

日本市場的人壽保險行銷體系 ---系列 2: 第二次世界大戰後---

第二次世界大戰結束後不久,一場嚴重的經濟危機襲擊了日本。很多保單,由於保戶無法支付保險費而被解約或者失效。同時,對壽險保障的需求也顯著下降。加之由於戰爭之故,尚待支付之巨額保險金及現有海外投資資產的流失,使許多保險公司陷入了嚴重的財政困難。

鑒於這種情況,政府為此頒布了一項重建保險業界的政策。根據這項政策,超過一定金額的保險金,保險公司可以延期支付;並且經過政府的核准,保險公司可以作為新的公司重新起步。如此,除了一家名為板谷人壽保險的小規模公司以外,其他股份保險公司都在 1948 年 3 月之前改組為相互公司並且重新開業,在這之後不久,板谷人壽保險公司則更改社名,以平和人壽保險股份公司重新開業。

此外,政府針對諸如訂價以及保單紅利分配等保險業務之經營實施了嚴格的規範。這意味著不論低保費保單還是高紅利保單都是明令禁止的。換言之就是禁止保險公司彼此間進行價格競爭。另一方面,市場對低保費保險產品的需求越來越大,這一點顯現在郵政簡易保險業務的普及程度上。

為了因應商業環境上產生的變化,各家壽險公司都對商品政策和行銷體系進行了策略性改革。首先,他們開始重視月繳保單的銷售上。雖然戰前就已經開始銷售月繳保單,但當時的銷售情況並不樂觀。而戰後此種類型的保險商品很受歡迎,至 1950 年後期市場佔有率已上升到 60%。

就當時日本家庭的經濟狀況而言,此種類型的保險產品最適合保戶的需求。但是此種類型保單銷售得越多,意味著保險公司需要更多的人力來支應每月保費的收取業務。

前次報告中有提到,戰前除了第一人壽保險公司,其他的保險公司都讓代理人承辦保費的收取業務,並從收取的保費中抽取 3-5%作為佣金。戰前保費的支付都為半年繳或年繳,且大多都是高額保費。但戰後一些代理人由於個人因素無法繼續經營保險業務。基於這些情況,很多保險公司著手改變銷售管道,開始擴大實施兼職的業務員制度。

初期階段,很多保險公司招聘了一些兼職業務員專門負責收取保費,而這些兼職人員大多是戰後的寡婦。因此,這項工作對於即無學歷又無特殊技能但又要養家糊口的寡婦來說,是非常有吸引力的。然而兼職員工中有許多非寡婦,而僅是為了賺取額外收入補貼家用之業務員。



Premiums Collection

Source: 100 Years of History of NISSAY,



隨著月繳保單銷售業績的持續上升,壽險公司開始委託兼職業務員代理銷售保單。即當時美國保德信人壽保險公司推出的所謂“保單銷售與收費體系”。這個“保單銷售與收費體系”在 1951 年最先由明治人壽保險公司導入,到 1950 年代後期幾乎被所有國內的壽險公司採用。

“保單銷售與收費體系”的銷售人員多半由女性職員組成。這也許與薪酬的結構有關,即工資是由佣金和固定工資構成,而佣金佔了工資的大部分。如果讓一位男性職員從事業務員工作仰賴如此不穩定的收入來養家糊口是非常困難的。事實上,日本自 1950 年代後期進入經濟快速增長期以來,社會上就有大量的提供固定月薪甚至更高薪資的就業機會。

未完待續

※ 以上,是根據姜英英女士(一橋大學商學博士)的英文版的論文,由本財團譯成中文。
原文獻請參照 http://olis.or.jp/e/pdf/asia_report0002en.pdf