

2025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」

—代理店業務品質評価・金融庁監督指針を踏まえた代理店の意識と提言—

「代理店の声」

2025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

専属代理店		「自己点検チェックシート」について感じたこと		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	実施状況	実施中 または 実施した際に感じたこと
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	実施した	質問の数が多い
東京海上日動	専業代理店	4～9人	実施した	保険会社が監督官庁の顔色を意識している項目が多い よほどお叱りを受けたのだろう
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	実施した	ロードはかかるが大切だと感じます
東京海上日動	専業代理店	20人以上	現在実施中	業務について立ち止まって見直すことができるためよい機会だと思うが、設問内容等がわかりづらい、設問数が多いと感じる。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	現在実施中	兼業代理店による、いわゆる「抱合せ販売」が不当であると明記されている点は評価できる
東京海上日動	専業代理店	20人以上	現在実施中	回答欄に、作業的に「はい」にチェックする募集人がいる。再度やり直すよう指示しながら実態に沿った回答をするよう進めている。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	現在実施中	保険会社による点検や評価はさておき、自ら点検して自己評価をすることは当然、必要なことと感じる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	現在実施中	確認資料の提出は厳しい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	現在実施中	全部の項目に対応する事はなかなか難しい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施した	自己点検時に、改めて各項目を振り返ることが出来るので、良いと思う
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	現在実施中	まだ途中ですがかなり細かく相当時間かかり一人で判断するには厳しい内容に思えます。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	現在実施中	チェックシート右側の記載要領の適正性が良くわからない。後で訂正させられ二度手間になる恐れがある。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	現在実施中	小規模代理店には点検項目が多すぎて大変です。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	現在実施中	質問が多く複雑
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施した	体制整備の再確認のためのツールとして実行している
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施した	代理店に義務付けされる業務が過剰である一方、保険会社の体制やツールが不十分。特にクレームサービスからの要請に対応しても報酬や経費すらもらえない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	現在実施中	回答欄の判断基準が不明。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	現在実施中	項目が多い。集約できる内容（項目）もあるのではないかと。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	現在実施中	募集人自己点検について、具体的な取り組みについての記載部分は任意とあるがどの程度記入するべきか迷う
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施した	保険会社都合の質問が多いと感じた
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	現在実施中	全代理店で取り組む必要があると思うが、実施に当たっての説明が足りなさすぎる
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	実施した	質問の意味が良くわからない項目が多数あった。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	実施した	具体的に説明を要する項目はblankで実施した
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	実施した	全ての代理店が同じ内容の体制整備が必要なのか？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	現在実施中	項目が多くて大変
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	現在実施中	質問の数が多く、わかりにくい表現ばかりで、対応に窮する
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	実施した	回答項目が非常に多い
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	実施した	形式的に作成し、形式的に評価されるのであれば、実施する意義が見いだせない。魂の入った運用をお願いする。もしくは兼業小規模代理店の排除への準備にもとれる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	現在実施中	項目が多すぎる
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	現在実施中	項目が多い
三井住友海上	専業代理店	4～9人	現在実施中	損保でここまで必要なのか。生保と混同されているのでは。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	何を整備しなければいけないのかがわかりやすく良かったと思います
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	項目が、細かすぎる
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	項目が多くなった
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	実際の現場と乖離した質問が散見された
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	実施した	代理店に「独自規定」「自社規則」を数多く求められているが、対応は非常に困難。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	質問が大量で時間がもったいない
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	現在実施中	保険会社によって判断基準が違っていると不公平になるのではないかと
三井住友海上	専業代理店	10～19人	現在実施中	自己チェックする人の判断、評価する人の判断が難しい。 (個人差が必ず発生する。正直者がバカを見ないようにして欲しい。)
三井住友海上	専業代理店	10～19人	実施した	項目が多い

専属代理店		「自己点検チェックシート」について感じたこと		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	実施状況	実施中 または 実施した際に感じたこと
三井住友海上	専業代理店	1～3人	現在実施中	質問が多く、大変な量
三井住友海上	専業代理店	1～3人	実施した	保険会社からはメールによる指示のみで説明はない。期限が7月末だったので実施した。
日新火災	専業代理店	1～3人	現在実施中	質問の数が多い
日新火災	専業代理店	1～3人	実施した	項目が大規模代理店を基準にしているように感じる
日新火災	専業代理店	1～3人	実施した	実施にあたっては、代協で参加したセミナーが役に立っている。
日新火災	専業代理店	1～3人	実施した	同じような回答になる項目が多いのもっと効率化できると思う。
共栄火災	専業代理店	1～3人	現在実施中	あまり取り組む意義を感じられない。
共栄火災	専業代理店	1～3人	現在実施中	常に質問があいまいでどのように回答していいかわかりにくい

乗合代理店		「自己点検チェックシート」について感じたこと		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	実施状況	実施中 または 実施した際に感じたこと
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	実施中である	非常に負担が大きい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施した	これからの代理店の募集人としてロードはかかるが、取組自体は当たり前だと思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施した	ファイルが複雑になり、分かりにくい方もいるのではないかなと思う
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	実施した	もともと独自基準で実施していたので問題ない。
東京海上日動	その他	20人以上	実施した	現場のロードを考えていない
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	実施した	社内規則で毎月アンケート方式にて実施している
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	実施した	当然に必要な事である。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	実施中である	規模の小さい代理店では対応することが難しいと考える。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施した	煩雑で、業務の妨害である。現場をわかっていない人間達が頭の中だけで考えた制度に振り回されるのはたまったものではない。
東京海上日動	企業内代理店	10～19人	実施中である	内容が細かく判断に当惑する。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	実施した	エクセルのシステムはよくできていると感じた。（回答漏れなどすぐにチェックが出来た）
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施した	自己点検が完璧なはずの保険会社自体が、保険料の談合や個人情報の漏洩を主導、保険金詐欺の見逃しをしているのは何故だろうと思った
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施した	時間をかけて、実施しないといけない（小規模代理店には難しいと思う）
損害保険ジャパン	兼業代理店	4～9人	実施した	数年前から実施している
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	実施中である	規模の大きな代理店しか実施できないだろうなと感じた。内容が細かすぎて負担が大きい。共通のチェックシートなのに乗り合いだと保険会社毎に提出しなければならないのは疑問だ。何のために代申制度があるのか。代申の保険会社に提出すればいいようにしてほしい。そもそもこのような自己点検チェックは代理店監査という形で行われてきたのではないのか。保険会社のモラルの低さで起きた問題を代理店のせいに転嫁されているとしか思えない。非常に不愉快。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施中である	項目が多く一度に出来ない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	実施中である	損保協会が、代理店を整理するための口実を明確にしたと感じる
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施中である	非常に多くの項目が有るため一度に出来ない。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	実施中である	やるべき手間ばかりが増える。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	実施中である	意図が見えない
損害保険ジャパン	企業内代理店	20人以上	実施中である	確認資料の記載要領が不明確
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	実施中である	多岐にわたっており、社内全体に詳細なところまで落とし込むのは大変だと感じている。
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	実施した	チェック項目が多く、内容が細かいと感じました。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	実施した	自己点検の名のもとに、強制点検を行い、さらなる選別の道具となる危険性がある
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	実施した	質問が細かく多すぎる。
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	4～9人	実施した	複雑
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	実施中である	回答項目も多く、似通った質問もあり、実施したからといって代理店の質が上がるとは思えない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施した	かなり項目が多く時間がかかる
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施した	経営者が行う際は、確認資料が必要であり、実態把握ができるため、次年度の運営に期待したい
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	実施した	保険会社社員による不備や不祥事が隠されていないか。そこを代理店以上に厳しくチェックし、すべて公開するべき。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施した	保険業界の事を知らないと感じる
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	実施した	点検項目数が多い。小規模代理店には、なかなか回答しづらい項目もある
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	保険会社に行うべきいくつかの質問事項を代理店に出している印象があります。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施した	募集人に体制整備を徹底するには良い機会
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	実施中である	かなり細かい項目が多い印象を受ける。募集人用は難易度が高い。
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	実施中である	ややこしい
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	実施中である	正確に実施するには、必要なバウチャーを整理するのが重労働である。
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	実施中である	煩雑である。業務規程など、結局、保険会社が認める内容でないといけなければならぬ、保険会社で作成しておいてほしい。
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	実施中である	記載する項目が多く理解度が試されていると思います。

乗合代理店		「自己点検チェックシート」について感じたこと		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	実施状況	実施中 または 実施した際に感じたこと
三井住友海上	専業代理店	20人以上	実施中である	特に違和感ない
三井住友海上	専業代理店	10～19人	実施した	評価内容について真摯に向き合っており取り組んでいるか、体裁を繕うレベルでやるかについての監査が重要だと思う。
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	実施した	点検項目が多く現状ではできていない部分があり1年をかけて修正していきたい。
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	実施中である	代理店として当然のことではあるが、どこまでやればいいのか不明確。特に2。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	実施した	思ったよりも手間がかかった
三井住友海上	企業内代理店	1～3人	実施中である	自己点検評価のチェックにとどまらず、その評価エビデンスの提供を求められることを危惧している
A I G 損保	専業代理店	4～9人	実施中である	内容が大変細かい。
A I G 損保	専業代理店	4～9人	実施中である	毎回の作成ロード大きい。もっと簡略化を進めて欲しい。
A I G 損保	専業代理店	20人以上	実施した	多くの代理店募集人は自然とお客様本位を実施していると思うが、それを無理やり文章化しているので、文言に違和感がある
A I G 損保	専業代理店	20人以上	実施中である	現在実施している内容でも十分である
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施した	これを基に保険会社と対話が成り立つのか疑問
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施中である	損保協会はチェックシートのみ対応ではなく、対話が必要と言っているが、チェックシート自体がさらに複雑にならないかが心配
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施中である	損保協会が主導する自己点検チェックの取組みが、顧客本位の業務運営を推し進めることになるのか、わからない。銀行系の代理店などでは、無言の圧力がかかるような募集が行われており、保険会社は営業成果を期待して、咎める様子もない。（工場火災保険などは特に多い）経済活動としてはあり得ることだと思うが、品質以外の側面が大きいと感じる。また、保険商品やサービスの内容ではなく、保険料のみ引き下げる提案も散見される。代理店としては事故対応等の顧客サービスに真摯に取り組んでいても、結果、忖度され代理店間分担を求められる。都合の悪いことは黙っていたらお咎めがない、自己点検結果で評価される納得感がない。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施中である	保険会社がもっと説明すべき
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施した	項目が増え詳細にチェックが必要なので面倒です
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施した	代理店業務の実態と乖離した、建前的な内容で、実質的な意義があまりない。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施中である	項目が多すぎる
日新火災	専業代理店	4～9人	実施した	記録の重要性は理解できるが、保管管理が質・量とも膨大なものとなり、効率化を進めるにも困難な状況が想定される。
日新火災	専業代理店	4～9人	実施した	同じ様な質問が多すぎる、もっと分かりやすい文言で書いてほしい
日新火災	兼業代理店	20人以上	実施した	以前に比べ代理店に求められる品質基準は厳しくなっている。それが顧客サービス向上につながるなら仕方ないと思う。しかし、一部の企業代理店や大規模代理店に対する保険会社の忖度や不正のために、今回の制度により昔から真面目に取り組んでいる代理店や募集人の負担が増えるのは納得感がない。この制度を運用するからには、全ての代理店に公平に、不備逃れを許さない形で実施し、改善しない代理店には厳しく処分（場合によっては委託解除）するべきだと思う。全保険会社の全拠点が統一した目線を持って、コンプライアンスを守り、お客様利益を重視している代理店のみを存続させるよう、魂が入った制度として運用されるべき。
日新火災	その他	20人以上	実施した	代理店のマニュアルが整理されていないので項目の理解が難しい
日新火災	専業代理店	20人以上	実施中である	社内のルールが何のために設定されているのか？を周知徹底するためにいいツールだと感じています。
日新火災	専業代理店	10～19人	実施した	点検項目に見直しの余地がある
日新火災	兼業代理店	10～19人	実施中である	項目が多すぎる。
日新火災	兼業代理店	1～3人	実施中である	自己点検を厳しくしても、ビックモーターのような悪意のある会社に対して機能するとは思えない。代理店の問題というより、保険会社の姿勢の問題であり、責任を代理店に転嫁しているように感じる。
共栄火災	専業代理店	20人以上	実施した	出来ていると思っていたが、実際点検してみると課題が多く見つかった。
共栄火災	専業代理店	1～3人	実施中である	大変な事務手数になるが自己防衛の為に頑張ります
その他	専業代理店	10～19人	実施中である	項目が多いがきちんと入力できれば実施しているかの確認ができる

専属代理店		「対話」に対する期待値や懸念点		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	「対話」について	「対話」に対する期待値や懸念点
東京海上日動	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	建前だけで、実際に対話はしないと思う
東京海上日動	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	最近は担当制が廃止され、一方的にメール等の通達がくるだけ。このような関係で対話が成立すると思えない。
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	対話に期待している	代理店内で滞っている問題の相談、改善の指針を示してもらいたい
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	対話に期待している	お客さまには保険会社と密になって対応することが望ましい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	わからない	保険会社の理想はわかるが、実際に顧客対応をしていると色々なことが起こるため、現実踏まえた対話を期待したい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社に何を言っても、自社の価値観にそぐわないと判断されれば黙殺される
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	糾弾する対話ではなくて両社でいかに前向きに取り組んでいくかの建設的な対話をしていきたい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	説明等は全代理店向けに本社から指示があり、現場の担当課支社がどれだけ理解できているかは大いに懸念するところ。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社社員は、代理店業務（実務）についてあまりにも無知であるため、顧客サービス向上を目指す建設的な対話は期待しがたい。指標の数値結果のみの対話に陥らないような仕組み・運用が必要。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	目線が異なるので、互いの主張がどこで交わるのか不透明
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	顧客サービスの向上に繋がる具体的な対話であってほしい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	対話により気づきを得て、自社の成長へと繋げたい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	代理店の将来像についての建設的な対話を期待したい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	保険会社社員が事前の準備や姿勢等をベテランや若手に関わらず、しっかり行い、うわべだけの対応でなく、全体感を踏まえた納得感ある対応をお願いしたい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	自分に対話に臨む自信がない。現時点では顧客対応優先で仕事をしたい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社側の現場社員のリテラシーによって「対話」の品質に大きなバラツキがあるのではないかなと想定される。営業担当ではなくある程度専門的な知識を持った人と対話したい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	いつも保険会社は一方的なので心配
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	過去に「真の対話」が成立した例がない。長年、保険会社、代理店双方が「対話を演じている」状況であり、現場の社員は代理店と対話する権限を与えられているのか疑問に感じる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	対話しても結局は保険会社から言われた事をさせられる現状が変わると思えない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	相互理解が乏しく対話にはならないと思う
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話に期待している	お客様に対して本当に必要なことをお伝えすることができているのか。人間関係のみで契約されているお客様への対応上の問題点（トラブル時に大きく信頼を失う恐れがある）などを対話内容に組み込んでほしいと思います。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話に期待している	お客様へのサービス向上を目指すのであれば、「対話」の方法やツールを充実させる必要があると感じます
東京海上日動	専業代理店	1～3人	わからない	顧客サービスの向上につながる対話になるのだろうか
東京海上日動	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	そもそも、担当を無くすことを考えている保険会社が対話を行うのか？
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	まともに対話できると思わない。周囲の代理店が強制的に大規模代理店と提携させられている状況下で、意見をすればこちらもターゲットにされてしまう恐怖感がある。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	対話しても保険会社は「決定事項」という姿勢なので変わらない気がする
東京海上日動	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	対話しても保険会社社員は問題点を社内ですぐ共有できていないのでは。組織として対応されたことがない。社内で誰にも相談できない組織風土なのではないか。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	保険会社の担当者も戸惑っている様子なので
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	対話に期待している	今まで通り一方通行の話では絶対に進まないと思うので〈真の対話〉が必要。会社もほとんど代理店と向き合って対話することを望みます。代理店もきっちり意見を持たないと代理店存続不可能な時期に来ると思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	結局、代理店は手数料、保険会社は株主向けの増収増益・経費削減に、思考が集中してしまい、折り合いがつかず、顧客そっちのけのうわべだけの対話をこなすだけでは。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社社員は、現実には顧客と接していないので現場感覚とのずれが生じると思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	顧客サービス向上の考え方に保険会社都合が過度に入るのはと懸念します
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	事務的な対話になると思う
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社社員に代理店の規模・特性に応じた対話ができるのだろうか
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	判定基準は各社統一が好ましい。各保険会社が独自性を出しすぎないか心配
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	対話に期待している	どのレベルの対話を想定しているのか、保険会社のビジョンをお聞きたい。代理店担当者が代理店を訪問した時「ついでに」聞いて回るレベルではないことを祈る。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	対話に期待している	保険会社とは顧客サービス向上に向けた話し合いをした事がない。期待したい。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	対話に期待している	希薄になったコミュニケーションを元通りにしたい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	実際にどこまでのレベルなら、社外監査に耐えられるのか保険会社の担当者レベルでは、理解していないように感じるから。

専属代理店		「対話」に対する期待値や懸念点		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	「対話」について	「対話」に対する期待値や懸念点
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社の営業担当が本当に対話できるのか疑問。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	現場感覚と保険会社の認識との乖離が明確に存在するため。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	保険会社の社員は自己点検チェックの理解度が低いように思える。実際、彼らは顧客と対峙してないので代理店と保険会社に温度差がある。どこを向いて仕事をしているのか、代理店と保険会社には大きな隔りがある。保険会社は、代理店に対して自社の取組みに関するアンケートを取れば良いと思います。保険会社が顧客に行っている同様のアンケートを代理店にしてみるのはいかがでしょうか？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話に期待している	お互い高みを目指して言うべきことを遠慮なく言い合うべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話に期待している	対話→保険会社が聞くだけにならない事を祈る。双方にとって建設的であればならないと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	期待はない。保険会社の対話者は、上司から「改善させよ」、とトップダウンで言われることだけを行うのだと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	自社の担当者がいなくなった。この保険会社の体制で対話ができるのでしょうか？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	対話に期待している	規模特性に応じた対話を期待する。きちんと顧客対応を行い、事務ミスやエラーを出さない代理店が評価される対話を望む。規模・増収に関係なく。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	わからない	特に期待はしていません
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	現場・実務を知らない営業担当が実態を理解できるとは思えない。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	現場をわかっていない社員が、代理店の仕事をイメージができるのか？一方的な保険会社の価値観を押し付けてくるのではないかとやや不安
三井住友海上	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	担当者が存在しない。対応してくれてる社員とは話が通じない(回答が曖昧)
三井住友海上	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社・代理店ともに、手探り状態かと思えますので、これからに期待します。
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	対話に期待している	自立自走努力が評価される対話を望む
三井住友海上	専業代理店	10～19人	対話に期待している	具体的な取組策のアドバイスが得られる対話を期待する。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	営業担当がいない支社なので、誰と対話するのでしょうか？
日新火災	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	対話ではなく、一方的な指示、指導となる懸念を感じる
日新火災	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	保険会社社員が内容を理解して、対応する時間が取れるのか疑問。
日新火災	専業代理店	1～3人	対話に期待している	改めて自身の確認ができるからいい機会かと思う。

