

第 22 回定期総会 議案書



令和 5 (2023) 年 7 月 14 日(金)

日本介護食品協議会

令和4（2022）年度事業報告書

自 令和4（2022）年 6月 1日
至 令和5（2023）年 5月 31日

I. 概況

日本介護食品協議会では、平成14（2002）年の設立以来、一般の利用者層へはもとより、医療、介護、福祉等方面に対しても、ユニバーサルデザインフードの啓発に真摯に取り組んできたが、超高齢社会の現状を見る限りそのニーズは今後ますます高まっていくことが予測される。食品製造業各社における「介護食品」分野への関心の高まりから、今年度についても本会への加入問い合わせが相次ぎ、会員数は期中93社となった。一方、会員企業を対象に行ったユニバーサルデザインフード生産実績調査（令和4（2022）年分）では、生産数量は前年対比95.5%、出荷金額は96.8%とそれぞれ減少した。販売先別には、スーパーやドラッグストア等の小売店、通信販売等の市販用が数量、金額の各前年対比で86.5%、85.4%、施設・病院給食等の業務用が同114.5%、108.9%であった。この結果は、製品価格値上げへの反発や、とろみ調整食品の特別用途食品取得の流れなどに影響を受けたものである。また、ユニバーサルデザインフード製品登録数については、令和5（2023）年5月末現在で2,224品目（前年同期2,214品目）であった。

令和4（2022）年は本会創立20周年にあたることから、組織強化事業として過年度より記念事業の準備を進めてきた。大きな取り組みとしては、20周年記念ロゴマークや公式キャラクターの公募・選考・発表を行い、これらを使った記念ホームページの作成・ラッピングバスの運行などを実施した。さらに、第21回定期総会の席上では20周年記念誌の配布を行った。

このような中、令和4（2022）年度は、前年度に引き続き新型コロナウイルス感染対策を考慮しながらの事業運営となったものの、催事や学会では前年に比して来場者が増加するなど、脱コロナを意識した変化も見られ始めた。同年度に実施した事業の概要は以下の通り。

まず、普及啓発事業の「7月11日はUDFの日」記念事業では、UDF製品の詰め合わせの他電子ギフト券を賞品に加え、UDFの周知を積極的に図った。この結果、応募者数は前年対比236%増の1万人を超える規模となった。また、記念日に合わせた交通広告には小田急線全線でドア横ポスターを展開した。また、都営新宿線・浅草線にて「ヘルプマーク・タイアップ広告」の継続と、公式LINEによる情報発信を年間を通じて継続した。学会や催事への出展では、JSRDやJSPEN等学会学術大会や、メディケアフーズ展へ出展し、資料配布やサンプリング等を行った。他、在宅方面への普及活動を進めるため、訪問看護ステーションの活用について検討を開始した。

技術関連事業では、自主規格第4版および同解説書の改訂版出版を完了した他、UDF製品数や会員企業数が増加する中、UDFの信頼性向上の観点から品質管理の考え方についてあらたな資料化を見込んだ検討を開始した。また、講演会や勉強会を積極的に企画実施したが、勉強会については、2回目となるフードスタディの他、物性測定機器メーカーを講師に迎えて開催した。過年度から取り組んでいた論文投稿では、過去の官能評価会データをまとめた原著論文について日本摂食嚥下リハビリテーション学会誌への掲載が完了した。また、あらたにUDFの官能評価指標の作成について検討を行うため、愛知学院大学・牧野准教授との新規共同研究開始の準備を進めた。

令和4（2022）年度における事業の詳細については以下の通りである。

※本議案書には「ユニバーサルデザインフード」を「UDF」と表記している箇所があります。

II. 会員の異動

期首会員数	90 社 (昨年度繰越 89 社。期首加入 1 社・エバラ食品工業株)
期中加入会員数	3 社 (森永乳業株、ニュートリー株、株極洋)
期中退会会員	1 社 (トーアス株)
期末会員数	92 社
退会会員数	2 社 (テルモ株、松岡水産株)
次期更新会員数	90 社

III. 会議開催状況

1) 全体並びに役員会

令和 3 年度監査会	令和 4 年 6 月 22 日 (本会議室)
第 21 回定期総会	令和 4 年 7 月 15 日 (ホテルメトロポリタンエドモント)
第 1 回理事会	令和 4 年 7 月 15 日 (〃)
第 2 回理事会	令和 5 年 4 月 28 日 (エッサム神田 902+オンライン)
書面理事会	5 回

2) 委員会等 (計 76 回 内訳: オンライン 78%、ハイブリッド 22%)

①20 周年 WG	1 回
②事業進捗状況報告会	1 回
③普及委員会及び分科会 (見込み含む)	
全体委員会	9 回
業務用 WG	8 回
関連打ち合わせ (オンライン面談、訪問取材)	2 回
④技術委員会及び分科会	
全体委員会	8 回
UDF 信頼性向上 WG	3 回
自主規格第 4 版 WG	3 回
技術情報発信 WG	8 回
関連打ち合わせ (オンライン面談)	4 回
スキルアップ WG	8 回
関連打ち合わせ (オンライン面談)	3 回
拡張 UDF プロモーションプロジェクト	4 回
⑤容器包装研究会	6 回
⑥その他関連会議	
新宿食支援研究会 WG	8 回

IV. 事業

1. 普及啓発事業

事業計画に沿って、一般消費者および医師、歯科医師はじめ、栄養士・管理栄養士、言語聴覚士、訪問看護師など各関連職種等に対して、協議会およびユニバーサルデザインフードの普及啓発活動を積極的に展開した。

具体的には、UDF 記念日 (7 月 11 日) を活用し、UDF プレゼントキャンペーンに紐づけた施

策として、一か月間に渡り小田急線全線全車両のドア横 4 か所にポスターを掲出するなど、ユニバーサルデザインフードや UDF の日の啓発を積極的に実施した。

また、ユニバーサルデザインフードの年間を通じた啓発のため、前年度に引き続き都営線 2 路線各によるヘルプマークとのタイアップ啓発広告掲載および、前年度より開始した公式 LINE を用いた情報提供を継続した。

ホームページを活用した UDF プレゼントキャンペーンでは「UDF の日」の他、「介護の日」においても規模を拡大して実施した。

新たに実施した訪問看護ステーションへの調査では、在宅での食支援に対して訪問看護師が介在することが分かった。これを受け、同職種を通じた市販用 UDF の啓発手法について検討を開始した。

他、業務用 WG では前年度に作成した「災害時 UDF 活用サポートブック」の内容を伝達するため、Web セミナーを企画・実施した。

資料については、UDF パンフレットのリニューアル版を作成した他、「災害時 UDF 活用サポートブック」や「食べる力のサポートブック」、UDF クリアファイルについても好評につき引き続き配布した。

以下、普及啓発事業の詳細を記載する。

(1) ユニバーサルデザインフード記念日を活用した普及活動について

「7月 11 日は UDF（ユニバーサルデザインフード）の日」を活用した事業を展開した。

今年度は、前年度に引き続き、対象を在宅介護者層のみならず、将来の需要を見込んだ幅広い世代とし、生活者全般への認知率の底上げを図ることを目的とした施策を実施した。具体的には、電車内ドア横ポスター掲示、インターネットツール(SNS 広告(Instagram、LINE 等))、およびラジオ CM 放送の 3 軸を活用し、本会ホームページでの「UDF の日プレゼントキャンペーん」に連動させた啓発活動を実施した(UDF の日キャンペーン実施期間 6 月 21 日～7 月 31 日)。

また、今回はプレゼントキャンペーンの賞品として「UDF 詰め合わせ」に加えて「電子ギフト(PayPay や Amazon などで使える 500 ポイント分)」を加え、また応募方法にインスタンスワイン方式を採用した(応募者がその場で当り・はずれを確認できる方式)。

この結果、応募者数は 10,888 名であり、昨年度の 3,415 名から 236% の大幅増となった。アクセス者層については、前年度同様、30 歳代～40 歳代を中心に幅広い年代の応募があり、目的に沿った施策となった。

詳細は以下の通り。

1) ドア横ポスターを使った啓発

① 使用媒体

小田急線*(小田原線、江ノ島線、多摩線) ドア横ポスター

*千代田線、常磐線へも乗り入れ

② 実施日

UDF の日(7/11)を含む 1 か月間

➤ 令和 4(2022) 年 7 月 1 日～7 月 31 日

③ 実施内容



小田急線各線の全車両 4 か所のドア横への UDF ポスター掲出（計 2,400 枚）

④ 延べ広告接触者数

54,827,633 人

2) インターネットツールを使った啓発

前回同様、インターネット上での広告掲出にも力点を置いた。この結果、SNS からのキャンペーン応募数は高い結果となった。

① SNS を活用したターゲティング（リストティング）広告

前回の本キャンペーンで、クリック数の多さなどで効果の高かった、Instagram および Facebook を活用した。消費者の検索ワードや検索履歴に紐づけ、「UDF の日」および同キャンペーンの告知を行うバナーを掲出し、UDF 啓発やキャンペーンへの誘導を行った（Instagram、Facebook、LINE）。



② プレスリリース配信

本キャンペーンのプレスリリースを、プレスリリース配信ツールの@プレスを使って配信した。この結果、35 の媒体（Web、雑誌などのメディア）が記事を取り上げた。

3) ラジオを使った啓発

さらに、ラジオ CM を活用した啓発施策にも取り組んだ。ドア横ポスター施策が首都圏での実施であることを鑑み、関西方面ではラジオ 2 番組を通じた生 CM を活用し、UDF や本キャンペーンについて告知を行った。

① 使用媒体：MBS ラジオ（エリア・近畿圏（大阪府、兵庫県、京都府、和歌山県、奈良県の一部） 番組名：（ア）「こんにちはコンちゃんお昼ですよ」、（イ）「松井愛のすこ～し愛して」）

② 手法：（ア）7 月 8 日（金） 14：45 枠（80 秒間・同日は結果的に 222 秒間の放送となつた）、（イ）7 月 11 日（月） 11：45 枠（80 秒間）

