

行政院所屬各機關因公出國人員出國報告

(出國類別：其他)

2014 年參加財團法人日本國際保險振興
會「商品發展策略」研討會報告

FALIA (Product Development Strategy)

姓名職稱：楊博淳 稽核

出國地點：日本橫濱

出國期間：103 年 5 月 21 日至 28 日

報告日期：103 年 8 月 16 日

摘要

本研討會係由日本公益財團法人國際保險振興學會(THE FOUNDATION FOR THE ADVANCEMENT OF LIFE & INSURANCE AROUND THE WORLD, 以下簡稱 FALIA)主辦。講師除學界及壽險公會代表外，主要為日本第一生命保險公司各單位負責之主管，就日本保險市場、消費者保護、及第一生命對於機構管理策略、商品發展、銀行保險商品與銷售策略等方面之介紹。尤其多位講師均提及日本高齡化問題及銀行保險通路盛行等情形，透過本研討會之經驗分享，對於有類似情境的臺灣特別有助益。

本次研討會除本會及國內 2 家人壽保險公司共計 3 名代表以外，尚包括來自中國大陸、印尼、韓國、馬來西亞、菲律賓、斯里蘭卡、泰國、烏茲別克等國，共計 12 國 25 名學員參加，其中印尼、斯里蘭卡及泰國均有保險監理官出席，亦得藉此機會與他國學員交流，分享與會國家之人壽保險市場資訊。

目 次

壹、 目的 (背景說明)	
貳、 會議內容摘要	
參、 心得暨建議事項	
肆、 附錄	
附件一：會議議程	
附件二：出席人員名單	
附件三：會議資料	

壹、 會議目的（背景說明）

本研討會係由日本公益財團法人國際保險振興學會(THE FOUNDATION FOR THE ADVANCEMENT OF LIFE & INSURANCE AROUND THE WORLD, 以下簡稱FALIA)主辦。講師除學界及壽險公會代表外，主要為日本第一生命保險公司各單位負責之主管，就日本保險市場、消費者保護、及第一生命對於機構管理策略、商品發展、銀行保險商品與銷售策略等方面之介紹。尤其多位講師均提及日本高齡化問題及銀行保險通路盛行等情形，透過本研討會之經驗分享，對於有類似發展趨勢的臺灣特別有助益。茲析述會議情形如後。

貳、 會議內容摘要

一、 日本人壽保險之銷售與消費者保護

（早稻田大學 **Masahiko Esawa** 教授主講）

（一） 高齡化社會：

日本為快速高齡化之社會，65歲以上之老年人口占比為世界第一，老年人口於2012年首次逾3000萬人，2013年老年人口占比已逾25%，高達14歲以下人口兩倍之多，預計2020年將超過29%。相對的，因應高齡化社會需求，老年人口所持有之金融資產仍不成比例，故含壽險公司在內之金融機構仍在朝高齡化社會相關商品方面開發利基。

（二） 銀行保險衍生問題

日本銀行得於櫃臺銷售部分保險商品始於2001年4月1日；另2005年12月22日開放銷售躉繳終身壽險；2007年12月開放銷售全部

保險商品。

因應日本長期低利率環境，傳統銀行業務逐漸式微，銀行紛紛朝向銷售躉繳終身壽險等定存替代商品以開發新利基，且多以優於定存之利率作為銷售手段，惟終身壽險提前解約不保本，與定存不同之商品特性，故此類銷售手法衍生不少爭議案件。

日本消費者保護中心（NCAC）接獲諸多老人申訴案例，並不瞭解所購買商品係保險商品而非定存方案，且並未獲得該商品提前解約可能導致解約金低於所繳保費等相關資訊，顯見未確實執行商品揭露及適合度政策衍生問題。

從下表可知躉繳終身壽險調解案件日趨增加，且透過銀行櫃臺銷售之爭議案件比例亦快速增加，此外，通常權益影響甚大之消費者才會向NCAC尋求協助，故實際爭議案件應遠大於下表統計數字。

日本消費者保護中心調解案件統計

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
躉繳終身壽險 調解案件總量	48	64	101	114	98	121	206
透過銀行櫃臺 行銷之案件	2	3	3	17	21	42	99

由E教授提出之相關爭議案例可知銀行通路銷售保險商品問題主要係來自於業務員未能完整解說商品、未確實執行適合度政策，以致消費者遭受損害。E教授並認為改善此問題之重點應是讓扭轉保險為「賣方市場」而非「買方市場」之觀念，應以「消費者需要什麼」而非「保險公司想賣什麼」為出發點銷售，行銷通路應扮演協助「確認消費者需求，提供充分商品資訊，俾消費者得理性選擇適合的保險商品」之角色。

由本次簡報內容發現日本與我國同樣面臨銀行保險衍生之類似問題，另經瞭解日本NCAC係類似我國之「行政院消費者保護會」，對於消費爭議係居中調解之角色，並無類似我國依據金融消費者保

護法設立之「財團法人金融消費評議中心」，可依法做出對保險公司具有一定程度拘束力評議結果之權限。顯見我國在金融消費者保護制度方面努力之成果，似較日本更為完善。

二、 日本壽險市場概況

(一) 日本壽險業市場規模：

2012年全球壽險市場，日本壽險業保費收入為全球第二，排名前十名之國家依序為：美國、日本、英國、法國、中國、德國、義大利、南韓、臺灣及印度。2012年以全球壽險公司新契約保費收入排名，有5家日本壽險公司進入全球前20名，其中全國共濟農業協同聯合會(JA Kyosai)排名第5名、日本郵政(Japan Post)排名第6、日本生命(Nippon)排名第11、明治生命(Meiji-Yasuda)排名第16、第一生命(Dai-ichi)排名第17。

截至2013年9月，日本壽險業及所屬分支機構共計43家，本國公司計19家、外資子公司（外資股權超過50%者）15家、3家外商分公司及6家產險子公司。

(二) 家計單位人壽保險契約持有情形：

日本生命保險文化中心(Japan Institute of Life Insurance, JILI)調查,1982年至2012年間日本家計單位壽險保單持有率則由92.3%(1982年)降至85.8%(2012年)，該期間家計單位平均每戶持有3.6張到5.0張保單，其中1994年5張最高，2012年則降至3.6張。2012年平均每戶獲理賠之身故保險金額為26.87百萬日圓、同年平均每戶年度保費為41.8萬日圓，約占每戶年度所得之8%。

(三) 日本民眾購買人壽保險目的之變化：

(比較2003年及2012年 by JILI)

