



7月11日はUDF（ユニバーサルデザインフード）の日

「介護にまつわる意識調査」結果報告

感染対策に高い意識を保ちつつ“家事疲れ”の側面も
日持ちする「食事タイプの市販用介護食」の利用が大きく伸長

キューピー株式会社

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長執行役員：長南 収、以下キューピー）は、7月11日の「UDF（ユニバーサルデザインフード）^{※1}の日^{※2}」に向けて「介護にまつわる意識調査」の結果を公表します。

本調査は、「食べやすさに配慮した食事」を準備する人（介護の担い手）を対象に、在宅における介護の実態を調査・分析することで、介護の不安解消や課題解決に向けた提案につなげることを目的としています。2017年から開始し、5回目となる今回は「コロナ禍の変化」を中心に調査を行い、昨年11月に報告した4回目の調査^{※3}結果と照らし合わせて分析しました。

<サマリー>

- ・運動量は減少するも、コロナの長期化で自己防衛意識は高まる傾向に
- ・感染対策に高い意識を保ちつつ、“家事疲れ”の側面も
- ・日持ちする「食事タイプの市販用介護食」の利用が大きく伸長

■調査方法の概要

調査手法：アンケート調査（WEB 回答）

調査期間：2021年3月1日（月）～4月8日（木）

調査対象：キューピー「やさしい献立」キャンペーンにご応募いただいた全国の男女計 2,101 人のうち、喫食対象者が配偶者・親・おじおば・祖父母などの高齢者で「食べやすさに配慮した食事」を食べている 712 人

※1 UDF（ユニバーサルデザインフード）：日常の食事から介護食まで幅広くお使いいただける、食べやすさに配慮した食品のこと。かむ力や飲み込む力に応じた4区分（「容易にかめる」、「歯ぐきでつぶせる」、「舌でつぶせる」、「かまなくてよい」と「とろみ調整」で構成（日本介護食品協議会が定めた自主規格）。

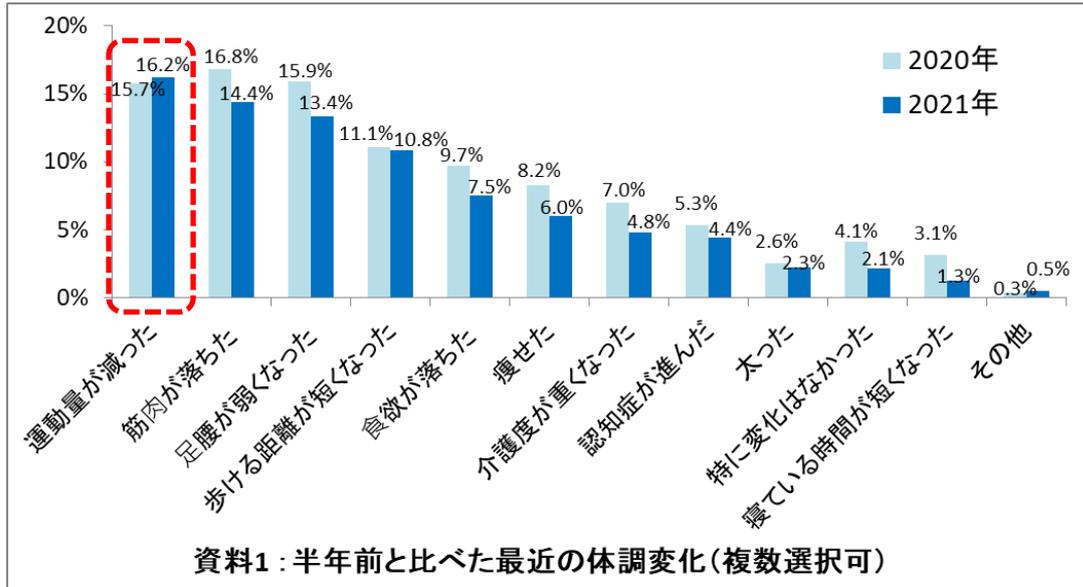
※2 UDFの日：2003年7月11日に「UDF（ユニバーサルデザインフード）」の名称と「UDF ロゴマーク」が商標登録を受けたことにちなんで、7月11日を「UDFの日」に制定。

