

【資料2】(照会1) ①:項目No.1-基準No.18 「第三者による確認においても、適切な運営・応対を実施している」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	客観的な評価が行われることは品質評価として望ましいことと考える。
2	生命保険会社	条件付きで賛成	当項目の趣旨は、客観性を担保した運営・応対の確認ができていることであるため、その確認主体が第三者である必要性については検証が必要
3	生命保険会社	条件付きで賛成	募集規制の徹底・遵守の観点から、監査等において、第三者性を高めるという視点は重要と考える。もともと、重要なのは、第三者性を高めるということであり、法人格を別にしなければ担保できないのか、反対に、法人格が別であれば、全て担保できるといえるのか、といった論点もあるためトライアル等を通じた実態把握を踏まえ判断すべき。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	コスト・実行性の観点から、社内監査態勢を確認することも可と考える。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	条件付きで賛成	費用等の問題があるので、代理店側より十分な了解を得られることが前提となる
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	保険会社・代理店双方に効率的、かつ公平・公正な第三者による確認方法のあり方について、今後のSGにて議論いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者による募集に関する態勢整備状況の確認は、代理店のルール・法令遵守への意識を高めることにつながるため、業務品質向上へ一定の効果があると考える。一方で、第三者による監査は費用負担の面などで実現が困難な代理店も想定されるため、第三者に保険会社を含める等、柔軟に運用できる基準の検討が必要と考える。
13	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者による確認においても適切な運営・応対を実施していることが確認できること自体は評価すべき項目だと推察しており、本要件をベストプラクティスとして設定するのであれば、基準として設定すべきと史料する。一方で、第三者による確認に関しては、一定のコストがかかるものと推察するが、当該コストに関する費用負担の考え方やその水準の妥当性に関する整理がされることが前提になるものと史料する。
14	生命保険会社	反対	第三者による監査を行うことができる代理店は費用負担の面から少数であること、当件に関して適切に監査を行う第三者を特定することが難しいため。
15	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者として評価の妥当性検証は困難と考えられることもあり、保険会社による監査も第三者に含めてはいかかと考える。
16	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者による確認として客観性は担保されるが、外形的な体制のみでなく、実際に牽制が働いているのかどうか実態面も考慮すべきではないかと史料する。
17	生命保険会社	条件付きで賛成	条件：第三者を保険会社に変更。 理由：適切なジャッジが可能な第三者機関が存在しておらず、運用が非効率的と考えるため。保険会社による代理店点検等で評価を行うのが望ましい。なお、確認方法については実査までは必要とせず、マニュアル等の確認で十分と考える。
18	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者による確認が可能な代理店に限られると思われるため、例えば、第三者に保険会社も含める等、代理店が実施可能な達成要件を含める必要があると考える
19	生命保険会社	条件付きで賛成	「第三者による確認」とは具体的にどのようなものを指すのかを明確にしたうえで、それが広く代理店に対し適用しうる場合において設定することも可能と考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	反対	人的コスト的に実質的に厳しいと思われる。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	・第三者の定義を明確に示す必要があること（各代理店が任意の第三者を選択した場合、公平性が担保できない） ・全ての代理店に求める基準では無いこと
27	生命保険会社	条件付きで賛成	・ベストプラクティスとしての加点評価であること ・第三者＝適切に評価できる者（生保による監査ではないこと、フランチャイジーに対するフランチャイザーの監査でないこと、相応のスキルを持ったものが監査すること等）以上を条件として賛成する。
28	生命保険会社	条件付きで賛成	代理店による自主的な監査で足り、第三者に限定する必要はないと考える
29	生命保険会社	反対	第三者の監査の対応は人的にもコスト的にも対応可能な代理店が限定されると想定される。
30	生命保険会社	賛成	当社では、特定保険募集時において、お客さまに対して、募集人以外の第三者による募集状況、説明内容の確認を実施しており、この実施状況を代理店の募集品質の評価に利用している。上記のため、評価基準に加えていただきたく改めて回答する。
31	生命保険会社	条件付きで賛成	評価の妥当性を担保するため第三者の資格要件を定める必要はあると考える。
32	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者の定義(特に、保険会社を含むことの是非)を明確化する必要があると考える。
33	生命保険会社	条件付きで賛成	多くの代理店が利用可能な低コストかつ良質な第三者機関を用意できるのであれば賛成。プラスαの取り組みとはいえ、事実上、特定の代理店のみが達成可能な基準は統一評価の項目としてはなじまない。
34	生命保険会社	条件付きで賛成	第三者に代理店独自の社内規定・マニュアル・実務対応を理解させること、また費用負担の面などの論点が存在すると史料
35	生命保険会社	条件付きで賛成	「自社以外の目で見えた場合に取組みが十分行われていること」を評価するというベストプラクティスを志向するという観点において、本基準が望ましいものであるという点は理解できるが、一方で自社以外の第三者による確認について、対応可能な代理店は限られると想定されるため。
36	生命保険会社	条件付きで賛成	区分C・Aとして評価項目に設定することに賛成であるが、「第三者による確認」に保険会社による監査等が含まれないということよりいかどうか、また、第三者からの指摘事項等が一切ないことが基準となるのかどうか等の詳細については、トライアルの状況等も踏まえつつ精査していくことが望ましいと考える。
37	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	反対	本評価をしたうえで、さらに第三者の評価を求めるのは、屋上屋と感じる。 確認する第三者が、現時点、不明であること、代理店にコストがかかることも気になる。
40	生命保険会社	条件付きで賛成	「第三者による確認」の公平性が担保できることを前提に、評価基準として適当と考える。 ※確認者ごとに、確認の深度が異なることが想定される。
41	生命保険会社	条件付きで賛成	区分C・Aにおいて（加点要素として）評価項目に設定することには賛同するが、「第三者による確認」に保険会社による監査等は含まれないということよりいかどうか、あるいは、第三者からの指摘事項や改善提案等が一切ないことが基準となるのか等の詳細については、トライアルの状況等も踏まえつつ引き続き精査していくことが望ましいと考える。
42	生命保険会社	賛成	第三者による確認を行うことにより、より客観的に自代理店の態勢整備の適切性を示すことが可能になるものと考えため。

【資料2】(照会1) ①:項目No.1-基準No.18 「第三者による確認においても、適切な運営・対応を実施している」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	反対	自社以外の第三者による確認は、コストの問題などから、代理店の統一評価基準とするのは困難であるとする。第三者に限定せず、自社の内部監査体制など、代理店運営等の評価の適切性を評価の対象とすべきと考える。
45	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	第三者の想定が各保険会社共同で作る機関もしくはそれに準じる機関であれば、公平中立な立場で確認いただけ、業務品質の向上ができると考えるため賛成する。もしそのような機関による監査の実現が困難であれば、項目No1基準No18達成要件No37を通じた自助努力による業務品質向上を注視すべきと考える。
46	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	代理店に負担は難しいので、保険会社による確認であれば、乗り合い代理店の場合のような運用にするのか。
