

図31 運用残高割合(10人から99人)

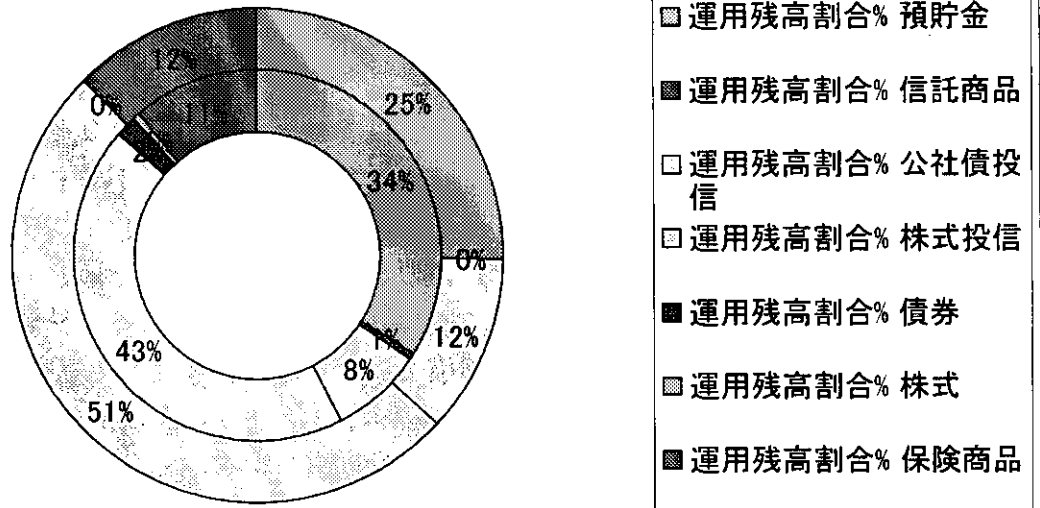


図32 運用残高割合(100人から299人)

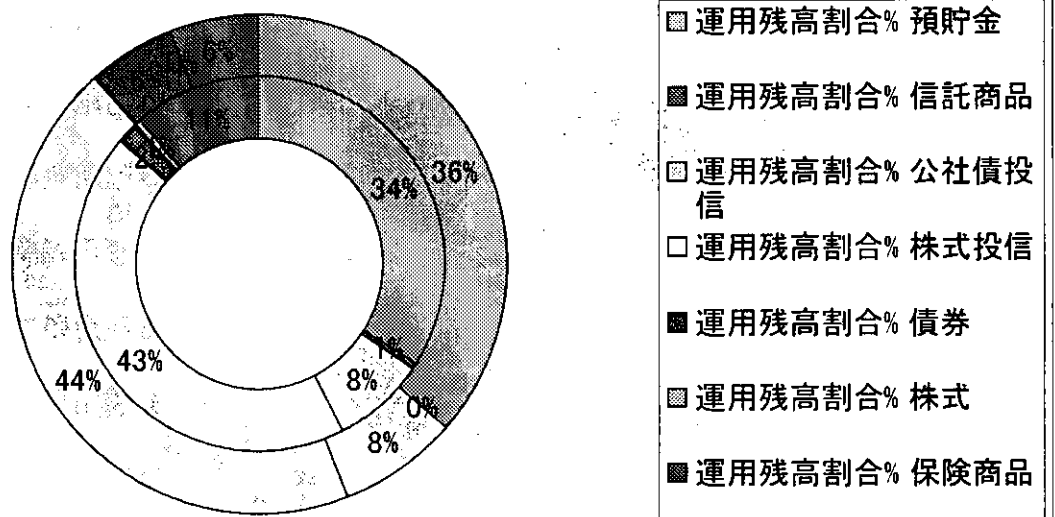
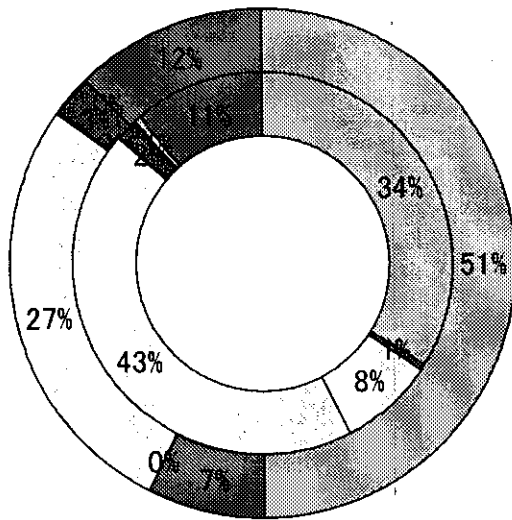
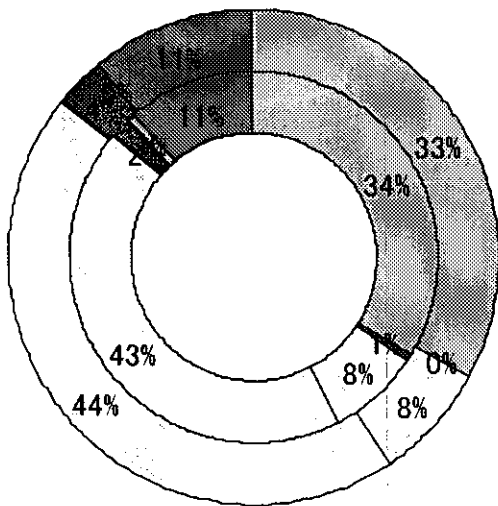


図33 運用残高割合(300人から499人)



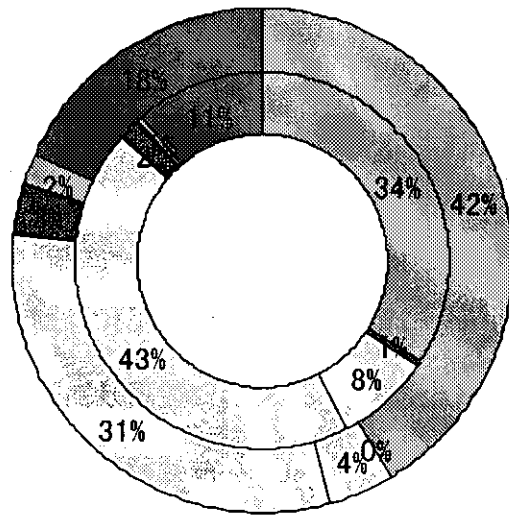
- 運用残高割合% 預貯金
- 運用残高割合% 信託商品
- 運用残高割合% 公社債投信
- 運用残高割合% 株式投信
- 運用残高割合% 債券
- 運用残高割合% 株式
- 運用残高割合% 保険商品

