

「UDFの日」キャンペーンのアンケート結果（当選者の感想）

前々号よりUDFの日キャンペーンについてご紹介をしてきました。前号ではキャンペーン応募時に行ったアンケートの結果を紹介しましたが、今号では当選した方（試食した方）にお答えいただいたアンケート結果をみてみます。

まず、今回の102名の当選者のうち、11月7日時点での回答数を見ると42名でした。昨年と同アンケートでは19/101名でしたので、今回は積極的にご回答をいただけています。この要因としては、昨年のキャンペーンでは賞品として用意したUDFの詰め合わせとオンラインギフト券について「どちらかが当たるくじ式」を採っていました。一方で、今回は賞品を選んで応募できる方式としました。よってアンケート回収数の差はここに起因するものと考えております。また、今回集計分の回答者は応募者がプレゼントした対象者である場合も含まれています。

まず、回答者の年齢層をみると、30代36%、50、60代がそれぞれ19%、70代以上12%、40代10%でした。

次に、誰のための応募であったかについての問では（複数回答）、親48%、祖父母33%、将来の自分のため19%、現在の自分のため14%の順でした。

このキャンペーンを知ったきっかけについては（複数回答）、本会公式LINE62%、本会HP19%、SNS*（Instagram, Facebook）17%と、公式LINEからが最も多かったです（*広告）。

UDFの認知度については、名前だけ知っていた41%、知っていた36%と合わせて77%でした。この回答は前回の、名前だけ知っていた16%、知っていた11%（計27%）と比較すると大変高い結果でした。これは、前回の情報入手ルートの差異によるものと思われ（前回はSNS42%、公式LINE26%、懸賞サイト21%）。

一方で、試食後の印象を訊ねると、98%が「良い印象を持った」としており、これは前回も同様に95%と高いものでした。

今後の使用意向についての問には、積極的に使いたい50%、使ってみたい45%であり、併せて95%でした。前回は使ってみたい63%、積極的に使いたい32%で合計は同じく95%でした。

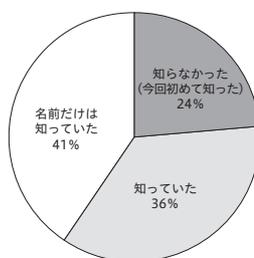
やはりトライいただかないことには購買につながりにくい製品分野です。このような機会を通じて「食

わず嫌い」をどんどんなくしていきたいものです。

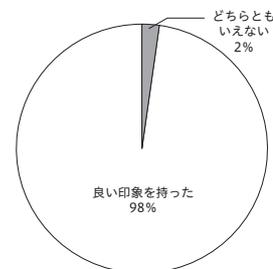
最後にいただいたご意見などをいくつかご紹介いたします。

「味もしっかりしていて食べやすい。何より介護するのに手助けに成った。便利」や「食べてくれなかったら……と購入できずにいた商品もありとても嬉しかったです。介護食品はまだ世の中では認知度が低いのでPRをどんどんして行って欲しいです！がんばってください!!」。

大変励みになります。



Q. UDFの認知度



Q. UDF 試食後の印象

【会議、催事等の予定】

12月5日（木）第6回技術委員会

12月6日（金）第3回普及委員会

12月12日（木）第2回フードスタディでUDFを知る試食会

【UDF商品登録状況（2,166品目・10月末現在）】

	区分1	区分2	区分3	区分4	とりみ調整	拡張	合計
乾燥食品	0	14	9	1	73	9	106
冷凍食品	321	239	780	30	0	0	1,370
常温食品	246	50	232	160	2	0	690
合計	567	303	1,021	191	75	9	2,166

【会員の異動（10月）】

計97社（10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/>