③ 特徴：キャスターによる生 CM

（2）ユニバーサルデザインフードの年間を通じた啓発活動について

1) 都営地下鉄 ヘルプマーク・タイアップ広告の実施について

ユニバーサルデザインフードの啓発目的とした交通広告を本年度も継続実施した（通年掲出広告）。

（1）の事業の主旨と同様に、幅広い世代へのユニバーサルデザインフードの啓発を目的とし、都営地下鉄優先席（妻面）に掲出された「ヘルプマーク」広告との相乗り広告として実施した。なお、今年度はポスターのデザインを、20 周年事業で公募・決定した「かいごちゃん、ささえちゃん」をあしらったデザインに更新した。

① 使用媒体

都営新宿線 28 編成中 1 編成分の 10 車両および都営浅草線 27 編成中 1 編成分の 7



車両（乗降者数や乗り入れ距離からこれら路線を選択。各線、各車両の優先席妻面部分1か所、合計17か所に掲出されている）。

② 実施期間

1年間（令和4（2022）年4月より運行開始）

2) 公式LINEを用いたユニバーサルデザインフード啓発活動

生活者の中でも広く利用されているSNSツールよりLINEを選択し、これを用いてUDF啓発に資する情報発信を実施した。本ツールについては、家族間での連絡ツールとしても一般的に利用されていることから、介護の情報に対しても親和性のあるツールとして見込んだ。

今年度は2年目となるが、友だち数は2,576人（5月末時点）であり、うち50歳以上が半数を占めている。

① 実施期間

令和4（2022）年6月～令和5年（2023）年5月末までの1年間（継続予定）

② 掲載コンテンツ

UDFに関する情報提供として、UDFプレゼントキャンペーンや、各社の製品情報などを提供した。

発信日	企業名
6月8日、22日	大和製罐、UDFの日キャンペーン告知
7月11日	UDFの日告知
8月10日、17日、24日	UDF拡張規格、アンケート、丸美屋食品工業
9月14日、28日	クイズ、アサヒグループ食品
10月15日、26日	介護の日キャンペーン告知、マルハニチロ
11月11日、23日	介護の日告知、ふくなお
12月7日、21日	アンケート、クイズ
1月1日、25日	新年挨拶、アンケート結果
2月8日、22日	クイズ、とろみ調整食品とは
3月8日、22日	BFとの違い、UDFのおかゆの違い
4月12日、26日	UDFの区分は何種類？、UDF生産量
5月10日、24日	クイズ、熱中症予防呼びかけ

③ 効果

友だち数：2,576人（前年同期比151.4%）

友だち属性：男性3割弱・女性7割強、50歳以上約5割

※本事業について商品情報の掲載希望は隨時承ります。事務局までご連絡ください。

(3) 訪問看護ステーションを通じた在宅介護世帯への啓発活動

在宅方面へのUDF普及活動は、メーカー各社の努力によりGMSやDgSをはじめとする売り場の整備が進んできたものの、業務用方面のユーザーにみるような職種間の勉強会や学会など組織だった拠り所が皆無といってよい。したがって、これら方面へは効率の良い周知活動とすることができず、これまで草の根の普及活動を継続してきた。また、在宅への食事指導という観点では、管理栄養士等による訪問栄養指導や栄養ケアステーションなどの活動が期待されるところだが、現状ではこれらの整備はなかなか追いついていない。

このような中、在宅医療や介護へのかかわりを必須とする訪問看護ステーションの業務をみて見ると、従事する訪問看護師の役割として在宅での食事に関する指導等についても一定の影響力を持っていることがわかつてきた。

そこで本会では、これら訪問看護師に対して、食支援の必要性や UDF 製品の活用方法などを伝達することが、在宅方面へ効率の良い普及活動をしていく上で大きな足掛かりなると考え、全国の訪問看護ステーションに対する調査を実施した。この結果、訪問看護の利用者には介護度の高い高齢者が多い点、摂食に関する問題を抱えている層が多い点、訪問看護師がこれら利用者に対する食支援やその内容にも積極的にかかわっている点などが浮かび上がった。すなわち、訪問看護ステーションへの UDF 活用啓発は、UDF 製品のニーズが顕在化している層に対する情報提供となり、食事指導による被介護者の QOL 向上をもたらすなど、在宅ばかりか同ステーション経営に対するメリットともなりうることが示唆された。

そこで、今年度は、これら調査の結果を踏まえ、在宅への UDF 情報伝達の鍵となる職種である訪問看護師に対して効率性、確実性の高い啓発施策の検討を行った。

(4) ホームページを利用した普及活動

ホームページの利用状況

令和 4 年度の閲覧数（ページビュー）は計 365,335pv であり、前年度の 553,355pv に比較して 66% の結果であった。ユニークアクセス数は 73,958 であり、前年対比は 61% とこちらも減少した。

例年であれば、年 2 回のプレゼントキャンペーンが、これら開催月の閲覧数等で全体数をけん引する所だが、今年度から本会ホームページを経由せずにキャンペーンページにアクセスする方式に変更したため、このような結果となったと考えられる。

各ページの閲覧状況では、「UDF 商品紹介ページ」へのアクセスが最も多く、キャンペーンの月以外は各月とも 5~6 割の訪問者が同コーナーを閲覧している。他、「協議会紹介ページ」、「UDF 自主規格紹介ページ」の閲覧比率も高い。

1) 各ターゲット層への有効な情報発信

本会ホームページの閲覧環境をみると、通常はおよそ 6 割がデスクトップからの閲覧となるが、特に UDF の日キャンペーン開催時期にはモバイルやタブレットからのアクセスが逆に 7~8 割近くとなる。（1）でも既報の通り、同時期には多くの啓発手段を使ってキャンペーングへ誘導することから、関心の高い一般生活者の閲覧が特に増加するとみられる。

2) キャンペーン等の実施

UDF の啓発とホームページ閲覧数の増加に寄与する事業として、今年度についても UDF プレゼントキャンペーンを 2 回実施した。（1）で既報の通り、6~7 月には「UDF の日記念キャンペーン」を、また、10~11 月には「11 月 11 日は介護の日」を契機としてキャンペーンを実施した（以下、（9）で結果詳細を報告）。

(5) ツールを利用した普及活動の積極的実施

市販用から業務用まで、各利用者へ周知を行うためのツール（資料）を作成した。

1) 本会パンフレット等の更新

① 日本介護食品協議会紹介リーフレット

新規会員勧誘用資料の一つとして、メーカー等企業への配布を企図した本会の組織や事

業などを紹介するリーフレットを更新した。公式キャラクターをデザインに取り入れた。

② ユニバーサルデザインフードパンフレット更新

ユニバーサルデザインフード紹介のためのメインツールとして、パンフレットを更新した。①同様、公式キャラクターを前面にあしらい、また、新規に UDF 拡張規格を説明に加え、A4・6 ページ三巻折りの資料として刷新した。

2) 栄養士など専門職への情報伝達

業務用ワーキンググループが主体となり活動。栄養士等専門職種が参加する学会・展示会およびオンラインセミナーの企画実施などを通じて、施設等での UDF 活用によるメリットを伝えた。

① UDF でつくる形態調整食レシピ～学会分類 2021 対応～

「学会分類」の主旨に沿って UDF を使って作成した献立集「UDF でつくる形態調整食レシピ」(A4 三巻 6 ページ) を学会分類 2013 から 2021 対応版として更新したが、昨年度に引き続きメディケアフーズ展では調理デモンストレーション動画紹介とともに、同レシピ集を積極的に配布した。これらのソースについては、JSPEN2023 でも活用した。

② 災害時ユニバーサルデザインフード活用サポートブック

施設や病院に対する、冷凍 UDF 製品の活用のための資料として、昨年度作成した。

本年度は、学会企業展示や催事等で積極的に配布を行った他、本資料の作成にご協力いただいた、特別養護老人ホームひまわりの丘・富松浩美氏、ないとうクリニック複合サービスセンター・伊藤清世氏らにオンラインセミナーにて、同テーマにてご講演をいただいた。

3) 介護従事者が活用できる UDF 啓発ツールの作成と活用検討

在宅方面へのユニバーサルデザインフードの啓発・浸透は、協議会設立以来の課題となっている。今年度についても引き続き、在宅被介護者への接触機会の多い職種として、訪問歯科医師、訪問栄養士、訪問看護師等を取り上げた。これら職種へのユニバーサルデザインフードに対する理解を一層深めながら、在宅方面への啓発・浸透を目指すための活動として、下記ユニバーサルデザインフード啓発ツールの作成・配布に継続して取り組んだ。

① ユニバーサルデザインフード区分選択の目安

新宿食支援研究会（主宰：歯科医師・五島朋幸先生）の力添えをいただきながら、訪問看護師が在宅へ UDF を案内できるツールとして、UDF 選択フローチャートをベースに新たな資料を開発した。必要に応じて改善なども図りつつ、訪問看護ステーション等へ配布できるよう準備を継続した。

4) 「缶詰時報」の活用

組織強化事業施策の一環として、引き続き日本缶詰びん詰レトルト食品協会発行の「缶詰時報」に「日本介護食品コーナー」を掲載した。主に、同協会会員企業等に対して本会活動内容や UDF の認知を図ることを目的としている。なお、本会 HP でも同記事を専用コーナーで閲覧できる。

6月号 「11月11日は介護の日」記念プレゼントキャンペーンアンケート結果

7月号 「介護食品」の認知率ほぼ5割

8月号 ユニバーサルデザインフード生産統計

- 9月号 2022年の「UDFの日」記念啓発活動
- 10月号 「UDFの日」キャンペーン応募時点でのアンケート結果
- 11月号 UDF自主規格第4版出来
- 12月号 フードスタディ勉強会
- 1月号 新年のご挨拶
- 2月号 「介護の日」キャンペーン応募時点でのアンケート結果
- 3月号 「7月11日はUDFの日」記念プレゼントキャンペーンアンケート結果
- 4月号 メディケアフーズ展2023出展レポート
- 5月号 メディケアフーズ展2023出展レポート2 セミナーとアンケートの結果