図34 運用残高割合(500人から999人)



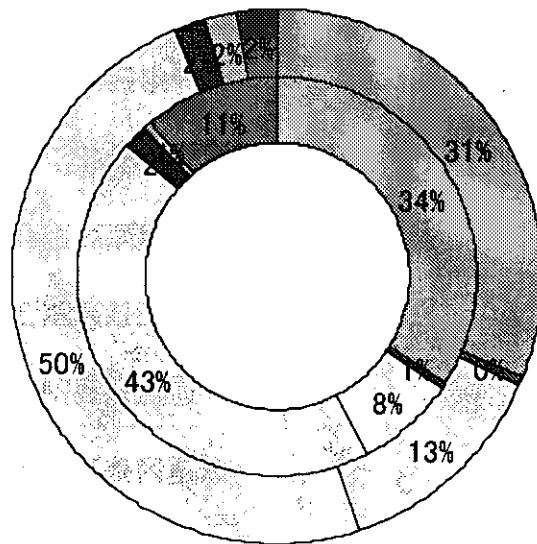
- 運用残高割合% 預貯金
- 運用残高割合% 信託商品
- 運用残高割合% 公社債投信
- 運用残高割合% 株式投信
- 運用残高割合% 債券
- 運用残高割合% 株式
- 運用残高割合% 保険商品

図35 運用残高割合(1000人から4999人)



- 運用残高割合% 預貯金
- 運用残高割合% 信託商品
- 運用残高割合% 公社債投信
- 運用残高割合% 株式投信
- 運用残高割合% 債券
- 運用残高割合% 株式
- 運用残高割合% 保険商品

図36 運用残高割合(10000人以上)



- 運用残高割合% 預貯金
- 運用残高割合% 信託商品
- 運用残高割合% 公社債投信
- 運用残高割合% 株式投信
- 運用残高割合% 債券
- 運用残高割合% 株式
- 運用残高割合% 保険商品

<個人調査>

◎ 回答加入者の特性

個人調査の回答者は601人、回収率は38%で、平均年齢は37.8歳である。個人調査の回答者601人のうち、企業型加入者は504人、個人型加入者は95人、そして不明とする回答者は2人ある。また、企業型の中で加入形態を不明とする回答者が1人、個人型の中で加入形態を不明とする回答者が2人ある。

1) 加入形態

企業型	勤務先での一律適用者	希望による加入者
合計 504人 (内、不明1人)	346人	157人
個人型	第1号被保険者	第2号被保険者
合計 95人 (内、不明2人)	60人 (内、国民年金基金加入者32人)	33人

2) 回答者の年齢構成

年齢区分	人数(人)	割合(%)
20歳以上25歳未満	28	5
25歳以上30歳未満	110	19
30歳以上35歳未満	121	20
35歳以上40歳未満	96	16
40歳以上45歳未満	85	14
45歳以上50歳未満	64	11
50歳以上55歳未満	62	10
55歳以上60歳未満	30	5
合計	601人(内、不明5人)	100%

3) 職業

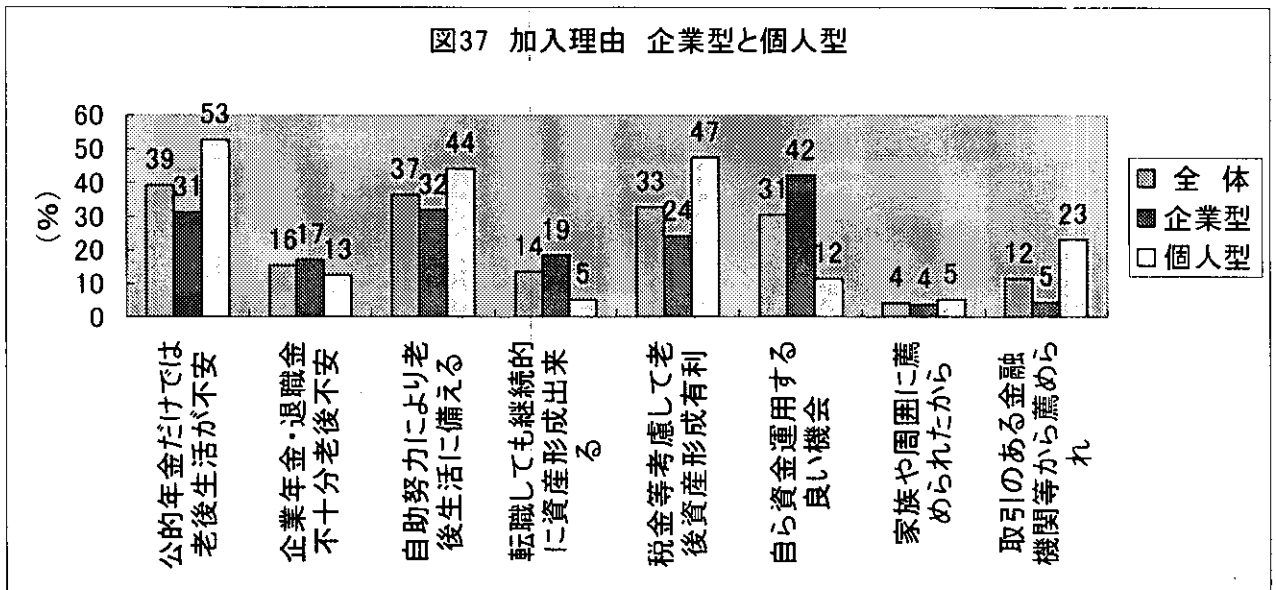
職 業	割合 (%)
①自営業	8
②自由業	1
③会社員	89
④パートなど	0
⑤その他	2
合計	100

