

出國報告(出國類別：開會)

個人人壽保險之銷售通路及商品發展策略

服務機關：臺銀人壽保險股份有限公司

姓名職稱：唐學誠初級專員

派赴國家：日本

出國期間：108年9月3日至9月12日

報告日期：108年11月11日

摘要

FALIA 目前每年定期舉辦之研討會大致分成高齡化社會之商品及通路策略、資產管理、風險管理、IT 及提升客戶服務及滿意度等課程，本次感謝公司首長之肯定與推薦，能與亞洲各國共 33 位學員一起參與 2019 年保經代通路商品銷售策略研討會。希望借鏡日本的經驗，提供我國保險業未來發展的參考。

金融監督管理委員會（以下稱金管會）於 108 年 5 月舉辦「壽險業負責人座談會」，主要係金管會就外界持續關注壽險業之議題，在兼顧保險審慎監理、產業健全發展與及保障保戶權益的原則下，研議採取相關監理與配套措施。會議中針對壽險業調整商品結構、強化資本結構、提升業者資產負債面與匯率風險之管理機制，以及協助與督促業者順利接軌國際財務報導準則第 17 號「保險合約」（下稱 IFRS 17）等議題，提出相關因應對策措施。

金管會的座談會說明未來監理政策推動方向，其目的除了導正保險業應以推廣保障型商品之外，更重要的是因應 IFRS 17 的實施，要求保險業減少銷售短期儲蓄險、為去化資金轉往國外投資卻又造成匯損等連鎖效應，以期達到穩健經營的目的。

本公司為國營壽險公司，更應戮力執行政府政策，因此，建議公司應以穩建經營為首要目標，並回歸保險的本質，以提升國人保障為志業，協助國人做好保險規劃，減輕政府以及社會的負擔，促進國人高齡且健康、優質的生活品質。

目錄

壹、目的及前言.....	4
貳、過程及研討會課程概述.....	5
一、日本社會變遷	
二、日本壽險市場概況	
三、第一生命保險集團商品推展概況及通路策略	
參、心得及建議事項.....	20
一、心得	
二、建議事項	

壹、目的及前言

FALIA(The Foundation for the Advancement of Life & Insurance Around the world)國際保險振興會之創建，起源於1962年日本的第一家保險公司「第一生命保險公司」60週年之際，為善盡日本之責任，並回饋來自美國及歐洲對於日本的協助，第一生命保險公司將目光投向其他亞洲處於發展階段之國家，期望貢獻並分享日本保險業推廣有成的經驗，以促進亞洲各國保險之發展。於是第一生命保險公司於1970年3月成立FALIA，其中最後的A一開始為Asia，1994年改為Around the world，亦即從亞洲出發，最終是放眼地球村的遠大志向及目標。

本次研討會遇上第15號法西颱風撲向日本，號稱日本關東史上最強的颱風於9月8日及9月9日肆虐東京首都圈，造成電塔及電線桿倒塌影響供電系統，甚至到9月下旬仍然未能全數恢復電力。9月9日星期一上班日仍有許多電車停駛，上班族只能在各車站內外安靜地排隊等候通知。講師亦無法及時抵達訓練場所，FALIA只能臨時改以分組討論替代。因當天的課程安排為銀行通路商品銷售策略及經代通路商品發展策略，無法挪出時間補課的情況下，甚為可惜。

貳、過程及研討會課程概述

本次個人人壽保險之銷售通路及商品發展策略研討會之行程安排自 9 月 4 日至 9 月 11 日，扣除周末共 6 個工作天，研討會課程如下：

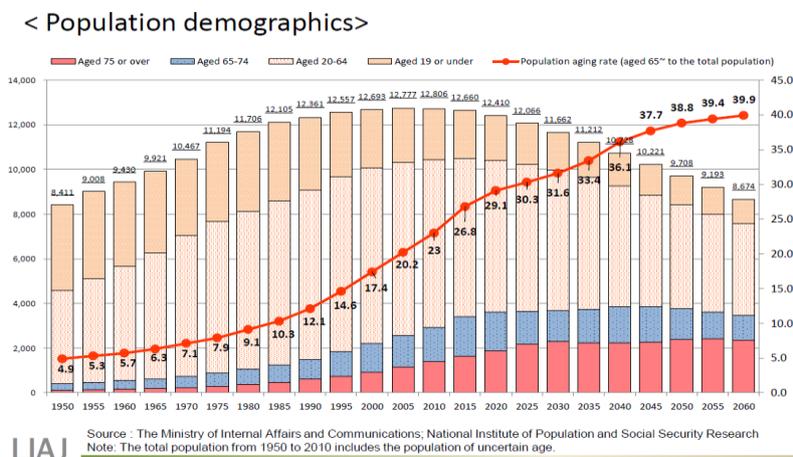
日期	研討會課程
9 月 4 日	一、開業式 Orientation; Opening Ceremony 二、日本人身保險產業概況 Overview of Life Insurance Industry in Japan 三、人身保險公司之企業管理策略 Corporate Management Strategy of a Life Insurance Company
9 月 5 日	一、人身保險公司通路策略 Channel Strategy of a Life Insurance Company 二、經代通路之發展歷史 History and Fostorage & Compensation Structure of Captive Sales Agents
9 月 6 日	一、商品發展之變遷 Transition of Product Development responding to the Change of Management Environment 二、完整人身保險保障之商品策略 Product Strategy that supports Concept of Total Life Planning
9 月 9 日	一、銀行通路商品銷售策略 Products and its Sales Strategy for Bancassurance 二、經代通路商品發展策略 Product Development and Strategy for Independent Agents
9 月 10 日	一、各國商品發展之個案分析 Product Development (Case Study) 二、觀摩銷售單位 Observation Tour of a Branch Office
9 月 11 日	一、分組討論成果發表 Group Presentation 二、結業式 Closing Ceremony

一、 日本社會變遷

(一)人口結構及平均壽命趨勢

根據聯合國世界衛生組織定義，65歲以上老年人口占總人口比例達到7%時稱為「高齡化社會」，達到14%是「高齡社會」，若達20%則稱為「超高齡社會」。依圖一顯示，日本約在1995年時進入了高齡社會，65歲以上人口比例14.6%；經過了10年的時間，在2005年成為超高齡社會，65歲以上人口比例20.2%；而且大約會在2025年，65歲人口以上比例將超過30%。

