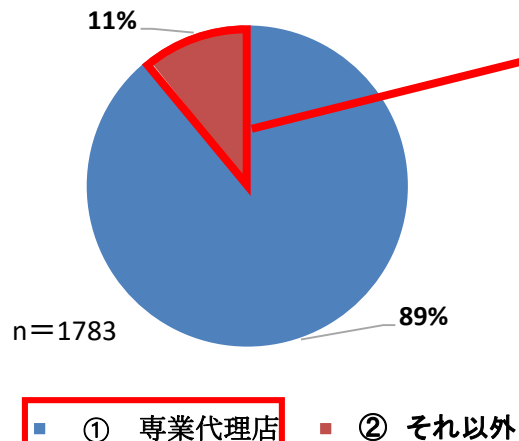


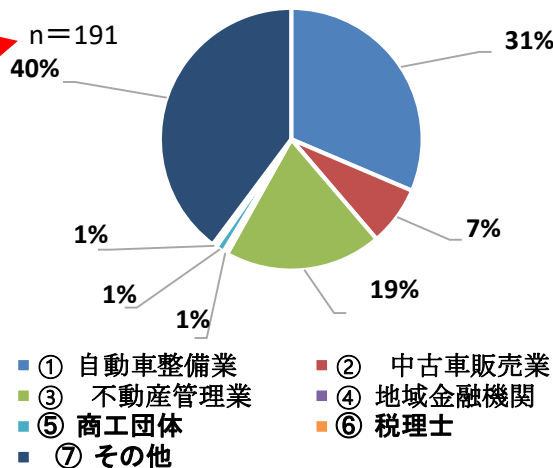
一般社団法人日本損害代理業協会 所属代理店向けアンケート結果概要

①回答いただいた代理店の基本情報

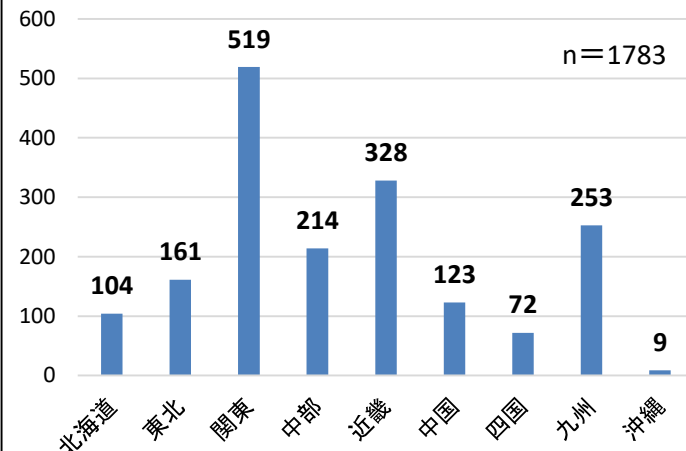
代理店の内訳



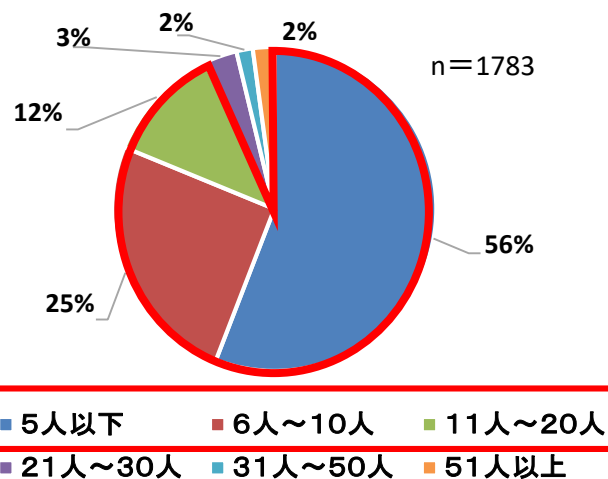
専業以外の代理店における内訳



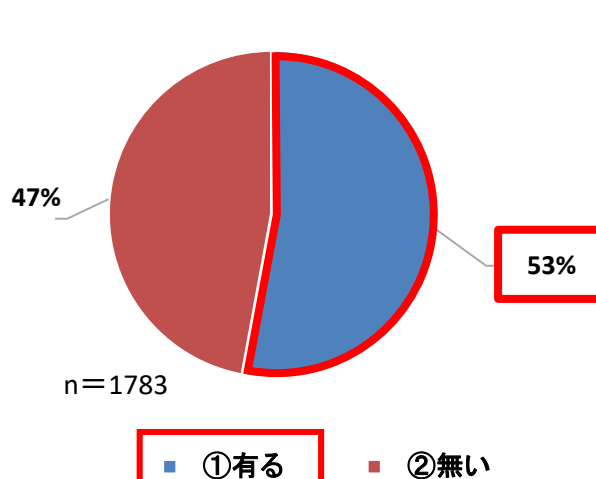
地方別回答内訳



