

保険代理店等に対する便宜供与及び出向に関するガイドライン

本ガイドラインは、保険会社向けの総合的な監督指針（令和7年8月28日改正）（以下、「監督指針」）において定められた「保険代理店等に対する便宜供与」「保険代理店に対する出向」の規定に関して、会員各社が適切な対応を行う際の参考の用に供するために策定したものである。本ガイドラインは拘束力を有するものではないが、各社においては自己責任に基づく対応を前提に、関連法令等に則り、本ガイドラインの内容も参考にしつつ、適正化に向けた対応・体制を確保するよう努めることが望ましい。

なお、本ガイドラインに記載されている字義通りの対応でなくても、保険業法や監督指針等の趣旨から合理的かつ同様の効果が認められるのであれば、その対応を妨げるものではない。

令和7年9月16日

生命保険協会

制定 令和7年9月16日

目次

1. 本ガイドライン策定の目的	... P 1
2. 保険代理店等に対する便宜供与	... P 3
3. 保険代理店に対する出向	... P 1 1

1. 本ガイドライン策定の目的

損害保険代理店にて発生した保険金不正請求に関する不祥事案を受け、金融庁において「損害保険業の構造的課題と競争のあり方に関する有識者会議」（以下、「有識者会議」という。）が開催され、本事案の原因分析及び再発防止に向けた制度・監督上の対応に関する検討が行われた。

有識者会議では、当該損害保険代理店が不正行為を行い、保険金を過大に請求した事実にとどまらず、損害保険会社が代理店に対して行うべき教育・管理・指導が、実質的に機能していなかった点が指摘された。また、当該損害保険代理店の不正行為の要因の一つとして、「損害保険会社の営業部門が、乗合代理店に便宜供与を積極的に行い、同代理店がその見返りとして、顧客に対し同保険会社の商品を優先的に推奨するなどした結果、顧客の適切な商品選択が歪められていた」点が挙げられた。あわせて、出向については、便宜供与の一類型と位置付けられたうえで、過度なものは顧客の適切な商品選択を阻害するおそれがあるとされたほか、保険代理店としての自立に向けた動きを阻害するものは解消する必要があるとされた。

有識者会議は、損害保険業の構造的課題を対象に検討を行ったものであるが、生命保険業界においても、顧客本位の業務運営を徹底し、業界全体を健全に発展させていくべく、有識者会議で指摘された問題点を自らのこととして真摯に受け止め、主体的に対応を検討することが重要であり、生命保険会社が生命保険代理店等に対して行う便宜供与や出向に関し、基本的な考え方や留意点を整理することで、顧客本位の業務運営の徹底、健全な競争環境の実現に資するものと認識している。

本ガイドラインは、有識者会議報告書や、同報告書を受けて改正された監督指針を踏まえ、生命保険会社が生命保険代理店等に対して行う便宜供与や出向の基本的考え方や留意点について整理し、会員各社が態勢整備を行う際の参考の用に供するために策定するものである。

なお、会員各社においては、本ガイドラインを形式的に遵守するにとどまらず、有識者会議における議論・監督指針・本ガイドラインの趣旨を踏まえ、主体的に検討・判断することが必要である。

2. 保険代理店等に対する便宜供与

(1) 過度の便宜供与の防止

保険会社が、保険代理店等に対して便宜供与を行い、その見返りとして保険募集人が当該保険会社の保険商品を優先的に推奨することによって、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されるおそれがある。

このため、保険会社は、以下のとおり、保険代理店等に対する過度の便宜供与を防止する必要がある。

(注) 保険代理店等とは、保険代理店のほか、保険募集人である保険代理店の役員又は使用人や、その他保険会社による便宜供与が、特定の保険代理店における顧客の適切な商品選択の機会を阻害し得ることとなる相手方（具体的には、保険代理店と人的又は資本的に密接な関係を有する者（親会社等）や保険代理店の主要な取引先を含む）をいう。

(注) 便宜供与の相手方が、一の保険会社等に専属する保険代理店であっても、当該保険代理店の専属を維持する目的等をもって、過度の便宜供与を行うことがないよう、適切な措置を講じる必要がある。

○なお、保険会社の健全かつ適切な業務の運営を阻害するおそれのある過度の便宜供与についても、防止する必要がある。

○左記「具体的には、保険代理店と人的又は資本的に密接な関係を有する者（親会社等）や保険代理店の主要な取引先を含む」に関して、例えば、生命保険会社が行う他社との取引や、他社への経済的利益の提供（金銭に限られず、物品・不動産の提供・貸与、労務の提供を含む）のうち、代理店への営業や営業推進を担う部署が関与するものについて、過度の便宜供与に該当するか否かを確認する態勢を整備することが考えられる（ただし、代理店への営業や営業推進を担う部署が関与していない取引において、他の部署が代理店等への過度の便宜供与を行っている実態が確認された場合は、それ以降、当該他の部署が関与するものも過度の便宜供与に該当するか否かを確認する態勢を整備する必要がある）。

① 態勢整備

保険会社は、顧客の適切な商品選択の機会を確保する観点から、保険代理店等に対する過度の便宜供与を防止するため、以下の措置を講じる必要がある。

(注) 以下ア．～オ．の実施にあたっては、営業部門等からの不当な介入が排除されている必要があることに留意する。

ア．過度の便宜供与の判断基準に係る社内規則等の策定

イ．上記アの社内規則等を踏まえた、営業部門等に対する適切な教育・管理・指導の実施及び便宜供与に係る意思決定や教育・管理・指導の実施に対するコンプライアンス部門等の適切な関与

ウ．保険代理店等に対して行っている便宜供与により、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されていないかについて、リスクに応じた適切な頻度での内部監査及び保険代理店に対する監査の実施

○左記「コンプライアンス部門等の適切な関与」については、必ずしも全ての保険代理店との取引等に関する意思決定を対象とするのではなく、例えば、自社で定めた社内規則における判断基準に基づき、過度の便宜供与に該当し得る一定の類型に関する意思決定を対象とすることが考えられる。また、意思決定の適切性を確認する方法として、全ての保険代理店との取引等に関する意思決定時に確認する対応のほか、リスクに応じて適切な基準を設定し、これに当てはまる一定の類型の意思決定について、事後的にコンプライアンス部門が当該意思決定に係る決裁書等を確認・検証する対応が考えられる。

○左記「顧客の適切な商品選択の機会が阻害されていないか」の確認としては、例えば、過度の便宜供与に該当し得る事象が判明した場合、当該便宜供与の前後における乗合代理店における成約件数の推移を確認し、便宜供与の見返りとして当該代理店が当該保険会社の保険商品を優先的に推奨し、顧客の適切な商品選択を阻害しているおそれがある有意な変化があるか否かを検証するといった方法が考えられる。また、有意な変化が生じるタイミングは、当該便宜供与を開始して一定期間が経過した後が発生する可能性があることを勘案し、ある一時点の推移の確認に留まることなく、

