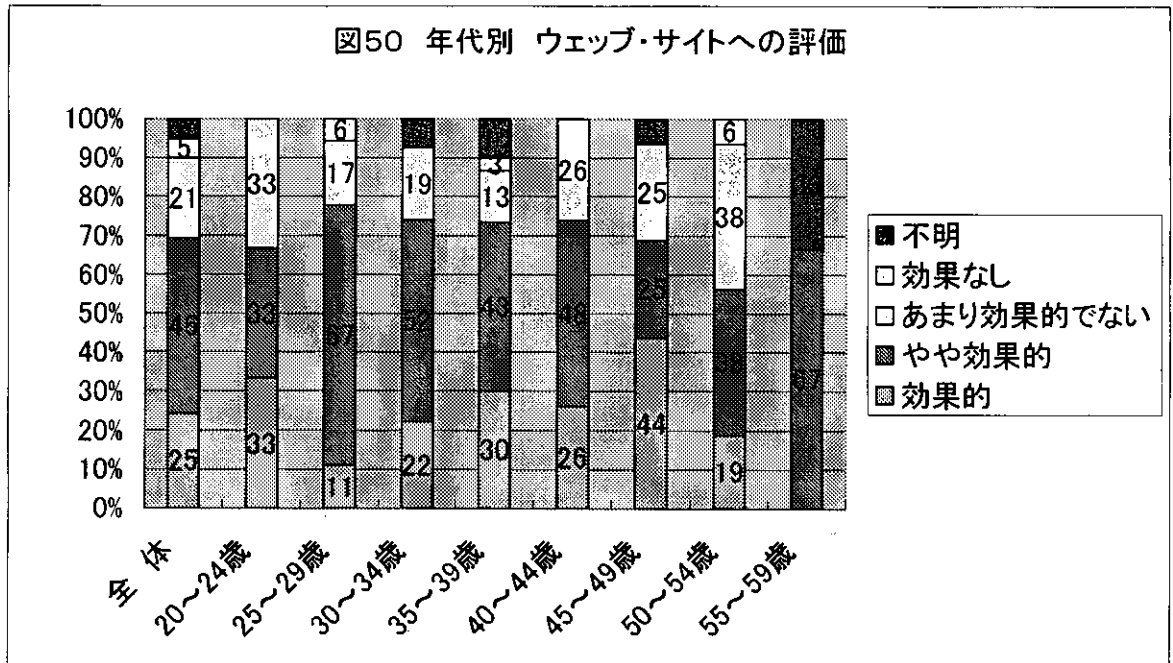
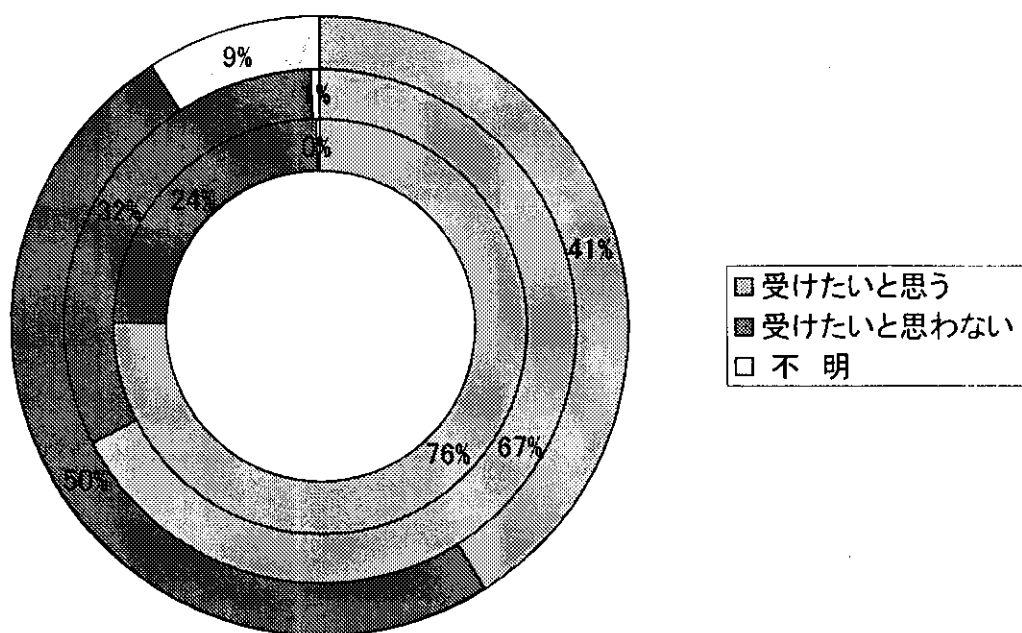


