

Title	生命保険業界における規制緩和とチャネル再設計-代理店と消費者の選択行動要因分析二重モデルによるアプローチ-
Sub Title	
Author	栗原茂樹(Kurihara, Shigeki) 和田充夫
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1337号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1337

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

栗原 茂樹

主査 和田 充夫

(アメリカンファミリー生命保険会社)

副査 嶋口 充輝

池尾 恭一

所属

和田 充夫 研究室

生命保険業界における規制緩和とチャネル再設計 —代理店と消費者の選択行動要因分析 二重モデルによるアプローチ—

1996年、保険業法が改正され、それに基づく2001年までの規制緩和により、生命保険業界を取り巻く環境は今まさに激変している。他業態からの参入で新しいプレーヤーが増え、これまでとは異なるルールで戦わなければならない。これまで築いてきた売るための仕組みは、この環境変化により変革を迫られているのである。

情報源の数と情報量が増える事により、消費者の保険選択技術は向上して行く事が予想され、販売チャネルである保険代理店は、この消費者に対応して行くために様々な努力が強いられるであろう。

本研究では、アメリカンファミリー生命保険会社を取り上げ、規制緩和で最も競争力を左右するであろう販売チャネルに焦点を当て、消費者、代理店双方の選択要因分析を試みた。消費者については、どこで(場所)、どのように(加入方法)保険に加入したいと考えているのか。それを決定する要因は何か。代理店については、取引先保険会社選択や取引先保険会社の新チャネル設立に対しどのように考え、それに影響を与えるものは何か。これらについての実証研究を行なった。

研究の結果、消費者は情報収集モードの違いや帰属意識の違いで選好チャネルが異なり、代理店は、品揃えや保険会社乗合いに関する意識の違いで、保険会社選択要因、新チャネルに対する意識が異なる事が検証された。この結果を踏まえ、アメリカンファミリー生命保険会社に戦略提言を行なった。