

Title	投資信託普及についての戦略的考察
Sub Title	
Author	田澤康紀(Tazawa, Yasunori) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2001
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2001年度経営学 第1696号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1696

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.

論文要旨

所属ゼミ	和田充夫 研究会	学籍番号	80028514	氏名	田澤 康紀
(論文題名)					
投資信託普及についての戦略的考察					
(内容の要旨)					
<p>現在、不良債権の増大等から間接金融の機能低下が甚だしい。直接金融の重要性が認識されているが、多くの統計資料からは、個人の金融資産のシフトは未だ行われていない。1400兆円にも上る個人金融資産をいかに有効活用するかが、マクロ的な視点からも今後の日本にとって重要なものであると考えられる。</p> <p>本研究は株式投資信託をテーマに市場リスクを包括した金融商品のマーケティングを取り上げるものである。研究方法は、質問調査による実証研究とし、質問項目は分析モデルに基づいて作成した。それらの結果に基づき、仮説の検証及びその他の分析を行った。</p> <p>仮説の検証では、従来型の株式投資信託のマーケティング方法について検証を行った。現状を追認している結果が得られたが、従来型の販売方法である営業担当者の有効性に疑問符が付けられた。また、顧客満足はパフォーマンスや購入時の納得性の影響を受けるという結果が得られたが、その他の分析においては、株式投信購入に際し、購入時の納得性は年齢と逆相関の関係にあるという興味深い結果が得られた。分析を進めてゆくうちに、情報取得の面で投資家が二極化している可能性が認められた。多くの情報取得を行い、リスクに関しても十分理解をしている若年層と営業担当者等からの情報収集に頼らざるを得ない高齢者である。マーケティング戦略を検討する上でも、双方をセグメント化し、異なる戦略で対応することが必要と考えられる。また、株式投資信託購入非経験者も知識面、リスク選好度等の軸から複数のセグメントに分けることが可能であると考えられる。この購入経験の無い層に対しても、セグメントごとのマーケティング戦略を検討する必要がある。</p> <p>それらを踏まえ、市場リスクを顧客に転嫁するといった商品性を持った株式投資信託のマーケティング戦略の提言を行う。</p>					