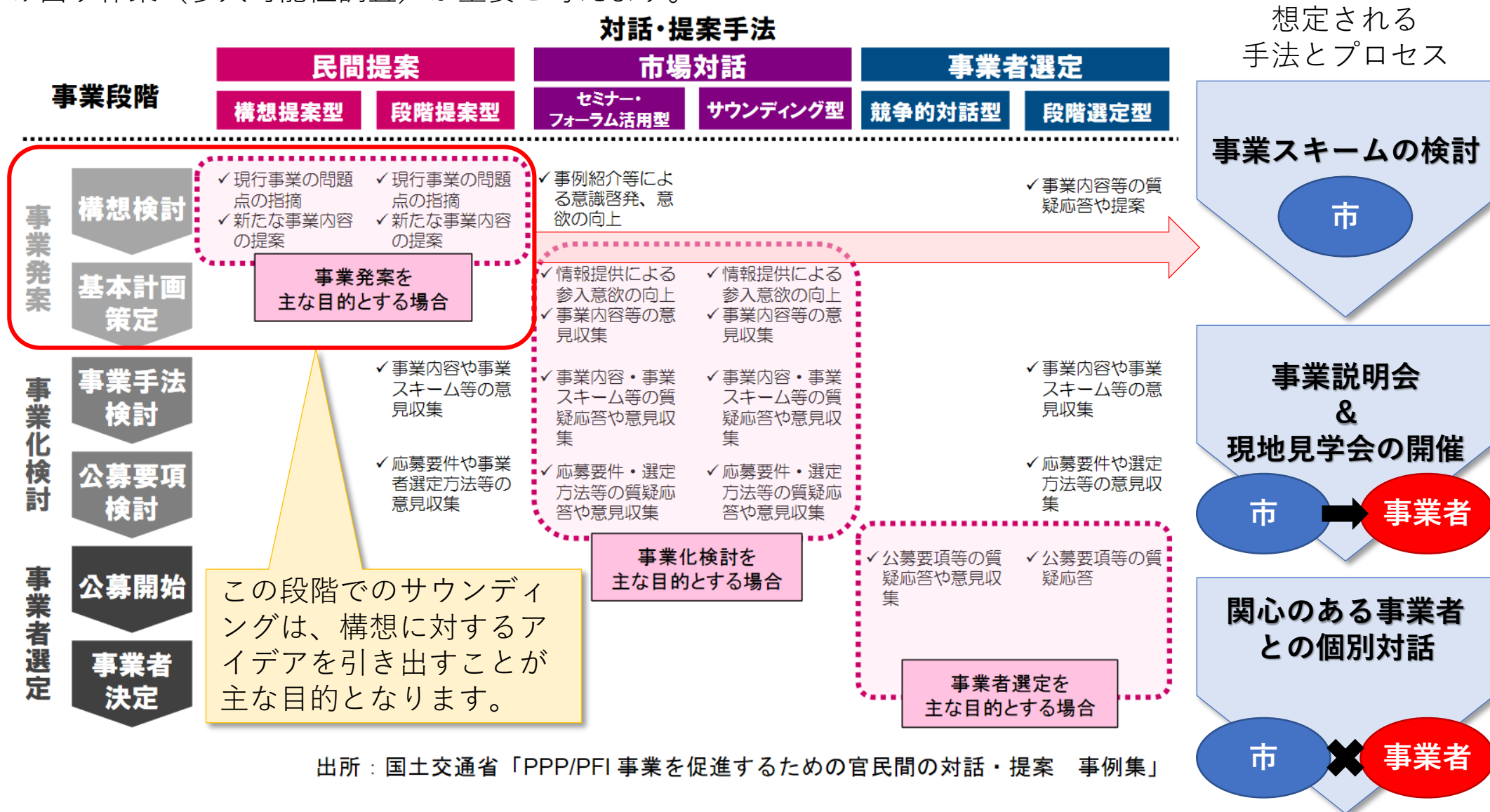


市場性に関するヒアリング等の調査及び検討 ～サウンディング型市場調査～

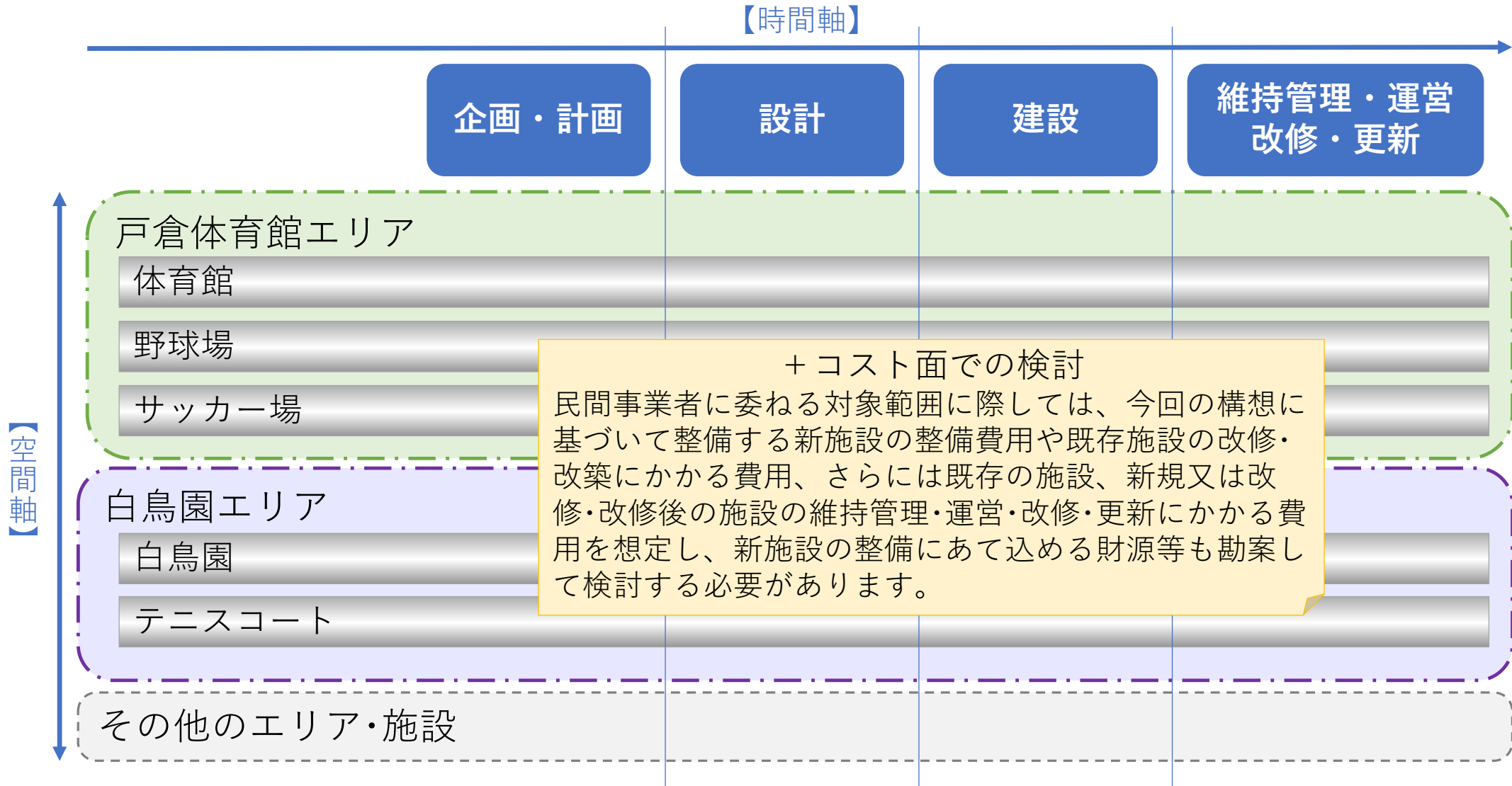
関心をもつ民間事業者の発掘

今回のプロジェクトの事業段階を考慮して、目的を明確にしたうえで、まずは関心をもつ民間事業者を見つけ出す作業（参入可能性調査）が重要と考えます。



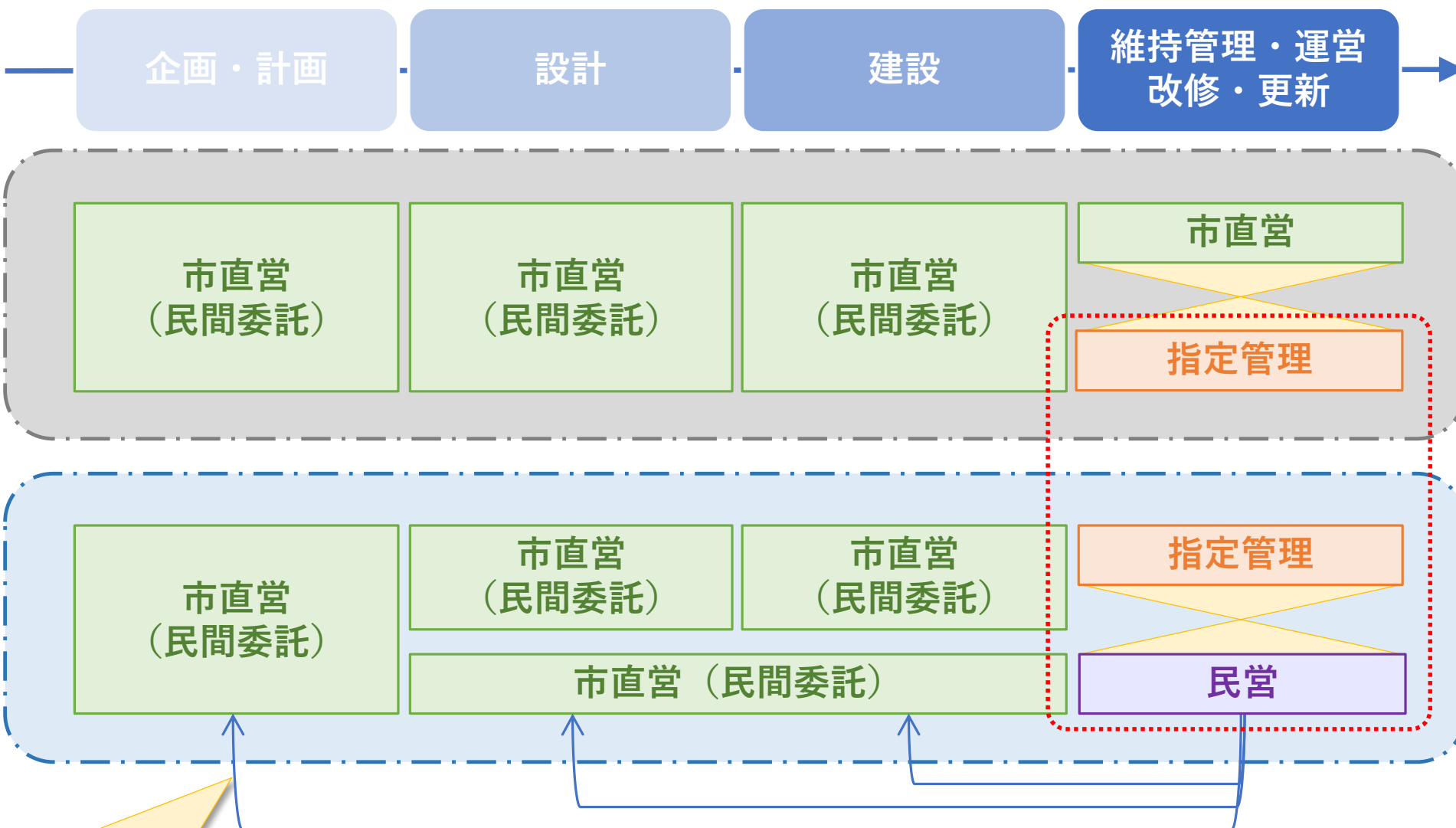
時間軸・空間軸で捉える民間事業者に委ねる対象範囲

時間軸で捉えると企画・計画から維持管理・運営までのどの段階で、空間軸ではどの施設をあるいはどのエリア又は複数の施設の組み合わせで民間事業者に委ねるのか、対象範囲を明確にすることで、事業スキームを検討（想定）していく必要があるのではないかと考えています。



【官主導】

【官民連携】



事業発案 事業化検討 事業者選定 事業実施

民間事業者との対話
(サウンディング)

- 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



この公有地を
魅力的に活用
できないかな？

この事業に
民間事業者は
どのくらい関心
を持つのかな？



サウンディング調査

「サウンディング調査」とは、建設後の施設の**官民連携**した維持管理・運営等（指定管理や究極は完全民営）を念頭に、建設後の維持管理・運営に関わる民（事業者）の意見を企画・計画段階から取り込むことにより、よりよい（事業者が使いやすい）施設をつくるための事前ヒアリングであり、建設後の維持管理・運営に関わってもらえそうな事業者を探すための事前の公開説明会的な役割があります。