4) 「ウェブ・サイト」への評価を年代別に見ると、「効果的」とする比率は、20歳代前半の33%、30歳代後半の30%、40歳代前半の26%そして40歳代後半の44%で平均よりも高い。これに対して、「あまり効果的でない」「効果なし」とする合計比率は、20歳代前半の33%と50歳代後半の44%でかなり高い(図50)。

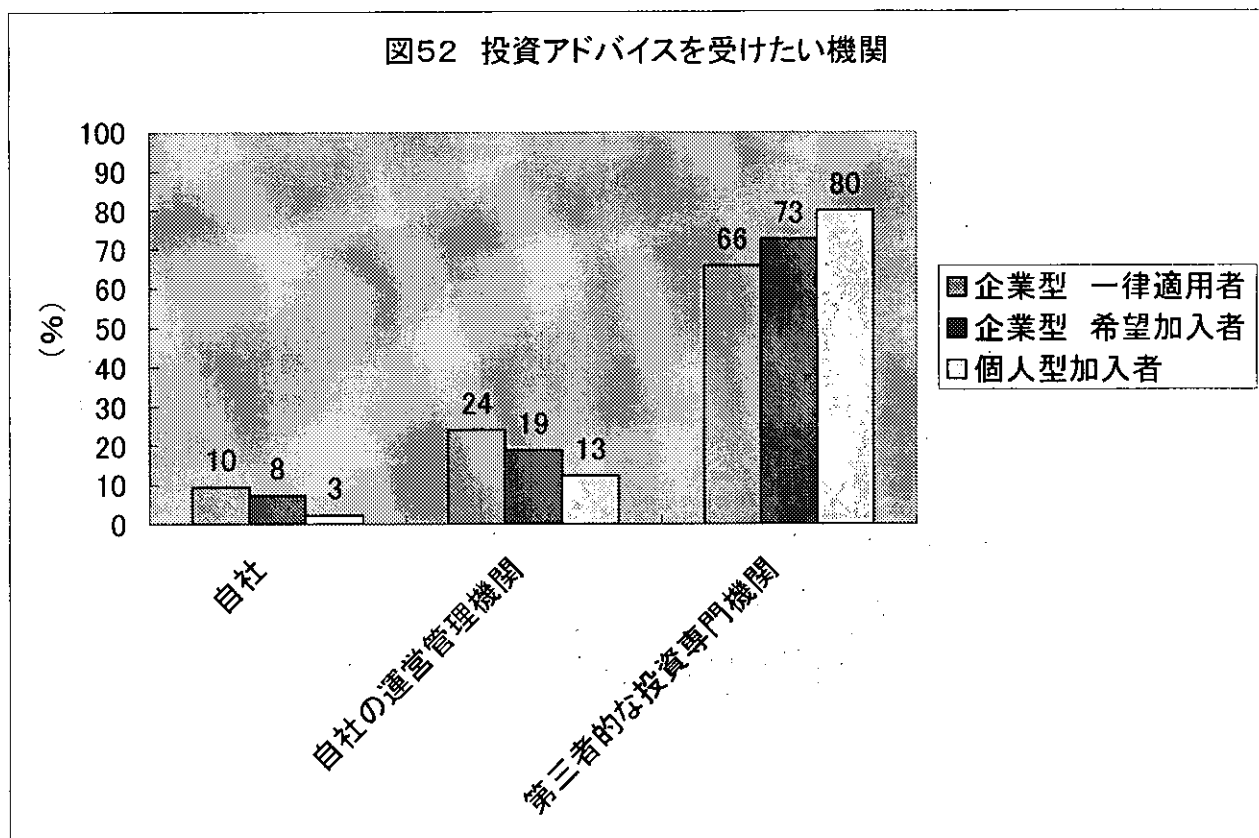


5) 一般的な投資教育に加えて、具体的な投資アドバイスを受けたいと考えている加入者は68%にのぼる。これを加入形態別に比較すると、予期に反して、「受けたいと思う」比率は「一律適用者」76%で最も高く、「希望加入者」67%、「個人型加入者」41%の順である。「個人型加入者」では「受けたいと思わない」比率が5割である（図51）。

