

(別冊)

2024年度実施

全会員アンケートを通じて見えてきた「会員の思い」

— 金融庁有識者会議報告書を踏まえた代理店の意識と提言 —

「代理店の意見」

2024年10月1日

一般社団法人大阪損害保険代理業協会

企画環境委員会

別 冊 目 次

回答選択理由 等	掲載ページ		
1-1：お客様の感謝・お褒めの評価数（比率）	1	～	4
1-2：お客様からの苦情・お叱りの評価数（比率）	5	～	8
1-3：事務ミス・意向確認不足による契約訂正発生件数（比率）	9	～	11
1-4：複数保険会社商品の比較推奨販売の可否	12	～	14
1-5：損害保険トータルプランナー資格者割合	15	～	17
1-6：事故対応へ積極的に関与を行っている	18	～	20
1-7：ペーパーレス（デジタル）手続き率	21	～	24
1-8：4週間前早期更改率	25	～	28
1-9：満期日前証券お届け率	29	～	30
1-10：クレジットカード支払い率	31	～	33
2-1：ドラレコ特約	34	～	36
2-2：Web証券比率	37	～	39
2-3：多種目（火新生保を含めたコンサルティング）販売	40	～	42
3-1：法人化および複数募集人がいてお客様の担当の代替が可能	43	～	44
3-2：代理店としての募集人教育研修プログラムを作り実践している	45	～	46
3-3：一定のサイバーセキュリティ対策を行っている	47	～	48
3-4：実効性ある個人・顧客情報管理対策が確保できている	49	～	50
3-5：自社のBCPを作成し実効性が確保できている	51	～	52
3-6：内部または外部による監査を実施し、自社ルールへの順守・実効性を確認している	53	～	54
3-7：代理店賠償に加入している	55	～	56
3-8：Web上に自社のHPを作成し、自社の取り組みを公表している	57	～	58
4-5：保険会社による具体的なリスクマネジメント修得支援内容	59		
5-5：保険会社の契約引受方針・姿勢に対する意見	60	～	61
6-3：保険会社の保険金支払方針・対応に対する意見	62	～	63
7-5：専属と乗合の問題に対する意見	64	～	65
8-2：比較推奨販売を行う上での課題についての意見	66	～	67

1-1：お客様の感謝・お褒めの評価数（比率）回答選択理由

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	感謝・お褒め	1-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様の評価が全てではないが、お客様の求める方向性は一定程度手数料に反映させるべきだ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	真面目な仕事ぶりはお客様に伝わっているはず
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様の代理店に対する評価は代理店の品質を確認する方法の一つだと思われるが、調査の方法が妥当かどうか、代理店にとって公平感がある必要がある
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様本位で活動を評価して欲しい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	品質はおお客様の視点で捉えることが重要
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質そのもの	代理店の募集と無関係な視点での評価が混入するケースへの対処が必要
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	現状、保険会社が定める品質が顧客本位ではないため
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	今こそお客様起点で物事を考えて欲しい
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	品質そのもの	実施には評価の正当性を判断する機関が必要では
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	品質そのもの	お客様あっての代理店である。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様に感謝され喜んでいただく事こそ代理店の品質である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様の感謝の声をもとにお客様対応の標準化（情報提供、お客様情報収集、総合提案）を図り、代理店全社としてのお客様対応力の向上に繋げていくことが、お客様から選ばれ続ける代理店存続の重要な要素となると考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様の評価であり代理店の品質そのものであるが、中には保険会社に向けた評価も混在する場合があるので精査が必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	常にお客様起点であるべきだから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	無形商品でを扱うサービス業だからこそ、お客様の評価が我々の品質に対する評価だと考えるため。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様の評価が重要なのは当然だが、保険会社が入手する評価が全てのお客様の評価ではない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様の評価は仕事のやりがいにつながる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質そのもの	お客様満足の獲得こそ、信頼性の高い代理店の証である
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質そのもの	代理店を評価するのは保険会社では無く契約者(お客様)であるべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様の満足なしに契約の維持は成り立たない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様満足度と品質は連動すると考えるから
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	顧客本位の業務運営を考えると、総論は賛成。一方、どのように指標を取るのかは課題。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	代理店は、お客様に必要とされる存在であることが重要。会社組織の健全性、募集品質を向上させる責務がある。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様からの評価は、募集人それぞれのモチベーションアップにもなるため。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質そのもの	顧客からの評価は、代理店が顧客の気持ちを受け止めその気持ちに寄り添った活動をした結果の声である
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	否定される理由があれば聞きたい。それによっては変わるかもしれません。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質そのもの	顧客本位の業務運営においてお客様の評価が最重要
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	品質そのもの	お客様の評価が高い代理店が手数料を多くもらうべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	アンケート結果に基づく評価が良いのかは疑問
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様の率直な意見を評価に加えるべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	スタッフで共有し、やりがいに繋がる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	集まったお客様の声が、本当に多数の声かどうかが問題
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様と信頼関係が評価されるべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様に寄り添った営業を評価して欲しい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	率直な意見感想などが含まれているので、真摯に受け止める必要がある
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	品質そのもの	積極的に収集するとお褒めの言葉が圧倒的に多く代理店に責任のある苦情も改善への参考となるものが多い。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様のお声が保険募集品質の改善に直結するため
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	顧客本位の業務運営を実施しているかどうかの基準となるため
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	顧客本位の募集が出来ているかどうかの表れだと思うから
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質そのもの	提案型営業もお客様に信頼いただいてこそ評価される
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	お客様の声からの改善例は非常に多く、新しい気付きがあり、有益であるため
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	お客様本位の業務運営する上で募集品質の改善に必要な要素である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	品質＝消費者ニーズであるはず
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	まさしく顧客本位の業務運営の結果の現れである
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	当然評価されるべき

三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質そのもの	顧客の定着に影響する要素であり評価されるべき
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	重要な視点であるが、どの様に集めるかが問題
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	お客様に寄り添うことが重要であり評価されるべき
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	代理店品質評価は重要だが、顧客アンケート結果をベースとした評価が正当なのかは疑問
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	日常の顧客対応・提案活動が信頼につながり、評価に現れる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お客様の満足度を評価して欲しい
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	お客様に納得いただく説明が重要であり、評価して欲しい
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	お客様の声は業務運営のベースであり、現場の運営改善に必要と思う
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	評価の根本であるべき
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	お客様の感謝こそ評価されるべき
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	お客様との信頼関係は重要である
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	商品販売だけでなく、様々なリクエストにお応えできる代理店の資質の現れだ
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	本来代理店の業務品質はお客様が評価するべきもの
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	お客様の声は会社へ評価であり、成長の糧かと思う。弊社では声の数はKPIです。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	お客様の評価は代理店では判断が難しい
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	様々な顧客がいるが基本的にお客様本位は必要
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	当然のこと
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	顧客から「助かった」「説明がわかりやすかった」「お宅と知り合いになれて良かった」など時々お声をかけていただくが、お褒めは記録には残していないことが多い。評価対象なら記録に頑張るべき。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	保険会社から否定されても、お客様本位の視点で間違った事をしていない自負がある
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	お客様との信頼関係構築努力（気配りや誠実性）が評価されるのは良い
共栄火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質そのもの	お客様の高い評価こそが会社の財産だ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	アンケート回答件数が少ない。長年お付き合いさせていただいており、未回答でも満足いただいているお客様が多い。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店との関係でアンケートに回答しているのは半分程度である
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様評価の収集に大変な労力がかかる。また高評価を得るために対面重視となれば生産性が落ちる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社のお客さまアンケートの方法や質問内容に問題があるので、単純に評価できない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	アンケートでは質問の意味を正確に理解できない契約者も多い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	感謝・お褒めは自ら記録しにくい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	ほとんどのお客様は信頼できる関係でお付き合いいただいて、保険会社へのアンケートを依頼しても後日わざわざ回答される方はごく少数。高評価の回答いただく方もいれば、対応もきちんと話しもスムーズにできているのに、何故か意図的に低評価する方がまれに存在する。お客様の評価は評価基準には含めるべきではない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	一部の声しか反映しない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	継続的な取引でいちいち契約者は褒めない。初めて行った飲食店ではない。アンケートに懸賞があるから送るだけ。しっかり対応して当たり前である。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	集計の仕方が問題
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	全て馴染まないというわけではないが、保険会社への不満も反映されているはず
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	一部のお客様の意見だけになるのでは
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	わざわざ、数値化する事ではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社の勝手に考えた基準では納得できない
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お褒めより、苦情やお困り事をいただく方が改善に繋がると思います。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	全員が回答している訳ではない
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	適当に答えている人も混じっている。回答者の感覚も様々。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社に届く声は一部であり、参考指標にはできるが評価基準としては不十分
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	募集人と契約者との関係性で品質評価は変わるから実際の品質とはならない
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	アンケートに回答をしないお客様も多い
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	手数料Pを上げるため、回答の操作を行う代理店も出かねない
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	代理店から顧客への「働きかけ」の懸念がある
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	品質・お褒めの言葉が多い＝高品質ではないと考える。サイレントマジョリティーの方々の声を拾いきれない中での評価は不適である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様の感じ方もそれぞれで絶対評価と思えない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	個々の代理店によってお客様の声をすべて入力しているかどうか不明、面倒と感じて入力していないケースがある。保険会社に届く感謝・お褒めは評価に値すると思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	声を発するのは全体の一部だから

東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	アンケート回答数(母数)など不明確な点もあり、必ずしも評価対象とはいえない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	事故時において保険は効果を発揮するものなので事故が少ない人は効用を感じにくい
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	わざわざアンケートにお褒めや感謝を投稿する人は少数派
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	全数を把握することが不可能なため
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	そもそもお客様はあまり評価の視点を持たない。評価をお願いすべきでもない。
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	感謝・お褒めの言葉が無いからといって一概に品質とは連動しない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	規模に関わらずという基準が釈然としない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	顧客が感じた情緒的な影響を受け易く、個人差が大きい。こういう例は事故処理対応の際に生じることが多く、評価取得方法が難しく、そしてその代理店の全体評価とはならない。参考データでしかない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	顧客への高評価の強要等不正行為が懸念される。如何に客観性を確保するのかが課題。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店の品質評価の参考評価にはなるが、心情的な印象のウエイトが大きい。収集方法や評価基準が難しい。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	表に出てくるものが全てではないこと、下手するとお褒めの言葉を強要する土壌が生まれかねないこと。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	アンケートへの高評価回答への誘導が行われかねない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	感謝、お褒めの比率と品質は異質なものの
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	自分で入力するものは実在と限らない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	代理店の評価にあたると思うが、それを手数料ポイント評価として利用するのは違う
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社から言われる事ではない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お褒めのすべてが代理店の評価に値するとは限らない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の自己満足に他ならない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の声の数が顧客数に比べると少な過ぎる為評価基準にならない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社と代理店が一体にとらえられる恐れを回避できない
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	顧客の声が公正なものか、分からない。人により基準が異なる。サイレントマジョリティの声を拾えない。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	代理店のみではなく、保険会社の評価も混在する
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	感謝やお褒めの言葉の基準がないから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	すべての契約者が回答するわけではない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	基準が不明瞭で正しい評価が反映するとは思えない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店は、保険会社への価値提供によりFEEを受け取っていることが大前提で、顧客からの感謝やお褒めは多くの価値提供の中の一つでしかない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	現状において、手数料ポイントの高低と、顧客サービスの良否が必ずしも一致しないということはない。保険商品の保障(補償)内容や保険料については保険会社の問題。代理店はお客様との合意により、契約手続きを行っているため手数料ポイントと顧客本意を関連付ける事に代理店としては納得出来ない部分がある。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	寄り添って当たり前なので評価を求めるのはどうかと思う
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	弊社の事業における重要な点はおお客様の潜在的なニーズ(おお客様への安心感の提供・おお客様がどのようにしていくかの壁打ち役、社会の安定性など)へ対応することである。アンケートの結果などでは顕在化したニーズしか収集できないため潜在的なニーズに込んでいるかどうかを判断するには必要十分な指標ではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	損害保険では、契約時の評価はなじまない。保険金支払時のアンケートなら理解できる
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	有効と思うが、どのようにしてアンケートや意見を集めるかが難しい
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	感謝・お褒めの評価の確認手法に問題
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の感謝とお褒めは、品質評価と異なるもの
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	そもそも、感謝やお褒めは強要するものではなく、自然と発せられるべきであり、ポイントに連動させるとその本質を失いかねない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様の評価、お褒めの評価自体の信憑性の問題
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	アンケートは良い評価になるようお願いしているのが現実で、代理店本来の品質とは関連性が薄い
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	形のない商品を取り扱う以上、お客様の評価が仕事の結果である。ただし、それが品質とは直接的に結びつくとは限らない。まして、保険会社の手数料ポイントを稼ぐための手段によっては本末転倒だと思う。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4~9人	評価にはなじまない	過度なサービス カスハラの元
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	感謝・お褒めを客観的なデータとして残すことは難しい。代理店自らの報告に基づいて判断するのであれば恣意的な申告になる可能性がある
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	代理店特性により品質評価に値する回答数が集まらないことが想定される。法人が多い代理店においては、お客様から自発的な声が上がるとは少なく、少ないお客様からの声を以て、品質評価を行うことは不適當である。
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	客観的な評価根拠になり得ない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	昨今の、あらゆるもの事への評価(クレーム含む)を行う「表現の場(SNSなど)」があること(一種の文化)は、理解しつつ、その内容がどこまで信ぴょう性が高いのか不明。書き込み式にするとその意図がどれほどのものかわからない。その評価に対して代理店ポイントと連動するとすれば、顧客サービスが過剰なものにならざるを得ない。代理店だけが評価を受けるという側面も馴染めない(看過できない)。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お褒めや感謝の比率や件数で計るものではなく、顧客満足度は継続率で判断されるべきではないか
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	褒めてもらえればポイントになる、という発想が、顧客本位であるとは考えにくい。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様それぞれの意見があるため

日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	お褒め、感謝はわざわざ代理店以外に対して表明されないのではないか
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	顧客の要求に応え過ぎると、カスハラ等を助長しかねず、労働環境を悪化させる恐れがある
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	評価にはなじまない	加要素だと思いが、品質そのものではない。
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	感謝・お褒めという基準があいまいすぎる
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	評価数の集計方法によっては、実態に即した結果が得られるのか疑問。
共栄火災	乗合代理店	その他	20人以上	評価にはなじまない	集約の方法や項目で変わってくると思う。重要なのは変化が見れるかどうかだと考えます。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	アンケートの回答率が上がる理由が無い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	お客様の評価は大切だが、代理店の品質「そのもの」ではないと思う
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社が主に事故対応する自動車保険などは代理店の満足度とは一致しない場合もある
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	感謝・お褒めをいただくことは代理店の行動として大切だと思う。しかし、「お客様の感謝・お褒めの定義」を具体的に制定しないと何が良いのか判断できずあいまいな判定になり、手数料ポイントと連動させると恣意的な動きになってしまうのではないかと史料
損害保険ジャパン	乗合代理店	その他	1～3人	わからない	評価の基準にはなるかもしれないが「品質」に直結するかは不明
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	虚偽の申告などが含まれるのではないかと
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	どれだけの評価が集まるか不明。顧客に高評価誘導する代理店も出て来そう
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	苦情に比べて評価が難しい（アンケートの取り方）と思う
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	どちらともいえない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	評価の基準は人により異なる
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	わからない	代理店の何を評価してポイント制にするのかわからない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	客観性が確保されないと、それが代理店品質そのものかも不明。一定数以上の多数のお客さまの声が反映したものであれば代理店評価に値すると思う。
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	4～9人	わからない	誰に評価されたかわからない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	アンケート収集のために回答要請を行えば、普通は嫌なことを書かないのでは
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	評価項目としては適正なものと考えますが、何と比較し、どのような配点にするかの基準が明確・明瞭ではない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	お客様のため＝品質とは限らない部分もあると思う
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	全員による回答でないため、何を基準にするか不明確
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	代理店の品質は、お客様の満足度と必ずしもリンクしないのではないかと。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	お客様がすべて回答しない中でどう客観性を担保するのか
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	実施するには、精緻かつ代理店の納得感ある中身が必要
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	わからない	実態がどれほど反映されているかわからない指標とできるアンケートの質問内容かどうかわからないから。

1-2：お客様からの苦情・お叱りの評価数（比率）回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	苦情・お叱り	2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	至らない点があれば率直に頂けたら有難い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様からの質問・要望に対し満足いただける返答が出来ない場合もあるので申しわけ無く思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	評価の基準や指数に協議が重要。現時点では、公正な取引が出来ていない 保険会社に物申される事案では無い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様本位で考えると当然である
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	クレームは確実に対応すべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	苦情・お叱りはあってはいけないので、品質につながると思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	明らかに品質に問題のある数のはっきりしているから。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質そのもの	数値化する必要は、ないのでは 自代理店で共有し今後につなげる事
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お叱りをしっかり受け止め改善している
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	代理店の対応やサービスが悪い事が明らかなケースが多いので
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	4～9人	品質そのもの	悪意のある攻撃を防ぐ術がないのは怖い
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	クレーム含め 対応多様性を強化できる
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質そのもの	お叱りを受けた場合の改善点は代理店の業務にプラスに作用する
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質そのもの	苦情、お叱りの言葉を頂くのは期待されている証
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	お褒めもお叱りも品質の結果であり、お客様の声として内容を社内で共有して品質向上に繋げることが重要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	当該募集人、あるいは他の社員からお客様の苦情・お叱りの声を承り対応を完了させる。至らなかった点を明らかにして、お客様対応の標準化に持ち込むことで、代理店全社としてのお客様対応力の向上に繋げられる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	保険会社に直接届く苦情・お叱りは品質評価になると思う
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	クレームこそが会社を強くする
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	苦情・お叱りが多い代理店は問題がある
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	今後の経験値となるから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質そのもの	不満も聞き入れ信頼を得る
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	苦情等は、代理店側では気が付かないこともある。気づきにつながる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	顧客からの苦情やお叱りは真摯に受け止めるべきである
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	真摯にお客様対応してなおご不満ご意見は素直にうけとめる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	同じ説明をしてもお客様の受け取り方が違うので参考レベルが良い
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	苦情・お叱りの評価数は一部品質に関係すると思います
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	苦情等は事故関連が多い。お客様に過失等でご理解頂けなく、苦情に発展する場合もある
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	品質そのもの	代理店の言動などで顧客に不快な思いを抱かしてしまった結果であり反省すべき
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	人が感じる価値感は様々であり、人とのビジネスをする限りお叱り受けたくないことがおかしい
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	品質そのもの	顧客本位の業務の中でお客様の苦情、お叱りは顧客本位での重要な改善点
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質そのもの	苦情の多い代理店は評価が低くあるべき。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	お客様の率直な意見に耳を傾け、今後の運営に反映させたい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	率直な意見のため
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お客様の不満の表れだから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	お叱りへの速やかな対処が大切であり常にアンテナを張るべきである
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	内容による
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	本当の意味での苦情にあたるのか 中身による
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	問題を解決する能力が問われているから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	率直なお客様の意見感想が含まれているので、何かに活かしていくべきだと思います。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	改善することが重要
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	苦情は事業の課題を改善するためのものなので重要だと感じている。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質そのもの	顧客本位の業務運営を実施しているかどうかの基準となるため
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	契約時の説明不足などを指摘されるのは低評価としてしかるべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質そのもの	顧客本位の募集が出来ているかどうかの表れだと思うから
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	品質そのもの	苦情・お叱りは当社（三井住友海上含む）に対する不満の表明

三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	消費者から求められている
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	当然のことである
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質そのもの	内容を精査する必要があるが、真摯に受け止め改善活動をする上で重要である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質そのもの	苦情・お叱りの声こそ、改善の原点だから
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	お客様からの助言は大事
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	運営には継続的な改善が必要不可欠であるのでお客様の声はとても重要
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	日常活動の中の基本欠如の指標であり原点回帰を気づかせてくれる。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	必要だと思う
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	苦情対応こそ次なる満足度に繋がると思います。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	社員全員に声を反映させ今後の改善に繋げることができると思います
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	ただし、クレマーとの区分けは必要。手数料に反映させるなら保険会社が責任もってシステムを考えるべき
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	ミスを真摯に受け止めるべき
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	苦情が多い代理店が良いと思えない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質そのもの	本業に関わるので、当然と思います。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質そのもの	クレームや苦情を極力少なくできる努力・体質改善は重要
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質そのもの	業務品質とはお客様が評価すべきものだから
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	お客様の声は会社へ評価であり、成長の糧かと思う。弊社では声の数はKPIです。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	一定の範囲で、評価材料の一つにはなり得る
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	これもお客様の評価。苦情が有れば、真摯に受け止める。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	代理店によくなってほしい。落ち度があれば是正すべきだと思うお客様のメッセージ
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	評価基準の1つではある。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	苦情はカウント出来るから。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	顧客の一方的な場合がある。例えば、引落は自動車保険料から落としてくれとか事故を起こしていないのに保険料が高い、など。苦情の内容も考慮されるべき。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質そのもの	不満が損害査定に対応するものもある、ただ比率なら理解はできません
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	品質そのもの	基本的には品質評価になじむと思うが、事情を一定程度考慮すべき
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質そのもの	苦情やお叱りが余り無いのは真面目に業務しているから
共栄火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質そのもの	会社の財産になると思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店や担当者の評価にはなるとは思うが品質そのものとは言えないため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	苦情やお叱りは個人差が大きいので代理店評価にはなじまないと思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社への苦情も代理店への苦情となっているので評価できない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	悪質な契約者だけが騒ぎ立てる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	一定数は発生する
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	一部のクレマーの意見は反映するべきではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	一部の声しか反映しないから
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	評価に必要な苦情・お叱りはあると思うが、すべてを含めるのは違うと思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社への不満や苦情なども回答としてあるため。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	一部の顧客だけの意見でしかない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	クレマーのユーザーが多い
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様状況によるので品質を正しく反映しないケースもある
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	参考にはできるが、一時的・一方的な状態であるケースもある。お叱りの後、以前にもまして良好な関係となることもあり評価基準とするにはデータのとり方が難しい。
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	苦情やお叱りの数字のみで評価され、苦情やお叱りの内容まで加味されないと思われるので、なじまない
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	苦情・お叱り少ない＝高品質ではないと考える。サイレントマジョリティーの方々の声を拾いきれない中での評価は不適であると考え。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	率、件数だけではなく、内容も重要である。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	内容が代理店の対応に起因しないものも多い。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	一部のノイジーマイノリティーによって評価が大きくゆがめられるかもしれないので
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	回答数（母数）など不明確な点もあり、必ずしも評価対象とはいえない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	全数を把握することが不可能なため

東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	苦情等は、顧客の虫の居所で左右される
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様からの苦情から代理店業務の不適正事案判明に繋がることがあるためいいとは思いますが、一方で、お客様の勘違いや代理店側に責がないものも含まれる。指標を取る判断が難しい。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	件数が集まらない顧客層の場合は、評価として不適当。カスハラも懸念される。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	隠べい体質につながる恐れあり。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	苦情が多くあると何か問題がある可能性も。これも参考指標に。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	特に苦情・お叱りについては、社内規則に従い、経緯や内容を分析して必要な場合は、社内共有により今後の改善に生かす。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	それのみを評価の基準にはできない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	代理店ポイントとして利用するのは適さないと思う
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社への不満を代理店の責任とされかねない
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の自己満足に他ならない
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の声の数が顧客数に比べると少な過ぎる為参考にならないから。
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	代理店のみではなく、保険会社の評価も混同するため。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	もちろん一部代理店側の問題もあるが、カスハラ等の問題もある為
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様個人の状況によって捉え方が異なるから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	基準が不明瞭で正しい評価が反映するとは思えない
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	一部の方から物忘れや誤解による苦情も届くことがありこういったものが苦情件数として評価を低下させるものとなると公平ではない気がする。あくまでも代理店に真に責任のある苦情のみを苦情としてとらえるべきであり内容を精査して評価されるべきものとする。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	苦情等の内容が重要だと考えるので、比率で判断しても意味がないように思います。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	弊社の事業における重要な点はお客さま潜在的なニーズ（お客さまへの安心感の提供・お客さまがどのようにしていくかの壁打ち役、社会の安定性など）へ回答することである。アンケートの結果などでは顕在化したニーズしか収集できないため潜在的なニーズに応えているかどうかを判断するには必要十分な指標ではない。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	理不尽な理由もあるのですべてを評価とするのはどうかと思う
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	苦情は、改善の為の意見なので、プラスに考えることも可能と思います。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の苦情とお叱りの評価は品質評価と異なるものである。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	クレマーの見極めができないため
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	苦情が手数料ポイントに加わると募集人が苦情を隠べいするリスクが発生するため
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	当方に非がない対応でも、カスハラにつながるクレームが増加傾向にある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様は不満があればすぐに上がってくるので感謝より集まりやすい点が問題
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	苦情やお叱りはある一定数は必ずでる
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	多少加味するのはよいが、これもカスハラなどの観点からどこまで本当の苦情なのか正しく保険会社が評価できると思えない。単純な数で計られそうな気がしてならない。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	苦情の大半が保険会社への不満が多いにも拘わらず、代理店への苦情とされている
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	まともにお客様の声を集めて改善していこうという意気込みを持って持つほど評価が下がる
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	不満足の原因や改善要望の声を収集する体制づくりが大切であり、苦情内容にもよるが比率で評価すべきでないと考えます。再発防止のPDCAを定着させているなど、運営体制の可否、遂行状況が良好である場合に評価すべきと考えます。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	苦情お叱りの言葉は、代理店が原因の場合と保険会社、商品が原因の場合がある
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	カスハラ問題があるため、すべてがお客様本位を表していない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	こちらも、なぜ発生したか、どう対処したか、できなかったか、を改善につなげる。プラス評価でよい。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社への苦情も多いから
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	勘違いや理解不足もある
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	代理店特性により品質評価を行うだけの母数が集まらないことが想定されるため。法人が多い代理店においては、お客様から自発的な声が上がることが少なく、少ないお客様からの声を以て、品質評価を行うことは不適当であると考えられる。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	商品改訂、引受基準の改訂など、代理店ではどうしようもない苦情が含まれる。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様自身のミスでも代理店がさも悪く言われ苦情のように扱われるリスクがある
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	様々な意見の顧客がいるので、一概に件数や比率で判断するべきでない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	苦情やお叱りを反省材料として改善につなげたことに対して評価されることこそが、発展性のある評価項目である
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	評価数の集計方法によって、実態に即した結果が得られるか疑問。
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	苦情か・お叱りかの判別基準が難しい、件数だけで判断するなら実態にそぐわないのでは
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	お客様の声は大切だが、代理店の品質「そのもの」ではないと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	全てが正当性があるか疑問なので

損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	苦情やお叱りについては、顧客の質にも影響されるため、一概に賛成ではない
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	お褒め・感謝に比べるとこちらの方が、代理店の評価に適している
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	保険会社に対する苦情も含まれるため。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	具体的に定義を制定しないとあいまいな判定になる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	カスハラなどをどのように扱うのが難しいと思います。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	評価数だけでそのものとまでは思わない
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	4~9人	わからない	どなたに評価されたかわからない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	ノイジーマイノリティの声が評価の全てとは到底思えない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	苦情には理不尽な要求もあるから
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	評価項目としては適正なものと考えますが、何と比較し、どのような配点にするかの基準が明確・明瞭ではないと思います。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	苦情の内容による。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	代理店毎のお客様の声のとらえ方の違いがありすぎる。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4~9人	わからない	苦情を改めないとお客さんが逃げるだけ
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	苦情・お叱りを隠蔽することになりかねないため。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	利害による悪態を含まれると評価に値しなくなる
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	単なる数ではなく、中身の精査が必要

