

★展示部品からターゲット候補を決める。

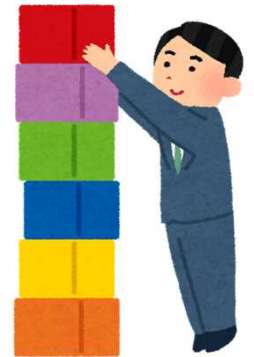


よし！
挑戦してみたい！
ステップ2へ進む

今回の部品は、
ターゲットにできそうな
部品がないな...

★候補にした部品の現調化の可能性を探り、「ターゲット」に決める。

- ・サプライチェーンの調査
- ・発注企業(1次企業)訪問等により、
現調化のための課題を整理
(発注企業の困り事調査し、課題の設定)

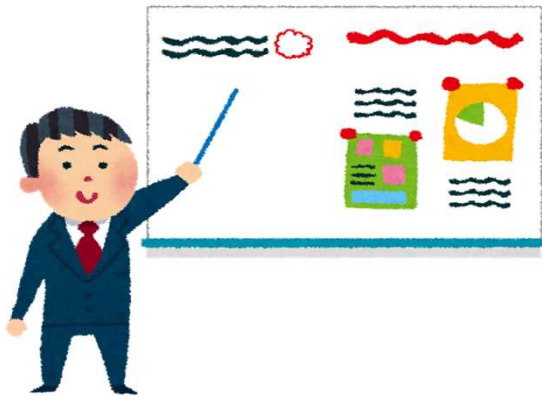


色々分かったぞ！
よし！
挑戦するぞ！
ステップ3へ進む

ステップ
1

ステップ
2

ステップ
3



- ・試作、提案のための勉強(部品の機能、要求品質等)
- ・セールスポイントのアピール
- ・発注側ニーズの掘起こし
- ・企業力向上のしかけとPR
- ・現場運営レベル向上、改善活動支援(TPM, TPS)



課題を克服し、
強みが増えたぞ！
よし！PRできるぞ！

★課題に取り組み(造り方研究、売込方研究)、発注企業へマッチング活動の深掘りを行う。