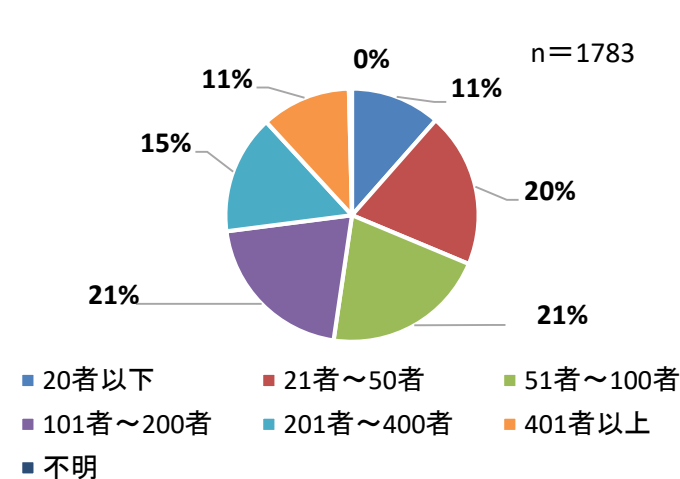
従業員別内訳



回答した代理店におけるBCP策定の有無

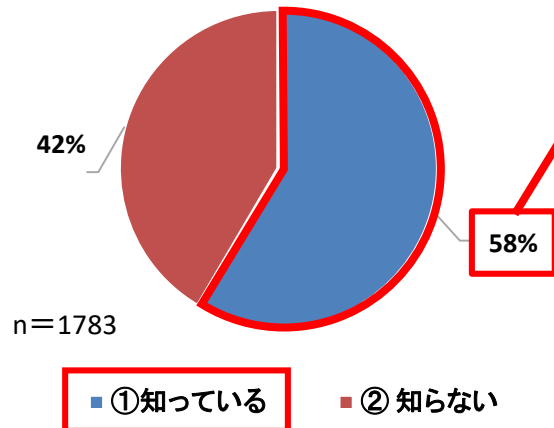


法人顧客数内訳

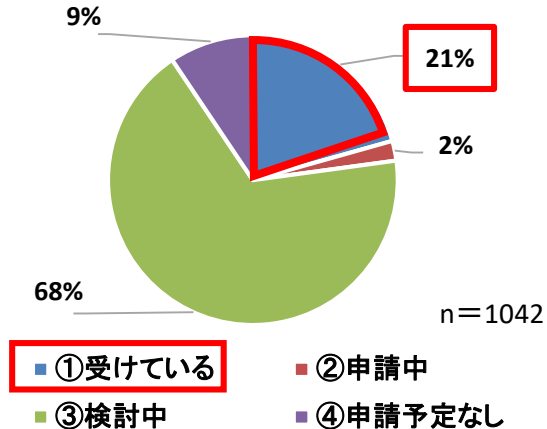


②「事業継続力強化計画」認定制度について

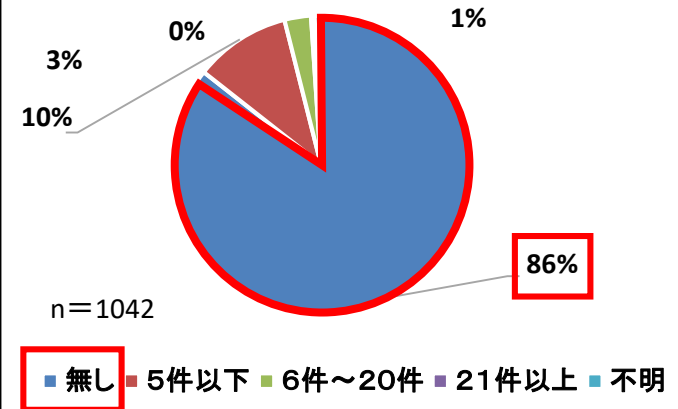
事業継続力強化計画を知っているか



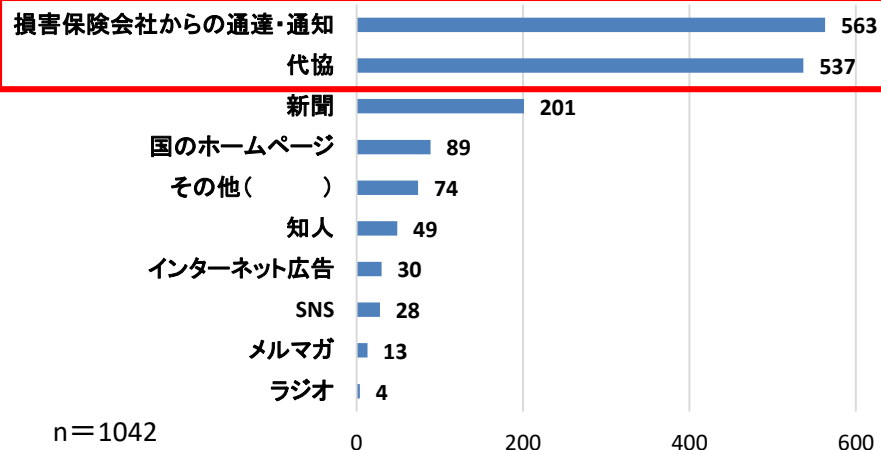
「知っている」と回答したうち、認定を受けているか



「知っている」と回答した代理店のうち、顧客へ策定支援の実績の有無、実施していれば件数



事業継続力強化計画を知ったきっかけ(複数選択可)

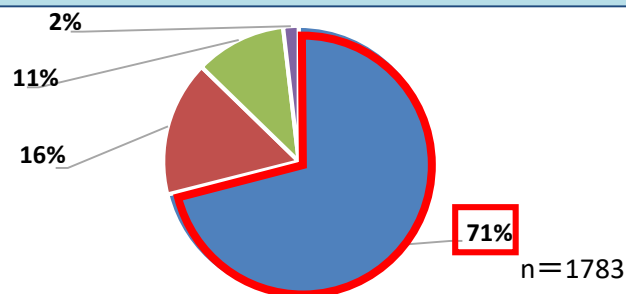


「事業継続力強化計画」を顧客に勧める上で必要と思われるツール(自由記載)

- 概要を記載したパンフレット、チラシ類の作成
- メリット(補助金の加点等)を大々的に伝えるツール
- 計画策定の仕方を解説した動画
- 策定を容易にするオンラインツール
- 企業規模やハザードマップと連動した企業診断ツール
- 業種別申請書のツール
- 中企庁から策定に向けた積極的なメッセージの発信等