エ. 上記ウの監査結果に関する、取締役会等への報告及び当該監査結果を踏まえた取締役会等における評価・対応の検討 オ. 顧客の適切な商品選択の機会が阻害されていると認められる場合における、適切な解消措置の実施及び改善に向けた態勢整備	中長期的に推移を確認することが有効であると考えられる。なお、成約件数に有意な変化が生じない可能性（当該代理店における自社商品の成約件数を維持するために過度の便宜供与を行う場合等）もあるため、過度の便宜供与に該当し得る当該便宜供与を実施するに至った経緯をあわせて確認・検証することが考えられる。確認・検証に際しては、当該便宜供与とは別の要因（新商品の発売など）も考慮しつつ、便宜供与の見返りとして、当該保険会社の保険商品が優先的に取り扱われているものでないか、多角的に確認・検証する必要がある。
---	---

② 過度の便宜供与に係る判断基準

保険会社が保険代理店等に対して行う便宜供与に関し、過度なものであるか否かについては、以下に基づき判断する。

ア．自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与

保険代理店等に対する便宜供与のうち、以下のいずれかの要素を含むものについては、特に顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれが高いことから、過度の便宜供与に該当する。

- (ア) 便宜供与の実績に応じて、当該保険代理店や保険募集人である保険代理店の役員又は使用人において保険契約数や保険引受シェアの調整が行われる場合
- (イ) 保険代理店等から保険会社に対し、物品等の販売数量の目標設定や購入数量の割当て等が行われる場合

イ．実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもの

上記アのほか、保険代理店等に対する便宜供与が過度なものであるか否かについては、当該便宜供与の趣旨・目的のほか、価格・数量・頻度・期間及びその負担者等を総合的に勘案しつつ、当該便宜供与によって生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって判断する。

なお、判断は個別具体的に行われるべきであるが、例えば、以下の行為については、実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、過度の便宜供与に該当し得る。

○過度の便宜供与の判断基準に係る社内規則等の策定にあたっては、左記②ならびに別紙１の考え方を参照するものとする。

○保険会社が、乗合代理店に対して、当該乗合代理店への便宜供与を条件にして、自社の保険商品の販売実績に対する当該乗合代理店内の評価を優遇すること等を求めることは、顧客の適切な商品選択を阻害するおそれがあり、過度の便宜供与に該当し得ることに留意する。

(ア) 保険会社の役職員が、保険代理店等から、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど黙示の圧力を受けたことを背景として、自社の役職員に対し、数量等の報告やとりまとめを伴う物品の購入をあっせんする行為 (イ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供する形で参加・協力する行為 (ウ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が休日等の業務時間外に参加・協力する行為 (エ) 本来は保険代理店等が負担すべき費用を保険会社が負担する行為、又は保険代理店等が自らの責任において行うべき業務に対し保険会社が役務を提供する行為 (オ) 保険代理店等の求めに応じ、役務の対価としての実態がない、又は保険会社若しくは保険代理店等において対価性の検証が困難な業務委託費、協賛金、商標使用料、広告費用等の金銭を拠出する行為	○なお、保険代理店に対する便宜供与のうち、「インセンティブ報酬」※については、本ガイドラインの制定以前から「保険募集人の体制整備に関するガイドライン」に規定し、適正な対応を促していたところであるが、「インセンティブ報酬」は、過度の便宜供与（左記ア．自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与またはイ．実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもののいずれか）に該当し得ることに留意する。 ※インセンティブ報酬とは、「名目を問わず、販売促進を目的とした金銭」、「名目を問わず、特定個社の商品販売が提供・継続の条件となっているもの等、実質的に募集に関する報酬と考えられるもの」を指し、「キャンペーン」や「ボーナス」、「表彰・研修等」、「『マーケティング・コスト』等の名目で、役務の対価としての実態がない、または、対価性の検証が困難な金銭等」などのことである。
---	---

○保険会社はインセンティブ報酬に該当し得る金銭等の支給を検討するにあたっては、顧客にその合理性を適切に説明することが可能か等の観点から、以下 a. ～ c. のすべてに留意のうえ、経営陣を交えた十分な議論を行うことが望ましく、インセンティブ報酬を支給することのないようにする必要がある。

(インセンティブ報酬への該当可否を評価する際の留意点)

- a. 保険会社からの委託を受けて乗合代理店が行う業務の対価及び乗合代理店が顧客に提供するサービスの質に応じた対価として相応しいものとなっているか
- b. 役務やサービスの提供を受ける顧客に合理的な説明ができるものとなっているか
- c. 顧客の意向に沿った商品の提案・説明を行うための適切な動機付けとなっているか

(インセンティブ報酬に該当するもの)

- ・一定の期間中の特定商品の成果に対して、保険募集手数料に加算して支給するもの
- ・一定の販売量（年換算保険料・件数等）に偏重した基準を設定し、当該基準に達した場合に、保険募集手数料に加算して支給するもの
- ・社会通念からみて過度な表彰・研修等（注）（異なる名目や本店所在地という理由で海外等に招待する行為を含む）

（注）「社会通念からみて過度」に該当し得る表彰・研修等の具体的な基準の例は別紙 2 を参照

- ・「マーケティング・コスト」、「業務委託費」、「広告費」、「協賛金」、「支援金」等の名目で、役務の対価としての実態がない、または、対価性の検証が困難な金銭等を支給するもの
- ・継続率基準や研修等の受講条件、その他募集品質に関する何らかの基準を設定したうえであるものの、実質的には特定の会社商品の販売促進を目的とした金銭等を支給するもの
- ・ある商品種別において、自社の商品のみを取扱っていることを条件に加

	算手数料を支給するもの ・特定の会社の商品や払方等を指定し推奨商品として取扱うことや、特定の会社の商品のみを取扱っていることを条件に、特定期間の販売量に応じた加算手数料や本来代理店が負担すべき募集人の採用費用等を支給するもの ・保険募集人指導事業を行う乗合代理店がフランチャイジーから対価が支払われている業務に重ねて支給するもの ・保険募集人指導事業を行うフランチャイザーが、フランチャイジー分を含む一定の販売量（年換算保険料・件数等）に達した場合に、基本手数料に加算して支給するもの ・特定の募集関連行為従事者への委託等を推奨されている場合や特定の保険会社の商品の販売量を供与・継続の条件として募集関連行為従事者に対する紹介料を支給するもの ○なお、保険会社以外が検討・支給する場合であっても、特定保険会社の商品の販売を前提に支給される場合には、同様の論点があることに留意する ○例えば、外形的には上記に該当しなくても実質的にはインセンティブ報酬を支給していることがないよう留意する。 ○保険会社は、費用の妥当性を確認しないまま支給し、支給後も実際に支出した金銭が対象費用に充当されたことを確認せず対価性の検証が不十分な場合など、実質的にみて、上記の「マーケティング・コスト」、「業務委託費」、「広告費」、「協賛金」、「支援金」等と同様とみられるものについても留意する。なお、費用の対価性については、社会通念上、その内容（乗合代理店に支払われる金額や名目等）にも配意した厳格な検証が必要になり、顧客にきちんと説明ができる合理的なものであることが求められる ○保険会社による一般乗合代理店に対する保険募集に関する手数料は、保険会社の経営の健全性の確保及び乗合代理店による保険募集の公正の確保の見地に加え、乗合代理店を含めた保険募集人に支払われる業務委託費用やサービスの質に応じた対価と考えられるものであることから、インセンテ
--	--

