

運用戰略

가

가
規制障壁

活性

化

1.

가. 法的 · 制度的 課題

1) 價格自由化

가

가

40).

가

價格自由化가

가

EU

3

(EU's third life and

40) 1995 6
分野 消費者動向

(Swiss Re UK)

家計保險

76%가

가 가

55%

20%

non-life directives)

가

,

가

.

料率規制

.

가

가

直販保險會社 價格競爭力

41).

手數料 排除

事業費 切感

選別引受

가

가

42)

가

TM

가

가

,

가

가

41) David Turner(1995), p.24.

42) 156 1 4

가
가 TM

2) 請約書 自筆署名問題

가
가 口頭契約
效力

가
가
가 保險金額
不要式 諾成契約 (638)⁴³⁾.
DM TM PC
가

44 , 가
가 署名捺印 ,

43) 5 3 2 가

6), 가 (6 4 ,
要式契約

(731 1).

(), , FAX,

, FAX,

가 , ,

, , ,

, .

가 가

請約書作成

가

, ,

44).

1998

電子商去來基本法

電子署名法

3) 保險料 決濟方法 自由化

PC

가 .

44) 가

FAX

, .

1987

가

TM

가,

保險料決濟方法 多樣化

TM

PC

가

電子支拂制度 導入

4) 非正規 職員

活用

144

臨時職

囑託職員

가

가
TM 가 가 價格優位
TM
가

45)

教育 強化

5) 顧客情報 活用問題

가 顧客情報 入手經路

가

가

가

DM TM

45)

158

無過失損害賠償責任

가 , ,

TM TM
個人 私生活侵害

46), 47)

TM , 가

25 48)

(,)

46) 1991 (TCPA : Telephone Consumer Protection Act) , 1994 .

(TCFAPA: Telemarketing and Consumer Fraud and Abuse Prevention Act), 1995 (TSR : Telemarketing Sales Rule)

1995

, 가 , 가 (8 9)

47) 1996 5 22 ('96.11.21.)

가 8

48) 同條 “ 가 가 , ”

TM

가

가

가

24 49)

가

顧客情報 保安維持

가

가

가

49) 個人信用情報

1

1.

信用去來關係 設定 維持與否

2.

3.

4.

課稅資料

5.

6.

