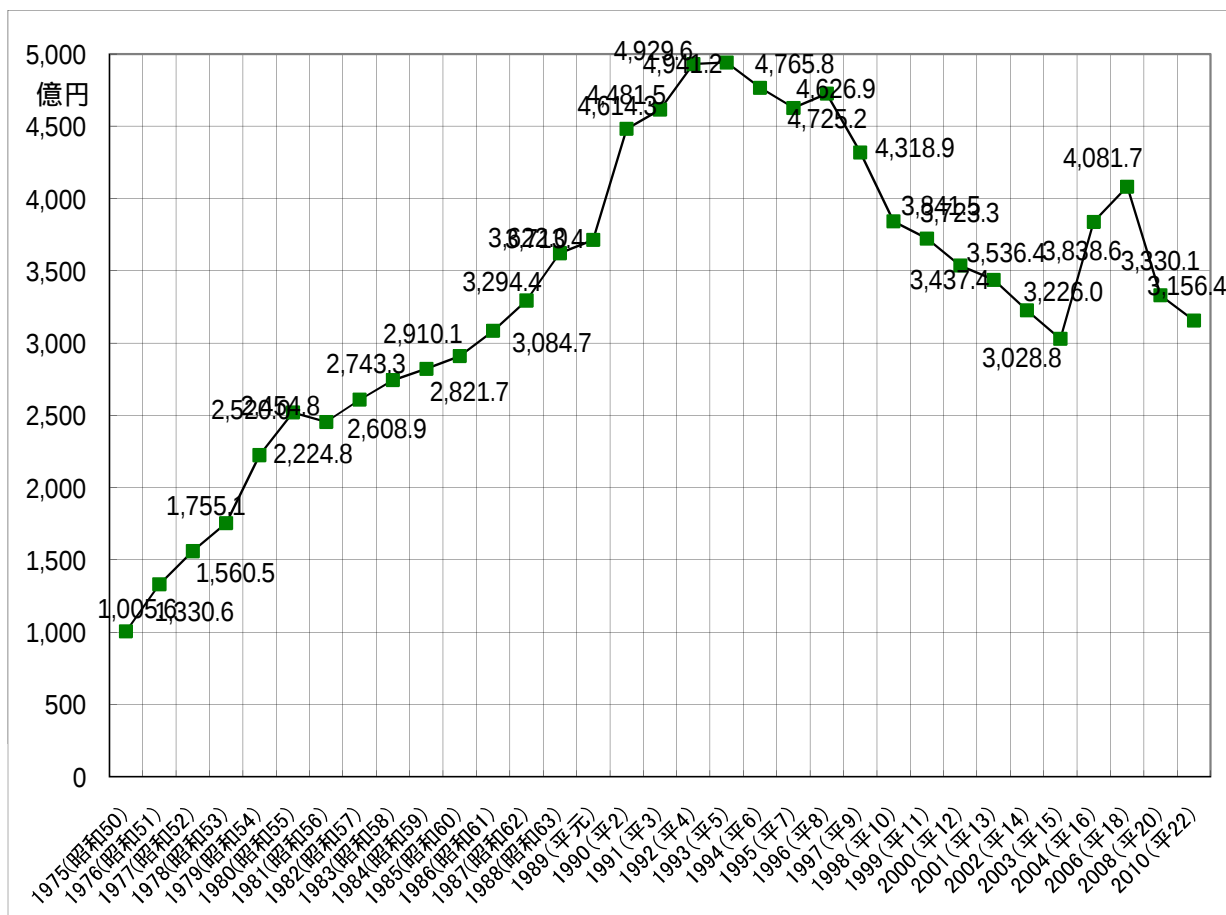


【アルミニウム製品出荷額の推移】

年	出荷額(億円)	前回比(%)
2003(平15)	3,028.8	126.7
2004(平16)	3,838.6	
2006(平18)	4,081.7	
2008(平20)	3,330.1	
2010(平22)	3,156.4	



【品種別出荷額】

品種	2010年(平成22年)		2008年(平成20年)		前回比(%)
	出荷額(千円)	構成比(%)	出荷額(千円)	構成比(%)	
ビル用建材	61,601,362	19.5	64,391,642	19.3	95.7
住宅用建材	104,430,031	33.1	116,283,768	34.9	89.8
エクステリア	45,019,322	14.3	51,907,317	15.6	86.7
日用・厨房品	4,007,405	1.3	3,869,160	1.2	103.6
その他	100,579,831	31.9	96,554,819	29.0	104.2
計	315,637,951	100.0	333,006,706	100.0	94.8

