

特定非営利活動法人日本リスクマネジャー&コンサルタント協会の『保険リスクマネジメント研究会』では、新型コロナウイルスによる保険募集活動への影響や取組に関してアンケートを実施しました。ご協力を頂きました皆さまには厚く御礼申し上げます。誠にありがとうございました。


安心・安全な経営と生活を支えるために

## 保険代理店向けアンケート

～保険代理業・保険募集に関わる皆様へ～

新型コロナの代理店経営への影響・代理店の取組実態・好取組事例・募集上の課題等の把握の為に協力頂ければ幸いです。

※先着10名様にRMCA理事 奥田雅也氏の新刊書籍をプレゼント

 NPO法人日本リスクマネジャー  
&コンサルタント協会

※このアンケートは匿名  
で提出頂けます。

本アンケートに関する集計をレポートにまとめました。皆さまの保険代理店経営ならびに、保険募集活動の一助になれば幸いです。

令和2年5月吉日

特定非営利活動法人日本リスクマネジャー&コンサルタント協会  
理事長 荒木 洋二

保険リスクマネジメント研究会  
会長 松本 一成  
副会長 奥田 雅也

## <アンケート期間>

2020年4月17日~4月30日

## <有効回答数>

59

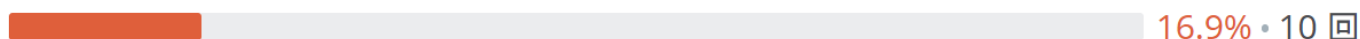
## <アンケート依頼方法>

研究会会員へ一斉メールでのアンケートへの回答依頼と、Facebookにて会員・非会員を問わずにアンケートの協力依頼を複数回実施。

## Q1. 所属している代理店の形態を選択して下さい。

( 単一回答 , 59 回提出 )

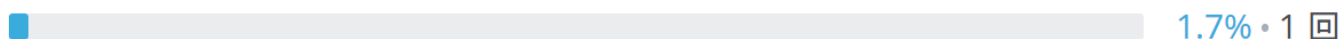
A. 専業専属代理店



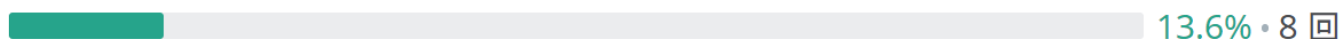
B. 専業兼合代理店



C. 兼業専属代理店



D. 兼業兼合代理店

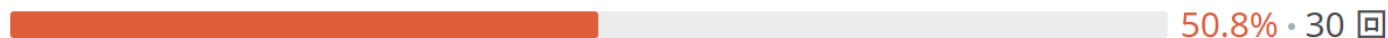


専業・兼業を合わせて兼合代理店が48件と全体の81.3%を占めております。今回は、協会員・非会員問わずに募集を行いました。元々協会員に兼合代理店が多いことと、SNS上で繋がっている保険募集人に兼合代理店が多いことが原因であると思われます。兼業の代理店が15%ある事も興味深い点ですが、従来の副業として代理店をしている兼業代理店ではなく、リスクマネジメントの観点で主業の保険代理店に他の収益の柱（コンサル等）を立てる代理店が増加している事も影響していると考えられます。

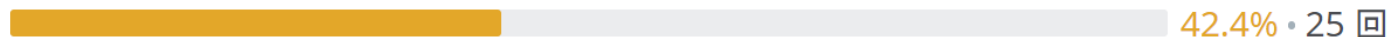
## Q2. 貴方の属性を選択して下さい。

( 単一回答 , 59 回提出 )

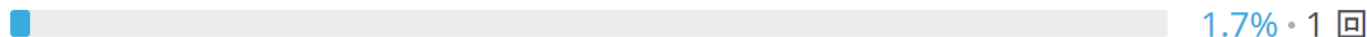
A. 経営者 (店主)



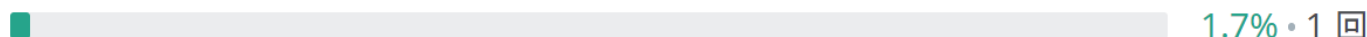
B. 募集人 (営業)



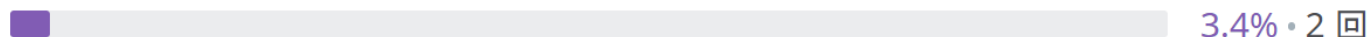
C. 事務スタッフ



D. 保険会社所属



E. その他の属性 (他の属性の方はチェックの上、属性をご記入下さい。)

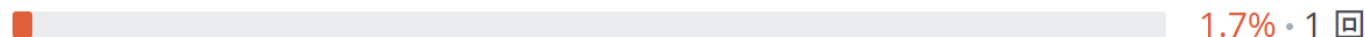


回答を頂いた方の半数 30 名 (50.8%) が代理店主であることも、Q1 と同じ理由によるものと考えられます。ただ代理店主以外の方々も 29 名 (49.1%) にご回答を頂いており、回答者の属性はバランスが取れており、本アンケートの回答者が偏った層になっていないことで、本アンケートの信ぴょう性を担保する結果になっています。

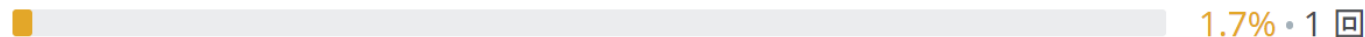
## Q3. 主な取扱い商品

( 単一回答 , 59 回提出 )

