

Title	顧客ニーズの観点からみた銀行のチャネル戦略-都銀店舗網が競争力の源泉たる可能性-
Sub Title	
Author	上田正隆(Ueda, Masataka) 嶋口, 充輝(Shimaguchi, Mitsuaki)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	1997
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 1997年度経営学 第1325号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1325

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

上田 正隆
(株式会社第一勧業銀行)

主査 嶋口 充輝
副査 古川 公成
太田 康信

所属

嶋口 充輝 研究室

顧客ニーズの観点からみた銀行のチャネル戦略 —都銀店舗網が競争力の源泉たる可能性—

現在、金融機関を取り巻く環境の変化が激しい。その中でも二つの大きな環境変化、すなわち「日本版ビッグバン」による規制緩和と情報通信技術の進歩に伴うリモートチャネルの発達を背景に、従来都市銀行の「儲かるしくみ」であった店舗網の縮小を主張するむきがある。しかし、現状の邦銀の収益構造を勘案すると、根本的な課題は営業経費ベースのコスト削減というよりも、粗利益ベースの収益をいかに向上させるかにあることが理解できる。要するに目先の内部効率ではなく、いかに「明日の糧」を得るかが重要なのである。

以上のような観点から、真に顧客ニーズに対応するためのチャネル戦略の重要性を認識し、「日本版ビッグバン」で注目を集める個人金融市場に焦点をあてたうえで、知覚リスク概念を用いることによって消費者の対面ニーズの分析を行った。

その結果、金融取引における消費者の知覚リスクは、金融業界の環境変化、金融商品の特性、消費者特性に影響されることがわかった。

また、知覚リスクと対面ニーズとの関係において、環境変化に伴う知覚リスクについては、「日本版ビッグバン」による規制緩和に伴う知覚リスクが対面ニーズに影響することがわかった。さらに、商品特性に伴う知覚リスクに関しては、単に総合的知覚リスクの程度だけでなく、商品に内在する各種側面のリスクをどの程度多面的に知覚するかによって対面ニーズが影響されるという興味深い結果を得た。

最後に検証されたデータをもとに、消費者の対面ニーズを優先したマーケティング・ミックスを示し、今後の個人金融市場で対面チャネルが果たしうる役割について二つの例を挙げて言及した。