47	代理店・消費者団体等	賛成	利害関係のない第三者が監査することにより、公正・公平な判断になり監査結果の信頼性の向上が期待できるため。
48	代理店・消費者団体等	賛成	投信FDがR&I（格付投資情報センター）により5段階（SS,S,A,B,C）で証券会社などが格付されたように、乗合保険代理店も第三者機関による確認を受け社会に公表すべきである。
49	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	第三者への費用が発生しないことを条件とする。監査を行なう第三者とは誰を指すのか。
50	代理店・消費者団体等	反対	この業務品質評価が第三者の確認なのではないか。
51	代理店・消費者団体等	反対	第三者を誰にするかにもよるが、仮に保険会社（代申）とした場合には、現在実施の点検内容とほぼ同一であり、内容が重複する虞があるため、その場合は設定自体意味をなさないと考える。
52	代理店・消費者団体等	反対	この評価をする主体的な評価者（保険会社または自主点検、第三者認定機関）に加えて、あえて第三者の評価を基準にしないでいいのではないかと。評価の甘い第三者機関が重宝されるだけで実態的な意味を感じない。
53	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	ここでの第三者による監査とは保険会社を指すものと考えていた。保険会社の監査は必要であると考えている。ただ保険会社以外の第三者となると、その監査機関はどこを指すのか？またコスト負担などを考慮するとこの段階での第三者による監査はハードルが高いと思われる。以前に話の出たより高いレベルの判定（監査）を求めるための自主的に監査を求めるものとは相違するものと思っている。
54	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	費用が過大とならない制度が用意されることが必要と考える。監査を受ける代理店にも業務負担が発生するので、当該監査を条件として、個別保険会社の検査の対応負担の軽減等が図られればなお好ましいと考える。
55	代理店・消費者団体等	賛成	自社組織の中での監査等の実効性の確認の意味でも必要と考える。
56	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	より客観的な評価が得られると思うので基本賛成であるが、その評価者をどう選別するかやその費用をどこが持つか等の検討が必要。
57	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	コストが生じるので、扱い規模や広域代理店が否かといった条件をつけて、一定規模以上及び広域代理店の場合にのみ適用とすべきと考える。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ②-1:項目No.1-基準No.26 「⑩お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組み」「顧客向けセミナーの開催を通じたリテラシー向上に取り組んでいる」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	定量的な評価が難しいが、各代理店の創意工夫を評価するという視点で賛成。
2	生命保険会社	条件付きで賛成	当項目の趣旨は、顧客のリテラシー向上への取組みであるため、「顧客のリテラシー向上に向けた取組みを（顧客セミナーに関わらず）実施している」場合は、業務品質として評価。
3	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客リテラシー向上に資する取組みとしてセミナーが企画・運営されているのであれば、当該取組みは業務品質として評価すべきと考える。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客向けセミナーの開催自体が目的となりにくい場合、各代理店の創意工夫も評価すべきであるとする。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無い
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の取組状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	条件付きで賛成	評価基準はセミナーに限定せず、リテラシー向上のための代理店による任意の工夫や取組を広く評価できる基準設定が必要と考える。
13	生命保険会社	条件付きで賛成	①と同様、リテラシー向上に向けた取組みをベストプラクティスとして設定するのであれば、基準として設定することも一案と考える。ただし、その手法はセミナーに限られるものでもないこと、また、その内容・質に関しても当然問うべきものであることを踏まえ、記載や評価方法を検討する必要があると考える。
14	生命保険会社	反対	お客さまニーズの把握・実現においては、顧客セミナーに限定されるものではないものと考えられるため。
15	生命保険会社	条件付きで賛成	取組みのひとつかもしれませんが、セミナーの開催に限定する必要はないと考える。
16	生命保険会社	条件付きで賛成	実態として主たる目的がリテラシー向上ではなく集客で取り組んでいるものもあり、セミナー開催のみでなくその中身も考慮する必要があるのではないかと考える。
17	生命保険会社	反対	顧客向けセミナーの開催だけが顧客リテラシー向上につながるものではない。また、遠方の方や高齢の方など多様なお客様特性を考慮しても、セミナー開催に限定した評価基準は削除すべきと考える。
18	生命保険会社	条件付きで賛成	達成要件の1指標とすることは賛成だが、セミナーを開催しない（できない）代理店に対する考慮が必要と考える。
19	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客向けセミナーの開催自体を否定するものではないが、独自の取組みとして本件に特定されているため、実践可能な代理店は限定的となるものと予想され、適切な評価が困難であるとする。よって、独自取組みとして適切に評価できる基準に変更したうえで設定することが望ましいと考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	反対	公平な評価が困難と思われる。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	全ての代理店に求める基準では無いこと。セミナーに限らない形式も含まれるべきと考える。
27	生命保険会社	反対	セミナーは募集手法の一つとして実施されるケースが多く、「お客さまニーズの把握・実現に向けた取組み」とは趣旨が異なると思われるため、達成要件とすべきでないと思料する。
28	生命保険会社	反対	顧客リテラシー向上の取組みはセミナー開催でのみ達成できるものではなく、チャネル特性に応じ創意工夫することで実現可能と考える。
29	生命保険会社	反対	代理店の規模により差異があり評価項目に入れるのは再検討が必要と考える。
30	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客向けセミナーは、顧客のリテラシー向上のための施策として有益であると考えている。ただし、セミナーのクオリティを評価する基準の設定が難しいため、今後の検討課題であるとする。
31	生命保険会社	反対	セミナー開催に限定せず、その他のリテラシー向上の手段も評価すべきと考える。
32	生命保険会社	条件付きで賛成	会社規模等により、開催できるセミナーの内容/方法/頻度が異なるため、公平な基準で評価するための基準を明確にする必要があると考える。
33	生命保険会社	反対	代理店によって募集方法は異なるにもかかわらず、セミナーという手段に限定してプラス評価をするのは多様な募集方法を否定し、お客様の加入手段の選択肢を狭める方向に働くものであり、反対。
34	生命保険会社	条件付きで賛成	本基準で求めることは「リテラシー向上への代理店独自の取組み」であって、顧客向けセミナーの開催はその例示のひとつであると見做す（ひとつ上の項目と同様に「顧客向けセミナーの開催等を通じた、～」としてどうか）
35	生命保険会社	条件付きで賛成	規模・特性等により顧客向けセミナーを実施していない代理店も多く存在すると想定される。セミナーに限らず、たとえば「お客さまニーズに対するリテラシー向上に取り組んでいる（規模・特性等に応じて顧客向けセミナーの開催、顧客面談の高度化に向けた取組み等）」にしたほうがよいと考えられる。また、確認方法は、「会社としてのセミナー開催実績の確認」に限らず、「顧客面談記録の確認」なども含めることが望ましいと考えられる。
36	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客のリテラシー向上に寄与する取組みとしては、セミナーの他にもHP上の記載や個別の（DM等による）情報提供など、代理店ごとの多様な取組みが考えられることから、必ずしもセミナーに限定すべきかどうかについては、トライアルの状況等も踏まえつつ精査していくことが望ましいと考える。