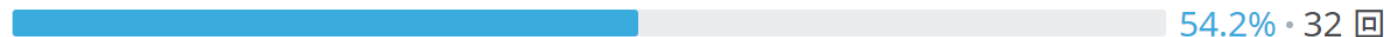
A. 損保のみ



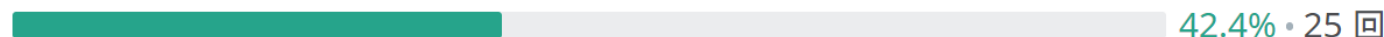
B. 生保のみ



C. 損保メイン



D. 生保メイン

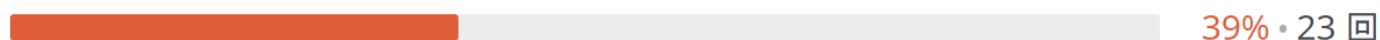


回答を頂いた方の大半の 57 名 (96.6%) が損害保険・生命保険を併売できる環境にある。損保メインの方の割合 (32 名・54.2%) が高いのは、弊協会がリスクマネジメントの普及・啓蒙活動に取り組んでいるため、リスクマネジメントへの関心が高い損保メインの募集人が多いことによるものと思われます。一方で、生保メインの方も半数近く解答を頂いており、昨年の税制改正やコロナの影響からリスクマネジメントの意識を持つ生保募集人が増加している事も想定されます。

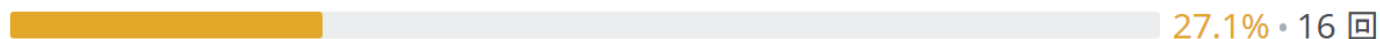
#### Q4. 募集人の人数

( 単一回答 , 59 回提出 )

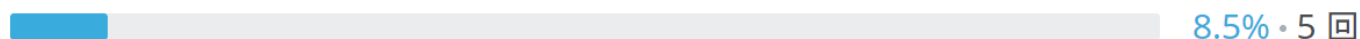
A. 5名以下



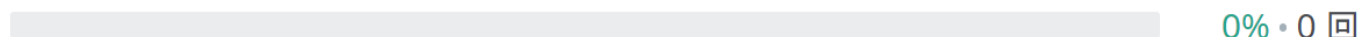
B. 6名～10名



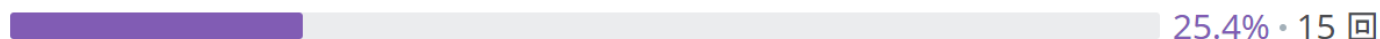
C. 11名～20名



D. 21名～30名



E. その他 (30名超の場合は、チェック上おおよその募集人数を記載下さい。)



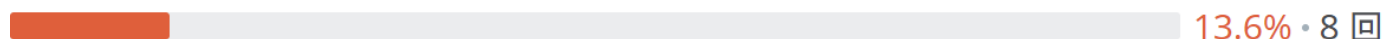
その他の回答では、30名～1,000名超とあり、様々な規模の代理店の方にご参加いただけたことが確認出来ます。

回答を頂いた方の半数以上 (39名・66.1%) が10名以下の代理店であり、保険代理店事業の特徴 (中小零細化) を表しています。逆に大規模代理店に所属されている方もご回答を頂いており、幅広い層から回答を頂いております。

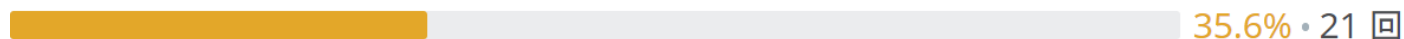
#### Q5. 御社の営業地域はどちらですか？

( 複数回答 , 59 回提出 )

A. 東京



B. 東京以外の当初の緊急事態宣言対象地域 (千葉、神奈川、埼玉、大阪、兵庫、福岡)



C. その他の地域 (チェックして都道府県名をご記入下さい)



その他地域の回答は北海道から沖縄まで、全国にわたって回答をいただきました。

回答を頂いた方の半数以上 (39名・66.1%) が最初に緊急事態宣言が出された7都府県以外のエリアで営業をされており、大都市圏の回答者が29名 (49.1%) に留まったのは意外でしたが、結果的に幅広い層からご回答を頂いたことの証であると思います。

## Q6. 自社代理店の BCP は作成していましたか？

( 単一回答 , 59 回提出 )

A. はい

42.4% ・ 25 回

B. いいえ

57.6% ・ 34 回

2019 年に公表された帝国データバンク社の統計データでは、BCP を策定している割合は 15% であるのに対し、回答を頂いた代理店の 66.1% が 10 名以下の代理店だった割には、BCP を作成している割合が 42.4% (25 名) もあったのは、保険代理店がリスクマネジメントに対する意識が高い事がうかがえます。

## Q7. 自社の BCP 作成・導入に関わる課題や必要性をご記入下さい。

( 自由回答 , 24 回提出 )

1. 課題は自社への適合性。必要性は高いと思います
2. 有事の際の実効性と実行時の有効度の検証を踏まえて、しっかりとしたものを作成しないとお客様を守る事が出来なくなる可能性がある。
3. 東日本大震災や台風被害の経験を次に想定外にしないため。
4. 作成の機運がない
5. 未作成で、何からどう手を付ければ良いかあまり分かっていません。
6. 大規模災害時の BCP は作成しましたが、感染症に関する BCP は作成できていません。
7. 絶対に必要であるが、導入にあたってペーパーレス化を進めているが、クラウドサービスの利用に保険会社によっては制限？ルール？が様々で正式な文書として BCP 計画書に記載できない。
8. 必要だと思う。
9. 地震と水害といった自然災害にしか対応していなかったのが課題です。
10. 経営に関わっていない事と支店によりフランチャイズな為、今回まで深く考えた事はありませんでした。ですが今後は何かしら必要だと感じています。
11. 今回のコロナは想定外でした。
12. 熊本地震を経験し、その時を振り返り作成したが、実際に同じような災害に見舞われたとして、どこまで有効なのか不安が多少ある。
13. 現時点では現状に全く対応できていないため、一から構築する必要性を感じています。
14. 早急に策定が必要だと感じる
15. 必要性はあると思います。手がつけてられません。
16. 作成の必要性は理解しているが、未着手
17. あまり真剣に考えた事が無かった。
18. 事務のテレワーク

