

· 保險商品 開發 理論的 考察

1. 保險商品 定義 週期

가. 定義 特性

1) 定義

保險商品(insurance product) ,
 , 經濟財貨 效用性 不足性 , 保險料
價格 市場 交換 .
가 投入(input) 產出 結果物(output)

. (1997)⁴⁾ 가

가

保險證券 保險約款

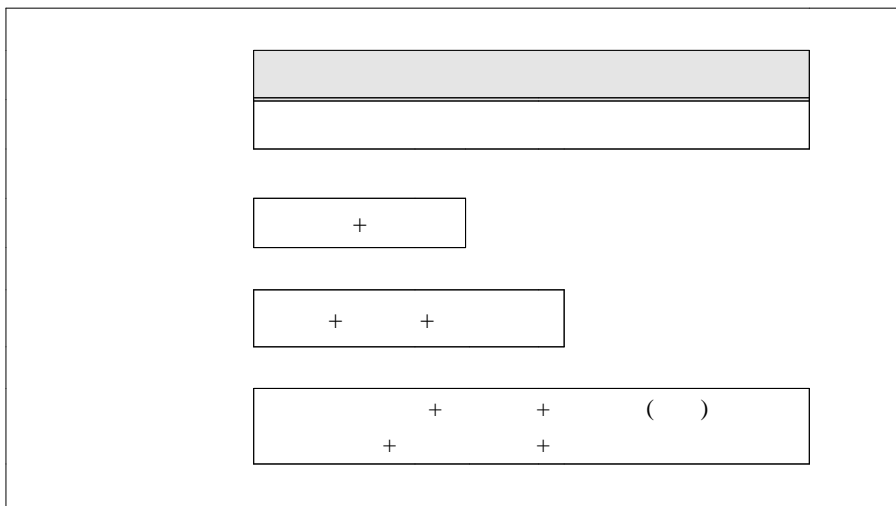
5).

4) , 「
」, , 4 , 1997, p.6.

5) , 「
」, , 1998, p.142.

狹義 廣義, 現代的 意味 定義
 保險約款 保險料率 局限, 廣義
 保險約款, 保險料率, 事故發生時 損害查定
 保險金支給 全過程 包含 6). 狹義 定義
 廣義 意味
 範圍が 擴張 短點
 諮詢
 不分明, 商品開
 發 營業戰略, 保險規制 相異

< 2-1 >



: Röhr, W., , p.93.

6) Röhr, Wolfgang, "Perspektiven der Produktgestaltung in der Versicherungswirtschaft", *Handbuch Management Versicherungsbetrieb*, 1995, p.93.

2)

保險商品 製造商品

， 無形 商品 經濟財 ， 高級財

， 情報 結合 ， 統計

集積 必須的

， 大量生産 가 ， 模倣 가

， 顧客 說明 必要 ， 情報 公示機能

， 保險契約期間 有效

， 監督機關 認可⁷⁾

가

· 週期 (cycle model)

製造商品 가 生成 消滅 週期

가

保有契約高(portfolio) 新契約 增加 解約 滿期契約

7) 가 ， ،

 : 5 3

가

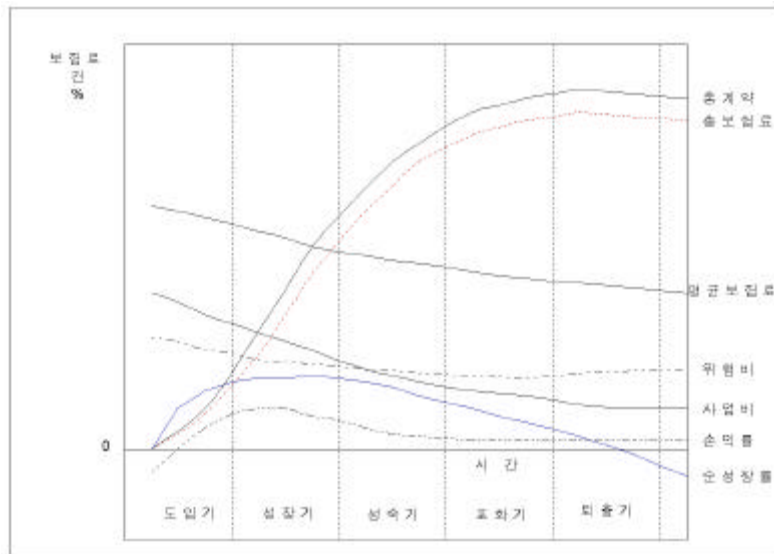
8).

需要豫測

, 制度 經濟環境 變化 外的 要素⁹⁾

, 成長期 導入初期 市場 退出

< 2-2 >



: Farny, D., *Versicherungsbetriebslehre*, 1995, p.345.

