

1 食品製造業の経営指標

(1) 経営指標の概要

(参考) 経営優良企業における経営指標

(2) 収益性

(3) 安全性

(4) 生産性

(1) 経営指標の概要

2008年度の食品製造業の経営は、前年度と比べて原材料価格の上昇や経済危機の影響から総じて、停滞しており、厳しい市場環境に直面している。

食品製造業における2000年度から2007年度までの経営指標の推移をみると2001年以降、いずれの指標も総じて改善から横ばい傾向にあったが、2008年度は安全性、収益性、効率性、生産性は総じてわずかに悪化している。2008年のわが国の名目GDP（国内総生産）は、対前年比1.6%の低下となっている。2007年頃から顕著となった原油価格や穀物・農産物価格の高騰、また、2008年後半の経済危機などを背景に個人消費が悪化しており、食品製造業は厳しい市場環境に直面している。

2008年度における収益性についてみると、売上高総利益率は2006年度が28.5%、2007年度が27.1%、2008年度が26.0%と原材料価格が上昇してきた2007年頃から急速に悪化している。これは原材料価格の上昇により、製造原価率が上昇したものの販売価格への転嫁が迅速に進まなかったことが要因とみられる。一方、売上高営業利益率は2.7%と前年並みになっている。これは製造原価率が上昇するなかで、人件費、販売促進費、広告宣伝費などのコスト削減が寄与している。

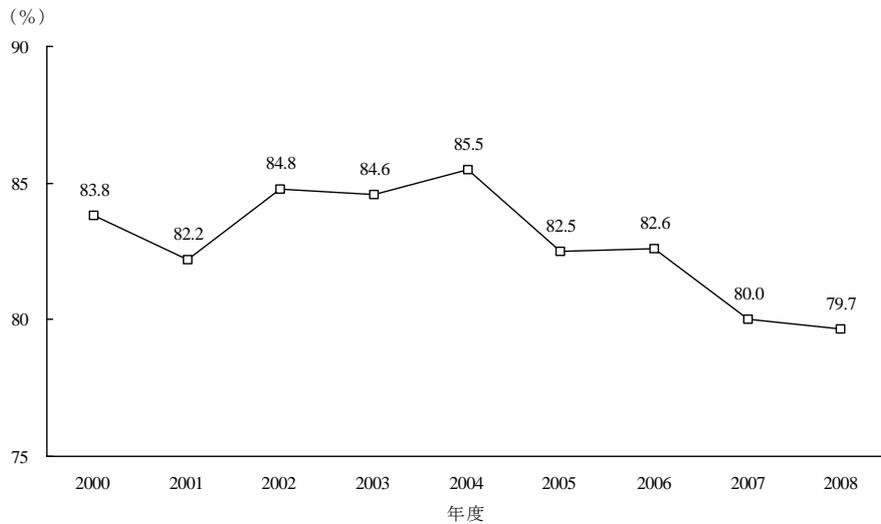
次に安全性についてみると、2008年度の流動比率および固定比率は前年度に比べてわずかに悪化している（表1-2）。

欠損企業数についてみると、2007年度の361社から2008年度は371社に増加しており、欠損企業数割合も2007年度の20.0%から2008年度の20.3%に上昇している（図1-1）。

表1-1 食品製造業における経営指標の推移

年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
企業数（社）	2,103	2,128	2,094	2,106	2,023	1,984	1,994	1,805	1,826
収益性									
売上高総利益率（%）	29.0	28.6	28.3	28.6	28.5	28.5	28.5	27.1	26.0
売上高営業利益率（%）	3.3	2.8	3.0	3.1	3.4	3.2	3.2	2.7	2.7
売上高経常利益率（%）	3.2	2.9	3.0	3.3	3.7	3.6	3.7	3.0	2.9
総資本営業利益率（%）	3.9	3.3	3.6	3.8	4.1	3.8	3.7	3.4	3.4
効率性									
総資産回転率（回）	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3
固定資産回転率（回）	2.1	2.0	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0	2.2	2.3
棚卸資産回転率（回）	9.1	9.2	9.7	9.7	9.7	9.6	9.6	9.1	9.0
安全性									
流動比率（%）	123.1	116.9	119.2	125.3	127.2	130.1	125.8	127.2	126.5
当座比率（%）	84.4	77.2	77.4	82.4	82.5	85.3	83.0	81.3	79.4
固定比率（%）	133.8	139.7	137.5	129.7	124.9	122.8	122.1	120.9	123.7
固定長期適合率（%）	86.9	90.6	89.8	87.2	86.3	86.0	87.5	86.0	86.0
自己資本比率（%）	41.5	41.7	42.6	44.8	45.9	47.8	48.3	47.0	45.6
生産性									
一人当たり売上高（千円）	70,404	71,715	73,788	74,702	76,493	77,054	77,555	77,001	73,286
一人当たり営業利益（千円）	2,353	2,025	2,201	2,349	2,633	2,474	2,482	2,097	1,960
一人当たり付加価値（千円）	20,409	20,530	20,893	21,347	21,835	21,986	22,132	20,888	19,086
欠損企業									
欠損企業数（社）	341	379	319	324	293	347	347	361	371
欠損企業数割合（%）	16.2	17.8	15.2	15.4	14.5	17.5	17.4	20.0	20.3

図1-1 食品製造業における経営健全企業数割合の推移

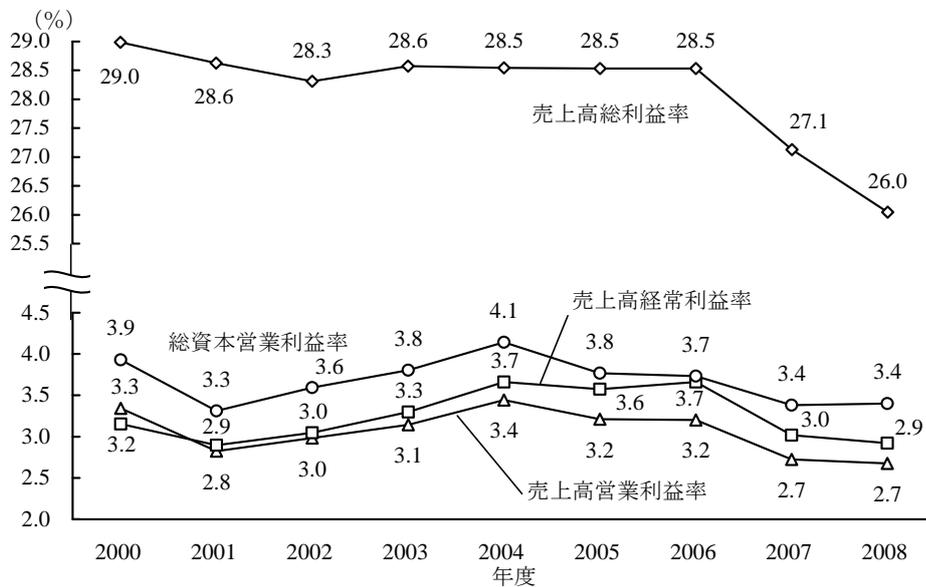


ア 収益性

売上高総利益率は、年々低下傾向で推移している。2008年度は26.0%で、2000年度の29.0%から3.0ポイントも低下している。特に2007年度、2008年度は大きく低下しており、これは原材料価格の上昇から製造原価率が上昇し販売価格への転嫁が迅速に進まなかったことが要因とみられる。

2008年度の売上高経常利益率、売上高営業利益率、総資本営業利益率については、概ね前年度並みとなっている。

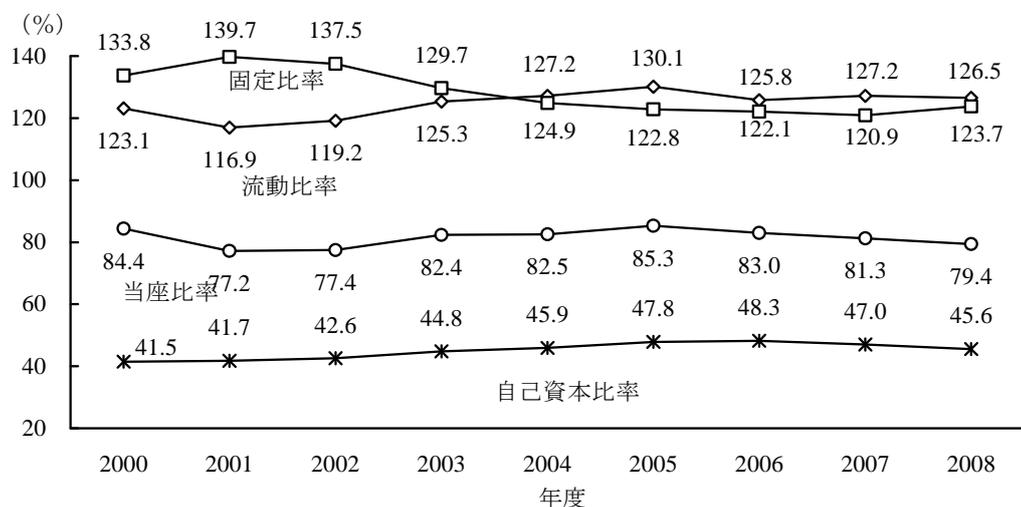
図1-2 食品製造業における経営指標「収益性」の推移



イ 安全性

安全性の指標である流動比率、固定比率、当座比率、自己資本比率は、2001年度以降、改善傾向で推移したが、2008年度は前年度と比べてわずかに悪化している。

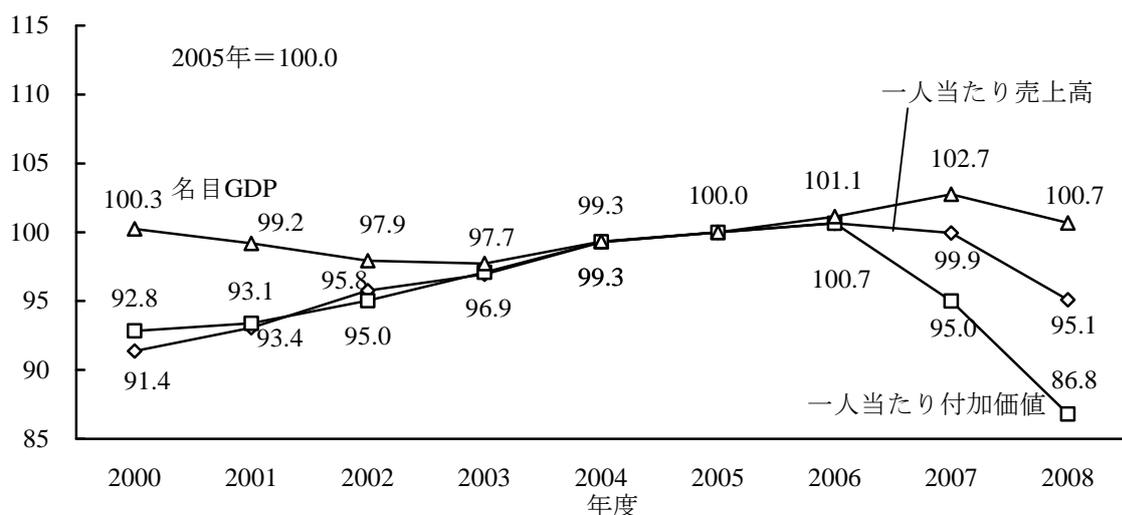
図1-3 食品製造業における経営指標「安全性」の推移



ウ 生産性

一人当たり売上高及び一人当たり付加価値額は2000年度以降、2006年度までは増加傾向で推移していたが、2007年度、2008年度は減少している。特に一人当たり付加価値額の減少幅が大きくなっている。製造原価が増加するなかで生産性向上が課題となっている。

