



森永乳業株式会社

2026年3月期 第2四半期（中間期） 決算説明会

2025年11月13日

(2025年11月11日 公表資料)

1. 2026年3月期第2四半期（中間期）決算概要
2. 2026年3月期業績見通し

本日のサマリー

- ◆ **26/3期2Q実績：売上高2,933億円（前年比+0.9%） 営業利益208億円（前年差+33億円、計画差+28億円）**
 - ・ **海外事業：計画超過。** MILEI社ホエイ市況高止まり、販売単価上昇による **計画差拡大**
 - ・ **国内事業：厳しい販売環境継続。数値上は計画超も、** 数量減に伴うコスト上昇影響縮小（高値原料使用後倒し、製造経費・物流費抑制等）、修繕費等の下期への期ズレ（上期未実施分）+約10億円など **実質的には計画未達**
- ◆ **26/3期見通し：営業利益予想修正 320 → 330億円（計画差+10億円）、下期引き下げ（計画差△18億円）**
国内販売動向、コスト影響期ズレなど下期計画減額修正。海外事業（MILEI社ホエイ市況等）は増額修正
 - ・ **国内事業：**各カテゴリー販売動向は前年差改善傾向も計画引き下げ。成長領域拡大に向け費用投下、上期からの修繕費等期ズレ影響（△約10億円）
 - ・ **海外事業：**MILEI社計画引き上げ等（前年差は上期対比縮小）。通期計画増額修正の主要因
- ◆ **今後の取り組み、中期経営計画2025-28の達成に向けて**
 - ・ 成長領域への資源集中。国内事業効率化、海外事業成長に向けた取り組み
 - ・ 生産体制再編を加速。紙パックライン数の半減計画（29/3期）に対し、26/3期末時点で約5割の集約決定

1. 2026年3月期第2四半期（中間期）決算概要

1. 2026年3月期第2四半期（中間期）決算概要
2. 2026年3月期業績見通し

2026年3月期第2四半期決算：業績サマリー



(億円)

	25/3期 2Q	26/3期 2Q	対前年 増減額	対前年 増減率	対計画 増減額
売上高	2,906	2,933	+27	+0.9%	△97
営業利益	175	208	+33	+18.9%	+28
経常利益	172	219	+47	+27.3%	+38
親会社株主に帰属する 中間純利益	97	146	+49	+50.8%	+13
売上高 営業利益率	6.0%	7.1%			

* 経常利益に関する補足

・ 営業外収益：為替差益・為替差損の前年差 +約16億円など

* 親会社株主に帰属する中間純利益に関する補足

・ 特別利益：退職給付制度終了益 約22億円など

・ 特別損失：森永北陸乳業（株）富山工場生産中止に伴う減損損失 約10億円など

■ 2026/3期 2Q実績：営業利益208億円（前年差+33億円） 上期営業利益計画を上回る着地（計画差+28億円）

1Qに続き、MILEI社中心に海外事業が計画超過。計画差拡大。国内事業は価格改定実施も数量減少影響大の厳しい環境継続。その中でも成長領域のアイスは計画に沿った拡大、数量減に伴う各種コスト抑制、修繕費等の期ズレにより計画超過

・ 国内事業（営業利益* 前年差△16億円、計画差+10億円）

昨夏以降の食品価格高騰を背景に環境厳しく、原材料・エネルギー他のコストアップ対応の価格改定実行も、ヨーグルト、ビバレッジ、チーズ、牛乳など前年・計画割れ。数量マイナス影響で減益。一方、夏の好天、アイス、業務用乳製品（BtoB）等は好調に推移。数量減に伴うコスト上昇影響縮小、子会社利益増など営業利益は計画超。ただし修繕費等期ズレ影響+約10億円を考慮すると、実質的には計画未達

・ 海外事業（営業利益 前年差+49億円、計画差+18億円）

MILEI社がホエイ市況の好況を背景に好調継続し増益。成長分野の菌体（育児用ミルク・サプリ向け）やパキスタンの育児用ミルクも順調に推移、減損後の各社での改善もあり全体で計画を上回る進捗