イブ報酬の該当可否に係る上記 a. ～ c. の留意点を踏まえ設定することが望ましい。

○保険会社は、「一般乗合代理店に対する保険募集に関する手数料」を規定化して委託する代理店に提示することを前提に、上記 a. ～ c. のすべてに留意する必要がある、それを踏まえて、販売量評価だけではなく、業務品質評価を組み込む必要がある。なお、手数料規程等の有効期間を短期間に設定し、頻繁に新規規程を制定するなど、手数料規程等に形式的な根拠規定のみ定めることがないよう留意する。また、一般乗合代理店に対する保険募集手数料の体系等については、各保険会社が理想とする代理店像を踏まえて検討のうえ、保険会社のホームページ等において公表する※必要がある。

※公表内容とは、「理想の代理店像と業務品質との関係」、「業務品質の寄与度」、「特定の一般乗合代理店（群・属性を含む。）に保険募集手数料を適用している場合は、その代理店名（群・属性を含む。）・体系・考え方」などのことである

○一般乗合代理店に対する業務品質評価において、例えば、業務品質評価の具体的な指標が、顧客にとってのサービス向上や法令等遵守に繋がらず、保険会社の事務効率化のみに資するものとなっている、外形的には業務品質を組み込んでいながら実質的には販売量に偏重している、または、特定の一般乗合代理店（群・属性を含む。）に保険募集手数料を適用している（結果としてそれらに適用することになった場合を含む。）にも関わらずその旨を公表していないなど、公表内容が実態と異ならないよう留意する。なお、特定の一般乗合代理店に保険募集手数料を適用している場合には、他の一般乗合代理店にも体系・考え方等の実態を提示する必要がある。

3. 保険代理店に対する出向

(1) 不適切な出向の防止

保険会社が、保険代理店に対して自社の役職員を出向させ、保険募集に関する業務等に従事させることは、当該出向が過度の便宜供与として機能するなどにより、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引し、もって顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれがある。

また、保険代理店の顧客情報等（保険代理店が保険募集以外の事業を兼業している場合には、当該事業に係る顧客情報等を含む。）に接する機会のある出向者については、顧客情報等の不適切な共有を行う可能性があり、出向元保険会社の役職員が当該情報の共有を受けることを含め、個人情報保護に関する法律（以下、「個人情報保護法」という。）、不正競争防止法及び私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下、「独占禁止法」という。）等の法令に抵触するおそれや、法令に照らして不適切な行為となるおそれがある。これらの問題点は、競合他社の顧客情報に接する機会のある乗合代理店への出向においては特に留意する必要がある。

さらに、特定の保険代理店に対する出向者数、出向期間や出向先において従事する業務の内容等によっては、保険代理店としての自立を阻害するおそれや、保険会社における利益相反管理の観点から不適切なものとなるおそれがある。

このように、保険代理店への出向には、過度の便宜供与と同様に顧客の適切な商品選択を阻害するおそれだけでなく、特有の弊害を生じさせるおそれが存在することを踏まえ、保険会社は以下のとおり、保険代理店に対する不適切な出向を防止する必要がある。

保険代理店への出向の適切性を十分に確認できる場合を除き、出向を行わないこととする。

(2) 態勢整備

保険会社は、自社の役職員の保険代理店に対する出向に関して、その適切性を担保するため、以下の措置を講じる必要がある。

- ①出向に係る方針等の策定
- ②出向方針等の策定に係る、取締役会等やコンプライアンス部門等の適切な関与
- ③人事部門や営業部門等による、適切な出向施策の実施・出向者の管理
- ④コンプライアンス部門や内部監査部門による、上記③の適切性に係る検証・監査
- ⑤必要に応じた出向方針等の見直しや改善に向けた態勢整備

(3) 出向の適切性に係る留意事項

保険会社は、自社の役職員の保険代理店に対する出向に関して、保険代理店の特性等に応じつつ、以下の全ての点に照らしてその適切性を判断・検証する必要がある。

なお、一の保険会社等に専属する保険代理店への出向については、競合他社の顧客情報に接する機会が少ないこと等により、乗合代理店とは以下の弊害が発現するリスクが異なることも踏まえつつ、その適切性を判断・検証する。

○一の保険会社等に専属する保険代理店においては、乗合代理店とは出向に伴う弊害が発現するリスクが異なることを踏まえつつも、(3)①から④までの全ての留意事項が適用される（なお、例えば、出向者が保険募集に従事することにより、意向把握・確認義務や情報提供義務を履行しないままに、顧客の意向に反するような出向元保険商品を提案するなどのリスクが存在することから、一の保険会社等に専属する保険代理店への出向に関しても、①が適用されることに留意する）。

また、(3)でいう出向には、保険会社が属するホールディングス又は企業グループ内の保険代理店への出向及び転籍を前提とした保険代理店への出向を含まない。これらの保険代理店への出向にあたっては、顧客の適切な商品選択の機会が確保されているかのほか、個人情報保護法等の法令に違反する又は法令に照らして不適切な顧客情報等の共有の防止が確保されているかにより、その適切性を判断・検証する必要がある。

(注) 企業グループとは、保険会社の親会社・子会社・親会社の子会社のほか、保険会社との関係で持分法適用会社となる会社をいう。

(注) 転籍を前提とした保険代理店への出向とは、役職員が転籍を前提とするものであることを認識し、当該保険代理店において業務への適性を判断するために必要な期間派遣される場合をいう。

(注) 保険会社の役職員が、自社に在籍したまま保険代理店における保険募集に関する業務等を代行する場合においても、下記①～④に準じた検討を行った上、その適切性を判断・検証し、不適切な事案が認められる場合には、解消するための措置を講じる必要がある。

①当該出向が、以下の点に照らし、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものではないか。

ア. 特定の保険代理店への出向が、当該保険代理店における出向元保険会社のシェアの拡大等、営業推進の機能を有するなど、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか。

(注) 例えば、保険代理店に対する出向において、保険代理店が事業を営むために自ら負担すべき人件費や専門人材の育成又は確保に係る費用等を保険会社が肩代わりする場合には、上記のおそれが高くなることに留意する。

イ．保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか。	○左記「保険募集に直接関与する」業務としては、例えば、以下のケースが該当する。 ①保険募集業務に従事する場合 ②保険募集業務に従事しているわけではないが、他の募集人による保険募集への同行等により、保険募集業務に関与することがある場合 ③保険募集業務に従事しているわけではないが、代理店の募集人が保険募集業務を実施するなかで顧客からの苦情やトラブル対応等が発生した際に、出向者が顧客対応・サポート・フォロー等を行うなど保険募集業務に関与することがある場合 ④その他、保険募集業務に関与することがある場合 (③④については、顧客対応・サポート・フォロー等の内容等を勘案して、「保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか」を、個別具体的に判断する必要がある。一方、③、④の場面においては、「保険募集に直接関与」する可能性があり、出向元保険商品の優先的な取り扱いを誘引するおそれを有する場合も想定されるため、業務内容の適切性について十分に判断・検証する必要がある) ○なお、保険会社からの出向者が、保険募集や保険契約の保全等の場面において、顧客と直接やり取りを行う場合（同行する場合を含む）や、顧客と直接やり取りを行う保険募集人に対して指揮命令する立場にある場合は、「保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するもの」に該当することに留意する。
---	--

