

令和2年9月市議会 総務委員会資料

第110号議案 令和2年度 長崎市一般会計補正予算（第10号）

< 目 次 >

2款 総務費 1項 総務管理費 7目 企画費

1 企画推進費

1 長崎開港450周年記念事業費・・・・・・・・・・・・・・・・ P 1

2 定住促進費

1 ながさきウェルカム推進費・・・・・・・・・・・・・・・・ P 13

12款 公債費 1項 公債費 1目 元金・・・・・・・・・・・・・・・・ P 16

企 画 財 政 部

令 和 2 年 9 月



| 予 算 説 明 書 | | | | | 事 業 名 | 補 正 額 |
|-----------|----------|------------|----------|-----|----------------------|-------------|
| ページ | 款 | 項 | 目 | 番号 | | |
| 26~27 | 2 総務費 | 1 総務管理費 | 7 企画費 | 1-1 | 長崎開港 450 周年記念 事業費 | 千円 6,531 |

1 概 要

長崎開港450周年記念事業については、令和3年度の実施を目指して長崎開港450周年記念事業実行委員会（以下、「実行委員会」という。）において検討が進められている。

このたび、この実行委員会に設置されているワーキンググループの部会における検討の中で、広報に関する計画について一定の方向性が示されたことを踏まえ、広報・PR等にかかる費用について負担するもの。

さらに広報・PRについては、機運醸成のために令和2年度から開始する必要があり、令和3年度においても引き続き広報・PRを実施するための債務負担行為を設定したい。



2 事業内容

(1) 事業内訳

ア 広報・PR

記念事業の盛り上がりに合わせて、時期に応じた広報を展開するもの。

| | |
|---------------------------------|---|
| ~R3.1 プレ期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・ロゴマークの浸透によって長崎港に関心を向けてもらう。 ・公式ホームページやSNSを活用した取組み。 |
| R3.2~4 機運醸成期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・映像や音など様々な広報媒体を使い、記念事業の全体像を告知。 |
| R3.4~5 スタート期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業の実施に合わせたインパクトのある広報の実施。 |
| R3.6~11 アクション期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・個々の事業ごとの話題性をピックアップした広報。 |
| R3.12~R4.3 次の50年への スタート期間 | <ul style="list-style-type: none"> ・記念事業の総まとめ、長崎港のすばらしさを再確認するような広報。 |

次の50年 長崎開港500周年へ

イ. 会議開催費

当初は年度内に2回の総会等開催を予定していたが、広報及びイベントの実施計画を令和3年3月の総会前に決定したいことから、総会の開催回数追加にかかる費用を計上するもの。

| | | |
|---------|--------------------|------|
| 令和2年7月 | 前年度決算、事業報告、規約の改正 | |
| 令和2年10月 | 広報にかかる実施計画及び補正予算 | 追加開催 |
| 令和3年1月 | イベントにかかる実施計画及び補正予算 | 追加開催 |
| 令和3年3月 | 次年度予算、事業計画 | |

(2) 費用

| 項目 | 内容 | 金額 (千円) | | |
|---------|--------------------|---------|-----------------|--------|
| | | 令和2年度 | 令和3年度 (債務負担) | 計 |
| ア 広報・PR | ・ 広報実施業務 ・ HP更新 | 5,824 | 11,976 | 17,800 |
| イ 会議開催費 | ・ 会場借上料 ・ 郵送料 | 707 | - | 707 |
| | 計 | 6,531 | 11,976 | 18,507 |

3 補正額

| 区分 | 予算現額 | 今回補正額 | 合計 |
|-----|---------|---------|----------|
| 負担金 | 7,395千円 | 6,531千円 | 13,926千円 |

4 財源内訳

| 事業費 | 財源内訳 | | | | |
|---------|--------|------|-----|-----|--------|
| | 国庫支出金※ | 県支出金 | 地方債 | その他 | 一般財源 |
| (当初) 千円 | 千円 | 千円 | 千円 | 千円 | 千円 |
| 7,395 | 3,697 | - | - | - | 3,698 |
| (補正) | | | | | |
| 6,531 | - | - | - | - | 6,531 |
| (合計) | | | | | |
| 13,926 | 3,697 | - | - | - | 10,229 |

