

2023 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」

— お客様の視点から見た代理店手数料ポイント制度 —

---

別 冊

2023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

## 顧客本位の業務運営と代理店手数料ポイント制度の関係

### <任意記載内容・目次>

任意記載を依頼した項目		ページ
4週間前早期更新割合	お客様にとって重要な品質であるを選択した理由	1
	お客様に対する品質と関係がないを選択した理由	2
	よくわからないを選択した理由	6
Web約款率・Web証券率	お客様にとって重要な品質であるを選択した理由	8
	お客様に対する品質と関係がないを選択した理由	8
	よくわからないを選択した理由	13
口座振替ペーパーレス登録	お客様にとって重要な品質であるを選択した理由	15
	お客様に対する品質と関係がないを選択した理由	17
	よくわからないを選択した理由	20
ドラレコ特約	お客様にとって重要な品質であるを選択した理由	21
	お客様に対する品質と関係がないを選択した理由	23
	よくわからないを選択した理由	27
その他保険会社が代理店に求める品質項目のうち、お客様に対する品質と関係がないと思われる項目について		28
保険会社との関係で気になっていること、保険会社施策で何か感じていること		31

## 4週間前早期更新

会社	チャネル	4週間前早期更新割合
		お客様にとって重要な品質であるを選択した理由（任意記載）
SJ	その他	お客様の意向を考える上で、重要と考えるため
SJ	企業機関代理店	早期に更改すればお客様も安心
SJ	専業代理店	CSである
SJ	専業代理店	インターネット契約の早期割引に対抗するため
SJ	専業代理店	お客様にとっても早期は必要だと思う
SJ	専業代理店	お客様の環境、状況変化に一早く余裕を持って対応できる
SJ	専業代理店	継続率が良い。
SJ	専業代理店	全てのお客様で重要だとは思わない
SJ	専業代理店	早いのはいい
SJ	専業代理店	早い連絡は大事
SJ	専業代理店	早期にお客様に満期をお伝えすることは必要と考えるため
SJ	専業代理店	早期更改により内容がよくわかる
SJ	専業代理店	早期更改に安心感が持てるから。
SJ	専業代理店	長期契約が多いので急ぎ提案では不安で無いか？
SJ	専業代理店	満期日に余裕を持たせて更新手続きが完了出来るから。始期には証券が手元にある。
SJ	専業代理店	満期日までに証券が届き、ご安心いただくため。
SJ	専業代理店	無保険期間を減らす為
TN	企業機関代理店	早期案内はお客様へのサービス向上の一つ
TN	企業機関代理店	早期更改は顧客本位の観点から当然重要と考えている。
TN	企業機関代理店	他社検討の時間を与えてしまうのため、早期更新はお客様との関係性強化のため必要かと思いません。
TN	企業機関代理店	満期日までに証券をお届けすることは安心につながる
TN	兼業代理店	期間は人によって異なりますが余裕を持って更新手続きをする方がお客様にとってマッチした内容で更新出来ると思うので
TN	兼業代理店	早めの更改のほうがリスクが少ない
TN	専業代理店	1ヶ月前のタイミングがちょうど良い印象を受ける。
TN	専業代理店	あんしんと安全をお届けするため
TN	専業代理店	お客様との連絡がつかない場合など時間的な余裕が必要、また保険に対する疑問等を考える時間があつた方が良い
TN	専業代理店	お客様に心配をさせないため
TN	専業代理店	お客様の意向もあり
TN	専業代理店	お客様の状況変化などに早期に対応出来る可能性があるため
TN	専業代理店	お客様本位で考えれば
TN	専業代理店	契約手続き時やWEBによる補償内容の確認の仕組みの提供に加え、満期日までにお客様に補償内容を確認いただくことで時間を提供する観点で重要な指標。
TN	専業代理店	自分の時間管理や、変更等の対応時間捻出、イレギュラー対応する時間も確保出来るから。
TN	専業代理店	早期に連絡があることで話が聞けたり、比較検討できたりするので良い
TN	専業代理店	早期更新であんしん感を与えるのと更新落ち防止に繋がると考えています。
TN	専業代理店	直前更新でのお客様ご不満の声が多くあるため。
TN	専業代理店	当たり前のこと
TN	専業代理店	内容に間違いがあつた場合に訂正が可能
TN	専業代理店	内容をしっかり吟味、把握していただき、意向を確認するため。
TN	専業代理店	保険会社を乗り換えたい場合に考える時間ができたり、特約追加の考える時間ができる
TN	専業代理店	保障内容を十分に理解、納得しての契約更改が大事。
MS	企業機関代理店	早期契約で安心してもらうこと
MS	企業機関代理店	満期案内や手続きはできる限り早く行うべきだ。しかしお客様都合で満期更新がぎりぎりとなるケースもありあくまでも参考数値とすべきである。

4週間前早期更新

MS	専業代理店	お客様の家庭事情がわかるため、必要と思います。
MS	専業代理店	一定、早く対応する必要はお互いのために必要。
MS	専業代理店	契約内容を吟味する為、一定期間の余裕があった方が良い。満期前の証券到着。
MS	専業代理店	継続漏れの防止と募集の効率化
MS	専業代理店	早期に連絡してもギリギリにならないと継続しない自由はお客様にある
MS	専業代理店	早期の手続きによる安心感
MS	専業代理店	遅れてはいけないので
MS	専業代理店	余裕を持った更改により手続忘れなど防止
AD	専業代理店	お客様が満期を意識した時期から検討できる（情報収集等）時間が必要と思うから。
AIG	専業代理店	お客様への早期取り組みによる安心感を得られる
AIG	専業代理店	どの時期に更新するかはお客様の要望に応えればよいが、早めに更新することは失念防止や、提案の幅の広がり、見直しの検討など、お客様へ選択肢を持ってもらう意味でも重要かと思う。
AIG	専業代理店	時間的余裕があれば丁寧な説明が可能
日新	専業代理店	期間の余裕をもって対応することで、補償の説明や検討が充実できるため。
日新	専業代理店	更新漏れを防げる
日新	専業代理店	証券が約1月前に届くと更新を確認でき安心できる。
日新	専業代理店	早いに越したことはない。

会社	チャネル	4週間前早期更新割合 お客様に対する品質と関係がないを選択した理由（任意記載）
SJ	その他	何をそんなに慌てるのか？
SJ	企業機関代理店	ギリギリまで他社と比較検討したいニーズもある。
SJ	企業機関代理店	手数料ポイント上乘せの為に実施しているのであり顧客対応に何のかわりもない
SJ	企業機関代理店	保険会社は勘違いしてる
SJ	兼業代理店	契約者毎に意向に沿った提案には時間が必要。
SJ	兼業代理店	必ずしも早期更改は品質にはかかわらないと思う
SJ	兼業代理店	保険会社側の都合でしかない
SJ	専業代理店	28日以前更新がお客様に対する保全要件とは思わないから
SJ	専業代理店	2か月前に満期案内を送っている点がそもそも
SJ	専業代理店	2週間前でも十分
SJ	専業代理店	4週間の決めつけ意味が分からない
SJ	専業代理店	4週間の根拠がわからない。
SJ	専業代理店	お客様それぞれの考えに対応が必要
SJ	専業代理店	お客様とのタイミングが重要であって保険会社の都合とは無関係。
SJ	専業代理店	お客様にとって早期にするメリットが全くないため
SJ	専業代理店	お客様のメリットを感じない
SJ	専業代理店	お客様の意向は？
SJ	専業代理店	お客様の都合があるから
SJ	専業代理店	お客様の都合もあるため早期計上による代理店ポイントの要素に入れるのはいかがなものかと思う。
SJ	専業代理店	お客様の都合より元受側の都合と思います。
SJ	専業代理店	お客様は、それぞれの考え方が有るので早期に更改する事がお客様にとってメリットだとは思わない為。
SJ	専業代理店	お客様個々によって好ましい更改時期は異なる
SJ	専業代理店	お客様の的に早過ぎるのも問題。
SJ	専業代理店	お客様様の説明するタイミングが色々あるため
SJ	専業代理店	カレンダーに関係なく強いるのはナンセンス。
SJ	専業代理店	保険料の算出にあたり売上高等の基礎数字が必要な契約などは極めて困難

4週間前早期更新

SJ	専業代理店	一般的にはその方が良いと思うが割合で決めるものではないと思う
SJ	専業代理店	一律に設定する事に疑問を感じる。
SJ	専業代理店	金融庁向けの対応が 大部分だと思います。
SJ	専業代理店	契約落ちが無ければ満期までに更改すれば良い。
SJ	専業代理店	顧客が必ずしも喜んでいない。月初めの客は早すぎるとピンと来ていない
SJ	専業代理店	更改落ちを防ぐ手だて
SJ	専業代理店	考え方の本質的な教育は、手数料では操作できません
SJ	専業代理店	新車斡旋 修理紹介など 関係無い項目が多い 完全に契約者では無く保険会社がほしい項目
SJ	専業代理店	新車紹介や車検紹介は必要ない
SJ	専業代理店	早期更改の必要性が？
SJ	専業代理店	早期更改は1保険会社2代理店3お客様（中には）の順で都合がいい
SJ	専業代理店	早期更新割合の求める数字が高すぎる
SJ	専業代理店	代理店、保険会社にとってなのは、と思います。
SJ	専業代理店	代理店から電話連絡しないとあまりかかってこない
SJ	専業代理店	直前まで他社と比較検討したい方もいらっしゃるのでは
SJ	専業代理店	当社ではすでに指標として取組んでいます、28日前に更改すること自体がお客様のためとは考え辛いです。更改の案内を早くすること自体は賛成です。
SJ	専業代理店	保険会社にやらされてる感じが強いので。
SJ	専業代理店	保険会社の都合でしかない。等級訂正等の際はご説明ややり直しに手間暇かかる。
SJ	専業代理店	保険会社の都合ばかりのような気がする
SJ	専業代理店	保険会社全体の継続率から算出しているだけの事
SJ	専業代理店	保険証券が保険始期日までに届くタイミングで良いと思う
SJ	専業代理店	本来お客様には全く関係がなく、場合によってはデメリットになる（より検討したい場合や車両入替時など
SJ	専業代理店	満期前に証券が届くことは良いと思うが4週間前は早すぎる。
SJ	専業代理店	満期日までに証券が届く安心感を伝えた上で、お客様のご意向を優先した方がいいと思う
TN	その他	お客様の価値観による
TN	企業機関代理店	お客様自身のタイミングを選択し、それに答えるのが品質では。
TN	企業機関代理店	こちらサイドの思惑での施策
TN	企業機関代理店	更新の手続きが適切に開始されていれば、更新時期に重きをおく必要がない。
TN	企業機関代理店	早期更改が品質と呼べるのか疑問。
TN	企業機関代理店	保険会社都合。
TN	兼業代理店	WEBでの手続きを推奨してくるが、顧客は必ずしも望んでいない
TN	兼業代理店	お乗換えのタイミングもある
TN	兼業代理店	悪いとは思わないが、保険会社のご都合ではないのか？
TN	兼業代理店	決算時期が近かったり、保険会社主導で、タイミングをはかれない
TN	兼業代理店	見えないメ切に代理店が縛られがち。
TN	兼業代理店	自動更新の商品を販売しているため
TN	兼業代理店	保険会社の都合
TN	専業代理店	4週間が良で、3週間は何故ダメなのか。
TN	専業代理店	4週間前に拘る必要性が理解できない
TN	専業代理店	web口振やweb申込等保険会社サイドの都合だと思う。
TN	専業代理店	お客様からそこまで求められていない
TN	専業代理店	お客様がいつ更新するかはお客様の自由であり保険会社が強制すべきものではない。
TN	専業代理店	お客様にも選択権があり、お客様の都合も考慮すべきだと考える為
TN	専業代理店	お客様により早期更新を嫌がる場合がある
TN	専業代理店	お客様のタイミングでよいのでは？
TN	専業代理店	お客様の意識にあるか疑問だから。エビデンスを示してもらいたい。

## 4週間前早期更新

TN	専業代理店	お客様の状況は満期直前まで変化することから4週間前に拘る必要はない、また、直接お会いして手続きすることも多いので、慌てて手続きを促すことには疑問あり
TN	専業代理店	お客様の都合もあるから
TN	専業代理店	お客様側の予定に合わせる為。
TN	専業代理店	きっちり話しすれば、4週間前の早期更新は品質とは、関係ない
TN	専業代理店	そもそも4週間の基準は何を基に決定されたのか、よくわからない。
TN	専業代理店	それぞれのお客様のペースで良いと思う。
TN	専業代理店	契約者の都合、契約内容にできる限り合わせるのが大切
TN	専業代理店	更改の早さと顧客本位は、また別物。保険会社の施策に過ぎない。
TN	専業代理店	更新の連絡が遅いと言われる機会が無い。
TN	専業代理店	早くに更新することが必ずしもお客様本位とは限らない
TN	専業代理店	早くに連絡を取っても、手続きは、満期直前になることが多い。
TN	専業代理店	早く更新して欲しくないお客様も少なくないため
TN	専業代理店	早ければ良いとは限らない、大事なものは内容、
TN	専業代理店	早すぎる更新は手間ばかりかかる。
TN	専業代理店	早めに手続きするのは良いと思うが2～3週間前くらいが良いかな
TN	専業代理店	早期に更新すれば率が上がるとは考えない
TN	専業代理店	早期は大事だが品質では無い
TN	専業代理店	早期案内は必要だが、更新手続きをポイントと絡め、品質項目とするのはお客様にとって不利益になる場合があると思われます。
TN	専業代理店	早期更新よりお客様との関係性が大事と思っています
TN	専業代理店	早期更新案内は当たり前で、事故処理、保険提案が重要
TN	専業代理店	代理店との信頼関係ができていれば良いと思う。
TN	専業代理店	品質とは別の事と思うから
TN	専業代理店	保険会社の勝手としか思えないから
TN	専業代理店	保険会社を利するためのもの。それをお客様のためにと、なすりつけている。
TN	専業代理店	保険会社本位
TN	専業代理店	余りにも早く更改を案内したら逆に不審がられる事が過去にあった。
MS	企業機関代理店	競合先からの防衛という観点では意味があるが、お客様に対する品質とは直接リンクしない。
MS	企業機関代理店	顧客にとっては、継続的に適切な保険に加入していることが最大の品質であり、早期更新が顧客にとっての最も適切な品質だとは考えていない。
MS	企業機関代理店	早期案内は重要だが手続き完了を4週間前にするとお客様の検討時間が限られてくる。
MS	企業機関代理店	品質と時期とは関係がないと思う
MS	企業機関代理店	保険会社の収益向上面での指標がほとんどだから
MS	兼業代理店	早く手続きする事を嫌がる方もいるので。
MS	兼業代理店	他社対抗上が理由のように思える
MS	兼業代理店	満期案内が届いてからの日数が少ないと考えます。
MS	専業代理店	2週間前で十分だと思う
MS	専業代理店	あまり早すぎるのはどうかと思う
MS	専業代理店	いい部分とそうでない側面がある
MS	専業代理店	お客さんの都合もある
MS	専業代理店	お客様それぞれに事情があるから
MS	専業代理店	お客様それぞれのタイミングがあると思います。
MS	専業代理店	お客様には落ち着いて考え契約して欲しい
MS	専業代理店	お客様にも考える時間が必要であるし、保険会社が他社に取られないようにするための勝手な要望だと感じる
MS	専業代理店	お客様によって求める更新時期があり、顧客個々の意志が反映されない。
MS	専業代理店	お客様の意見がいろいろあるから
MS	専業代理店	お客様の事情によるもので、一律に線引きするものではない