37	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	条件付きで賛成	セミナー開催は、手段のひとつは思うが、限定的にしなくても良いと思う。また、セミナーの定義も必要ではないか。
40	生命保険会社	反対	代理店独自の取組みであり評価基準としては不適当と考える。 ※セミナーを実施することが目的となり、形式的な基準をクリアするだけで評価されるような項目になるおそれがある。
41	生命保険会社	条件付きで賛成	顧客のリテラシー向上に寄与する取組みとしては、セミナー実施の他にもHP上のコンテンツ掲載や個別の（DM等による）情報提供など、代理店ごとの多様な取組みが考えられることから、必ずしもセミナー実施に限定すべきかどうかについては、トライアルの状況等も踏まえつつ引き続き精査していくことが望ましいと考える。
42	生命保険会社	条件付きで賛成	リテラシー向上策について、セミナー開催に限定する必要はないものとする（創意工夫を生かした各代理店の取組みを評価することが肝要と考える）ため。

【資料2】(照会1) ②-1:項目No.1-基準No.26 「⑫お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取り組み」「顧客向けセミナーの開催を通じたリテラシー向上に取り組んでいる」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	反対	代理店共通評価項目という点について、本項は代理店の独自の取り組みを評価基準としており、その適切性等において公平な評価が困難であるため、変更か削除すべきと考える。
45	代理店・消費者団体等	反対	顧客向けセミナーに限らず代理店の規模特性に応じたお客さまニーズの把握・実現に向けた独自取り組みを評価すべきと考える。そのため達成要件No50はNo49に包含したうえでNo49を包括的な内容に改めるべきではないかと考える。
46	代理店・消費者団体等	反対	代理店の規模・特性により全ての代理店にて行うのは無理。
47	代理店・消費者団体等	反対	顧客向けセミナーは、実質的には集客を目的としておりリテラシー向上の取り組みには該当しないと考える。
48	代理店・消費者団体等	反対	全ての代理店が顧客向けセミナーを実施している訳ではないため。
49	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	セミナーを開催するのは容易いが、全顧客の何%参加などの縛りがなく業務品質の観点からすれば無意味。複数回の開催で達成するのでもよいと思う。セミナー開催だけでリテラシー向上に取り組んでいるとは言えず、業務品質の評価にはならない。
50	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	リテラシーの向上取り組みは必要であるが、その手法をセミナーに特定する必要はない。その為に個々の代理店がセミナーを開催するには無理があるかと思う。開催しているセミナーに客を誘致する程度ならできそうであるが。
51	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	セミナーの開催有無は代理店毎に異なるため、必須項目としないことを条件に賛成。
52	代理店・消費者団体等	反対	顧客向けセミナー開催が条件となっている点に違和感を覚える。
53	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	顧客のリテラシーの向上方法はセミナーに限ったものではないと考える。セミナーはあくまでも方法であり、「顧客のリテラシーの向上に取り組んでいる」とし、手段・方法は限定するものではなく、それぞれの会社が決めれば良いと思う。評価しては「取り組んでいる」⇒どのような方法で評価してはいいか？
54	代理店・消費者団体等	反対	顧客向けセミナーは、リテラシー向上への取り組みというより見込み客発掘という現実的な目的のために行っている代理店も少なくなく、また、積極的な広告出稿などにより結果的にリテラシー向上に資する代理店もあることから、「リテラシー向上」への取り組み、という観点から、セミナーのみが対象となることには反対。「リテラシー向上」は大切なことだと考えるが、行政、保険会社の影響が大きく、敢えて代理店評価に採用する必要性に疑問を感じる。
55	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	どう評価したらいいのかわからない。具体的評価基準が必要と考えるが。
56	代理店・消費者団体等	反対	「ニーズの把握・実現に向けた独自取り組み」の手段ではあるが、一般的に代理店として行うセミナーは個別相談につなげるためのマーケティング活動の一環であり、リテラシー向上のみを目的とした（収益を考えない）活動とは言い切れない。保険業界として広くリテラシー向上のセミナーを啓蒙活動として開催することが業務品質を高める（結果個別相談に繋がり、ニーズ把握を行う）ことに繋がるのでその手法を奨励することであれば設定しても良いが、リテラシー向上を目的とするならば自社HPの内容や媒体を活用したPR等多岐に渡る選択肢があると思料。
57	代理店・消費者団体等	賛成	金融庁からも保険を売る側と買う側の知識の非対称性が指摘されており、一番顧客と近いところにいる代理店が意識を持って取り組むべきと考える。1社で無理なので代理店ネットワークを作って「複数社で開催することも可」とすればできると考える。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ②-2:項目No.1-基準No.26 「⑩お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組み」「顧客の要望に応じた対面・非対面募集の選択肢を提供している」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	今後非対面ニーズの高まりも予想され、提供の取組みはお客さまサービス向上として考えられるものと思慮する。
2	生命保険会社	条件付きで賛成	対面・非対面ともに単なる選択肢の提供にとどまらず、各種募集規制が遵守される態勢・環境の確保が前提。
3	生命保険会社	条件付きで賛成	非対面・非接触といった選択肢を提供するにあたっては、顧客に対する適切な情報提供等の観点から、非対面・非接触といった募集の特性を踏まえた態勢が十分に担保されていることを条件とすべき。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため。
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	条件付きで賛成	「非対面」には、Web申込のほかに、書類の郵送による申込手続きも含まれることが条件。 (Web申込のインフラがない代理店に、導入を求めることは困難なため。)
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の取組状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	賛成	対面・非対面募集の選択肢の提供は、お客さまのニーズに合わせたサービスの提供につながり、結果的にお客さまの満足度を高める(=代理店の業務品質向上)ことに、一定の効果があると考ええる。
13	生命保険会社	条件付きで賛成	お客さまのご要望に応じた選択肢の提供自体は評価すべきものと推察する。①と同様、リテラシー向上に向けた取り組みをベストプラクティスとして設定するのであれば、基準として設定することも一案と史料する。ただし、確認方法等については、保険会社間各社の定義の相違等も踏まえ、適切に設定すべきと史料する。
14	生命保険会社	反対	対面・非対面はそもそもの顧客要望であり、要望のない顧客に対して選択肢を提供することはモラルリスクに反する可能性があり、選択肢を提供することがお客さまニーズに合致しているものではないため。
15	生命保険会社	賛成	顧客の要望に応じて選択肢を提供できる態勢があることは必要と考える。
16	生命保険会社	賛成	賛同する。
17	生命保険会社	反対	対面で相談したいお客様は対面代理店に、WEBで比較したいお客様はWEB代理店に来るのであるから、そういったお客様に向けての対面/非対面の選択肢の提供は不要であると考ええる。また、対面/非対面募集の定義が明確にできない(されていない)ため、評価があいまいとなる恐れがあり、削除でよいと考える。
18	生命保険会社	条件付きで賛成	対面・非対面募集の両方を行っている代理店に限る等の条件が必要と考える。(例えば、Webを主体とした代理店の場合は非該当とするなど)
19	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	条件付きで賛成	対面・非対面の定義を明確にすることが重要と考える。インフラや募集ルールを整備し全代理店で対応可能であればOKと思う。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	・非対面募集時の募集体制(態勢)にかかる確認も必須とすること ・全ての代理店に求める基準では無いこと