目的	2003年	2012年	趨勢
醫療及手術費	56.3%	59.6%	↗
照護遺族	60.5%	51.7%	↘
喪葬費用	12.5%	13.7%	↗
意外目的	19.4%	8.8%	↘
子女教育、結婚費用	10.9%	8.6%	↘
退休生活	8.9%	8.6%	↘
儲蓄	7.1%	6.7%	↘
長期照護費用	4.4%	3.1%	↘

(四) 壽險業財務概況：

2012年日本全體壽險業總資產345兆日圓，資產投資配置比例為：75.53%有價證券、11.66%貸款、1.87%固定資產、1.04%現金及存款、9.9%其他，其中有價證券投資比例為：43.12%日本政府公債、4.04%地方政府債券、16.23%國外有關證券、7.29%公司債、4.85%國內股票。

(五) 銷售通路的變化：

(比較2003年及2012年 by JILI)

通路	2003年	2012年	趨勢
傳統業務員	71.8%	68.2%	↘
直效行銷(電話中心、網路)	5.7%	8.8%	↗
臨櫃(保險公司辦公室)	2.7%	2.5%	↘
郵局	NA	2.1%	—
銀行、證券公司	1.7%	4.3%	↗
代理機構業務員	6.7%	6.9%	↗

(六) 日本壽險業最近面臨的議題：

1. 郵政改革：日本郵政公社在2007年9月開始逐步改制，2012年9月後政府100%持有郵政控股公司，下設網路公司、郵政、銀行及壽險，並預計將銀行和壽險公司全面民營化，此改革將重新配置目前日本壽險公司之市占率。
2. 賦稅改革對壽險保費之影響：人壽險保費可扣抵稅額須根據壽險種類。2012年起提高扣抵稅額上限為120,000日圓，扣抵稅額分配如下：人壽保險保費40,000日圓、長期照護險及醫療險40,000元、個人年金40,000元。此項改革將擴大長期照護險、醫療險等商品之市場。

3. 人壽保險業經營困難及低利率的因應措施

1990年代日本因不動產泡沫破滅後經濟情勢改變，日經指數及10年期政府公債利率一路下滑，對於人壽保險業造成大額利差損，以致日本於1997年至2009年間有8家中型人壽保險公司宣布破產。

在日本處理破產人壽保險公司的程序包含行政管理或司法程序。財務協助提供方式有下列兩種，一是透過併購、股權移轉或移轉保險契約予救援公司(Relief insurance company)，「保單持有人保護公司」(Policyholder Protection Corporation of Japan, PPCJ)再提供財務協助予該救援公司；如無救援公司，亦可將保險契約移轉予PPCJ或PPCJ投資超過50%以上的過渡保險公司。PPCJ保證範圍為90%保單準備金。至於法規部分，亦配合採取以下措施：

- (1) 分紅配息規定(Distribution Regulation)：2002年調降分紅配息率之最低限制由80%到20%，以確定保險公司內部準備足夠。
- (2) 股份化(Demutualization)：修正保險業法，以完善資本改善方案，在日本主要大保險公司多屬互助型公司，最近某些大保險公司已轉化成股份公司(如日本第一生命等4家)。
- (3) 調降預定利率之準備(Provision of Cutting Expected Interest Rate)：為了保護保戶，2003年降低預定利率，確保保險公司在危難時仍可經營其保險業務(截至目前為止，本作業方式尚未執行)。
- (4) 增加保單準備(Additional policy reserves)：新增訂保險法條款，要求人壽保險公司必須額外增提保單準備金，以履行其義務。
- (5) 清償能力資本適足率(Solvency Margin Ratio)：1997年開始實施清償能力資本適足率。

- (6) 預警方法(Early Warning Measurers)：1998年時，監理機關協助清償能力資本適足率低於200%之保險公司，確保其仍有適當之管理能力。
- (7) 未來現金流量分析 (Future Cash Flow Analysis)：包括要求精算人員每年必須提出精算報告意見書予董事會，並自2000年開始亦須向監理機關提報該精算報告意見書。
- (8) 改進保單累積準備金規定，要求資產負債管理須納入債券 (Improving rules of Policy Reserves Accumulation (introduction of bond to ALM)：為了適當反映保險負債之特性，資產負債管理納入保險公司持有長期債券以抵銷利率風險之波動(造成債券投資占其總資產之比率，由1995年的20%提高至2011年的40%以上)。

另一方面，業界亦朝強化準備、調整股債投資比重、調降新商品預定利率、增加額外保單準備、調整商品銷售策略（由儲蓄型轉為保障型等）等方式以因應低利環境。

三、 壽險業之企業管理策略(以第一生命為例)

日本於1996年4月修正保險法，除壽險、產險外，新增「醫療照護」(third sector)，惟當時僅開放外資保險公司得銷售醫療照護險，直至2001年1月始開放國內保險公司銷售，並逐步提高銷售額。

- (一) 第一生命人壽保險股份有限公司(Dai-ichi Life，以下簡稱第一生命)概況：

1902年設立，集團共有60,771名內勤及43,779名業務員，2012年3月底總資產356,940億日圓、市值33,410億日圓、償債能力比率715.2%、財務實力信評等級在S&P、Moody's及Fitch分別為A/A1/A+。2012年第一生命總保費收入計36,460億日圓。主要保費收入來自於

個人保險（個人年金險占16%，其他個人險占56%），銷售通路以業務員為主（占86%），金融機構為輔。

（二） 第一生命之企業管理策略

因應高齡化社會，民眾對保險保障之需求由照護遺族漸改為醫療及生存年金。第一生命營運策略以增加個人保障商品（含傳統死亡險、醫療及生存險）市占率為主要目標，並強化個人儲蓄型商品及資產管理業務。此外，亦向亞太區市場發展。

1. 個人保障商品行銷策略—提供完整諮商服務：以既有保戶為基礎開發新市場，以作為保戶一生的伙伴之理念，為保戶及其家人與後代持續提供服務，將每個保戶生命週期價值發揮至最大化。目標客源則著重在年長者及新生代。
2. 儲蓄型商品部分，已設立Dai-ichi Frontier Life (DFL) 子公司，專責銀行保險商品，透過超過100家金融機構銷售，業績由2009年的4,520億日圓成長到2013年的21,030億。
3. 資產管理業務部分，與美國Janus策略合作，強化專業投資知能，加速提升利潤及海外業務拓展。
4. 開發新利源：將成立新的子公司，以設計簡單易懂之商品、簡化客戶申購流程、降低營運成本為策略，透過銀行等非業務員通路銷售。