## 4週間前早期更新

MS	専業代理店	お客様をグリップしていたら、余り関係がないと思います。
MS	専業代理店	お客様次第だから
MS	専業代理店	グリップできているお客様にがついているように受け取られる。慌てる必要はない。
MS	専業代理店	ご意向確認は必須だと思います。割合で手数料ポイントに影響を与えているのは不可解です
MS	専業代理店	すべて保険会社の都合で品質とは関係ない。
MS	専業代理店	できるだけ早く契約すべくコンタクトを取るが、強制はできない
MS	専業代理店	プロ代理店として早期更改は行すべきですが品質項目として設定するのなら4週間前ではなく2週間前で十分と考えます。
MS	専業代理店	もちろん推進することで証券が早く届けられて安心な点は大切だと感じるが、代理店本意の取り組みでお客様本意ではないと感じる。
MS	専業代理店	営業上の継続率の向上につながるだけで、契約者にとって具体的なメリットがあるとは思えません。
MS	専業代理店	割引もなくお客さん自身へのメリットとは考えにくい
MS	専業代理店	関係ないと思うから
MS	専業代理店	客層により達成率が上がらない項目などあるので
MS	専業代理店	契約の選択をするのは契約者だから
MS	専業代理店	顧客の自由
MS	専業代理店	早いか遅いかは契約者にとって様々ある。
MS	専業代理店	早い方がいいとは思いますが、4週間じゃ無くても良いと思う
MS	専業代理店	早期更改、キャッシュレス、DXどれもお客様の要望に寄り添うべきであり基準を設けるから押し付けになりお客様の意向に沿わなくなる。
MS	専業代理店	早期更改が重要になるかどうかはお客様による
MS	専業代理店	早期更改により保険料等に影響がないのに、こちらの都合で付き合わせる事
MS	専業代理店	他社の募集より先駆けて早期更改しているような気がする
MS	専業代理店	代理店品質とは間違いのない内容で契約することで、更改のスピードではない。
MS	専業代理店	遅い更新は良くないが何故4週間前なのか分からない
MS	専業代理店	品質項目としてお客様本位の考え方は必要だと思うが、会社からの評価を得るために取り組むものではない。
MS	専業代理店	保険会社が求める品質に疑問
MS	専業代理店	保険会社が勝手に決めている為
MS	専業代理店	保険会社にとって優先したい項目かと思われるから
MS	専業代理店	満期までに保険証券が届くことが重要であり4週間前更新はお客様選択であるが、早期コンタクトは必要である。
MS	専業代理店	満期日までにエコ証券を契約者に届ける理由がいまいちよくわからない。
AD	その他	お客様のタイミングに合わせるのが難しい。早すぎて又後でもう一度考えますとの回答が多い。
AD	企業機関代理店	社内契約が大半のため、意味がわからない
AD	兼業代理店	4週間前に更新しても、解約を言われるケースが増えている
AD	兼業代理店	早期更改は保険会社の都合だと思う。代理店は継続率で評価して欲しい。
AD	専業代理店	お客様の都合もあるのに早くする事に意味があるのか、但しコロナ禍においてはいつどうなるかわからないので早期更改は必須だと思います。
AD	専業代理店	お客様個々の満足度に比例するものではない。
AD	専業代理店	どのタイミングで更新するかは顧客の自由である。ただ満期を早く知らせるという点においては重要である
AD	専業代理店	一か月前を励行しているが、お客様にとってのメリットではない
AD	専業代理店	車両入替の問題があるので早期更改する意味がない場合がある
AD	専業代理店	車両入替予定があっても更改手続きをお願いしなければならないのは理不尽だ。
AD	専業代理店	早い更改をする事によって喜ばれた経験がない為。

4週間前早期更新

AD	専業代理店	早く案内しても離れる人は離れるし、ギリギリでも続く人は続く。むしろ、各月の上旬に満期がくるお客様は2か月前に案内することになり、まだまだ時間あるやないかとお叱りを受けることもある。早期更改がお客様のためというのは完全に保険会社の思い込みによるもの。
AD	専業代理店	早く更新の接点を持ってたとしても、お客様の都合で手続きが遅くなった場合にポイントが下げられるのは納得できない
AD	専業代理店	早期に継続させて他社に流れない理由がメインであり、ゆっくりお客様と考える時間が必要
AD	専業代理店	早期に満期案内し、お客様に余裕を持って検討いただく必要性は感じているが、4週間前手続き完了はいかがなものか
AD	専業代理店	早期継続は保険会社の都合である
AD	専業代理店	早期更改で無理に日程を組んだりしてお客さま重視ではない
AD	専業代理店	他社流出防止の為にやっているとしたか思えない。
AD	専業代理店	直前更改以外は、特に期日は関係が無いように思える。要は、お客様との都合がかみ合い、満足していただければ良い。
AD	専業代理店	保険会社の事務品質や事務効率に占める割合が大きい
AIG	兼業代理店	ユーザー目線では、4週間前は早すぎる。
AIG	兼業代理店	熟慮期間が必要といいながら早期更新を求めてくる
AIG	専業代理店	お客様にとって1か月前と2週間前と大きな影響は感じない。
AIG	専業代理店	月初始期契約は前々月手続きになる。お客様から早すぎると言われる事がある。
AIG	専業代理店	個々のお客様と代理店が判断する事であり保険会社が口出す事ではない。
AIG	専業代理店	保険会社都合にしか思えない。更新してもらえる前提でしか考えていないように思える
AIG	専業代理店	保険種類によって、そうとも限らない
日新	専業代理店	お客様によって更新タイミングは違う
日新	専業代理店	だいたいその辺り目処の形で良いと思う
日新	専業代理店	各顧客により手続きの期間の要望はそれぞれのため、4週間前は保険会社が他社に移行されな いたための自己都合に過ぎないため。
日新	専業代理店	保険会社の囲い込みが目的なだけとしか思われない
日新	専業代理店	目的が手数料削減にあると思えます。
共栄	専業代理店	ある程度の早期更改は必要だが1か月前は必要ない。その間に起こる車両入替や事故で等級訂 正など余計な仕事が増える。
共栄	専業代理店	契約者都合が良いと思います
共栄	専業代理店	顧客の側から早期継続を望む声は少ない
共栄	専業代理店	丁寧な説明と理解してもらおう事が大事
共栄	専業代理店	保険会社の継続落ちを減らすための口実としか思えない。保険会社にお客様のメリットの説明 を求めたが証券が保険満期前に届く以外に回答がない。
共栄	専業代理店	保険会社の都合は判るが、すべての契約者に当てはまるかという、そうではない。
共栄	専業代理店	重要なことは早期連絡と、内容をしっかり理解していただくこと。早期更新ではない。
他	専業代理店	品質より数字を重要視している。 保険会社より品質に関するヒアリングを7年間受けた事が無い

会社	チャネル	4週間前早期更新割合 よくわからないを選択した理由（任意記載）
S J	専業代理店	必ずしもそうとは言いきれない
S J	専業代理店	お客様によって、捉え方が違うので、重要かと問われると分からない。
S J	専業代理店	お客様によって意見が様々で重要性には疑問がある。2か月前には更新案内を郵送して追加電話 説明時に更新の意向確認できてしまえば電話募集、検討するとなれば署名返送いただくだけのこ と。
S J	専業代理店	人によると思う。



4週間前早期更新

S J	専業代理店	早い遅いの不満をあまり聞かないため
S J	専業代理店	早期更改より、早期の連絡は、品質向上になると思います
T N	兼業代理店	顧客の希望によります
T N	兼業代理店	重要と感じる、どうでもよいと感じる、色々な考え方を持つお客様がおられます。このことに対して早期更新の割合が高い代理店にポイントを付与するという考え方は私は反対です。
T N	専業代理店	検討する時間は必要だと思うが、必ずしも早期の継続手続きを求めておられる方ばかりではない
M S	専業代理店	お客様の意識は様々なのでこちらはなんともいえない。
M S	専業代理店	そんなに影響あるのかな？
M S	専業代理店	契約者にとって重要かどうかは、顧客によるが、自身の仕事の効率化のためには良いこと思っています。顧客本位は？
M S	専業代理店	個々のお客様によって捉え方が違うと思う
M S	専業代理店	自動車は車両入替待ちとかがあるので顧客のためにならない時もある。。
A D	専業代理店	早く案内をすることは、契約者にとってゆっくりと考える時間を提供できるのでいいと思うが、早く契約を済ますだけなら、意味がない。
A I G	専業代理店	間際の対応となると、やっつけ仕事になりうるので、早めの対応は必要と感じる。
日新	専業代理店	顧客により要求が様々であるため、必ずしも早期更新が顧客満足度につながるとは限らないと感じる
日新	専業代理店	早めにするという趣旨は理解できますが4週間である必要性、消費者がそう思うかわからないため、

## Web約款率・Web証券率

会社	チャンネル	Web約款率・Web証券率
		お客様にとって重要な品質であるを選択した理由（任意記載）
S J	専業代理店	エコ活動
S J	専業代理店	お客様は証券としおりの用紙発行を求めている方が多くそのうえでWeb証券Webしおりを利用したい意見が多い。特に個人事業主や法人に要望が多い
S J	専業代理店	経費の削減もお客様のためである。
S J	専業代理店	見やすい。
S J	専業代理店	時代背景に対応していく事が必要かと思えます
S J	専業代理店	年配顧客は紙ベースも選択肢の一つだと思う
S J	専業代理店	殆どの契約者様は約款を読んでいないし、証券も必要のある人の方が少ない為。
T N	企業機関代理店	デジタル化の時代にあって当然と考える。
T N	専業代理店	お客様の利便性、社会問題である環境問題に対応するため
T N	専業代理店	環境問題もあるし、スマホで足りるから。
T N	専業代理店	証券のみの話だが、災害時に証券を持って逃げる方はほぼいない。災害を想定した時にはWebの方がお客様の為になる。
T N	専業代理店	当たり前のこと
T N	専業代理店	年齢により感覚の差がある為闇雲にwebを進めるのは如何なものか。相手により進めるべきである
T N	専業代理店	封書を開封している契約者が極めて少ないこと、いつでも・どこでもお客様に確認いただけるシステムが導入されていることから、約款・証券のペーパーレス化を進めるとともに、事故時の連絡方法や連絡先についても我々代理店への連絡手段の多様化（SMS、メール、マイページなど）を徹底していくことが必要と考えるから。
M S	企業機関代理店	SDGS, サステナビリティ、脱炭素の観点で重要。やってみればお客様の手続きも簡単でお客様にとってもメリットは高い。
M S	企業機関代理店	顧客の利便性向上につながる
M S	専業代理店	SDGsの時代だから
M S	専業代理店	お客様には紙かWebが選択する権利があるから
M S	専業代理店	紙が減るゴミが減る
M S	専業代理店	ペーパーレス、環境保護には繋がる
M S	専業代理店	ペーパーレスを認識させるため
M S	専業代理店	もっと使いやすく、有益なアプリにする事が大事だと思うが推進する事はお客様にとっても環境にとっても良いと思う。
M S	専業代理店	社会全体で取り組む問題
A D	専業代理店	ペーパーレスは、環境問題からもベターと考える
A D	専業代理店	紙証券必要性がなくなっている
日新	専業代理店	お客様が証券で内容確認する必要がある。また、証券は勤務先会社等に提出書類でもある。

会社	チャンネル	Web約款率・Web証券率
		お客様に対する品質と関係ないを選択した理由（任意記載）
S J	その他	紙のほうが補償内容など確認しやすい
S J	その他	年代による対応が必要です
S J	その他	保険会社都合である
S J	企業機関代理店	ペーパーレスの流れに乗っかっているだけ。
S J	企業機関代理店	もともと、顧客が約款を見ない方が多いのにWEB約款だとなおさら顧客は重要だとは意識しなくなる。証券の確認も疎かになる。
S J	兼業代理店	WEB約款については問題ないが、証券については紙ベースで対応している。
S J	兼業代理店	web約款はあって良い、web証券は良いと思わない。
S J	兼業代理店	結局紙媒体が必要な場面がある（勤務先での確認など）

## Web約款率・Web証券率

S J	専業代理店	3年や5年に一度、ましてタブレット等で手続きした場合、何も手元に残らないのは自分が客でも不安がある。他のネット銀行や証券のように最初からHPで自分で手続きをしているわけではない。
S J	専業代理店	webで見る方が大変だと思うのでお客様に案内しにくい。
S J	専業代理店	Webによってさらに見ない方が増える。
S J	専業代理店	WEBを使いこなせるお客様は良いが、使いこなせない方には親切とは言えない
S J	専業代理店	安心を強みとする保険会社の商品をWEBにするのはおかしい
S J	専業代理店	お客様のためではなく、代理店、保険会社のためなのでは、と思います。
S J	専業代理店	お客様から問い合わせがあるので、紙で渡しておきたい
S J	専業代理店	お客様それぞれの考えに対応が必要
S J	専業代理店	お客様の希望によります
S J	専業代理店	お客様は求めている
S J	専業代理店	お客様個々によって好ましい約款は異なる
S J	専業代理店	これで保険料が安くなればよいが
S J	専業代理店	さすがに証券はリアル感のあるものが必要だと思いますが今後はそのような感覚も薄れていくでしょう
S J	専業代理店	年配の方は紙ベースで欲しいお客さんが多い
S J	専業代理店	パソコンやタブレットを利用できる契約者ばかりでないので、Webの割合で代理店を評価する事は疑問に感じます。評価しないで欲しい。
S J	専業代理店	ペーパレスの取り組みと考えると有効だと思いますが、お客さまに対する品質と言われると少し違う気がします。
S J	専業代理店	まずは説明の上、お客様のご希望に沿います。お客様が紙の約款・しおりを希望されてもWebで契約内容を確認できるアプリがあることをお伝えしお客様に選択をいただく（Web割引は240円ほどある）。
S J	専業代理店	割合を決めるものではないと思う
S J	専業代理店	希望する人としらない人が居る。それを手数料ポイントに反映するのはおかしいと思う。
S J	専業代理店	逆に、紙を提供してあげた方が良いと思う。
S J	専業代理店	契約者のレベルの問題だと思われます。
S J	専業代理店	契約者意向の問題であり手数料にリンクさせるべきではない。
S J	専業代理店	経費削減が目的だと考えらえる
S J	専業代理店	紙で欲しい方もいらっしゃるの
S J	専業代理店	紙ベースを希望のお客様のほうが多い為
S J	専業代理店	紙をご希望される方がいらっしゃる
S J	専業代理店	紙証券が欲しい人がまだまだ多いと思う。
S J	専業代理店	若年層にはいいかも知れないが、高齢者にはwebは馴染まないと思うから
S J	専業代理店	証券を発行して欲しいというお客様からの要望は多い。
S J	専業代理店	証券は紙の方が安心されます。
S J	専業代理店	証券は必要と思う
S J	専業代理店	選択いただく
S J	専業代理店	選択肢であって半ば強制的に推進するものでないと考えています。
S J	専業代理店	全てのお客さんがWebを望んでいるわけではない。
S J	専業代理店	全てのお客さんが求めている訳ではないので。
S J	専業代理店	年代層で評価が分かれるため
S J	専業代理店	年配の契約者には紙ベースの契約書は必要
S J	専業代理店	年配の契約者に対する配慮が欠けている
S J	専業代理店	年配者はWebで確認するのは難しい
S J	専業代理店	不安要素を作っている。
S J	専業代理店	保険会社の経費削減でしかないと思う
S J	専業代理店	保険会社の経費削減のためにしか思えない

Web約款率・Web証券率

S J	専業代理店	保険会社の経費節減でしかない為。
S J	専業代理店	保険会社の経費節減の為にSDGsは名目に過ぎない
S J	専業代理店	保険会社の勝手な思考
S J	専業代理店	保険会社の都合
S J	専業代理店	保険会社都合と思う
S J	専業代理店	保険会社目線 経費削減が目的
S J	専業代理店	本来、お客様はペーパーの方が見やすい
S J	専業代理店	本来はペーパーと両方あればと思うが指標にするのはおかしい
S J	専業代理店	無駄な紙の使用を減らす事は大切とは思いますが、お客様に対する品質とは無関係だと思います。
S J	専業代理店	約款はお客様の希望でどちらでもいいと思うが、証券はお客様にとってのサービス、商品そのものなのでweb化すべきではないと考える
S J	専業代理店	約款は読まないことが大部分なのでよいが、契約内容の確認の意味でも証券は必要では？
S J	専業代理店	良く分からないが一部のユーザーは証券すら見ていない、此方に任せ切りも多い
T N	その他	PC、スマホを持っているお客様ばかりではない
T N	企業機関代理店	お客様によっては対応が難しい場合がある。
T N	企業機関代理店	お客様の希望に合わせるべき
T N	企業機関代理店	お客様が希望する方法に対応するのが品質では。
T N	企業機関代理店	デジタルネイティブの契約者なら多少あるかもしれないが、基本はデジタル及び紙ベースを提供することが品質ではないか？
T N	企業機関代理店	紙証券は必須と考える
T N	企業機関代理店	重要品質ではないと考える
T N	企業機関代理店	単なる保険会社のコストカット。割引率を上げれば案内の対象になるかも。
T N	企業機関代理店	保険会社都合。
T N	兼業代理店	WEBでの手続きを推奨してくるが、顧客は必ずしも望んでいない
T N	兼業代理店	お客様のニーズに合わせた方が良いと思うので率で判断されるのは違うと思います。
T N	兼業代理店	お客様の年代層にもよるから
T N	兼業代理店	お客様の立場に立った制度とは思えない
T N	兼業代理店	ペーパーレス化は必要だが、証券は必要
T N	兼業代理店	顧客の希望によります
T N	兼業代理店	証券を必要とするお客様は、多い
T N	兼業代理店	選択性がある方が高品質と思える。
T N	兼業代理店	保険会社が選択肢を示して、お客様に自由に選択していただけると良いと思います。
T N	兼業代理店	保険会社の経費削減
T N	専業代理店	SDGsの観点なので品質とは関係ない
T N	専業代理店	Webの利活用はお客様によって異なり、率が高いからいいとは判断できない。
T N	専業代理店	Webを重要視する顧客は、ダイレクト保険で契約する。弊社の顧客は事故時の安心感が重要。
T N	専業代理店	web化を品質と捉える方ばかりではない。メールでの契約やモバイルでの契約を不便と感じる方もいる。特に今の日本では不便と感じる方の方がマジョリティであるのは確か。
T N	専業代理店	アプリで契約内容が見られるのは良いが紙を好む方々も多いので品質とは関係ないのではないかと
T N	専業代理店	あまり関係ないような気がします
T N	専業代理店	お客様が管理しにくい
T N	専業代理店	お客様が選ぶ事であり代手ポイントに反映するのはおかしいと思う。
T N	専業代理店	お客様それぞれの考え方や意向が重要だから。
T N	専業代理店	お客様というよりは環境のため
T N	専業代理店	お客様にとって何が必要かを見極める必要がある為
T N	専業代理店	お客様に選んでもらってるが、手数料に影響する意味がわからない。
T N	専業代理店	お客様は、紙の証券を求める方が多い
T N	専業代理店	お年寄りのお客様が多い為、webは難しい
T N	専業代理店	すべてのお客様にとって利益でない事を品質ポイントとすることが理解できない