乗合代理店			「対話」に対する期待値や懸念点	
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	「対話」について	「対話」に対する期待値や懸念点
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	基本、メーカーのいう事やる事には、私個人としては一切信用していません
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	期待していない。保険会社社員が実際にやってもいい事について対話できるとも思えない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	代理店の実務等現実の経験がないと納得感のある代理店指導や、モチベーションアップは期待できない。
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社の意向のみが反映された制度になっていると思うので対話になるか疑問
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社の社員が内容詳細、趣旨、理念を十分理解でき対話できるだけの知識水準にあるのか、整備工場や兼業チャネル含めた全代理店と対話するだけの社員数が確保されているのか、対話が形がよい化しないか、対話結果も含めた評価・点検に係る負担が代理店間で公平性を確保できるのか。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	顧客本位実現に向けたビジョンを基に対話し、お互いの立ち位置を確認し合いたい
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	対話に期待している	どのような対話となるか保険会社の姿勢を逆に見ようと考えている。たぶん、杓子定規な話しか出てこないだろうと思うので。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	具体的な対話の中身はさておき、これまでの保険会社が一方的に通告してくるスタイルが対話へと改善されるのは前進と考える。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対話に期待している	顧客本位の実現に向けた対話になればいいと思う。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	期待はするが、一募集人までは対話内容が降りてこないと思われるので
東京海上日動	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	代協の影響力に期待している
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	内容が細かすぎる。担当社員が1代理店ごとにしっかりと対話、指導教育がやり切れるのかが不安。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	わからない	対話と称して委託解除や他代理店との合併・吸収の話をしている
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	わからない	サラリーマンである保険会社社員は「代理店と対話しました」と報告すれば仕事が済み、会社として内容にまで踏み込まないのではないかと
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	どのような対話が行われるのか、疑問である。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社によってバラつきが出るのは必至と考える。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社は立場が強く、代理店の生殺与奪権を持っているので、自己点検チェックの結果が必ず悪用されると思っています。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	本当に対話があるのかどうか
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	対話に期待している	丁寧に対話してくれる保険会社とそうでない保険会社が存在した時、顧客の利益（ex. 保険料）を第一に考えれば、対話しない保険会社の保険商品を顧客に推薦するべきなのか。代理店の意向はどこに反映させれば良いのか悩ましい。今回の評価制度については、対話と一口にいって、実は代理店委託解除のためのヒアリングになるのではないかと心配している
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	対話に期待している	適切な改善指導や意見交換を通じて「前向き、建設的」な対話を実施していただきたい。
損害保険ジャパン	企業内代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社社員の対話スキルに懸念を持つ
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	対話に期待している	今までが対話不足だったと思う。
損害保険ジャパン	企業内代理店	20人以上	対話に期待している	保険会社がどの程度深掘りして対話に臨むのに興味がある。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	対話に期待している	保険会社の都合や利益が優先されないことを希望
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	会社の顧客目線と実際に顧客を相手にしている代理店の目線が異なっている。これら目線の擦り合わせが対話の前提にあるべきだと思う。会社の目線で見て、一方的に「可・不可」を判断されるような気がする。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	保険会社社員が「対話の趣旨」を理解しているのだろうか。その為の体制づくりがされているのだろうか。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	保険会社担当者によってレベルや取り組み姿勢の違いが生じるのではないかと
損害保険ジャパン	その他	1～3人	対話に期待している	代理店の取組みがどこまで評価されるのか不安
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	わからない	担当者が本質を理解せず、教科書の文章的な理解のみに陥る心配あり
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社の営業社員がまだそんなに分かってない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社ファーストな発想で代理店を正当に評価できるとは考えにくい。
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社の社員は、常にか上から目線でもの言う。代理店は保険会社のいう通りに従って当然と考えている。そこになんかの疑問も感じていない社員が多い。現状の関係のままではまともな対話は期待できない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	対話に期待している	現場の声をどれだけ聞いてくれるかは不明
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	対話に期待している	態勢整備における課題は各代理店において固有だと思う。弊社の課題とあるべき将来像、そのロードマップを模索する対話を期待します。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	担当社員による対話であれば内容の濃淡などバラツキがありそう
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	保険会社社員は代理店の顧客対応を理解してない
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	期待できない。おそらく形式的なものになるのではないかと懸念している。

乗合代理店		「対話」に対する期待値や懸念点		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	「対話」について	「対話」に対する期待値や懸念点
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	結局、保険会社の一方的な話になると思うので、話し合いにならないと思う。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社社員がどこまで制度趣旨や代理店経営を理解して話しをするのか不安
三井住友海上	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	代理店経営にアドバイスできない営業社員が多く、会社意向の一方的な伝達になりそうです。
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社からの一方的な指導になると思われる。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	そもそもメーカーと販社では目線が異なるため、損保協会ではなく代協が販社の立場で代理店に自己点検チェックを促すべきでは？その上で損保協会に情報提供を行う制度が望ましい。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社が積極的に支援してくれる印象・実績は乏しい
三井住友海上	専業代理店	20人以上	対話に期待している	実務を理解した上での会話に期待します
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	真の顧客本位の業務運営の考え方が異なる保険会社（メーカー）との対話にあまり期待を持ってない。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	保険会社の社員は表面的な説明をするだけなので対話する必要性を感じない。彼らは自分が担当している数年間だけをクリアすれば良いと考えていると感じる。
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	対話に期待している	期待はしているが保険会社がどれくらい理解しているかを懸念している
三井住友海上	専業代理店	10～19人	対話に期待している	今後の保険業界は、人口減少や高齢化の進行により、市場全体の見通しが不透明であり、各代理店にとっても経営のかじ取りが一層難しくなると考えています。その中で、自己点検チェックの取組みを通じて、保険会社と代理店が率直な対話を行い、相互理解を深める機会が設けられることに期待しています。特に、代理店ごとに異なる目標や地域性がある中で、手数料体系が毎年変動する状況では長期的な事業計画の策定が困難であり、この点についても建設的な意見交換ができることを望んでいます。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	代理店に対する支配的な構造が強化されるのではないかな不安
A I G 損保	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	特にメガ3社は代理店の声を聞く耳を持っていない。自社方針の貫徹のみ
A I G 損保	専業代理店	4～9人	対話に期待している	保険会社がこちらの顧客サービスに尽くす行動を数字だけでなく評価してもらえることに期待している。形骸化やマイナスイメージのあら捜しには懸念している。
A I G 損保	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社は、エンドユーザーと対面していない中で、机上で作成した自己点検チェックシートをベースに行う対話なので
A I G 損保	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	直接顧客と対峙することが少ない保険会社の社員に、顧客サービスとは何か？を語ることができるのか疑問である。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	わからない	形だけになるのではとの懸念がある
A I G 損保	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	保険会社が、大手資本企業と提携して新たな保険代理店事業会社の設立を検討しているというニュースがある中、到底、保険会社が中小の代理店と真摯に対話出来るとは感じられない。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	担当者でのバラつきが懸念される。こちらが質問しても回答がなく、対話にならない
A I G 損保	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	営業担当者が「対話」の本質を理解しているとは考えにくい。懸念を感じる
A I G 損保	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	机上（保険会社）と現場（代理店）では実態が乖離しており話が噛み合わない
A I G 損保	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	第三者が不在の環境下で、保険会社と代理店の実質的な対話は成り立たない。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	昨今、保険会社の不祥事が非常に多い、元を正さなくてはいけないのでは
A I G 損保	兼業代理店	1～3人	対話ができるのか心配している	保険会社からの要求（提案？）が厳しものになるのでは、対話できるのか？
日新火災	専業代理店	4～9人	対話ができるのか心配している	保険会社の一方的なものにならないか？
日新火災	専業代理店	4～9人	対話に期待している	体制整備を含め、多岐にわたりに求められる項目が増えている。抑えるべきポイントのアドバイス等に期待している。
日新火災	兼業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	保険会社はいつも責任をいかに回避するかと、自社の保身しか考えてない。代理店の取組みにはあまり協力的と感じたことがない。
日新火災	専業代理店	10～19人	対話ができるのか心配している	形式的になりそう
日新火災	兼業代理店	10～19人	対話に期待している	事務的に終わらず、代理店の抱えている問題点を共有・指導して欲しい。
日新火災	専業代理店	1～3人	対話に期待している	代理店とお客様の関係を理解してほしい
共栄火災	専業代理店	20人以上	対話ができるのか心配している	代理店に寄り添うような対話ではなく、保険会社視点での対話となるのではないかと不安。

専属代理店	【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？		
-------	---	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	協議・合意に基づき決定されている	その通りと感じるから
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意に基づき決定されている	毎年説明されているから
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	いつも「こうなります」と結果だけ伝えられている
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	ポイントの算出方法の変更内容だけが伝えられている
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一方的に通知してくるのみ
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	代理店の意見を聞かれたことがない
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社から結果だけを一方的に押し付けられる
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	本来対等であるべき。意見を聞く場があって良いはず。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	以前からピックアップされた代理店へのヒアリング等が実施されていると認識しているため。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	完全に保険会社と、全ての代理店の意見が合意することは不可能と考えられます
東京海上日動	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	全代理店の意向を汲んでいるとは思わないため
東京海上日動	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	保険会社は一部代表代理店と協議して決定しているものと推察するため。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意に基づき決定されている	手数料については委託契約書へ記載されており、双方で合意したものと認識している
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意に基づき決定されている	細かい種目別料率まで説明は受けていないがポイントの算出方法は合意していると認識
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	協議されている認識はない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	手数料ポイント算出方法の提示はいつも一方的である
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	一方的に保険会社から通知が来るだけ
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	条件について一方的な決定・通知というスタイルなので協議とかではない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	代手ポイントは決定事項として通達されてくるのみ。代理店側の意見反映は感じていない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	代理店手数料ポイント算出方法の決定は、保険会社の専権事項である
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社に決定権があるように感じる（代理店の意見を全部吸い上げることができないことも理解している）。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	一部分意見が反映している	算出方法は保険会社の指示により決定されている事がほとんど。積極的合意の認識がない代理店もあると感じます。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	ポイント制は協議・合意でなく強制と認識
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	協議も合意もなされていない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	決まった内容がおりてくるのみ
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社に勝手に決められていると思う
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	長年、協議・合意ではなく、通知されている印象である
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社が出すテーブルに基づいて算出している為。そこに代理店の意向などは反映されない。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の言いなりでしかない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の策定したルール通りに決定しており、ルールやポイント自体に関して協議の余地はない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ここ数年、当社レベルの業績ではまともな対応を受けた記憶がない。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ポイントはいつも決定事項の書類のみで話をする機会すらなく、担当者から「伝えましたから」の言葉だけで決定されています。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	委託業務契約書を盾にトップダウンであり、相談のしようがない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	一方的に「こうなります」と言われているので
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	一方的にこのように変更になりますとアナウンスされるのみ
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	協議がないから
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	協議も無く毎年来年度のポイント体系の書類を渡される。協議、対話など一切なし。もし意見でもすれば圧力がかかって委託解除されそうで怖くて意見すら言えない。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	四次下請けぐらいに思われている（本社・支店・支社長・担当社員・代理店）、話は全く通らない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	説明はあるが、保険会社が決めているものなので、こちらの意見が通るものではないと思っている

専属代理店	【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？		
-------	---	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	話し合いはもとより、担当者もない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	ここ数年の間、手数料ポイントについて損保社員と打合せなどをした事がない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	この監督指針の文章はおかしいと思う。手数料ポイントは保険会社が一方的に決めている。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	協議されているのであれば、たとえ匿名であっても、どのような属性の代理店のどのような役職者と、どれくらい（頻度や回数など）協議した、というプロセスを公開して欲しい。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	委託契約書の杓子定規な文章が協議・合意と言われればそれまでだが
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一方的に決まったと言われる
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	協議している実感はない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	手数料ポイントの算出方法に関して、協議したことがない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	代理店と保険会社が対等ならば、毎年契約内容を見直すべきである。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	代理店には決定の事実しか伝わらない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社から次年度のポイントの説明はあるが事前に協議はない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	毎年保険会社都合で項目が変わる印象があるため
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	一部分意見が反映している	保険会社一方的ではあるが、協議はしている。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	かなり昔の事を正論として位置づけたいのだろうが、おそまつで残念 また、仮にそうであるなら、今後は保険会社の意向で自由に手数料を変えますよという説明が全くなかったことになる。これが今の日本で許されるのだろうか？
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	実際に話し合いがあったのかも知らされていない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	特に協議の話しは聞かないため
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険料率やポイント算出について、意見や改定の理由を聞いたことも聞かれたこともない。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	翌年度の手数料ポイントはこうなりましたと説明されるだけ
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	両者とも対等の立場では無く、一方的に押し付けられている認識
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	話し合いは誰といつどこでしてるか全く知らされていない
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	一部分意見が反映している	保険会社の主導の元、我々の不十分な部分を指摘していただくことは、我々の意見を一部反映してると考えてます。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社の都合だけで決められているという印象
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	いつどこで決めているかも知らされていない。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ポイント算出根拠について毎回保険会社の一存で決定して押し付けるやり方が実態。代理店の意見が反映されているとは思えない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	協議した記憶はない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	決定後の話ししか聞かされてないから
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	代理店側の意見が反映されている実感はない（決められたことに従っている感）
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社からの一方通行
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	ポイントの項目は保険会社が独自に決定し、毎年項目を変更してくる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	協議等は一切無く、保険会社の一方的な考えのみでポイント算出方法が決定している
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	常に一方通行で、保険会社に都合の良い項目のみ増えているように感じるから。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社都合で決定されている。ドラレコ等テレマの推進数字が異常なほど高く設定されている。それに届かなかったのでマイナス4ポイントを余儀なくされた。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	ポイントを協議した記憶は一切ない。ポイント制度は代理店経営を考慮し中長期的な制度とすべき。業務品質重視とされているのに、●●社は今年度までテレマティクスに取組まないポイントを強制的に下げるなどして、自分たちの売りたい商品を代理店に強制していた。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	一方的な決定としか思えない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	算定項目やポイント配分については保険会社が一方的に決定している印象。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	評価対象の課題を保険会社に与えられ、代理店はこなすだけ、【協議・合意により】と言われると違和感がある
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社が勝手に決めてこちらに指示してくるから
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の立場があまりにも強く、代理店が意見を言う状況にない

専属代理店	【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？			
-------	---	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の言うとおりにさせられている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	毎年、一方的にポイント制度の内容は決められている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	いつも一方的である
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	意見を言ったところで変わらないでしょう
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	決定事項が事後報告されるのみ
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	一部分意見が反映している	代理店の希望を考慮して決めてもらえるケースもある
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	●●社の委託契約書に協議も合意も一言も書かれていないと思う
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	いつも●●社から一方的に降りてくるイメージ
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一方的に押し付けられている感じがするから
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	協議という言葉にそごうような決まり方ではないと思う
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	手数料改定の案内が来るだけだから
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社からの一方的通告であるため。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社から一方的に提示されているから。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社都合の解釈による、お客様本意の押し付けが、手数料ポイントに反映されている。
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	ポイントの算出方法について説明は受けるが協議や合意をしたことはない
三井住友海上	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	決定事項として案内される
三井住友海上	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の定めたルールに従って算出され、協議する環境がないため。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社は説明不足
三井住友海上	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	聞かれた事がないから
三井住友海上	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社から「数字をやれば何とかする」と言われた翌年に最低のポイントを提示された
三井住友海上	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社の決めた項目が正しいもののなかは不明
日新火災	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ポイント制度の決定時期が遅い
日新火災	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	世の中値上げ、賃上げ風潮なのに代理店手数料に反映していない
日新火災	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	適切な説明が不足している
日新火災	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社により一方的に決定され、反論の余地がない。

乗合代理店		【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？		
-------	--	---	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社本位の業務運営をしない代理店は手数料を下げる、とうやり方が何年も続いている。顧客へのサービスは代理店の規模が影響するわけではない。それぞれの代理店独自のサービスであるはず。サービスの質が悪ければお客様は離れ、良ければ長年継続して加入いただける。無論業務品質の悪い代理店は問題外。当社はもともと創業時から組織化を目指していたので、本音はポイント制度自体必要ないと思っている。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社から一方的に提示されているように感じる。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社が、一方的な通知への同意を強要していることが現実。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	上記指針改正案は、「本来あるべき姿が明文化」されたもの。現実にはそうならないから。この監督指針に対し、各保険会社が代理店手数料ポイント制度の運用についてどのように対応するのか？が問題。代協には、業界団体として、独禁法に抵触しない範囲で何らかの対応を行ってほしいと思う。そのためには、各会員に対して、現場の実態調査（アンケート等・支部を活用）など定期的な情報収集が必要だと思う。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	事実として保険会社と協議したことは一度もない。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	協議なく一方的であり、泣く泣く受けるしかないものを合意と保険会社は云うのであろう。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	基本的には取り組み項目を保険会社側で決めている。また他代理店と比較して検証できないため、自社に対する評価の妥当性について判断できない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	現状ポイント算出方法に関する協議、合意は一切行われておらず、反論があっても聞く耳を持たない。保険会社が一方的に定めた算出方法に基づき、算定・通知されるのみ。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	ポイント算出基準を、お客様の満足度向上に資する観点で設計しているのか疑問であり、設計の考え方など腑に落ちない点がある。例えば、デジタル手続の促進は、法人、個人、年齢等の要素で受け止め方に差異があり、ポイント評価基準の基軸に据えることが全体最適になるのか、疑わしい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	パートナーシップを掲げているわりに様々な手枷足枷を代理店に押し付けては、それが達成出来なければ代理店手数料を下げると脅される。これが保険会社パートナーシップなのか？理解出来ない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	保険会社と代理店の考え方にギャップがあるものの、（ハ）方式廃止への対策を業界として考えないと、保険会社、代理店ともに経営に与える影響が大きいのでは。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	いつも保険会社への不信感がつきまとう
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社から一方的に押し付けられているだけで、代理店の都合や意見など聞く耳を持たない
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	決定事項の伝達のみ、協議も合意もない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	決定してからポイント制度が通知されている。他の代理店と比較しても評価に納得感がない。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	協議の場がなく、決定通知があるのみだから
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	毎年、一方的に代手体系を渡されるだけなので
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	自社の都合と、監督官庁の意向を慮っての都合がほとんどではないか
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社自身が決定した手数料ポイントの査定方法に代理店が異議を唱えることはできない。一旦手数料ポイントが決定すれば代理店は従わざるを得ない。そこに協議も合意も存在しない。一方的な通知でしかない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	年度初めにポイント通知書が一方的に送られてきて、「確認しました」とする旨の受領書の提出まで求められる。これは優越的地位からの圧力です。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	年に一度、代手制度の決定内容が伝えられるのみ、協議されているプロセスの認識がないため
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一方的に取組み内容を強要され、代理店が意見を言う機会は一度もない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	ある日突然手数料ポイント通知書が届き、『受け取りました』と受領書へのサインを強要される。これをメールで送信せよとのこと。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	・保険会社が定めたものであり、代理店の意見は反映されない。 ・チャネル別で運用されている。 ・また、基準代手率も一方的な引下げが行われている。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社の利益最優先、代理店は二の次
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社の都合の良いように決定されていると思う
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	結局はデジタル対応など保険会社の都合に合わせて加点され、ポイント制度は代理店の個々の特性を無視した一方的な押し付け
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	毎度一方的な決定事項として保険会社決定の内容になっている。
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	自社都合の施策を顧客満足とこじつけ押し付けられるが、代理店に納得感がない。双方で目指すビジョンを共有するべき。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	以前はいわゆる契約単位の特代手について説明の上適用されていたが、昨今では様々難くせをつけられ一方的に削減されている。例年のポイント制度について、以前は担当者から説明があったが、最近は資料の受け取り確認だけを求められ「交付した資料を読まない方が悪い」という対応。
損害保険ジャパン	その他	1～3人	協議・合意の認識はない	協議の認識がない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	一方的で、意見を言っても担当者から「本社決定事項」と言って強制される
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ポイント決定前に、保険会社からポイントに関しての話はない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社の一方的です