※3 [キューピーアヲハタニュース 2020 No.88](#) 参照

■調査結果の概要

運動量は減少するも、コロナの長期化で自己防衛意識は高まる傾向に

「半年前と比べた最近の体調変化」（複数選択可）について尋ねたところ、「運動量が減った」（16.2%）が最も多い結果となりました（資料1）。一方、「筋肉が落ちた」（14.4%）、「足腰が弱くなった」（13.4%）、「歩ける距離が短くなった」（10.8%）、「食欲が落ちた」（7.5%）、「痩せた」（6.0%）など、具体的に身体の変化を感じている割合は2020年に比べて低くなりました。新型コロナの影響による自粛生活が長期化する中、運動の機会は減りながらも健康に気を使うなど、自己防衛の意識が昨年よりも高まっていると推察されます。



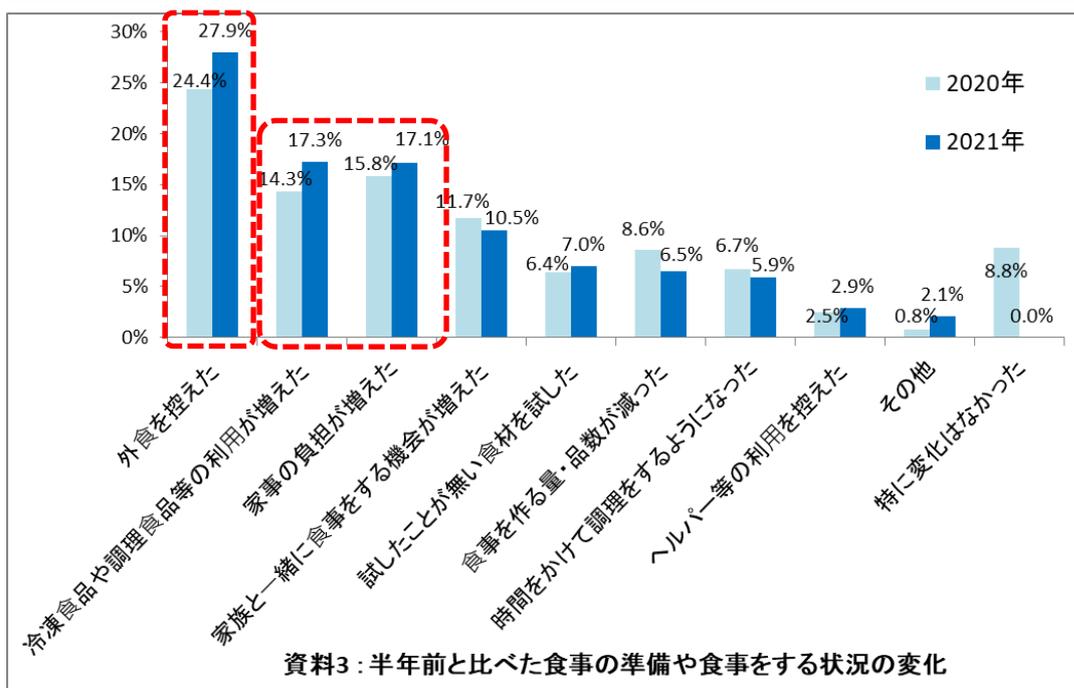
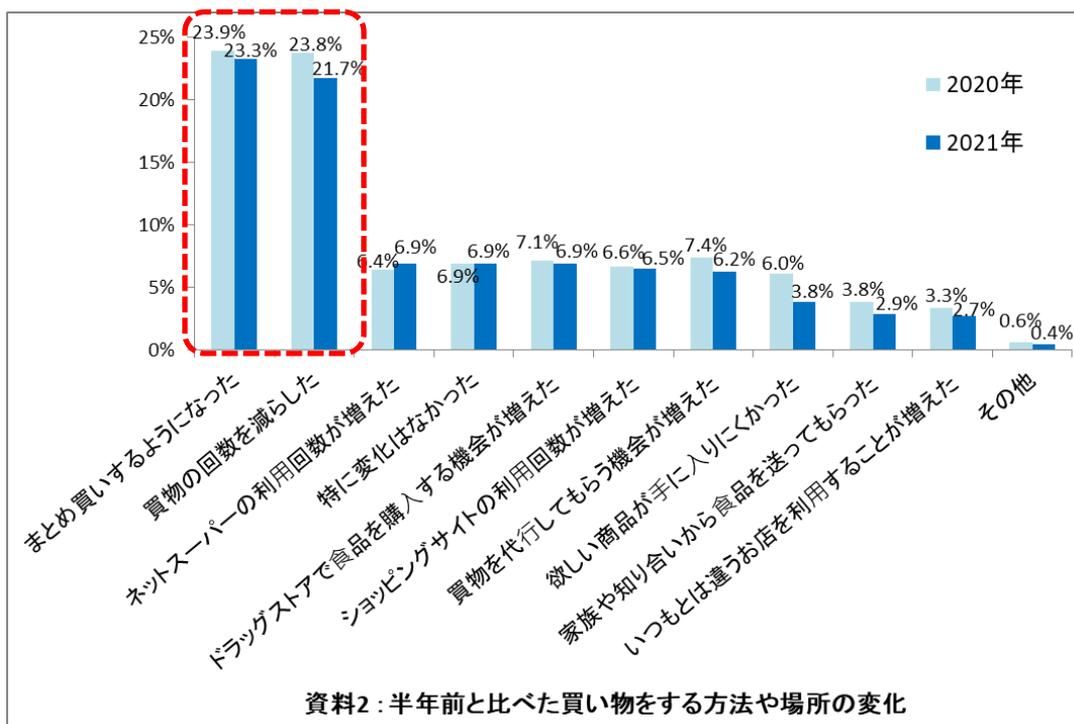
感染対策に高い意識を保ちつつ、“家事疲れ”の側面も