19. ①緊急時の対応、サービスを迅速かつ確実に実行するための従業員の安否確認と保護支援。  
②緊急時の対応、サービスの継続を迅速に行うための手順や手段の確認  
③代替システムや他支店との連携によるサービスの継続  
④緊急時に活動できる安心の提供と他代理店との差別化
20. コロナ対策を考えると見直しが必要と思いました。
21. 必要性の問題だと認識しています。という事でただ今作成中です f^\_^;
22. 新型コロナに対してのBCPについて課題はクリアできました。但し、地震等の自然災害が関東した場合のBCPでクリアできないところがあります。例えば関東で地震が発生し当社が被災、また関東のお客様が被災をした場合は契約手続き等猶予が適用になるかとは思いますが、一方沖縄のような遠隔地のお客様は適用除外になる可能性が高いと予想できます。そのような遠隔地のお客様の継続手続き、事故対応等はどうすれば良いか困っています。と言いますのは遠隔地の契約は件数が多く尚且つ特殊契約の為、全件稟議であり他の代理店では内容が難しく対応がほぼ不可能であると思われるからです。
23. 代替オフィスの確保が難しい。
24. 心の片隅にでも対策があるのとないのとでは大きな違いがあると思う。

BCP策定の必要性を感じている代理店は多いものの、今回のような自然災害以外の事態に対応するためにどのような内容にすべきか？に悩んでいる実態が浮かび上がっています。さらには保険募集から事務といった一連の行為において、ペーパーレス化が進んでいない業界の実態があり、この対応については、代理店や募集人レベルでは対応しきれないために、法整備や業界全体を巻き込んでの対応をすべきテーマであると考えます。また、BCPを作成していても、その実効性が担保される体制（テレワークや代替オフィス等）の構築も今後の課題として挙げられています。



## Q8. 在宅勤務及びテレワークは行っていますか？

( 単一回答 , 59 回提出 )

A. はい

72.9% ・ 43 回

B. いいえ

27.1% ・ 16 回

## Q9. 在宅勤務及びテレワーク導入に関する課題と必要性についてご記入下さい。

( 自由回答 , 34 回提出 )

1. 在宅における個人情報の取り扱い。テレワーク環境のセキュリティの有無。必要性は高いと思います。
2. コミュニケーションと労務管理、効率的・効果的な業務となるか？紙の存在と非対面募集の限界と業法の制限によるサービスの限界。
3. 紙帳票の記入が必要なので、まったく在宅ワークは難しい。
4. 新型コロナウイルスに感染しないことと、テレワークを普及するための活動も保険代理店の仕事と考えている。保険代理店により、お客様に提供するサービスは大きく違うことを伝えるチャンスと考えます。
5. 設備投資が課題
6. 業務管理や指示は Web で行えますが、モチベーション維持やメンタルヘルスケアをどう行うか？が課題ですね。
7. 在宅でできる仕事には限界があります。また、個人情報を個人宅に持ち込む問題も出てきます。保険会社がどこまで認めてくれるのかの課題もあります。
8. テレワーク前は金融庁に届けた研修日数の関係で研修日は入社必須でしたが、今は研修内容が e ラーニングで来て、終了ボタンで見なし出席なので助かっています。今後もこうした効率的なものは継続して欲しいです。
9. 導入にあたってペーパーレス化が必須であるが、クラウドサービスの利用に保険会社によっては制限？ルール？が様々なこと。特に生保の新規契約についてはエヌエヌ生命ではテレビ電話を正式に「面談」と認定することになった。他社も早期に非接触面談を有効にして頂きたい。
10. ノート PC の手配
11. テレワークの環境整備
12. 募集人が会社の管理下にあるとは？ 何を持って判断するのか？ 金融庁に気を使いすぎ！ 当局ときちんと詰めるべき！コロナ対策ではなく、平時における導入が必要！
13. 保険会社との書類のやりとりをはじめ保険募集のプロセスがテレワークを想定していないこと。
14. 業務内容によりテレワークの可、不可が現状ではある。
15. セキュリティ。在宅勤務における仕事の生産性。
16. 採用、教育について業務がやりにくいのが課題です。アフターコロナでは社会が大きく変革す

ると考えておりますので、そうは言っておられません。

17. 以前より在宅で事務仕事をする時間が増えましたが、オフィスの方が効率が良い場面が多く整備しなければならないと痛感しています。
18. 個人情報持ち出しや、非対面募集のみでは限界もある。この緊急事態だけではなく収束後もテレワークを導入したいがコンプラ、態勢整備で課題が残る。
19. 結果としての書面の受け渡しと押印対応。
20. 今回の新型コロナウイルスに限らず、今後人材確保がますます難しく事が考えられる中、働きたくても働けない人たちを採用できる体制を整えるためにも必要と考えている。
21. 基本的に在宅でも問題なく業務ができる体制をとる必要性を感じています。
22. プリンターや各種ハード環境。
23. 情報の連携とスピード。
24. 作業効率が高くなるため今後も必要と考えております。
25. 勤務型なので、そもそも毎日の出勤義務はなく、会議なども保険会社の仕組みで月会議をテレワーク導入予定。お客様は一般の方多く、対面募集を基本としているので（そこを強み）としているので、対策に苦慮している。今は電話募集を希望される方にはそれを行っている。
26. zoom 等の導入は不可欠だと思う
27. 書類がある為に保険事務のテレワークがやりにくい。
28. 長期間の在宅勤務の場合、社員各家庭の環境や家族のメンタルケアまでは難しい。また、長期間の在宅勤務はサイバー以外でも情報漏洩のリスクが大きくなる。テレワークでは意思の疎通や詳細な提案・説明までは難しい。PCによるWEBシステムの併用が望ましい。また、一時選択（会社内の状況や家庭内の状況）の把握が難しい。
29. 課題は生保見込客を作る術がないこと。
30. 保険会社が遅すぎるし意識も低く、代理店の考えに追いついていないし、場当たりの対応が目立ち、そっちの方が課題です。
31. セキュリティの確保。テレワーク環境の確保。迅速なコミュニケーション手段の確立。全体共有出来るコミュニケーション手段の確立。
32. 紙書類の取扱ルールと、NASのクラウド化。
33. サボってる感がある。
34. セキュリティ。PCに関するスキルが低い場合、できる仕事が限定される。

