

## 【資料2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項1:業務品質評価運営の是非について）

No.	回答者	賛成/反対	ご意見
1	生命保険会社	賛成	
2	生命保険会社	賛成	
3	生命保険会社	賛成	
4	生命保険会社	賛成	
5	生命保険会社	賛成	代理店自ら希望される代理店を対象に評価を行い、一般公表することについても、代理店に事前説明を行い、同意いただくことが前提となっているため、賛成とする。
6	生命保険会社	賛成	
7	生命保険会社	賛成	
8	生命保険会社	賛成	
9	生命保険会社	賛成	
10	生命保険会社	賛成	
11	生命保険会社	賛成	
12	生命保険会社	賛成	「オンサイト調査」や「評価付け」「一般公表・フィードバック」は、保険代理業を専らの業務とし、比較推奨を前提とする、多くの使用人をもって多数の顧客を相手にするなどの大規模な代理店では、消費者の選択に有用な情報となり、業務品質向上の点で有効であると考えます。
13	生命保険会社	賛成	
14	生命保険会社	賛成	業務品質を向上させるための運営に反対するものではないが、実施主体による一般公表については、特に課題は多く、慎重な検討が必要と考える。
15	生命保険会社	賛成	当業務品質評価運営にあたり、SGでのディスカッションをふまえ共通の基準を用い代理店評価および評価結果の一般公表についていずれも必要であると考えます。
16	生命保険会社	賛成	基本的には賛成だが、評価結果の公表について、公表するのであれば、エントリー希望代理店すべてを受け付けなければ、一部の査定を受けられた代理店のみが査定結果をアピールできることになってしまい、公平とはいえない。もし希望代理店すべてを受け付けられない場合は公表を控えるべきではないかと考える。
17	生命保険会社	賛成	
18	生命保険会社	賛成	
19	生命保険会社	賛成	業務品質評価運営（案）については賛成。
20	生命保険会社	回答不可	特段意見なしのため、回答不可。
21	生命保険会社	賛成	
22	生命保険会社	賛成	お客さまへの有意な情報提供という観点で賛成する。 なお、募集代理店の規模、例えば代理店がもつ資本・人的資源等のボリュームにより、いわゆる大手の代理店が高い評価を受け、中小の代理店が低い評価を受けるといった、偏った傾向が生じないよう、十分な配慮が必要と考える。
23	生命保険会社	賛成	
24	生命保険会社	賛成	
25	生命保険会社	賛成	
26	生命保険会社	賛成	方針に異存はないが、「顧客にとって分かりやすく、有益な内容であること」、「評価対象となっていない代理店との公平性の観点」については、十分に議論すべきものとする。
27	生命保険会社	賛成	3つの目的を踏まえた運営内容として賛同する。
28	生命保険会社	賛成	第三者機関への客観性・公平性に課題が残るため、消費者の声を取り入れること、とりわけ、制度発足時に制度に関する消費者からの意見聴取などを実施してはどうか。
29	生命保険会社	賛成	
30	生命保険会社	賛成	
31	生命保険会社	賛成	

## 【資料2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項1:業務品質評価運営の是非について）

No.	回答者	賛成/反対	ご意見
32	生命保険会社	反対 (右記の課題が解決されない場合は反対)	<p>実態調査評価結果の一般公表にあたっては、「消費者が代理店を選択するにあたって有用な情報を提供すること」の観点からさらなる検討が必要と考える。評価項目・評価基準は、「保険加入を判断するにあたり、消費者が代理店に対して期待するもの」として整理されていると認識している。しかしながら、評価結果を公表するのみでは、「消費者にとって有用な情報提供」とはならないと考えられ、具体的な懸念事項としては、以下が考えられる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評価・公表の対象は、一部の代理店に限定されていることから、消費者が代理店を選択するにあたっての有用な情報として適切であるか検討が必要と考える。例えば、評価・公表された代理店の近隣にその他代理店が存在するにもかかわらず、評価・公表されないことにより、消費者がその存在を認識せず、評価・公表された代理店を選択してしまうおそれがあると考えられる。