가

가

6) 通信下部構造 情報技術

PC

政府 技術支援政策

・ 保険會社

運用戰略

TM

가

TM

TM

TM

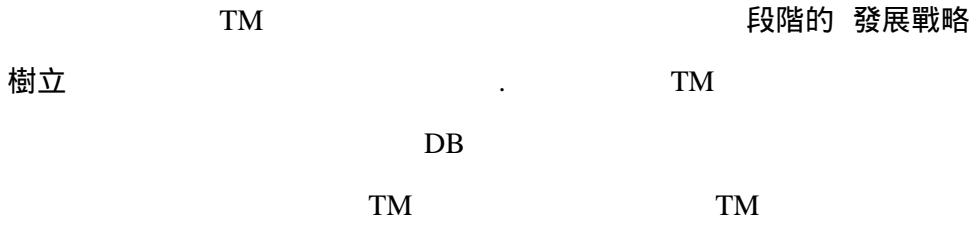
가

TM

TM

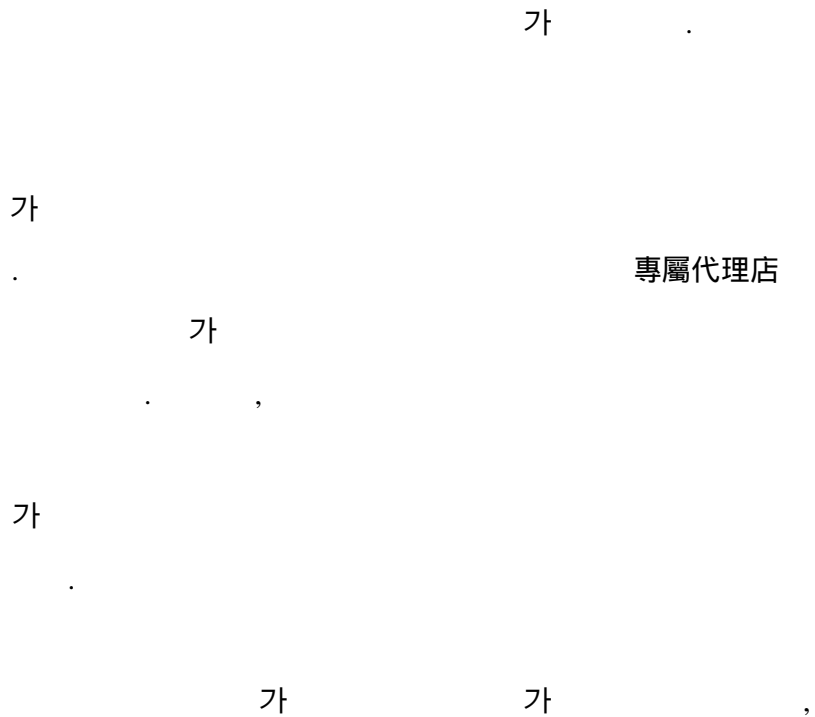
保險種目別 營業組織體系

TM



差別化 營業戰略

1) 顧客特化戰略



1994

1.6%,

7.8% 1,100 £

. Direct Line社

廣告宣傳費

TV

50)