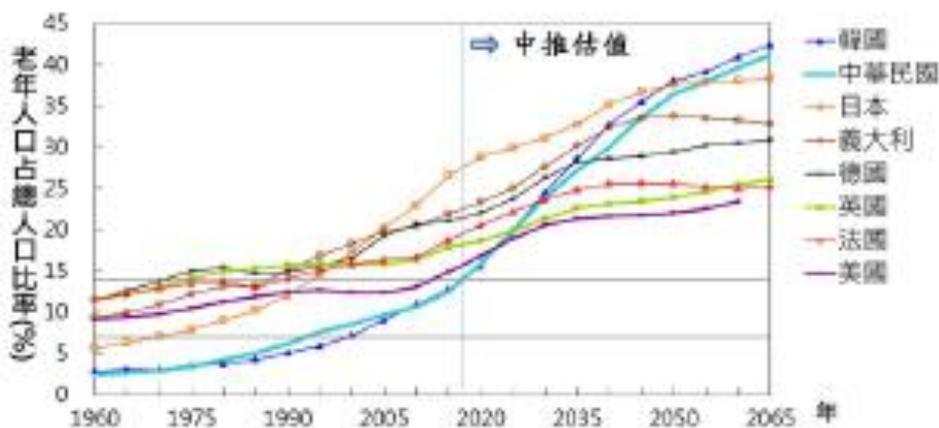
圖一：日本人口結構圖



註：資料來源為 FALIA

根據圖二主要國家老年人口占率趨勢圖，日本是高齡化人口占率最高的國家，原因不外乎壽命之延長以及出生率的降低。

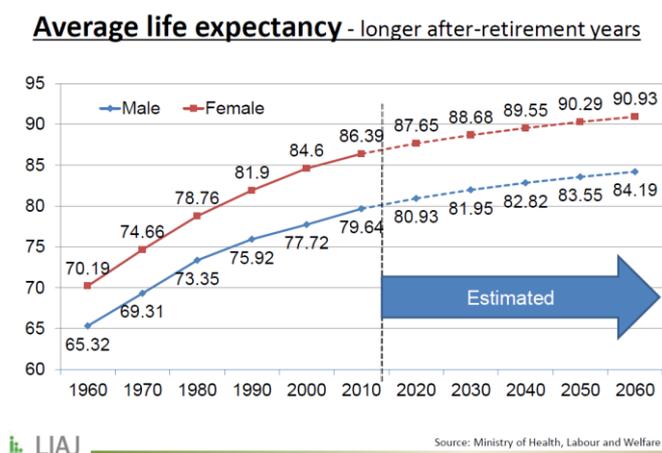
圖二：主要國家老年人口占率趨勢圖



註：資料來源為國發會

以圖三日本平均壽命走勢來看，女性及男性的平均壽命從 1960 年的 70.19 歲及 65.32 歲，分別延長至 2010 年的 86.39 歲及 79.64 歲，甚至到 2050 年的預估平均壽命，女性已經超過 90 歲(90.29 歲)，男性也來到 83.55 歲。若是以目前普遍 65 歲退休的時間點計算，女性及男性退休後的平均餘命約莫 25.29 年及 18.55 年，退休後無固定薪水的情況下，如何生活、有什麼樣的生活品質，是很值得深思的課題。

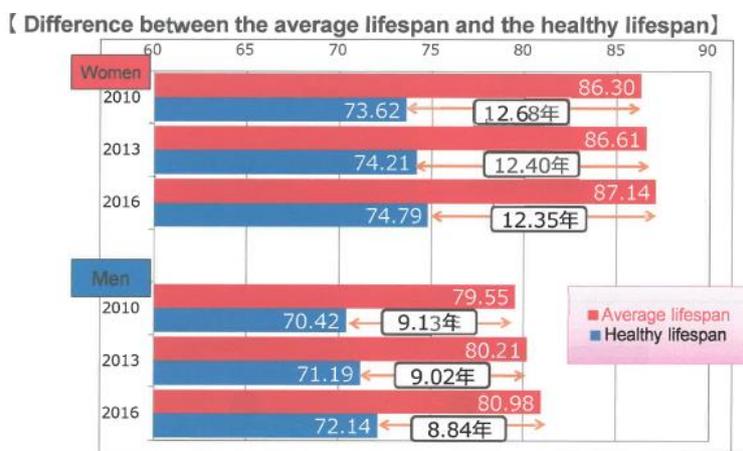
圖三：日本平均壽命走勢圖



註：資料來源為 FALIA

退休後生活品質的優劣，最大的原因取決於身體健康狀態的與否，若是平均壽命延長，但健康餘命沒辦法跟著增加，極有可能進入需要仰賴他人照顧的時期，生活品質則難以維持良好的品質。依圖四來看，日本女性及男性不健康餘命從 2010 年 12.68 年及 9.13 年縮短至 2016 年的 12.35 年及 8.84 年。女性及男性在平均壽命以及平均健康餘命近年來都有所增加的情況下，不健康餘命均呈現縮短的趨勢。

圖四：日本平均健康餘命圖

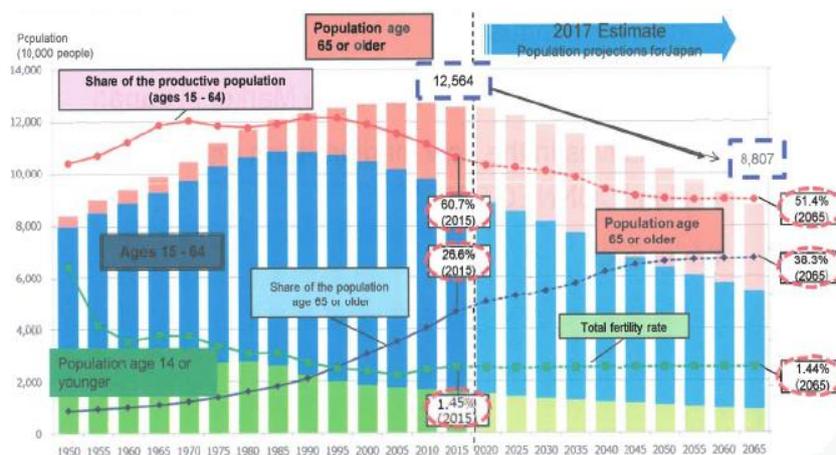


註：資料來源為 FALIA

(二) 勞動人口結構

以圖五日本勞動人口結構趨勢圖來看，65歲以上老年人口的占率一路攀升，在2015年約26.6%，預估到2065年將達38.3%；相較於14歲以下人口受到生育率約1.45%的影響，2015年占率12.7%，預估至2065年下降至約10.3%。反觀勞動人口(15歲至64歲)的占率自1990年代的高峰一路下降至2015年60.7%，預估到2065年約為51.4%。意即在2065年，日本總人口數的51.4%為有生產力的勞動人口，而每一個勞動人口，需照顧約一個的14歲以下或65歲以上的非勞動人口。

圖五：日本勞動人口結構趨勢圖

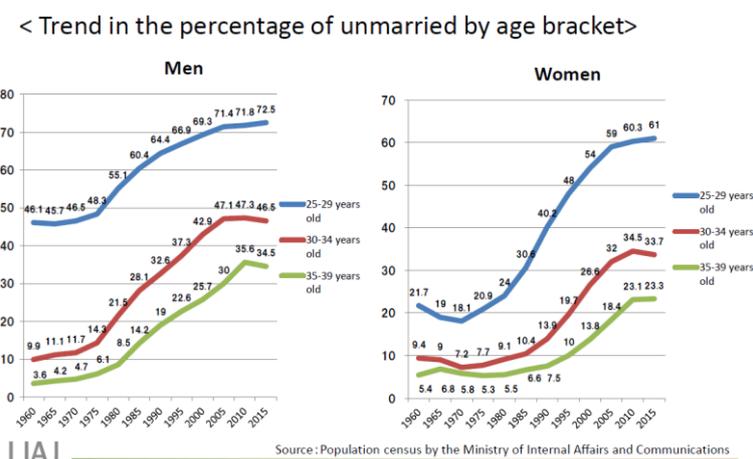


註：資料來源為 FALIA

(三) 未婚人口比率趨勢

另外，日本未婚人口的比率自1970年以來大致呈現往上的趨勢，以圖六來看，25至29歲的男性從46.5%向上攀升至2015年的72.5%，30至34歲則從11.7%上升至46.5%，35至39歲亦由4.7%上升至34.5%。未婚女性之比率雖較男性低，但往上的趨勢是一致的。

圖六：日本未婚人口比率趨勢圖

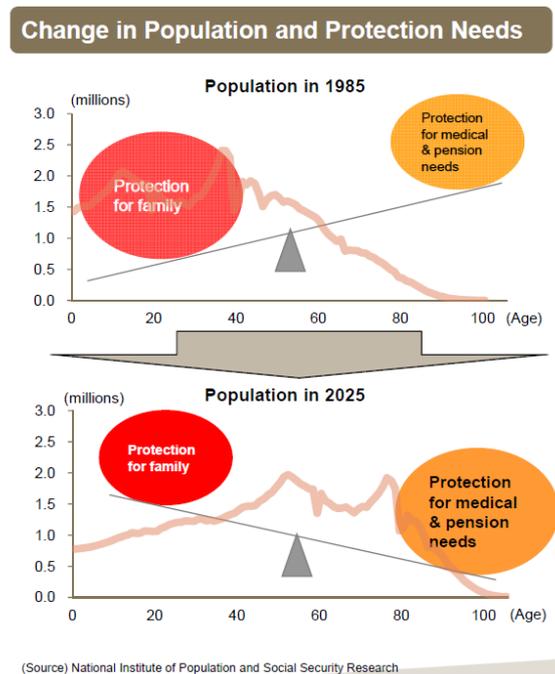


註：資料來源為 FALIA

(四)保障需求趨勢

受到平均壽命、未婚人口比率之增加以及勞動人口結構之改變，保險保障之需求也同時跟著改變。以圖七來看，1985年日本人的保障需求以家庭為重，醫療以及退休保障為輔，預測到了2025年情勢將轉為以醫療以及退休保障為重。

