

「UDFの日」キャンペーンのアンケート結果（応募時点）

前号では「7月11日はUDFの日」記念日の活動についてご紹介しました。今回は、「公式LINEを使ったUDFプレゼントキャンペーン」応募時に行ったアンケートの結果をみてみます。ちなみに、今回のプレゼントは、「各社UDF製品詰め合わせ3,000円相当」100名分の他、電子ギフト「えらべるPay 500円」300名分、「Amazon介護支援券 3,000円」20名分といたしました。

今回のキャンペーンでは、5,353名より応募がありました。まず、応募者の年齢層をみると、30代28%（前回40%）、40代25%（同25%）、50代20%（同15%）、20代11%（同13%）、60代11%（同5%）、70代4%（同2%）、10代1%（同1%）の順でした。応募者年齢層の分布は30～50代が高いですが、この傾向は前回と同様でした。20代、60代からも各10%ございましたので、幅広い年代の方々にご利用いただいたと考えております。

次に、UDFの認知度についてですが、「知っている」39%（前回40%）、「知らなかった」61%（同60%）と、前回とほぼ同じ結果でした。ちなみに、介護食品が市販されていることに対する認知度は70%と高い結果でした。「介護者の有無」を問う設問では半数近い47%（前回53%）が「介護者がいる」と答えており、これは本キャンペーンへの参加動機となっているものと思われます。

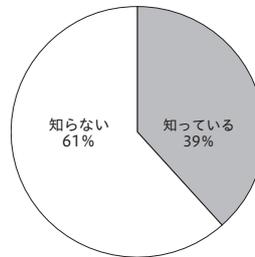
一方で、UDFの利用経験については、18%が「あり」との回答でしたが、これは前回と同率でした。また、「あり」との回答を年代別にみると30代が36%、40代25%、50代17%、20代12%、60代7%でした。30代と40代で61%と半数以上を占めています。これらの方々がどなたのためにUDFを利用したかについては、祖父母39%、両親32%の結果でした。

UDF利用経験者の主な購入場所については、ドラッグストア40%、スーパー17%、ネットショップ16%の順でした。近年では、各社の努力によりドラッグストアのUDF配荷率が高まっていますが、「近隣の店頭」で「手に取って購入」というスタイルが好まれているようです。

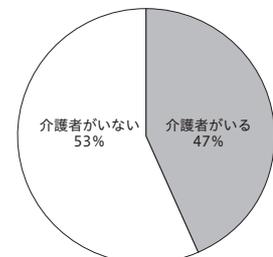
最後に本キャンペーンの認知機会についてみる

と、公式LINEアカウント42%（前回7%）、SNS広告（Facebook, Instagram）24%（同26%）、懸賞サイト11%（同14%）、知人からの紹介9%（同15%）、本会ホームページ3%（同18%）の結果でした。さすがに公式LINEアカウントへ誘導してご応募いただく仕組みにしましたのでこのような結果となりましたが、ご興味ご関心あつてのことと存じます。

公式LINEを有効な手段として、今後も情報発信を続けてまいりたいと存じます。



Q. UDFの認知度



Q. 介護者の有無

【会議、催事等の予定】

11月19日（火）第4回業務用WG

11月25日（月）第3回容器包装研究会

11月29日（金）～30日（土）第2回理事会

【UDF商品登録状況（2,194品目・9月末現在）】

	区分1	区分2	区分3	区分4	とろみ調整	拡張	合計
乾燥食品	0	14	9	7	77	9	116
冷凍食品	319	239	780	30	0	0	1,368
常温食品	251	55	237	165	2	0	710
合計	570	308	1,026	202	79	9	2,194

【会員の異動（9月）】

新規加入会員1社：清水食品(株)

計97社（9月末現在）。

◎日本介護食品協議会では会員企業を募集しています。協議会とユニバーサルデザインフードについては事務局までご連絡ください。

事務局：東京都千代田区神田東松下町10-2

翔和神田ビル3階

TEL 03-5256-4804

FAX 03-5256-4805

<https://www.udf.jp/>