4) 業種

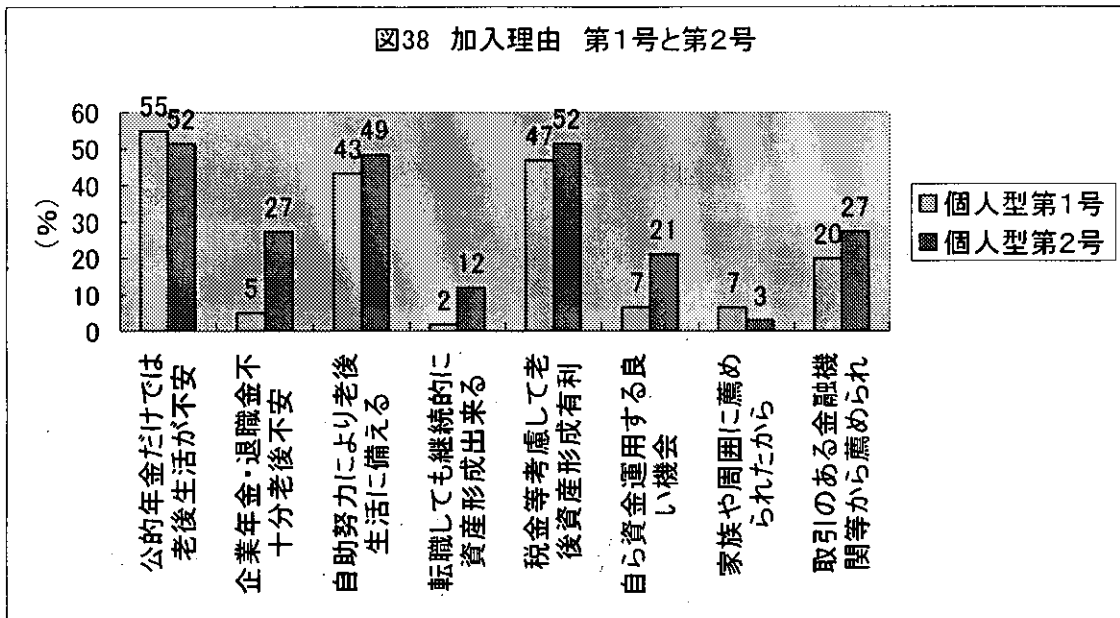
業 種	割合 (%)
①鉱業	0
②建設業	6
③製造業	23
④電気・ガス業	1
⑤運輸・通信業	1
⑥卸売・小売業	17
⑦金融・保険業	12
⑧不動産業	2
⑨サービス業	24
⑩その他、不明	16
合計	100

I. 加入状況について

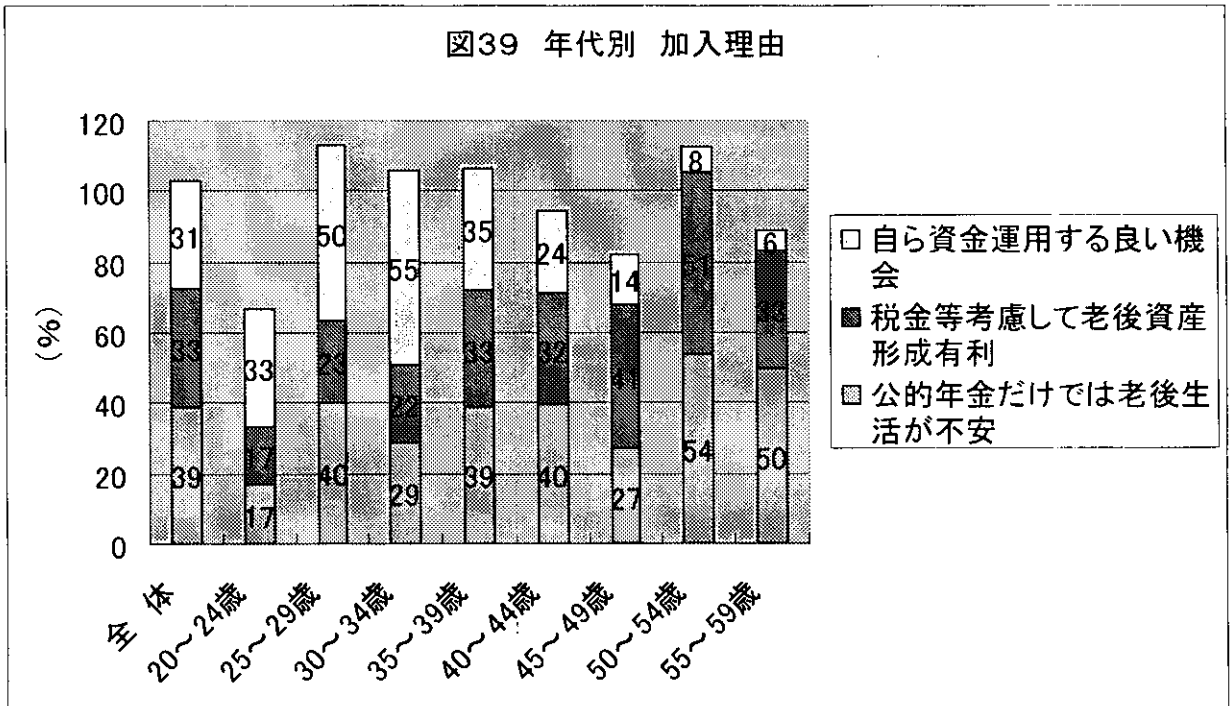
1) 「企業型希望加入者」と「個人型加入者」による加入理由を比較すると、「企業型」では、「自ら資金運用する良い機会」42%、「自助努力により老後生活に備える」32%そして「公的年金だけでは老後生活が不安」31%となっている。これに対して、「個人型」では、「公的年金だけでは老後生活が不安」53%、「税金等を考慮して老後資産形成に有利」47%そして「自助努力により老後生活に備える」44%の順に多くなっている。「企業型」と比較して、「取引のある金融機関等から薦められたから」とする比率が高くなっている(図37)。



2) 「個人型」の共通項目として「公的年金だけでは老後生活が不安」「税金等を考慮して老後資産形成に有利」「自助努力により老後生活に備える」などの割合が高い。「個人型第2号」の特徴としては、「企業年金・退職金だけでは老後生活が不安」27%とする比率が高い他、「自ら資金運用する良い機会」21%や「転職しても継続的に資産形成できる」12%などが、相対的に多くなっている(図38)。