乗合代理店	【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？		
-------	---	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一部特約（ドラレコなど）に関しては、一方通行的な押し売り販売ノルマ的なポイント体系である。携帯電話も顧客の全てが所持しているとは限らず顧客の実態はそれぞれであり納得感がない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	手数料ポイント制度で理由不明のマイナス評価や、ダイレクト払の振込手数料の負担について説明を求めたが明確な回答はいまだにない
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	認識も何も保険会社から一方的に通知されるのみ
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	現実として手数料ポイント制度は保険会社の専権事項として取り扱われている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	内容も評価ポイントも、保険会社の定めた規定を遂行した結果決定されるのが通常のやり方になっている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	協議も合意もない。一方的に今年はこのポイントで決定と報告を受けるのみ。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	基準代手を含め保険会社のやりたい放題だ。保険料を上げるから手数料率を引き下げると説明される。根拠が不明で納得感がない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	我々代理店に関与の余地はなく、保険会社のみの規定に基づき算定される。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	一方的な基準代手の引下げに憤りを覚える
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	お客様にご面倒をおかけするポイント評価項目があり、顧客本位といえるのか疑問。保険会社本位の手数料体系になっているのではないかと。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	評価項目等、毎年一方的に決定（変更を含む）されている
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社で決まった内容をそのまま説明するのみ
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社が一方的にきめている
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	各保険会社の一方的なスキームによる算出方法
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	一方的に決められる
三井住友海上	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	●●社が顕著だが、会社都合だけでポイント制度を決めている
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	一部分意見が反映している	手数料体系が多少変わったから
三井住友海上	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	損害保険会社の方針を一方的に押し付けられるだけである
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	手数料ポイント算定要領は保険会社が決めて、代理店に伝えている
三井住友海上	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	代理店評価ポイント項目やその評価点基準は一方的に決められている。
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	一部分意見が反映している	算出方法について毎年見直しはされ、一部代理店の意見が反映していると思う。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	●保険会社の推奨する補償、手続き方法などがお客様から支持を得られないものが多々ある。例えばお客様にスマホで手続きしてもらう契約方法の率。この契約方法の割合に従ってポイントが付与される。便利と感じていただけたお客様にはとても良いものだと思うので弊社も推奨している。しかし便利と感じていただけないお客様には代理店に対するクレームの元にならない。これがお客様本意の業務運営と言えるか疑問。 ●保険会社推奨のドライブレコーダーも同じ。ドラレコ自体は良いものなので勧めるべきものだが、取り付けに関して保険会社からのフォローがなく保険会社切り替えなどの際の返却も全て代理店任せ。保険料に組み込んだリースではなく本体は販売にすべきとの声も修理工場などの取り付け業者から上がっている。 ●代理店手数料ポイントの通知が遅すぎる。7月からの手数料ポイントが7月以降に通達されるのは代理店経営に大きく影響がある。いくら仕事なのか不明確で業務をするのは他の業種ではあり得ない。 ●保険専門職のプロ代理店よりディーラーや不動産屋などの兼業代理店の方が好遇されているのも納得できない。 ●そもそも保険代理店は手数料が高いと言われていたがむしろ低いと思う。システム費用、雇用関係の費用、契約手続きに関わる業務以外にも保全に関する業務で発生する費用などコストがかかる。それをわかって欲しい。 ●個人事業で更改だけしているような高齢募集人や個人事業主が集まってしかるべき税金も払わず、社会保険料も潜脱している法人もどきの法人代理店、兼業でやってる事業者と明確に区別して欲しい。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	代理店委託契約については、保険会社から提示された契約書を持参され、こちらは内容に関与することなく、押印のみを求められる形が一般的。協議・合意を経てポイントの算出方法が決定されているという実感はありません。
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	商品改訂の度に基準代手を説明もなく勝手に下げられる。保険会社との信頼関係は希薄になっている。
三井住友海上	企業内代理店	1～3人	協議・合意に基づき決定されている	代理店手数料の算出方法については、損害保険会社からの説明/協議によって同意している
三井住友海上	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	一方的な通知書が送られる形でありどこに対話の余地があるのかかわらない
A I G損保	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	手数料体系は保険会社目線
A I G損保	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	保険会社の都合のみで決定されているのはあきらか
A I G損保	専業代理店	4～9人	一部分意見が反映している	一方的な会社もあるが、様々勘案してくれる会社もある
A I G損保	専業代理店	20人以上	協議・合意に基づき決定されている	そのとおりである
A I G損保	専業代理店	10～19人	協議・合意に基づき決定されている	メーカーの指針、方向性によって手数料が決まるのは当然だと思う。ただその分、メーカーは明確な指針、方向性を代理店に示すべき

乗合代理店	【指針改正】「代理店手数料の算出方法は、代理店委託契約書に基づき、損害保険会社と保険代理店との間の協議・合意により決定されている。」と記載されている。どのように受け止めるか？			
-------	---	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	代理店手数料算出方法	選択理由・意見
A I G 損保	専業代理店	10～19人	わからない	指針にあるように、規模増収による評価を重視している保険会社が多数と感じる。AIG社のように、本来は募集品質に対する評価、協議が必須と感じる。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	保険会社の都合の良いポイント制度だから。仮に、私自身が保険会社の立場であれば、今のポイント制度を主張する。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	説明もなく、合意したこともないので
A I G 損保	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	業務連絡会等での説明はあるが、協議というレベルの話し合いは一部の代理店だけではないと感じる
A I G 損保	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	一方的に通知されているので。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	ポイントの算出方法は保険会社が一方的に決定されているので協議の余地など無い
日新火災	専業代理店	4～9人	協議・合意の認識はない	代理店に求められる業務量とポイント評価のバランスの年次的な推移には不満
日新火災	兼業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社の算定基準を一方的に押し付けてるだけで代理店の意見は反映されてないと感じる
日新火災	その他	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社から一方的に手数料指標が届き説明をされる
日新火災	専業代理店	20人以上	一部分意見が反映している	これまでは主には保険会社の意向をベースにポイントが算出されているが、弊社に関しては意向を聴いて頂いていた部分もあり、今後ますます協議できることを期待したいと考えています。
日新火災	兼業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	現状、ポイント算出において具体的な説明がなされていない。
日新火災	専業代理店	10～19人	協議・合意の認識はない	決定されたことを通知されるだけなので
日新火災	専業代理店	1～3人	協議・合意の認識はない	保険会社の決めた内容で手数料が決まっていると思う。
日新火災	兼業代理店	1～3人	一部分意見が反映している	概ね反映しているが、評価項目の変更・商品手数料率の変更は、一方的なものを感じることもある。
共栄火災	専業代理店	20人以上	協議・合意の認識はない	保険会社から一方的に押し付けられている感がある。保険会社から説明があったが、結論保険会社が決めたことに従ってくださいというような内容で納得できない。

専属代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について『損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。』と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？		
-------	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	業務品質重視か？	選択理由・意見
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	2026年代手の査定方針がそのようになっている
東京海上日動	専業代理店	4～9人	わからない	挙績の少ない代理店からは担当者を無くし、軽視している
東京海上日動	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	当社規模では品質をいくら上げようとも、基礎ポイントは最下限のまま
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	業務品質を重視している	保険会社から何度もそのように説明を受ける
東京海上日動	専業代理店	4～9人	業務品質を重視している	業務品質が代手P制度に反映している
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	業務品質を重視している	増収に偏ってはいない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	しかし業務が多忙になった
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	挙績より品質を重視していると感じる
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	業界としても規模・収益重視から業務品質、お客様起点の業務運営にシフトしていることを会社方針、日頃の業務運営を通じて感じるため。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	しかし実際に運用が開始されない限り、判断がつかない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	収保によるポイント格差が縮小している
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	代理店認定制度改定とあわせて代理店手数料ポイントも大きな変更が予定されている
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	代理店品質評価制度を踏まえ業務品質、ガバナンス強化に重点を置いている
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	品質を重視している方向と感じるが、保険会社が一方的に手間取る業務を代理店に求められ、代理店の業務は生産性が落ちている
東京海上日動	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	今でも増収が大事だと考えている節がある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	大規模代理店に付度している
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	お客様本位の業務品質であれば良いと思います
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	業務品質については、徹底した研修等があるため。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	時代背景や取り巻く業界の課題等を勘案した改定になっていると感じるから。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	代理店制度の変革を感じるので
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	評価項目に変更があった
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	営業現場でも募集プロセスを重視し、誤った手続き等についてチェック等を厳しくしている
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	業務品質も重要だと思いますが規模、増収の要因も残されている
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	百歩譲って、仮に保険会社が「業務品質」を重視しているとしても、保険会社の言う「業務品質」は、世間で言う「業務品質」とはかけ離れたものだと感じる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	一定の規模がないと業務品質が保てない内容だと感じる。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	業務品質と言いつつも増収が求められていると感じる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	今年度評価のポイント制度において全体的に規模や増収率のウェイトが低下して、品質に関連しそうな項目のウェイトが増したから
東京海上日動	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	代理店内での行動・指針の発信から感じます。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	そのように説明を受ける。しかし営業担当者のレベルの個人差を昨今強く感じる。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	一人でやっていて事務ミスもなく優秀と言われるが、複数人いないという理由でポイントを下げられる。大型代理店優位のままだ。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	紙ベースでその姿勢は感じるが、実態は大型代理店との待遇の差を強く感じる。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	わからない	保険会社からは何の連絡も無いので解らない。もっと代理店と会社が密にならないと、廃業が増えこの業界は衰退していくと思う
東京海上日動	専業代理店	1～3人	わからない	保険会社は代理店の存在を無視して、自らが目指す未来に向かっている
東京海上日動	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	遠方の元社員が経営する大型代理店への転職を勧められる
東京海上日動	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	基本的に営利企業なので規模の大きい代理店への付度はなくならない。小規模代理店には関わらず、法令違反の指摘理由を探している
東京海上日動	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	規模・増収重視の印象は変わらない
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	業務品質の項目のポイントは増えてるように見えるが、法人化と募集人3名以上でないと、業務品質の指標が良くてもポイントがつかない。規模によるポイント配分もまだまだかなり差が生じる。担当者から来年度には法人化しないと代理店委託契約を解除すると言われた。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	コンプライアンス項目が増えた

専属代理店

【指針改正】代理店手数料の算出方法について『損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。』と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	業務品質重視か？	選択理由・意見
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	事務指標のウェイトが大きくなった
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	実際に重視しているから
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収していても前年度より手数料ポイントが下がるケースがあり、増収重視とは言えない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収部分のポイント比率が少なくなっている
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	そのように保険会社から説明があった。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	業務品質で獲得できるポイントが少ない。項目は多岐にわたるが。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	いきなりは変えずにバランスを考えているらしいが、基本姿勢に問題を感じる。その過程で何らかの協議と合意が必要。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	ポイント制度の中に業務品質に関する項目が増えた
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	姿勢は感じるが現場の意見を聞き入れているとは思えない。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	手数料ポイントの決定項目に業務品質が多く含まれているが、保険会社目線。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	保険会社からは品質の話が多く増収の話がない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	品質だけでも駄目、規模だけでも駄目だが、規模に関する優遇はある程度必要と思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	手数料ポイント評価項目が品質重視になりつつある
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	2026年度のポイント制度は考え方が変更されている。しかし規模・増収のポイントを下げ過ぎ
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	ポイント配分が変わったため
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	業務への負担は感じるが、必要な事だと思う
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収してもポイントにほとんど反映しなくなった
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	わからない	保険会社が、品質改善しているとは思えない。旧態依然として上位下達のまま
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	増収を奨励する雰囲気はそのまま
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	業務品質を重視している	手数料体系が年々そうに変化している
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	しかしデジタルリテラシーの弱者を切り捨てて内容になっている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	収保ポイントの比率が下がり品質項目数が年々増えている。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	獲得ポイントに対する増収の影響は低下した。一方で業務品質の名のもとに設定された納得感の無い項目でマイナス評価されることに憤りを感じる。テレマティクスが未接続だと評価されないのがポイント獲得しにくい環境になっている。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	わからない	保険会社が考えている業務品質の根拠がわからない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	保険会社が数字を追わなくなったことで、引受が非常に厳しくなっている。長く無事故だった顧客にたまたま事故が重なると、とたんに免責の設定や高額な割増保険料を要求し契約を謝絶する。増収が保険会社社員の評価に影響しないので、契約の存続に社員は全く無関心。代理店にとっては弊害だと感じる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収をベースとしたポイント配分では無くなっている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収より業務品質のポイントを高くしている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	わからない	大型代理店にも同様の業務品質基準を求めているのだろうか。未だに数字付度があり考慮されているのでは。そもそも業務品質の考え方について保険会社と代理店ではギャップが存在する。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	代理店では解決できない顧客の責任で生じた不備が、代理店の不備として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	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	代理店・募集人が発揮する、保険の知識や、顧客本位につながる業務品質で評価して欲しい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	規模による手数料区分を細分化しすぎ
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	180° 転換したのでわかりやすい
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	各社とも業績の評価ウエイトが低下している
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	手数料ポイントにおける評価ウエイトの配分がそうになっている
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	保険会社の業務内容が変わってきた
三井住友海上	専業代理店	4～9人	わからない	未だお客様重視の業務運営ではない
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	わからない	保険会社からの具体的な説明は現時点では無し
三井住友海上	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	まだ品質重視は、言葉だけと感じる

専属代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について『損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。』と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？			
-------	--	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	業務品質重視か？	選択理由・意見
三井住友海上	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	手数料のランクが収入保険料で分かれている
三井住友海上	専業代理店	4～9人	業務品質を重視している	保険料テーブルのポイントが減り、CSVのポイントが上がっている。ただし、減ったポイントと増えたポイントを足しても総合的には減っている。よって、手数料を意図的に下げているように思える
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	最近やたらと研修や監査が多くなった
三井住友海上	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社が何を目標しているか理解できない
三井住友海上	専業代理店	10～19人	わからない	例えば、デジタル手続き率がポイント化され、これが業務品質（顧客本位）重視と言えるか疑問だから。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	増減収のポイント割合が以前より小さくなった
三井住友海上	専業代理店	1～3人	わからない	保険会社からの説明が無いのでわからない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	増収率が影響する
三井住友海上	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	建前は品質と言っているが、本音は増収したいのでは
日新火災	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	規模・増収のポイント評価はあるが、業務品質が低いとポイントの下がり幅が大きい。
日新火災	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	自己点検などの業務が煩雑化している
日新火災	専業代理店	1～3人	業務品質を重視している	業務品質をよく問われるようになった
日新火災	専業代理店	1～3人	業務品質を重視している	日新火災は以前から業務品質重視のポイント制である
共栄火災	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	規模、増収のほか会社が数値目標を設定しその項目の達成率のキャンペーンを実施しようとしている

乗合代理店

【指針改正】代理店手数料の算出方法について『損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。』と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	業務品質重視か？	選択理由・意見
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	業務品質項目の中に、必ずしも代理店の業務品質アップにつながらない項目が含まれている
東京海上日動	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	2025年度は乗り合いが影響し過去最低のポイントとなったが、2026年度の評価体系では業務品質重視となりつつあるため、ポイントが上昇する
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	2027年度適用から変更されるとは聞くが、現状の保険会社の品質は保険会社都合である以前の種別代手の方がまだまし
東京海上日動	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	規模増収の比率は下げているが、規模増収の上下格差はあまり縮まっていない。業務品質についても全く顧客本位と思えない項目が散見される。保険募集の対価である手数料は募集に関し成約しなかったケースも含めコストは生じている。規模増収に関わらず最低限70P相当の手料は確保されるべきと考える。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	規模増収率の項目は無くすべきと考えており、保険会社に意見もしている。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	保険会社は営利企業なので規模・増収を迫わざるを得ない。また、保険料値上げの一方で、代理店手数料率の引き下げや、特代手の廃止等に取組み、代手ファンド（付加率）の引下げに懸命である。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	わからない	「業務品質」を保険会社の事務効率化と勘違いしている
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	とはいえ、増収増益している代理店を蔑ろにする保険会社の姿勢には我慢できない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	代手体系に業務品質の項目があり、比重も高い。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	ポイント制度に設定される取り組み項目に変化がある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	しかし保険会社により温度差がかなりある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	ポイント評価項目の中で、業務品質の名のもとに「〇〇品質」と言いつつも、本質を逸脱しないように監視をして欲しい。真に顧客本位に資する品質であるべき。「規模・増収」のポイントウエイトもまだ大きい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	保険会社への不信任感が拭えない
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	依然として収保による格差が大きい
東京海上日動	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	結局、保険会社が求める業務品質を整えるには法人としてある程度の規模が必要となり、小規模代理店には無理がある。保険会社は大規模代理店を求めているというのが現実。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	小規模代理店を排除しようとする圧力が強い。実質、最低賃金を下回るレベルであっても、気にも留めずポイント評価を下げようとしている
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	わからない	業務品質項目は保険会社都合が多数。お客様の代理店評価（品質）を反映する項目を増やすべき
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	大規模代理店や増収している代理店が、明らかに手数料ポイントが高い
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	小規模代理店に廃業を迫っていると聞く。現在の手数料体系では業績のウエイトが大きく、小規模代理店がいくら品質を向上させてもポイントは上がらない。業務品質の項目をみても大規模代理店を想定した項目が多く、小規模代理店には困難な項目がある。例えばアンケートの総数が50件以上を前提とした評価など。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	表向きは規模増収は追わないとしているが、本音は、中小代理店は維持コストがかかるので直資代理店へ合流させる圧力が強い
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	わからない	中小の代理店だと余程大きく増収しなければ増収ポイントに影響しない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	業務品質を重視している	業務品質項目が確かに多くなったが、それは代理店との協議ではなく監督官庁の指導に基づく
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	今回は少量多種の評価項目を代手体系に組み込んだ。保険会社として積極的に行っているとは思えないが
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	各社とも評価項目を変更している。但し、「契約者目線ではなく会社目線」と思われるものもあり、十分とは言えない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	金融庁からやれと言われたことを忠実にやっているだけで、代理店の意見は全く反映されていない
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	一部の保険会社は、規模・増収を重視し続けている
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	これまで規模・増収一辺倒だったものを、品質に光を当てただけまだまとも
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	評価項目が変動しても、結果的に規模、増収が無ければ手数料は増えないので、実質的には手数料減
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	姿勢は感じるが、各社都合に理由を付けて顧客満足に結びつけようとしているように思われる。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	業務品質と言いながら、実は会社貢献を迫る内容が多い
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	規模のポイントが圧縮されたから
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	ポイントを決める内容をみて
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	未だ代手Pのベースとなる規模のウエイトが高い
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	業務品質を重視している	業務品質項目のウエイトが増えているため
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	昨年度くらいから各社に品質重視の傾向が見られる
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	業務品質を重視している	保険会社都合の業務品質には辟易とする。ガキの使いじゃあるまいし。大の大人の営業マンがドラレコやスマホ手続きやら。顧客本位の本質をついた品質とは到底思えない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	ドラレコやデジタル手続等、保険会社が誘導したい方向にポイントを積み増しし、そのことが真の顧客本位の業務運営につながるのか疑問が残る。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	全く手のひらを返したように数字のことは言わなくなった

乗合代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について『損害保険会社による評価項目としては、「規模・増収」に偏ることなく、「業務品質」を重視しているか。』と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？		
-------	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	業務品質重視か？	選択理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	品質の項目が増えている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	やらされ感で取組む項目が増えた
三井住友海上	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	代手算出に自動車挙績が1000万以上を条件とする保険会社があった。収保による足切りがあることが疑問
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	品質の中にも規模の影響が大きい
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	保険会社目線の品質項目だと感じます。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	現に品質評価と挙績評価では、挙績評価の配分が高いから。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	当年度手数料から評価項目がかなり変更されている（が、まだシェア重視である）
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	業務品質評価といいつつも保険会社の営業推進に偏っており、代理店（お客様）の考え方との間に大きな乖離がある。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	代理店の規模が一定以上でなければポイントが上がらない傾向が強く、「業務品質」よりも「規模・増収」に重きが置かれていると感じています。実態としては依然として規模偏重の評価体系が続いている印象です。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	保険代理店の業務品質とは、しっかりとした資格、知識を持った募集人が、確実に契約者の意向に沿った商品提案をし、納得いただけた結果が契約に繋がる。それが品質だと思う。 保険会社の言う品質は、自社のマイページ登録や保険会社と契約者が直接繋がるLINEのようなシステムを推進する事。将来的に個人の自動車保険や火災保険契約から代理店を排除するためとしか考えられない。 適切な契約をして適切な対応をし、万一の時に保険で契約者を救う。損害保険の本質だと思うが、今保険会社はあまりにも保険収益にこだわりすぎている。10年間無事故で初めて事故があったお客様にも「この特約を外せ」など保険会社本位、保険会社都合が過ぎると感じる。お客様に直接対応するのは代理店。もう少し代理店、お客様が納得出来る根拠、説明が必要である。 品質品質と言っているが、その品質がお客様の利益やサービス向上に繋がっているのか？と思う項目が多すぎる。
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	姿勢は感じる。規模を重視しないのであれば保険会社ごとに手数料ポイントの差が小さくなることを期待する
三井住友海上	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	たった20～30ポイント分しかないのに品質重視だと主張していることがおかしいと思う
三井住友海上	企業内代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	保険料の対前年度比に関する評価ウェイトが大きい
AIG損保	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	保険会社によるが、やり方を変えただけで、代理店の規模拡大や増収志向を変えるつもりはないように思える。
AIG損保	専業代理店	4～9人	規模・増収に偏っている	代理店の意見は何も言えない
AIG損保	専業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	外部環境の変化に基づく変更
AIG損保	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	具体的な内容はこれから示される。期待はしている。
AIG損保	専業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	乗合代理店における各保険会社の手数料体系は、それぞれの会社の収保毎の評価となっている。品質を重視するのであれば、各社とも全社分の収保で評価すべき。 代理店業務品質を確保するためには一定の収保が必要とする、各社の主張と矛盾が無いように判断の仕方も変えてもらいたい。
AIG損保	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社が言う業務品質とは自社の業務効率や自社都合が多く、顧客利益に資するものとなっていないため
AIG損保	専業代理店	10～19人	業務品質を重視している	品質を重視するのは当然だと考えます
AIG損保	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	一方、現状は何を以って品質とするのかが不明瞭
AIG損保	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	営利目的の企業であり、その様な評価に感じられる
AIG損保	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	まずは規模あった上での、業務品質基準となっている
AIG損保	専業代理店	1～3人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	次年度手数料体系では、評価項目が変化している
日新火災	専業代理店	4～9人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	幹事社は、元々業務品質重視の手数料体系であったが、他損保もようやく規模から業務品質へ重点を変更する方向性が見られた。
日新火災	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	現在弊社は特別に保険代理店全体の収保で評価してもらっているが、制度そのものは個社ごとの取引保険料により手数料が算出される傾向が強い。保険会社、代理店ともに顧客サービスの向上を目指すのであれば、規模や品質は保険代理店という一つの会社（全社収保・共通品質）として評価されることが望ましい。保険代理店の顧客本位の業務運営がより加速化し、結果として保険会社は商品開発・サービス力の向上につながると思う。
日新火災	その他	20人以上	規模・増収に偏っている	小規模代理店を整理対象としている
日新火災	兼業代理店	20人以上	品質へ変えようとする姿勢を感じる	増収や収保より業務品質に関わる項目の方が圧倒的にポイントが大きいので
日新火災	兼業代理店	10～19人	規模・増収に偏っている	代理店の業務品質向上と言いつつ、保険会社の効率化を図っているとはしか見えない。
日新火災	専業代理店	10～19人	品質へ変えようとする姿勢を感じる	日新火災の体系は正にそのようになっているので
日新火災	専業代理店	1～3人	規模・増収に偏っている	規模による格差があり、増収しなければ、ポイントが上がらない
共栄火災	専業代理店	20人以上	規模・増収に偏っている	形式的に「業務品質」を重視していると言っているだけに感じる

