

PROJECT SCOPE: DEFINED

スコープ定義とは何か？

～やること・やらないことを明確にする～

プロジェクトの成功には、明確な境界線が必要です。

スコープ定義は、その境界線を引く重要な作業です。



今日のゴール



スコープの概念理解

作業範囲の基本概念を把握します



インスコープ／アウトスコープの区別

実施する項目と対象外の項目を区別します



成果物ベースの思考

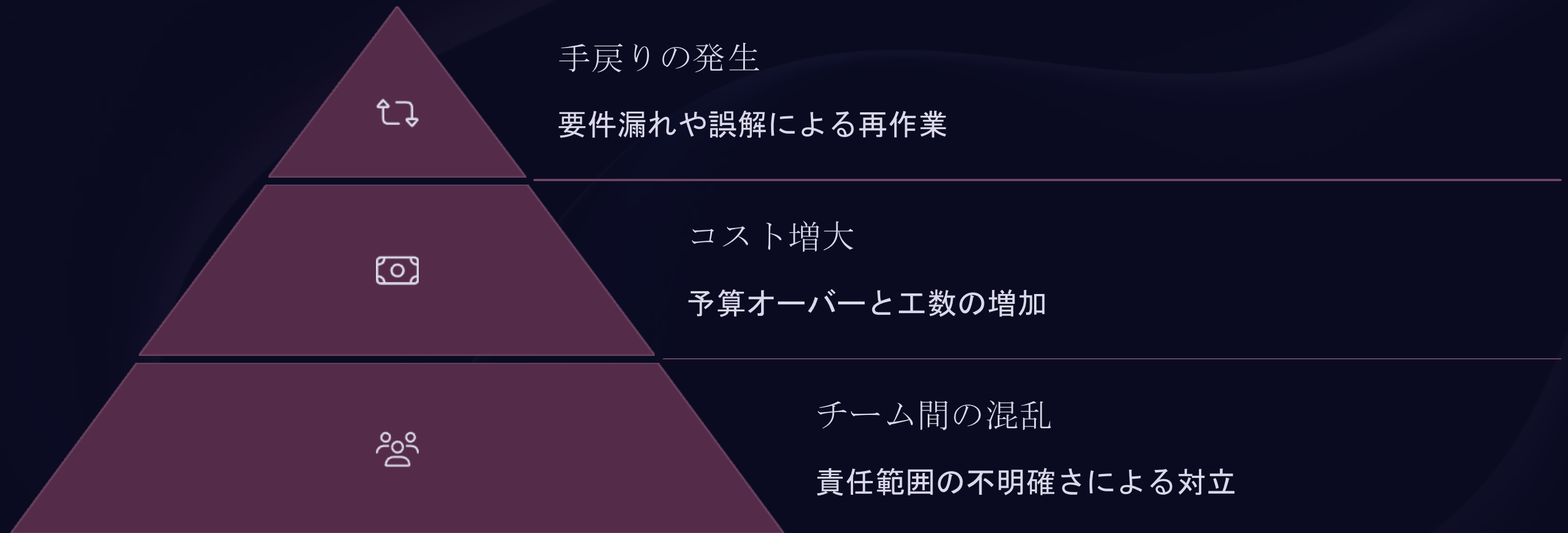
具体的な成果物から逆算して考える力を養います



実践力の向上

グループワークを通じて実践的なスキルを身につけます

なぜスコープが重要か



スコープが曖昧だと、プロジェクトは混乱します。明確な定義がなければ、チーム全体の生産性が低下してしまいます。

スコープとは

定義

プロジェクトで「何を行うか」「何を行わないか」を明確にする範囲のことです。

プロダクト・スコープ

完成品の特徴や機能を定義します。「何を作るか」に焦点を当てます。

プロジェクト・スコープ

作業範囲を定義します。「どのように作るか」に焦点を当てます。

ウォーターフォール型の開発では、「要件定義」工程でスコープを決定します。



スコープの目的



成果物ベースで考える



成果物の特定

具体的な納品物を明確にします



要素の分解

各成果物の構成要素を整理します



完了基準の設定

