

## 次号予告

**特集 マーケティング・サイエンス**  
知覚マップと製品のポジショニング  
……………古川一郎(東北大学)  
新商品コンセプト評価のためのコンジョイント分析  
……………水野 誠(博報堂)  
POSデータを利用したブランド間の  
競合分析と小売棚スペース配分モデル  
……………中島 望(大阪大学)  
ハフモデル型商圈感度分析…上田隆穂(学習院大学)  
新製品のプリテスト市場予測  
……………棚橋菊夫, 永長玄佐夫(花王)  
マーケティング実務でのシングルソース  
データの利用……………八木 滋(ビデオ・リサーチ)  
消費者行動モデルとブランド戦略  
……………小川孔輔(法政大学)

## オペレーションズ・リサーチ 編集委員会

委員長	高森 寛	青山学院大学
副委員長	高井 英造	三菱石油(株)
委員	相沢りえ子	(株)構造計画研究所
	稲場日出男	工学院大学
	上野 哲郎	関東学園大学
	大村 雄史	住友商事(株)
	片山 隆仁	防衛庁
	川合 庸一	川合産業研究事務所
	川野幸三郎	日本ユニカー(株)
	木嶋 恭一	東京工業大学
	新村 秀一	住商コンピュータサー ビス(株)
	町原 文明	日本電信電話(株)
	宮田 雅智	青山学院女子短期大学
	矢部 博	東京理科大学

**編集後記**●最近、よく耳にする言葉に「アメニティ」というのがあります。現代用語辞典の類をひもとくと、「快適な環境」、「生活の質」などと訳されています。日本で初めて使われたのは、大正15年に岡田三郎・復興局計画課長という方が『都市計画と都市の風致美観』の中で、「風致」と訳したのがはじまりだそうです。建築関係の専門用語なのかも知れませんが、私たち素人はもう少し広い意味で使っているような気がします。いずれにしても、人間の生活をより快適にしようという意図が言葉の裏に隠れているのでしょう。

今回の特集名を「アメニティ」にしようという案も出たのですが、建築関係の専門用語としてとらえられてしまったのは、と思い「快適性」にした次第です。

家庭にあつてはホームオートメーションやパソコン通信などがあり、インテリジェントビルの中にあるオフィスではオフィスオートメーションが発達して職場の環境がますます良くなる、というように未来(とりわけ21世

紀)の生活に対する夢はふくらむばかりです。

しかし他方で、人間を含む動物や植物をとりまく自然環境の保護も大切なことであり、人間の現時点の生活環境(便利さなど)を改善することが必ずしも「より良い」とは限りません。実際に、大域的な規模での自然環境の破壊が深刻化しており、自動車の排気ガスによる汚染のような身近なものから、フロンガスによるオゾン層の破壊という直接には実感の湧かないものまでいろいろとあり、結果として人間自身にはね返ってきています。はたして人間にとっての本当の「快適性」とは何なのでしょう。か。今回の特集を機会に、真の「快適性」をORの立場から考えてみてはいかががでしょうか。

さて、編集委員会はメンバーが約半数入れ代わって、この夏から高森新委員長、高井新副委員長の下で活動を開始しました。今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。(矢部 博)

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

平成元年8月号 第34巻 第8号 通巻344号

代表者 森 村 英 典

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(代) FAX 03-815-3352 〒113

編集人 高 森 寛

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 950円(本体922円, 郵送料含)年間予約購読料10,800円(税・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