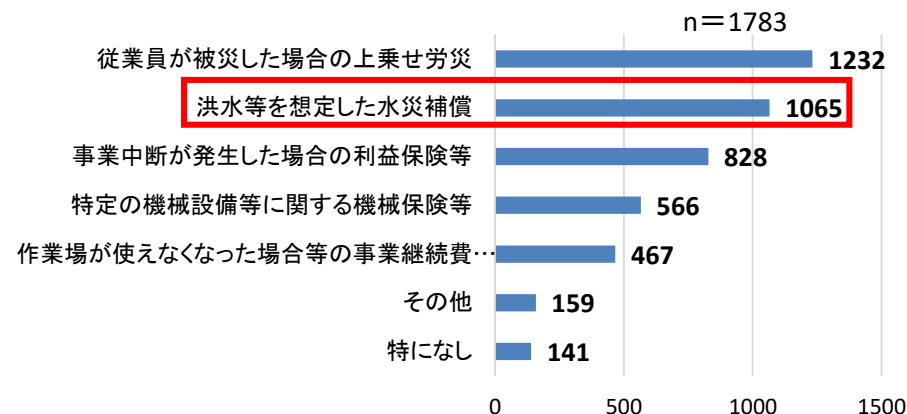
③-1. 中小企業向け損害保険商品の販売状況

顧客に対して水災を補償する商品を提案したことがあるか

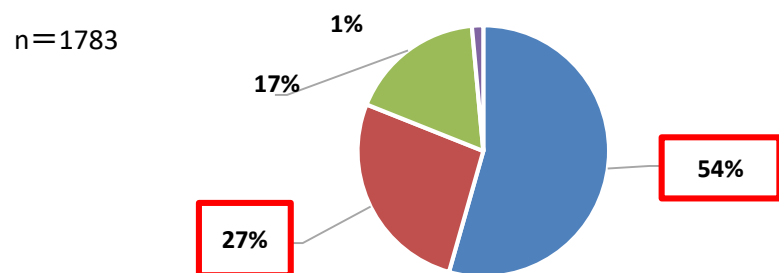


- ①リスクがある事業者には積極的に提案している
- ②事業者から希望があった場合にのみ提案している
- ③提案したことはない
- ④その他

顧客に対し、火災・自動車保険以外に積極的に販売をしている商品
(複数選択可)

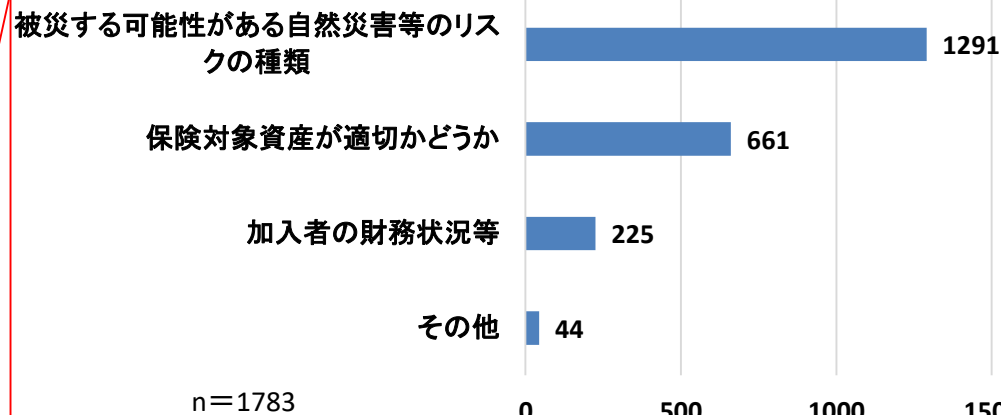


顧客の損害保険契約の更新にあたり、事業者のリスク実態等に応じ適切な商品への見直しを行っているか



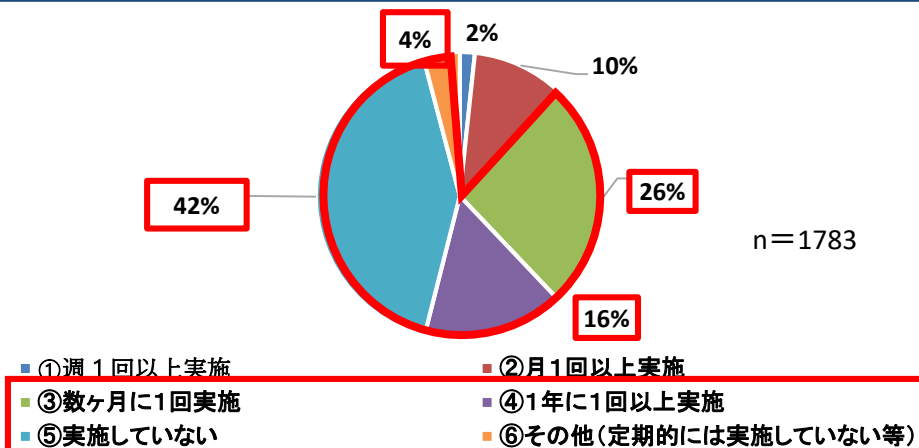
- ①事業者からの希望の有無に関わらず積極的に行っている
- ②事業者からの希望があった場合にのみ行っている
- ③あまり行っていない
- ④その他