5) プレスリリースの配信

関係各省庁・加工食品業界および報道関係各社に対して、協議会活動と UDFの一層の周知および会員企業増加に資することを目的とし、隨時プレスリリースを配信した。

6月の年度開始時にタイミングを合わせ、UDF統計情報の詳細を報道関係各位へリリースした。UDF統計については協議会ホームページへも掲載した。

また、「7月11日はUDF(ユニバーサルデザインフード)の日」や、「介護の日」に実施した「UDFプレゼントキャンペーン」についてもリリースを行った。

なお、上記4)「缶詰時報の活用」についても、協議会から発信する情報として報道関係者の周知もあり、プレスリリース同様の要件を担うものと位置付けている。

(6) 学会・展示会への積極的参加

介護関係の展示会、学会等は全国で多く開催されているが普及委員会で検討の結果、本年度は、以下に出展した。

① 第37回日本臨床栄養代謝学会学術集会 (JSPEN 2022)

臨床栄養学の領域の学会としては世界最大規模（会員約21,000名）。近年では、経口食についてのテーマも多く取り上げられる機会も多いことから、ユニバーサルデザインフードの啓発に有効と判断し企業展示に出展した。

期　　日 令和4(2022)年5月31日(火)・6月1日(水)

会　　場 パシフィコ横浜ノース(横浜市)・オンラインを併用したハイブリッド開催

来場者数 約2,500名(現地参加。オンラインとの累計は10,093名)

企業展示に出展し、「災害時UDF活用サポートブック」や各社提供のUDF製品サンプルを中心に配布し、来場の専門職に対してUDFの啓発を行った。

会員企業の出展は12社(キユーピー、クリニコ、サラヤ、テルモ、日清オイリオグループ、ネスレ日本、ハウス食品、フードケア、ヘルシーフード、マルハニチロ、明治、ヤヨイサンフーズ)であった。来場者数2,500名との発表であったが、出展の肌感覚では特に初日に関してはコロナ以降の集客ではにぎわいが感じられた。

② 第28回 日本摂食嚥下リハビリテーション学会学術大会

摂食・嚥下のリハビリテーションに関わる医師、歯科医師、看護師、言語聴覚士、作業療法士、歯科衛生士、栄養士など多職種の集まりで平成8年に発足した学会であり、本年度は下記の日程で開催された。

期　　日 令和4(2022)年9月23日(金)・24日(土)

会 場 幕張メッセ（千葉市）

来場者数 約 3,000 名（オンデマンド配信による参加者数は 6,200 名（9月末時点））

今回の本学会は、現地参加のみを基本として当日のオンライン配信を行わない方針で開催された。この結果、来場者数は 3,000 名と伝えられたが、5 月の JSPEN 同様にコロナ以降としては賑わいが感じられた（学会終了後は講演や演題発表がアーカイブ配信された。延長もあり 11 月中旬まで配信された）。

企業展示会場には計約 90 社が出展。このうち、本会及び会員企業は 20 社（アサヒグループ食品、カセイ食品、キユーピー、クリニコ、大和製罐、東洋水産、日清オイリオグループ、ネスレ日本、日東ベスト、ハウス食品、ふくなお、フードケア、ヘルシーフード、ホリカフーズ、マルハチ村松、マルハニチロ、三島食品、明治、ヤヨイサンフーズ、吉野家）が出展した。本会ブースではパンフレット、サンプル配布、アンケート調査を行った。

また、技術委員会で取り組んできた同学会誌への論文投稿内容について、学術大会の一般演題に登録し当日発表を行った。演題を「ユニバーサルデザインフードの官能評価と力学的特性による有用性検証－主食について－」とし、演者は論文執筆にもご協力をいただいた中川裕子先生（実践女子大学准教授）に依頼した。

③ メディケアフーズ展 2023

医療・介護分野の“食”に特化した展示会。「食事も医療の一環」という考え方から医療・介護の現場においても“食”へのニーズが高まっており、多様化する高齢者食・介護食市場のニーズに応える商品やサービスを多数展示・提案する目的。

期日 令和 5（2023）年 2 月 8 日（水）～10 日（木）

会場 東京国際展示場（江東区）

来場者数 11,452 名（前回 7,594 名・主催者発表）

本展示会の企画・設計は業務用 WG が担当した。企業展示に 1 小間出展。今回は主に昨年度作成した「災害時 UDF 活用サポートブック」の配布と、常温 UDF のサンプリングを実施した。試食については今回も再開を見送った。なお、本会会員企業からは、東洋水産㈱、日本ケアミール㈱、㈱フードケア、㈱ふくなお*、㈱マルハチ村松*、㈱林原*、三島食品㈱*、ヤマダイ食品㈱、㈱ヤヨイサンフーズ、㈱吉野家が出展した（*は「金谷ラボ」での共同出展）。

また、出展に加え、初日にセミナーを主催したが、伊藤清世氏（ないとうクリニック複合サービスセンター 管理栄養士）にご登壇いただき、「災害時 UDF 活用サポートブック」の内容に関連して「災害の教訓として伝えたい介護食の必要性」についてご講演いただいた。講演会場には 120 席ほど用意されていたが、立ち見が出るほど盛況であった。

コロナを気にしながらとはいって、前回 2 回とはだいぶ空気感も変わってきたこともあり、来場者が戻ってきているという実感は持てた。開催日数の違いから単純に比較はできないが、主催者発表の数字からみると、コロナ直前に比較して 8 割程であった（3 日間合計 11,452 名（前回 7,594 名）、2020 年 1 月開催時は 2 日間で 14,000 名程）。特に初日は、著名な講師によるセミナープログラムも手伝ってか、施設や病院、在宅介護等

関連職種の来場が集中したような印象があった。

④ 第 38 回日本臨床栄養代謝学会学術集会 (JSPEN 2023)

臨床栄養学の領域の学会としては世界最大規模（会員約 21,000 名）。近年では、経口食についてのテーマも多く取り上げられる機会も多いことから、ユニバーサルデザインフードの啓発に有効と判断し企業展示に出展した。

期日 令和 5 (2023) 年 5 月 9 日 (火)・10 日 (水)

会場 神戸国際会議場・国際展示場・ポートピアホテルおよびオンライン

来場者数 約 3,989 名（前回 2,500 名、オンライン登録を含め計 8,600 名）

現地会場の企業展示に出展し、病院や施設従事の専門職に対して UDF の啓発を行った。「災害時 UDF 活用サポートブック」をメインに、「UDF でつくる形態調整食レシピ」を配布した。アンケート調査への協力と引き換えにサンプリングも同時に行つたが、来場者には積極的に回答いただき、80 枚以上を回収した。

企業展示会場には約 50 社の出展があったが、このうち会員企業は 10 社（キユーピー、クリニコ、日清オイリオグループ、ネスレ日本、フードケア、ヘルシーフード、ホリカフーズ、マルハニチロ、明治、ヤヨイサンフーズ）であった。これはコロナ前と比較して約半数ほどとなる。

(7) ユニバーサルデザインフードの選び方の検討

スマイルケア食の施行以降、本会では UDF 製品の表示事項としてそれまで行っていた区分数値（区分 1～4）の表記を削除したが、これに伴い製品パッケージ上での UDF 各区分の伝達について、利用者および食事指導者において誤解や伝達のしにくさなど、少なからず問題が生じていることが分かってきた（例、「歯ぐきでつぶせる」と「舌でつぶせる」の順番が誤って理解されているなど。学会や催事等でのアンケート結果から）。

そこで、これらの実態を把握するため、過年度において一般消費者から介護関連職種、医療関連従事職に対して「UDF 区分表示」に関する実態把握調査をあらためて実施した。この結果、UDF 区分表示について、区分形状文言とともに何らかの補助表示（記号など）を併せて示すことにより、UDF に対する多くの利用者の理解が得られやすくなることが分かった。

同調査の結果を受け、UDF 製品を誤解なくより分かりやすく案内するための表示方法について検討を継続する予定であったが、今年度は本件について特段の進捗はなかった。

(8) ワーキンググループ (WG) 活動

業務用 WG では、昨年度作成した、「災害時ユニバーサルデザインフード活用サポートブック」について、施設や病院等での活用を見込み、同資料の内容に関するオンラインセミナーを実施した。講師には、同資料のアドバイザーを依頼した特別養護老人ホームひまわりの丘栄養課主任富松浩美氏をメインとし、同様に被災体験の記事作成にご協力いただいたないとうクリニック複合サービスセンター管理栄養士伊藤清世氏に依頼した。さらに、同資料の監修を依頼した日本災害食学会より副会長別府茂氏（元ホリカフーズ）を迎える、同氏のコーディネートで講師 2 名によるパネルディスカッションを実施した。これらを含めておよそ 2 時間のプログラムとして実施した。本オンラインセミナーの実施には、日本医療企画のプラットフォームを利用したが、聴講者 83 名/申し込み数 223 名の結果であった。本事業は、同内容を「ヘルスケア・レストラン」誌 2 月号に掲載するほか、2 月 1 日より 1 か月間のアーカ

イブ配信を行った。この結果、計 675 名により再生が行われた。

また、昨年度に引き続きメディケアフーズ展に出展し、上記サポートブックの配布やセミナーを計画・実施した（(6) - ③で既報）。

(9) プレゼントキャンペーンの実施

消費者のユニバーサルデザインフード認知機会の増大を図ることを目的に、今年度も引き続き協議会ホームページを利用したプレゼントキャンペーンを 2 回実施した（既報分含む）。

