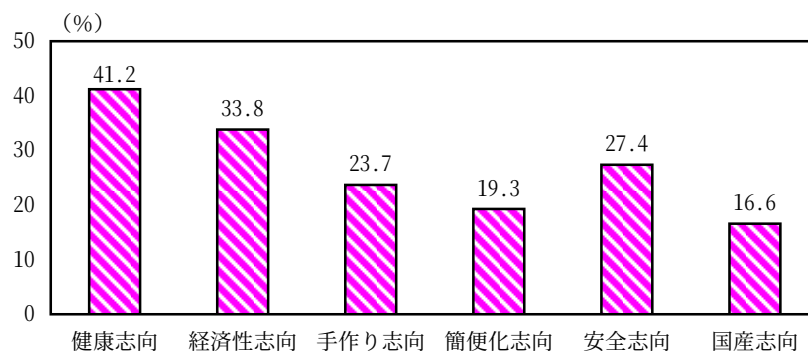


第2-4-2図 消費者の「食」に対する今後の志向
—「経済性」のほか、「健康」「安全」に対する意識も高い—



(備考) 日本政策金融公庫「食品のプライベートブランド (PB)商品に対する調査」(調査期間:2009年7月1～2日)により作成。