圖七：日本人口及保障需求變化預測圖



二、日本壽險市場概況

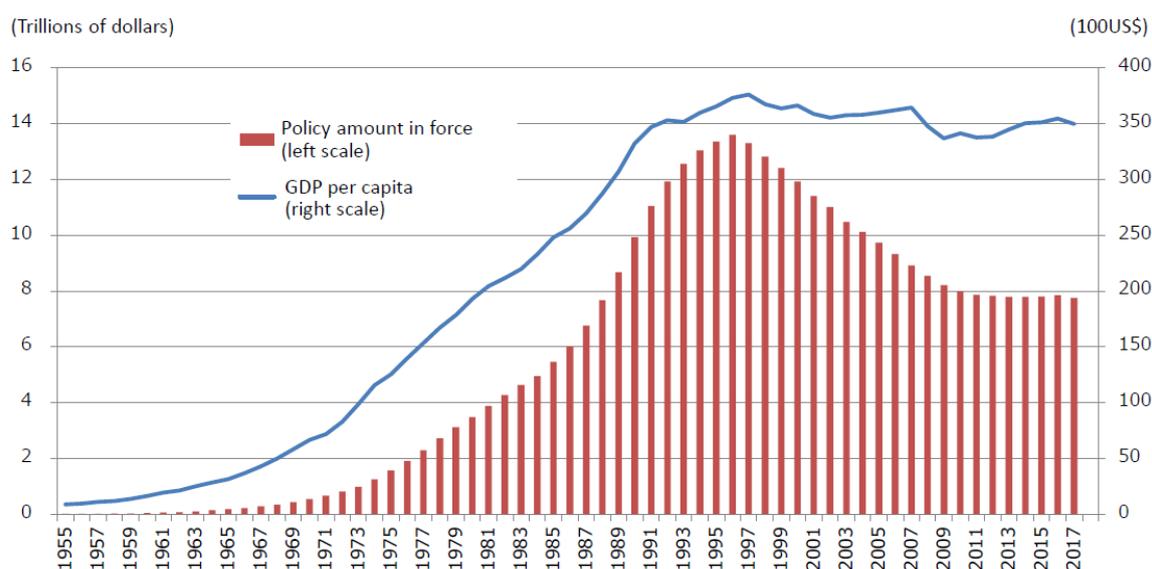
(一)平均國民所得 GDP 與保險有效契約

日本平均國民所得(GDP)自 1981 年的 2 萬美元持續往上攀升，大約以每 5 年 5 千美元的速度成長，不到 10 年的時間在 1989 年已經成長至 3 萬美元，且在 3 年後 1992 年達到 3 萬 5 千美元的水準。過了高速的成長期之後，日本平均國民所得在 3 萬 5 千美元停滯至今，進入二十一世紀後甚至出現衰退的情況，尤其是在 2007 年金融風暴時期，日本平均國民所得大約衰退了 3 年的時間，近年來則大都維持在 3 萬 5 千美元的水準。

保險有效契約的部分，在 1982 年保險有效契約突破 4 兆美元後呈現大幅成長的態勢，幾乎以每兩年新增約 2 兆美元之新契約金額成長(1986 年突破 6 兆，1989 年 8 兆，1991 年 10 兆，1993 年 12 兆)，在 1996 年達到最高約 13.6 兆美元。之後則一路衰退，在 2010 年時跌破 8 兆美元的關卡，退回至 1988 年的水準。近年來則維持在約 7.7 至 7.9 兆美元的水準，1980 及 1990 年代的高成長態勢已不復見。

造成保險有效契約大幅衰退的趨勢變化，最大的影響因素應該是日本的利率政策。日本隔夜無擔保拆借利率自 1990 年 8% 的水準快速調降至 1994 年的 2% 的水準，更是在 1999 年採取 0 利率政策，致使有效契約的衰退。

圖八：日本平均國民所得及保險有效契約變化圖



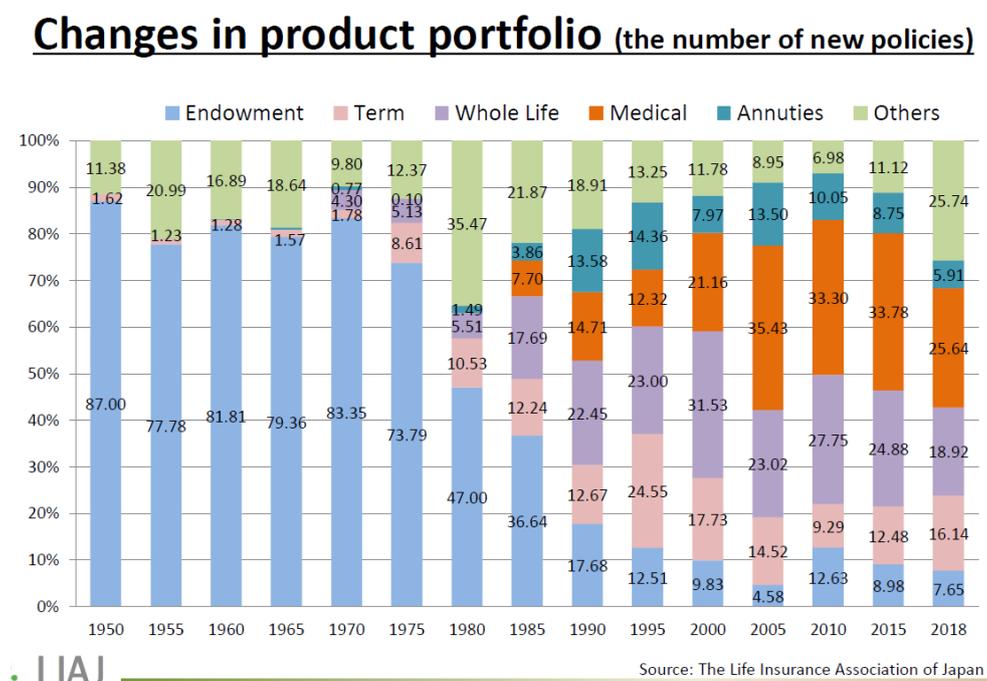
(二)保險商品別新契約占率變化

早期 1950 年至 1975 年，儲蓄險幾乎是保險的代名詞，占率約 73.79% 到 87.00%，購買保險係滿足民眾累積財富之需求為主。受到利率政策之影響，儲蓄險之占率快速下降，1980 年 47.00% 開啟一路下滑的趨勢，到了 2000 年占率已不足 10%，最低在 2005 年的 4.58%。2010 年曇花一現的彈升至 12.63%，2018 年 7.65% 的占率為僅次 2005 年的低點。

因保障意識的抬頭以及對家人責任的使命，終身壽險以及定期壽險在 1970 年開始成長。終身壽險部分在 1985 年占率拉升至 17.69% 後一路成長至 2000 年最高的 31.53%，2005 年至 2018 年占率約為 18.92% 至 27.75%。定期壽險自 1980 年突破 10% 後，1995 年 24.55% 為最高，2000 年至 2018 年則約在 9.29% 至 17.73% 的範圍。