27	生命保険会社	反対	「お客さまニーズの把握・実現に向けた取組み」とは趣旨が異なると思われるため、達成要件とすべきでないと思料する。
28	生命保険会社	反対	お客様ご意向として対面を求めて保険ショップに来店し、加入検討しているお客様に非対面募集の選択肢を提供する必要はないと考える。また、非対面やWeb申込がお客様のご意向の場合も同様に対面の提供は不要と思料する。
29	生命保険会社	条件付きで賛成	代理店の募集スタイルや実施状況等を考慮した上で評価基準に追加する必要があると考える。
30	生命保険会社	賛成	現在の新型コロナウイルス感染状況に鑑み、また今後の顧客要望の多様化を踏まえ、募集方法の選択肢を提供できる準備を整えていることを評価することは妥当であると考ええる。
31	生命保険会社	反対	例えばWEBチャット機能等の活用で、非対面であってもリアルタイムで1対1の接客は可能である。まずは対面募集の定義を検討のうえ、当評価基準の導入必要性を改めて検討すべきと考える。
32	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
33	生命保険会社	反対	お客様は一代理店だけが選択肢ではなく、対面・非対面という選択肢を一代理店で提供することを積極的に評価する理由はない。
34	生命保険会社	条件付きで賛成	評価基準「⑩お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組み」における要件とすると、その手段を限定してしまうことになるので、別の評価基準の要件とするもしくは削除する等の検討が必要と思料
35	生命保険会社	条件付きで賛成	今後、お客さまへの選択肢の一つとして業界全体で対応を推し進めることが望ましい項目と認識しているが、選択肢の提供そのものは、システム導入のみで達成とも捉えられ、保険会社が提供している申込システムや非対面募集ルールに寄るところも大きいと、何をもちて基準を満たしているかについては今後精緻化が必要と考えられる。
36	生命保険会社	条件付きで賛成	「顧客の要望に応じた対面・非対面募集の選択肢を提供している」という基準については賛同するが、「確認方法」として「ビデオ通話システムの導入状況」とある点については、それ以外の非対面募集のスキーム(電話や郵送を通じた募集等)もあり得ると考える。また、システムの導入のみならず、「お客さまへの提示物(対面・非対面の選択が確認できる資料)」や「応対履歴」等を通じて、実際にお客さまへ対面・非対面の選択肢を提示しているかを確認すること等も考えられる。これらについてはトライアルの状況等も踏まえつつ引き続き精査していくことが望ましいと考える。
37	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	賛成	・新常态のなか、対面・非対面の選択肢を提供するのは賛成。 ビデオ通話システムに限定しなくても良いかと思う。
40	生命保険会社	反対	代理店独自の取り組みであり評価基準としては不適当と考える。 ※対面・非対面の希望を聞くだけの、形式的な基準をクリアするだけで評価されるような項目になるおそれがある。
41	生命保険会社	条件付きで賛成	「顧客の要望に応じた対面・非対面募集の選択肢を提供している」という基準を置くことについては賛同するが、「確認方法」として「ビデオ通話システムの導入状況」と記載されている点については、それ以外の非対面募集のスキーム(電話・郵送・Web等の活用)も存在すると認識している。また、システムの導入のみならず、「お客さまへの提示物(対面・非対面の選択経緯が確認できる資料)」や「応対履歴」等を通じて、実際に選択肢を提供しているかを確認すること等も考えられる。これらについては、トライアルの状況等も踏まえつつ引き続き精査していくことが望ましいと考える。
42	生命保険会社	賛成	非対面での顧客対応の実現は、今や社会的要請であるものとするため。

【資料2】(照会1) ②-2:項目No.1-基準No.26 「⑫お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組み」「顧客の要望に応じた対面・非対面募集の選択肢を提供している」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	反対	代理店として複数の相談チャネルを整備していること自体は、お客様の多様なご要望に応じるという点でも評価の対象と考えられるが、そもそも保険ショップや訪問販売、WEBなど、お客様が数あるチャネルから自ら選択してご相談されているお客様へ、他のチャネルの選択肢を提示する必要性はないと考える。
45	代理店・消費者団体等	反対	顧客の要望に応じた対面・非対面募集の選択肢の提供は、お客さまニーズの把握・実現に向けた独自取組みの一例であると思料する。そのため達成要件No51はNo49に包含したうえでNo49を包括的な内容に改めるべきではないかと思料する。
46	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	体制の整っている保険会社の商品は出来る限り。
47	代理店・消費者団体等	賛成	多数の募集チャネルを提供することにより、様々な状況のお客様に対応できるため。
48	代理店・消費者団体等	反対	ビデオ通話システムの導入が義務化されていないため、保険会社により利用できる顧客の条件、利用できる募集プロセスが異なり、顧客より非対面募集を要望されても対応できないことがあるため。
49	代理店・消費者団体等	反対	選択肢の提供はよいが、その選択情報を記録することが重要（顧客要望）。ビデオ通話システムの導入が条件であれば反対。導入が条件でないことなら賛成なるも、他の確認方法で代替できるかはわからない。
50	代理店・消費者団体等	反対	生命保険の一時選択の必要性・性質上、対面は基本であると考えてきた。非対面募集の選択肢は必要と考えるが、顧客が選択していくものではないと考える。
51	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	対面・非対面募集の可否は代理店毎に異なるため、必須項目としないことを条件に賛成。
52	代理店・消費者団体等	反対	手法についての提供は、会社方針などによって是非が分かれるため一様ではないため、基準としてまたは達成要件としてなじまない。
53	代理店・消費者団体等	賛成	顧客が求める対応手段に込んでいるのか否かなので、賛成。
54	代理店・消費者団体等	賛成	多様な申込方法が用意されていることは、明らかに顧客利便性に資すると考える。例えば、最初は実面談を希望されたとしても、十分な説明を受けた上で、帰宅後、検討され、申込は自宅からオンラインで可能であればお客様にとって便利なのは明らかではないか。「選択肢」の表記としては、「対面、オンライン面談、オンライン非対面、通信販売」など、何を求めているかを明確にし、より幅広い方が現実的かと思われる。
55	代理店・消費者団体等	賛成	時代は大きく変わろうとしている。お客様の要望に応じ非対面募集の推進はさらなる顧客満足度向上させるものとする。当社も積極的に取り組んでいる。
56	代理店・消費者団体等	賛成	詳細意見なし。
57	代理店・消費者団体等	賛成	顧客の要望であり、選択肢と提供しないと、顧客に寄り添っていないとは言えないと考える。保険ショップにあって長時間対面を嫌がる顧客もいると推察されるので、選択肢として非対面募集もできるようにしておく必要があると考える。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ③-1:項目No.8-基準No.5 「①個人情報管理に関する改善取組みが実施されている」「個人情報漏洩保険への加入」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	様々な対策のひとつとして加入を行うことは、評価できる姿勢と考える。
2	生命保険会社	反対	当項目は、代理店における適正な個人情報管理に資するものではないため（顧客にプラスの影響を与えるものではないため）。
3	生命保険会社	反対	代理店にとってのリスク回避の手段にすぎず、顧客が代理店に対して期待するものとしては不適と考える。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	リスク対策としての保険加入は重要と考えるものの、他の手段での対応でも可とすべきと考える。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	反対	保険加入はリスクヘッジ対策であり、品質向上策ではないため。
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の加入状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	反対	達成要件の「保険加入」は、個人情報漏洩発生時のリスク対策であり、業務品質向上への寄与は限定的と考える。