図1-4 食品製造業における経営指標「生産性」の推移



エ 業種別にみた経営指標の概要

2008年度の各指標の上位5業種と下位5業種について業種別に示したものが表1-3である。

収益性についてみると、売上高総利益率では、その他のパン・菓子製造業、しょう油・食用アミノ酸製造業、ソース製造業、清酒製造業などが上位に位置づけられている。ただし、その他のパン・菓子製造業、しょう油・食用アミノ酸製造業は、売上高総利益率は高いものの、販売管理費率が高く、売上高営業利益率は低い。

売上高経常利益率についてみると、ビール製造業、蒸留酒・混成酒製造業、めん類製造業、精糖製造業などが上位になっている。特にビール製造業は売上高規模が大きく、また、製造原価率が低く、生産性（一人当たり付加価値額）が高いことが特徴である。

表1-2 業種別にみた食品製造業の経営指標（2008年度）

		上位業種（ベスト5）			下位業種（ワースト5）	
収益性	売上高総利益率	1	その他のパン・菓子製造業	1	冷凍水産物製造業	
		2	しょう油・食用アミノ酸製造業	2	肉製品製造業	
		3	ソース製造業	3	その他の畜産食料品製造業	
		4	清酒製造業	4	その他の水産食料品製造業	
		5	ビスケット類・干菓子製造業	5	動植物油脂製造業	
	売上高経常利益率	1	ビール製造業	1	肉製品製造業	
		2	蒸留酒・混成酒製造業	2	冷凍水産物製造業	
		3	めん類製造業	3	その他の精穀・製粉業	
		4	糖類製造業	4	水産加工品製造業	
		5	小麦粉製造業	5	コーヒー製造業	
安全性	流動比率	1	その他の調味料製造業	1	豆腐・油揚製造業	
		2	清酒製造業	2	ビール製造業	
		3	果実酒製造業	3	パン製造業	
		4	肉製品製造業	4	乳製品製造業	
		5	野菜・果実缶詰製造業	5	水産加工品製造業	
	自己資本比率	1	その他の調味料製造業	1	味そ製造業	
		2	コーヒー製造業	2	冷凍水産物製造業	
		3	清酒製造業	3	豆腐・油揚製造業	
		4	糖類製造業	4	その他の水産食料品製造業	
		5	果実酒製造業	5	その他の精穀・製粉業	
生産性	一人当たり付加価値	1	ビール製造業	1	その他の畜産食料品製造業	
		2	蒸留酒・混成酒製造業	2	その他の精穀・製粉業	
		3	その他のパン・菓子製造業	3	冷凍水産物製造業	
		4	清涼飲料製造業	4	野菜・果実缶詰製造業	
		5	小麦粉製造業	5	その他の水産食料品製造業	

(参考) 経営優良企業における経営指標

収益性と効率性、安全性の指標については、中小企業優良モデルが大企業優良モデルを上回っているが、生産性については大企業優良モデルが中小企業優良モデルを上回っている。

2008年度における経営優良企業の経営指標をみると、収益性、効率性、安全性で中小企業優良モデルが大企業優良モデルの値を上回っている。一方、生産性については大企業優良モデルが上回っている。

中小企業優良モデルは、売上高総利益率は21.7%と食品製造業の平均である26.0%よりも低い、売上高営業利益率は3.9%と食品製造業の平均である2.7%よりも高くなっている。また売上高経常利益率についても3.9%と食品製造業の平均である2.9%よりも高い。中小企業優良モデルでは販売費及び一般管理費が食品製造業平均よりも低く、これが営業利益及び経常利益に寄与していることが特徴である。

表1-3 食品製造業における大企業および中小優良企業の経営指標(2008年度)

年度	平均	大企業 優良モデル	中小企業 優良モデル
企業数(社)	1,826	68	307
収益性			
売上高総利益率(%)	26.0	29.7	21.7
売上高営業利益率(%)	2.7	2.9	3.9
売上高経常利益率(%)	2.9	3.3	3.9
総資本営業利益率(%)	3.4	3.9	5.2
効率性			
総資産回転率(回)	1.27	1.32	1.33
固定資産回転率(回)	2.26	2.30	2.56
棚卸資産回転率(回)	9.01	8.91	9.54
安全性			
流動比率(%)	126.5	130.4	142.0
当座比率(%)	79.4	77.4	97.3
固定比率(%)	123.7	114.3	113.8
固定長期適合率(%)	86.0	85.3	78.7
自己資本比率(%)	45.6	50.3	45.9
生産性			
一人当たり売上高(千円)	73,286	91,308	64,436
一人当たり営業利益(千円)	1,960	2,680	2,488
一人当たり付加価値(千円)	19,086	27,161	13,977

注1)大企業優良モデルは、各業種の従業者数が301人以上かつ資本金が3億円を超える企業のうち、経常利益が高い上位2~5社を抽出し集計した。

2)中小企業優良モデルは、各業種の従業者数が300人以下または資本金が3億円以下の企業のうち、経常利益が高い上位10社を抽出し集計した。

(2) 収益性

ア 売上高総利益率^{注1)}

売上高総利益率は、2000年度の29.0%から、年々、緩やかな低下で推移し、2008年度は26.0%と対前年度差1.1ポイント低下し、悪化している。原材料価格が上昇し、販売価格への転嫁が迅速に進まないことが要因とみられる。

資本金規模別にみると、資本金1,000万円以上5,000万円未満の企業では売上高総利益率は低くなり、逆に同1億円以上の企業では資本金規模が大きくなるほど高くなっている。このことは売上高規模別にみても同様な傾向にある。

製造特性類型別では、飲料、酒類、加工、素材の順で高い。飲料、酒類は製造原価率が低く、高付加価値であり、一方、素材型は製造原価率が高く、低付加価値が特徴である。飲料の売上高総利益率は、まだ比較的高いものの、2000年以降、低下傾向で推移しており、市場競争の一層の激化に伴う小売価格の下落が要因とみられる。

業種別にみると、しょうゆ・アミノ酸製造業、その他パン・菓子製造業、ソース製造業が高い。

図1-5 売上高総利益率

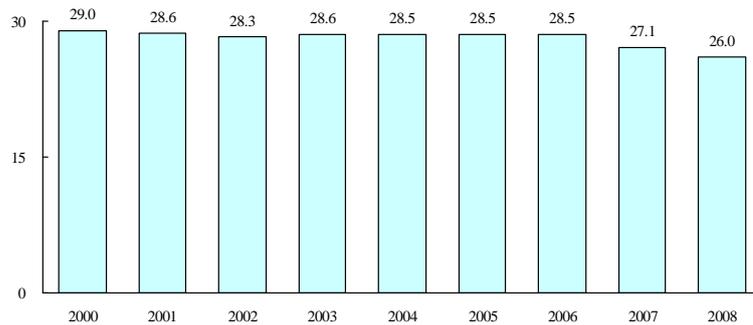
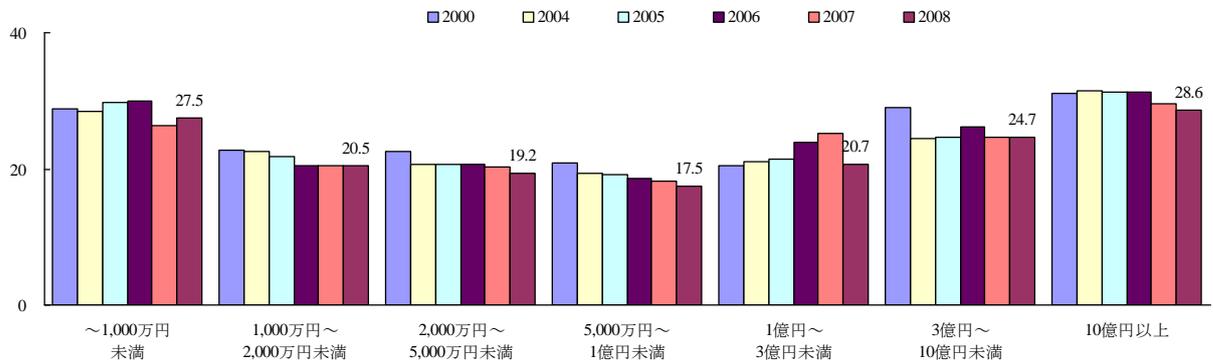


図1-6 資本金規模別の売上高総利益率



注1)＝売上総利益／売上高 売上高総利益率は、売上総利益（粗利益）を売上高で割ったものである。売上総利益は売上高から製品原価合計を引いたもので製品の利幅を表す。企業の「儲ける力」製品の「付加価値の高さ」を示す指標と言える。製品の利幅が業界における競争によって決まると考えられるため、この売上高総利益率から業界内の競争の度合いを読み取ることもできる。

