

次号予告

特集 組織知能

組織知能高度化とOR/MS
 ……………松田武彦(産業能率大)
 集団意思決定支援システム
 ……………山田善靖(東京理科大)
 人工知能から組織知能へ……丹羽 清(日立製作所)
 情報システムの革新——柔軟なシステム作りをめざして……………大森正明(東レシステムセンター)
 組織文化の側面からみた組織知能
 ……………渡辺慶和(産業能率大)
 自己生成的連鎖モデルと組織知能
 ……………太田敏澄(豊橋技科大)
 [連載講座] 企業体の効率性分的手法——
 DEA入門(4)……………刀根 薫(埼玉大)

日本オペレーションズ・リサーチ誌編集委員会

委員長 山田 善靖 東京理科大学
 委員 日下 泰夫 東京都立商科短期大学
 稲場日出男 工学院大学
 忍田 和良 (株)日通総合研究所
 川野幸三郎 東燃石油化学(株)
 城川 俊一 関東学園大学
 新村 秀一 住商コンピューターサー
 ビス(株)
 末田 直道 (株)東芝
 徳山 博子 住友金属工業(株)
 松田 寿子 日本IBM(株)
 松本 康男 (株)三和総合研究所
 矢部 博 東京理科大学
 飯島 淳一 東京工業大学

会合記録

編集委員会 (OR) 12月2日(水) 9名
 会長候補者選考委員会 12月3日(木) 5名
 研究普及委員会 12月7日(月) 9名
 編集委員会 (JORSJ) 12月18日(金) 3名

編集後記●企業が利益を高める方法は3つに大きく分けられるであろう。1つは収入を増加させることであり、もう1つは支出を減少させることである。もちろんこの2つは常に分離して取り扱えるわけではないことも明らかである。一般に収入を増加させようとすれば、それが支出の増加につながり、反対に支出を減少させようとすれば、活動が不活発になり、収入をも減少させてしまうという結果をまねきやすい。おおざっぱに示せば、ORあるいは経営科学は企業において支出や費用を減少させる方法を研究する分野と、収入を創出するための方法を研究する分野があるといえる。この特集号では、収入創出の中心的研究分野であるマーケティングの分野の最近

の研究紹介を試みた。マーケティングの中でも特に経営の視点から戦略課題を統合的に解決してゆく領域の研究を紹介する目的で「戦略的マーケティング」というテーマを設定した。マーケティング研究は欧米諸外国ではORの中心的研究分野の1つであるが、わが国では欧米諸外国と比較すると、いまだ充分とは思えない。そこで今回は「戦略的マーケティング」の基礎的考え方の紹介から、近年の研究の方向まで幅広く執筆をしていただくように依頼した。マーケティングの分野は、研究の成果と実践が最も近い学問の1つである。研究の成果がどのように実践されているかを考える手掛りとして執筆者は大学院の方と企業で実際にマーケティング分野を担当している方にそれぞれの立場から、お考えを示していただいた。この特集号は「戦略的マーケティング」の理解を深めるにとどまらずマーケティング研究の実践性を再考してみることによって、ORの研究成果が実践の場で有効に使われる方法を見出すためのヒントとなることをも同時に期待して計画された。(山田善靖)

本誌に記載された記事についての著作権は、社団法人 日本オペレーションズ・リサーチ学会に帰属する。

オペレーションズ・リサーチ

昭和63年2月号 第33巻 第2号 通巻326号

代表者 吉山博吉

発行所 社団法人 日本オペレーションズ・リサーチ学会
 東京都文京区弥生2-4-16 学会センタービル
 (電話 03-815-3351~2) 〒113

編集人 山田善靖

発売所 株式会社 日科技連出版社

東京都渋谷区千駄ヶ谷5-4-2 〒151

●本誌のご注文は直接

日本オペレーションズ・リサーチ学会へ 定価 850円(郵送料含) 年間予約購読料 9600円(郵送料含)

●本誌への広告お申し込みは明報社(546-1337)、日経弘報社(563-2241)へ