図51 投資アドバイスに対する意向  
内側は「一律適用者」、中間は「希望加入者」、外側は「個人型加入者」



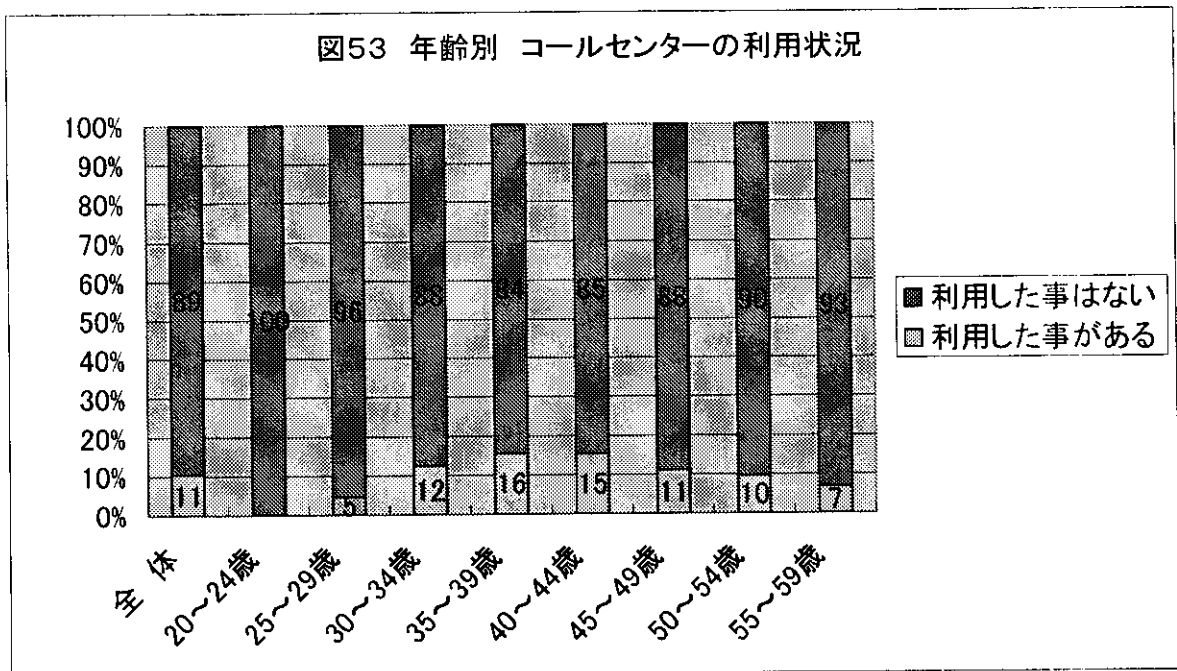
6) 「投資アドバイスを受けたい機関」として、「自社」8%、「自社の運営管理機関」22%そして「第三者的な投資専門機関」69%が挙げられていた。これを加入形態別に比較すると、「第三者的な投資専門機関」を挙げた比率は、「個人型加入者」80%で最も高く、「希望加入者」73%、「一律適用者」66%の順となっている。また、「自社の運営管理機関」とする比率は、「一律適用者」24%、「希望加入者」19%となっている。これに対して、「自社」を挙げる比率は押し並べて低く、「一律適用者」10%、「希望加入者」8%である(図52)。



