

★展示部品からターゲット候補を決める。

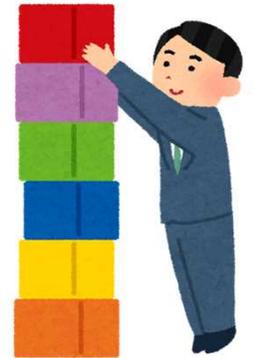


よし！  
挑戦してみたい！  
ステップ2へ進む

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。