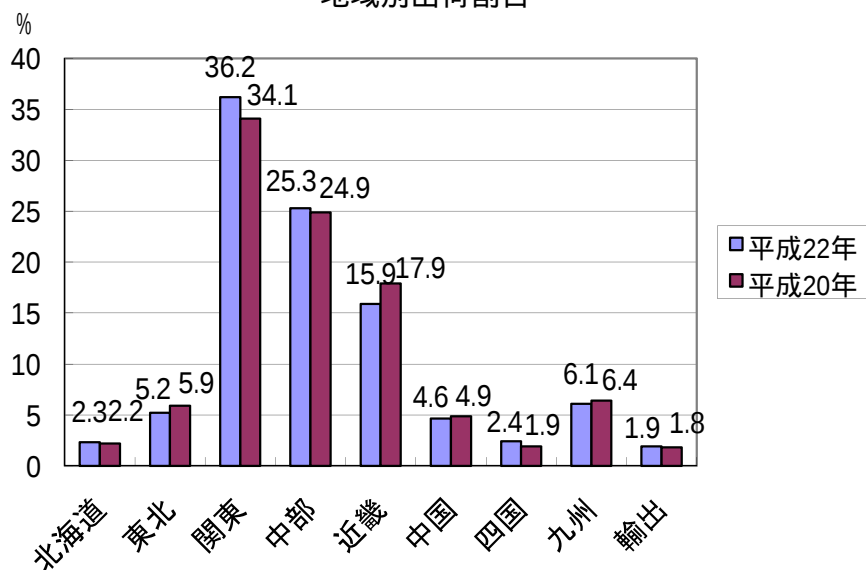
その他・・・機械部品、工芸品及びその他

【品種別出荷額及び割合の推移】

(単位:億円)

	1985(昭60)		1990(平2)		1995(平7)		2006(平18)		2008(平20)		2010(平22)	
	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比
ビル用建材	1,130.9	38.9%	1,840.1	41.1%	1,799.9	38.9%	824.2	20.2%	643.9	19.3%	616.0	19.5%
住宅用建材	1,140.6	39.2%	1,451.4	32.4%	1,628.7	35.2%	1,534.4	37.6%	1,162.8	34.9%	1,044.3	33.1%
エクステリア	219.7	7.5%	489.6	10.9%	541.3	11.7%	661.5	16.2%	519.1	15.6%	450.2	14.3%
日用・厨房品	181.8	6.2%	198.7	4.4%	175.8	3.8%	38.3	0.9%	38.7	1.2%	40.1	1.3%
その他	237.1	8.1%	501.8	11.2%	481.2	10.4%	1,023.3	25.1%	965.5	29.0%	1,005.8	31.9%
計	2,910.1	100.0%	4,481.6	100.0%	4,626.9	100.0%	4,081.7	100.0%	3,330.0	100.0%	3,156.4	100.0%

地域別出荷割合

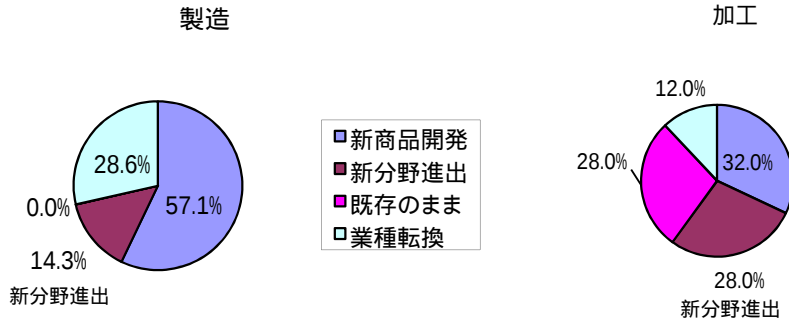


【事業所数と従事者数】

業種	2010年(平成22年)		2008年(平成20年)		前回比(%)	
	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数
製造業	11	6,343	11	7,421	100.0	85.5
加工業	25	2,099	29	2,266	86.2	92.6
計	36	8,442	40	9,687	90.0	87.1

【意識調査について】

1 今後の方向性

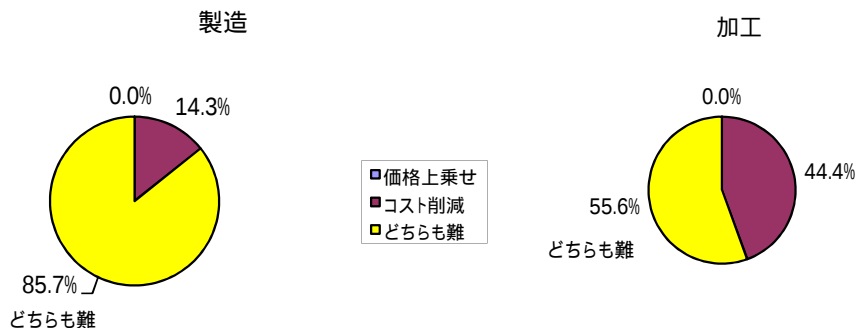


製造部門では、新商品開発・新分野進出を考える企業が多い。建材部門の売上げが伸び悩む中、非建材分野へのシフトを検討したり、消費者の環境意識の高まりに対応した住宅関連製品の開発に取り組む企業が出てきているためと考えられる。

また、前回調査より「業種転換を図る」と回答した企業が増えたが、要因のひとつとしては、平成20年のリーマンショック以降、厳しい経営環境が続いていることが考えられる。

加工部門についても、新商品開発・新分野進出を考える企業が6割と多く、製造部門同様、消費者のニーズに敏感に対応する企業が出てきているためといえる。

2 原材料高による影響について



製造・加工業ともに製品価格に上乗せできている企業はほとんどなく、非常に厳しい状況であるといえる。加工業者にいたっては、価格上乗せにより対応すると回答した企業はゼロであった。

原材料価格の高騰による受注低迷と、低価格競争の激化という状況に各企業が直面する一方で、価格上乗せとコスト削減どちらも困難と答える企業が多い。市場の見通しがつきにくい中、どのように経営の舵を切るのが大きな課題である。