Web約款率・Web証券率

T N	専業代理店	スマホを活用されていてもやはり紙ベースで家族間で共有したいとの声はまだ多い
T N	専業代理店	そもそも選択肢は用意すべきなのに、その率を指標にする意味が解らない。
T N	専業代理店	ペーパーレスを御旗に掲げる本当の理由は何か。
T N	専業代理店	ペーパーレスに関しては重要
T N	専業代理店	まだまだ紙ベースで携帯したいお客様が目立つ
T N	専業代理店	わざわざ設定しなくてもウェブ上で証券はみることも可能だし、証券を紙でほしいと要望があった場合紙で発行できてしまう意味の分からない指標
T N	専業代理店	環境問題と代理店の業務品質、何の関係があるのか意味不明。
T N	専業代理店	基本はおお客様の選択、保険会社の都合で誘導はダメ
T N	専業代理店	高齢のお客さまも含めて、WEBを必ずしも求めていない。紙があって、なおかつWEBでも見ることが望ましい。
T N	専業代理店	高齢の方にはwebは難しい
T N	専業代理店	高齢者にはムリ
T N	専業代理店	高齢者を筆頭に携帯に不慣れな方などいらっしゃる中、約款への無関心に拍車がかかる
T N	専業代理店	紙が欲しい方は必ずいるから
T N	専業代理店	紙の証券を希望されることが多い。
T N	専業代理店	紙の証券を省略する意味がわからない
T N	専業代理店	証券がないと管理しづらいというお客様が多い
T N	専業代理店	証券がないと不安に思われるお客様もいる。
T N	専業代理店	証券や約款が確実にお客様に届けば良い。
T N	専業代理店	情報量の少ないweb証券や、文字が読みにくいWeb約款を誰が読みますか
T N	専業代理店	内容確認において確認が簡略される
T N	専業代理店	年配を無視
T N	専業代理店	保険は目に見えない商品であるため。唯一手に取っていただけるのは保険証券だけだから。
T N	専業代理店	保険会社の指標を上げるために案内しているだけと思っている。
T N	専業代理店	保険会社本位
T N	専業代理店	保険会社本位の業務運営になっている。
T N	専業代理店	約款の様な多岐に亘り、細かなものはWEBより紙ベースが良い。WEB証券は、そもそも証券にどのぐらい情報が印字されているか証券だけでは加入内容（特約含む）が分からない。加入の証なら紙の方が良い。
M S	企業機関代理店	お客様のニーズに合やすこと
M S	企業機関代理店	やはり紙証券は必要。企業などで複数の保険会社が引受ている場合など、Webでそれぞれ確認するのは手間。
M S	企業機関代理店	顧客によってはWeb契約の場合、保険の内容について十分な理解を得られない場合も多く、顧客にとっての重要な品質であるとは考えにくい。
M S	企業機関代理店	高齢の契約者には提案が難しい。
M S	企業機関代理店	若者には利便性があるが、そもそも代理店経由の契約者は高齢者が多いため無理にお願いする事になりかねない。
M S	企業機関代理店	保険会社のコスト削減につながるという側面が大半。
M S	兼業代理店	お客様から見て証券は、必要な確認事項だと思う
M S	兼業代理店	紙&webなら同意
M S	兼業代理店	単なる保険会社の経費節減だけです
M S	兼業代理店	年齢によって、対応を変えた方が良いと思う。
M S	専業代理店	Webを必ずしも見れるお客様だけとは限らない
M S	専業代理店	WEBに対応できない高齢者がいるため
M S	専業代理店	いろいろなお客様がいるので、関係がありません。
M S	専業代理店	お客さま品質には基本関係ないが今のデジタル化・ペーパーレス社会の中でお客さまが紙発行を絶対視されない場合はweb（紙省略）でいいと思います。
M S	専業代理店	お客さんはどっちでもいいんじゃないですか？紙でもwebでも

Web約款率・Web証券率

M S	専業代理店	お客様が純粋に選択すべきであり、注力し過ぎることでお客様の本意ではないケースを生む。
M S	専業代理店	お客様が選択することである。
M S	専業代理店	お客様が全員、パソコンを持ってるとは限らない
M S	専業代理店	デジタル化の流れに巻き込んでいくことが契約者の利益に直結するのか、どうか、よくわからない。
M S	専業代理店	環境に配慮という面はあるが、お客様の中にはにはWEB環境が整っていなかったり、不得意な方もいらっしゃる為
M S	専業代理店	契約者にとってはあまり関係のない事だと思う。
M S	専業代理店	契約者年齢層により証券に対する意識が相当違うが本来は必要なものとする
M S	専業代理店	見ていない顧客が多いからなくてもいいと考えているみたい
M S	専業代理店	顧客の自由
M S	専業代理店	顧客本位でなく保険会社の都合と思う
M S	専業代理店	高齢化が進みwebが苦手な人も多いと思うがそこをあまり考慮せず一方的に進めている気がする。
M S	専業代理店	高齢者にはわかりにくいと思う
M S	専業代理店	高齢者やネットが不得意な方に不親切
M S	専業代理店	国の施策としての一貫であってお客様個人には関係ない
M S	専業代理店	紙かデジタルか契約者によると思います
M S	専業代理店	紙が良い。データが良いかはお客様次第なので。
M S	専業代理店	紙の負担を軽減させて、費用を抑えたいのはわかりますが、あからさま過ぎて笑えます。
M S	専業代理店	紙の方が、安心感あり。
M S	専業代理店	紙の方がいいといわれる
M S	専業代理店	手元に紙で置いておきたい方もいる
M S	専業代理店	選べることはよいことだが、品質との関連性は如何なものか。
M S	専業代理店	全ての方がスマホやPCを持っているわけではないので品質とは関係がないと思います
M S	専業代理店	年配の方はネットが苦手またネット環境が無い
M S	専業代理店	複数人で乗る場合や、勤務先に証券コピーを提出するケースを想定しておらず、保険会社の独りよがりな施策と考えています。
M S	専業代理店	保険会社の経費節約としか思えない
M S	専業代理店	保険会社都合
M S	専業代理店	本来保険会社が負担して渡すものだから
M S	専業代理店	約款は商品そのものではあるが、以前から契約者からは軽視されています。ストレートに経費削減対策というべきか。
M S	専業代理店	約款はともかく、証券は紙で欲しいというのが多くの顧客のニーズであると感じているため。
M S	専業代理店	有利なのは保険会社のみ
M S	専業代理店	利便性の問題とと思っているので、契約者判断
A D	その他	Web証券よりペーパーの方が見やすい。スマホだと小さい字が読みずらく大きくすると全体が見えないので把握しにくいのご意見が多い。
A D	企業機関代理店	保険会社の経費節約とも思える
A D	兼業代理店	これも保険会社の勝手です。
A D	兼業代理店	紙の保険証券を必要とする方がまだまだ多いです。
A D	専業代理店	webを利用しない高齢のお客様も多数いる為。
A D	専業代理店	お客様はそれほど気にしていない。保険会社が証券や約款の送料の節減を図るために、お客様が求めているという統計の都合の良い部分を切り取って主張しているだけ。顧客無視の身勝手なもの。
A D	専業代理店	そもそも証券さえ開封される方が少ないのに約款を見られる方はいない。保険会社の責任逃れの一環と思う。
A D	専業代理店	ネットは使わないと言う人にもどうせ見ないでしょうと無理やり進めなければならないのは正義ですか？

Web約款率・Web証券率

A D	専業代理店	ネット環境が苦手なお客様も多い。またWeb証券・満期案内になり、お客様がWebで契約する方向になり手数料が半分以下になることを危惧しています。トラブルが増えるときか考えられない。
A D	専業代理店	ペーパーレスになっても、お客様にはスマホで見れる人、見られない人がいます
A D	専業代理店	ペーパーレス化推進は大切だが、お客様によってニーズが異なるから。
A D	専業代理店	高齢者は紙の証券を要望する方が多い
A D	専業代理店	紙で欲しい顧客に対してwebを押し進める可能性がある。
A D	専業代理店	保険会社だけが都合の良いweb証券率で手数料ポイントが上下することに納得がいかない
A D	専業代理店	特に約款についてはwebで問題なし必要な時は手交可能
A D	専業代理店	本人限定の自動車契約であれば、web証券も便利かもしれないが、家族で使う車は、いざという時に契約者に連絡が取れなければ、スムーズに事故対応ができない可能性がある。
A D	専業代理店	約款については、形あって形なし、であり形式的なもの。原則Webにすればよいこと。
AIG	兼業代理店	売り手側の都合とを感じる。
AIG	専業代理店	WEB率は品質と全く関係ない
AIG	専業代理店	お客様が決める事。率を上げたいならインセンティブを顧客に与えるべき。
AIG	専業代理店	そもそも品質とは顧客が決めること
AIG	専業代理店	ペーパーレス、WEB、紙を減らす取り組みというのは良いことだが、お客様にとって全てが品質に直結するわけではない
AIG	専業代理店	何の関係もない。お客様の年齢やスキルを無視して推進するのは全くお客様本位とは言えない。環境配慮もまだまだ紙ベース申込がある時点で矛盾している。保険会社のコスト都合としか思えない。
AIG	専業代理店	手数料ポイントの指標になる意味が理解出来ない。
日新	専業代理店	印刷物を減らしたい都合はわかるが、代理店手数料に影響はおかしい。
日新	専業代理店	契約者の多数を占める高齢者を置き去りにしている
日新	専業代理店	単に保険会社側の経費節減だ
日新	専業代理店	特に高齢者層にとってWeb環境に不慣れな方もまだまだ多いと感じる
日新	専業代理店	保険会社の独考
日新	専業代理店	保険会社の方向性としては間違いは無いが…
日新	専業代理店	未だ紙への安心感がお客さんにはある。Webにとられすぎている
日新	専業代理店	率は関係ない
日新	専業代理店	両方対応できる方が、品質向上に繋がると考える
共栄	企業機関代理店	web証券には、まだまだ問題がある。
共栄	専業代理店	web約款は理解できるが、web証券は高齢の契約者には勧めにくい。
共栄	専業代理店	証券を手元に置いておきたいというお客様は多い。
共栄	専業代理店	約款は選べる必要あり
他	専業代理店	WEB約款内容が代理店でも理解し難い内容である事と、この内容を隔々読める環境にある契約者はかなり時間に余裕がある人のみと思われる

会社	チャネル	Web約款率・Web証券率 よくわからないを選択した理由（任意記載）
SJ	企業機関代理店	どちらともいえない
SJ	専業代理店	お客さまが希望すれば。（保険会社都合では？）
SJ	専業代理店	携帯とかでいつでも契約内容が確認できる事はいいと思うが、高齢者等には優しくないので、一律推進するのはどうかと思う
SJ	専業代理店	お客様によっては年齢的に無理が生じると思う。
SJ	専業代理店	必ずしもそうとは言いきれず
TN	企業機関代理店	カーボンニュートラルだがお客様によっては、紙の方が安心される

Web約款率・Web証券率

TN	兼業代理店	WEB上でいつでも見たい、やっぱり紙で保存しておきたい、冊子で欲しい、色々な考え方を 持つお客様がおられます。このことに対してWEB化率の割合が高い代理店にポイントを付与する という考え方は私は反対です。
TN	専業代理店	webで確認できない人もいる事を考えてほしい
TN	専業代理店	どっちともいえる
TN	専業代理店	契約者が管理しやすいなら、良いと思う。
TN	専業代理店	結局約款なんて読むお客さんは殆どいませんし、証券が紙だろうとWebだろうと関係無くお客 さんは我々に頼ってくる。
MS	兼業代理店	不要と、言われる
MS	専業代理店	お客様によって便利な方とそうでない方がいる
MS	専業代理店	デジタルを使いこなせないお客様は情報が得られなくなる
MS	専業代理店	個々のお客様で捉え方が違うと思う
MS	専業代理店	時代背景からすると必要な施策だが、年齢に応じた率を出すべき。ネットを使えない年齢層もあ る
AIG	専業代理店	今後の将来はわからないが、証券については、引き続き、紙証券が必要と感じる。



口座振替ペーパーレス

会社	チャネル	口座振替ペーパーレス登録
		お客様にとって重要な品質であるを選択した理由（任意記載）
SJ	その他	年代による対応が必要です
SJ	企業機関代理店	口座印相違の不備が減る
SJ	兼業代理店	お客様にも代理店にとっても今後は口座振替についてはペーパーレスがストレスが減ると思う。
SJ	兼業代理店	時間的なロスが削減される
SJ	専業代理店	ウェブ対応を進めていくのが、お客様にとって合理的だと思います
SJ	専業代理店	エラーが少ない
SJ	専業代理店	お客さまへ再取付などのお手間をかけないことを考えると、重要だと思います。
SJ	専業代理店	お客様にとっても便利だから
SJ	専業代理店	お客様にとっても利便性が高い。
SJ	専業代理店	お客様の利便性の向上
SJ	専業代理店	ネットの普及に伴い、ネットで口座登録を完了できる方がいいと思う人も多いと思うから
SJ	専業代理店	印鑑違いが無い
SJ	専業代理店	印鑑相違が起こらない。
SJ	専業代理店	印鑑相違など発生する確率が減少するので契約者様にはメリットである。しかし、ネット登録に心配している契約者様もいるので全てでは無いと思う。
SJ	専業代理店	印鑑相違を防げる
SJ	専業代理店	印鑑相違等で引落とし不備が解消できお客様も安心出来る。
SJ	専業代理店	印相違等の不備での口座振替不能が発生しにくい
SJ	専業代理店	経費の削減もお客様の利益に繋がる
SJ	専業代理店	効率が良くなるから。
SJ	専業代理店	口座届け出印鑑が確認できなくても手続きができる。
SJ	専業代理店	手続きが簡易になりお客様サービスにつながるため
SJ	専業代理店	登録ミスが無くなり良いかな。
SJ	専業代理店	便利だから。
TN	企業機関代理店	ペーパーレスでお客様の手間も省ける
TN	企業機関代理店	ミス解消の手間が双方で削減できる
TN	企業機関代理店	印鑑レスはお客様にとっても良いと思う
TN	兼業代理店	印鑑レス口座が普及しているので印鑑を押印する書類は廃止した方が良いと思います。
TN	兼業代理店	銀行処理に時間かかり過ぎる為。webだと、印鑑確認などの時間短縮ができる。ただ、お客様入力していただくと、入力間違いがわからない
TN	兼業代理店	早く手続き可能
TN	専業代理店	お客様、代理店、保険会社、金融機関にとって、全体の業務の削減が可能であるから。
TN	専業代理店	お客様にとって選択肢は必要
TN	専業代理店	お客様の利便性、社会問題である環境問題に対応するため
TN	専業代理店	スムーズにいくため
TN	専業代理店	その後の手続きがなくなるので、お客様にとっても求められている
TN	専業代理店	印鑑が不要だから
TN	専業代理店	印鑑相違や印鑑を用意して貰う必要が無いから必要だと思います。
TN	専業代理店	印相違などが無いので、お客様にとってもメリットだ。
TN	専業代理店	簡易で便利、印鑑間違いも起きないから。
TN	専業代理店	銀行印が分からない人が多いから
TN	専業代理店	口座番号等を他人には見られないから

