

研究会だより

中小企業のための OR 研究会中間報告

1. 研究作業 その1

この研究を提案した動機、研究の目的などについては、この機関誌の第17巻第6号（1973年11月）に掲載したが、研究作業の第1歩としては、具体的にどのような研究テーマを選択すべきかを決定しなければならなかった。

文献紹介や、中小企業に対する金融業関係者からの講話をきくなどの準備を終え、研究者相互の間に

親和心が生まれ、かつ、研究目的についての認識が進んだときを期して、研究者各位に対して“君として、どのような問題を研究すべきだと思うか”という問を發し、文書にて答案を提出していただくと同時に、自由討議を活潑に行なった。結果はKJ法を用いてまとめると同時に、同類のものは統合し、かつ、下述する八つの柱の下に分類することにした。この問題点の分類アイテムは、A. 経営体質、B. 労務人事、C. 研究開発、D. 経営構造、E. 財務經理、F. 営業販売、G. 生産製造、H. その他、であった。結果を図1に示した。

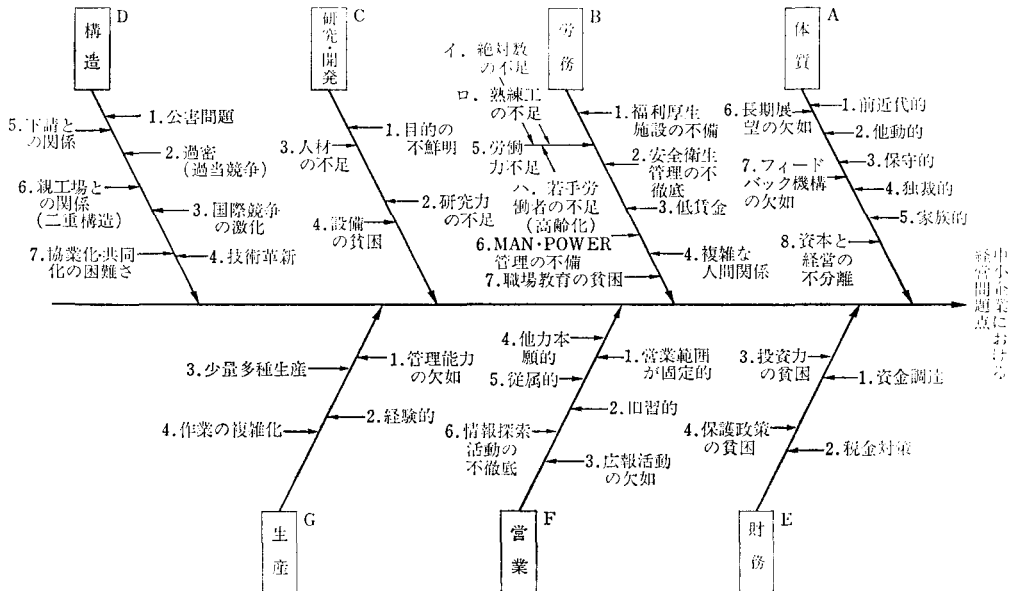


図1 問題点系統図

2. 研究作業 その2

図1に示されているような問題点を、許された研究期間では、すべて解決するわけにはゆかない。この中から重要なもの数件をぬき出し、研究着手順位をつけなければならない。そこで、図1を研究者全員に示し、ブレインストームの結果の整頓方を説明し、納得を求めるとともに、“各柱ごとに、どの問題に重点を置きますか。1位から5位までの順位をつけてください”との問を出した。結果の整理は順位1のテーマには5点、順位5には1点というふ

うに評点を与え、各テーマごとに評点を合計し、総点数で比較するという方法をとった。

各柱ともに、一つか二つのテーマに順位点が集中したことは見事であった。これは研究者の意見がおおむね一致したとみるべきであろう。

3. 研究作業 その3

図1が作成された段階で、経営問題点調査用紙を設計し、中小企業主の意見を集取し、それを統計的に解析することを目的として、アンケート調査を行なった。対象は東京および大阪近郊の機械加工業者