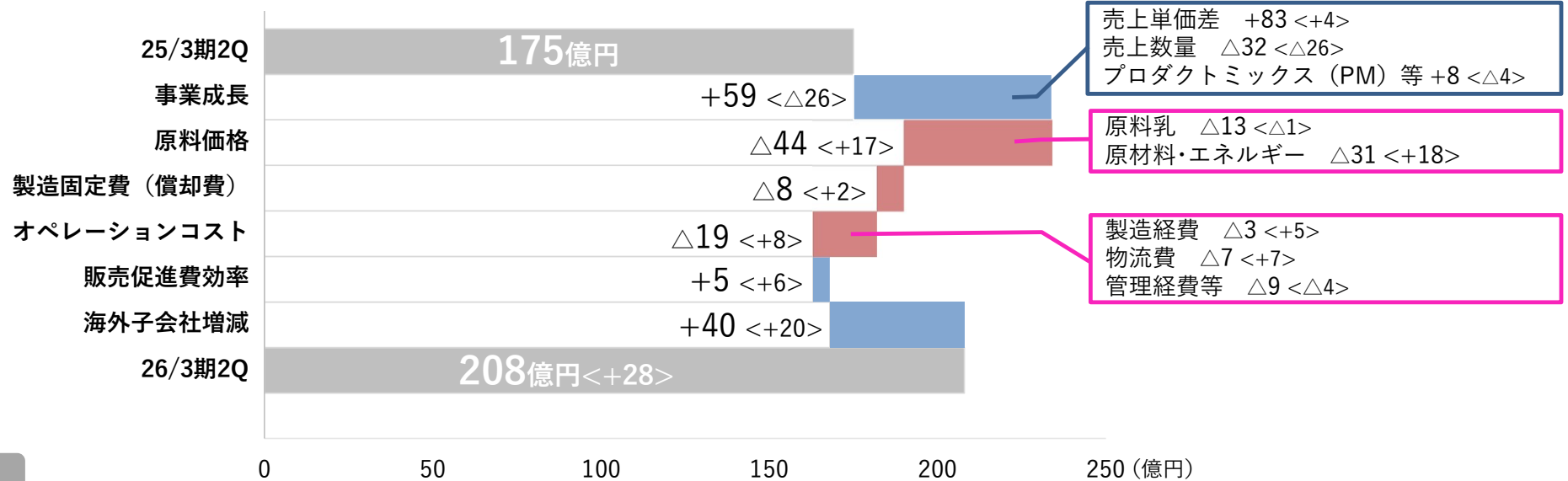
* 国内事業の営業利益は「全社計－海外事業」で算出した数値

2026年3月期第2四半期決算：営業利益増減要因



* 売上単価差とプロダクトミックス(PM)等の計画差(4億円)は、期初時点では未発表であった価格改定影響を計画上はPM等に織り込んでいたもの。実質的にはそれぞれ当初計画水準

<>は、計画との差



Point

- 売上単価差：ヨーグルト、アイス、ビバレッジ、業務用乳製品(BtoB)など価格改定。計画通りの進捗
- 売上数量：アイス、業務用乳製品、栄養食品などを除く国内カテゴリー全般、期初計画に対し数量減
- 原料価格：原料乳は6、8月乳価改定等コスト増も計画通り。原材料・エネルギーはコスト増も数量減に伴い計画比で抑制
- 製造固定費(償却費)：神戸工場新製造棟・アイスクリーム製造ライン稼働
- オペレーションコスト：コスト増も計画に対しては抑制傾向。製造経費で当初上期想定 of 修繕費等が期ズレ(約10億円)、下期に後倒し
物流費は独自子会社貢献もあり計画対比抑制
- 海外子会社増減：ホエイ市況上昇を背景に好調維持するMILEI社を中心に増益

2026年3月期第2四半期決算：分野別サマリー



	(億円)								(億円)			
	売上高				営業利益 (営業利益率)				売上高		営業利益 (営業利益率)	
	25/3期 2Q	26/3期 2Q	対前年 増減率	対計画 増減率	25/3期 2Q	26/3期 2Q	対前年 増減額	対計画 増減額	26/3期 2Q 7-9月	対前年 増減率	26/3期 2Q 7-9月	対前年 増減額
成長分野	638	655	+2.6%	△3.9%	94 (14.7%)	87 (13.3%)	△7	△9	334	+0.4%	47 (13.9%)	△2
基幹分野 (中核,乳業基盤,転換)	1,816	1,800	△0.9%	△3.5%	77 (4.2%)	107 (5.9%)	+30	+27	898	△2.4%	62 (6.9%)	+23
育成・その他分野	452	479	+5.8%	△1.1%	4 (1.0%)	14 (3.0%)	+10	+10	265	+7.2%	11 (4.2%)	+8
(内訳) 海外事業	350	394	+12.6%	+8.9%	20 (5.6%)	68 (17.4%)	+49	+18	198	+6.4%	39 (19.8%)	+29
合計	2,906	2,933	+0.9%	△3.2%	175 (6.0%)	208 (7.1%)	+33	+28	1,497	△0.2%	120 (8.0%)	+29

営業利益 計画差の主な要因：成長分野は概ね計画線もアイス原料コスト影響。基幹分野はMILEI社拡大で計画差大

- **成長分野**
 - ・ アイス：好天、新製造設備稼働により計画線の増収も、原料コスト増拡大、償却増分により減益
 - ・ 国内海外菌体計、海外育児用ミルクも概ね計画線
 - ・ ヨーグルト：「パルテノ」増収も、機能性や「ビヒダス」など中心に計画未達。競合との価格差解消に伴って8月以降は「ビヒダス」中心に増収方向に転じるなど、改善傾向
- **基幹分野**
 - ・ MILEI社：ホエイ市況上昇を背景に好調維持し、増益に大きな貢献
 - ・ 国内はBtoC商品カテゴリーの数量減大。一方、価格改定や業務用乳製品増収、コスト抑制効果もあり利益計画超

2. 2026年3月期業績見通し

1. 2026年3月期第2四半期（中間期）決算概要
2. **2026年3月期業績見通し**

2026年3月期業績見通し：ポイント



営業利益予想を上方修正。海外引き上げ、国内引き下げ

通期計画修正：売上高 5,800 ⇒ **5,700億円**、営業利益 320 ⇒ **330億円** (当初計画差+10億円)

営業利益

- 海外事業：上方修正、通期（前年差+65億円、計画差+27億円）・下期（前年差+16億円、計画差+9億円）
下期MILEI社反動減想定ของエイ市況が一転高値維持。前年差は縮小も計画引き上げ
成長領域の菌体・育児用ミルクは当初計画に沿った拡大を図る。TIF社生産体制再編実行
- 国内事業：下方修正、通期（前年差△32億円、計画差△17億円）・下期（前年差△16億円、計画差△27億円）
上期計画超過の一方、主に以下2点により下期計画減額
・販売計画引き下げ、当初下期計画（営業増益+11億円）までは早期改善しない見通し
・コスト影響後倒し、当初計画では上期実施想定ของ修繕費等の期ズレ（△約10億円）
販売計画引き下げも、1Q時点からは改善傾向。成長領域中心への資源集中、拡大

* 国内事業の営業利益は「全社計－海外事業」で算出した数値

Copyright©Morinaga Milk Industry Co.,Ltd.All Rights Reserved.

