

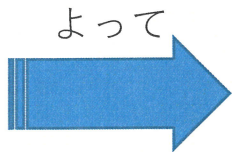
◆サウンディング型市場調査とは

- 市有地等の活用検討の早い段階において、民間事業者から広く意見、提案を求める市場調査のこと
- 民間事業者との対話を通じて、市場性の有無や実現可能性の把握、民間のアイデア・ノウハウの収集、参入しやすい公募条件の把握などを行い、事業の実現性が向上します。

従来の事業化検討の課題

これまでの検討

- 事業発案から公募要領作成までを行政が主導して実施
- 活用アイデアの不足
- 市場と乖離した公募条件の設定



- ✓ 民間のアイデア活用が不十分
- ✓ 公募実施時に参加者がいない
- ✓ 優れた提案が得られない

調査をするメリット

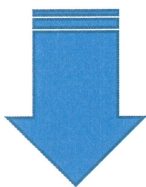
- ◇ 市場性の有無や実現可能性の把握
- ◇ アイデアの収集
- ◇ 行政だけでは気づきにくい課題の把握
- ◇ 民間事業者の参入意欲の把握
- ◇ 民間事業者が参入しやすい公募条件の把握

今回行うサウンディング調査の対象事業者(案)

○広く様々な分野から意見、提案を求めたいため、

公募

での、調査希望者を募集。



応募がない、もしくは少ない場合

○整備プログラムの検討にあるようにキッチンカーやカフェ・売店等の誘致。また、各種イベントなどのイベントを行いたいため、

キッチンカー事業者
飲食関連事業者
イベント企画業者

に、指名で調査を依頼。

事業箇所図

