施設

- ・東京BIGサイト
- ・白浜アドベンチャーワールド

ホテル

- ・東京ステーションホテル
- ・帝国ホテル
- ・阪急阪神第一ホテルグループ
- ・京阪ホテルズ&リゾーツ
- ・リーガロイヤルホテル

自治体と観光協会等

- ・静岡県
- ・JTB旅館ホテル連盟
- 北海道支部連合会

食品パッケージ

- ・ニチレイフーズ
- ・オタフクソース
- ・帝国ホテルキッチン
- ・シエルブルー

公共の利用例 | 主要なMICE、政府広報誌や白書、学校の教科書にも

- ・大阪関西万博、G20、G7、TICADなどの主要なMICEで利用されています
- ・政府の広報誌や白書、全国の避難所に配備されている避難者登録カードにも掲載されています
- ・多様性に配慮したユニバーサルデザインとして、学校の教科書や給食献立表での利用も広がっています



MICE

- ・大阪関西万博（2025）
- ・世界パラ陸上競技選手権（2024）
- ・G7広島サミット（2023）
- ・UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム（2022）
- ・G20大阪サミット（2019）

政府省庁等

- ・日本政府の国際広報誌「We are TOMODACHI」Spring 2020
- ・農林水産省令和5年度「白書」
- ・自治体国際化協会「避難者登録カード」（全国の災害時避難所に配備）

教科書

- ・小学校「道徳」（光村図書）
- ・小学校「社会」（小峰書店）
- ・中学校「美術」（開隆堂出版）
- ・中学校「美術」（日本文教出版）
- ・高校「英語」（三省堂）
- ・高校「家庭科」（大修館書店）

効果と評価 | お客様への安心提供と従業員の負担軽減に貢献

- ・お客様との正確なコミュニケーションを実現し、オペレーションコストを軽減します
- ・外国人のお客様だけでなく、アレルギーのある日本人のお客様にも安心を提供します
- ・ご利用企業の満足度は96%、ライセンスの契約更新率は97%と、高評価をいただいています



「外国語が苦手な従業員が抱く接客への不安や接客にかかる時間も大幅に削減しました」

出典 | テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」2014年05月27日



「イスラム教徒は豚とアルコールを口にしません、絵があるとわかりやすいです」

出典 | TBS「Nスタ」2014年07月02日



「アレルギーがある日本人でも外食する機会が増えるので、広がってほしいです」

出典 | NHK総合「おはよう日本」2014年10月10日

利用方法 | 法律改正等に伴うアップデートつきライセンス

- ・フードピクトのご利用にはライセンス（デザイン使用権利）のお申し込みが必要です
- ・ライセンスには法律改正等に伴う提供品目のアップデートと、各フードピクトの表示基準とデザインガイド、食の制限に関する基礎知識を収録した利用マニュアルが含まれています

〔飲食店でのご利用〕

提供パッケージ	提供品目数	価格（税込）
① アレルギーの特定原材料に対応する表示	9（8+1）	月額1,100円 / 店
② 上記①＋宗教戒律や菜食主義に対応する表示	17（9+8）	月額2,200円 / 店
③ 上記①②＋特定原材料に準ずるものに対応する表示	34（17+17*）	月額3,300円 / 店

* 特定原材料に準ずる20品目のうち、牛・豚・鶏の3品目は②に含まれるため、重複を除く17品目で記載しています

〔MICEでのご利用〕

提供パッケージ	提供品目数	価格（税込）
① MICE パッケージ（日数カウント）	全ての品目	日額 13,200円 / 店
② MICE パッケージ（開催カウント / 1週間以内）	全ての品目	1開催 110,000円 / 会議



地域の食を生かした観光客の誘致と
地域経済の活性化に | 研修と講演

食の多様性研修

外国人旅行者が日本に期待することは、訪日前・滞在中・次回訪問のいずれにおいても日本食を食べることが第1位で、食は地域や文化を伝える重要な要素です。一方で、日本を訪れた外国人旅行者が困った場所の第1位は飲食店で、3人に1人（28.5%）は食の場面で不安や不自由を感じたと回答しています。

本研修では多様な食文化や食習慣を有する訪日外国人の受け入れに向けて、①訪日外国人の市場概況、②多様な食文化や食習慣の基礎知識、③観光庁が推奨する情報開示に基づく食事対応の実践方法を、国内外の優良事例を交えながら紹介します。

〔商品概要〕

- ・ 時間：60分（講演45分＋質疑等15分）
- ・ 価格：300,000円（税込 / 別途、会場備品費*1、旅費交通費*2）
 - * 1：会場レンタル費、プロジェクタやマイクなどの備品レンタル費など
 - * 2：JR三ノ宮駅から研修会場までの合理的な公共交通機関、宿泊が必要な場合は実費

〔提供事例〕

- ・ 東京都「多様な文化等に配慮した外国人旅行者受入支援セミナー」（2020~2024）
- ・ 大分市「食の多様性セミナー」（2023）
- ・ 京都府&京都市

→ 詳しくは[実績一覧](#)もご覧ください



世界の食トレンドと消費者インサイト

新型コロナウイルスの世界的な拡大により、食事は栄養補給から自己実現の手段へと変化を続け、消費者が食に求める役割は大きく変化しました。本講演では世界の食トレンドと消費者インサイトについて、3つの役割と関連する9つのキーワードを成功事例とともに紹介し、地域にある食の魅力をどのように捉えて発信するかを考えるヒントを伝えます。

〔商品概要〕

- ・ 時間：60分（講演45分＋質疑等15分）
- ・ 価格：300,000円（税込 / 別途、会場備品費*1、旅費交通費*2）
 - * 1：会場レンタル費、プロジェクタやマイクなどの備品レンタル費など
 - * 2：JR三ノ宮駅から研修会場までの合理的な公共交通機関、宿泊が必要な場合は実費

→本講演内容を冊子化したレポートも販売中です
価格：1冊 4,950円（税込 / 講演と同時購入で割引あり）

〔提供事例〕

- ・ 観光庁「コンベンションビューロー支援事業」（2025）
- ・ FABEX「専門セミナー」（2023, 2025）
- ・ 大阪ガス都市魅力研究室「Talking About」（2023）

→ 詳しくは[実績一覧](#)もご覧ください