専属代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について「業務品質評価の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に資するものとなっているか。」と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？		
-------	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	評価指標に納得感はあるか？	選択理由・意見
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	代理店のキャッシュレス化、お客様ご自身による契約方法等を推進する、体系になっている
東京海上日動	専業代理店	4～9人	バランスに納得している	業務品質向上につながる代手制度だと考えます。
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	バランスに納得している	品質を重視する経営を評価するように整備されている。
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	一方的で納得感がない
東京海上日動	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社都合で、代理店に押し付けている印象
東京海上日動	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の方針に則って作られている 顧客の事を考えていない
東京海上日動	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社ファーストであり顧客ファーストになっていない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	お客様起点のサービスといいながら、保険会社の効率化につなげようとする印象が拭えない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	ガイドラインは低くなったものの、らくらく手続きカバー率が判定項目にある。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	設定されている項目に大きな違和感はないものの、水準（テーブル）については過度に高い水準を設定する必要はないと考える
東京海上日動	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	保険会社の事務効率化の指標も含まれていると思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	バランスに納得している	CX向上を意識した取組みとなっている
東京海上日動	専業代理店	20人以上	バランスに納得している	全体最適を勘案された内容と思料する
東京海上日動	専業代理店	20人以上	バランスに納得している	文章を読む限りでは、大きな違和感を感じない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	現場感覚から見て業務品質の向上につながるのかな？と感じることが多々ある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	一部お客様目線から外れる指標がある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	代理店の業務が増え通常業務に集中できない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社や他代理店の不祥事により、様々な規制が増えている。全く納得はしていない。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	デジタル系の指標全般についてお客様のためと考えることもあるが、比重を考えると保険会社の業務効率化の方が重視されているように感じる。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	多岐にわたり 代理店への業務移行が多いと実感している。また保険会社も同じように認識していると思われる。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	変革に様々な理由により時間を要するお客様がいるため難しいと感じる部分がある。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	web証券化の推進は保険会社の都合しかない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客が望まない、または顧客が嫌がる指標が多く混じっているばかりか、事務効率化といいながら、実態としては事務非効率化となってしまう指標も散見される
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客サービスに関係がない指標が入っている
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	指標ありきの仕事と感じる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店の仕事量が増えている。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社に言われるがまま
東京海上日動	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	ファイル、対応記録などは以前から問題ないが、保険会社の処理に対する記録まで代理店が管理するのは違う気がする。それはフィーの範囲外だろう。しかもレスポンスが悪すぎて、こちらが管理しないと進まない。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	Webでの質疑応答に関して回答項目の少なさ、検索ヒット率の悪さ、代理店への非開示情報の多さ、また個別メールによる質問に対する支社からの回答の遅さに困っている。DXは顧客を置き去りにした保険会社だけの事務効率化にすぎない。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	デスクで仕事する時間が少ないのに、慣れないPC入力やシステム使用を勧めるため、タイムリーな問題解決が出来ない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	そもそも保険会社が契約者の方向を見ていない
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社が事務効率化した結果、顧客サービスが低下している。支社への電話は禁止され、メールでの問い合わせを強いられる。メールの回答は翌日になることが多い。顧客への回答が遅くなりサービスが低下している。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の事務効率化が第一でその一端を代理店経由で顧客に押し付けている
東京海上日動	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の事務効率化の指標が多すぎて納得感がないから
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	保険会社都合で使ってほしいシステムに関する指標が多い
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	効率化を契約者の為とすり替えている印象がある
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	指標で設定される水準が適切な範囲を超えるものがある

専属代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について「業務品質評価の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に資するものとなっているか。」と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？		
-------	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	評価指標に納得感はあるか？	選択理由・意見
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客サービスの向上に資する内容についての評価ではなく、保険会社のコストダウンに体よく「品質」という言葉が使われているだけ。ペーパーレスやキャッシュレスはコスト減少分を保険料に還元すべき。未だに全保険会社は顧客の方向を見ていない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店にとっての効率化はどうなっているのか疑問
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店事務担当者、募集人の作業が増加しコストも掛かってきたと感じる
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社都合で決められている印象が強い
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	項目の内容は理解できるが、それに伴う代理店のコスト、人材に関して配慮が全くない
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	急速に保険会社の事務効率を図っている感が否めない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客にとってのサービス向上ではなく、保険会社の事務効率化重視としか思えないため
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	至急案件を相談する場がない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店（現場の意見）の意見を聞いていない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の一方的な押付け
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社への連絡方法が担当者の携帯のみに変更になっている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社が効率化を推進している項目の中に代理店業務の阻害要因となる項目が含まれる
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	法律順守は当たり前だが保険会社の都合が多すぎる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	代理店の事務の効率化になっていない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	自動車保険のテレマ販売が本当に顧客サービス向上になっているかは疑問
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	わからない	事務を効率化をしようとしているとは思えないし、顧客サービスの向上を考えているとも思えない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社が効率化を求めて営業担当社員や、代理店・募集人を削減したら、保険会社では継承や教育が不足し社員の質は下がり、代理店も競争原理が働かずに質が下がると思う。競争原理の中で顧客本位の業務運営を求めたほうがサービス向上やコンプライアンスの遵守に繋がると思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	事務効率化を求めることで、顧客に迷惑かける事もあると思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	真に顧客が求めている事とずれている気がする。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	何もかも省略し過ぎ、QRコードで案内し過ぎ。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	急激にCSVIにシフトしており、高齢者がついてこれなくても評価の対象にしているところが納得しづらい
三井住友海上	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客の多様性を、尊重していない気がする
三井住友海上	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客へのサービスになっていない部分がある
三井住友海上	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店側で完結させるシステムが増えてるが、簡易なシステムでの処理や、サポートが不十分であり、業務を丸投げされた感があります。
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	DX関連指標について戸惑うお客様、募集人がいる
三井住友海上	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	すべての顧客に画一的なサービス提供を求められるが、返って代理店の事務効率率が低下し、お客さまにもご不便をお掛けしている
三井住友海上	専業代理店	10～19人	やや事務効率化の指標が多い	支社への問合せが簡単にできなくなっている
三井住友海上	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店業務量と手数料が見合っていない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	わからない	事務指標を何もしなかったら、最低ポイントになった
三井住友海上	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	小さい代理店は負担が大きい。高齢者は紙ベースを望んでる方もおられるのにパソコンでの完結を強要されている
三井住友海上	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社本位の指標が多い
日新火災	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	顧客サービス向上というより保険会社都合の印象が強い。
日新火災	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	支社に直接連絡して質問にくい
日新火災	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	自動車継続率、早期更改率は保険会社都合
日新火災	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	明らかに面倒なことは代理店に割り振る経営を行っている
共栄火災	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	お客様の希望ではなく、保険会社が作成したシステムを無理やり消化するように目標を立てている

乗合代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について「業務品質評価の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に資するものとなっているか。」と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？			
-------	--	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	評価指標に納得感はあるか？	選択理由・意見
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	Web更新などは、望まない顧客が多い
東京海上日動	専業代理店	4～9人	バランスに納得している	web証券などは削除されたが、タブレットやオンラインでの手続きはまだ残されている。ドラレコも含め、頑張った代理店にボーナスポイントを付与するのであれば納得感があるが、そもそも100を下回るポイントのさらに減らされるというイメージになっている。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	デジタル手続を、ポイント評価基準の基軸に据えている点。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	客観的な指標で測ることを考えるとやむを得ない気がする
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社からは「保険会社の事務効率推進」、「顧客にとってのサービス向上」の両面を求められる。実現のための作業が代理店へ転嫁され、代理店の負担が増大している。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	5-6年前からの流れのまま。事務ロードを顧客や代理店に転嫁しているだけ
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	お客さま目線になっているとは思えない。保険会社側の効率化の推進に重きを置き、結果として代理店の業務とコストが発生している。
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	代理店担当者をおかない、または架電不可、問合せはメールのみとする保険会社がある。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	ドラレコ等、保険と全く関係ないものまで指標に入っている
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	Mサバを発足させたが機能してない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	そもそも保険会社が悪いのに、それを全て代理店の責任にすり替えたこの手法は断じて許せない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	デジタル化、早期更改は保険会社都合。ドラレコ付帯など最たるもの。顧客にとってのサービス向上というなら一律でなく、個々の顧客のニーズに合わせるべき。デジタルがいいという顧客もいれば、デジタルだと苦手と感じる顧客もいる。満期までじっくり他社比較してから申し込みたいという顧客もいれば、手続きを早々に済ませたい顧客もいる。サービスの向上というならば様々なニーズに合わせた対応が出来ているかを評価すべきではないか。高額で低品質なドラレコなど申し訳なく勧められない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	一部の代理店の行き過ぎた行為と、保険会社の責めに帰すべき一連の不祥事・不適切な行為に過剰反応しているように見える。それが本当に顧客にとって利益となるのか不透明。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	記載のとおり。また、保険会社の代理店システム改善の必要性も強く感じる。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の事務効率に関わる項目を、手数料ポイント制度に織り込んでいる
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	毎年、取組項目に変更が行われる。仕事は真面目にやっているが指標に追いつかない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	問題点に対して、改善を望んでも意見を反映しようという姿勢は全く見受けられない
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	顧客サービスと言いつつ会社都合を押し付ける指標が散見される
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社都合の項目・基準になっている。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	会社都合の取組みを強制し、実現に向けた業務コストを代理店に負担させているとしか思えない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	メールアドレスの取得率を評価項目としたり、早期更新が満期日前28日（継続率アップに有効な保険会社目線）とすることなど顧客目線と言い切れないものを判断基準にしている。また募集人数規模を取り入れる理由を顧客目線とすることについて一方的と感じる。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	毎年対象となる指標が変わるのは、保険会社の事務効率化が目的であることに他ならない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	お客様に選択権がないに等しいのはおかしい。良いものであればポイントに反映させなくてもうれるはず
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	もっと優れたオンラインシステムであれば三方良しとなるが、現状は手間と時間がかかるだけ。良いものを作ってからリリースすべき。シミュレーションは直資代理店を利用して欲しい。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	業務品質評価は顧客サービスや事故対応が考慮されていない
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の営業事務経験者が、かつて保険会社にはいた頃と同じ仕事を代理店で行っているとのこと。保険会社は代理店に事務代行手数料を別途支払うべき。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	DX推進に求められる数値が高過ぎる
三井住友海上	専業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	証券発行義務は保険会社にあるはずだが、履行保証や海旅などは代理店での証券発行が当然と考えられている
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客にとってのサービス向上と説明するが抽象的で納得感がない
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店の意見を聞くという姿勢がない
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の効率化が目的であり、お客様本位の姿勢は見られない
三井住友海上	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	そのままである。ペーパーレスなど保険会社の都合のKPIが多い
三井住友海上	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	「早期更改」については、お客さまと早期に接点を持つという点で理解できる部分もありますが、評価指標の中には「eco証券」「eco約款」「お客さま専用ページのログイン率」など、顧客側の利用行動に依存する項目も含まれており、これらによってポイントが左右されるのは「顧客本位」というより、保険会社側の効率化を目的とした「保険会社本位」の評価であると感じます。
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	デジタル手続、WEB証券、クレジットカードなど大半は保険会社都合

乗合代理店	【指針改正】代理店手数料の算出方法について「業務品質評価の具体的な指標について、損害保険会社の事務効率化にとどまらず、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に資するものとなっているか。」と記載されています。この点についてどのようにお考えですか？
-------	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	評価指標に納得感はあるか？	選択理由・意見
三井住友海上	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	弊社は2016年保険業法改正のタイミングでDXに前向きに取り組む事で代理店価値の向上、差別化ができると考え人とシステムに投資してきた。全社員が顧客対応履歴の記録可能な顧客管理システムを導入し、現在は、ISO取得、プライバシーマークの取得を進めている。サイバーセキュリティにも多額のコストを投じている。これらは代理店経営上当然の事であるが、対応が疎かなままの代理店も数多く存在している。今後はすべての代理店が正当に評価されることを期待する。
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社が事務効率化を推進する結果、代理店に事務ロードや経費が転嫁されている。それらを勘案すると実質的な代理店手数料は、平均10%～12%ではないか。事務効率化指標をシンプルにすることと事務経費負担割合について委託契約書の見直しが必要だと思う。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	ペーパーレス契約の推進など。
三井住友海上	企業内代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	例えばweb約款等を推進しているが、それらは必ずしも顧客満足向上にはつながらない
A I G 損保	専業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	そのままです。顧客に必要なかどうかわからない項目も多い。
A I G 損保	専業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	逆に代理店の業務が煩雑で効率が損なわれている
A I G 損保	兼業代理店	4～9人	事務効率化の指標が多すぎる	顧客の意向を無視していると思う。
A I G 損保	専業代理店	20人以上	やや事務効率化の指標が多い	保険会社がエンドユーザーと直接対面せず机上で考えた指標
A I G 損保	専業代理店	10～19人	わからない	まだこれから大きく変わってくる可能性があるため、今のところは判断できない
A I G 損保	専業代理店	10～19人	わからない	経済活動を行う以上、効率化は必須。ただし、それだけをみたのでは顧客サービスという本質を見失うので注意が必要
A I G 損保	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店が、インフラ整備や、人材確保により、効率化を図ろうとしても、その財源確保のための価格転換が出来ない。代理店は、保険商品の手数料商売なので、一般の企業のような価格転換が出来ない。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	代理店が考える業務品質は様々、保険会社が画一的な基準を設けることに無理がある
A I G 損保	専業代理店	1～3人	やや事務効率化の指標が多い	保険会社の自己都合による指標が多い
A I G 損保	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社はDX化等で省力化を推進していると唱えているが、代理店が実務においてその業務をこなしているだけ。しかもすべての保険商品で対応可能ではなく、求められる指標に代理店が対応するだけのリソースや情報が提供されていない
A I G 損保	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	業務品質の定義が保険会社の一方的な考えに拠っている。
日新火災	専業代理店	4～9人	やや事務効率化の指標が多い	代理店の自立化という名目で、パートナーとして保険会社との意見交換（コミュニケーション）が大いに不足する事象が今の保険会社で見られる。顧客に対して代理店と保険会社がともにサービス向上に努める環境づくりの必要性を感じている。
日新火災	兼業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	お客様のニーズは千差万別であり、それをひとつの定義で括ってしまうのは保険会社の傲慢だと感じる
日新火災	その他	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	社員ができない、苦手な業務が指標に入っている
日新火災	専業代理店	10～19人	事務効率化の指標が多すぎる	真に顧客利益を追求しているとは思えない項目が多いから
共栄火災	専業代理店	20人以上	事務効率化の指標が多すぎる	保険会社の事務効率化だけを重視しているように感じる。
共栄火災	専業代理店	1～3人	事務効率化の指標が多すぎる	●●社に顧客を守る姿勢がない

専属代理店	【指針改正】顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目で、評価してもらいたい指標		
-------	--	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目・理由
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	お客様の声アンケートの満足度をポイントとして評価して欲しい
東京海上日動	専業代理店	4～9人	早期更新、マイページ登録率
東京海上日動	専業代理店	4～9人	損害率が安定し、保険会社に保険引受利益を多く計上する代理店には相応の手数料を支払うべき
東京海上日動	専業代理店	20人以上	お客様が代理店を評価するアンケート結果が妥当
東京海上日動	専業代理店	20人以上	火新損害対応力（顧客満足度向上につながる客観指標を検討する）
東京海上日動	専業代理店	20人以上	顧客の年齢、世帯まるごと取引状況（親子孫三世取引 等）
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事故対応に対する顧客満足度
東京海上日動	専業代理店	20人以上	事故対応力 情報提供力
東京海上日動	専業代理店	20人以上	数字で見えない行動の部分（面談数、提案数など）
東京海上日動	専業代理店	20人以上	対応履歴入力件数、お客様の属性情報取得数（携帯電話以外の項目で）など。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	代理店で進捗をタイムリーに確認できる項目で評価してもらいたい。保険会社に聞かないとわからない指標や、契約移管等によって正しく反映しないケースも多くある為、指標の定義・根拠が不明瞭では公平性が確保されない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	定量的に表すことは非常に難しいと感じる（B to Cとは限らないので）
東京海上日動	専業代理店	10～19人	NPS(指標として一番シンプルでお客様にとっても負担が少ないので)
東京海上日動	専業代理店	10～19人	長期継続契約者の割合、提案により補償範囲が拡大した契約の割合
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社ではなくお客様が代理店を評価する仕組みが欲しい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社都合の指標で代理店・募集人を評価するのはやめて欲しい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	事故対応力
東京海上日動	専業代理店	10～19人	損害時の対応についてのNPSアンケート評価。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	長期継続契約者の割合等（これは代理店、募集人を評価する上で重要だと思う）
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社による評価ではなく、お客様による評価指標を入れて欲しい
東京海上日動	専業代理店	1～3人	NPSアンケートの内容、継続率、損害率
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	小規模代理店が顧客サービスを頑張っても評価されていない。大きい代理店だけが評価されている。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	早期更新、対話時間記録
東京海上日動	専業代理店	1～3人	地域での信頼度や社会貢献度。 保険啓発や相談件数、継続契約件数など
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	お客様アンケートの項目を考えるべき。現行のアンケートでは、お客様が評価するべき質問になっていない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	更改率
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	契約継続率
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	事故対応力
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	お客様の声の定量評価
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	継続率、ネットでしか出来ないアンケートで不満をとればマイナスポイントになるのはおかしい。はがきのアンケートも用意すべき。一番わかりやすい指標は継続率。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	①継続率や新規獲得率（継続していただけるという点で一定の信頼と満足度を得ている、紹介で増えた新規は紹介に至るくらい満足度が高い） ②苦情率（件数ではなく、率。一定の数は新規を受ければ、やむを得ない。現在のアンケート回答率や、満足度などを評価基準にするのは妥当ではない。国民性として、良かった事をわざわざ伝える人は少数派であり、アンケートの回答にメリット（飲食店なら次回の割引券や、ポイントなど何かおまけが多い）が無ければその作業すら煩わしいと考えている。そうなると、正当に良い反応を集めることが難しい環境となり、代理店が不正を働くリスクが高まる。もしくは「満足で回答してください」とお願いするような形になり、本来のアンケートの趣旨から外れたものになりかねない。）
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	保険会社が行うアンケート結果を指標とするべきではない。募集人の意図がアンケート結果に影響を及ぼしている。事故処理や事故防止等、代理店規模の大小に関わらず、どのような取組をしているかを評価してほしい。なかなか定量的に評価することは難しいが、例えば継続率、新規契約比率、事故時契約者面談率、防災・減災提案件数など色々と指標はある。保険会社と代理店が何らかの協議を経て決定してもらいたい。自己点検チェックシートは全ての代理店を対象とした体制整備状況を見るので、顧客本位のレベルを評価するものではない。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	継続率:顧客との関係性がわかる

専属代理店		【指針改正】顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目で、評価してもらいたい指標	
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目・理由
三井住友海上	専業代理店	4～9人	商売として仕事をしてる為 お客様に喜ばれ選ばれ信頼されてこそ保険料をいただけるので顧客本位の業務運営などと今頃言われてもって感じです。今まで保険会社は顧客の為に業務運営されてなかったのでしょうか。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	募集人の資格によって、手数料率が変わるのが、正当だと思う
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	お客さまの声収集状況やリスクマネジメント提案状況、業務研修や監査の実施状況、加えて保険業務へのシステム投資状況等
三井住友海上	専業代理店	1～3人	生保中心の代理店のため乗り合いをすれば良かったのかもしれない
共栄火災	専業代理店	1～3人	顧客のサービス向上に対して定量で表せるものでない