テレワークを実施している代理店は72.9%（43名）とあるものの、その後の自由回答欄にもありますが、保険業務上においては「システム上の問題」「セキュリティ対策の問題」と同時にペーパーレス化が進んでいない現状が問題点であるのと同時に、顧客対応（非対面の限界等）ならびに労務管理（モチベーションや生産性の確保等）にも問題があることが浮き彫りになっています。



Q10. BCP や在宅勤務及びテレワーク以外で既に行っている対策があれば全てチェックして下さい。

( 複数回答 , 59 回提出 )

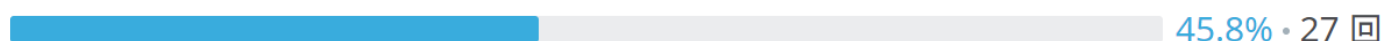
A. マスクや消毒液の備蓄、事務所の消毒



B. 時差出勤・勤務、出張・会議の中止、来客の制限



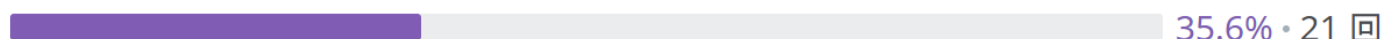
C. 事前の人員計画、業務ローテーション



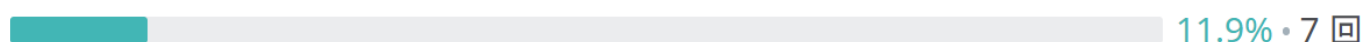
D. 募集行為の制限、業務の縮小



E. 資金準備、資金調達、助成金や社会保険の免除申請等



F. その他 (他に既に講じている対策があればチェックの上、ご記入下さい。)



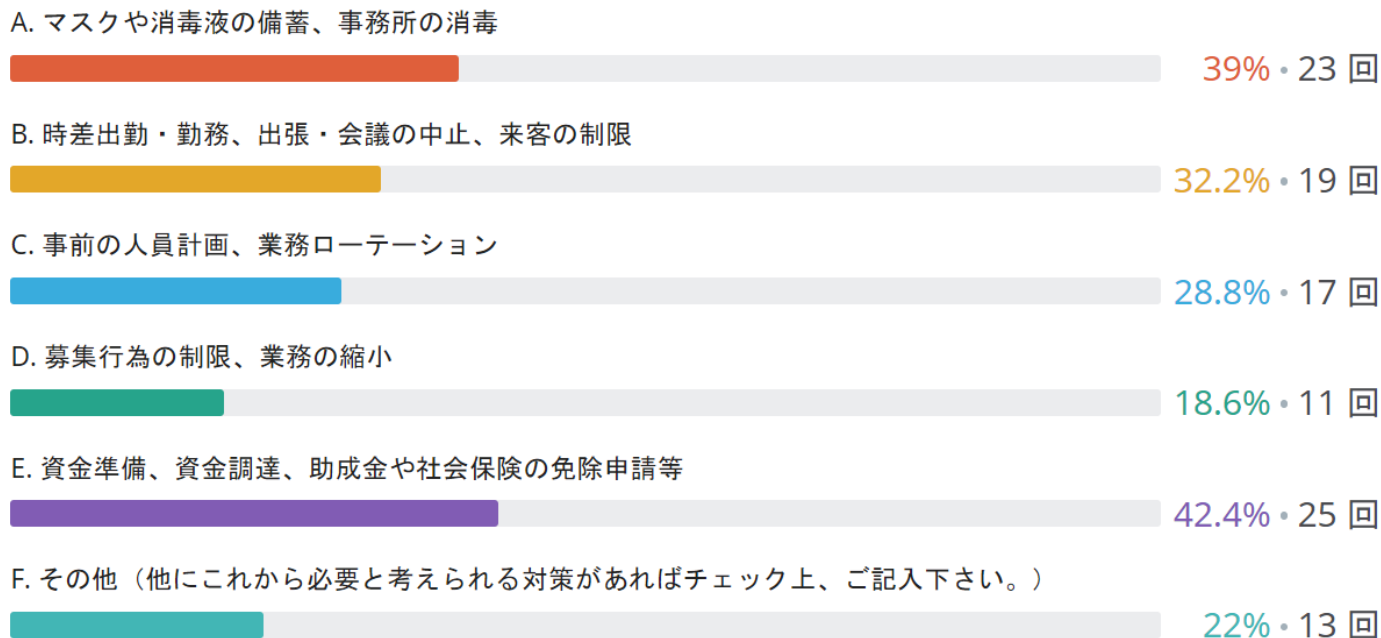
<自由回答欄>

1. 非対面募集
2. 雇用調整助成金、コロナに関連するまとめ情報、コロナも含んだサイバーリスク情報等の zoom セミナー。
3. WEB システムの導入。セミナールームを営業事務スペースに割り当て事務所内の作業スペース密度の低減対策をしている。交代出社も視野に入れている。一部対面する机の間に飛散防止の透明シートを設定している。
4. 取引先「保険会社」に対して来店をご遠慮いただいている。
5. 体調管理
6. WEB 会議
7. 日頃からの WEB を活用したコミュニケーションの実践など

新型コロナウイルス対策としては、「マスクや消毒液の備蓄・事務所の消毒」「時差出勤・勤務、出張・会議の中止、来客の制限」「募集行為の制限・業務の縮小」といった、感染拡大防止へ積極的に取り組んでいる姿勢がうかがえます。一方で、人材確保や財務対策については取組が少ないですが、損害保険業界の特性として急激な減収にならない事や組織規模が小さい事が要因と考えられます。その他の項目では、いち早く WEB を活用した対応（会議やセミナー等）を行っている様子が伺えます。

