

آشنایی با بازار بیمه ژاپن

های اشخاص که تأمین آتیه می کند.

در سال ۱۹۸۸ سهم بیمه اتومبیل ۳۸ درصد در حالیکه سهم بیمه حوادث اشخاص ۳۳ درصد از کل حجم حق بیمه بوده. حق بیمه بیمه حوادث اشخاص بخصوص شاخه بیمه های مستقیم هم اکنون بطور چشمگیری افزایش یافته و نسبت به سال ۱۹۶۸، ۱۸۲ برابر گردیده است. علت اصلی این افزایش معرفی انواع خاصی از بیمه های اشخاص که خصلت پس اندازی دارند در اواسط دهه ۱۹۷۰ می باشد. موفقیت شایان توجه این بازار معرفی بیمه های از نوع پس اندازی است که توزیع مجدد پس اندازهای مردم در این نوع بیمه ها بین افراد آسیب دیده از حوادث بیمه شده است که این رقم در سال ۱۹۸۷ بالغ بر ۴۰ درصد کل حجم حق بیمه بازار بوده است. بازار بیمه ژاپن وابستگی شدید به فعالیت در رشته بیمه های اشخاص دارد بطوریکه هم اکنون ۷۰ درصد کل حق بیمه بازار متعلق به این بخش است. در حال حاضر ۲۴ شرکت بیمه داخلی (شامل شرکتهای خارجی آنها) و ۳۳ شعبه شرکت های بیمه خارجی که عمدتاً شرکتهای بزرگ دنیا هستند در بازار بیمه ژاپن فعالیت دارند. سهم شعبات شرکتهای خارجی تنها ۸ / ۲ درصد کل بازار با حجم حق بیمه ۱/۷ میلیارد دلار است. برای یک شرکت خارجی به آسانی مقدور نیست که در بازار بیمه یک کشور دیگر موفقیت بزرگی را کسب کرده و از ثبات و رشد کافی در بازار کشورهای بیگانه برخوردار شود در صورتیکه در ژاپن این کار عملی شده و شرکتهای خارجی موفقیت چشمگیری را در این بازار نصیب خود گردانیده اند. برای مثال

بازار بیمه ژاپن دومین بازار بیمه ای دنیا بعد از ایالات متحده آمریکا است. این بازار بیش از ۲۲ درصد از کل حجم حق بیمه جهان را به خود اختصاص داده و این رقم در سال ۱۹۸۷ به ۲۴ میلیارد دلار در هر دو بخش فعالیت بیمه ای اشخاص و اشیاء رسید. ولی قسمت اعظم حق بیمه متعلق به بیمه های زندگی است که در کل جهان ۳/۷ درصد آن به ژاپن اختصاص دارد و این کشور در رده اول قرار دارد در حالیکه در قسمت بیمه های غیرزندگی یا بیمه های اموال ژاپن با دارا بودن ۱۲ درصد از کل حق بیمه جهانی در ردیف دوم بعد از آمریکا که ۴۶ درصد از حق بیمه جهانی را دارد قرار گرفته است مشاهده می شود که در بیمه های غیرزندگی ژاپن بعنوان دومین بازار با اولین بازار جهانی که ایالات متحده باشد فاصله زیادی دارد. اختلاف عمده ای بین فعالیت بیمه های زندگی و غیرزندگی در بازار ژاپن مشهود است بیمه های زندگی یا اشخاص با حجم حق بیمه ۱۷۸ میلیارد دلار در مقایسه با ۶۳ میلیارد دلار حجم حق بیمه بیمه های غیرزندگی یا اموال نشانگر مآل اندیشی و فرهنگ مردم ژاپن است که به بیمه های عمر بعنوان پس انداز و پشتوانه ای برای روزهای مبادا می نگرند. بیمه های غیرزندگی با رشد ثابت و مدام آن که افزون بر رشد درآمد ناخالص ملی است نشان دهنده ثبات رشد فعالیت صنعت بیمه در مقایسه با سایر صنایع است. رشد بازار بیمه ژاپن ناشی از رشد اقتصادی این کشور هست ولی دو عامل عمده در پیشرفت اخیر این صنعت سهم بسزائی داشته اند این دو عامل عبارتند از : ماشینی شدن زندگی مردم و خصلت پس اندازی بیمه

های معقول در دسترس همگان در همه اوقات شود .

موقعیکه ما بازار بیمه ژاپن را با بازار بیمه ایالات متحده آمریکا مقایسه می کنیم برعکس آمریکا در ژاپن نشیب و فراز و ورشکستگی شرکتهای بیمه و مشکل خاصی را مشاهده نمی کنیم تنها یک مورد مشکل کوچک در سال ۱۹۶۹ در ارتباط با فعالیت شعبه یک شرکت خارجی وجود داشت که آنهم در برابر حجم و بزرگی فعالیت صنعت بیمه این کشور قابل اغماض است . در این کشور چهار قانون در مورد اشتغال به حرفه بیمه گری بشرح زیر وجود دارد .

۱ - قانون بیمه گری .

