



Social Enterprise eNews

社會企業電子報



Aug 27, 2018 | KPMG Social Enterprise team

KPMG 社會企業電子報

每月發表企業社會創新、社企經營管理觀點，整合國際最新趨勢，供您參考。

【KPMG社會創新 - 視野眺望臺】

1. [一張保單，除了可以保障你我之外，是否有更多的可能？保險業的社會創新大哉問](#)

【國際趨勢】

1. [美國保險新創Oscar：確保人人都獲得醫療照護的保障](#)
2. [30歲就得成家立業？面對有別於以往的千禧世代，保險業該如何因應？](#)
3. [推動亞洲、拉丁美洲保險率，聯合國國際勞工組織與保德信人壽攜手推動微型保險](#)
4. [亞馬遜、摩根大通、波克夏控股攜手企圖翻轉美國醫療健保](#)
5. [當風險來敲門，你準備好了嗎？談FloodFlash分散風險的創新模式](#)



KPMG社會創新 - 視野眺望臺

一張保單，除了可以保障你我之外，是否有更多的可能？ 保險業的社會創新大哉問

文 / 安侯永續發展顧問股份有限公司 黃正忠董事總經理

生活中的意外無處不有，上班途中交通事故、健康檢查的意外發現、亂丟菸蒂造成的火燒車事件等，這些都可以是保險的一環，透過保單，使消費者可透過給付保費將風險轉嫁給保險公司，並由其承擔事件發生的風險，當損害造成時則依約理賠給消費者。細究琳瑯滿目的保險產品中，可二分為財產保險及人身保險兩大類，財產險包括陸空保險、火災保險、海上保險、責任保險等，人身保險則包括人壽保險、健康保險、傷害保險及年金保險等。保單，除了能保障你我之外，是否有更多的可能？

各式各樣的保險產品，背後都是針對不同事件機率的計算，並由保險公司及保險業務、保險經理人(及其公司)向消費者販售，而保費的流向可就是另一個大故事了。基本上，保險公司將這些資金集中保管之後有不同的配置方式，不管是銀行定存、動產、海內外基金、股票投資等，這部分才算是保險業真正的賺頭，更是它首當其衝必須回應的

議題。在各界近二十年的努力之下，保險業本身從責任投資原則(Principles for Responsible Investment, PRI)及保險業永續發展原則(Principles for Sustainable Insurance, PSI)已經有一定程度地著墨，資金的運用開始有了ESG的影子，但站在這個基礎上，我們更該大膽思考的是保險能不能從以下兩個大哉問中找到新的可能？而社會企業又能否成為保險業者的關鍵夥伴？

(一)如何運用創新科技，提供增值服務外，讓預防更勝治療(即有效風險管理)？

KPMG與H2 Ventures連續四年共同發布年度百大創新金融科技報告(FinTech 100)。最新一屆2017年保險科技新創Oscar名列前茅，Oscar透過大數據重塑醫療健康管理和理賠流程，用戶透過App描述症狀，即可串接醫生免費諮詢，Oscar並依照個人保單內容給付衍生的醫療費用。Oscar瞄準沒有醫療保險的年輕人，提供符合年輕人需求的簡單智慧醫療保險方案，協助他們在危機發生時免於承擔鉅額醫療成本，不僅切入新市場，同時解決現有醫療體系下的社會問題。

(二)如何運用創新商業模式，讓金字塔底層的消費者擁抱保險，更多一份保障？

根據〈經濟學人〉的報導指出，針對每天平均收入低於4美元的家戶所設計之微型保單，就能夠有效協助家戶在遭逢巨變時順利度過難關。然而，國際勞工組織(International Labour Organisation)在2010年的調查中，非洲僅有2.5%的民眾有投保。不過，新創公司BIMA就與迦納的電信業者Tigo合作，將微型保險透過門號綁定直接送給消費者，沒想到這樣的合作方式不僅使手機服務比同業更具吸引力，也讓保險公司順利打進金字塔底端的市場，同時也讓消費者有多一層保障。

上述兩個案例還有很多地方待我們長期觀察，不論是Oscar運用創新科技的各種營運細節、資訊安全風險或是BIMA能否克服開發中國家服務普及率的議題等，但值得深思的是，這樣的創新科技應用及商業模式，保險業者能對消費者提供增值服務，並同時促進了開發中國家發展，更重要是在本業拓展上也能在新興市場中有一個重要的突破，這何嘗不是一種保險業的社會創新呢？

國際趨勢

美國保險新創Oscar:確保人人都可獲得醫療照護的保障

KPMG與H2 Ventures金融科技投資公司共同發表第四屆年度百大創新金融科技報告(2017 FinTech 100)，也發佈入選FinTech 100的創新金融科技公司。過去Fintech趨勢大多集中在支付、借貸等銀行領域，這兩年保險創新開始受重視，前百大金融科技名單中，共有12家保險公司入選，眾安保險、Oscar更分別名列第二名及第四名。

