

OLIS—SUFE Chinese 2010

人寿保险业界的动向

2010年7月26日

财团法人亚洲人寿保险振兴中心

野口 修作



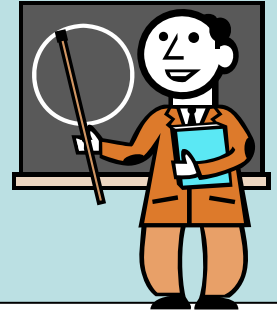
讲义之前...

主题： 我国的人寿保险事业与营销战略

课程	讲义主题	要点
基础篇	人寿保险事业概要	事业概要
	有关人寿保险的法规	法规
	销售渠道与产品	市场
论题篇	人寿保险业界的动向	业界的动向
	保险法等法规与人寿保险营销	法规与保险营销
	今后的营销战略	营销战略

讲义的概略

若要了解我国人寿保险业界的动向，
首先须分析信息的流向，以此掌握现状，
最终则大胆地预测今后的展望。



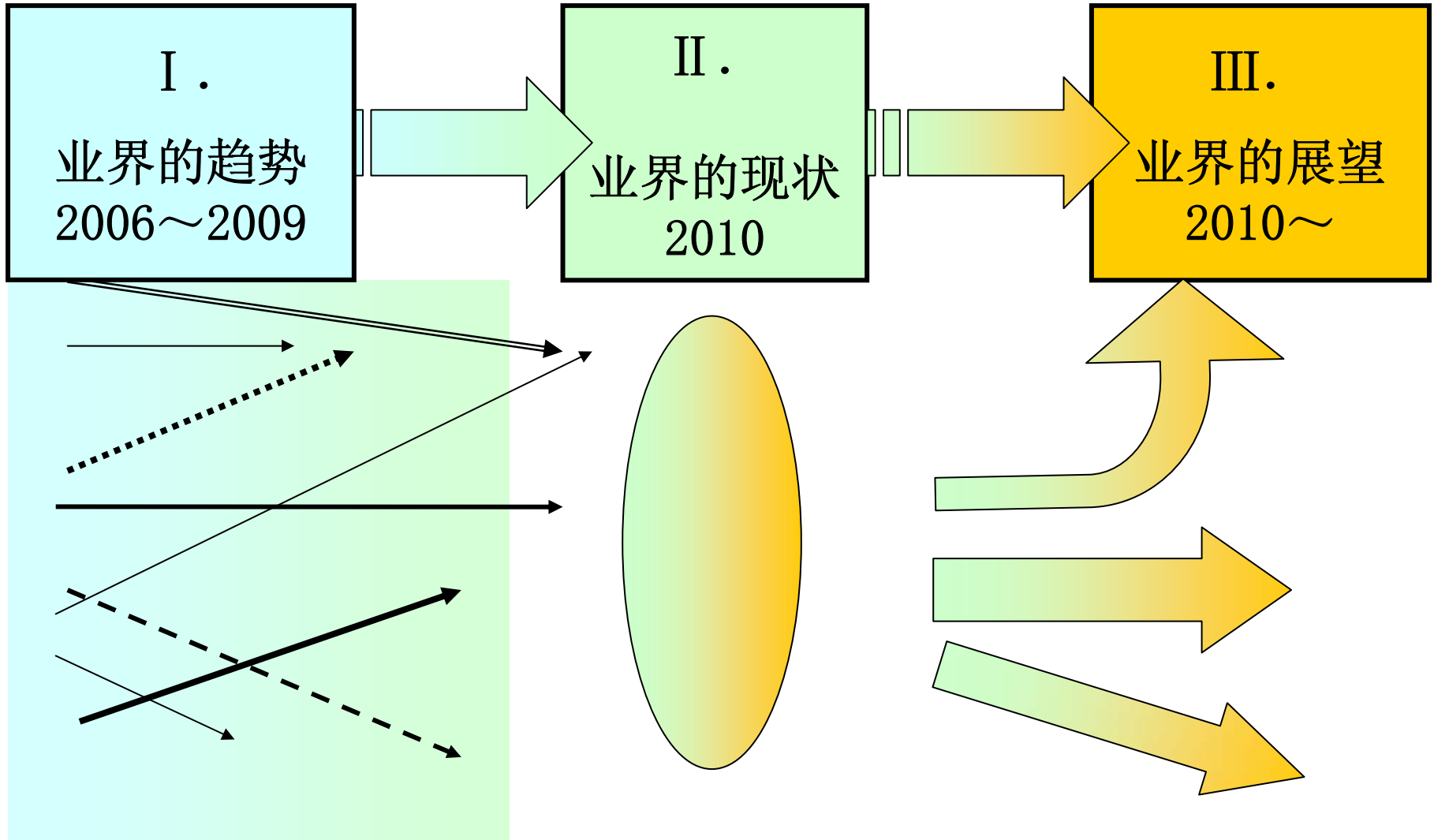
□近几年的环境

- 始于美国的金融危机
- 因拒漏赔问题而对寿险不信任
- 金融机关的窗口销售全面解禁
 - 邮政民营化等

□经常性问题

- 长期的通货紧缩经济
 - 少子女老龄化
- 社会保障制度的极限

业界的动向



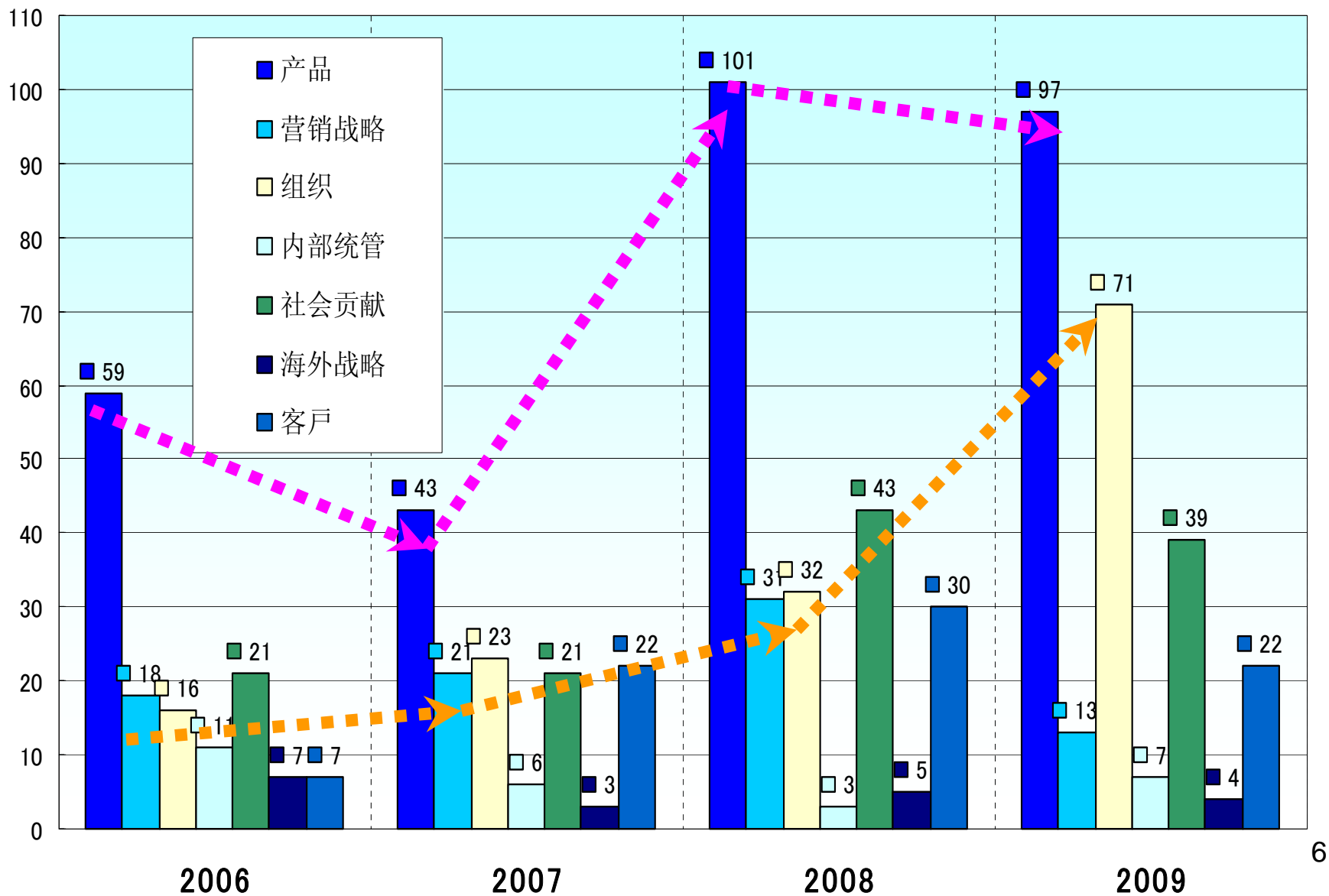
I. 业界的趋势

本讲义的目的与着眼点

- • • 通过对近几年日本人寿保险业界各「部门」趋势的逐个分析，从而设定其倾向和矢量，最终摸索出其趋向

各部门的统计

日本的业界新闻的每年各种标题的汇集结果



每年的重大事件 2006年

2006 ····· 2007 ····· 2008 ····· 2009

1. 金融厅就拒漏赔问题而发布停止营业命令