口座振替ペーパーレス

TN	専業代理店	手間が掛らないから
TN	専業代理店	書類に記入の手間が省ける、再登録の可能性が低くなる
TN	専業代理店	当たり前のこと
TN	専業代理店	不備でのやり取りが減るため
TN	専業代理店	不備改善、出先でお手続き時口座印持ち出さなくてすむ。等
MS	企業機関代理店	お客様の手間が省ける。
MS	企業機関代理店	キャッシュレスとペーパーレスが両立できメリットがある。
MS	企業機関代理店	顧客の利便性向上につながる
MS	企業機関代理店	届出印を押印する必要が無く、便利。
MS	兼業代理店	キャッシュレスの時代だから。
MS	兼業代理店	現金を準備しなくていいのは時代の要求
MS	専業代理店	あやふやな気持ちでハンコを押させるのはいいことではない
MS	専業代理店	ペーパーレスは大事
MS	専業代理店	印鑑相違が激減し、大変よいと思う。
MS	専業代理店	印鑑相違などお客様の二度手間が減る
MS	専業代理店	印鑑相違など不備がない。
MS	専業代理店	印鑑相違を防ぐことができる。
MS	専業代理店	印鑑不要になるので、それなりのメリットが期待できる。
MS	専業代理店	環境保護には繋がる
MS	専業代理店	簡単に登録ができるから
MS	専業代理店	間違いなく簡単に行える事は重要です。
MS	専業代理店	業務の効率アップ
MS	専業代理店	業務効率化につながるから
MS	専業代理店	銀行印相違が無くなる
MS	専業代理店	口座届出印が不明なケースも時々あり、お客様のご理解はいただきやすい内容です。
MS	専業代理店	紙を減らすだけでなくQRコードにてその場で口座登録を完結させることができエラーレスも防ぐことができるとても良いシステムだと考えます。
MS	専業代理店	時代の流れ
MS	専業代理店	手間がかからなくてよいが、嫌がる方もいる
MS	専業代理店	便利
AD	専業代理店	お客様の手続きが簡単だから。
AD	専業代理店	印鑑間違い、不備、訂正印、口座振替用紙で預かると噴出の恐れがある
AD	専業代理店	双方、簡潔に手続きができるのでメリットが大きい
AD	専業代理店	不備による再取り付けの手間をかけずに済む、
日新	専業代理店	説明して賛同する方からは感謝される
日新	専業代理店	代理店にとって不必要な情報収集は避けたいです。
日新	専業代理店	不備になりにくい
共栄	専業代理店	印鑑間違いや口座番号間違いが減る
共栄	専業代理店	金融機関にもよるが、やってみるとこれ程簡単な事はない。ただやはり高齢契約者には難しいかな。
他	専業代理店	短時間で手続き可能

口座振替ペーパーレス

会社	チャネル	口座振替ペーパーレス登録
		お客様に対する品質と関係がないを選択した理由（任意記載）
SJ	その他	企業を中心とした営業展開においては口座振替ペーパーレスは重要と考えないため
SJ	その他	利便性のみ
SJ	兼業代理店	ご年配の人で、ネットがわからない人には不利な制度と思う
SJ	兼業代理店	不備率が低くなるのは営業サイドの都合の面が多いと思う
SJ	専業代理店	50代以上はスマホを使いこなせていないと思うから
SJ	専業代理店	インターネットバンキングの登録をしていない年配の方もいらっしゃるのでは
SJ	専業代理店	お客様が選べばよい
SJ	専業代理店	お客様それぞれの考えに対応が必要
SJ	専業代理店	お客様ではなく、ビジネスの効率化の問題である
SJ	専業代理店	お客様には何の問題もないと思います。如何に色々なレベルの対応をするかでは無いでしょうか？
SJ	専業代理店	お客様の選択肢が反映されていない
SJ	専業代理店	お客様個々によって好ましい口座振替方法は異なる
SJ	専業代理店	クレカもあり、口座月払いは保険料があがるから
SJ	専業代理店	できる方とできない方がいるため
SJ	専業代理店	デジタル社会へ向けた施策だと思います。お客様で利便性を感じている方は大勢いるのも確かです
SJ	専業代理店	パソコンなど不得意なお客様もおり、そのようなお客様におススメすることは出来ない。
SJ	専業代理店	希望するお客様にとっては便利で良いと思いますが、口座振替ペーパーレスをご案内した際にご立腹されるお客様もおられることを思うと、単なる保険会社や代理店の都合であり、お客様に対する品質とは無関係と考えます。
SJ	専業代理店	金融機関によっては手続きが煩雑だったり出来ないこともあります。
SJ	専業代理店	契約者意向の問題であり手数料にリンクさせるべきではない。
SJ	専業代理店	顧客の意向を優先する
SJ	専業代理店	高齢者には無理。
SJ	専業代理店	高齢者や機器が苦手な人へ配慮がない。
SJ	専業代理店	若年層にはメリットが大きいですがスマホに不慣れな世代にはデメリット。
SJ	専業代理店	お客様にとって重要性はない。高齢者は印鑑が判らないことも多く、有効な手段であるがQRコードの登録が自分でできないという声があり、そのためだけに安価な保険料の契約者への訪問は代理店にとって苦痛。
SJ	専業代理店	色々な集金方法が有っても良いと思う。
SJ	専業代理店	代理店、保険会社にとってなのでは、と思います。
SJ	専業代理店	代理店としては手数料基準となっているのが歯がゆい。お客様には、まずは説明の上、ご希望に沿います。印鑑がわからないお客様の助けになる。しかしQRコードを読み取り設定が判らないお客様は用紙を求められる方（主に高齢者）には代理店からは強くお勧めしていない。
SJ	専業代理店	登録がややこしく、実用性に欠ける
SJ	専業代理店	年代層で評価が分かれるため
SJ	専業代理店	年齢やITスキルに差があるため。全てのお客様のためにはなっていない
SJ	専業代理店	便利だし促進するが手数料ポイントに影響するのは納得できない
SJ	専業代理店	便利ではあるができない人もいる。
SJ	専業代理店	保険会社の事務軽減の為だけ
SJ	専業代理店	保険会社目線
SJ	専業代理店	法人契約にも適用すべきだと思う

口振ペーパーレス

SJ	専業代理店	口振依頼書の方が、意味が明確に伝わる
SJ	専業代理店	割合で縛られることに納得がいかない
TN	企業機関代理店	お客様にとってはデジタルと紙の両方が必要と思われる方も多く、契約者の意向に沿っていない為。
TN	企業機関代理店	お客様によっては対応が難しい場合がある。
TN	企業機関代理店	ミスに繋がるような気がする。
TN	企業機関代理店	保険会社都合。
TN	兼業代理店	WEBでの手続きを推奨してくるが、顧客は必ずしも望んでいない
TN	兼業代理店	お客様によっては、負担になっているケースもある。
TN	兼業代理店	ご年配の方にはハードルが高い
TN	兼業代理店	高齢者の場合ペーパーレス対応が出来ない為
TN	兼業代理店	出来る人と出来ない人がいます。普及させるならば先ずはお手本を見せて頂きたいです。
TN	兼業代理店	選択性がある方が高品質と思える。
TN	専業代理店	webでできる方はいいができない方もいてる
TN	専業代理店	Web一辺倒に反対、対応出来ない人達もいる
TN	専業代理店	ある一定年齢以下の方は良いと思うがスマホやパソコンをお持ちでない方もまだいる中で保険会社、代理店の手間を省く事だけ考えているのでは？
TN	専業代理店	お客様にとっての手段はある程度多い方がよい
TN	専業代理店	お客様に手間をかけることが多い（高齢者）
TN	専業代理店	お客様側の事情に拠ります。
TN	専業代理店	ガラケーのみのお客様、高齢者、ずぼらものには無理がある。
TN	専業代理店	これは、便利だと思いますが、品質とは、関係ない
TN	専業代理店	ご協力頂ける方はそれでいいが、手数料に影響させて代理店を操るのはおかしい。
TN	専業代理店	できない人はできない
TN	専業代理店	デジタルに信用性がない。
TN	専業代理店	どの口座から引き落とされているのか顧客は手元に残しておきたい情報。証券に可能な範囲でその情報を記載すれば良い。
TN	専業代理店	ネットでの登録に不便な契約者が多いと思われる。（年配者等）
TN	専業代理店	ネット保険との格差をつけるならば、ペーパーレスは、すべきではないと思うからです。
TN	専業代理店	何でも率を問うのはいかがか。
TN	専業代理店	関係はないが利便性はあがる
TN	専業代理店	契約者の自由選択だと思います
TN	専業代理店	現金での支払いを希望する顧客のニーズにマッチしない。
TN	専業代理店	顧客本位の業務運営になっていない。
TN	専業代理店	口座設定のミスは減るが、ウェブ上でできないお客様を疎かにしている
TN	専業代理店	高齢化社会に逆行してる。老人に優しくない。
TN	専業代理店	紙での手続きを好まれることが多い。
TN	専業代理店	時代の流れで当然の施策
TN	専業代理店	代理店にとってはメリットがあるかと
TN	専業代理店	品質ではなく、利便性。
TN	専業代理店	品質には関係ないが便利であることは間違いない
TN	専業代理店	品質ポイントに含めるのが理解できない
TN	専業代理店	不備は減るので保険会社にとっては良いがお客様品質なのかな？
TN	専業代理店	複雑すぎて対応できない事がよくある

口振ペーパーレス

TN	専業代理店	便利に思う人は良いが、そうでない人の事を考えていない。
TN	専業代理店	保険会社の指標を上げるために案内しているだけと思っている。
TN	専業代理店	保険会社の都合で強制的に進めて、お客様の選択肢を無くしている
MS	企業機関代理店	ITリテラシーの高いお客様には効果があるかもしれないが、大半はむしろ敷居が高くなるのでは。
MS	企業機関代理店	経験の浅い募集人にも一律実施を求められる。育成にならない。
MS	企業機関代理店	顧客にとってのメリットを感じにくい。
MS	企業機関代理店	顧客本位かどうか疑問
MS	専業代理店	PC、スマホ操作自体に嫌悪感がある顧客の場合、募集人と顧客が利益相反するため
MS	専業代理店	WEBに対応できない高齢者がいるため
MS	専業代理店	お客様にとって届出印がいらぬ等の利便性があるが、登録率は重要な品質ではない。
MS	専業代理店	お客様の自由
MS	専業代理店	お客様次第なので。
MS	専業代理店	キャッシュカードを作っていないお客様がいる為
MS	専業代理店	スマホが苦手
MS	専業代理店	ネットが不得意な方が多い
MS	専業代理店	印鑑相違などの不備がなくなることは、いいことだが、お客様の中にはにはWEB環境が整っていないなかったり、不得意な方もいらっしゃる為
MS	専業代理店	印鑑相違は避けられるが手数料ポイントは関係ない。
MS	専業代理店	印鑑不備が減る点はいいと思う
MS	専業代理店	契約者の自由意思で決める事柄。お願いはする
MS	専業代理店	顧客の自由
MS	専業代理店	顧客本位でない
MS	専業代理店	高齢者など、登録できる端末がない場合がある
MS	専業代理店	事務効率化のためには、必須と思ってます。
MS	専業代理店	自分でするのが面倒
MS	専業代理店	出来る人は便利でいいが、出来ない人には紙で十分だと思う。
MS	専業代理店	絶対推進するべき。ただ率を追うのは疑問。
MS	専業代理店	選択はお客様がするので、なんとも言えない
MS	専業代理店	選択肢に過ぎない。
MS	専業代理店	代理店としては、押印が要らないのと、通帳に印鑑が押されていないのでペーパーレスは有難いが、これもまたすべての方がスマホではないので品質を問われるのは遺憾である
MS	専業代理店	代理店の対応の仕方、お客様には関係ないと思います。
AD	企業機関代理店	選択権は、お客様にあるはずなので、指数を求めると困る
AD	兼業代理店	口振ペーパーレスにするにはお客様がネットバンキングをしていないとできないので、結局紙での提出となる。もっといい方法を考えてほしいです。
AD	兼業代理店	年配のお客さんには 登録が難しい事がある
AD	専業代理店	お客様に聞けば、どっちでもよいか、できないから紙で、がほとんど。高齢者にアンケートを取っていないのがまるわかりで、これも統計データの切り取り方でいくらかでも保険会社に都合の良いデータが作れる。政治家や官僚がよくやる詐欺的手法。
AD	専業代理店	スマホで簡単に登録できる方ばかりでは無い
AD	専業代理店	スマホを持っていない人にはレジペイを利用するがレジペイの複数人利用をするとエラーになり全然使えないので2台購入した10万円の補償をしてほしい。
AD	専業代理店	印鑑相違の不備がなくなるので、積極的に活用はしています。
AD	専業代理店	若年層にとっては負担感も無いと思われるが、高齢者には負担感が大きい

口座振替ペーパーレス

AD	専業代理店	保険会社の事務作業を減らす目的だけ。人員整理。
AD	専業代理店	利用したい方は使えばいいので、率を問う必要はない
AIG	兼業代理店	売り手側の都合とを感じる。
AIG	専業代理店	そもそも品質とは顧客が決めること
AIG	専業代理店	どちらでも良いと思う。どちらも選べるのがお客様本位。できない人を切り捨てるのはお客様本位ではないのかと。できない人の操作をこちらがしてはいけないのでできない人は切り捨てとなる。
AIG	専業代理店	便利なツールとして使うが、お客様の環境により使えない事がある。
日新	専業代理店	契約者の多数を占める高齢者を置き去りにしているし、口座手数料は保険会社が負担すべき
日新	専業代理店	オンラインでの登録は便利だが、希望するお客様と希望しないお客様がいる中、全てオンライン化するというはおかしい。
日新	専業代理店	印鑑取り付け不要でスムーズになるならよし
日新	専業代理店	紙でないと対応できない方もいるので品質ではない。
日新	専業代理店	特殊詐欺などインターネット上での入力に慎重な方も多い
日新	専業代理店	率は関係ない
共栄	企業機関代理店	操作がよくわからない。個別に研修必要・顧客も同様である。
共栄	専業代理店	口座印なしで手続きすることは良い

会社	チャネル	口座振替ペーパーレス登録 よくわからないを選択した理由（任意記載）
SJ	企業機関代理店	どちらともいえない
SJ	兼業代理店	判を押してこそ契約、身が引き締まるとのお客様の声複数あり。
SJ	専業代理店	お客様の年齢にもよるが導入が大変
SJ	専業代理店	印鑑相違などが無くなるのはいい事だと思う。ただ携帯で登録する事を嫌う人も少なくない。
SJ	専業代理店	全てのお客様から賛同されるわけではない
SJ	専業代理店	代理店のTODOを減らすためには必要だと思うが、、、。
SJ	専業代理店	保険会社にやらされてる感があるので。
TN	その他	手続きが素早い点は評価する
TN	企業機関代理店	デジタル慣れした世代以外は苦勞する。
TN	専業代理店	手続き方法の手段が増えることは良いことだがペーパーレスで手続きできない方も居てます
TN	専業代理店	出来る契約者は、対応した方が良い。
MS	専業代理店	web登録が楽とおっしゃるお客様も増えてきた
MS	専業代理店	印相違など発生しないのでいいと思うが、スマホ機能が得意かどうかに関係すると思う
MS	専業代理店	個々のお客様で捉え方が違うと思う
MS	専業代理店	便利ではあると思うが人は様々だと思うから。
AD	専業代理店	印鑑が不要は良いが、スマホでの操作に慣れていない高齢者が多い
AIG	専業代理店	環境が許せば、進めていく。

