

桑名市サウンディング型市場調査

平成29年9月
政策経営課

サウンディング型市場調査



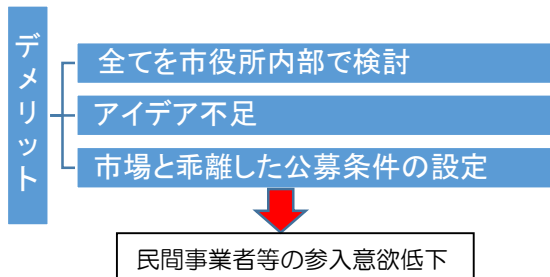
本物力こそ桑名力

1. サウンディング型市場調査とは

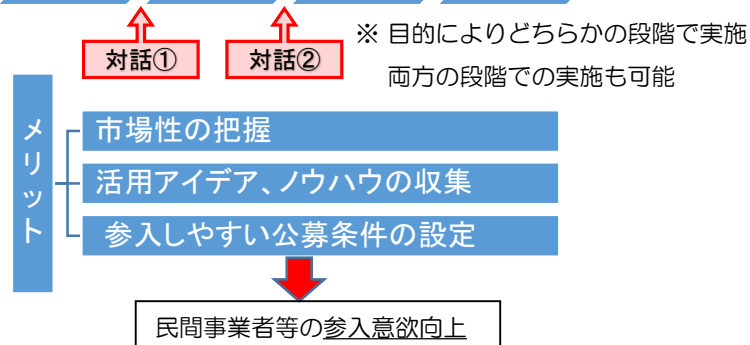
「サウンディング型市場調査」とは、市有地などの有効活用に向けた検討にあたり、利活用の方法について、「対話」を通じて民間事業者等から広く意見、提案を求め市場性を把握する調査

2. 従来手法との違い

【従来手法】



【サウンディング型市場調査】



☆対話① 実施目的：事業検討に向けて、市場性の有無やアイデアを把握
実施段階：事業検討の早い段階

☆対話② 実施目的：民間事業者等の参加意向を把握し、事業者がより参加しやすい公募条件を設定
実施段階：事業者公募の前（公募要項の作成に向けて）

3. サウンディングの流れ

実施準備

- 庁内調整
- 地元周知(必要に応じて)

実施公表

- 実施要領の公表・配布
- 対話参加事業者等の公募
- 各種業界団体等に周知協力

事前説明

- 事前説明会
- 現地見学会
- 日程調整・会場連絡

対話

- 個別実施
- 追加対話(必要に応じて)

結果公表

- ホームページへ掲載

事業検討 事業者公募

- 対話結果を踏まえて公募条件を再検討
- 公募要項作成

事業化

Point

- ☆対話時間は1グループ30分~60分程度
- ☆対話は民間事業者等のアイデア及びノウハウを保護するため個別かつ非公開で実施
- ☆参加民間事業者等の名称は非公表
- ☆対話に要する費用(資料作成等)は事業者負担
- ☆対話に参加したことで、参加民間事業者等が公募時に優位性を持つものではない
- ☆対話参加への対価、結果に対して報酬等の提供はない
- ☆参加民間事業者等のアイデア及びノウハウ保護に配慮した上で概要を公表