13	生命保険会社	反対	保険への加入は、一手段ではあると推察するが、品質向上への貢献は限定的であり、一項目として示すレベルまでは至らないと史料する。
14	生命保険会社	反対	保険料の支払いを強要することに対する代理店の負担感が高いため。
15	生命保険会社	条件付きで賛成	保険加入に限定する必要はないと考える。
16	生命保険会社	賛成	賛同する。
17	生命保険会社	反対	情報漏洩は防止的コントロールが重要なため、安全管理対策/措置を評価すべき。漏洩した後に保険がきくかどうかは事後対応（損失負担をどうするかの話）であり、委託元責任としての代理店評価には影響を与えないため。
18	生命保険会社	反対	保険への加入はあくまで事象発生した際の代理店のリスクに対応するもので、改善取組みの評価指標とは考えられないため。
19	生命保険会社	反対	保険への加入は望ましいことと考えるが、業務品質向上の観点からは、直接的な効果とはならないと考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	反対	リスク対応であり、改善取組とは異なると思われる。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	全ての代理店に求める基準では無いこと。 個人情報漏洩保険に加入していることをもって漏洩対策が十分なわけではいことを前提とする。
27	生命保険会社	反対	保険への加入は改善に向けた取組みではないと思われるため、達成要件とすべきでないと思料する。
28	生命保険会社	反対	事後の補償であるため品質改善への寄与は小さいと思料。
29	生命保険会社	反対	個人情報漏洩保険の加入のみで業務品質の向上に寄与するかは再検討が必要と考える。
30	生命保険会社	条件付きで賛成	複数ある取組み項目の一つに保険加入があることは良いと考える。一方、保険加入が直接評価につながる、保険加入を必須とするような評価基準とならないよう、評価基準の設定時に協議する必要があると考える。
31	生命保険会社	反対	個人情報漏洩に関する事後対策の一手段であり、個人情報漏洩保険に限定する必要はないと考える。
32	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
33	生命保険会社	反対	個人情報漏洩発生時のリスク対策であり、業務品質向上への寄与は限定的と思われ、評価基準とする意義が不明瞭と考える。
34	生命保険会社	反対	保険加入が直接的に業務品質の向上に繋がるわけではないため（保険加入はあくまで任意）
35	生命保険会社	反対	保険加入は事後的に補償するための対応であり、業務品質としての項目としては適していないと考える。例えば、保険加入に関して、想定される事故と補償内容を含めて顧客へ説明することをもって要件とするという考えもあるが、それが顧客から求められている対応であるとは考えづらく、実際の評価においても確認困難と考えるため。
36	生命保険会社	反対	必ずしも個人情報漏洩保険に加入する必要はなく、万が一個人情報が漏洩した際に、お客さまに十分な保障ができる資力を保有していることを評価することが適当と考えるが、一方で、十分な保障ができる資力がどの程度なのかを判定することは困難と考える。
37	生命保険会社	賛成	基準として設定することに賛成だが、個人情報漏洩保険への加入は個人情報管理に関する改善取組というよりも、個人情報漏洩時のリスク対策ではないか。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	条件付きで賛成	・保険加入が、直接的な改善取組とは言えないものとする。保険加入することによる意識の向上等に繋がるのであれば、選択肢の一つとして設定することでも良いかと思う。
40	生命保険会社	反対	保険加入の有無を、評価基準とするのは不適当と考える。
41	生命保険会社	反対	必ずしも個人情報漏洩保険に加入する必要はなく、万が一個人情報が漏洩した際に、お客さまに十分な保障ができる資力を保有していることも評価されることが適当と考えるが、一方で、十分な保障ができる資力がどの程度なのかを判定することは困難と考える。
42	生命保険会社	賛成	これをもって適切な態勢整備が図られていることにはならないものではあるものの、社内マニュアルの整備やモニタリング体制の整備といった一般的な態勢整備に+aの付加価値を与えるものであり、設定可能であれば設定することが好ましいと考えるため。

【資料2】(照会1) ③-1:項目No.8-基準No.5 「①個人情報管理に関する改善取組みが実施されている」「個人情報漏洩保険への加入」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	反対	個人情報漏洩保険に関しては、情報漏えい事故に対する損失を事後に補償するものであり、直接的に顧客の個人情報の保護に資する事項ではないと考える。
45	代理店・消費者団体等	反対	保険加入ではなく、有事を起こさないための取組みが業務品質の向上に寄与するものであり、「個人情報漏洩保険への加入」は達成要件としては不要ではないかと思料する。一方、保険加入自体はお客さまをお守りする上で重要であり、当然加入されるべきと考える。
46	代理店・消費者団体等	反対	保険に入ることはいいと思うが、業務品質との関係はないため。
47	代理店・消費者団体等	賛成	万が一に備え、対外的に必要な最低限の対策ができていないと証明できるため。
48	代理店・消費者団体等	賛成	個人情報漏洩が発生した際の賠償金が多額になった場合、代理店が事業を継続できなくなるにより、顧客に迷惑が掛かる可能性があるため。
49	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	業界全体のことゆえ、損害保険会社でそれ専用の（廉価な）保険商品の提供が出来るのであれば賛成。廉価かどうかの判断基準を誰が行なうのか。保険で対応するか余裕資金で対応かは代理店の考えによる。
50	代理店・消費者団体等	反対	保険の長期性から考えて、事業の健全な継続性が顧客を守ることだと思うので、事業者リスクのヘッジに必要性を感じるし加入推奨はした方が良くと思うが、評価・強制は難しいのでは。
51	代理店・消費者団体等	反対	当該基準に保険加入要件が含まれていること自体に反対。
52	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	情報サービス業として必須加入としても構わないと考えるが、保険でないといけないと限定していいか迷う。したがって、「個人情報漏えい保険への加入またはそれに準ずる対策ができていない」と表現変更。
53	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	保険加入が同項目とリンクするかは疑問だが、加入している事が顧客の安心に繋がるのであれば個人情報を取り扱う代理店としては最低限のルールとも考えられる。今後のデジタル化に伴う情報漏洩リスク、また個人情報を持つての募集人の代理店移動などの情報漏洩リスクがあることも考慮すれば加入は必須であっても良いと思う。
54	代理店・消費者団体等	賛成	本SGにおける「業務品質」は「保険加入を判断するにあたり、顧客が代理店に対して期待するもの」と定義されており、お客様にこれ好ましいと思うかどうかを問うた場合、肯定する方々は多いのではないかと考える。
55	代理店・消費者団体等	賛成	代理店経営上リスクヘッジとして当然と考える。
56	代理店・消費者団体等	反対	他にも固有保険商品名加入を品質基準として設定されているが、個社ごとの財務体質によっても保険加入の必要性が異なるのではないかと。そもそも保険に加入することが根本的に改善取組みになるものではない。保険に加入すれば個人情報に関する改善ができるわけではない（生命保険に加入したからといって健康になるわけではない）。
57	代理店・消費者団体等	賛成	個人情報漏洩は未然に防ぐために色々な対応をすべきであるが、大手企業でも発生しうる事案であり、万が一発生した場合の事後処理をスムーズに展開するためには当該保険は必須と考える。加入している顧客も保険対応ありで安心感を持つと考える。保険代理店で当該保険の必要性を感じないのであれば、その代理店自体、リスク判断に欠けていると言わざるを得ない。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ③-2:項目No.8-基準No.5 「①個人情報管理に関する改善取組みが実施されている」「情報セキュリティ有資格者の在籍」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	取組みのひとつとして在籍を行うことは、評価できる姿勢と考える。
2	生命保険会社	条件付きで賛成	トライアル等を通じた実態把握を踏まえ判断。