2. 命令所有保险公司调查拒漏赔情况
3. 寿险公司公开披露3利源信息

拒漏赔问题

拒漏赔问题曝光，
如何设法挽回寿险业界的信誉

(1) . 公司机构的改革

(2) . 产品的简明化

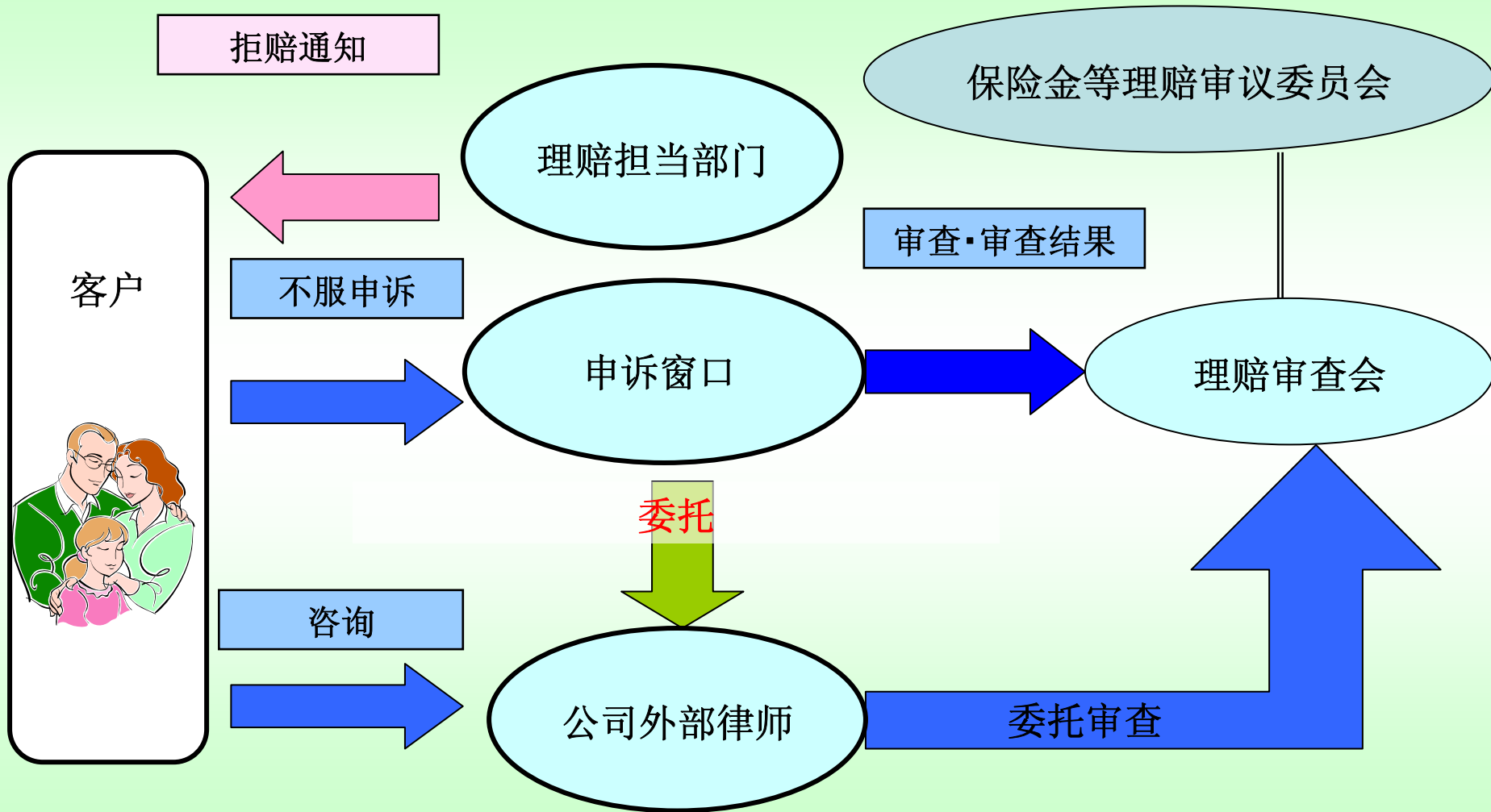
(3) . 客户服务

(1) . 公司机构的改革

理赔机能的透明化与第三者机关的设置

- 第一生命设置「保险金等支付审议委员会」
- 明治安田生命开设有关保险金支付的「不服申诉制度」
- 保德信生命、设置由公司以外专家组成的「支付审查会」
- T&D金融生命设置「支付管理委员会」
- AIG爱迪生生命设置「支付管理体制审查会」
- 日本生命开设「异议申诉窗口」与「公司外部律师制度」
- 第一生命设置「异议申诉窗口」、「支付审查会」
- 三井生命设置「保险金等支付审议会」
- 住友生命、太阳生命开设有关保险金支付的「专用咨询窗口」

支付审查会与验证模式



(2) . 产品的简明化

为防止拒漏赔的发生并加深客户对产品的理解，致力于开发更加简明的产品

- 明治安田生命 面向女性推出新医疗保险（简明的产品内容、易读、便用的条款）
- AIG之星生命 销售根据伤病名而可领取不同给付金的产品
- ALICO(友邦人寿)日本 开发了简化告知项目、放宽承保基准的产品

(3) . 客户服务

在提倡保护客户潮流的影响下，
业界所实施的对策

- 第一生命 简化给付金索取请求单
- 明治安田生命 可通过公司HP索取资料
- 三井住友海上辉煌生命 充实保单发送服务
- 第一生命 负担诊断书的索取费用
- 日本生命 刊载「条款的浅显解说」

