

消費者アンケートの実施結果について

1. 趣旨

- 第 16 回検討 WG でお示しのとおり、代理店業務品質評価運営の開始から 3 年目を迎え、受審代理店の様相も多様化している中、あらためて「消費者が生命保険乗合代理店に期待すること」について把握することを目的に消費者アンケートを実施しました。
- アンケートは調査委託会社を通じたインターネットアンケートに加えて、認定代理店からお客さまにチラシを配布し、インターネット上で回答いただきました。ご協力ありがとうございました。
- 実施結果について以下のとおりお示しいたします。

2. アンケート結果の概要について

(1) 実施内容

目的	代理店業務品質運営の開始から 3 年目を迎え、受審代理店の様相も多様化している中、あらためて「消費者が生命保険乗合代理店に期待すること」について把握すること
方法	①調査会社を通じたモニターへの実施 ②認定代理店通じた顧客への実施
期間	2025 年 1 月 6 日～2025 年 1 月 19 日
有効回答数	2,945 人（①調査会社：2,132 件 ②認定代理店：813 件）

(2) 結果概要

- アンケート結果の概要は以下の通りです（アンケート結果の全量は、別紙 2 をご確認ください）。

【質問】保険代理店は、一般的に複数の保険会社の商品を取り扱っています。保険代理店が、すべての商品を提案することは、消費者にとって負担が大きいため、一般的に、保険代理店が合理的だと考える理由に基づき、予め、商品を絞り込んだうえで提案しています。

その際の「代理店による商品の絞り込みの理由」について、あなたのお考えと近いもの、近くないものについてそれぞれ 3 つずつ選択ください。

「絞り込みの理由としてあなたのお考えと近い」もの

回答	回答(%)
商品性が最新・優れた特徴を持つ保険会社商品	77.1%
保険料水準がお手頃な保険会社商品	65.4%
お客さまからの人気が高い商品	42.3%
アフターフォローが充実している保険会社商品	36.6%
顧客向けサービスが充実している保険会社商品	30.3%
印象やイメージが良い保険会社商品	15.3%
代理店に経済的メリットがある保険会社商品	6.9%
代理店への協力体制が充実した保険会社商品	6.6%
代理店と関係の深い保険会社商品	6.4%
代理店に募集先の提供がある保険会社商品	6.1%
代理店に人的支援がある保険会社商品	3.7%
代理店に各種支援がある保険会社商品	3.3%

「絞り込みの理由としてあなたのお考えと近くない」もの

回答	回答(%)
代理店に経済的メリットがある保険会社商品	50.7%
代理店に人的支援がある保険会社商品	41.4%
代理店に各種支援がある保険会社商品	38.6%
代理店に募集先提供がある保険会社商品	36.7%
代理店と関係の深い保険会社商品	35.4%
代理店への協力体制が充実した保険会社商品	21.3%
印象やイメージが良い保険会社商品	18.6%
お客さまからの人気が高い保険会社商品	15.4%
顧客向けサービスが充実している保険会社商品	13.4%
アフターフォローが充実している保険会社商品	11.6%
保険料水準がお手頃な保険会社商品	9.3%
商品性が最新・優れた特徴を持つ保険会社商品	7.4%

- 代理店による提案商品の絞り込み理由については、消費者からは主に「商品性や保険料水準が優れている」ことが求められている一方で、「代理店側に何らかのメリットがある」理由は消費者に求められていないことが判明しました。

【質問】 加入した保険代理店において、病気やケガによる入院・手術での給付金・保険金請求する際、次のうち、どの対応を期待しますか。	
回答	回答 (%)
加入している保険代理店・担当者が加入先の保険会社全ての手続きをサポートしてほしい (まとめた請求手続き等)	60.9%
加入している保険代理店・担当者からアドバイスがほしい (保険会社への連絡は自分で行う)	24.3%
加入している保険代理店・担当者からの特段のサポートは不要 (自分自身で加入している保険会社それぞれへ連絡、手続きを行う)	14.3%
その他	0.4%

- また、アフターフォローでは、加入後も代理店からの能動的なサポートを多くの消費者が期待していることが確認できました。
- アンケート結果は今後の当運営の更なる改善・進化への活用を検討していくとともに、認定代理店の皆さまに収集いただいたアンケートについては、代理店ごとに回答結果をフィードバックさせていただきます。

以上