</li> <li>・業務品質評価運営については、リソース等も考慮し、まずは、一部の代理店を対象に運営することとなると認識している。一部の評価対象代理店の評価結果が公表されることで、「公表されない代理店が公表されている代理店より低品質」と、消費者が誤認するおそれがあると考えられる。</li> </ul> <p>現在の評価項目・評価基準（案）は、SG委員の代理店に代表される大規模代理店を前提として作成されており、中小規模の代理店の体制を考慮した内容とはなっていない（例：営業部門から独立した組織の評価など）。そのため、現行の評価項目・評価基準によって評価した場合、中小規模の代理店の正確な評価には繋がらず、その評価の公表は消費者の誤認に繋がるおそれがある。それにもかかわらず、仮に、自ら希望する代理店を評価対象とするオープンエントリーとした場合、中小規模の代理店が評価対象となることが考えられ、その場合、上記の懸念が顕在化すると考える。</p> <p>今後、議論していくものと認識しているが、消費者は公表内容について客観性をもった信頼できる評価を期待していると考えられる。仮に評価主体を第三者機関としたとしても、第三者機関における評価の担い手が生保各社からの出向者が多くを占める場合、十分な客観性をもった評価と消費者が信頼できるかという点について、課題があると考えられる。</p>
33	生命保険会社	賛成	業務品質評価運営（案）には賛成。ただし、評価運営を適切に行うにあたり、「取組み状況の評価の公平性を担保するための態勢整備」、「評価に不服がある等、評価結果の一般公表に対して同意しない代理店への対応」、「評価結果を一般公表する際に消費者への周知方法」について慎重な検討が必要と思われる。
34	生命保険会社	賛成	
35	生命保険会社	賛成	表記案は、主に評価運営開始時の一部代理店向けの対応を想定して整理されているものと認識している。トライアル結果内容や評価体系の検討、実運用の中で、新たな論点が出てくると考えられるので、その際には改めて整理することを前提に検討を進めることが望ましいと考える。
36	生命保険会社	賛成	
37	生命保険会社	賛成	
38	生命保険会社	賛成	
39	生命保険会社	賛成	<p>今後、以下内容につき検討されるものと認識している。これらの課題等が解消される前提で方向性に賛成する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評価の公表について、初年度の対象代理店が100～200店に限定される中、対象外となる約8万店の業務品質が相対的に劣位である等の誤認をお客さまに与えないこと（対象代理店の基準や今後対象となる代理店等が示される必要があると考える）。</li> <li>・評価基準・運営が、代理店の規模・特性を踏まえた内容となること。</li> <li>・統一の評価基準で代理店をリードすることが、独禁法上問題がないこと。</li> </ul>
40	生命保険会社	賛成	
41	生命保険会社	賛成	
42	生命保険会社	賛成	案のとおりで問題ないものと考えられる。
43	代理店・消費者団体等	条件付賛成	評価・公表自体については賛成であるが、その手段・方法についてはまだ十分な検討が必要。対象を一部代理店とする場合、大手代理店のみを利用する評価となりえず、代理店業界全体の業務品質の引き上げより、むしろ代理店（業務品質）の二極化の助長が懸念される。評価項目の精緻化だけでなく、今後、評価方法についても緻密な検討・検証が必要。
44	代理店・消費者団体等	賛成	照会事項②に記載の事由から、代理店それぞれの本取組の意義について十分な理解を得ることにより参加意識を高め、本取組の実効性を向上させる必要があると考える。一方、評価付けを行うことにより代理店が淘汰されるということにならないよう留意が必要であるとも考える。
45	代理店・消費者団体等	賛成	業務品質評価運営（案）に賛成である。
46	代理店・消費者団体等	賛成	
47	代理店・消費者団体等	賛成	評価結果の一般公表は、消費者が代理店を選択する際の有意義なものになることは、間違いのない取組みだと考える。
48	代理店・消費者団体等	賛成	業界発展のためにも、ぜひ評価結果を公表すべきであると考えられる。
