

これからの日本 OR 学会に向けて

日本オペレーションズ・リサーチ 学会のさらなる発展に向けて

数土 文夫



2010 年からの 2 年間、本学会の会長であった数土文夫氏から、学会創立 60 周年に向けたメッセージをいただいた。

数土氏は、会長就任当時、JFE ホールディングス株式会社の相談役、その後、日本放送協会経営委員会委員長を経て、東京電力ホールディングス株式会社取締役会長と、企業のトップの要職を担われている。ご多忙のなか、機関誌には 3 編の記事を寄稿いただいている。その中で、

1. 企業にとって魅力のある学会へ
2. 実学への回帰を
3. 大学と企業の連携を
4. 学会全体で取り組む活動の実施とそれを通じた社会へのアピールを

と、実業界を牽引する立場から、学会に向けて力強いメッセージを発信されている。これらを踏まえて、60 周年を迎えた学会の現在と将来に向けたご意見を伺った。



2010～2011 年度会長

■企業におけるオペレーションズ・リサーチの重要性

企業を経営するうえで、オペレーションズ・リサーチ（以降、OR と略す）は非常に重要なツールだと思っている。企業では、生産性を上げることが求められる。そこでは、売上げを増加させるか、コストを削減するか、という戦略をとらざるを得ない。加えて、安全であることが求められる。現代の言葉で言えば、リスク管理を十分におこななければならない。OR はこれらのいずれの側面にも適用可能である。そもそも、OR の生い立ちまで遡れば明らかのように、英国陸軍の「兵站」などは、現代の企業経営にも通じるものである。

We cannot manage what we cannot measure.

経営者になってから、社員に向けて言い続けている言葉である。社員には、「データで仕事をするべき」と常々言っている。「データが（手元に）ないならば、定量化せよ」と言っている。経営は定量的でなければならない。言い換えれば、「経営とは定量化すること」である。定量化されていないものを定量化してはじめて、ほかのものとの比較が可能になり、意思決定に役立つ情報が獲得できる。これは OR そのものではないのか。OR の手法が活用できる場がそこにあるのではないか。企業経営にとって、OR に期待するところは大きい。

■学会のさらなる発展に向けて

学会の今後の発展に向けて、いくつかの提案をしてみたい。

学会における研究は、「数学的になりすぎていないか」、「現実離れしていないか」、自問自答してみることが必要ではないだろうか。数学的な深掘りをすればするほど、天井は狭くなる。それがさらに進めば、天井は消えてなくなるかもしれない。また、(60 周年 = 還

暦なのだから) ORの原点に立ち返ってみれば、ORはそもそも実学ではないか。そうであるならば、現実離れしてしまうのは本末転倒であろう。ORは決してそうであってはならないと強く思う。

加えて、日本OR学会の研究領域としての新しい展開がほしいと思う。たとえば、定量化が困難と考えられている領域に果敢にチャレンジしてみてもうだろうか。子供の知的発達とデジタルデバイスとの関係を分析して、新たな教育プログラムの提案を行うといったことはできるのではないか。あるいは、「数学とバイオ」とか、「数学と宇宙」とか、一見交わりのないような領域に学会として進出してはどうかと思う。ヘルスケア分野は有望ではないだろうか。社会的な関心も高く、未解決な課題が山積している。看護師のスケジューリングや救急車の配置計画など、計画系の問題はOR研究者による研究があることは理解している。その一方で、健康寿命のような未踏の分野も存在している。行政機関が有している定量化されたデータも現に存在する。行政、医療機関といった学会と少し距離のある機関と共同研究してはどうかと思う。あるいは、スポーツと連携して、健康寿命を増進させる運動プログラムの研究を行うのはどうか。このような活動や研究成果は、社会的なインパクトも大きい。学会の活動として推進してはどうかと思う。

OR学会を母体として活動していた研究者が新しい学会を作り活動の軸足を移して行っている。研究領域の細分化、つまり、研究の深掘りが進んでいるということだろう。しかし、考えてほしい。研究領域の細分化は、天井を狭くすることに繋がるのではないか。そうであるならば、先にも述べたように、天井は消えてなくなるかもしれない。むしろ、現代の企業がそうであるように、学会のM&Aを検討してはどうか。研究領域の広がりが期待できるばかりでなく、異なる専門を有する研究者や実務家の相互作用により、新しい研究領域が生まれるかもしれない。いくつもの学会の会員資格を有する日本OR学会の会員も多いのではないだろうか。学会のM&Aは、会員にも大いにメリットをもたらすと思う。ぜひ、検討してもらいたい。

最後に、企業にいて感じることだが、ORという言葉

を聞くことがほとんどないことが残念である。前述したように、ORは企業活動に大いに寄与する学問領域であると考えている。社会に対して、もっと積極的に学会のPRを行ってもらいたい。学会の財政状況にも依るだろうが、年間数百万の予算を学会のPRに投資してもよいのではないか。たとえば、地域を代表するような企業の経営者に向けて、OR学会のPRパンフレットを配ってはどうか。パンフレットは1ページ程度のコンパクトなもので、「ORをご存じですか」「ORを用いると、こんな課題解決ができます」といった事例の記事を会長名とともに載せる。あるいは、無償で(学会の持ち出しで)、会員を動員した課題解決プロジェクトを実践して、企業の経営者に直接訴えかけるようなことを行ってもよいのではないか。そうすれば、社会におけるORの認知は上がるだろうし、会員と企業の間での共同研究も活発になるかもしれない。

このような新たな展開によって、日本OR学会は大きな発展が期待できると思う。今後の発展を期待している。



■インタビューを終えて

50分の中水ウォーキングを実践されているそうである。しかも、週2日、年間100日、すでに17年になるそうである。心身ともに健康であるからこそ、(会員には耳の痛い)大胆な発想に基づいた提言ができるのだろうと思う。今後とも、学会を厳しい目で、やさしく指導していただきたいと切に思う。

インタビュアー：猿渡康文(本誌編集長)