※ 地方創生推進交付金 補助率 1/2

5 債務負担行為

長崎開港450周年記念事業実行委員会負担

(1) 概要

令和2年度に引き続き広報を実施するもの。

(2) 期間

令和3年度

(3) 理由

令和3年4月に向けて段階的に県民、市民の記念事業に対する機運を醸成し、また交流人口の拡大を図るために県域を越えたPRを行うなど、令和2年度から令和3年度にわたり戦略的に連続した広報を実施する必要があるため。

(4) 財源内訳

| 期 間 | 限度額 | 財 源 内 訳 | | | |
|-------|--------------|---------|---------|---------|--------------|
| | | 国庫支出金 | 県支出金 | その他 | 一般財源 |
| 令和3年度 | 千円 11,976 | 千円 - | 千円 - | 千円 - | 千円 11,976 |

【参考】長崎開港450周年記念事業の各団体の役割分担

1 長崎市

広報・PR、会議開催（事務局業務）、主催事業

2 長崎県

長崎港の将来像の検討

3 長崎商工会議所

祝賀会などのイベント等

ときめく みなと、つながる みんなと



長崎開港450周年

SINCE 1571

長崎開港450周年記念事業

【広報計画案】

1. 基本方針 / 事業の組み立ての方向性

【 実施計画の構成 】

- 長崎港の歴史のすばらしさ
- 事業概要(次の50年に向けたスタート!!)
- キャッチコピー
- 主催事業
- 業務体制
- 連携事業・関連施策
- 広報計画
- 協賛計画



長崎開港450周年
SINCE 1571

広報計画の方向性

基本計画で示された大きな方向性

【 基本方針 】

- 1.長崎の港が育んできた歴史や文化を継承し、シビックプライドを醸成するとともに、それらを活かした魅力の発信による交流人口の拡大を図る。
- 2.長崎の海洋フィールドにある、製造・流通・水産・観光・レジャーなどの技術・資源を活かし、広い海洋利用の視点に立った新たな海洋関連産業の育成・創出に向けた契機とし、新しい港の活かし方や海の楽しみ方の創造につなげる。

【 事業コンセプト 】

長崎港と多種多様なテーマを組み合わせ、歴史をつなぎ、新しい魅力と価値を創造する。

【 事業目標 】

- シビックプライドの醸成
- 交流人口の拡大
- 港の活かし方、海の楽しみ方の創造

次の50年へ向けたスタート！



それを達成に導くための
広報計画を組み立てます

2. 広報計画 / 方針とスケジュールイメージ

■方針： 長崎開港450周年記念事業を、次の50年に向けたスタートと位置づけ、県内・県外・在住外国人や関係諸国などをはじめとする海外へ向けた効果的な情報発信と広報展開を行います。

また、長崎港が持つ、次世代に継承すべき歴史・文化の遺産に加え、新たな魅力を発信していきます。

■期間： 令和2年8月～令和4年3月末

■目的： 1. 今までにない斬新な取り組みとインパクトのある広報展開によって、県外・海外へも情報発信を行い、交流人口の拡大を目指します。

2. 新しい長崎港の楽しみ方、活かし方の提案や、歴史・文化の継承事業の広報活動によってシビックプライドの醸成をはかります。

R2年8月～R3年1月

フレ期間

開港450周年を契機に「何か新しいことが始まる！」という期待感を高めていく準備期間です。まずは、ロゴマークの浸透によって県民に長崎港に関心に向けてもらいます。

R3年2月～4月上旬

機運醸成期間

少しずつ開港450周年記念事業の全貌を明らかにしていきます。わかりやすく、そして期待感を持たせるキャッチコピーによって県民のワクワク感や参加意識を高めていきます。