ドラレコ特約

会社	チャネル	ドラレコ特約比率
		お客様にとって重要な品質であるを選択した理由（任意記載）
SJ	企業機関代理店	自動車の家電化ネット化は進む。
SJ	兼業代理店	お客様にとってメリットは大きいと思います
SJ	兼業代理店	ユーザーが不安な中に一報が入るのが有り難い
SJ	専業代理店	ドラレコは便利で要望があるが、特約保険料が高価で不調の際にはコールセンターがつながらないなどの意見がある。結果的には昨今の自動車には純正で事故時コールセンターにつながるものが出て来ており次の買い替え時には不要と言われそう。
SJ	専業代理店	ドラレコ代金を取るのはおかしいと思います
SJ	専業代理店	やはり事故の時はドラレコがあると良いと思います。
SJ	専業代理店	契約者も事故時客観的な過失相殺が可能であり、安全運転にもつながるので必要と思いますが率で評価するのはどうかと思います。
SJ	専業代理店	繋がるドラレコは保険会社特有のものであるためお勧めする必要がある
SJ	専業代理店	昨今の付帯率から考えますと 必要で有ると思いますが 最近の車には 標準装備されていると思います。
SJ	専業代理店	事故の時に身を守るために必要だと思います。
SJ	専業代理店	事故の時に必要なことが多々あった。
SJ	専業代理店	事故解決がスムーズである。
SJ	専業代理店	事故解決等に非常に有効な為。
SJ	専業代理店	事故時に役立つ
SJ	専業代理店	事故時の原因を早期に判断出来る
SJ	専業代理店	事故時の対応が明確かつ敏速
SJ	専業代理店	事故対応のメリットあり
SJ	専業代理店	絶対必要ですが、買取、リースの選択があればと思います
SJ	専業代理店	特約に限らず、ドラレコを搭載することが重要。普及のために代理店から案内することは必要と考えるため
SJ	専業代理店	保険会社とつながる点では安心感が得られます またアロック駆けつけサービスも特に女性に安心感を与えます
SJ	専業代理店	万一の時に直通なのはいいと思うが、本体の品質に問題あり。
TN	企業機関代理店	事故時の保険会社への自動連絡は有効
TN	企業機関代理店	事故対応にとって必須であるため
TN	兼業代理店	ドライブレコーダーは必需品だが、保険会社のドライブレコーダーは機能が多くて、設定が難しく問い合わせが多発する。当然、問合せ先をドライブレコーダーのメーカーに案内するが、お客様が直接の問合せが多く、メーカーに誘導しにくい。
TN	兼業代理店	事故時の状況確認には不可欠
TN	専業代理店	お客様の安全・安心につながると考えるため
TN	専業代理店	周囲（歩行者、自転車、単車含む）に気遣いの無いドライバーが多く、事故時もそうですが、安全講習の上でもドラレコの映像は重要と考えます。
TN	専業代理店	案内をする必要はあると思うので
TN	専業代理店	運転状況の客観的資料を活用して安全運転の向上に繋がると良い
TN	専業代理店	夏場は暑さで壊れる事もしばしばあるので、リース、レンタルで有れば無償で交換可能なので良いと思います。
TN	専業代理店	市販のドラレコはほとんど動いていない、録画されてなかった等で肝心な時に写っていない。保険会社のドラレコはおすすめすべきだと思う。
TN	専業代理店	事故が削減に効果がある
TN	専業代理店	事故解決が揉めることなくスムーズになるので、お客様にとっての良い品質になっている。ただ、購入時についているドラレコもあるので、それと連動することの方が大事だと思う。

ドラレコ特約

TN	専業代理店	事故時、あおり等に有効
TN	専業代理店	事故時に市販のものより優位性を発揮する
TN	専業代理店	事故時の証拠ととして、解決までスムーズだ。
TN	専業代理店	事故時の対応において重要
TN	専業代理店	事故抑止になるの。
TN	専業代理店	通信機能の付いたものはお客様におすすめはできる
TN	専業代理店	当たり前のこと
TN	専業代理店	万一の際に必ず役に立つ。
TN	専業代理店	命が守られる
TN	専業代理店	命を守る仕組み。
MS	企業機関代理店	お客様の選択肢が増えるのは良い。
MS	企業機関代理店	安心に繋がる。
MS	企業機関代理店	案内を徹底し選択肢を多く供給すべきである。
MS	企業機関代理店	事故防止、事故の早期解決につながる。
MS	企業機関代理店	必ずしもすべての顧客の品質向上につながるわけではないが
MS	兼業代理店	ドラレコが有れば、説明しやすい
MS	兼業代理店	安全運転管理や事故解決において有用である
MS	兼業代理店	加害事故・被害事故を問わず責任の所在をはっきりさせる事は重要だと考えます
MS	専業代理店	お知らせする事は大事だと思います。
MS	専業代理店	ドラレコが付いてる事が重要であると思う
MS	専業代理店	ドラレコをつけているお客様のパーセンテージを調べるのはお客様品質に繋がるとは思います が、自社の特約比率はお客様にとって重要だとは思えないと思います。
MS	専業代理店	ドラレコを装備することが重要だから
MS	専業代理店	ドラレコ自体はお客様保護の観点から良いと思いますが、即時対応などはまだまだ改良の余地 があるような気がします。性能やサービスなどの品質があがればお客様にはよいものとなる
MS	専業代理店	ドラレコ推進は代理店の使命でもあると思う。
MS	専業代理店	安全性などの向上につながるの、推進すべきだと思うが、比率で評価されることは不同意で す。
MS	専業代理店	画像が送信されるのはいいです
MS	専業代理店	契約者に伝えることが重要であり、付帯率で縛るのはどうかと思う。外車の対応等はどう考えて いるのでしょうか？
MS	専業代理店	現在ついてるドラレコを無理やりやめさせて付け替えるのは違うと思う
MS	専業代理店	市販品は画像を取り込み郵送かネットで送らねばならず、お客様に手間をかける。
MS	専業代理店	事故の時の素早く間違いのない事実確認のため
MS	専業代理店	事故の真相ははっきりできるので、ドラレコは必要です。
MS	専業代理店	事故時ドラレコがあると早期解決できることも多いから
MS	専業代理店	事故時に助かる
MS	専業代理店	重要だとは思いますがすでに他でつけている人も多い中、比率だけで判断するのはどこかおかしいと 思う。
MS	専業代理店	必要であると感じます
AD	兼業代理店	安心安全が 感じられるから
AD	兼業代理店	第三者の目は必ず必要です。
AD	専業代理店	A D社のテレマティクス技術は進んでおり、事故時対応や事故防止に大きく貢献できる特約
AD	専業代理店	スムーズな事故処理への貢献度は高い
AD	専業代理店	ドラレコと保険会社がつながるような事故の時は、すぐさまお客様は安心できると思う
AD	専業代理店	ドラレコ未装着の顧客には大変好評である



ドラレコ特約

AD	専業代理店	事故時には役に立ち、割引のメリットあるから。
AD	専業代理店	事故対応が変わってくる（過失割合が明確、事故した際、本人も悪い場合に説明がしやすい）
AD	専業代理店	事故対応上優れている
AD	専業代理店	証拠として残る為。
AD	専業代理店	保険会社のドラレコは事故があった時は迅速に対応が出来るので必要
日新	専業代理店	ドラレコは必要と思う方が多い。
日新	専業代理店	重要ではあるが、当面はドラレコ付帯済み車を除外して付帯率をみてほしい
共栄	専業代理店	事故時、解決が早い

会社	チャンネル	ドラレコ特約比率
		お客様に対する品質とは関係がないを選択した理由（任意記載）
SJ	その他	そのうち全ての自動車に標準装備となる
SJ	その他	自動車販売店がファーストコンタクトで販売する。必要に応じて対応している。
SJ	企業機関代理店	価格が高い、取り付けに困る等
SJ	兼業代理店	契約者が独自に手配した方が安価に装着できる。特約保険料があまりにも高すぎる。
SJ	兼業代理店	ドラレコは商品として購入取付が望ましいと感じる（取付取り外し返却等）
SJ	専業代理店	360度記録できる機能が望ましい
SJ	専業代理店	入替時の付け替えに手間がかかる
SJ	専業代理店	お客様に選択いただく
SJ	専業代理店	お客様が選べばよい
SJ	専業代理店	お客様それぞれの考えに対応が必要
SJ	専業代理店	お客様にお勧めしにくいです。（コスト等）
SJ	専業代理店	お客様個々によって必要性は異なる
SJ	専業代理店	自動車メーカー純正の方が性能がよい
SJ	専業代理店	特約の比率は保険会社の勝手であり、高級車にすでに付いている。ただしドラレコ自体は絶対必要である！
SJ	専業代理店	特約保険料が高い。
SJ	専業代理店	どこのドラレコを使うかはお客様の選択だから
SJ	専業代理店	ドラレコはつけた方がいいが、保険会社でなくてもいい
SJ	専業代理店	ドラレコを付けるのは重要だと思うが、特約の付帯率に関しては、お客様への品質には関係がないと思う。
SJ	専業代理店	ドラレコ自体はかなり重要だと考えます。保険会社のドラレコだと通話や録画データの連携など便利な機能だと思います。一方で取付に関してはセルフであったり、後方録画は別売りなど特約としての推奨はし辛いと感じています。
SJ	専業代理店	ドラレコ特約がなくてもメーカーの既製品を付けてる方が多い
SJ	専業代理店	ドラレコ特約をお勧めする事は、代理店として重要であると思います。しかしドラレコを付けるか否か、また付けるとしてどのドラレコを付けるかは、お客様が選ばれる事であり、品質とは無関係と思います。
SJ	専業代理店	ドラレコ特約率を手数料Pに反映させるのはおかしいと思う
SJ	専業代理店	契約者のつなぎ止め対策
SJ	専業代理店	結局、保険以外で保険会社が儲かる仕組みになっている。
SJ	専業代理店	元からつけてる方もいるため
SJ	専業代理店	現状ついているドラレコに対しても割引等があるほうが公平性があると思います。
SJ	専業代理店	顧客自身で好きなドラレコを付けている
SJ	専業代理店	今当社より優れたものも多い

ドラレコ特約

SJ	専業代理店	事故時には大変有益。お客様自前のドラレコでは映像が上書きされて消えてしまうことがある。商品価値をもっと高めて売りやすければよいと思う。
SJ	専業代理店	自動車購入時にオプションや標準化される傾向にあり、差別化が難しい
SJ	専業代理店	取付等で問題が生じるケースがあるので勧めない
SJ	専業代理店	情報提供の問題であり手数料にリンクすべきではない。
SJ	専業代理店	設置済みの方が多く、取付、設定ができない方もいるため
SJ	専業代理店	全く関係ない！当社のドラレコは商品的にもどうかと思うし、実際大きな事故があってもドラレコからの対応はなかった。今、新車を買えばドラレコはセットされてる。わざわざ別付の物を勧めるお客様のメリットがない
SJ	専業代理店	必要とされる契約者様と必要とされていない契約者様がいると思う。
SJ	専業代理店	保険会社が顧客を囲い込むために考えられているように見えます
SJ	専業代理店	保険会社が収保を稼ぎたいだけでは
SJ	専業代理店	保険会社が付けたいのはわかるが、それによってポイント加算するのはどうでしょう？
SJ	専業代理店	保険会社の推奨するドラレコじゃなくても事故の時、対応出来てるので。
SJ	専業代理店	保険会社の提供するドラレコ機能が古い為
TN	その他	車両購入時に装着している契約者にどう対処するのか
TN	企業機関代理店	顧客が独自に取り付けているドラレコの有効活用を考えるべき
TN	企業機関代理店	ドラレコは自費で装着されている方も増えており損保のドラレコ比率は意味が分からない。そもそも事故率軽減や事故時の証拠資料としての機能は損保のドラレコ特約以外でも対応できるのでお客様が求めている品質ではなく、保険会社の勝手な理由付けであるとする
TN	企業機関代理店	ドラレコ設置の有無、機種を選択等は顧客マターと考える。
TN	企業機関代理店	囲い込み策と見える
TN	企業機関代理店	新車購入時等ディーラーオプションで付けられることが多い。
TN	企業機関代理店	独自に対策されているお客様があるため
TN	企業機関代理店	保険会社都合の施策と感じる
TN	兼業代理店	特約のドラレコは雑音が多く、外してしまう方がいる。
TN	兼業代理店	ドラレコを付けたくないお客様もいる
TN	兼業代理店	既に付けている人が多い
TN	兼業代理店	車を購入時にオプションで付ける方が多いので比率の問題では無く付いているかどうかの問題とします。
TN	兼業代理店	汎用ドラレコの装着が進んでいるため
TN	専業代理店	お客様が自由に選ぶべきものであり率と品質は何等関係ない。
TN	専業代理店	お客様のお考えに拠ります。
TN	専業代理店	お客様の自由選択
TN	専業代理店	ご案内すべき情報ではあるが、重要な品質には該当しないから。
TN	専業代理店	優れた商品が多数流通している
TN	専業代理店	既に車に装着している方は不要
TN	専業代理店	すべてのお客様に提案することは必要であるが、特約比率をもって＝意向把握義務・情報提供義務が果たしているとは言い難いため。
TN	専業代理店	ドラレコがあっても提出は任意であり。事故処理においては契約者の意向をどう反映するかが問題。
TN	専業代理店	ドラレコはマストだと思うが、特約比率は不要。2台付ける意味はないし比率は違うと思う
TN	専業代理店	ドラレコは必要だが、特約である必要はない。また、気の良いお客様に2台装着をすすめることもあるので気が引ける
TN	専業代理店	ドラレコは必要だが自分でつけてる人も多数いるから。
TN	専業代理店	ポイントに含めることにより、お客様に対する品質ではない

ドラレコ特約

TN	専業代理店	保険会社はポイントで縛り代理店任せ。ドラレコ特約を推進するための戦略が見えない。
TN	専業代理店	メーカー標準で搭載されている場合が多い
TN	専業代理店	違いを説明した上で、どちらにするかは顧客の自由だと思う。
TN	専業代理店	今の時代、車を買うタイミングで付けている人が多い
TN	専業代理店	市販の製品は年々進化してるが特約製品はいかがか。
TN	専業代理店	自分で付けた方がコストが抑えられる
TN	専業代理店	自分の気に入ったドラレコをすでに取り付けている場合が多い。
TN	専業代理店	取り付け取り外し手数料がお客様負担になりトラブルもある。
TN	専業代理店	取付手段ついて問題がある。
TN	専業代理店	新車には、最初からついている
TN	専業代理店	貸与であることが気になる
TN	専業代理店	必要だと思う。しかし保険会社の物は相対的にコストが高く、他商品がいくらでもある
TN	専業代理店	品質という言葉に置き換えて収保を稼いでいるのは
TN	専業代理店	保険会社とメーカーの癒着（契約とのバーター）があったのでは？
TN	専業代理店	保険会社のものはコストが高い、市場で色んな物が販売されている。
TN	専業代理店	保険会社の指標を上げるために案内しているだけと思っている。
TN	専業代理店	保険会社の勝手である。既に付いている車や市販の物がいい方も大勢いるから
TN	専業代理店	保険会社の提供するドラレコの品質に不満があるため。
TN	専業代理店	保険会社本位の業務運営になっている。ドラレコある方にダブルで付けるのは難しい。
TN	専業代理店	本来は自動車メーカーで取り付ける。
TN	専業代理店	無意味。保険会社と通信できる機能は確かに優れている。しかしコストがかかりすぎる。コストパフォーマンスに問題があると思う。
TN	専業代理店	率を出すこと自体おかしいと思いませんか？
TN	専業代理店	良いものと思う
MS	企業機関代理店	すでにドラレコ設置済み車両も分母に含んで付帯率で判断することに違和感を感じる。
MS	企業機関代理店	ドラレコの必要性は理解するが、保険会社支給のドラレコのみが対象であり、顧客全般に対する品質としては理解しがたい。
MS	専業代理店	お客様に必要性があれば契約いただいて良いと思います。
MS	専業代理店	お客様に選ぶ権利がある。手数料に反映するから押し売りになる。
MS	専業代理店	ディーラーとの販売競争になっており、不利な立場です。既存の機械を通信できるような技術的な解決が望まれる。
MS	専業代理店	ドライブレコーダーは自動車事故の時に有効であるが、保険会社のドラレコだけでなく市販のドラレコの映像を簡単にアップロードできるようにしたほうが良い
MS	専業代理店	ドラレコの付帯率は大切
MS	専業代理店	ドラレコの普及は進んでいる為（保険付帯の必要性はない）
MS	専業代理店	ドラレコは絶対におすすめするべきですが、それは新車からの装着でも途中からの後付けでもドラレコ特約でも、常にドラレコが機能していることが大事であってドラレコ特約はその手段のうちの1つであり比率を強制されるものではない。
MS	専業代理店	ドラレコは必要だけど特約でなくてもいい
MS	専業代理店	ドラレコ付いてればよい。案内はする
MS	専業代理店	ドラレコ付帯は、良いことだか、使い方を知らない人が多すぎ
MS	専業代理店	ほとんどついている所に自腹で更につけさせるのはこちらは手間がかかる。
MS	専業代理店	メーカー標準装備や、メーカー指定外品装着不可の車両もあり、一律に線引きされるものではないと考えます。
MS	専業代理店	リアカメラまでのセットだとよいが不足点が多い
MS	専業代理店	既にドライブレコーダーを装着している車両が多い為
MS	専業代理店	記録機能が良くないと思うので、正直勧めることを躊躇する