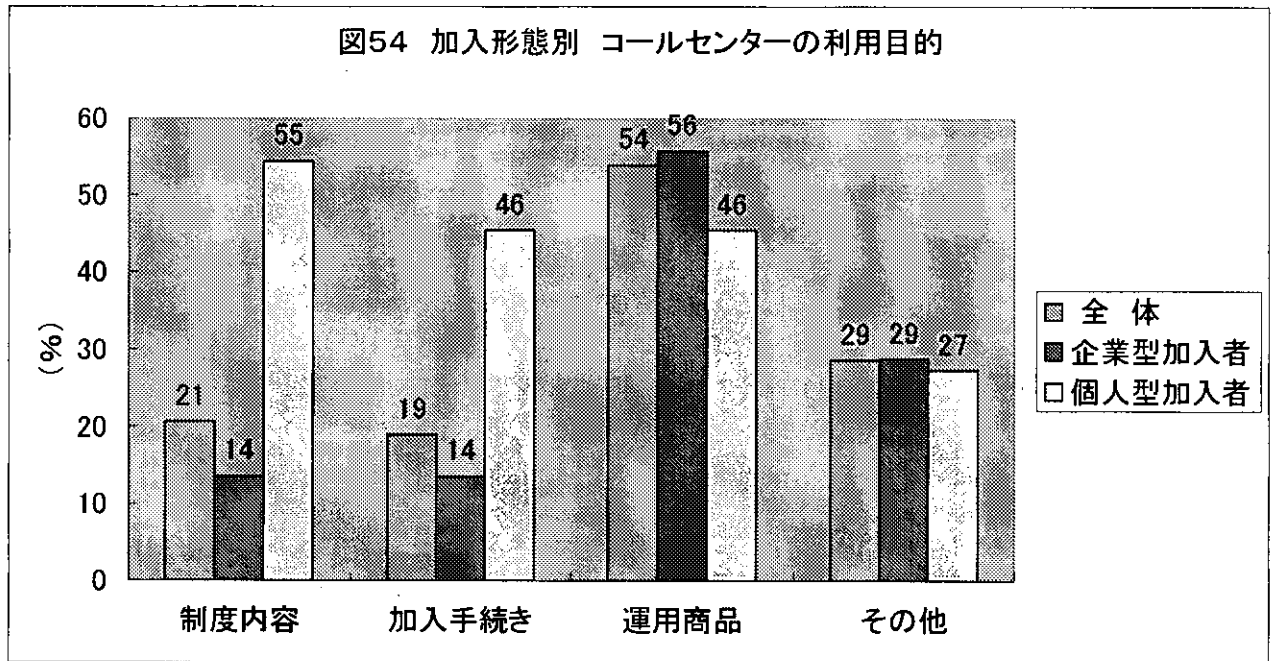
### Ⅲ. 運営管理機関について

#### 1. コールセンターの利用状況、利用目的

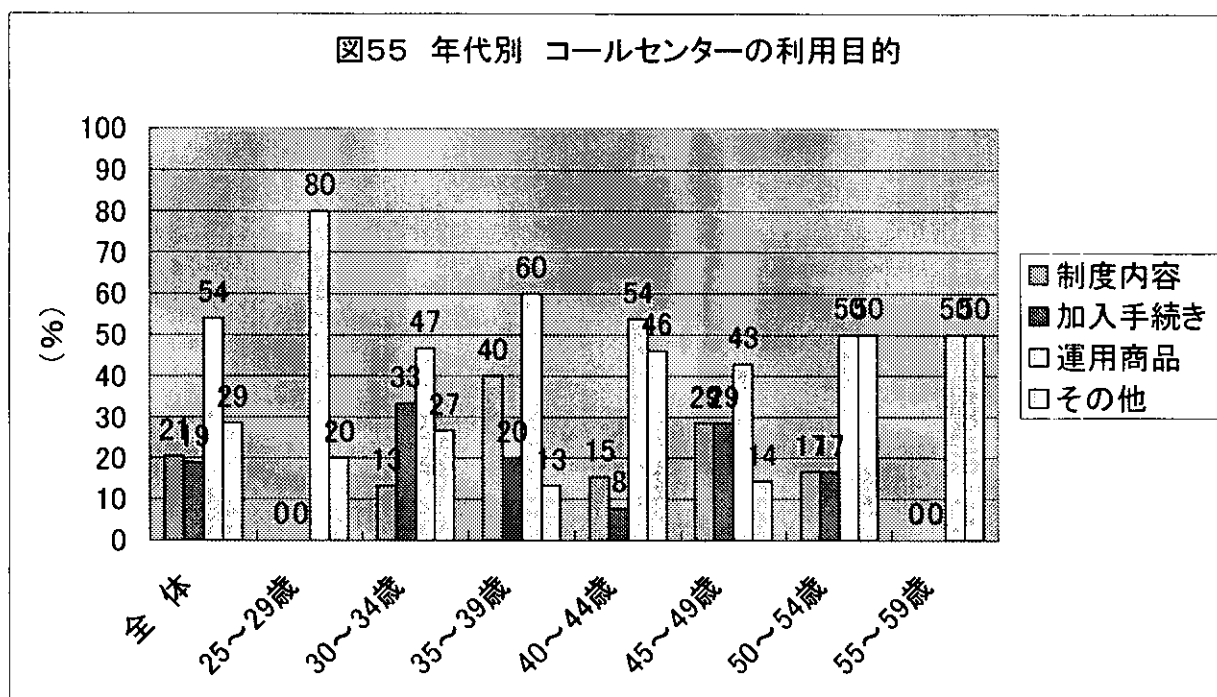
1) コールセンターの利用状況については、加入形態別に利用経験に大きな差は無く、「利用経験がある」比率は約1割、「利用経験が無い」比率は9割弱である。ただし、年代別にはやや利用経験に格差があり、実年世代で高い傾向にある。すなわち、30歳代前半で12%、30歳代後半で16%、40歳代前半で15%、そして40歳代後半で11%となっている。なお、利用頻度については、「月に1回程度」11%と「2～3ヶ月に1回程度」44%そして「ほとんど利用しない」33%は大半を占めており、頻繁に利用される状況にはない(図53)。



2) 「コールセンターの利用目的」(複数回答)については、「制度内容」21%、「加入手続き」19%、「運用商品」54%そして「その他」29%となっている。これを加入形態別に見ると、「企業型」では「運用商品」56%と利用目的がかなり限定的であるのに対して、「個人型」では「制度内容」55%、「加入手続き」46%そして「運用商品」46%が満遍なく挙げられている(図54)。



3) 年代別に見ると、「制度内容」については30歳代後半で40%と高くなっている。「加入手続き」については30歳代前半の33%と40歳代後半の29%が高い。「運用商品」については、平均で約5割であるが、20歳代後半の80%と30歳代後半の60%が高い(図55)。



