

●サウンディング型市場調査について

資料3

○サウンディング型市場調査とは？

・ 公有地の有効活用等にあたり、事業発案段階から民間事業者より広く意見・提案を募る手法

○目的・メリット

- ・ 事業実現に向けて、市場性の有無や追加アイディアを把握することが可能
- ・ 事業者の参加意向を把握した上で、事業者がより参加しやすい公募条件を設定することが可能

○全国的な動向

・ 地方公共団体のサウンディング実施件数

平成28年度 85件 ⇒ 平成29年度 190件 （約2.2倍）

例）鹿児島県指宿地域交流施設整備等事業、岩手県紫波町オガールプロジェクト、
愛知県犬山市 新たな都市拠点及び交流エリア基本構想 …など

事業発案段階

検討開始

サウンデ
ィング

事業化検討段階

活用案
検討

公募
要綱
検討

事業化選定段階

公募
開始

事業者
決定

事業内容に関する質疑応答や意
見交換，把握

対話

より現実的な内容
公募の精度が高まる