①7月 11 日 UDF の日制定記念キャンペーン（6月 21 日（月）～7月 31 日（日））

②介護の日キャンペーン（10月 15 日（土）～11月 14 日（月））

例年同様に介護食品利用者の家族を対象に、「UDF を応募者から利用者に向けてプレゼントする」ことを趣旨とした。ホームページ上で応募者に対してユニバーサルデザインフードに関する簡単なアンケートに回答・応募してもらい、この中から 100 名を抽選し UDF 商品 3,000 円分をプレゼントした（プレゼント用商品は協議会員が協賛）。今年度はこれに加え、幅広い層への UDF 周知機会とできるよう、プレゼントにデジタルギフト券 500 円分を併用した（UDF の日は 500 名分、介護の日は 300 名分）。この結果、応募者数は予想を大きく上回る、各 10,888 名（前回 3,415 名）、11,013 名（同 1,621 名）と大幅な増加となった。

UDF 当選者からは、発送した各 UDF 製品使用の感想として、おいしさ、食べやすさへの評価や、今後の介護食品の広がりを期待する声などが順次寄せられた。

(10) マスコミ

上半年に事務局や会員企業に取材依頼等があった主な掲載媒体は次のとおり。

- ・新聞（全国紙、地方紙、専門誌等）
- ・雑誌・学会誌、学術誌、テキスト・カタログ、Web ページなど（ヘルスケア・レストラン、介護ビジョン、在宅患者に伝えたい管理栄養士のアドバイス、訪問看護のための栄養アセスメント・食支援ガイド、都薬雑誌、摂食・嚥下障害の食事療法ポイント、食品物性とテクスチャー、給食経営管理テキスト第 5 版、福祉施設・病院等における給食 BCP 導入の手引き、高齢者のナイトケア、生活学 Navi 2023、他）。

(11) その他催事、勉強会などへの協力

介護関連職種や地域住民、学生などに対して協賛展示会や勉強会の場を通じて協議会・UDF 情報を発信した。協議会に対して依頼のあったユニバーサルデザインフード講演やサンプル提供希望、催事への協賛は次のとおり。

【依頼講演・勉強会】

- ・愛国短期大学（江戸川区） 介護食セミナー
令和 4（2022）年 12 月 22 日（水）対応：キューピー（株）

【サンプル提供依頼】

- ・武藏野大学別科

介護福祉士養成課程生活支援技術の授業にて使用希望（西東京市、6・7 月）

【催事への協賛】

協議会へ以下の催事より協賛（後援）名義使用の要請があり了承した。

- ・第 2 回ファベックス中部 2022. 2022.7.20（水）～21（木）ポートメッセなごや（名古屋市）

- ・ 第 24 回ジャパン・インターナショナル・シーフードショー. 2022.8.24 (水) ~26(金) 東京ビッグサイト (江東区)
- ・ 第 10 回ファベックス関西 2022. 2022.9.7(水)~9(金) インテックス大阪 (大阪市)
- ・ 第 3 回 CareTEX 仙台 '22. 2022.9.14 (水) ~15 (木) 夢メッセみやぎ (仙台市)
- ・ フードシステムソリューション 2022.2022.9.28(水)~30(金) 東京ビッグサイト (江東区)
- ・ 第 5 回 CareTEX 福岡 '22. 2022.11.1 (火) ~2 (水) マリンメッセ福岡 (福岡市)
- ・ 第 7 回 CareTEX 大阪 '22. 2022.11.30(水)~12 月 2 (金) インテックス大阪 (大阪市)
- ・ 第 17 回 JA グループ国産農畜産物商談会. 2023.2.1 (水) ~2 (木) 都立産業貿易センター (港区)
- ・ 第 4 回 CareTEX 名古屋 '23. 2023.2.2 (木) ~3 (金) 吹上ホール (名古屋市)
- ・ 第 20 回シーフードショー大阪. 2023.2.21 (火) ~22 (水) ATC ホール (大阪市)
- ・ 第 9 回 CareTEX 東京 '23. 2023.3.22 (水) ~24(金) 東京ビッグサイト (江東区)
- ・ ファベックス東京 2023. 2023.4.12 (水) ~14 (金) 東京ビッグサイト (江東区)
- ・ ifia JAPAN 2023、HFE JAPAN 2023. 2023.5.17 (水) ~19 (金) 東京ビッグサイト (江東区)

2. 技術関連事業

令和 4 年度の技術委員会は、事業計画の基本方針に基づき、ユニバーサルデザインフードの普及を支える規格や科学的データの充実を図り、より分かりやすく、利用しやすいユニバーサルデザインフードにするための活動を行った。今年度は特にユニバーサルデザインフード自主規格を「第 4 版」に改訂し、UDF 拡張規格やアレルギー原因食品等のピクトグラムを新規収載した。これに伴い、自主規格解説書についても更新を行った。また、昨年度に引き続き 2 回目のフードスタディ勉強会を実施した。さらに、過年度からの実践女子大学との共同研究により UDF に関する論文の学会誌への掲載、および学会発表を行った。

(1) ユニバーサルデザインフード自主規格補完のための研究活動

ユニバーサルデザインフード自主規格の懸案事項の解決に向け、本年度は以下のテーマについての研究を、必要に応じて学術機関との連携をとりながら行った。これら研究の成果については、今後ガイドラインの発行や、自主規格や解説書の改訂を通じて協議会会員企業が等しく参照・共有できるようにし、これをもって各社が今後ユニバーサルデザインフード製品の一層の信頼性確保を行えるようにする。

1) 自主規格のブラッシュアップと UDF 品質向上のための取り組み

本会では、官能評価会の実施や UDF 登録申請方法の刷新、物性測定方法事例の作成など、これまでにも多くの UDF 品質向上のための取り組みを積極的に行ってきました。一方、近年では UDF 登録製品や会員企業数の増加も顕著であり、今後これまで以上に UDF の信頼性向上を図るための取り組みへの必要性が高まっている。

このような環境において、会員各社における品質管理方法や物性測定方法など、UDF の品質確認と信頼性確保に直結する部分において、新たな仕組み構築等について検討を開始した。

2) ユニバーサルデザインフード自主規格第 4 版および第 4 版解説書の発行

UDF 拡張規格ガイドライン、アレルギー原因食品および注意喚起ピクトグラムガイドラインの適用を受け、これらを収載したユニバーサルデザインフード自主規格として、新たに第 4 版ならびに第 4 版解説書を令和 4 (2022) 年 9 月 1 日付にて発行した。

(2) 学術強化事業

ユニバーサルデザインフードに対する技術性の向上には、会員各社担当者の本分野に対する理解と専門知識の取得が不可欠である。このため、本事業では開発担当者等のスキルアップを目的に、対内的な各種の学術的企画を計画、実施した。また、対外的なユニバーサルデザインフードに対する信頼性向上を図るには、有識者や関連職種へ UDF の有用性を伝達し理解を獲得していくことも不可欠である。このため、UDF に対するエビデンスを収集し、学術大会や学会誌等に対して UDF の特性に関する積極的なアピールを実施した。

1) UDF 拡張規格理解促進に資する活動の実施

同規格の適用開始を受け、昨年度まで、技術委員はじめ会員企業の同規格に関する理解を深めることを目的に、「UDF 拡張規格理解促進試食会」を開催し会員企業開発担当者や、専門家への UDF 拡張規格に対する理解を深めるよう努めた。

今年度は、利用者等に対する知を行うため、ユニバーサルデザインフードパンフレットおよびホームページに同規格についての説明を加え更新した。なお、UDF 拡張規格の特長を表現するため、区分表へも加筆を行った。

2) 共同研究の実施

過年度において、実践女子大学中川裕子准教授との共同研究により、ユニバーサルデザインフードにおける官能面および物性面での関連性の検証ならびに物性測定方法の検証をテーマに、それぞれの側面でのエビデンス収集を行った。この結果をまとめ、作成した原著論文を、昨年度日本摂食嚥下リハビリテーション学会誌へ投稿、今年度掲載が完了した。本件には、日本女子大学名誉教授・大越ひろ氏からもアドバイスを受けた。

- ユニバーサルデザインフードの官能評価と力学的特性による有用性の検証－主食について
(日摂食嚥下リハ会誌 26 (2) : 87-98, 2022)。

さらに、同内容を、第 28 回日本摂食嚥下リハビリテーション学会学術大会の一般演題に登録し、発表（口演）を行った。演者は論文同様、実践女子大学中川裕子准教授にお願いした。

この他、愛知学院大学牧野日和准教授との新規共同研究に着手した。本研究は、「学会分類 2021」と UDF との対比を容易にするための官能評価方法を検討し、これを論文化・投稿することで病院や施設の給食現場から、UDF 製品開発にまで役立てられるようなツールとして周知していくことを目的としている。

「学会分類 2021」は、病院や施設の給食現場で広く使用されている食事基準であるが、同分類の「他の分類との対応」には UDF との比較が記されているものの、同学会分類は定性的な基準採用しており、UDF の物性基準とは単純に比較しづらい。これは特に不均質な物性をもつ区分 1~2 について顕著なことから、給食現場での食事提供において課題となることがある。

これを受け、フードスタディ手法のご指導をいただいた牧野日和准教授の指導の下、病院・施設等で積極的な UDF の活用を促せるよう、さらには食品メーカーにおける製品開発の一助となるよう、区分 1~2 についての官能評価指標をあらたに作成・検討することとした。

3) 講演会・勉強会の実施

会員企業やユニバーサルデザインフードの発展に寄与するため、関連の深いテーマについて専門家や有識者を講師とした勉強会を実施した。

<専門家・有識者による特別講演会>

① 第 21 回定期総会付き特別講演会

7月 15 日（金） 吉田 貞夫 先生（ハイブリッド）

医療法人ちゅうざん会 ちゅうざん病院 副院長

金城大学 客員教授

演題：超高齢社会に活かしたい栄養のチカラ

② 第 2 回フードスタディ勉強会

12月 6 日（火） 牧野 日和 先生（ハイブリッド）

愛知学院大学 心身科学部 健康科学科 准教授

③ 令和 4 年度事業進捗状況報告会付き特別講演会

2月 3 日（金） 戸原 玄 先生（オンライン）

東京医科歯科大学 大学院医歯学総合研究科 医歯学専攻 老化制御学講座 摂食嚥下リハビリテーション学分野 教授

演題：摂食嚥下障害の評価と訓練の実際

④ 物性測定勉強会

5月 23 日(火) 渡邊 洋一 先生（オンライン）

株式会社山電 専務取締役

演題：ユニバーサルデザインフードなどの介護食の物性測定法研究

(3) 研究成果の外部への PR 活動

技術委員会で検討した研究テーマについては、その成果を学会一般演題への登録・発表および学会・学術誌等を通じて公表し、ユニバーサルデザインフードおよび本会の技術的活動面について関連組織、研究者、企業等へアピールすることも目的の一つとしている。