ドラレコ特約

MS	専業代理店	顧客本位でない
MS	専業代理店	今時、車自体にデフォルトでドラレコがついている
MS	専業代理店	最近の車には標準装備されているから
MS	専業代理店	事故時にドラレコは必要とは思いますが、保険会社の物である必要はない
MS	専業代理店	商品は顧客が選んで購入するものである。案内することを指標にすることは保険会社の立場に立てば理解できなくないが、結果を指標とすることは顧客の意志を無視した営業に繋がりがねないため。
MS	専業代理店	特約料がかかるのに、無理矢理させることはできない
MS	専業代理店	比率は全く関係ないのでは
MS	専業代理店	必ずしも必要な機能ではないと思うので
MS	専業代理店	付帯できるに越した事はないがすでに装着済のケースもあり品質とは関係ない。
MS	専業代理店	保険会社のドラレコが全てではない
MS	専業代理店	保険会社の営業施策であり付帯比率の問題でない。
AD	企業機関代理店	悪い事ではないが、外車への提供が難しいなどの問題があるので、全体的な推進方法を考えた方が良いと思う
AD	兼業代理店	ドラレコの普及の速度が速い為、装着車が多い
AD	専業代理店	ドラレコを付けたいかは顧客の自由である
AD	専業代理店	顧客の自由。
AD	専業代理店	他社への流出を阻止したいだけであり、物自体が時代遅れになっている
AD	専業代理店	通話機能があることで安心感をもって選ばれるケースもあるので説明はしているが、付帯率を競うものではない。
AD	専業代理店	付帯するかはお客様次第。もちろん案内はするが、お客様の意思ありきのものをノルマにするから某保険会社のように未接続が大量発生して金融庁に怒れている。顧客の意思を無視して自分たちの都合ばかりで指標を作るからそんな大恥をさらすことになる。考える以前にわかりそうなもの。それが想像すらつかないことに驚き。
AD	専業代理店	保険会社の競い合いに付き合わされている感がある。
AD	専業代理店	利用したい方は使えばいいので、率を問う必要はない
AIG	兼業代理店	売り手側の都合とを感じる。
AIG	専業代理店	既にかかなりの割合で保険とは関係なく普及し、事故予防効果が発揮されている。
AIG	専業代理店	そもそも品質とは顧客が決めること
AIG	専業代理店	ドラレコはどこでも手に入るから
AIG	専業代理店	保険会社がドラレコを推進する意図は事故頻度を下げたいのでは。車両価額が高くなり、損害額が増えているからではないか。それで割引というのは強引だ。
AIG	専業代理店	押し売りでしかない。
AIG	専業代理店	選択肢としてあるのは良いが、お客様の選択で良いのでは。付いてる人に割引があるなどならドラレコの重要性を語る意味があると思う。
日新	専業代理店	ドラレコは必須と思うが、保険会社の特約だけでなく、ドラレコが付いているかどうかの比率にするべき。
日新	専業代理店	ドラレコ連動ソフト(アプリ)の開発を促したい
日新	専業代理店	市販品でも付けてもらうことが品質である
日新	専業代理店	事故を起こさない慎重なお客様は、新しい車に乗り換えの際にドラレコ装備の車を購入される、TN社のわざとらしいCMは疑問に思う
日新	専業代理店	通信型ドラレコを必要と思わないお客様が多い
日新	専業代理店	比率は関係ない
日新	専業代理店	保険会社の独りよがりな考え方に基づいている
共栄	企業機関代理店	購入時に装着済の車両が大半である。つけ方がわからない。保険料が高い。

ドラレコ特約

共栄	企業機関代理店	自分自身で装着されている方への提案が難しい
共栄	専業代理店	すでにご自身で付けてる方が多いのに、そこに奨めないといけない。他社に切り替えづらい。
共栄	専業代理店	どのドラレコを選択するかはお客様の自由
他	専業代理店	殆どの顧客が市販の一般のドライブレコーダーをお持ちです

会社	チャネル	ドラレコ特約比率 よくわからないを選択した理由（任意記載）
SJ	企業機関代理店	案内することは大事ですが、個人で購入している場合もある。
SJ	兼業代理店	映像があれば、事故対応が円滑に進むからこそ、市販のドラレコでも付いていければ、ドラレコ割引があって良いと思う。
SJ	専業代理店	お勧めしてお客さまが希望すれば対応する
SJ	専業代理店	お客様のニーズによる
SJ	専業代理店	ディーラーがオプションとして車両に純正ナビ・ドライブレコーダーを組み込み済み。保険会社の機器は高額。
SJ	専業代理店	既に装着済みのドラレコがある場合はニーズに乏しい。
SJ	専業代理店	自前でつけてない人には有用
SJ	専業代理店	費用を言われると勧められない。
TN	企業機関代理店	ドラレコ推進と事故処理の高度化は連動している。
TN	企業機関代理店	最近は標準でドラレコ付きの車も増えている。
TN	兼業代理店	ドラレコ装着の啓発が大切です。その結果、保険会社のドラレコを選択するか、市販のドラレコを選択するかはお客様の自由です。
TN	専業代理店	ドラレコ装着されている車両が増える中、保険会社の特約を付帯する必要があるのか
TN	専業代理店	ドラレコ特約以外でも装着していれば問題が無い
TN	専業代理店	保険会社のドラレコだけで考える必要は無い。ドラレコが装着されていると、契約者をお守りできると思う。
MS	専業代理店	ドラレコのセットはお客様を守るために必須条件ではあるが、特約保険料が高すぎる、また代理店手数料が低すぎる。
MS	専業代理店	ドラレコを着けることは重要だが、保険会社のものであることは重要ではない。また、お客様に有利な入れ替え（掃き出し等）を行う際、ドラレコ特約付帯契約と装着自動車不一致、ドラレコを付け直す必要があるなど実務上の問題がある。
MS	専業代理店	事故の際に有効性が高い
MS	専業代理店	自分でつけたり、設定するが面倒
MS	専業代理店	重要と思わないが、事故の際は必要と思います。
AIG	専業代理店	ドラレコ未装着のお客様には案内する
日新	専業代理店	利用する地域特性に大きく影響されると感じる
共栄	専業代理店	特約保険料が高い。
共栄	専業代理店	市販のドラレコでも十分だと思う。最上級の保険補償をもとめられるお客様には勧めてもいいのかなと思います

## 顧客品質と関係なし

会社	チャネル	その他保険会社が代理店に求める品質項目のうち、 お客様に対する品質と関係が無いと思われる項目について（自由記載）
SJ	その他	大規模化
SJ	企業機関代理店	Net等での更改率（DX化）
SJ	専業代理店	DRS,新車紹介、駐車場提携、カーリースなど保険会社の思惑によるものが多すぎる
SJ	専業代理店	ISOの認証。
SJ	専業代理店	お客様アンケート。代理店よりもむしろ会社の品質向上に役立てたらよい。（お客様の保険会社評価が低ければ代理店に「迷惑加算ポイント」ください）
SJ	専業代理店	クレカ払い率
SJ	専業代理店	クレジットカード払い
SJ	専業代理店	収保額。それよりロスレシオが大事
SJ	専業代理店	ドラレコ保有率
SJ	専業代理店	もう少し代理店に話を聞いて決めてほしい。勝手に決められてる気がする。
SJ	専業代理店	高齢者の対面募集の徹底。
SJ	専業代理店	今は、LINEチャットを押し付けてきている事です。
SJ	専業代理店	自動車保険の事故率
SJ	専業代理店	新モデル手続き率
SJ	専業代理店	新車斡旋 修理紹介 生保種別 ampノルマ 増収の絶対条件 車検紹介
SJ	専業代理店	代理店事故対応窓口率（支払い権限がないため、限界がある）
SJ	専業代理店	中核会ポイント
SJ	専業代理店	通信販売とは違い、代理店販売は様々なお客様への対応を行う必要があると思います。したがって保険会社が求める品質項目は「事務処理の正確性」であり、早期更改率やドラレコ特約比率など一律に求められるものではないと思います。
SJ	専業代理店	電子署名、ペーパーレス、お客様の年齢能力によるため
SJ	専業代理店	保険会社それぞれに加入のルールが有るかもしれないが任意保険なのでお客様が加入したいと思う方法で加入出来ればベストです。
TN	その他	生保の取扱い、複数種目比率、満期前証券到着比率など、お客様都合による部分をどうするのか。業務が特段ルーズでなければ許される余地はないものか
TN	企業機関代理店	エラー率。早急にシステム対応すべき。
TN	企業機関代理店	シェアポイント
TN	企業機関代理店	スマホを用いたペーパーレス手続き。お客様に対する品質ではなく代理店手続きの簡素化。
TN	企業機関代理店	保険会社が考える代理店の品質とは何か？保険会社の品質とは何か？明確な回答はなく、お客様が求める保険会社への品質、代理店に求める品質を再度確認すべきである。
TN	兼業代理店	クラウドサインに完全移行
TN	兼業代理店	デジタル手続きを推奨してくるが、顧客は必ずしも望んでいない
TN	兼業代理店	保険会社は、代理店を、能力の低い販売チャネルとしか見ていないような気がします。その為、直接保険会社が、お客様に接する時、お客様を困惑させてしまうケースが、増えています。損害担当など
TN	専業代理店	〇〇率という比率を設けるのは大事ですが、そのことにのみ目を奪われて募集人が「〇〇率達成」に血眼になる。その結果不正な募集方法が生まれる。昨今の中古車販売店のノルマでも行きすぎれば不正、違法と発展する。募集の本質を見極めてほしい。
TN	専業代理店	WEB面談比率
TN	専業代理店	お客様のためといいながら、保険会社の都合の良い施策が多い。
TN	専業代理店	キャンペーン。
TN	専業代理店	デジタル手続き率
TN	専業代理店	デジタル募集。
TN	専業代理店	らくらく手続きのカバー率や複数募集人
TN	専業代理店	完全ペーパーレスとweb口振
TN	専業代理店	規模や募集人の数

## 顧客品質と関係なし

TN	専業代理店	規模や募集人の数も関係ない。BMの件で規模が大きな代理店が品質が優れているわけではないことが証明された。品質が高いか低いかはお客様が一番よくわかっていると思う。
TN	専業代理店	契約の形態。ペーパーレスなど
TN	専業代理店	現在ある品質項目すべて、手数料ポイントと絡めることが一部お客様の不利益を作る行為と考えます。
TN	専業代理店	今後ペーパーレスが進んでいきますが、高齢者、特にスマホを持たない、パソコンも当然無い高齢者はどんどん取り残されて行く気がします。
TN	専業代理店	生保併売率
TN	専業代理店	代理店計上、同一保険会社における複数種目割合。
TN	専業代理店	代理店計上、保険会社から代理店への経費の転嫁である。以前はポイントがあったが数年で無くし当たり前の様に持っていき姑息なやり方ばかりである。
TN	専業代理店	兎に角、webで契約をとされる事は、お客様次第ではないかと思えます
TN	専業代理店	複数種目付保。選択は契約者にある。
TN	専業代理店	保険会社が推進しようとしている電子署名。
TN	専業代理店	保険会社の経営方針が毎年変わりその都度代理店に変化を求めてくるが、代理店はお客様対応を変える事は簡単には出来ない。
MS	企業機関代理店	営業担当への電話回数、チャット問い合わせ依頼数、中途半端なシステム利用による不備発生への対応
MS	専業代理店	Brainビデオを見せてるかどうか？営業マンの能力平準化の意味では理解できるが、トーク力ある人のパフォーマンスを奪うことになる。動画視聴の有無を評価項目として入れているのは人材育成の観点から本末転倒では？
MS	専業代理店	DXの押し付けをやめてほしい。押し付けるなら年齢でわかるなどの細分化してほしい。
MS	専業代理店	Qnavi利用率
MS	専業代理店	Web登録
MS	専業代理店	お客様アンケートの回答数については、苦戦しています
MS	専業代理店	キャッシュレスという指標を言うが、それは保険会社や代理店にとってキャッシュレスであっても、お客様が現金を持ってコンビニ行って入金しているのは本来のキャッシュレスではない。現金集金をした方がお客様のためであるケースもある。デジタル指標のために高齢者にも不慣れな操作を求めるのは本当に優しくない。押しなれていないパッドの画面を押していただくのも心が痛む。
MS	専業代理店	キャッシュレス化率 契約入力完結率 増収率 デジタル手続率 eco証券選択率 クレカ払率 早期更改率
MS	専業代理店	タブレット手続き率、専属・シェアによるポイント、各保険会社の代理店会所属によるポイント、各社認定制度による加算ポイント、特定商品販売に伴う追加ポイント、事故受付Web化に伴うポイント、保険会社実施の企業コンサルを受けたことによるポイント、アンケート回答率によるポイント
MS	専業代理店	デジタル手続き
MS	専業代理店	デジタル手続きは今後ますます大切ですし対面時のタブレット手続きも有用ですが、対面出来ない場合に電話募集の排除（お客さま了承なのに）やりモート手続きを強制（お客さまが望んでいない）、AIを使ったお客さま提案の強制、お客さま専用ページなどの顧客登録（お客さまは望んでいない）などお客さま本位ではない会社側に偏った施策はやめてほしい。
MS	専業代理店	マイページの設定
MS	専業代理店	リモートとか、方法が増えるのは有難いが、どの方法で、は、お客様が決める事。
MS	専業代理店	リモート手続率は、お客様の利便性においては必要であるが、システムがもう少し分かり易く簡単な方法を開発してほしい。
MS	専業代理店	各保険会社イチオシ商品の提供率により品質関係に影響がでるのはおかしい
MS	専業代理店	大型化
MS	専業代理店	保険金支払時のアンケートは良いが、契約時のアンケートにお客様の関心があるとは思えません。

顧客品質と関係なし

AD	専業代理店	アンケートの件数。
AD	専業代理店	アンケート回答率
AD	専業代理店	アンケート率は理解できない。
AD	専業代理店	お客様アンケート回答率。
AD	専業代理店	お客様専用ページ登録率
AD	専業代理店	デジタル手続き率
AD	専業代理店	デジタル手続率、契約者専用ページ率、テレマ自動車体感率
AD	専業代理店	契約者が利用する専用ページは契約者に便利ではあるが、年齢が高い契約者も多いため、実際に登録の手間やパスワード等の管理と利用頻度をあわせて考えたとき、実際利用は少ない。実質お客様に対する品質という点では、なにか改善の方向性も検討がいるのかと…
AD	専業代理店	顧客アンケートの内容がおかしいと思う
AD	専業代理店	増収・損害率・あと人事評価制度と世代別要員体制は重要な事だと思いますがそれを強要するのは内政干渉ではないですか？
AD	専業代理店	募集人数 乗合と専属
AIG	兼業代理店	収保規模と増減に重点が置かれすぎている。
AIG	兼業代理店	早期更改、ペーパーレス
AIG	専業代理店	ペーパーレス全般。ペーパーレスしたお客様には保険料割引などのインセンティブを与えるべき。
AIG	専業代理店	規模と損害率
AIG	専業代理店	保険商品に品質は関係なく、それに係る人材の品質が重要であり、それを評価するのは顧客である。その顧客支持の結果が売上だと考える
日新	専業代理店	タブレット契約率
日新	専業代理店	らくらく手続き比率
日新	専業代理店	一部損保では、LINEの使用を禁止しているが、一部損保ではお客様とのLINEのチャット開設率が手数料に影響している。
共栄	企業機関代理店	自動車事故で現場急行且つドラレコ取り付け矛盾している。(N社)
共栄	専業代理店	アンケート回答率。任意アンケートなのに回答数が少ないと手数料に影響する為、回答をお願いしないとイケない。
共栄	専業代理店	何でもかんでもwebで質問しろ、保険会社社員が検索で引っ掛からない事まで、探せと言うのは酷である。時間が掛かり過ぎて、契約者に迷惑が掛かる事が有る。