(注) 営業企画部門など、保険募集に直接関与しない部門への出向であっても、保険募集方針の策定や取扱保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などに関与する場合には、出向元保険会社の保険商品を優先的に取扱うなどの弊害が生じうる。そこで、このような業務に関与する場合には、出向先保険代理店に対し、取扱保険商品の選定に係る検討過程の検証や、決定過程に出向者を関与させないなど、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。 ②出向先の保険代理店において、出向者が顧客等の同意なく当該保険代理店の顧客情報等を出向元の保険会社に共有するおそれが生じないことを確保しているか。また、その実効性について定期的に検証されているか。 (注) 出向者の職務が、保険募集に直接関与しない職務であっても、顧客情報等に接する可能性があり、顧客情報等を出向元の保険会社に共有するおそれが生じないように留意する。 ③当該出向が、出向者数や出向期間、出向先での業務内容、当該代理店の規模や特性等に照らし、出向先保険代理店の自立を阻害するものではないか。なお、出向先での業務内容に関しては、以下のア及びイに留意することとする。 ア. 出向先での業務内容が、教育・指導、体制整備の支援の範疇を超える場合、出向先保険代理店の自立を阻害するおそれがあることに留意する。	○左記「特定商品に係る販売研修」は、個別の保険商品に関する販売研修を意味するものであり、保険会社からの出向者が、出向元の保険商品に限らず保険代理店で取り扱う保険商品に関する研修やそれらの販売手法に関する研修を行うことも該当し得る。 ○保険会社は、競合他社の顧客情報に接する機会の多い営業部門への出向は行わないこと等、顧客等の同意なく顧客情報等を出向元の保険会社に共有するおそれを生じさせないために必要な範囲で態勢を整備する必要がある。 ○左記「教育・指導、体制整備の支援の範疇を超える」については、個別具体的に判断される必要があるが、例えば、法令等において保険代理店に義務付けられている内容に、保険会社の出向者のみが従事することとなる場合には、「教育・指導、体制整備の支援の範疇を超える」ものと考えられることに留意する。
---	---

イ．営業企画部門や法令等遵守態勢の整備を担う部門など、保険代理店の業務の中核的な役割を担う部署への長期にわたる出向は、当該保険代理店の自立を阻害するおそれがあることに留意する。 ④保険金関連事業を兼業する保険代理店に対する出向であって、修理費の算出等の保険金請求に関わる部門の業務に従事する場合など、当該出向が、保険会社における利益相反管理の観点から不適切なものではないか。	○左記「代理店の自立を阻害するおそれがある」ような「長期にわたる出向」に該当するか否かについては、当該保険代理店の態勢整備の状況、出向者が実際に従事することとなる業務の内容などの事情を総合的に勘案して判断する必要がある※ 例えば、代理店の業務の中核的な役割を担う部署において、責任者の役割を長期にわたって担う場合には、当該代理店の自立に向けた動きを阻害するおそれが生じることに留意する。 ※目的に照らして多くの人数を出向させること、または、後任配置を含め長期にわたって出向させることは、代理店としての自立に向けた動きを阻害するものや過度の便宜供与に該当し得る点に留意する。 ○左記「長期にわたる出向」には、当該出向者が長期間出向している場合に限らず、保険会社が、出向者の交代も含めて長期間出向者を輩出している場合も含まれることに留意する必要がある。 ○保険会社と利益相反が生じ得る業務については、代理店における業務の内容に応じて、利益相反を管理するための体制整備の状況を踏まえつつ、個別具体的に評価する必要がある。
---	--

○（２）態勢整備①出向に係る方針等の策定にあたっては、以下の内容を定める必要がある。出向に係る方針等の例は別紙３を参照。

- ・出向の目的
- ・出向先で従事する業務
- ・出向する役職員の人数
- ・出向の期間
- ・出向負担金の水準
- ・出向に関し、上記内容を管理・統括する部門の設定
- ・当該出向が、左記（３）出向の適切性に係る留意事項を踏まえたものであることを確認すること

○出向の目的としては、左記（３）出向の適切性に係る留意事項を踏まえたものである必要がある。なお、出向の目的のみによって直ちに出向の適切性を判断すべきではないことに留意する。

<出向の目的として考えられる例>

- ・当該保険代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化※
- ・当該保険代理店との事業提携に伴うもの
（事業提携については、地域活性化・サステナビリティに関するものなど委託業務（保険募集）以外のもの）
- ・出向者の人材育成・セカンドキャリアの形成

※保険商品の販売に関する態勢の整備・高度化（保険商品の販売に関する企画、教育・管理・指導を含む）を目的とすることも考えられるものの、左記（３）①イ（注）の通り、保険募集方針の策定や取扱保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などに関与する場合には、出向元保険会社の保険商品を優先的に取扱うなどの弊害が生じうる。保険募集方針の策定や取扱保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などの職務については、個別の保険募集に対し、特に

間接的な影響を及ぼし得るものであるため、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。なお、不適切な影響を及ぼさないための措置については、単に形式的に確認を行うことをもって足りるものではなく、実効性を有するものである必要がある。当該措置を講じさせることが実質的に困難である場合、当該職務へ関与させないなどの対応をとる必要がある。

＜出向の目的として不適切と考えられる例＞

- ・（乗合代理店への出向の場合）実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引することを目的とした代理店との関係強化（左記（３）①アに照らし、不適切な出向に該当し得る）
- ・代理店における要員不足の補填（左記（３）①ア（注）又は左記（３）③に照らし、不適切な出向に該当し得る）

○委託先保険代理店への出向者から出向元保険会社に対する連絡・報告の際に不適切な情報共有がなされるおそれがある。委託先保険代理店への出向者に対しては、特に以下の点について、情報管理に関する教育を徹底する必要がある。

- ・出向を通じて知り得た委託先保険代理店の情報につき、個人情報保護法・不正競争防止法・独占禁止法等の法令に反して、又は、当該代理店の承諾なく、出向元保険会社に提供しないこと
- ・出向元保険会社への連絡・報告を行う際に、意図せず、個人情報保護法・不正競争防止法・独占禁止法等の法令に反する、又は、当該代理店の承諾がない委託先保険代理店の情報が含まれていないかを十全に確認すること

○出向先で従事する業務は、出向の目的に照らして適切な業務とする。
また、左記（３）出向の適切性に係る留意事項を踏まえたものである必要がある。

＜出向先で従事する業務として考えられる例

（個別の出向が適切なものであるかは、出向先において従事する業務の内容等を、左記（３）の留意事項に照らし、具体的に判断する必要がある点に留意する）＞

- ・当該代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化に寄与する業務
- ・当該保険代理店との事業提携の目的に関する業務
- ・出向者の人材育成・セカンドキャリアの形成に資する業務※