3	生命保険会社	条件付きで賛成	トライアル等を通じた実態把握を踏まえ判断すべき。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	資格者で判断するのではなく、実効性で判断すべきであり、本項目はプラスアルファの評価とするべきではないかと考える。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の取組状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	条件付きで賛成	有資格者の在籍自体を基準とするよりも、「有資格者（外部委託を含む）が、個人情報管理の態勢整備に関する課題分析・改善策・具体目標を定め、状況をモニタリングする」等といった内容としたほうがより実効性が高いと考える。
13	生命保険会社	条件付きで賛成	ベストプラクティスとして設定するにあたっては、基準として設定することも一案と史料する。
14	生命保険会社	反対	代理店の負担感が多く、少数の限られた代理店での対応となるため。
15	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
16	生命保険会社	賛成	賛同する。
17	生命保険会社	反対	情報セキュリティ有資格者が在籍している＝改善取組みが実施されているとはいえないため
18	生命保険会社	条件付きで賛成	代理店の規模、属性を踏まえた考慮が必要と考える。
19	生命保険会社	条件付きで賛成	有資格者の在籍は望ましいことと考えるが、実現可能な代理店は限定的となるものと予想され、公平性の観点から適切な評価が困難であると考え。よって、代理店規模や全体の評価体系に照らし、公平性が担保できる場合において設定することが望ましいと考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	反対	資格の有無にかかわらず、改善取組みが実施されていることが重要と考える。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	全ての代理店に求める基準では無いこと
27	生命保険会社	反対	対象となる代理店はほとんどないものと思われるので、達成要件とすべきでないと思料する。
28	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
29	生命保険会社	賛成	情報セキュリティ有資格者が在籍することは個人情報管理改善に貢献できると考えられるため。
30	生命保険会社	条件付きで賛成	複数ある取組み項目の一つとして有資格者（情報セキュリティマネジメント、情報処理安全確保支援士）の在籍があることは良いと考える。一方、有資格者の在籍を必須とするような評価基準とならないよう、評価基準の設定時に協議する必要があると考える。
31	生命保険会社	条件付きで賛成	対応可能な代理店は限定されると思われ、プラスαの取組みを評価する項目として賛成する。
32	生命保険会社	条件付きで賛成	資格取得者の在籍には賛成だが、人的リソース・コスト面での負担による実現性の観点で、内容を検討する必要があると考える。
33	生命保険会社	条件付きで賛成	資格者の在籍自体は対策ではなく、対策を考える人材を内部で用意しているというだけである。専門的なノウハウを持った外部企業・機関とアドバイザー契約をするなど、他の手段も並列的に評価対象とすべきである。
34	生命保険会社	賛成	情報処理安全確保支援士の在籍は、業務品質の向上のために必要と史料
35	生命保険会社	条件付きで賛成	評価基準としては明確なものであると考えられるが、代理店において有資格者がどの程度存在するものなのか不明なため。
36	生命保険会社	賛成	情報セキュリティに関して、国家資格を有する職員が在籍していることは、適切な個人情報管理に資するものと考えられ、区分C・Aにおいて（加点要素として）評価項目とすることに賛成する。
37	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	条件付きで賛成	有資格者がいることで、体制強化に繋がるのであれば、選択肢の一つとして設定することでも良いかと思う。
40	生命保険会社	賛成	有資格者の知識・経験により、より実効性のある個人情報管理に関する改善取組みが期待できるため、評価基準として適当と考える
41	生命保険会社	賛成	情報セキュリティに関して、国家資格を有する職員が在籍していることは、適切な個人情報管理に資するものと考えられ、区分C・Aにおいて（加点要素として）評価項目とすることに賛成する。
42	生命保険会社	賛成	これをもって適切な態勢整備が図られていることにはならないものではあるものの、社内マニュアルの整備やモニタリング体制の整備といった一般的な態勢整備に+αの付加価値を与えるものであり、設定可能であれば設定することが好ましいと考えるため。

【資料2】(照会1) ③-2:項目No.8-基準No.5 「①個人情報管理に関する改善取組みが実施されている」「情報セキュリティ有資格者の在籍」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	本項に関しては、代理店としての情報セキュリティ管理体制として、情報セキュリティ有資格者が在籍することで適正な体制を整備するか、プライバシーマークやISMSなどの情報セキュリティ認証資格を取得することで会社としての体制を整備しているかなど、代理店ごとにより異なるため、いずれかにて代理店としての体制を適正に整備しているかを評価とすべきと考える。
45	代理店・消費者団体等	賛成	情報セキュリティは高度な知見を必要とするため、その知見を有している者が社内にて在籍していることは重要であると思料する。
46	代理店・消費者団体等	賛成	猶予期間は必要。
47	代理店・消費者団体等	賛成	有資格者の在籍は、対外的に個人情報管理に対する取組み意識が高いと証明できるため。
48	代理店・消費者団体等	反対	仮に資格を取得しても、形骸的な配置になる可能性が考えられるため。
49	代理店・消費者団体等	反対	現時点では費用倒れの可能性高いことから反対。代理店規模によって状況は異なる。セキュリティ関連の資格を営業しか存在しない会社に適用しても無意味。
50	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	小規模代理店にそこまでを評価として求められても、少しハードルが高く現実味がない。一定規模からなら必要性の理解も得られるのでは。
51	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	代理店毎に人数等の理由で、有資格者の確保が難しいケースが想定される。必須条件としないことで賛成。
52	代理店・消費者団体等	反対	今の段階では、必ずしも在籍必須はなじまないのではないかと。
53	代理店・消費者団体等	賛成	在籍している代理店の方が情報漏洩などのリスクを防ぎやすいと言える。小規模代理店はコスト面等で厳しいとしても、ここは評価として個人情報を取り扱う代理店側の姿勢でもあり、顧客委の安心感にも繋がると考える。
54	代理店・消費者団体等	賛成	有資格者の在籍の有無が個人情報管理の上でプラスに働くのは明らかだと考える。
55	代理店・消費者団体等	賛成	今後一層のレベルアップが求められる事項と考える。
56	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	有資格者を社内へ置くことで前向きな姿勢は評価はできるが、その有資格者が社内での指導管理を行っているかの内容が重要。在籍させるだけで評価するのか、教育との連動で評価するのかを検討してもいいのではないかと。
57	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	回答No.287(第7回SG資料2)の意見のようにC/Aで評価されるべきには賛成だが、募集人の数が一定以上及び支店数で幾つか以上の広域代理店等の基準を定めて実施すべきと考える。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ④:項目No.8-基準No.6 「②個人情報管理に関するシステム面の改善取組みが実施されている」「情報セキュリティ認証資格などの外部評価の取得」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	取組みのひとつとして取得を行うことは、評価できる姿勢と考える。
2	生命保険会社	条件付きで賛成	トライアル等を通じた実態把握を踏まえ判断。
3	生命保険会社	条件付きで賛成	トライアル等を通じた実態把握を踏まえ判断すべき。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	コスト・実行性の観点から、社内監査態勢を確認することも可と考える。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	条件付きで賛成	費用等の問題があるので、代理店側より十分な了解を得られることが前提となる。
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の取組状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