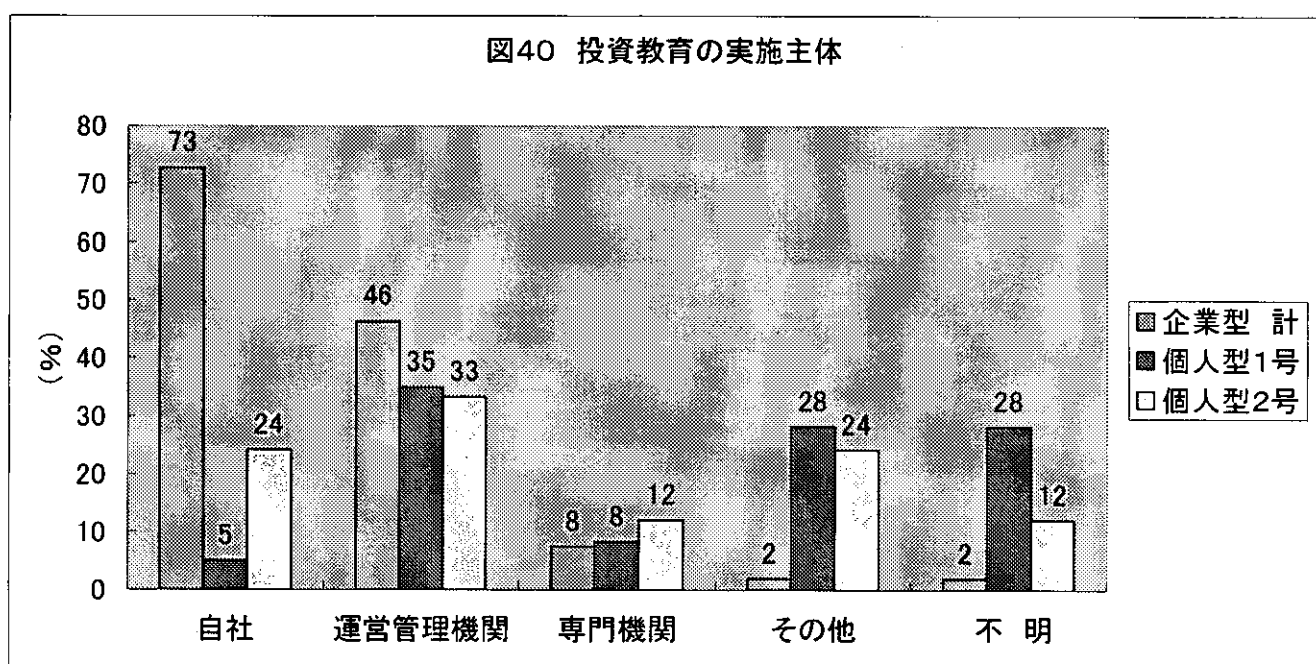
3) 主要理由に限定して年齢別に比較すると、20歳代、30歳代の世代ほど「自ら運用する良い機会」を選択する比率が高い。50歳代では、「公的年金だけでは老後生活が不安」を選択する比率が高い(図39)。



Ⅱ. 投資教育等について

1. 投資教育の実施主体と加入者の理解度

1) 「投資教育の実施主体」(複数回答)としては、「自社」63%、「運営管理機関」44%、「専門機関」8%、「その他」6%が挙げられている。これを加入形態別に見ると、「企業型」では「自社」73%と「運営管理機関」46%の比率が高い。「個人型」を全体で見ると、「運営管理機関」と「その他」の比率が高い他、「不明」とする回答も多い。「個人型」の中で比較すると、「個人型第2号」で「自社」24%の他、「専門機関」12%の比率が高い(図40)。



2) 投資教育を中心とした従業員教育の実施方法は表26に纏められている。「制度内容」「加入手続き」「資産運用方法」そして「運用商品」すべての項目について、「説明会」や「資料配布」の割合が高い。「ウェブ・サイト」は投資教育のよく活用され、「ビデオ・DVD」は「制度内容」の他に、「資産運用方法」にも活用されている。また、全体としての理解度は、表27に纏められている。「制度内容」と「加入手続き」については、「十分理解できた」「理解できた」の合計比率は7割近いが、「資産運用方法」と「運用商品」では5割を超える程度である。

<表26 実施方法> (複数回答)

	説明会 開催	資料 配付	ウェブ・ サイト	ビデオ・ DVD	その他	不明
①制度内容	71%	58%	12%	30%	1%	1.4%
②加入手続き	61	60	8	12	1	1.4
③資産運用方法	64	61	17	22	1	1.4
④運用商品	61	64	19	14	1	1.4
⑤その他	1	2	1	1	0	9.8

<表27 理解度>

	十分理解で きた	理解できた	あまり理解できな かった	全く理解できな かった	不明
①制度内容	13%	54%	24%	3%	7%
②加入手続き	14	55	21	3	7
③資産運用方法	10	44	35	4	7
④運用商品	9	43	37	5	7
⑤その他	0	43	29	0	2.9

3) 従業員教育に関する実施方法への評価は、表28と表29に纏められている。表28では当該方法を採用している場合のみを対象とし、表29ではすべての従業員を対象としている。そのため、後者には「非該当」の項目が追加されている。表28によると、すべての実施方法に対して「効果的」「やや効果的」とする合計比率は7割を超えており、実施方法による効果に差は見られない。

<表28 実施方法の評価> (各実施方法を採用した場合)