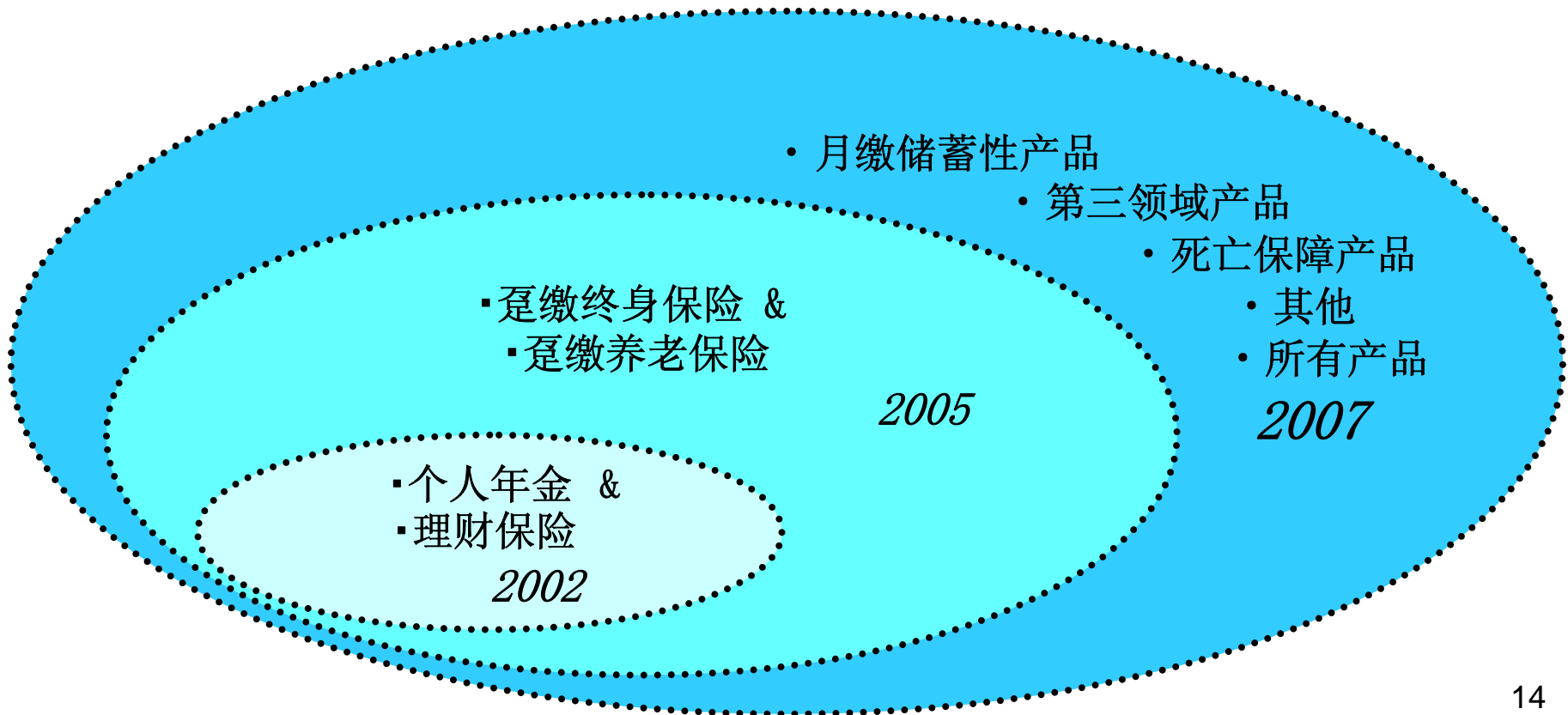
2007年的最醒目点

2006 **2007** 2008 2009

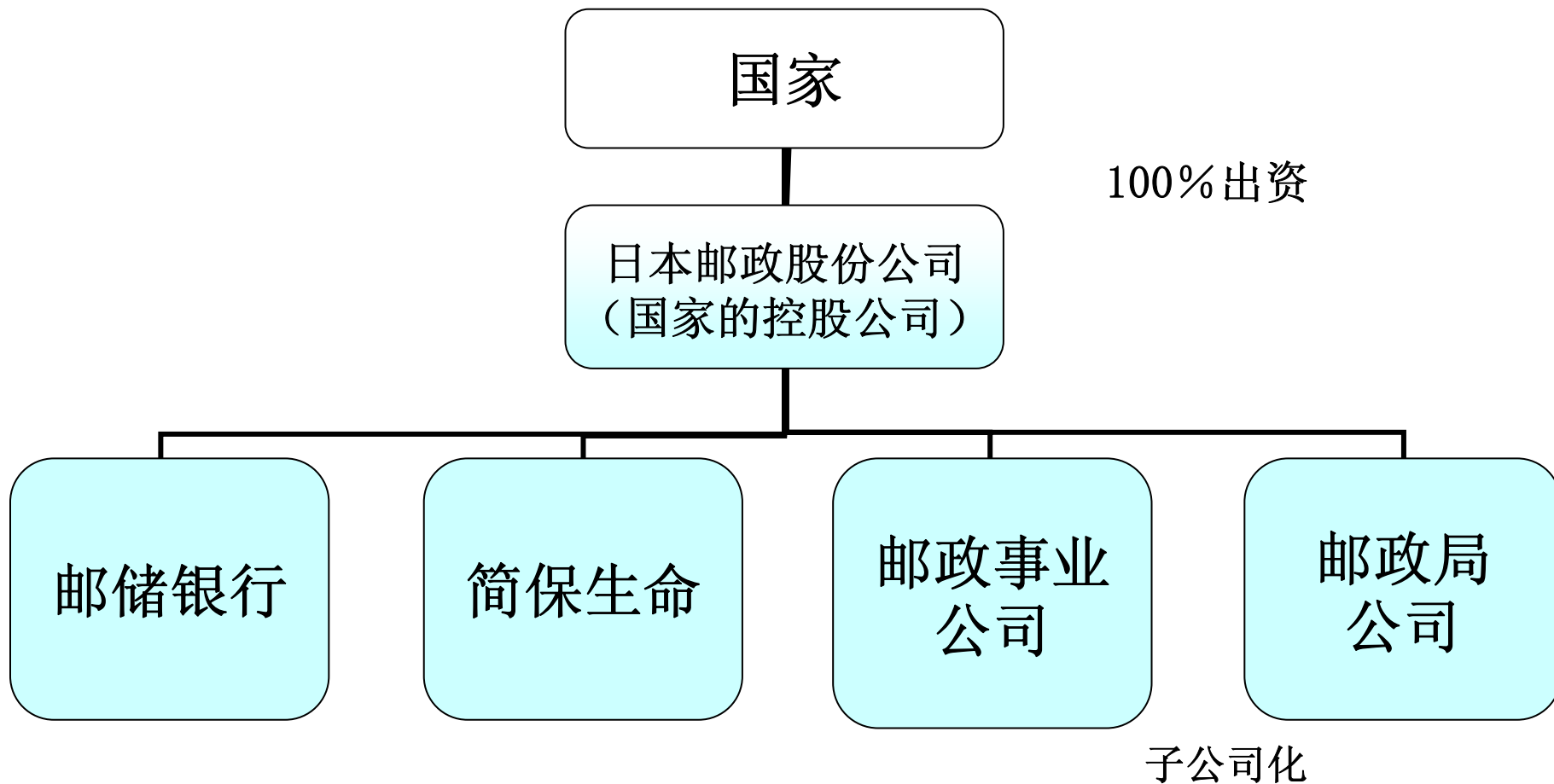
1. 银行保险的全面解禁
2. 日本邮政股份公司的设立
3. 金融产品交易法的施行

1. 银行保险的全面解禁

因金融机关的代理店合约限制，寿险业界为银保开发了专用产品，但对于银保的全面解禁则是业界一致表明反对



2. 日本邮政股份公司设立



2008年度決算

