

特集に当って

朝ソフトネット 鈴木 一行

経営者は制約条件をなんとか突破しようとするものである。つぎつぎに面前に現われるボトルネックを切り払いつつ前進するうちに企業が急成長したり、あるいは堂々めぐりしていたり、時には不渡りを出すはめになったり、とかく中小企業ではORなど何の意味ももたないようであるが、はたしてそうであろうか？

実は知らず知らずしてOR的行動をとっていることがある。

たとえば、

- A 数社共同で一部屋を借りて営業開始。
- B 運転資金の借入の保証人として、Aの保証人にBが、Bの保証人にCが、Cの保証人にAが、という相互保証。
- C 交際費がある限度以上になるのが定常化したら、販売部門を分離法人化。

等はよく見かける現象である。さらに高度の作戦として、

- D チェーン店方式による販売網や工場団地
- E 組合や異業種結合の別法人設立
- F 地域別、職能別等ごとの会社分割

などの複雑な組織形態を考えると、意外と大企業にはできない機動性をもって経営展開をしている企業が多い。

新卒採用か中途採用か、購入かリースか、増資か借入か、本業一筋か多角経営か、などという決定を朝令暮改式の機動性で乗りきってゆく企業もあるし、小さい時から、それこそ大企業なみに5カ年計画を作成してビジョンを明確にしている企業もあり、要するに多種多様なのが中小企業なの

である。

なかならず急成長する企業には、ある制約のもとに最適政策を求めるところか、強引に制約を突き破ってゆくようなケースが多い。また不況の企業でも乾坤一擲の一振りで一気に上昇したり、他の企業（ことにソフト企業）との提携により周囲に夢を与えて方向転換したり、「やりくりの科学」としてのORにとって新しい研究材料につかないものがある。

企業成長のOR、現状打破のORがなされるとすれば、むしろ中小企業のほうが良き材料を提供してくれると思われる。

今回の特集号では数式の展開をご遠慮願うほかは、なるべく本音に近い線を出していただくべく、経営者とコンサルタントの方々に執筆を依頼したが、ヤブニラミ的視点を申すとすれば、

田村氏「理念そのものがOR」

上田氏「生態そのものがOR」

岩本氏「社会そのものがOR」

伯野氏「人生そのものがOR」

宮内氏「仕事そのものがOR」

というようなところであろうか。とりわけ伯野氏が「ORワーカーにとって大企業よりも中小企業のほうが大市場」と述べられている点は、心強く思う次第である。大半の中小企業の経営者は情報過多の中で迷いに迷っているのが本当の姿である。

ORは学問の他に、学術・算術を運用してこそ価値があるわけで、LPやシミュレーション技法を含めて、もっと平易に中小企業レベルの市場開拓がなされるべきである。この問題に対し少しでもOR的アプローチの糸口が見つかれば、私としてはこの特集の意義があると思う次第である。