

2024年の「UDFの日」記念啓発活動

今年度、「7月11日はUDFの日」は運用開始から8年目となりました。そもそも、「7月11日」は、平成15（2003）年の同月同日に「ユニバーサルデザインフード」の名称や、「UDF ロゴマーク」が商標登録を受けたことに由来しています。これをもとに、平成29（2017）年より記念日としてUDF啓発の契機に活用しております。ちなみに、11月11日は厚生労働省が定めた「介護の日」で、いわずもがな知名度はこちらが断然上です。民間の作った記念日ではありますが「UDFの日も頑張るぞ!」と。

さて、今年度のUDFの日事業です。UDFの日の啓発は、設置3年目以降、電車を使った車内ビジョンやドア横ポスターなど、首都圏の交通広告を目玉に、各社UDF製品のプレゼントキャンペーンと連動させ、本会ホームページから応募者の誘導を図っておりました。

そこで今年度、UDFプレゼントキャンペーン趣旨はそのままに、啓発・誘導から応募までをすべて公式LINE上で行うようキャンペーン動線のモデルチェンジに取り組みました。公式LINEは令和3（2021）年より運用を開始しましたが、各社のUDF製品情報発信等が中心であり、UDFの日は告知の活用にとどまっておりましたので、大きな方針の転換となりました。

ということで、今回の目玉は、なんといっても初めて取り組んだ「LINEスタンプ」です。令和4（2022）年度の創立20周年事業を機に公募・選定した公式キャラクター「かいごちゃん、ささえちゃん」に存分に活躍してもらおう機会が来たというものです。

キャンペーンの定量的な結果を見ると、応募総数は5,353名でした。これは、前年度の9,296名との対比では58%であり残念ながら振るいませんでした。この点については応募方式が変更になったことに起因すると分析していますが（今回は後日抽選方式）、公式LINEの「友だち」追加については、キャンペーン開始前の23,065名から終了時点では74,497名と、51,432名の増加となりました。この数字に貢献したのはやはり「スタンプ」であることは間違いないです。スタンプは50,000件分を用意しましたが、キャンペーン期間中、46,752件のダウンロードがあ

りました。人づてに拡散したようです。もっとも、「ブロック率」は55%と高くはなりましたが、「かいごちゃん、ささえちゃん」は定量以外でも広告塔の役目を十二分に果たしてくれたと思っています。

ちなみに、各スタンプの活用状況については、合計で295,167回使用されているとの結果でした（8月20日現在）。こんなことまでわかってしまうのですね。使用頻度では1位「おはようございます」、2位「おつかれさまです」、3位「おやすみなさい」でした。

本会では、このような活動を通じて、これからもUDFの認知向上に努めてまいります。



作成したLINEスタンプ

【会議、催事等の予定】

10月4日（金） 第4回技術委員会
10月9日（水） 第2回普及委員会

【UDF商品登録状況（2,188品目・8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	7	77	9	116
冷凍食品	320	233	780	30	0	0	1,363
常温食品	251	55	236	165	2	0	709
合計	571	302	1,025	202	79	9	2,188

【会員の異動（8月）】

計96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/>