1985 年以來的新契約新寵兒為醫療保險及年金保險，尤其是在醫療險的部分，1990 年至 2000 年占率約為 14.71% 至 21.16%，2005 年至 2015 年占率均超過 30% 以上 (33.30% 至 35.43%)，2018 年為 25.64%，自 2005 年以來均為主要的保險新契約來源。另一方面，為維持一定的退休生活品質水平，並協助民眾解決退休後無收入的長壽問題，年金保險的占率也逐漸增加。1990 年至 1995 年的 13.58% 及 14.36% 占率較高，2000 年至 2015 年大約為 7.97% 至 13.50%，2018 年為 5.91%，占率略有下滑。

圖九：日本保險商品別新契約占率變化圖



LIAJ

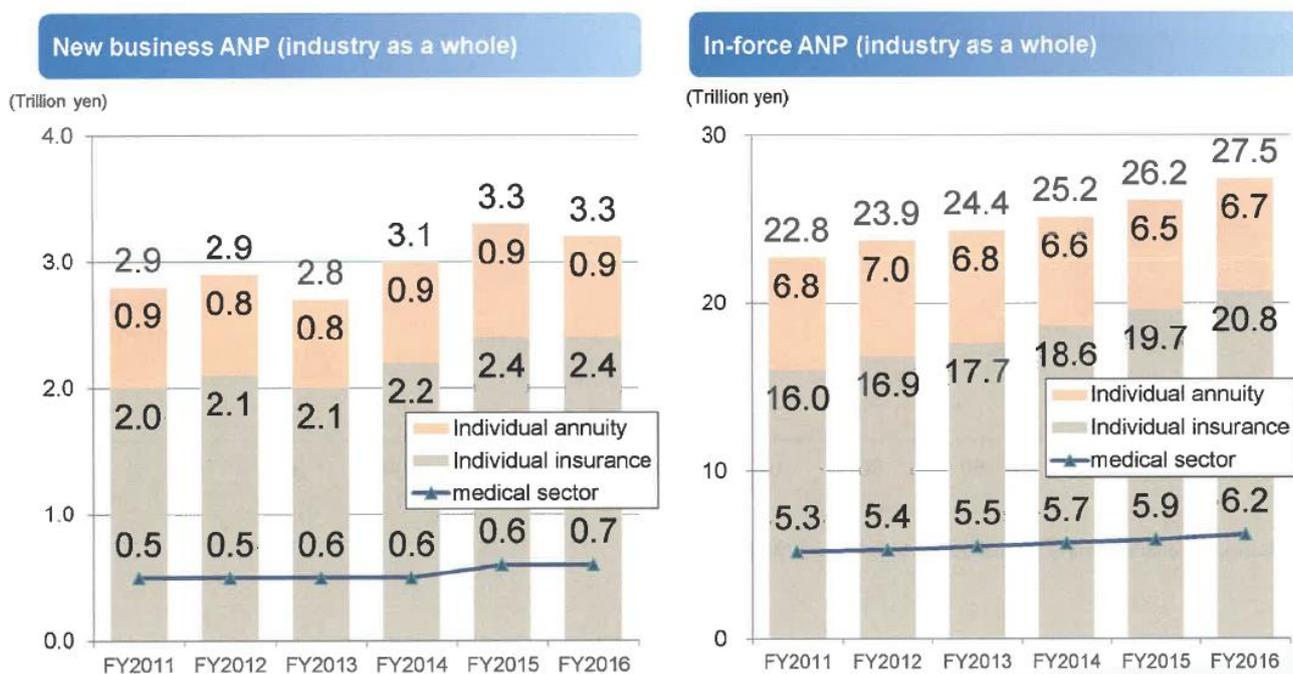
註：資料來源為 FALIA

(三)個人保險、年金保險及醫療保險新契約及有效契約保費收入變化

以圖十左邊新契約保費收入的資料來看，2011年至2013年日本個人保險及年金保險之新契約合計約為2.8兆至2.9兆日圓間，2014年至2016年小幅成長至3.1兆至3.3兆日圓；其中醫療保險的部分，新契約大約為0.5兆至0.7兆日圓之間，占個人保險的占率則大約為23.81%至29.17%，顯示民眾自我提升醫療保障的需求觀念與日俱增。

另圖十右邊有效契約保費收入的部分，整體個人保險及年金保險有效契約呈現成長的態勢，自2011年的22.8兆日圓往上增加至2016年的27.5兆日圓；其中個人保險為成長驅動的主因，自2011年的16兆日圓逐年成長至2016年的20.8兆日圓。醫療保險也自5.3兆日圓上揚至6.2兆日圓，占個人保險的占率則在29.81%至33.13%之間。為因應長壽風險，日本民眾都能透過保險強化自我的準備。

圖十：日本個人保險、年金保險及醫療保險新契約及有效契約趨勢圖



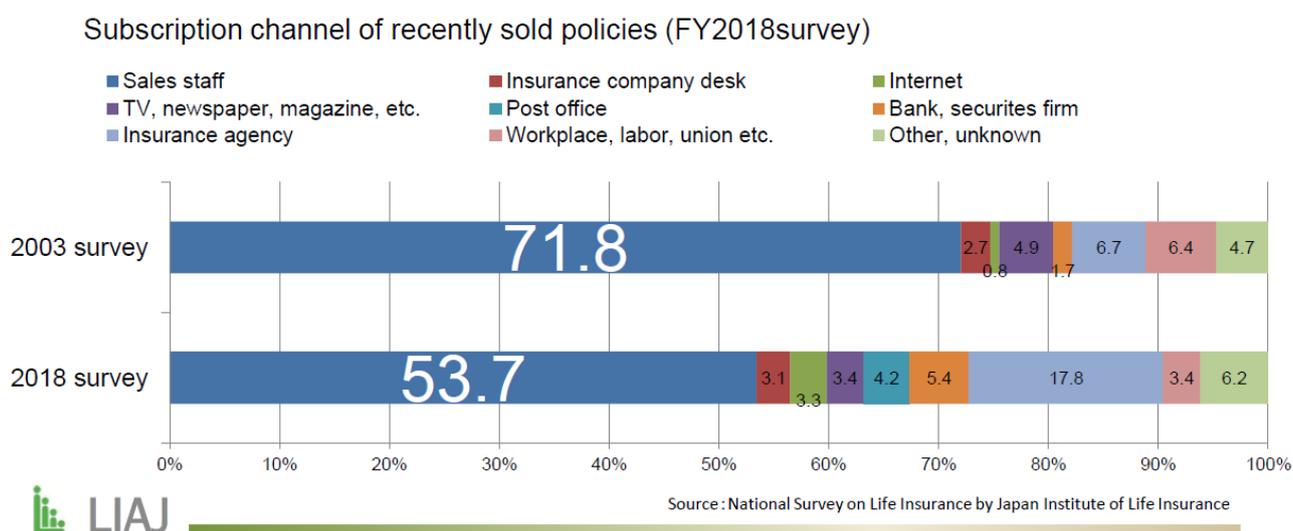
註：資料來源為 FALIA

(四) 通路變化

根據圖十一的資料顯示，日本保險業自有業務員的占率從 2003 年的 71.8% 大幅降低至 2018 年的 53.7%，雖然仍是日本第一大通路，但占率已經減少 18.1 個百分點；相對而言，一樣維持在第二大通路的保險經紀人，其占率則自 6.7% 大幅提升至 17.8%，增加了 11.1 個百分比，成為保險公司自有業務員的最大威脅。

另外，郵局及銀行證券通路的占率均有提升，分別從 2003 年的 0.3% 及 1.7% 上揚至 2018 年的 4.2% 及 5.4%，在(二)保險商品別新契約占率變化中提到日本儲蓄險 2018 年占率不到 8% 的情況下，郵局及銀行證券這兩個金融通路所銷售的險種著實令人好奇，惟目前未有相關資料可供參考。