Q11. BCP やテレワーク以外で御社が自社対策としてこれからやっていく必要がある対策があれば全てチェックして下さい。

( 複数回答 , 59 回提出 )



<自由回答欄>

1. 見込客創出・募集活動・収益構造などを抜本的に見直す必要性を感じています。
2. 会社に対するロイヤリティの醸成。 募集人の一体感。 募集人のビジョン・ミッション・パッションの確立。
3. オンライン面談の充実
4. 新しい対面募集の構築。ただし Zoom は使いたくない。
5. 「保険代理店が提供するサービスは同じではありません」という活動。
6. WEB システムによる新規開拓
7. 環境整備
8. 募集手数料の受け取り方法の変更
9. 体調管理
10. あらゆる想定をした備蓄をすること（マスクの備蓄が少なかったのもので）
11. 新しいコミュニケーション及び業務の在り方の追求、長期化した場合の対応

トップの回答が、「資金準備・資金調達・助成金や社会保険の免除申請等」となっており、今回の新型コロナウイルスが代理店経営に大きなインパクトを与えていることが伺えます。その他については、アフターコロナを見据えた営業戦略や営業プロセスの変革等についての記載が多く、コロナを契機として新たなチャレンジを行い、ピンチをチャンスに変える意識を持った代理店の存在が伺えます。

## Q12. 募集行為に関する課題や工夫した事があればご記入下さい。

( 自由回答 , 27 回提出 )

1. ZOOM の活用で電話募集よりも精度の高い募集行為を可能にした
2. 面談を極力避けるため、電話継続や郵送募集で対応している。
3. web 会議システムの活用と指導。
4. 電話募集の多用。
5. 非面談推奨ですので 可能な限り電話でできることはしています
6. 電話募集が認められている「自動車保険」「個人用火災保険」の更改手続きに関しては、事情を説明し電話で行っています。電話募集ができない商品については、郵送でおこなっています。
7. 電話、郵送募集。自動更新をフル活用しております。
8. 面談が必要な場合、お客様に了承を得ることはもちろんだが、出来る限り電話、メールや郵送で事前のアプローチを行い、面談するときは契約時のみとしている。
9. 顧客とのコンタクト手法の見直し
10. 時間不足により、お客様への情報提供や対話ができない。営業地域の縮小。顧客の選別。
11. web での顧客面談を開始したこと。募集行為も web で試行したこと。
12. 当初は郵送募集や、電話で事前に説明し訪問は玄関先で署名をもらう程度にしていたましたが、いまはメール募集やFAX 募集も出来るように緊急措置が講じられたのでこのような方法でも募集活動をしています。
13. お客さまとのアポイントが事前に決まっているものは、弊社のコロナ対策をお伝えし、万全を期しているが、お客さまがご不安の場合は、面談の延期の選択はお客さまにあるとお伝えしたことです。それにより信頼関係が増したと考えております。
14. 食品加工業の方などが使う様なビニール手袋装着の上での訪問や、お客様にもタブレット操作の際に着用頂いています。なるべくマイカーにて訪問・出勤しています。
15. 事務はリモートでの対応
16. 生保：対面が原則だが、お客様のほうでオンラインでの打ち合わせを希望されるケースが増えた。ご説明はして対面でないと難しい話はするがなかなか理解を得るのが難しい。
17. ピンチをチャンスにする戦略
18. ファクトファインディングまではオンラインで行ってます。
19. まず礼儀として、マスクをしての会話に了解をいただくことからスタートしている、あと、お客様の状況を確認している。情報交換をしているあと、憶測で情報流布しないようには気をつけている
20. 既契約および見込み客に感染防止啓発ポスターを配布している
21. 生命保険の新規契約に対して、保険会社の制約の中で、どのような工夫が必要かが課題です。
22. お客様とのオンライン面談ができれば、もっと効率化が高まる。

やはり一番は、Web や電話・郵送対応での募集行為で、ここに一番苦心していることが分かります。あとは事務のリモート化やアプローチの Web 化など、今回の騒動を契機に募集行為全般が変わっていきそうな予兆が感じられます。

### Q13. 雇用や賃金に関する課題や工夫した事があればご記入下さい。

( 自由回答 , 15 回提出 )

1. 元々、出退勤はWEBで管理をしていた。会議時間を設けて業務内容の確認を行っている。
2. 基本的に削減をせず定額を維持しております。
3. 決算もあり、減給してます
4. 退職金がない。自身による年金積立の為に確定拠出年金の限度額が低すぎる及び積み立て終了年齢の延長。
5. 雇用調整助成金の申請準備を始めたこと。
6. 内務は通常の半数(2名)更に3時閉店、土曜日は臨時休業にしています。女性陣の勤務時間はかなり少なくなりましたが、政府からの補償も考え賃金は全額支給としています。
7. 課題として…セーフティの融資を受けられない業種として外交員報酬を頂く我々が該当する事に憤りを感じます。個人で別法人を立て、FP事務所としての売り上げ減少などで融資を受けられる可能性を考える早急に準備しています。
8. 雇用調整助成金を活用したいが、売上がどれだけ下がってるか来月にならないとわからない。
9. 有給を利用してもらうことも今後は考えている
10. 課題1: 休業しても給与は減らさない。課題2: この状況でも安心の提供をできる活動をする。  
課題3: 提供できる「安心」を広げる
11. すでに借入れを決めた。内部留保を多くし、いつでもお金を使えるようにしている。

代理店によって、減給をしている場合としていない場合があります。あとはセーフティネットとしての「雇用調整助成金の申請」や「緊急融資」などにより、手元資金の確保に動いておられる様子が伺えます。

## Q14. 今回の件による収益への影響度合いを選択して下さい。

( 数値型 , 58 回提出 )



