

UDF 購買行動調査 その2

今回も前回に引き続き、UDF の利用実態調査結果をお伝えします。

今回はユーザーの利用するチャンネルについて見てみます。

Q. 普段の購入場所は？

ここでは、一般食料品と UDF について訊きました。まず、一般食料品についてみると、スーパー 77%，ドラッグストア 45%，コンビニエンスストア 28%，通販（インターネット、カタログ等）19%となっています。一方、UDF については、ドラッグストア 57%，スーパー 45%，通販 39%，介護ショップ 33%の順でした。一般の食品と比較して、ドラッグストアの利用が多いのが特徴です。また、通信販売の利用も比較的多くなっています。これは、ドラッグストア、スーパーとも「家から近い」ことが利用の動機になっているようです。現状、ドラッグストアとスーパーにおける UDF の配荷店率では、ドラッグストアの方が高いことが特徴であるため、このような結果になっていると思われます。

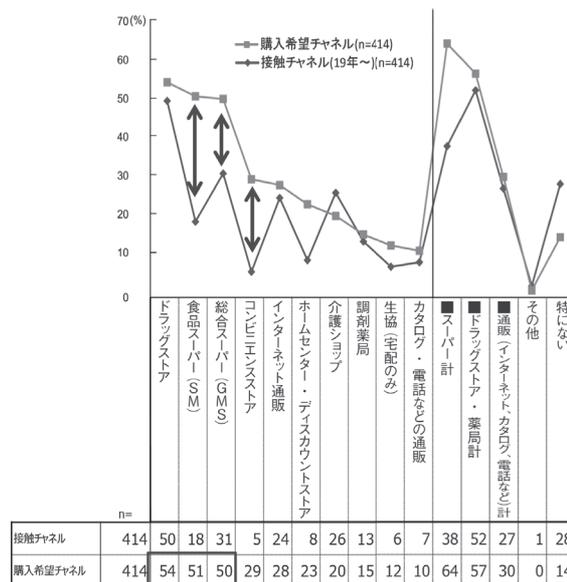
Q. UDF を見かける場所（接触チャンネル）は？

取り扱って欲しい場所（購入希望チャンネル）は？

次に、UDF ユーザーの購入希望チャンネルを見てみます。ここでは、スーパーを総合スーパー（GMS）、食品スーパー（SM）と分けて聞いています。この結果、UDF はドラッグストア 54%，食品スーパー 51%，総合スーパー 50%，コンビニエンスストア 29%の結果でした。一方で、実際の接触チャンネルでは、ドラッグストアは 50%と希望に近いものの、食品スーパーでは 18%，総合スーパー 31%，コンビニエンスストア 5%と、希望と実際では大きな乖離があることが分かります。特に食品スーパーでは 33ポイント、コンビニエンスストアについても 24ポイントの差があります。この点についてはこれまでも懸案事項でありましたが、今後食品スーパー等における UDF の配荷をいかに上げていけるかは我々にとって大きな課題です（図）。

本会では、今後 UDF の認知率をさらに向上させるとともに、流通関連企業とも連携し、利用者の希望や生活環境に沿った売り場づくりを行っていくことができると考えています。

※「購入希望チャンネル」で降順ソート



【UDF 商品登録状況 (2,020品目・8月末現在)】

	区分 1	区分 2	区分 3	区分 4	とろみ調整	合計
乾燥食品	0	8	12	0	95	115
冷凍食品	311	270	676	19	0	1,276
常温食品	169	139	191	129	1	629
合計	480	417	879	148	96	2,020

【会員の異動 (8月)】

計81社 (8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/>