乗合代理店

【指針改正】顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目で、評価してもらいたい指標

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目・理由
東京海上日動	専業代理店	4～9人	お客様の声における高評価の数。
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	商品内容の説明や事故時のアドバイス、各種の電話対応などのスキルを資格などで見える化したもの
東京海上日動	専業代理店	20人以上	・そもそも「ポイント制による評価制度」そのものが、既に破綻している。いろいろな矛盾に対応できない。保険会社本位になる。 ・手数料を評価ポイントにリンクさせるやり方は、複雑になりすぎ、ポイントに追い回される、ポイント差が大きすぎる、規模増収を入れたがり、事務効率を求め、保険会社本位になる。 ・新しい「手数料制度」を一から考え直す時期ではないでしょうか。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	お客様の声で「お客さまが次もこの代理店でサービスを受けたい」、「知り合いに紹介したい」と回答する件数、割合。
東京海上日動	その他	20人以上	お客様の満足度を定量評価できる手法があれば導入すべき
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	顧客アンケートの結果だと思うが、保険会社に対する評価と切り分けが難しい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	顧客の求めるサービス品質は多種多様であり、代理店の規模、特性もさまざまである。従って一律定量的な指標で代理店のサービスレベルを評価することは困難。各代理店がそれぞれ規模、特性、顧客層に応じて創意工夫し、顧客が代理店のサービスを評価し、その結果が契約につながるものとする。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	お客様の満足度を定量評価できる手法があれば導入すべき
東京海上日動	専業代理店	1～3人	契約継続率
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	キャリアと経験値 長い事この仕事を続けられているという事実
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	品質評価は不要。あえて言うなら業績のみで良い。顧客が満足していればおのずと契約は維持されるし、紹介も受けて業績が拡大する。ただし業績テーブルは廃止してほしい。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	保険料の増減収、事務不備の件数やコンプライアンス遵守状況を評価すれば良い
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	損害率に現れない損害対応に関わる顧客サービスが定量把握できれば導入して欲しい
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	代理店従業員一人当たりの生産性
損害保険ジャパン	企業内代理店	20人以上	募集人1人あたりのお客様の声収集件数とPDCAの実態（理由 お客様本位の業務運営の基本だから）
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	事故対応に関わる顧客サービスが定量化できれば導入して欲しい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	顧客本位の業務運営を考えたら事故対応や相談、問題解決に向けての紹介制度の活用状況も評価するべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	代理店が独自に提供するお客様サービスに対する、お客様の感謝の声を評価する項目があってしかるべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	事故受付や解決への係わり等も評価してほしい
三井住友海上	専業代理店	4～9人	法人のリスクに対するリスクマップや保険設計のスキルを可視化して評価して欲しい
三井住友海上	専業代理店	10～19人	① 契約継続年数（例：平均契約継続年数、5年以上継続契約の比率など） お客さまと代理店の信頼関係が長期的に維持されていることを示す指標であり、単なる一時的な売上ではなく、持続的な顧客満足やアフターフォロー体制の充実を反映するものと考えます。 ② 本業以外でのサービス提供（ワンストップ対応・専門連携サービスの実績） 当社では、保険販売にとどまらず、士業（税理士・社労士・司法書士等）との連携による相続・贈与・事業承継の相談対応や、自動車の買取・買い替えサポート、住まいや介護に関する相談など、ワンストップで課題解決できる体制を整えています。こうした独自サービスの提供実績（利用件数、紹介件数、顧客満足度など）は、顧客との長期的な信頼構築につながるものであり、「顧客本位のサービス提供」の具体的な指標として評価されるべきだと考えます。 ③ 顧客満足度に関する独自アンケートの活用（NPSや継続意向、紹介意向など） 代理店対応に関する顧客の声を直接収集し、定量化された評価として活用することは、「顧客本位の業務運営」を最も的確に可視化する手段です。
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	外部監査を導入し、評価を獲得している代理店に対する評価をもう少し上げて欲しい。 （理由）外部監査の指摘や指導により代理店の業務品質・顧客サービスが向上するから。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	①顧客対応システムの導入状況：顧客管理システム、CTI、RPA等 ②ISOやプライバシーマークの取得状況 ③保険募集人資格の高度化を図り、活用チェックして評価する ④社員教育、研修、管理をPDCAをまわし運用できているか（社内体制） ⑤コストをかけ人材の発掘（採用）を考えているか ⑥社会保険料の納付実態（不適切な納付状況はコンプライアンス違反として対応して欲しい）不適切な法人代理店が存在していることが許せない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	継続契約における前年同等条件以外での契約の割合
A I G 損保	専業代理店	4～9人	業務品質のみで評価して欲しい
A I G 損保	専業代理店	4～9人	お客様の声に「相談」の項目を作成し、件数・対応内容を評価する。顧客からの信頼度が反映する。
A I G 損保	専業代理店	4～9人	内務事務の精度、保険会社と代理店が共通認識とする顧客本位のKPI
A I G 損保	専業代理店	20人以上	事故対応における顧客本位につながる行動を数値化したもの
A I G 損保	専業代理店	10～19人	リスクマネジメントから募集、保全、事故対応まで顧客に寄り添うサービスを提供可能な代理店を評価してほしい
A I G 損保	専業代理店	10～19人	契約継続率（お客様の信頼をいただいている証になると思うから）

乗合代理店	【指針改正】顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目で、評価してもらいたい指標
-------	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客サービス向上につながる（定量評価が可能な）項目・理由
A I G 損保	専業代理店	10～19人	収保、継続率、顧客数ですが、乗合の場合他社の情報になるので、開示が難しい
A I G 損保	専業代理店	10～19人	保険会社にとって都合の良い代理店を評価するのでは無く、顧客満足度、保険会社ソリシター、損害サービス部の評価など、それぞれが安心して仕事を任すことが出来る代理店であるかどうか。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	保険商品以外の、リスクにまつわる情報（リスクマネジメント、防災・減災等）をどれだけ提供しているかを指標に入れて欲しい。客観的なものでは、募集人としては生保損保の資格以外の資格、代理店としてはレジリエンス認証など。その他は、各保険会社が指定する、または運営する講習プログラムなどで認証制度を作る。専属代理店や、一定規模以上の代理店会会員を優遇するポイント配分などは問題外、全廃すべき。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	保険会社共通の定量評価の規準を業界として定めるべき
A I G 損保	専業代理店	1～3人	料率改定（実質値上げ）があった場合、早期計上率の緩和（顧客への説明に時間を要する）継続率での評価見直し（継続落ちの可能性が高くなる）
日新火災	専業代理店	4～9人	事故対応に関するサポート評価指標が欲しい。事故対応に対する顧客満足は代理店が関与するほど高くなる傾向があると思っている。
日新火災	兼業代理店	20人以上	多項目契約割合、たくさんの契約をいただいているのはお客様から信頼されてる証だと思うので顧客サービスが高い証明だと思うので
共栄火災	専業代理店	20人以上	代理店評価に、代理店独自で取得した顧客からの感謝の声の数値も含めてほしい。保険会社の評価は保険会社が行うアンケートの返信での評価。アンケートの返信がなくても潜在的に評価されていることはあるため、保険会社の取得するものは正しい評価とは言えないと感じる。

乗合代理店	【指針改正】シェアの拡大・維持等の目的で、他の保険会社の代理店手数料率に追随する（いわゆる特代手）などの運用を禁じています。この点についてどのようにお考えですか？（その他の回答内容）
-------	---

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	その他を選択した理由
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	保険会社も営利を目的としておりトップラインは必要。新規に乗り合うケース等では他社追従も戦略的に必要だと思う
東京海上日動	専業代理店	1～3人	保険料調整問題を境に、急激に手数料を減少させるのはやり過ぎ
東京海上日動	専業代理店	1～3人	特代手は認めるべき。どんな理由であれ手数料ポイント格差を受け入れてしまうと保険会社が事業費削減のために代手を下げる理由を探し始める
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	根本的な解決にはなっていないと感じる。業界全体で過去のように一律にすれば良いのではないかと考える。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	特に悪いとは思わない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	比較推奨したがために、手数料の低い保険会社を選択されると代理店経営が成り立たない。こんな改正案を出すこと自体、現場を知らないことが明らかで、代理店経営については1ミリも分かっていない人たちが物事を決めて、動かそうとすることに憤りを感じる
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	特代手は認めるべき。基本ポイントのテーブル自体が保険会社の都合で決められており特代手はおまけに過ぎない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	特代手は認められるべき。民間の営利事業における多様性を阻害するものであり、売上偏重から脱して顧客本位の業務運営に徹する代理店を保護する方向性とは思えない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	乗り合いで公平な提案をするには、乗合会社の手数料ポイントが一律でなければ代理店経営に悪影響が出るのは明白。シェアの拡大等の目的というのは保険会社の視点であって、代理店としては特代手があるからこそ公平な提案ができる。それこそが顧客本位の提案につながる。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	特代手は必要。それはどの業界でもある他社対抗の手段としてあるべき。それが代理店の質の向上に繋がりサービスとしてお客様に還元されればいいだけ。現状ではただ専属にさせるだけとしか思えない。専属になれば結局保険会社の言いなりになるだけ。

専属代理店		【代手ポイント】専属ポイントを廃止する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	専属ポイントを廃止について	選択した理由・意見
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	乗合であれば、顧客が複数の保険会社の選択出来るが、専属はあくまで1社なので保険料や補償の折り合いがつかなければ、契約に結び付かない場合も多いので
東京海上日動	企業内代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	専属優遇はもちろんあってしかるべきだが、他社に流出しないため保険会社が強気な姿勢を取るケースがある。それは容認できない。
東京海上日動	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	当然と考える
東京海上日動	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	もっと早くするべき。でも完全に廃止はしないはず
東京海上日動	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	乗合を検討し、他社の商品を扱うチャンスが増える
東京海上日動	専業代理店	20人以上	わからない	今や物品購入時は他メーカーと相見積もりする事自体スタンダード。専業代理店という区分から脱却し、他社商品も販売可能な状況へ変革するべき
東京海上日動	専業代理店	20人以上	わからない	専属である必要が無くなる可能性がある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	専属は優遇されるべき	自社が選択した保険会社との適正なパートナーシップを構築していく上で、過度にならない一定の専属ポイントは有益に機能すると思料する
東京海上日動	専業代理店	20人以上	専属は優遇されるべき	保険会社は専属代理店の現場での苦勞を察するべき
東京海上日動	専業代理店	20人以上	専属は優遇されるべき	保険会社によって商品特性の差異が拡大する方向であり、乗合代理店でいる方がお客様をお守りする範囲は広がると感じている。専属が当たり前ではない環境になりつつある。そのような環境下で専属でいることを評価してほしい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	専属・乗合に関係なく、それぞれの特性に応じて正しいオペレーションがなされていれば良いと思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	専属ポイントに変わる品質（お客様情報提案力・事故対応力）を評価してほしい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	専属ポイントのため商品選択の幅が狭くなっている。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	募集品質、募集体制を評価する仕組み（ポイント体系）が望ましい。一物二価とならないように、チャネル横断でポイントを設定してほしい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	そもそもこれまで専属代理店を優遇し囲いこんできた保険会社の体質が問題と感じる。その影響により代理店はお客様に本当に必要な補償や保障を提案できないようになっている。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	双方の主張が理解できる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	保険会社の言うとおりにするしかないの
東京海上日動	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	自社は専属代理店なので
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	専属代理店なので専属ポイントの恩恵を受けているが、専属であるだけでポイントがもらえるのはおかしいと思います
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	保険会社が「専属ポイント」の存在と趣旨を世間に大々的に喧伝出来るか？私であれば恥ずかしくて言えない。出来ないのであれば、止めるべきである。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	わからない	乗合したいと思うが、圧力的な対応で反対される。それであれば、優遇されるべき。なにより、まずは乗合に対して圧力的な対応をやめてほしい。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	わからない	専属を囲い込み、便宜供与と批判を受けない為の対応だと思う
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	専属は優遇されても良いはず。何か理由つけてポイントを下げる意図を感じる。代理店が増収しても代手ポイントは下がり続ける、一方の保険会社社員は給与がアップしている。納得できない。政府は賃上げと言ってるが代理店の報酬も上げてもらえないと、物価が高騰しているのに、従業員の給料も上げられない。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	廃止するのなら乗合いを自由に認めてほしい。乗合が認められないならもっと手厚く優遇して欲しい。収保最優先の企業文化が乗合を拒む理由なのか。顧客には複数の商品から選択してもらいたい。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	専属代理店は業務範囲が狭くなっている
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	わからない	上記どちらの考え方も一理あるので一概には言えないが、保険会社が経営方針としてどちらかのスタンスを取ることに、代理店は文句を言えない。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	専属である意味がない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	保険会社への貢献度として評価すべき点だと思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	会社はポイントを少しでも下げたいのは理解できるが社員も身を切ってるのかが疑問だ
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	専属の重要性をもっと知ってほしい
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	専属性を確保することは、細かく商品を理解する事に有効。保険のように購入および使用方法が難しい商品は、専属性が顧客サービスに繋がると考える代理店も多い。実際専属代理店の方が多いのは、保険の専門性を重視しているからでは。乗り合いで多種売っている募集人に保険に詳しい代理店というイメージは無い。 この動きは、今後乗り合いだと事務仕事が増え専属を選択する代理店の増加を見越した安直なコストカット策ではないか？廃止するのであれば今までの専属ポイントは何だったのか、対話による丁寧な説明と合意を強く求めたい。囲い込みや他社乗合を防止するためのポイントだったのか？専属代理店は委託保険会社と共に成長し信頼しあう存在で最愛のパートナーではなかったのでしょうか？
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	長年の専属関係が考慮されるのは当然で、優良代理店としてさらなる優遇措置もあってしかるべき。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	無くす理由が不明確
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	優遇されても良いとは思いますが、乗合を考える時期でもあると思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	最初から専属ポイントは必要ないと思っていた。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	比較推奨販売を行うことが顧客サービスにつながると考えている。専属では十分な対応ができない。

専属代理店		【代手ポイント】専属ポイントを廃止する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	専属ポイントを廃止について	選択した理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	専属であれば他社ビッドに負けるなど、本来獲得できる契約が獲得できない場合があるのでポイント加算されて当然だと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	保険会社も専属代理店の方がロード削減につながると思う。ファンドが残るはず。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	専属は優遇されるべき	本来は乗合い、意向に沿った安価な商品をお客に届けたいが、専属で苦労しながら営業してるのを評価されるべき。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	わからない	一社専属では今後の代理店経営について不安を感じる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	わからない	専属だから乗合だからという考え自体がナンセンス。専属でも乗合でも代理店の品質を評価してポイントを配分するべき。要はお客様が、代理店を選択することに本質がある。そこを深く掘り下げて欲しい。実際、代理店の専属・乗合を選択の材料にしているお客様がどれくらいいるだろうか？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	1社専属では新種保険など顧客グリップが難しいなかで、営業していることは評価されるべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	より専門性を持って対応できるのでいいと思う
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	専属は優遇されるべき	専属の方が商品の専門性が高くなる事を考えれば品質につながると思う。また保険会社も営利目的で有るので専属代理店を優遇するのはコストの掛け方としては正しいと思う
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	研修生出身の代理店は専属が当然と思っており、乗合は禁止されていました。暗黙の了解。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	わからない	乗合が自由に出来るようになるのかな
三井住友海上	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	それでなくても、乗り合いの方が、手数料ポイントが高い
三井住友海上	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	乗合がしにくい状況なので
三井住友海上	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	乗合も専属もポイントが変わらなければ結局が大型化した乗合代理店が有利になるだけ
三井住友海上	専業代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	自社は専属代理店なので
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	専属は優遇されるべき	同社商品をより深く理解しており、顧客への説明も内容濃く実施できる。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	顧客本位の業務運営実現の為には一社専属では不可能
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	専属は優遇されるべき	専属だからではなく、専属かつ保険会社自らが決めた代理店格付けをしっかりと評価して欲しい
三井住友海上	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	今の時代に全く合っていない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	専属なので何かメリットがあっても良いと思う
三井住友海上	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	廃止するのであれば専属の意味は何なんですかと聞きたい
日新火災	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	ポイントが無ければ専属である意味を持たない。
日新火災	専業代理店	1～3人	専属は優遇されるべき	乗合をして当たり前なら乗合する
日新火災	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	乗合・専属である形態自体が品質の意味を持つものではない
日新火災	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	廃止して代手ポイントが下がるのは納得できないが、専属と乗合でそれだけで差があるのはおかしい。
共栄火災	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	手数料体系が本当に代理店の業務品質に基づいて運用されるなら関係ないと思うが、今後も保険会社が定める業績や数値をベースに運用するのであれば優遇措置は存続させてほしい

乗合代理店		【代手ポイント】シェアポイントを廃止する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	シェアポイント廃止について	選択した理由・意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	そもそも自社数字を維持するためのポイント配分に思えるから
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	品質に関係なく当然	経済合理性で考えると必要だろうとは思うが、シェアに見合う見返りのサービスを受けていないと思うので
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	顧客の意向を踏まえずに、ハイシェアで手数料の高い保険会社に偏る可能性があるため
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	品質に関係なく当然	保険会社のシェア競争への意識が、一連の不正の原因。見直されるべき。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	優遇されるべき	パートナーシップを掲げているのであれば、代申の保険会社にはそれなりの優遇措置が有るべきと思う
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	わからない	保険会社間で大きく手数料率が変わることに疑問を感じる。是正されることを望む
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	何故各社のシェア割合が代手に影響するのか判らない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	品質に関係なく当然	顧客の利益を優先して募集すべきという前提に立てば、シェアをポイント化するのは不適切である
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	代理店は顧客に最適な商品を提供するのが仕事。どこの保険会社商品を推奨しても良いはず。それにシェアは関係ない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	優遇されるべき	過大にならない程度の優遇は致し方ないと思う、その上で複数社扱うのは自社の経営判断
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	その他	(手数料ポイント制度自体廃止するべき) 代理店に対する手数料を少しでも払いたくない姿勢が明確。保険会社は常に安泰で、自分たちは遵法意識もなく、やりたい放題。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	保険会社はシェアではなく、商品性で選ばれるように努力すべきだ。
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	わからない	シェアが高い保険会社のポイントが必ずしも高いわけではない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	保険料シェアに今後もこだわること、まず保険会社の在り方を先に決めた方がよい
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	わからない	シェア・取扱量が少ない保険会社からは、品質をいくら向上させても高いポイントは貰えない。品質が一定水準以上にある代理店には、各社同等レベルのポイントとなる制度とするべき
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	シェアの結果は保険会社が選ばれたかどうかであって、代理店を判定するものではない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	シェアポイントは保険会社の都合だ。(専属ポイント、乗合い承認拒否も本来あるべきでないと思う)
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	顧客目線で考えると良い商品が売れるのは当然であり、特に近年は保険料に敏感な顧客が多く、相対的に安価な保険会社が選択される傾向にある。このため代理店は主に保険料を比較して推奨することが普通。代理店内の保険料シェアやポイントを気にしては良い商品を提供できない。
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	適切な比較推奨販売を行ってれば、保険会社のシェアを意識することはできない。その結果、代理店や募集人の収益や生活が脅かされるような可能性につながる制度が残っていることがそもそもおかしい。保険会社は、他社に劣る商品しか提供できていないからシェアが下がるのに、自ら商品改善等の努力をせず、代理店関係者の人生を人質に取って無理やりシェアを確保させていて、極めて悪質。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	公平公正たるべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	優遇されるべき	大口販売店を優遇するのは利益追求企業として当然。ただし今だけの話で、保険会社はいずれ代手水準を半減させると思うので、その状態になると規模やシェア等は関係なくなるのではないかな
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	優遇されるべき	ビジネスにおいてロイヤルカスタマー優遇は当然のこと
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	業績基準から離れると宣言したからには、シェアがポイントに反映するのは合理的ではない
三井住友海上	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	代理店と取引するかどうかは保険会社が判断すればよい
三井住友海上	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	ビジネスとしてシェアを重視するという考え方や、「シェアを上げたいので専属を要請する」という保険会社側の主張も理解はできる。しかし、お客さまにとって最も重要なのは、自身のニーズに合った商品情報を中立的に提供され、複数社の商品と比較・検討できること。 現行のシェアポイント制度では、特定の保険会社の商品を優先的に提案せざるを得ない不適切なインセンティブが働くため、他社商品の提案がしにくくなる構造的な歪みがあり、その結果としてお客さまがより良い選択肢に出会えない「機会損失」が生まれていると感じます。 したがって、今後は「シェア」ではなく、顧客の利益を第一に考えた提案の質や、情報提供の姿勢そのものを評価する制度設計に見直されることが、健全な競争と顧客本位の業務運営に資するものと考えます。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	優遇されるべき	大口顧客優遇は仕事として当然の話。貢献している代理店が泣いて、取引の薄い代理店が得するのはおかしい。取扱高と経営に要するコストは比例している
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	優遇されるべき	取扱量が多いということは、それだけ経費がかかるためシェアポイントは必要。
A I G 損保	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	大手優遇をやめるべき。中小規模の代理店こそ顧客本位の業務運営に貢献していると自負している。
A I G 損保	専業代理店	4～9人	その他	(廃止自体は歓迎するが、保険会社には代理店の品質を正しく評価するの能力が欠けている) 本当に正しく評価できるのであれば歓迎します。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	その他	(経済活動をする上で、シェア優遇は必須と感じる。総合評価項目にあって良い) 保険募集はボランティアでは無く経済活動と認識している。その中で保険会社は顧客に認められる商品開発をし、代理店はその商品を熟知し、販売に繋げる。シェア優遇は、経済活動を支える競争原理のひとつであり、無くすべきではないと感じる。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	その他	(質問の意味が分かりにくい) 代手の規模部分は、代理店全体の取扱い量で判断すべき。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	優遇されるべき	損保に関しては比較推奨の(ハ)方式(自店方針)を認めてもよいと考えるため
A I G 損保	専業代理店	10～19人	その他	他社商品の販売(乗合社の拡大)を阻害する要因であり、独禁法上も問題であると考ええる

