

日本壽險市場的最新消息 2020

“新冠病毒”帶給人壽保險業的變化~“面對面*非面對面”的新行銷模式

相關新冠病毒所給付的死亡保險金 16 億日元和住院給付金 3.5 億日元

“我們先不去評價這個數字是大是小。關鍵是：今後感染擴大時，與其相關的死亡保險金、給付金支付的推算。這才是應關注的焦點。”

日本人壽保險協會清水博會長（日本人壽社長）關於 20 億日元給付款項發表了聲明。在 6 月 12 日召開的記者招待會上，關於“嚴重特殊傳染性肺炎(新冠病毒)”相關的保險金給付事項作了如下說明。

截至 5 月底，20 億日元中，死亡保險金的給付件數是 250 件，約 16 億日元，住院給付金的給付件數是 700 件，約 3.5 億日元。

日本最初的感染者，於今年 1 月中旬被發現，3 月 20 日上升至 1,000 人以後，3 月底超過 2,000 人，4 月 3 日突破 3,000 人，4 月 6 日激增至 4,000 人。

4 月 7 日針對含東京在內的 7 個都道府縣，依照流感對策特別措施法宣佈了“緊急事態宣言”，4 月 16 日該宣言範圍擴散至全日本。

如果 3 密（密閉、密集、密切接觸）條件聚齊的話，容易引發更多的感染者，因此政府要求國民沒有必要、非緊急狀況下減少外出之自律守則及中止部分企業的營業。

5 月 14 日 39 個縣解除了緊急事態宣言，25 日全日本解除了該宣言。

這期間，日本人壽保險協會針對新冠病毒採取了各種對策。

首先，面向保費繳納有困難的投保人採取暫緩措施，將保費的繳納期限延長至 9 月底。

另外，針對選擇在酒店或家裏等非醫療機構進行療養的新冠病毒感染者，也給付住院給付金，並製作了給付金申請所需資料的指南。

有關申請住院給付金時所需的證明書，人壽保險協會製作了簡易統一的證明書樣本，以減輕醫療工作者的業務負擔。

投保人貸款申請件數 70 萬件，4,060 億日元

諸如上述業內的措施以外，會員公司（42 家）採取了各種各樣的對策。主要對策如下：

1. 爲了因應臨時資金的需求，免除了投保人新貸款的利息。但投保人貸款的利率因保險公司及保險年限而不同，約是 3%~5.75%。
2. 新冠病毒感染者死亡時，給付災害死亡保險金。
3. 取代前往醫院接受治療，在家裏與醫生以電話診療和在線上接受診療時，給付診療給付金。

那麼，這 3 項措施的利用情況如何呢？

延長保費繳納期限的申請件數約 17 萬件（截至 5 月底）

新契約之投保人貸款（26 家公司）的申請件數約 70 萬件，新貸出約 4,060 億日元。（同上）

清水協會長還表示：“新冠病毒感染擴大帶來的影響將越來越廣，面對保費繳納暫緩需求及臨時資金需求等情況的增加，今後我們將認真仔細地確認每位保戶的情況，做好售後服務對續保率尤其重要”

為此另追加一個措施，6 月 10 日發佈了關於返還未繳保費的新規定。

有關未繳保費原則上規定於 9 月底全額返還，現再延長 7 個月，至 2021 年 4 月底。並可以分期付款等方式完成繳費。

值得一提的是解約件數的急劇增加。

投保人沒有申請保費繳納暫緩支付，而解約的保單有多少件呢？新契約之投保人沒有申請貸款，解約後將解約返還金填補營業資金的有多少件呢？

人壽保險協會每月發佈各公司的營銷狀況，其中有一項是“解約返還金”。因 4 月以後的營銷狀況尚未發佈，不太清楚實際數字，但與去年同月相比該金額肯定是增加了。

因病毒災禍而失業或導致收入減少，保費支付能力降低的投保人急劇增加事宜讓人擔憂。由此帶給人壽保險市場很大的打擊。

同時，人壽保險協會還捐款給奮戰在醫療現場最前綫致力於新冠病毒感染者治療的醫療工作者。分別捐款給日本醫生協會和日本護士協會各 4 億日元，合計 10 億日元。

4、5 月面對面銷售活動的自律，但做好收入保證

由於新冠病毒，銷售現場也受到了史無前例的打擊。

各壽險公司伴隨首都圈沒有必要、非緊急狀況下減少外出之自律要求，開始銷售自律。4 月 16 日向全國發佈了緊急事態宣言後，銷售人員開始在家辦公，自律銷售活動。

這期間，各家公司的銷售人員在家進行了以下的保全活動。

1. 透過電話及電郵，問候投保人的健康狀況，說明投保契約的支付事由。
2. 介紹保費暫緩支付的特別措施。
3. 使用行銷攜帶專用平臺設備，活用電子教育（E-learning）提高經營顧問技能。

明治安田人壽表示：聯絡客戶時優先考慮非面對面的方式，介紹保費暫緩支付期限延長及住院給付金的特別措施，並著重於應對客戶要求的保障內容和保費諮詢業務，以此展開業務活動讓客戶安心。