2026年3月期業績見通し：ポイント



営業利益予想を上方修正。海外引き上げ、国内引き下げ

	営業利益		
	上期実績（当初計画差）	下期計画（当初計画差）	通期計画（当初計画差）
成長分野	87億円（△9億円）	36億円（△19億円）	123億円（△28億円）
<ul style="list-style-type: none"> ・国内中心に利益計画引き下げ（原料コスト増、ヨーグルト販売計画引き下げ等）、成長に向けた資源集中を進める ・海外向け展開（菌体、育児用ミルク）は順調な進捗 			
基幹分野	107億円（+27億円）	68億円（+1億円）	175億円（+28億円）
<ul style="list-style-type: none"> ・MILEI社を中心に計画引き上げ。下期は国内販売計画引き下げやコスト期ズレ影響に伴い、当初計画並みの利益水準見込む 			
育成・その他分野	14億円（+10億円）	18億円（±0億円）	32億円（+10億円）
<ul style="list-style-type: none"> ・独自子会社の貢献を中心に上期計画超、下期は当初計画水準を見込む 			
合計	208億円（+28億円）	122億円（△18億円）	330億円（+10億円）
(内訳)			
海外事業	68億円（+18億円）	72億円（+9億円）	140億円（+27億円）
<ul style="list-style-type: none"> ・MILEI社を中心に計画引き上げ。海外菌体・育児用ミルクの成長領域はじめ順調に進捗。海外事業の利益構成比高まる 			
国内事業（全社計－海外事業）	140億円（+10億円）	50億円（△27億円）	190億円（△17億円）
<ul style="list-style-type: none"> ・当初計画から数量減、一方数量減に伴うコスト抑制。上下期の計画差差異は販売計画修正影響や修繕費等期ズレなど 			

2026年3月期業績見通し

計画修正あり



(億円)

	25/3期	26/3期 通期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	当初計画 との差	25/3期 下期	26/3期 下期計画	対前年 増減額	対前年 増減率	当初計画 との差
売上高	5,612	5,700	+88	+1.6%	△100	2,706	2,767	+61	+2.3%	△3
営業利益	297	330	+33	+11.3%	+10	122	122	+0	+0.3%	△18
経常利益	299	339	+40	+13.5%	+20	126	120	△7	△5.3%	△18
親会社株主に帰属する 当期純利益	55	190	+135	+248.0%	-	△42	44	+86	-	△13
売上高営業利益率	5.3%	5.8%								
海外売上高比率	12.5%	14.4%								
ROE 当期純利益/自己資本	2.0%	7.1%								
ROIC 税引き後営業利益/投下資本	5.7%	6.2%								
一株当たり年間配当金/ 配当性向	90円 139.3%	93円 40.0%								

Point

- 営業利益：330億円に上方修正（前年差：+33億円、当初計画差：+10億円）
- 当期純利益：計画修正なし。生産体制再編(P.15参照)、富山工場生産中止に伴う減損損失(△約10億円)はじめ、特別損失見込む
25/3期海外子会社の減損損失等で特別損失計上（△201億円）
- ROIC：新中計にて新たな指標として導入
- 一株当たり年間配当金：26/3期 93円予想（うち中間配当45円）
中期経営計画2025-28の配当性向目標40%に沿った予想。予想修正なし

