

「UDFの日」キャンペーンのアンケート結果（応募時点）

本会では、今年も公式LINEを使って「UDFプレゼントキャンペーン」を実施いたしました。そこで今回は、応募時に行ったアンケートの結果を見てみます。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、「Amazon介護支援券 3,000円」20名分といたしました。ちなみに、前回はこれらに加えて電子ギフト「えらべるPay 500円」300名分を提供していましたが、今回のキャンペーンでは普及委員会で検討した結果「介護」に関連するアイテムのみのプレゼントといたしました。

この結果、今回のキャンペーンでは、2,335名の応募となりました。これは前回の5,353名の44%と半数以上の減少でした。電子ギフト券「えらべるPay」集客力の高さが浮き彫りとなった結果です。「UDF詰め合わせ」と「介護支援券」への応募数は純増いたしましたが、これは、介護に対する興味・関心の高い層からの応募が増えたということで、単純に懸賞を目的としたユーザーが減少したとも言えます。これは今回のキャンペーンの一つの成果ではあります。

応募者の年齢層をみると、30代28%（前回28%）、40代28%（同25%）、50代21%（同20%）、60代9%（同11%）、20代9%（同11%）、70代3%（同4%）、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、賞品の構成を変更したにもかかわらず、この傾向は前回とほぼ同様で、結果的に幅広い年代の方々にご利用いただけたようです。

次に、UDFの認知度についてですが、「知っている」35%、「名前だけ知っている」38%、「知らない（今回初めて知った）」27%でした。前回までは「知っている」と「知らなかった」の2択でありそれぞれ39%、61%でしたが、「名前だけ知っている」を加えた結果、認知率は73%と倍増しました。今回は上記の通り介護に関心の高い層からの応募とすると膝を打つところです。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80%（前回70%）と前回よりもさらに高い結果でした。

また、「介護者の有無」を問う設問では半数以上

の58%（前回47%）が「介護者がいる」と答えており、ここからも応募者と介護の関わりが深い結果でした。さらにUDFの利用経験についてみると、28%が「あり」との回答で、これは前回の18%から10ポイント増加でした。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、両親37%、祖父母30%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48%（前回40%）、スーパー15%（同17%）、ネットショップ14%（同16%）の順でした。ドラッグストアの利用度が上がっていることがわかります。

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65%（前回42%）、SNS広告12%（同24%）、懸賞サイト10%（同11%）、知人からの紹介4%（同9%）、本会ホームページ3%（同3%）の結果でした。前回以降、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。今後も公式LINEを有効に使った啓発活動を続けていく所存です。

【会議、催事等の予定】

12月2日（火） 第5回技術委員会

12月9日（火） 第3回業務用WG

12月17日（水） 第4回普及委員会

【UDF商品登録状況（2,314品目・10月末現在）】

	区分1	区分2	区分3	区分4	好み調整	拡張	合計
乾燥食品	0	18	7	1	59	5	90
冷凍食品	342	263	792	55	0	0	1,452
常温食品	256	50	285	180	1	0	772
合 計	598	331	1,084	236	60	5	2,314

【会員の異動（10月）】

退会会員1社：海商（株）

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/>