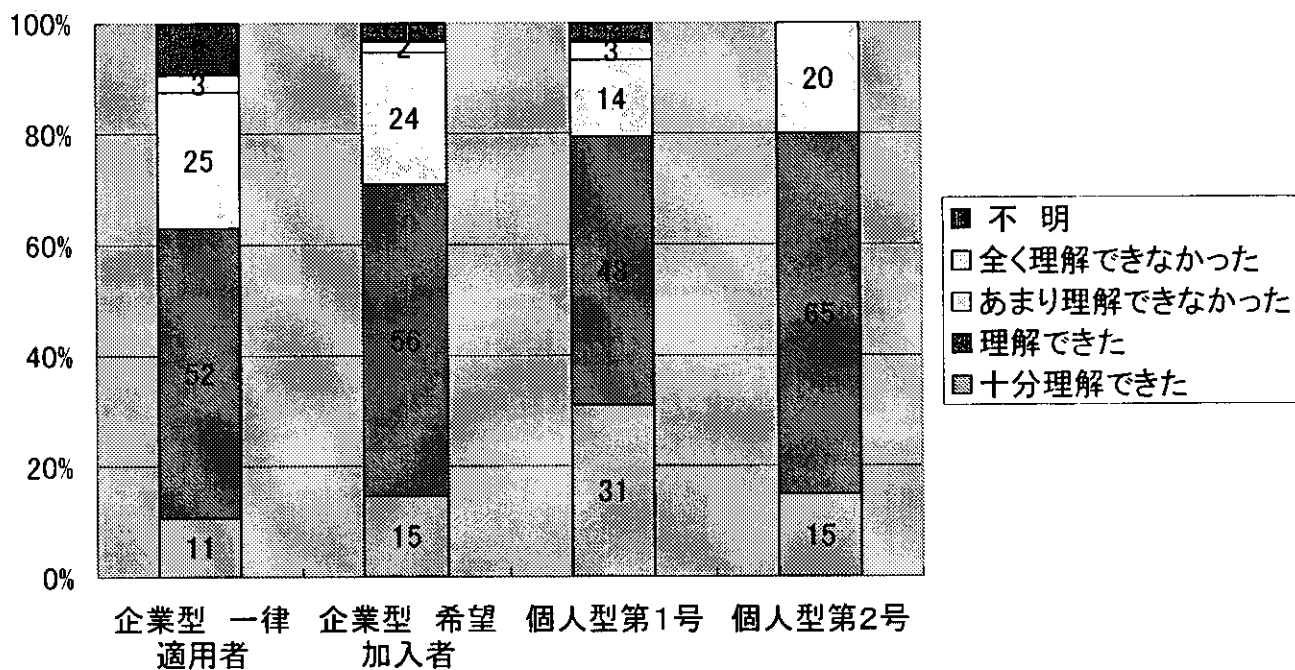
	説明会 開催	資料 配付	ウェブ・ サイト	ビデオ・ DVD	その他
①効果的	45%	32%	25%	43%	50%
②やや効果的	39	43	46	33	38
③あまり効果的でない	9	16	21	16	13
④効果なし	3	2	3	2	0
不明	4	8	5	7	0

<表29 実施方法の評価> (全体)

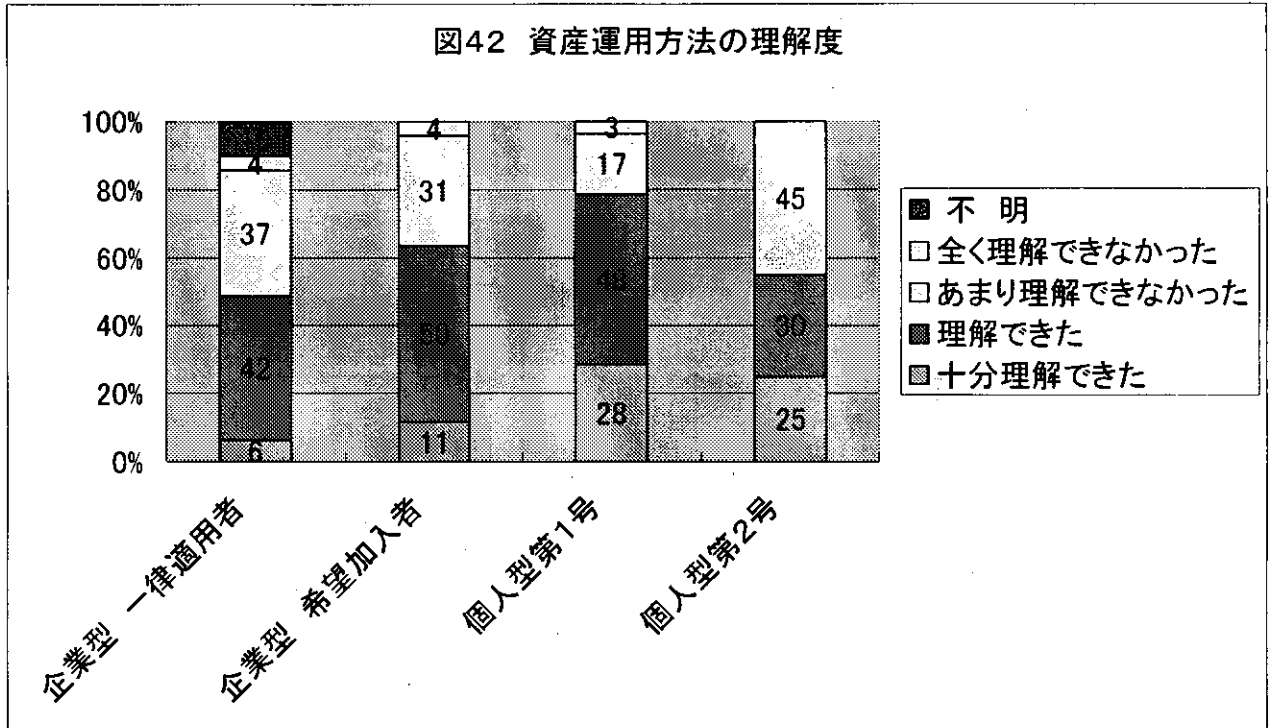
	説明会 開催	資料 配付	ウェブ・ サイト	ビデオ・ DVD	その他
①効果的	33%	22%	6%	14%	1%
②やや効果的	29	29	11	11	1
③あまり効果的でない	6	11	5	5	0
④効果なし	2	2	1	1	0
不明	3	5	1	2	0
非該当	27	31	77	67	99

4) ここでは、「制度内容」「加入手続き」「資産運用方法」そして「運用商品」などの理解度を4段階評価で質問した結果を、加入形態別に比較している。とくに、ここでは「制度内容」、「資産運用方法」そして「運用商品」を取り上げる。「制度内容の理解度」について、「十分理解できた」比率は、「個人型第1号」31%で最も高く、「企業型一律適用者」11%で最も低くなっている。逆に、「あまり理解できなかった」「全く理解できなかった」の合計比率は、「企業型加入者」に比較して「個人型加入者」において相対的に低くなっている(図41)。