損保社施策について

会社	チャネル	保険会社との関係で気になっていること、 保険会社施策で何か感じていることがあれば自由に記入して下さい（任意）
SJ	その他	理由が何であれ、減収＝代手P減少は収保至上主義の現れでは
SJ	その他	保険会社ごとで手数料ポイントの基準が異なること
SJ	企業機関代理店	手数料ポイント取り組みが毎年変更になる
SJ	企業機関代理店	増収の基準（長期契約の平準化等）の設定が納得できない（増収が代理店で把握できない）
SJ	企業機関代理店	長期契約等において、保険会社の増収数字と代理店の数字の見え方が違うのはおかしい。保険会社の数字のとらえ方が代理店では把握できず、その数字の結果が手数料ポイントに反映するので同じ基準でとらえてほしい。
SJ	企業機関代理店	自動車販売会社よりも、アプローチが後手になるドラレコ件数が手数料ポイントの主要項目に入っている。保険会社の都合でしかない。
SJ	兼業代理店	ビッグモーターと保険会社の関係
SJ	兼業代理店	一方的な引受規制は仕事がしにくくなる（今回の火災保険など）
SJ	兼業代理店	当該保険会社の代理店をしているのに入庫誘導が全くない損保がある。
SJ	兼業代理店	同じ保険会社の担当者でも、力量に開きがあり過ぎる。
SJ	専業代理店	①手数料ポイントは一定の固定ポイント+加算ポイントのみにすべきだ ②DRS入庫誘導は真にお客様のためになっているのか、数字とのパターンに利用されているのではないか ③専業プロ代理店には乗合代理店よりも高いプライオリティを与えるべきだ ④今回のBM事件でもそうだが持ちつ持たれつの関係性が出来上がる業態に代理店をさせるのはどうか、保険は金融商品でありプロの代理店にのみ販売させるべきでは。
SJ	専業代理店	① 新種保険料、火災保険料の高騰にお客様のヘイトが強すぎる。保険会社が業務のカルテルまたは協定事項のような保険料になるのはお客様も疑問視している。決算業績の良い保険会社と決算業績の悪い会社でも保険料は似たようなもの、場合によっては業績の悪い中小保険会社が保険料を安価に提示してくる現状はある。 ② 金融機関の扱う保険料には過去の事故があろうがなかろうが無視したように提示があり、我々の専業代理店では過去5年間の事故歴によって保険料が割増になることもあるなど疑問に思うことが時折ある。金融機関代理店に対する優遇・忖度があるのではないのか。 ③ 商工3団体の関与する保険商品が近年増加してきているが長期一括もなく月割り保険料しか扱わないため口座振替手数料の代理店と保険会社の按分が特に負担になることがある。保険料を安価に提供できるメリットはあるが月払いとなるため代理店手数料を上限にさせていただくなり検討頂かないとマイナスを生じる場合があるかと思う。
SJ	専業代理店	10年長期火災保険販売停止に伴う勘案措置が、増収したにもかかわらず火災増収率を引き下げ代手Pを下げるのは、他社の勘案措置と比較しても明らかに不当である
SJ	専業代理店	ISOが浸透していない会社にISOを言われたくない 保険会社の社員は社内ですべきことを言わず保身に終始しているように見える
SJ	専業代理店	アンケート・eラーニング・研修等が多く、本業の営業への負担がかかりすぎ
SJ	専業代理店	キャンペーンをやるときだけ特定の特約を推進して、キャンペーンが終われば全く触れなくなるのはどうかと思います。
SJ	専業代理店	システムが使いにくい
SJ	専業代理店	ドラレコが代手Pに影響がなぜ？
SJ	専業代理店	ノンフリート契約だけでなくフリート契約についてもポイントの考慮をしてほしい。PA指標などについてもノンフリートが指標となっており、この点も考慮して欲しい。
SJ	専業代理店	パートナーシップは非常に重要ですが、近年の保険会社の社員さんのスキルが低すぎて、業務に大きく支障があり、だんだん期待しなくなり、諦めてきているのが現状です。

損保社施策について

SJ	専業代理店	パンフレット チラシ 他の書類 等、と代理店にプリント印刷させるのが増えすぎと考えます。
SJ	専業代理店	フリート契約者と協力して事故防止に取り組んだ結果優良割引が進行し、減収が代理店手数料に悪影響を及ぼすのはおかしい
SJ	専業代理店	プロ代理店と共に！は嘘
SJ	専業代理店	ポイントの加点が年々厳しくなっている点
SJ	専業代理店	ポイント制度が代理店に厳しすぎる
SJ	専業代理店	何を言っても変わらないので、言うのはやめました。
SJ	専業代理店	火災保険の引受が厳しすぎる
SJ	専業代理店	介護系の賠償責任保険料が他社と比べて高すぎる。
SJ	専業代理店	保険会社の考える方向性で、代理店の業務や手数料等が決まっていくので、その都度代理店は方向性を修正しなければならず、雑務が増えている。年々業務量が増えているような気がしま
SJ	専業代理店	火災保険に関して、金融機関代理店の債務者団体割引が納得出来ない。
SJ	専業代理店	減収が、大きく代理店手数料に影響するのが辛い
SJ	専業代理店	顧客本位を目指すなら、規模や増収による代手ポイント制度は即刻廃止すべき
SJ	専業代理店	最近の保険会社は、相互扶助の基本から離れ、営利主義に走っているのではないのでしょうか？ 今回のビックモーターのようにしっぺ返しに合います。お客様、代理店、保険会社と良好な関係を作って欲しいです。
SJ	専業代理店	支払いが重なると支払い査定が厳しくなるのがおかしい
SJ	専業代理店	事故防止に取り組んだ結果優良割引が進行し、減収が代手Pに悪影響を及ぼすのはおかしい
SJ	専業代理店	事務処理に関して、代理店で手続きが完了出来るように依頼しているが、現在事務部（集中部）で書類が止まったり、そのまま計上されたり、線引きがはっきりしていない事が問題と考えている。
SJ	専業代理店	社員は代理店に連絡（伝えた）した事により責任を逃れ、何か有れば代理店の責任にする。
SJ	専業代理店	手数料ポイントについて不公平感満載。
SJ	専業代理店	手数料ポイントや専属代理であることを強制するのは、独禁法違反だと思います。
SJ	専業代理店	重点取組項目がよく変わるが、時代の変化も早くやむを得ないかなと思う。
SJ	専業代理店	乗合が承認されないのは疑問
SJ	専業代理店	専業代理店と企業代理店との対応の違いがわかる。
SJ	専業代理店	専業代理店であり続けることのメリットが感じられない。
SJ	専業代理店	専属代理店に優遇措置があればよし
SJ	専業代理店	全てにおいて、責任を代理店に押し付けている様に感じる事が多くなりました。二人三脚（甘いですかね）で、お客様に対応していきたいです。
SJ	専業代理店	増収ありきのポイント制度。新車紹介や修理紹介で手数料が上がる。保険と何ら関係無い項目が多すぎる。
SJ	専業代理店	損害率を手数料ポイントの評価指標にすること自体に納得できない。お客様のニーズに合わせて無駄のない保険設計を行い、必要な補償について保険金をしっかり受け取っていただくことはプロ代理店のコンサルには必要なスキルでもある。また、損害率が高いということは顧客にとっては良い保険会社であるともいえる。保険料の設定も保険金の支払い査定も保険会社が行っている状況で代理店にポイントとして評価することは販売マーケットの規制にしかならないのでは？
SJ	専業代理店	損保ジャパンの手数料ポイントに車販台数や保険会社の整備工場入庫台数を反映させるのは、やめてほしい。車販売会社、修理工場に保険代理店をさせるのをやめてほしい。
SJ	専業代理店	体制整備への要求が高すぎる
SJ	専業代理店	代手Pの為に、保険会社の施策に振り回される
SJ	専業代理店	代理店で完結を求められる事が増えている。

損保社施策について

SJ	専業代理店	代理店にはいろいろと要求したり追求したりするが保険会社の失敗は簡単に済ませすぎているように感じる。
SJ	専業代理店	手数料ポイント制度のあり方、大手自動車利益誘導など
SJ	専業代理店	見た目の大型化のみを評価し、品質の良い代理店を評価していない
SJ	専業代理店	大手に手厚過ぎる！ ポリユームばかりでは無いところも多々有るので！ ロスプリーで事故を減らしても手数料に反映させないのはなぜか？
SJ	専業代理店	支社単位で対応に差があることに疑問を感じる。例えばA支社では対応する業務をB支社では対応しない等。
SJ	専業代理店	担当者の代理店事務所への訪問回数が極めて少ない。社員のレベルの低下。
SJ	専業代理店	販売促進のために代理店手数料ポイントで代理店を操るのはやめて下さい。
SJ	専業代理店	不親切の一言です。担当者レベルの違いはあるがポイント獲得に向けての協力が無い。
SJ	専業代理店	調べたいことの回答が代理店のシステムで出てこないことが多い。
SJ	専業代理店	保険以外の施策を相手ポイント制度に盛り込むのはおかしい
SJ	専業代理店	保険会社の火災保険引受基準が厳しく、保険料の引き上げも急激に大きくなり困惑している
SJ	専業代理店	保険会社は、代理店の規模を重視しすぎ。規模の大きい代理店に忖度しすぎ。規模の大きい代理店に相手ファンドを厚く配分し、中小の専業代理店の手数を引き下げている。保険会社は、相手ファンドを減らしていないと言うが配分の内容を精査すれば、搾取の実態が見える。
SJ	専業代理店	保険会社が社費削減のために社員を減らし、そのしわ寄せを代理店に押し付けるやり方に不満を感じる。さらに保険会社の勝手な営業方針どおりに動かない代理店は手数料を減額する今の業界では保険代理店の将来が不安。
SJ	専業代理店	保険期間10年の長期火災保険の売止めに際し、SJ社の経過措置が、増収にもかかわらず増収率をマイナスに算出し、相手Pを引き下げる。他社勘案措置と比較しても不当。代協がSJ社に申し入れしたかも不明であり、退会を検討する。
SJ	専業代理店	保険会社は代理店の自立・自律を求めているが、代理店との関係は希薄にならざるを得ない。昨今、保険会社によるコンプライアンス違反が目立ち将来を危惧している。
SJ	専業代理店	毎年保険会社の都合でポイントが変わるのはおかしい
TN	企業機関代理店	こちらが望んでいない施策を強要してくる。またそれに対する協力も特にない。
TN	企業機関代理店	チャンネル別手数料ポイント体系は抜本的な見直しが必要
TN	企業機関代理店	関連企業代理店としてブローカーとの関係をどうするのか難しい
TN	企業機関代理店	保険会社の方針のために、手数料ポイントで代理店を操るのは納得できない。また、方針・相手制度が毎年変更されるのは企業経営としてやりにくい。少なくとも3年は変えない方向にすべき。増収しても減益となる相手制度はおかしい。また営業と損害の連携が取れておらず（含む情報共有）、大型事故案件の更改時に相当もめるケースがある。
TN	企業機関代理店	手数料ポイントに影響する指標が勝手に決まる事
TN	企業機関代理店	乗合代理店なので、それぞれの保険会社で相手P達成目標をクリアするのが非常に厳しい。
TN	企業機関代理店	手数料ポイントの項目、指標レベルの設定
TN	企業機関代理店	手数料ポイント体系の改訂の趣旨、意義について理解に苦しむ場合がある。
TN	企業機関代理店	談合が問題視されたが、保険会社間で事故処理の共有化などは進めて頂きたい。
TN	企業機関代理店	保険代理店の当社にメリットがないことを言うてくる保険会社・担当者が多く、腹立たしく感じる。例えば、グループ会社が他保険会社で付保している契約を、理由もなく自社の保険に変更するよう働きかけてほしい等。
TN	兼業代理店	デジタル化のみが進行して、お客様目線が薄くなって来ている気がする。 保険料の増額が激しく、お客様から納得して貰えない。 保険会社の社員さんの出勤体制が、自分勝手過ぎて代理店を無視している。仕事にならない！
TN	兼業代理店	今後、ビッグモーターが代理店を続けられるのか？が気になります。
TN	兼業代理店	事故修理で、協定時に減額してくるのは、おかしい。

損保社施策について

TN	兼業代理店	整備の機能を持つ代理店に、品質を二の次として収保の金額に入庫誘導の数を連動させるのは、本来の目的と反している
TN	兼業代理店	全てにおいて保険会社は利益最優先で考えていて辟易する
TN	兼業代理店	保険会社のルールで保険料を増やし、損害率を下げて、結果代理店手数料が減少している。当然時代の流れでweb契約とか、レジペイとか、タブレット、など保険会社の言いたい放題で、代理店負担が大きくなっている。 にもかかわらず、方向転換で今月からこちらの方法で、というような状態。 保険会社は、営業や事務担当を減らす一方で、ヘルプセンターに電話をかける回数が増え、電話のコストが跳ね上がる。ヘルプセンターは電話がつかならず、事務時間が増大、結果新規獲得に取組めない。
TN	兼業代理店	本当の意味でお客様本位に向かっているのか？が不思議です。（完全ペーパーレス化等）
TN	専業代理店	保険金支払い時の認定について、各社で差が生じていること。
TN	専業代理店	*規模メインでの代手ポイントに違和感がある。 *専業専属に対する処遇が一番厳しいように思う。 *BMや他大型ディーラーは保険会社ともたれ合う関係であり、そのしわ寄せが中小の専業代理店に来ているのでは……
TN	専業代理店	保険会社とのパートナーシップは重要であるが代理店が思うような価値を發揮していない。とにかく保険会社のすることはおかしなことが多い。ディーラーによる抱き合わせ販売と保険加入により自動車ローンの金利を下げることを黙認していたり、種目別代理店にのみ使用できる割引きがあったり。。。まったく消費者本位ではない。
TN	専業代理店	連絡はメール、情報はWebで探しに行かないといけない。以前のように担当者と対面での打ち合わせが少なくなった分疎遠になった。
TN	専業代理店	保険会社内の事務処理を減らし全て代理店責任にされているのが納得がいかない
TN	専業代理店	システム優先でお客様を大切に思っていないように感じられる。 代理店の大小規模に関係なく仕事の内容は同じはず、代理店ポイント制で、同じ契約で、手数料に差があるのはどうかな。多くの代理店が思っている。 会社があつての事だが、お客様、代理店があつてこそ成り立っている。
TN	専業代理店	たまにドラスティック
TN	専業代理店	デジタル化やAIプランニングなど代理店の業務の変化が大きい
TN	専業代理店	プロ代理店と言われているが、モーター代理店よりポイントが低くなるのはおかしい。 プロ代理店はそんなにコストがかかるものなのか。プロ代理店こそ保険会社に変まって真面目に顧客本位の業務運営をやっているのは明確なのに。
TN	専業代理店	ポイント制度による増収減益に長年苦しんでいる。
TN	専業代理店	ポイント制度による代理店への政策圧力が厳しく感じる。
TN	専業代理店	ものを言わない専業チャンネルを保険会社は、経費（手数料）節減面でしわ寄せしている。 国の増税のやり方と同じ。
TN	専業代理店	ロードサービスや弁護士特約の支払いまでが、損害率に計算算入されるのは、おかしいと思う。保険会社の未熟な対応で弁護士案件になったり、ロードサービスがあまりにも多くなった近頃では、この支払いまでが損害率になるなら、割に合わない。
TN	専業代理店	何とかの比率がとか、保険会社都合のことでご契約者様に迷惑を掛けることがある
TN	専業代理店	何事も保険会社からの押し付感ある。
TN	専業代理店	企業代理店の団割を適用して、プロ代理店の顧客に安い保険料を提示してくる事
TN	専業代理店	基本代手の下げ傾向と変動する代手ポイントにより安定した雇用が難しい。
TN	専業代理店	顧客の支持と代理店手数料ポイントの項目が乖離しすぎている
TN	専業代理店	次から次へと細かく施策を変えていることは問題だ。募集方法についても多種になり保険会社が何を持って主とするかが定まっておらず、目先の募集方法で、特にメールでの募集方法についてのみ評価が高い。（TN社の「らくらく」の評価に疑問）

損保社施策について

TN	専業代理店	保険会社の社員無しでは代理店は続けれない
TN	専業代理店	若い女性営業担当者が増えてきましたが保険商品に対する知識不足が気になります（特にTN社）
TN	専業代理店	手数料ポイントが保険会社の都合で毎年変わるのをおかしい。
TN	専業代理店	手数料ポイント制をはじめ、保険会社が一方的に手数料を定めるのをおかしい。現在の委託契約書はそもそも民法違反である。標準手数料率を代理店の合意なく通知のみで引き下げるのも納得いかない。（公取の申告書に詳細記載）
TN	専業代理店	手数料を保険会社が一方的に引き下げる、代手P制そのもの、委託契約書の内容（委託業務、経費負担、業務負担、手数料規程等保険会社に有利になっている）
TN	専業代理店	手数料規定とその運用については大きな不満がある。独善的、一方的、専業代理店をパートナーと思っていない。下請けや道具としか思っていない。
TN	専業代理店	代理店の乗り合いについて保険会社は拒否はできないはず
TN	専業代理店	生保の挙積評価（勝手な係数を掛ける）
TN	専業代理店	生保の数字が損保代手に間接的に影響するのはおかしい。
TN	専業代理店	増収しているのに代理店ポイントが減るのはおかしい
TN	専業代理店	損保手数料ポイントに生保挙積を連動するのはおかしい。お客様本意で無くなる。
TN	専業代理店	損保で増収しても手数料は減収
TN	専業代理店	代手Pの獲得が年々厳しい基準を設けた上に、基本の手数料率も火災保険で言えば、建築年などで大幅に下げており、保険会社のやりたい放題となっている。
TN	専業代理店	代手Pを毎年保険会社都合で変更するのはおかしい
TN	専業代理店	代手ポイント制度を無くして欲しい
TN	専業代理店	代手ポイントを筆頭に専業を軽視しすぎる。女子社員の質が悪すぎる。
TN	専業代理店	代理店によって契約引受基準が異なったり（事前申請の可否）、情報格差があること。
TN	専業代理店	代理店の規模は小さくていい
TN	専業代理店	代理店ポイント制度が毎年の様に改定され悪影響と考えます。
TN	専業代理店	代理店手数料Pが毎年勝手に変更されているのは納得出来ないが仕方ないのか？
TN	専業代理店	担当者が個別対応せず、チャットや保険会社の支社への質問フォームで対応させようとする。
TN	専業代理店	担当者が常に新入社員、またはそれに近いレベルの方が当てられるが、弊社のレベル的には知識豊富な担当者を選任いただきたい。代理店に新人教育を丸投げするのはどうかと思う。
TN	専業代理店	担当者が変わると方針が変わる
TN	専業代理店	保険会社の営業担当者の役割と責任を明確にする必要がある。営業推進や経営アドバイスの専門性に乏しく、役割を変えていく必要があると考えます。
TN	専業代理店	複雑で分かりにくい代理店ポイント手数料はなくすべき。
TN	専業代理店	保険会社が目指しているのは社会的な理想論であり、現実のお客様の方を向いて方針を出していない。
TN	専業代理店	保険会社のやりたいようにポイントで縛ってくるのをおかしい
TN	専業代理店	保険会社の一方的な指針を我々代理店に、押し付けて来て、それが出来なければ代理店ポイントを下げるというのは納得出来ない。
TN	専業代理店	保険会社の施策が正しいのか疑問
TN	専業代理店	保険会社施策への協力数字が全体の手数料に影響することが納得できない。サービス工場と鑑定人との協定内容について契約者不在と感じる。
TN	専業代理店	保険会社担当社員のスキルの低下、質の低下
TN	専業代理店	法人契約で今まで事故がなく突発的に大きな事故が発生して、翌年の保険料を割増調整するのはおかしいです。
TN	専業代理店	毎年コロコロと施策を変更し一方的に手数料ポイントを変える制度に不満がある。優越的地位の乱用ではないか。

