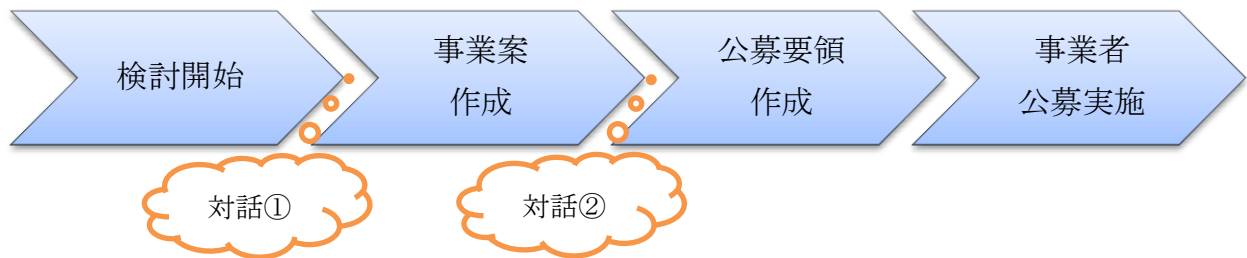


サウンディング型市場調査について

1. サウンディング型市場調査の目的

- 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
- ※ 公平性・透明性、企業ノウハウの保護を確保した上で対話実施

2. サウンディング型市場調査のながれ



【対話①】

実施目的：事業検討にあたって、**市場性の有無やアイデアを把握**する。

実施段階：事業検討の早い段階

【対話②】

実施目的：事業者の**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**する。

実施段階：事業者公募の前（公募要領の作成に向けて）

※検討の早い段階に実施することを基本とするが、活用案作成後に対話を行うことも可能。また、1回を基本とするが、2回行うことも可能。

3. 留意事項

(1) サウンディングに関する費用

- ・サウンディングへの参加に要する費用（書類作成、説明会・現地見学会・対話への参加費用等）については、参加事業者の負担とします。

(2) 参加事業者の扱い

- ・サウンディングは参加事業者のアイデア及びノウハウ保護のために個別に行います。
- ・当該土地・建物等に関する事業者公募が実施される場合、サウンディングへの参加実績が優位性を持つものではありません。

(3) 追加対話への協力

- ・必要に応じて追加対話（文書紹介を含む）を行うことがあります。

(4) 実施結果の公表

- ・サウンディングの実施結果については、概要を本市ホームページで公表します。
- ・公表にあたっては、事業者ノウハウの保護等を考慮しますが、事前に参加事業者に内容の確認を行います。
- ・参加事業者の名称は公表しません。