【WBS作成例】 新製品開発プロジェクト

大項目	中項目	小項目	タスク	成果物・アウトプット	担当者	工数	日付	○月	○月	○月	○月	○月	○月	○月	○月
新製品開発プロジェクト	プロジェクトマネジメント	プロジェクト計画作成	プロジェクト憲章作成	プロジェクト憲章											
			リスク登録簿作成	リスク登録簿											
			ステークホルダーを分析する	ステークホルダー登録簿											
			WBSを作成する	WBS											
			スケジュールを作成する	スケジュール表											
			プロジェクト計画の承認をもらう	プロジェクトオーナーの承認サイン											
		実行・コントロール	プロジェクト進捗レポート作成	進捗レポート											
			第1回　プロジェクト進捗報告会	議事録メモ											
			第2回　プロジェクト進捗報告会	議事録メモ											
			第3回　プロジェクト進捗報告会	議事録メモ											
			第4回　プロジェクト進捗報告会	議事録メモ											
			○月　WBSの更新	WBS　更新版											
			○月　WBSの更新	WBS　更新版											
			○月　WBSの更新	WBS　更新版											
			○月　課題管理表の更新	課題管理表											
			○月　課題管理表の更新	課題管理表											
			○月　課題管理表の更新	課題管理表											
			リスク登録簿の更新	リスク登録簿　更新版											
			ステークホルダー登録簿の更新	ステークホルダー登録簿　更新版											
		終結フェーズ	効果検証の実施	憲章の目標に対する達成度合いの評価結果											
			プロジェクト振り返り（教訓のまとめ）	各種計画の更新、ファイリング											
			最終報告会（成果報告、プロジェクトの終結）	最終報告会資料											
	現状調査フェーズ	事業目標を明確にする	規制動向を調査する（法規制、業界標準等）	調査結果											
			顧客情報を調査する（既存顧客がいれば）	既存顧客一覧、各顧客の要望一覧											
			顧客情報を調査する（新規ターゲット顧客）	ターゲット顧客一覧											
			他社の既存製品を調査する	競合他社製品一覧（比較表）											
			他社の価格調査を行う	競合他社価格表一覧（比較表）											
	製品戦略立案フェーズ	製品戦略を立案する	3C分析を行い戦略の切り口を定める												
			事業目標達成のシナリオを構築する												
			（スケジュール）既存顧客のスケジュールの要求を明確にする	顧客要求（工数に関する）											
			（スケジュール）開発工数を見積もる	各作業の開発工数											
			（スケジュール）開発スケジュールを立案する	開発スケジュール											
			（成果物）既存顧客の要求を入手する	顧客要求（仕様に関する）											
			（成果物）製品の機能、特性、性能を決める	仕様											
			（成果物）設計図を作成する	設計図											
			（成果物）工法を決める	工法											
			（成果物／目標値）開発目標を決める	開発目標値											
			（成果物）内外製を決定する	内外製決定											
			（コスト）部品コストを見積もる	各部品コスト一覧											
			（コスト）採算性を評価する	評価結果											
			（コスト／目標値）売価目標を決定する	売価目標											
			拡販戦略を立案する												
			事業性を評価し、開発をするかどうかの判断を行う	開発のGoサイン、判断結果											
		特許戦略を立案する	他社特許の調査を行う	特許調査結果											
			自社既出特許を調査する	自社の特許申請書											
			特許出願計画を立てる	特許出願計画											
		サプライチェーンを構築する	見積もりを取得する	見積もり											
		※外部から調達する場合	仕様や価格について交渉を行う	交渉結果　議事録											
			仕入れ先を決定する	仕入れ先名											
			契約書を締結する	契約書											
	製品企画フェーズ	製品企画を行う	（成果物）製品仕様を決定する	成果物仕様書											
			目標達成（性能や信頼性）に対するエビデンス（データ等の論拠）を設定する	目標値											
			評価方法を決め評価計画を作成する	評価計画											
			評価方法を決め評価基準を作成する	評価基準											
	試作フェーズ	試作品を作成する	試作図面の作成	試作図面											
			ASSY図面の作成	ASSY図面											
			材料の発注を行う	材料発注書											
			治具や金型の作成・発注を行う	治具、金型発注書											
			試作を行う	試作品											
			試作品を評価する	試作品の評価結果											
			試験結果をまとめる	評価結果報告書											
	製造フェーズ	製品を製造する（量産）	試作図面の作成	試作図面											
			ASSY図面の作成	ASSY図面											
			材料の発注を行う	材料発注書											
			治具や金型の作成・発注を行う	治具、金型発注書											
			製造を行う	製品											
			製品を評価する	製品の評価結果											
			評価結果をまとめる	評価結果報告書											
	拡販フェーズ	新規顧客開拓（展示会）	出展する展示会を決める	出展する展示会名称											
			展示会での目標値を決める（ターゲット、アポイント件数等）	展示会での目標値											
			会場の手配、出展の申し込みを行う	申込書											
			装飾の手配を行う（会場レイアウト、デザイン、照明	注文書											
			パンフレットを作成する	パンフレット											
			デモの準備を行う	デモデータ											
			製品サンプルを準備する	製品サンプル											
			名刺整理を行い、各社へアポイント、製品提案を行い案件を獲得する	受注											
			展示会の振り返り	振り返り報告書（まとめ）											
		新規顧客開拓（営業）	ターゲットを決め顧客リストを作成する	ターゲット顧客リスト											
			目標値を決める（ターゲット、アポイント件数等）	目標値											
			A社へのアポイント、製品提案を行い案件を獲得する	受注											
			B社へのアポイント、製品説明を行い案件を獲得する	受注											
			C社へのアポイント、製品説明を行い案件を獲得する	受注											
			営業してくれるパートナーを探す	パートナー											
			販売方法や価格等を交渉し決定する（販売パート	パートナー契約											
			契約書を締結する	パートナー契約											
		既存顧客開拓	D社へのアポイント、製品提案を行い案件を獲得する	受注											
			E社へのアポイント、製品説明を行い案件を獲得する	受注											
			F社へのアポイント、製品説明を行い案件を獲得する	受注											