(单位 : 10 億円)

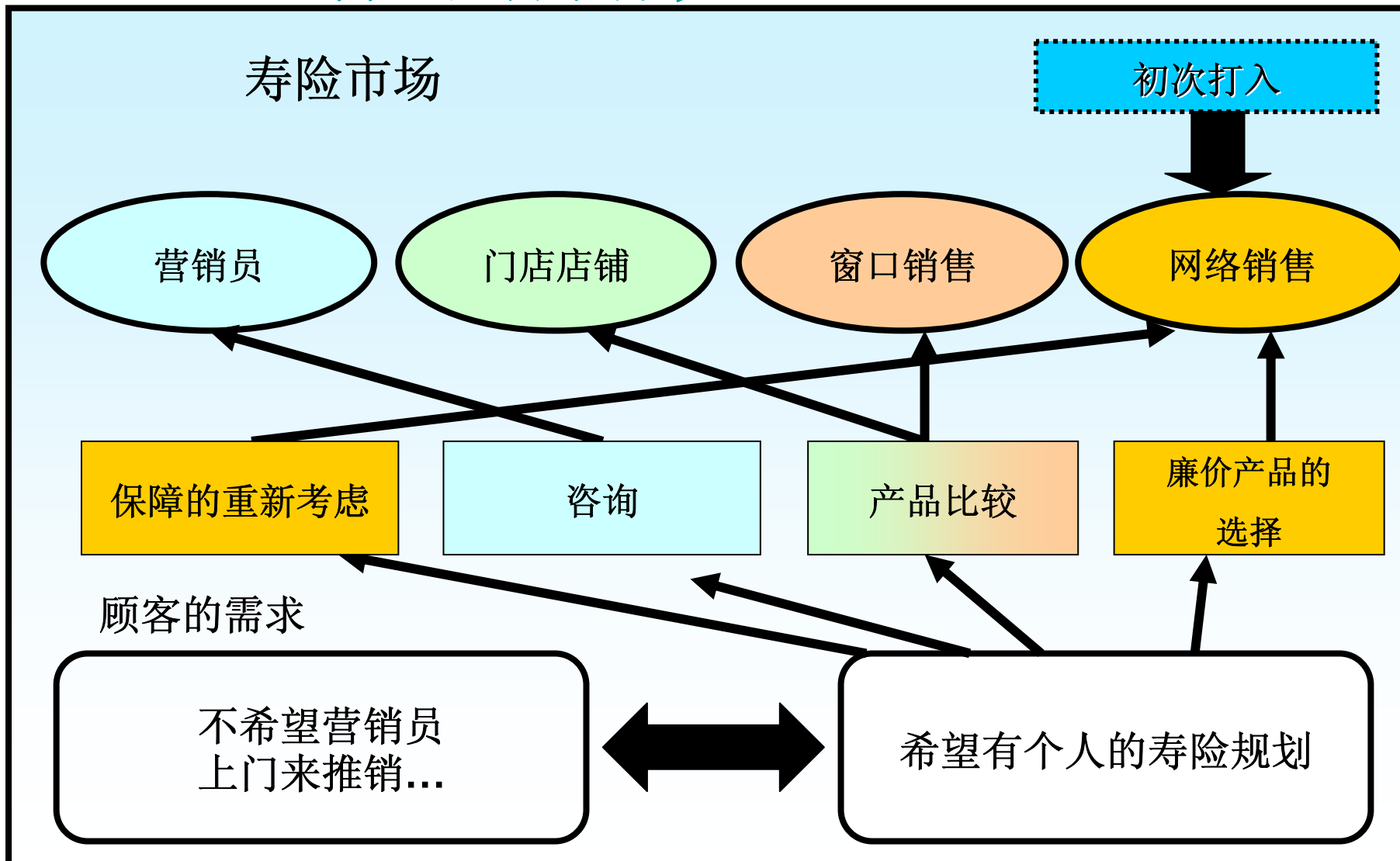
	总资产	经常收益	保费
日本生命	45,825	6,605	5,035
第一生命	30,022	5,182	2,903
明治安田生命	23,903	3,784	2,684
住友生命	22,609	3,604	2,529
简保生命	106,577 34%	15,533 28%	7,881 23%
其他	82,784	19,662	13,031
合计	311,720	54,370	34,063

