

Title	〇社の営業支援情報システムの設計
Sub Title	
Author	大野裕(Oono, Yutaka) 柳原一夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1988
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1988年度経営学 第587号 複写許諾が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001988-0587

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学生氏名 大野 裕

主査 柳原 一夫

副査 伏見 多美雄

所属ゼミナール 柳原 一夫 研

小野 桂之介

〇社の営業支援情報システムの設計

本論文では、工業用ゴム製品卸業を営む〇社の事例研究について述べる。

〇社が現在抱えている問題としては、近年の円高の影響によりマージン率の低下や顧客あたりの売上が減少してきていることがある。このため、〇社が今後も利益を伸ばしていくためには、競争力の強化と新規顧客の開拓が必要不可欠である。

競争力を強化する方法は幾つかあるが、〇社のような商社にとっては顧客サービスを強化して顧客と仕入れ先の両方にメリットを出すことが重要である。また、新規顧客を開拓するためには、競合他社にはない目玉商品を作るために加工販売に投資を行なうことも重要である。〇社では主に経営管理上の問題から金銭的な投資評価が出来なかったが、金銭的な評価と非金銭的な評価を分けて考えないと意思決定をする上での不確実性は大きいと考えられる。

顧客サービスの向上と経営管理の強化という2つの目的を同時に達成するための方法として、筆者は営業支援情報システムの導入を考えた。

営業支援情報システムの導入の効果としては、直接的には営業の記憶補助による顧客管理能力のアップがあり、間接的には営業が受注した時から品物の流れを捉えられるため、たとえコード化できない物でも必要に応じて在庫管理が可能になることがある。

この論文では、〇社について営業支援情報システムを中心に、情報システム全般を設計し、その導入プランを策定した。

このシステムの導入が成功するかどうかは、ユーザーインターフェイスをいかにうまく作るかに掛かってくる。そのためのプロ・タイプアプローチとして、樹脂加工部門の入力ルーチンを作成し、初心者でも使えるだけの物ができることを確認した。

また、ロジャースの普及についての研究を応用して導入プランを策定すると共に、ユーザーインターフェイスの設計にも生かしている。