12	生命保険会社	条件付きで賛成	外部評価の取得により、個人情報管理の態勢整備をより専門的に実施することができ、評価基準として一定程度の妥当性があると考えられるものの、外部評価の取得が困難な場合（プライバシーマークの付与は法人単位、費用負担の問題等）も想定されるため、評価上の有利・不利が生じることのないような基準設定が必要と考える。
13	生命保険会社	賛成	ベストプラクティスとして設定するにあたっては、基準として設定することも一案と史料する。
14	生命保険会社	反対	代理店の負担感が高く、少数に限られた代理店での対応となるため。
15	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
16	生命保険会社	賛成	賛同する。
17	生命保険会社	反対	コストがかかること、またプライバシーマークを取得している企業でも個人情報漏えい事案はあり、取得＝改善取組みが実施されているとはいえないため。
18	生命保険会社	条件付きで賛成	代理店の規模、属性を踏まえた考慮が必要と考える。
19	生命保険会社	条件付きで賛成	外部評価の取得は望ましいことと考えるが、取得可能な代理店は限定的となるものと予想され、公平性の観点から適切な評価が困難であると考えられる。よって、代理店規模や全体の評価体系に照らし、公平性や妥当性が担保できる場合において設定することが望ましいと考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	条件付きで賛成	全代理店で対応可能か疑問であるが、プラス評価なら良いと考える。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	全ての代理店に求める基準では無いこと。
27	生命保険会社	条件付きで賛成	ベストプラクティスとしての加点評価であることを条件として賛成する。
28	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
29	生命保険会社	反対	代理店の規模により差異があり評価項目に入れるのは再検討が必要と考える。
30	生命保険会社	条件付きで賛成	複数ある取組み項目の一つとして外部評価（情報セキュリティ認証資格（プライバシーマーク等）やISO27001/ISMS認証）の取得があることは良いと考える。一方、外部評価の取得を必須とするような評価基準とならないよう、評価基準の設定時に協議する必要があると考える。
31	生命保険会社	条件付きで賛成	対応可能な代理店は限定されると思われ、プラスaの取組みを評価する項目として賛成する。
32	生命保険会社	条件付きで賛成	外部評価の取得については賛成だが、人的リソース・コスト面での負担による実現性の観点で、内容を検討する必要があると考える。
33	生命保険会社	条件付きで賛成	必要性は扱う情報の規模によると考える。扱う情報の少ない小規模の代理店は不要としてプラス評価するなど実態に合わせた基準とするべきである。
34	生命保険会社	条件付きで賛成	費用負担の面などの論点が存在すると史料
35	生命保険会社	条件付きで賛成	「自社以外の目で見られた場合に取組みが十分行われていること」を評価するというベストプラクティスを志向するという観点において、本基準が望ましいものであるという点は理解できるが、一方で規模・特性等により外部評価の取得対応が可能な代理店は限られると想定されるため。
36	生命保険会社	賛成	情報セキュリティに関して、記載のような外部評価を取得していることは、適切な個人情報管理に資するものと考えられ、区分C・Aにおいて（加点要素として）評価項目とすることに賛成する。
37	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	条件付きで賛成	・外部評価は、コストがかかるので、マスト評価ではなく、選択肢の一つとして設定できないか。
40	生命保険会社	条件付きで賛成	代理店の規模に応じた適切な外部評価であれば、評価基準として適当と考える。 ※特定の資格取得のみを評価基準とするのであれば、不適当と考える。
41	生命保険会社	賛成	情報セキュリティに関して、記載のような外部評価を取得していることは、適切な個人情報管理に資するものと考えられ、区分C・Aにおいて（加点要素として）評価項目とすることに賛同する。
42	生命保険会社	賛成	これをもって適切な態勢整備が図られていることにはならないものではあるものの、社内マニュアルの整備やモニタリング体制の整備といった一般的な態勢整備に+aの付加価値を与えるものであり、設定可能であれば設定することが好ましいと考えるため。

【資料2】(照会1) ④:項目No.8-基準No.6 「②個人情報管理に関するシステム面の改善取組みが実施されている」「情報セキュリティ認証資格などの外部評価の取得」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	本項に関しては、代理店としての情報セキュリティ管理体制として、情報セキュリティ有資格者が在籍することで適正な体制を整備するか、プライバシーマークやISMSなどの情報セキュリティ認証資格を取得することで会社としての体制を整備しているかなど、代理店ごとにあり方が異なるため、いずれかにて代理店としての体制を適正に整備しているかを評価とすべきと考える。
45	代理店・消費者団体等	賛成	情報セキュリティ認証資格は法人取引における条件にもなっており、生命保険業界においても個人情報の取り扱いは最優先事項の一つであるため、情報セキュリティに関する認証資格は必要投資であると思料する。また、お客さまにとっての目に見える安心として情報セキュリティ認証資格が必要ではないかと考える。
46	代理店・消費者団体等	反対	認証を取得した方が間違いなくプラス効果があるが、コスト負担が大きな課題。 弊社はI S M S取得済み。
47	代理店・消費者団体等	賛成	外部評価取得は、対外的に個人情報管理に対する体制整備ができていないことを証明できるため。
48	代理店・消費者団体等	反対	全国の代理店がそこに費用を投入出来ないと考えられるため。
49	代理店・消費者団体等	反対	プライバシーマークの取得及び維持には年間で百万円単位のコストが必要。 上記同様、代理店規模に応じた対応が現実的ではないか。
50	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	小規模代理店にそこまで評価として求められても、少しハードルが高く現実味がない。一定規模からなら必要性の理解も得られるのでは。
51	代理店・消費者団体等	反対	取得してしまえば評価される基準には反対。
52	代理店・消費者団体等	反対	上記の基準5の中で対応できる。あえて、認証を求めなくてもよい。
53	代理店・消費者団体等	賛成	情報セキュリティの資格を取る事で、社員全員の意識を高める効果が期待できる。結果、顧客の安心感に繋がると考える。コスト面での反対もあるようだが、コンサルを入れないケースではそこまで高額ではないと思う。
54	代理店・消費者団体等	賛成	情報セキュリティ認証資格の有無は、実際の個人情報の管理状態に大きく影響すると考えており、また、「お客様が代理店に対して期待するもの」という観点からも、大きな安心感を与えるものとする。
55	代理店・消費者団体等	賛成	当社はプライバシーマーク取得申請を終えて、認可待ちの状況である。外部評価の取得はお客様へのサービスの向上に繋がるものと確信している。
56	代理店・消費者団体等	賛成	詳細意見なし。
57	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	取得・維持にコストと労力がかかるものであり、全ての代理店に適用することは現実的に無理と考えるが、一定規模以上及び広域代理店等は必要と考えるので、対象を限定して採用すべきと考える。生保協会が複数の代理店が共同で講習等が受けられるような道筋を作ってあげることが必要と考える。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。

【資料2】(照会1) ⑤:項目No.12-基準No.7 「重大事故等への対応について改善取組みが実施されている」「代理店賠償責任保険への加入」について

No.	回答者	賛否	ご意見
1	生命保険会社	賛成	様々な対策のひとつとして加入を行うことは、評価できる姿勢と考える。
2	生命保険会社	反対	当項目は、重大事故等への対応に資するものではないため（顧客にプラスの影響を与えるものではないため）
3	生命保険会社	反対	代理店にとってのリスク回避の手段にすぎず、顧客が代理店に対して期待するものとしては不適と考える。
4	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
5	生命保険会社	条件付きで賛成	リスク対策としての保険加入は重要と考えるものの、他の手段での対応でも可とすべきと考える。
6	生命保険会社	賛成	反対する理由が無いため
7	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