「見直しを行っている」と回答した代理店のうち、どのような観点から見直しを実施しているか(複数選択可)

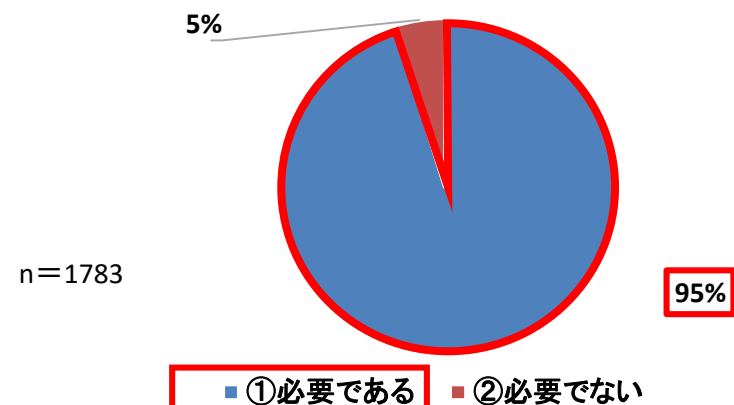


③-2. 代理店における社員向けのリスクコンサル研修等について

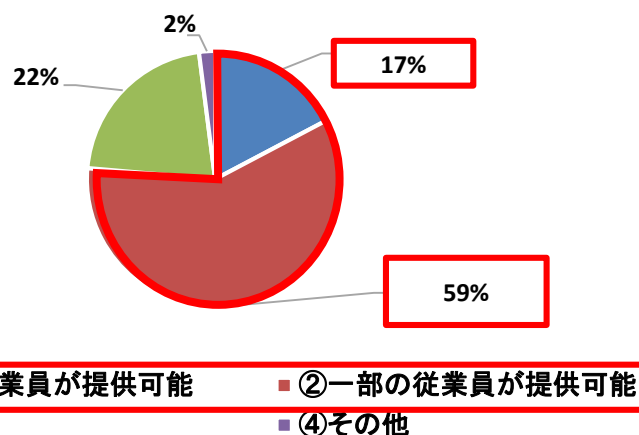
保険の商品販売にとどまらないリスクマネジメント等の研修を
従業員向けに実施しているか



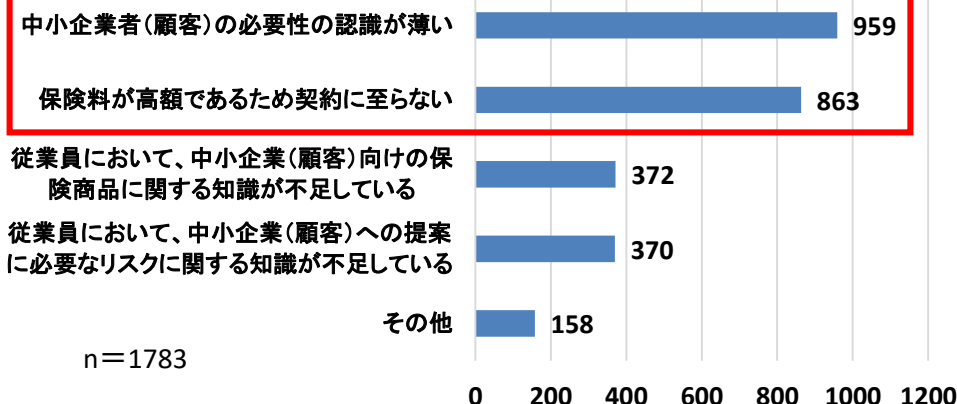
従業員向けに商品販売に関する知識のみではなく、ハザードマップ等を
踏まえたリスクマネジメントに対する知識を啓発する研修等が必要か