（三） 面臨挑戰：

1. 利差損：自90年代中期進入低利率時代衍生之利差損問題，第一生命主要係採增提額外保單準備以降低平均預定投資報酬率之方式因應，並預估該計畫實施9年後可獲成效。本方法係「增加現行非現金支出以降低未來支出」之概念降低負債成本，惟此法需視目前是否有足夠獲利能力以增加準備。

2. 資本適足問題：

依據日本一般公認會計原則，保險業保單準備、持有至到期之證券及與保單準備配合之債券（與負債存續期間配合者）無須依市值計價，目前日本資本適足性要求需達95%之信賴水準（以會計基礎計），2016年將實施之新制度則需達99.5%，且所有資產均需以市值計價（以經濟價值基礎計）。

日本現行資本適足要求備供出售證券需依市值計價，其他負債則否，故當利率上升或股價下跌，備供出售證券價值下跌而負債價值不變，將使資本適足下跌。如改以經濟價值基礎計，所有項目均以市值計價時，如資產存續期間小於負債，利率上升將使資產下跌程度低於負債下跌程度，而使資本適足上升，對保險公司有利（反之亦然），如保險公司資產負債存續期間完全配合，則可完全免除利率風險。

四、 商品發展與管理—因應社會變遷之保險商品發展、生命完整規劃概念之配合(以第一生命為例)

(一) 因應社會變遷之保險商品發展

日本保險業面臨環境變遷主要在於泡沫經濟後的低利率、高齡化趨勢及銷售通路之多元化。

1975年(35年前)：人口總數111,890,000人，平均年齡32.5歲；人口結構高峰出現在第1次嬰兒潮(1947-1949)約26-28歲左右與第2次嬰兒潮(1971-1974)4歲以下。

2010年(現在)：人口總數126,820,000人，平均年齡44.6歲；第1次嬰兒潮人口61-63歲、第2次嬰兒潮人口36-39歲。

預估2040年(35年後)：人口總數105,700,000人，平均年齡50.4歲

，第1、2次嬰兒潮出生之人口均處於高齡化階段。

預測日本兩性人口平均壽命：醫療進步，讓原本平均餘命名列前矛的日本人更加長壽，輔以少子化影響，將造成日本高齡人口比重加速增加。保障型商品重心將由「死亡風險」轉為「長壽風險」，朝職業失能、重大疾病之照護等方面加強規劃。

銷售通路部分，2013年民眾透過非業務員通路購買之人壽保險比例大增，業務員通路比重由2012的70%下跌至30%，由網路投保、金融機構、工作機構或公會等所取代，預估雖然業務員仍是重要通路，但其他通路之崛起亦不容小覷。例如：銀行保險自2007起逐步放寬限制，2007年起日本銀行可銷售所有保險商品；另因資訊取得方便之特性，經網路或媒體（報紙、雜誌、郵件）投保亦興起，主要商品特性為保額低、核保寬、無售後服務；此外，提供保戶主動臨櫃，視其需求提供各種商品比較的「保險商店（insurance shops）」近期亦相當熱門。由上述趨勢可知，未來商品發展將因應多元化銷售管道之不同需求量身定做，尤其簡單易懂的商品需求將增加。

（二） 「完整人生規劃」（Total Life Planning）概念

第一生命由生死合險、定期保險、終身壽險等傳統商品，逐漸因應高齡化現象，以「完整人生規劃」之概念，發展出合併不同險種特色、更具彈性之商品，以符合不同保戶不同人生階段之需求，尤其強調「生存」面臨的健康、照護需求等各種風險。例如終身照護年金險（提供照護需求，保證最低給付年限5年之年金保險）、子女教育基金生死合險（以父或母為要保人，子女為被保險人）、個人年金險（提供老年資金需求之儲蓄險）、躉繳利變型生死合險等，並針對生存可能存在的各種風險推出各種附約。

五、 團體險商品策略—團險商品、企業年金

以保險角度而言，社會福利保障三個面向分別為個人、商業團體保險及政府提供之保障，分別針對老年生活、死亡及醫療需求提供保障。

(一) 企業團險商品（死亡及醫療險）

企業團體保險，死亡及醫療之商業團險商品包含死亡保障、醫療、失能等，除企業雇主繳納保險費外，受雇者亦可額外繳費購買不同保障。第一生命此類商品重點如下：

1. 全面福利一年定期團體險（comprehensive welfare group term insurance）：主要係提供死亡慰問金等財務援助，由雇主付費，除非受雇者拒絕，否則所有員工均自動加入，經統計全日本壽險公司資料，截至2013年底共有33,135個企業團體，共計925萬人投保此類保險，保額達85.7兆日幣。
2. 一年定期團體險(group term life insurance，又稱BG)：提供遺族照護資金，由受雇者自由加入，惟最低門檻需有35%以上員工參加，經統計全日本壽險公司資料，截至2013年底共有3,870個企業團體，共計1,551萬人投保此類保險，保額達1,125兆日幣。
3. 特別一年定期團體險（第一生命稱之為grand group, GG）：將上述兩種保險整合為以雇主投保為基礎，受雇者可自願性額外增加自負額，以提高遺族保障之商品。
4. 團體信用人壽保險（group credit life insurance）：為銀行房貸等提供信用保險，保費由銀行支付。經統計全日本壽險公司資料，截至2013年底共有465個企業團體，共計1,414萬人投保此類保險，保額達1,722兆日幣。
5. 一年期團體醫療保險：彌補政府醫療保險制度之不足，經

統計全日本壽險公司資料，截至2013年底共有4,478個企業團體，共計1,701萬人投保此類保險，保額達89.9億日幣。

企業團體保險面臨挑戰：因晚婚與不婚及低出生率與高齡化社會導致人口下降，另勞動市場永久就業勞工減少、派遣員工及打工族增加及退休年齡與女子就業問題等，均影響該市場萎縮。另業界間亦面臨費率、服務等競爭。

(二) 企業年金

日本退休年金體系大致可分為四層：政府提供第一層基礎國民年金(national pension)；第二層則係公私營部門勞動者之厚生年金(employees' pension plan，由政府及資方共同提撥之養老計畫)；第三層為企業年金(corporate pension)，2001及2002年分別增加確定提撥制(defined contribution plan)及確定給付制(defined benefit plan)，使本項成為目前年金主力；第四層為個人自行投保。