※なお、出向者の人材育成を目的とする場合も、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれならびに出向先保険代理店の自立を阻害するおそれがあることから、従事する業務は、当該代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化に寄与する業務とする。

＜出向先で従事する業務として不適切と考えられる例＞

- ・（乗合代理店への出向の場合）
 - －自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する行為・役割
 - －代理店における保険募集に直接関与する行為・役割（上記の該当するケースの例示も参照）
 - －保険募集方針の策定や取扱保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などに関与する場合（個別の保険募集に対し、特に間接的な影響を及ぼし得るものであるため、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。なお、不適切な影響を及ぼさないための措置については、単に形式的に確認を行うことをもって足りるものではなく、実効性を有するものである必要がある。当該措置を講じさせることが実質的に困難である場合、当該職務へ関与させないなどの対応をとる必要がある。）

ー保険販売計画の達成に向けた、保険代理店の保険募集人のコンサルティングスキルの向上を目的として行われる、勉強会・アドバイス（特定商品に限定しない）等の業務

（保険代理店の保険募集人向けの勉強会・アドバイス等を介して、個々の保険募集人に対し不適切な影響を与えることがないよう、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。なお、不適切な影響を及ぼさないための措置については、単に形式的に確認を行うことをもって足りるものではなく、実効性を有するものである必要がある。当該措置を講じさせることが実質的に困難である場合、当該職務へ関与させないなどの対応をとる必要がある。）

- ・（兼業代理店への出向の場合）保険金等の支払いにより出向先が利益を得るなど、保険会社と利益相反が生じ得る実務を担う役割
- ・要員不足を補填するなど、単なる役務提供と見做され得る役割（実質的には保険代理店における人員の育成・確保を保険会社が代替しているものとして、左記（３）①ア（注）又は左記（３）③に照らし、不適切な出向に該当し得る）

○出向する役職員の人数及び出向の期間は、出向の目的に照らして適切なものとする。なお、毎年、出向の目的に照らして適切かを判断・記録・管理する必要がある（なお、頻度については、一般的な人事施策を踏まえれば、少なくとも年に一度は実施されるべきであるものの、出向の適切性を担保するために必要と認められる場合には、さらに短い頻度で実施されるべきであることに留意する）。

○出向負担金については、出向目的に照らして適切な水準の出向負担金を出向先に請求する。なお、いわゆるトレーニー出向についても、自社の人材を提供したうえで、その経済的負担を保険会社が負うことは、保険代理店に対する過度の便宜供与となり得ることから、保険代理店が享受する便益に照らし、合理的な金額を保険代理店が負担する必要がある。

- 各保険会社において、保険代理店への出向を適切に管理するために、代理店への出向に関し管理・統括する部門を設置することが望ましい。
- 当該統括部門において、社内規則に定める出向の判断基準を満たすことならびに左記（３）出向の適切性に係る留意事項を踏まえたものであることを判断・確認する態勢を構築するとともに、当該判断・確認した結果を記録することが望ましい。なお、部門の新設が必ずしも必要なものではなく、既存の組織を統括部門とすることも認められる。ただし、既存の組織を統括部門とする場合であっても、営業部門に対する適切な教育・管理・指導の実効性を担保する観点から、営業部門から独立した組織とすることが重要であり、営業部門を統括部門とすることは望ましくない点に留意する。
- 各保険会社において、出向期間中も、出向者と定期的に面談等を行い、独占禁止法・個人情報保護法等を踏まえたコンプライアンスの遵守を徹底させるとともに、出向者の担当職務・権限や労働条件の変更等が生じていないかを把握・確認することが重要である。
- 出向者の人事評価において、出向元保険会社の商品の取扱実績を評価する場合、顧客の適切な商品選択の機会が阻害されるおそれがあることに留意する。

過度の便宜供与の考え方

①保険会社が保険代理店等に対して行う便宜供与に関し、過度なものであるか否かについては、以下に基づき判断する。

ア. 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与

○保険代理店等に対する便宜供与のうち、以下のいずれかの要素を含むものについては、特に顧客の適切な商品選択の機会を阻害するおそれが高いことから、過度の便宜供与に該当する。

(ア) 便宜供与の実績に応じて、当該保険代理店や保険募集人である保険代理店の役員又は使用人において保険契約数や保険引受シェアの調整が行われる場合

(イ) 保険代理店等から保険会社に対し、物品等の販売数量の目標設定や購入数量の割当て等が行われる場合

イ. 実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもの

○上記アのほか、保険代理店等に対する便宜供与が過度なものであるか否かについては、当該便宜供与の趣旨・目的のほか、価格・数量・頻度・期間及びその負担者等を総合的に勘案しつつ、当該便宜供与によって生じ得る弊害の内容・程度を考慮し、社会通念に照らして妥当であるかによって判断する。

○なお、判断は個別具体的に行われるべきであるが、例えば、以下の行為については、実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するものとして、過度の便宜供与に該当し得る。

(ア) 保険会社の役職員が、保険代理店等から、他の保険会社の購入実績との比較を提示されるなど黙示の圧力を受けたことを背景として、自社の役職員に対し、数量等の報告やとりまとめを伴う物品の購入をあっせんする行為

(イ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供する形で参加・協力する行為

(例)

・他業を兼業する保険代理店が、保険業以外の事業に係るイベント等を主催する場合に、保険会社の役職員等が保険業と関連性の低い役務を提供する形で参加・協力する行為

(ウ) 保険代理店等が主催するイベント等において、保険会社の役職員等が休日等の業務時間外に参加・協力する行為（※）

※休日等の業務時間外であって勤務扱いとして、保険代理店等が主催するイベントに参加・協力を行うことは、際限のない営業協力にもつながりうることから、過度の便宜供与に該当するものでないか、慎重に判断する必要がある。

(エ) 本来は保険代理店等が負担すべき費用を保険会社が負担する行為、又は保険代理店等が自らの責任において行うべき業務に対し保険会社が役務を提供する行為

(例)

(エ)に該当するか否かについては、施策の実質的な実施主体や、企画の経緯・目的等の事情を、個別具体的に検討する必要がある。

以下に例示するものは、特に保険代理店等の業務運営との関連性も認められ、(エ)に該当するおそれが高いことを踏まえ、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものでないか、慎重に判断・検証する必要がある。

・以下の費用を（一部）負担する行為

保険代理店が主催するイベントの開催費用、保険代理店が受ける経営コンサルティング費用、保険代理店に所属する保険募集人向けの研修会（保険会社が実施する研修会を除く）のうち、保険代理店が自ら実施するものに関する費用、保険代理店が募集関連行為従事者に支払う手数料、保険代理店の広告・キャンペーン費用、保険代理店の募集に関する費用（保険代理店の営業目的での契約者へのダイレクトメール・電話に関する費用等）、保険代理店が本来作成すべき募集資料の作成費用、保険代理店が、取扱う保険商品を決定する際に、当該保険代理店自身の定め等により、保険会社と代理店以外の第三者による保険商品の評価サービスを受けることを必要としている場合に、当該評価サービスを受けるために第三者に支払う費用

・以下の役務・物品を提供する行為

保険代理店に所属する保険募集人の採用支援（保険募集人候補の紹介等）、保険代理店がキャンペーンで使用する景品の提供、保険代理店の紹介動画の作成、保険代理店の店舗開設の支援