R3年4月中旬～5月

スタート期間

いよいよ記念事業がスタート。今まで見たことがない斬新な長崎港の姿を創造する取り組みに合わせ、インパクトのある広報展開により、広く話題を提供し、交流人口の拡大の口火を切ります。

R3年6月～11月

アクション期間

県民に450周年を感じてもらう過程で、自分たちが街づくりの主役であるという意識を共有します。各事業ごとに、新しい港の楽しみ方や活かし方、歴史文化の継承活動の発信を行います。

R3年12月～R4年3月

次の50年へのスタート期間

記念事業を通じて醸成されたシビックプライド＝みんなで作る新しい長崎港という成果を、次の50年につなげていくために、港のすばらしさや未来像を共有できるようなPRを展開します。

3. 広報計画 / 展開案

■期間別・展開案

1. プレ期間【R2年8月～R3年1月】

【目的】 開港450周年を契機に「何か新しいことが始まる！」という期待感を高めていきます。
ロゴマークの浸透によって県民に長崎港に関心に向けてもらいます。

【展開】 ◎ WEB や SNS を中心としてロゴマークを活用した広報を展開し「長崎開港450周年」のイメージを浸透させ、期待感を高めます。

2. 機運醸成期間【R3年2月～4月上旬（スタート旬間前まで）】

【目的】 プレ期間を受けて、開港450周年記念事業の全貌を明らかにしていきます。
わかりやすく、そして期待感を持たせるキャッチコピーによって県民のワクワク感や参加意識を高めていきます。

【展開】 ◎ 素材、映像、音や、様々な広報媒体、ソーシャルメディアを使って、記念事業の全体像を告知していきます。
◎ 長崎港を中心とした街頭での広報を展開し、長崎港にスポットをあてます。
◎ 県民も参加するかたちの広報活動を行い、参加意識を高めます。

3. スタート期間【R3年4月（スタート旬間）～5月】

【目的】 いよいよ記念事業がスタート。今まで見たことがない斬新な長崎港の姿を創造する取り組みに合わせ、インパクトのある広報展開により、広く話題を提供し、交流人口の拡大も図ります。

【展開】 ◎ 話題性を提供することにより、様々な広告媒体やソーシャルメディアでの取り上げを促します。
◎ 実質的なイベントへの来場・参加を促進するために、期待感を膨らませる仕掛けを盛り込みます。

4. アクション期間【R3年6月～11月】

【目的】 各事業ごとに、新しい港の楽しみ方や活かし方、歴史文化の継承活動の発信を行っていきます。
県民に体験してもらうことで、自分たちが街づくりの主役であるという意識を持ってもらいます。

【展開】 ◎ 事業ごとに話題性を作り、様々な広報媒体やソーシャルメディアで発信します。
◎ 県民に催しを実際に体験してもらい、その様子を随時発信します。
◎ 実行委員会団体が有する広報媒体や著名人を活用して、タイアップ広報を行います。
◎ 話題性のあるプレスリリースの発信を行います。

5. 次の50年へのスタート期間【R2年12月～R4年3月】

【目的】 記念事業を通じて醸成されたシビックプライド＝みんなで作る新しい長崎港という成果を、次の50年につなげていくために、港のすばらしさや未来像を共有できるようなPRを展開します。

【展開】 ◎ 記念事業の総まとめ的な広報を行い、長崎港のすばらしさを再確認します。

◎ 次の50年⇒500周年に向けたイメージ展開をスタートさせます。

【事例】 ◎ 公式WEBサイトの中で、印象的な振り返りのコンテンツを作成。

◎ テレビ等での記念番組の放送 ◎新聞「事業全体の振り返り」を特集。

◎ 50年後にも残るツール。(DVD、記念誌等)

■対象別・広報手段の方法

各期間ごとに、対象地域、ターゲットに応じた広報手段を活用しながら広報展開を行います。

【媒体の特性】

【1】全国

◎WEB および SNS

即効性や拡散力を生かしてリアルタイムな情報発信が可能。事業全体のプラットフォームとして様々な情報発信に活用(公式WEBサイト)。相手との距離が近い(SNS)。若者に強いが、シニア層には弱い。

