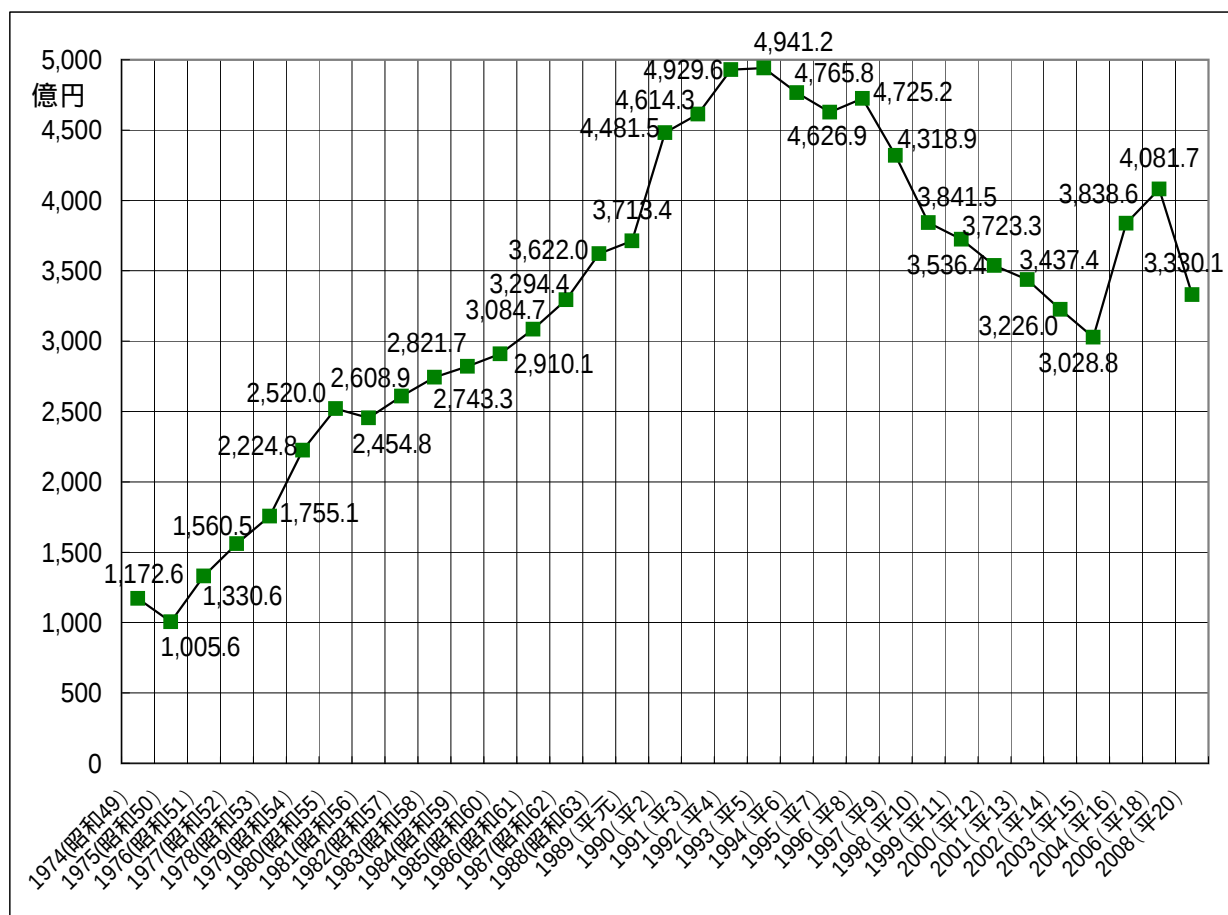


【アルミニウム製品出荷額の推移】

年	出荷額(億円)	前回比(%)
2002(平14)	3,226.0	93.9 126.7 106.3 81.6
2003(平15)	3,028.8	
2004(平16)	3,838.6	
2006(平18)	4,081.7	
2008(平20)	3,330.1	