(オ) 保険代理店等の求めに応じ、役務の対価としての実態がない、又は保険会社若しくは保険代理店等において対価性の検証が困難な業務委託費、協賛金、商標使用料、広告費用等の金銭を拠出する行為

②インセンティブ報酬も、過度の便宜供与（「ア．自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する便宜供与」もしくは「イ．実質的に自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引するもの」のいずれか）に該当し得る。

表彰

- 表彰とは、保険会社が代理店に期待する役務・サービスの実施状況を顕彰するために、招待基準を満たした対象者を招待して実施するもの
- そのうち、以下に1つでも当てはまるものは、「社会通念からみて過度と考えられるもの」に該当し得るが、その実施の必要性は各社ごとに多様な理由も有り得る。従って、以下にかかわらず、その実施費用等の原資は保険契約者から預かった保険料であることを踏まえ、表彰の趣旨・目的や費用等について顧客から問われた場合（または顧客に公表する必要性が生じた場合）に、その合理性を適切に説明することが可能な範囲内であるか等の観点から、経営陣を交えて十分な議論を行うことが望ましい
- ただし、経営陣を交えて十分な議論を行えば足りるものではなく、表彰及び「社会通念からみて過度と考えられるもの」への該当性については、名目を問わず、実質的・客観的・総合的に判断し、「社会通念からみて過度」な表彰を行わないようにする必要がある
- なお、表彰の目的や招待基準については、あらかじめ、代理店に対して明らかにする必要がある
- 代理店に対して表彰の内容を明らかにする際には、実態よりも良い内容であるかのように見せないよう留意する必要がある

項目	内容
開催場所	以下に掲げる場所以外で開催する場合 ※特に海外での開催は、一般的には比較推奨販売を歪める蓋然性が高いものと考えられる（異なる名目や本店所在地という理由で海外等に招待する行為を含む） ・（全国単位での開催の場合、）東京・大阪近郊 ・（地方・都市単位※での開催の場合、）当該地方の中核都市・当該都市内 ※例えば、関東地方・北海道といった範囲のことで、東日本等の広範なものではない
招待基準	・業務品質が組み込まれてない（販売量偏重の）場合 ※一般的に容易に達成できる継続率基準、事件・事故の発生による失格基準等だけではなく、実効的な業務品質を組み込むことが必要
贈答品・権利等	・希少性や価格等の観点から、市場価値が高いものを提供する場合 ※抽選で期待値を低くしても、判断は変わらない
イベント等	・希少性や価格等の観点から、市場価値が高いもの（代理店負担のもと、保険会社が手配のみ行う場合を含む）を提供する場合
飲食	・希少性や価格等の観点から、市場価値が高いもの（代理店負担のもと、保険会社が手配のみ行う場合を含む）を提供する場合
同伴者	・表彰の対象者以外を招待する場合
交通費	・ビジネスクラスやグリーン車等の場合
実施回数	・年間に複数回実施する場合

※ 表彰の宿泊費を、保険会社が負担することについては、個別具体的に判断する必要があるが、宿泊費を負担することの必要性や負担額の程度等によっては、「本来保険代理店が負担すべき費用を保険会社が負担する行為」（過度の便宜供与）に該当することにも留意しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものでないか、検討する必要がある

研修等

- 研修等とは、保険会社が代理店に期待する役務・サービスの向上やその知見の向上を図るために、その内容に応じて選定した対象者を招集して実施するもの
- そのうち、以下に1つでも当てはまるものは、「社会通念からみて過度と考えられるもの」に該当し得るが、その実施の必要性は各社ごとに多様な理由も有り得る。従って、以下にかかわらず、その実施費用等の原資は保険契約者から預かった保険料であることを踏まえ、研修等の趣旨・目的や費用等について顧客から問われた場合（または顧客に公表する必要性が生じた場合）に、その合理性を適切に説明することが可能な範囲内であるか等の観点から、経営陣を交えて十分な議論を行うことが望ましい
- ただし、経営陣を交えて十分な議論を行えば足りるものではなく、研修等及び「社会通念からみて過度と考えられるもの」への該当性については、名目を問わず、実質的・客観的・総合的に判断し、「社会通念からみて過度」な研修等を行わないようにする必要がある
- なお、研修等の目的、内容や選定基準については、あらかじめ、代理店に対して明らかにする必要がある

項目	内容
開催場所	以下に掲げる場所以外で開催する場合（研修等の内容との関係等から合理的な説明が可能なものは除く） ※特に海外での開催は、一般的には比較推奨販売を歪める蓋然性が高いものと考えられる（異なる名目や本店所在地という理由で海外等に招待する行為を含む） ・（全国単位での開催の場合、）東京・大阪近郊 ・（地方・都市単位※での開催の場合、）当該地方の中核都市・当該都市内 ※例えば、関東地方・北海道といった範囲のことで、東日本等の広範なものではない ・（個別代理店を対象とする場合、）招集される対象者の所属する代理店の所在地
研修等の内容	・自社の商品・サービス、代理店経営、法律・税務、コンプライアンス、FD等に関しない場合 ・研修等の内容・行程から考えて、①研修対象者以外を招集する場合、②主たる目的が研修等以外のイベント等と考えられる場合、③宿泊数が研修等の内容との関係等から合理的な説明ができない場合
対象者	・（特定代理店に限定する場合、）研修等の内容との関係等から合理性がない場合 ※販売量に偏重した代理店を選定することは合理的な理由にならない
贈答品・権利等	・希少性や価格等の観点から、市場価値が高いもの（代理店負担のもと、保険会社が手配のみ行う場合を含む）を提供する場合
飲食	・希少性や価格等の観点から、市場価値が高いもの（代理店負担のもと、保険会社が手配のみ行う場合を含む）を提供する場合
交通費	・ビジネスクラスやグリーン車等の場合

※ 研修等の宿泊費を、保険会社が負担することについては、個別具体的に判断する必要があるが、宿泊費を負担することの必要性や負担額の程度等によっては、「本来保険代理店が負担すべき費用を保険会社が負担する行為」（過度の便宜供与）に該当することにも留意しつつ、顧客の適切な商品選択の機会を阻害するものでないか、検討する必要がある

出向に係る方針等の例

○出向に係る方針等の例は以下のとおり。

○以下の内容は、会員各社が適切な対応を行う際の参考の用に供するための例であり、拘束力を有するものではない。

○出向に係る方針等の制定・改正にあたっては、取締役会等及びコンプライアンス部門等が適切に関与する必要がある。なお、社内規則を踏まえた、出向に係る意思決定や教育・管理・指導の実施に対してはコンプライアンス部門等が適切に関与することが必要である点に留意する。