財務諸表等を踏まえた、事業者の経営に寄り添ったプランの提供が可能か

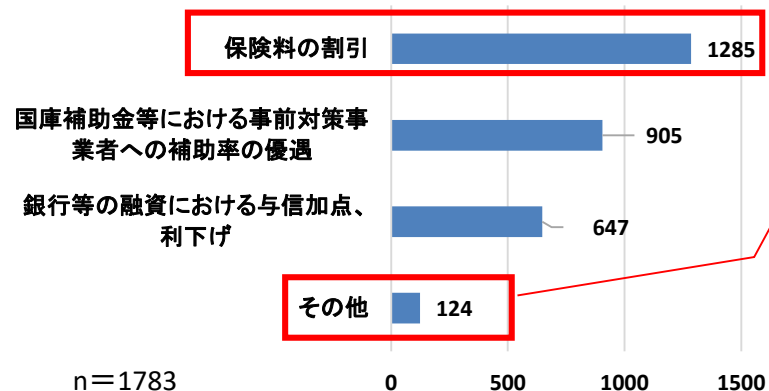


顧客に対して、水災補償や利益補償等の商品を提供するにあたり、
困難な理由はあるか(複数選択可)



④-1. 中小企業の保険加入の促進のために必要な政策等について

中小企業の事前防災の取組促進するために必要な措置



中小企業の事前防災を促進するために必要な措置(その他自由記載)

- 計画策定や保険加入の義務化
- 取引における事前対策のプレゼンスの向上
- 更なる税制優遇
- ロゴマークや認定制度のプレゼンスの向上
- リスク（被害額等）が具体的に分かる情報の提供
- そもそも事前防災は本来必要な取組であり、インセンティブにより促進すべきではない等

中小企業の保険加入のために国、自治体等に求めること

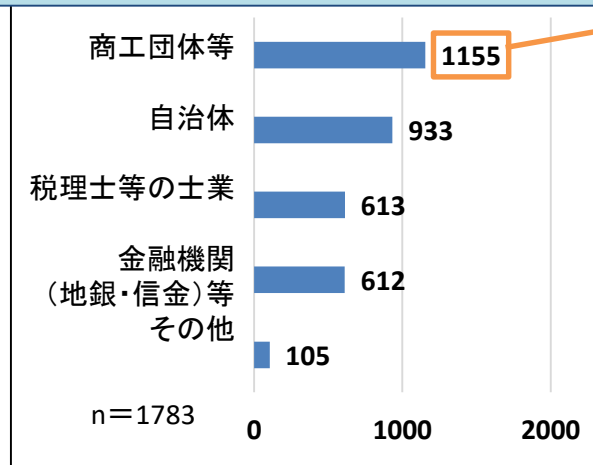
- 保険に加入すべしというメッセージの発信
- 事前防災に関する抜本的（TVCM等を筆頭とする）な普及啓発
- 保険募集人のレベル向上支援
- 保険に加入した事業者への税制優遇や公的助成金への具体的な優遇支援
- 全自治体におけるハザードマップの作成の徹底や更新頻度を上げる
- 国による再保険などのスキームの構築 等

中小企業の保険加入のために損保会社に求めること

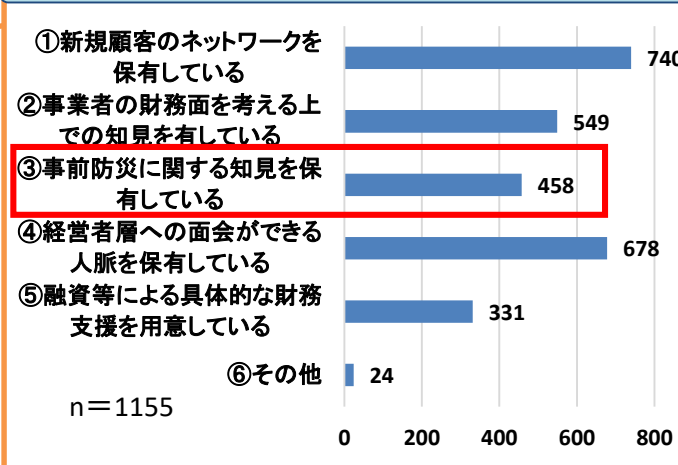
- わかりやすい保険商品・補償内容への見直し、加入しやすい様な保険料の設計
- 契約の簡素化
- （契約数ではなく、商品提供の室を加味した）優良代理店への手数料ポイント等の優遇策
- 自然災害リスクのみならず、リスクコンサルティング方法等も踏まえた職員への研修の開催
- メディアを活用する等の積極的な広報
- 自治体等とタイアップした事前対策セミナーの開催 等