図1-7 売上高規模別の売上高総利益率

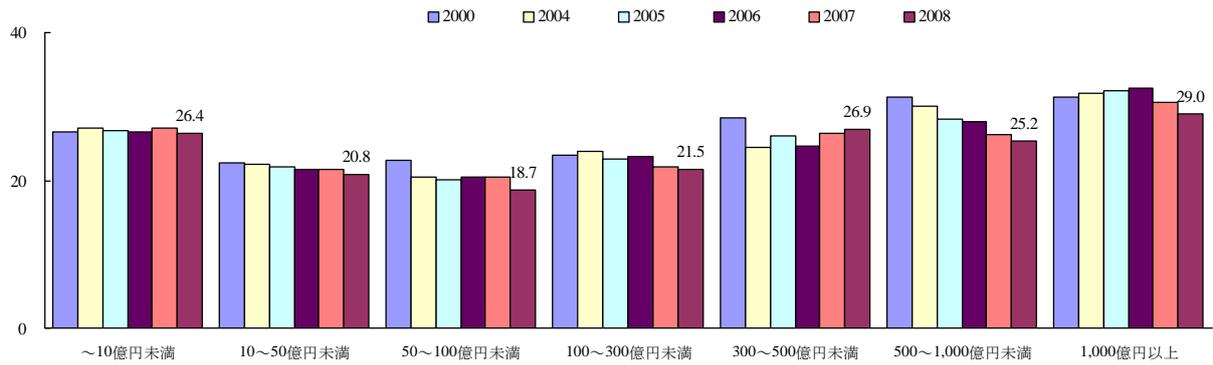


図1-8 地域別の売上高総利益率

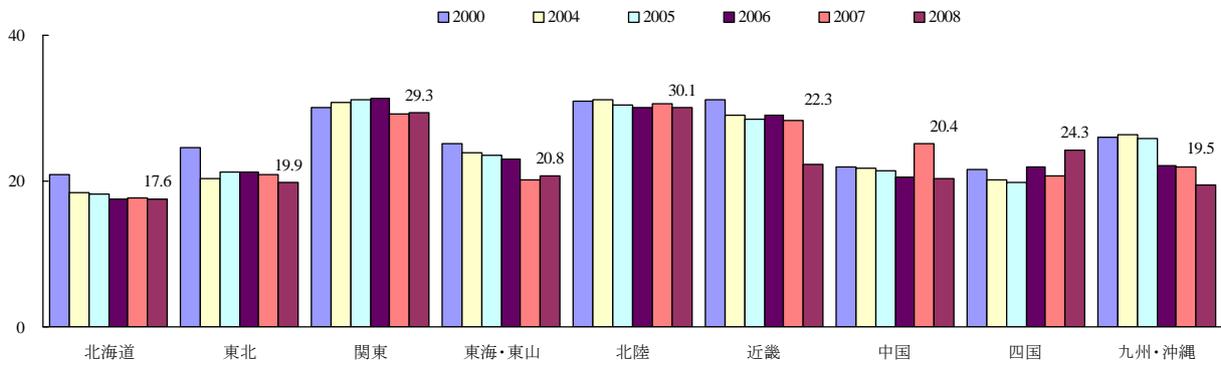


図1-9 製造特性類型別の売上高総利益率

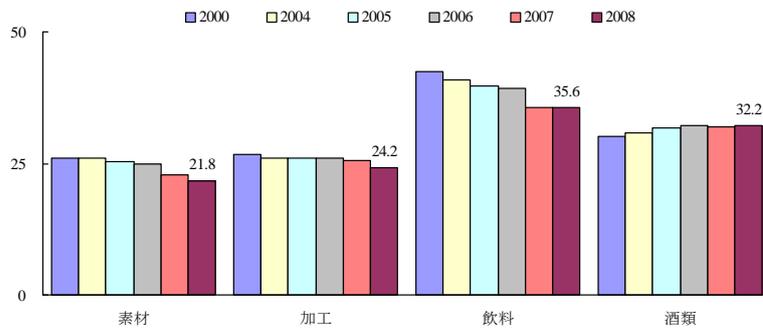
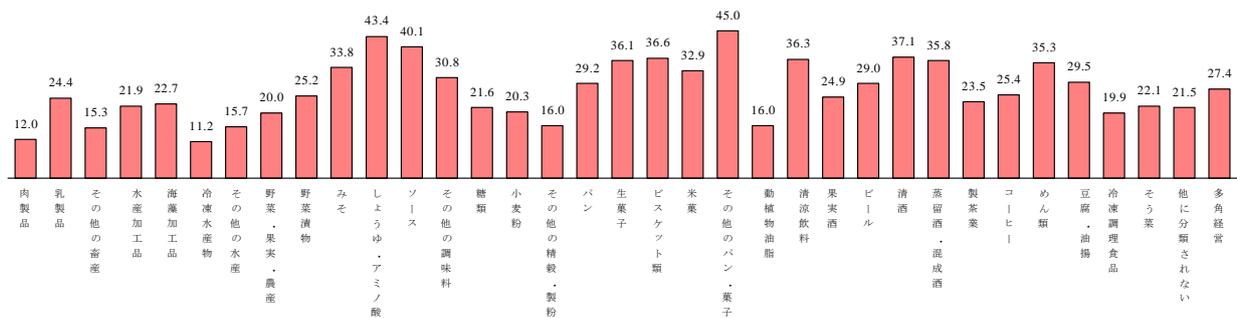


図1-10 業種別の売上高総利益率



イ 売上高経常利益率^{注2)}

売上高経常利益率は、2002年度から上昇に転じ、2004年度以降は横ばいで推移したものの、2007年度は3.0%、2008年度は2.9%と低迷しており、原材料価格の上昇などが要因とみられる。

資本金規模別にみると、総じて1億円未満の中小製造業では低い傾向にあり、10億円以上の大企業では比較的高い。売上高規模別でも同様に、売上高規模100億円未満の中小製造業で低い傾向がある。中小製造業の利益率の低さが浮き彫りとなっている。

製造特性類型別にみると、酒類、素材、飲料、加工の順で高い。

業種別にみると、売上高経常利益率は、ビール製造業が突出して高く、次いで蒸留酒・混成酒製造業、めん類製造業、糖類製造業の順となっている。

図1-11 売上高経常利益率

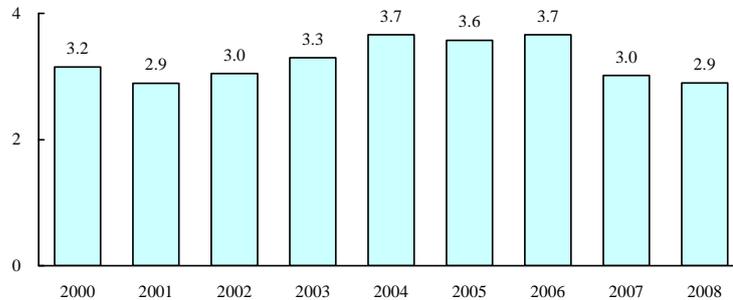
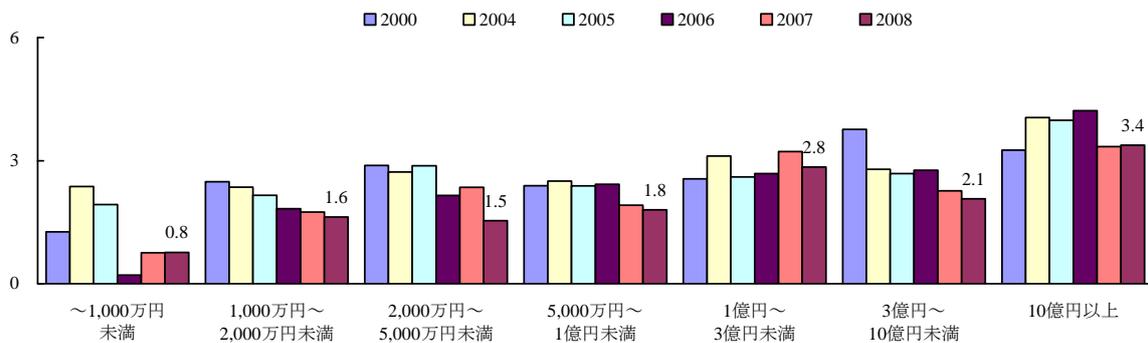


図1-12 資本金規模別の売上高経常利益率



注2) = 経常利益 / 売上高 売上高経常利益率は経常利益を売上高で割ったものである。経常利益は営業利益に営業外利益、企業が財務的な活動などから得た利益を加えたものである。財務的な活動は製造販売活動とともに企業が継続的に実施している。したがって売上高経常利益率は、財テク等も含めた企業の継続的な活動における利益獲得能力を示している。

図1-13 売上高規模別の売上高経常利益率

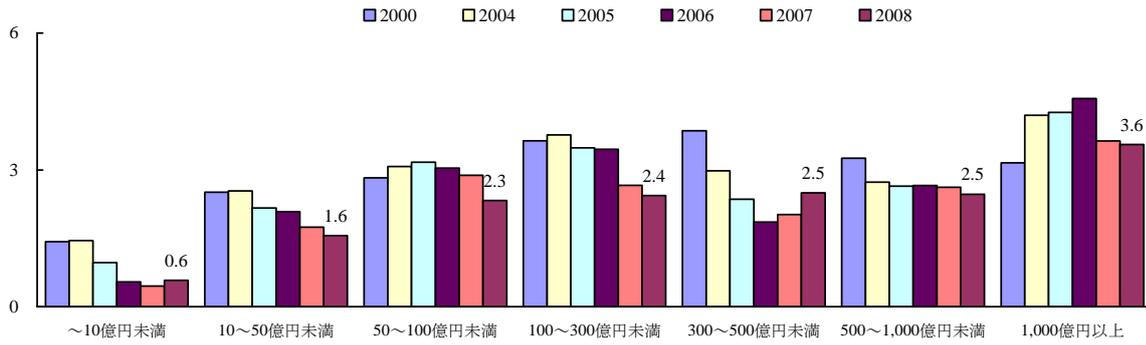


図1-14 地域別の売上高経常利益率

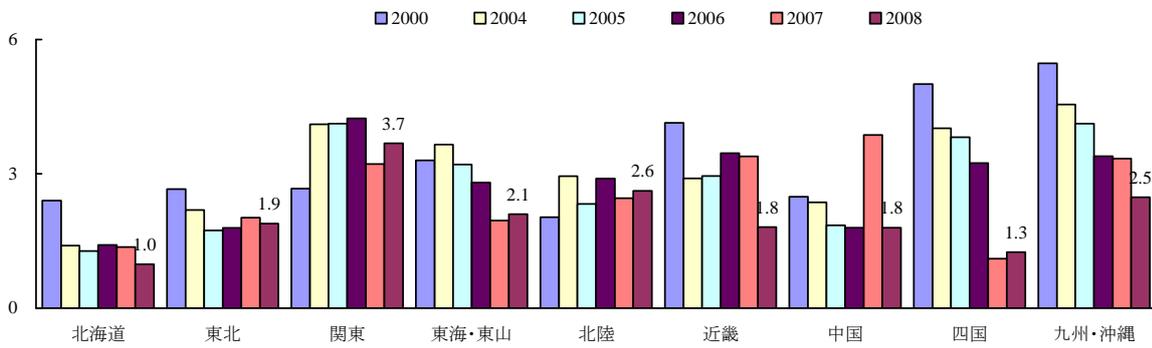


図1-15 製造特性類型別の売上高経常利益率

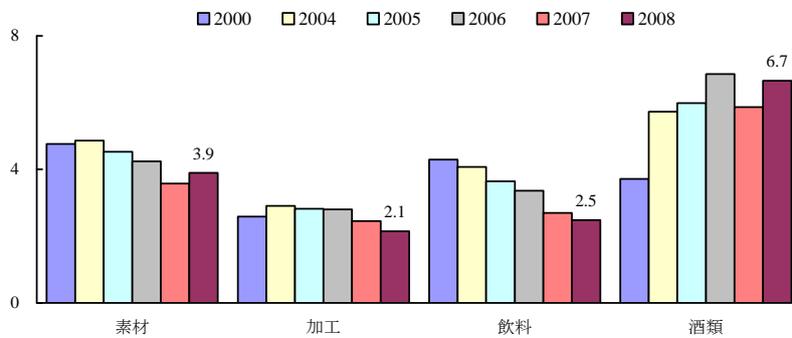
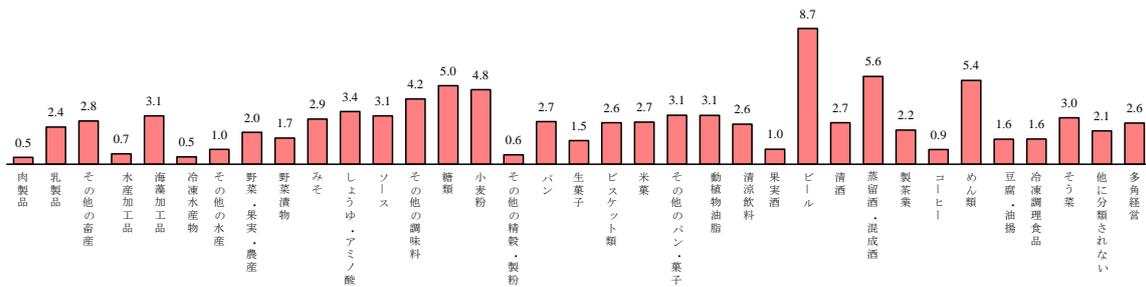