詳細設定 :  必須回答  初期順  標準値 : 10

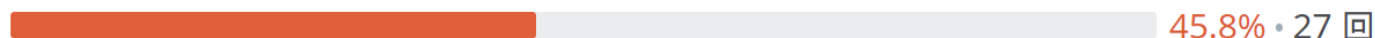
平均値 : 4.84 最大値 : 9 最小値 : 1

回答数 58 名の平均値は 4.84 ということで、今回の新型コロナウイルスによる代理店経営ならびに募集人の収益に大きな影響を与えていることが伺えます。特に収益における生命保険のウェイトが高い場合には、新規契約が獲得できないと初年度手数料収入が大幅に減少し、資金繰りを圧迫していることが予想出来ます。

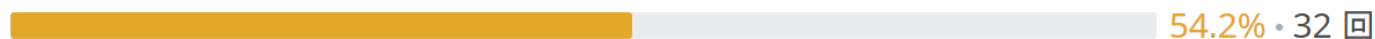
## Q15. お客様に BCP 作成等の保険以外の対策支援を行っていましたか？

( 単一回答 , 59 回提出 )

A. はい

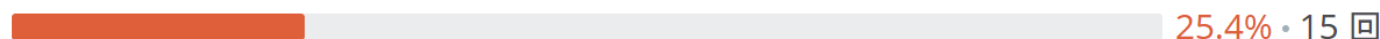


B. いいえ

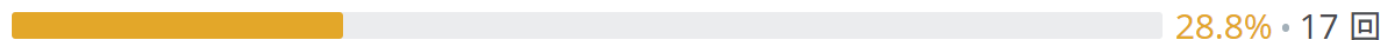


## Q16. 具体的に行っていたサービス全て選択して下さい。 ( 複数回答 , 59 回提出 )

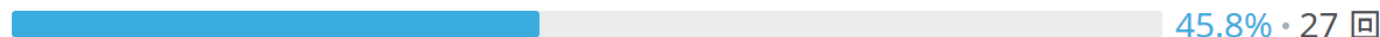
A. BCPの作成



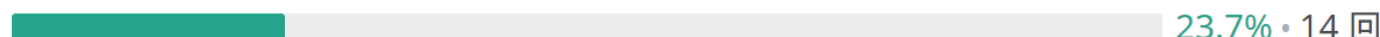
B. 事前の財務対策 (ファンドの構築等)



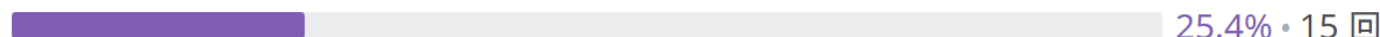
C. 資金調達支援



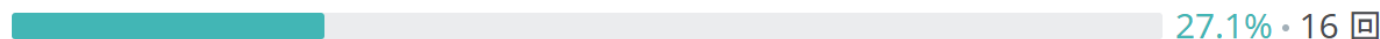
D. 感染リスクの低減対策支援



E. 感染拡大の軽減対策支援



F. その他 (他に行っているサービスがあればチェックの上、ご記入下さい。)



### <自由回答欄>

1. 払込猶予の申請フォロー
2. 人材採用の為のホームページ作成やロゴの作成支援、補助金・助成金関係の案内。社屋内の警備システムの選定や不動産の選択のお手伝いなど。
3. 具体的な提案は行ってはいませんが、有事の際の資金確保の必要性やBCPが必要であることを機会あるごとにお伝えしています。
4. 専門家の紹介
5. マーケティング支援
6. 助成金申請アドバイス
7. 社員研修やリスク診断など
8. 助成金情報の提供と資料作成補助の提案

半数近い 27 名 (45.8%) が保険以外での対策支援を行っている」と回答しており、なかでも「資金調達支援」「事前の財務対策 (ファンドの構築等)」が多いのは、保険活用がリスクファイナンス対策の一環としての位置づけとして行っている回答者が多いことが要因とされます。



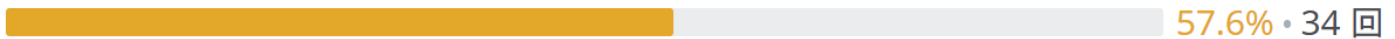
## Q17. これから行うべきと考えるサービスを全て選択して下さい。

( 複数回答 , 59 回提出 )

A. BCPの作成



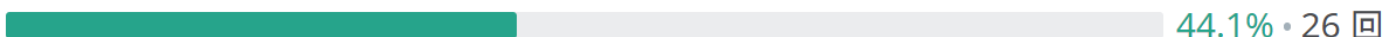
B. 事前の財務対策（ファンドの構築等）



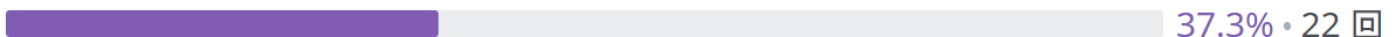
C. 資金調達支援



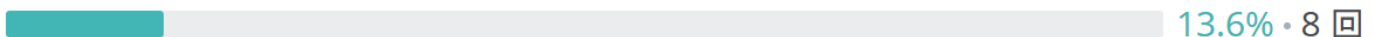
D. 感染リスクの低減対策支援



E. 感染拡大の軽減対策支援



F. その他（他にこれから必要と考えるサービスがあればチェックの上、ご記入下さい。）



<自由回答欄>

1. 事業承継・M&Aのコンサルティング
2. あらゆる外部からの営業に対して窓口となり、精査する役割。
3. 教育、研修（RM、テレワーク、健康経営優良企業認定支援、事業継続力強化認定支援等）
4. リスクを認識してもらい備えをしてもらう事
5. 保険で全てのリスクがカバー出来ない事を実感する中で如何にリスクマネジメントの発想を共有し、実践するかが大切と考えます。
6. 啓蒙活動

上位3つが「資金調達支援」「事前の財務対策（ファンドの構築等）」「BCPの作成」を占めたのは、保険募集活動と親和性のあるサービスであり、これらに関心が高いことが伺えます。一方で、相対的にリスクコントロール対策についての情報提供に関する必要性の認識が薄いことも伺えます。

## Q18. お客様に喜ばれた対応、お叱りを受けた対応があればご記入下さい。

( 自由回答 , 23 回提出 )