各成果物の完成状態を定義します

Webサイト制作では、トップページやメニュー紹介ページなど、具体的な成果物を中心にスコープを整理します。

インスコープとアウトスコープ

インスコープ

プロジェクトで必ず実施するものです。契約上の義務として含まれます。

- 明確な納品物
- 必須機能
- 合意された作業

両者を明確にすることで、トラブルを予防できます。

アウトスコープ

そのプロジェクトでは実施対象外のものです。将来的に対応を検討するものも含まれます。

- 次期開発項目
- 別契約の作業
- 顧客側の責任範囲

スコープ記述の例

成果物リスト

トップページ、会社案内、
お問い合わせフォーム

対象業務

デザイン制作、コーディン
グ、サーバー設定

対象外事項

コンテンツ作成、SEO対策、
保守運用

制約条件

予算300万円、納期3ヶ月以
内

テンプレートを活用して、具体的な記述を心がけましょう。



スコープ定義に必要な観点①：顧客要望



要望の聞き取り

顧客が期待していることを丁寧にヒアリングします



要望の精査

全てを鵜呑みにせず、実行可能性(フィージビリティ)を検討します



潜在ニーズの発掘

言語化されていない要望も引き出します
顧客は自分が欲しいものを全て言葉にできているとは限りません

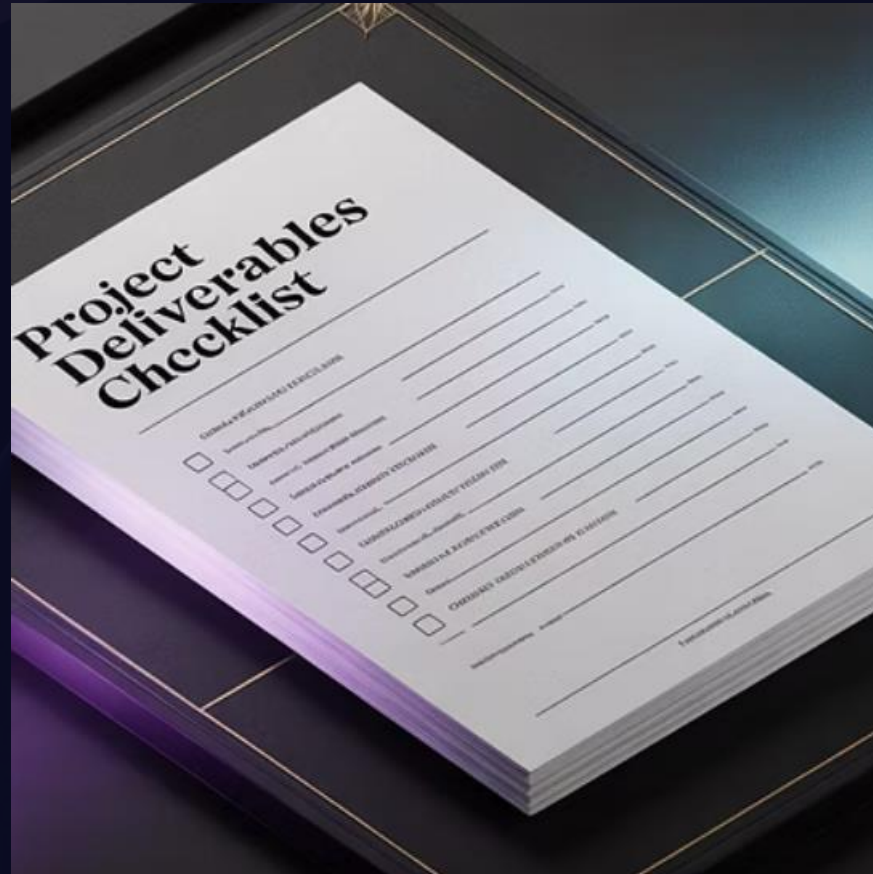
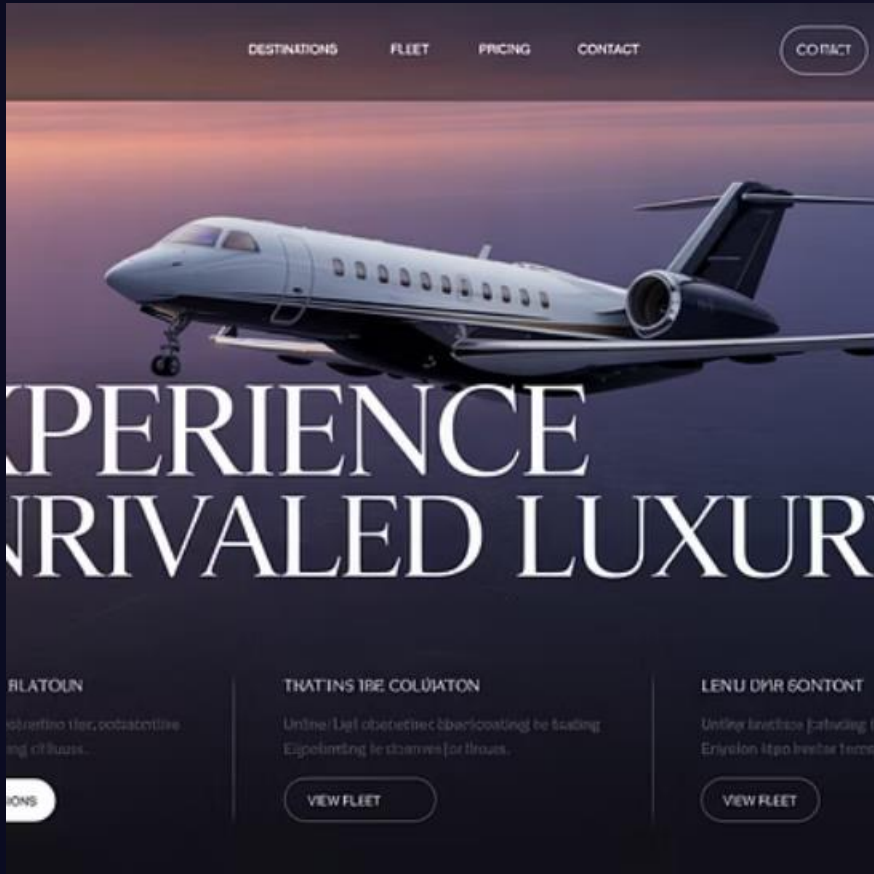