8) Farny, Dieter, *Versicherungsbetriebslehre*, Karlsruhe, VVG, 1995, p.345.

9)

IMF

가

1) 導入前段階

2) 導入段階

가 가 가
 가
 危險費用(risk cost)
 事業費用
 (operating expense cost)
 가 가 가

3) 成長段階

收入保險料
 成長期 契約滿期
 純保有契約 増加 , 收入保險料 가
 競争社 後發社 類似商品 競争 保險料率 引下
 가 效率的 危險管理가
 險出再 減少 再保險 가

危險費用 緩慢 減少 .

4) 成熟, 飽和 退步段階

가 純保有契約
全體 保有契約 成長 緩慢 成長 . 退步段階 滿期契約
解約 新規契約
顧客 保險契約者 需要가 ,
競爭社 市場占有率 增加 가 .

純保有契約 減少 , 不良物件
期待損失 增加 危險費用 增加 .
가 保險料率
持續的 引下 .

5) 退出段階

市場 需要가 保險商品 退出週期 一定
模型 .
가, 補償內容 擔保條件 一部 變形 商
品 對替 가, 가
가
長期性 保險 .

2. 保險商品開發 戰略

가. 規制緩和 保險商品開發 關係

1) 競爭強化

規制緩和(deregulation), 自由化(liberalisation)
가 . OECD 가
가 .
事前的 規制 緩和 , 財務規程
事後規制가 強化 . 支給餘力規程
가 ,
가 .
市場進入 10). 가
商品 料率 差別화가
가
, 商品 料率 非公式的
談合 存在 .

10) 300 가
가 가

非公式的 談合

가

가

2) 料率競爭 本格化

가

過當競爭

適正價格

營業收益

保險引受(underwriting)

保守的 運營

危險集團(不良

物件)

保險引受 拒否

競爭的 料率引下, 事業費

減少 保守的 保險引受 政策

3) 新商品 開發 促進

가

特定顧客層 對象

特化商品 開發

特別約款

擔保對象

料率 細分化

가

革命的

(revolutionary) 新商品 開發

發 11). 進化的(evolutionary) 商品 開
 가 , 小型保險社 大型社
 , 가 規格化
 , 注文型商品(tailor made)
 . 全危險擔保商品(all risk
 policy) ,
 . 不景氣時代
 全危險擔保商品 가
 가 .

· 開發

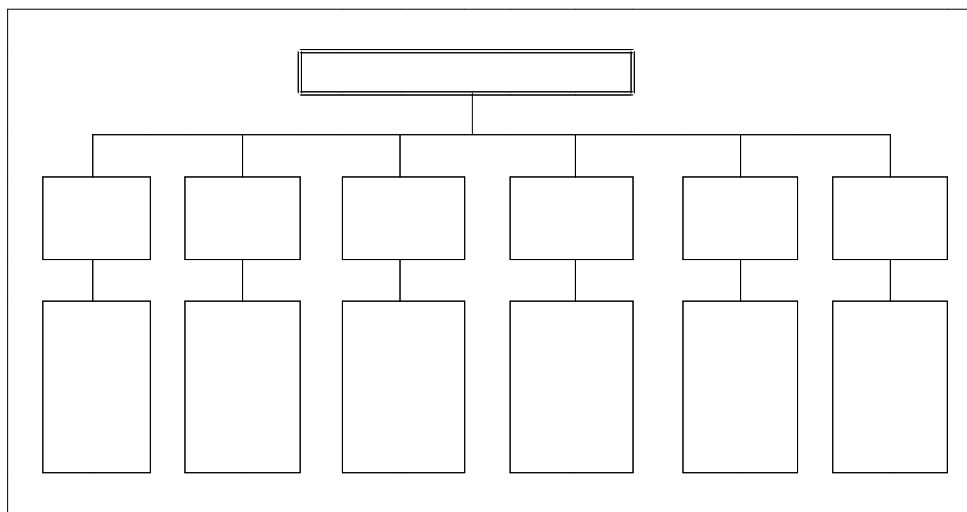
12), (development system)
 13)
 4 ,
 效率性(efficiency) 經濟性(economy) . 4

11) Stephan Nyfeler, An International Comparison of Product Concepts, *Japan Insurance News*, January-February 1995, p.32.
 12) , , 1981.; , , 1997.
 13) Larry Stern, "Product Development Efficiency", Towers Perrin Co., *Emphasis*, Sept. 1997(www.kinsleylord.com/index.html).

段階, 檢討段階, 分析段階, 企劃
結果分析段階 .