1-3：事務ミス・意向確認不足による契約訂正発生件数（比率）回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	事務ミス・契約訂正	3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事務が原因でお客様へ迷惑をかける事は低品質と評価されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	体制整備の基本
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	最近の事務処理が大変難しく、書類を完璧にするのが大変だ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	事務の制度は、保険業としての基本であるので、完璧が当たり前
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	比率収集は容易であると思われる。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	これは代理店を運営していくうえで非常に大切な部分である
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ミスは減らすべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事務項目は、ほとんど代理店で完結しているため。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事務ミスは代理店品質である。ただ契約者の意向での契約内容の変更取消を、保険会社が意向確認不足と言うのは間違いである。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事務品質の向上は当たり前だと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	人が関わる事だから事務ミスについては余りにも四角四面すぎるのはいかかなものか？
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お互い無駄な時間を減らせられる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	基本的に確認は十分行う義務があるから。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質そのもの
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	ただし、ヒューマンエラーは起こってしまう、仕方ないことだと思う。その都度支社担当には助けていただくこともあり、助かっていますが、この頃は支社の事務担当になるべく聞かないでほしい雰囲気があり、困ると感じている。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	適切に事務手続きも完了しなければいけないから。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	どうしてもミスは起きてしまうが、注意し工夫して精度をあげることは大事。ただし品質として評価するのであれば、ミスについての明確な定義が必要。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	事務の精度は評価されることかもしれないが、不備が少なくなるようなシステムも必要
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社に頼らない代理店を目指す
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	「事務ミス・意向確認不足による契約訂正発生件数」は起きないことが前提であり、起きた場合は一つの指標になると思う。但し、100%代理店側のミス・意向確認不足の場合のみ件数カウントされなければと考えます。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	代理店業務の基本であり、精度が求められるのは当然。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	但し、誤りを発生させない保険会社のシステム対応も必要である。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	ミスによって保険金が円滑に支払われない、ということがあってはならない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の意向を把握して確認すると同時に正しい情報の提供を差し上げ、お客様のニーズに適合した保険商品をご契約いただきお手元に正確な保険証券をお届けすることが我々の務めである
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	基本的な、かつ重要な事項であるから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	基本的な事務ミスによる契約訂正は件数カウントしても良いと思いますが、複雑な案件もあるので全てではない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事務精度と知識については、かならず必要なポイントだと思うから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険業法に即し、代理店に求められる3要件（意向把握義務、情報提供義務、体制整備義務）を満たす観点で募集・事務の精度を図る指標をもとに評価していくことは妥当性がある。一方で、選択する指標（KPI）や求められる水準（指標の水準や改善幅）については、保険会社が一方的に決定するのではなく、日本代協とも対話をしながら募集実態を踏まえた水準にしていくことが必要。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人個々の事務レベル向上も大切ですが、二重チェック出来る体制も必要です
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店の態勢整備で防げる部分が多い
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	指標として客観的に評価しやすい指標だと考えられる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	事務ミスが生じると保険会社、お客様、代理店の全てに迷惑や手間が掛かるので品質評価に繋がっても良い。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	安心をお届けする上で、きちんと対応するべきだから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店の保険会社担当社員が評価すべき。しかしながら保険会社の社員の質が著しく低下しているため、公平な評価が出来るか疑問
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	意向の確認は最重要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	指標として客観的に把握可能だから。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事務手続きの精度・信用性も含めて業務品質の向上を常に取り組む
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前のことを当たり前に処理すべきである
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の募集プロセスの欠如なら、募集品質面ではマイナス評価となる。社内体制整備の問題も考えられる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	意向把握、確認なしにお客様への提案、契約締結はあり得ない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様への迷惑はかけないようにした方が良い
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	但し 本来保険会社の仕事を代理店に押しつけ事務の精度に平気で置き換えられる恐れがあります。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	ミスはスキルの低さの結果
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	事務精度が高い代理店が評価されるべき。

三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店の自立の指標としては当然重要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	お客さまの意思を契約内容に正確に反映させるべきだから。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	ミスや意向確認不足は苦情に直結するから。ただし、ミスの基準が曖昧な部分は改善要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	正確な証券をお届けするため品質は重要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	ミスを犯さないように事前準備と普段からの研修が重要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	新規獲得も重要だが、既存顧客の維持・管理の方が重要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	事務の品質は保険会社との信頼関係に繋がるため大切
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	失敗は許されない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	出来て当然のことだから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	当然
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	保険セールスに携わる者として当然である
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社の指示に従って事務処理をしたにも関わらず不備となったなどの事案も結構ありストレートに評価するのはいかがなものかと考える。やはり内容はしっかりと精査した上で適切に評価されるべきである。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の感謝やお褒め、苦情やお叱りという感覚評価になりがちなものに比べて、指標となりえるとは思いますが、これもあくまで多くの評価項目の一つと考えます。特に意向確認については形骸化しがちになり、そもそもお客様の意向は、兼合代理店と専属代理店のどちらにアクセスしたかでもかなり違いがある
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	自律自走を求められるのであれば当然
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	代理店の業務の本分として事務品質、募集品質が代理店業務の評価、企業価値に直結すべき。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様にご迷惑をお掛けしないようにする為、事務の精度は不可欠
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様の要望を契約に反映させるのが代理店の仕事なので、意向確認不足が評価されるのは当然である
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	かなり減らせると思う
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	当たり前は評価基準に組み入れるべきである。
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	ただし、保険会社の指導不足、システム対応上の不都合は除かれるべき
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	代理店にもとめられているが 保険会社の指導やシステムも行き届いていない
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	保険業務の基本であり代理店の募集品質の評価とされるべき項目である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	件数ではなく、実際の理由での評価が必要。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	これは品質として良いかと思う、これらの誤りによって顧客に迷惑がかかる可能性は大いにある
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	ミスは仕方がないがしっかりと事前の準備が必要である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	できるだけエラーを無くすことが顧客満足度の向上につながる
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	代理店自立化そのものとする。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事務処理の迅速かつ正確性は専業代理店の最要事項と考えるため
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	基本中の基本である
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	当たり前前の事だと認識します
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様との接点の根幹のため
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	ノーマスは基本
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	契約件数が多い少ない場合等、判断基準の設定は難しいが、ある一定の基準にはなり得る
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様へのご迷惑にも繋がりがかねない。お客様本意の点では必要
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	代理店としての責任としてミスを無くす事に心掛けている。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	代理店として手数料貰っている限り当然である。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	当然のこと。
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	事務精度向上と営業推進は両輪
日新火災	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	正しい理解の元、事務をすることは当たり前である
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	収保比率なら一定理解できる
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	ただし、お客様の意向は必ずしも実現困難な場合もあり、添えないケースもある。
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	評価されるべきだと思います
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	代理店業務として必要なこと
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	保険会社のシステム上の不納得やミス説明不足もある為、代理店だけではない。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社と代理店の業務バランスだと思います。保険会社の業務が代理店に移行され、負荷が大きくなっている現状。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	事務のミスをカバーするのが、各社のToDoリスト掲載の不備訂正依頼だと思うので、訂正を放置している場合のみ評価すべきではないかと思う
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	必ずしもそうとは限らないケースもあると思うため

東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	意向確認不足はあってはならないことだと思うが、すべての事務ミスも含まれるのはどうかと思う。データ収集における定義も難しい。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	事務ミスと意向確認不足は、同質のものではない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の不備の基準がバラバラ、公平性に欠ける、意向確認不足か否かの判断基準が不明瞭
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	契約訂正や取消はお客様の意向によるものも多いため。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	意向確認不足は値するかも知れないが、事務ミスなどは、操作ミスなどシステム等にも問題がある場合もあるので考慮すべきことだと思う。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	契約訂正をよしとしない考えがそもそもおかしい。事務不備はつきものである。不備はない事に越した事はないが、完全悪にする風潮が考えられない。保険会社のミス等も開示してもらいたいものである。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	代理店で何でもかんでも押し付けすぎ 電話で聞くと言われる
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価にはなじまない	代理店のみではなく、保険会社の評価も混同するため。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	正当な評価にあたいしない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	社会インフラにおける事務品質は事務を構築する側に多く依存する。保険会社が誰にでもできるような事務を構築すればミスが減るし、そうでなければミスが増える。近年はお客さまが理解できないような商品の複雑化を行っており、そのために事務の複雑化が進んでいる。この経緯を代理店の評価指標とするのは妥当ではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	保険会社の施策(早期更改率)を遂行すれば生じたケースもあり、事務ミスや意向確認不足とされるケースが過去にあった
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	代理店がしっかりと確認をしたところで、お客様より訂正が入れることもあるので、なんでもかんでも評価すべきではない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	誰も間違いやミスもあり事務方がする場合もあるのでないでしょうか
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社が事務業務を代理店に押し付けてきてるせいで業務量が激増しているのにミスが増えないわけがない。偉そうに評価しないで、代理店に事務代行手数料を支払うべき。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	お客様の意向が変更したり、ミスの発生原因がお客様にあることもあるのでなじまない
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	募集の媒介、締結を行う代理店業務とそれを遂行する保険会社という相互関係。ここ10年ほどで保険会社から多くの業務が代理店側で行うもの、と仕事が増えている。それはそれでよいが、最終、確認して、訂正、修正を保険会社も担うべき部分はあるはず。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	ミスはあるものなので、悪質又は繰り返し以外のものは評価すべきではない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社が代理店に対してミスをして何の罰もないのに、その逆有きは話にならない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	人間のすることなのでしようがない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	評価の内容が不透明と考える。どれだけの件数があればどのように評価されるのか、その指数は何に基づいて設定されているのか、不透明である
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	保険会社のシステムに差が大きいから
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	顧客の意向確認は必須であるが、事務ミスについては？である。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	わからない	保険会社は、何処まで意向確認を代理店に求めているのか？
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	保険会社側に原因があって、契約訂正が発生するケースもある
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	事務は、共同募集代理店へ任せているのでわからない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	事務ミスと意向確認不足を同列では比較できないと思います
日新火災	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	意向確認をしても後から訂正してほしいと言われるお客様が一定数いるため
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	事務ミスと意向確認不足は一括りに出来ない
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	わからない	意向確認不足は品質効果と言えるかもしれないが、事務ミスはシステムや業務フローのわかりやすさや使い勝手の問題もあるので代理店・保険会社お互いに原因がある

1-4：複数保険会社商品の比較推奨販売の可否 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	比較推奨販売	4-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	兼合代理店の場合は、代理店の一方的な誘導避けるために比較推奨販売は有効と考えるが、お客様は混乱させる可能性がある場合などは、担当アドバイザーが熟慮の上販売する
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	顧客目線で最善の商品が選ばれるべきであるため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様には、最低価格で最上の補償を提供できるのがベスト
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	比較推奨は、専属では不可能で、選択権の差別につながると思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	販売する商品の特徴を把握することは、募集人として当然である。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社の保険商品に差異が在るため
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	自分がお客様の立場なら比較してみたいと思う
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	家電を買うに場合も機能、価格を考慮するように、選択肢は必要。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	火災保険では保険料に大きな差が出ることもあり、各社の営業方針が異なっている。お客様に伝えるべき情報だと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	複数の保険会社の知識を習得し、その知識・情報を提供することで、お客さまが支持して下さる。評価に値すると思います。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	お客さまに確認し必要と判断されたら比較すべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	お客様目線を考えると、保険会社間の競争でなく、一番良いプランを提案、提供するのが本来の保険の趣旨ではないのかと思う。必要以上に儲ける仕組みがおかしい。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	すべてのお客様に、全取引損保商品を比較することにはすべきでないと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	比較検証により、最適な保険を勧めることができるため
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	商品構成が広がるので、保障内容の差を熟知して案内できるかどうか重要。正しい比較推奨販売にはかなりの知識と経験、それに伴う学習を要すると考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	損保の比較推奨販売について、商品・サービスのラインナップが拡大することにより選択しが広がるメリットはあるが、代理店がお客様の意向を踏まえ、お客様が求める補償・サービスに即した、各社の商品・サービスを提案・説明しきる募集体制・教育体制の整備が絶対条件となります。条件が整わなければサービスの低下・業法と反する販売体制となってしまうと考えます。現実的には、そこまでの体制を整備できる代理店は限られています。兼合代理店の募集体制・教育体制はより高度化され、統制の利いた会社に限定していくことが必要。例えば、生保中心の損保代理店（LP代理店等）は、損保（生保）ともに多くの保険会社と取引のある代理店が多いが、募集実態は保険会社に丸投げのケースが多く酷い状況。金融庁・業界・保険会社として”兼合”代理店の募集体制の要件を明確にして、保険会社の委託可否については厳格な運用が求められる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	個人商品分野での損保各社での差異は少ないので、共通約款使用の方が合理的。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客本位の立場に立った営業であるならば比較対象は必要だと思う
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	主に法人向け商品の場合は、比較推奨販売は必須である。個人向け商品の場合は、種目にもよるが、主要種目の補償内容や保険料面でそんなに大きな差はないので比較販売は必要ないと思うが、法人はもちろん、個人でも顧客側で保険会社指定や商品比較の希望があった場合対応できるよう兼合は必要である。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	単独商品のみでの提供では、情報提供義務を十分果たしているとは言えない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	選択肢が増えることは顧客にとってプラスであり、1社からしか選べないのは顧客にとってマイナスである。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社により強みが違うので、一社専属は、お客様が不利益を受ける
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険情報提供の仕方には特に配慮が必要。最終判断されるお客様への選択肢ご提供は必要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様目線で考えると、一社専属だとお客様を守りきれない場合が出てくる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	シンプルに選べる方がいい
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	情報提供が、出来るのは良いこと
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の意向に沿った提案を行う場合、補償内容、保険料等を比較して提示する事になる。顧客本位を実践する上でロードがかかる以上対価を伴う評価をされるべき
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	顧客主義なら、そう在るべき。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険会社によって異なる商品特性をお客さまのリスクに合わせて選択できる可能性があるから。ただし、その精度を高めるのはかなり困難で、返って混乱を招かないようにする必要があると思う。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険会社で色々な商品がありますので いいかもしれません
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	生保商品は比較推奨販売をしているが、損保専属であり一貫していない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	兼合代理店と専属代理店を同じ評価軸で評価することはあり得ません。前者は顧客に代わって競争環境を維持する立場と、後者は顧客が用意した競争環境の中で単独商品を紹介する立場となります。つまり、兼合状況にある代理店の評価は、求められる品質そのものが高く、圧倒的に高い評価を受ける必要があります。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様に最適な補償を進めることができるため
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の希望に応えることが大切だと考えます
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	現場で仕事をしている実感としては、多くのお客さまには複数保険会社を提示する方が喜ばれる。ただしこれが必ずしもお客さまの潜在的なニーズに直結するとは言い切れない。代理店が応えたいお客さま潜在的なニーズに合わせて代理店が選択すべきである。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	現状は、定義としてガチガチになり過ぎない感じはある。比較推奨の定義についてはもっと柔軟な対応が必要と思う。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様それぞれに必要な補償項目等があるので、選択出来る方が顧客本位だと感じる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様に何を重視して商品を案内するのか？を確認することは必要と思います。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険会社によって引受判断が異なるので、選択肢が広い方が代理店としては助かります。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	保険会社はお客様本位と言いながら顧客の選択肢を狭める方向に代理店を管理している

三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店はお客様満足度を満たすべき行動を常に考えるべきである。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	お客様に満足・納得いただける提案が重要であるが、推奨基準の設定が悩ましい
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	お客様本位の業務運営には、MUST
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	母体企業に複数社から見積もりを取る購買ルールがあり、なじむ。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	顧客の利益保護が優先
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	金融庁の目指す、真のお客様本位を実現するためには絶対に必要。なおかつ推奨する基準に代理店が得られる手数料に左右されてはならない。よって、保険会社の代理店手数料ポイントによる差別化はお客様本位の精神を妨げる要因になっている。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客本位の業務運営を掲げるうえでは重要
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様への情報提供も広がり信頼を得る機会も増える
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様本位だから
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	1社は押し売りとかかわらない
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様の利益優先
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	1社のみでは保険商品をお客様へ提供できない場合がある
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様に最も適した商品提案が可能であるため。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	複数商品の比較による購買行動が当たり前の世の中において、複数保険会社の商品・サービスを提案・提供することがお客様への価値提供に繋がると考えるため。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	乗合の意味は比較推奨のためかと思っている。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	1社のみのお客様の不利益につながる場合がある
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様のメリットがあるので有れば、評価は有りだと思います。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社は乗り合いを認めるべきである
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	乗合代理店は手数料の低い損保社の商品をどのように比較推奨しているのを知りたい。手数料ポイントが異なるため、全社比較して顧客ニーズに合致した商品を販売し続けては代理店経営が成り立たない。経営出来ない代理店は退場というのが金融庁の方針なのか？比較推奨のない専属になるしか道はないのか、悩ましい。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	募集人によっては、比較推奨を面倒がる。複数社商品が勉強不足の人もいる。実際に比較推奨提案を行っている実態を評価すべき。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	実際にお客様に喜ばれている
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様へのサービスとして必要なこと
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険が自由化してきているので比較推奨していくべきだと思います。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	一つの保険会社だけでは顧客に対してBESTな提案は無理である。本当に比較するには労力もコストもかかるので、顧客本位の観点で手数料評価するのであれば加点されるべき。現在は専属優遇加点なので顧客本位では無く、保険会社ファーストである。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	お客様にとっては、選択肢が多い方が良いが、代理店は、簡単に乗合いできないことが問題。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	他商品を扱えない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	自社のマーケットを考えると乗り合う必要性が感じられない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価になじまない	乗合代理店の比較推奨は義務
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価になじまない	乗合不可との保険会社の強い意向が感じられる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	比較推奨が代理店の評価に繋がるとは思っていない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価になじまない	損害保険は特に乗合を認めない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価になじまない	保険会社毎に強みがあるので3社程度は乗り合えるシステムを作ることが顧客に利益をもたらすと考えるが、支配欲の強い保険会社は認めないだろう
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価になじまない	顧客のニーズに添える商品がない場合があるので契約に至らない時もある。その結果評価が下がるのはおかしいと考えます。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	各社委託契約の件数制度を廃止にするべき。比較推奨販売ができない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価になじまない	損保は約款の違いが細かいため、専任者が必要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価になじまない	乗合を保険会社が推奨しない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価になじまない	認める認めないの話ではなく、実績が中途半端な代理店の場合、保険会社から一定のサービスがなくなる可能性がある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価になじまない	弊社は専属の為他社商品の提案はしない。
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価になじまない	お客様にとって選択肢がある。というのは一見広く選択できるようなものであるが、本当に15社の損保商品の中からひとつをお客さまのご意向で選択してもらうというのは不可能。それを体裁として行おうとし始めていることが歪が生じている。そもそも一定の、言葉を変えたとある程度の誘導もあろうことかと思う。その一定の誘導があろう時点で果たして意向把握というのが成立しているのか疑問である。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価になじまない	代理店の意向が保険会社とかみ合わない場合、代理店には選択肢が無くなる
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	サービスに格差は生じない	代理店がどのようなサービスの提供をするか、の方が重要と考える
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	サービスに格差は生じない	推奨保険会社以外を希望された場合は、各社比較推奨する必要があるが、評価に値するかどうかは別問題である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	サービスに格差は生じない	比較推奨販売でなくて専属でもお客様のご意向に添える提案で出来れば格差は生じないと思います

東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	サービスに格差は生じない	お客様も僅かな保険料の差には納得してもらえるが数十万～数百万違えば比較推奨自体に疑問を感じる。
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	サービスに格差は生じない	商品の内容はそれを作っているメーカー責任であり、代理店としては自社が委託を受けている会社の商品内容の中でベストな提案をおこなっているかどうかを評価されるべきである。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	サービスに格差は生じない	お客様の対応で特に差をつけることはない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	サービスに格差は生じない	格差が無いとまでは言わないが、保険商品に会社ごとの大差はない（対個人の場合）
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	サービスに格差は生じない	ここまで複雑化した保険を、説明しても理解を得ることが難しい。結果、契約者は人で選んできると感じるから。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	サービスに格差は生じない	自社で販売できる最大限のサービスをすれば問題ない。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	サービスに格差は生じない	一社であっても精通していれば、評価されるべきだと思います
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	サービスに格差は生じない	保険商品ではなく、リスクマネジメントが重要だと感じる為
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	サービスに格差は生じない	顧客満足は、募集人または代理店次第であり、保険会社商品のウエイトは少ない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	まず前提として、乗合いや専属というのは、各代理店が経営戦略として選択するものであり、保険会社やお客様が、それを「評価」するものではないと思う。保険会社もお客様も、その代理店と取引するか否かを選択する「一要素」でしかないと思う。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	損保は、専属なので、評価されても、されなくても同じ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	複数保険会社の商品を扱うのはお客様にとってはメリットはあるが保険は商品の違いが分かりにくく比較推奨販売の義務はお客様にとって重要である。代理店にとっては乗り合いを選ぶかは比較推奨義務の負担も含め代理店の考え方によると思う
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	複数保険会社商品の比較推奨販売を徹底できるのか？できれば顧客のために評価されるべきであるが、理由を付けて推奨会社を選定・顧客からの要望がある場合は紹介するような方法で良いのか？
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	専属代理店しかやっていないので実際にどのように募集品質が変化するか判断できない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	客観的指標の取り方が思い浮かばない。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	評価に馴染まないと思うが、上記以外に選択肢がないため
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	全国展開等のスキームが確立している代理店以外は比較推奨販売の能力ある代理店は限られているのでは…。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	どんなに説明しても結局保険料で選ばれることが多いので
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	弊社が1社専属で募集を行っていたのはかなり昔の話。乗合が当たり前だという感覚なのでそこが評価基準になるというイメージがつかない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	色んな角度から勘案するとどの保険会社がベストなのか、お客さんが判断するのは困難
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	比較推奨は代理店側で適正に運用されるのが先と考える

1-5：損害保険トータルプランナー資格者割合 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	トータルプランナー資格	5-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	割合の算出が容易。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険代理士は、あらゆる勉強、資質の向上に努めるべきで、資格者は、もっと評価されるべき。資格を持たないものは、代理業をやめていただきたい。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	意識の高い代理店を評価すべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自己啓発は必要
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	生保は、同様の資格が評価されている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	当然であるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	少なくとも努力した証を評価するべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	必須であるべき資格
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	しっかりと資格を持った人が募集して欲しい
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	勉強して知識ある人、それを存分に使っている人は評価されるべき。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	募集人全員が取得する必要はないかと思うが、損保募集人資格の最高峰であり推奨すべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	アドバイスの幅が広がるのでお客様に安心感を与えることができる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	商品説明以外の知識を習得する必要があります
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	専門知識や周辺情報を学習して専門家としてお客様に情報提供をすることが我々の業務と捉えている
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	知識・経験を図る観点で、お客様に表明できる『信頼の証（公的資格）』として有効な資格制度であると考えます。弊社では、人事制度において主任昇格までには全社員の取得を義務付けており、その費用は会社負担で行うこととしています。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	資格取得者の数・割合は客観的な指標だと考えられる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	知識は大事だから
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	客観的指標であり、協会、代協の制度であり評価されるべきである。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	資格により高品質でよりお客様に適した保険提供ができる可能性大。評価対象と考える
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店自身の経営姿勢として上記資格の取得義務付けは評価されるべき。プロとしての知識の縦横の幅として重要であるが、日常活動の中でアウトプットしていかないと意味がない。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	幅広い提案を必要とするのでトータルプランナーに数はそれなりに必要だと思う
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の知識（約款・法律・税・相続・生保・社会保険等）が一番重要で必須と考える。顧客からの相談に親身に対応してあげる事が、業務品質・顧客本位につながる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	ただし、この資格無くとも募集はできるので誰でも取れるようでは価値はなくなってしまふ。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険マンとして知識は大切。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	やっぱり、保険を扱う者のリスクマネジメントの深い知識はお客さまにとって不可欠だと思います。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	資格等は知識の部分で必要なことだと思う。ただし、もう少し資格の精度を上げるべきであると思う。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	知識は重要と考えています。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	いつも勉強 自分の為になり お客様の為
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	業界の最高水準の資格だから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	資格による手数料ポイントを導入すべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	代理店としての意識の高さを見える化したものだと思います。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	評価すべき程の資格なのか疑問もあり
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様への提案力の定量評価ができるため
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	最低限損害保険の専門家としての知識はあると第三者が判断するためにはこのような資格は必要。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	勉強し努力している結果なので
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	業界の最高峰資格なので、評価されて当然と思う
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自ら知識を得ようとして悪いことがあるはずがない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自己研鑽の結果なので、評価対象にすべきと考えます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自分の知識や技術を磨く事で 更にお客様に寄り添うことが出来ると思っているから
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	幅広い知識でお客様を守る
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	代理店としてのスキル向上につながる為
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	当然
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	努力の尺度として有効
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	一つの価値として評価されるべき。ただ顧客への認知度が低すぎる。

あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	顧客への専門性を高めた提案力を有することに對したものであるから。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の業務知識、周辺知識の向上は最重要と考える
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	資格取得を推進すべき
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	認定基準をクリアしている担当者が、複数いることは契約者にとっても安心に、繋がると考えます
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険の専門家の養成に取り組む姿勢
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然取得すべき資格であるので
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	その為にはトータルプランナーの難易度を上げるべきだと思います
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	実際の募集品質とプランナーの数と必ず比例するとは限らないが、意識の高い代理店であるとの判断材料にはなりえらと思う
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	業界を盛り上げる意味でも必要。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	頑張った結果なので。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	売る側の品質向上に資する
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	人数なのか構成比率なのかはあるが、一定理解できる
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	評価されるべきと思います
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	専門家であるならば、より深い知識を身につけるべく努力することが専門家である所以だ
日新火災	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	代理店品質の向上に資する内容であり、その通りだと思う。
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	高度な契約内容を含まない限り、日常の募集では影響ありません。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	今のトータルプランナーの内容なら、ファイナンシャルプランナーの方が、知識レベルが高いため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	当該資格はさほど業務知識として募集に反映していない
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	勤勉である観点ではいいと思いますが、資格にすぎず、現場で活かしていない。資格を取るために時間をとられてしまい、業務時間外の時間が奪われるため。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価にはなじまない	趣旨が自己研鑽であるならばもちろん評価されるべきだが、評価を上げるために修得する(させられる)のであれば、品質評価になじまないと思います。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	資格がなくともお客様本位の営業はできる
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価にはなじまない	損保大学を取得していれば十分である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	顧客は、保険業務以外に人間性や幅広い知識や知恵を求めている。資格によって左右されるべきものではないと考える。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	お客様にとっては資格の有無はさほど関係がない
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	資格がなくても経験値豊富な募集人の方がお客様にとっても役に立つ
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	他の資格を含めた選択肢があっても良い
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	国家資格ではない
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価にはなじまない	必ずしも資格保有と品質が連動しない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	一般的には簡単な試験であり評価に値しない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	割合が高いからといって代理店の品質にはつながらない
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	資格は上位をめざすべきであるが上位資格者が多いから顧客本位の業務運営ができていくかという点と一致はしないと 思います。評価を上げるための小手先の対策のような気がします。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	資格を取ることと、実務レベルは必ずしも一致しないと考えるため
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	幅広い知識と経験を持ったことを売りにしているトータルプランナー資格ですが、アドバイスに強みがあることは、時に意向の把握を軽視したり、多くの業務を単独で抱え事務ミス撲滅の体制整備がおろそかになる要因にもつながっているように感じます。業務品質はいわゆるゆ体制整備のほうが重要と感じます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	そもそも募集人資格自体を狭き門にする必要がある。誰でもすぐ取れる資格なので品位が下がる。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	知識は必要だが、知識があることによってお客さまの潜在的なニーズを必ず満たせるわけではない。そのため評価指標としては相応しくない。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	資格者割合とすると、募集人数によって結果が大きく異なる
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	単に数を増やすという考え方になりがち
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	費用があまりにも高すぎる
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	資格は一般社会に認知されて初めて意味をなす。街行く人にトータルプランナーが何の資格かを問うて8割は正解が来ないと存在価値がない。今、業界関係者以外の100人に聞いて、1人の正解者が出るとも思えない。そんな資格を評価基準にしようと思う神経が理解できない。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	この資格を手数料ポイントに反映させるのであれば、高く配分すべき。現状では、代理店の社会的地位は上がらず、とんとん質が低下する。もっと評価すべきである。
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	トータルプランナーの宣伝を業界がもっとしないと。認知度がなさすぎる。FPの方がお客様に伝わるし喜ばれる。
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	トータルプランナー資格を有している募集人以外にも、より質の高いサービスを提供している方が多く存在する
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	価値のある資格とは思えない。
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	知識等の向上は大切ですが、「資格のための資格」机上の空論的な現状も否めない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	資格だけがすべてじゃない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	認知度が低い