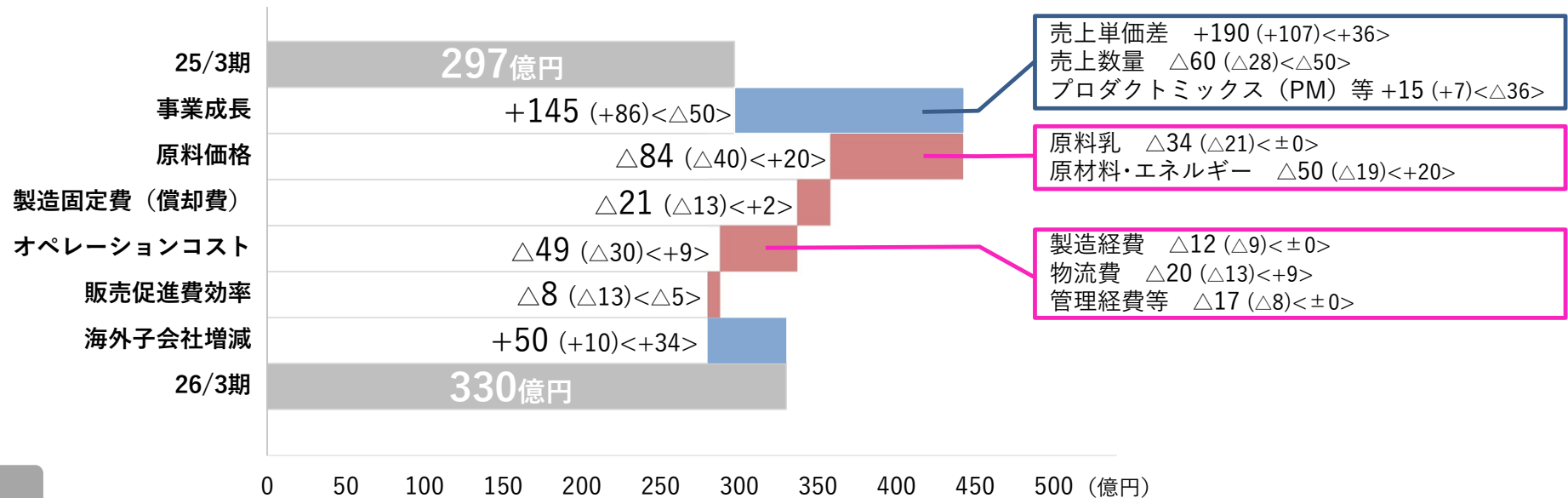
2026年3月期業績見通し：営業利益増減見通し

計画修正あり



() は、下期計画
< > は、当初計画との差 (通期計画)

* 売上単価差とプロダクトミックス(PM)等の計画差 (36億円) は、期初時点では未発表であった価格改定影響を計画上はPM等に織り込んでいたもの。実質的にはそれぞれ当初計画水準



Point

- 売上単価差：PM等と計画上の付け替え*。上期発表の価格改定効果を中心にそれぞれ実質当初計画どおりの貢献を見込む
- 売上数量：国内の厳しい販売状況を受けて **計画引き下げ**
- 原料価格：生乳取引価格上昇、コーヒー・チョコレート・包装資材などコスト増。ただし **当初計画対比で数量減に伴う抑制**
- 製造固定費 (償却費)：神戸工場新製造棟・アイスクリーム製造ライン稼働
- オペレーションコスト：**物流費は独自子会社貢献もありコスト増抑制**。製造経費で上期⇒下期 (約10億円) 修繕等期ズレ
- 販売促進費効率：成長領域を中心とした資源集中を図る
- 海外子会社増減：**MILEI社拡大、上方修正**。米国子会社の工場統合効果など

今後の取り組み：成長分野



ヨーグルト：競合価格差縮小・機会ロス解消・新機能商品投入

ヨーグルト

- 「ビヒダス」：
 - プレーンヨーグルト容器サイズ変更（内容量そのまま）、省サイズによる利便性向上&プラ使用量削減。新容器の認知向上、プロモーション活動強化しさらなる拡大図る
 - 「ビヒダス」ブランド、8月以降は復調傾向
- 「パルテノ」：製造能力約50%引き上げ（利根工場、設備投資額：約12億円）。強い需要に供給が追いつかないことを背景に販売休止していた西日本エリア向けの「プレーン砂糖不使用280g」タイプを10月から再開、全国供給体制整備（東日本エリア向け：前年10月以降、順次再開済み）
- 機能性ヨーグルト：新たに「森永ラクトフェリン200」を発売、「免疫維持・のどの乾燥感」Wケアによる差別化（従来品よりも高価格帯）



今後の取り組み：成長分野



成長分野への資源集中

アイス

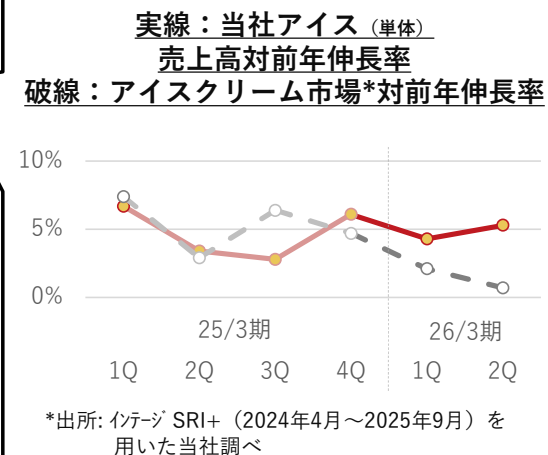
- 神戸工場新製造設備により26/3期から供給能力増、市場を超える成長。需要拡大するアイス市場でのシェア獲得
- コストアップに対する価格改定を実行（9月）
- 新商品「Variche（バリッチェ）」西日本エリアに拡大、新たな柱の育成チャレンジ継続

菌体

- 国内外合計で計画水準の増収継続。好調な海外向けを牽引役に引き続き伸長を図る
- 海外向け：
 - 引き続き育児用ミルク向け、サプリメント向けの拡大進める
 - 中国育児用ミルク向け原料の出荷継続、さらなる拡大狙い営業活動を継続
 - 「はびねす乳酸菌®」海外向け販売開始
- 国内向け：サプリメント向け大手顧客の深耕継続