今年度は、過年度に実施した第 8 回 UDF 官能評価会で取り上げた内容について、取りまとめを行い「ユニバーサルデザインフードの官能評価と力学特性による有用性の検証-主食について-」のタイトルで日本摂食嚥下リハビリテーション学会誌への論文投稿（原著）を行った。この結果、同学会誌 2022 年第 2 号に掲載された。

なお、論文の執筆については、共同研究を実施している実践女子大学生活科学部食生活科学科准教授 中川裕子先生に依頼した。

また、本内容については、第 28 回日本摂食嚥下リハビリテーション学会学術大会の一般演題に登録し、発表を行った ((2) -2) にて既報)

(4) 容器包装に関する規格化の検討

容器包装研究会が中心となり、ユニバーサルデザインフードの容器包装に関して自主規格に掲載している設計配慮事項をより具体化する方向で検討を行っている。今年度は以下の事業を実施した。

1) UDF に資する容器包装に関する情報発信

同研究会所属の会員各社により、UDF に資する容器包装について食品メーカー会員に対する情報提供方法を検討。会員に対してメールマガジンのような仕組みを使ってこれを実施する見込み。

3. 組織強化事業

(1) 日本介護食品協議会発足 20 周年事業の実施

本会は平成 14（2002）年 4 月に設立し、本年（令和 4（2022）年 4 月 26 日に創立 20 周年を迎えた。今年度は、過年度より計画を行ってきた 20 周年に関する啓発事業を実施した。事業の計画・実施には、普及・技術正副委員長をはじめ、各委員会委員および委員 OB による 20 周年ワーキンググループを設置し対応した。

以下は、20 周年事業として実施した内容。

- ①20 周年ロゴマークと公式マスコットキャラクターの活用
- ②20 周年記念ホームページの公開運営
- ③①を活用したラッピングバス（都営バス）の運行
- ④20 年史の作成・発行

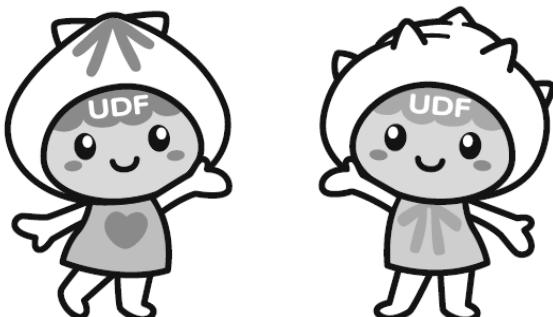
なお、①の 20 周年ロゴマークと公式マスコットキャラクターを本会が使用することに関連して、それぞれの著作者と著作権譲渡の覚書を交わしたことに加え、公式マスコットキャラクターの名称「かいごちゃん」、「ささえちゃん」についてはそれぞれ商標登録を行った。

(2) 公式キャラクターの利用について

普及委員会で審議を行い、公式キャラクター「かいごちゃん、ささえちゃん」を会員が活用するためのレギュレーションを作成した。希望ある場合は随時事務局まで。



20周年記念ロゴマーク



公式マスコットキャラクター かいごちゃん、ささえちゃん



ラッピングバスの運行（都バス）



20年史刊行

(3) 委員会等への所属意思再確認と新規登録希望受付について

本会では、総会や中間報告会等でも共有しているとおり、普及や技術の各委員会、容器包装研究会、委員会に関連するワーキンググループなどが主体となり、それぞれの課題に対して各委員の意見から必要な事業を計画・予算化し、遂行している。これら委員会等を構成する委員は、会員各社の意思を受けた担当社員の派遣をもって運営している。また、現在のところこれら委員の登録は、会員に対する義務や指名ではなく任意として受け付けている。

一方、近年では、委員として登録があるものの、委員会への出席がない、または出欠の意思が確認できないなどの例が散見されることから、一部の委員会によっては活動に支障をきたしかねない状況となっている（委員の引継ぎを重ねるうちに意識が希薄となっていく様子）。

そこで、このような状況の中、各社における現在の委員登録の意思を明確にするため、各委員長とも相談の上、タイミングをみてすべての委員登録をいったんリセットし、そのうえで会員各社へ各委員会等への所属意思についてあらためて申告を受けることとした。新規および再登録の委員については基本的に各委員会等へ出席いただくことを前提として検討をお願いすることとした。

また、現在、すべての委員会等の議事録については、既知の通り各委員等登録者の他、連絡担当者に対しても配信を行っているが（連絡担当者へは情報共有として無条件で配信）、今回の委員再登録・新規登録の案内を機会に、議事録のみの配信希望枠についても委員登録や連絡担当者とは別に設けることとした。

なお、委員会等への参加メリットについては、各社あるいは委員の意見を活動に反映することができる点、介護食品業界最新の情報収集が可能な点、会員企業相互の横のつながりが構築できる点、専門家等と直接会話する機会がある点などが上げられる。

委員会への登録（参加）については隨時可能であるため、積極的に活用ください。

日本介護食品協議会の委員会等

委員会等の名称	活動内容	主な登録属性
普及委員会	UDF の B to C への普及啓発活動（UDF の日を活用した事業、年間を通じた UDF 啓発活動、UDF 利用状況調査、在宅向け資料作成等）	営業部門等（市販）
業務用 WG	UDF の B to B への普及啓発活動（催事への出展、専門職セミナー計画、専門職向け資料作成など）	営業部門等（業務用）
技術委員会	UDF の自主規格の管理。品質管理手法、物性測定方法、勉強会・講演会設定、学術機関との共同研究（テーマごと WG）	商品開発・企画、品質管理等
容器包装研究会	UDF に資する容器包装に関する規格の設定（表示等 UD 性の研究）	容器包装メーカー
議事録のみ配信希望※	すべての委員会等の議事録を配信	希望者

※連絡担当者および登録委員にはすべての委員会等の議事録を必須で配信

＊＊複数の委員会等への登録も可能

4. 調査事業

(1) 生産統計調査の実施

ユニバーサルデザインフードの統計調査を本年度も引き続き実施した（結果は21頁）。

調査は下記の項目について行った。

- ① 調査対象 本会会員が製造・販売する製品
- ② 調査期間 令和4(2022)年暦年年計
- ③ 調査項目 生産（出荷）金額（単位：百万円）及び生産数量（単位：kg）
- ④ 調査区分
 - ・区分別（容易にかめる～かまなくてよい、とろみ調整食品）
 - ・形態別（乾燥、冷凍、常温）
 - ・販売方法別（業務用または市販用）
- ⑤ 調査対象者 会員企業であって製造もしくは販売者

*本調査結果については6月1日付でプレスリリース済み。

5. その他事業

(1) ユニバーサルデザインフードの登録

令和5(2023)年5月末日現在の製品登録件数は2,224品目（前年同期2,214品目）で、内訳は以下の通りである。なお、登録に際しては自社における物性測定値の報告及び製品版下等の提出を義務付けており、事務局にて審査後、基準に合致している製品について受理番号を通知している。

	区分1 容易にかめる	区分2 歯ぐきで つぶせる	区分3 舌でつぶせる	区分4 かまなくて よい	とろみ 調整	UDF 拡 張規 格	合計
乾燥食品	0	11	8	7	88	4	118
冷凍食品	336	261	782	22	0	0	1,401
常温食品	254	60	226	163	2	0	705
合計	590	332	1,016	192	90	4	2,224



ユニバーサルデザインフード生産統計

日本介護食品協議会

		令和元(2019)年		令和2(2020)年		令和3(2021)年		令和4(2022)年		
		数量(トン)	金額(百万円)	数量(トン)	金額(百万円)	数量(トン)	金額(百万円)	数量(トン)	金額(百万円)	
区分	1	容易にかめる	35,664	16,026	54,381	22,351	53,424	22,460	48,838	23,295
	2	歯ぐきでつぶせる	6,294	4,631	5,953	4,622	5,387	4,368	6,472	4,902
	3	舌でつぶせる	8,515	9,025	8,848	9,499	9,338	10,234	9,972	11,355
	4	かまなくてよい	4,050	4,321	4,627	4,971	5,255	5,636	6,600	6,502
とろみ		3,864	9,040	3,956	9,434	4,056	9,714	2,061	4,664	
合計		58,387	43,044	77,766	50,877	77,460	52,412	73,943	50,718	
タイプ別	乾燥	3,899	9,347	4,091	9,912	4,175	10,114	2,227	5,222	
	冷凍	16,887	14,903	15,963	14,663	16,309	15,313	19,405	17,533	
	常温	37,601	18,793	57,712	26,302	56,976	26,985	52,311	27,964	
合計		58,387	43,044	77,766	50,877	77,460	52,412	73,943	50,718	
販売先別	市販	34,488	19,732	54,085	26,933	52,723	27,031	45,622	23,091	
	業務	23,899	23,312	23,680	23,944	24,737	25,381	28,321	27,628	
合計		58,387	43,044	77,766	50,877	77,460	52,412	73,943	50,718	