図1-16 業種別の売上高経常利益率



ウ 総資本営業利益率^{注3)}

総資本営業利益率は、2002年度から上昇傾向にあったが、2004年度以降は低下傾向で推移し、2008年度は3.4%と前年と同水準となった。

資本金規模別では、資本金規模1億円未満の中小製造業で低い。最も高いのが1億円以上3億円未満となっており、10億円以上の大企業よりも高くなっている。売上高規模別にみると、売上高規模50億円未満の中小製造業で低い。

製造特性類型別にみると、飲料、酒類、素材、加工の順で高い。2000年以降の変化についてみると、飲料は年々悪化しているが、酒類は年々改善傾向にある。

業種別にみると、ビール製造業、めん類製造業、小麦粉製造業の順で高い。

図1-17 総資本営業利益率

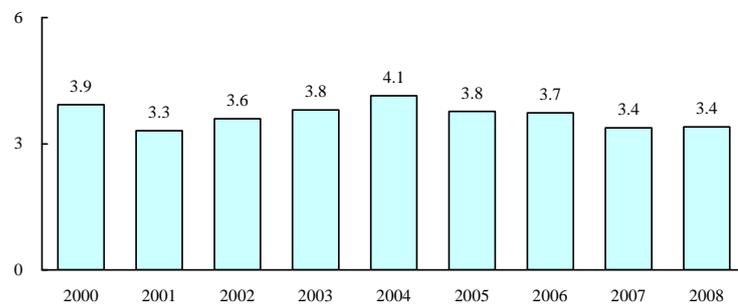
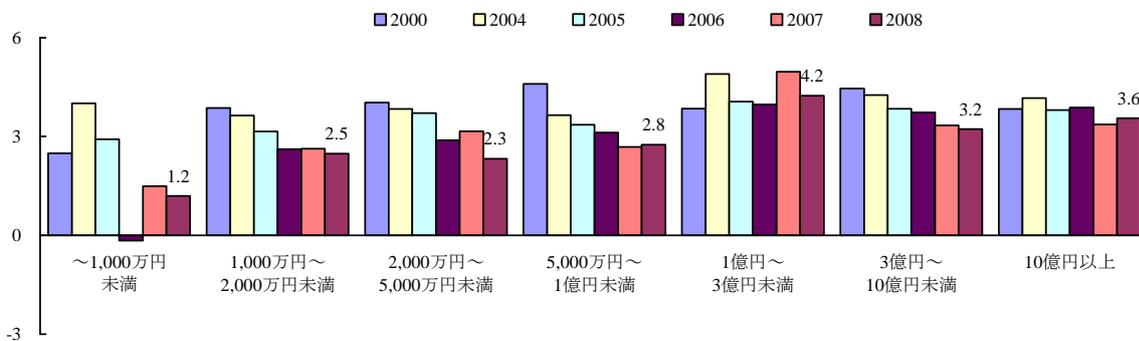


図1-18 資本金規模別の総資本営業利益率



注3)＝営業利益／総資産合計（負債資本合計） 総資本営業利益率は本業の儲けである営業利益を、企業が全体として保有している資産の規模で割ったものである。企業全体としての資産の運用による利益の獲得能力を示している。企業全体としての資産を運用する責任を負っているのが企業の経営者であるから、総資本営業利益率は企業の経営者を評価するための指標でもある。

図1-19 売上高規模別の総資本営業利益率

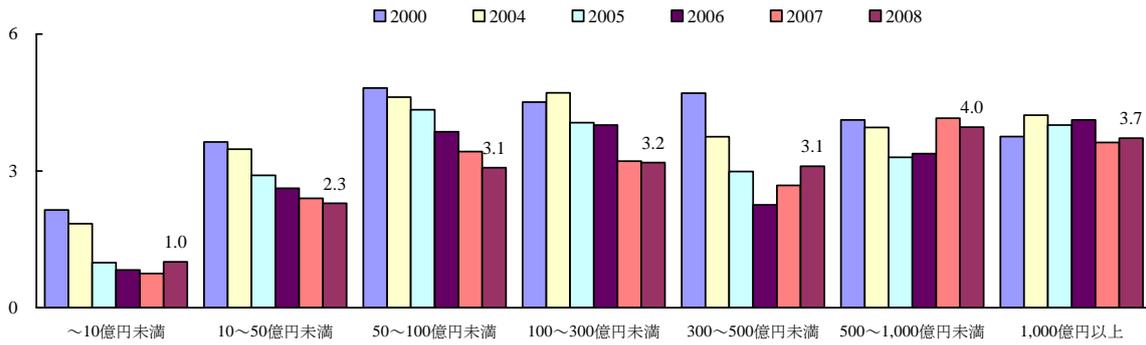


図1-20 地域別の総資本営業利益率

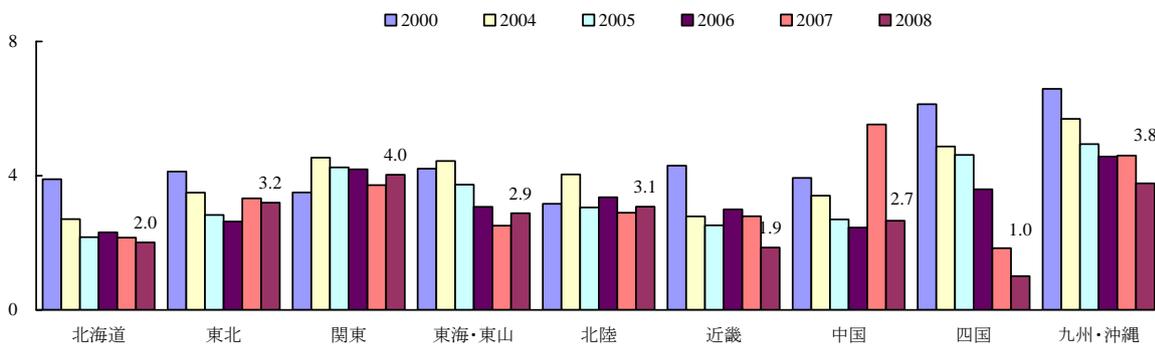


図1-21 製造特性類型別の総資本営業利益率

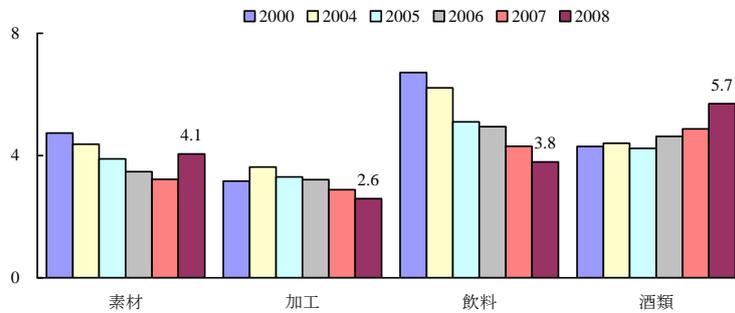
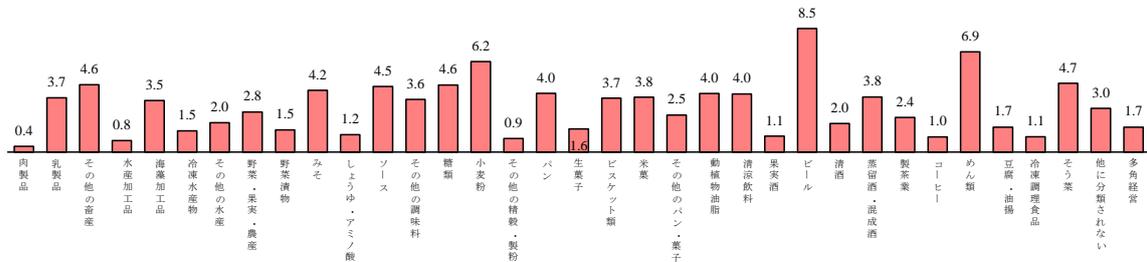


図1-22 業種別の総資本営業利益率



(3) 安全性

ア 流動比率^{注4)}

流動比率は、2007年度は改善したものの、2008年度は126.5%と対前年度差0.7ポイント低下し、わずかに悪化している。

資本金規模による差異はあまりみられない。他方、流動比率は売上高規模の差により、大きな違いはみられない。

地域別にみると、特に近畿で他の地域と比較すると高くなっている。

製造特性類型別にみると、素材、飲料、加工、酒類の順で高い。2000年以降の変化についてみると、素材は改善傾向にあるが、飲料は年々悪化している。

業種別にみると、その他の調味料、清酒製造業、果実酒製造業、肉製品製造業の順で高い。

図1-23 流動比率

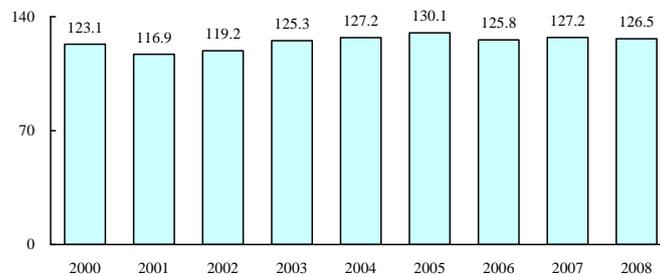
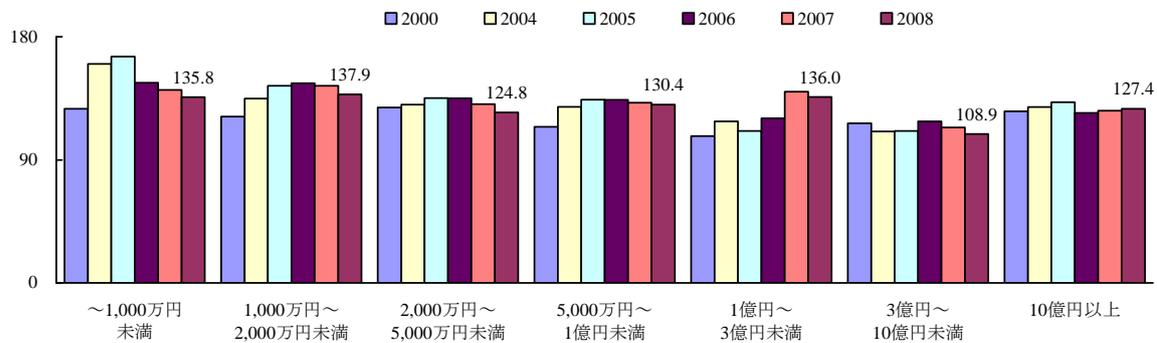


