

Title	リスク多様化時代の金融マーケティング - 保険会社における企業保険チャネルの再構築について -
Sub Title	
Author	清水, 昇(Shimizu, Noboru) 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	2002
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2002年度経営学 第1780号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002002-1780

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	嶋口充輝研究室	学籍番号	80128445	氏名	清水 昇
(論文題名)					
リスク多様化時代の金融マーケティング 保険会社における企業保険チャネルの再構築について					
(内容の要旨)					
<p>企業規模の拡大、企業資産の増大、技術革新の進展、企業の社会的責任の増大などとともに、企業を取巻く経営環境は急激に変化し、企業が直面するリスクも巨大化、多様化、複雑化している。さらに、経済のグローバル化や市場のポーターレス化の進展とともに、メインバンク制や株式持ち合いなどの日本特有の経営システムが崩壊したことは、日本企業に経営環境と経営活動との矛盾から生じる経営問題としての企業リスクをマネジメントする必要性を強く認識させることになっている。</p> <p>その結果、企業の内部では、従来の経営管理機能では対応できない専門的技術や知識が求められ、新たな経営管理機能としてのリスクマネジメントの生成・発展が促される。すなわち、日本においても、リスクを専門的にマネジメントする必要性が急速に高まるなかで、リスクマネジメントを行なう組織や担当者を配置する企業が次第に増加してくることが考えられる。</p> <p>そして、このような顧客企業の内部での構造変化、すなわち、リスクマネジメントを行なう組織や担当者の役割やその重要性(トップのコミットメントや社内での実権をはじめ、専任/兼任、担当者の人数、担当者が所属する部門など)が変化していくということは、金融サービスを提供する金融機関、そのなかでも、特に保険サービスを提供する保険会社にとって、保険購入の重要性に対する認識の変化や組織あるいは担当者の情報収集能力や情報処理能力の変化をつうじて、顧客企業の保険の購買行動(保険会社の選定や保険商品の選択などに際しての判断基準)が大きく変化していく可能性を意味している。</p> <p>そこで、当論文においては、リスクマネジメントを行なう組織や担当者の存在といった企業のリスクマネジメントへの取組みに注目し、この取組みのなかでの保険購入ならびに保険購入を行なう組織や担当者の役割やその重要性の違いが保険の購買行動に与える影響を理論研究および実証研究(ランダムサンプリングによる一般企業への質問票による調査とその統計的分析)をつうじて明らかにするとともに、そこで明らかになった顧客企業の購買行動の違いに対応した、今後の保険会社(生命保険会社および損害保険会社)のマーケティング戦略について、商品・サービス政策およびチャネル政策を中心に提案する。</p>					