2008年的最醒目点

2006 ····· 2007 ····· **2008** ····· 2009

- 1 . 美国AIG破产
- 2 . 简保生命与日本生命业务协作
- 3 . 安联进入日本市场
- 4 . SBI安盛、LIFENET保险
 - (1) 新的销售渠道
 - (2) 产品的多样化

(1) 新的销售渠道

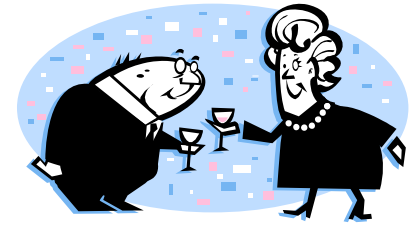


(2) . 产品的多样性

原因：

- 1 . 人口动态的变化
- 2 . 客户意识的变化
- 3 . 经济状况的变化
- 4 . 销售渠道的变化

- 个人年金保险



1. 金融机关窗口销售专用产品

2. 自定额转向变额（存储利率变动）

3. 较收益率更注重安全性（保证型）

4. 低利率对策（以外币计价、投资型）

- 医疗（癌症）保险

1. 低价格 无解约退还金
2. 储蓄型 健康奖金

3. 承保基准的放宽 . . 告知、既往病历的放宽
4. 附带服务 护理保险金

先进医疗

住院支援

医生、健康咨询



— 定期保险



1. 低价格

2. 递增型保障（法人型）

3. 风险细分型费率

2009年的最醒目点

2006 ····· 2007 ····· 2008 ····· **2009**

1. 2008年（4—12月）决算大受
金融市场混乱的影响
2. 变额年金·终身保险经办停止
3. 日本友邦人寿客户信息外流

- 金融危机对业界的影响

- 始发于美国的金融市场的混乱，
对业界的影响及问题点

1. 组织的体力强化
2. 组织的重组

1. 组织的体力强化

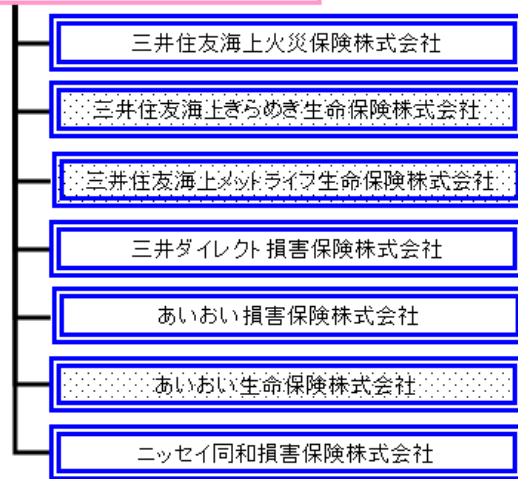
通过增资而实现企业体力强化的实际成绩

单位： 億円

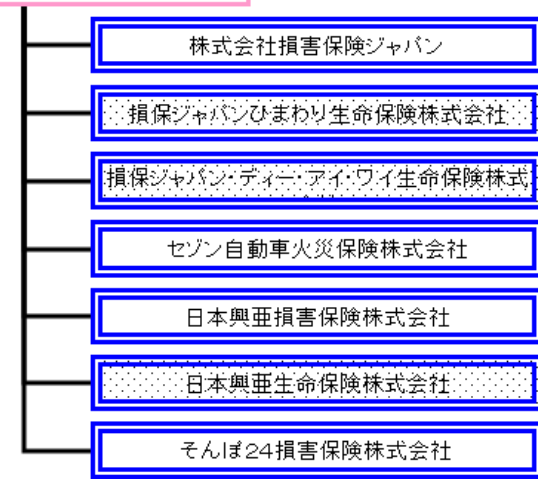
保险公司名称	2006年	2007年	2008年	2009年
T&D控股公司	320			1200
ING生命	100		150	68
东京海上日动金融生命	250	50		
住友生命	500			1000
MassMutual (麻省互助)生命	100		130	
东京海上日动安心生命	500			
产险日本向日葵生命		200		
三井住友海上大都会生命		51	204	
爱和谊生命		100		
三井生命			600	
第一Frontier生命				100
安联生命				26
富国生命	400			

2. 组织的重组 (产险公司)