乗合代理店		【代手ポイント】シェアポイントを廃止する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	シェアポイント廃止について	選択した理由・意見
A I G 損保	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	一連の不祥事で金融庁からの指導を受けての改正は当然では
A I G 損保	専業代理店	1～3人	品質に関係なく当然	規模ありきではない、業界共通の基準を導入するべき
日新火災	専業代理店	4～9人	品質に関係なく当然	顧客対応上は、代理店業務品質が重要。品質向上を重視したポイントであるべき。
日新火災	専業代理店	20人以上	品質に関係なく当然	今回の改正の目的は、自由競争を促進し業界の活性化を図るではなく、あくまで顧客本位の業務運営の実現を目指したもの。シェアや取扱量ではなく、保険代理店の業務品質とコンプライアンスはMIN基準で達成され、お客様に対応する姿勢や代理店独自のサービスなどの品質（態勢を整えるための規模は当然必要であり評価されるべきだと思います）を評価のベースしてもらいたい
日新火災	専業代理店	10～19人	品質に関係なく当然	顧客に選ばれる保険会社・商品であれば代理店に販売量でインセンティブを付与することは、不要である

専属代理店		【代手ポイント】顧客アンケートの回答率を指標に取り入れる動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客アンケートの回答率について	選択した理由・意見
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	賛同できる	お客様の評価は代理店の経営努力の指標となる為
東京海上日動	専業代理店	4～9人	賛同できる	お客様の評価は重要である。
東京海上日動	専業代理店	4～9人	賛同できない	アンケートは、任意でしかも後日ということもありなかなか実施につながらない。携帯電話の無い方はアンケートに回答いただく術もないのでとても偏った回答だと思う。
東京海上日動	専業代理店	4～9人	賛同できない	設問が不明瞭の為、回答に偏りがある
東京海上日動	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	アンケートは時代遅れと感じる。回答率が低い
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できる	NPSアンケートを中心とする評価は、保険業界にかかわらずサービス業ではスタンダードになりつつあるので違和感はない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できる	代理店としてのCX向上に繋がるため
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	●●社で言えば、アンケートの再送や紙ベースでの実施ができない等、お客様評価を漏れなく集めるスキームとなっていない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケートの内容自体がまだまだ未熟であるため、そのアンケートの回答率を指標とすることには疑問がある
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケート回収からの分析・フィードバックが重要だと考えている。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケート着信までに時間を要するため、実施されるかどうかコントロールしにくい。お伝えをして実施いただけるかどうかはお客様任せであり、アンケート回答を追いかける時間がなく悩ましい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	お客様の評価は非常に重要であるが、実施項目や集計方法で評価が異なり正しく代理店を評価しているかどうか不明
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	こちらから回答協力をお願いするのはアンケートではない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	課題あり（母数・偏り・保険会社への要望・不満と混在）
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	回答が少ないのは、アンケート内容が顧客にひびいていないのでは
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	回答率より内容をどう生かすかが大事
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	現状では回答率により普遍性の観点が損なわれる恐れがあるため。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	顧客アンケートの一定数回答率は必要で、お客様の点数で評価するのは違うと思います
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	顧客アンケートの設問や回答内容がわかりづらく、正しい答えをもらえていない可能性もある為、アンケート実施をわかりやすいものとしてほしい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	質問項目にまだまだ課題を感じるから
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	代理店のみに課すのではなく損害担当者の評価もさらに公表して保険会社と代理店双方で高めるべき
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	統計数字だけでは見えない部分が多い
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	日本人はサイレントクレーマーが多い傾向にあり、声を上げていない契約者の声を拾う仕組みが必要だと思うから
東京海上日動	専業代理店	10～19人	賛同できる	これに関しては、歓迎しています。代理店でアンケート収集のシステムを導入するとコストがかかるので。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	賛同できる	どの業界でもアンケートを求められている為 違和感はなく業務品質向上に繋がると感じます。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	どこの大手企業でも実施している手法。こんなものが指標化され評価されるのは残念
東京海上日動	専業代理店	10～19人	わからない	本当の声が聞けているのかかわからない。アンケートよりカスタマーセンターの窓口を拡大して対応するような仕組みがあれば生の声が聞けると思う。代理店が促すアンケートは全体に良い意見が集まる傾向にあると感じます。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	賛同できない	NPS指標を反映させるほど、社会認識が浸透していない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	賛同できない	回答の数を上げれば良いという傾向になりかねない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	回答率が低く参考にならないと思う
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	回答率をカウントする動きがあるが、我々が回答率を上げる活動をする、回答内容に歪みが生じるのは、誰でもわかる常識である。せっかくのシステムが無駄になる愚かな行いに気づかないのか？承知の上でそうなるのか？保険会社の真意を聞きたい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	年配の方が回答しやすいシステムにして欲しい。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	わからない	アンケートの内容が理解されづらいのに回答率を求める事の意味がわからない
東京海上日動	専業代理店	1～3人	賛同できない	保険会社の商品をどれだけ説明しても理解していただけないことがあるので
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	お客様は保険商品、保険料、代理店対応、損害サービス関連会社や提携先ロードサービス、修理工場等も含めた印象で回答している人が多いと思う。損害課やカスタマーセンターに対する苦情も代理店に言って来るのは、今まで保険会社が代理店と一体となって募集して来た歴史があるため、すぐにそれぞれ切り分けた感想を持つことにはならない。アンケートの回答を評価指標に入れるなら、契約の継続年数等も併せて評価されるべきだ。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	回答率の指標を入れられても困る。回答の結果が良ければその分評価して欲しい。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	勝手にすればいいと思う、誰のためのアンケートなのか不明

専属代理店		【代手ポイント】顧客アンケートの回答率を指標に取り入れる動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客アンケートの回答率について	選択した理由・意見
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	代理店がお客様に対して故意に誘導しないか心配
東京海上日動	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	国民性に合致した評価基準なのか疑問。ほぼ満点回答でようやく評価される。10段階中だと、良くて7か8の評価をつける方が多すぎるので、どうかと思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	賛同できない	親しい顧客に回答を依頼する事になり本来の趣旨とかけ離れると思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	まずアンケートのシステムが回答者にとって不便で煩雑。そのため回答率が上がりにくい。また質問内容と回答選択が代理店の評価数値として恣意的に低くなるように設定されているように思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	回答数が少ないため実態を表しているのか不明。回答数を増やす方法を検討してほしい。保険会社のサービスへの評価も併せて実施すべき。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	回答率が少ない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	最低限回答数のハードルが高すぎる
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	10段階で9、10しか良しとしない考え方はどうなのか？代理店と保険会社と一緒にした点数をつけている回答も散見され、代理店は良いが、保険会社対応が悪いという意見が多い。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	アンケート内容が保険会社目線で、顧客本位とは思えない。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	何年も変わらない質問内容。また、代理店の評価になっているのか甚だ疑問。保険会社評価を混同している可能性が高い。保険会社と保険代理店の関係について正確に理解できている顧客は少ない。BM社のニュースが出た時も、保険金、保険金額、保険料等の区別でさえ理解されている方が少なかった。代理店を評価するアンケートを実施するのであれば、質問内容、実施方法について、しっかり代理店をコミットさせて決定されるべきだ。むしろ今顧客、代理店の意見を聞くべきは、保険会社の方ではないのか？
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	代理店における顧客管理の重要性、取組が評価されるようなアンケート内容にしてほしい
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	現状のやり方では、不正を誘発しかねない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	賛同できる	アンケート内容を評価に反映させるのは良い。本当に顧客サービスに努めている代理店がしっかり評価される内容にするべき
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	賛同できない	アンケートの回答率を上げることが目的になるのでは？
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	賛同できない	既契約者を対象するのであれば顧客満足度は継続率等で評価出来る
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	アンケートの実施方法がお客様に委ねられているから（実施してくれているか分からない）
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	実際に保険を使われた契約者に対してアンケートを行うべきと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	契約者は面談時に依頼しないとアンケートをしてくれない。又質問項目も迷いやすい。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケートの質問事項がピントがずれている。本当に憤りを感じる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	賛同できない	アンケートに答えるのが面倒に思う顧客が一定数いるため
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	賛同できない	アンケートを依頼することで顧客から良い印象を持たれなくなる
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	取得方法や質問項目が適切とは思えない。任意の取得では不満足要素を伝える顧客の回答率は高くなるはず。これ自体はお客様の声の取得に有効であるが、これを理由に指標に反映することは、よほどの突出した数値でない限り総合的観点からアンケートは評価とは別物として取り組むことが有用と思われる。むしろお客様の声をどのように自社経営に活かしているか、が真の顧客本位の業務運営だと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	評価指標とするなら、本来のアンケートの趣旨と違ったものが出来上がる可能性がある。こだわるポイントが違うと思う。指標に加えず保険会社側からアンケートに回答するメリットを顧客に与えて保険会社が集めるべき。にもかかわらず代理店の評価指標に加え強制の様なやり方をするからおかしくなる。アンケートが集まらないのはだれの責任でもないし、無理に集めたアンケートは意味をなさない。日本人の国民性から考えてアンケート方法を模索した方が良いのでは。不満を特定で伝えられるなら書くでしょうし、不満が無ければ煩わしいと感じるのではないのでしょうか。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	顧客の回答率を指標に入れてしまうと良い回答を貰える顧客をお願いして回ってしまう代理店が増えると思います。それが本当のアンケートの回答になる理由を逆に教えて欲しいです。実際に顧客の声として反映できるシステムを考えて頂きたいです。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	はっきり言ってお客様も多忙でアンケートも時間をとるので、後でやっとながが多いです。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	賛同できない	業務品質の向上と、アンケートの回答率は、何の関連もない
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	実施方法に課題がある	お客様の声が真実ではない場合、どのように排除するのか？
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	全てのお客様の意見ではないため
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	満足した顧客はあまりアンケートに答えない
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケートに回答するお客さまは一部であり、判断基準もバラツキがある。さらに一部の代理店がお客さまに個別に要請したり、代行回答などの操作するようなことがあれば全く意味がない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	個別に依頼した評価の良い回答だけで、代理店を評価するのは良くないと思う
日新火災	専業代理店	1～3人	賛同できない	アンケートはお客様任意のもので手数料率に組み込むべきでない。
日新火災	専業代理店	1～3人	賛同できない	面倒を契約者に強いるのには賛同しかねるから。特に法人においては。
日新火災	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	アンケート回収が目的となり主旨が変わりそうである

専属代理店

【代手ポイント】顧客アンケートの回答率を指標に取り入れる動きがあります。この点をどのように思われますか？

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客アンケートの回答率について	選択した理由・意見
共栄火災	専業代理店	1～3人	賛同できない	アンケートで全てはわからない
共栄火災	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	保険会社が代理店の評価を下げる目的で実施しようとしているとしか考えられない。質問にしても難しい記載にして顧客を混乱に陥らせているだけである

乗合代理店		【代手ポイント】顧客アンケートの回答率を指標に取り入れる動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客アンケートの回答率について	選択した理由・意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	賛同できる	本来代理店がコストをかけてやるべきものを保険会社がやってくれるのは非常にありがたい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できる	賛同はするが、絶対数が少ない中での評価はどうかと思う。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できない	アンケートの回答率が高さが即業務品質にはつながらない。マーケット規模・特性にも大きく左右される。法人中心のマーケットでは業務品質との関連性が低い。アンケートは操作誘導可能であり顧客の自主的な意見の収集が担保できない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できない	お客様は保険会社ではなく、我々代理店の顧客である。満足するかが我々代理店の対応次第であり、代理店が自ら把握すべきこと。保険会社が行うアンケートの結果や評価はあてにならない。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	実施方法に課題がある	声なき声を拾うことが重要で、アンケートに回答されるお客さまは「苦情」をどうしても伝えたい方が利用するケースがあり、やり方を考える必要がある
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	実施方法に課題がある	保険会社が現在実施しているアンケート内容に、代理店で向上させることが不可能な項目が多数ある。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	実施方法に課題がある	代理店の業務量が増える。実施に関わるコストを負担してくれるなら構わない。契約保全に関わる業務量の増大も同様。
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	必ずしもバーバレスを望んでいるお客様だけではない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	保険会社が一方的に作成しており、アンケートの項目、内容、求められる回収率に課題がある
東京海上日動	専業代理店	10～19人	賛同できない	回収率は顧客本位に関係ない。保険会社はズレている。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	現状、お客様へのアンケートは保険会社から1回しか送信されず、しかも再送不可のため1部の契約者からの回答となる。お客様の声を集めるためにはシステムの見直しが必要
東京海上日動	専業代理店	1～3人	賛同できない	保険会社はアンケートと称して、実はダイレクト契約への切替えを目論み、代手ファンドを削減したいのでは
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	アンケート回答者は代理店にとっては比較的優良顧客の方々と思われる。偏った顧客層による判断や評価は適正ではない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	賛同できない	アンケートを取らないと顧客の意向が分からないような代理店は、廃業すべき。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	賛同できない	保険業界に関わらず、あらゆる業界で同様の動きが散見されるが、アンケート結果が顧客サービスの向上に役立っているのが疑問。毎日、保険に限らず、様々なアンケートがメールやDMで送られてくるが、煩わしいだけであり、保険も然り。アンケートを行って顧客の満足や、業務品質向上に取り組んでいますというのは保険会社のエゴではないか
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	賛同できない	お客様に優しく丁寧に対応していたらアンケート結果で良い人（良い代理店）となるが業務品質と関係があるのか疑問
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	その他	絶対数が少ない代理店と多い代理店を同じ土俵で評価しようとすることに無理があるのではないかと
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	アンケートの回収率をポイントにするのがおかしい。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	お客様が返答しやすい内容や、保険会社マターのアンケートにならないことを望む
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	実施方法に課題がある	お客様側の理解度や事情（忙しい、面倒）もあり、一律に回答率、評価点を用いるべきではないと考える。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	そもそもお客様の回答意欲が低いのに、指標に取り入れる無理やり回答率を上げることに反対
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	その他	アンケート回答は顧客の自由であり指標に取り入れるのはナンセンス
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	賛同できない	アンケートに応えることに関心のある契約者は少ない。回答率を上げるための気苦労が増えるだけで代理店のメリットは全くない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	20人以上	実施方法に課題がある	代理店業務品質とアンケート回収率は比例しない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	賛同できない	品質というのは各保険会社に都合の良い指標の結果ではなく、代理店として顧客アンケートを取るべきだと思う。そういう意味では代理店がアンケートの内容を考えるべきである
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	実施方法に課題がある	各保険会社の取り組み方がバラバラであり、全社に顧客目線が十分に浸透しているとは思えない。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	賛同できない	お客様が同程度の満足であっても同じ評価の数値を選択するとは限らず、客観的な評価にならない。また、回答数を増やすためには代理店がアンケート回答のお願いが必要で、頼まれて回答したアンケート（お客様の自発的な行動による回答ではない）が評価につながるのも意味が薄く感じる。代理店の業務品質を考えれば、顧客の評価点ではなく、如何にお客様の声を起点にPDCAを回しているか、が重要であり、単なる回答率や評価点自体に意味があるとは思えない。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	回答率ではなく、内容をしっかり精査すべきもの
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	賛同できない	アンケートは、お客さま自身の意思で答えていただけているケースが少ないように思うから
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	アンケートの結果が手数料Pに反映するのはおかしい。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	某社のテレマの説明など業務品質には関係ないと思う。パンフレットの半分がドラレコの説明ではなく、保険の内容の詳細をパンフレットに載せるべき。どうみても、宣伝のためのアンケート内容が一部ある。また某社の代理店評価も9と10のみ+評価というのはいかがかと思う。保険会社に対する評価が低くても会社はお詫びひとつない
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	賛同できない	アンケートはお客様の自由意思に基づいて回答されてこそ意味を成すものであって、こちらから頼んでやってもらうものではない。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	いまだに契約者以外も返答できるアンケートに意味がない。契約者以外（代理人契約の場合を除く）返答できないシステムに改善してから実施して欲しい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	評価は重要であり大切だが何%以上とか強要させるようなことはおかしいと考える
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	賛同できない	自分で実施してる。余計なお世話

乗合代理店		【代手ポイント】顧客アンケートの回答率を指標に取り入れる動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	顧客アンケートの回答率について	選択した理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	質問の数と内容に問題がある。(例えば、新規の顧客に対して「事故時の対応はいかがか？」の質問はおかしい)
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	賛同できない	顧客にアンケートの意識がない
三井住友海上	専業代理店	4～9人	賛同できない	保険商品の問題が代理店評価につながるケースも多く、納得できないことがあります。
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	実施方法に課題がある	アンケート内容を確認する限り、極端に良いか悪いか偏った結果が多く、指標とすべきか疑問
三井住友海上	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	店数の良いアンケートしか評価しない保険会社があるのは、疑問
三井住友海上	専業代理店	20人以上	その他	そもそもアンケートは保険会社のブランディングの一環。代理店が自らの業務品質を問うアンケートではないため、回答率を上げることが指標になるのはおかしい。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケートの信憑性の担保は困難である
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	アンケート結果(10点満点)の9点～10点をおよそ一定以上集めろと言ったやり方には賛同できない。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	お客様の評価を業務品質の指標に反映するという方向性には一定の理解ができ、代理店独自で実施するアンケートなどは実態に即したものであると感じます。 しかしながら、保険会社独自で実施しているとされる「早期更改率」「eco証券の選択率」「お客様専用ページのログイン率」等のデータについては、いつ・誰に・どのような方法で調査・収集されたのか不透明なケースが多く、代理店側では把握できない状況にあります。こうした出所が不明確なデータを根拠に「品質評価」に反映されることには、納得感が得られず、正直なところ非常に不公平感・不満を感じています。 評価制度として取り入れるのであれば、対象・時期・方法を明示した透明性のある仕組みに基づくことが不可欠であり、代理店が改善や対応に活かせる設計であるべきです。ご希望に応じて、もう少し簡潔なバージョンや柔軟な表現への変更も可能です。必要であればお申し付けください。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	代理店の価値についての項目がない お客様の回答で、「代理店で加入できる」「代理店が勧める保険会社、商品だから」というのが多い。これがお客様の声だと思う。件数を集めるのを代理店に課す事がさらなる業務負担。 保険会社主導でやれば良い。我々はその結果で評価をされれば良い。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	その他	(正しい評価かどうか判断する方法が疑問) アンケート結果に不正が発生する余地があり信用に値しない
三井住友海上	企業内代理店	1～3人	実施方法に課題がある	記名方式によるアンケートでないという意味がない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	保険会社からの評価のためにアンケートを求めるのは滑稽だから
A I G 損保	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	解答率など、外形的な要素で評価するのは意味がないかと
A I G 損保	専業代理店	10～19人	賛同できる	アンケートを実施することはいいこと。しかし、それを手数料に反映させることは疑問
A I G 損保	専業代理店	10～19人	賛同できる	方法など認識していないので、わからないが、顧客の評価は確認すべきだと思う。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	顧客は、こちらから誘導しないと、なかなかアンケートに答えて貰えない。 保険会社が一番よく分かっているはず。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	事故のトラブル等、代理店に起因するものかメーカーに起因するものか判断が難しい
A I G 損保	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	代理店が実施するのではなく保険会社が実施するならよし
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	「お客様の声」は非常に大切なことだとは感じるが、回収率を気にすることで不正を生む温床となることを強く懸念する
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	アンケートの回答が強制になる懸念がある。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	アンケート回答の中身が重要で、ただ良かった悪かっただけで評価指標に取り入れられるのは納得できない
A I G 損保	兼業代理店	1～3人	実施方法に課題がある	お客様は基本アンケートに答えてくれないと思う。
日新火災	専業代理店	4～9人	実施方法に課題がある	スマホやPCで答える事が多いが、年寄には無理
日新火災	専業代理店	10～19人	実施方法に課題がある	アンケートを回収すること自体が目的化されるおそれがあるから
共栄火災	専業代理店	20人以上	実施方法に課題がある	アンケートを返信しない方の声が反映しない。アンケート返信ありきとなるのはどうかと思う。