また WITH コロナ時代に有効な媒体。国内在住の外国人への発信が可能。

◎長崎開港450周年記念事業の Web サイト、SNS アカウントの取得 (済)

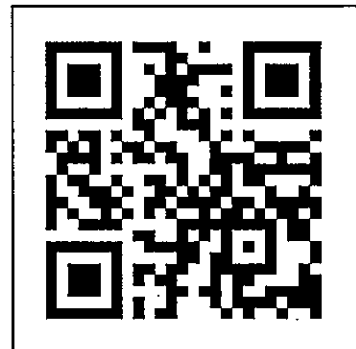
長崎開港 450 周年記念サイト (R2. 7. 31 開設) <https://nagasakiport450th.jp/> ▼QR コード

Facebook ページ アカウント名:長崎開港 450 周年記念事業実行委員会
<https://www.facebook.com/nagasakiport450th/>

Instagram アカウント名:長崎開港 450 周年記念事業実行委員会
<https://www.instagram.com/nagasakiport450th/>

Twitter アカウント名:長崎開港 450 周年記念事業実行委員会
<https://twitter.com/nagasaki450th/>

LINE アカウント名:長崎開港 450 周年記念事業実行委員会
<https://line.me/R/ti/p/%40134zitrg/>



◎テレビ、ラジオ、新聞、雑誌

幅広い層への認知が可能。ミドル、シニア層には特に強い。

旅行誌、情報誌、専門誌 フリーペーパーなどで、趣味へのこだわりの強い層にアピールが可能。

【2】県内

◎テレビ、ラジオ、新聞、雑誌

幅広い層への認知が可能。ミドル、シニア層には特に強い。

旅行誌、情報誌、専門誌、フリーペーパーなどで、趣味へのこだわりの強い層にアピールが可能。

◎チラシ、パンフレット

気軽に手に取って見ることが可能。着地情報としての提供やイメージの浸透、詳細な事業の周知に利用。

◎官広報

広く県民への周知が可能。長崎市や長崎県が持つ広報媒体。(週刊あじさい、広報誌など)

◎参画団体による広報

参画団体の広報資源を活用。(HP、名刺、ピンバッジなど)

【3】市内

◎シティドレッシング(街頭広告)

意識せずに目にすることで、自然に内容が刷り込まれる効果が高い。開港450周年のロゴマークやイメージキャラクターなどにより市内を染め上げる。主要建築物へのポスターや主要拠点でのフラッグを掲示。

◎交通媒体の活用

日常の接触頻度が高い媒体。ラッピングや車内広告、車内、機内誌などを想定。

【4】その他

◎著名人との連携

著名人の影響力や拡散力を活用したPR効果が期待される。(タレント、小説家、漫画家、アスリートなど)

◎プレスリリース

広報媒体で取り上げてもらうための情報発信手段。話題づくりやタイムリーな配信を実施できる。

◎タイアップ

参画団体以外のサポーターによる広報協力。

4. 広報計画 / キャッチコピー

【コンセプト】

簡潔。こどもにわかる。心に響く。



○メインキャッチコピー(案)

ときめく みなと、つながる みんなと

※英語表記挿入予定

長崎県民の思いをあつめて、未来につなぐという意味を「ときめく」という単語に込め、「みなと」と「皆と」をかけ、長崎開港450周年記念事業を通じて、長崎県民「みんなと」「つながる」ことによって、あたらしい長崎港の魅力を創り上げていくことを表現しています。また、長崎港の持つ歴史の深さや様々な魅力を発信し、ワクワク・ドキドキ・胸が高鳴る思いを体験、共有することにより、次の50年に向かってスタートしていくことを狙いとしています。

また、かつて長崎港は「鶴の港」と呼ばれていましたが、「つながる」の中に「つる」が隠れています。ひらがな表記にすることで子供にも分かりやすく、全世代に覚えやすいものにしました。