スコープ定義に必要な観点②：リソースと制約



人・時間・予算は限られています。兼務での作業負担を見積もってスコープを調整しましょう。

スコープ定義に必要な観点③：成果物の明確化



"完成した"と判断できる成果物を定義します。抽象的な表現を避けましょう。

例えば「簡単なページ」ではなく「企業案内ページ（社長挨拶・会社概要・アクセスマップを含む）」と具体的に記述します。

グループワーク①：必要な項目をすべて洗い出してみよう



お題

「新しくできた個人経営飲食店のホームページ作成プロジェクト」



成果物や作業

関連する成果物・作業・検討事項をすべて挙げてください。

グループワーク②：スコープを分類してみよう

洗い出した項目の確認

グループワーク①で洗い出した作業や成果物候補を元に、今回のプロジェクトで「インスコープ」と「アウトスコープ」に分類してみましょう。

インスコープ/アウトスコープの分類

限られた期間・兼務での作業という制約を踏まえて、現実的なスコープを定義することが目的です。

判断理由の記述

なぜその判断をしたのか、理由を簡潔に説明してください。

限られた期間・兼務での作業という制約を踏まえて、現実的なスコープを定義しましょう。



前提条件



期間

2か月の開発期間



体制

メンバーは他業務と兼務のため、この業務に取れる時間は1日2時間のみ



顧客知識

ITについての知識が少ない

これらの条件下で実現可能なスコープを考える必要があります。
制約を理解することが、現実的なスコープ設定の第一歩です。

Master
your
time



成果物の分解例

- トップページ→
 - ヘッダー
 - 紹介文
 - 画像
- 問い合わせフォーム
 - 内容入力フォーム／送信確認／自動返信機能

このように成果物を細かく分解することで、工数見積もりが正確になり、進捗管理が容易になります。また、「何をどこまで作るのか」という境界線が明確になるため、クライアントとの認識齟齬を防ぎリスクを大幅に軽減できます。



Apex Analytics

Navigate complexity.
Achieve success.

スコープ変更のリスク

コスト増加

スコープ変更によるプロジェクト予算の
平均的な増加率

納期遅延

スコープ変更が原因で納期が遅れるプロ
ジェクトの割合

品質低下

後半での変更によるテスト工数の増加

対応例：変更依頼書の作成、関係者による確認、再見積もりの実施などが必要です。

ステークホルダーとの合意形成



契約としてのスコープ

スコープは「契約の一部」として扱われます。



トラブル防止

合意がないと「言った・言っていない」のトラブルが発生します。



書面での共有

定義後は書面で共有し、サインをもらいましょう。



グループワーク③：スコープの境界線を議論しよう



ケース

「お店のInstagram更新を依頼された」



問い

それは今回のWebサイト作成スコープに含むべきでしょうか？



議論

含める条件・含めない理由を議論し発表してください。

まとめ：スコープ定義の5つのポイント



成果物を明確に

具体的な納品物を明示しましょう。



イン／アウトを必ず分ける

実施する項目と対象外を区別しましょう。



制約条件を整理

時間・予算・人員の制約を考慮しましょう。



曖昧表現を排除

具体的で明確な表現を使いましょう。



関係者と合意を取る

ステークホルダーの承認を得ましょう。

よくあるスコープ記述の失敗例

曖昧表現

「一部スマホ対応」など、具体的な仕様や完了基準が不明確な表現。

例：実際にはどんな機能が含まれるのか不明なため、開発者と依頼者の間で誤解が生じる。

抜け漏れ

「問い合わせ先の設定がない」「地図情報の記載漏れ」など、想定していたはずなのに文書に記載されていないため実装されない。

例：問い合わせフォームに送信先メールアドレスが記載されておらず、動作しないまま公開される。

担当不明

「誰が対応するか決まっていない」タスク。

例：画像素材の準備が必要だが、依頼者が準備するのか制作側が撮影するのかが曖昧なままプロジェクトが進行し、納期に間に合わない。

【次回予告】

次回のテーマは「コスト・工数見積もりの基本」です



コスト見積もり

プロジェクト全体の予算計画と費用
配分



工数の計算方法

タスクごとの必要な人的リソースと
時間



見積もり精度の向上

正確な見積もりのためのポイントと
技法