۲ - قانون نحوه فعالیت بیمه گران خارجی .

۳ - قانون کنترل و نظارت بر مؤسسات بیمه .

۴ - قانون مربوط به تهیه کنندگان نرخ بیمه

های غیرزندگی .

قانون بیمه گری در مورد شرکتهای بیمه داخلی اعمال می گردد . در حالیکه قانون مربوط به فعالیت بیمه گران خارجی درباره شرکتهای خارجی که تمایل به فعالیت در بازار ژاپن را دارند اعمال می شود .

دو قانون فوق الذکر تفاوت بسیار جزئی با هم دارند نحوه کنترل و نظارت برای هر دوی بیمه گران داخلی و خارجی یکسان است تا بیمه گذار اطمینان حاصل نماید که سرویس و خدماتی که هر دو گروه ارائه می نمایند در حد استاندارد مورد نظر می باشد . شرکتهای خارجی حق انتخاب دارند که یا یک شرکت جداگانه وابسته به شرکت مادر تأسیس نمایند و تابع قانون نظارت بر فعالیت مؤسسات بیمه داخلی شوند یا اینکه اقدام به تأسیس شعبه کنند که در اینصورت تابع قانون نظارت بر فعالیت مؤسسات بیمه خارجی خواهند بود . مجدداً یادآوری می شود که اداره امور و نظارت بر فعالیت صنعت بیمه بعهدہ وزارت دارائی است بنابراین باید بموجب مقررات تنظیمی از طرف این وزارتخانه به ثبت رسیده و بر اساس قوانین و مقررات نحوه نظارت بر امور شرکتهای بیمه فعالیت نمایند . تعیین نرخ بموجب

شرکت AIG موفق شده که حق بیمه های صادره خود را در ژاپن به ۱/۳ میلیارد دلار رسانیده و ۸۰ درصد حجم فعالیت شرکتهای خارجی را به خود اختصاص دهد . این موفقیت را این شرکت مدیون ۴۰ سال فعالیت خود در ژاپن و ابتکارات و نوآوری های خود بعنوان محصولات جدید در بازار بیمه ژاپن بدست آورده است بطوریکه هم اکنون موفقیت شرکت AIG در بازار بیمه ژاپن سرمشق و الگوی خوبی برای فعالیت سایر شرکتهای بیمه خارجی در این کشور گردیده است .

در کشور ژاپن فعالیت مؤسسات بیمه تحت کنترل شدید وزارت دارائی است . کنترل و نظارت وزارت دارائی بر کلیه فعالیت صنعت بیمه از صدور مجوز گرفته تا کنترل نرخ ها و شرایط ، آئیننامه ها کنترل دارائی و سرمایه و ذخائر قانونی ، پرتفوی و ترازنامه و حتی تعیین نام شرکتهای حاکم است .

شرکتهای بیمه ژاپنی باید رشته اصلی فعالیت خود را نیز در نام خود مشخص نمایند . وزارت دارائی حداقل هر سه سال یکبار تک تک شرکتهای بیمه را حسابرسی می نماید این نوع حسابرسی قابل مقایسه با نوع حسابرس جامع و کاملی است که توسط سازمان نظارتی دولت آمریکا بر شرکتهای بیمه در آمریکا اعمال می گردد .

وزارت دارائی هم چنین در مقاطع مختلف و هر زمان که لازم تشخیص دهد از شرکتهای بیمه گزارشات مالی جهت اعمال نظارت و تنظیم قوانین و مقررات جهت هماهنگی فعالیت بیمه گران دریافت می کند . نظارت بر فعالیت صنعت بیمه در ژاپن بمنظور حفظ سلامت بازار و حفظ ثبات حرفه بیمه گری در این کشور است . مقامات مسئول ژاپنی اعتقاد دارند که مشتریان بیمه و بیمه گذاران زمانی در درازمدت از خدمات بیمه ای بنحو مناسب بهره مند خواهند شد که صنعت بیمه سلامت حرفه ای و رشد ثابت و مناسب خود را با هزینه و حق بیمه های معقول حفظ نماید . بنابراین تلاش بیمه گران باید معطوف به ارائه پوششهای مناسب بیمه ای با حق بیمه

شرکتهای مستقل و وابسته و شعبات و نمایندگی خود فعالیت دارند ولی فعالیت آنها در بیمه های مستقیم تقریباً از ۴۰۰ میلیون دلار تجاوز نمی کند اگر به این رقم درآمد ناخالص حق بیمه های اتکائی شرکتهای ژاپنی را اضافه نمائیم به رقم ۱/۶ میلیارد دلار خواهیم رسید (براساس آمار سال ۱۹۸۸) در میان درآمد حق بیمه های مستقیم حدود ۳۰ درصد آن مربوط به حق بیمه از بازار آمریکا است درحالیکه این رقم تنها یک ششم درآمد حق بیمه شرکت آمریکائی AIG از بازار ژاپن است.