가

TV

가

TV

가

가

가

PC

가

TM

TM

契約締結率

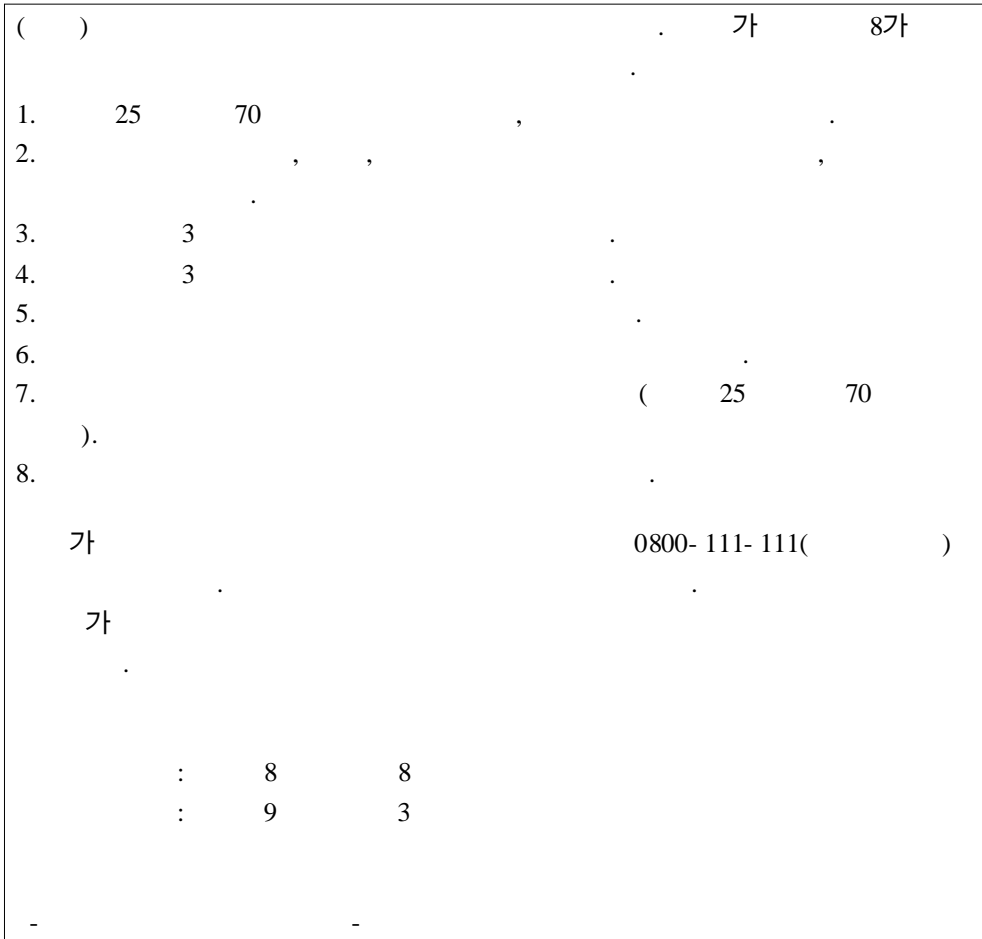
<圖 -1>

가

50)

3

<圖 - 1> 英國 直販保險會社 廣告 事例



資料：日吉信弘，『直販保險會社』，保險毎日新聞社，1996.

가

가 . ,

廣告內容 設計 商品案内書

가

3) 顧客 DB(Data Base) 構築

TM TM

TM

DB DB

가 가

TM 가

市場細分化 標的市場選定

51)

가 DB

DB가

가

内部情報源泉

가 , , , ,

51)

1:1

가 , , , , 基

本의 人的事項 保險加入與否

가 가

DM TM

가 (,

1996).

, 가 , 가 , 가
 . 外部情報源泉 가
 .
 TM 가 . TM DB
 DB 가
 가 . , . 가
 , 가 , , , TM
 (segmentation) .
 DB 가
 ,
 .
 , ,
 , 新商品
 専用商品 目標市場選定

4) 連繫販賣 強化

DB

TM

가

가

連繫販賣活動

가

가

(life-stage)

가

가 가

가

5) 市場細分化

가

가

52). TM

가 優良

契約者

TM

(半直販化)

가

TM

가

가

TM

可望顧客

가

,

52)

生保社

Prudential

Direct社가

2

1995

(, 1996).

가

가 가

가

가

가

가

가

가

가

가

가 가

TM 가

가

가

가

가

가

費用補完性

53).

54).

가

가

가

가

53) (1994).

54) (1996).

, 가 가
(risk survey),
(loss prevention)

55).

6) (tele marketer)

TM DM PC ,

保險募集人資格 가
TM

提高 報償制度가 動機誘發 生産性
가 . TM
가

가

가

가

55) (1996).

TM 가

가

가

TM

TM

가 收益改善

2.

가. 法的 · 制度的 課題

1) 銀行 保險窓口販賣 問題

“

가

”

가

가

가

가

2) 金融持株會社制度 早期導入

大企業 經濟力 集中

가

50%

純粹持株會社⁵⁶⁾

50%

가

가

1997 6 獨占禁止法

57).

56)

事業內容

8

1

柱式 所有

57)

1997 12

「持株會社 設立 禁止 解除 金融

가

競爭制限行爲

「 」 「 」

가

金融業構造改編

1997

2000

가

가

IMF

가

가

金融持株會社

가

關係法律 整備 法律」
가

가
 金融産業 構造調整

<表 -2>

<表 -2> 子會社方式 持株會社方式 長短點比較

· ·	· · · ·	가
· · · · · ·	· · · · · ·	가 가 가 가 가 가

・ 保險會社

對應戰略

1) 銀行 業務提携

商品開發提携
が

が

が

が

が

が

性

が

が

収益性 保障
複合商品 開發
稅制支援與否が

既存顧客 店鋪網

가

(firm banking system)

가

가

가

가

2) 綜合金融化

能動的 對應

列舉主義(positive system)

金融産業間 分業主義 原則

兼業

」

1997

12

16

」

가

」

3

21

가

가

子會社

銀行持分
金融持株會社

58)

가

競爭優位分析

收益性分析,

市場規模

市場成長性

가 가

가

58)

(1997)

(1997)