専属代理店		【代手ポイント】保険会社システムのお客様の利用状況を評価する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	保険会社システムの利用状況	理由・意見
東京海上日動	兼業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	保険会社のシステムを利用し手軽に契約、変更できればお客様にとってメリットだがお客様がどのように手続きを進めたいのかは自由であり、又ネット手続きに違和感を持つ方も未だおられる
東京海上日動	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	保険会社は代理店が不在となっても業務ができるよう準備を進めているのではないか
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	システムにメリットを感じられない顧客へのフォローがない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	保険会社のシステムをお客様に案内することは代理店の役割であるが、利用されるかどうかはそのシステムの品質と顧客の利便性によるものだと考えます
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	保険会社のシステム利用はお客様の自由、災害時に有効なのは理解している
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できる	一方で、お客様との接点を代理店に任せすぎている傾向が強い。保険会社と契約者が直接つながるように連絡手段の取得方法を変更していくことを希望する
東京海上日動	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	お客様の選択肢が拡大することは良いが、会社の都合の良い方向に誘導するのはどうか？
東京海上日動	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	システムが使いづらいとの顧客の声が一定数あるから
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	アカウント開設率は代理店に一定の責任があるかなと思うが、利用状況は保険会社にUI・UXを改善する責任があるので保険代理店側でコントロールできない
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	半ば強制的にシステム利用を促し利用率を上げると、そのシステムの品質は向上しない。これはシステム開発関連の業界では常識。システムの利便性が高い→皆がシステムを利用→フィードバックを基に改善→更に利用頻度が増加する…という循環の機会を自ら失っている。普段利用しないスマホのメールや使いにくいネット手続きを汗を拭きながら実施する顧客の姿を見ると、胸が痛くなる
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	情報漏洩やサイバー攻撃が頻発している状況で、システム利用の過程でトラブルがあった場合に責任の所在が曖昧。責任を明確化できればもっと普及すると思う
東京海上日動	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	年配者には無理である
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	今後 保険会社のシステムの良し悪しでお客様が保険を選ばれる事もあると考えると 保険会社がシステム開発に力を入れていただき そのシステムを自信を持ってお客様へ伝えていきたい。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	保険会社自社のシステムだから責任を持って開発、改善をお願いしたい
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	現状のシステムが全ての顧客に最適なものではない。自社契約をネットで管理できない顧客が多い。ネット活用に習熟すればダイレクト系損保に流出するのではないかな。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	保険会社のシステムはあくまでもツールであり「使う・使わない」はお客様の自由。ツールを使わなくても代理店が対応すればすむ事で口座変更やカード変更の業務だけお客様にやっていただければそれで良い
東京海上日動	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	しかし保険会社は人件費等の経費を削ってシステム開発にコストをかける。結果として代理店の代手やサポートを削減することになるのは賛同できない。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	東京海上の募集システムはWindows98レベル。せめて携帯電話の契約システムレベルにはしてほしい。約款の曖昧な表現をやめて、AIを活用しハッキリと有免責事例や無免責事例を表記して、免責事項には特約で復活担保を進めるシステムが必要だと感じます。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	利用するか否かはお客様次第なのに、代理店を評価するのは間違ってる。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	便利なシステムであれば皆が使うはず。代理店として、周知、利用促進には取り組むべきと思うが、評価されポイント配分されるのは納得感がない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	保険会社のシステムを利用した方が都合がいい顧客には利用してもらい、従来の方法を望む顧客はそのままと、顧客の自由に任せるべき。結果として保険会社のシステム利用の顧客が過半数を超えるようになればシステム利用を促すなど、時間をかけた方が良いと思う
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	現状使いづらい
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	必ずしも顧客の意向に沿ったものとはならないと思う、選択肢は顧客判断に委ねるべき。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	機械に不向きなお客様が多い
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	実際 開発費が乏しいらしく システムが悪すぎる。先に期日を決めてやっつけ仕事になっている。顧客本位とは甚だかけはなれた状態。
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	まだまだ改善の余地があるシステムです
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	ダイレクト損保と変わりがなくなるのでは？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	そもそも高齢の契約者はシステム利用が苦手であり、弊社顧客はその比率が高くなっている。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	代理店の存在がうすれてしまう。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	使用するかしらないかは顧客の自由。もしくは、そのシステムが使えない顧客は代理店担当者に直接連絡した方が利便性が良い、と思っている。利便性を認識する顧客は勝手にシステムを使用する。なので代理店としてシステムの存在を知らせるのは良いが、これも評価されるのは違うと感じる。どうしてもやりたければ、保険会社が強制にすればよい。保険会社の事務量を減らしたいのであれば、それを謳って利用が増えればコストも下がって保険料も下がるかも、とハッキリいえば良い。取り繕ったような耳障りの良い事ばかり言うからおかしくなる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	必要に応じて保険会社のシステムを使用したい顧客は一定数存在する。専業代理店の顧客は全てを代理店に任せたい要望が多い。ダイレクト損保を貰うような人には良いが、元々対面で手続きを行う代理店にまでシステム利用を促すのはいかがなものでしょうか？
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	お客と真剣に、仲良く過ごしたいと思っています。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	まず「登録」という作業が煩雑であり、二重認証などのセキュリティにより次回以降のログイン意欲も失せ、普段使わない仕組みゆえにパスワード失効もしやすい。顧客とのリレーションシップ強化とセキュリティ確保の両立が課題なのはわかるが、情報発信と事務手続きを一元化しようという発想が間違っている。また、顧客が本当に楽に手続きができる方法は即座につながる電話一本で自身の作業を完結できることを理解すべき。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	保険会社が作った自社のシステムなので保険会社として責任を持って改善してもらいたい

専属代理店		【代手ポイント】保険会社システムのお客様の利用状況を評価する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	保険会社システムの利用状況	理由・意見
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	評価している点が、登録率だから。顧客が登録しやすく、したいと思うシステムでないのに、お客様へ強制のように登録をお願いしている現状が大変辛い
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	お客様が喜んで使いたくなるシステムを作成するのが保険会社にしかできない
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	システムが良ければ、自然と利用するもの
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	高齢の方にも配慮が必要
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	高齢者の顧客には、負担である。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	保険会社システムはまだまだ使いがってが悪い
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	自社で莫大な独自システム投資をしておりますしたものを評価して欲しい
三井住友海上	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	顧客と代理店の両者にメリットがあれば良いと思う、契約手続きの選択肢の一つにもかかわらず、高い数値設定をするのはおかしいと思う
日新火災	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	システムに対応できない顧客も多いため。
日新火災	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	現状のシステム内容を基に代理店が評価されるのは違うと思う
共栄火災	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	保険会社が費用をかけて作ったので使っている実績を得るために代理店にノルマを与えてくるだけであって顧客が使い勝手がよく喜んで利用いただけるのであれば指標に入れる必要はないと思います。

乗合代理店		【代手ポイント】保険会社システムのお客様の利用状況を評価する動きがあります。この点をどのように思われますか？		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	保険会社システムの利用状況	理由・意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	システムの利用はお客様の自由。お客様が使いたくなるシステムにして欲しい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	利用するしないはお客様の自由選択。当該保険会社のシステムを選ぶのであれば、それはそれでよいと思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	そもそも代理店扱いの契約者は代理店との直接手続きを求めており、顧客が保険会社のシステムを利用するようインセンティブを付加するような施策は顧客本位に逆行する
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	顧客が使う保険会社のシステムやアプリは顧客を囲い込む策であり、代理店の品質を評価するモノサシにはなりえない。特に乗合代理店においては。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	賛同できる	代理店のミスをなくすためにもシステムは活用すべき。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	システム登録の段階から、ログイン実施状況までを評価項目にする会社も出てきている。全くおかしい。活用するかどうかは、不得手要素もあり、お客様の自由である。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	システムを利用するのは顧客の自由である。評価を得る為に、顧客に無理強いをさせてまで、利用させようとする動きだけは今後も避けたい。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	わからない	そのような評価の動きがあるのを知らなかった。システム利用はお客様の自由だと思う
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	巨額投資して開発したシステムを利用してもらいたいという気持ちはわかるが代理店には関係ない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	今後、お客様の利用率をポイントに入れてくるのではないかと危惧する
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	保険会社が考えることは、全く顧客本位ではない
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	保険会社の開発努力不足を代理店の取組みに押し付けるなんて本末転倒
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	その他	事務業務においても保険会社での扱いやすさの差を感じる。もっと研究開発すべきだと思う
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	よいシステムはみんな黙っていても使う。無理やり使わせないと使われないのは、努力不足のシステムである証拠
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	保険会社の効率化に重きを置くのは賛同できない
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	まずはシステムを使いやすいものに開発してから。お客様に取ってあまりにも使いにくく分かりにくい。お客様が登録をしてくれてるのに、その後ログインしないと仮登録になったり、理解できないことが多すぎる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	使い方次第ではあるが、心が通じてない感じがある
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	システムへのログイン率まで評価されており、納得がいかない。登録だけで充分なのでは？
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	営業社員も見たことがなく、代理店の意見も聞いていないシステムで評価されるのは納得できない
三井住友海上	専業代理店	4～9人	保険会社が使い易くすべき	顧客が使いやすいシステムを提供して欲しい。保険会社の都合で作成したシステムを押し付けるのは良くない
三井住友海上	専業代理店	20人以上	その他	DX化の波に乗れない顧客の排除となる要素を秘めている一方、業務の効率化はメーカー以上に代理店にとって重大なテーマである。そもそも代理店自身の課題であり保険会社による評価の対象ではない。むしろ保険業界全体で、リテラシーの低い排除された人々をどう救うかの議論が必要。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	WEB誘導してコストを下げたい保険会社都合である
三井住友海上	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	保険会社から推奨されるペーパーレス手続きがわかりにくいと数件の意見を頂いているため
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	お客様のシステムの利便性と代理店評価の指標とは無関係である。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	これも本来保険会社が主導しておこなうべき乗合代理店で契約が複数の保険会社にまたがるお客様には負担でしかない。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	代理店が探してきた顧客を保険会社が囲い込もうとする行為ではないか
A I G 損保	専業代理店	4～9人	品質評価指標になじまない	お客様と関係がない。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	その他	(システムに依存することが良いのかどうか、正直わからない。効率化の指標としてはありかも知れないが、この指標で評価として代理店の質が向上しないのであれば本末転倒である) ネット損保で出来ることと、対面することは本質的に違うと思うので、全てを一緒に考えるべきでは無い。
A I G 損保	専業代理店	10～19人	品質評価指標になじまない	代理店は選択肢を示すだけで、その利用率等を手数料に反映させる理由がわからない
A I G 損保	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	保険会社のシステム開発を推し進める役員自身の評価を下げたくない思いが、みえかくれする。システム自体、顧客のニーズにマッチしていると感じられない。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	品質評価指標になじまない	保険会社のシステム利用が強制になる懸念がある。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	IT難民を切り捨てる方法は容認できない。
A I G 損保	専業代理店	1～3人	保険会社が使い易くすべき	保険会社のシステムに代理店が口を挟めるはずがない
日新火災	専業代理店	20人以上	品質評価指標になじまない	保険代理店が、お客様が利用できるアプリやシステムをしっかりとお伝えする、という点において一定の評価をおこなうことは理解はできるが、最終的に利用するかどうか？はお客様の判断であり、使いやすい？利便性が高いかどうか？等は保険会社の課題である。
日新火災	専業代理店	10～19人	保険会社が使い易くすべき	選択肢の通りずっと違和感を感じていた
共栄火災	専業代理店	20人以上	保険会社が使い易くすべき	顧客のメリットというより保険会社のメリットとしか思えない指標。代理店に対して何のメリットがあるのか疑問。

専属代理店		【2026年度代理店手数料ポイント制度】に関してご意見があれば自由にご記入ください（任意）	
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	2026年度代理店手数料ポイント制度に関する意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	保険会社が自社都合で定める方向に代理店を従わせる制度だと強く思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	2027年度代手体系に期待している
東京海上日動	専業代理店	20人以上	今後は、真摯に保険代理店の意見を汲み取る機会を持って、真つちに論議ができるよう努めてもらいたい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	収保規模も重要だが、募集品質や体制整備の評価を充実させて欲しい
東京海上日動	専業代理店	20人以上	このままでは代理店はいつまでたっても下請けの地位に甘んじるしかない。メーカーには、販売会社である保険代理店の自社内運営にまで足を踏み込んでもらう必要はない。ポイントは一律であることが望ましい。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	損保協会による代理店業務品質評価指針が導入されたのであり、各保険会社の評価項目・評価する水準については業界共通とすることが望ましい
東京海上日動	専業代理店	10～19人	少なくとも、現時点で代理店手数料ポイントが高い代理店が、顧客にとって真に品質の高い代理店であるとは限らない制度だと思う
東京海上日動	専業代理店	10～19人	代理店の負担感が増えている。業務量の増加に見合うべく手数料率を上げないと品質向上は期待できない。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社は、中小規模代理店の手数料ポイントを下げた収保や利益を挙げる構造になっている。納得感がない。
東京海上日動	専業代理店	10～19人	保険会社本位でしかない
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	規模によるポイント差をつけないで欲しい。業務品質をクリアしていたら、法人化せずとも同様に評価して欲しい。2026年度のポイント制度に照らすと、現在の71ポイントが、30ポイントになる。従業員もいるのに生きていけない。個人代理店には生活権もないのか？
東京海上日動	専業代理店	1～3人	26年代手を考えると、もはや失業を余技なくされる。2年で代理店数は8割減少するのでは。一気に代理店数を減らすと募集人のレベル低下が懸念される。向こう5年で保険金請求は件数も金額も更に増加するのでは。保険料アップで自動車や火災保険の加入率は低下するだろう。国民生活の安定と相互扶助制度を円滑に運営する社会的使命よりも、利益優先の保険会社経営が勝っている。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	代理店の業績の大小より、事務指標や損害率などの業績が良い代理店こそ高い代手を付与されるべき。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	保険会社の考えで代理店の収入を変えられるのは不思議に感じる
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	より代理店の実態に沿って、募集品質を重視した体系にしてほしい
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	保険会社による一方的な押付けである。内容も真の顧客本位とは言えない体系だと思う。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	代理店を分社化し、それぞれ契約する保険会社分けることを検討する
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	小規模な代理店にとっては達成困難な項目が多すぎる
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	間違いなくポイントは下がる。規模ポイントを極端に下げすぎでは？
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	指標のバランスが悪いように感じる（事務指標に振り分けすぎ）
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	非効率かつ利益相反のリスクが大きいため、保険会社は自動車整備業の業界からの撤退すべき
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	毎年項目が変更され代理店が振り回されている。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	ロードサービスの支払いが高額化になるよう変更しておきながら、損害率でマイナスポイントを入れるのはおかしい。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	あくまでも、お客様の方向を向いて保険業務に取り組みたい。代手ポイントを上げるのではなく。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	ポイント制度には色々意見があります。一度お話ししたいので是非お会いさせて頂きたいです。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	10～19人	保険会社と金融庁が示し合わせて形を作ったとしか思えない。もっと代理店や顧客の意向が反映されるようになれば良いと思う。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	1～3人	緻密にポイント制度を理解して指標の比率などを上げても、現状よりポイントが下がることが理解できない。何のために、保険会社の指標をクリアしているのかわからなくなる。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	お客様システムのログイン率やエコ保険証券など、顧客本意でない項目が多すぎる
三井住友海上	専業代理店	4～9人	個人の資格によって、手数料率が変わるのは、当たり前。その為に勉強します。
三井住友海上	専業代理店	4～9人	手数料ポイントの前に、不要な社員や郵送書類整理をして、保険会社の事務費を下げて欲しい
三井住友海上	専業代理店	4～9人	全体的な手数料ファンドを下げようとして、どさくさ紛れのように評価ポイントを無くしたり、商品別基準代手を下げているのは良くないと思う
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	代理店の品質をきちんと反映したものにはまだなっていない
三井住友海上	専業代理店	1～3人	コスト削減目的で担当者を外すのなら、その分手数料ポイントは上げるべきではないか
日新火災	専業代理店	1～3人	代理店は正当な権利を主張し、意見を代手制度に反映させられるべき
共栄火災	専業代理店	1～3人	保険会社が代理店の手数料を下げるための施策でしかない。大企業が中小企業に強制的に納入価格を下げさせているのと一緒に

乗合代理店	【2026年度代理店手数料ポイント制度】に関してご意見があれば自由にご記入ください（任意）		
-------	---	--	--

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	2026年度代理店手数料ポイント制度に関する意見
東京海上日動	専業代理店	4～9人	TQ代理店は逆に厳しくなったと聞か、TQ以外の代理店で業務品質が高い代理店はポイントが上がると思われる。この点は便宜供与を縮小させ公平性を重視したと感じる。モーター代理店など兼業代理店が優遇されているとすれば納得できない。チャネル問わず共通の土台で代理店を評価すべき。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	・まだ規模増収ウエイトが高い。徐々にという損保もあるが、何故一気に水準を下げないのか ・業務品質項目も、多岐にわたり、純粋な「お客様本位」「お客様サービス」「定性評価」の本来大切な部分が、置き去りになっている ・「保険会社独自の業務品質項目」や「会社独自のお客様信頼品質基準」等の名称を作りその中に、理屈を付けて何でも入れ込むような事がないようにチェックすべき ・代理店自身が 保険会社に物を言える存在にならないと、保険会社は変わらない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	せめて代申の保険会社にだけでも、我々代理店の痛みをもっと理解してほしい
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	どのように運用するか、各社によってニュアンスが異なるため、運用の最終結果を見ないと一概に言えない。
東京海上日動	専業代理店	20人以上	監督指針を保険会社が都合のよく解釈し代理店手数料の削減を図っているように思われる。規模増収の比率を下げた分、業務品質の名目のもとに各社それぞれ勝手な基準で事務効率指標や営業施策指標を盛り込んでおり、有識者会議や金融審議会の論議とはかけ離れている。
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	規模増収は複数年の実績を加味して評価するべき
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	手数料ポイントの変動が大きいと代理店の経営が安定しない。結果として保険会社の売上にも影響する。特代手を完全廃止すると言うが25代手と26代手のギャップが大きいと経営が成り立たなくなる。下げるにしても下限を設けるべきであり、一方的通知で決定される代手ポイントには反対。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	いつも保険会社が主導で代理店はNOと言えない。お客様ではなく保険会社が望む契約を増やすためのポイント付与になっている部分もあり、お客様のことは真剣に考えていないように思う。
東京海上日動	専業代理店	1～3人	急激な代手引き下げは避けてもらいたい。会社運営にも影響する
東京海上日動	専業代理店	1～3人	保険会社はポイント制度を悪用し、代理店を廃業または統合させてダイレクト販売、あるいは直営代理店販売の業績拡大を虎視眈々と狙っている。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	この制度が出来てから長年に亘り国会議員を巻き込んで議論しているが、結局手数料は下がる方向で推移している。いくら抵抗してももはや中小の代理店に将来性は無いとの認識に至った
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	それぞれの代理店の特性が評価される制度に変更してほしい
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	チャネル別ポイント制度は廃止すべき
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	既に数社から26代手の説明を聞いたが、間違った品質重視の制度設計を行っている。金融庁や有識者会議の指示とはいえ、なぜ代理店に全てを押し付けてくるのか全く理解できない
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	保険会社は固定費、人件費、代理店の手数料等々経費を抑えAI開発やダイレクト販売に移行している。現在以上にポイントが上がる見込みはない
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	本質的に改善される期待はしていない。
損害保険ジャパン	企業内代理店	10～19人	基本を100として、品質の良い代理店はプラス、悪い代理店はマイナスとし、収保テーブルによって加減の幅を決めるべき。保険会社は、代手ファンドの総額を決めた上で代理店に配分している。保険会社として品質向上を目指すのであれば、代手ファンドの総枠を引き上げ、一定のコストをかけ、代理店と共にビジョンを定め方向性一つにして進んでもらいたい。
損害保険ジャパン	兼業代理店	1～3人	代手制度を決定する際に、代理店の意見を聞いて評価項目等を検討し、代理店の意見を反映させるべき。項目内容が保険会社で一方的に決められた内容と感じる
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	まじめに取り組んでいる小規模代理店が評価される項目が少ない。ポイントの上限が111Pなら下限は少なくとも80P程度を補償しなくては不公平。低い手数料率は懲罰的対応と感じる。そもそも代理店は取扱保険料をベースにしているので手数料を取りすぎるケースは生じない。本当に代理店の質を重視したければポイントの下限を引き上げて代理店経営を安定を図るべき。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	代理店の意見をもっと聞くべき。現状は優越的地位の濫用であり、一方的なポイント制度であれば廃止してほしい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	顧客本位の実現を目指すのであれば、ポイント評価項目の内容を精査すべき。現状が間違っていないと判断するのであれば、保険会社は顧客本位の意味を理解していないのではないかと
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	代理店の品質向上は大事だと思うが、保険会社が色々問題を起こして、その結果代理店に対し多くを求めすぎている様に思う
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	業務品質と言われる項目では、評価バーが引き上げられ、益々ポイントの取りにくい様になってます。
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	早期更改率、顧客アンケート率、デジタル手続き率など、本来の顧客サービスとかけ離れている内容を無理やり理由を付けて代理店に押付け、保険会社が社会貢献しているというアピールに使うのはやめて欲しい
三井住友海上	専業代理店	20人以上	未だ保険料規模・シェアに大きく影響を受けていて、品質を評価しているとは言い難い
三井住友海上	専業代理店	20人以上	●●社の変化がかなり唐突すぎる。
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	規模を代理店ポイント制度の柱にしているのは一定理解できるが、規模は特定の保険会社の取扱い分ではなく、代理店そのものの規模（全社ベース）で捉えるのが妥当と考える。
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	顧客の最善利益を追求した代理店手数料ポイント制度に変わって欲しい。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	取扱高による基本ポイントが少な過ぎる。保険代理店の副業、兼業化を助長するだけ。そうなれば必ず違う問題が発生する。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	代理店に一定の規模や品質を求めるという方向性自体は理解でき、現時点ではなんとか達成可能な水準であると認識しています。しかし、現在の制度設計や評価項目の動向を見る限り、今後5年以内に求められる水準がさらに引き上げられ、現場レベルでは持続的な達成が困難になることが見えてきています。その結果、無理な成長戦略や合併・統合を余儀なくされ、かえってお客さまへのサービスの質が低下するリスクが懸念されます。本来残るべきは、お客さまから信頼され、地域に根差し、継続的に選ばれ続けている代理店であるべきです。今後の評価制度においては、規模や短期的な業績のみで判断されるのではなく、長期的視点で顧客に寄り添った取組を行っている代理店が、正当に評価される仕組みが求められます。
AIG損保	専業代理店	4～9人	まだまだやり方で保険会社の利益に誘導していると感じる