「半年前と比べた買い物方法や場所の変化」（複数選択可）について尋ねたところ、「まとめ買いをするようになった」（23.3%）と「買い物の回数を減らした」（21.7%）が、2020年と同様、高い結果となりました（資料2）。買い物回数を減らしてまとめ買いをする傾向は依然として続いており、新しい生活様式として定着しつつあることがうかがえます。

また、「ネットスーパーの利用回数が増えた」（6.9%）が2020年からわずかに増加しており、買い物回数を減らす意識が高い傾向にあることから、今後さらに増加する可能性が考えられます。

「半年前と比べた食事の準備や食事をする状況の変化」（複数選択可）では、「外食を控えた」（27.9%）が2020年からさらに増加しました（資料3）。高齢者など食事に配慮が必要な家族を抱える家庭においては、引き続き高い感染対策意識を維持している様子が見て取れるとともに、離れて暮らす家族と帰省した際に外食するような場面も同時に減少している可能性が考えられます。

一方で「冷凍食品や調理食品等の利用が増えた」（17.3%）や「家事の負担が増えた」（17.1%）の回答も昨年比べて高い割合を示しています（資料3）。外食を控え、自宅で過ごす時間が増えたことで自然と家事の量が増え、また買い物回数を減らしてまとめ買いをするようになったことで、簡単に長期保存できる冷凍食品や調理食品の利用増加につながったものと考えられます。