日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	資格の有無より、知識の有無で判断されるべき
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	損害保険トータルプランナー資格者だからと言って、良い提案が出来るとは限らないから
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	日常業務に必要性を感じない。
共栄火災	兼合代理店	その他	20人以上	評価にはなじまない	代理店業務の特性により必要性が異なる
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	実際の実力とはかけ離れた資格なので
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	損保の外部評価項目は必要と考えるが、損害保険トータルプランナー資格が相応しいのか？
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	わからないまま、今年度受講中です。自身のステップアップにつながればと期待しています。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	販売できる商品を限定する方向が良いのではとも考える。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	資格がなく内容がわからないので
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	その資格がどの程度、代理店の品質アップに繋がっているかの根拠がない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	資格を持っているからと言って有能とは限らない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	誰も知らない資格だから
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	代理店規模を無視して登録人数で評価するため評価が平等でない。必要性はあるが
日新火災	兼合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	マイナー資格なのと難易度が低すぎるため

1-6：事故対応へ積極的に関与を行っている 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	積極的な事故対応	6-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	通信販売やオンライン販売でない限り、お客様からは対応を求められる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様サービスとして、事故処理は積極的に行うべき。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険料の対価として保険金の支払いがあるので、事故対応への関与はお客様サービスの義務。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ネット社との差別化を図るには必要な部分
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	一番お客様と寄り添える場面である
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当たり前の事。保険販売時に事故の時のアフターフォローを約束している
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	保険会社と顧客の間に存在する代理店に期待される部分。代理店の存在意義を発揮するところ。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店の基本的な仕事であり、品質の観点から発揮レベルを見直されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	当社の付加価値と位置付けている
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	商品の価値＝保険金の支払であるため、入り口だけではなく出口での関与も評価すべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前の事ですが代理店の速やかなN/Aの作成がSCの初動をスムーズにする。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故の時に頼ってもらえる存在であることは、代理店の品質の一部である
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	高齢者の中には何度も対面で説明を要するケースがあり、保険会社だけでは解決できない案件がある。また、保険会社担当者のレベルの差が大きく、至らない部分をフォローし顧客に不利益がないよう気を付けている。代理店の対応は、結果的に保険会社にも有益な結果をもたらしている。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	対応には相当なロードが生じる。評価されるべき。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	お客様が不安にならないように適宜、進捗状況を確認し共有している。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	ネット保険との1番の違いであり、代理店販売の強みだと思う
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故対応がお客様の満足度に対する影響が大きく、品質として評価すべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	受付や初動、進捗連絡などは必要だが「現場急行」など今日のお客さまのためにしているのかなどよく検証した上での評価が必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	損害保険の商品価値が発揮されるのは、事故発生時の損害サービスにその真価が問われる。お客様の意向に沿った補償内容、有事の際には迅速な事故受付、初動対応。保険会社と緊密に連携を取った、成行対応、速やかに保険金をお届けすること。このような態勢を構築できていない（保険会社のカスタマーセンターに丸投げ）代理店の評価は下げべきと考えます。一方で、事故発生時に代理店ができる業務範囲はそれほど多くないのも事実。（可能な例：事故現場検証の同行、被害物件の立会の同行、保険金請求書類の取り付けサポート等）事故発生時の保険会社と代理店の役割分担（広域災害時を含む）について、今日的に役割と責任を明確にしておくことも必要と考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険にご加入される本来の目的は事故をした際の対応と保険金の支払いである
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の評価が高ければそれは品質に繋がっていると思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故のときこそ品質が発揮されるはず
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様に安心していただくことにつながる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	顧客は保険販売の期待より、事故時のフォローを求めていると感じる。保険代理店は、顧客に寄り添った業務が必要
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	保険金支払い対応は最も重要な業務。円滑な処理に向けた積極的な関与は評価に値する。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	TP0もあるが必要と考える
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様は契約した代理店に事故に関して気軽に問合せ。その対応内容によりお客様が、代理店の品質を判断する。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故対応レベルを品質評価することは当然である
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	委託契約書上の制約があるが、損調担当者や情報の共有しながら早い解決を図るために顧客への連絡やアドバイスを適切に行うことが、顧客からの信頼や評価につながる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故時の対応が他社代理店との差別化を図る絶好の機会
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険商品販売者として真価が問われる大事な機会であり、寄り添って誠意を示す時。品質評価に値する。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様が求めるサービスだと感じる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様と密になる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	顧客満足を高める事故対応をしても、事故対応しないチャネルに高い代金を支払う保険会社のやり方は納得しがたい
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店としてで対応可能な部分の実践は評価して欲しい
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	リピートや紹介に繋がる満足度を上げるチャンスである
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	事故現場に行きお客様に安心していただけるよう声をかけ、状況に応じた行動をする代理店と、保険会社に電話するよう伝えるだけの代理店との差を見極めた評価を期待する
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	保険加入の最大の目的は事故時の補償。事故処理を通じてお客様のトラブルを円満に解決するために努力する事は顧客本位と考えられ、代理店の品質評価の対象となるべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客さまにとって事故の解決は、損得だけでは満足できない、自分のことを分かってくれる「気持ち」が大切だから。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様にとってスムーズな事故解決は大切です
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故時の顧客の不安を如何に取り除くかは、品質と言って良い
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故サービス（示談交渉は除く）を含めて代理店の仕事と考えるので評価して欲しい

三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	万一の相談先として代理店であれば、お客さまに寄り添いご対応するのは当たり前。疎かにする代理店は評価を下げるべき。
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店は有無貴の判断はできないとしてもスムーズな保険金請求の実現のために努力すべきであり、お客様満足度に直結する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故時の対応についての代理店の能力評価は重要。一方で、家計分野の事故処理は、ほとんどの代理店が保険会社のコールセンターを案内しているだけ。家計分野においては、何らかの動きに異論はなく、センター機能を集約することでより効率性を上げ顧客サービスを充実させるべき。よって、事故対応の体制について、代理店で整備すべきは複数の保険会社の商品を利用している法人の事故対応であり、乗合代理店が受けるべき大きな評価項目ではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客さまの潜在的なニーズを満たす絶好のタイミングであるため
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	顧客は事故対応をしてもらうことも含めて保険加入している
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様に安心を与える部分は、評価してもらいたい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険会社の損担担当者の負担も減らしたいし、事故に遭われたお客様にも安心してもらいたい、との思いで取組んでいる
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険会社社員が対応できない部分を補う大事な業務であり評価されるべき
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	無償で対応する方が不自然な感が否めず
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	通販との差別化としては必要な動きではある
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	関与によって顧客満足度は上がるが、保険会社の関心は損害率である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	大規模兼業代理店への対応に見られるように、保険会社の損害査定体制には大いに不信感を持つ。保険会社はしっかりと様子を正すべきだ。真面目に取組んでいる代理店が報われない。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社に丸投げするのではなく、代理店のお客様に寄り添った対応は評価されるべき
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	事故対応時の動向により、顧客の評価が大きく変わる
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	プロ代理店として当然の事。われわれの仕事はこれが本質。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	関与することで解決までのスピード感が違う。事故経験の無い顧客が不安を覚えるのは至極当然でアドバイスは不可欠。Sのサービスは担当社員によって親切度に差がありすぎる。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故対応はプロ代理店の重要な業務
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然であるが、評価基準は難しい
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故時の安心提供こそが代理店の本質的な使命
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険本来の主旨であり、顧客の期待に応える真のサービス提供であり、品質を論議すべきである
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の不安に寄り添えるのは代理店が一番であるべきと思います、示談代行は出来ないにですが不安の解消は可能
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	ただし、本来は保険会社の義務なので、大きくポイントを割くことは反対
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険金支払業務（事故対応）より、優先する仕事（業務）はないのではないのでしょうか？この項目の品質評価について、もっと論議を交わしてもらいたい。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	保険業務の本来的な価値に関する部分であり、品質の良否を評価されるべき
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	これを評価しなくて何をするとというくらい大切
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	事故という保険の価値が顕在化するタイミングで、積極的に関与している代理店の方が、お客様に取っては明らかに高品質である
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	事故対応は保険商品の納品を意味し、代理店の関与はより保険の価値を高めることに繋がる
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	明確に必要。これなしに保険代理店とはいえない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	我々は通販とは違うので、事故が起ってから支払の全てをお伝えする義務がある
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	事故時の安心提供こそ、代理店としての本領発揮の場所である
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店の存在意義がここにあると認識する。しかし、事故対応の度合いを手数料ポイントとリンクさせる評価軸には不満（評価の対象としている「現場急行」だけが顧客サービスではない）
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自動車事故対応に限らず評価されるべきだが、何をもちいてポイント換算するかが難しい。保険種目毎に対応内容を定め、1件当たりいくらかと定額にした方が判りやすい
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	すべて保険会社で行うと決定していない以上代理店の関与は避けられない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店を選択する加入動機に影響するサービスであるなら評価されるべき
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	作業や時間・負担感が大きく、顧客満足度を上げているのであれば、評価されるべき
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	事故対応を積極的に行うことがお客様への本来的なサービスである
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	一番の代理店へのお褒めの材料だと思う
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	常に現場急行を心掛けている。解決が速くなるし、お客様からの信頼度も向上する。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	この部分を評価しないのであれば通販と同じであるし、代理店の価値は無い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	お客様が安心するようにある程度の関与は必要だが、関与しすぎることと混乱する場合もある。ケースバイケースで対応するのでまとめて評価されるのはいいがなものが
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	事故対応の品質評価は数値化しにくい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	代理店に示談交渉権が無いので難しい
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	示談交渉しない商品もありますが、できたら保険会社事故担当主体でお願いできたらありがたい
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	ご契約者にとっては知られたくない場合もありうる
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価にはなじまない	ケースバイケースであり、すべて保険会社任せはありえないと思うが、どこまで関与すればOKなのか、予め線引きが必要。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価にはなじまない	代理店は決められない。きっちり情報を貰うだけ。

損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険金支払いや過失割合は保険会社にしかできないことであり、代理店の評価としてはふさわしくない。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	事故対応は、損保を扱う代理店としては当たり前なので、評価すること自体ナンセンス。また、現場急行について売りにする代理店もあるが、理解できない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	評価基準が難しいと思います。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	事故対応とはいろいろ様々であり、客観的指標がなく基準があいまいであり、評価になじまない。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	主体は保険会社だと考える。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	ケースバイケースになる事が多いので明確な基準が定まらないため
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	基本的に保険会社手動をすすめられている
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	評価方法が難しい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	事故受付、対応、窓口を代理店が行う事がサービスではなく、お客様に寄り添った対応が出来る事が重要。お客様が喜んでくれる、安心してくれるのであれば事故対応の実務に関してはもっとDXを活用すべき。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	時と場合により関わり方は変わってくるので、全てで括ることはできない。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	本来、示談代行を含めて事故対応を行えるのは保険会社および弁護士であるが、現実的には代理店主導のお客さま対応を保険会社も見て見ぬふりをしている。代理店が正当に保険会社の代理代行できる仕組みの構築が必要だし、代協も金融庁、保険会社に意見具申することは必要。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様は代理店が対応すると安心するという点もわかるのだが、代理店としての営業時間の線引きも無くなりかねない。事故対応の専任スタッフを設けていかないといいなくなる。今後の体制は保険会社主導で事故対応をするべきではないかと考えている
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	深入りできない部分があるため
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	事故対応への積極性は当然すべきである。しかし評価の基準が難しいと感じる。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	ある程度は寄り添うが決定権が無い為、そこは保険会社。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	一物一価を通すのなら、どこで加入しても同じ保険サービスであるべきなので代理店に依存するべきではない。また、事故対応としての報酬規定も存在しない以上、尚更のこと。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	代理店では示談交渉もできないので、意味をなさない。コンプライアンスの観点でも危険。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	最終判断は、保険会社であるから
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	事故対応はやらないのでわからない
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	わからない	連絡が取れないなどで関わることはあるが、専門家ではないので、積極的にかかわることはない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	「積極的関与」が何を指すのか不明確
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	客観的な指標として評価しにくいので
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	非弁行為にもなりかねない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	保険会社損害サービスが充実していれば問題ない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	積極的ではなくともお客様と保険会社の間で事故解決に滞りが生じた場合は関与すべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	当社は行っているが、品質として評価を求めて行っているわけではない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	時と場合によります
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4~9人	わからない	訳の分からない代理店が口出ししても迷惑なだけ
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	設問が抽象的。事故に積極的にかかわるとはどういうことを指すのか。代理店がここまでするのが当たり前、ここまでしてくれた、はお客様の主観によるところが大きい。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	保険会社が求める事故対応と、顧客が求める事故対応の中身は異なる

1-7: ペーパーレス（デジタル）手続き率 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	デジタル手続き率	7-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	評価されるべきだが、紙の書類がないのは不安
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	環境保護は大切
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	客サービスより、自社業務効率化の観点で重要
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	事務の効率化、契約締結の迅速化に繋がる。保険料誤りが発生せず事務品質の向上に資する
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	保険会社の意向に協力しているので評価は当然
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	ただし、保険会社も募集方法に適したシステムを開発するべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	生産性を高めるため
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	代理店としても最先端の技術は取り入れるべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価されるべき	推進すべきだが、紙での手続きを希望されるお客さまも一定数いる
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4~9人	評価されるべき	加ポイントにははしても良い
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	SDGsの観点から有効。また、事後の整理や検索にも簡便であるため。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	ただし「割合」の設定については高齢者等を考慮した実態に即したレベルとするべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	デジタル手続きにより、お客様への情報提供を行う時間を確保できる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	ペーパーレス化は、世の中の一般認識（カーボンニュートラル、募集品質の確保（書類の移動コスト削減、書類の紛失リスクの削減、迅速な証券・承認書の発行）、お客様の利便性の向上等）から避けては通れない重要な取り組み。代理店の品質として評価されるべきだが、設定する指標（KPI）と求められる水準については、日本代協と損保協会が連携し、募集実態を踏まえた水準（ガイドライン）を設けて運用していくことを望む。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	取組自体は品質評価対象としてあり得る。ただあくまでお客様の希望に沿うべきで、妥当な水準が望ましい。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	全契約をペーパーレスにするべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	温暖化対策は、未来への責任だ
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	IT活用によって災害・事故時の対応がスムーズになり顧客メリットにつながる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	業務効率向上に資する
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	保険会社が求めるペーパーレス手続き率が高い場合は評価するべきだが、紙媒体を希望する顧客がいるのも事実なので、手続き率が低い場合に評価を下げるのもおかしい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	IT化は業務効率を引き上げる観点から必要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	不備減少、迅速な手続きに効果あり
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	もっと早く進めるべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	当然である
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価されるべき	社会的にIT活用やカーボンニュートラルが重視されており品質評価の指標としても良い。一方、リテラシー弱者を無視しても良いことにはならず、相手の状況を見て適用していくべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	もっと代理店システムの改善が必要
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	今後、確実に物流困難や人材が不足が生じるので、業務効率化は重要
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	時代に合った募集方法を取り入れ、業務を効率化させ、作った時間でお客サービスの向上に努める必要がある
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社のシステムが追いついていない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	ペーパーで説明を行い、手続きはペーパーレスという実態もある。時代の流れはペーパーレスの方向に進む
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	時代の流れ
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	見える化できる指標であり、評価基準となることで代理店の意識が変わる
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	SDGsの取り組み。保険会社の負荷軽減への協力。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	保険会社がペーパーレスを推奨しているし、我々もアナログのままでは書類保管スペースが無くならない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	今後取組みの重要性は増す。DX推進は保険会社の社費軽減に繋がりに避けられない
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10~19人	評価されるべき	より一層の普及を望む。しかし、紙を否定したり強引に進めていくものであってはならない。
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	人口減少を考えれば、保険会社、代理店いずれにとっても正しい方向性だ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様が本心でペーパーレスを望んでいるとは思えない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様との契約に際し、早く、有効な手段として、デジタル一択は不合理。お客様が望む方法であれば、紙でも電話でもメールでもOKなはず。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社の意向だけでしか無い。代理店は紙が増えた。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	ご年配の方は紙、対面での手続きの要望が強い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	ペーパーレスが本当に顧客の利便性に繋がるのか疑問
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	時代の流れなので仕方ないが、お客様にお時間を取らせる場合が多く申し訳ない。決して早く確実な契約形態ではない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	SDGsの観点からは必要だが、お客様へのサービスは無関係

損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社の都合でありお客様サービスの観点からの評価にはなじまない
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	紙契約の良さもあると思うので（契約者の不安解消）
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	高齢の方やデジタルが苦手な方、デジタルを信用できない方もいるので、理由の考慮は必要。デジタル手続き後に訂正が発生した際の、システム対応が不十分ではないか。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様都合ではない。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社の考え方は、ペーパーレスありき。無理な負荷を顧客と代理店に負わせている。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社によってデジタル化の進捗が異なるにも関わらず、同様の取り組みレベルが求められるのは困る。顧客サービスに資する良いシステムであれば自然に普及する。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	4~9人	評価にはなじまない	すべてデジタルにするのは無理がある。紙の本が残っている意味を考えるべき。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の事務効率だけが目的
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	趣旨は理解でき取組むことはやがさかではないが、保険会社都合の割合が求められ、手数料のポイントとして評価されるのは納得できない
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	デジタル手続きをお客様にお願いするのであれば、もっと分かり易い内容にすることが必須。業界用語ばかりを使用せず顧客目線でシステム構築するべきである
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	法人のお客様にはなじまない
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	年代によって対応できない場合もあり、一律評価するのは違和感がある。
損害保険ジャパン	兼合代理店	その他	1~3人	評価にはなじまない	契約者のすべてが本心から望んでいるとは思えない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	あくまでもお客様の要望次第。ペーパーであろうがデジタルであろうが、意向を踏まえることがお客様本位であり、結果で評価されるべき。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様の要望に合わせた対応をするべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	基本的に弊社はペーパーレス化が難しい
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	目的は契約者に保険内容を十分に理解して頂く事。デジタル手続後にご契約内容の紙を手交し、残していただくことも大切な事
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様がペーパーレスを望んでいるとは思えない
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	契約者要望に合わせた手続きをすることが仕事
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	DX化する社会情勢に対応するべく、ペーパーレス化の推進は行っている。しかし、全てペーパーレス化が良く、全てのお客様にメリットがあるとは言いきれない。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	すべてのお客様にはなじむことではない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	ペーパーレスやデジタルが、お客様サービスの重要要素ではない。これらは手続き方法の手段の一つ。その比率で代理店の品質を評価するのは反対。保険会社側の効率化の範疇に属する項目。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	本来、代理店の品質評価は顧客サービスのレベルで判断されるべき。保険会社都合の達成度ではないはず。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	顧客からWEB対応の要望があれば対応できる体制は必要だが、基本的には有効な面談が望ましい。手続率による評価は保険会社理由。何のために代理店は存在しているのか、色んな相談を持ち掛けられてこそ新しい局面が生まれる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	望まないお客様にペーパーレスを進めるのは顧客本位ではない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	URLを送信するデジタル手続であれば、お客様はネット保険で構わない。その方が保険料も安い
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様に自由に選んでもらいたい
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	ポイント有りの無理やりペーパーレス。顧客本位とは何ら関係なし。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社の社会貢献にお客を巻き込んでるだけ
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	一律な対応は顧客本位ではない
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社都合
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社都合が最大の理由であり、必ずしもお客様が求めているものではない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客さまの選択肢を広げる意味で代理店がお客さまに案内する責任はあると思うが、お客さまの年齢や層によって異なるため、ダイレクトに代理店の評価に繋げるのは不合理。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	ペーパーレスを望まないお客様も多い。必ずしも代理店のペーパーレスにはなっていない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	DXが本当にお客様のためなのか自社にて検証中
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様の意向に沿った営業が大切
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	基本ペーパーレス化努力は行うが、顧客層によっては馴染まない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	契約の内容に差が生じないので、お客様のご要望に沿えばよい
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	デジタル手続きが出来ない年代の方もおられるので、何が何でもデジタル手続きを推進するのはどうかと思う。もちろん、出来る方には便利なので、そういった層には推進すればいいと思います。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店に求めるべき指標ではない。顧客の望まないペーパーレス化を代理店が顧客に無理強いしている現象が生じている。代理店は自らの経営戦略の中で必要なDX対応し、それを品質向上につなげていく必要がある。代理店として、戦略もなく保険会社に言われた外的要因で、ただデジタル契約比率という指標に取組むのはナンセンス。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様には却ってお手間をかける。DXの名のもとに、代理店にネット損保と同じような契約更新手法を強いる保険会社のやり方には違和感を感じる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客さまと代理店の事務ロードが増えるだけ。お客様サービスの観点からはまったく意味がない。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	デジタル手続きを望まない方に無理矢理デジタル手続きを強いるケースがある
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	代理店の効率化のために取組んでいる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	趣旨は理解できるが、全てのお客様が望んでいるわけではない

三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	20人以上	評価にはなじまない	書面で面談する事の安心感も必要
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様本位ではない（保険会社の無理強い感が強い）
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	代理店内の効率はアップするが、お客様（特に年配者）目線ではまだまだペーパーレスにはならない。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	年配者には不向き
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	高齢者をないがしろにする可能性あり。
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の都合にすぎない
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	顧客満足には繋がらない。保険会社の経費削減に繋がるだけ。
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様の中には、PC等の操作ができない人も未だ多い
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社の経費削減が目的。お客様は紙、デジタルいずれでも満足度は変わらない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	契約者の意向によって選択すべき。強要するものではない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社の行き過ぎた政策
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	Wi-Fiがつかないところもある
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	早く確実な契約形態とは思うが、お客様本位というよりも保険会社本位
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社はペーパーレスを推進すると言っているが、依然ペーパーだらけが実情。また、お客様もペーパーの存在で安心していることも実態。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	デジタル手続きは確かに便利であり活用もするが、馴染まないお客様（高齢者等）もいるのに率を代理店手数料に結びつけるのは間違っている。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社が紙削減に取り組んでるアピールをしただけの自己満足に過ぎない愚策の極み。やらされてる代理店は紙の使用量が増えている。保険会社には紙代と印刷代を請求したい。極めて使いにくいシステムを使わされてお客様から「大変ですね」と同情される現場の苦しみと恥ずかしさが、仕組みを考えている保険会社は全くわかってない。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の事務効率や経費削減の問題で顧客サービス観点の評価にはなじまない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様に無関係。保険会社、代理店の都合。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	デジタル手続きが保険会社の都合によるところが大きく、必ずしもお客様が望むものではない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様のニーズ次第だ
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	現段階でポイント評価は、時期尚早。デジタル化はさらなる進化が予想されるが、あくまでツールの一つに過ぎない。お客様によっては馴染まない場合もある。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	すべてのお客様にデジタル対応はできない。法人顧客には紙の方が契約内容を理解していただき易い
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	企業内代理店	4~9人	評価にはなじまない	希望しない顧客にも強いるケースが生じるので、顧客本位の観点からはなじまない
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	未だ紙を希望されるお客様は多い
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	基本はデジタル手続きを進めるが、一定数ペーパーで契約を希望するお客様がおられる。全てデジタル手続きを強いることはできない。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	契約手段であり、選択肢に過ぎず代理店の品質ではない
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	本質は、お客様に、デジタルを含めた選択肢を示し最適な手続き方法等を選択してもらうことである。比率を評価項目にすると、ペーパーレス（デジタル）比率を高めること（ペーパーレスにリードすること）が目的になる恐れがある。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	ペーパーレスは保険会社の効率化、コスト削減が主目的である
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	意向確認不足のリスク削減や、効率化にはつながるが、代理店の品質として評価されることではない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様の要望次第。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	日本の高齢化社会においてデジタル化を一辺倒に強いられても、取り残されるお客様は存在する。優しくない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	ペーパーレスの受益者は保険会社や代理店であって、お客様に利害は生じない。それぞれのお客様に応じた対応が必要であり、数や比率で評価されるべきではない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	契約方法に優劣はない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様のニーズ次第であり、比率などの数値化はなじまない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社都合であり、お客様の意向とは違う
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	デジタル手続きに抵抗があるお客様に、紙で対応していることが評価されないのは納得がいけない。顧客本位だと思う。
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客様要望に応じて使い分けをしていることこそ、顧客本位であり、評価されるべき
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	顧客サービスとなるケースばかりではない。お客様が、スマホ、PCを利用されない場合、詳細や案内を紙媒体で郵送する。Web証券で良いという契約者もまだまだ少ない。証券位は送って欲しいと言われる。お客様のスマホに更新用のURLを送付してもご理解いただけず手続きできないケースが頻発する。お客様が、後で親族に相談しようとして手続きを失念するケースもある。
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	当社は法人契約が多く、まったくなじまない
日新火災	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	お客さまには、アナログ思考の方も存在する。一概に言えない。
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	高齢者などデジタル手続きに馴染まない方もいる。
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社はペーパーレスと言ってるが代理店は益々ペーパーが増え、全体的なペーパーレスにはならない
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社の一方的なやり方にお客様が納得しているかは不明
共栄火災	兼合代理店	その他	20人以上	評価にはなじまない	紙を希望する高齢者に対応すると、低品質な代理店なのだろうか

損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	手続きの簡便性では大切だが、デジタルが苦手な客層には、なじまない。ユーザーの特性がそれぞれ異なる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	ペーパーレスを望まないお客様もまだ存在する
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	デジタルが苦手な高齢のお客様が望んでいるとは思えない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	顧客への選択肢としてペーパーレス手続きができるようにしておくべきだが、高い割合で縛られるのは違うと感じる
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	デジタルが苦手な高齢者の顧客には必ずしもペーパーレスは馴染まない
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	ペーパーレスは時代の流れだが、紙ベースを望まれるお客様も一定数存在する。お客様が望むサービスを提供する事は顧客本位の考え方に沿う。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	手数料ポイントで縛られないと取組まない募集人が多いことも事実
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	デジタル至上主義の現状は気がかり。対面のペーパー募集は安心感の観点からお客さまへのサービスにつながる。
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	4~9人	わからない	デジタルを苦手とする高齢の方には却ってストレスになる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	お客様への強要は良くない。代理店が判断して対応すべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	保険会社に協力はするが、お客様のためになっているのかは疑問
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	お客様のご希望次第で対応すべき
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	法人契約にはなじまない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	ペーパーレスのシステムをもっとシンプルに利用できるようにしてもらいたい
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	お客様の状況に応じて手続すべき
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	高齢者契約数が多いとペーパーレス推進が困難
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	兼業代理店	4~9人	わからない	多くのお客様はデジタルを望んでいない、申込書の控えを紙で希望される
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	保険会社の都合で推進している。保険会社への協力という意味で評価されるべき