【品種別出荷額】

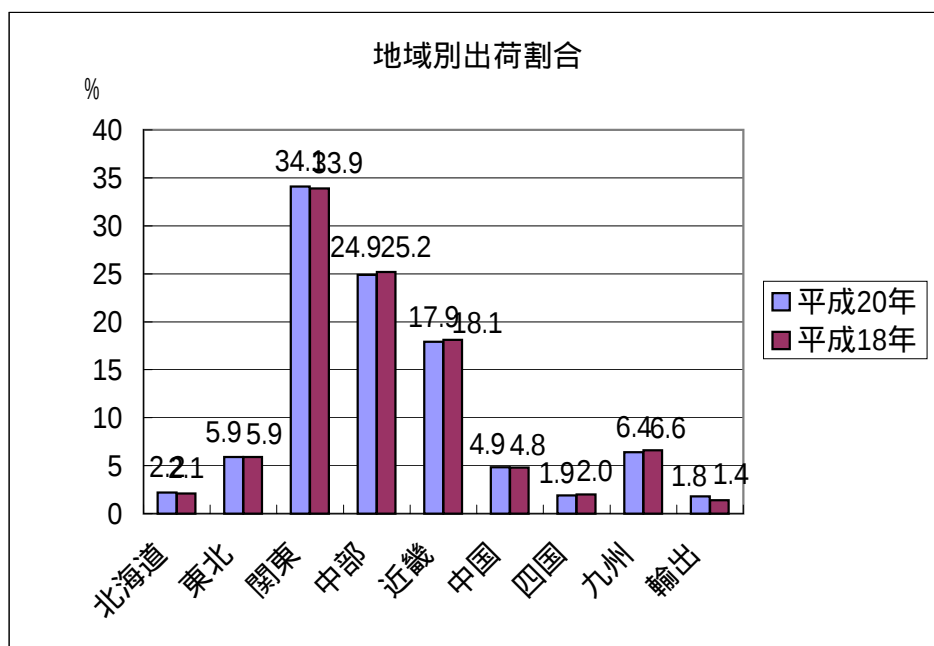
品種	2008年(平成20年)		2006年(平成18年)		前回比(%)
	出荷額(千円)	構成比(%)	出荷額(千円)	構成比(%)	
ビル用建材	64,391,642	19.3	82,416,431	20.2	78.1
住宅用建材	116,283,768	34.9	153,439,884	37.6	75.8
エクステリア	51,907,317	15.6	66,153,135	16.2	78.5
日用・厨房品	3,869,160	1.2	3,825,407	0.9	101.1
その他	96,554,819	29.0	102,334,501	25.1	94.4
計	333,006,706	100.0	408,169,358	100.0	81.6

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)		2004(平16)		2006(平18)		2008(平20)	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
ビル用建材	1,130.9	38.9%	1,840.1	41.1%	1,799.9	38.9%	1,193.3	31.1%	824.2	20.2%	643.9	19.3%
住宅用建材	1,140.6	39.2%	1,451.4	32.4%	1,628.7	35.2%	1,373.2	35.8%	1,534.4	37.6%	1,162.8	34.9%
エクステリア	219.7	7.5%	489.6	10.9%	541.3	11.7%	603.3	15.7%	661.5	16.2%	519.1	15.6%
日用・厨房品	181.8	6.2%	198.7	4.4%	175.8	3.8%	47.8	1.2%	38.3	0.9%	38.7	1.2%
その他	237.1	8.1%	501.8	11.2%	481.2	10.4%	621.0	16.2%	1,023.3	25.1%	965.5	29.0%
計	2,910.1	100.0%	4,481.6	100.0%	4,626.9	100.0%	3,838.6	100.0%	4,081.7	100.0%	3,330.0	100.0%

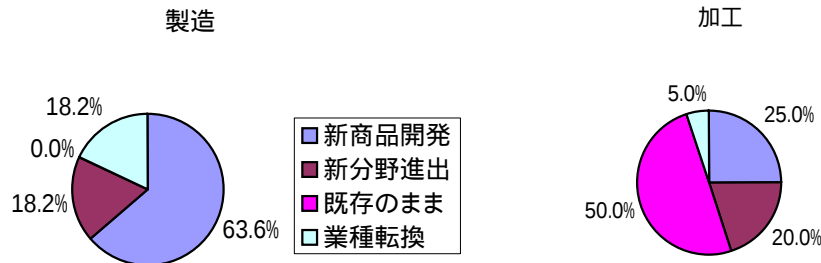


【事業所数と従事者数】

業種	2008年(平成20年)		2006年(平成18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	7,421	12	5,747	91.7	129.1
加工業	29	2,266	23	2,024	126.1	112.0
計	40	9,687	35	7,771	114.3	124.7

【意識調査について】

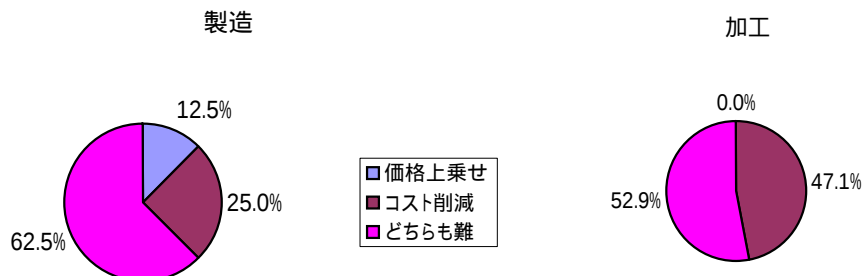
1 今後の方向性



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、原材料の高騰や急激な景気悪化という状況の中で、企業を取り巻く経営環境は厳しい状況にあるといえる。

一方で、加工部門では既存のままでよいとの回答が5割と高くなっており、企業側の慎重な姿勢が伺える。親会社からの受注減少、更なるコスト削減競争など、現状の課題への対応で手一杯な状況にあるといえる。

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かが大きな課題である。