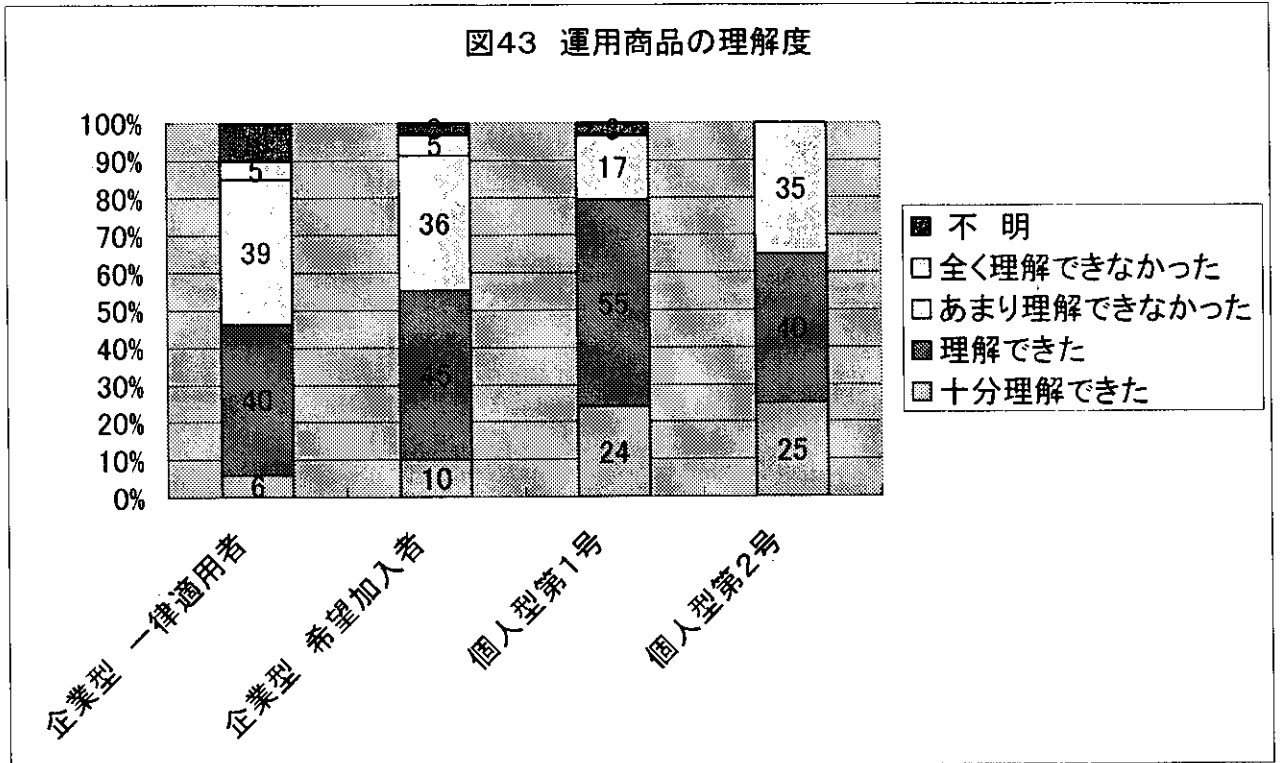
図41 制度内容の理解度



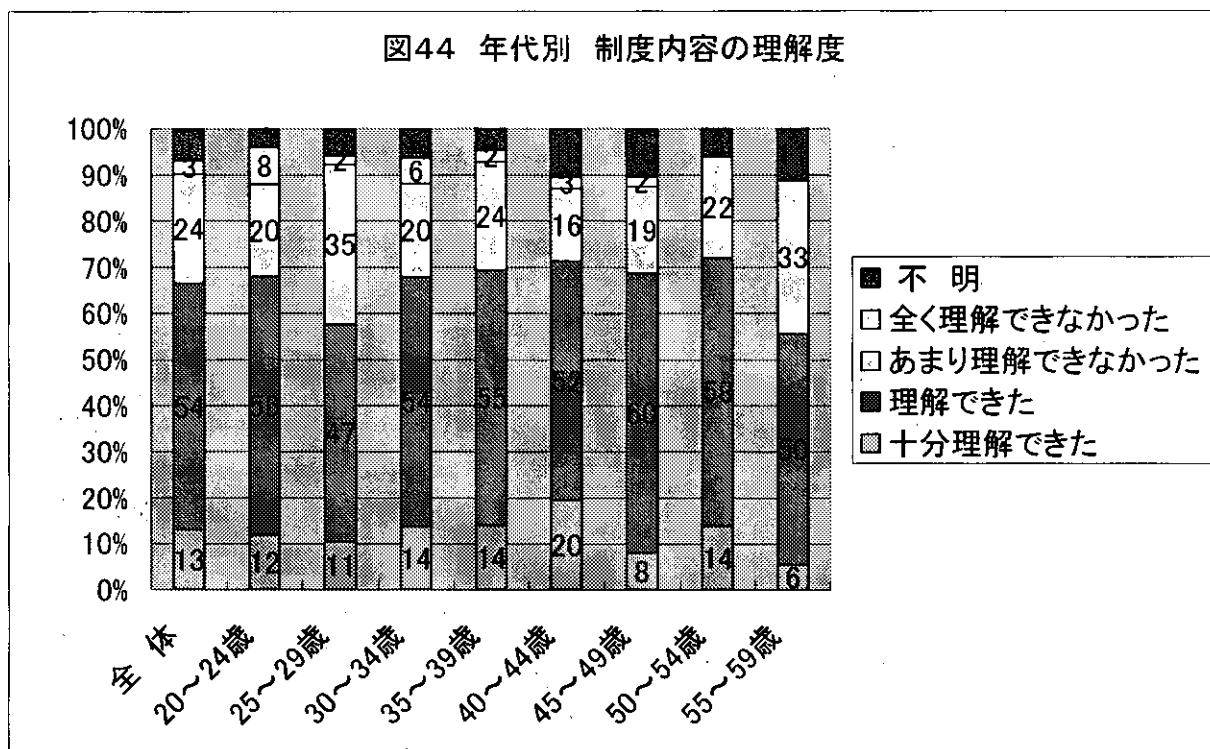
5)「資産運用方法の理解度」について、「十分理解できた」比率は「個人型加入者」でかなり高く、「希望加入者」で11%、「一律適用者」で6%となっている。また、「あまり理解できなかった」「全く理解できなかった」の合計比率は、「一律適用者」と「個人型第2号」で4割を超えている(図42)。