(電器、金属、工業材料加工業などを含む)に関する職業別電話番号帳の中からランダムに、それぞれ150社(計300社)をサンプルした。

質問の項目は、できるだけ圧縮し、書きやすく、答えやすいように配慮し、配置したが、返信料なども同封したにもかかわらず、回答はまことに少なく(300通中17通)、この試みは完全な失敗に終わった。しかし、われわれに多くの反省と思索の種を与えてくれた点で、収穫はあったと思う。

4. 研究作業 その4

研究作業2において、各柱ごとに重要とする研究テーマを1~2件にしぼりえた。それらは

- a. 人事 来年度、何人の新卒を採用すべきか。
- b. 研究開発 新商品開発の目標をどこに置くべきか。
- c. 財務 今後5ヵ年間の設備投資額はいくらか。その年次計画の導き方は?
- d. 経理 銀行から x 円を借りることのできる確率 $P(x)$ は? 一短期、長期資金について
- e. 営業 効率的な広告のし方は?
- f. 生産 生産量 $=f(\text{人力, 資本, 原材料, エネルギー, 情報})$ の数式化手順は?

であった。

研究部会としては、これら六つのテーマの重みを求め、その値により研究実施順位をきめなければならない。ために、再び官能による評価を試みた。

各テーマの評定基準は、A. 研究のやりやすさ、B. 成果の利用期待度、C. テーマの新奇性、D. まとめやすさ、E. 総合力の必要性(OR的思考と広汎な視野の必要性)とし、それぞれについて、良; 平均的; 否、の3段階評定を採用した。また、五つの評定基準の重みは同等として結果を整理した(評点は1, 0, -1)。

この作業のときの出席研究者数は10名であったが、表1に示す結果を導きえた。

表1 研究テーマの重み評定結果

評定基準 テーマ	A	B	C	D	E	評点 合計	順 位
a	1	9	4	1	5	20	2
b	-2	8	4	-2	5	13	3
c	-5	7	2	-2	4	6	5
d	-1	5	3	-3	7	11	4
e	7	5	7	4	9	32	1
f	-2	5	-1	4	6	4	6

われわれはこの結果について討議を行ない、結論として、テーマc. 効果的な広告のし方は? を選定することになった。

5. 研究作業 その5

テーマeとしても内容は深い。幹事会において戦線を分割することを検討し、つぎの各分科会を組織することにし、各研究者の同意をえた。

- 第1分科会 広告媒体は何をえらぶべきか。
- 第2 " 広告費はどれくらいが適当か。
- 第3 " 広告効果の測定と評価方式は?
- 第4 " 広告情報システムのあり方。

それぞれの分科会メンバーは、つぎのごとくである(*印主幹、49年5月1日現在)。

第1分科会 梅村 守*(理大)、鈴木正則(NCR)、石橋常明(石橋鉄工)、笠原二郎(笠原機械)

第2分科会 稲田久二男*(日本コンサルタント)、高橋敏二(持田製菓)、河西 孝(日産プリンス)、吉屋丈夫(ソフトウェア・リサーチ)、森山尚治(防衛庁海幕)、近藤 孝(大豊工業)

第3分科会 卜部舜一*(千工大)、伯野慶三(伯野事務所)、大沢聖一(三共精機)、伊井 勉(東証計算センター)、戸谷賢一(戸谷重工業)

第4分科会 鈴木平八(三輪精機)、大津数豊(高千穂パローズ)、金子文司(日本ユニパック)

現在のところ、本委員会は2ヵ月に1回の割合で開き、その間分科会を行なって、研究作業をすすめている。広告問題に関心ある方々の参加を歓迎する。

連絡先 学会または笠原二郎 (Tel. 0482-95-3000)