海外育児用ミルク（パキスタン）

- 現地経済成長、人口増、育児用ミルク市場の拡大に伴い順調に推移。市場ニーズに見合った新製品投入等、成長戦略実践



海外市場に向けたBtoBチャンネルにて、商品名「LAC-Living+」として12月より販売開始

今後の取り組み：基幹分野（中核・乳業基盤・転換）



MILEI社の貢献。国内は数量減少・需要変化への対応

MILEI社

- 下期もホエイ市況の高水準維持を背景に、前期以上の業績貢献を見込む
- 利益水準は一段引き上がるも、27/3期以降は中期経営計画の位置付けどおり、乳糖やホエイ製品等の品質改善継続などを背景とした安定的な業績貢献を見込む（ホエイ市況変動、ユーロ円為替、スポット取引による短期的影響など除く）

その他国内カテゴリー

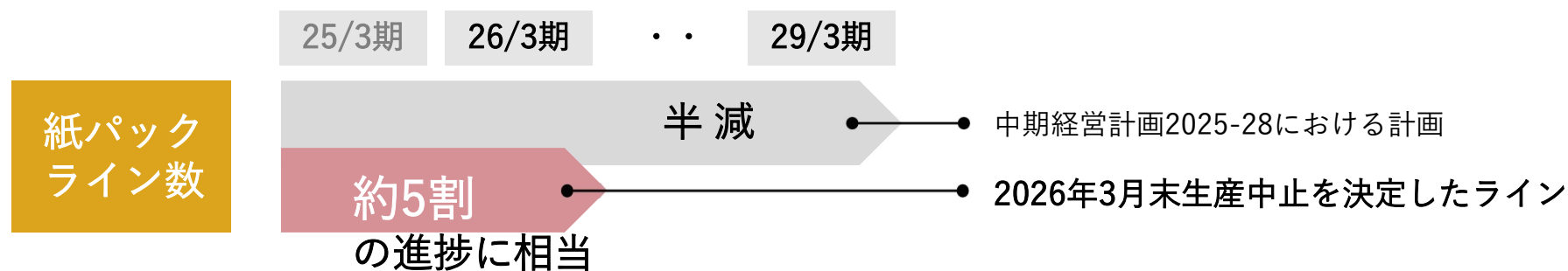
- 「マウントレニア」：3月価格改定以降は減収が続くも9月単月増収転換。「ノンスイートラテ」「カフェインレス」など定番商品リニューアル、認知獲得により拡大狙う
- 「リプトン」：紙パック商品、生産体制再編により効率化。一方でチルドカップ商品は上期増収、市場拡大中
- チーズ：主力商品への集中、収益性向上。季節限定商品やコラボ施策などを通じた価値訴求
- 牛乳、D to C（EC、市乳）：8月価格改定後の数量減は限定的。常温・ロングライフの牛乳のチャネル展開強化
- 業務用乳製品（B to B）：底堅い需要を背景に引き続き拡大図る。慢性的な人手不足・簡便化ニーズへの適切な商品提案

今後の取り組み：基幹分野（中核・乳業基盤・転換）



森永乳業グループ各生産拠点、紙パックライン再編加速

- 「東北森永乳業株式会社 秋田工場生産中止に関するお知らせ」 2025年10月1日発表
- 上記に加え、国内各生産拠点における紙パックラインの生産体制再編決定。
今期末で生産中止となる紙パックライン数は、29/3期に向けた計画の**約5割**相当。
国内需要動向を鑑み、構造改革を決定



- 今後も国内市場の動向を見極めつつ、需要に対して最適な生産体制を構築していく方針
- 森永北陸乳業 富山工場（2025年9月末生産中止）に続いて生産拠点の集約推進

Appendix

2029年秋に本社移転計画、自社使用外の活用は検討継続

- ▶ 「(開示事項の経過) 固定資産の取得に関するお知らせ」の表題で2025年9月12日発表
※本発表は2022年5月13日付「森永プラザビル建替えに関するお知らせ」の続報

発表内容のPoint

- 当社本社が入居していた森永プラザビル跡地に新たに事務所・店舗主体の大規模複合施設を建築し、当該施設における区分所有権の一部(事務所部分の9フロア相当)を取得
- 区分所有権の一部を活用し、2029年秋を目途に本社移転を計画
- 自ら使用する部分を除く区分所有権の活用は今後検討
- 取得資産の投資総額：464億円
- 竣工予定：2029年3月(建物竣工・供用開始)、2033年度中(全体竣工)

※本投資の主なキャッシュアウトの時期は、中期経営計画2025-28の先となる30/3期を見込む

(参考) 2026年3月期第2四半期決算：カテゴリー別売上高



		(億円)	25/3期 2Q	26/3期 2Q	対前年 増減率	対計画 増減率
成長分野						
	ヨーグルト		291	287	△1%	△7%
	アイス		288	302	+5%	△1%
(海外)	NutriCo Morinaga (パキスタン)		38	39	+2%	+10%
育成・その他分野						
(海外)	Morinaga Nutritional Foods Vietnam (ベトナム)		21	21	△3%	-

		(億円)	25/3期 2Q	26/3期 2Q	対前年 増減率	対計画 増減率
基幹分野 (中核・乳業基盤・転換)						
	ビバレッジ		304	291	△4%	△11%
	チーズ		134	128	△4%	△8%
	栄養食品		69	69	+1%	△3%
	クリニコ		136	135	△1%	△5%
(海外)	MILEI (ドイツ)		210	256	+22%	+18%
	牛乳		232	216	△7%	△4%
	B to B (国内菌体除く)		407	429	+5%	+5%
	デザート		41	39	△5%	-
	市乳 (宅配など)		81	80	△1%	-
(海外)	Morinaga Nutritional Foods (米国、含むTIF)		48	38	△21%	-