49	代理店・消費者団体等	賛成	7/21第14回代理店業務品質SG公表資料【資料3】意見照会内容以外の領域に関する意見のNo6弊社意見については回答を求めたい。評価付けと結果の一般公表は目的からして行なうべき事項。共通基準を用いたという部分は規模に応じた基準設定がよいのではないかと考える。
50	代理店・消費者団体等	賛成	高い評価を受け、信頼する代理店であることが保険代理店のブランディングとなり、積極的に挑戦できるような制度となるよう運営をお願いする。簡素化されたお客様の代理店が参加できないと絵にかいた餅となる。門戸を広げられるよう知恵を出し合いたいと思う。
51	代理店・消費者団体等	回答不可	一般公表に足る内容かどうか、その対象が適切かどうか、品質評価が何店実施できるかが決まらなると賛成とも反対とも回答できない。お客様目線の基準作りと、その基準をお客様が代理店選定要素とするかどうかが本来の目的かと思う。例えば、ミシュランガイドやぐるなび等をイメージされると良いかと考えているが、如何か。
52	代理店・消費者団体等	賛成	評価基準の精緻化をしっかりと進めることで、業界全体の標準的な業務品質基準がつけられ定義化することを望む。また、委託保険会社の検査の省略などにつながればなお良い。
53	代理店・消費者団体等	賛成	評価結果を公表する事により、お客様が代理店を選択する上での公平な指数となり、かつ代理店においては更なる業務品質の向上を目指すこととなるため賛成である。
54	代理店・消費者団体等	賛成	特に評価結果を一般公表する方針については、顧客本位の業務運営の推進に対する乗合代理店のインセンティブとなることが期待できること等から、積極的に行うべきと考える。
55	代理店・消費者団体等	賛成	基本的には賛成だが、代理店業界に於いて圧倒的なシェアを占める中小代理店（所謂数名から数十名単位）への運営が必要と考える。評価項目によっては規模による一部評価基準の緩和等の取扱も必要ではと考えるが如何か。
56	代理店・消費者団体等	賛成	
57	代理店・消費者団体等	賛成	代理店内部監査、代理店が依頼した外部の第三者による監査、保険会社による監査、これに更に協会の調査と4重のチェックを代理店は受け、評価が公表されることで、お客様はベストな代理店を選択する権利を得ることになり、代理店も常にベストプラクティスを目指す明確な理由ができ、双方にメリットがあると考えられる。
58	代理店・消費者団体等	賛成	公表することで、この評価運営がより実効性あるものになると考える。公表の内容については、十分に御議論された結果であると思う。

## 【資料2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項2：業務品質評価運営に必要な3つの取組みについて）

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	代理店の中には保険募集を主たる業務とはしない（専らの業務とはせず、多数の顧客を相手に募集することがない）ようなケースも多く、今後は対象とする代理店や代理店の種別・特性にあわせた評価運営を検討する必要があると考える。
2	生命保険会社	実施主体による一般公表については、公表の必要性、その位置づけや意味合いをどう定義するか（一般消費者から「実施主体による品質保証」のように受け取られたり、評価を受けていない代理店は品質が低いと受け取られる可能性などを踏まえて）や、公表後のその代理店の品質の変化にどう対応するか、評価項目の見直し時の取扱い、その他持続性の観点など、検討すべき課題は多くあると考えられる。いったん公表を開始すれば、その後の大きな見直しは簡単ではないことも想定されることから、慎重な検討が必要と考える。
3	生命保険会社	一般公表について、実査するリソースの関係上、評価運営対象となる代理店数が限定されること、また、将来に向けて対象代理店が拡大していくものと認識している。 一方、本目的にある「消費者が代理店を選択するにあたっての有用な情報提供として、評価や当該代理店の特徴などを一般公表する」という点において、特に運営開始初期では対象が一部代理店に限定されることが想定され、その限られた情報が消費者にとって有用な情報提供となり得るのかなど、公平性の観点も含め整理されることが必要と考える。
4	生命保険会社	評価付けについて、代理店が納得する公平性を持った評価方法を構築することが必要と思う。