Oscar的三位創辦人結識於哈佛商學院，其中兩位正因經歷美國醫療保健流程的種種波折，因此下定決心親自投入改變美國醫療體系。Oscar執行長Mario Schlosser曾說：「截至2014年，大約三分之一的個人破產都和健康保險相關。」並認為有義務讓每個人都能獲得醫療照護的保障。不同於傳統健康保險著重企業雇主及醫療服務提供者，Oscar重視一般消費者的使用者體驗，讓其進入醫療照護的歷程更加精簡及友善。

Oscar用戶透過App描述症狀，即可串接提供免費諮詢的醫師，若衍生後續診斷費用，Oscar會依照個人保單內容給付。此外，Oscar也整合諸多健康服務，例如免費疫苗注射、健走獎勵計劃、穿戴式裝置連接等。Oscar鎖定沒有醫療保險的年輕人，提供他們一系列簡單、智慧而友善的醫療保健方案，避免在危機發生時承受鉅額醫療成本，不僅切入新市場，同時解決現有醫療體系下的社會問題。Oscar的使命也獲得知名投資人支持，包含富達投資(Fidelity Investments)、谷歌資本(Google Capital)。

隨著新興保險公司的崛起，傳統保險業應積極改變思維，思考下個世代的痛點與需求，在吸引新世代消費者的同時，解決社會問題。

資料來源：《2017 百大創新金融科技(FinTech100)報告》、Oscar Health



30歲就得成家立業?面對有別於以往的千禧世代，保險業該如何因應?

最老的千禧世代已經進入他們的30歲，是保險產業最核心的目標客群，而別於戰後嬰兒潮追求穩定、保守的消費者，保險業者該如何迎接這群強調多元與個人價值的千禧世代呢？

過去描述「三十而立」的保險廣告，像是「一對已婚夫婦和孩子站在白色的兩層樓房子前面、黃金獵犬穿過院子」的類型通常用於財產和意外傷害保險，企圖喚醒消費者的責任感，要你保護你的親人、財產，但20至30歲的千禧世代已婚率已創下最低記錄，根據奧林學院(Olin College)研究顯示，1940年出生的女性在33歲時有9%是單身，而1990年出生的女性在33歲時則有47%是單身。

除了不斷變化的家庭結構之外，紐約聯邦儲備銀行(The Federal Reserve Bank of New York)研究28至30歲間的千禧世代，發現其房屋所有權下降11%至35%。研究歸因於學生債務水平提高，促使越來越少的千禧世代買房以及產生更多的「歸巢小孩(Boomerang children)」與父母同住多年，然而，房屋所有權的下降不完全意味著房屋相關的保險費下降。2004年至2014年，全國保險專員協會發現租房者保險單的數量從美金660萬增加到美金1320萬。在2016年至2018年中，包括Lemonade、Jetty和Sure在內的幾家新創公司，鎖定租客提供數位化的服務，滿足其保險需求。

顛覆從前的還有家用車的使用，美國公共交通協會(APTA)對千禧世代交通習慣的研究發現，他們常在駕駛、步行、自行車和公共交通之間交替使用。雖然近幾十年來新車的耐用度相當穩定，但維護和保險汽車的成本，使擁有汽車對千禧世代產生了挑戰。平均而言，20歲的人與40歲相比，許多年輕人一直在推遲購車時間或者決定不購車。保險公司已經開始提供乘車保險，許多替代產品已經在那些想要花更少時間在開車上的人中受到歡迎。從自行車保險到現收現付的汽車保險，保險業的創新者一直在尋找方法，在千禧世代使用其他交通方式時為他們提供保險服務。

資料來源：Forbes



推動亞洲、拉丁美洲保險率，聯合國國際勞工組織與保德信人壽攜手推動微型保險

近日，聯合國國際勞工組織(International Labour Organisation簡稱ILO)與保德信人壽基金會共同合作，希望能強化亞洲、拉丁美洲的低收入族群對於風險的耐受度。

在此合作當中，ILO的影響力保險中心目標是刺激亞洲市場對於微型保險的商業思潮，並為低收入戶、中小型企業設計出貼近他們需求的微型保險產品，期待開發出更適當的風險管理方案，讓資金較少的族群能夠更有效的控制自己的投資風險。同時，在拉丁美洲，影響力保險中心也將邀請一群社會金融專家(Social Finance Fellows)協助當地的金

融策略合作夥伴，包含銀行、信託、微型保險機構，期待建立一個更加透明、更有效的知識交流管道，讓合作夥伴可以降低服務消費者的門檻，並設計出可規模化的風險管理創新方案，協助當地的低收入戶及弱勢家庭控制風險。