各種企業年金規模 (截至2013年3月)

	確定給付企業年金	確定提撥企業年金	厚生年金
給付方式	確定給付	確定提撥	確定給付
計畫開始時間	2002年	2001年	1965年
法源	確定給付企業年金法	確定提撥年金法	厚生年金保險法
數量	14,676	4,221	560
資產總額	50兆日幣	6.76兆日幣	28.88兆日幣
參與人數	796百萬人	443百萬人	426百萬人

企業年金業務主要提供三項商品與服務：年金規劃諮詢服務、年金之營運管理（行政作業）、資產管理與投資。因應IFRS實施、財務管理制度漸趨嚴苛及金融環境轉變等變遷，目前日本企業年金必須隨時配合調整，以提供更專業化的資產管理。第一生命除提供上述企業年金相關服務，並另有經營諮詢顧問公司及資產管理顧問公司等專業領域。

六、 銀行保險之商品及行銷策略

(一) 開放銀行及證券商銷售保險商品

日本壽險業之行銷途徑，因法令的鬆綁，已由傳統之業務員、保險經紀人及保險代理人之行銷，逐步朝向銀行、證券等多元化之行銷通路發展：

1. 銀行：2001年4月起，首先開放銀行可銷售「信用人壽保險(credit life insurance)」；2002年10月陸續開放銷售「個人年金計畫(individual annuity plan)」；2005年12月起，銀行櫃檯得銷售躉繳型終身保險/生死合險及繳費年期10年以下之生死合險，直至2007年12月，銀行銷售保險商品之禁令全面廢止。
2. 證券商：相較於銀行櫃檯銷售保險商品之禁令逐步開放，1998年12月修訂「證券交易法(Security and Transaction Law)」時，即開放證券商得銷售各類保險商品。

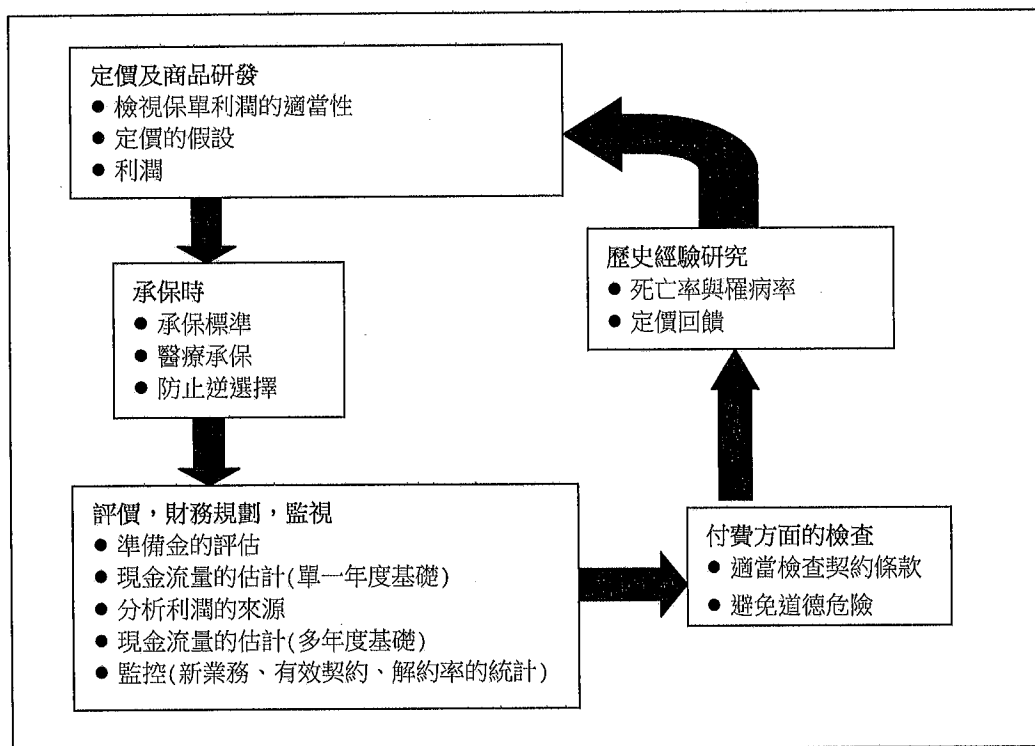
(二) 銀行保險業務發展情形

1. 自個人年金保險不得於銀行櫃檯銷售於2002年解禁，除了2007年下半年因為「金融商品交易法(Financial Instruments and Exchange Act)之修訂及2008年下半年因雷曼兄弟事件引起的全球性金融危機，保險契約銷售量有顯著減少外，透過銀行通路銷售之保險契約有成長趨勢。
2. 自2008年9月的雷曼兄弟破產事件爆發後，銀行通路變額年金及外幣計價定額年金銷售量銳減，相對的躉繳型終身保險及日幣計價定額年金逐年增加。尤其儲蓄性質的躉繳型終身保險自2009年下半年起急速增加。
3. 透過金融機構櫃檯銷售保險商品之銷售對象以60歲以上之高齡者為主，又繳費方式多採躉繳，以2007年個人年金保

險採躉繳方式之件數，透過金融機構櫃檯銷售約占71%。以個人年金保險之銷售量來看，透過銀行通路之銷售量比率自2002年50%增加至2003年之80%，2007年則上升至68%。以繳費方式區分，銀行通路多屬躉繳型（2007年躉繳保費透過銀行通路占71%，業務員通路僅占29%）。

七、 商品發展與定價風險

(一) 核保風險管理的循環作業圖如下：



(二) 定價與商品發展

決定商品定價之因素如下：(1)競爭力及市場性，包含保險費率、保戶要求之收益率及佣金率；(2)利率及資本之效率，包含利潤率、內部報酬率(IRR)及剩餘的隱含價值(EV Margin)；(3)資本適足及償債能力，包含保單須提列之準備金、須遵循的風險管理政策、定期被要求應符合之法定清償資本適足率及以經濟價值為基礎之清償資本適足率。

商品研發的步驟包含：(1)訂定商品相關規定(商品設計部門、精算人員及業務部門的合作)；(2)預估銷售量；(3)技術面設計(指收益特性、保險費率、佣金及利潤的測試)；(4)檢視商品設計及商品研發之價格風險管理；(5)確認 IT 及作業時程；(6)準備報送主管機關之文件；(7)內部核准程序；及(8)適法性檢視。