1-8：4週間前早期更改率 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	4週間前早期更改率	8-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください(任意)
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様・代理店双方に有益であり、評価されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	お客様対応上既に習慣化している。評価してもらえると、やりがいにつながる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	不測の事態が起こった場合に備えて、早期の対応は必要
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価されるべき	早期更改は必要であるが、4週間前にこだわる必要はない
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価されるべき	漏れないように、早め早めに更改は提案するべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様に契約内容をご検討いただく余裕が必要なので
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	早く更新の案内をすることは大切。検討される時間の余裕は代理店にとってもお客様にとっても良いこと。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	早期更改率ならびに満期日前証券未着率など、満期日前に契約者意向を反映した正しい保険証券が契約者の手元に到着して補償内容を確認できる体制構築については賛成であり、代理店の品質として評価されるべきと考えますが、4週間間の水準が妥当かは検証が必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	早期更新→始期前証券到着などお客様起点の評価であるべき。現状ではお客様も「他社への移行回避策」に見られている。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	早期更新は基本
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様が契約内容を検討する際の余裕が必要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	直前の更新対応でよいことはない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	案内が遅いとお客様の不満足につながる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	募集人のゆとりとお客様への安心感につながる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	代理店・保険会社にメリットが大きい
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価されるべき	大半は早期更改が重要だが、一律に早期更改率で評価されるのは間違っている。特に法人契約では社内稟議などで満期ぎりぎりでの継続となるケースもありそこは顧客事情を勘案しながら評価されるべき。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	早期更改をやる事は非常に良い事。しかし、更新後も満期までは取り消し可能と訴え保険募集を行うディーラーチャネルのやり方は問題。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	1か月前を基準に更改完了を進め、お客様からも喜ばれている。(時間の余裕は絶対必要)
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	当然である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	早期案内は顧客にとって検討時間を設ける事なので品質評価できる。顧客本位の観点であれば、基準は申込日ではなく、ファーストコンタクトが早期である事が重要。改善を要す。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	契約者対応上、早期更改で余裕をもった手続きは当然のこと
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	早期の手続きは契約者の都合も含めて安心感を与える上で大切。一方、4週間の期限を優先して、お客様との十分な対話ができないケースも生じる。一律な対応は顧客本位を損ねることもある。
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	商品によるという条件付きで賛成。自動車は車検等の関係で、入替が満期日直前に発生することが多い。その場合は後から変更入れれば良いが、予めわかっているのであれば、顧客本位の観点から4週間前に更新せず、待つべき。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	4週間前が適切かどうかは疑問。日新火災の早期更改は3週間前です。
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	4週間が妥当とは思わないが早期更改率を品質としての評価は理解できる
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	既に評価対象である
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様が望んでいるわけではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	通販契約の早割対策上は早期更新が重要。更新後満期日まで長いと事故とか車両入替があった場合非効率。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	早期更改が、お客様のためとは言いきれない。お客様にとって迷惑な方も多くいます。代理店や、保険会社だけの数字と思う。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社が代理店 手数料を下げる為の理由にしている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様は4週間前の更新を望んでいない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早期更改に関して、一定の有効性は否定しないが、更改率の方が顧客支持を表していると思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	品質の指標としては、早期更改率よりも継続率だと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	一定数は4週間前を好まないお客様がいる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	更改は早めが良いが、4週前の必要性は感じない。ただ、ネット損保の早期更改割引への対抗としか考えられない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早期更改をする事が顧客の為になるのか、また、顧客は真にそれを望んでいるのか実感できない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	大切なのは早期更改ではなく、お客様との関係構築(グリップ力)だと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	早期更改後の事故が多い。契約訂正業務が増え負担に思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	早期更改を望んでいない顧客もいるため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社都合
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社本位の業務運営
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	満期日までに証券を届ける目的で取組むが、オンラインで計上するので、4週間前の更新は早すぎる
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	契約者の検討時間を奪っている
損害保険ジャパン	専属代理店	その他	1~3人	評価にはなじまない	保険会社の勝手な都合

損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	コマーシャル・ラインのお客様については、お客様の意向に従う
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	連絡がつかない方もおられます。高齢者や知らない電話に出ない、訪問日時が合わないなどあるので、考慮していただきたい。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	4週間前の基準では、お客様が内容を検討する時間を奪いかねない
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	4週間前はお客様に無関係
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	契約を急がせているように受け取られがちであり、顧客本位だとは思えない
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	直近事故での訂正や車両入替もある。満期前手続きの必要性について理解しているが、4週間前は早すぎると感じる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	顧客サービスには関係がない
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	4~9人	評価にはなじまない	あまりに早いと更改後の変更が発生する
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様自身の時間軸に合わせる
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様には都合があり、こちら都合の催促は強要となる可能性ある。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	4週間の線引きは、お客様のためというより、通販等から自社の契約を守りたい保険会社や代理店のためであり、品質として評価するのは、顧客本位の考え方から逸脱する。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様の意向が確認出来ていれば4週間前である必要はない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	早期案内については賛同するが、早期更改についてはお客様次第
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	契約者により更改のベストタイミングは異なる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早ければ高品質ということではない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	早期更新は、顧客ではなく保険会社が求めているだけである
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社の要望
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	4週間が良いのか分からない。2週間前でも良い。4週間は品質ではなく、一方的な保険会社都合である。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	4週間という基準は保険会社の勝手な基準である
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様の意向に沿って対応すべき
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	案内を早期にすべきとは考えるが、継続率UPの為に早期更改を顧客に促すのは、顧客本位に反する行為であり、それを推進するような指標設定は顧客本位に逆行する。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社変更のリスク回避の手段の一つであり、顧客本位の施策とは言えない。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	満期までにお客様が確実に更改できていれば良い。4週間にこだわる必要はない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	2週間前が妥当な期間であると思う
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早期案内は品質だと思うが、更新のタイミングはおお客様の要望次第
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早く更新したいお客様ばかりではない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	保険会社都合
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	直近で車両入替が予定されていても代理店として早期更改を求められる。意味不明だ
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	代理店の行動としては早期満期案内が重要、更新日はお客様次第
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	早期更新をして安心と感じる顧客がどれだけののだろうか。土日や早朝深夜にでも連絡がつく代理店の方がお客様にとって安心を感じるのではないかな？
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	それはお客様目線ではなく、保険を売る側の都合
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	早期更改が継続率に寄与していることは理解できる。この事を代理店の品質評価として保険会社が判断するのは自由
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様個々にニーズは異なる。4週間が早すぎると考えるお客様には不快な対応になる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	2週間前で十分
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	割合だけで代理店の品質評価をするべきではない。なぜ4週間前なのか分からない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	継続率や満期日前証券到着は、品質に影響すると考えるが、更新時期の遅い・早い自体は品質と関係が無い
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	専業プロ代理店であれば早期更改は当然。しかしお客さまの個別事情で不可能なケースもあるため4週間前など保険会社に期限を決められて取り組むものではない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早期更改がお客様のためだとは思えません。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	翌月の成績を早く確定させたい保険会社の都合だから
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	代理店だけの努力で出来ることであればいいが、お客様都合で遅れる場合もあるので評価は難しいと思います。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の業務効率化施策であり、代理店の業務品質ではない。契約の1カ月以上も前に更改手続きを完了させることは、契約者から考える時間を奪う行為。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	4週間前を想定したアプローチは必要だが、基準としては2週間前で良い
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様への早期コンタクトが重要。更改日はお客様の都合で考えるべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様には、様々検討したい方も存在する。2週間前くらいが適当
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	現場で仕事をしている実感として、顧客本位のためには早期更改ではなく早期案内と丁寧な案内（契約一覧表の作成や他契約更新時や電話時の声掛け、等）の方が品質の観点から重要である
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	早い更新を望むお客様と、望まないお客様がいるので
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	2週間前くらいが妥当だが、郵便事情が悪化しているので、保険会社の意図も理解できる

三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	早期更新は、ミスを防止するためには有効だが、基本的には保険会社都合
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	早い更新を望むお客様と、望まないお客様がいるので一概に品質評価に繋がるとは思えない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	保険種目や年齢層を考慮することなく、一律の線引きは良くない
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価にはなじまない	お客様本位ではない（保険会社の無理強い感が強い）
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	2週間前が良い
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の都合
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の都合にすぎない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	4週間前は早すぎ。われわれが月の感覚を無くす
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	早期更新が必ずしも代理店の品質とは結び付かない。お客さまに負担をかけることもある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	保険会社の都合割合が多く、お客様はそこまで望んでいない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	満期日までに証券がお届けできれば良いので4週間前にこだわる必要はない。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	一律に更新が遅い代理店は品質上問題。しかし、4週間前更新割合だけで品質が判断されるべきものでは決してない。顧客本位であるからこそ、4週間で更新できない契約もある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	お客様本位ではなく保険会社本位である。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社の事務効率や経費削減の問題で顧客サービス観点の評価はなじまない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	落ちるものは落ちるし続くものは続く。更改時期は関係ない。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	お客様に4週間という線引きは関係ない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	月払い口座振替の場合、満期翌月26日が引落日であり、引落日の2ヶ月～3ヶ月前に手続きすることになる。性急すぎる
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	早期更改が、お客様本意とは思えない
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	早期更改は当然。お客様の支持を表す品質の指標としては、継続率（還流率）の方が大事
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	2週間ならわかるが、1ヶ月はお客様都合でできないことがある
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	4週間前では更新後契約訂正等になる可能性が高い
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	お客様に対して早期に案内を実施することは必要だが、手続のタイミングはお客様それぞれに要望がある。品質評価にはなじまない（保険会社が、他へ流出する機会を最小限にしようとするための施策に過ぎないのでは？）
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	これは保険会社都合です
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	契約者都合で早期更改出来ない場合もある。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	満期日直前の車両入替は、分母に入れるべきではない。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	一律4週間前更新は現実的ではない。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	早期更改を進めることは顧客の安心の観点から重要。しかし、更新手続きは、お客様都合の結果遅れることがある。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	4週間前早期更新は、お客様のためと言いつつ保険会社の契約維持意向が透けて見える。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	品質の観点で言えば、早期更新よりも確実な補償内容の提案が必要
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	顧客より「困り込み施策」「会社や代理店の勝手」と揶揄されることがある。早期更改が必ずしも顧客本位とは思えない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	全くの会社都合。困り込みが理由。代理店の品質評価にはそぐわない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	保険会社が決めたことに従って、私共は1ヶ月前にやっている。
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	メーカー（保険会社）の都合
日新火災	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	お客様の都合を無視すべきではない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	お客様の都合により4週間前の更新が不可能なケースも多い
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	代理店に落ち度が無くとも、お客様の都合で遅くなった時に評価が下がるのは、おかしい
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	保険会社の都合でお客様の意向ではないため
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価にはなじまない	お客様に早期更改の意向を確認せず、一律に線引きするのは違うと思う
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価にはなじまない	法人契約は常にビットが行われる。社内稟議もあるので、4週間前の更新は不可能
日新火災	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価にはなじまない	余裕を持って更改できるのは事実だが、お客さまによって早期更改が良いとは限らない。
共栄火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	できれば4週間前が理想だが、お客様の都合でやむを得ない場合も多い
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	4週間前早期更新だと、自動車保険に関しては事故が発生した場合契約訂正が必要になる。自動車保険に関しては4週間前で無い方がよい。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	各代理店が経営戦略として選択するものなので、保険会社は推奨程度でいいと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	早期提案は品質として評価に値するが、早期更新はサービス提供者の工ゴであると感じる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	早期更新は代理店のBCPの面でも進めるべきであるが、極端に指標ありきではないと思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	それぞれの代理店によって考え方の違いがある。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	個別のケースによって何週間前位に更改すべきかは異なると思う。

東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	早期更改がお客さまのためになっているのか検証が必要。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	極力早期に手続きすべきであるが、お客様により馴染まないケースがある
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	顧客企業の経営方針によってキャッシュレスが不可。理由のある現金扱は評価対象にならない。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	これが基準となることで募集人への動機付けはできるが、それが評価につながるものが果たしているかどうか わからない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	お客さま目線の指標ではないと思われるのですが...アンケートなりでお客さんが早期更改を求めておられるとかがいう結果が出るのでしょうか

1-9：満期日前証券お届け率 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	満期日前証券お届け率	9-2、上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	満期までにはお客様のお手元に証券が届くのは安心という観点で必須
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険開始時に、証券がお客様のお手元にあることは安心に繋がる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	契約更新業務を速やかに行った結果
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険開始日より前に証券が届くのは、当然である
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	満期ギリギリの契約は、お客様にも心配をかける
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	評価項目とするのであれば、保険会社は進捗状況や結果を通知するべき
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	証券お渡しは納品と考えれば必要。万一内容に齟齬があった場合の対応も早くできる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様満足度を考えると必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	早く案内し、正しく申し込み手続きが完了すれば普通に満期日前に証券が届く
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	更改のタイミングは個別事案によって異なるが、少なくとも満期日前に証券が到着しているべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	早期更新の結果である
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	切れ目なく保険カバーが継続することをお客さまが認識しやすいので、品質項目として適している。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	顧客の安心につながる
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	満期日までに契約内容が確定されている必要はあるが、証券の到着は必須とは言えないと思う
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の安心につながる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	安心をお届けするためにも大切
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	早期の満期案内と手続きは必要。結果として満期日までに次契約の証券が届く事が望ましい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	代理店と保険会社の信頼を得るためのファクター
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	評価されるべき	個人分野の保険種目は満期日前に証券が到着しているべき。一方、法人の場合8-2で回答した通り一律100%を目指すというものではなく内容を確認したうえで評価すべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様が、契約した内容について、正式に書面で受け取る書類なので、代理店品質として重要な指標。一方、これに対応できるアロウンス期間が保険会社や保険商品によって異なる。代理店だけで成立する品質でないことを認識しておく必要がある。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	web証券を推進するのであれば指標の表現も取組みに対する考え方も違ってくる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	家計種目に関しては妥当と思いますが、企業種目では必須ではない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	期日までに納品するのは大切。この仕事で報酬をいただいている
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然である。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	安心感を与える上で大事
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様に不安を与えないことが重要
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様の安心と契約内容の確認に不可欠
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	満期前に証券が届かないと不安に思われるので当然
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ベーシックなお客様意向
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	満期日直前に証券が届くようなレベルでは品質が高いとは言えない
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	早期更新に取組めば、満期日前証券到着は当然。
日新火災	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	評価されるべきで、既に評価されている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	お客様の保険証券への関心はそれほど高くない。保険証券を管理されている方はほとんどいない。期日はさておいて、証券の有無を保険代理店の品質に結びつけるのは、やや実態とズレている。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価にはなじまない	今の郵便事情を考えるとなじまない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	web証券が一般的になれば意味の無いこと。契約手続きをしっかりとる方が重要。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	時代の流れとともに、一部の高齢者を除き、証券の必要性を感じなくなっていると思われる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	保険証券の重要性が失われつつある。紙の証券を発行しない場合もある。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	保険会社本位の業務運営
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	満期日までに届けるのは不安解消にもなるので良いと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価にはなじまない	すべて数値化されることに納得できない
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	4～9人	評価にはなじまない	代理店の怠慢で更改が遅れない限りお客様から不満は出ない
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価にはなじまない	契約者は、安心のために、満期日前には証券が欲しいと思っている。保険会社には、計上～お届けまで如何に期間短縮が出来るのかもっと検討して欲しい。契約計上または申込書提出後、1週間以内に必ず届けられように、システムを含めオペレーションの改善をお願いしたい。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価にはなじまない	郵便事情が悪化しているので、評価に値しない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価にはなじまない	顧客のほとんどは、証券の開封しない。電話が繋がる安心を求めている

東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	特殊な特約条項付きの契約については保険会社の証券作成が非常に遅い
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険証券の有無と補償の可否とは関係が無い。契約内容についてお客様と代理店がしっかりと確認していることが重要
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	契約して証券が満期日前に来るのを待ち望んでいる契約者はほとんど無い。証券には詳しいこと表示されていない、生保証券も同様。契約内容の確認には、満期案内の際の更改案内が一番役に立つ
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	情報の多くが表示されない証券(変更の承認書)が早く届く事にそんなに意味はない。申込書の写しや更改時の資料の方が重要で利用価値が高い。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	お客様がマイページにログインできず、証券を確認できないお客様が多発している事の方が大問題
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	満期日前に保険証券が存在すること自体に大きな意味はない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	開封すらしない顧客も多い。保険会社の想定する顧客像は実態とズレているのではないが。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	保険会社自体が紙証券を否定してWeb証券を推奨している
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	満期前に証券が顧客へ到着しているのは当然のことであり評価不要。愚問
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	契約手続き段階が最重要で、保険証券はどちらかと言えば付随業務的
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	証券を発行しないことが推奨されるから
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	ペーパーレスが浸透し、証券(紙)の必要性を感じなくなっている
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	満期直前の納車など満期直前に契約となるケースがあるため。諾成契約であり契約が成立していることをお客様さま・保険会社に募集人が説明・証明する手段を持つ事が肝要
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様のご都合で満期日に届けられないケースでは不満にならない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険会社は申込書や証券を無くし、コストを代理店に押し付けている
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	保険証券自体がWeb化しているので意味が無い。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	Webを経由して即座に契約内容を届けられるなら不要。4週間かどうかは別にして、早期更新だけの品質評価が良い。証券の有無が問題なのではなく、実態として補償されていることが重要。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	当然のことであり、品質評価項目にいれる必要性はない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	早期継続であれば自然と満期前には証券が届き代理店の品質評価と関係ない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	満期日前の保険証券のお届けは、理想としては理解できるが、ペーパーレスを推奨しているのなら、保険証券もペーパーレスだと思うので、証券は必ずどのタイミングで手続きしようが、満期前に確認できる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	証券の到着を気にしていただくお客様はほとんどいない。保険会社からの封筒はとりあえず捨てる、というお客様がいらっしゃるくらい、今の保険会社は信用されていない。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	お客様の関心事ではない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	現状、お届け証券を見て訂正に至ることは稀。契約書たる申込書控などで確実に内容確認できているかが大切。証券お届け日を重視するのであれば、もっと早く訂正できるタイミングで届くことには意味がある
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	4週間前に早期更新を行ってれば、ほぼ自動的に保険証券は始期前発行出来ている。保険証券の満期日前到着を品質とするのか検討するのであれば、お客様の証券開封率も調査すべき。(ヒアリングによる)私の体感では、届いた保険証券をお客様が開封する率はそれほど高くない。だとすると保険証券の始期前お届けが大切であることに変わりはないが、内容を確認いただくという意味ではそれほど重要ではない。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	当然のことであり、これを品質基準とする必要性を感じない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価にはなじまない	保険会社都合です
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	もはやデジタル時代であり、紙の証券の重要性はない
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	評価にはなじまない	メーカー(保険会社)の都合
日新火災	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価にはなじまない	満期前証券到着は必要であるが数値化、ポイント化は必須とは思えない
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	評価にはなじまない	減点要素としては、評価されるべき
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	当然のことであり、お客様がサービスととらえていない
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価にはなじまない	証券レスの時代に検討する項目ではない
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価にはなじまない	大前提として郵便事故が多いにも関わらず、証券という個人情報満載の書類を普通郵便で郵送するのをやめるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	各代理店が経営戦略として選択するものなので、保険会社は推奨程度でいいと思う。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	保険始期前に証券が届くのは当たり前であるが、法人契約者だと難しい場合もある。個人顧客に限定するとか一定のバーを引いたうえで対応することが必要ではないかと思う。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	わからない	システム化されていない商品、種目もあり、単純に比率だけ見るべきではない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	証券自体webに変えていく方向だから
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	どちらとも言えない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	極端に低いケースについては品質に問題があると考えたことに異論はないが、顧客の意向もあり100%を求めるべきではないと考える。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	出来る限りペーパーレスを推進しているので、保険証券が届くかどうかではなく、お手続きが完了出来ているかどうかのポイントだと思う
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	基本的には満期日までに証券は届けるべきだが、100%は不可能
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1~3人	わからない	お客様も相見積もりを取る時代。証券よりも優先される顧客関心事も多い。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	保険始期日に証券が届いている方がお客様に安心してもらえるのは事実
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	証券が満期日までに届くのは当たり前。酷い指標の代理店はマイナス評価すべき。そのような代理店は少ないのでは。

1-10：クレジットカード支払い率 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	クレカ支払い率	10-2、上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	ポイント貯める方が多いので。お勧めしています。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の意向に従った結果であれば評価されてしかるべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	キャッシュレス化の時代なのでいいと思います。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	引落不能が無くなり、お客様も代理店も安心である
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険会社への保険料精算であり、手数料は保険会社が負担するべき
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	今の時代、致し方なし
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様のご希望が重要であり、口座でも現金でもクレジットでもお客様の自由なのに、現金はダメ、代理店の評価を下げるというやり方は、保険会社のエゴ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	クレカ払い利用＝高い品質の理屈がわからない。払込方法の選択は代理店の戦略の中で決めれば良い。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様が選択する支払い方を選択するべき。高齢者等キャッシュレスになじまい人もいる。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカ払いを勧めることが、お客様のためになっているとは思えない。保険会社の手間と費用を抑えるために推奨しているだけ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	口座振替の発生率とも関係するが、保険会社及び代理店が楽になるための施策だと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	振り替え不能時の自社の手間を省くためなので、お客様のための取組ではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社本位の業務運営
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	キャッシュレスは必要だが、支払方法は契約者の自由では？
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	カードを持ってない方もいる
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	支払い方法を自由に選択できるようにするのが、よいサービスだと思うので。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	無責が発生しないのが最大のメリットだが、口座引き落とし不能になりがちな方はクレカ払いができないケースが多く品質評価には不向き。ただし選択肢としては顧客ニーズに合っている。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	団体扱が多いため
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	キャッシュレスは時代の流れであり必要かと思うが、クレジットカード払いに限定する必要は無いと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	品質とは無関係	キャッシュレス化は進めるべきと思うが、クレカに拘る必要はないと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様の意向には合わせるべきで、代理店の評価指標としてはふさわしくない。
損害保険ジャパン	兼合代理店	その他	1～3人	品質とは無関係	支払い方法の違いは品質に差が出ないと思う
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	支払い方法はお客様が自由に決める事なので、必要ありません
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社ならびに代理店の保険料収納に関する業務削減の観点、現金取り扱いを減らしキャッシュレス推進していく観点では、積極的に取り組むべき支払い方法の一つ。一方で、クレカ手数料が代理店負担であることから、業務削減の利便性とコスト負担の観点、クレカを所有していない顧客層も一定程度存在することから、KPIとして設定して代理店の品質基準とすることにはなじまないと考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険料引き落としができないための失効などが防げる点や、お客様にカード会社のポイントが貯まるなどのメリットがあるので、ご案内はするべきと考えます。お客様にとっての利便性向上にも有効
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	支払い方法は契約者が決めるべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	支払い方法はお客様が決める事だから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	色々な支払い方法があり、クレカのみを評価する必要性はない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	キャッシュレスは、必要だが、クレカはその一つ。顧客がポイントが付くから等で希望すれば対応するでよい。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	これも保険会社都合。カードを使いたくない人もいる。口座振替で十分である。なぜクレカを特別扱いするのか。通帳には履歴が残るし見る機会も多い。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	支払い方法はお客様が自由に選択すべきであり、保険会社の効率化のために選択されるものではない。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様が望む支払方法は様々なので、ひとつの支払方法を品質として評価するのはおかしい
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様の自由。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカのポイントなどでお客様にメリットはあるが払い方と品質は無関係
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	顧客の判断
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	クレジットカード払いは顧客側が選択することであり、率の高さは代理店の品質とは無関係
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	品質とは無関係だが、保険会社が推奨するのは理解できる。利用手数料の高さを問題視する代理店がいるが業務効率等の観点から考えると決して高くない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様へ柔軟な支払方法を案内できる体制整備がお客様第一主義
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	クレジットカードに慣れていないお客様もいるので選択肢の一つとしてはありだが、品質として評価するのはおかしい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	顧客本意とは関係ないから。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様の意向であれば問題無い
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカ払いを推進して、保険会社がメリットを享受する。（クレカの手数料が高く）代理店だけがコスト負担するのは腑に落ちない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	口座振替でキャッシュレスを実現し振替が安定していればそれでよく、あえて手数料の高いクレカ払いの利用は、お客さまからのご要望を除き必要ない。保険会社にとって利益が大きい取組み。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	集金・口座振替でも保険料が保険会社に精算されれば問題はない

三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	振替不能は無くなるが支払い方法の選択はお客様の自由であり品質とは無関係
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	品質とは無関係	企業代理店は給与控除が基本であり、率で評価するのは全くもって不相当である。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	むしろなぜ品質に関係があるのか、説明を受けたい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社は、代理店手数料率を引き下げている。クレカを推奨するのであれば手数料負担を軽減させてほしい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	推進はするが、保険会社が求める業務品質項目であれば代理店のみの負担はおかしい。クレカ払いを推奨し誘導するのは、顧客本意の考えから逸脱する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様にとってカード払いが必ずしも良いわけでもないのに、なぜこの指標が設けられるのかわからない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	コストを保険会社と代理店で分かち合うべき
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	契約者の選択肢として活用すべきと思うが手数料の問題が再燃する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	手数料に問題あり。代理店にのみ負担させられるのは納得できない
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	品質とは無関係	クレカよりも口座振替を希望されるお客様が多い
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	口座振替の事務簡略化は理解するが、結局保険会社の無理強い感がある
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様満足度向上のために選択肢は多くあって良い
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様のニーズに応じた支払方法の提案が大切
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社の都合にすぎない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカでの支払いは時代の流れで必要であるが、手数料をそのまま代理店に押し付けるのはおかしい
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	この率は無意味
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様は必ずしもクレカを希望されない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様都合なので、評価対象外
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	支払方法の選択肢のひとつであり品質とは違う
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	本来は口座振替より手数料が高いがお客様が希望されるなら進めるというレベル
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカは選択肢のひとつであり、保険会社の関心事。振替不要がないのでいいが、保険代理店の品質とは関係ない。効率性目的だ。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	払込方法を特定して推奨することはお客様本位とは相反する
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	支払い方法は代理店ではなくお客様が決めること
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険料支払い方法が品質評価の対象とされるのは会社側の都合による
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	契約者の支払い手段であり、評価には馴染まない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	クレカ利用手数料も口座振替手数料も代理店に側へのみ負担を求めることに納得がいかない。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	率の高さと品質は無関係
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	手数料率が高すぎる
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	法人比率が高いので、あまり有効性を感じない。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	お客さまがどの支払方法をご希望されるか、である
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	支払方法は顧客の自由である
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	提案できない	一時払いで中途解約が発生した場合のクレカ手数料は大変な痛手
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	提案できない	積極的に案内しませんが。
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	提案できない	まさに手数料がネック、代理店手数料が減られる中で代理店だけが負担する意味が分からない
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	提案できない	保険会社が手数料負担するのであれば、評価されても良いが、そうならない限り評価に値しない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	なぜクレカ利用手数料は全額代理店負担なのか？半分負担とすべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	会社負担にすべき
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	提案できない	保険会社負担にすれば普及します。これが品質として評価されるならば、保険会社による代理店への不利益の提供にあたる。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	提案できない	クレカ利用者はポイント狙いの顧客が多い。弊社はディスカウントショップではない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	手数料を考えるとクレカ決済、スマホ決済は提案したくない。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	残高不足で、保険解除などのリスクを避けられることは良いが、保険料が高額になるとクレカ手数料が大きく、代理店経営としては負担が大きい。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	提案できない	評価する前に手数料負担のあり方を検討すべき
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	提案できない	クレカ利用手数料を保険会社負担にしてお客様満足に対応することが保険会社としてあるべき体制だ。代理店のキャッシュレス推進と未入金フォローで、恩恵を受けているのは保険会社である。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	提案できない	保険会社が利用手数料をもつべき
A I G損保	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	提案できない	お客様の希望添いたいのが背に腹は代えられないことが実情
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	お客様が望むならクレジットで契約をしている。ただ手数料が高すぎる
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	生保は利用手数料が保険会社負担となる。損保も利用手数料は保険会社が負担すべき