8	生命保険会社	反対	保険加入はリスクヘッジ対策であり、品質向上策ではないため。
9	生命保険会社	賛成	評価基準そのものが実現できる前提であれば、基準として設定することに賛成。
10	生命保険会社	賛成	代理店の加入状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
11	生命保険会社	賛成	代理店の加入状況について検証トライアルにて確認いただければと思う。
12	生命保険会社	反対	達成要件の「保険加入」は、重大な事故等の発生時のリスク対策であり、業務品質向上への寄与は限定的と考える。
13	生命保険会社	反対	保険への加入は、一手段ではあると推察するが、品質向上への貢献は限定的であり、一項目として示すレベルまでは至らないと史料する。
14	生命保険会社	反対	保険料の支払いを強要することに対する代理店の負担感が高いため。
15	生命保険会社	条件付きで賛成	保険加入に限定する必要はないと考える。
16	生命保険会社	賛成	賛同する。
17	生命保険会社	反対	重大事故等への対応についての体制は当然のこととして整備されている必要がある。重大事故発生時に保険がきくかどうかは事後対応（損失負担をどうするかの話）であり、委託元責任としての代理店評価には影響を与えないため。
18	生命保険会社	反対	保険への加入はあくまで事象発生した際の代理店のリスクに対応するもので、改善取組みの評価指標とは考えられないため。
19	生命保険会社	反対	保険への加入は望ましいことと考えるが、業務品質向上の観点からは、直接的な効果ではないと考える。
20	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
21	生命保険会社	反対	重大事故等の発生を減らす等現状を改善させる取組みが重要と考える。
22	生命保険会社	条件付きで賛成	中小の代理店でも規模に応じた創意工夫を評価することも必要と考える。
23	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
24	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
25	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
26	生命保険会社	条件付きで賛成	全ての代理店に求める基準では無いこと。 代理店賠償責任保険に加入していることをもって重大事故への対策が十分なわけでは無いことを前提とする。
27	生命保険会社	反対	保険への加入は改善に向けた取組みではないと思われるため、達成要件とすべきでないと思料する。
28	生命保険会社	反対	業務品質への寄与は限定的と思料
29	生命保険会社	反対	代理店賠償責任保険の加入のみで業務品質の向上に寄与するかは再検討が必要と考える。
30	生命保険会社	条件付きで賛成	複数ある取組み項目の一つに保険加入があることは良いと考える。一方、代理店賠償責任保険への加入を必須とするような評価基準とならないよう、評価基準の設定時に協議する必要があると考える。
31	生命保険会社	反対	重大事故等に関する事後対策の一手段であり、代理店賠償責任保険に限定する必要はないと考える。
32	生命保険会社	賛成	詳細意見なし。
33	生命保険会社	反対	損害賠償義務発生時のリスク対策であり、業務品質向上への寄与は限定的と思われ、評価基準とする意義が不明瞭と考える。 被害者への対応としては、資本の充実、業界としての保証機関の創設など他の対策と合わせて業務品質とは別に検討すべきと考える。
34	生命保険会社	反対	保険加入が直接的に業務品質の向上に繋がるわけではないため（保険加入はあくまで任意）
35	生命保険会社	反対	保険加入は事後的に補償するための対応であり、業務品質としての項目としては適していないと考える。例えば、保険加入に関して、想定される事故と補償内容を含めて顧客へ説明することをもって要件とするという考えもあるが、それが顧客から求められている対応であるとは考えづらく、実際の評価においても確認困難と考えるため。
36	生命保険会社	反対	必ずしも代理店賠償責任保険に加入する必要はなく、万が一重大事故等が発生した際に、お客さまに十分な保障ができる資力を保有していることを評価することが適当と考えるが、一方で、十分な保障ができる資力がどの程度なのかを判定することは困難と考える。
37	生命保険会社	賛成	基準として設定することに賛成だが、代理店賠償責任保険への加入が代理店品質の向上とどのように結び付くかの整理が必要。
38	生命保険会社	なし	詳細意見なし。
39	生命保険会社	条件付きで賛成	・保険加入が、直接的な改善取組みとは言えないものとする。保険加入することによる意識の向上等に繋がるのであれば、選択肢の一つとして設定することでも良いかと思う。
40	生命保険会社	反対	保険加入の有無を、評価基準とするのは不適当と考える。
41	生命保険会社	反対	必ずしも代理店賠償責任保険に加入する必要はなく、万が一重大事故等が発生した際に、お客さまに十分な保障ができる資力を保有していることも評価されることが適当と考えるが、一方で、十分な保障ができる資力がどの程度なのかを判定することは困難と考える。
42	生命保険会社	賛成	これをもって適切な態勢整備が図られていることにはならないものではあるものの、社内マニュアルの整備やモニタリング体制の整備といった一般的な態勢整備に+aの付加価値を与えるものであり、設定可能であれば設定することが好ましいと考えるため。

【資料2】(照会1) ⑤:項目No.12-基準No.7「重大事故等への対応について改善取組みが実施されている」「代理店賠償責任保険への加入」について

No.	回答者	賛否	ご意見
43	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。
44	代理店・消費者団体等	反対	代理店賠償責任保険については事故発生時のリスクヘッジであり、顧客本位の業務運営としては、事故を未然に防ぐための取り組み・体制を評価すべきと考える。
45	代理店・消費者団体等	反対	保険加入ではなく、有事を起こさないための取組みが業務品質の向上に寄与するものであり、「代理店賠償責任保険への加入」は達成要件としては不要ではないかと思料する。一方、保険加入自体はお客さまをお守りする上で重要であり、当然加入されるべきと考える。
46	代理店・消費者団体等	反対	保険に入ることはいいと思うが、業務品質との関係はないため。
47	代理店・消費者団体等	賛成	万が一に備え、対外的に必要最低限の対策ができていくと証明できるため。
48	代理店・消費者団体等	賛成	今の時代、各種ハラスメントに対応できる代理店賠償責任保険への加入は代理店を運営していくうえで必要だと思う。
49	代理店・消費者団体等	条件付きで賛成	業界全体のことゆえ、損害保険会社でそれ専用の（廉価な）保険商品の提供が出来るのであれば賛成。廉価かどうかの判断基準を誰が行なうのか。保険で対応するか余裕資金で対応かは代理店の考えによる。
50	代理店・消費者団体等	反対	代協に入らないと加入できない？など、それ以外の制約を取り除いてからの問題である。保険の長期性から考えて、事業の健全な継続性が顧客を守ることだと思うので、事業者リスクのヘッジに必要性を感じるし加入推奨はした方が良くと思うが、評価・強制は難しいのでは。
51	代理店・消費者団体等	反対	加入していることが望ましいとは思っているが、当該基準に保険加入要件が含まれていること自体に反対。
52	代理店・消費者団体等	反対	業務品質評価の基準として、保険加入を義務付けなくてもよいと考える。
53	代理店・消費者団体等	反対	必ず必須であるべきとは思えない。それぞれの代理店の判断で必要と考えれば加入すべきであるかと思われる。
54	代理店・消費者団体等	賛成	本SGにおける「業務品質」は「保険加入を判断するにあたり、顧客が代理店に対して期待するもの」と定義されており、お客様にこれを好ましいと思うかどうかを問うた場合、肯定する方々は多いのではないかと考える。
55	代理店・消費者団体等	賛成	代理店経営上リスクヘッジとして当然と考える。
56	代理店・消費者団体等	反対	③-1同様、保険に加入することと改善取組みを実施することは根本的に考え方が違うと思うため。保険加入をリスクマネジメントの一環として加入推奨し、それを協会として業務品質評価するというのであればそれはそれで良いと思うが、その辺りは議論が必要ではないか。
57	代理店・消費者団体等	賛成	そもそも意見として上げられている回答No.402、405、411（第7回SG資料2）の意見は反対している意見ではない。損害保険業界においては既に1万以上の代理店が加入しており実際に保険金支払いも生じており、生保業界としても保険加入は必須とすべきと考える。扱い高に応じて保険料は異なるため中小零細代理店でも保険料負担少なくて加入でき、万が一の場合は1億円、3億円の補償が付く訳であり、402の意見のようにC/Aではなく当たり前Pに含まれるべきものとする。
58	代理店・消費者団体等	なし	詳細意見なし。