図1-24 資本金規模別の流動比率



注4) = 流動資産 / 流動負債 流動資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標である。流動資産が流動負債を上回っている度合いを比率で示すことで、会社の支払い能力をみることができる。流動資産は企業が1年以内の短期的な活動において運用している資金の総額を示している。

図1-25 売上高規模別の流動比率

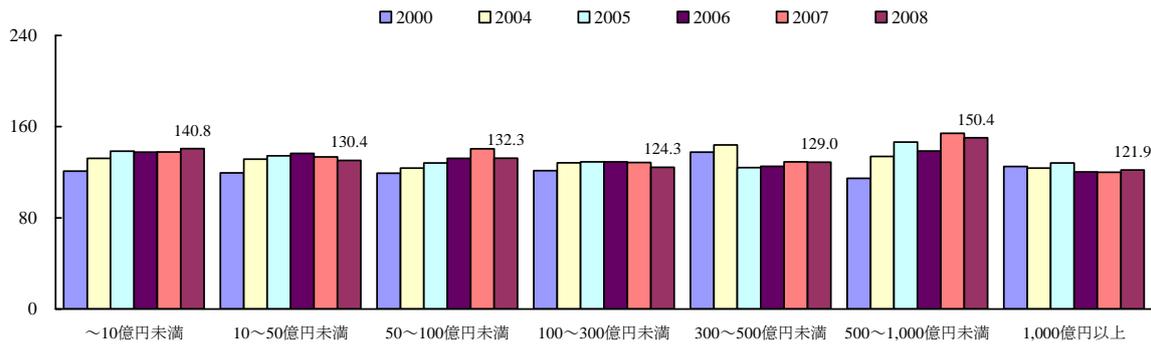


図1-26 地域別の流動比率

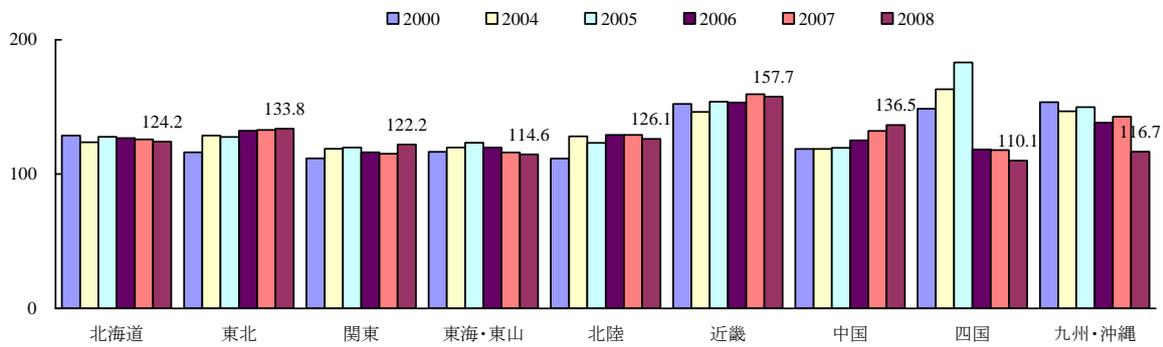


図1-27 製造特性類型別の流動比率

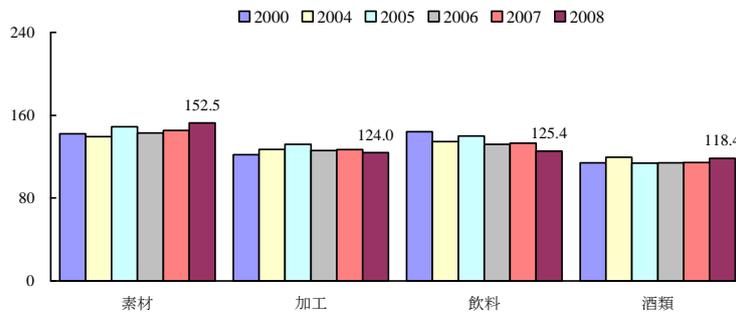


図1-28 業種別の流動比率



イ 当座比率^{注5)}

当座比率は、2005年度をピークに低下傾向にある。2008年度は79.4%と対前年度差1.9ポイント低下し、わずかに悪化している。

資本金規模別にみると、当座比率は資本金1,000万円未満の企業で高く、逆に資本金3億円以上の企業で低い。また売上高規模別では、売上高規模500～1,000億円の企業で最も高く、売上高規模1,000億円以上の企業で最も低い。

製造特性類型別にみると、素材が最も高く、次いで、加工、酒類、飲料となっている。

業種別にみると、その他調味料製造業が最も高く、次いでコーヒー製造業、清酒製造業、ソース製造業の順となっており、逆に、豆腐・油揚げ製造業、乳製品製造業、糖類製造業が低い。

図1-29 当座比率

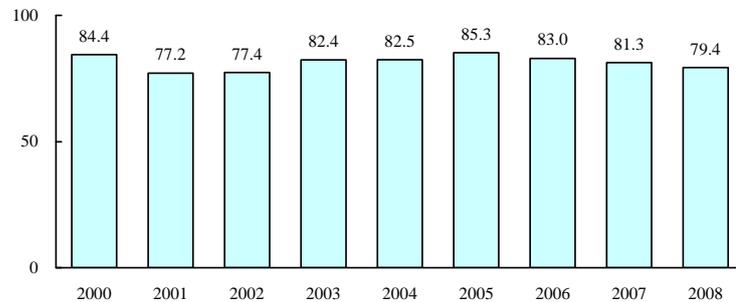
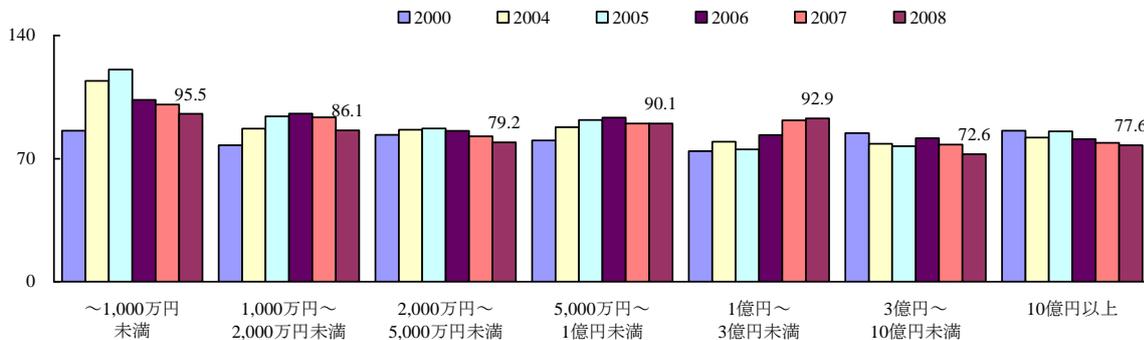


図1-30 資本金規模別の当座比率



注5) = (流動資産 - 棚卸資産) / 流動負債 流動資産から棚卸資産を引いたさらに換金性の高い当座資産と流動負債とのバランスをみるための経営指標であり、企業の短期の負債に対する支払能力をあらわす。流動資産は企業の短期的に運用されている資金の金額を示しているが、棚卸資産として運用されている資金は必ずしも回収できるとは限らないからである。その値が大きいほど安定性は高い。

