

## 「介護の日」キャンペーン応募時点でのアンケート結果

さて、今回は昨年の「11月11日は介護の日」を契機に、本会ホームページ上で実施した「いい日、いい日、介護の日 UDF プレゼントキャンペーン」にご応募いただいた皆様からのアンケート結果をお知らせします。「7月11日はUDFの日」に実施したキャンペーンと同様に、応募希望の方々に事前にUDFに関するアンケートへお答えをいただいたものを集計しました。

今回の「介護の日キャンペーン」応募者は11,013件と昨年の1,621件から679%増となりました。「UDFの日」でも応募者数は10,888件、前年対比は319%増と非常に良い結果となりましたが、それ以上の伸び率であると同時に、応募者数も今回のキャンペーンが上回る結果となりました。「介護の日」への意識と我々の啓発がうまく結びついたものと考えられます。また、配信したプレスリリースについて、著名なニュース配信媒体が取り上げたことなども奏功したと思われる。

では、アンケート結果です。まず、応募者の年齢層をみると、30代35%、40代29%、50代17%、20代10%、60代6%、70代以上2%、10代1%未満の順でした。30、40代が上位であるところはUDFの日キャンペーンと同様でしたが、比較して50～70代の応募率が上がっていました。これはやはり国が設定した記念日であることから、「介護の日」という文字を新聞等で見かける頻度も高いと考えられ、より高齢層へ情報が届いたのではないかと推測できます。

次に、UDFの認知度についてですが、これは「知っている」39%、「知らなかった」61%であり、UDFの日での応募者に比較して「知っている」は5ポイント高い結果でした（「知らなかった」-5ポイント）。また、「介護者の有無」を問う設問ではそれぞれ50%ずつであり、2分されました。UDFの日でも同様の傾向でしたが、介護の日は「介護者有り」の比率が若干増



加しました。このことから、UDFに対する認知度が高まる結果となったものと考えられそうです。

また、「今後のUDF利用」については、ぜひ利用したい20%、機会があれば利用したい68%とおおよそ合計9割近い方々に好意的な回答をいただきました。

最後に本キャンペーンの認知機会についてみると、SNS広告（Facebook, Instagram）37%、知人からの紹介19%、懸賞サイト18%、本会ホームページ13%の結果でした。SNS広告からの認知がUDFの日に比して8ポイント上がっていました。

今回の結果について、UDFの日との比較を見ましたが、「介護の日」という意識付けがベースにあったことから、より多くの方々、世代にUDFを知っていただく機会を創ることができたと思っております。

### 【会議、催事等の予定】

- 2月3日（金） 令和4年度事業進捗状況報告会・講演会（オンライン）
- 2月8日（水）～10日（金） メディケアフーズ展（東京ビッグサイト）
- 2月20日（月） 第43回新宿食支援研究会 WG（オンライン）
- 2月22日（水） 第5回容器包装研究会（ハイブリッド）

### 【UDF商品登録状況（2,239品目・12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	11	8	4	92	4	119
冷凍食品	326	262	811	23	0	0	1,422
常温食品	242	74	219	161	2	0	698
合計	568	347	1,038	188	94	4	2,239

### 【会員の異動（12月）】

計91社（12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/>