1) 必要條件 分析

< 2-3 >

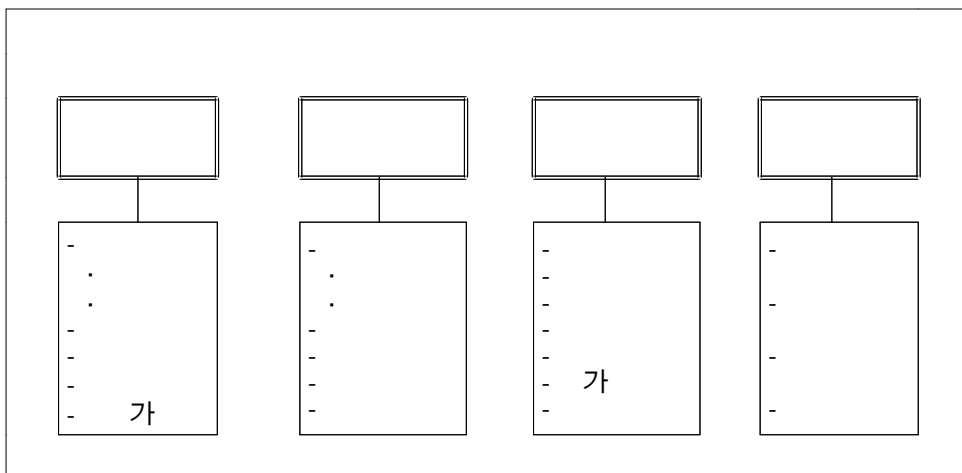


: Koppelman, U., , p.303.

. 人的資源 , , , ,
 ,
 . 物的資源 , PC
 , , , ,
 , , , .
 組織要因 가 ,
 . 時
 間要因 , , ,
 . 空間要因
 , , , .

2) 段階別 分析

< 2-4> 4



: Larry Stern & David G. Whittemore, , 1997, p.1 6.

(가) 開發 檢討段階 (project nomination)

顧客層 販賣可能性 利益創出
顧客需要가 考慮
(item),
顧客層
가 營業一線
標準商品, 特定顧客 一般大衆
高價商品, 短期性 商品 特化商品, 低價

() 保險數理 經濟性分析段階 (actuarial & economic analysis)

가
商品構成要素
市場調査가 販賣可能性
가

14) 自社 商品開發能力
 , 用役
 經驗統計資料
 專
 門 料率算出機關 , 再保險社 料率 求得
 가
 , 가 販賣可能性,
 市場競爭力, 經濟性
 가

() 企劃 (project management) 段階

가
 14) 가
 , , 가 가

가 가 . 商
品販賣準備(go-to-market)課程

가 가

() 結果分析 (analysis of results) 段階

가가

가

가

가

가

가

· 開發 戰略

1) 潛在力 分析

“强·弱 分析法”