商品研發之風險管理：(1)商品設計及定價之妥適性應至少從下列各方面確認風險管理，如評估檢視商品設計、保險費率、分辨資產管理風險；(2)承保範圍之妥適性，應檢視承保年齡限制、保險期間與保險費相關條款、最低及最高承保金額、銷售範圍需一併考量銷售條件及核保風險；(3) 篩選條件之妥適性應涵蓋醫療選擇、職業、財務狀況、給付條件等；(4)對於新業務、繼續率、理賠等相關之執行應與檢視分析；(5)應分別以經濟基礎及法定基礎檢視償債能力。

(三) 日本定價與商品發展相關議題

1. 利差損問題：1970~1980 年代：因競爭激烈，預定利率逐年升高，最高達 10 年期 6.25%。長期終身壽險保單之保證預定利率亦高達 5.5%；1990 年代起：長期市場利率大跌，預定利率亦持續下跌。截至目前，過去高預定利率保單之負債所致利差損仍存在。

2. 歷年責任準備金：

契約年度	準備金(百萬日圓)	準備金利率
~1980	849,353	2.75%~5.50%
1981~1985	1,476,834	2.75%~5.50%
1986~1990	4,773,460	2.75%~6.00%
1991~1995	4,069,241	2.75%~5.50%
1996~2000	1,655,310	2.00%~2.75%
2001~2005	2,411,145	1.50%
2006~2010	4,092,787	1.50%

2011	1,033,390	1.50%
2012	1,046,383	1.50%

3. 1996 年 4 月起日本保險公司破產情形：

(百萬日圓)

	Nissan Life	Toho Life	Dai-lyaku Life	Taisho Life
破產日期	1997.4.25	1999.6.4	2000.5.31	2000.8.28
超額負債	300	650	300	35

	Chiyoda Life	Kyoei Life	Tokyo Life	Yamato Life
破產日期	2000.10.9	2000.12.20	2001.3.23	2008.10.10
超額負債	590	680	70	64

(四) 衡量風險與風險管理

為確保保險公司之償債能力及資本適足性，日本 1996 修正保險法，各保險公司均需累積責任準備金 (standard liability reserves)，並資金為基準計算 (純保費基準) 及以主管機關訂定之精算假設 (標準利率及標準生命表)。精算假設自契約生效至結束為止均予鎖定。

1. 法定責任準備金提存利率 (standard interest rate)：每年以日本 3 年及 10 年期公債平均利率孰低，並考量相關的安全邊際係數 (safety margin)，以符合基準 (Subject Interest Rate 的水準)。目前標準利率為 1.0%，長期政府債券利率又低於 1% 之情況下，未來標準利率應不太會升高。惟若政府債券利率升至 2.5%，預估 6 年後標準利率會提高至 1.5%。

I. 安全邊際係數

基準利率	安全邊際係數
0.0%~1.0%	0.90
1.0%~2.0%	0.75
2.0%~6.0%	0.50
超過 6.0%	0.25

II. 歷年法定責任準備金提存利率

契約年度	提存利率
1996~1998	2.75%
1999~2000	2.00%
2001~2012	1.50%
2013~	1.00%

2. 經驗生命表：由日本精算協會以壽險公司之經驗資料為基礎製作，並經日本金融廳委員核可通過，作為標準責任準備金精算假設。2007年4月係11年來首次修訂生命表，以反應近年死亡率之變化（長壽風險提高，及因應個人年金及新增第三類商品風險—健康照護、看護、意外險等）。

商品類型	修訂前	修訂後
第一類 (死亡保障商品)	1996壽險經驗生命表 (死亡保障商品)	2007壽險經驗生命表 (死亡保障商品)
第一類 (年金化商品)	1996壽險經驗生命表 (年金化商品)	2007壽險經驗生命表 (年金化商品)
第三類 (健康照護、看護及意外保障商品)	無	新發布 第三類商品經驗生命表

3. 第三類商品之責任準備金：

- (1) 第三類商品風險特性—存在諸多不確定、不透明風險因子：原因諸如無長期足夠及穩定的歷史資料、存在被保險人個人差異性所致之風險波動；醫療技術與疾病之轉變；公共醫療體系的變動（公共醫療保險涵蓋之手術由1986年的499種增加到2010年的1172種）；顧客趨勢所致逆選擇及風險集中等問題。

- (2) 增列第三類商品之責任準備金：

因應死亡率之降低及老年人口之增加，有越來越多的人口需要醫療保險等第三類保險商品，故政府採行措施除調整死亡險及年金險使用之生命表外，並增加第三類商品生命表，調整醫療保險費率（提高終身型醫療保險費率，降低定期醫療保險費率），自於2007年4月實施。

為推動第三類商品責任準備金，相關措施自2006年起

逐步進行，例如：進行壓力測試、揭露理賠率、向監理機關提報實際理賠率及預定理賠率、確認精算假設。

4. 風險管理：分為年度管理及未來分析。年度管理係依據去年度結果每年作三次現金流量分析；未來分析部分，依規定需依照分析檢視準備金適足性，並指派精算師依據精算協會準則提出簽證報告，如準備不足需予補足，此外，2007年起並要求1996年以前銷售之終身壽險保單需額外增提準備。

八、 高齡化社會之商品發展策略

(一) 日本社會安全制度與高齡化社會影響：

日本社會安全制度部分，共有五個面向（1）社會保險：含健康險、年金險、醫療照護險、勞工災害補償保險、勞動保險；（2）社會救助：生活保障制度；（3）社會福利：老年、殘障、孕婦及幼兒福利等；（4）公共衛生：疾病管制、食品衛生、水源供給、垃圾處理；（5）老人健康照護：對老人後期之健康照護。

1. 醫療制度：

日本社會健康保險自1961年起實施，可分為勞工保險（不含公務人員，小型企業可向「日本健康保險協會」投保，大型企業則可向各個健康保險機構投保）及全民健康保險。

醫療自負額比率依年齡區分如下，0~6歲20%；6~70歲30%；70~75歲20%；75歲以上10%（惟70歲以上仍有正常職業收入者維持30%）。另每月自負額亦依年齡及收入訂有不同上限，而70歲以下有正常收入者上限計算方式如下：80,100日圓+（全部醫療費用-267,000日圓）X1%。另住院餐費、病床費等額外費用亦由病患自負。因應長壽社會，自負額比率、上限金額及年長者自負上限均有逐年提高之現象：