日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	提案できない	生保と比較しクレカの利用手数料が高すぎる。しかし顧客ニーズであれば対応せざるを得ないが、その前にクレカの利用手数料をメーカーが交渉して下げるべき。その上でなら理解できる
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	保険会社が保険料を確実に収納するための自己都合
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	提案できない	保険会社が推奨するなら、手数料は保険会社が持つべきだ（口座振込みも同じ）
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	提案できない	手数料ポイントにも反映させているのは保険会社とカード会社が提携しているからではないのか
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	どちらとも言えない
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	4～9人	わからない	途中でクレカ有効期限切れによるお客様への対応が増えて困っている
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	顧客のクレカポイント性向と代理店収益性は相反する
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	団体扱の契約が圧倒的に多く、クレカ払いの選択ができない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	実際クレジットカードで払いたいお客様は多いと思うので一部評価されても良いと思うが、ただ高額な手数料に関しては保険会社も代理店に歩み寄るべき点ではあると思い、どちらともいえない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	法人契約が大半なので、不明
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	キャッシュレス決済が広がってるので

2-1：ドラレコ特約 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	ドラレコ特約	1-2、上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事故の際のエビデンスとして非常に有効であるとともに、万が一の際にドラレコから事故対応ができることは命を救う意味でも重要な仕組みだと考えるため、ご案内には必ずするべきである。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の補償の質がアップする
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様全員に搭載して頂きたい
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	事故発生率が減少する
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	事故状況の正確性を高め契約者が不利にならないため（契約者防衛）の施策である
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	事故解決に不可欠だ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社が自社製品を販売したいだけ。お客様は自動車販売店でドラレコをつけるので、それらも含めて普及自体を評価するのであれば検討の余地がある
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	ドラレコをつける付けないはお客様の判断。しかも、保険会社提供のドラレコしか評価しない、割引しないは、お客様や代理店を見ている施策とは思えない。さらに取り付けの作業を代理店におもねるような施策は、ばかっている。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	必要なアイテムだが、新車購入時に標準装備されているのが実情
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社が推奨したドラレコが故障した際、再取り付け費用をお客様に負担させるのは納得できない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社が売りたい商品だけの販売結果で、代理店の品質を評価すると、顧客本位の観点が抜けてしまう
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様にとって、保険会社のドラレコが、他の市販製品と比較してよほど優れているなら品質として評価されるべきだが、そこまでのレベルではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	近い将来車両は自動運転へ移行し、ドラレコは装着が自動付帯となる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ドラレコの必要性を伝えることは必須だが、必ずしも保険会社のドラレコである必要はないと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ドラレコは必須アイテムだが、特約付帯率で評価されるなら代理店の品質とは関係ない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	最近の新車はドラレコが標準で装備されていて以前のように付帯できない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	新車購入者は購入時に付けている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社のドラレコのレベルが低い
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	納車時標準装備が当たり前になっている。
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	4～9人	品質とは無関係	既にドラレコを付けている契約者が多い。
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	もはや装着されていない車両を探す方が難しい時代
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様の考えは千差万別、顧客意向に従う為。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	車両へのドラレコの搭載は必要だが、機種を選択はお客様の自由なはず
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	既に装着されている方も多し。着脱時の業者を探したり、料金が契約者の負担になることも取組みのハードルになる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ドラレコの着脱や動作不良等、本来代理店の仕事と無関係な業務が発生することが理解されていない
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	自動車納車時にドラレコがセットされている車が多いため、付帯率には限界がある
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社のドラレコだけを対象にしては、お客様の視点に立った代理店の品質とは言えない。
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	自社は自動車販売整備と兼業のため、本業での収益面を考えると、顧客への推奨は保険会社提供のドラレコになりにくい
損害保険ジャパン	兼合代理店	兼業代理店	4～9人	品質とは無関係	すでに車両に装着されている
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	車両購入時に付帯している場合が多いので代理店の品質とは関係ない
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	標準装備でドラレコがついている車両も多いため
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	安心・安全な社会を考えるならば、ドラレコは特約付帯にこだわるのではなく、道交法を改正し全車取り付け義務化すべき。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	顧客のために「ドラレコ設置」を推奨することは必要かと思うが、保険会社のドラレコに限定する必要はない。保険会社が「事故時ドラレコ録画提出義務特約」を作ってドラレコ装着を推進し、事故時に提出を義務付けることで、損害査定ロード削減、業務効率化につながるのではないかと。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	品質とは無関係	自動車メーカー、ディーラー等と協調し、もっと大きなネットワークで推進すべき事案
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様の意向が重要であり、代理店の評価指標にするのは違和感がある。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社都合の特約で評価されたくない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	近年市販のドラレコ性能は著しく向上しており、保険会社提供のものにない優れた機能がある。お客様がどちらを望まれているかによる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	ドラレコの有用性は評価されるべきだが、既に代協が提言しているとおり、自動車メーカーのシステムや市販のサービスなども日進月歩で進化していることから、保険会社が機器を開発して提供するやり方については大いに疑問が生じます。設定・脱着と業務量も発生することから、代理店の募集品質に紐づけることはやめることが望ましい。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	ドラレコはお客様が自由に決める事なので、評価に値しない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	自動発報などご案内すべき点はあるが、純正標準装備を選択されているお客様を否定してまで案内できない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ドラレコの付帯率を求めるならメーカーを問わず、付帯されている事実を評価するべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ドラレコを選択するのはお客様だから

東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	市販品含めドラレコ市場は飽和状態にある
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	普及が進み車そのものに付帯されているか、ディーラーで取り付けして納車される事例が多い
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	ドラレコは、保険会社がビッグデータを取得する目的だ。そのためにドラレコが付いている車に2台目のドラレコを無理やり付帯させるのは大半の顧客の利益に反する
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	ドラレコは、標準装備であったり、ディーラーオプションで付けられている契約者も多いので装着率なら分かるが特約付帯率による評価は納得感がない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社のドラレコに限らず、お客様にはドラレコを装着していただいでいけばよい
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	委託契約以外の仕事であり、ドラレコ紹介の都度、保険会社が代理店にフィーを支払うべきである。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	世の中のドラレコの普及に少しは貢献すると思うが、業務品質とまでは言えない。代理店の本来業務ではなく、販売した場合フィーとして支払う方式が妥当
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	代理店手数料体系とは切り離し、件数あたりの販売手数料を設定すべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	付帯するか否かは顧客の判断であり、代理店の品質となんら関係ない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社のドラレコは、多少付加価値がついて全く意味が無いとは思わないが代理店の品質評価項目にはなじまない。価格等を踏まえて考えると、お客様にベストとまでは言い切れない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	既にドラレコ付帯車両多い。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	既存のドラレコに加えて、保険会社のドラレコを装着を無理強いすることはできない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	性能が劣るドラレコを普及させている罪悪感を伴っている
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社の思惑が優先された施策で評価されるのは納得できない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	顧客本位でないから
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様自身がドラレコ特約以外のドラレコを選択して購入される場合もあるから
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	ドラレコに関しては、保険会社のドラレコ特約に関わらず、全てのお客様の車両にドラレコ装着をお勧めする募集人の品質が高く評価されるべきだ
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	既に装着された車両も多く、保険会社のドラレコに限った指標にすべきではない。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	ドラレコ付帯率は保険会社都合の施策であり代理店の品質とは無関係
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社の施策であり、代理店の評価項目に入れるのは馴染まない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	富裕層は高級車両の為にドラレコが車両に標準装備。ただ、保険会社に強制されないと提案活動が出来ない募集人が多いのも事実（業界のレベルUPが必要）
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客さまをリスクから守る観点でドラレコの付帯は重要なので、一定の代理店評価に値すると思うが、顧客層や地域によって異なるため一律の評価はナンセンス。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	既にドラレコ付帯されているお客様が多いため。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	販売能力という点では高い評価を受けるべき（ドラレコのみの手数を引き上げるなど）だが、市販品のドラレコも選択肢にあるなか代理店品質向上と言う点では評価が難しいと思う。早期事故解決のためにはドラレコが必要であると考え、市販品問わず普及できれば評価するといったことなら理解できる。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	今の時代ドラレコは必需品、但し保険会社指定のものでなくて良いはず
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	自動車保険の特約であれ、ディーラー等での装着であれ、事故時の画像が確保できる状態をお客さまへお願いするが、保険会社から付帯率を強要されるのは見当違い
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	新車購入時に装備されたものを、保険会社提供のドラレコが上回るメリットを主張するのは困難
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	納車の際に純正品が装着済のケースが多く、安全運転による割引もなく取り付けの工賃や手間を考えればお客様のメリットが乏しい取組みを品質の評価にすべきでない。
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様の意向があり保険会社のドラレコが最善とは言い切れない。保険会社の押し付けを評価とするのはおかしい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	代理店の品質との関係性が不明（事故処理効率の向上にはなりそうですが、、、）
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	提案はするが、最終的に選ぶのはお客様なので、付帯率が評価されるのは納得いかない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	ドラレコ装着を啓発することは意味があるが、保険会社のドラレコである必要はない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	ドラレコの付帯率は年々高くなっており、保険業界の果たす役割は終了した
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	安心安全面においてドラレコは絶対に必要。保険会社主導でドラレコを推進するのは素晴らしいと思うし代理店としても意義を感じる。ただし、保険会社が取り付け費用まで責任を負うべき。返却についても同様。販売した後、設置・維持管理を代理店に丸投げされるのは納得できない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	必ずしも保険会社のドラレコを装着する必要がないため
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	品質指標ではなく販売施策である。過剰なノルマがかかっており手数料率が下がることを恐れた代理店が無理な販売（付帯プラン以外販売しない、虚偽の説明等）を行う未来しか見えない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	既にディーラー等で装着されている方に、もう1台ドラレコ特約を付けて下さいとは言えない。でも、ドラレコ特約のメリットは必ずお伝えするようにはしている。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	スバルのインサイトなど、ドラレコ設置による不具合の情報もあり、設置できない車両を含めて評価するべきではない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ディーラー等で純正のものを設置している方も多い。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	フリートは含めないとか、保険会社の一方的なロジックで代理店を評価をするものではない。ドラレコは社会全体で推進すべきインフラ
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	自動発報が必要な事故が全ての事故のうちどのくらいの割合を占めるのか不明だが、特約付帯率を代理店の品質として評価するのであれば、もう少しドラレコの機能を充実させるべきだ。お客様からは、ほぼ不必要と言われる。案内する手間と見合わない。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	最近の車は既にドラレコを装着済であり、新たにドラレコを装着させることは出来ない。保険会社は良く現状分析するべき。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	ドラレコ特約を推進・維持するにあたり、代理店が現場でどのような苦勞が生じているのか、保険会社社員は何もわかっていない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	市販のドラレコの普及が進んでおり、保険ドラレコとのすみ分けが必要。保険会社は機器提供ではなく、サービス提供に特化すべき
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社のドラレコのみを評価基準にするのは顧客本位に基づく考え方ではない

あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	顧客本位の観点から見て、賛同しにくい施策を手数料ポイントに反映されて取組みを強要されるのは極めて遺憾
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	商品の提案は必要だが、ポイントと連動させると無理な提案が増え、信頼を損なく結果を招く
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	提案することは代理店の品質に影響するが、お客様が選択しなかったら品質が低いとは言えない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	保険会社提供のドラレコでなくても、既にドラレコ装備の車両が増えている
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	車両購入時既にドラレコが装着されている場合がほとんどである
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	保険会社提供のドラレコより、品質の良い商品が出回っている為、全てのお客様への提案は必須だが、率で評価されるのは顧客本意ではないと思う。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	一定数のシェアを取りたいのは分かるが、30%も40%もというのは顧客意向を無視することを強要しているに等しい基準。代理店の経営や従業員の生活を人質にとってやらせているような状態で、極めて悪質。どうせ、代理店の意思で取り組んだこと、とか言って保険会社は責任逃れするに決まっている。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	新車にドラレコ標準で装備されるのが一般的。保険会社はいつまで付帯率を手数料ポイントに反映するのか疑問に思う。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	お客様が選択することだから
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	新車には標準で装備されている。全体的な付帯率は相当高くなっている。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	ドラレコは標準装備が一般的になりつつあり、そのお客様に無理にお勧めすることができない一方で、付帯率の分母にカウントされるのは納得感がない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	特約で扱っているにも関わらず保険会社はノータッチ。受付電話時間も短すぎる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	入替・売却などの際や、他社移行（乗合）の際にクレームにつながる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4~9人	品質とは無関係	モーターチャネル代理店は自社が扱うドラレコを販売したい
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様が既に装着されていて、商品として提供できないことが多い
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	元々ドラレコが設置されている車もたくさんある
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	新車の時点でドラレコが標準装備されている車両もあるなか、本付帯率が低いからといって代理店の品質とは無関係であると考えるため。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	お客様が選ぶことであって代理店が無理に押し付けるものではない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	この評価基準は保険会社側の一方的な理由に基づいている
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	昨今の新車にはハイテクな安全装置が搭載されていて、専門外の保険代理店がドラレコだけをお勧めして、安全装置全体の稼働に影響があった場合に責任が取れない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	ドラレコ特約は保険会社による後出しのサービスなので所謂オワコンだ。早々に廃止すべき（すでにお客様の9割以上は導入済み）時代に逆行している
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	品質とは無関係	ドラレコはお客様が既に設置している
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質とは無関係	自動車メーカーが推奨するドラレコと保険会社が推奨するドラレコを比較して説明することが保険代理店の仕事とは思えない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	今どき新車は標準装備されている。ポイント目的で古い車両にドラレコ特約を付帯しても、装着されず放置される例も多い。本末転倒。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	市販のドラレコを付けている人がほとんど
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	車両入替時、新車両にはほぼ全車両にドラレコ装着済みである。フリート契約車両にもほぼ全て装着されている
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	新車にはドラレコが備わっていることが多くなった
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	納車時にドラレコが装着されている環境で、特約の付帯率で評価されるのは違う
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	品質とは無関係	特約付帯率ではなく、お客様の自己装着も含めた、ドラレコ装着率で評価されるのであれば納得できる
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質とは無関係	ドラレコのリース料が保険料としてカウントされることに違和感がある。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	品質とは無関係	市販のドラレコの方が性能・機能が向上しており、自動通報機能があっても、特約付帯のメリットは大きくない
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	保険会社都合（顧客の囲い込み）の施策
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質とは無関係	保険会社とドラレコ販売株式会社の提携が不自然。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	特約保険料が高い。
共栄火災	乗合代理店	その他	20人以上	品質とは無関係	保険会社が提供するドラレコ以外の製品でも、保険会社としてのメリットが出せる環境であれば評価に入れてもいい
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質とは無関係	自動車保険は毎年のように料率や特約の変更があるので、比較推奨によるお客様の選択結果は毎年変わる。乗合代理店としては、ドラレコ特約は顧客本位の業務運営の足枷となる。そもそも保険会社のドラレコは費用が高すぎる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	既に新車には付帯されているケースがほとんど、高い保険料をおすすめするのはお客様本位とは思えない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	保険会社以外のドラレコ付帯が多く提案してもリースなので割高感から敬遠されがち
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	ドラレコが全車に付くように働きかけるのは当然だと思いますが、特約のドラレコのみ評価の対象にするのはバランスが悪い
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	保険募集と関係のない行為であり、別でF e eを支払うべきもの

2-2：Web証券比率 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	Web証券比率	2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	SDGsの取り組み
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ペーパーレスは進めていきたい
損害保険ジャパン	兼業代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	小さいことですが、脱炭素の一部と考えます。
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	推進しているが、実態としては紙での証券を希望するお客さまが多い。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	紙の証券は、手元に残し、WEBではなく紙で内容を確認したい契約者には有効であるが、いつでもどこにいても引き出して確認できる有効性は紙証券には無いスベックである。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	ペーパーレスを進めるのは未来への責任で顧客の理解を得るべきである
東京海上日動	兼業代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	災害・事故等発生時の対応に効果を発揮しお客様のメリットになる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	紙をなくすという点では必要。他の質問同様代理店のレベルが低いため致し方なし
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	もっと早く進めるべきですね
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	正直、お年寄りなどのパソコン・スマホを使わない世代にも勧めるのはどうかと思うので年齢別、例えば70才以上は分母から外すなど対応が必要。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	ペーパーレスを推奨していくことは、代理店も感じていること。顧客次第ではあるが、高齢者を除いた顧客分母でのWeb証券比率なら評価されるべきだと思う。
日新火災	兼業代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	紙で欲しいお客様もいる、経費節減に手数料ポイントを使わないで欲しい。Web証券化が顧客本位の業務運営に繋がるとは到底思えない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	紙証券が必要という方も、紙は不要という方もどちらも多い。一方に決めてそれを品質として評価するのは間違っている。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	やはり紙の証券をお渡ししたい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	Web化による保険会社の経費削減は相当巨額になっているはず。そのために代理店をポイント評価して推進するやり方は、官僚的な結果至上主義だ。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	なぜWeb証券が代理店品質に関わるのか理解が及ばない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	やはり紙ベースで確認し保管したいというお客様が多い。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	手元に保険証券がある方が良くと仰るお客様も存在する。それに応えるのも代理店の品質だと思う
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	証券が商品の形である。それをWebは考えられない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社都合のため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	SDGsの観点からは必要だが、どちらかと言えば保険会社本位の業務運営であり、代理店の品質評価には馴染まない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	Web証券のメリットが曖昧、これで紙の使用を減らせるのか
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	紙証券への要望は高い。（高齢者は特に）
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様のご意向に沿って決まるので
損害保険ジャパン	専属代理店	その他	1～3人	品質とは無関係	ネット全盛の時代から、ペーパー・アナログに戻って来ている感覚がある
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	Web証券を望まない人たち（高齢者など）に配慮しない施策では？
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	コマース・ラインでは証券をお客様の社内のツールとして使用される場合がある。
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	選択はお客様主導で行われるべき
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	無形な商品を販売している。証券作成までケチらないで欲しい
損害保険ジャパン	兼業代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	スマホの扱いに慣れていないお客様もいる。ガラケーのお客様もいる。代理店の品質ではなく、顧客の選択肢として必要だと思う。
損害保険ジャパン	兼業代理店	兼業代理店	4～9人	品質とは無関係	いざというときに紙に必要な物、約款はWebで良い
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	一定紙証券を希望する方が存在する。通勤の為に会社提出を要する場合もあり、代理店の品質という問題ではない
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	スマートフォンの普及等によるペーパーレス化は必要かと思うが、代理店品質とは無縁である
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	選ぶのはお客様。メリットデメリットを正しく易く伝えることが代理店の品質
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	年代によっては紙の証券が欲しい、という人もあり一律評価にすべきではない。
損害保険ジャパン	兼業代理店	企業内代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社が紙の証券を廃止すれば議論の対象にならない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	Web証券はお客様が自由に決める事なので、代理店の品質評価項目に相応しくない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	ペーパーレス手続きと同様の理由となりますが、証券・約款・次年度の更新案内のペーパーレス化は世の流れであり対応していくべきと考えますが、設定するKPIとその水準については、日本代協・損保協会と募集実態を踏まえてガイドラインを設けるなど、保険会社のコスト削減だけにフォーカスした運用とならないように判断していくことが必要。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様のご意向に沿って決まるので
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	高齢者等Web証券を使えない場合も多いから
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	Web化は保険会社都合であり、書面で管理されている契約者もおられる。
東京海上日動	兼業代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	web証券（約款）も、保険会社都合のもので、顧客が必要とした場合は紙の方が見やすい。
東京海上日動	兼業代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	これも保険会社都合である。しおり・約款は紙ベースの方がいざというとき総合的に見やすい。
東京海上日動	兼業代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	顧客の意向によるものであり、代理店の品質となら関係ない。

東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	高齢のお客様の多くはWeb証券を望んでいないのが実態
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	大半のお客様は紙ベースを望んでいる
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	証券の形態選択するのはお客様の自由
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様本意にすべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	証券は紙とWEBの共用が理想
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	マイページにログインできず、証券を見てないお客様が続出している。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	顧客本位でないから
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様の安心のために、紙証券が持つ意味は大きい
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社の都合
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	こちらの都合のように感じる。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様の意向に合わせてweb証券、紙証券を発行する事が顧客本位と考える。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	Web証券を利用するためのシステムが遅れている。登録が複雑と言われることが多く喜ばれない。WEBページのUI（ユーザーインターフェース）が分かりにくく改善の余地が大きい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	Web証券はマイページの作成などお客様の手間がかかる、また高齢者にはそぐわない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	ECO証券等への切り替えならまだ実施しやすいが完全にWeb（デジタル）への移行は顧客層によって理解が大きくことなるため馴染まない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	Web証券にしても割引がない損保がある。これではお客様に推奨するメリットを主張できない。コストを減らしたい保険会社の都合が透けて見える。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様の意向であれば良い
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	品質とは無関係	リテラシーの低い契約者が間違っで選択し苦情となるケースがある。デフォルトを100%Webとするのはやり過ぎである
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	代理店の品質との関係性がわかりません。（脱炭素・SGDsに関連しそうですが、、、）
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	紙の削減は保険会社の意向であり、代理店の品質評価には全く関係ない。保険証券が手元ないと不安だというお客様が一定数いるので、健康保険証みたいに紙の証券をなくすのはやめて頂きたい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	実態は、割合のために登録してもらっている。お客様も仕方なしに登録していて、日常でWeb証券を活用している人は非常に少ないと思う。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	実態は、手数料ポイントのためにWEB証券で計上し、お客様に代理店が紙を印刷して手交している。代理店が保険会社のロードと経費を請け負っている。取引損保では、保険料の割引もなく、サービスの低下と非難されることもある
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	今でも紙の証券を希望される方は多い。保険会社の都合が先行している
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	紙証券を求めお客様もいる。意向確認が確実に行われているか、が品質だ
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社の経費削減策であり品質指標とは関係ない。代理店の手数料に影響させるべきものではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	高齢の方は様々な理由から昔ながらの証券を希望される
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	紙証券を望まれる方もいらっしゃるの、必ずしも代理店の品質評価だとは思えない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	時代に合うようにお客様に色々な選択肢は示したい。しかしながらWeb証券は保険会社にのみ利益が生じることなので、お客様・代理店への頼み事として取組む姿勢を見せていただきたい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社の推進したい本音を隠したままで、一方的に推進するやり方には追従できない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	郵送コストや印紙税など保険会社の都合は理解できますが、本人の携帯でしか見ることができないものもあり、真に顧客本位を考えると、強く推奨すべきものではないと考えます。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	環境対策の一環として取り組むのは大賛成であるが、お客様にとって紙かそうでないかはさほど重要ではない。代理店の品質ではなく、経費削減への協力の対価として手数料ポイントに反映するとされれば納得できる。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	パソコン・スマホが苦手な高齢者はどうしても活用が無理
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様の年齢層で受け止め方が異なる。まだまだ紙の証券を要望する方が多い
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	年配者へは不向き
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質とは無関係	お客様のご要望に応じた対応が重要
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	個人高齢者にはなじまない。金融庁が推奨する高齢者対応ルールに反する。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質とは無関係	保険会社の経費削減策に寄与するだけ。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	品質とは無関係	契約者の高齢化が進行しており、WEB証券に抵抗を示す契約者もいるので、顧客本位の評価とは別にすべき
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	必要な方には紙証券を発行するべきで、Web証券の比率は代理店の品質やサービスとは無関係。Webだけを評価対象にすると本来紙が必要な方へ無理な提案が横行する危険がある
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	SDGsの観点からは必要と考えるが代理店の品質評価とは関連しない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	お客様の自由である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社都合である、手数料PIに反映されるWeb証券率が高すぎる
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様本位ではなく保険会社本位である。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	保険会社が経費削減したいだけ。お客様には何も響かない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	Web証券のコスト削減分を、お客様メリットとして還元するのが望ましい。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様の選択に従う
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	紙の証券を希望される契約者も一定数存在する

あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	どの家庭もプリンターがあるとは限らない
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	ペーパーレスは保険業界全体の課題であり、個社毎に代理店とやり取りする問題ではないと考えます。WEB証券という言葉ゆえに比率に囚われる。お客様の世代によって紙が要するというお声もご意向になる。少数の意見をベースとして革新を踏みとどまるのはどうかと思う。東京ディズニーランドは数年前から紙がなくなりました。チケットもパスも紙がでません。すべてアプリで行います。アプリが無いと遊べない場所になりました。摩擦もあつたらうと思いません。が踏み切りました。ペーパーレスの時代に少なくとも個人分野の商品は全社一斉にWEBに移行する、くらの業界を挙げた取組みが望ましい。WEB証券という言葉自体を無くすためにも。
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	高齢者には不向き
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質とは無関係	紙証券が欲しいというお客様はまだ多い
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社のコスト削減が主目的としか思えない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	この評価基準は極めて会社側の一方的な理由である
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	ペーパーに安心感をお持ちのお客様がいる。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	顧客層が高齢化し、紙の証券を希望される方が沢山おられる。Web証券の割合は品質評価にそぐわない
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	メーカー（保険会社）の都合が先行している
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様の年齢層によっては支持されないのに、一括りに評価するのは保険会社がお客様のことを真に考えていない証左である
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	お客様のご要望に応じて、使い分けをしていることこそ、評価されるべき
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	証券位は紙媒体でほしいと主張するお客様はまだ多い。スマホで証券を見づらいという声がある
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	全ての方がWEBを使えるわけではない
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質とは無関係	お客様によって利便性の観点は異なっている
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質とは無関係	「紙で欲しい」というお客様の意向を無視することになる。だったら「紙証券はプラス200円かかります」など、保険料で差をつけるべき。
共栄火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	保険会社都合（経費削減）
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質とは無関係	保険会社の収益アップに協力している印象だ
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	時代の流れではあるがお客様は紙証券の方が安心されます。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質とは無関係	この選択はお客様の自由である・サービスとは無関係である
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	エコ、経費削減の面でもっと効果を可視化してほしい。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	本当にお客様の意向を確認しているかが重要だと思う。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	商品コスト削減には繋がるが、それが顧客視点からの代理店の品質といえるのか疑問。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	お客さまにとってのメリデメをしっかりとご理解いただくようにしている
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	お客様の選択肢の一つであり、品質とは無関係
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	推進の必要性は感じているが サービスの向上につながるとお客様に理解してもらうことは難しく 評価基準となりえるか迷う
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社都合だと思う。協力という意味で評価することは理解できる
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	歓迎するお客様には良いが、そうでないお客様も存在している