圖十一：日本通路占率比較圖



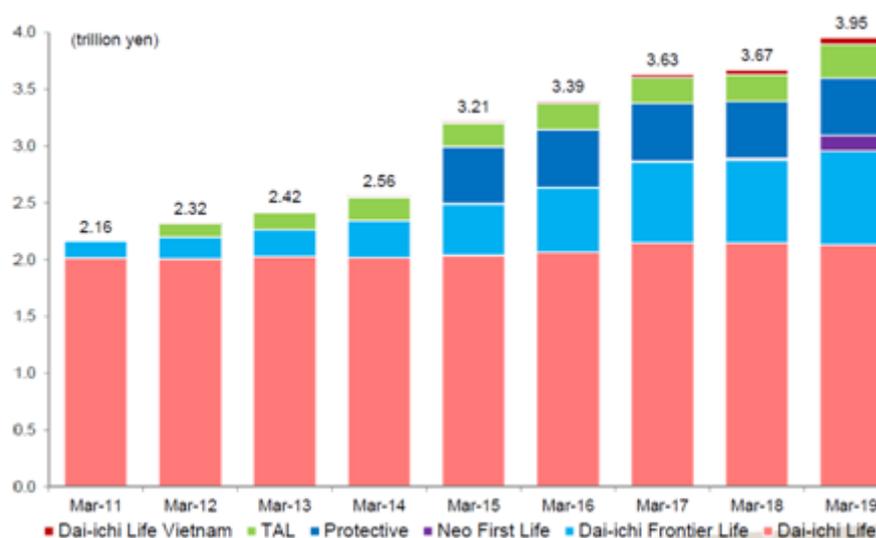
註：資料來源為 FALIA

三、 第一生命保險集團商品推展概況及通路策略

(一) 第一生命保險集團有效契約概況

第一生命保險集團有效契約年化保費逐年成長，從 2011 年的 2.16 兆日圓一路攀升至 2019 年的 3.95 兆日圓，其中第一生命保險公司本身大約都維持在 2 兆日圓的水準。其他新設立的國內保險品牌如 Dai-ichi Frontier Life 及 Neo First Life 之外，第一生命保險公司也致力於開拓北美以及東南亞如越南、緬甸等海外市場，近年來的積極發展，成為驅動整體集團保費成長的主要引擎。

圖十二：第一生命保險集團有效契約年化保費趨勢圖



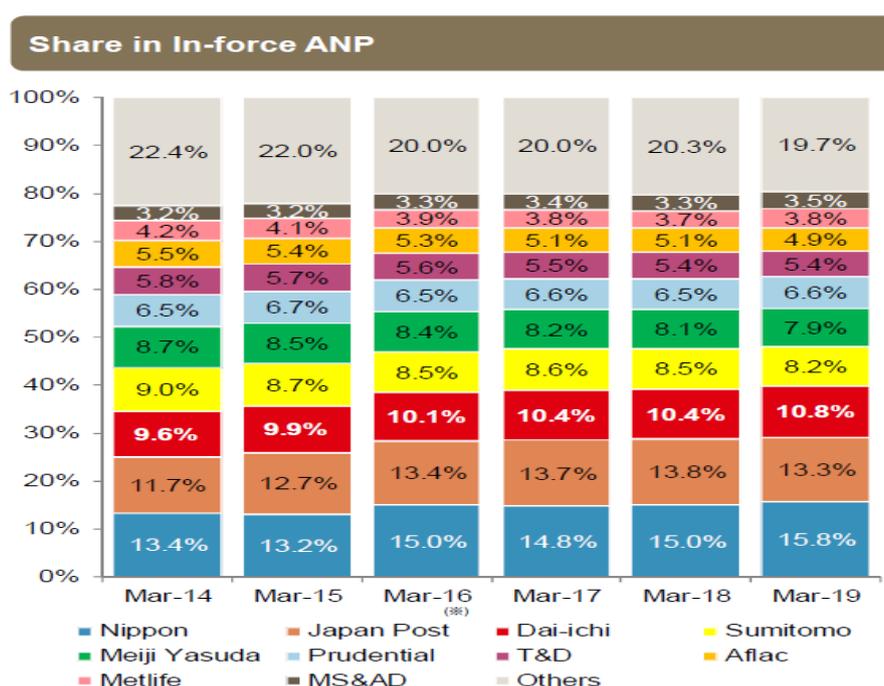
註：資料來源為 FALIA

(二) 第一生命保險公司有效契約占率

以 2019 年 3 月的資料來看，日本三大保險公司分別為 Nippon 保險公司、郵局以及第一生命保險公司，占率分別為 15.8%、13.3%及 10.8%。與 2014 年相較，前三大的保險公司排名並未改變，但占率卻都有所增加，顯示前三大保險公司在新契約的拓展上均積極搶攻市占，才能維持整體有效契約占率的成長，呈現大者恆大的趨勢。

第一生命保險公司有效契約占率自 2014 年的 9.6%穩定成長，在 2016 年占率超過 10%來到 10.1%，接續的兩年占率維持 10.4%，2019 年又成長至 10.8%。在前有強敵後有追兵的競爭激烈之中，第一生命保險公司並不自滿，而是積極拓展不同世代、不同族群的市場，不但在國內創立新的保險品牌(如 Dai-ichi Frontier Life 及 Neo First Life)，加上發展自身業務員以外的包含異業結盟或是保險經紀人，在日本國內保險的新契約市場中殺出重圍。

圖十三：第一生命保險公司有效契約占率趨勢圖



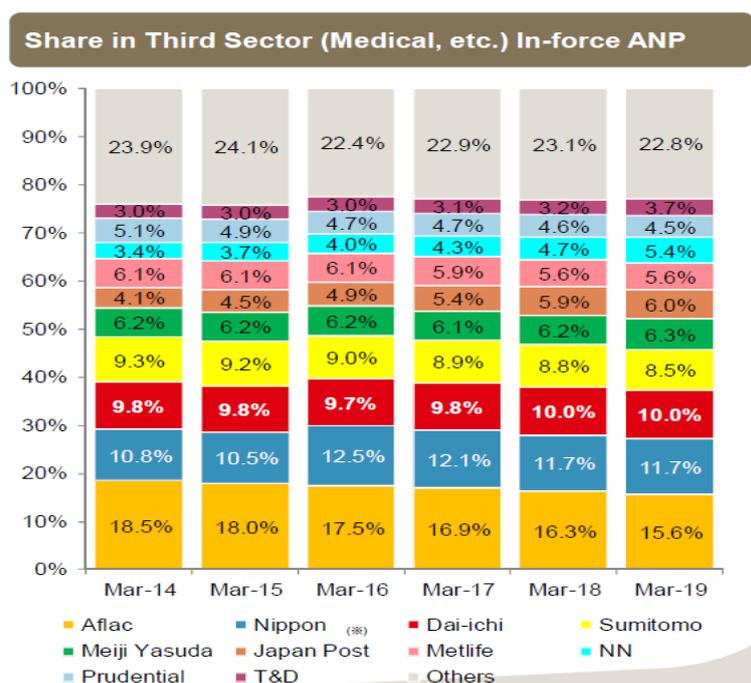
註：資料來源為 FALIA

(三) 第一生命保險公司醫療險有效契約占率

在醫療險的部分，日本市占率第一名的公司為外商：美國家庭人壽保險公司(Aflac: American Family Life Assurance Company)，這家以行銷見長的保險公司自 1970 年代即進入日本市場，是第一家獲得日本政府認證的外國保險公司。藉由該公司著名的企業行銷形象「吉祥鴨」，並就文化差異調整鴨子的叫聲及塑造符合日本人講求禮貌的民俗，成功的打敗日本本土保險業，在醫療險中獨占鰲頭。

除了 Aflac 之外，醫療險前三大占率的公司分別為 Nippon 保險公司、第一生命保險公司及 Sumitomo 保險公司，2019 年之占率分別為 11.7%、10.0%及 8.5%，自 2014 年以來這三大公司大致都呈現穩定的占率，無法出現較大幅度的成長率，應與醫療險商品本身並無儲蓄險可重複購買的特性有關。