因施行銷售活動自律，保單銷售幾乎為零的情況下，以業務員通路為主的保險公司導入了“薪資支付保證的制度”。

例如，明治安田人壽因應非面對面銷售活動的實際操作情況，參照 2019 年 10 月至 2020 年 3 月的平均薪資金額，以該金額為基準支付至 7 月。

富國人壽計算出 2019 年 10 月至 2020 年 3 月的月平均薪金額，以此金額為基準支付至 8 月。

各人壽保險公司，自 6 月 1 日起，逐漸向緊急事態宣言解除後的地區展開訪問活動。訪問投保人時，提前做好聯絡工作，確認對方的意向，每日做好溫度測量和身體健康的管理，帶好口罩，徹底做好消毒(洗手、漱口)事項。

如果投保人不希望被拜訪時，繼續透過電話及郵寄方式來應對。

面對面和非面對面與客製行銷的組合

“與新冠病毒共存”，避免“3 密”（密閉，密集，密切接觸）的工作體制逐漸固定為在家辦公的形式。伴隨招攬環境的急劇變化，以往面對面的銷售活動也無法進行，由此開始摸索新的銷售模式。

首先，要求進行 2 個月史無前例的非面對面的銷售活動，實際感受將會怎樣呢？

客戶的投保方式將會變為非面對面和面對面的組合方式。並且，因每位客戶的非面對面和面對面的組合方式不同，也展現出多樣化的情形。

由此，日本人壽表示：“不僅僅局限于銷售活動，人壽保險公司必須做的是，依據每位客戶的期望、意向，以及行動方式等，有必要透過客製化方式來進行面對面和非面對面的組合”

第一人壽表示：“感受不是以人為媒介而是透過數位完成的方便性，或感受不受空間和時間制約的點播型遠程面對面的自在感，或再次認識到實際面對面的必要性，由此各種各樣的客戶需求更加明確”

住友人壽表示：“數位化的發展，帶來網路投保件數的增加，而考量人壽保險有長期保障客戶的特性，今後，以業務員為中心的行銷方式不會發生變化。

建構由數位化與客戶進行聯絡的方式，提高客戶的便利性，積極採用數位技術的優勢，在各方面提高銷售人員的技能”

例如，日本人壽活用數位的活動樣式可例舉如下：

1. 通過收集 LINE ID 活動來收集客戶資訊
2. 通過 LINE 介紹商品及服務從而維繫聯絡
3. 通過 LINE 發送需求喚起工具
4. 通過 LINE 發送保障提案資料

擁有 8,000 萬人以上的 LINE 用戶通過 Chat 形式可進行雙方面的交流，即使非面對面也能及時提供資訊。

擴大和投保人的數位接觸點，做好投保人資訊的收集及回饋給業務員之循環工作，以強化和投保人之間的人際關係。

高度依賴銷售人員面對面行銷模式的大型人壽保險公司，逐漸固定了“面對面*非面對面的新銷售模式”，能“與新冠病毒共存中”持續成長邁出了第一步。

另一方面，網路壽險的銷售業績顯著發展

面對面銷售活動受到限制的同時，我們瞭解一下銷售業績不斷發展的網路銷售的非面對面通路的動向。

LifeNet 人壽每月的新契約件數顯著增加，4 月達 1 萬 1,078 件是歷史最高紀錄。與去年同月的 5,605 件相比成長 2 倍。5 月也銷售了 9,017 件，與去年同月的 6,718 件相比增加了 34%。

關於其主要原因，在 5 月 15 日的結算說明會上例舉了以下 3 點：

1. 由於新冠病毒的擴大，明確了對人壽保險的需求。
2. 因外出自律要求在家辦公率上昇，有時間可重新評估人壽保險的重要性。此外，透過非面對面的投保方式受到好評。
3. 其他的人壽保險公司，正在進行面對面銷售自律。

說到每月 1 萬件的新契約，都不到人壽保險業整體銷售業績的 1%，離威脅大型及中堅人壽保險公司還非常遙遠。

另外，保險選擇網站“保險市場”運營的 Advance Create 線上銷售壽險也賣得非常好。

4 月份透過“保險市場”線上銷售人壽保險的申請件數，與上月相比增加了 31% 的 2,214 件。與去年同月相比增加了 3 倍以上。

並且，從 3 月開始的線上保險諮詢服務，4 月的預約數是 5,312 件，是個好的開始。

消費者之心聲如下：

“可以在線上進行保險諮詢，並且可以在線上面對面的交談感到很安心”

“原想在過生日前去附近的保險代理店進行諮詢，受困於商業設施因新冠病毒的影響而關閉，這樣的情況下能夠在線上諮詢並能辦理申請，感到非常受益”

非面對面銷售通路的業績雖然逐漸增加，但 LifeNet 人壽很慎重地表示：“5 月以後的新契約趨勢非常難說”

第 1 季報業績下降而引發的不安

網路通路銷售業績良好的保險公司以外，人壽保險業最近的不安因素是，4~6 月第 1 季報業績下降。

5 月中旬進行的 2019 年度結算報告中提到，預想新冠病毒對 4 月造成的影響還不是很大，而 5、6 月份將受很大影響。

預想會出現新冠病毒感染擴大的第 2 波，則銷售活動的自律也將延長，不僅僅是 2020 年度的第 1 季報，整個年度的業績將下降到哪個程度，完全無法預測的情況還將持續。