2-3：多種目（火新生保を含めたコンサルティング）販売 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	多種目販売	3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様を守るという観点からすれば、あらゆるリスクに対応する必要が出てくるので、多種目販売は代理人として当然の事
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様一人一人を完璧にお守りする為には、付保内容の把握が必要
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様を全てのリスクからお守り出来る。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	それが代理店の保険販売だと思えます。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の抱えるリスクについてリスク・カバーを創る為には必然的に多種目に繋がる。当然の帰結です。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客満足度の表れかと思えます。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	LTV（ライフタイムリユ）が高い方が満足度は高いと感じるから
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	営業努力は評価していただきたいです。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	多種目で相談を受けられる体制はお客様サービスの品質に繋がる
損害保険ジャパン	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	何かあったときに一つの代理店に連絡したら良いということも安心に繋がると思えます。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	トータルで提案できれば、代理店としての業績は安定すると考える。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	ワンストップで提案できることは重要である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	情報提供をして多種目の契約によりお客様をお守りするのが私たちの仕事です。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	多種目販売スキルは、お客様に様々な選択肢を提供するために必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険業法の代理店に求められる3つの義務を充足する観点では、お客様の状況を踏まえた総合提案（コンサルティング提案）は代理店品質として評価されるべきと考えますが、重要なことは、計上結果としてアップセル・クロスセグが実現されたことだけで評価をするのではなく、満期更新時（満期更新以外）の募集プロセスがルール化されていて、代理店の社員（含む勤務型代理店）全員がルールに則り”意向把握””情報提供”義務を履行していることが重要です。よって、評価する指標（KPI）の設定とその水準については、日本代協と損保協会で募集の実態を共有し、計上結果ありきの評価とならないように留意する必要があると考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様のリスクに対してくまなく案内すべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	他種目の付保は契約者が代理店を信頼している証
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	多種目を一人の募集人に任せることは信頼の証である
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客さまのリスクを俯瞰することは、代理店の本来業務と考える。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様に強く信頼されている証といえる。様々な相談や提案の結果、お客様にとって、一人の募集人が諸リスクを包括的にマネジメントするメリットは大きい。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	そもそも独立した代理店の規模や特性から経営判断として決定すべきもので特定商品の専門店としての生き方もある。評価項目には適さない。ただし個人的には、1顧客1代理店として全種目のプロとしての活動が望まれる。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	乗合代理店をしている以上、多種目販売は評価されるべきだと思います
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険、金融全般のコンサルが必要
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	多種目販売体制は品質として異論はないが、一つの保険会社に固執する意義は感じない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	評価されている実数だと思います
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	ワンストップサービス及びリスクマネジメントの観点から評価すべきと考えます
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社の評価としては当たり前。評価指標
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様のご支持が多種目販売に繋がっている。トータルしてコンサルティングができる代理店は評価されるべきだと考える。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	リスクからお守りするのであれば多種目になる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店は商品売りではなく、お客さまをリスクから守るのが責務だから。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	もっと勉強してお客様との信頼関係を高めたい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様への提案力・グリップ力の差であり評価に値する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	リスクマネジメントは代理店の大切な業務で、結果多種目化の方が自然
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様によってリスクやご不安は様々なので、研鑽を積んできた知識でお客様にコンサルティングしていきたい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様のリスクを分析し、対応するのは代理店の主たる業務と考えています。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	営業ですから単価を上げる努力は当たり前
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	コンサルができる代理店として多種目販売は指標となりうる
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	単なる販売代理店に存在価値は大きくない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	この能力は、お客様にとってのメイン代理店となるために必要
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	多種目の結果はお客様が満足度そのもの。しかし保険会社のシステム上、契約毎に保険会社に分かれればカウントされない等の問題点がある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	コンサル営業は顧客を様々なリスクから守るため必要活動と考える。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	コンサルティングをする上では生保は不可欠だと思います。

あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	積極的な情報提供や顧客リスクを把握した上での提案が不可欠であり、顧客サービス品質に資すると考えられ評価対象は妥当
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	プロとしては当然と思います
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	営業力として評価すべき
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	リスクコンサルティングは代理店の役割
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	代理店のコンサルティング力を代理店の評価基準とすることには異論はない。データのとり方や基準が納得できれば
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	複数保険会社を跨いで多種目販売が来ていることは代理店の品質として評価されるべきであるとする。他方、単独会社の中だけの多種目はナンセンス。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	ある程度評価の指標でもいい。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	代理店の提案力として評価すべき
日新火災	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の数が増えれば単種目が増えることの評価調整が必要である
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	提案力の高さがサービス向上につながる
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	これは絶対評価されるべき。我々は「保険屋」ではなく「リスクコンサルタント」であるべきだから。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	多種目のサービス提供が可能で、お客様のコンサルティングを行えば代理店として高い評価が受けられる
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	全ての保険は密接に関わっており、重複や付保漏れを防ぐためにも、当然取組むべきだ。お客様は特別な事情（親戚が自動車販売業など）が無ければ、基本的に全てのお客様が望んでいる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	多種目販売がどうお客様サービスに繋がるのか理解できない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	お客様にもお付き合いがあり（特に法人）保険ごとに代理店を変えている場合がある。
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	引受できないケースもある（火災保険や傷害保険）
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	手数料率もバラツキがあり1社の多種目販売で品質評価は違和感がある。どの保険会社の商品で契約するか、より良い商品を提示する事が本来の品質では？
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質評価になじまない	取り組みとしては重要であるが品質評価にはなじまない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	決めるのはお客様だから
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	多種目提案するのでも得意種目のみを案内するのも、代理店の経営方針によるものであり全く品質に関係ない。顧客の意向もあり、あえて品質として評価すべきものではない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	生保は同系列でまとめられない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	既存契約の不利益な解約につながるリスクがある
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	品質として評価されるべきとは思いますが、乗合代理店にはなじまないため。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	他種目販売=コンサルという考え方になっていないだろうか？単種目であってもソリューション型、コンサル型の営業は可能であると思う。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質評価になじまない	お客様も様々研究されており、一人の代理店で対応できないケースもある。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	お客様の意向に沿うべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	代理店の特性もあり、日頃からの顧客対応を通じた結果付いてくるもの
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	必要な保険を案内して加入済みなら他の代理店で加入していてもやむを得ない。家族のリスク管理には有益
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	お客様の多様な選択肢を前提に自由な競争環境が理想であり、業務品質とは無関係化と考えます。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	代理店として当然のことであり、あえて品質として評価する必要はない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	損害保険自体は社会インフラであり、既に多くの日本国民が加入している。加入に至った経緯は個々様々であり、その経緯を引き裂くような過度な競争は日本全体を貧しくさせる。コンサルティングはお客様が見直しや追加加入を考えるタイミングでお手伝いすべきものであり、保険会社が手数料率で脅し、ノルマを課してよいものではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	代理店の特徴にはなると思うが、選択するのはお客様だと思う
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	多種目販売では代理店の売り、強さがいまいになりそうである。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質評価になじまない	チャネルにもよるが、総合提案できるか否かと、提案商品の品質の高低とはリンクしないと思います
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	知識のない顧客が変な保険に入らないか、多角的な知識を持って頂くために提案は必要と思うが、他種目販売率が品質に影響するとは思えない。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	乗合は内容と保険料で顧客のために案内。手数料のために1社まとめはおかしい
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	お客様の事情で、契約毎に代理店を分けておられる方も多く、代理店の努力だけで済まない部分がある
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	乗合代理店なので複数社に分かれて多種目販売をしている。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	損保系生保の取扱いは無い。
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	メーカー（保険会社）の都合
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	品質評価になじまない	非常に売り手目線と感じる。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	品質評価になじまない	つきあいとか、お客さまの事情による場合もあり、一概に言えない。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	お客様が望めば、強引に生保を進めると、生保嫌いのお客様がいますので注意します。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	一顧客からの収益は上がると思うが本当に顧客のためなのか
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	何の質問か言っていることが分からない。こういうところが保険のダメなところ。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	わからない	代理店の形態も様々。一概に言えない。

損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	リスク説明は必要であるが、他社からの切替は顧客の選択に委ねるべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	代理店個々の事業計画、利益確保の方針で違いがあっても良いと思う。その結果、お客様が他へ行かれても納得できるなら問題はない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	お客様の都合もある
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	顧客ニーズがあれば、自然と多種目になります
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	必要だとは思いますが
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	ワンストップを望んでるかは、お客さんによる
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	多種目はよいと思うが、単種目でよいお客様もいるし、今後増えると思います

3-1：法人化および複数募集人がいてお客様の担当の代替が可能 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	複数募集人・代替可能	1-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	店主1人で運営をしていけるようなビジネスではなくなっている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様を守るという観点からすると、法人化、複数での業務運営は必須と考えます。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	担当不在でも対応できるというのはお客様サービスに繋がると思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	募集人にも何があるかわからないので、顧客に対する責任を果たすためには、体制が必要
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店業務として当たり前の業務遂行態勢である
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の病気やケガなどの場合に、お客様には別の担当者が同様に対応することが必要。結果顧客満足度に繋がる。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	募集人が高齢化していて、複数人の対応が望ましい
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	店主の万一、募集人の万一、病気、けが発生時など、BCPの面からも代替性は必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	BCP対応においても複数の募集人が在籍するべき。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店の代替性（俗人化させず組織で対応）、成長性（代理店の社内専門人材による総合提案）、永続性（代理店組織の永続性）の観点から必要条件と考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	病気、ケガした時の代替性や経営の安定性は重要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	複数募集人がいることで、担当募集人が仕事を継続出来なくなった時の代替が可能になる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	継続的に契約者を守る姿勢は大切
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	個人代理店を否定するつもりはないが、万一のときを考えてバックアップを用意するのはビジネスの基本中の基本。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	多くいれたいというものではないが、代替可能は必要であると考え。法人化は強制すべきものではないと考える。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	多少は、評価できるが、法人だから、人数が多いから、でははかれない。量ではなく質が問題。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	体制面で一定の評価はできる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	担当の営業マンでなくても、お客様の補償内容が把握している方がお客様も安心して頂けると考えます
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	何かあった時には複数人募集人がいる方がいい
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	募集人1人ではお客様を守りきれない。結果保険会社にも迷惑をかけてしまうため。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	事業存続に必須
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	お客様からのお問合せや相談に、担当者が不在であっても回答及び提案が出来る体制が顧客本位である
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	愚問。世の中個人では信用なし
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様を組織で守れる為。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	担当募集人の緊急時や、全体の業務効率を上げるためにも、複数募集人で対応できる代理店は評価されるべき。また、そのためには人数が多いだけでなく教育が必要なのでその教育が重要。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様の安心に繋がりを生む
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	担当の募集人がいなくなっても、お客様が保険の相談ができるのは代理店の品質だ
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	業界の地位向上の為には至極あたりまえの話だと思う。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	持続可能な対応力になるため
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	未長く寄り添うことができるため、組織力は重要
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	BCPの観点からも、評価対象になるのはやむを得ない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	担当者の代替えは必要だと思うが、担当者が変わると不安を感じる方もいるので必ずしも とは言えないが。
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	担当に連絡がつかなくても他の募集人が早期に対応できる事はお客様の安心につながる
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	複数の募集人だけでなく、募集品質の均一化が必要
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	顧客の安心感に結び付く
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	実際に代理店の価値が求められる最も重要な事柄だが顧客は募集人個人を信用するはずなのでコロナ対応すれば顧客の信用が落ちてしまうと感じる。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	一募集人に依存すると、有事の際にお客様が困る可能性がある
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	組織体制の強化や募集人（一定レベル以上）の在籍は品質向上に繋がる
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	安心感与える上で大事
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	担当が高齢になってもお客様やお客様のご家族が困らないように、継承できる体制が必要
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の万一をお守りするのが保険の役目であるとするならば、その役目が果たせない環境の代理店は評価されるべきではない
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	サービスの継続性を考えると必須
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店としては 目指すべき形であると思う
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	顧客の心理として、個人代理店に対する不安は多かれ少なかれ抱かれることが多い。バックアップできていることのアピールは必要である。

日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	評価されるべきと思います
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	これは保険会社の立場、お客さんの立場、代理店の立場で、こうあるべき。1人での運営は限界があると思う。「悩める募集人。来たれ！〇〇へ！！」
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	代理店のスタッフが、誰でも全てのお客様に対応できる体制が理想
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	保険は安心の為に加入する。事故は24時間365日いつでも発生する可能性が有るのだから1個人での対応は不可能
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店個社の考えなので、そぐわない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	特にそうは、思わない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	顧客はその担当者についているので担当者が変わると他社に移行すると思う
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様の立場で考えるとそう思うから
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	お客様が判断すれば良い
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	お客様は担当者以外なら、きちんとした人であれば誰でもいい。むしろ保険会社から見ての品質評価。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	質問が難しい。担当を売っているのではない、誰でも分かり易い補償で案内が出来ていればよいと思います。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	品質評価になじまない	小規模代理店では困難
損害保険ジャパン	乗合代理店	その他	1～3人	品質評価になじまない	当社の場合は実質1名であり品質評価されないから
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	1人の専属担当者が責任を持ってやってくれるという方も多から
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	固定の担当者の方がお客様は安心される
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	顧客は信頼のおける募集人と連絡を取りたいと思っている
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	当方45年来の法人ですが担当者の代替はそんな単純なものではない
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	保険は人気商売。人に紐付きです。法人組織は確かに安心かもしれませんが、最終の安心は保険会社と契約をし、保険が有効であることではないだろうか？代理店が法人や組織であることは、あまり関係ないかもれません。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	法人化は関係ないと思う
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客さまにとっては窓口となる人が大事であって、法人化や複数募集人はお客さまにとって関係がないため。（不満がなければ担当が変わらない方がよいと思っている方が多い）募集人が働けなくなるリスクヘッジなら代理店間での提携など他にも手段はある。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	一人でしっかりしている代理店の方が多い
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	全く関係ない指標と思う。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	代替可能か否かより、募集人が適切な募集をしているのかを検証できるチェック体制があるかが問題。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	個人の代理店も多くいるのでそれは評価対称に入れなくて欲しい
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	ローテーションや配置転換、部支店転動というのは代理店側の都合であり、お客様に直接利害は無い。お客様の意向で担当を変えてほしいと要望があった際に変更できる体制であれば良い
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	その体制には意義があるが、全ての代理店ができるわけではない。そもそも昔は皆そうだった。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	評価基準にするのがおかしい。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	規模的な体制はあてにならない
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質評価になじまない	多様性が叫ばれる時代なのに画一的にする必要はない。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	基本的にお客様は担当者個人についている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	個人でも良いのではないのでしょうか？
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	お客様の担当代替には無理がある。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	どちらとも言えない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	ケースバイケース お客様と話し合って決めれば問題なし こだわる必要性なし
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	但し、法人化、複数募集人、専用事務所、高出力事務スタッフは大切
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	お客様が満足しているのであれば問題はないと思うが、事業継承の観点を考えると不安が残る
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	そうならばいずれ選ばれなくなるので各々の判断でいいと思う。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	経営課題であり、それぞれの事業者が考える事。 それを見た顧客がどう評価するか
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	法人化していないのでわからない。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	法人化と複数募集人の代替可は別要件だと思います。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	わからない	複数募集人がいるかどうかは、雇用環境により左右されるため、品質評価になじまない。

3-2：代理店としての募集人教育研修プログラムを作り実践している 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	募集人教育研修	2-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	新しく入る方にはまず基本を教えるようにしています
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理人の資質向上は、お客様のためであり、保険業界のためでもありますので、研修や教育は大切な代理店の必須項目
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	知識向上はお客様サービスへ直結していると思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	意識の高い代理店として評価されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	研修などは、必要だと思う。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	社員の業務品質を高め維持する為には当然の事。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	適切な募集を心がけたい
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店は、保険会社の商品・サービスを学ぶだけでは、お客様に提案することはできない。法改正、テクノロジーの進化、社会保障制度の変化、社会通念の変化、業界別の商慣習の変化を踏まえ、変化へのすみやかな対応がお客様のリスクを軽減させていくことから、常に、幅広い分野において学び続けていく体制が必要。代理店だけでは対応しきれない分野は、日本代協や損保協会としてもガイドラインを設けて学び続けていく仕組みが必要と考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然のことです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の学習は、お客様へのサービス向上に繋げるので必要です
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	正しい募集には十分な知識が必要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人教育は必要不可欠
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	経営努力としては評価できるが、その内容と継続性が大事。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険商品も社会環境も日々変化しており、常にブラッシュアップする体制を整備するのは当然のこと。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人教育は、大事に思う。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	育成は必須だから
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	QJTとは名ばかりの研修になりがち。研修をマニュアル化することにより業務効率の改善、品質の維持、向上がはかれると思う。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	日々教育が必要の為
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自社の理念を浸透させることは大事 募集人研修は自社で考え実践するべきもの
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	信頼される代理店を目指すなら当然の事 常に勉強が必要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険会社の教育プログラムだけでは、内容が偏りすぎる
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	これもあたりまえだと思う。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	人材育成には教育が重要
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	人材不足の解消のためには採用と育成を繰り返すしかない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	努力して悪いとは思えない。がんばればいい
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	幅広い知識取得をすることは良いことであり、評価に価すると思う
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	絶えず情勢は変化する現状・保険業界において教育は必要不可欠
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	自主自立し高い品質の代理店は評価されるべき！ ややもすると保険会社の品質が著しく低下している！
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	代理店は募集人の教育・指導が本来業務
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店として、自社の募集人を教育するのは当然である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	募集人に均一な品質を保つためには必要と思うから
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険会社から帰ってきた研修生が、300条って何ですか？と言っていた。契約だけ取らせてまともな研修ができない保険会社なんて信用できないし、募集人が可哀想なので社内できちんとした教育体制が必要ではないか。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集人の募集レベルアップは当たり前のことで評価すべきである
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	教育体制を整えることは大事
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	誰もがお客様に均一なレベルで対応できる事は重要
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	商品提案品質を上げるため、ミスを少なくするためには必要
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	普段から新しい情報を入し、お客様に価値提供を行なうことが出来る募集人を育成している代理店は評価されるべき。
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	募集人の教育は大事である
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店品質向上のためには不可欠
日新火災	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	必要なことだが、中身をしっかりと精査する必要があるかと思います。
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	知識向上など専門性を深めることに興味を持たず、報酬だけに関心を示す募集人は業界から退場すべき

日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当たり前。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	真面目に経営に取り組んでいる証。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	知識・勉強はいくらしても十分とは言えない。知識は経営・営業の力になります。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	当然やるべきことだし、労力もコストもかかるのだから評価されるべき
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	社内で人材を教育するのは難しい。時間を取られてしまい、自分の業務が回らなくなります。知識にムラがあるのではないか？そんな心配もあるので、代理店ではなく保険会社で教育して欲しい
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	当り前のこと。義務化で良い。評価項目とする必要はない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	プログラムがあるかどうかではなく、実際にどのレベルなのか重要だと思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	ディーラー等では対外的に教育をアピールしているが、特別利益の提供や利益相反、コンプライアンス違反など日常茶飯事に行っている。それが顧客サービスだと考えている。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店としてではなく保険会社がすべき事案
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	募集人の人数、年齢、年数、によって教育研修の取り組み方が異なり、代理店での実施は難しい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	社員教育は、企業風土の醸成の基礎となります。募集人の保険知識向上を狙うことだけを評価するわけにもいかず、また募集人の知識経験は多種多様な知識をもって進めるべきとも思いますので、評価基準としてはかなり難しい指標となるかと思う
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	募集人を教育をしたことが顧客本位になるのではなく、教育を受けたことを募集人が活用した結果がお客さまへのサービスになるため。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店の規模によります。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	募集人が1名なので不要
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	実効性が定性的で測るのが難しい。顧客が募集人に対し信頼感を持てれば、数字として表れるはず
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	代理店の規模にもよる。毎年、新人が入社するような規模なら必要
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	わからない	保険会社も必要な資格、研修システムを充実させるべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	実践していない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	客観的評価方法に懸念が残る。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	正直言って中小零細代理店にそこまでの教育体制を求めるのは厳しいと思います
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	内容次第
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	研修は必要ですが評価は困難と考える。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	募集人への教育は特に考えてない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	わからない	私一人なのでわからない。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	一定の規模（10名以上？）になれば必要かもしれない

3-3：一定のサイバーセキュリティ対策を行っている 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	サイバーセキュリティ	3-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	サイバーリスク対策やセキュリティーをしていない時点で、代理店として無責任
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様、代理店、保険会社を含めて、今は必要不可欠な項目の一つです。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	会社全体で必ず実践している
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	顧客情報保護をしている代理店としていない代理店との差をつけるべき。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	セキュリティ対策には、時間とコストがかかり、評価の対象にならないと困る
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	個人情報漏洩を防止する責任がある為
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	個人情報を扱っている以上、保険加入も含め必要な対策であるが、不十分な代理店が多いので、明確に評価することが必要
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客の属性情報の管理は必須と考えます。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前の事。対策が不十分で情報漏洩が発生した場合、企業として存続が難しくなる
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	個人情報管理の観点から、質問の内容通りだと思います。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	個人情報を取り扱っているのだから、当然と思う
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	対策は絶対必要。しかし品質として評価するレベルだと意に關しない代理店もあるのではないかと
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	一定のサイバーセキュリティとはどこまで必要なかを明確にする必要はある。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	漏えいした場合、逃れられない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	お客様対応について、自社のセキュリティ対策について、代理店経営上で対応しなければならない経営課題として、セキュリティーの策定と運用、訓練の実施、有事対応のBCP、UTM導入などは、個人情報を多く取り扱い代理店としては避けて通れない評価項目と考えますが、設定する指標（KPI）や求められる水準は、日本代協・保険協会が実態を踏まえてガイドラインを設けていくことが必要と考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	大切なお客様情報を守るために必要です
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然のことです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様情報は可能な限り守る義務があると考えている。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	情報漏洩リスクの削減に繋がるのなら必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	個人情報の漏洩は、信用を無くすもので最善の努力が必要だと感じている。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	サイバーリスク対応は必須
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	一定の評価項目としては必要。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	現状必要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客情報の保護の観点から、特に法人先では、重要視され、信頼感につながる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客情報の漏えいを防ぐのは真務であると考えます
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	行っていなければそもそも代理店の資格なし。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	一定の対策は義務
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	必要不可欠
東京海上日動	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	表向きは評価されると思うが、実質的には無意味・無理だと思っている。
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	当然です
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	契約者の個人情報の漏洩を防ぐことは当然でありサイバーセキュリティ対策を行っていない代理店こそ低品質と判断できる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様、自社を守る為に重要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	企業として当然である。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	顧客情報の漏えい等の防衛策として必要
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	代理店とお客様を守るために
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	個人情報を扱う事業者としてあたりまえです。全ての代理店に対して厳格にチェックすべき。いい加減な対応をしている代理店を放置すると同業者として悪影響を受ける。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	こう言う時代なんだと感じます
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	サイバーリスク保険を販売する以上、自社として対策は必須
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	個人情報を取り扱う業務であり当然
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	保険を販売している立場上、どのレベルにかは評価されるべきと思う
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	安心を届ける存在である代理店は当然行うべき
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当然である。

三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	お客様の大切な情報をお預かりするためセキュリティ対策は重要
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	会社として必須の体制整備である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	評価されるべき	当然の対応
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客にサイバーリスク保険を売るのであたりまえの事。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	個人情報漏洩は100%防御しなければならない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	個人情報を守るためには必須
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	時代的には絶対条件と思われる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	当たり前
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4~9人	評価されるべき	お金をかけているので評価してもらいたい
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	しない理由がない
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	代理店には必要な指標であると思うので 評価基準となることに違和感はない
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	当然
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	このご時世やっていない代理店があるならおかしい。最低ファイアウォールの設置やウィルス対策ソフトの導入をしておくべき
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	評価されるべき	対策は当然だが
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	評価されるべき	無防備はいけない。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	評価されるべき	漏洩してからでは遅い
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	評価されるべき	個人情報保護の重要性に鑑みると、評価されるべきである。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	評価されるべき	現代社会において常識。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	評価されるべき	預かる情報から考えても当然評価されるべき
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質評価になじまない	個人情報、企業情報を含む内容なので、保険業法上の義務化でよいのでは？
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	対策をしてもサイバーターゲットになると無力。昨今の保険会社本体で起きている現実
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	対策の基準が明確でない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	国家・国民という社会レイヤーで取り組むべき課題であるため。（犯罪者が国内外から大量に入ってきているのに各企業に努力を求めるようなもので本末転倒）
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	サイバーセキュリティ対策を行っていない代理店は論外（対策を講じていない代理店は委託するべきではない）。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	必要だとは思いますが、品質評価として捉えられるかが、わからない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	お客様へ、ご迷惑はお掛けできない。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	対策にキリがない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	一定の対策とはあいまいである。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	わからない	本業でのサイバー対策は、しているつもり
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	サイバーセキュリティ対策を行わない事は窓を開けて留守にする事と同じ。品質以前の問題

3-4：実効性ある個人・顧客情報管理対策が確保できている 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼合区分	チャネル区分	募集人規模	個人・顧客情報管理	4-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	個人情報の管理、運営、漏洩対策は、どのやり方が代理店の規模、状況にあっているかはまだまだ勉強の必要があります。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	個人情報漏洩に備えて必要不可欠
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	最低限は必要
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	顧客の属性情報の管理は必須と考えます。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店自身の業務品質の向上と維持の為。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	個人情報の観点から、質問の内容通りだと思います。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	必須項目すぎて、評価基準が難しい。色々な代理店形態がある中で一律のポイント換算にはなじまないかも。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	大切なお客様情報を守るために必要です
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然のことです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	特に、高齢契約者の高齢募集のリスク軽減の観点から、“親族・家族情報の登録”契約者変更”などに積極的に取り組んでいく必要がある。代理店毎の課題として整理するのではなく、保険会社も一体となり、定期的に高齢契約者・長期契約者への注意喚起や補償内容・被保険者の確認はいまのサービスからさらに一歩・二歩踏み込んだ対応が求められる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	顧客との継続的な取引は信用と信頼の現れであり、顧客情報の取扱いがよい加減では成り立たない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	一定の評価項目としては必要。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	会社としての基本。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	管理体制をきちんとしているに越したことはないと思います。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	情報保護義務あり
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然のこと。ただし何をもって対策の有効性を評価するか客観的指標は難しい。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	会社として当たり前であり出来ていない会社は信用ならない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	必要不可欠
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	情報漏洩、BCPを含め、お客様の情報を管理する立場としては当たり前ではあるが残念ながら出来ていない代理店もあるので評価すべき項目と判断した。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	企業として当然である。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	出来ている
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	代理店に必要なこと
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様の情報が漏洩して良いわけがない
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	サイバーリスク対策と同様に評価はされるべきと思う
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の大切な情報をお預かりするため個人・お客様情報管理は重要
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当然である。
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	会社として必須の行為である
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然です。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	個人情報漏洩などの対策や予防は顧客対応を生業とする代理店には最低限必要である
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	時代的には絶対条件
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	当たり前
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	管理体制構築は必須であり、結果的にお客様に迷惑をかけることが少なくなる
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	実効性ある個人・顧客情報管理対策を行っていない代理店は論外（対策を講じていることを前提とすべき）。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様からの信用・信頼に繋がるので、評価すべき
日新火災	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	プラス要因ではなく管理不十分な状態がマイナス評価されるべき
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	形式的になったり、過剰にならないようにしたい。
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	ただ、何をもちいて対策とするのか疑問。例えば、外部サーバーなら安心なのか、内部でウイルス対策ソフトを入れて厳格に保管していたら安全なのか。決してそんなことはない。
日新火災	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	個人情報保護の重要性に鑑みると、評価されるべきである。
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	預かる情報から考えても当然評価されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	個人情報管理を行っていない代理店は論外（対策を講じていない代理店は委託するべきではない）。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	顧客管理は、代理店がどこまで活用するかを決めるものだから
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	個人情報、企業情報を含む内容なので、金融庁からの義務化でよいのでは？

三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	対策が品質評価になるとは思わない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	国家・国民という社会レイヤーで取り組むべき課題であるため。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	お客様へ、ご迷惑はお掛けできない。やって当たり前。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	わからない	たとえ管理していても情報が漏えいした場合、責任は免れない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	わからない	実効性のある個人とは？
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	何をもちて実行性あると言えるのか？（物差し次第ではある）
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	抽象的な基準で判断しかねます
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	品質以前の問題
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	実効性のある情報管理対策とは具体的にどのようなことでしょうか？

