

次号予告

特集 データ解析コンペティション：リテール・マーケティングの新潮流

時系列モデルによる商品販促効果の分析.....山根智之・菅原光太郎・西村直樹・小林 健・吉田佑輔（東京工業大学）、高野祐一（専修大学）、中田和秀（東京工業大学）
チェック・インから購買までの時間を利用したマーケティング・セグメンテーション—潜在混合分布モデルを利用した交差検証法による段階的ベイズ分析—.....長尾圭一郎・豊田秀樹・秋山 隆（早稲田大学）
共進化的アプローチに基づく「らしさ」の数値化に関する研究
.....白井康之（大東文化大学）、Stephane Cheung・中元政一（関西学院大学）、高嶋宏之（NECソリューションイノベータ）
入力ニューロンの潜在性に着目した小売店店舗の非継続来店顧客検知モデルの作成
.....北島良三・遠藤啓太・上村龍太郎（東海大学）
協調フィルタリングと商品の購買間隔を考慮した補正手法による商品推薦システムの提案
.....田端佑介・堤田恭太（NTTデータ）、生田目 崇（中央大学）

メーリングリストに登録しよう

会員の方は、本学会のメーリングリストに登録すると、学会ならびに各研究部会の主催する研究発表会・セミナー等の催し物に関する最新情報が得られます。登録方法については、<http://www.orjs.or.jp/members/mlhowto.html>をご覧ください。

編集後記

●今回の特集「ORの応用とソフトウェア」はお楽しみいただけましたでしょうか。事例が中心の話は、記事とするには情報公開の壁があり、また取り扱う内容は決して理路整然とした話題ばかりではないのですが、実際にORを適用しようと考えた際に遭遇するさまざまな問題点を、多少生臭い点も含めて、執筆者の皆様へ浮き彫りにしていただけたと思います。

●本誌の大半の読者にとって、ORは主たるテーマであると思いますが、業務システムの一部としてORを取り入れる場合、それはあくまでも本来の業務にとっては部品であり、目的を達成するための手段の一部分でしかありません。私自身もORのソフトウェアを提供する側の人間であり、この視点は忘れてはいけないと思っています。

ます。

●もちろん、この一部分には驚異的な力があり、時として素晴らしい効果を発揮するのですが、そのためには、何よりもまず現実の問題設定をよく理解し、何が求められているか十分に吟味する必要があります。（今回の特集に限らず）事例の記事では見通しのよいストーリーが展開されることが多いですが、実際に問題に取り組んでいる最中は、皆様あの手この手を試したり、また綺麗な結果が使えると早合点して、煮え湯を飲まされたりしたことと思います。文面には出てこない上記のような事情も、今回の特集から感じ取っていただければ幸いです。

●最後になりましたが、改めて本年もどうぞよろしくお願いたします。（原田耕平）

オペレーションズ・リサーチ 編集委員会

委員長 猿渡 康文（筑波大学）

特集担当編集委員 原田 耕平（株式会社NTTデータ数理システム）

委員 池辺 淑子（東京理科大学）、石井 儀光（国立研究開発法人建築研究所）、鶴飼 孝盛（東海大学）、小林 隆史（東京工業大学）、坂本 英夫（株式会社東芝）、佐久間 大（防衛大学校）、笹谷 俊徳（東京ガス株式会社）、佐藤 圭介（公益財団法人鉄道総合技術研究所）、高野 祐一（専修大学）、中原 孝信（専修大学）、生田目 崇（中央大学）、蓮池 隆（早稲田大学）、原田 耕平（株式会社NTTデータ数理システム）、吉住 貴幸（日本アイ・ビー・エム株式会社 東京基礎研究所）

本誌に掲載された記事についての著作権は、公益社団法人 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28年1月号 第61巻 第1号 通巻661号

代表者 大宮 英明

発行所 公益社団法人 日本オペレーションズ・リサーチ学会

東京都千代田区岩本町1-13-5 サン・チカビル7F

電話 03-3851-6100 FAX 03-3851-6055 〒101-0032

<http://www.osrj.or.jp/>

編集人 猿渡 康文

発売所 株式会社 日科技連出版社

東京都渋谷区千駄ヶ谷5-15-5 〒151-0051

・本誌購読のお申込みは、日本オペレーションズ・リサーチ学会へ。

・本誌への広告のお申込みは、明報社（Tel 03-3546-1337）へ。