図1-31 売上高規模別の当座比率

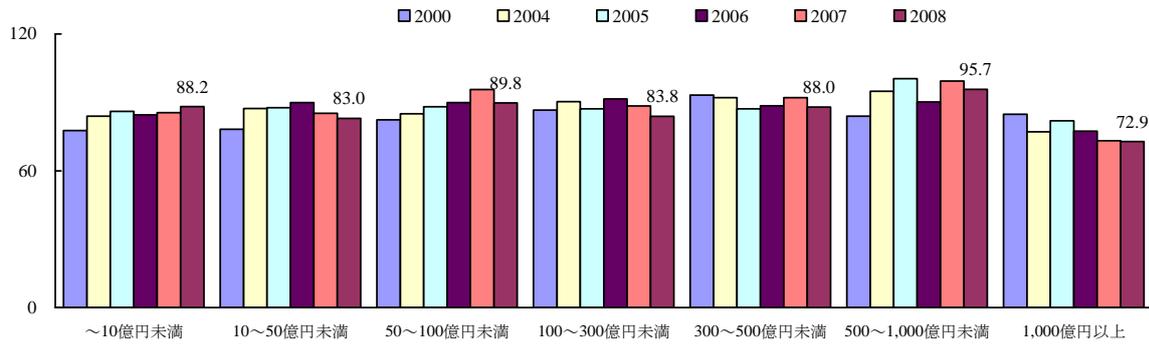


図1-32 地域別の当座比率

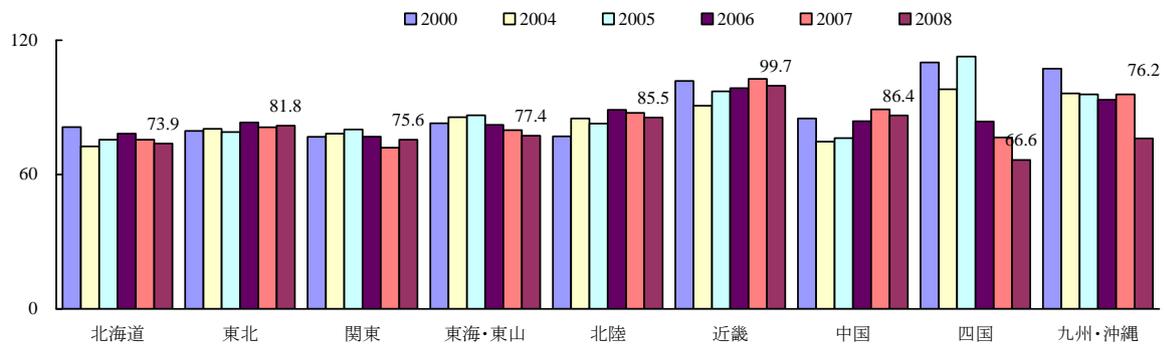


図1-33 製造特性類型別の当座比率

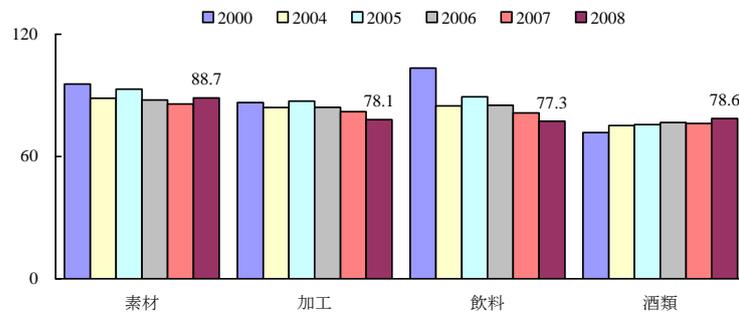
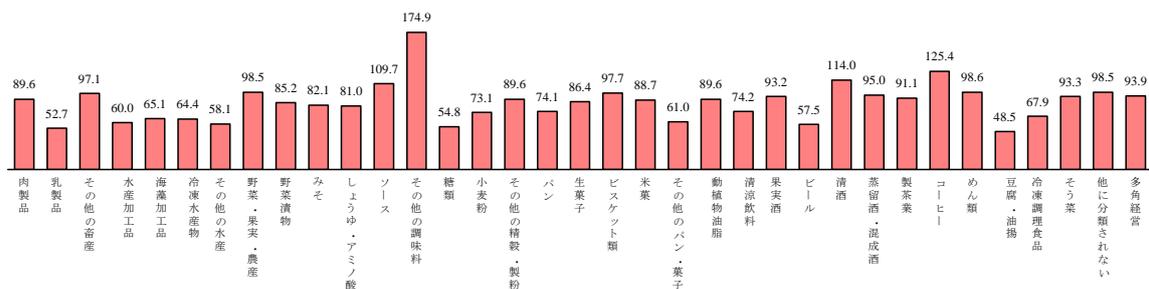


図1-34 業種別の当座比率



ウ 固定比率^{注6)}

固定比率は、2002年度以降低下傾向で推移し、2008年度は123.7%で対前年度差2.8ポイント上昇し、悪化している。

資本金規模別にみると、概ね資本金規模が大きくなるにつれ、固定比率は良好となっているが1,000万円未満の企業では悪化している。売上高規模別でも概ね同様な傾向となっている。これは資本金規模や売上高規模が大きくなるほど、固定資産の購入に際して、外部調達に依存する割合が低くなり、自己資本で賄っていることが要因とみられる。

製造特性類型別にみると、素材が最も良好であり、次いで、飲料、加工、酒類の順となっている。

業種別にみると、その他調味料製造業、果実酒製造業、コーヒー製造業が良好であり、逆にみそ製造業、豆腐・油揚げ製造業など中小企業主体の伝統的な食品製造業で悪化している。

図1-35 固定比率

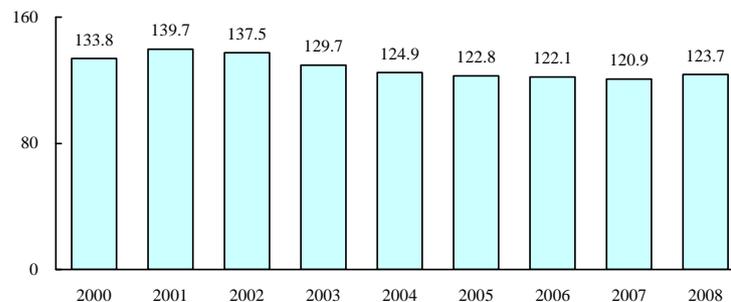
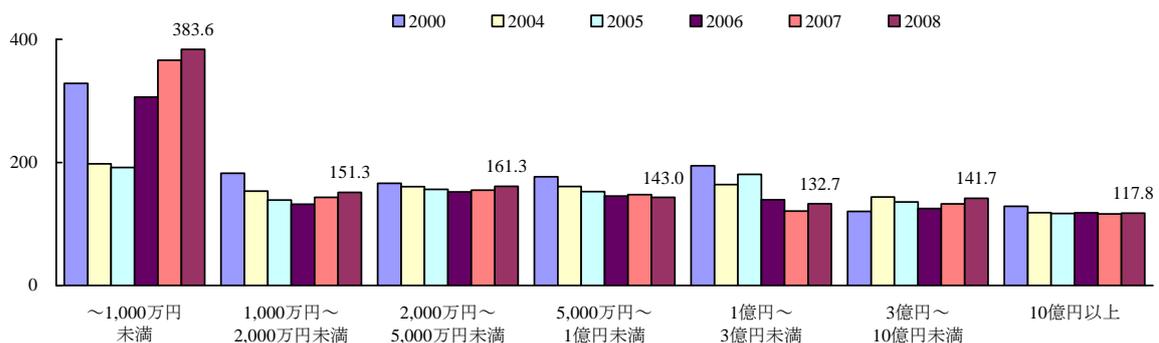


図1-36 資本金規模別の固定比率



注6)＝固定資産／自己資本 固定資産と自己資本とのバランスをみるための経営指標である。固定資産は企業が長期的に運用している資金の総額で、その多くはそれ自体が換金されることはなく、企業自体によって長期的に消費される資産である。したがって固定資産を調達するための資金は、資本として調達された返済不要な資金であることが望ましい。この値が100%以下であれば企業は長期的に安定して事業活動を継続することができると考えられる。上場企業の平均は150%となっている。

図1-37 売上高規模別の固定比率

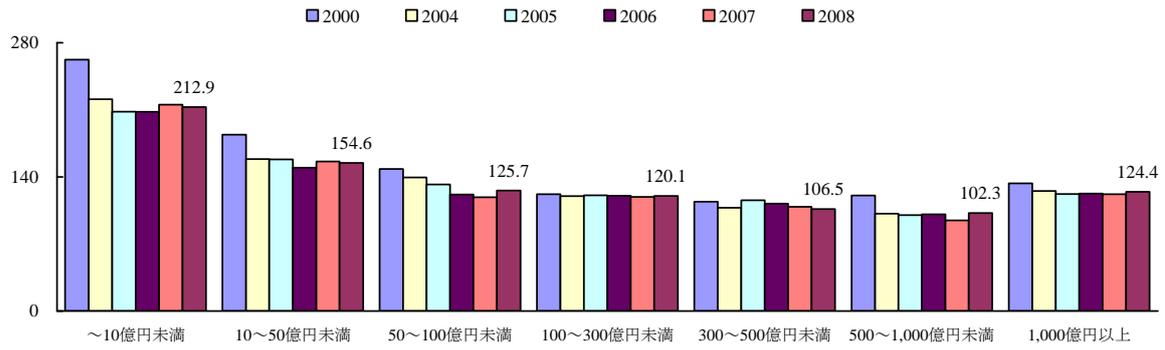


図1-38 地域別の固定比率

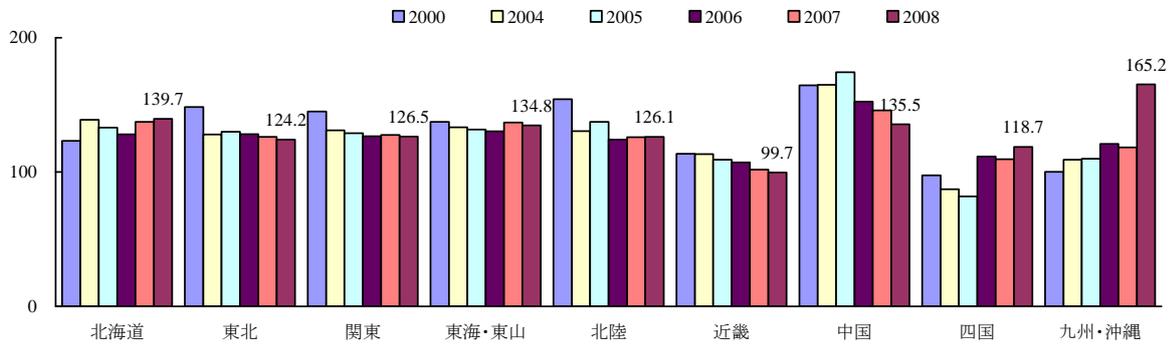


図1-39 製造特性類型別の固定比率

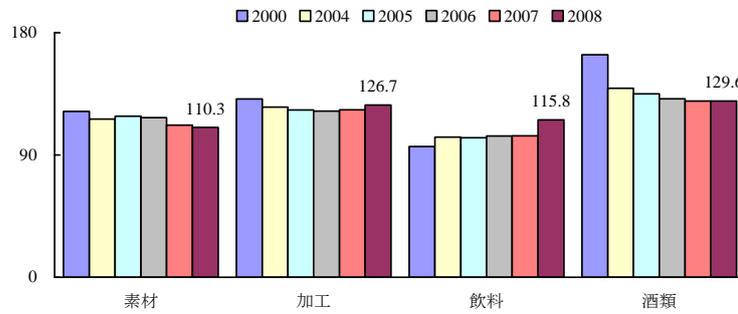


図1-40 業種別の固定比率



エ 自己資本比率^{注7)}

自己資本比率は、2001年度以降、上昇で推移したが、2008年度は45.6%と対前年度差1.4ポイント低下し、わずかに悪化している。

自己資本比率は2007年度の47.0%から2008年度は45.6%に低下している。自己資本の内訳についてみると、利益剰余金の比率が2006年度が30.8%、2007年度が29.8%、2008年度が29.0%と低下しており、収益性の悪化から利益剰余金を取り崩していることが要因とみられる。