圖十四：第一生命保險公司醫療險有效契約占率趨勢圖



註：資料來源為 FALIA

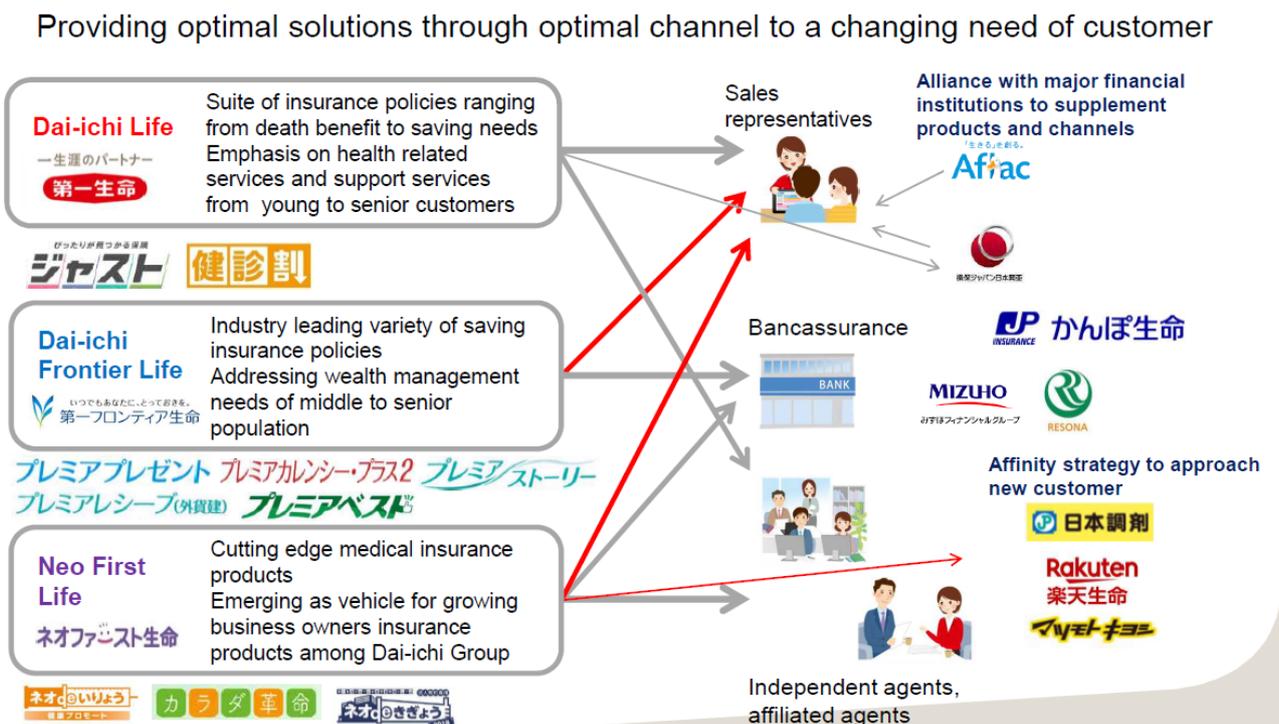
(四) 第一生命保險集團通路策略

第一生命保險公司積極拓展國內的市場，除了原有的第一生命老字號的招牌之外，為了吸引不同族群，包含中產階級、年輕人甚至是千禧世代的認同，第一生命保險公司另外設立了兩家保險公司：Dai-ichi Frontier Life 及 Neo First Life，針對各族群對於保險的需求，提供專業的保險服務。此外除了第一生命保險公司自己的業務部隊之外，同時也跟其他通路合作，擴充通路的廣度，提升第一生命保險集團整體的占率。

第一生命老字號招牌的部分，提供全方位的保障，包含壽險保障、累積資產及健康相關服務等，甚至與日本醫療險占率第一名的 Aflac 策略聯盟，以自有業務部隊為展業的主力，同時也跟保險經紀人合作，以多年的服務經驗及穩健經營的公司形象，鞏固既有的客戶群，產出穩定的新契約保費收入。

Dai-ichi Frontier Life 則以年紀較長的中產階級為主要目標，滿足該族群對於累積財富的需要，提供財富管理的服務。除了第一生命保險公司的自有業務部隊之外，Dai-ichi Frontier Life 也與銀行通路(包含證券通路)緊密的合作，替銀行通路的高資產客戶打造優質且客製化的財富管理計畫。

圖十五：第一生命保險集團通路策略發展圖



註：資料來源為 FALIA

至於 Neo First Life 之設立，主要鎖定年輕、網購以及千禧世代的族群，針對這些族群喜歡上網比價購物的習性，Neo First Life 除了與日本電商占率第二名的樂天公司合作，另外與藥局合作(日本醫院藥局分離的政策下，日本藥局與病人息息相關，直接接觸病人的情況下，推展醫療險的成功率不低)，透過異業結盟的方式，搶攻新世代族群保險的大餅。

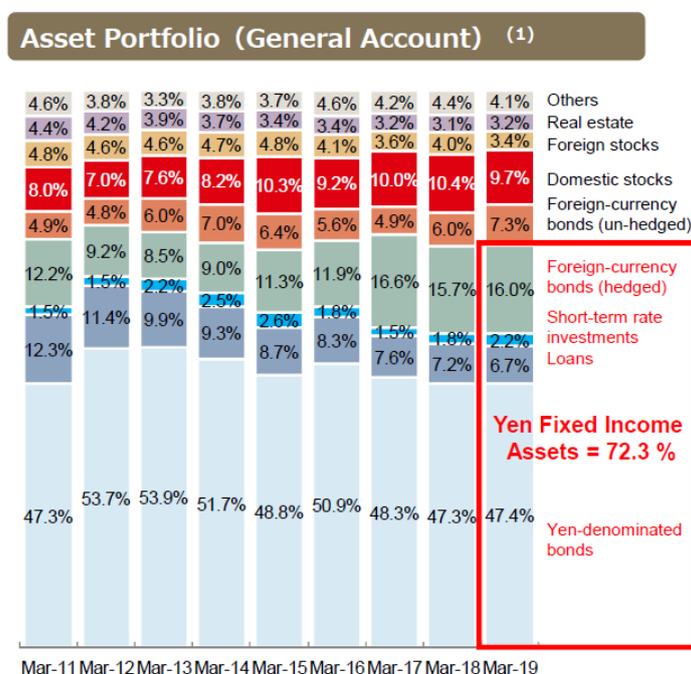
(五) 第一生命保險公司資金運用資產配置比率

第一生命保險公司的保險資金運用情形如圖十六，投資於包含日圓以及外幣的債券占率超過70%以上。其中幾乎一半的資金投資於日圓債券，2019年占率為47.4%排名第一，其次為外幣債券(已避險)，占率為16.0%，若加計未避險的外幣債券7.3%，外幣債券占率為23.3%排名第二。日本國內股票占率9.7%則排名第三，貸款占率6.7%為第四。

日圓固定收益類(包含已避險之外幣債券)資產占率約72.3%，若加計未避險之外幣債券，固定收益類資產占率79.6%將近80%，雖風險相對較低，但其收益率之水平高低是否能超過負債成本著實令人懷疑。尤其是日本長期處於低利率，而且日圓十年期公債的殖利率甚至在2019年5月以後長期處於負殖利率的狀態下，收益率的水準不太可能有突出的表現。

另一方面，第一生命保險公司投資國內外股票的占率大約在13%至15%之間，應不至於承擔過多的市場風險。推估第一生命保險公司的平均收益率應該是大於負債成本而產生利差益，其資產管理及投資組合管理的操作模式，應可提供我國保險業在資金運用上之參考。