自負額比率

時間對象	原則	家庭（住院）	家庭（門診）
1996前	10%	20%	30%
1997起	20%	20%	30%
2003起	30%	30%	30%

自負額上限

1999前	51,000日圓
2000起	63,600日圓+（全部醫療費用-212,000日圓）X1%
2002起	72,300日圓+（全部醫療費用-241,000日圓）X1%
2006起	80,100日圓+（全部醫療費用-267,000日圓）X1%

年長者自負額上限

1996前	門診每月900日圓；住院每日600日圓
1997起	門診每次500日圓；住院每日1,000日圓； 另需部分負擔藥品費
2001起	10%（門診每月上限5,000日圓；住院每月37,000日圓）
2006起	高收入年長者負擔30%

因高齡化社會，日本醫療支出逐年增加，1975年約5兆日圓，至2010年已達38兆日圓；醫療支出與國民收入比率也從1975年的5%上升到2010年的11%。

此外，為減少醫療浪費，日本已廢除「社會性住院(social hospitalization)」(亦即非以醫療為目的之住院，可能僅係因家中無法提供照護而長期住院)，採行方式係補助醫療機構減少長期住院病人，及將長期社會性治療編入全民看護照顧保險的範疇；另隨著醫療技術進步，短天數住院治療更加普及，各年齡層平均住院天數都呈現下降的趨勢，未來改革方向為醫療費用自負額將加重，亦將持續降低平均住院給付天數，以減少醫療費用的支出。

2. 看護照顧制度

以「全民健康保險」為基本架構，超過40歲的國民享有全民健康保險（「健康保險」及「國家健康保險」）的保障者，也同時享有全民看護照顧的保險。依照被保險人的年齡，被保險

人通常分成兩種類型：第一被保險人(65歲以上，完全保障，不限疾病或意外)，及第二被保險人(介於40歲至64歲，保障範圍僅限16種特殊疾病引起之事由)。

本制度從2000年4月開始實施，且每5年檢視一次。最近一次檢視時間為2010年，主要係推動社區照護、加強專業照護人員及提升照護品質、強化失智症相關措施等。未來改革方向為就高收入族群提高自負額比率(至20%)、對需要看護協助者降低照護服務等。

3. 退休金制度

以「國民年金制度」為基本架構，分成『國民年金計畫(National Pension Plan)』及『厚生年金計畫(Employees' Pension Plan)』。此一制度對於受薪的勞工階層較具吸引力，但對於自營階層則不具吸引力。未來改革方向為因應高齡人口之增加，給付水準將預期逐漸降低，另隨著未來退休生活費用之逐年上升，需教育國民需自籌退休金方能因應，同時也增加民間保險業之市場成長率。

4. 因應未來高齡化的社會下，商品發展的策略方向

日本整體社會安全相關支出急遽增加，依據2013年資料，總財政支出為92.6兆日圓，其中社會安全支出即占31.4%(29.1兆日圓，主要係社會保險支出，達21.8兆日圓)，占比係50年前的三倍。故面對低生育率及高齡化社會造成的收支不平衡問題，需重新檢視社會安全各項給付及保險費與稅率。

(二) 未來商品發展方向

日本保險商品分為三大類型，第一類為人壽保險(Life Insurance)，包括死亡保險及年金保險等；第二類為財產暨災害保險(Property-casualty Insurance)，包括車險、火險等；第三類為傷害及醫

療定額保險(Accident and Sickness Fixed Return Insurance)。壽險業銷售前述第一類及第三類商品，至於產險業則銷售第二類及第三類商品。根據日本統計資料顯示，因人口減少及高齡化影響，自1996年之後第一類保險商品有效契約的規模就逐年開始萎縮，但第三類商品則逐年成長。

因全民健保醫療自負額提高影響，民眾對商業保險需求日漸增加，看顧照護及健康保障需求的成長成為壽險公司主要重點，市場競爭亦趨激烈。大部分壽險公司過去主要係以死亡險之附約方式銷售醫療看護險，近期逐漸將醫療看護險目標客群轉向年輕族群，以第一生命為例，自2004~2011年主要客群係50歲以上，現在開始銷售終身醫療看護險給50歲以上族群，並開發可展期醫療看護險予年輕族群。2000年政府實施全民看護照顧保險後，醫療看護險保障範圍也由過去僅針對重大傷病引發之看護需求逐漸擴大。

隨著高齡化趨勢，預期社會安全制度將不堪負荷而萎縮，未來對於能完備社會安全制度之商業保險需求會持續增加。雖然死亡保障仍為主要市場之一（總保額接近1,000兆日圓），惟目前市場上仍對「死亡保障」、「健康保障」、「看顧照護保障」、「年金保險」及「教育基金保險」等商品有明顯的需求，整合多種商品特性來迎合目標市場的需求，並透過不同的通路特性，掌握各階層消費者不同的需求，為保險公司未來商品發展的重要策略。

參、心得暨建議事項

一、心得：臺灣金融消費者保護制度相較完善

由E教授提出之相關爭議案例可知銀行通路銷售保險商品問題主要係來自於業務員未能完整解說商品、未確實執行適合度政策，以致消費

者遭受損害。E教授並認為改善此問題之重點應是讓扭轉保險為「賣方市場」而非「買方市場」之觀念，應以「消費者需要什麼」而非「保險公司想賣什麼」為出發點銷售，行銷通路應扮演協助「確認消費者需求，提供充分商品資訊，俾消費者得理性選擇適合的保險商品」之角色。

由本次簡報內容發現日本與我國同樣面臨銀行保險衍生之類似問題，另經瞭解日本NCAC係類似我國之「行政院消費者保護會」，對於消費爭議係居中調解之角色，並無類似我國依據金融消費者保護法設立之「財團法人金融消費評議中心」，可依法做出對保險公司具有一定程度拘束力評議結果之權限。顯見我國在金融消費者保護制度方面努力之成果，似較日本更為完善。

二、 建議一：加強銀行保險通路銷售及商品之管理

依據壽險公會統計102年度初年度保費收入來源別統計表，銀行通路保經代占整體壽險業保費收入來源約56.71%，另102年壽險業支付銀行通路佣金及其他報酬共計約496億元，顯示臺灣與日本保險市場相同，銀行保險通路近年來逐漸成為壽險公司除業務員以外之另一重要銷售通路。

惟因銀行業與保險業之經營屬性及專業不同，銀行行員多推介躉繳儲蓄型保險或投資型保險等與存款或基金相似程度較高之商品，除因銷售話術衍生諸多爭議案件外，該等保單長期亦可能使壽險公司吸收過多短期保費，造成將來的利率及資金流動風險。故除在銷售面應強化銀行通路之管理外，商品面，壽險公司亦宜審慎考量研議商品開發方向。