※暦年集計

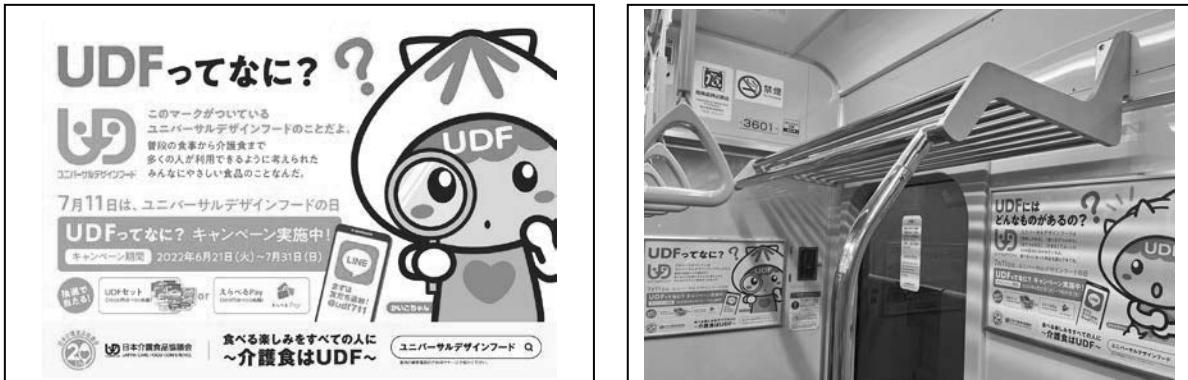
※金額は出荷ベース

ユニバーサルデザインフード令和4(2022)年生産量・金額前年対比

		令和4(2022)年		令和3(2021)年		22/21年対比		22/20年対比		
		数量(トン)	金額(百万円)	数量(トン)	金額(百万円)	数量(%)	金額(%)	数量(%)	金額(%)	
区分	1	容易にかめる	48,838	23,295	53,424	22,460	91.4	103.7	89.8	104.2
	2	歯ぐきでつぶせる	6,472	4,902	5,387	4,368	120.1	112.2	108.7	106.0
	3	舌でつぶせる	9,972	11,355	9,338	10,234	106.8	111.0	112.7	119.5
	4	かまなくてよい	6,600	6,502	5,255	5,636	125.6	115.4	142.6	130.8
とろみ		2,061	4,664	4,056	9,714	50.8	48.0	52.1	49.4	
合計		73,943	50,718	77,460	52,412	95.5	96.8	95.1	99.7	
タイプ別	乾燥	2,227	5,222	4,175	10,114	53.4	51.6	54.4	52.7	
	冷凍	19,405	17,533	16,309	15,313	119.0	114.5	121.6	119.6	
	常温	52,311	27,964	56,976	26,985	91.8	103.6	90.6	106.3	
合計		73,943	50,718	77,460	52,412	95.5	96.8	95.1	99.7	
販売先別	市販	45,622	23,091	52,723	27,031	86.5	85.4	84.4	85.7	
	業務	28,321	27,628	24,737	25,381	114.5	108.9	119.6	115.4	
合計		73,943	50,718	77,460	52,412	95.5	96.8	95.1	99.7	

※本統計は日本介護食品協議会会員企業の「ユニバーサルデザインフード」生産統計です。介護食品全体の市場規模を表すものではありません。

「7月11日 UDFの日」小田急線ドア横ポスター展開



第28回日本摂食嚥下リハビリテーション学会（2022.8.23、24 幕張メッセ）



メディケアフーズ展 2023（2023.2.8～10

東京ビッグサイト）



JSPEN 2023（2023.5.9～10 神戸国際展示場）



令和4年度収支計算書

令和4（2022）年6月1日から 令和5（2023）年5月31日まで

日本介護食品協議会

<収入の部>

単位：円

科 目	予 算	決 算	対比増減		備 考
I. 入会金収入					
入会金	250,000	200,000	減	50,000	
II. 会費収入					
会費	34,200,000	33,120,000	減	1,080,000	
III. 雑収入					
雑収入	10,000	127	減	9,873	
IV. 前期繰越金	14,899,517	14,899,517		0	
合 計	49,359,517	48,219,644	減	1,139,873	

<支出の部>

科 目	予 算	決 算	対比増減		備 考
I. 事業費					
普及活動費	21,150,000	21,660,977	増	510,977	
技術調査費	8,400,000	4,488,114	減	3,911,886	
20周年事業費	6,000,000	7,165,180	増	1,165,180	
小 計	35,550,000	33,314,271	減	2,235,729	
II. 管理費					
会議費	2,000,000	1,689,033	減	310,967	
旅費交通費	300,000	177,720	減	122,280	
通信費	400,000	354,331	減	45,669	
印刷消耗品費	50,000	35,310	減	14,690	
涉外費	150,000	236,720	増	86,720	
事務協力費	6,600,000	6,600,000		0	
団体負担金	1,050,000	1,050,000		0	
雑費	50,000	22,533	減	27,467	
小 計	10,600,000	10,165,647	減	434,353	
III. 予備費					
予備費	3,209,517	0	減	3,209,517	
合 計	49,359,517	43,479,918	減	5,879,599	

当期収支差額 4,739,726 円

貸借対照表

令和5（2023）年5月31日現在

日本介護食品協議会

単位：円

資産の部		負債の部	
科目	金額	科目	金額
現金	120,780	剩余金	4,739,726
普通預金	4,618,946		
合計	4,739,726	合計	4,739,726

損益計算書

令和4（2022）年6月1日から 令和5（2023）年5月31日まで

日本介護食品協議会

単位：円

支出の部		収入の部	
科目	金額	科目	金額
諸経費	43,479,918	入会金	200,000
剩余金	4,739,726	会費	33,120,000
		雑収入	127
		前期繰越金	14,899,517
合計	48,219,644	合計	48,219,644

財産目録

令和5(2023)年5月31日現在

日本介護食品協議会

単位：円

科 目	金 額	摘 要
資 産 の 部		
現 金	120,780	
普通預金	4,618,946	三井住友銀行丸ノ内支店
合 計	4,739,726	
負 債 の 部	0	
正 味 財 産	4,739,726	

以上の通りであります。

令和5(2023)年7月14日

会 長	森 佳光
副会長	大石 昇吾
理 事	林 和弘
同	吉田 修
同	大龜淳一郎
同	内田真帆子
同	上良 裕巳
同	竹内 豊
同	黒田 賢
同	星 正弘
同	栗田 晋吾

以上各項目について監査を遂げ、その正確なことを証明します。

令和5(2023)年6月26日

監 事 奥川 洋二

同 濱崎日出男

令 和 5 年 度 事 業 計 画

令和5（2023）年度事業計画

1. 普及啓発事業

基本方針

一般消費者および栄養士・管理栄養士、訪問看護師、言語聴覚士、ケアマネージャーなど各関連職種に対して、ユニバーサルデザインフードおよび本会の周知徹底を図る。

昨年度に引き続き「UDF（ユニバーサルデザインフード）の日」等記念日を活用した事業、都営地下鉄線や都バスによる年間を通じた交通広告、SNSを活用した事業等を実施し、介護従事者並びに在宅方面への情報伝達を積極的に進める。

ホームページやパンフレット等の啓発ツールについて掲載情報の更新などを継続する。これらを催事等の機会に配布・活用し一層のUDF普及啓発を進める。

（1）記念日を介した普及活動について

「7月11日はUDF（ユニバーサルデザインフード）の日」や「11月11日は介護の日」を契機とした普及活動を実施する。

本会ホームページを活用した「UDFプレゼントキャンペーン」として、「UDFの日」および「介護の日」を契機としたそれぞれおよそ1か月間のUDF啓発事業を計画している。前年度に引き続き、対象を在宅介護者層のみならず、将来の需要を見込んだ幅広い世代とし、生活者全般への認知率の底上げを図ることを目的とした施策を実施する。

1) 実施手法

プレゼントキャンペーンの賞品として「UDF 製品詰め合わせ（会員企業協賛）」に加えて、昨年度初めて導入した「電子ギフト（PayPayやAmazonなどで使える500ポイント分）」を引き続き活用し、応募方法には応募者がその場で当り・はずれを確認できる方式（インスタントワイン方式）を採用して実施する。昨年度、本施策を導入した結果、応募者数は前年対比236%の大幅増となったことから、これらの手法を継続することで本年度についても応募者数の増加によるUDFの一層の周知を見込む。

対象者層については、30歳代～50歳代を中心に幅広い年代の応募を見込む。

2) インターネットツールを活用した誘導

「UDFの日」および「介護の日」を契機に、本会ホームページにて展開するUDFプレゼントキャンペーンと連動させた啓発活動として、インターネットツール（SNS（Instagram、LINE等））を介した応募手順の構築やターゲティング広告等を実施し、UDFに対して関心の高いと思われる層を本キャ

ンペーンへ誘導する。

① LINE 認証システムの活用

本会公式ラインへの友だち登録を応募条件として組み込む。このことで、本会 LINE の友だち数の増加も併せて図っていく。

② ターゲティング広告

消費者の検索ワードや検索履歴に紐づけ、「UDF の日」、「介護の日」各キャンペーンの告知を行うバナーを掲出し、UDF 啓発やキャンペーンへの誘導を行う(Google および SNS(Facebook, Instagram, LINE)を使用)。

③ プレスリリース配信

本キャンペーンのプレスリリースを、プレスリリース配信ツールを使って配信し、より多くのメディア(Web、雑誌などの媒体)に本取り組みについて記事の掲載を促していく。

3) 交通広告を活用した「UDF の日」啓発とキャンペーン誘導

幅広い世代への「UDF の日」啓発と「UDF の日キャンペーン」への応募者誘導を目的に、今年度についても交通広告を活用した施策を実施する。

① 使用媒体：電車内ドア横ポスター

東武線（伊勢崎線）半藏門線直通（250 枚掲出）

② 実施日：UDF の日（7月 11 日）を含む 1か月間

③ 延べ広告接触者数見込：およそ 3,085 万人

④ 実施内容：「UDF の日キャンペーン」への応募誘導を図る内容を掲載

(2) ユニバーサルデザインフードの年間を通じた啓発活動について

UDF ならびに「7月 11 日 UDF の日」を啓発するため、年間を通じて下記施策を実施する。

1) 都営地下鉄ヘルプマーク・タイアップ広告および都バスラッピング広告
幅広い世代へのユニバーサルデザインフードの啓発を目的に、都営地下鉄優先席（妻面）に掲出される「ヘルプマーク啓発広告」との相乗り広告および、都営バスヘラッピング広告を施し、UDF 啓発を実施する。