دلیل عمده محدودیت فعالیت شرکتهای ژاپنی در بازارهای جهانی آنست که آنها فعالیت خود را متمرکز در بازار داخلی کرده اند و بخش عمده فعالیت خود در خارج کشور را نیز اختصاص به بیمه شرکتهای ژاپنی که در خارج به فعالیت و تولید اشتغال دارند نموده اند . برای اینکه در آن زمینه صاحب تجربه و تخصص می باشند . منطقه جنوب شرقی آسیا و اقیانوسیه دومین منطقه بعد از آمریکاست که شرکت های بیمه ژاپنی در آن فعالیت دارند . که از بازارهای بالقوه خوب جهانی است .

اقتصاد این کشورها اخیراً صنعتی شده و جذابیت و رشد اقتصادی آنها زمینه مناسبی را برای رشد صنعت بیمه بوجود آورده است . ژاپن از نظر تاریخی ، فرهنگی و جغرافیائی رابطه نزدیکی با کشورهای این منطقه دارد . برای مثال همکاری نزدیک در زمینه آموزش گواه این مدعا است . مدرسه بیمه (در بیمه های غیرزندگی) ژاپن که توسط انجمن بیمه های دریائی و آتش سوزی اداره می گردد و بمنظور ایجاد ارتباط و مبادله تکنیک و تجربیات بیمه ای و تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص مورد نیاز منطقه در امر بیمه در سال ۱۹۷۲ تأسیس شده تاکنون بیش از ۴۰۰ نفر از کشورهای عضو منطقه آسیای جنوب شرقی از این مدرسه در رشته بیمه های غیرزندگی فارغ التحصیل شده اند . با تغییرات کلی ناشی از آزاد شدن و جهانی شدن بازارهای مالی دنیا نقش صنعت بیمه در سیستم های مالی و ایجاد روابط

قانون مجاز شناخته شده تا بازار از انحصار نرخ مخصوصاً در قسمت بیمه های اشخاص درآید . دو سازمان مستقل و جداگانه یکی در امر تعیین نرخ بیمه های آتش سوزی و یاربری و دیگری برای تعیین نرخ بیمه اتومبیل تأسیس یافته اند . هر کدام از بیمه گران اعم از بیمه گران داخلی و خارجی برای دریافت نرخ می توانند به آنها مراجعه نمایند .

در سال ۱۹۸۹ بازار بیمه ژاپن دو شرکت بیمه خارجی و یک شرکت بیمه دیگری وابسته به AIG را به ثبت رساند . که شرکت اخیر بیست و چهارمین شرکت بیمه داخلی بشمار می آید .

در بازار بیمه ژاپن رقابت در نرخ وجود ندارد زیرا که تعیین نرخ به عهده سازمانهای جداگانه ای قرار دارد که همین نرخها نیز سالیانه مورد تجدید نظر قرار گرفته و احياناً تعدیل می گردند . البته این بدان مفهوم نیست که رقابت اصلاً در بازار بیمه ژاپن وجود ندارد بلکه وجود دارد و آن رقابت در ارائه خدمات بیمه ای مناسبتر و جلب رضایت مشتریان برای دریافت بیمه نامه های بیشتر است . برای مثال ایجاد شبکه فروش در شاخه بیمه های اشخاص بسیار مشکل است زیرا در سراسر کشور ژاپن بیش از ۴۰۰،۰۰۰ شبکه نمایندگی وجود دارد و ایجاد شبکه های جدید نیازمند صرف وقت و هزینه زیادی است و برای یک شرکت شاید صرفه اقتصادی نداشته باشد که اقدام به گسترش شبکه فروش در سطح پهناور کشور بنماید که علاوه بر فروش بیمه نامه اداره خسارت نیز باید در سراسر کشور داشته باشد . نتیجه اینکه رقابت در ارائه سرویس برای شرکتهای بیمه از ابزار مهم موفقیت آنها بشمار می آید .

برگردیم به فعالیت مؤسسات بیمه ژاپنی در بازارهای بین المللی علیرغم رشد درخشان و توسعه قابل توجه ژاپن در سایر صنایع مثل صنعت اتومبیل سازی و صنعت الکترونیک و غیره رشد صنعت بیمه ژاپن در بازارهای جهانی نسبت به سایر رشته ها محدود بوده . شرکتهای بیمه ژاپنی در بیش از ۳۰ کشور دنیا از طریق

آن در دراز مدت که صنعت بیمه باید ضمن حفظ سلامت بازار و رشد مداوم آن بهترین سرویس مورد نیاز بیمه گذاران و مشتریان را باید تأمین نماید فراموش نخواهد شد .

داخلی این صنعت با سایر مؤسسات مالی یکی از اهداف مورد نظر ژاپن در تحولات آینده خواهد بود . اگر چه ممکن است تغییرات عدیده ای در بازار بیمه ژاپن متأثر از تغییرات اقتصادی و تحولات بازارهای جهانی در صنعت بیمه ژاپن رخ دهد . ولی هدف و مفهوم اساسی

پاورقی

- 1- Fire of Marine Insurance Rating Association
- 2- Automobile Insurance Rating Association
- 3- Marine & Fire Insurance Association - Japan