5	生命保険会社	募集代理店の規模、例えば代理店がもつ資本・人的資源等のボリュームにより、いわゆる大手の代理店が高い評価を受け、中小の代理店が低い評価を受けるといった、偏った傾向が生じないよう、十分な配慮が必要と考える。
6	生命保険会社	オフサイト調査とオンサイト調査では評価結果が異なるのか、評価結果はどのような基準となるのか等、慎重に議論すべきものと考えられる。
7	生命保険会社	元受け会社へのフィードバックについては、一般公表の内容に加えて、各項目の具体的な達成状況など、代理店へのフィードバック内容と同程度のものを期待する。
8	生命保険会社	取組み③業務品質評価の一般公表について、代理店への事前説明を行い、同意を得るプロセスを想定されているが、代理店の属性によっては、公表を望まないケースも考えられるため、代理店の同意を得るプロセスは必須と考える。
9	生命保険会社	① 実態調査 実質的な評価の観点では、オンサイトとオフサイトを融合した調査が必要であることは理解しているが、実務運用上のリソース面も考慮しつつ、必要な確認項目を網羅しつつ確認手法を工夫する等して、効率的かつ効果的に代理店を評価する方策についても、並行して検討を継続する必要があると考える。 ② 評価付け 今後の論点のひとつである「評価体系」と密接に関わってくる部分であり、トライアル査定結果なども参考にしつつ今後詳細を決めていく事項だと認識しているので、継続した意見交換をお願いする。 ③ 一般公表・代理店へのフィードバック 公表内容の詳細は別途検討のことだが、公表基準（優良な評価結果を取得した代理店のみ公表するのか、結果に関わらず公表するのか等）、公表する情報の具体的内容、公表期間や更新作業等の実運用上の論点が多くあると認識しているので、継続した意見交換を願います。 フィードバック情報の内容についても今後検討していくものと認識しているが、（実施理由）に記載のとおり具体状況も含めて、より丁寧なフィードバックを実施することにより、代理店と保険会社の双方の間で、FDの実践状況、募集管理状況を含む内部管理状況全般を確認できる内容とするよう検討することが必要だと考える。
10	生命保険会社	オンサイト調査は、対象代理店を全国に拡大した場合に大きなコストを要することになると考える。調査コストの負担者・負担割合等について事前に検討する必要があると考える。
11	代理店・消費者団体等	実態調査：会社規模に関わらず幅広く実施すべき。正しい基準により、すべての顧客・保険会社・代理店それぞれに有益なものであるよう検討が必要と考える。 評価付け：いきなり評価で優劣をつけるのではなく、代理店の好取組を積極的に情報開示し、共有することで代理店全体の業務品質の向上に努めるべきだと考える。 一般公表、代理店へのフィードバック：一般公表にあたって、事前に同意を得たうえで情報提供とある。良い評価となった代理店だけが公表されることになってしまうのではないかと懸念される。また、公表されていないところは結果が悪く代理店が拒否したのではないかと疑念を持たれることにならないか。消費者の方をミスリードすることにならないか懸念される。保険会社に提供する場合は、保険会社の監査の一部を省略する等、代理店負担の軽減を検討いただきたい。
12	代理店・消費者団体等	どのような評価付けをするかという点も勿論のこと、業務品質評価を一般公表するにあたっては取組の趣旨および目的を含めた一般消費者の認知が重要であり、生命保険協会・各生命保険会社・代理店など業界としてどのような形で一般消費者への浸透を行っていくかが非常に重要であると考えられる。
13	代理店・消費者団体等	業務品質評価運営全般において、消費者・代理店双方の視点から代理店間の公平性を確保することが最も重要であると考えられる。 一般公表前に代理店へ事前説明を行い同意を得た上で公表されることについて、賛成である。一方で、代理店の評価結果の良し悪し両方が公平かつ正直に公表される仕組みが必要ではないかと考える。 別の回にてご議論を検討されていらっしゃることもなるが、評価申告シートに基づく具体的な評価体系及び公表内容のイメージを具体的にお示しいただきたい。 評価体系及び公表の目的についても代理店及び消費者に対して具体的な説明が必要なものと考えられる。
14	代理店・消費者団体等	オンサイト調査による評価については、どなたが評価しても同じ結果になるよう基準を分かりやすく定めて欲しい。
