

Title	生命保険商品の顧客満足構造分析
Sub Title	
Author	田中敬久(Tanaka, Hirohisa) 嶋口充輝
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1354号 可能
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1354">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00001997-1354</a>

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.

No. 1354

学生氏名

田中 敬久  
(明治生命保険相互会社)

主査 嶋口 充輝  
副査 青井 倫一  
池尾 恭一

所属

嶋口 充輝 研究室

## 生命保険商品の顧客満足構造分析

生命保険市場の成熟化、保険商品に対する認知の向上、消費者ニーズの多様化、規制緩和による競争環境の変化など、生命保険業界をめぐる環境は激変している。生命保険各社にとって、変化しつつある生命保険市場における消費者満足の在り方を的確につかみ、それに基づくより有効なマーケティング戦略を構築することが急務とされている。

本研究では、生命保険商品の無形性、長期性、複雑性といった固有の特徴が顧客満足の構造にどのように影響するかを、品質判断力を基軸に分類した消費者層毎に分析することを目的とする。

分析の結果、生命保険消費者は、加入直後においては品質判断力の高い消費者は本質的機能を、品質判断力の低い消費者は表層的機能を重視すること、総合的な満足は主に本質的機能によって規定されることがわかった。また、加入後、期間が経過することによって、本質機能の無形性の影響から品質判断力の高い消費者層も表層的機能に対する訴求が高まり、また総合的な満足の形成に表層機能の影響が高くなることも検出された。さらに、商品の複雑性から、消費者の契約解消行動には満足度だけでなく、品質判断力の影響を受けることが明らかになった。

これらを受け、生命保険会社のマーケティング戦略を構築するうえで、消費者の品質判断力に応じた対応が必要であること、顧客維持のためには高判断力、高満足な状態で加入させることが重要であること、保険ブローカー、直販など新規チャネルが成立するためには消費者の品質判断力に基づく市場ターゲットの絞り込みが必要であることなどを提言した。