## 2. ウェブ・サイトの利用状況・目的と理解度

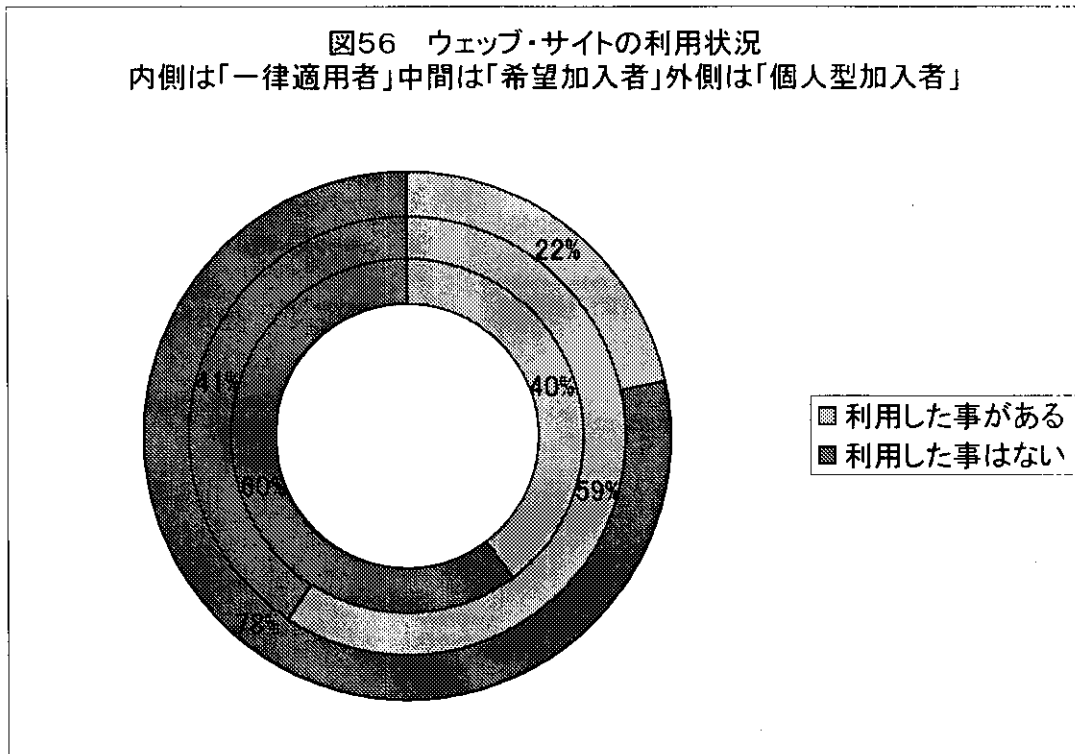
1) ウェブ・サイトの利用状況については、「利用した事がある」42%、「利用した事がない」58%となっている。また、利用経験者に限定しても「頻繁に利用する」割合は1割以下にすぎず、「2～3ヶ月に1回程度」26%、「ほとんど利用しない」34%が過半数を占めている。利用目的（複数回答）については、「制度内容」14%、「加入手続き」10%、「運用商品」81%そして「その他」17%であり、「運用商品」に関する利用が圧倒している。