15	代理店・消費者団体等	実態調査：オンサイト調査は誰がどう確認するか。人員の確保は出来るのか。 一般公表：消費者の役にたつためには公表方法が重要。 公表方法（広報）を考えないと関心得られず意味のないものになりかねない。
16	代理店・消費者団体等	そもそもの着眼点として、誰のための業務品質評価基準かが大切ではないだろうか。 3つの取組み自体は、方法論なので現在の案をベースとして、先の決定でよろしいのではないかと。
17	代理店・消費者団体等	オンサイト評価自体に反対するものではないが、評価機関にとって負荷が大きいと思われるオンサイト調査について、工夫次第で無くす（提出資料だけで評価を行う、オンサイトは初回だけとする、等）ことも可能ではないか。できるだけ多くの代理店を対象とするためにリソースの活用観点から有用と思われる。
18	代理店・消費者団体等	考え方に異論はないが、オンラインも絡ませて代理店調査を実施し年に1回は評価付けをし公表するにあたり、「すべての乗合代理店の評価ができる」ことを前提に実施方法を考えていただきたいと思う。そうしないと、中小零細代理店は協会による調査も公表もされず、お客様から全く見えない存在になりかねない。本来、規模ではなく質で代理店評価をすべきとの意見からスタートした議論であり、規模は中小零細であるが、きちんと態勢整備をして質の高い代理店に光を当ててあげる機会を毎年創ることを考えていただきたいと思う。

## 【資料2】業務品質評価運営（案）に関するご意見（照会事項3：業務品質評価運営スケジュール（案）について）

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	「最終評価の通知・公表」でスケジュール案は終わっているが、各生保が評価結果を適用開始するタイミング等についても教示頂きたい。
2	生命保険会社	実態調査と評価まで10か月程度のタイムラグが発生するケースがあり、その間に評価時の状態から変化が生じる可能性や、代理店間の公平性に課題はないかと懸念する。
3	生命保険会社	年1回の通知・公表の場合、各保険会社ではその評価結果を品質評価に反映するタイミング（査定タイミング）が異なるものと考えられるが、こういった点も含めてさらに議論すべきものとする。
4	生命保険会社	公平性の観点から公表時期は揃えるとしても、代理店・保険会社への評価結果のフィードバックは随時行っていただきたいと考える。
5	生命保険会社	実態調査終了後の評価結果案のフィードバックから、第一次評価結果の通知まで最大10か月程度期間が開く。その間に生じた、代理店の体制変更（代表者・募集人の変更を含む）による再評価の運営方法を検討する必要があると考える。
6	代理店・消費者団体等	スケジュールありきではなく、上記、検討事項が十分に実証できてから実態調査・評価・公表を行うべきと史料。 また、評価・公表について、記載のような、実態調査から半年以上の評価では、その間に改善されていても、改善前の評価の公表となる。 実態調査後に中間評価をし、その後改善に取り組み、当該代理店が本調査を通じて、どれだけ改善されたかを評価する方が代理店全体の業務品質を高めるのに有効だと考える。
7	代理店・消費者団体等	評価運営側及び代理店の負荷が非常に大きいと考えられ、また数多くの代理店の評価を行うためにも、例えば年次での実態調査ではなく、プライバシーマーク制度のように2年に1度とする等、運営スケジュールについては検討の必要があるのではないかと考える。
8	代理店・消費者団体等	実態調査から評価の通知までのプロセス、例えば調査に関する事実確認等の実施の有無など、スケジュールの詳細をお示しいただく必要があるのではないかと考える。 評価結果案のフィードバックは代理店の業務品質向上に重要であると考えており、十分な時間を確保していただくことが必要なものとする。 対象代理店において、1年に1回実態調査を実施するとお示しいただいているが、評価の高い代理店は数年に1回、評価の低い代理店は代理店の希望に応じて毎年実態調査を行う等、調査の頻度に濃淡をつけることで評価対象代理店を幅広く網羅できるのではないかと考える。
9	代理店・消費者団体等	業務品質評価基準次第で決まると考える。残念ながら現段階の対象代理店の数や、項目数、誰が参考にするのかを総花的においていってしまうとすれば、本スケジュール案では困難だと思う。