○キャッチワード(案)

450(ヨンゴーマル)

「450(ヨンゴーマル)」をキャッチワードとして使用し、印象付け、開港450周年を感覚的にとらえやすいワードとして県民への浸透を図ります。

○メインキャッチコピー、キャッチワードの展開について

メインキャッチコピーを活用しつつ、場面や事業ごとに異なるフレーズを盛り込みながら事業の多様性を伝えます。いろんなバージョンを県民の皆さんに語ってもらうなど、県民参加型のキャッチコピー展開を図ることにより、親しみやすさと広がり表現します。

【例】

「ときめく みなと、つながる みんなと 450(ヨンゴーマル)」メインキャッチコピーとキャッチワードの組み合わせ

「みらいとらい！450(ヨンゴーマル)」 by 長崎県民代表 Aさん

「ときめく みなと、つながる みんなと 長崎港！」 by 女子高校生 Cさん

「ミライが見える！450(ヨンゴーマル)」 by 小学生 B君

「水辺へGO！かいこう450(ヨンゴーマル)」 by イベントスタッフ D氏

「ごつか～！ながさき450(ヨンゴーマル)」 by 長崎県在住タレント Kさん

5. 広報計画 / 新型コロナウイルス感染症の状況に応じた広報

■ 方針

新型コロナウイルス感染症が、開港450周年記念事業を実施する時点においても収束の様子が見られず、規模の縮小や集客を伴う記念事業が全く開催できないという事態も想定して、事業の実施案については、集客ではなく、WEB や放送を活用した代替イベント等を検討しておく必要があります。これに対応するため、記念事業の中止や代替イベントの告知が速やかにできるように準備します。

【新型コロナウイルス感染症の状況に対応したパターン区分(例)】

プランA 新型コロナウイルス感染症が収束している場合。(フルサイズ)

プランB 新型コロナウイルス感染症は一定落ち着いており、定員制限等で対応が可能な場合。

プランC 緊急事態宣言等により、営業や外出の自粛が求められている場合。

■ 広報対策(案)

① イベント開催前の周知

実施計画において、あらかじめ新型コロナウイルス感染症の状況に応じたイベント等の開催形態のパターンを想定して設定しておき、開催前の広報・PRの場面においてもこれらへの変更見込みがあることや、その際のお知らせ手法を含めて周知します。

② イベント中止と代替イベントの告知

予定していた記念事業実施形態の変更や中止を判断した場合、速やかに告知を行い、代替イベントの実施に関して周知します。

なお、記念事業の実施の可否については事前にマニュアルを作成し、期限を決めて対処します。

③ 対象別・広報手段の方法

◎県内 WEB サイト、テレビラジオ、新聞、広報紙、SNS

◎全国・外国人 WEB サイト、SNS

④ 募集などにより参加者が特定されている場合の方法

◎メール、FAX ◎電話・ハガキ

■代替イベント(案)※実施計画本編において検討します。

【事業例】

WEB

- ◎長崎港検定(クイズ)
- ◎バーチャル長崎港空中散歩
- ◎WEB 上の写真展(写真コンテスト)

放送

- ◎長崎港の歴史・文化のミニ番組
- ◎ラジオドラマ(長崎港の歴史モノ)

SNS、新聞、雑誌の特集、コラム

無観客オンライン配信 など

| 予 算 説 明 書 | | | | | 事 業 名 | 補 正 額 |
|-----------|----------|------------|----------|-----|------------------|-------------|
| ページ | 款 | 項 | 目 | 番号 | | |
| 26~27 | 2 総務費 | 1 総務管理費 | 7 企画費 | 2-1 | ながさき ウェルカム推進費 | 千円 7,700 |

1 概 要

中学生以下の世帯員がいる子育て世帯の移住者に「子育て世帯ウェルカム補助金」を交付しているが、令和2年1月から3月に移住した補助金対象世帯が当初の見込みを大きく上回った。また、新型コロナウイルスの感染拡大の影響から地方移住への関心が高まっているため、不足分を増額補正するもの。