なお、下表にコールセンターの対応とウェブ・サイトの使いやすさを比較して纏めている（表30）。

<表30 コールセンターの対応、ウェブ・サイトの使いやすさ>

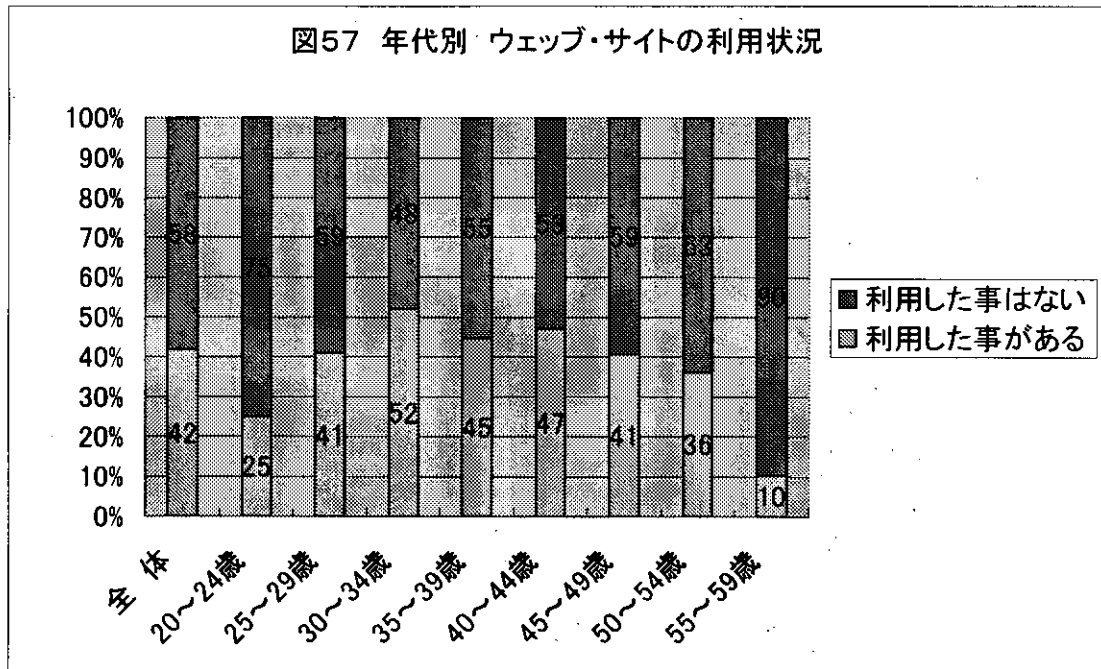
	コールセンターの対応	ウェブ・サイトの使いやすさ
①良い	21%	8%
②普通	65	74
③良くない	13	15
不明	2	3

2) 利用状況について、加入形態別に格差がある。「利用した事がある」割合は、「希望加入者」59%で最も高く、「一律適用者」40%、「個人型加入者」22%の順である（図56）。





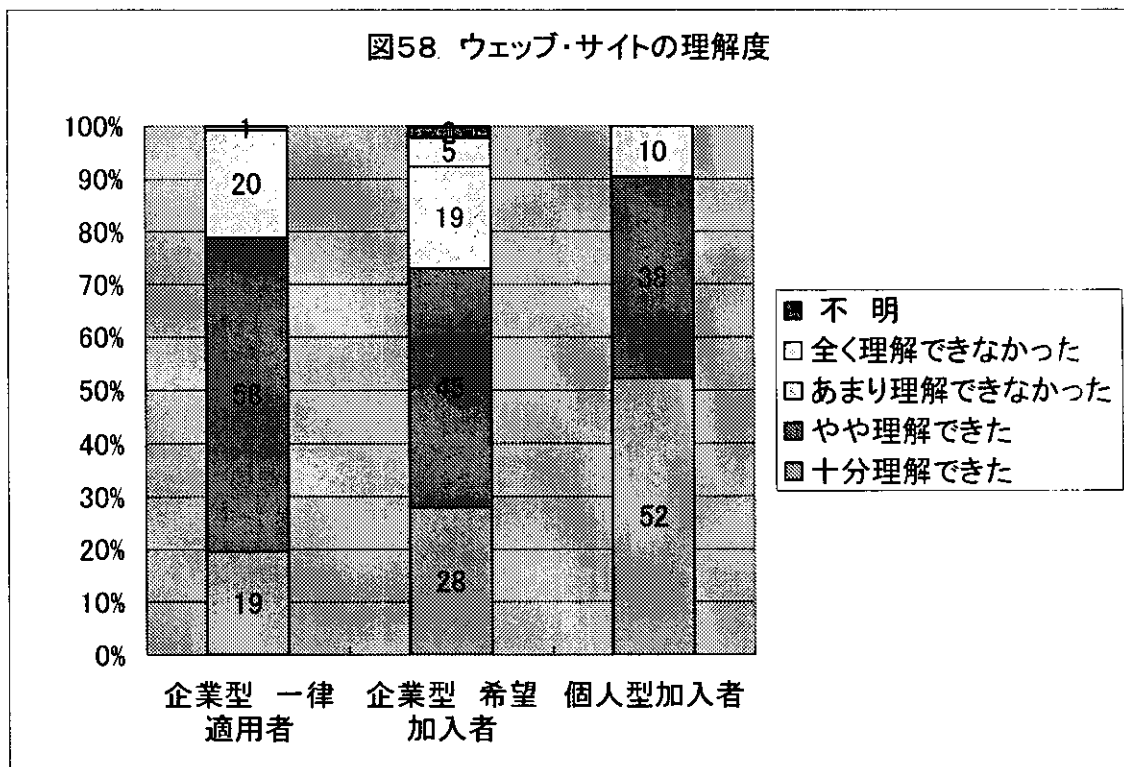
3) これを年代別に見ると、「利用した事がある」は平均的に4割前後であるが、20歳代前半で25%、50歳代前半で36%、そして50歳代後半で10%と低くなっている反面、30歳代前半で52%と高くなっている(図57)。