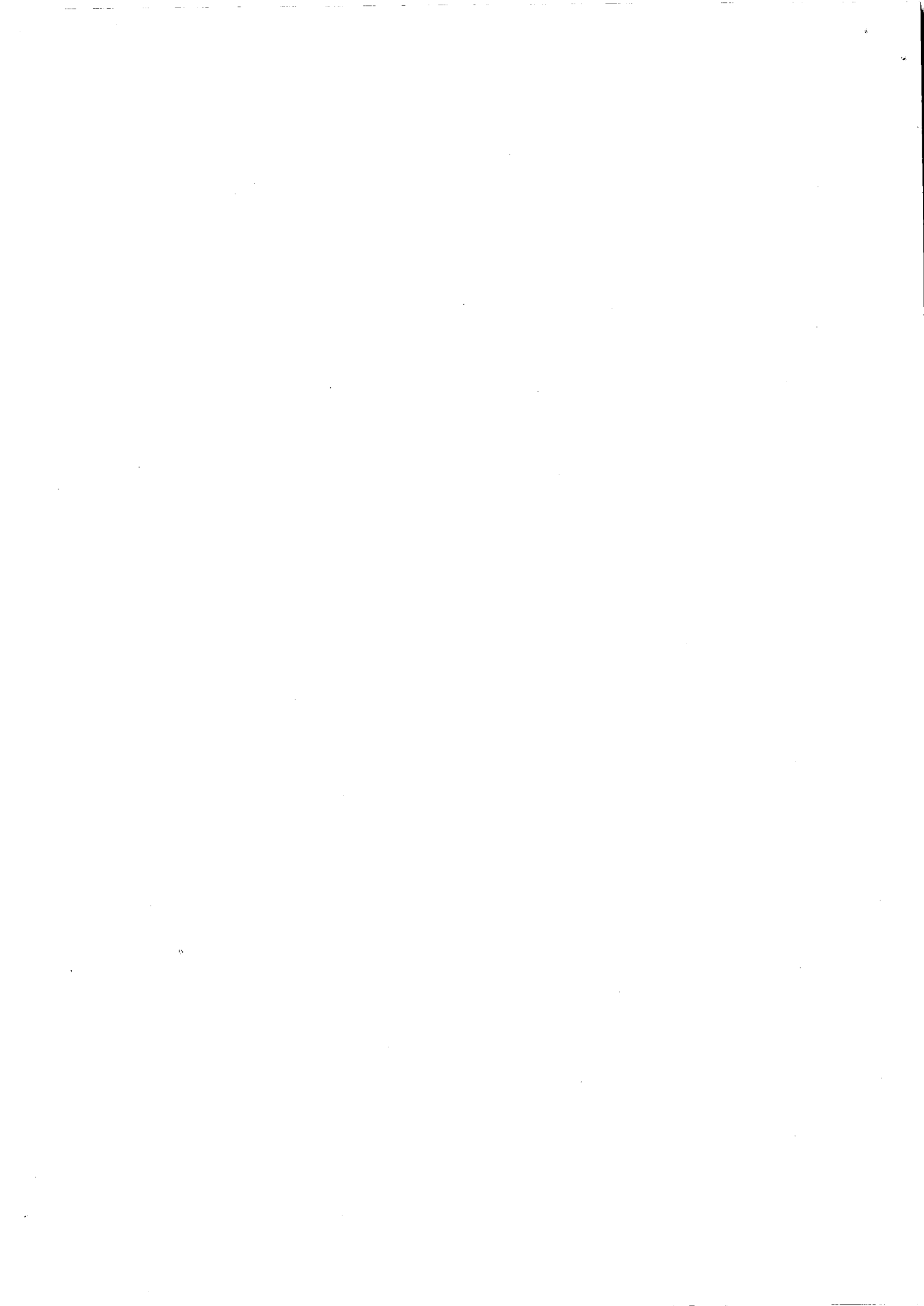
三、 建議二：政府與業界合作應因應高齡化趨勢

根據內政部的統計資料顯示，在2005年臺灣老年人口達總人口的9.74%，預估至2031年將會超過20%，至2050年將會超過38%。另目前臺灣已經成為全世界生育率最低的國家。經建會推估臺灣總人口數將於2022

之後將開始負成長，2030年以後臺灣每2.7個工作人口必須扶養一個老年人，負擔將是現在的三倍。

我國於1993年成為高齡化社會，預計將於2018年及2025年分別邁入高齡社會及超高齡社會。我國高齡人口在短短的24年間倍增，相較於其他先進國家有長達50年以上的時間來準備，我國只有一半的時間來因應，故政府與業界應共同合作推動高齡化相關措施。

目前本會已針對高齡化研議相關措施例如：引進民間保險業者投入社會福利事業，積極引導保險業資金投入老人及社會住宅投資，並提高保險業投資公共建設及社會福利事業額度；推動符合高齡化趨勢保險商品；開放功能性保單轉換等，未來仍需政府與業界一同合作，強化高齡化因應措施，以優化國人老年生活。



SEMINAR SCHEDULE

PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY COURSE

(May 21 - May 28, 2014)

Date	Time	Schedule	Title of Speaker	Name of Speaker	Place
May 21 (Wed.)	8:45 9:45-10:45 11:00-11:45 11:45-12:20 12:50 14:30-16:50 17:00-18:30	FALIA personnel will meet you at the lobby (New Bldg.- your accommodation) Orientation Opening Ceremony Lunch Time Leave the lobby (New Bldg.) for Hibiya "Life Insurance Sales and Consumer Protection" Welcome Cocktail	(FALIA personnel) Managing Director, FALIA Professor, Faculty of Commerce Waseda University	Manabu Hiraga Masahiko Ezawa	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2) Dai-ichi Life (Hibiya, N.B. 6th Fl. - C) (Hibiya, M.B. S Fl.)
22 (Thu.)	9:30-12:00 12:00-13:30 13:30-16:00	"Overview of Life Insurance Industry in Japan" Lunch Time "Corporate Management Strategy of a Life Insurance Co."	Chief, Int'l Affairs Dept. The Life Insurance Association of Japan Manager, Corporate Planning Dept.	Yu Takita Yoshihiro Kawamura	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2) Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
23 (Fri.)	9:30-12:00 12:00-13:30 13:30-16:00	"Transition of Product Development responding to the Change of Management Environment" Lunch Time "Product Strategy that supports Concept of Total Life Planning"	Manager, Product Development and Management Unit Manager, Product Development and Management Unit	Koichiro Niwa Koichiro Niwa	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2) Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
24 (Sat.)	6:55 7:00-15:30 (15:50-/16:30-)	Leave the lobby (New Bldg.) Day Trip to Hakone Resort Area (Cultural Exchange Program)			
25 (Sun.)		Free			