2 事業内容

(1) 子育て世帯ウェルカム補助金の概要

中学生以下の世帯員がいる子育て世帯の者が、長崎県外から本市へ移住し、就業又は創業を行った場合に、補助金を交付する。

ア 申請期間 転入後3カ月以上、1年以内

イ 補助額 35万円（ただし、移住支援補助金の交付を受ける世帯は10万円）

(2) 補助対象世帯数（暦年）

| 移住月 | 令和2年 1月～3月 | 令和2年 4月～8月 | 令和2年 9月～12月 | 合計 |
|---------|---------------|---------------|----------------|------|
| 当初予算見込み | 8世帯 | 5世帯 | 3世帯 | 16世帯 |
| 補正予算見込み | 28世帯 | 6世帯 | 4世帯 | 38世帯 |
| 増加世帯数 | 20世帯 | 1世帯 | 1世帯 | 22世帯 |

(3) 補正額

| 当初予算 | 補正予算 | 合計 |
|---|---|--|
| 子育て世帯ウェルカム補助金 ・ 350千円×16世帯 =5,600千円 | 子育て世帯ウェルカム補助金 ・ 350千円×22世帯 =7,700千円 | 子育て世帯ウェルカム補助金 ・ 350千円×38世帯 =13,300千円 |
| 移住支援補助金上乘せ分 ・ 100千円×6世帯 =600千円 | | 移住支援補助金上乘せ分 ・ 100千円×6世帯 =600千円 |

3 財源内訳

| 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | |
|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------|-----------------------|--------------|
| | 国庫支出金 | 県支出金 | 地方債 | その他 | 一般財源 |
| (当初) 千円 29,707 | 千円 4,753 ^{※1} | 千円 7,200 ^{※2} | 千円 — | 千円 7 ^{※3} | 千円 17,747 |
| (補正) 7,700 | 7,700 ^{※4} | — | — | — | — |
| (合計) 37,407 | 12,453 | 7,200 | — | 7 | 17,747 |

※1 地方創生推進交付金 対象経費 (9,507千円) の1/2

※2 地域産業雇用創出チャレンジ支援事業補助金 移住支援補助金 (9,600千円) の3/4

※3 保険料個人負担金

※4 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金

参考資料

移住者数の月別比較表（令和元年度、令和2年度）

| 年度 | | 月 | | | | | | | | | | | |
|-------|-------|------|------|------|-------------|------|------|------|------|------|------|------|--------|
| | | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 令和元年度 | 移住者数 | 18人 | 11人 | 12人 | 8人 | 12人 | 13人 | 26人 | 19人 | 15人 | 26人 | 26人 | 106人 |
| | 累計 | 18人 | 29人 | 41人 | <u>49人</u> | 61人 | 74人 | 100人 | 119人 | 134人 | 160人 | 186人 | 292人 |
| | 移住世帯数 | 12世帯 | 3世帯 | 4世帯 | 6世帯 | 7世帯 | 10世帯 | 12世帯 | 10世帯 | 9世帯 | 12世帯 | 13世帯 | 42世帯 |
| | 累計 | 12世帯 | 15世帯 | 19世帯 | 25世帯 | 32世帯 | 42世帯 | 54世帯 | 64世帯 | 73世帯 | 85世帯 | 98世帯 | 140世帯 |
| | 相談件数 | 37件 | 74件 | 66件 | 76件 | 201件 | 76件 | 80件 | 78件 | 95件 | 76件 | 95件 | 55件 |
| | 累計 | 37件 | 111件 | 177件 | <u>253件</u> | 454件 | 530件 | 610件 | 688件 | 783件 | 859件 | 954件 | 1,009件 |
| 令和2年度 | 移住者数 | 10人 | 18人 | 9人 | 29人 | | | | | | | | |
| | 累計 | 10人 | 28人 | 37人 | <u>66人</u> | | | | | | | | |
| | 移住世帯数 | 5世帯 | 11世帯 | 6世帯 | 16世帯 | | | | | | | | |
| | 累計 | 5世帯 | 16世帯 | 22世帯 | 38世帯 | | | | | | | | |
| | 相談件数 | 38件 | 79件 | 104件 | 91件 | | | | | | | | |
| | 累計 | 38件 | 117件 | 221件 | <u>312件</u> | | | | | | | | |

