

## 日本市场的人寿保险营销体系 ---系列 2: 第二次世界大战后---

第二次世界大战结束后不久,一场严重的经济危机袭击了日本。很多保险单,由于投保人无法支付保险费而被解约或者失效。同时,对于人寿保险的需求也显著下降。加上战争的缘故,有待支付的巨额保险金及现有海外投资资产的流失,使许多保险公司陷入了严重的财政困难。

鉴于这种情况,政府为此颁发了一项重建保险业界的政策。根据这项政策,超过一定金额的保险金,保险公司可以延期支付;并且经过政府的批准,保险公司可以作为新的公司重新起步。如此,除了一家名为板谷人寿保险的小规模公司以外,其他股份保险公司都在 1948 年 3 月之前改组为相互公司并且重新开业,在这之后不久,板谷人寿保险公司则更改社名,以平和人寿保险股份有限公司重新开业。

此外,政府针对诸如订价以及保险单红利分配等保险业务的经营活动实施了严格的规定。这意味着不论低保费保险单还是高红利保险单都是明令禁止的。换言之就是禁止保险公司相互间进行价格竞争。另一方面,市场对低保费保险商品的需求越来越大,这一点显现在邮政简易保险业务的普及程度上。

为了应对商业环境上发生的变化,各家人寿保险公司都对产品政策和营销体系进行了战略性改革。首先,他们开始重视月缴保险单的销售。虽然战前就已经开始销售月缴保险单,但当时的销售情况并不乐观。而战后这种类型的保险产品很受欢迎,至 1950 年后期市场占有率已上升到

60%。就当时日本家庭的经济状况而言,这种类型的保险产品最适合投保人的需求。但是这种类型保险单销售得越多,意味着保险公司需要更多的人力来处理每月保险费的收取业务。

前次报告中有提到,战前除了第一人寿保险公司,其他的保险公司都让代理人承办保险费的收取业务,并从收取的保险费中抽取 3-5%作为佣金。战前保险费的支付一般都是半年缴或年缴,且大多都是高额保险费。此外战后一些代理人由于个人原因无法继续经营保险业务。基于这些情况,很多保险公司着手改变销售渠道,开始扩大实施兼职业务员制度。

初期阶段,很多保险公司招聘了一些兼职业务员专门负责收取保险费,而这些兼职业务员大多是战后的寡妇。因此,这项工作对于既无学历又无特殊技能但又要养家糊口的寡妇来说,是非常有吸引力的。然而兼职员工中有许多非寡妇,仅是为了赚取额外收入贴补家用。



战前日本第一人寿保险公司的业务员

*Premiums Collection*

Source: 100 Years of History of NISSAY,



随着月缴保险单的销售业绩的持续上升,人寿保险公司开始委托兼职业务员来代理销售保险单。即当时美国保德信人寿保险公司推出的所谓“保险单销售与收费体系”。这个“保险单销售与收费体系”在1951年最先由明治人寿保险公司导入,到1950年代后期几乎被所有国内的人寿保险公式采用。

“保险单销售与收费体系”的销售人员多半由女性职员组成。这也许与薪酬的结构有关,即工资是由佣金和固定工资构成,而佣金占了工资的大部分。如果让一位男性职员从事业务员工作依靠如此不稳定的收入来养家糊口是非常困难的。事实上,日本经济自1950年代后期进入高速增长期以来,社会上就有大量的提供固定月薪甚至更高薪水的就业机会。

未完待续

※ 以上,是根据姜英英女士(一桥大学商学博士)的英文版的论文,由本财团译成中文。

原文献请参照 [http://olis.or.jp/e/pdf/asia\\_report0002en.pdf](http://olis.or.jp/e/pdf/asia_report0002en.pdf)