④-2. 中小企業の保険加入の促進ために連携することが有効と考える機関について

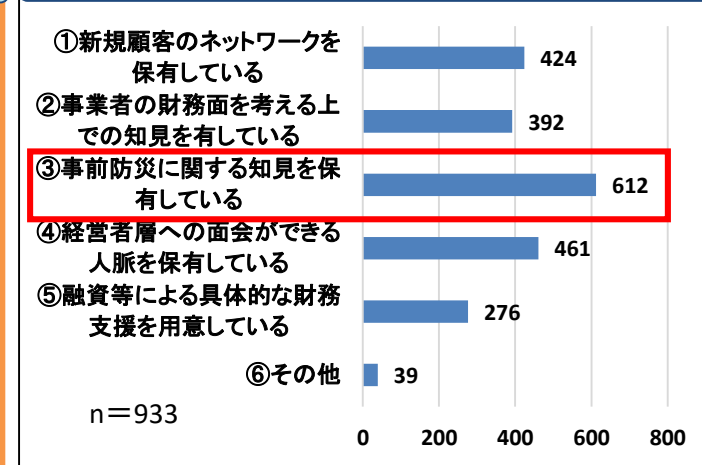
保険代理店が損害保険契約の加入の促進するにあたり、どのような機関との連携が必要と考えるか



