

Title	都市銀行の営業店戦略に関する一考察
Sub Title	
Author	花岡武(Hanaoka, Takeshi) 嶋口充輝
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634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=KO40003001-00001988-0634

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 花 岡 武 主査 嶋 口 充 輝
(株式会社第一勧業銀行) 副査 片 岡 一 郎
所属ゼミナール 嶋 口 充 輝 研 古 川 公 成

都市銀行の営業店戦略に関する一考察

本論文では他店比業績の高い営業店にターゲットをあて、業績のよい営業店はいかに情報能力を高め、営業戦略として活用しているのか、共通する特性を明らかにし、営業店戦略の一つの視点を見出だそうとするものである。

情報能力を環境からの情報収集能力、それを加工・蓄積する能力、そしてできあがった情報を活用して付加価値の高いアウトプットを生出す能力、それら一連の実践活動のプロセス全体の能力としてとらえた。

面接調査より、業績の高い営業店は ①戦略に基づいた情報源先の創造 ②入手した情報に対する即応体制 ③情報の共有化による提案能力の3点を柱に情報能力を高め、成果に結びつけていた。

個人取引のウェイトの高い営業店は情報収集能力に力点をおき、法人取引のウェイトの高い営業店は提案能力に力点をおくことで成果に結びついていたことを見出した。

結論として顧客ニーズが高度化、多様化するほど銀行としての強み(①あらゆる業種との取引 ②企業の中核に迫る取引関係等を生かした情報力)を組織的に活用することが成果に結びつくであろうことを提言した。