3-5：自社のBCPを作成し実効性が確保できている 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	BCP	5-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	どちらかと言えばあったほうが良いと考える。大災害の際の対応など、代理店にも災害が起こる可能性があるため、対応ができるように準備するのは当然
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	作成はしているが、実際の運営には不安がある。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前の事ですが、事業体としての代理店自身のリスク・ヘッジの為。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	もしもの時に守る観点から、質問の内容通りだと思います。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	実効性をどのように検証するのかが課題だと思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	自然災害のみならず、セキュリティ、パンデミック含めて、有事発生時にも事業継続できる体制作りは必要。ただし、個社だけでは対応できない分野もあることから、保険会社と一体となったBCPの対応プランの作成も準備しておく必要がある。保険会社や代理店毎に対応が異なるものではないことから、日本代協と損保協会でガイドラインを策定して、ガイドラインを遵守させていくような仕組み作りができるとよい。個々の代理店任せにしない対応が必要。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	非常事態に備えた計画やシミュレーションは重要。また、BCP作成をお客様にお伝えし作成のお手伝いすることは品質に繋がる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険という商品を扱う以上、当然のことです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	有事の時に、代理店の仕事を続けるため事前準備をしておく必要があります
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	大規模災害時の顧客対応は事前に検討しておく必要あり
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	災害時の事業継続が確保されておれば、お客様の安につながる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	災害等時の対応に対する顧客の安心感は大事であり、一定の評価項目である。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事業継続計画（従業員保護含む）策定および全従業員への周知徹底が重要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	自社の自己防衛策としては必要だと思う
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自社独自の取り組みは評価すべき
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	必要不可欠
東京海上日動	兼合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	BCPを継続していくには時間も手間もかなり相当のロードがかかる。これについてもお客様の安心につながる大事な要因
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	業務が通常化に戻るスピードが早いほど、災害時のお客様対応のサービス向上になる。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店の永続性はお客さまへの責任だから。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ある意味ではお客様の安心に繋がるので
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様を御守るためには必要、万一の際の対応こそ信頼を育む
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	災害が起きた時に対応できるかは契約者を守るのに必要
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	一企業として定める必要はあるが、保険会社から言われる事ではないように思う。体裁ばかりのハリボテが増えるだけ。やるならもっと実効性を精査し代理店の格差、評価に連動させるべき。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	現在作成中であるが緊急時に役にたつためには必要。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	有事の際、お客様をお守りする仕組みは必要であるから
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	実効性の確保が大事と思う
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	大規模災害時は自分達も被災しているが、お客様の方がもっと不安を感じていると思うので、まずは自分達が慌てないようにすることが大事
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様をお守りする代理店にとってBCPは重要
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当然である。
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	会社として必須の体制整備である
三井住友海上	兼合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	有事の際でもお客様対応できる体制整備は必要
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然と考える。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店経営の観点からも必要と思う
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	当たり前
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店のBCPは結果的に顧客保護になるため、当然
A I G損保	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の方が一をお守りするのが保険の役目であるとするならば、BCPの策定・実効性の担保は必須であると考えます。
日新火災	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	実効性が確保が難しい
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	有事が身近な時代になっているから。
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	これは一定大事。また自社がBCPやっていることで、お客さんへ提案もできる。
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	預かる情報から考えても当然評価されるべきだし、労力もコストもかかるので
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様の安心には繋がるとは思いますが、評価されるべきとは思わない。

損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	自社も被災するので有効性を担保できない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	品質評価のために、形式的に作成しているだけというところも多い
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店の規模や考え方によるので、評価基準が難しいと思う
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	作成したが、実際に運用できるか その時にならないとわからない。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	企業として当たり前、評価以前の問題
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	品質評価に関わるとは思わない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	異業種と異なり保険代理店でBCP必須の考えには至っておりません
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	広域災害発生時には対応できない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	国家・国民という社会レイヤーで取り組むべき課題であるため。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	BCPのフォーマットは作成していないが、念頭にはおいている
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	昭和体質の個人代理店には作成不可能であり、保険会社による排除理由にされかねない
損害保険ジャパン	乗合代理店	その他	10～19人	わからない	自社のBCPを未作成
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	そもそもBCPの実効性があるかどうかの判断自体が難しい。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	わからない	本業でのBCPは実施済み
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	品質とは無関係
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	お客様とは関係なく代理店の品質問題

3-6：内部または外部による監査を実施し、自社ルールの順守・実効性を確認している 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	監査	6-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください(任意)
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	客観的に代理店の方向性見ていただくのは、大切なこととらえています。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前の事ですが、事業体としての代理店自身のリスク・ハッジの為。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	個人情報やもしもの保険をお預かりしているので大事だと思います。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	但し、評価基準は難しいと思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店のガバナンスの状況を自社(社外)で専門部署を設けて、その有効性を定期的に確認することは必要と考えます。保険会社や代理店毎に対応が異なるものではないことから、日本代協と損保協会がガイドラインを策定して、ガイドラインを遵守させていくような仕組み作りができるとよい。個々の代理店任せにしない対応が必要。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当然のこととして実施すべきことです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	法令厳守を確保するために監査は必要です
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	実効性があるルールなら品質として評価できる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	ルールの遵守は顧客対応の基本
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	しっかりと社内監査をしていかなないと意味がない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	決められた社内規則にそって業務が遂行されているかどうかの点検・監査は基本的なもの。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	社内外での管理態勢の万全を期すべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	第三者視点での検証は常に必要。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様にとっては安心材料になる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	外部による監査(当社は出来ていないが)が当たり前の業界にすべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	一定の品質を保つ必要がある為
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	実行されていることが大事
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	あたりまえのこと
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	コンプライアンス重視は時代の流れであり信頼の証であるから
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	客観的に組織の健全性を保つためには必要
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	外部監査の実施は重視すべきと思う
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当然である。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	会社として必須の行為である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	評価されるべき	定期的に監査を実施することによりPDCAが実行できる体制が重要
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	外部に委託してウィークポイントがみえた。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然です。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店の経営方針・理念に基づく組織運営や体制構築、業務運営上の課題や問題点の確認には必要であるが、形骸化した監査等による評価は逆効果となる
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	事務所が、統一して行動している事は大事だと思いますコンプライアンス含めてそれを意識しチェックは必要と思う
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	当たり前
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	労力もコストもかかるし、顧客満足度の為には必須要件であるが、外部は不要
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	専属の代理店の場合などは、特に保険会社が検査や認定等と称して、検査や確認などを行っているため
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様の安心には繋がるとは思いますが、評価されるべきとは思わない。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店規模によると思います。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	外部じゃないと意味が無い気がします。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	不祥事を起こさない体制が全てである
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	外部監査をしている業者は外部監査を受けているのだろうか
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	監査基準が不明
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	少人数では難しい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客さまにとっては結果が全てで過程を指標にするべきではない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店の規模によります。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	必要なスキームではあるが、業務品質は別のところにある
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	監査費用をメーカーが負担するのであれば、評価に加えても良い
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様に迷惑がかかるような不正が起こらないようにさえしておけば良いと思う。

日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	品質評価になじまない	監査の為の準備、監査の工数、無駄が多くなる。お客さんへ視点を向けるべき。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	お客様には余り関係なく監査役が居れば企業として安心感がある。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	品質評価に繋がるかわからない。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	大規模代理店であれば必要だと思う。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	わからない	内部監査室の設置・外部監査の実施等があるが、機能しているかは不明であり、どこまで代理店に求められるのか不明。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	わからない	さすがにそこまでの体制を現時点で求められるのは酷だと思う
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	内部監査も外部監査も行われていないように感じる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	取り敢えず、保険会社の監査でも事足りる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	わからない	常にお客さま本位で誠実なご対応を募集人全員で共有することが大切
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	複雑な仕事が増えすぎて時間を取られすぎる
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	自主点検はすべき
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	わからない	品質を担保するための事であり、その行為を評価することに違和感を感じます
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	小規模でやっている代理店に対して、大型代理店と同じような監査のルールを持つてくるのは、なじまない。監査を入れるまでもなく、自店を守るためにきめ細かに対応しているから。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	わからない	保険会社の不祥事は内部監査や外部監査も行われていたはず。監査自体に実行性を保つのは至難の業ではないか。

3-7：代理店賠償に加入している 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・兼区分	チャネル区分	募集人規模	代理店賠償	7-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	必要不可欠だと思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険代理店業を行うものは、必須の事。代理店賠償に加入しないものが、お客様のリスクを管理できるはずがない。未加入での保険業は認めないようにはいただきたい。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	必須
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当たり前の事ですが、事業体としての代理店自身のリスク・ヘッジの為。
損害保険ジャパン	兼合代理店	企業内代理店	4～9人	評価されるべき	強化しても良いぐらいに思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	ヒューマンエラーによりお客様に万が一のご迷惑をお掛けした際に、賠償義務が担保されるべきであるから。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	募集体制を構築していても、いつ・いかなる時でも高い募集品質を担保し続けられる態勢を構築していくことは難しい。人・組織の変わり目でも募集品質を担保し、有事が発生すれば契約者に迷惑をかけない体制を整備しておくことは代理店の責務と考えます。むしろ、代理店設立時の必須条件として加入を義務付けるくらいの法改正を求めます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	万が一のために必ず加入しておく必要がある
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店の責任の表れである
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	代理店をしていて賠償に入らない理由が分からない
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	一定の評価項目とはなる。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	代理店賠償が発動することがあってはならないが、そもそもリスクを扱う損保代理店が自らのリスクを軽視することは自己矛盾している。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	必要
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	評価しても良い。
東京海上日動	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	万が一の場合の安心につながる
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様が安心できると思うため
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様にとっては当たり前の事
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	利用する機会はない方が良いに決まっているが、万一の事は考えておくべき
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	専業プロであれば義務です
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様に保険による安心を進める立場であり、自社の加入は必須にするべき
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様の安心を確保する手段の一つであるから
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	どんなトラブルに巻き込まれるか分からないので
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	自動車保険未加入で自動車を運転してのようなものです。加入は必須です。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	職業賠償には入っておく方がいい。
三井住友海上	兼合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然
三井住友海上	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	当然である。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	保険を扱っているのに自身が保険に入らないとは理解しがたいので評価対象にすればすぐに普及します。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	当然です。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	お客様に保険を販売している側が、代理店賠償に入らないこと自体がお客様への裏切りだと思う。
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	当たり前、逆に未加入代理店は排除すべき
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	保険を売っている側として当然だと思います
あいおいニッセイ同和	兼合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	加入しているので評価があるべき
AIG損保	兼合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	加入しないで代理店経営を行うことは考えられない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	実際のところ今年度から保険会社では評価されるようになる。
日新火災	兼合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	有事への備えの現れ
日新火災	兼合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	お客さまへ損害を与えてしまった場合の資力が担保されるため、評価されるべきである。
セコム損保	兼合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	当然の責任であるしコストもかかるので評価されるべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	保険の有効性が良くわからない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	自社防衛策であり、対お客様のため、という視点ではない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	賠償に加入しているから、安心とは限らない。未加入であっても品質の高い代理店が、評価されるべき。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様にとっては賠償が問題。保険からでなくとも良い。
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店のリスク管理に関わる事項で、顧客品質評価には馴染まないと思う
損害保険ジャパン	兼合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	「保険に入っているのが私失敗しても大丈夫」というのはお客様の安心にはならない。代理店の安心であり、保険会社として評価するのなら理解できる。

損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10~19人	品質評価になじまない	当り前のこと。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	品質評価になじまない	自社の失敗をカバーするためであり、お客様の安心とは別問題
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	賠償の加入は代理店が決めること
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質評価になじまない	全く関係しない。保険有無関係なく、賠償すべきは賠償必要。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	顧客品質評価は不要。自社のリスクヘッジにすぎない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	保険契約者は、基本的には保険会社とその代理店の責任を切り分けません。それでいいと考えますので、その代理店が自社の賠償資力を補完しているかどうかは関係ないと思います。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	お客さまにとっては結果が全てで保険の加入有無を指標にするべきではない。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	代理店賠償に加入していることと代理店の品質は無関係
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	評価の基準にするのは違うと思う あくまで任意とするべき
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	契約者に最悪迷惑が掛かるかもしれないが評価としてはどうかと。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	保険会社の債権保全が目的
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	うちも加入しているが、代理店の評価とは直接関係ない。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	品質評価になじまない	お客様には関係なく代理店自身の問題。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	お客様へ、ご迷惑はお掛けできない。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	加入しているかどうかの問題が品質に影響する事はない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	わからない	規模によって必要性、重要性は左右されると考える。資力のある代理店は不要でもいい。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	品質以前の問題で、代理店賠償を契約する事は当然

3-8：Web上に自社のHPを作成し、自社の取り組みを公表している 回答選択理由

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	HP作成・公表	8-2. 上記を選択した理由・意見を教えてください(任意)
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	HPを通じて毎月様々なテーマでお客様に発信している。努力は品質として評価して欲しい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様に自社のことを知っていただくことは大切なことと考えております。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	HPは作成していますが、自社の取り組みは公表していません。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様視点で考えると、ホームページがあると、会社の安心感があると思います。ネット情報収集することが多くなってきているので、新規顧客の獲得努力の観点でも評価してもらいたいです。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	HPは求人採用には不可欠なアイテムです
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	サービス業であれば当然のことと考えます。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	社内外に代理店の経営理念・行動指針を示す観点、契約者の購買行動が変化していること(AIDMA→AISAS)契約者が代理店を選択できる手段を確保する観点から評価されるべき項目と考えます。保険会社や代理店毎に対応が異なるものではないことから、日本代協と損保協会がガイドラインを策定して、ガイドラインを遵守させていくような仕組み作りができることよい。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	HPの内容が重要。形式的なHPでは、意味がなく、誠実感・専門性・歴史(継続性)・信頼感等が感じられるような内容が必要。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	事業内容を公開することにより健全性の広報になる
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	時代の流れとして当然行うべき
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	評価しても良いが大きな要素ではない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	HPがない会社は信頼度が薄れる
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	評価されるべき	顧客の安心感
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	評価されるべき	契約者が確認の為HPを閲覧、確認してもらうことは、安心につながり、どう考えてもサービス品質として問題ない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	当社はしていないが保険会社の求める代理店像としては当たり前
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	どんな代理店かイメージしてもらいやすい。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	お客様の信頼感を醸成するのに必要
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	評価されるべき	業務品質向上のための体制整備の一環と考えます。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	ホームページは、他社との差別化、ブランディングなど企業としての広報の武器の一つ。これも保険会社にあまりアレコレ言われるべきではないと思う。公開すべき項目等はあっても、細部にまで保険会社に決められるのは納得できない。自分で経営した事のない人間に何故、自社の思い等を発信する場を制限されるのかおかしいと思う。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	代理店評価基準として相応しい
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	今の時代の一つの戦略
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	評価されるべき	当たり前
AIG損保	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	評価されるべき	実際はやりたくないのが本音
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	一方自社をブランディング化したくない代理店もあっていいのでは
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	評価されるべき	お客様が安心できる
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	評価されるべき	一定の評価はなされるべきだが、内容の充実度にもよると思う。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	評価されるべき	今やインターネット時代立派なHPがあれば信頼感も増す。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客様の安心とは関係ないと思います。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	HPはPR
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	インターネットを活用するのがいい場合と危険な場合もあるから
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	HPではアピール力はない。保険加入窓口の一つとしては有効だが、コンサルティングも不要な商品だけしか対応できない。HPは必要だが品質評価は違うのでは？また、現在は修正済みだがHP経由の問い合わせメールとして大量のメールが来たことがあり、かえってウイルス感染の危険もあると思う。昔ながらの保険会社経由(主導)のHPの方がセキュリティ面でお客様の安心につながったのではないかと。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	品質評価になじまない	企業に大小あり、大きく出しても意味が無い。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	品質評価になじまない	保険会社の傘下で活動していて、独自色は出しにくい
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	基本、自社PRは各代理店の経営方針なので、自由でいいと思います
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	Web上の自社HPでなくても良い。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	品質評価とは思わない
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店の形態によって善し悪しの判断が異なるため
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	品質評価になじまない	お客さん向けで考えるならどんな大層なことを書いても結果が全て。一緒に働くメンバーに向けてなら紙切れ一枚よりもコンテキスト(文脈)を形成する作業を行うことの方が肝要(その結果として文書化するなら兎も角)
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	代理店の規模や活動状況によります。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	品質評価になじまない	評価されるべきとは思うが、品質と繋がるかとは思わない
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	品質評価になじまない	代理店側の都合にすぎない

あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	ホームページの作成は、各企業の自由。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	ホームページそのものは評価とは関係ないとは思いますが、一般の市場に対しての情報提供し、自社のPRには必要かと
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	品質評価になじまない	あるに越したことはないが、有効に活用されているかどうかが問題
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	品質評価になじまない	HPを作成・公表することでお客様からの評価は自ずと高まるものと考えてるが、HPがあることと代理店の品質は直接的に関係しないものとするため。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	HPを作っではない
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	品質評価になじまない	当社にもWEBサイトはあるが、評価とは関係ない。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	品質評価になじまない	ビジネスモデルによるので関係ない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	必要性に疑問
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4~9人	わからない	HPで公表することは良いことであるが、「誇大広告」は排除しきれないのではないか。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10~19人	わからない	実効性の検証が必要
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	HPへの契約者のアクセスは思ったより少ない
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	わからない	HP以外の公表する仕組みがあるので、代理店が対象マーケットとする先によるので、適切ではない。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	有るに越したことはないが、無くても既存の契約者に取組みを理解してもらえれば良いこと
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	したほうがよくても資金的に無理な場合もあるため、評価に入れるなら補助金を出すべき
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	わからない	なぜ求められるのか不明
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	わからない	弊社はHPを持っていない。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	わからない	弊社はHP未作成。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	代理店それぞれの経営がある中で、HPにて取組を公表すること自体が古いと思う。SNSで発信するなどだとわかるが…
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	わからない	HPというコミュニティ自体右肩上がりではない。もはや浸透するものでもない。そこで公表していることを加点してはいけない。現に代協HPがあるからと加入が爆速に増え続けるものではないのと等しく。SNSはインスタやティックトック、すでにその次のコミュニティを模索する必要すらある。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	HPの有無で代理店の評価ができるか わからない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	わからない	経営判断であり、品質とは無関係

4-5：上記4の質問で支援があると答えた方の具体的な内容

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	保険会社支援	4-4の質問で支援があるとお答えの方は具体的な内容を教えてください（任意）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	保険会社と代理店会において研修を行っているが、全代理店が参加しているとは言えない
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	支援がある	テキスト的なもの
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	支援がある	セミナーの開催
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	会議や勉強会などでの支援や情報提供がある。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	保険に付随するサービス、保険以外のサービスについて、保険会社と新たなサービスを開発している。そのための業者選定、プロセスマネジメントの仕組みづくり、お客様の声の収集、社員の教育などに取り組んでいる。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	制度育成体制
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	勉強会開催を依頼
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	支援がある	webでのe-Learning
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	支援はない	保険会社から支援を受けるようなものではない。自力で習得すべき。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	支援がある	各保険会社のリスコン社が顧客より契約をしたコンサルティング契約に基づく実査や報告会の参加の承諾
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	支援がある	システムにてセミナー案内などがある
三井住友海上	専属代理店	兼業代理店	20人以上	支援がある	重要先に対し毎年付保状況についての確認と過不足部分の提案や直近の契約者と同業種の会社の一般的な付保水準などの情報提供を代理店とともに行っている。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	支援がある	まだまだ不十分
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	支援がある	保険会社の方と定期的な勉強会を実施している。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	支援がある	e-ラーニング
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	支援がある	スタプロ、RM NAVI
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	支援がある	各種研修等
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	支援がある	WEBセミナーの案内等
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	各種セミナー講師研修
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	支援がある	プロ会や、セミナーなど、知識をインプットする機会を与えてくれている。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	支援がある	定期的な勉強会
AIG損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	支援がある	毎月の勉強会、リアル、リモート含め、営業会議等。
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	支援がある	セミナーや勉強会
AIG損保	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	支援がある	定期研修
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	支援がある	Web教材
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	支援がある	不備事項や適用事項など定期的に例題をもって案内してくれる。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	支援はない	保険に絡むことだけのリスクマネジメントでは意味がないと思う。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	わからない	基本的には経験が最高のスキルマレンジメント、学習はその次。

5-5：保険会社の契約引受方針・姿勢についての意見

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル区分	募集人規模	保険会社の契約引受方針・姿勢についての意見
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	もっと、お客様のこと、代理店の説明を真摯に聞いて欲しい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	火災保険の引受に関して、各保険会社が設定する築年数にバラツキがある。統一もしくは撤廃して欲しい
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	引き受け方針が顧客本位になっていない。保険会社都合が前面に現れている
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	最近は短種目での損害率しか見てくれない。前は顧客全体の取り扱い保険料で判断してくれた。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	最近は電話による問合せを拒否されており、ほぼ全てメールでのやり取りを強制されている。これでは微妙なニュアンスを伝えきれず、納得できる回答がもらえない。人間同士のコミュニケーションがなくなり非常に冷たさを感じている。保険会社はもう代理店は不要なんだ、どうでもいいんだ、と思うことが多々ある。なんとも寂しい時代になったものだ
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	1～3人	事故あり等級制度はお客様の視点でみると問題が大きい。保険会社は、万一の際に必要な保険を、万一が起こっても支払はなくても良いと、考えているように感じる。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	ショック・ロスなのか、ペティ・ロスなのかに拠って異なりますが、ペティ・ロスの多発については対応策に応じ、ロスプリーを行います。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	ロスについては、単年ではなく複数年の評価を行って欲しい
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	10～19人	お忙しいとは思いますが、不明点はWEB上で相談などの方針は改善していただきたいと思ます。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	損害率を考慮する際、単年ではなく、長期的なりザルトを考慮すべき
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	販売中の商品で個別のリスクも確認せず完全に謝絶というのはやめてほしい。〇〇社の引受では、築古の住宅物件で加入依頼を受けても代理店が保険料の提示すらできないのは、今後のお客様との関係性を損ないかねない。割増があり保険料が高くてお客様に断られる方が良い。そもそも自社が決めた保険料率なのに所属する部店によって一律販売できないという対応が理解できない
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	お客様が前年無事故であっても更改時、新契約の保険料が上昇する環境だが、お客様に説明できる十分な資料の提示が無い。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	標準レートからかけ離れた割引、根拠のない割引の適用をしているのでは？と思われる相見積にぶつかるケースがあり、節操がない保険会社がある。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	最近は自然災害でも保険料割り増しを言ってくるケースが増えてきた
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	乗合代理店が事故発生契約への条件設定を嫌い、更新時に引受保険会社を変更することは、事故を起こしていない顧客への公平性に大きな問題がある
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	保険会社のU/Wの実行力が揺らいでいる。商品部は適切なU/Wの提案を策定するが、営業部門がトップライン・M/S維持のために商品部の提案をお客様に適切に提案しきれていないケースが多い。また、扱いチャネルや大規模契約者により保険会社の対応が緩むケースが多い。高ロス契約者は業界として登録制度を設けるなど、保険制度に乗せることが難しい契約者の排除は、損保協会全体として取り組むべき役割。チャネルや契約者規模に関わりなく高ロス契約の対応ルールに即して代理店が対応できる体制整備が望ましい。保険会社が言いやすいチャネルに対して厳しい運用を求めることは避けていただきたい。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	1社専属のため、もっと融通をきかして欲しい
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	事故有の際の行更新契約の引き受け条件が厳しすぎる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	保険会社には相談し辛い雰囲気がある
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	今の保険会社は利益のことしか考えていない
東京海上日動	専属代理店	兼業代理店	20人以上	更新後契約への対応については、明確なルールがあれば分かりやすくと考えます
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	一定期間中の事故頻度や支払保険金により、様々な対応方法があるが、短期間で高損害率分を保険料で回収するやり方はおかしい。金融機関からの借入金の返済でさえ複数年で返済している訳で、保険の意味がないことになる。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	企業物件モノ保険契約での値上げが続くが、一定やむを得ないと理解している。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	保険会社の事情も分からなくはないが、引受制限強化の齟齬が常に代理店に及んでいることを考えると、釈然としない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	保険会社は、短期間で支払った保険金を保険料で回収しようとする。保険ではなく、金融機関からの借入金の返済と機能が変わらない
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	事故は一定確率で発生する。更新時に安易に条件設定するのではなく、商品設計時に料率に織り込み、不可抗力な事故は割増対象としないでほしい
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	お客様を守りきれないという理由で、今後乗合代理店の道を選ぶ代理店が続出すると思う。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	保険会社からの再発防止策はワンパターン。大規模自然災害も単純な事故も同様に捉えるケースが多い
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	お客様も事故内容も千差万別である。引受の判断は血の通った、個別の対応をお願いしたい
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	十分に査定をしてから保険金を支払うべき
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	超ビジネス保険は、結局個別種目ごとのリザルトを見る為、最早【保険システム】が意味をなさない形となっている。なんのための業種や料率なのか。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	業種や地域（立地条件）による引受方針には納得されないお客様があり、一律の対応には疑問を感じる。保険会社の現場での効率化・省力化が進み、柔軟な対応を認めないような雰囲気を感じる。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	全社共通ではなく営業部店単位で引受基準が違うのは納得いかない。ディーラー・金融機関での引受が可能で、専属プロ代理店では引受不可とされるのは、明らかに業績への忖度である。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	保険会社は利益を追求し過ぎる。支払った保険金を回収することに注力し過ぎている。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	基本的に引受不可のケースは少ないが、保険料や補償内容について生損保とも商品開発力が下がっている。少子高齢化でパイの奪い合いが激化する中、専業プロに対する、義務強制は強化されるが、代理店からの依頼には消極的な姿勢を示す。企業系、大規模兼業代理店を常に優遇している。規模追求・増収ありきが生産性向上の見本と言わんばかりの保険会社の姿勢には辟易とする。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	自動車保険の車両保険金額について同一保険会社にも関わらず営業担当部署によって引受基準が異なるのはおかしい。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	1～3人	引受けに当たっては個別の事情の検討余地があって欲しい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	最近は1回の事故があっただけでも、割増保険料や免責金額の増額を求められることがあり、その基準が分からない。お客様から事故の連絡を受けた時に保険請求をするか迷うので、明確な基準を示して欲しい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	乗合代理店は、複数の保険会社に引受を打診するにあたり、独自に保険引受のための情報を収集し、保険会社各社の引受方針を確認するため、専属代理店とは異なり、知識レベル・経験・業務量などが段違いに多くなる。保険会社から独立して品質管理を行う点を考えると、同じレベルで代理店手数料規定を策定している現状は、異常な状況と考える。これは日本においてブローカー制度が普及しない要因でもあり、金融庁は有識者会議でこの点の指摘をちゃんと報告していない。乗合代理店・ブローカーの主張はほぼかき消されているのでは？