6

人的構成, 組織構成, 物的構成 保險商品 開發

資金力,

企劃力

潛在力 要素

計量化

가

가

低價

大量生産

가

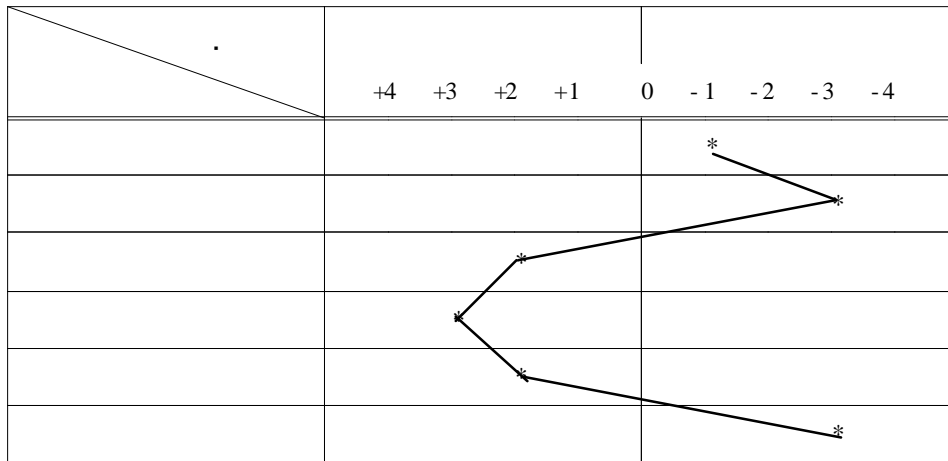
特定顧客

特化商品

가

가

< 2-5 >



2) 需要層 決定

가 窮極的 目的 利益創出

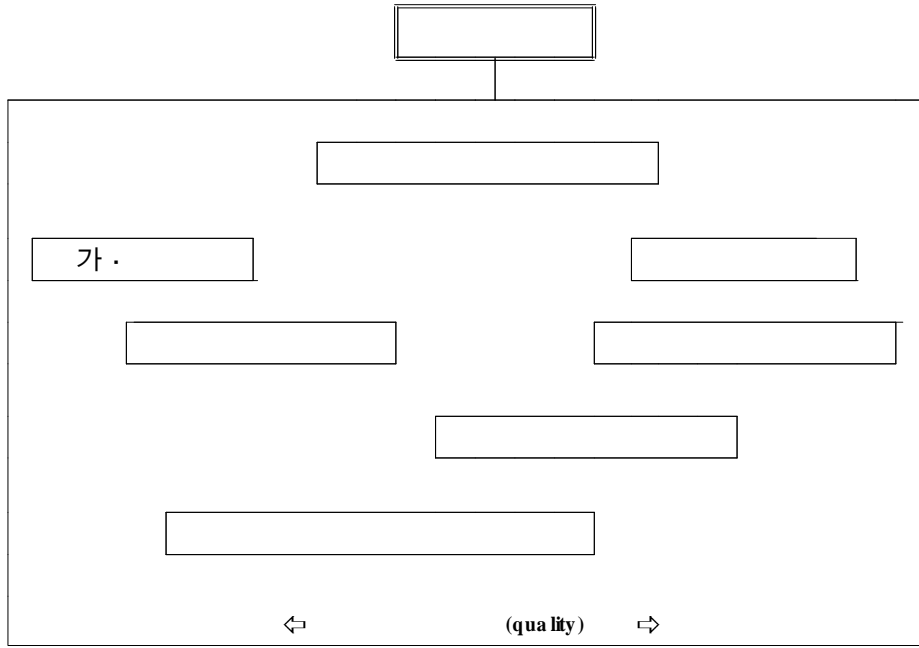
가

主力商品, 低價 高價商品, 標準

商品, 特化商品, 開拓商品, 模倣商品 15).

15) Koppelman, Udo, "Marketingüberlegungen im Versicherungsbereich", D. Farny und die Versicherungswissenschaft, 1994, pp.298 301.

< 2-6 >



: Koppelman, U., , p.298.

商品 . 固定的 販賣가 가 自社 主力
 , 가
 , .
 保險需要層 保險商品 大量生産 가 , 規模 經濟가
 保險料率 策定 .
 가 , .
 가 가 , 가
 , , .

, 標準的 商品 . 가
 가 . 가
 , .
 , 가
 . (me-too) . 가 가
 , 가
 16).

3) 五角形 (pentagon) 戰略

. 競爭社 保險商品 差別化 試圖 ,
 商品 模倣 開發 가
 가
 5 五角形 .
 價格 , 保險料가 適當 가, 商品運營 安定的 가, 商品
 構成 說明 單純 가, 商品性格 現代的 時代 符應
 가, 商品開發期間 , 商品 適期 市場 供給 敏捷性
 가
 , , A 가 가
 가 ,

16) , .

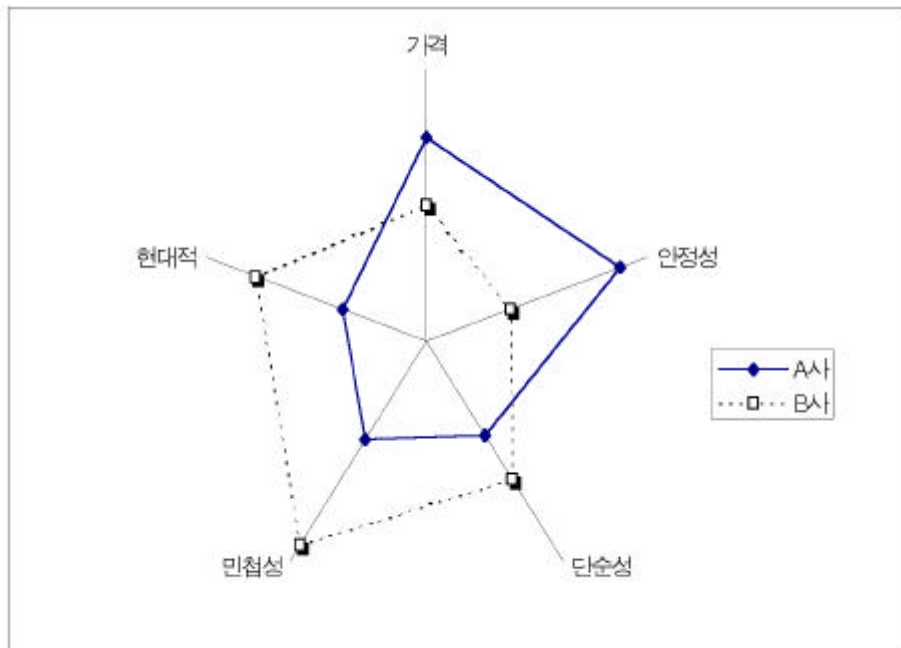
B 가

A

가

가

< 2-7 >



: Koppelman, Udo, "Marketingüberlegungen im Versicherungsbereich", D. Farny & die Versicherungswissenschaft, 1994, p.298.