Date	Time	Schedule	Title of Speaker	Name of Speaker	Place
May 26 (Mon.)	9:30-12:00	"Corporate Product Strategy" - Group Insurance Products" Lunch Time	Senior Asst. Manager, Group Life Insurance Business Unit	Erina Matsunaga	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
	12:00-13:30	"Corporate Product Strategy" - Corporate Pension Plans"	Senior Asst. Manager, Group Pension Business Unit	Tomoaki Kanoko	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
	13:30-16:00	"Products and its Sales Strategy for Bancassurance" Lunch Time	Manager, The Dai-ichi Frontier Life Ins. Co., Ltd.	Akira Takahi	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
27 (Tue.)	9:30-12:00	"Product Development and Control of Pricing Risk" Lunch Time	Senior Asst. Manager, Financial Planning and Actuarial Dept.	Yuho Murate	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
	13:30-16:00	"Direction of Product Development Strategy" - Summary of the Training Session - Lunch Time	General Manager, Product Development and Management Unit	Tsutomu Moriya	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
28 (Wed.)	9:30-12:00	Closing Ceremony	Managing Director, FALIA	Manabu Hiraga	Higashi-Totsuka (Main Bldg. S4-1,2)
	12:00-13:30	Farewell Party			Higashi-Totsuka (New Bldg. 22nd Fl.)
	13:30-14:00				
	18:00-20:00				

Hibiya N.B. Dai-ichi Life Hibiya New Building
Hibiya M.B. Dai-ichi Life Hibiya Main Building

Utilization purpose of private information on seminar participants:
FALIA uses the private information on seminar participants only for the purpose of the management of this seminar and the maintenance of the seminar participants' list of FALIA. Also, please allow us to use your photos taken by FALIA staff during this seminar including leisure time for the purpose of FALIA's public relations activities.

Seminar participants were advised to have their own travel insurance coverage during their stay in Japan.
We, FALIA, shall not bear any responsibility for accidents that might happen to participants and/or accompanying persons during the seminar period.

Product Development Strategy Course

(May 21 – May 28, 2014)

	Name		Position	Institution
Bangladesh	Mr. M. Ahsanul Haq		Treasurer	Actuarial Society of Bangladesh
Bangladesh	Mr. MD. Rasul Amin Arif		Sen. Asst. Managing Director	Padma Islami Life Insurance Ltd.
China	Mr. Yang Guangcan	楊光燦	Sen. Supervisor, Retained Business Management Div.	China Life Insurance (Group) Co.
Indonesia	Mr. Abdul Rahmat		Subdiv. Head, Non-life & Reins. Cos. Analysis & Supervision Directorate of Ins. Supervision	Indonesia Financial Services Authority ✓
Indonesia	Mr. Benny Hadiwibowo		Chief Actuary, Head of Actuarial Div.	PT Asuransi Jiwa InHealth Indonesia
Korea	Mr. Jun Sunkyuu		Deputy Manager, Strategy Development Dept.	Korea Life Insurance Association
Korea	Mr. Hyosang Jeng		Assistant Manager, Product Development Team	Samsung Life Insurance Co., Ltd.
Korea	Mr. Kim Soo Hyun		Product Development Team Manager	KDB Life Insurance Co., Ltd.
Korea	Ms. Sae-Hae Park		Asst. Manager, Product Development Dept.	Shinhan Life Insurance Co., Ltd.
Malaysia	Ms. Yang Lee Za		Sen. Manager, Product Management Dept.	Great Eastern Life Assurance (Malaysia) Bhd.
Mongolia	Mr. Sansar Ganbold		Branch Director (Branch Number 1)	Soyombo Daatgal Insurance Company
Pakistan	Mr. Muhammad Nasir Ali Syed		Head, Operations	Pak-Qatar Family Takaful Ltd.
Philippines	Ms. Edna G. Bernales		Supervising Insurance Specialist, Actuarial Div.	Insurance Commission ✓
Philippines	Ms. Maria Consuelo A. Bañes		First V. P., Head of Affinity Div.	Pioneer Life Inc.
Philippines	Ms. Ronna Mae L. Peralta		Sen. Employee Benefits Officer	UNICON Insurance Brokers Corp.
Sri Lanka	Ms. Sarika Wattuhewa		Executive, Supervision	Insurance Board of Sri Lanka ✓
Sri Lanka	Mr. S. Udaya Shanker		Sen. Manager/Deputy Head of Marketing Div.	Ceylinco Insurance PLC
Sri Lanka	Ms. Imanthika Ranaweera		Asst. Manager, Actuarial Div.	Union Assurance PLC
Taiwan	Ms. Wanda Po-Chun Yang	楊博淳	Auditor, Life Ins. Supervision Div., Ins. Bureau	Financial Supervisory Commission
Taiwan	Mr. Frank Huang	黃茂源	Deputy Manager, Direct Marketing Planning Sect.	Cathay Life Insurance Co., Ltd.
Taiwan	Ms. Wan-Ling Cheng	鄭婉琳	Manager, Product Development Dept.	Shin Kong Life Insurance Co., Ltd.
Thailand	Ms. Pensri Krawburdee		Executive Director, Intermediaries Development Dept. 1	Office of Insurance Commission ✓
Thailand	Ms. Muntana Chimmoung		Manager, Product Development Div.	Ocean Life Insurance Public Co., Ltd.
Thailand	Mr. Suriya Suksomboonwong		Manager, Product Development Dept., Product Div.	SCB Life Assurance Public Co., Ltd.
Turkey	Mr. Gökhan Karasu		Deputy General Director, General Directorate of Insurance	Undersecretariat of Treasury
Uzbekistan	Mr. Furkat A. Artikov		General Director	"Kafil Sug'urta" LLC
Uzbekistan	Mr. Surat R. Sadikov		Sen. Asst. Manager, Risks and Assets Management Dept.	"Temiryo'l Sug'urta" Insurance Co.
Uzbekistan	Mr. Dilmurod N. Zuparov		General Director	Madad Insurance Agency

