

「UDFの日」キャンペーンのアンケート結果（当選者の感想）

2025年12月号では、応募時点でのアンケート集計結果をご報告いたしました。今号では、当選者の皆様に UDF 製品を試食いただいた後のアンケート結果をご紹介します。

本キャンペーンでは、100名の当選者のうち45名（45%）から回答をいただきました。昨年は102名中42名（41%）であり、回答率は概ね同水準となっています。

今回は、応募時に賞品を選択できる方式とし、UDF セットを希望された方にお届けしました（前々回までは複数賞品からの抽選方式）。そのため、UDF に関心を持って応募された方が多く、試食後アンケートにも積極的にご協力いただけたものと考えられます。なお、今回の選択肢には UDF セットのほか、Amazon 介護ギフト券3,000円分も設けました。

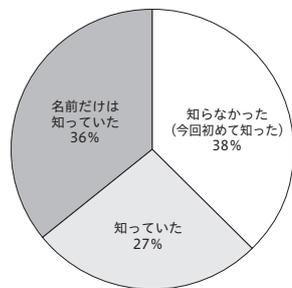
回答者の年代は、30代33%、50代22%、40代18%、60代13%、20代11%、70代以上2%で、30～50代が中心となりました。これまでと同様の傾向ですが、介護世代に加え、比較的若い世代の関心もみられます。

応募目的（複数回答）は、「親のため」46%、「祖父母のため」26%、「将来の自分のため」22%の順でした。将来に備えた関心が一定数存在している点も特徴的です。

キャンペーンを知ったきっかけ（複数回答）は、公式 LINE40%、SNS 広告（Instagram・Facebook）36%、本会 HP20%でした。公式 LINE は現在、総友だち数約86,000人（ブロック含む）、うち約29,000人が継続利用しており、UDF 関連情報の発信基盤として定着しつつあります。

UDF の認知度は、「知っていた」27%、「名前だけ知っていた」36%で、合計63%となりました。また、試食後の印象では、90%が「良い印象を持った」と回答しています。

今後の使用意向については、「積極的に使いたい」38%、「使っ



UDF の認知度

てみたい」58%で、合計96%が利用に前向きな回答でした。試食体験が利用意向の向上につながっていることがうかがえます。

自由記述では、「種類の多さ」や「想像以上のおいしさ」に対する驚きの声が多く寄せられました。従来の介護食に対するイメージを覆す体験となった様子がみて取れます。

また、「家族の笑顔」「食べる楽しさ」といった言及も多く、単なる栄養補給にとどまらず、QOL 向上への貢献が評価されていることも分かりました。

一方で、価格、流通機会の拡大、パッケージ表示の見やすさなどへの要望もみられ、今後の普及に向けた課題も示唆されています。

本キャンペーンは、UDF の体験機会を通じて理解促進と利用意向の向上に寄与する施策となりました。今後も利用者層へのトライアル機会の提供を継続し、UDF の普及啓発に取り組んでまいります。

【会議、催事等の予定】

- 3月2日（月） 第7回技術委員会
- 3月5日（木） 第6回普及委員会
- 3月11日（水） 第5回容器包装研究会

【UDF 商品登録状況（2,358品目・1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	18	7	1	59	5	90
冷凍食品	347	281	789	55	0	0	1,472
常温食品	256	50	309	180	1	0	796
合計	603	349	1,105	236	60	5	2,358

【会員の異動（1月）】

計97社（1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/>