条文	項目	内容	細目
1	留意点・遵守事項	本社役職員を保険代理店に出向させる場合、当該出向が以下の留意点に抵触しないよう、第2条以降の定めを遵守する。 (1) 当該出向が、顧客の適切な商品選択の機会を阻害しないこと (2) 出向先の保険代理店において、出向者が顧客等の同意なく当該保険代理店の顧客情報等を出向元の保険会社に共有するおそれが生じないこと (3) 出向者数や出向期間、出向先での業務内容、保険代理店の規模や特性等に照らし出向先保険代理店の自立を阻害しないこと (4) 保険会社における利益相反管理の観点から不適切でないこと	○保険会社が属するホールディングス又は企業グループ内の保険代理店への出向及び転籍を前提とした保険代理店への出向については、第1条の(3)(4)ならびに第2条から第7条までの定めは適用しない。 ー企業グループとは、保険会社の親会社・子会社・親会社の子会社のほか、保険会社との関係で持分法適用会社となる会社をいう。 ー転籍を前提とした保険代理店への出向とは、職員が転籍を前提とするものであることを認識し、当該保険代理店において業務への適性を判断するために必要な期間派遣される場合をいう。 ○営業企画部門や法令等遵守態勢の整備を担う部門など、保険代理店の業務の中核的な役割を担う部署において、責任者の役割を長期にわたって担う場合は、保険代理店の自立を阻害するおそれがある。

2	目的	出向の目的は、以下のいずれかとする。 (1) 当該保険代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化 (2) 当該保険代理店との事業提携に伴うもの (3) 出向者の人材育成・セカンドキャリアの形成	○形式的に左記の目的を装いながら、「実質的に本社（グループ会社）の保険商品の優先的な取扱いを誘引することを目的とした代理店との関係強化」「代理店における要員不足の補填」等を目的とした出向は、留意点に抵触するため不可
3	出向先で 従事する 業務	1. 出向先で従事する業務は、出向の目的に照らして適切な業務とする。 (例) ・当該代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化に寄与する業務 ・当該保険代理店との事業提携の目的に関する業務 ・出向者の人材育成・セカンドキャリアの形成に資する業務※1 2. なお、第1条に定める留意点に抵触しないよう、以下の業務・役割に従事することは不可とする。 (1) 要員不足を補填するなど、単なる役務提供と見做され得る役割 (2) (乗合代理店への出向の場合) 自社の保険商品の優先的な取扱いを誘引する行為・役割 (3) (乗合代理店への出向の場合) 代理店における保険募集に直接関与する行為・役割※2・※3 (4) (乗合代理店への出向の場合) 保険募集方針の策定や取扱い保険商品の選定、保険販売計画の企画・執行、保険募集人への特定商品に係る販売研修などの職務に関与する行為・役割※4 (5) (兼業代理店への出向の場合) 保険金等の支払いにより出向先が利益を得るなど、保険会社と利益相反が生じ得る実務を担う役割 (6) 代理店の業務の中核的な役割を担う部署（営業企画や法令等遵守態勢の整備に係る業務を実施する部門等）における責任者の役割※5	※1 出向者の人材育成を目的とする場合も、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれならびに出向先保険代理店の自立を阻害するおそれがあることから、従事する業務は、当該代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化に寄与する業務とする。 ※2 「保険募集に直接関与する」業務としては、例えば、以下のケースが該当する。 ①保険募集業務に従事する場合 ②保険募集業務に従事しているわけではないが、他の募集人による保険募集への同行等により、保険募集業務に関与することがある場合 ③保険募集業務に従事しているわけではないが、代理店の募集人が保険募集業務を実施するなかで顧客からの苦情やトラブル対応等が発生した際に、出向者が顧客対応・サポート・フォロー等を行うなど保険募集業務に関与することがあ

			る場合 ④その他、保険募集業務に関与することがある場合 (③④については、顧客対応・サポート・フォロー等の内容等を勘案して、「保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するものではないか」を、個別具体的に判断する必要がある。一方、③、④の場面においては、「保険募集に直接関与」する可能性があり、出向元保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有する場合も想定されるため、業務内容の適切性について十分に判断・検証する必要がある) ※3 保険会社からの出向者が、保険募集や保険契約の保全等の場面において、顧客と直接やり取りを行う場合（同行する場合を含む）や、顧客と直接やり取りを行う保険募集人に対して指揮命令する立場にある場合は、「保険募集に直接関与するなど、出向先において従事する業務の内容が、出向元の保険商品の優先的な取扱いを誘引するおそれを有するもの」に該当することに留意する。 ※4 個別の保険募集に対し、特に間接的な影響を及ぼし得るものであるため、不適切な影響を及ぼさないための措置を講じさせる必要がある。な
--	--	--	---

				お、不適切な影響を及ぼさないための措置については、単に形式的に確認を行うことをもって足りるものではなく、実効性を有するものである必要がある。当該措置を講じさせることが実質的に困難である場合、当該職務へ関与させないなどの対応をとる必要がある ※ 5 当該代理店の自立に向けた動きを阻害するおそれが生じるため					
4	人数	1. 出向する役職員の人数は、原則、1 代理店あたり●名までとする。 2. なお、出向の目的に応じて、以下の通り判断することがある。 <table><tr><td>(1) 態勢整備等</td><td>(2) 事業提携等</td><td>(3) 人材育成等</td></tr><tr><td>○当該保険代理店において、お客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化の必要があると合理的に認められる場合に限り、■名まで出向させることができるものとする。なお、1 代理店に■名出向する場合も、1 所属あたり◎名までとする。 ※ 1 </td><td>○出向者が具体的に担う職務内容・必要性を踏まえて、●名以上出向させることができるものとする。※ 2</td><td>○例外なし</td></tr></table>	(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等	○当該保険代理店において、お客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化の必要があると合理的に認められる場合に限り、■名まで出向させることができるものとする。なお、1 代理店に■名出向する場合も、1 所属あたり◎名までとする。 ※ 1	○出向者が具体的に担う職務内容・必要性を踏まえて、●名以上出向させることができるものとする。※ 2	○例外なし	※ 1 万一、1 代理店あたり■名とする場合には、左記の条件ならびに第 1 条の留意点に抵触しないかという観点につき、コンプライアンス部門が確認する。 ※ 2 万一、1 代理店あたり●名以上出向させるとする場合には、左記の条件ならびに第 1 条の留意点に抵触しないかという観点につき、コンプライアンス部門が確認する。
(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等							
○当該保険代理店において、お客様本位の業務運営・法令等遵守の実践・高度化の必要があると合理的に認められる場合に限り、■名まで出向させることができるものとする。なお、1 代理店に■名出向する場合も、1 所属あたり◎名までとする。 ※ 1	○出向者が具体的に担う職務内容・必要性を踏まえて、●名以上出向させることができるものとする。※ 2	○例外なし							
5	期間	1. 出向の期間は、原則、当該出向者につき●年以内とする。 2. なお、出向の目的に応じて、以下の通り判断することがある。 <table><tr><td>(1) 態勢整備等</td><td>(2) 事業提携等</td><td>(3) 人材育成等</td></tr><tr><td>○当該出向者につき●年を超えた出向は不可※ 1</td><td>○目的に照らし、合理的な必要性があると判断できる場合※ 2、当該出向者について、</td><td>○目的に照らした際に、合理的な必要性があると判断できる場合※ 3、当</td></tr></table>	(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等	○当該出向者につき●年を超えた出向は不可※ 1	○目的に照らし、合理的な必要性があると判断できる場合※ 2、当該出向者について、	○目的に照らした際に、合理的な必要性があると判断できる場合※ 3、当	○出向の期間は、出向を開始する際に定める。 ○左記期間に関わらず、出向の目的に照らし、出向の必要性がなくなつたと判断される場合、出向の収束を検討する。 ※ 1 当該保険代理店における態勢整備等に関し、同一人物を長期間に渡り出向させることは、当該代理店の自立に向けた動きを阻害するも
(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等							
○当該出向者につき●年を超えた出向は不可※ 1	○目的に照らし、合理的な必要性があると判断できる場合※ 2、当該出向者について、	○目的に照らした際に、合理的な必要性があると判断できる場合※ 3、当							