資本金規模別にみると、資本金規模が大きくなるほど、概ね高くなる傾向がある。

売上高規模別では、売上高規模1,000億円以上階層を除き、売上高規模が大きくなるほど高い。製造特性類型別にみると、素材、飲料、酒類、加工の順で高い。

業種別にみると、その他調味料製造業、コーヒー製造業、清酒製造業で高く、逆にみそ製造業、冷凍水産物製造業、豆腐・油揚製造業、その他の精穀・製粉で低い。

図1-29 自己資本比率

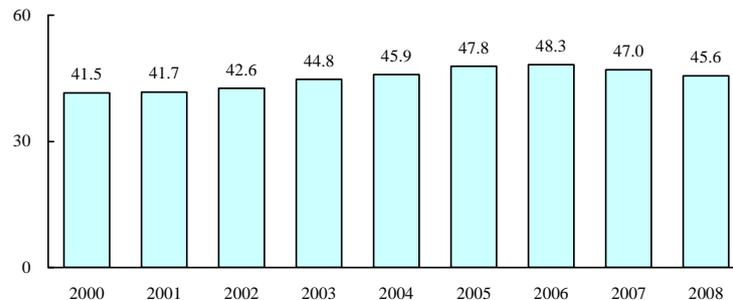
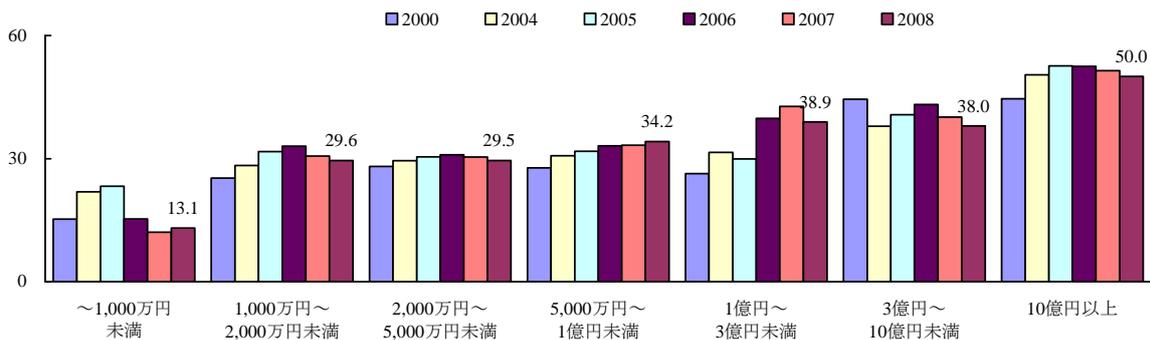


図1-30 資本金規模別の自己資本比率



注7)＝自己資本／資産合計 自己資本と資産合計とのバランスをみるための経営指標である。自己資本は資産合計から負債合計を引いたもので、企業の負債総額に対する資産の超過額であり、債権者への資金返済における企業の余裕度を示している。自己資本比率は資産合計に対する資本合計の相対的な大きさを示すことで、負債に対する企業の余裕度を示す経営指標であり、その値が大きいほど安定性は高い。

図1-31 売上高規模別の自己資本比率

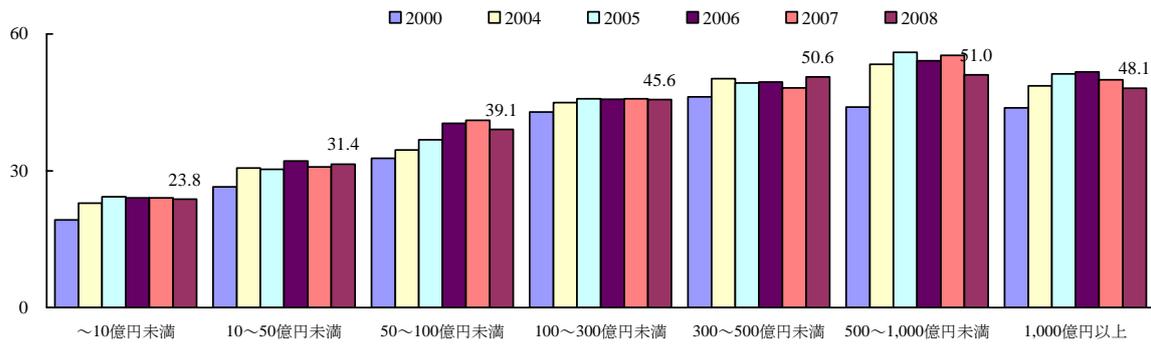


図1-32 地域別の自己資本比率

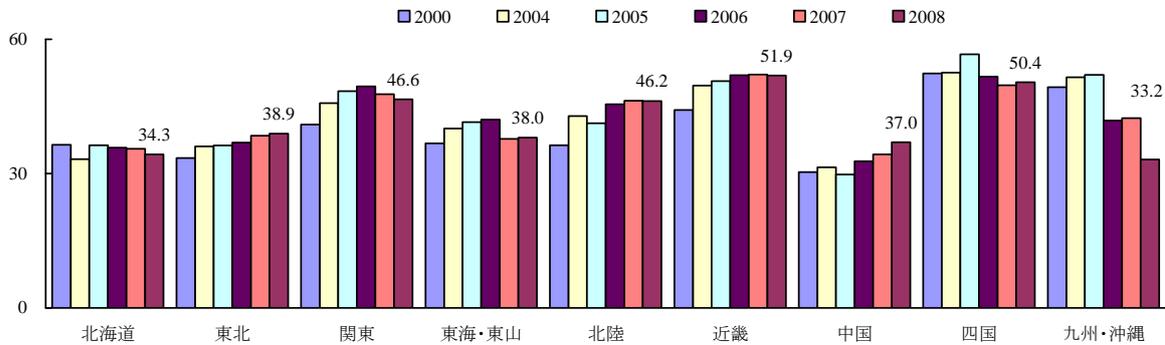


図1-33 製造特性類型別の自己資本比率

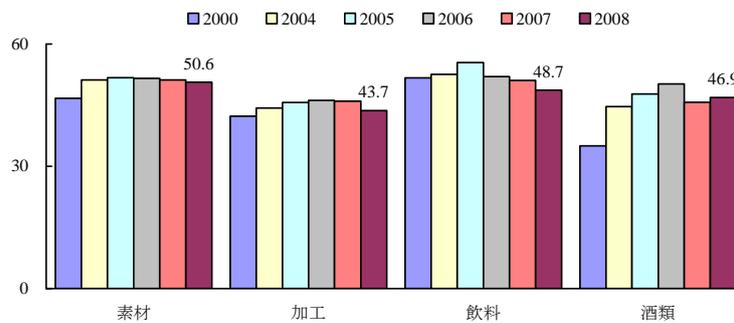


図1-34 業種別の自己資本比率



(4) 生産性

ア 一人当たり売上高^{注8)}

一人当たり売上高は、2001年度以降、増加で推移したが、2008年度は減少している。

一人当たり売上高は、資本金規模別では資本金10億円以上の企業で1億5百万円と圧倒的に多く、それ以外の資本金規模の企業ではいずれも6千万円以下となっている。また、売上高規模別にみると、売上高規模の大きい企業ほど一人当たり売上高は大きい。

地域別にみると、地域間格差が大きい。大消費地の近畿、関東が特に大きく、逆に北陸、東北が小さい。

製造特性類型別にみると、酒類が圧倒的に多く、次いで飲料、素材、加工の順となっている。2000年以降の変化についてみると、素材や酒類は増加傾向にあり、工場集約化や労働生産性向上など効率化が進んでいることを示している。

業種別にみると、ビール製造業、蒸留酒製造業、肉製品製造業が大きい。

図1-35 一人当たり売上高 単位：千円

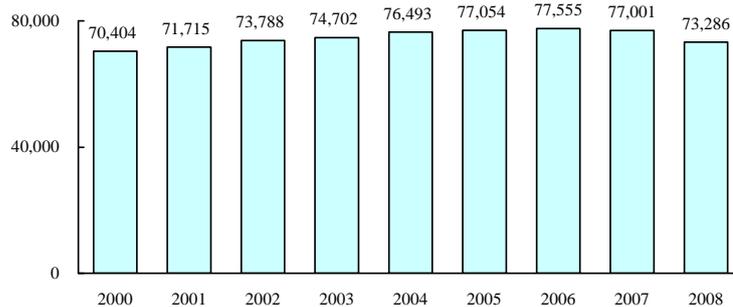
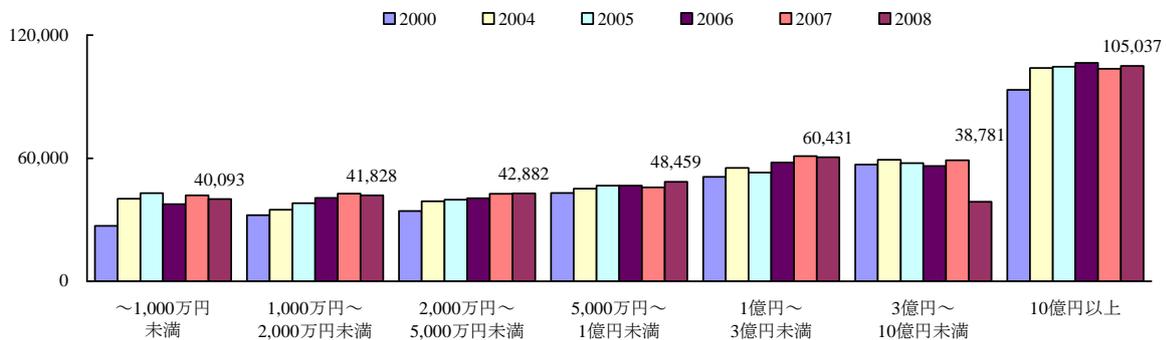


図1-36 資本金規模別の一人当たり売上高 単位：千円



注8)食品製造企業における従業員数については、財務諸表に明記された従業員を用いた。また、人件費は損益計算書に計上されたものを用いた。製造部門の人件費やパート人件費などデータ欠落もみられることから、一人当たり人件費については、留意する必要がある。