乗合代理店	【２０２６年度代理店手数料ポイント制度】に関してご意見があれば自由にご記入ください（任意）
-------	---

主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	２０２６年度代理店手数料ポイント制度に関する意見
A I G 損保	専業代理店	４～９人	相変わらず保険会社の都合重視の体制で納得感がない。
A I G 損保	専業代理店	１０～１９人	業務品質に重点を置いていくながいながら、自身の保険会社の都合ばかりが目につくのが現状です。業務品質と、専属、乗合代理店の違いは関係ないです。にも関わらず、専属優遇、一定規模の代理店のみ加入が認められる代理店会など、二枚舌はやめて頂きたい。
A I G 損保	専業代理店	１０～１９人	業務品質は本来、保険契約者である「顧客」が評価すべきものであり、その評価は継続率や紹介件数、信頼の蓄積等に表れます。これを第三者が画一的な指標で定量評価し、手数料と連動させる現在の運用は、代理店の自律的な経営判断を阻害する恐れがあり、制度の趣旨とも整合しません。繰り返しになりますが、顧客利益に資する業務品質は代理店自身の経営努力によってなされるべきであり、その成果は顧客数や売上に反映されるはずで。現行の手数料制度では、各保険会社が業務品質と呼ぶ独自に設定する評価項目や手数料ポイントに大きなばらつきがあり、乗合代理店にとってはその差が適切な比較推奨販売を促す要因となり得ます。そもそも保険会社が業務品質と呼ぶものが真に顧客価値に根差しているのであれば、同じ代理店で保険会社間での極端な評価差は生じないはずで。
A I G 損保	専業代理店	１０～１９人	代理店の仕事は若手が少ないように感じる。簡単な仕事では無いが、業界として、若手育成に注力してもらいたい。
A I G 損保	専業代理店	１～３人	一連の不祥事による金融庁指導の下での見直しなので従う以外の手段はないのでは
日新火災	兼業代理店	１０～１９人	手数料ポイント制度は廃止すべき。
日新火災	専業代理店	１０～１９人	保険金支払いについても代理店の意見を取り入れ、対話するべき アンダーライティング業務にインセンティブを取り入れるべき
共栄火災	専業代理店	２０人以上	保険会社目線ではなく、顧客目線、代理店目線で評価内容を再検討してほしい。

乗合代理店		比較推奨販売の方向性（いわゆるハ方式の廃止）に関して意見等ございましたら自由にお書きください		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	乗合社数	比較推奨販売の方向性（いわゆるハ方式の廃止）に関する意見等
東京海上日動	専業代理店	4～9人	3社以下	損保商品については、大きく商品の内容に差がないため、比較はほぼ保険料となります。 そのため、弊社では基本新規契約のみ比較推奨販売をし、継続契約については原則前年と同じ保険会社で継続しています。ただ、大幅に保険料が値上がりする契約については継続落ちを防ぐ目的で比較推奨販売をしています。現在のポイント制度では、合併合併を繰り返し代理店規模を即座に大型化しなくては一社依存では社員の所得を上げていくことは困難です。弊社のビジョンは代理店の大型化ではなく社員の生活を豊かにすることです。乗り合い代理店になった理由にはお客様のためという代理店も、もちろんあると思いますが、社員を守るためという代理店も多数存在していると思います。ハ方式の廃止には断固として反対です。
東京海上日動	専業代理店	4～9人	3社以下	大規模乗合は比較提示が必要かと思うがと小規模乗合は専属に向かうのではないか
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	7社以上	(ロ)方式はお客様に有益であり、比較推奨販売ができていない代理店は合理性をベースに対応するべき
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	4社～6社	手続きが煩雑になり、結果的に顧客のためにはならないのでは？推奨方針が客観的に見て問題ないなら(ハ)方式を残すことが良いと思う
東京海上日動	専業代理店	20人以上	7社以上	基本賛成ではあるが、(ハ)方式であっても絞り込み理由が結果的に顧客本位の内容であれば許容されるべきと考える。また委託保険会社によって手数料格差が大きすぎる場合などは、手数料の高い保険会社商品の推奨を否定するのは酷である
東京海上日動	その他	20人以上	7社以上	現状では保険料差以外で比商品比較することは困難と言わざるを得ない
東京海上日動	専業代理店	20人以上	7社以上	市場は混乱すると思われる。お客様に複数の商品を提案することにはメリデメがある。顧客への意向確認をどの程度までするべきなのか？深く意向確認することに顧客ニーズが存在するのか？募集人ひとりの見解で推奨することが契約者にとって最適利益といえるのか？等を考えてしまう。
東京海上日動	兼業代理店	20人以上	7社以上	できることならば推奨保険会社を決めて募集できるようにしてほしい
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	4社～6社	代理店の能力的に対応可能な範囲内ということになるが、(ロ)方式は必然と考えている
東京海上日動	企業内代理店	20人以上	4社～6社	法人を含めたお客様本位を考えると複数社の保険会社との取引が必要と考え、そのための体制を代理店として整えている。明確な方向性を早く示していただき、かつ、しっかりと整備できるまでの移行期間を設けた上での実施を願う。昨今の保険会社は代理店手数料ポイントのみならず、基準手数料率の引下げも行われ、一連の代手の取扱は合意なく一方的に代理店に押し付けられている。販売する側も感情があり、売りたいくない保険会社が存在する。そのような会社の商品をお客さまに案内するのは抵抗があり、その意味では代理店の経営的観点での推奨会社が許される制度が望ましい。
東京海上日動	兼業代理店	1～3人	4社～6社	保険会社は、保険商品の開発・差別化を進めず横並びの商品を揃え安穩としている。また保険会社は、CM等による一般消費者に対するアプローチや、自社商品の特徴を啓発する活動が極めて少ない。商品開発コストや販売コストをかけず、代理店の力量に任せすぎている。にもかかわらず代理店手数料ファンドが削られているのは納得感がない。ハ方式を廃止し乗り合い代理店に比較推奨販売させても、商品性で比較することは非常に難しい。結局、代理店の信用度だけで顧客グリップをすることになる。保険会社には顧客を満足させる商品開発をお願いしたい。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	4社～6社	お客さまの希望に沿うためには、複数社の見積が必要なのだろうか。売り手である代理店が熟知している保険会社の商品を勧める方が良いのではないかと。一消費者の立場に立てば保険商品は全てを理解し難い商品であり、契約している（加入している）補償内容を募集時（契約時）に理解していても、事故時まで理解が継続している方は少ない。結果、何かあれば（事故・異動等）取り敢えず代理店に連絡しよう、という発想が圧倒的に多いのではないかと。また、保険契約時に長々と説明を聞くのも面倒と考える契約者が多いのではないかと。それであれば、インセンティブ欲しさではなく、顧客利便性を重視した「ハ方式」を残しても良いのではないかと。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	3社以下	お客様の事を考えると良い商品を提供することができる比較推奨販売が必要と思う。(ロ)方式のみとなっても比較推奨販売を継続する。
損害保険ジャパン	専業代理店	4～9人	3社以下	ほぼ同内容商品の場合 安価な保険料を希望するお客さんが多く見られる。比較推奨販売では、単に保険料が安いだけでは説明不足であり、どうすれば望ましい販売になるのか相当なスキルが必要と思う。
損害保険ジャパン	企業内代理店	4～9人	4社～6社	顧客の利益を最優先すると、代理店の利益が出ない（赤字になる）場合はどうすればいいのか、わからない
損害保険ジャパン	専業代理店	20人以上	7社以上	お客様の補償やリスクへの理解が必要になり、すべてのお客様が(ロ)方式による販売を求めているとは思えない
損害保険ジャパン	専業代理店	10～19人	3社以下	加入時では無く事故対応時を考えるとハ方式は合理的だと思っている。保険会社の損害サービス部門との連携は、委託保険会社によって濃淡が大きい。
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	3社以下	昨今会社によって保険料差が激しく、お客様の意向に沿った見積を提示するには乗合、比較推奨は必須
損害保険ジャパン	専業代理店	1～3人	4社～6社	当然のこと
あいおいニッセイ同和	専業代理店	4～9人	3社以下	最低限の比較推奨販売をしているが、付帯サービスなどの商品の違いを説明すればするほどお客様は混乱をする。ある程度は業界共通の内容に統一してもらわねば、乗合代理店は負担が大きすぎる。
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	4社～6社	ハ方式の廃止に伴い、ロ方式について現行より緩和された販売が認められるのか注視したい
あいおいニッセイ同和	兼業代理店	20人以上	4社～6社	何十社も乗り合っている代理店は、全社比較は物理的に不可能ではないか。顧客も全て把握して判断することは現実的ではない。ある程度代理店で絞り込みを行い推奨する必要がある
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	4社～6社	更改契約の場合、新規契約の場合、と方向性がある程度決まった時点で概略を開示願いたい
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	4社～6社	他のチャネルとプロ代理店を同様に考えないで欲しい。プロとしてお客様の意向に沿ったプランを提示している
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	7社以上	乗合保険会社数に限りがあり、職員の保険会社毎の習熟度合いにも差があるのが実態。急激な変化に戸惑っている
あいおいニッセイ同和	専業代理店	20人以上	4社～6社	非常に悩ましい問題である。乗合社全社の提案は難しく各社の特性に合わせて進めたい
三井住友海上	兼業代理店	4～9人	7社以上	やっかいだ
三井住友海上	専業代理店	4～9人	4社～6社	ハ方式を残して欲しいが、ロ方式で対応していくしか無いと思っている
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	3社以下	全募集人のスキルアップ、各保険会社の事務精通が必須となり負担
三井住友海上	専業代理店	4～9人	4社～6社	独立した商業単位である代理店が、自社の都合で推奨商品を選定することが許されないのは釈然としない
三井住友海上	企業内代理店	4～9人	4社～6社	ハ方式廃止に伴って乗合社の削減や、団体扱社数の削減を検討したい
三井住友海上	専業代理店	20人以上	7社以上	代協のセミナーで話があったが、例えば自動車保険については「単純に保険料」の比較で顧客が選別した保険会社で細部をつめていくことで良いのか？むしろ、当該代理店が事務面や損害調査で連携しやすい保険会社をお勧めするのが正しい姿ではないか？
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	3社以下	ハ方式の廃止についてはやむを得ないと考えるが、すべてのお客さまにすべての保険会社の商品を案内する方式にならないようにしていただきたい。

乗合代理店		比較推奨販売の方向性（いわゆる八方式の廃止）に関して意見等ございましたら自由にお書きください		
主要保険会社	チャネル区分	募集人登録人数	乗合社数	比較推奨販売の方向性（いわゆる八方式の廃止）に関する意見等
三井住友海上	専業代理店	20人以上	4社～6社	現実的な代替案が無い限り八方式の廃止は、非現実的である
三井住友海上	企業内代理店	20人以上	4社～6社	顧客本位の業務運営が求められる中、致し方無しと考える。
三井住友海上	専業代理店	20人以上	7社以上	業務実態を踏まえた方式を考察ねがう
三井住友海上	企業内代理店	10～19人	3社以下	八方式でお客様さまに推奨しても、トラブルになったことはなく廃止には戸惑っている
三井住友海上	兼業代理店	10～19人	7社以上	顧客本位の業務運営を更に推進していく上では「八方式の廃止」は致し方ない。個人分野の保険種目について比較推奨販売が可能な保険料計算ソフトの販売を希望する。
三井住友海上	専業代理店	10～19人	4社～6社	推奨の可否などを定める事と取り扱い保険会社を全て提案する事などがお客様本意なのかがかそもそも疑問。お客様もそんなたくさんの保険会社を提案される事を望んでいない。推奨方針を事前に説明した上で、お客様とのコミュニケーションの中で実際に提案する保険会社を選定していく事の何が問題なのか不明。手数料の高低についても何故高い手数料の会社を推奨する事が悪なのか。そこもお客様にも説明した上で、意向に沿った商品提案が出来ているのであれば問題ないのではと思う。
三井住友海上	専業代理店	1～3人	7社以上	専属でもまともに商品説明できない募集人が存在するのに、乗合のみ規制が入るのはおかしい。
AIG損保	専業代理店	4～9人	3社以下	継続契約に毎回全保険会社提案は現実的ではない
AIG損保	専業代理店	4～9人	3社以下	2～3社程度の乗合であれば口方式による推奨販売は可能だが、何社も乗合の会社は現実的に可能なのか。大規模代理店を優遇する着地にはしないで欲しい。
AIG損保	専業代理店	20人以上	7社以上	お客様に理解していただきやすい仕組みを作っていきたい
AIG損保	専業代理店	20人以上	7社以上	顧客にとっても、口方式の方が理解しやすく安心感・納得感がある
AIG損保	専業代理店	20人以上	7社以上	損保代理店業界の営業形態は他の業界と違い独特かつ特異である。なぜならば、商品の独自性が他の業界と比べると差が少なく、比較対象の最大のポイントは保険料になりがち。したがって顧客の選択理由が「保険料が安価」となることが多い。当社は先ずは●●社を案内すべしとの規定があるため、上記のように保険料比較ができないことが多い反面、逆になぜ●●社を案内するのかを相手方に説明しなくてはならない。
AIG損保	専業代理店	20人以上	7社以上	本当にその比較推奨を顧客が求めているのか？保険会社や代理店の自己満足にならないような意向確認スキルとコミュニケーションが必須。
AIG損保	専業代理店	10～19人	3社以下	顧客特性を確実に見極めたリスクマネジメントが重要。顧客、募集人、保険会社の適合性は重要であり、特に事故時の対応は保険会社によって大きな差異が生じている。顧客を、どこの保険会社を推奨するのかはまさに顧客特性をよく知る代理店のバリューである。適合性を重視した比較推奨販売の結果、顧客の利益に繋がると考える
AIG損保	専業代理店	10～19人	4社～6社	自社で保険の補償の在り方（考え方）があり、それを基にして顧客の意向を確認しているので、八方式がなくなっても影響がない
AIG損保	専業代理店	10～19人	3社以下	代理店の都合で商品提案するべきではなく、お客様のことを考えた上で提案すべき。ここを間違って推奨しないよう注意が必要
日新火災	専業代理店	4～9人	4社～6社	比較推奨販売は大事だが、商品が良くてもその保険会社の事故対応が悪ければ顧客利益につながらない。信頼できる事故対応を行う会社を望むかどうか意向確認項目に加えて対応したい
日新火災	兼業代理店	20人以上	7社以上	企業代理店や大規模代理店にも保険会社の付度なしで公平に実施して欲しい
日新火災	専業代理店	20人以上	7社以上	保険業界における八方式の運用に問題があり、廃止そのものには異論はない。損保商品は補償範囲やリスク細分化の影響により保険料が多岐にわたるため、野放図に比較推奨販売を行うことはできない。まずは自社の比較推奨販売方針を顧客本位の考え方に照らし、如何にかあるべきか、ゼロベースで検討し直し、自社方針を明確にする必要がある。
日新火災	その他	20人以上	4社～6社	中小規模代理店の場合、損保代理店手数料ポイントの高低は制度の基づいた結果であり、保険会社による便宜供与ではない。取引保険会社について生保1社だけの場合は、八方式の継続を認めて欲しい。
日新火災	専業代理店	10～19人	4社～6社	乗合・専属、専業・兼業、チャネルを問わず、全ての代理店に同じルールで公平・公正な保険募集、代理店経営を行う環境にして欲しい
日新火災	兼業代理店	10～19人	4社～6社	募集人の事務ロードが増大し、募集人の能力アップが必要となる
日新火災	兼業代理店	1～3人	3社以下	商品の数が増えれば増えるほど、意向確認すべき点が増え、逆にお客様が迷う局面も生じる。その観点からは、予め絞りこむことも必要なのではないか。
共栄火災	専業代理店	20人以上	7社以上	口方式への移行準備のため、どのように絞り込むのかを検討しているがまだ決め切れていない。

企業内代理店		「特定契約比率規制適用除外」の適用について、考慮されるべき条件についての意見	
取引保険会社	募集人数	専属・乗合	「特定契約比率規制適用除外」の適用に考慮されるべき条件
東京海上日動	4～9人	専属	企業の成り立ちを考慮して企業内代理店が存続できるよう配慮すべき。
東京海上日動	20人以上	乗合	財産の保険についてはやむを得ないと思うが、賠償責任やお客さまサービスのための保険は除外しても良いと思う。
損害保険ジャパン	4～9人	乗合	既に特定契約以外の契約も多くある場合に代理店廃止等になった場合に一番迷惑を被るのは他の代理店（保険会社）に移管される契約者であり、企業として機能しているに関わらず「職」を失う従業員である。一部の代理店・保険会社の不適切行為に端を発した一連の動きであり、多くの企業内代理店に非は無い。
損害保険ジャパン	20人以上	乗合	規制の適用除外は30%の制限がなくなるとの解釈で良いのか？現状で超過している場合は、扱い高が増えるケースがある。保険会社によって運用する基準が異ならないようにしてほしい、適用除外が否かは死活問題である。
損害保険ジャパン	10～19人	乗合	従業員の福利厚生を一定担っており、従業員の契約規模が一定以上の代理店は除外としてもらいたい。
三井住友海上	4～9人	専属	すべての企業内代理店が納得できる条件にして頂きたい。安易な内容にしないでほしい。
三井住友海上	4～9人	乗合	親会社も含め合理的で納得できる条件としてもらいたい。
三井住友海上	4～9人	専属	聞くとところによると、適用除外規定が多岐にわたり、かつハードルが高すぎる。
三井住友海上	20人以上	乗合	企業としての独立性や存在意義が大事であり、特定比率はそれに関係ない
三井住友海上	20人以上	専属	代理店毎の実態を考慮されるべき
三井住友海上	20人以上	乗合	大企業の実情を正確に把握したうえで決定してもらいたい
三井住友海上	20人以上	乗合	特定契約者へのリスクマネジメントや福利厚生への貢献度合は評価されるべきである。
三井住友海上	1～3人	乗合	企業内代理店が親会社の連結決算対象外の場合は、特定者の範囲から除外してもらいたい



一般社団法人大阪損害保険代理業協会
企画環境委員会

〒530-0001 大阪市北区梅田1-2-2-1400
大阪駅前第二ビル14階1-2
TEL06-6341-6085
EMAIL: ii-aosaka@osakadikyo.or.jp