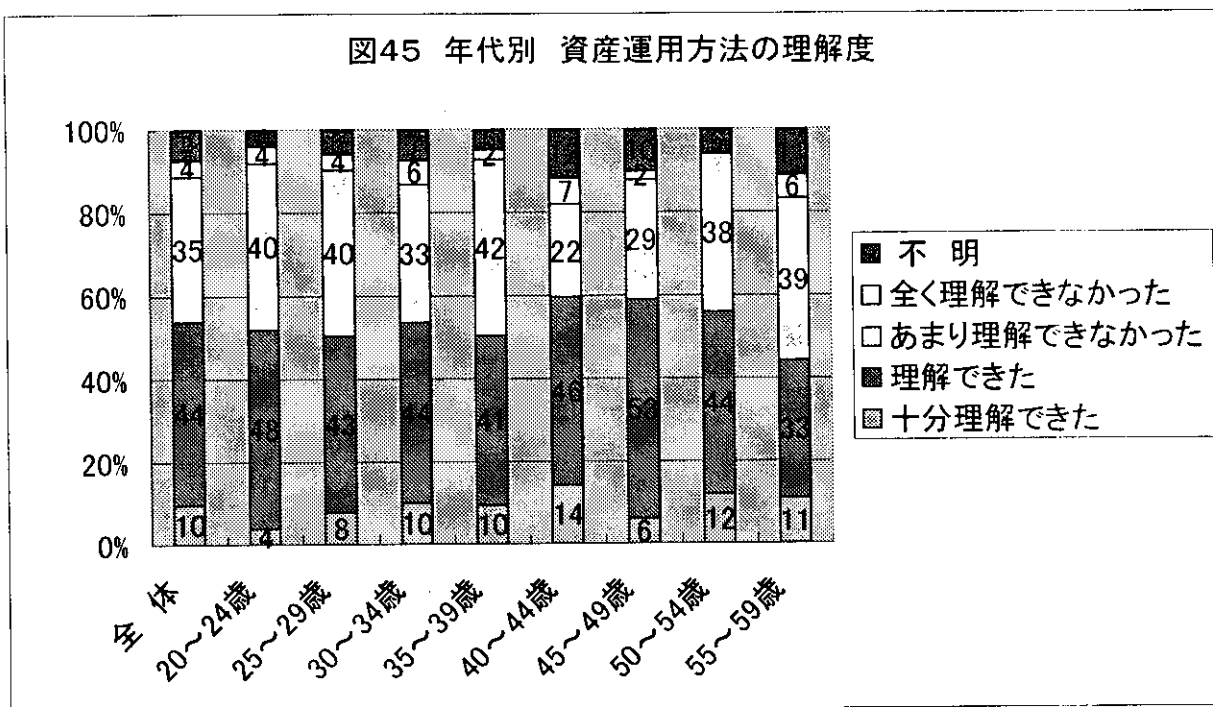
6) 「運用商品の理解度」について、「十分理解できた」比率は「個人型加入者」でかなり高く、「希望加入者」で10%、「一律適用者」で6%となっている。また、「あまり理解できなかった」「全く理解できなかった」の合計比率は、「企業型加入者」で4割を超えている(図43)。



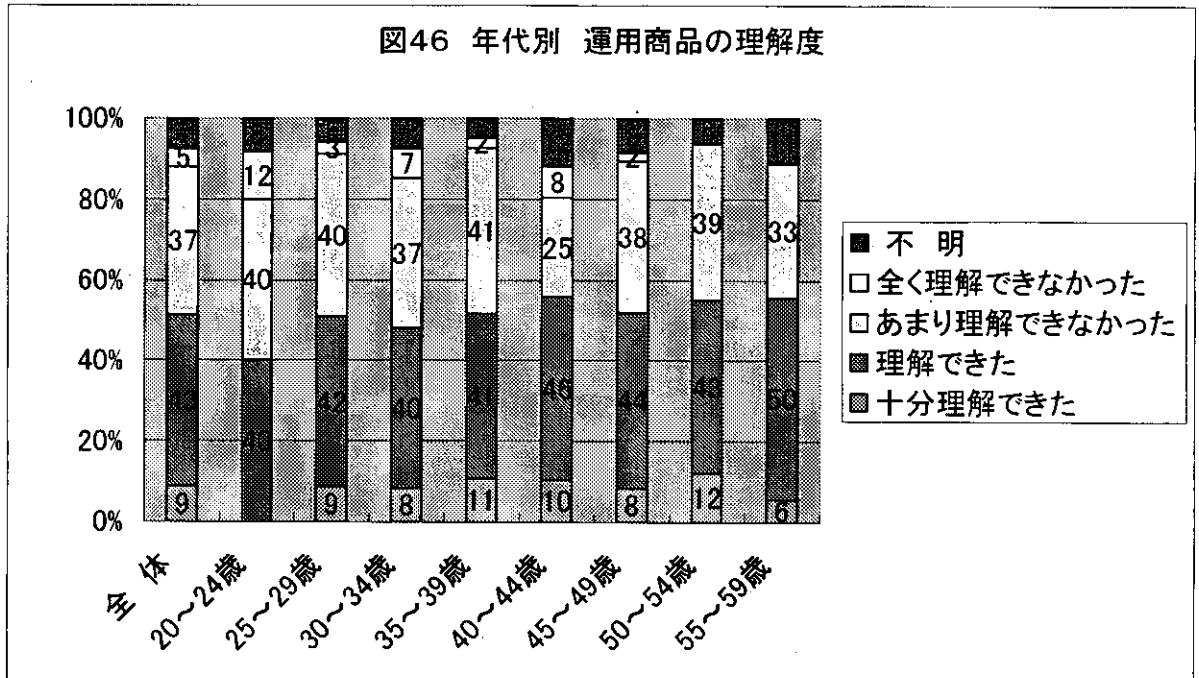
7) 年代別に見ると、「制度内容」については30歳代、40歳代そして50歳代前半で理解の程度が高く、20歳代後半と50歳代後半でやや低い(図44)。



