

「安心・安全」、

「健康」、

「簡便・時短」。

消費者のニーズにあわせた

2023年新商品です。

安心・安全

国産・特産の素材を  
使っています

健康

カット(オフ)・プラス  
素材の健康商品

簡便・時短

惣菜商品  
家飲み商品

2023年  
春夏

新商品



フジミツ

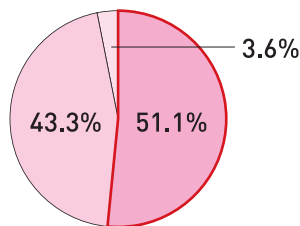
### 2022年 消費者の物価と 食品購入に関する意識

※データ/ヴァス株式会社専用SNS「スナップディッシュ」調べ。  
(期間/2022年6月・回答人数/419人)

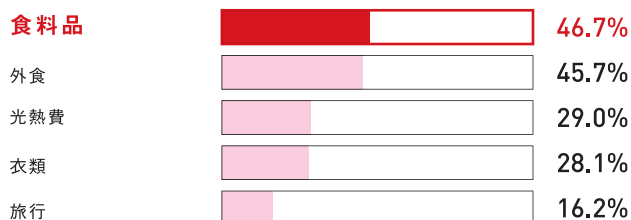
ほとんどの消費者が物価高を実感。  
特に食品関連が顕著。

●1年前と比べて  
今の物価をどう思いますか？

- かなり上がった
- 少し上がった
- ほとんど変わらない

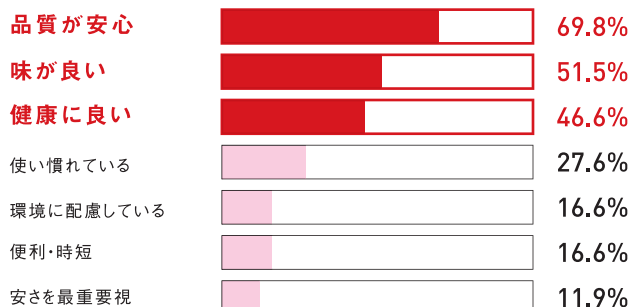


●物価高から特に節約するようになったものは？



食品選びで「価格を最重要視」する人は約1割。  
約半数が「品質・味・健康」を重視。

●食品を選ぶ際に「安さ」よりも重視することは？

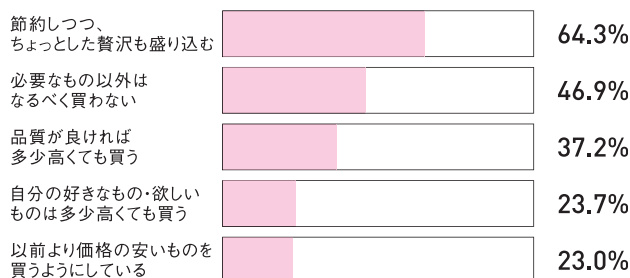


### 2022年 消費者の「節約」の 意識や実態

※データ/日本生活協同組合連合会様調べ。  
(期間/2022年6月・有効回答数/4,689件)

節約は意識しつつも、「ちょっとした贅沢」や  
「自分にとって価値のあるもの」であれば購入する。

●現在の食費への意識に近いものを教えてください。\*外食除く



多少高くても買う理由になるものは  
「おいしさ」「国産品」「無添加」。  
おいしさ・安心/安全・鮮度・健康などを重視。

●食品を買うとき多少高くても買う理由になるもの