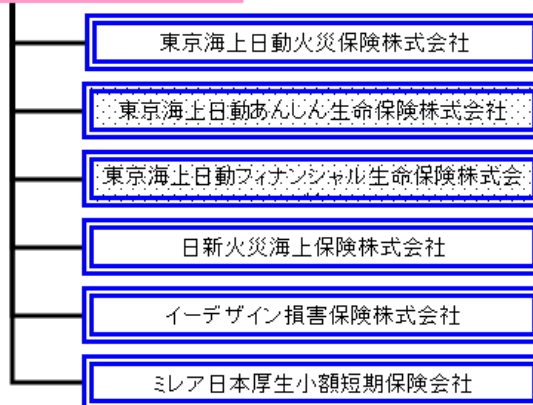
MS&ADインシュアランスグループホールディングス株式会社



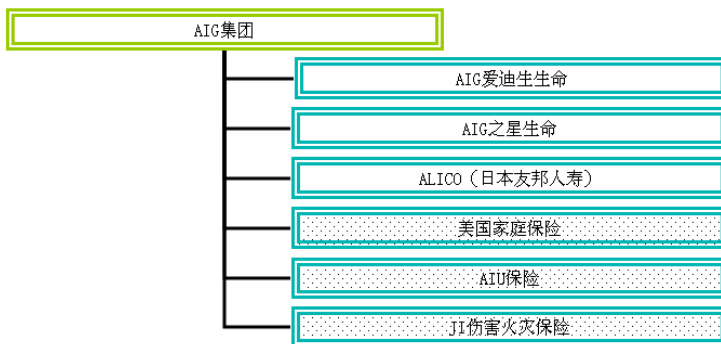
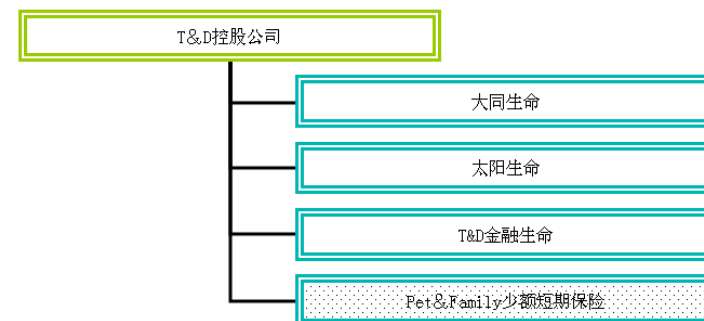
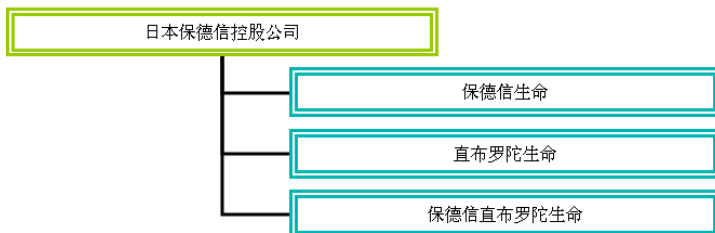
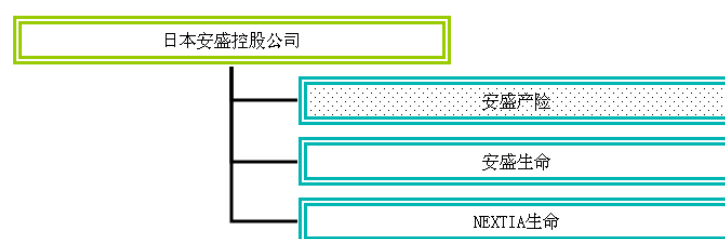
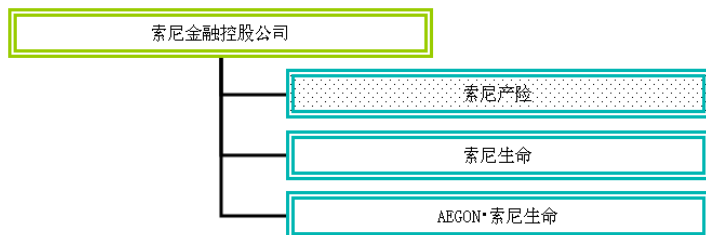
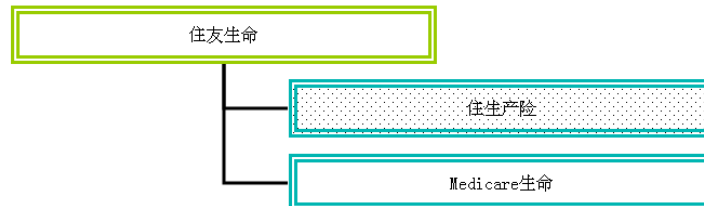
NKSJホールディングス株式会社



東京海上ホールディングス株式会社



2. 组织的重组 (寿险公司)



2. 组织的重组（寿险公司）事例 1

事例 - 1

第一生命

第一Frontier生命

2. 组织的重组（寿险公司） 事例 2

事例 - 2

住友生命

```
graph TD; A[住友生命] --- B[住生产险]; A --- C[Medicare生命]
```

住生产险

Medicare生命

2. 组织的重组（寿险公司） 事例 3

事例 - 3

索尼金融控股公司

```
graph TD; A[索尼金融控股公司] --- B[索尼产险]; A --- C[索尼生命]; A --- D[AEGON · 索尼生命];
```