8)「資産運用方法の理解度」を年代別に見ると、40歳代でやや理解の程度が高く、20歳代、30歳代と50歳代後半でやや低い(図45)。

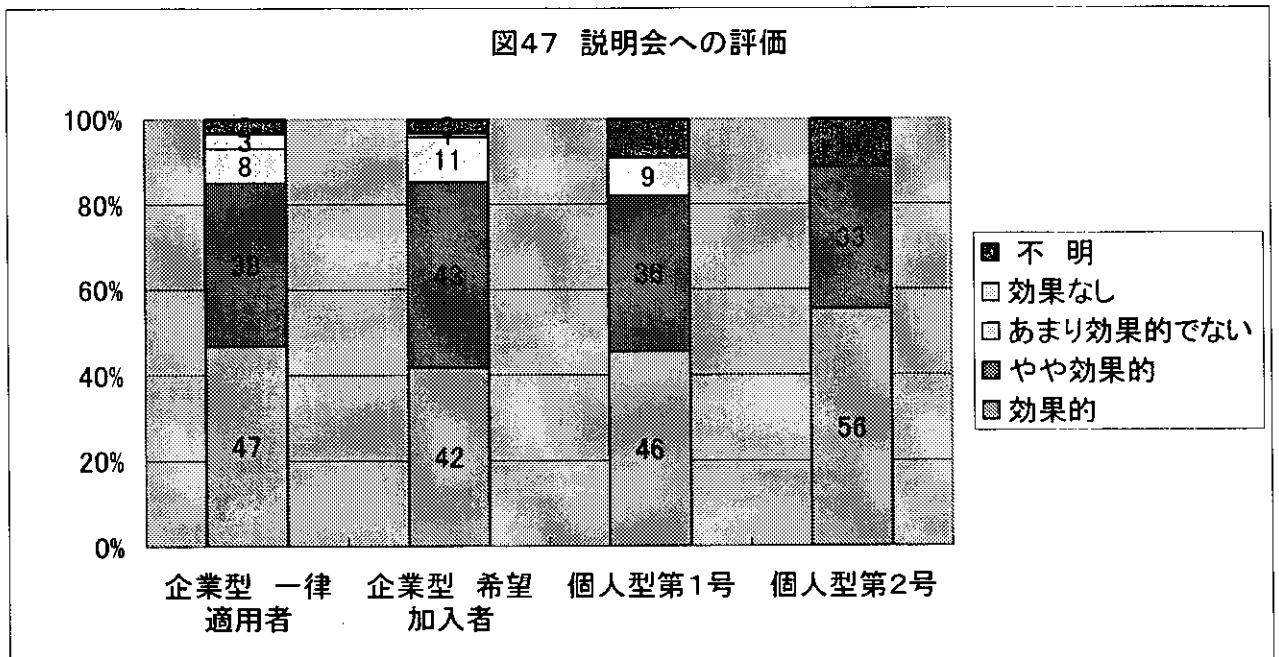


9) 「運用商品の理解度」を年代別に見ると、40歳代前半と50歳代でやや理解の程度が高く、20歳代前半で低くなっている(図46)。

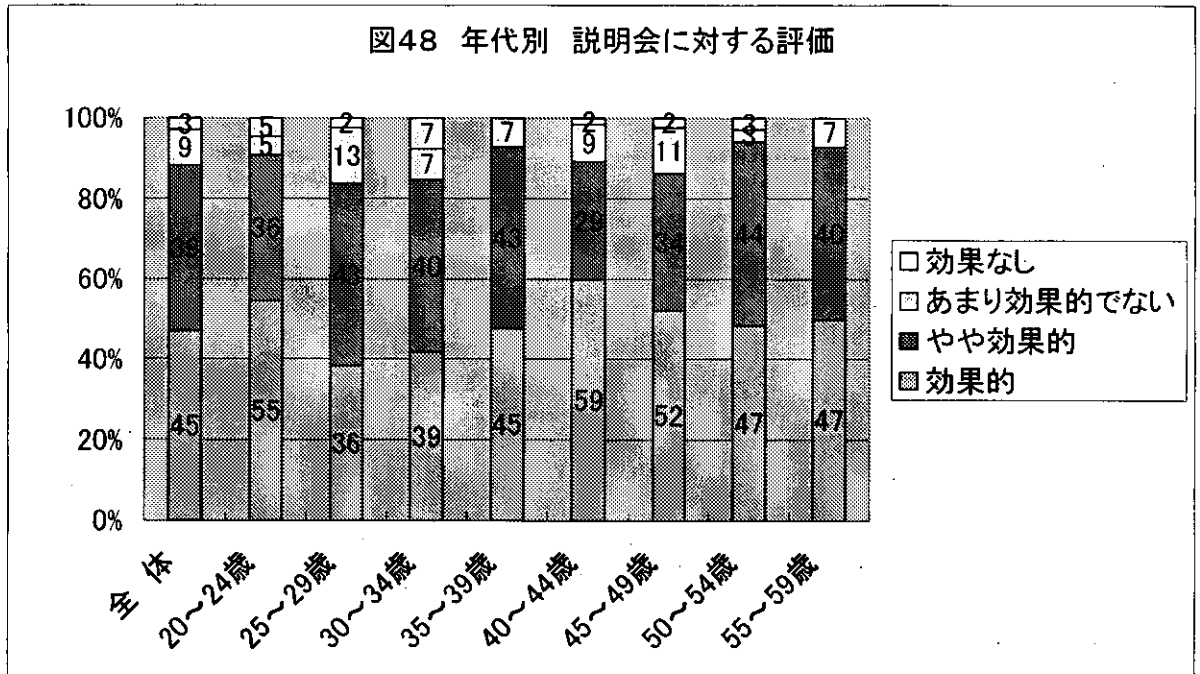


2. 実施方法に対する加入者の評価

1) 実施方法別でみた加入者側の評価は、加入形態別にかかなり異なっている。「説明会の開催」を「効果的」とする比率は、「個人型第2号」56%でやや高く、他は4割台で同程度である。これに対して、「あまり効果的でない」「効果なし」とする合計比率は、「一律適用者」11%と「希望加入者」12%と同程度に高く、「個人型第1号」9%でやや低い(図47)。ただし、「実施方法の評価」すべてにおいて、「個人型加入者」の無回答が多くサンプル数が少ないため、「不明」の比率が高くなっている。



2) 「説明会の開催」への評価を年代別に見ると、「効果的」とする比率は、「20歳代前半」55%と「40歳代前半」59%で高く、また40歳代の後半以降の年代で5割前後と高い。これに対して、「あまり効果的でない」「効果なし」とする合計比率は、「20歳代後半」56%と「30歳代前半」47%で高い他、50歳代でも高い傾向にあり、この年齢層では評価が二分している(図48)。



3) 「ウェブ・サイト」を「効果的」とする比率は、「希望加入者」31%で高く、「個人型加入者」25%、「一律適用者」19%の順である。これに対して、「あまり効果的でない」「効果なし」とする合計比率は、「個人型第1号」75%でかなり高く、「希望加入者」26%、「一律適用者」21%の順である(図49)。「ビデオ・DVD」の評価は総じて高いが、「一律適用者」と「希望加入者」は同傾向である。