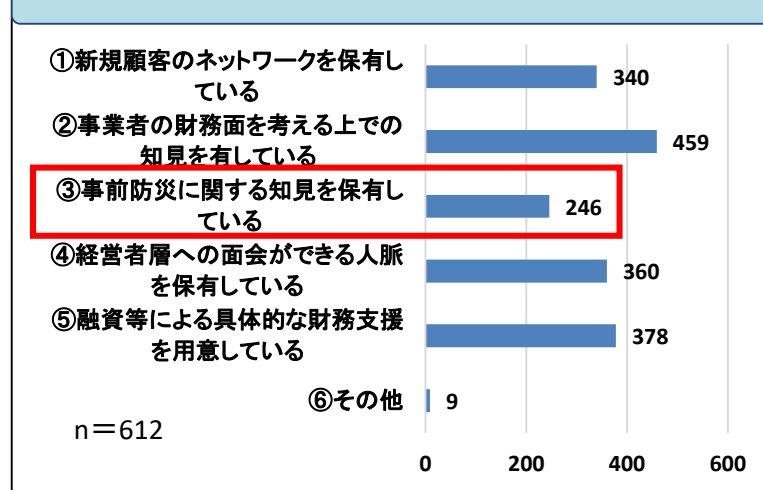
商工団体と連携することが有効と考える理由



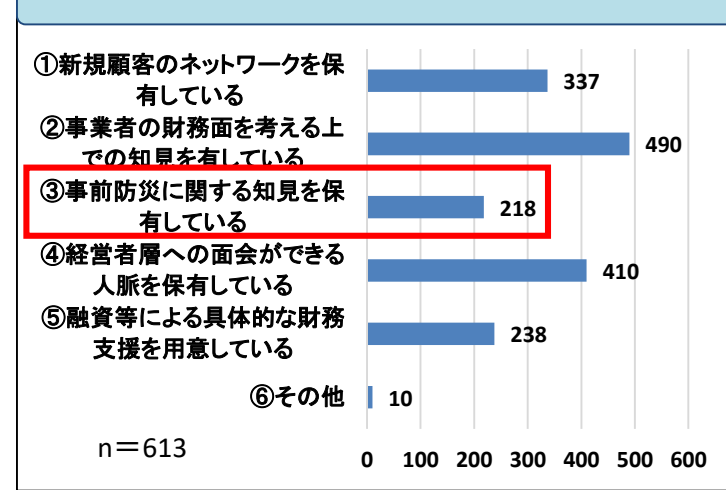
自治体と連携することが有効と考える理由



地域金融機関と連携することが有効と考える理由

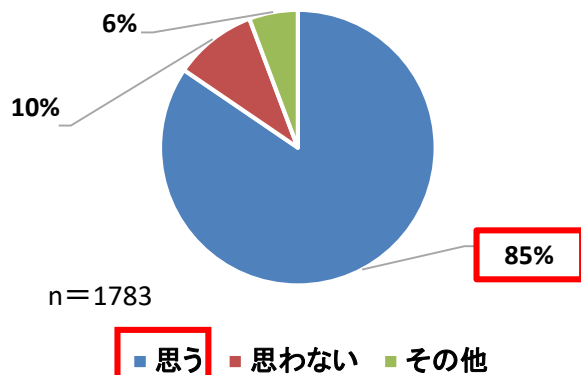


税理士等と連携することが有効と考える理由

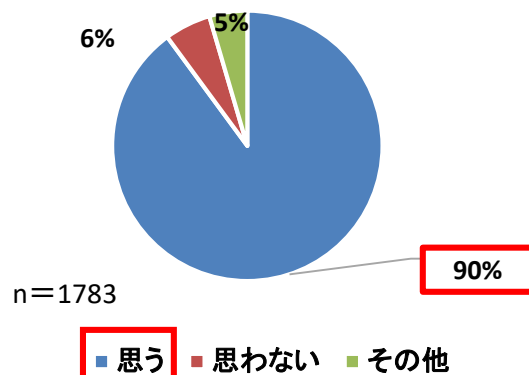


④-3. その他

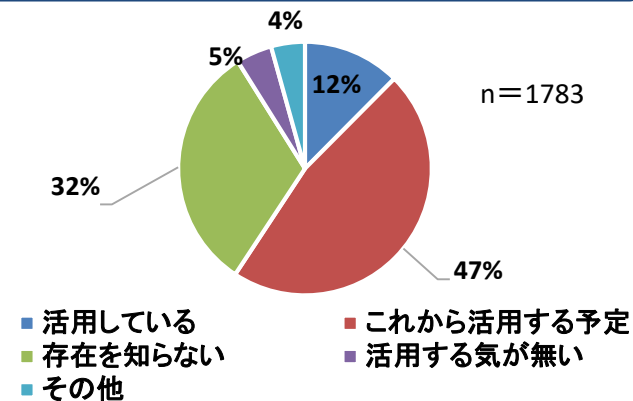
保険代理店自身が「事業継続力強化計画」の認定を受ける必要があると思うか



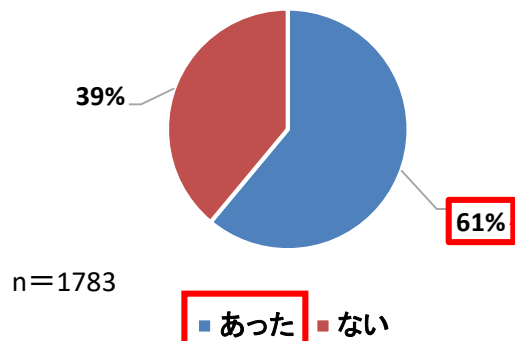
保険代理店は地域の中小企業の「事業継続力強化計画」の策定支援を行うべきか



日本代協において提供する「BCP策定簡単ガイド」、「事業継続力強化計画認定支援サービス」を活用しているか



コロナの影響で、保険商品のニーズの変化があったか



どのようなニーズの変化があったか（自由記載）

- 休業補償、利益補償特約のニーズの急増
- 行政の外出自粛による休業補償へのニーズがあったが、免責となっているため対応していない
- 生命保険や労災補償に関する見直し等の急増
- 消毒費用を補償する製品
- 対面ではなく、オンラインを活用した商品販売
- テレワークの実施によるサイバーリスクに対応する補償等