索尼产险

索尼生命

AEGON · 索尼生命

2. 组织的重组（寿险公司）事例 4

事例 - 4

日本安盛控股公司

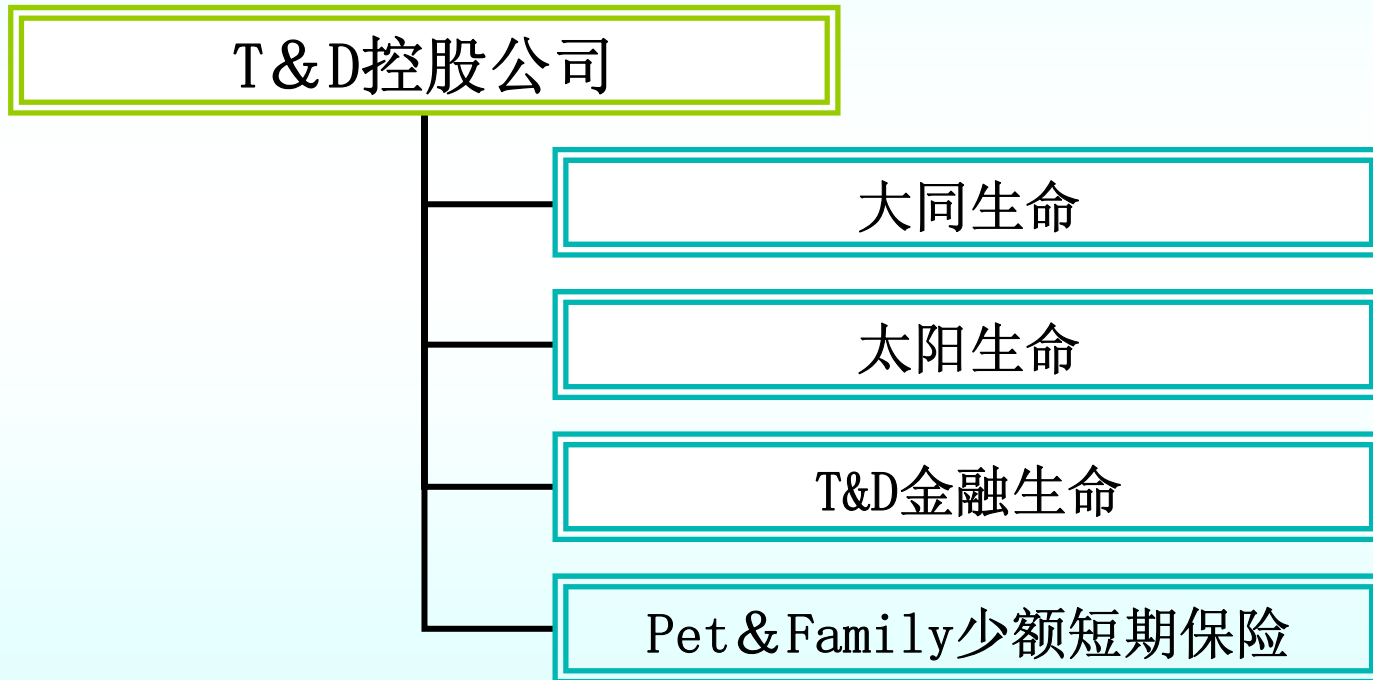
安盛产险

安盛生命

NXEXTIA生命

2. 组织的重组（寿险公司） 事例 5

事例 - 5



2. 组织的重组（寿险公司） 事例6

事例 - 6

日本保德信控股公司

```
graph TD; A[日本保德信控股公司] --- B[保德信生命]; A --- C[直布罗陀生命]; A --- D[保德信直布罗陀生命];
```

保德信生命

直布罗陀生命

保德信直布罗陀生命

2. 组织的重组（寿险公司） 事例 7

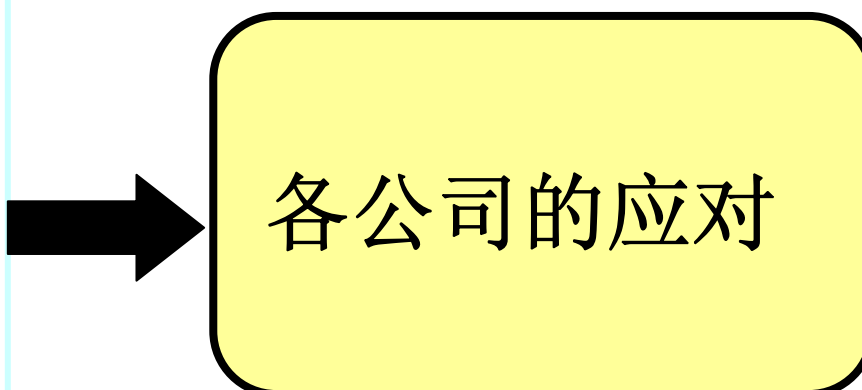
事例 - 7



II 业界的现状

综观 2010 年目前的主要问题事项以及要点，
从而探讨保险业界的应对手段

- 组织力的强化
- 产品的多样性
- 客户需求
- 销售渠道的再构筑
- 收益性的强化



各公司的应对

N公司的应对（综合型）

战略	具体策略	要点
新整合计划	新事务服务体制构筑	客户服务
	浅显易懂产品的开发	产品
	合乎顾客需求的多种渠道的展开	销售渠道
	看准新事务・服务体制的销售・教育体制的整顿改善	教育体制
	新设国际会计准则对策办公室	会计

S公司的应对（营销战略型）

战略	具体策略	要点
组织改组	经由代理店等的保险销售的推进	营销
	市中心地区销售体制的改善	销售
	大户顾客销售部门的组织重组	营销
	团体年金事业部的组织重组	事业

AF公司的应对（组织重组型）

战略	具体策略	要点
组织变更	门店后援部的新设	组织（销售）
	金融法人分公司的重组	组织（销售）
	部组织的重组及废止	组织（本部）
	营销管理统管部的新设	组织（营销）
	IT规划部的新设	组织（服务）
	资产运用风险管理部	组织（资产运用）