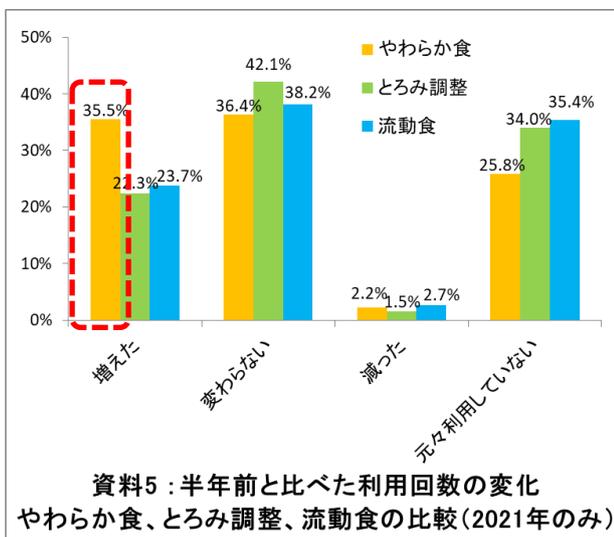
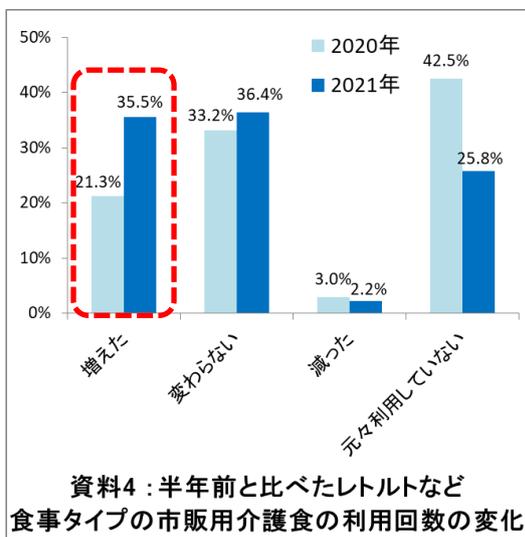


日持ちする「食事タイプの市販用介護食」の利用が大きく伸長

「半年前と比べたレトルトなど食事タイプの市販用介護食の利用回数の変化」について尋ねたところ、「増えた」(35.5%)が2020年から大きく増加しました(資料4)。

さらに、「食事タイプの市販用介護食(やわらか食)」「とろみ調整」「流動食」のタイプ別に「半年前と比べた利用回数の変化」について結果を比較すると、「食事タイプの市販用介護食」が最も「増えた」(35.5%)割合が高いことが分かります(資料5)。

これも資料3で示した冷凍食品や調理食品等の利用増加と同様、新型コロナの影響で「まとめ買い」が増え（資料2）、「家事疲れ」の傾向が見られる中（資料3）、長期保管できて家事負担の軽減にもつながる「食事タイプの市販用介護食」の利用が進んだものと考えられます。



《まとめ —調査結果から—》

高齢者など配慮が必要な食事を準備している人は、with コロナの生活が1年以上続く中でも高い感染対策意識を維持していることが分かりました。一方、自宅で過ごす時間が増えたことで、家事負担の増加を感じている様子も見受けられました。そのような中、ネットスーパーなどECサイトでの買い物や冷凍・調理食品の利用、さらに日持ちする食事タイプの市販用介護食などの利用が増えていることも分かりました。日本介護食品協議会が調査した生産統計でも、2020年度UDFの生産量は2019年比で33%増となり、生産額も500億円を超え大きく伸長しています。

キューピーは、2021年春に、容器のまま電子レンジで温められて食器への移し替えや洗い物が不要の市販用介護食「やさしい献立」カップタイプを刷新しました^{※4}。すくいやすく置いたときも安定してこぼしにくい新容器で、賞味期間は12カ月から18カ月に延長し、より長期の保管が可能となりました。コロナ禍のまとめ買いや災害用備蓄としての利用、さらに家事の負担軽減など、さまざまな場面で活用できる商品です。

キューピーは、生活様式が変化していく中でも、介護する人・介護される人に寄り添った提案を今後も続けていきます。

※4 [キューピーアソシエーツ 2021 No.22](#) 参照