損保社施策について

TN	専業代理店	優越的地位の濫用、保険業法違反の黙認
MS	企業機関代理店	代手Pにおける保険会社の基準が、毎年自社の意向で一方的に変化し、代理店は顧客対応および運用体制を都度変化させざるを得ないことに疑問を感じる。
MS	企業機関代理店	代手ポイントの設定は保険会社の都合のいい方向で決められている事に理不尽さを感じる
MS	企業機関代理店	代理店の規模、増収率に特化し過ぎた代手P制度
MS	企業機関代理店	代理店手数料ポイントの指標が厳しい
MS	企業機関代理店	保険会社出向社員の提案を受け、要請したにも関わらず出向社員を手当してもらえない。
MS	企業機関代理店	毎年会社の手数料ポイントの評価が変わること。一貫性が保険会社がない
MS	企業機関代理店	毎年手数料体系が変わるのはおかしい。
MS	兼業代理店	自動車保険の20等級契約者が一度請求すれば44%までになるのは上がり幅が大きすぎると思います。
MS	兼業代理店	保険会社の都合で電話募集を増やしたが、今度は対面かんたんモードを増やさないと手数料ポイントが減るなど、振り回される事が多い
MS	専業代理店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・保険会社サービスセンターの離職が多く、対応力が落ちている。質も悪くなっており任せられない。保険会社の営業部門においてはパワハラが代理店レベルまで分かる状態であり、パワハラの実行者が残り続け部下が潰れては入れ替わる状態が改善されない。代理店の前で部下を激しく叱責するなど品が悪い。</li> <li>・乗合代理店には気を遣ってか言わないようなことを専属代理店には保険会社の下請業者か自社の社員のように報告を求めたり節度がない。代理店の会議に出てきて圧力を掛けるような発言をしていくなど、パートナーシップなどなく黙って言われた通りにやれというスタイルで来店される保険会社の管理職の方がいる。</li> <li>・代手制度の専属ポイントは自由競争を妨げる独占禁止法に抵触しないか。</li> <li>・コンプラ違反があっても、助けてやる代わりに数字を求めてくる保険会社。コンプラ違反は違反として正すべきところ、そこに営業数字を絡めてくるなど極めて下品。</li> </ul>
MS	専業代理店	いくら自立して契約・事故とも良心的な顧客対応を行っていても、規模ありき、増収ありき、保険会社独自の偏向した取組指標で手数料ポイントを下げられるのは経営上そして商売としておかしい。
MS	専業代理店	お客さま第一主義と謳っているが、保険会社都合の品質項目が多くみられ、ポイント等の為に仕方なく行っている
MS	専業代理店	お客様の意向で、キャッシュレスや更改時期は決まるのに、手数料ポイントに影響するのはおかしいと思います。
MS	専業代理店	お客様第一主義と言っているが、本当だろうか？
MS	専業代理店	ディーラーや大手への忖度が目に余る 保険業法に則った平等な扱いを望む。
MS	専業代理店	デジタル化が進み、コミュニケーションが気薄にならないか。
MS	専業代理店	ドラレコや保険会社のシステムを使った非対面募集などお客様本位の業務運営とは思えない
MS	専業代理店	ペーパーレス化が煩雑で時にお客様にとっては迷惑になる事もある、もう少しちゃんと開発してから進めてほしい。
MS	専業代理店	ペーパーレス化というのが代理店での業務が増えてペーパーレス化している意味があるのかと疑問に思う。
MS	専業代理店	ペーパーレス化となっているが、代理店での作成し送付するものが増えた
MS	専業代理店	営業社員のレベルが年々低下していくのを感じる
MS	専業代理店	手数料ポイント制度において、規模と増収のウェイトが大きすぎる。若手が良き未来を想像できない仕組みになっている。
MS	専業代理店	代理店大型化に極端に偏重し、中小規模代理店への冷遇に問題を感じる

損保社施策について

MS	専業代理店	<p>元々だったのかもしれないが、保険業界というのは大変汚い業界になったなというのが所感である。</p> <p>昨今の現象（BM・カルテル関係）は保険会社の経営の無策、無能が引き起こした結果であり、その損失は現場で働く代理店、社員に付け替えられ、その現場で働く者と接する顧客・社会に与えている悪影響は計り知れない。</p> <p>保険会社の経営者自身の資質の問題も一部あるかもしれないが、最も大きな問題は各保険会社の株主構成を見れば分かる通り、長期的な視点を持つ株主が減ってきており、その結果として長期的な視点を持つ経営者を選抜できないことが要因ではないかと考えている。</p>
MS	専業代理店	顧客本位の業務運営とは裏腹に、顧客の意向を反映していない施策あり
MS	専業代理店	合併・統合を強いる、手数料ポイントや代理店会の加入要件が目に見えて増えてきた
MS	専業代理店	損害担当者の教育に力を入れてほしい。
MS	専業代理店	事故対応部門に力を入れていない
MS	専業代理店	社員照会した上で契約したが、引受誤り、取り消し再計上となり、ペナルティを受けた
MS	専業代理店	手数料ポイント制度において保険会社の有無を言わさぬ横暴さを感じる
MS	専業代理店	増収しても減益が生じる手数料制度が代理店経営における懸念点
MS	専業代理店	金融機関代理店が販売する、住宅ローン付火災保険の債務者団体割引で保険料差が発生するのは、根拠なき金融機関代理店への優遇策ではないか
MS	専業代理店	<p>小規模代理店と大規模代理店で契約の引受条件に差をつけるのはおかしい。</p> <p>小規模代理店は免責必須、別の大規模代理店だと「免責なしで契約できた」と、更新の顧客が他代理店へ流出した。</p> <p>大規模代理店への忖度によるものだが、お客様本位の考え方とは違うと思います。</p>
MS	専業代理店	増収し、損害率も悪くない（50%以下）なのに手数料ポイントが下がる。納得できない。
MS	専業代理店	保険会社の利益しか考えていない施策を、表向きは顧客本位の業務運営と理由付けして、手数料ポイントに反映させることは納得できない
MS	専業代理店	専属・専業代理店でいることのメリットが感じられない
MS	専業代理店	前年より増収しても、代手ポイントを下げられる
MS	専業代理店	増収もしている、保険会社の言うことも聞いている。しかし収保規模が小さいので代理店手数料率が下がる一方だ。下がり幅にも縛りがないので一気に廃業レベルまで簡単に下がるのがつらい。小規模代理店を潰しにかかっている。救済処置はないのかなと思います。
MS	専業代理店	増収を毎年5%を求め、手数料率に反映させる施策はどうかと思います。
MS	専業代理店	代理店に責任を押し付けすぎ。保険会社社員はもっと仕事をしてほしい。
MS	専業代理店	保険会社では、代理店の規模と品質におけるカテゴリー分けが益々顕著になっています。
MS	専業代理店	保険会社社員の代理店支援力が低下している。共に目標に向かおうという姿勢が感じられない。
MS	専業代理店	チャンネルによる不公平感が大きい。大手ディーラーだけが扱える保険自動車契約がある。長期の自動車保険の内容が一般の代理店と異なっている。
MS	専業代理店	保険会社担当者により実務のレベル、レスポンスに大きな違いがあり担当者が変わる度に実務に影響が出てしまう
MS	専業代理店	長期契約の取扱い。挙績について保険会社は分割計上するのに代理店への手数料は一括で行われる。
MS	専業代理店	保険会社は、代理店の照会応答について電話させず、Webチャットを強制し、代理店とのコミュニケーションを減らし要員削減をしている。
MS	専業代理店	保険会社の代理店を減らしたい意図が強く感じられる
MS	専業代理店	保険会社の施策がコロコロと変わり、振り回される。
MS	専業代理店	保険料率改定時に、何の協議もなく商品別基準手数料率を引き下げるのは納得できない。

損保社施策について

MS	専業代理店	保険会社は中長期計画たてると言うが、手数料制度は単年度制で先は全く見えない。どうやって計画をたてると。 代理店研修生制度では独立支援コースがなくなり、若い代理店が育たない環境をつくって代理店の大型化だけを推進するのは保険会社のエゴ。業界が育たない。
AD	企業機関代理店	いつまで代理店を継続させてもらえるか不安
AD	兼業代理店	各社ともお客様第一主義を掲げているのに、代理店と保険会社と同じ方向を向いていないのはおかしい
AD	兼業代理店	代理店への事務作業移行により募集業務に支障をきたしています。前年と同じ業務内容ではポイントの低下が激しく同じ手数料を貰えないのが現状です。
AD	専業代理店	アンケートへの声掛けをなぜ代理店がしなければならないのか？代理店手数料Pに影響することが納得できない。
AD	専業代理店	フリー契約にドラレコ推進しても、手数料に反映しない。
AD	専業代理店	火災保険の保険料改定（保険料増）がここ数年繰り返し実施されているが、事故無し優良契約までも一律保険料増になることは納得できない。
AD	専業代理店	AD社は、企業財産包括等、火災保険に関して競争力が弱く、ビッドで他社に負ける
AD	専業代理店	商品改定の度に「お客様の負担を減らすため」という謎の屁理屈により手数料を減らすのはおかしい。代理店にばかり負担を押し付けて、じゃあ、保険会社はどのくらい自分たちの給料やボーナスを減らしたのか。少なくとも、代理店以上に保険会社自身が減らしていないと納得いくわけがない。
AD	専業代理店	先日報道があった損保4社の談合について、保険会社から説明がない
AD	専業代理店	手数料ポイント制度の項目に、ドラレコ件数、ペーパーレス証券件数、アンケート回答率など保険募集と関係が無い指標が設定されるのはおかしいと思う。
AD	専業代理店	代手を決定する項目が毎年変わる。
AD	専業代理店	保険会社には、代理店の経営に役立ちたいという気持ちがない
AD	専業代理店	代理店規模（スケールメリット）しか見ていない。
AD	専業代理店	保険会社には、代理店手数料P制度があれば、代理店は勝手に働くだらうという考えがあり、保険会社との関係が希薄となりつつあること
AD	専業代理店	代理店手数料ポイント体系の決定が、保険会社の専権事項となっていること
AD	専業代理店	大災害の際の火災保険等の解約時の代手の戻しを考えて欲しい
AD	専業代理店	賠償責任保険の継続について事故有りの契約に対し一定の値上がりは理解できるが値上げ幅があまりに大きく納得できない。 企業関係の契約について、種目を問わず割引申請への回答が遅すぎる。厳格運用は理解できるが。
AD	専業代理店	保険会社のドラレコ等保険会社の販売政策に代Pを反映させるのは顧客本位ではない
AD	専業代理店	保険会社の都合で代手ポイントを決めるのはおかしい。（テレマの有効率）
AD	専業代理店	毎年、手数料が減っている。顧客数は増加しており矛盾を感じる。
AIG	兼業代理店	保険会社からの情報発信が、文書や動画中心で、ポイントや趣旨が伝わりにくい。
AIG	専業代理店	関係性が薄く、販売する理由も薄いD生命を販売することを強く推進してくることに疑問を感じる。
AIG	専業代理店	現在、世間を騒がせている中古車販売代理店のニュースも問題が大きくなってやっと明るみに出たが、銀行系の代理店に対して、銀行取引を理由に半圧力募集が横行している実態を認識しているにも関わらず、全くメスを入れようとしらないのは、問題があると感じる。



損保社施策について

AIG	専業代理店	<p>顧客本位の業務運営の為の体制整備に80%以上重きを置いた手数料ポイントにすべきである。その際、規模別に整備する内容が変わるので、規模別に内容も変えるべきである。</p> <p>①減収や、②ドラレコなど保険でなくてもできる事をポイントに入れたり、③ボトムの収保、④損害率（収益性）、⑤専属ポイントなどなど、ポイントに大きく影響する現在のポイント制度はおかしい。</p> <p>現在のポイント制度では、各保険会社でポイントに大きく差が生じ、代理店経営、顧客本位の業務運営が不全に陥る。まさにBMの経営手法と同じである。</p> <p>手数料ポイントが下がるという無言の圧力</p> <p>せっかく保険業法が良き方向に進んでも、保険会社が代理店手数料ポイントを下げる（しかも大きく）恐怖心を代理店に与えることによって、実質、顧客不在の業務運営になりかねない。足を引っ張っているのは保険会社の政策だ。</p> <p>保険会社は何故保険業法改正になったのか、もう一度よく考えて欲しい。</p> <p>例) 弊社はAIGの代理店ポイントは110ポイント、最低のAD社は42.8ポイント。</p> <p>体制整備の評価は全ての保険会社同じ、なぜこれほど差がつくのか、お分かりだろうか？</p> <p>上記の①②③⑤が影響しての事である。</p> <p>保険業法に則って業務を遂行しているにもかかわらず、ここまで差がついて、あなたならAD社の商品を販売しますか？</p>
AIG	専業代理店	手数料ポイント制度。100以上のポイントは必要ない。コンプライアンス重視の減点方式が良い。
AIG	専業代理店	保険会社は自社の施策を、代理店への影響を考えずに勝手に進め過ぎている。
AIG	専業代理店	保険会社のシステムが常識以下のレベルから脱却できない中での日常業務に非常にストレスを感じている。
日新	専業代理店	BMの事件をみても、大手代理店(多くの売上が期待出来る)への忖度が目に余る。対応も甘すぎる。未だに委託解除すらされていない。他の代理店であったら？
日新	専業代理店	ポイント制度を金融庁の指針である顧客本位の業務運営に沿っていただくことと評価項目を中長期的な運用にしてほしい。
日新	専業代理店	事故現場への急行が代手Pに影響する。遠隔地での事故は対応できないので無理がある。
日新	専業代理店	事故防止に取り組んだ結果優良割引が進行し、減収が代手Pに悪影響を及ぼすのはおかしい
日新	専業代理店	全体的に代理店・手数料Pが年々厳しくなっている気がする。
共栄	企業機関代理店	早期更改が手数料ポイントの基礎数字に各社「反映」しており、自動車種目だけでも早期契約割引を適用して顧客メリットを出せばどうか。実施可能であれば契約申込（計上）後に自動的に保険料割引はできないでしょうか？
共栄	企業機関代理店	保険会社の営業担当者の役割が変わったのか、つながりが希薄になったと感じる
共栄	兼業代理店	代理店ポイントは昨年より増収しないと下がる、毎年上げ続けるには無理があるので、ポイント制度を見直してほしい。
共栄	専業代理店	インボイスについて保険会社がしっかり勉強して質問に対する回答を頂きたかった。（対契約者に説明もあるので）
共栄	専業代理店	BMの保険金不正請求について。保険会社と代理店の関係と信頼回復
共栄	専業代理店	手数料ポイントのエンジンがぶら下げられ、お客様の為にならない事を強要される。年々増収へのハードルが高くなり、指標もコロコロ変わるので資本投資し辛い。
共栄	専業代理店	手数料料率のポイント内容が毎年わからないまま変更される
共栄	専業代理店	保険会社社員の能力低下
その他	専業代理店	事故防止に前向きに取り組んでいる事が、減収に繋がり代手Pに悪影響を及ぼしている。保険会社は責任と殆どの事務処理を代理店に押し付けている。保全活動に的を絞る代手ポイント制の指標廃止を希望します