保德信人壽基金會為保德信人壽所設立、管理，其社會使命即是希望每個人都能夠有個健全的財務規劃以及應對風險的能力。「低收入戶家庭大部分都沒有應對突如其來的財務變動的能力，例如：家中突然有人重病，失去經濟能力等等，所以保險才如此重要，作為他們面對潛在風險的一層保護，降低他們面對生活的壓力，維持財務穩定，避免陷入財務困難的惡性循環當中。」保德信基金會主席Lata Reddy說明與ILO合作的根本原因。「這次的合作主要服務開發中市場經濟較為脆弱的社群，這是我們落實社會使命的方式。」

資料來源：ILO、microcapital



亞馬遜、摩根大通、波克夏控股攜手企圖翻轉美國醫療健保

美國的醫療健保問題根深柢固，太多利害關係人牽涉其中，無法辨識自己需求而造成醫療資源的浪費是目前美國健保面臨的最大問題，其醫療保健支出大約是其他已開發國家平均的兩倍，這對患有重病或慢性疾病的患者來說，都會令其深陷債務的囹圄之中。

亞馬遜、摩根大通、波克夏控股決定攜手改變這個狀況，今年年初他們宣布共同成立一家具有保護傘性質的獨立醫保公司，旨在為各自的雇員及家屬提供價格合理、透明的高品質醫療保健服務。他們意圖設立的新企業最初將專注於以創新科技提供解決方案，簡化醫保系統，是一個「不以營利為目標、以服務員工為主」的醫保企業。而他們亦呼籲每一家公司都必須面對這個問題，並提供解決問題所必要的資源。

這間公司的執行長Dr. Atul Gawande曾任外科醫師，並且對於數據、資料分析有狂熱，而大量用戶數據的分析以及人工智能的結合，將更精準的判斷用戶的病徵及提供患者更適合的藥品，這是未來這間公司致力發展的方向。

美國複雜的醫療體制所造成的挑戰，亞馬遜、摩根大通、波克夏控股決定攜手面對，希望他們的員工及其眷屬能夠降低醫療方面的負擔，將公司、員工的風險透過創新的模式轉換成另一種獲利的方式，就是社會創新的真諦，是個將社會參與轉換為商業模式最棒的案例。

資料來源Geek Wire



當風險來敲門，你準備好了嗎？談FloodFlash分散風險的創新模式

氣候變遷的影響之下，各地無不面臨淹水、乾旱、龍捲風等天然災害，過去十年當中，淹水在世界各地總計造成了500億美金的損失，卻只有90億是保險公司給付、賠償的。目前的保險產品當中，並無針對單一天然災害所進行的保險，這些損失僅能由人民、政府以及企業自行吸收。

FloodFlash，一個保險科技新創提供消費者一個新的方式，來保護他們因淹水所造成

損失的財產，即便是在高風險地區，只要放置一個連網的水量感測器，一旦洪水來襲、並且水量超過了共同約定的標準，保險公司便會即刻給付賠償金額。透過創新的商業模式，他們拿到了1.9億英鎊的天使資金。

重大災害保險向來是政府、大企業的專利，個人及資金較小的中小企業卻沒有針對天然災害的保障，FloodFlash除了透過他們在產品設計、風險模型計算的專業讓消費者可以及時得到應得的補償，同時也提供消費者另一種保護財產、不會陷入生活的危機的方式，而這就是他們努力捍衛

資料來源Techcrunch



近期活動訊息

1. 【跨產業交流講座】「紡織業/製造業」CSR大解密

中小企業處於09/07辦理「紡織業/製造業」跨產業交流講座，除了解密這兩個產業CSR發展趨勢外，更邀請到代表性企業：樹德企業股份有限公司、歐萊德國際股份有限公司現身說法！講座最後也安排交流時間，讓社創企業分享自身理念與產品，嫁接雙方資源，找到創造更大社會影響力的可能！

報名連結 <http://bit.ly/textile30>

聯絡我們

如您想了解更多 **KPMG社會企業電子報** 之內容，或您的客戶有相關需求，歡迎聯絡我們。

黃正忠

安侯永續發展顧問(股)公司 董事總經理
T: +886 2 8101 6666 Ext.14200

侯家楷

安侯永續發展顧問(股)公司 專案負責人
T: +886 2 8101 6666 Ext.15177

新訂戶

若您的同事、長官或好友也期望收到**KPMG社會企業電子報**之內容，請本人以 [電子郵件](#) 的方式，並告知單位與部門名稱、姓名、職稱及聯絡電話，我們將透過電子郵件為其寄上本電子報。

退訂戶

若您想暫停收取社會企業電子報之內容訊息，煩請以 [電子郵件](#) 告知。

kpmg.com/tw



KPMG in Taiwan apps



[Privacy](#) | [Legal](#)

You have received this message from KPMG in Taiwan. If you wish to unsubscribe, please [click here](#)

If you have any questions, please [click here](#)

© 2018 KPMG Sustainability Consulting Co., Ltd., a Taiwan company limited by shares and a member firm of the

KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG international Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.