### <喜ばれた点>

1. 助成金や制度融資等の資金調達情報や社会保険料の支払免除等の経費の先送り情報、保険料の支払い免除や貸出金利の優遇措置など
2. 除菌シート・マスクをプレゼント。
3. 保険以外の RM 提案は評価されています。「保険の話か」とよくお叱りを受けます。
4. 面談時のマスク着用、飲食物の提供お断り 面談時間の短縮化
5. 保険会社が作成した感染症対策マニュアルの共有
6. 特別措置の情報提供
7. 喜ばれた点は、上記の通りアポイントの事前確認と、こちらからお客さまに連絡をした変額保険の特別勘定の大幅下落の説明
8. コロナ対応について逐次情報を流していたために安心していただけた。また、不明な点やお困りの点がある場合にご連絡いただけるようになった。
9. 助成金・給付金、融資情報の提供
10. 感染防止啓発ポスターを配布。契約者にマスクの配布（1枚から3枚）
11. 会えない分お手紙を直筆で書いたり、バースデーカードを手書きで誕生日当日に届くように工夫した。
12. 弊社のお客様に衛生用品の大手がございましたのでドンドン紹介を致し、困っているお客様は大変喜ばれましたし、紹介された企業からも大変喜ばれました。
13. 面談しない電話更改で喜ばれました。

### <お叱りを受けた点>

1. 大変な時こそ保険対応が必要なのに、保険会社がテレワークをして、人員が減り対応が遅くなっている。お叱りを受けました。
2. お叱りを受けた点はお客さまからご連絡いただいた変額保険の下がりについて。

有事において、お客様にお役立ち出来る情報提供を行うことで現場では喜ばれていることが伺えます。具体的には、保険における特例措置のみならず、助成金・給付金・融資情報等の財務に関連する情報や流通量が減っているマスクや除菌シートなどの衛生用品の紹介や配布なども、喜ばれているポイントになっている様です。

## Q19. 今回の件を受けて、改定すべきと思う保険業法等の規制はありますか？

( 自由回答 , 26 回提出 )

1. 募集文書の認定簡易化。対面以外の募集拡大
2. 非対面募集の柔軟な運用(テレビ会議システムなどの活用)
3. 対面募集の緩和
4. 生命保険の募集時のための面談必須条件の緩和政策。一部保険会社の第三分野商品の非面談募集の要件を流用。
5. 募集人への様々な教育、訓練を充実させる。
6. 非対面募集と生命保険における面前必須の改定
7. 対面でしか認められていない募集、生命保険に対面以外の募集を認めて頂くような施策があればと思います。
8. 募集人研修の出勤義務。e ラーニングでの見なし出席が認められるなら、わざわざ感染リスクを上げてまで出席しなくても良いと思います。
9. 書類のやり取りの廃止。web でのやり取りだけで申込手続きを完結できるようにする。法人契約の捺印の廃止。
10. 電話募集のくくりを Line、メッセージ、メール、その他 SNS に公に認める事。法人をそこから除外しない事。
11. 対面だけでなく、非対面でも更新業務が行える保険種目を増やして欲しい。
12. 緊急避難として継続に関しては全件、電話募集出来るように改定してほしいと思いました。
13. 業務委託契約でない多くの保険募集人が、政府の制度から漏れて申請出来ない制度が存在する事。代理店の過度な締め付け。
14. テレワークの認可
15. 直接対面の廃止、書類の押印の禁止。募集人資格の有期更新制
16. 対面販売の省略
17. 対面募集のルール
18. テレビ電話などを利用した募集や契約の簡便さをお願いしたい
19. 生保の一次面接の解釈拡大。ZOOM などの WEB を用いた募集活動の許可
20. 生保対面募集
21. 教育指導管理に関わるどころ、募集人が勤務していないと管理出来ていないという認識は無くして頂きたい。
22. 対面必須の保険会社ルールの見直しは必要。本人確認の電子化も必要。
23. オンラインで募集ができるように法改正

圧倒的に多い声としては、対面要件の緩和やオンライン面談の制度化とペーパーレス化などの募集プロセスの見直しです。今後の保険募集の在り方を根本的に見直していくべきと考える代理店が多い事が伺え、今後の保険会社や監督官庁の動きや考え方によっては、保険代理店の営業戦略も大きく変わる事も想定されます。

## Q20. 今回の件を受けて、改善すべきと思う保険会社との関係性や手続きはありますか？（自由回答，29回提出）

1. 保険会社の人間は来なくていい
2. 書面でのやり取りの削減、
3. LINE の活用
4. 各保険会社の営業社員との打ち合わせ等も web 会議システムでスムーズにできています。
5. Web 等の非対面募集の許可・法人契約のペーパーレス化
6. オンライン会議研修開催
7. 生命保険も非対面での契約を可能にしてほしい
8. 保険会社は、早々に自社社員の在宅勤務の導入をしたが、代理店や募集人に対する配慮がない。これを機会に無駄な社員・能力のない社員のリストラ・自立化していない代理店の廃止をし、人と時間を選択・集中をお願いしたい。
9. 保険会社に頼らない会社の制度設計。
10. 提案・募集・保全その他の書類全てのペーパーレス化
11. 払込猶予の措置も結局管理は代理店任せ、保険会社はシステム改変すらままならず結局は契約者と代理店の手間を増やしているだけに過ぎない
12. 非対面での契約や更新業務ができるようにしてもらいたい。現場はテレワークできない。
13. 乗合も含め勇気をもって更なる事業化（自立）を進めるべきだと思います。
14. 有事の際に本社機能を分散させて、業務の遅延が無い様に各保険会社は備えて欲しい。時限的な無面接募集の拡大。オンライン面談を従来の面前での面接と同等と認めるなど。
15. キャッシュレスの充実「まだ、現金集金しかできないものがある」。生保の非対面募集の許可
16. WEB による対面募集の緩和措置・署名捺印の廃止
17. すべての更更新手続きは電話募集でも可能して欲しい
18. 緊急時のコミュニケーション方法（在宅勤務のせいにして不足している）
19. 保険会社が遅すぎるし意識も低く、代理店の考えに追いついていないし、場当たりの対応が目立ちます。早急に改善して欲しい。
20. 紙のやり取り。保険会社とのメールについて保険会社システム活用のメールのやり取りは乗合代理店にとっては漏れが発生する可能性があるため、アウトルックなどの外部メールで一元管理が必要だと感じましたので保険会社にもその旨工夫点を伝えたい。保険会社が受け取れるメール容量を増やして欲しい。
21. 保険会社の承認までに時間がかかりかかっております。継続は良いのですが異動で稟議に該当してしまう場合は困りました。
22. 営業社員の存在意義の再確認。