圖十六：第一生命保險公司資金運用配置趨勢圖



註：資料來源為 FALIA

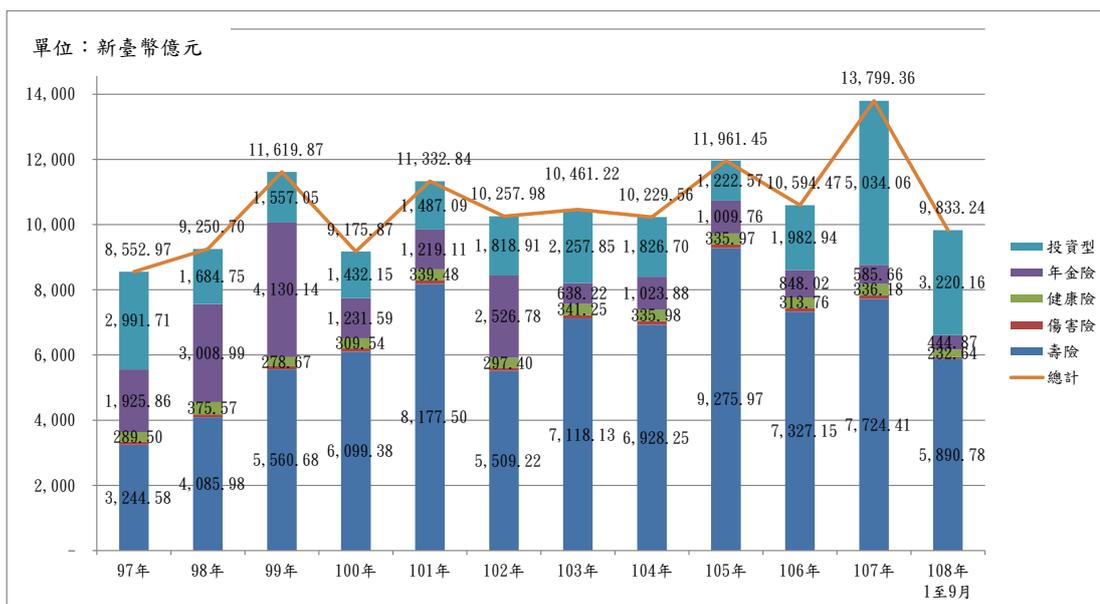
參、結論心得及建議事項

一、心得

保險業獲利的來源主要有三大塊：死差益、費差益以及利差益，在日本長期處於低利率水準的情況下，保險業要能賺取利差益並不是容易的事。因此，日本保險業儲蓄險的銷售，從早期將近 90% 的占率，自 1980 年代起占率開始大幅下降跌破 50%，近年來大都少於 10% 的占率，而以保障型商品為主要銷售之險種。日本經驗是我國保險業發展很重要的借鏡，以下就以我國保險業的相關數據進行分析。

以圖十七我國保險業初年度保費收入來看，自 99 年以來除了 100 年的初年度保費收入未達新臺幣 1 兆元之外，其餘各年度均突破 1 兆元的關卡，其中以 107 年 1 兆 3,799 億元為最高的初年度保費收入。108 年 1 至 9 月初年度保費收入也已經達到 9,633 億元的水位，應有機會挑戰去年的高點。

圖十七：我國保險業商品別初年度保費收入變化圖



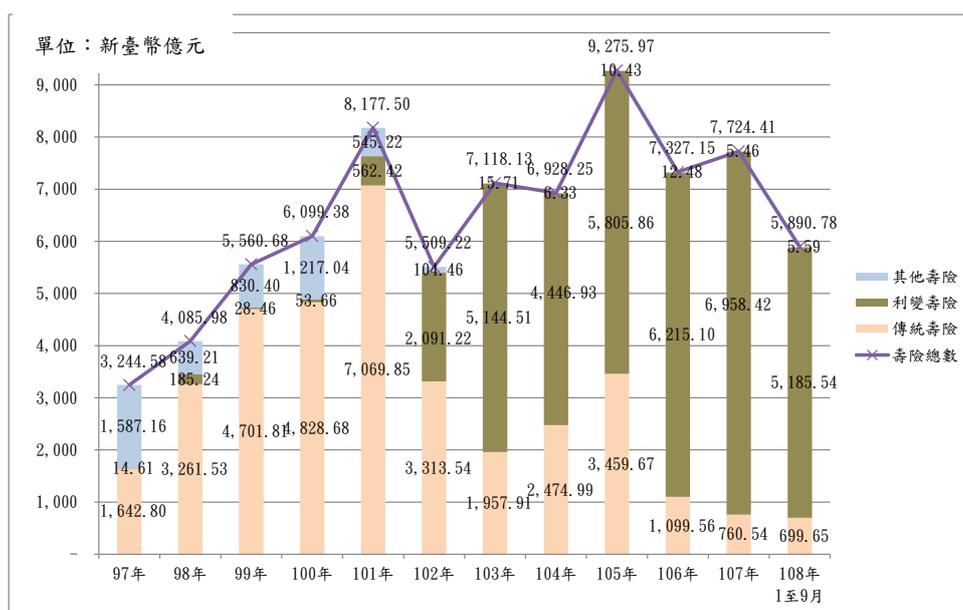
年度	97年	98年	99年	100年	101年	102年	103年	104年	105年	106年	107年	108年 1至9月
傳統壽險	1,642.80	3,261.53	4,701.81	4,828.68	7,069.85	3,313.54	1,957.91	2,474.99	3,459.67	1,099.56	760.54	699.65
利變壽險	14.61	185.24	28.46	53.66	562.42	2,091.22	5,144.51	4,446.93	5,805.86	6,215.10	6,958.42	5,185.54
其他壽險	1,587.16	639.21	830.40	1,217.04	545.22	104.46	15.71	6.33	10.43	12.48	5.46	5.59
壽險	3,244.58	4,085.98	5,560.68	6,099.38	8,177.50	5,509.22	7,118.13	6,928.25	9,275.97	7,327.15	7,724.41	5,890.78
傷害險	101.32	95.41	93.33	103.22	109.66	105.66	105.77	114.75	117.19	122.61	119.04	44.80
健康險	289.50	375.57	278.67	309.54	339.48	297.40	341.25	335.98	335.97	313.76	336.18	232.64
年金險	1,925.86	3,008.99	4,130.14	1,231.59	1,219.11	2,526.78	638.22	1,023.88	1,009.76	848.02	585.66	444.87
投資型	2,991.71	1,684.75	1,557.05	1,432.15	1,487.09	1,818.91	2,257.85	1,826.70	1,222.57	1,982.94	5,034.06	3,220.16
總計	8,552.97	9,250.70	11,619.87	9,175.87	11,332.84	10,257.98	10,461.22	10,229.56	11,961.45	10,594.47	13,799.36	9,833.24

資料來源：人壽保險業保費收入速報月報表

我國未定義並統計儲蓄險的初年度保費收入之數值，但其實大部分的壽險不論是增額壽險或是還本保險，大都具有儲蓄險的功能。因此若是將壽險視為儲蓄險來看，近年來分別由傳統壽險及利變壽險帶領整體保險業初年度保費收入的成長。97年至102年以傳統壽險為大宗，利變壽險則是自102年起有較大的發展，並自103年至目前108年都為市場主流。

壽險之初年度保費收入自97年的3,244億元大幅成長，101年受惠於傳統壽險的熱賣，初年度保費收入首度突破8,000億元。接續的幾年則是在對於升息的期待之下，市場主流轉為利變壽險，105年壽險之初年度保費收入9,275億元為近年來的最高水位。接續的兩年利變壽險持續獨占鰲頭，但壽險保費已略為下滑至7,000億元的水準。108年則是受到美國降息風向已轉的情況之下，再加上金管會的相關監理措施之實施，預估108年利變壽險以及整體保險業的初年度保費收入將首次出現衰退。