Point

- 価格改定の実施状況
ビバレッジ (3月)、ヨーグルト、チーズ、デザートなど (4月)、
栄養食品 (5月)、チーズ (7月)、
牛乳、ヨーグルト、デザートなど (8月)、アイス (9月)、業務用乳製品(B to B)
- アイス：神戸工場新ライン稼働、増産体制構築

(参考) 2026年3月期第2四半期決算：カテゴリー別売上高（四半期単位）



	(億円)	25/3期	26/3期	対前年	25/3期	26/3期	対前年
		1Q 4-6月	1Q 4-6月	増減率	2Q 7-9月	2Q 7-9月	増減率
成長分野							
ヨーグルト		146	143	△2%	145	144	±0%
アイス		129	134	+4%	159	168	+5%
基幹分野 (中核・乳業基盤・転換)							
ビバレッジ		147	138	△6%	157	153	△3%
チーズ		67	64	△5%	67	65	△3%
栄養食品		33	35	+5%	35	34	△4%
クリニコ		67	66	△1%	69	69	△1%
牛乳		113	104	△8%	119	112	△6%
B to B (国内菌体除く)		202	214	+6%	205	215	+5%
デザート		20	20	△4%	20	19	△6%
市乳 (宅配など)		41	41	△1%	40	39	△1%

(参考) 2026年3月期業績見通し：分野別売上高、営業利益計画

計画修正あり



(億円)

2026/3期 計画	売上高						営業利益 (営業利益率)					
	26/3期 下期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	26/3期 通期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	26/3期 下期計画	対前年 増減額	当初計画 との差	26/3期 通期計画	対前年 増減額	当初計画 との差
成長分野	584	+7.2%	△10	1,239	+4.7%	△36	36 (6.2%)	△8	△19	123 (9.9%)	△15	△28
基幹分野 (中核・乳業基盤・転換)	1,742	+1.6%	△63	3,542	+0.3%	△128	68 (3.9%)	+8	+1	175 (4.9%)	+38	+28
育成・その他分野 (育成・独自事業他・消去等)	440	△1.3%	+69	919	+2.3%	+64	18 (4.0%)	±0	±0	32 (3.5%)	+10	+10
(内訳) 海外事業	428	+22.5%	+64	822	+17.6%	+96	72 (16.7%)	+16	+9	140 (17.0%)	+65	+27
合計	2,767	+2.3%	△3	5,700	+1.6%	△100	122 (4.4%)	±0	△18	330 (5.8%)	+33	+10

(参考：中期経営計画2025-28のカテゴリー)

	成長領域	中核領域	乳業基盤領域	転換領域	育成領域
国内事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨーグルト ・アイス ・菌体 	<ul style="list-style-type: none"> ・ビバレッジ ・チーズ ・栄養食品(育児用ミルク等) ・クリニコ ・機能性素材(ラクトフェリン等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳 ・業務用食品(乳製品) 	<ul style="list-style-type: none"> ・デザート ・市乳(宅配) 	<ul style="list-style-type: none"> ・健康食品(サプリメント)
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> ・菌体 ・育児用ミルク 	<ul style="list-style-type: none"> ・乳素材(MILEI) 		<ul style="list-style-type: none"> ・PBF 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナム

(参考) 2026年3月期業績見通し：カテゴリー別売上高計画

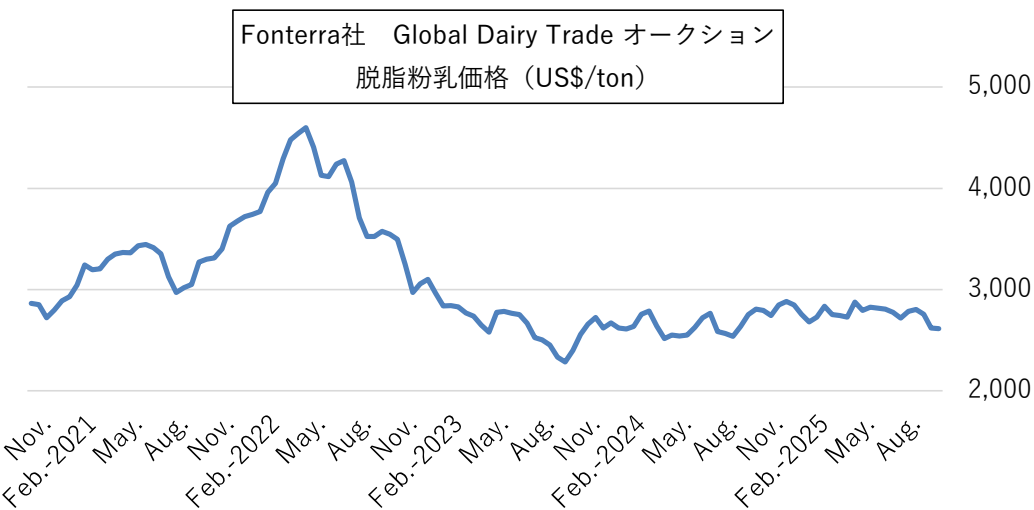
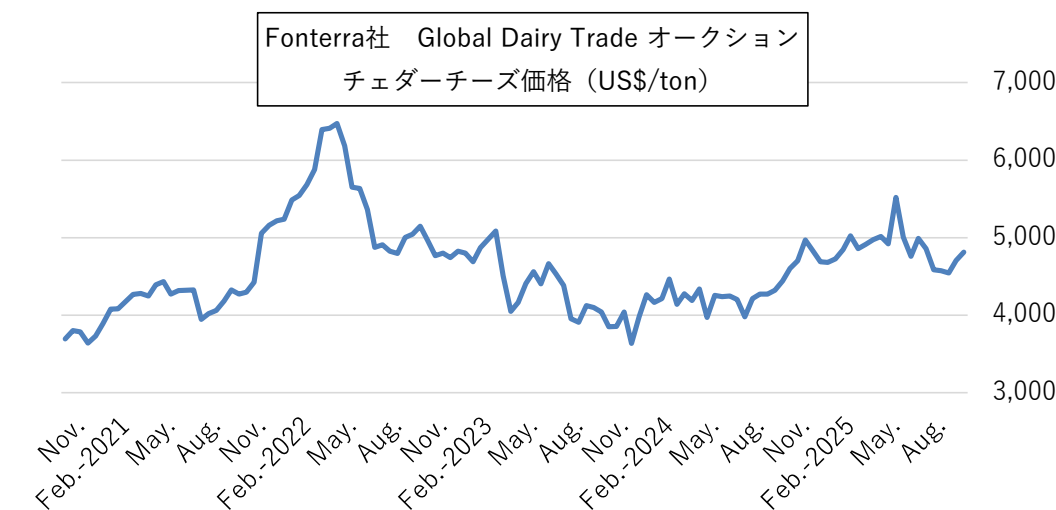
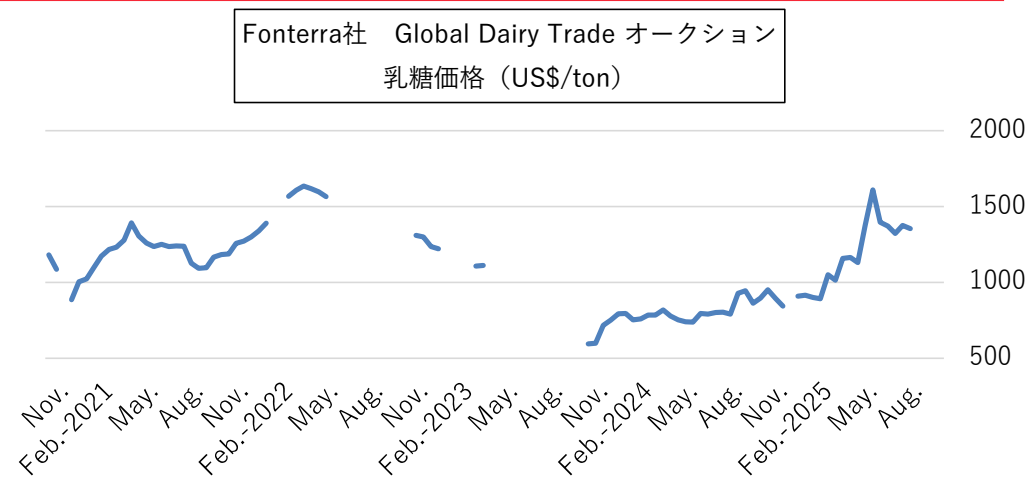
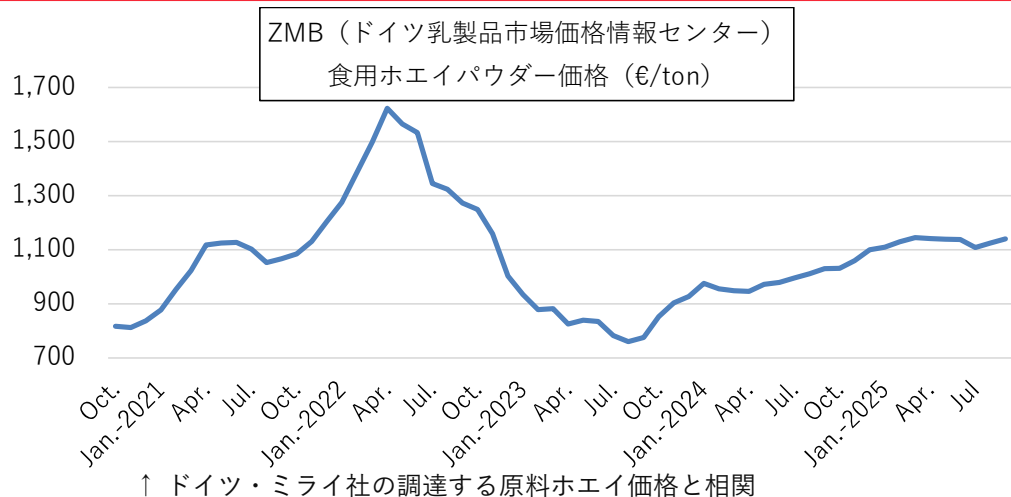
計画修正あり



(億円)