図1-37 売上高規模別の一人当たり売上高 単位：千円

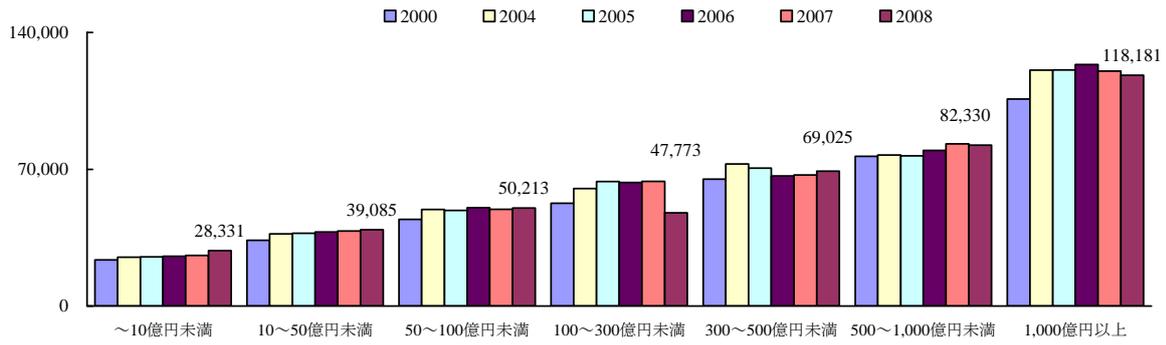


図1-38 地域別の一人当たり売上高 単位：千円

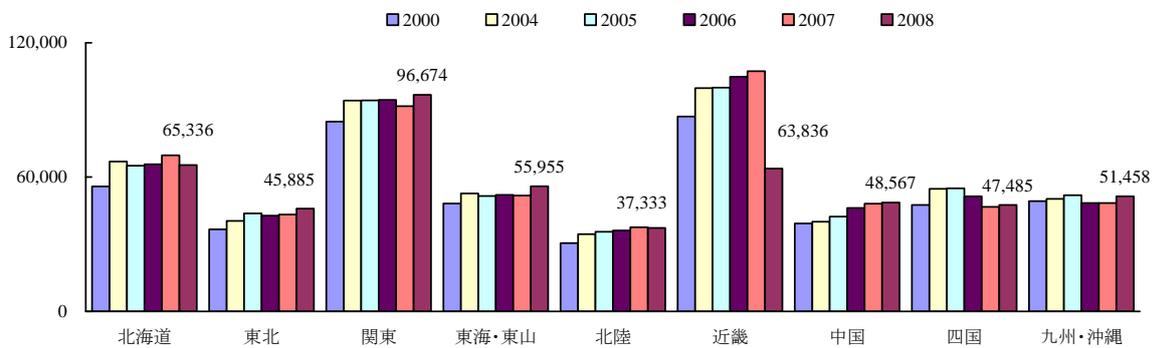


図1-39 製造特性類型別の一人当たり売上高 単位：千円

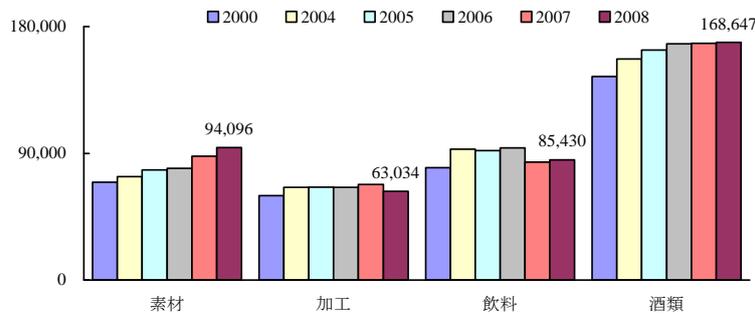
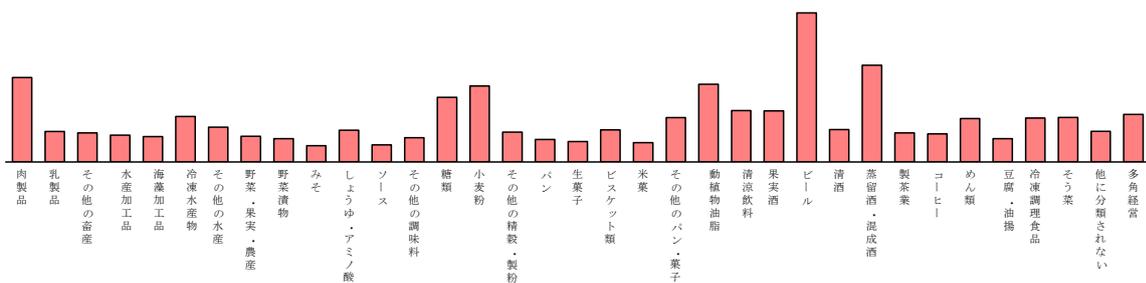


図1-40 業種別の一人当たり売上高 単位：千円



イ 一人当たり付加価値額^{注9)}

一人当たり付加価値額は、2001年度以降、増加で推移したが、2007年度以降は減少に転じ、2008年度は2千万円を割り込んでおり、労働生産性の向上が大きな課題となっている。

資本金規模別にみると、資本金規模10億円以上の企業は、一人当たり付加価値額が3,004万円と大きいですが、それ以外の資本金規模の企業ではいずれも1,300万円以下となっている。

売上高規模別では、売上高規模が大きくなるにつれ一人当たり付加価値も大きくなり、2008年度では売上高規模1,000億円以上の企業の金額は、同10億円未満の企業の約4.6倍となっている。このように大企業と中小企業の格差が大きく、中小企業の労働生産性が課題である。

地域別にみると、地域間格差が大きい。大消費地の近畿や関東で特に大きく、逆に東北と四国では小さい。

製造特性類型別にみると、酒類が最も大きく、次いで、飲料、素材、加工の順となっており、格差が大きい。

業種別にみると、ビール製造業、蒸留酒製造業が大きい。

図1-41 一人当たり付加価値額 単位：千円

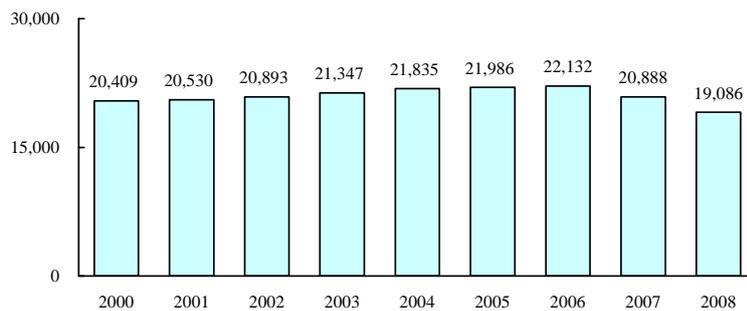
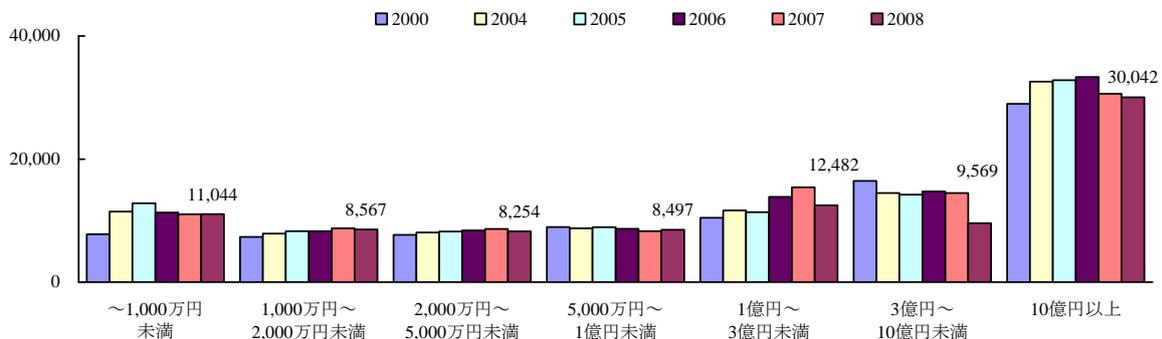


図1-42 資本金規模別の一人当たり付加価値額 単位：千円



注9)付加価値額は売上総利益を用いた。また、食品製造企業における従業員数については、財務諸表に明記された従業員を用いた。従業員数が正確に明記されているかどうかについては、精度が懸念されるので、一人当たり付加価値額については、留意する必要がある。

図1-43 売上高規模別の一人当たり付加価値額 単位：千円

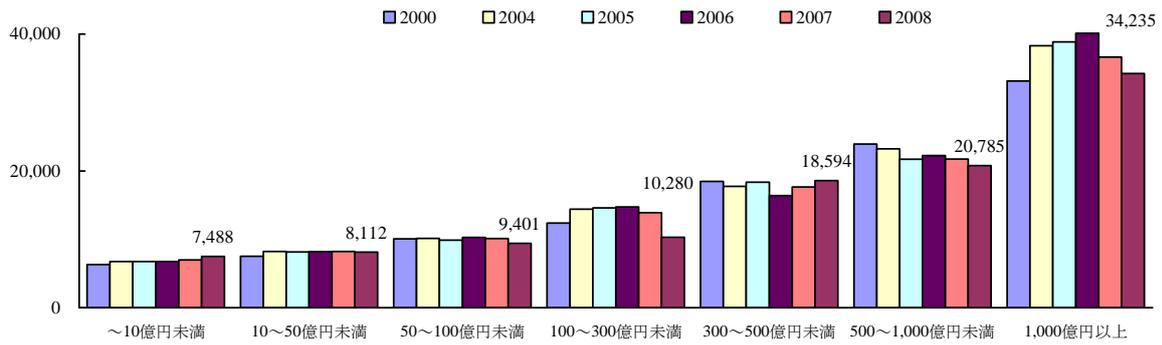


図1-44 地域別の一人当たり付加価値額 単位：千円

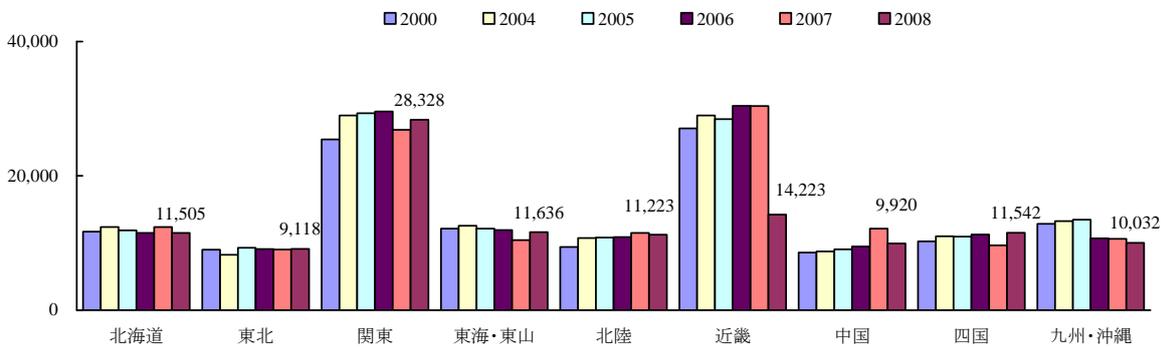


図1-45 製造特性類型別の一人当たり付加価値額 単位：千円

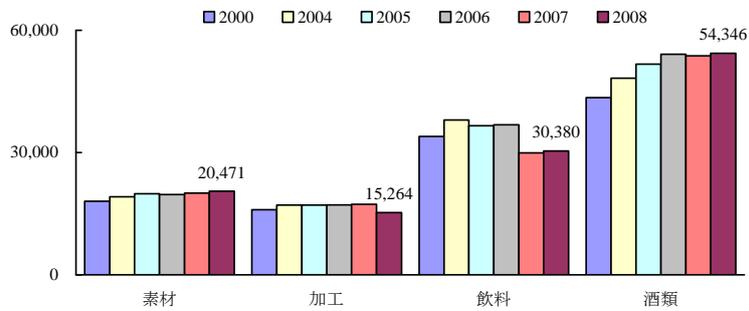


図1-46 業種別の一人当たり付加価値額