10	代理店・消費者団体等	当初はこのようなスケジュールが最善かとも思われるが、実運用開始後は、全社について統一スケジュールとせず、随時、評価、公表を行うスケジュールとすることで、評価機関の業務の時期的集中が避けられ、その結果、評価の対象とできる代理店数が増える可能性があるのであれば、検討する価値があるのではないかと考える。

## 【資料2】意見照会内容以外の領域に関するご意見

No.	回答者	ご意見
1	生命保険会社	消費者との接点の多い大規模代理店を中心とする事務局案が望ましいと考える。
2	生命保険会社	代理店の規模・特性によって有利不利が生じないような運営を望む。
3	生命保険会社	リソースの問題から、一部の代理店から開始することはやむを得ないと考えるが、評価の公表や各保険会社の業務への落とし込みを考えた場合、全代理店へ拡大しないと意義に乏しいと考える。 一部代理店から開始するとしても、早期に全代理店へ拡大できるよう、1年目から（一部の）中小代理店にもエントリー勸奨を行って、査定の実効性や査定項目の検証を行うことが良いと考える。
4	生命保険会社	一部の代理店に対し運営を開始することだが、ゆくゆくは共通の運営スケジュールで全代理店に対し行わないと、評価が行われなかった代理店については保険会社各社の評価基準を適用することとなり、公平性に欠けると懸念する。現在の評価基準では運営リソースが膨大であると思われるため、評価内容を簡略化することも検討いただくのが良いと思われる。 現在検討されている評価基準だけでは対面以外の通販やネットチャネルを適正に評価できない可能性がある。特に募集人を介さずに完結できるネットチャネルについて、個別の項目による評価は必要と考える。
5	生命保険会社	対象代理店を選定され段階的に進められることについて一定の理解はしているが、（仮に本評価結果を保険会社が何らかの評価に使う場合）未導入の代理店に対しては個社の評価基準を適用することになり、公平性に欠けるといった批判が生じないかという懸念は残っている。 全代理店がこの業務品質評価を適用できるレベル（量・手法）まで簡略化を図れないか等、引き続き検討することも必要と考える。
6	生命保険会社	先行して実施する代理店と実施しない代理店との公平性を慎重に議論すべきものとする。 客観的に公正性のある基準を検討すべきものとする（例えば15社10億のいわゆる大規模代理店とする等）。
7	生命保険会社	① 代理店の大小により、評価項目について同基準を適用することが望ましいか、検討する必要がある。 ② 年間100～200社の点検を実施する場合、約80,000社ある代理店で、点検を希望したのに受けられない会社への対応を検討する必要がある。
8	生命保険会社	運営初年度の対象代理店については、大規模代理店だけではなく、中小代理店も一部含めることが、次年度以降の評価運営に役立つものと思われる。
9	生命保険会社	運営全般にかかる意見として、評価結果について不服申し立てがある場合、実態調査以降から評価結果通知時まで未達成項目が改善されている場合、評価結果に影響を与える内容が実態調査後に明らかになった場合等の対応については、詳細に決めておくことが望ましいと考える。
10	生命保険会社	対象外となった代理店やエントリーしない代理店が、募集活動上で不利益を被ることのないよう注意を払う必要があると考える。
11	代理店・消費者団体等	代理店規模により調査対象に偏りがないようにすべきだと考える。（会社規模にかかわらず実施すべき）
12	代理店・消費者団体等	対象となる代理店について、選定された代理店以外については申し出があった代理店について対象とするという形での運用となっているが、国内にある80,000以上の保険代理店全ては困難であったとしても、本取組の趣旨を鑑みた場合、可能な限り多くの代理店を対象とすべきと考える。例えば、代理店の規模に応じて評価基準や実態調査の方法について、大規模および申出があった代理店はオフサイト調査+オンサイト調査、その他一定の規模の代理店に関してはオフサイト調査とする複数のレイヤーを設けるなど、検討が必要と考える。 また、本取組にあたって、運営において発生するコストはどうするのかも検討が必要であるとする。
