

ORで考える 2010年度余暇雑感

青山学院大 (院)

○日高 啓太郎

名古屋工大 (院)

日大生産工

長島 わかな

篠原 正明

1. はじめに

本研究は、2008年度より日本大学生産工学部学術講演会数理情報部会において、実社会とORという観点から、1年間のトピックを基に事例検証を発表していくものである。今年は日高らが述べた事象について、再検討を行うとともに、理論と実際の融合性が際立つORでの見解を述べていく。

2. 現状認識

モノが売れないという事実は、顕著に具現化されており、結果として低価格競争における企業間の疲労が目立つ。これらは、ある種サービス業界における経営悪化の内部要因として考えられる。

また、企業間の疲労に伴い、そこに勤務するヒトの勤務時間の上昇は目立つ。結果的に、余暇に対する消費傾向が低下する外部要因となる負のスパイラル要因が現在のサービス業界における現実であり、これらは、サービス産業だけでなく、ITサービスや製造業などモノ＋サービスという産業にも大きな影響を及ぼしている。

問題構造でありながらも、企業がサステナブルなビジネスを継続していくためには、顧客ニーズに融合させていくことのコストは、環境変化に対する設備投資的な側面と解釈できる。

しかしながら、コストを投下しているとしても決して顧客に反映されていると感じない、むしろ不満足に感じる要因というものも存在する。次に事例であげるのは、日高らが挙げたドーナツ店C社に於ける、レイアウトと販売方法における顧客期待喪失モデルである。

3. 事例1 C社の事例より

C社について日高らは発表において、価値の提供を継続的に行うこと、そしてマネジメント・オペレーションの部分において慎重さが必要であり、それらを無くして、事業の成長性には疑問符が呈されると主張した。C社に追随する様に、他社も同種のビジネスによって参入をおこなっており、結果的に、競争が激化していることが明らかである。

サービス産業における競争戦略の一つとして位置づけられる知名度やブランド力は構築できているが実際の店舗におけるオペレーションはどうで

あろうか。下の図は実際の店舗を模している。

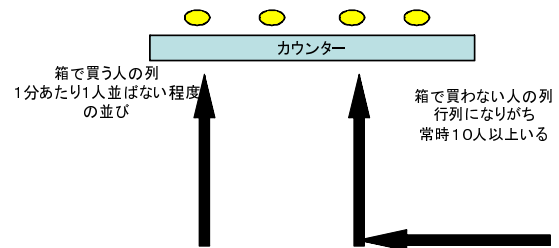


図1: C社における店舗オペレーション

本稿投稿時においては、大まかな範囲で捉えているが、箱で買う場合（6個 or 12個）と箱で買わない場合において並び列が異なり、この状況だけで推察すると現状においては、6個以下での購入が主流となっていると言えよう。しかしながら、出店初期における人気・知名度などから一定量の集客が見込めるため、箱売りでの販売が主となっている。顧客ニーズを考えた場合、箱はお土産プラス今食べたいと願う顧客が多く、製品原価率が極めて高いと『コナモノビジネス』において、顧客ニーズに合わせた展開をORの側面から検討できないかというのが今回の事例である。カウンターにおける人の作業は一定であり、顧客に対して、待ち行列状態が終了した顧客に対し、いくつかの制約条件なく販売することによってのメリットがあるか？

最終的にどちらが サステナブルなサービス経営か？

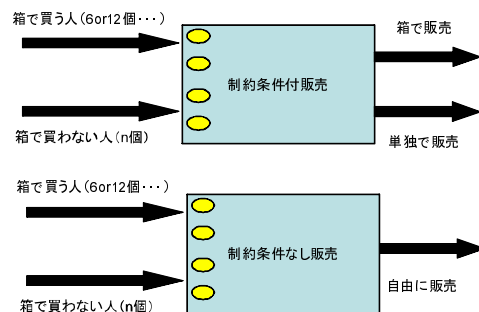


図2: 待ち行列による代替案モデル

Some Thoughts on Leisure of Year 2010 about OR Thinking

Keitaro HIDAKA[†], Wakana NAGASHIMA and Masaaki SHINOHARA

発表時において、仮想データを用い検討を行う。

日高らは、現時点において、既にサービスマネジメントを論ずる上で必要である真実の瞬間の喪失を、このオペレーションの中から見出し、コモディ化の中でC社の競争戦略上の優位性を大きく損ねる可能性を指摘する。