保険会社との関係性においても Web 化・ペーパーレス化を望んでいる回答が多く、今回の騒動で顧客対応をしている現場の保険代理店・募集人は、顧客との対応と同じように保険会社との対応も変えていきたいという意識が強いことが伺えます。あと専属代理店や保険会社への依存が高かった代理店・募集人が保険会社に頼らず自立する必要性を感じていることもうかがえます。

Q21. 今回の件を受けて、改善すべきと思うお客様との関係性や手続きはありますか？（自由回答，26回提出）

1. 無駄な対面が多い
2. コミュニケーションの取り方、決済の仕方など・・・
3. LINE の活用
4. 法人個人を含めて、情報提供のレベルアップに努めるべき。
5. Web を通じたコミュニケーションを多用する必要性を感じました。
6. 対面に代わる手続き方法を改善してほしいと考えます。
7. 情報発信の在り方と発信手法の確立
8. 非対面募集の範囲拡大。書類の簡素化。
9. 対面に頼らない接点強化。
10. 既存の個人向け契約の電話募集やキャッシュレス手続きはそのまま踏襲しつつ法人向けは未だにハンコ文化から抜け出せてない点はどうにかして欲しい
11. 対面募集の必要性を感じなくなった。
12. 顧客によってはコロナウイルスに対する意識が低く面談を希望する方もチラホラいます。駄目なものはダメと言える関係性を作ることが課題です
13. 非対面での営業。FaceTime zoom を活用した手続きなど
14. 訪問以外の顧客接点の多様化
15. 対面以外のコミュニケーションのスキルupと、保険商品という物売りに完全にシフトするか、になる
16. 電話以外での連絡方法をすべてのクライアントと構築
17. 顧客フォローをオンラインで積極的に行う良い機会になりました。
18. 対面募集を基本とすることには変わりはないが、いざという時のために保険会社のシステムも上手に利用して、お客様にもそういうものを使っただけのような情宣しようとおもいます。
19. メールアドレスの取得
20. 今まで以上の接点強化とお客様の情報収集、また、それを活かす行動指針などの構築。
21. 特になし。強いて挙げるとすればリスクマネジメントを理解して貰う事。

やはり顧客と面談以外で関係性を構築する事が重要であると考えている方が多く、そこに課題を感じていることが伺えます。その他回答としては、提供するサービスや情報発信力の強化など募集人としてのレベルアップが必要と感じている方もおられます。今後は保険代理店が能動的にこれらの取組を推進していく事で、更に効率的・効果的な情報発信や募集活動の実践に繋げていく事が可能になるとも考えられます。



## Q22. 今回の件を受けて、代理店経営として見直すべきと思う点がありますか？

(自由回答, 25 回提出)

1. 対面に拘る必要はない
2. WEB を活用したコミュニケーションによって、情報発信力や業務の効率性を高めると共に、AI を活用したモデルを構築する。
3. マーケットの更なるセグメント
4. 商品説明は大事ですが、リスクを顕在化させない取り組みも並行してできなければならないと感じています。
5. 保険募集による手数料に依存しない収益体制の構築化
6. 会わない前提として提案や新規をどう推進できるか
7. テレワークの環境、仕組みをつくっていく必要があると思います。
8. 組織の柔軟性
9. 募集人の地位向上。 保険会社に依存にない自立化。
10. キャッシュフローの改善。募集人の若返り
11. ペーパーレスとは名ばかりで代理店サイドでは膨大な紙保管が要求されている現実。システム導入コストをかけなければ乗合代理店は紙ベース管理しなければ他種目優良顧客の管理がままならない
12. 保険の手数料だけでなく、他の収入源も確保するべきだと思った。
13. メールアドレスの取得率の改善。公式ライン等での繋がり拡大
14. 会社として募集人を守る観点がさほど見受けられない。私事でいうとオフィスの支店長の気の配り方は素晴らしいだけに会社は不信感が募る。支店長が独立すると皆付いて行く結果となる。
15. テレワークの充実を図り働き方改革を進めたい。
16. 変わらないとおもう。基本的に、契約者をお客さんとするならば、彼らがどんなビジネスをしようとしているのか、知らなくてもそこそこ仕事になっている
17. 全く対策が立てられていなかった
18. 会議、研修方法。出勤義務。
19. 自社の BCP 急ぐべくと考えました。
20. いろんな意味で大きく変わるタイミングなのだなと思う
21. 生保新規が取れないので、他の収益をもっと増やすこと
22. 直接面談しない情報の発信とコミュニケーションの構築
23. 営業者を増やす。オンライン対面の仕組みは模索しながらも保険会社や代協に要望を出したりして意見をする。
24. 様々な社内整備。外で仕事ができる環境作り。コミュニケーションツールの導入。経営層の自覚。
25. 社内ルールは作成し大部分の社員は理解して貰いましたが、一部の社員から理解が得られず意識の統一に苦慮しています。

対面を前提とした募集活動・業務の見直しだけでなく、社内体制（若返り・組織化・雇用形態・研修等）や収益構造（営業戦略・他の収益の確保等）の見直しなど、いままで抱えていた代理店経営・募集活動における問題点が広く顕著になったのが今回の新型コロナウイルス騒動であることが伺えます。