① 使用媒体：都営新宿線 28 編成中 1 編成分の 10 車両および都営バス（巣鴨営業所管内）1 台を使用（乗降者数や乗り入れ距離からこれら路線を選択。新宿線では、各車両の優先席妻面部分 1 か所、合計 9 か所にポスター掲出、都営バスにおいてはいわゆる「ラッピングバス」として車両全体（左右、後部）に UDF マークや公式キャラクタをあしらったデザインを施す）。

*都営新宿線は 5 年目、都バスは 2 年目の継続実施。

*都バスラッピング広告については、20 周年事業としての実施分を継続。

② 実施期間：1 年間（令和 5（2023）年 4 月より運行開始）

2) LINE を用いた UDF 啓発活動

生活者の間で広く利用されている SNS ツールより LINE を選択し、一昨年度より本会公式 LINE の運用を開始した。本年度もこれを用いて UDF の啓発を見込んだ情報発信を継続実施する。本ツールについては、家族間での連絡ツールとしても一般的に利用されていることから、介護の情報に対しても親和性のあるツールと見込んでいる。

- ① 使用媒体：LINE*に開設した本会公式アカウント
(*スマートフォン等で使用するアプリケーションツール)
- ② 実施期間：1年間（継続実施）
- ③ 実施内容：キャンペーン告知、UDF に関する情報提供等（会員各社製品、介護に関する食事の調理やレシピ等の情報配信を計画中。隔週で情報提供を行っていく）
- ④ 効果測定：情報配信者数（友だち）の獲得を目的とし、これらを増加させる（5月末現在約 2,576 人）

（3）訪問看護ステーションを通じた在宅介護世帯への UDF 啓発活動

昨年度実施した訪問看護ステーションに対する調査結果から、訪問看護を利用する在宅介護世帯に対して、訪問看護師を介した食支援や指導などが日常的に行われていることがわかった。このことから、何らかの施策を講じることによりこれら職種を通じた、在宅への UDF 活用提案機会の増加が期待できる。

そこで、今年度は、在宅への UDF 情報伝達の鍵となる職種として見込まれる訪問看護師に対して、下記のような施策を実施し UDF を啓発する。

1) Web セミナーの実施

訪問看護師に影響力の高い講師を選択し、Web セミナーを実施。訪問看護ステーションに対して同セミナーへの聴講（活用）を呼び掛ける（同 Web セミナーは一定期間アーカイブ配信を実施する見込み）。

2) UDF サンプリングの実施

訪問看護ステーションに対して、UDF サンプルの活用を案内。意欲のある同ステーションを選抜し、訪問先への UDF 製品のサンプリングを依頼する。同時に、活用状況等についてアンケート調査等を実施し、効果検証を行うことで今後の活動方向性を確認していく。

（4）ホームページの活用

必要に応じた掲載内容の更新および、（1）（2）事業から閲覧者の誘導を図るなど、ホームページを介した一層のユニバーサルデザインフレームの認知向上に努める。

1) 各ターゲット層への有効な情報発信

- ① 「日本介護食品協議会について」など必要に応じた掲載内容の更新。
- ② 「商品のご案内」ページを活用し、新商品等の情報を積極的に掲載し充

実を図る（UDF申請登録システムとの連携を図り、申請製品を漏れなく掲載できるよう努める）。

- ③ 施設従事者向けページ（業務用）の更新を継続し内容を充実させる。
- ④ 「リンク集」について、関係団体等への相互リンク掲載の整理・掲載数の拡大を図る。
- ⑤ 組織強化事業の一環として、「缶詰時報」掲載の「日本介護食品協議会コーナー」をホームページに掲載し、関連企業へ情報を発信する。

2) キャンペーンの実施

一般消費者のユニバーサルデザインフード認知機会の増大を目的に、「プレゼントキャンペーン」を実施する。昨年度同様、年間2回実施し閲覧者（利用者）の誘導を図る。

- ① 「UDFの日」記念プレゼントキャンペーン（6～7月）
- ② 「介護の日」プレゼントキャンペーン（10月～11月）

利用者やその家族等を応募者に見込み、ユニバーサルデザインフードサンプルやパンフレット、小冊子等をプレゼントする。賞品として会員企業の協力により、ユニバーサルデザインフード商品サンプルセットを計100名分用意するほか、本会が実施するキャンペーンへの一層の関心喚起を見込み、500円相当のデジタルギフト券も賞品に含め実施する。

（5）ツールを利用した積極的啓発活動の実施

1) 本会パンフレットの等啓発資料の新規作成・更新・配布

市販から業務用の各利用者へ周知を行うための資料の作成等を行う。本会パンフレットや「食べる力のサポートブック」など既存パンフレット等を必要に応じて改訂・増刷し、学会・展示会・勉強会などを通じた配布により積極的に情報発信を行い、ユニバーサルデザインフードの一層の周知を図る。

2) 管理栄養士など専門職への情報伝達

① 業務用ワーキンググループの活動

介護施設に従事する管理栄養士・栄養士等専門職に対して学会や催事、調査資料を通じて施設等でのUDF活用によるメリット（省力化、コストカットなど）を伝え、業務用での一層の活用を啓発する。今年度は、学会・催事へ出展し、過年度に作成した「災害時UDF活用サポートブック」の内容等を引き続き啓発することを見込んでいる。

② 在宅方面へのユニバーサルデザインフードの啓発・浸透

本件は本会設立以来の課題となっている。在宅被介護者への接触機会の多い職種として、訪問歯科医師、訪問歯科衛生士、訪問栄養士等を取り上げ、これら職種へのユニバーサルデザインフードに対する理解を一層深めながら、在宅方面への啓発・浸透を目指した活動の継続実施を検討する。

今年度は、昨年度作成した在宅でのUDF活用フローチャート（改訂版）

を、訪問看護師に対する啓発活動（事業（3）に記載）に活用し、在宅現場でのUDF紹介ツールとして活用を促していく。

3) 「缶詰時報」の活用

「缶詰時報・日本介護食品協議会コーナー」にて日本缶詰びん詰レトルト食品協会会員企業等に対して、本会活動およびユニバーサルデザインフードの一層の認知を図る。

4) プレスリリースの配信

本会活動とユニバーサルデザインフードの一層の周知および会員企業増加に資することを目的に、加工食品業界および一般新聞等各種メディアに対して、積極的に本会の活動状況やUDF生産統計情報など本業界関連の情報提供を行う。さらに、会員企業の発行するプレスリリースも活用し、これら情報提供機会の増大を図る。

（6）学会・展示会等への積極的参加

本年度は、一般消費者をはじめ、管理栄養士・栄養士、訪問看護師、言語聴覚士等の関連職種へのさらなる啓発を目的に、下記の催事に出展する。

1) 第29回 日本摂食嚥下リハビリテーション学会学術大会

期日 令和5（2023）年9月2日（土）・3日（日）

会場 パシフィコ横浜ノース（横浜市）

参加内容 企業展示に出展し、専門職種に対するUDF商品の紹介、パンフレットの配布等を実施する。

2) 第5回最期まで口か食べられる街づくりフォーラム全国大会

期日 令和5（2023）年9月17日（日）

会場 東京富士大学（新宿区）

参加内容 ユニバーサルデザインフード商品の紹介、パンフレットの配布、UDF製品の試食等を実施する。

3) 第39回日本臨床栄養代謝学会学術集会（JSPEN 2024）

期日 令和6（2024）年2月15日（木）～16日（金）

会場 パシフィコ横浜ノース（横浜市）

参加内容 企業展示に出展し、専門職種に対するUDF商品の紹介、パンフレットの配布等を実施する。

4) メディケアフーズ展 2024

期日 令和6（2024）年2月20日（火）～22日（木）

会場 東京国際展示場（江東区）

参加内容 企業展示に出展し、パンフレット、サンプル等の配布、UDF製品の試食を行う。他、セミナーを実施して栄養士等の専門職に対して効果的な啓発を行う。

この他、必要に応じて他催事等への出展・協力を検討する。

(7) 地域開催勉強会等への参加・協力

ケアマネージャーや介護士、ヘルパーなどの介護関連職種や、大学等研究機関、社会福祉協議会等からの勉強会開催や資料・サンプル提供などの依頼を通じて、多方面へユニバーサルデザインフードの情報の発信を継続していく。

2. 技術関連事業

基本方針

ユニバーサルデザインフードの普及を支える規格や科学的データの充実を図り、分かりやすく、利用しやすいユニバーサルデザインフードにする。

また、産学におけるユニバーサルデザインフードの研究を引き続き実施しながら本業界でのユニバーサルデザインフードの価値を一層高めるよう努める。

(1) ユニバーサルデザインフード自主規格補完のための研究活動

ユニバーサルデザインフード自主規格の懸案事項の解決に向け、本年度は以下のテーマについての研究を、必要に応じて学術機関や有識者等と連携を図りながら行う。これら研究の成果については、本会会員企業が等しく参照・共有できるような形をもって作成し、今後、会員各社がこれを利用することで、ユニバーサルデザインフード製品の一層の信頼性を確保していく。

・ 自主規格のプラッシュアップと UDF 品質向上のための取り組み

本会では、官能評価会の実施や UDF 登録申請方法の刷新、物性測定方法事例の作成など、これまでにも多くの UDF 品質向上のための取り組みを積極的に行ってきました。一方、近年では UDF 登録製品や会員企業数の増加も顕著であり、今後これまで以上に UDF の信頼性向上を図るための取り組みへの必要性が高まっている。