13	代理店・消費者団体等	対象代理店の選定において、「大規模乗合代理店を中心」とした場合、中小の乗合代理店に対して公平性を欠くのではないかと考える。そのため、対象代理店の選定方法については公平性が保たれるよう、議論が必要なのではないかと考える。対象代理店の選定方法の一案として、代理店の実態を熟知している代申会社様により、業務品質の向上に意欲的な代理店を推薦する方法であれば一定の公平性は保たれるものとする。 希望するすべての対象代理店の評価が1年で終わらない場合、複数年に亘り調査を行う可能性がある旨をあらかじめ示す等、先に評価された代理店と後に評価された代理店の間に公平性を保つ対策が必要ではないかと考える。
14	代理店・消費者団体等	募集人50名以上or取扱い保険会社数〇社以上としてはどうか。 基準に該当する代理店は可能な限りすべて対象とすべきと思う。
15	代理店・消費者団体等	まずはエントリーするかどうかを確認、評価希望代理店数を把握してから手法は検討すべき。 業務品質評価運営にあたり大規模代理店に有利に働く制度は賛成しかねる。（効果的運用は理解すれど） 評価対象外の代理店が不利になるのであれば本制度に不公平が生じる。 それを加味すると各保険会社が行なう定例監査を利用し、そこに共通項目を設置して査定していく方が現実的に思える。
16	代理店・消費者団体等	大規模代理店から着手というご意見があるようだが、当局検査含めてチェックを受けているため、完全ではないが、体制や資料がほぼ備わっている。関東財務局の対応に倣い、数名の代理店や税理代理店等体制整備が困難な状況と想定される先の確認を最優先していただきたいと思う。業務品質を高めるヒントこそその規模の代理店に存在すると思料する。
17	代理店・消費者団体等	1. 評価基準の精緻化＝多くの代理店または顧客が必要と認める基準であり、かつ、その実行が顧客本位の業務運営につながるものであることを望む。特に乗合代理店として、顧客から期待されているサービスが提供できているかなどが確認できる基準であってほしい。たとえば、意向把握や比較推奨販売の運用にとどまらず、住所変更、名義変更、給付金、保険金支払いの連絡を受けたときに顧客が加入しているすべての契約に適切に保全手続きが実行できる環境があるか、またその履歴を保存し新たな提案に生かす環境があるかなどは代理店にとって重要な機能であるとするが、まだ属人的（担当者任せ）の会社が多いのも事実なので、このことがその改善に役に立つことを望む。 2. 一定の要件を満たす大型代理店に対しては、評価機関からの指示による評価受験に加え、自ら評価を望む代理店も評価を受けられる環境であることを望む。 3. 委託保険会社からの評価にも反映される評価制度であってほしい。
18	代理店・消費者団体等	今回の業務品質評価については各代理店において自社が出来ている事や出来ていないことなどが明確になり、代理店の品質向上には非常に役に立つものと理解しており、より良い制度構築に期待する。 一方で、この運用を行う事により代理店の規模特性、所謂小規模代理店だから一部の項目が免除されるという事はなくなり、CAへの体制が相違する（大規模代理店は独立した監査・検査部門を必須であり、小規模代理店は社長が監査も行う）に留まるように思う。 小規模代理店の場合でも乗合を行うには一定程度の業務品質の維持が必要とし、業務品質体制が構築された代理店は評価されなければならないと思う。 対象代理店については、「大型の乗合代理店、15社以上の乗合など、事業報告書を提出している代理店」、「中規模代理店、例えば募集人数100名以上または拠点数5以上などの代理店」、「上記以外で代理店自ら評価を希望する代理店」などが考えられる。
19	代理店・消費者団体等	評価結果を保険会社に提供することで、自己評価、保険会社様の検査・監査などが簡略化、省略できるようになれば、業界全体のリソースの有効活用に繋がると思われるので、是非、併せてご検討をお願いしたい。
20	代理店・消費者団体等	第14回SGにおいて意見をさせていただいた、高品質評価の場合の、保険会社毎の検査の簡略化や財務局との連携も検討いただきたい。
21	代理店・消費者団体等	調査できる代理店の数が限りがあるから対象を選定するという固定概念から脱却して全ての乗合代理店に年1回調査ができ公表できるためにはどうするかを議論して欲しい。地方の中小零細で高い態勢整備の質を有する代理店にも協会として接点を持てるようにして、全国隔々の代理店の声を聴いて、見て、感じていただければと思う。