令和2年度目標数 200人

| 予 算 説 明 書 | | | | | 事 業 名 | 補 正 額 |
|-----------|-----------|----------|---------|----|--------------|---------------|
| ページ | 款 | 項 | 目 | 番号 | | |
| 54~55 | 12 公債費 | 1 公債費 | 1 元金 | | 公 債 費 元 金 | 千円 100,200 |

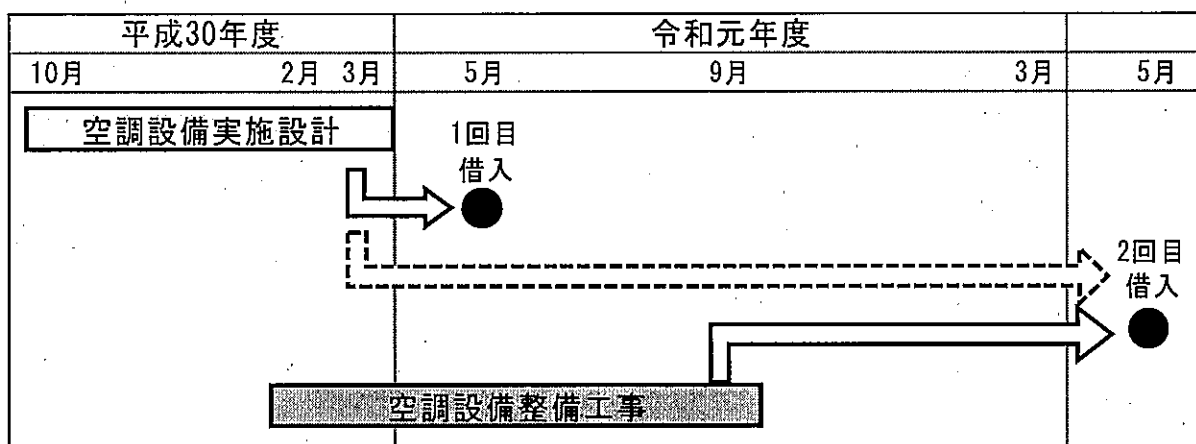
1 概 要

小学校及び中学校の空調設備整備事業に係る令和元年度分の市債借入について、借入額に超過額が発生したため、繰上償還を行うもの。

2 繰上償還について

| 項目 | 区分1 | 区分2 | 合計 |
|----------------------|---|------------------------|----------------|
| (1) 対象事業 | 【補助】小学校整備事業費 空調設備整備 | 【補助】中学校整備事業費 空調設備整備 | |
| (2) 資金種別 | 銀行等引受資金 | | |
| (3) 借入年月日 | 令和2年5月28日 | | |
| (4) 借入額 | 819,100,000円 | 306,400,000円 | 1,125,500,000円 |
| (5) 繰上償還額 (借入超過額) | 66,700,000円 | 33,500,000円 | 100,200,000円 |
| (6) 理由 | すでに借入をおこなっていた平成30年度分の空調設備実施設計費を令和元年度分の借入額に誤って算入したものを。 | | |
| (7) 償還方法 | 一部繰上償還 | | |
| (8) 償還予定日 | 令和2年9月下旬 | | |

3 事業経過



4 財源内訳

| 事業費 | 財 源 内 訳 | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------------|
| | 国庫支出金 | 県支出金 | 地方債 | その他 | 一般財源 |
| 千円 100,200 | 千円 - | 千円 - | 千円 - | 千円 - | 千円 100,200 |