このような環境において、会員各社における品質管理方法や物性測定方法など、UDF の品質確認と信頼性確保に直結する部分において、新たな仕組み構築の検討を行う。本件については、UDF 信頼性向上ワーキンググループにより検討を行っていく。

(2) 学術強化事業

ユニバーサルデザインフードに対する技術性の向上には、会員各社担当者の本分野に対する理解と専門知識の取得が不可欠である。このため、本事業では開発担当者等のスキルアップを目的に、対内的な各種の学術的企画を計画、実施する。また、対外的なユニバーサルデザインフードに対する信頼性向上を図るには、有識者や関連職種へ UDF の有用性を伝達し理解を獲得していくことが不可欠である。このため、UDF に対するエビデンスを収集し、学術大会や学会誌等に対して UDF の特性に関する積極的なアピールを実施していく。

さらに、これらの目的に資するため、当該分野の専門家や有識者との関係の

構築・維持・強化を図る。

この趣旨から以下の事業を本事業に包括して実施する。

1) 共同研究の実施

昨年度実施したフードスタディ勉強会を契機に、愛知学院大学との共同研究を実施する。同学准教授牧野日和氏の指導により、UDF区分の官能的面での評価方法を確立する。これにより、UDFと学会分類との親和性を高めると同時に、給食現場でのUDF活用の動機を高めていくことを目的とする。最終的には、本研究で得たエビデンスについて論文にまとめ、学会誌へ投稿する。

また、実践女子大学との共同研究を継続する。同学准教授中川裕子氏とともに、ユニバーサルデザインフードにおける官能面および物性面での関連性の検証ならびに物性測定方法の検証について深めていく見込み。

この他にも、UDFの優位性、有用性を検証するため、関係の深い大学や研究機関との共同研究を計画・実施する。

本件については、技術情報発信ワーキンググループが検討を行う。

2) 勉強会等の実施

会員企業やユニバーサルデザインフードの発展に寄与するため、関連の深いテーマについて専門家や有識者を講師とした勉強会を計画・実施する。

昨年度に引き続き、素材メーカー等による勉強会やフードスタディ勉強会、物性測定勉強会、中間報告会に合わせた講演会、官能評価会などの開催を見込んでいる。

本件については、スキルアップWGが検討を行う。

(3) 研究成果等の外部へのPR活動

技術委員会で検討した研究テーマについて、その成果を学会大会や学会誌、学術誌等を通じて発表し、ユニバーサルデザインフードおよび本会の技術的活動面について関連組織、研究者、企業等へアピールする。今年度は、(2)-1)共同研究事業の成果について、愛知学院大学・牧野日和氏に論文作成を依頼し、学会誌への投稿を見込んでいる。

(4) 容器包装に関する規格化の検討

設計配慮事項となっているユニバーサルデザインフード容器包装について、具体的な容器要求性能の内容及び規格化の可能性を検討する。

今年度は、容器包装研究会として食品メーカーに対する提供情報を精査し、UDFに資する容器包装について定期的な発信を行うための環境(ツール)を整備していく。具体的には、会員企業に対するメールマガジン配信を検討中。

その他、食品メーカーや利用者に有用な容器包装に関する事業を検討する。

(5) 総会時特別講演会の開催

各社の商品開発や懸案事項解決など、会員各位の意識向上やさらなる知識の習得に資することを目的に、ユニバーサルデザインフードに関連する領域をテ

ーマとして、医科、歯科、学術機関等の第一人者を招聘し、本会会員を対象に講演会を開催する。

本年度は第 22 回定期総会に日程をあわせ、元・カムリエ*店長、志水香代氏、ならびにカムリエを企画した株式会社ジーシーより岡田淳一氏に講師を依頼し介護食品業界として役立つ最新情報を提供いただく。

* 介護食対応のケーキや食品、食器類、口腔ケア用品などの販売や管理栄養士による介護食料理教室を開催（2021 年 9 月閉店）

3. 調査事業

ユニバーサルデザインフードの生産統計や認知度調査など、普及活動等への活用並びに会員への情報共有および対外的な説明資料とできるような調査について実施を検討する。今年度は以下の調査を実施する。

(1) 生産統計調査の実施

平成 15 (2003) 年度から開始したユニバーサルデザインフードの生産実績調査を本年度も引き続き実施する。

(2) UDF・ところみ調整食品利用実態調査の実施

UDF の購買・利用実態を把握することで、会員各社のマーケティング活動への基礎データとする目的とし、かつ UDF 利用者・非利用者に対する啓発活動を検討するための資料とするべく平成 27 (2015) 年より隔年で実施している同調査（5 回目）を継続実施する。

(3) その他ユニバーサルデザインフードに関する調査の実施

必要に応じてユニバーサルデザインフードの認知度や利用状況について調査を検討する。

4. 組織強化事業

本事業は、日本介護食品協議会の存在ならびに、「ユニバーサルデザインフード」について、多くの関係企業に向けて積極的に情報伝達することにより、さらに会員企業を獲得し一層の組織強化を図ることを目的に設定した。

本事業は組織強化委員会が活動方針を立案・統括し、具体的事業については普及啓発、技術関連事業に包含させ実施する。

今年度は、昨年度に引き続き、介護食品業界における新規・更新情報についての精査（関係団体との情報交換）、並びに本会の活動方針等の確認・決定について、理事会とも連携しながら協議し、事業を行っていく。

■ UDF ロゴマーク等の商標登録更新

UDF ロゴマーク等の商標は、平成 15 (2003) 7 月 11 日に登録が完了している。現在では、登録日の同日を「UDF の日」記念日として UDF を啓発する契機として活用している。

今年度は UDF マークの登録から 20 年となるが、同日にて商標権の満了を迎える。

そこで、本会では、これらの商標権を更新することとした。更新期間は向こう 10 年間とする。

今般更新する商標は下記のとおり。

(1) 商 標：「ユニバーサルデザインフード」

登録番号：第 4690388 号

登録日：平成 15 (2003) 年 7 月 11 日

指定商品及び役務の区分：第 5 類、第 29 類、第 30 類、第 32 類

(2) 商 標：「」
ユニバーサルデザインフード

登録番号：第 4690579 号

登録日：平成 15 (2003) 年 7 月 11 日

指定商品及び役務の区分：第 5 類、第 29 類、第 30 類、第 32 類

(3) 商 標：「」
ユニバーサルデザインフード

登録番号：第 4690616 号

登録日：平成 15 (2003) 年 7 月 11 日

指定商品及び役務の区分：第 16 類、第 35 類、第 43 類

5. その他の事業

関連する省庁に対して、介護食品に関する情報等の提供を行うなど、産業界として協力をしていく。

令和5年度収支予算書

令和5（2023）年6月1日から 令和6（2024）年5月31日まで

日本介護食品協議会

<収入の部>

単位：円

科 目	本年度予算	前年度予算	対比増減		摘要
I . 前期繰越金	4,739,726	14,899,517	減	10,159,791	
II . 入会金収入				0	
入会金	250,000	250,000		0	
III . 会費収入				0	
会費	34,200,000	34,200,000		0	
IV . 雑収入					
雑収入	10,000	10,000		0	
合 計	39,199,726	49,359,517	減	10,159,791	

<支出の部>

科 目	本年度予算	前年度予算	対比増減		摘要
I . 事業費					
普及活動費	21,550,000	21,150,000	増	400,000	
技術調査費	4,900,000	8,400,000	減	3,500,000	
20周年事業費	0	6,000,000	減	6,000,000	
小計	26,450,000	35,550,000	減	9,100,000	
II . 管理費					
会議費	2,000,000	2,000,000		0	
旅費交通費	300,000	300,000		0	
通信費	400,000	400,000		0	
印刷消耗品費	50,000	50,000		0	
涉外費	150,000	150,000		0	
事務協力費	6,600,000	6,600,000		0	
団体負担金	1,050,000	1,050,000		0	
雑費	50,000	50,000		0	
小計	10,600,000	10,600,000		0	
III . 予備費					
予備費	2,149,726	3,209,517	減	1,059,791	
合 計	39,199,726	49,359,517	減	10,159,791	

令和5（2023）年度会費等の賦課徴収方法

本会の会費等は下記により徴収する。

記

1. 会費及び入会金の額

- 1) 会費：会員1社につき 年 360,000円とする。
- 2) 新規加入会員の入会金：1社につき 50,000円とする。

2. 徴収方法

事業年度当初に全額徴収する。

新規加入会員については、加入の際に会費並びに入会金の全額を徴収する。ただし加入時点において当該事業年度の1/2以上の期間を過ぎている場合は、加入年度の会費の額の1/2を免除する。

以上

日本介護食品協議会 役員名簿

会長 森 佳光 (キユーピー株式会社 執行役員 広報担当
兼 グループ総務統括 および 深谷テラスプロジェクト担当)

副会長 大石 昇吾 (株式会社明治 執行役員
グローバルニュートリション事業本部 本部長)

(新任) 理事 船橋 亘 (アサヒグループ食品株式会社 執行役員
コンシューマ事業本部副本部長)

" 吉田 修 (東洋製罐株式会社 営業機能 販売第二部長)

" 大亀淳一郎 (日清オイリオグループ株式会社
食品事業本部 ウエルネス食品事業戦略部長)

" 内田真帆子 (日東ベスト株式会社 取締役専務執行役員 開発本部長)

" 上良 裕巳 (ハウスギャバン(株) ソリューション本部
ケアフード事業部長)

" 竹内 豊 (株式会社フードケア 代表取締役)

" 黒田 賢 (ヘルシーフード株式会社 代表取締役)

" 星 正弘 (ホリカフーズ株式会社 常務取締役 総務部長)

" 栗田 晋吾 (株式会社ヤヨイサンフーズ 取締役 営業本部長)

(新任) 監事 松浦 学 (アヲハタ株式会社 広報室 室長)

" 濱崎日出男 (マルハニチロ株式会社 食材流通ユニット
メディケア・コントラクト営業部 部長)

(会社名 50 音順)