2026/3期 計画	売上高						
	26/3期 下期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	26/3期 通期計画	対前年 増減率	当初計画 との差	
成長分野							
	ヨーグルト	296	+7%	△4	584	+3%	△28
	アイス	179	+2%	△13	482	+4%	△14
(海外)	NutriCo Morinaga (パキスタン)	40	△4%	±0	78	△1%	+3
基幹分野 (中核・乳業基盤)							
	ビバレッジ	244	+2%	△25	536	△2%	△62
	チーズ	133	±0%	△8	262	△2%	△19
	栄養食品	70	+2%	△2	139	+2%	△4
	クリニコ	134	△1%	△11	269	△1%	△19
(海外)	MILEI (ドイツ)	277	+40%	+75	533	+31%	+114
	牛乳	201	△4%	△2	417	△6%	△11
	B to B (国内菌体除く)	419	+1%	△25	847	+3%	△6

(参考) 乳原料市況データ (過去5年間)



Source : ZMB (食用ホエイパウダー) 、 Fonterra社 Global Dairy Trade オークション (乳糖、チェダーチーズ、脱脂粉乳) * 線無し部は売買不成立

成長戦略(カテゴリーごとの位置づけ/役割の明確化)

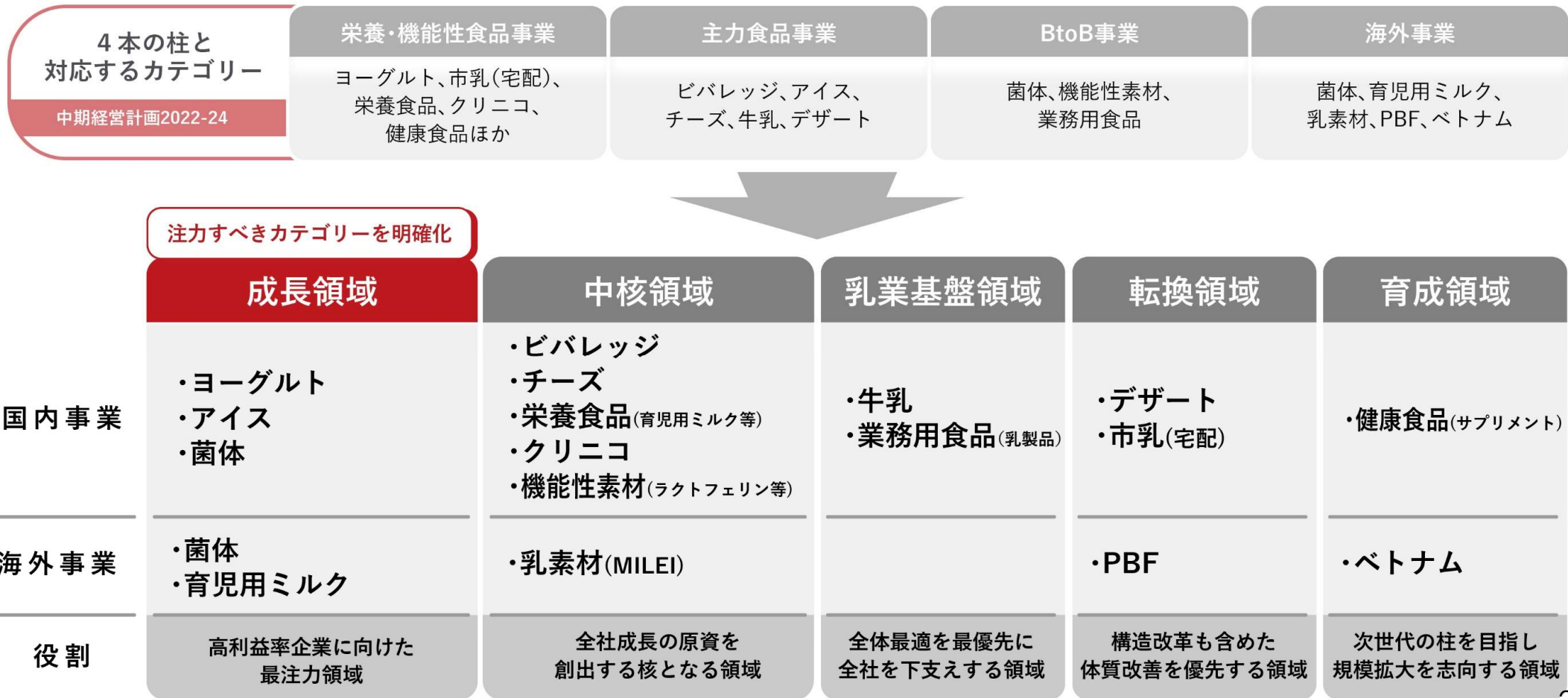
成長戦略

構造改革

組織風土
改革



- 不変の提供価値『健康価値／おいしさ・楽しさ価値』のもと、役割に応じた管理区分へと見直し
- 国内・海外共に全方位思考から脱却し、強みを最大限活かせる成長領域に資源を集中投下





かがやく“笑顔”のために

森永乳業株式会社

業績予想に関する注意事項

この資料の数値のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載にかかわるものは、将来の業績にかかる予想値であり、それはいずれも、現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎に算出されたものです。

従いまして、かかる予想値は、リスクや不確定要因を含むものであって、現実の業績は諸々の要因により、かかる予想値と異なってくる可能性があります。かかる潜在的リスクや不確定要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。

なお、この資料における記載金額については、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が合わない場合があります。また、特に注記のない場合は、累計値を表示しています。