

## ロードマップ（案）の検討

第1回・第2回住民ワークショップ等での意見、及び前段の資料整理、アンケート結果、ダムの整備状況等を踏まえ、ロードマップ※（案）について検討する。

※ロードマップ：ある目標点に達するまでの行程表。ここでの目標点は第2回住民ワークショップで検討した、10年後（2030年）を踏まえ取りまとめる。

ロードマップのイメージを以下に示す。掲載内容は資料-8で取りまとめた地域の将来像（10年度）を目指すために検討した将来像の方針、取組むべき施策項目（案）、実施時期（前期・中期・後期）、推進主体の区分とする。

表9-1：ロードマップの検討フレーム（1）

施策項目	実施時期※1			推進主体※2			
	前期	中期	後期	住民・関係団体	各団体との連携	行政	ダム周辺事業
将来像の方針1 ～豊かな自然環境の保全、水資源の活用～							
一例) 自然を活かしたまちづくり（自然環境保全）※私有林の管理、樹木の保全							
(1) ・豊かな自然、森林植生、景観などの保全、循環型地域、自然体験ができる場所の整備							
				◎	◎	○	
(2) 城原川の河川、水資源（観光や水力発電等）での活用							
将来像の方針2 ～歴史資源を活かしたまちづくり・ネットワークの構築～							
一例) 広域的な観光ルートの開発（歴史資源を結ぶ）※脊振だけでなく、神埼市全体の観光連携、ダム周辺整備事業による保養地の整備							
(1) 歴史資源等をつなげた観光振興（魅力をつなげる、物語を作る）、賑わいのあるまち							
					○	◎	○ ○
(2) 文化の継承、水車の活用							

施策項目	実施時期※1			推進主体※2			
	前期	中期	後期	住民・関係団体	各団体との連携	行政	ダム周辺事業
<b>将来像の方針3 ～農・特産品の魅力創出、新たな魅力の発掘・開発～</b>							
<i>一例) 城原川ダム水源地域の特産品のブランディング (水車米、伽羅柿、ジビエ)</i>							
(1) 農・特産品のブランドづくり							
(2) 新たな魅力 (夢がある、地元の魅力×新しい魅力)							
<b>将来像の方針4 ～まちの働く場づくり、安らぎある住環境の整備～</b>							
<i>一例) 空き家の活用 (空き家バンク)、移住者の受け入れ整備 (サテライトオフィス)</i>							
(1) 雇用の場の充実、昼間の人口増加 (昼間の人口増加 (企業誘致など))、人財の確保、人材育成							
(2) 定住、健康、若い人、子供が集まるまち、利便性・交通面がよい							
<b>将来像の方針5 ～3世代がわかりやすい情報発信、世代や地域を超えた上下流交流の促進～</b> ・下流受益地・住民への感謝の意識づけ、下流域も含めた地域振興の意識付け							
<i>一例) 地域コミュニティの維持 (小中学校の存続、コミュニティ維持)</i>							
(1) 風通しの良いコミュニティ (官⇄民・民⇄民)、若い力 (若い人のほうが考え方が柔軟)							
(2) 下流受益地・住民への感謝の意識づけ、下流域も含めた地域振興の意識付け							