			●年を超えて出向させることができることとする。	該出向者について、●年を超えて出向させることができることとする。	のや過度の便宜供与に該当する可能性があるため ※2 「合理的な必要性があると判断できる場合」とは、例えば、当該事業提携の目的・施策の遂行状況等が考えられる。左記の判断については、第1条の留意点に抵触しないかという観点につき、コンプライアンス部門が確認する。 ※3 「合理的な必要性があると判断できる場合」とは、例えば、当該出向者があと1年で定年を迎える場合、当該出向者が社内人事運用上の役職定年に該当する場合等が考えられる。左記の判断については、第1条の留意点に抵触しないかという観点につき、コンプライアンス部門が確認する。
6	別の出向者の輩出	1. 従前の出向者の出向期間終了後に、当該保険代理店に、別の出向者を出向させることを検討する場合、出向の目的に照らして、以下の通り判断することとする。 2. 代理店の自立を損ねる出向を解消する必要があることを踏まえ、別の出向者の輩出の可否・要否については、特に慎重に検討する必要があることに留意する。また、従前の出向開始後、出向の継続や別の出向者の輩出ありきではなく、目的や代理店の状況を踏まえて、継続的・定期的に、当該出向の必要性の確認を実施することが重要である点に留意する。			※1、2 左記の判断については、コンプライアンス部門が確認する。
		(1) 態勢整備等	(2) 事業提携	(3) 人材育成	
		○従前の出向の期間満了後に、別の出向者を輩出することは、	○別の出向者を出向させることにつき、第1条の留意点に	○別の出向者を出向させることにつき、第1条の	

		（一定期間経過しても）態勢整備が見通せない代理店に対する出向として、代理店の自立を阻害する、もしくは、当該代理店に委託し続けることの是非に留意する必要がある。 ○上記を踏まえた上で、当該代理店の態勢整備のために別の出向者を輩出する合理的な理由の有無（合理的な期間の見通しの確認等）を踏まえて、別の出向者の輩出を検討することとする。※1	抵触しないことを改めて確認・判断した上で、別の出向者を出向させることができることとする。※2	留意点に抵触しないことを改めて確認・判断した上で、別の出向者を出向させることができることとする。※2	
7	出 向 負 担 金	出向負担金は、出向者が、出向先の保険代理店で従事する業務や役割に対して、出向先代理店が当該代理店内の従業員に支払う水準と同一の金額を、出向先代理店に請求する。			○いわゆるトレーニー出向についても、自社の人材を提供したうえで、その経済的負担を保険会社が負うことは、保険代理店に対する過度の便宜供与となり得ることから、保険代理店が享受する便益に照らし、合理的な金額を保険代理店に対して負担させる必要がある。

8	出 向 の 管 理	(以下は代理店への出向に関し管理・統括する部門をコンプライアンス部門とした例であり、各社の社内体制に応じて規定する。なお、管理・統括する部門をどの部署が担うかに関わらず、出向に係る意思決定や教育・管理・指導の実施に対してはコンプライアンス部門等が適切に関与することが必要である点に留意する) 1. 各出向元所属は、保険代理店への出向に関し、本基準に定める内容ならびに生命保険協会「保険代理店等に対する便宜供与及び出向に関するガイドライン」内3(3)「出向の適切性に係る留意事項」を遵守・確認し、コンプライアンス部門に報告するものとする。【1】 (1) 各出向元所属は、各出向について、出向の開始時ならびに出向の開始後も、毎年、以下の事項を確認・記録し、コンプライアンス部門に報告する。 (対応・確認・報告事項) ○本基準第2条～第7条に定める内容を遵守しているかの確認【2】 ○生命保険協会「保険代理店等に対する便宜供与及び出向に関するガイドライン」内3(3)「出向の適切性に係る留意事項」を遵守しているかの確認【3】 ○出向期間中の出向者との定期的な面談・教育・管理【4】 (独占禁止法・個人情報保護法等を踏まえた法令遵守の徹底※1、出向者の担当職務・権限や労働条件の変更等出向開始後の状況) ○上記に加えて、出向の目的に応じ、以下を確認する【5】	※ 保険会社が属するホールディングス又は企業グループ内の保険代理店への出向及び転籍を前提とした保険代理店への出向の場合については【1】【4】を実施要。【2】【3】は実施不要。						
		<table><tr><td>(1) 態勢整備等</td><td>(2) 事業提携等</td><td>(3) 人材育成等</td></tr><tr><td>○代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守に関する取組の状況 ○態勢整備のために必要な業務内容と完了まで</td><td>○事業提携の目的に照らし代理店との役割分担等の適切性</td><td><人材育成> ○出向者の能力・スキルと求める水準への到達状況等を確認 <セカンドキャリアの形成> ○セカンドキャリアに関する出向</td></tr></table>	(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等	○代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守に関する取組の状況 ○態勢整備のために必要な業務内容と完了まで	○事業提携の目的に照らし代理店との役割分担等の適切性	<人材育成> ○出向者の能力・スキルと求める水準への到達状況等を確認 <セカンドキャリアの形成> ○セカンドキャリアに関する出向	※1 委託先保険代理店への出向者から出向元保険会社に対する連絡・報告の際に不適切な情報共有がなされるおそれがあることを踏まえて、出向元所属もしくはコンプライアンス部門は、委託先保険代理店への出向者に対して、特に以下の点について、情報管理に関する教育を徹底する必要がある。 ・出向を通じて知り得た委託先保険代理店の情報につき、個人情報保護法・不正競争防止法・独占禁止法等の法令に反して、又は、当該代
(1) 態勢整備等	(2) 事業提携等	(3) 人材育成等							
○代理店におけるお客様本位の業務運営・法令等遵守に関する取組の状況 ○態勢整備のために必要な業務内容と完了まで	○事業提携の目的に照らし代理店との役割分担等の適切性	<人材育成> ○出向者の能力・スキルと求める水準への到達状況等を確認 <セカンドキャリアの形成> ○セカンドキャリアに関する出向							

		の期間	者の意向や代理店の転籍受入れのスタンス等	理店の承諾なく、出向元保険会社に提供しないこと
		2. コンプライアンス部門が、保険代理店への出向に関し、統括する。 （1）コンプライアンス部門は、各出向元所属からの報告を受け、本基準に沿った適切な運用がなされているか確認する。 （2）コンプライアンス部門は、確認結果を、定期的に（年●回）経営層に報告する。		