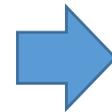
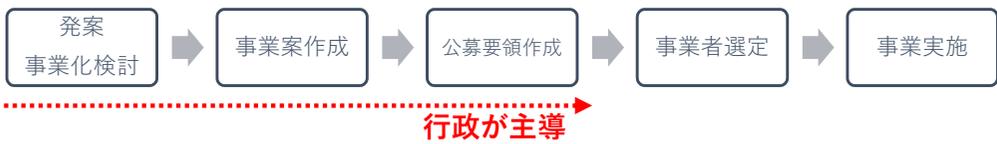


サウンディング型市場調査の概要

- 検討の早い段階において、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、民間事業者の参入しやすい公募条件の把握などを行い、事業の実現性向上に寄与します

従来の事業化検討の課題

- 事業発案～公募要領作成までを行政が主導して実施



- ✓ 民間のアイデア活用が不十分
- ✓ 事業案に対する民間事業者の関心度合いが不明 (民間事業者の参入意欲を事前に把握できない)

サウンディング調査を実施する場合の事業化の流れ



**サウンディング調査
(民間事業者との対話)**

- (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