

サウンディング型市場調査について

○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(以下、「調査」という。)とは、地方公共団体が公共施設等の利活用や公共事業の内容検討の段階において、広く民間事業者(以下、「事業者」という。)から意見や提案を聴く手法により、事業等の市場性や実現可能性を把握する調査。

調査は、事業者が任意で参加する情報提供でもあり、契約関係はなく、地方自治体ごと独自に実施要領を作成し実施される。

本来の調査目的の他、行政側、事業者側双方において次のようなメリットがあります。

【行政側のメリット】

- ①事業者の事業等への参入意向及びアイデア等の情報が収集できる。
- ②行政だけでは気づきにくい課題等を浮き彫りにできる。
- ③事業者が参入しやすい条件等を把握できる。

【事業者側のメリット】

- ①事業等に対する行政の考え方を事前に直接聞くことができます。
- ②事業者としての考え方を直接行政に伝えることができます。
- ③提案やアイデア等は事業等に反映される可能性があり、事業参入に対するインセンティブになります。

※「地方公共団体のサウンディング型市場調査の手引き（平成 30 年 6 月 国土交通省総合政策局）」も参考にしてください。（国土交通省の HP からダウンロードできます。）