4. 事例2 K社の事例より

今度は複合型アミューズメント運営企業K社のビジネスモデルを取り上げる。K社は、映画館を創業時のビジネスとして、その後、映画・外食・遊技場を郊外の施設で一箇所に集約。昨今では、自社で温泉を掘り、温浴施設やビジネスホテルも含めた多目的複合施設運営企業として全国に事業展開を行っている。

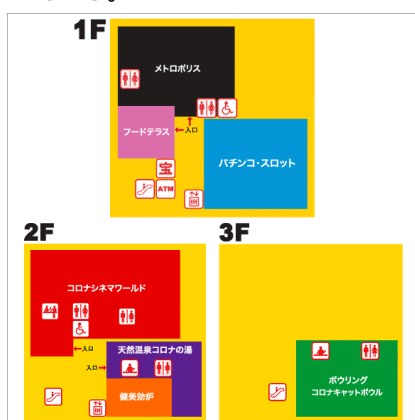


図3: K社の店舗レイアウト

広大な敷地と駐車場また繁華街からの毎時発車のシャトルバスの運行により、若年層から高齢者まで、世代を選ばず数多くの来場者が、日々詰め掛けており、図3の施設においては、隣接する場所に、ビジネスホテルを併設。観光のみならずビジネスユースによる利用も促進している。

本稿において、検討する材料は商圈が異なるレンジを有する施設群の中において、顧客セグメントに応じて、顧客はどのように行動し結果的に退出していくのかをマルコフ過程で検討する必要性が高く、これが一般化できるモデルである初段階として位置づけられるとして推察したからである。

K社 T店の施設利用 変移モデルの仮説

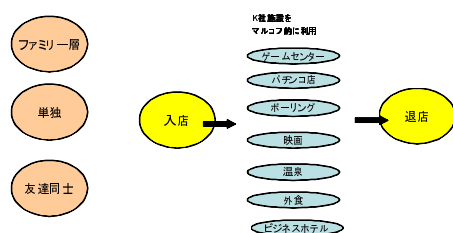


図4: 複合型施設における行動マルコフ過程

また、同様にビジネスホテル利用者への顧客サービスまた朝食会場として、『天然温泉コロナの湯』の同時利用については、資源流用性の高さから位置づけられ、比較的原価率の低い各設備群を相互的に活用させることにより、サービス産業の経営効率性が導き出されると経営幹部からのレビューをいただいている。これも本発表時に行う。

5. 事例3 茨城空港の事例より

最後に賛否両論存在する中で、誕生した茨城空港をサービスとORの視点から論じていく。問題構造は、比較的明確で、羽田・成田圏から120分程度に位置する人口のそれほど多くない県に空港が必要か？という問題である。

外的な要因として茨城全県区で考えても、利用増を見込める可能性は極めて小さく、県南部地区であれば、羽田というマンモス空港を利用する。また県中央の水戸市内であっても、同様の可能性があり、空港そのものである内的要因として、LCC（格安航空会社）の国際線及び国内一路線が就航するのみで、コアとなる航空会社の訴求が行われていない現状が見て取れる。

そこで、本稿において次のことを提案する。

北関東茨城空港計画(仮)

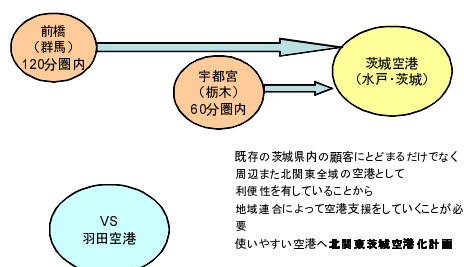


図5: 北関東茨城空港計画

まずは、周辺地域から羽田・茨城空港への定量的な分析を実施し、その時間対効果・費用対効果を検討しなくてはならないと推察する。

次に、対象となる路線の決定が必要となる。想定できるのが、札幌（千歳）・福岡・沖縄であり、逆にこれらの地域から、北関東地区への余暇提供の一環としてLCCの利用により、低価格にてサービス空間を提供できる余暇の創造を実現できる可能性を推察。妥当性も含めて今後、研究を進めていく。

6. おわりに

モノが売れないという事実は、今に始まったことではない。『コトづくり』を行う為にどうすべきか？そしてその検証としてORの有用性を強く本年も述べたい。