三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	お客様は、万が一の際に備え、相互扶助の考え方のもとに保険に加入している。にもかかわらず、一度の偶発的な事故が発生すれば、更新契約を謝絶するに至る保険会社の考え方が全く納得できない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	偶発的な事故であるにもかかわらず、明確な規定もないまま割増、免責金額の設定等条件を求められるのは納得できない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	そもそもの予算の配分について問題があるものの、保険会社はある一定の規模を求められるので個々の事情を判断できずリザルトから収支を判断するのは仕方がないと思う。一方で評価が短期的過ぎると思うのでもう少し長期的に顧客を判断するのが望ましい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	リザルトで更改保険料が上がることは一定程度理解できるが、3年で保険金の回収を図るような保険が保険にならない極端な料率提示が多い。(特に大規模災害)
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10~19人	火災保険に関しては、保険使用の回数制限を設けたらいいのではないかと？自動車保険であれば、故障でのレンタカー費用は対象外にすべきだと思う。あとレンタカー費用特約についても年間の日数制限を設けるべきだと思う。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	近年は、全社的なリザルト悪化の影響から引き受けのハード化は理解するが、保険会社の社員・部門で対応にバラツキがあり公平感を欠いている
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4~9人	高リスク物件であってもノーロスの契約に対して謝絶の方針を出してきてるのはやめてほしい。個別の損害状況をちゃんと見てほしい。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	会社都合が前面に出過ぎている
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	1件ごとの収支ではなく契約者全体の収支で判断してほしい
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	引受方針を一律に適用するのではなく、個別事案に応じたきめ細かい引受体制を要望する
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	顧客として全種目の評価されず、短種目のみで判断される。顧客本位の視点を欠いている
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	引受け方針の策定根拠が、件数と支払保険金、または支払保険金のみであり、例外が許されない。あまりにも硬直的でお客様の視点が欠けている。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10~19人	ヒューマンエラーに関する事故では対策を打ちにくい。中小の代理店では人員も少なく実体的に対応は難しい。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	お客様が納得できるような案内をすべきだと思う
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	担当部署、チャンネル、代理店の規模で引受け条件が変わる、ダブルスタンダードの引受方針はやめてほしい。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4~9人	引受け条件に関して保険会社からの回答が遅い。担当者はよく頑張ってくれるも、業務サービス部門の対応が遅い。五月雨的に多数の資料提出が求められるが、最終的に資料不十分等で、納得できる回答が出ない。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	過去からの長期的な視点でリザルトの評価をお願いしたい。一度の支払で保険料を引き上げすぎ。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	お客様の総体的な判断ではなく、事故が発生した当該契約のみで引受け方針が検討される。再発防止できる事故と、そうではない事故の判断も考慮されていない場合もある。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4~9人	保険会社によっては1,000万超の車両保険の引受に対し現車の写真(4面)注文書、保管場所、契約者が経営者か?等々、代理店の手間が非常に煩雑で納車日に間に合わないケースがある。物価が上昇に伴い高額化しているのに評価基準がおかしい
A I G損保	専属代理店	専業代理店	1~3人	ライン(商品)ごとのアンダーライティングは損害率というものがあり、引受への厳しい対応があっても致し方ない部分は理解している。ただ、その特定のライン(商品)のみが引き受けできないのは困りますし、他商品の保険料水準の引上げに影響しているのかもと思うと厳しいものがある。
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	顧客目線に立ってほしい。また自己の責任による事故かどうかの判断をしてほしい
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	ある一定仕方がないと思うが、一貫性がない、引受方針について書かれている資料がわかりにくい など代理店としては理解と確認に時間のかかる仕事である
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	保険会社担当者の火新法人契約に関する知見が低く、お客様への対応を相談しても結局のところ保険料でしか話が出来ない
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	保険会社で得手不得手があるが、乗合をしているのであまり問題にならない
A I G損保	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	リザルトが悪化すると保険料を上げるだけ。護送船団時代から何も変わっていない。保険会社は経営努力を行っているのを見えてこない。
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	引受けに関しては他社とはある程度足並みを揃えないと専属代理店は契約が落ちる
日新火災	専属代理店	専業代理店	1~3人	ポイント制導入後担当者が上から目線になっているように感じる。特に若年担当に裁量権、判断力が乏しく杓子定規な話ししかしない
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	保険会社としてリターンを求めるならリスクを摂ってください
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	お客様への対応方針はボトムアップで決めるべき トップダウンでは問題は起こり続ける
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	アンダーライティングの観点から契約を整理した場合には、減収となるが、事故支払いを防いだことに対する評価が無い。増収だけでポイント評価するのではなく、顧客ごとに契約管理ができていくかについて評価するのが正しいあり方だと思う。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	中長期間(3年~5年)は引受方針や姿勢を変えるべきではない。保険料の値上がりは仕方がないが毎年方針が変わると現場が混乱する
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	自動車保険に関して、ディーラーチャンネルでは、顧客の不利益を顧みない営業手法が当たり前になっている。無事故等級の進行を待たずに平気で中途更改を勧めている。更新対応も杜撰で、簡単に自動車更新を発動させ、重複契約の原因を作る。特別利益の提供行為も後を絶たない。保険会社は指導が不十分で数字のために見て見ぬふりをしている。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	長年無事故でご契約をいただいているお客様に対して、一度の事故で引受けを制限するような条件設定は納得できない。良く話し合ってもらいたい。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	丁寧かつ柔軟な姿勢で臨んでほしい
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1~3人	〇〇社の方針はホントにひどいと思う。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	保険会社の経営問題としては理解できるが、場当たり的に感じる。保険会社の公共的役割が軽く見られている気がする。商品手数料の一方的な変更には違和感を感じる。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	自然災害の多発化、激化のため保険会社の姿勢について理解はできるが、お客様の立場や状況にも目を向けて欲しい

6-3：保険会社の保険金支払方針・対応についての意見

主要保険会社	仙蔵・乗合区分	チャネル	募集人数規模	3. 保険会社の保険金支払方針・対応についてご意見があればご記入ください（自由記載）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	損保業界として、自動車ディーラー、自整業、自動車販売業者の利益相反問題は、うやむやにせず、しっかりと調査を行い、国民に明確に説明するべき。BMと同様の事案は、至るところで発生している。特にディーラーは、修理ではなく全部交換で修理代が明らかに高い。保険料率が引き上がる大きな要因になっている。損保業界としての対応が急務である。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	査定結果の回答が遅くなる場合は納得ができる説明するべき。あやふやな説明とか、上にあげて協議してますとかで逃がしている。保険料支払いの遅延は厳しく問われるにおかしい。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	問題修理業者を開示して共有すべき
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	対応が極端すぎる（築40年以上を引き受けない等）
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	風災等の事故の場合、事故当初は件数が多いため、査定が甘くなりがちだが、残件数が減るにつれ、査定が厳しくなったり、鑑定対応の基準金額が下がるのは、お客様側から見れば不公平なのでやめてほしい
損害保険ジャパン	専属代理店	兼業代理店	1～3人	優良な修理業者を紹介してもらえらる制度があるとよい（火災保険や賠償保険）。保険会社の査定方針に合致する業者を紹介して欲しい。
損害保険ジャパン	専属代理店	その他	1～3人	保険金支払い対応でお客様を不愉快にさせられるケースが多い。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	保険会社によって損害査定に関するシステムの優劣（新旧）が顕著である。劣後する保険会社の担当者は仕事が非常に大変だと思う
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	損害サービスの社員の方には、上からの目線ではなく、お客様と同じ目線で対応をお願いしたい。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	一部保険会社では、顧客目線で対応しているとは思えない（保険会社の内規に沿って社内を見て対応している）。事故は千差万別であり、ケースバイケースの対応が必要なのではと思う。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	ディーラーは基本的に部品交換しか考えないので、修理費が高額になることが多いが、それを指摘せず、そのまま右から左へ保険金を支払う保険会社もどうかと思う。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	事故受付が早いお客様と遅くなったお客様で対応や支払内容が変わるのは釈然としない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	迅速な対応と正確な支払いが求められるため、今後も日常の事故や広域災害を想定した事前の対応に注力し、代理店と一体となってお客様の有事に臨むことが顧客品質の向上につながる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	全件立会を求められる地震・水害などの迅速な損害サービス体制への進化が望まれる。エリア的に鑑定人が少ない地域も多いことから、立会に準じるテクノロジーの活用による損害サービス体制の進化が望まれる。業界として個社単位での開発やベンチャーとのアライアンスにとどまることなく、特に、広域災害対応については損保協会全体で仕組みを構築していくことも必要。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	10～19人	保険金は活きた支払にするべき。払える保険金をぐずぐずしては意味がない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	パワーゲームに弱く、小さい代理店を虐めすぎている。保険会社の法令順守及び道徳観念を疑う。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	きちんと約款に基づいて支払うべきで代理店もそのあたりを監視し、解釈誤りがあればだ正していくべき。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	広域災害や大規模災害時の損害査定は、一定の簡便法も必要。それ以外は適正に査定鑑定するべき。特にD/L・整備工場は厳しく。また保険会社も有無責の根拠になる保険約款を正しく解釈するべき。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	是々非々で対応しており一律的な不満はない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	最近査定が厳しくなり、保険金が支払われず、お客様が納得されないケースが増えた
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	ディーラーなど大型代理店へのチェックが緩いのは納得できない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	同一保険会社内で部署・個人に査定能力の格差が大きい。大規模災害発生時の応援体制に問題がある。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	例え取引先のディーラーであっても、修理業者には毅然と対応して欲しい
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	お客様の特性や事故の個別事情を斟酌することなく、一律に更新で条件付けたり謝絶を言われるのは、不信感か無い。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	査定が大変細かく厳しくなっている。保険料を上げたのであれば、査定方針は今まで通りにすべき。査定方針を厳しくするのであれば、保険料は据え置くべき。
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	修理を終えて保険金請求をしたら「免責です」と言われたケースがあり、現在係争中です。トラブルになる前に丁寧な説明があってしかるべき。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	各社スピードを争い、それをPRしているが、必ずしもお客様全てが求めているものではない。特に被害を受けていないお客様が疑問を持たれるような対応が世間一般に風評のように広がるのは逆効果になっていると感じる。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	保険金支払可否についての判断基準が不明な場合がある。もう少し丁寧な説明と情報の開示をお願いしたい
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	支払方針には特に問題は感じていませんが損折担当者によって対応の差があるため、顧客・代理店・事故内容を合わせ事案ごとに綿密に担当者を始めその上席者やセンターの長までやり取りできる関係性が大切だと考えます。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	1～3人	お客様目線での対応を希望する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	BM問題をかわきりに、家計分野での問題点が強く出ているので、現状の課題認識と改善方針に特に意見はない。ちなみに法人保険を主として扱う保険代理店は、保険事故の際には常に保険会社と契約者の間では意見の相違があり、代理店の役割はかなり大きい。この点、個人保険を主として扱う代理店と法人保険を主として扱う代理店を例えば評価する際に同じに扱うべきだろうか？
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	広域災害後、事故報告のタイミングで査定基準が異なり、後から報告したお客様の査定が厳しくなっている。公平性が保たれていない
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	広域災害発生直後はスピード重視、請求が落ち着くと内容重視になり明らかに査定基準が違うのは困る。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	支払い方針・対応が変わる場合には代理店に対して丁寧な説明が必要である

三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	今まではよくしてくれたと思います
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	担当するSCで、方針や対応が異なるのは問題
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	お客様目線での対応かつスピード感ある対応をお願いする
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	保険金支払時に、対応が親身でないことが多い。会社利益につながらないからか
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	20人以上	保険会社の損害サービス担当社員のレベルの低下が気がかりだ。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	風災などの大規模災害時とそうでない事故との査定基準がどこで切りかわるのか不明確
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	自動車ディーラーに明らかな有利な支払いが行われている。是正されるべきだと思う。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	大規模災害の時には損害修理代金を全額支払い、個別案件では修理代金より低い金額で査定をしている。結果的に保険料に反映させるのであれば、どのような事故であっても正しく査定すべきである
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	しっかり対応してくれているので、満足しています。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	1～3人	ディーラー・ハウスメーカーなど大規模兼業代理店を含め、支払方針や支払条件を一律化すべし
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	20人以上	案件によって又は担当者によって、支払金額や時間が変わるの納得がいけない
AIG損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	損害サービス担当者のレベルが低下している（特に新種関連） 事故の際の相談ができない
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	広域災害時こそスピードが必要
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	ディーラーは、保険も加入を前提とした車両値引きを働きかける風潮がいまでもある。これは、ディーラーに対して指導していくべき事案だ
日新火災	専属代理店	専業代理店	1～3人	自動車整備工場へ過剰な支払であったり、詐欺まがいの行為が見過ごされている（代車特約日数の偽り等）。
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	保険金支払いが遅くなっている。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	保険会社の引受に関しては、緩過ぎて締め付けての繰り返し。お客様にできれば支払いたい代理店と保険会社は利害が一致しないケースがある。お互いに本音で話し合うべき
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	売上至上主義から収益至上主義への転換期ではあるが一方的な手数料改定には納得できない。代理店に体制整備を求める前にメーカー自体の旧態依然とした昔ながらの業務体質の改善を求める。我々代理店も同様。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	最近の査定があまりにも厳しい。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	代理店の規模によって査定が甘くなる傾向がある。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	BM事件以降、査定・支払に慎重姿勢に転じ、普通の修理工場やお客様まで迷惑している
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	〇〇社では、損害額が一定額超えると必ず調査会社が入る。同様にむやみやたらと弁護士を入れるのも経済的な合理性を欠いている（コスト意識をもつべき）。

7-5：専属と乗合の問題についての意見

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル	募集人数規模	専属と乗合の問題についての意見
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	10～19人	保険会社が代理店の専属を強制（事実上）するのは、おかしい。
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	顧客が自由に保険会社を選べる様に代理店も自由に保険会社を選べないと自由競争を妨げる事になる
損害保険ジャパン	専属代理店	専業代理店	4～9人	乗合代理店の比較推奨はきちんと行われる必要がある。自社の都合で保険商品を選定するのは間違っている
損害保険ジャパン	専属代理店	その他	1～3人	保険会社社員のサポートが減少し、システム操作の変更が多いので専属でも着いていくのが精一杯
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	お客様の意向を充足させる為には乗り合い代理店と為る事は必要です。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	4～9人	専属代理店について、品質に関わりのない専属ポイントが過大にあるのはおかしい
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	手数料ポイントだけ考えたと専属だが、「引き受け」「商品」「保険会社の体制」の違いで専属では顧客ニーズに対応できない。以前に比べて保険会社担当者と疎遠になってきており、システム発信の情報などでも複数社である方が助かる。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	お客様の意向に沿った提案ができる、ということは乗合を判断する上で十分条件である
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	代理店の品質に関しては専属も乗合も関係無いが、手数料ポイントは大きく違ってくる。手数料ポイントを代理店品質に重きを置くというのなら、規模の大小・乗合シェア比率などと無関係にすべき。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	代理店内でのシェアを根拠としたポイント付与（格差）は不要である
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	これだけ商品が多様化した今、乗合で複数の保険会社の商品を理解し販売するのは難しい。乗合保険会社数については上限設定等の規制を設けるべき
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	保険会社は専属で続けていくためのメリットを更に明確に提示して欲しい
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	乗合代理店の募集体制については、募集実態をよく踏まえ、体制の整備状況について、いままで以上に厳格に評価されることが必要。保険会社もその上で乗合の是非を判断するべき。単に、多くの顧客を抱えている（金融、ディーラー、不動産等）から乗合をもちかける（保険会社のトップライン拡大、M/S拡大）というような安易な代理店委託方針は業界として慎むべき。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	複数の保険会社の商品内容を完璧に理解してご案内することは、無理だと思うので専属を選択する
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	契約の引受けが難しい場合、専属代理店は契約を断るしかないが、乗合代理店は他社に照会した上でお客様に対応できる。より顧客本位の保険募集が可能になる。
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	4～9人	乗合か専属かは、お客様本位からかけ離れた話
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	1～3人	正しく比較推奨販売を行うには、代理店毎に取引する全ての保険会社の手数料を同額にする必要がある
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	保険会社が、代理店の乗合を抑制するための手段として設定している、専属ポイントが乗合の足枷となっているケースが多い。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	乗合したら、総手数料が減少する仕組みは非合理的。それは、規模と増収率が主体のP制度だから。適正な業務品質での評価ならば当該代理店は幹事も乗合社も同じ評価になるはず。これからの手数料の仕組みとしては、①募集対価としての一定の手数料率（＝商品別手数料率）と②業務品質評価の部分を上乗せする仕組みが良い。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	10～19人	本当の顧客満足と言うのなら乗合の代理店を承認しても良いと思います。全国規模の乗合代理店だけポイントが高いのは不公平だ
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	もはや一社専属でお客様をお守りするのは難しいと思う。専属ポイント以外に専属にこだわるメリットがあまりない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	代理店が自由に選べるようにして欲しい
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	生保は乗合が認められ、損保は不可、代理店にから見れば極めて不可解
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	乗り合うことで高い代手を提供してもらえる（代手ポイントを条件とした乗合攻勢を受ける）。ただし、規定や商品が異なるため事務手続きは明らかに煩雑になる。
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	保険会社が乗合を認める基準を設けて良いのではないかと。また、乗合するならば乗合して品質も体制整備も全て自律して整えるだけの覚悟が代理店にも必要。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	専属から乗合を希望する際、保険会社が認めない。ハードルが高い。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	4～9人	専属でいると、お客様のご要望に沿う事ができず歯がゆさがある
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	1～3人	専属の場合、メリットとして手数料ポイントをもっと考慮して欲しい。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	専属と乗合が問題となっているのであろうか？そもそもこれらを、同じ土俵で扱うべきではない。ブローカーと乗合を同じカテゴリーとし、専属は生保でいう保険会社の嘱託員との位置づけからスタートすべきではないか？
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	専属を希望する代理店は良いが、乗合いを希望する代理店に対して、保険会社がそれを拒否したり、代理店委託契約解除をちらつかせるのは、おかしい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	専属か乗合かを問題にすること自体が問題。保険会社からすれば自分の飼犬であるという認識なのかもしれないが、顧客本位の業務運営を業界として原則としている以上、顧客本位の業務運営を実践している代理店には乗合か専属かに関わらず相応の手数料を支払えばこのような問題は発生しない。専属か乗合かを議論することこそが顧客本位でない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	損害保険業界も、生命業界のように乗合が当たり前の考え方に早く変わって欲しい
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	お客様にとって必要だと思ううちは乗合の体制を維持する
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	保険会社が専属代理店を手数料面で優遇するのは仕方がない。乗合は乗合の良さもあるので、選択は代理店の経営判断。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	乗合代理店において、あるべき比較推奨販売が歪められるのは、各社の手数料率が異なるから。当然手数料が高い保険会社の商品の販売意欲が高まる。顧客本位の募集を浸透するのであれば、乗合代理店の手数料はある程度揃える必要がある。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	乗合代理店の手数料ポイントは、各社が安易に最高値損保にフォローするのではなく、代理店としての品質評価を前提に、自由な競争環境を構築するべき。ただ乗合代理店の場合、比較推奨販売の問題は必ず残るので、対策は不可欠。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	保険会社は何故乗合が承認できないのか、明確な、納得できる回答を示すべき。保険会社は、ある種の販売スキームを通じたメリットの供与を理由に乗合承認拒否しているが、保険会社にも都合があつてのこと。乗合拒否の正当な理由としては全く納得感がない。

あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	業務処理範囲が多くなり弊社では乗合は考えていない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	専属にこだわる必要はない
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	4～9人	代理店は自社の経営判断により乗合を検討するのであり、それを妨げる業界の古い慣習に問題があると考えます。
A I G 損保	専属代理店	専業代理店	1～3人	商品がそもそもないのであれば乗合も意味があるが、重複する部分も多い。せいぜい数社まで、実質2・3社までにしないと乗り合うことのデメリットが上回りかねない。
A I G 損保	乗合代理店	専業代理店	10～19人	専属であるか乗合であるかは代理店の経営方針であるため、保険会社がとやかく言うものではない。また、代理店の品質は高いにも関わらず、当該保険会社の取扱いが少ないことを理由にポイントに差が生じるのは公平性に欠ける。
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1～3人	3社以上の乗合すると発生するロードの負担感が増す
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10～19人	保険会社が乗り合い阻止にやっきになるのは、どう考えてもおかしい
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4～9人	難しい問題、手数料ポイントを合わせる乗合社が少なくなっている一方、規模の大きい代理店では各社は今でも最大ポイントに合わせてる。手数料ポイントの差異により乗合制度は比較推奨を歪めることになる。
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1～3人	乗合代理店の品質評価は全社合わせた内容で評価されるべき（収保、多種目販売等）。その上で品質評価ポイントは取引損保で共通とされるべき。取引損保が一定の規模を求めることは理解できるが、小規模を理由に委託解除された場合に、引受損保についてお客様の希望に沿えないケースが発生するので、ここは顧客本位上の懸念点。
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10～19人	募集人は専属、乗合に関係なく中立で全体を俯瞰した知見を持つべきだと思う。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	乗合が認められないのは、損害保険業界が旧態依然としているから。専属の良さもあると思うが、乗合うことによって、保険会社も代理店も競争する自由な市場を作り、保険業界の品質向上やお客さまへのメリット向上を図るべき。旧態依然とした業界を作り変えるために必要な対応だ。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1～3人	乗合は当然、保険会社・代理店がそれぞれの方針に従い自由に選択できるべき。健全な比較推奨に基づく顧客本位を実践するためには、各社代理店手数料を統一するべき。（例えば、ポイントが高い保険会社に合わせる）

8-2：比較推奨販売を行う上での課題についての意見

主要取引保険会社	専属・乗合区分	チャネル	募集人数規模	比較推奨販売状況	比較推奨販売を行う上での課題は何か？
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	20人以上	行っている	保険売りにならず、その顧客（事業者）が抱えるリスク・ヘッジプログラムを保険会社を横断し、DICやDIFを駆使しカバーを創る事が重要な課題です。
損害保険ジャパン	乗合代理店	専業代理店	1～3人	特定の種目のみ	継続契約と増車などの追加契約ではお客様の希望がない時は比較推奨販売はしない。現在、火災保険は、会社ごとに保険料に大きな差が出る。お客様は補償の差より保険料の差に敏感。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	特定の種目のみ	商品知識の習得を含め、どうしても時間と手間がかかる。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	10～19人	行っている	同様の補償内容で保険会社ごとに名称が異なるのは顧客本位ではない。間違った説明を行う可能性がある。全社で統一すべき
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	行っている	商品が複雑化する一方で、お客様は単純に見かけの保険料が安い商品を選択する傾向が強いと感じており、補償内容の差をご理解いただいたうえで選択となるよう説明にかなり労力がかかること。
損害保険ジャパン	乗合代理店	企業内代理店	1～3人	行っている	見積を複数作成するのに手間がかかる
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	専属	複数保険会社の商品を覚えてご案内するのは容易ではない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	特定の種目のみ	各保険会社のシステムの違い。各社で改定が頻繁に行われ、商品・業務知識が追いつかない
東京海上日動	専属代理店	専業代理店	20人以上	特定の種目のみ	生命保険については、比較推奨販売を行っている。保険会社毎に商品戦略が異なることから、個人向けに強い商品、法人向けに強い商品、アンダーライティングの違いなど、保険会社毎の戦略・補償・サービスを踏まえた、販売体制の構築が必要。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	特定の種目のみ	特定の保険会社との親密度が高く、乗合している他社商品よりも優先してしまう
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	行っている	個人は、基本が推奨販売、法人は、比較販売が基本。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	20人以上	行っている	法人分野商品は、実施している。補償内容や保険料の差異が大きいため。個人向け商品は、差異が多岐にわたり、少しずつ違うため、比較しても細かくなりすぎて顧客が混乱し、決定できない恐れがある。（但し生保商品は比較販売は必要）
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	4～9人	特定の種目のみ	約款・装備・事故処理体制が標準化・共通化されていない。
東京海上日動	乗合代理店	専業代理店	1～3人	乗合が行っていない	複数社の規定を調べて保険料を見積もるのに時間がかかる
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	行っている	対応履歴等の記録が煩雑になる
東京海上日動	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	乗合が行っていない	約款・規定の把握が困難
東京海上日動	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	行っている	推奨できるだけの自信を持てる理解が必要なこと。そのための研鑽が必要。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	20人以上	行っている	代理店の体制を比較推奨ができるレベルに引き上げられるかどうか
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	専属	お客様のニーズに合わせた選択のできる正確な商品知識。
三井住友海上	専属代理店	専業代理店	10～19人	専属	商品知識の向上に時間がかかる
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	20人以上	行っている	重要なのは、各保険会社に対する保険引受のための適切な情報提供。保険会社のアンダーライティングに誤解を生むような情報収集のやり方をする、結果としてお客様への説明に必ずミスが生じます。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	乗合が行っていない	弊社は推奨販売を行っている。比較しない理由は、顧客がそれを望んでいないから。また比較する為にかかる時間と人材が足りない。保全等のアフターフォローを含めた時間とコスト、専門性が手数料と合わない。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	特定の種目のみ	比較推奨販売するために要する時間が課題。生命保険のような保険料計算システムの開発が必要
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	10～19人	行っている	保険会社による手数料率の格差。経営する上で、お客様によほどのデメリットがないかぎり少しでも手数料の良い商品を勧めるのは当たりまえだと思う。
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	行っている	お客様にお伝えするロードが負担になる
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	行っている	比較推奨するにあたり、保険料を重視する募集人が多いこと
三井住友海上	乗合代理店	専業代理店	4～9人	行っている	特約などの用語は、できるだけ統一してほしいです。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	20人以上	行っている	特約その他の名称を統一すべき。
三井住友海上	乗合代理店	兼業代理店	1～3人	行っている	最初にお客様が何を求め、優先順位は何かを確認する事から全てはスタートするのであって、課題といえばお客様が求める案件の答えをいかに持っているかという知識と情報量の多さや、経験値ではないかと思ます。
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	特定の種目のみ	お客様の期待値に沿った対応が重要であり、全て比較推奨する必要があるかは疑問
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	20人以上	特定の種目のみ	取引損保社全ての保険料提示は困難である
三井住友海上	乗合代理店	企業内代理店	4～9人	乗合が行っていない	代申以外の保険会社の知識・スキル等の教育体制が整わない
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	10～19人	専属	乗合代理店に委託する保険会社はすべて同じ手数料率（ポイント）を認めるべき。等級のように一律管理すればよい。そこに損保会社が資金を投じれば顧客本位のサービスに近づけると思う。保険会社も営利目的で動くのは当然なので難しいのは分かるが、それならば乗合の制度を無くすか、比較推奨に伴う顧客本位の販売を代理店に押し付けるべきではない。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	4～9人	専属	思うに十分な商品知識を有し、顧客にとって最適商品を提案し続けられるかが問題と考える。
あいおいニッセイ同和	専属代理店	専業代理店	1～3人	専属	自由化に伴い特約等が多いので比較推奨が多くなってきて十分に説明出来なくなる。又時間がかかってしまう
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	20人以上	乗合が行っていない	手数料ポイントを確保するためには保険会社から一定以上のシェアが求められ、必然的に乗合保険会社間の手数料格差が生じる。勧める商品にバイアスがかかる。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	特定の種目のみ	保険料、商品内容が異なり単純な比較ができない。お客様も判断に困る。
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	特定の種目のみ	各社商品の理解度を均一にするためのロードとコスト
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	専業代理店	10～19人	行っている	乗合い社の商品を比較するに当たり保険料のみでなく補償内容やサービスの違いまでを説明するためにお客様にも時間を取って頂く事が必要
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	特定の種目のみ	保険会社間の手数料率の格差
あいおいニッセイ同和	乗合代理店	兼業代理店	4～9人	特定の種目のみ	代理店手数料ポイントの格差

A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	特定の種目のみ	募集人全員の募集品質の均一化
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	行っている	保険会社間の細かい商品差異を十分に理解出来ているかが課題
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	10~19人	行っている	毎年の商品改定を踏まえた見直しが必要 自動車以外の保険商品の差異が少なく、結局は保険料ありきになってしまう点 付帯サービスまで比較すると膨大になる点
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	4~9人	乗合だが行っていない	募集人の業務負担の増加
A I G損保	乗合代理店	専業代理店	4~9人	行っている	如何に保険商品を熟知するかが課題
日新火災	専属代理店	兼業代理店	1~3人	専属	収保に応じて決められる手数料率の格差
日新火災	乗合代理店	専業代理店	10~19人	行っている	とにかく手間がかかる
日新火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	乗合だが行っていない	乗合はしているが、手数料ポイントの低い保険会社の商品はお客様に勧められない
日新火災	乗合代理店	専業代理店	1~3人	行っている	時間がかかる
日新火災	乗合代理店	兼業代理店	10~19人	行っている	代理店によって比較の深さが異なるので顧客にもそう言うことが伝わり、ニーズや重要度に応じて代理店を選べるような環境があるべき姿だと思う。
日新火災	乗合代理店	企業内代理店	1~3人	行っている	比較推奨販売は、デリケートな問題である。乗合保険会社間の著しい手数料格差がある中で、100%客観的に比較推奨販売を求めるのは経営上無理があり、間違っていると思う。それなら手数料格差をなくすことが必要不可欠である。過度に比較推奨を求めるのは、代理店の存続問題になりかねない。
共栄火災	乗合代理店	専業代理店	4~9人	行っている	保険内容をよく把握しないと比較推奨は自信を持って勧められない。
セコム損保	乗合代理店	専業代理店	1~3人	行っている	比較している代理店として、労力とコストと各社の特約名の違いなど、自由競争とは関係ないところは統一して欲しい