III 业界的展望

整理：自「趋势」推移到「现状」之「动向」，从而预测今后的展望。

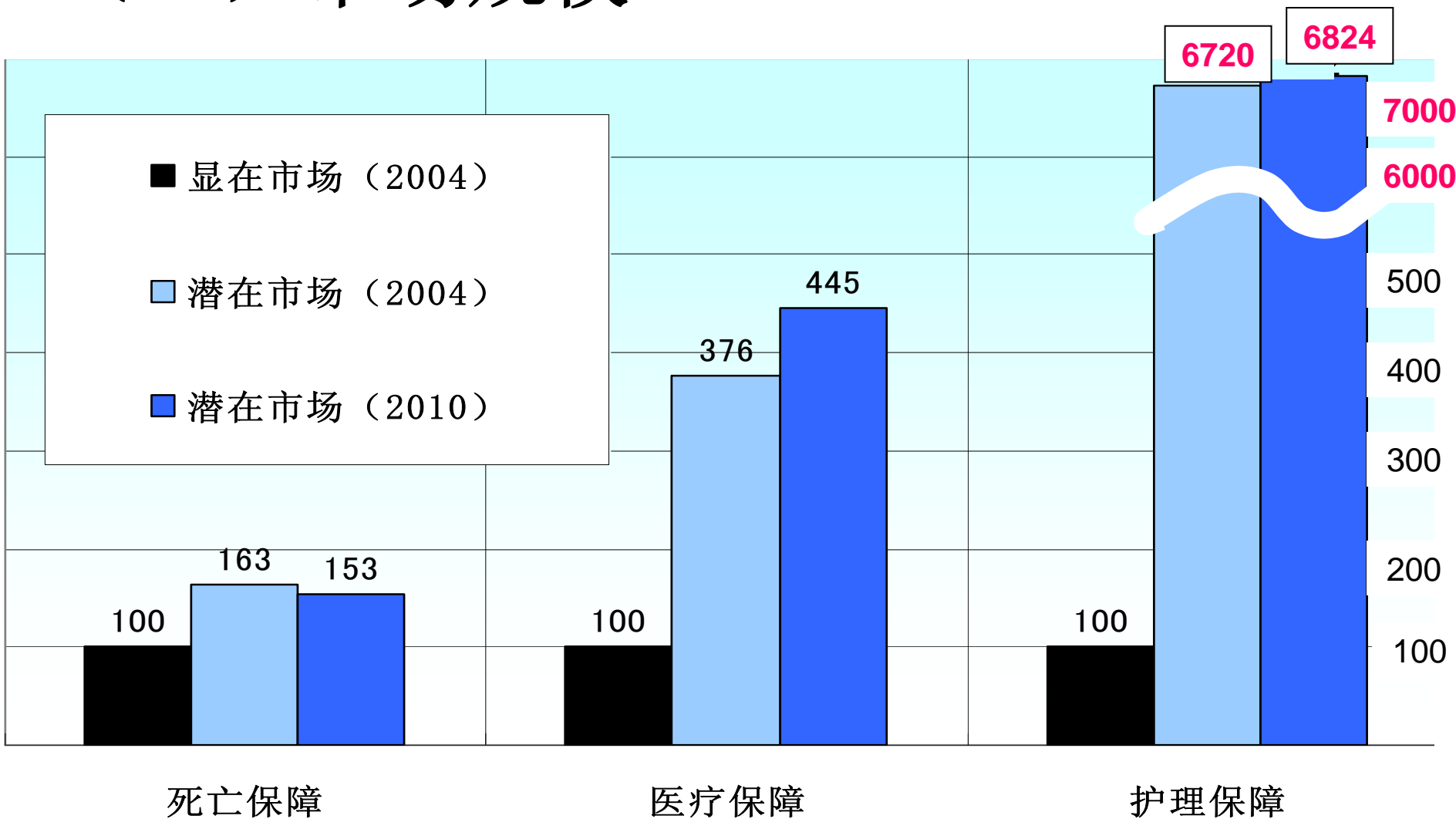
1. 业界所指向的经营战略
2. 保险事业者（组织形态）

1. 业界的经营战略的愿景

设定为发展市场，搭配适合该市场的渠道和产品，构筑独自の商务模式。

- (1) 市场规模
- (2) 销售渠道
- (3) 产品战略
- (4) 商务模式

(1) 市场规模—1

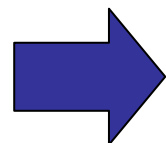


(1) 市场规模—2

死亡者人数	住院患者人数	要护理者人数
年间 约 100万人	年间 约 146万人	年间 约 480万人
	平均住院天数 19.8日	2年以上该当者 60%

老年人市场的扩大

老龄化的「速度」



「人数的增加」

	2010年	2015年	2030年
65岁以上人口 在总人口中所 占的百分比	1人 / 5人 20%	1人 / 4人 25%	1人 / 3人 33%
60岁以上的 消费能力	67 兆円 40%	72 兆円 42%	77 兆円 47%

老年人市场的形象

老年人市场是多种多样微观市场的集合体

虚弱的老年人
10%

普通的老年人
80%

富裕的老年人
10%

医疗 · 护理 · 福利
服务

与大笔资产相
匹配的服务

年长者保险

未开拓领域

遗产继承 · 信托产品

(2) 销售渠道

销售渠道	营销员	F P	代理店	金融机关 窗口销售	邮购	因特网 销售
个人			A L I C O		A F L A C	
职场	国内大 公司					
家庭						L I F E N E T
中上等 阶层		保德信 索尼		哈特福		
团体 (企业)						

(3) 产品战略

收益性

		第3领域
死亡保障 (职场市场)	死亡保障 (家庭市场)	
		变额年金

成长性

(4) 商务模式



国内大公司动态	职场中心	营销员	广范围
第3领域特化	个人(家庭)	直销网络	低价医疗产品
变额年金特化	个人(中上等阶层)	银行保险	保证型 投资型

2. 保险企事业（组织形态）

（1）民营公司（商业保险）

人寿保险的主力供给组织，到底是选择「相互」制还是「股份」制，则将是今后的问题点。

（2）简保生命

自2007年开始实行「民营」化后重新出发。尽管目前尚处于是否应该扩大死亡保障金额等的争论中，但因100%股东是国家政府而具有安心感，且在全国拥有24000所网点也是其强项之一。

（3）制度共济

向来被定位于做补充之用，但如今却已成为家计的主要保障。其特征为一律保障、一律保费，并以一定的地区或职场为对象。

（4）小额短期保险企事业

自2006年开始被制度化，小额、短期的以喜丧事、宠物、地震、家财等为对象的新范畴。

保险企事业的规模及有关法规

下述4保险企事业组织承担日本国民（12000万人）的生命保障

	商业寿险		制度共济		小额短期保险企事业
	一般寿险	简保生命	JA共济	全劳济 县民共济 生协共济	
法令依据	保险业法		农业合作社法	消费者生活合作社法	保险业法
监督机关	金融厅		农林水产省	厚生劳动省	金融厅
产品审查制度	有		有	有	有
责任准备金	有		有	有	有
最低出资金	10亿		10亿	无	1000万
保险金限制	无	死亡保障 1300万	自主限制	自主限制	死亡保障300万
产品	寿险		寿产险	寿产险	寿产险
安全网	有	有（默契的政府保证）	无	无	无
签约件数	13000万件		4000万件		
公司·组织数	46家	24000网点	20依据法、80组织		66家

～下次的预告～

将以下述内容：

- 1． 法规的强化与放宽
- 2． 进军海外市场的潮流
- 3． 企业的社会贡献

为重点解说人寿保险业界的动向。



Thank you!