圖十八：我國保險業壽險商品初年度保費收入變化圖

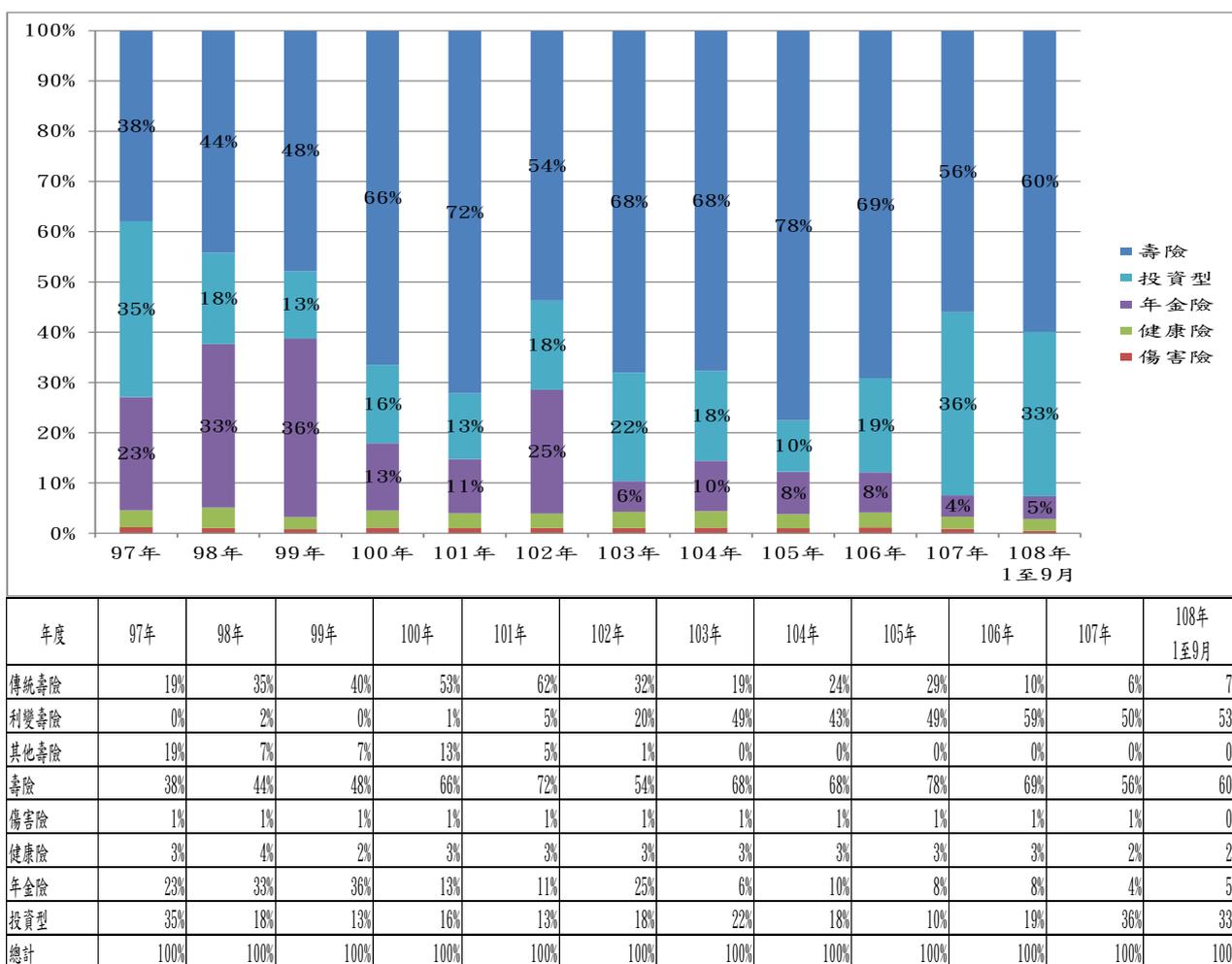


年度	97年	98年	99年	100年	101年	102年	103年	104年	105年	106年	107年	108年 1至9月
傳統壽險	1,642.80	3,261.53	4,701.81	4,828.68	7,069.85	3,313.54	1,957.91	2,474.99	3,459.67	1,099.56	760.54	699.65
利變壽險	14.61	185.24	28.46	53.66	562.42	2,091.22	5,144.51	4,446.93	5,805.86	6,215.10	6,958.42	5,185.54
其他壽險	1,587.16	639.21	830.40	1,217.04	545.22	104.46	15.71	6.33	10.43	12.48	5.46	5.59
壽險	3,244.58	4,085.98	5,560.68	6,099.38	8,177.50	5,509.22	7,118.13	6,928.25	9,275.97	7,327.15	7,724.41	5,890.78

資料來源：人壽保險業保費收入速報月報表

以各險種保險占率來看，自 97 年以來，壽險皆為占率第一名的險種，大約在 38%至 78%之間。第二名的部分則由投資型保單及年金險包辦，除了 98 年、99 年級 102 年年金險為占率第二之外，其餘年度第二名占率的險種皆為投資型保單。顯示保險的功能之於我國民眾而言，大多將保險視為儲蓄或是投資理財的工具，也因此造就了我國壽險滲透度連續十二年世界第一的紀錄。

圖十九：我國保險業壽險商品初年度保費收入占率變化圖



資料來源：人壽保險業保費收入速報月報表

此外，健康險的初年度保費收入則大約僅有 2%至 4%的占率，相較於日本近 20 年來都有超過 20%甚至 30%以上的占率而言，我國國人投保健康險的占率非常小。健康險及年金險都是提供面臨意外、疾病以及長壽風險的保障險種，我國保險業應加強推展是類商品。

二、 建議事項

探究保險業的經營理念，應是以大數法則為基礎，為保戶提供各項風險規避、提升保障的解決方案及各項服務。因此，保險商品的定價極為重要，直接決定了該檔商品的損益是獲利或虧損。

此外，保險契約之訂定多數為終身，此處該留意的是「終身」通常是指客戶的終身，但會不會保險公司的終身短於客戶的終身呢？我國保險業的發展歷史中，已經出現好幾家的保險業者經營不善的情況下，在保險安定基金接管與清理及可觀金額的賠付後，併入其他保險業。

穩健經營是一般社會大眾以及主管機關對於保險公司的期許，但若有業者將保險可運用資金投資於風險過大的資產，導致對於保戶未來的承諾無法履行，又得靠保險安定基金及大量賠付金額處理，這可不是主管機關所樂見的情況。

但，保險公司的獲利來源，大多以利差益為主，意即保險公司的資金運用得宜，報酬率得以超過負債成本。但這對於保戶而言，除非購買的是分紅保單，否則幾乎沒有好處。若是遇到風險資產價值的大幅減少，造成保險公司的虧損，甚至造成無法履行對保戶的承諾，保戶反而索賠無門，不但失去原本規劃的保障，甚至一生辛勤工作繳納保費的價值都化為烏有。

金融監督管理委員會（以下稱金管會）於 108 年 5 月舉辦「壽險業負責人座談會」，主要係金管會就外界持續關注壽險業之議題，在兼顧保險審慎監理、產業健全發展與及保障保戶權益的原則下，研議採取相關監理與配套措施。會議中針對壽險業調整商品結構、強化資本結構、提升業者資產負債面與匯率風險之管理機制，以及協助與督促業者順利接軌國際財務報導準則第 17 號「保險合約」(下稱 IFRS 17)等議題，提出相關因應對策措施。

金管會的座談會說明未來監理政策推動方向，其目的除了導正保險業應以推廣保障型商品之外，更重要的是因應 IFRS 17 的實施，要求保險業減少銷售短期儲蓄險、為去化資金轉往國外投資卻又造成匯損等連鎖效應，以期望達到穩健經營的目的。

本公司為國營壽險公司，更應戮力執行政府政策，因此，建議公司應以穩健經營為首要目標，並回歸保險的本質，以提升國人保障為志業，協助國人做好保險規劃，減輕政府以及社會的負擔，促進國人高齡且健康、優質的生活品質。