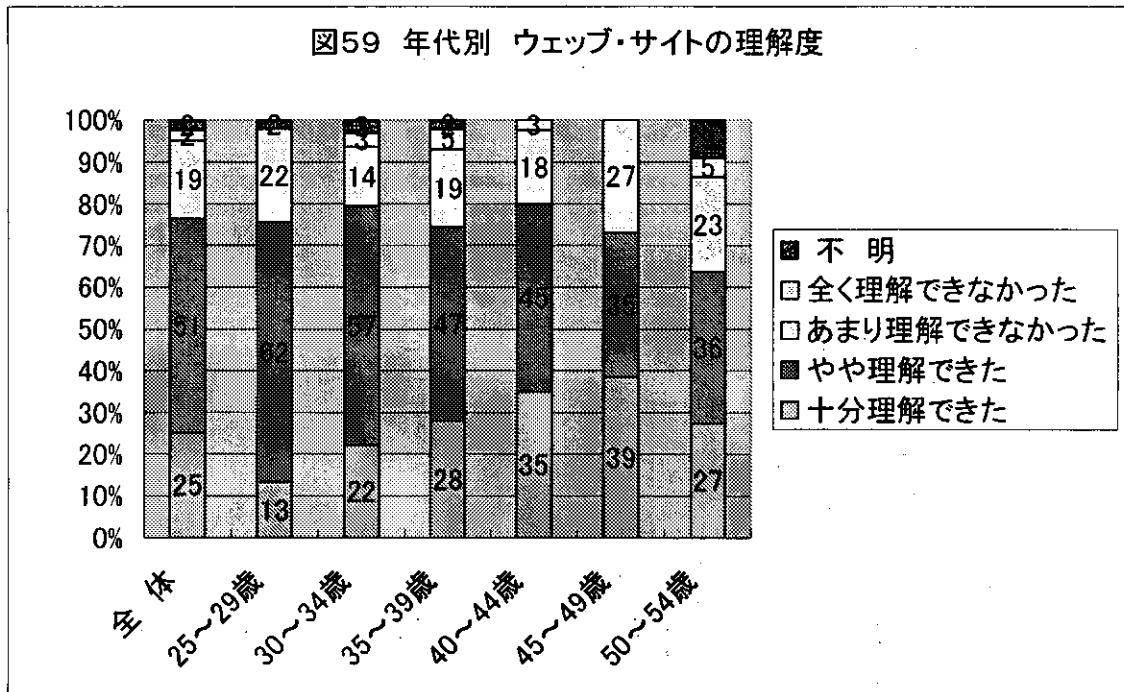
4) ウェブ・サイトの理解度については、「十分理解できた」25%、「やや理解できた」51%、「あまり理解できなかった」19%そして「全く理解できなかった」2%となっている。

これについて加入形態別、年代別にかなり格差がある。「個人型加入者」において「十分理解できた」割合は5割を超えており、飛び抜けて高く、「やや理解できた」割合も加えると9割である。両者の合計比率は、「一律適用者」で77%、「希望加入者」で73%となっている。「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、「個人型加入者」で10%と低く、「一律適用者」で20%、「希望加入者」で24%と高くなっている（図58）。

図58. ウェブ・サイトの理解度



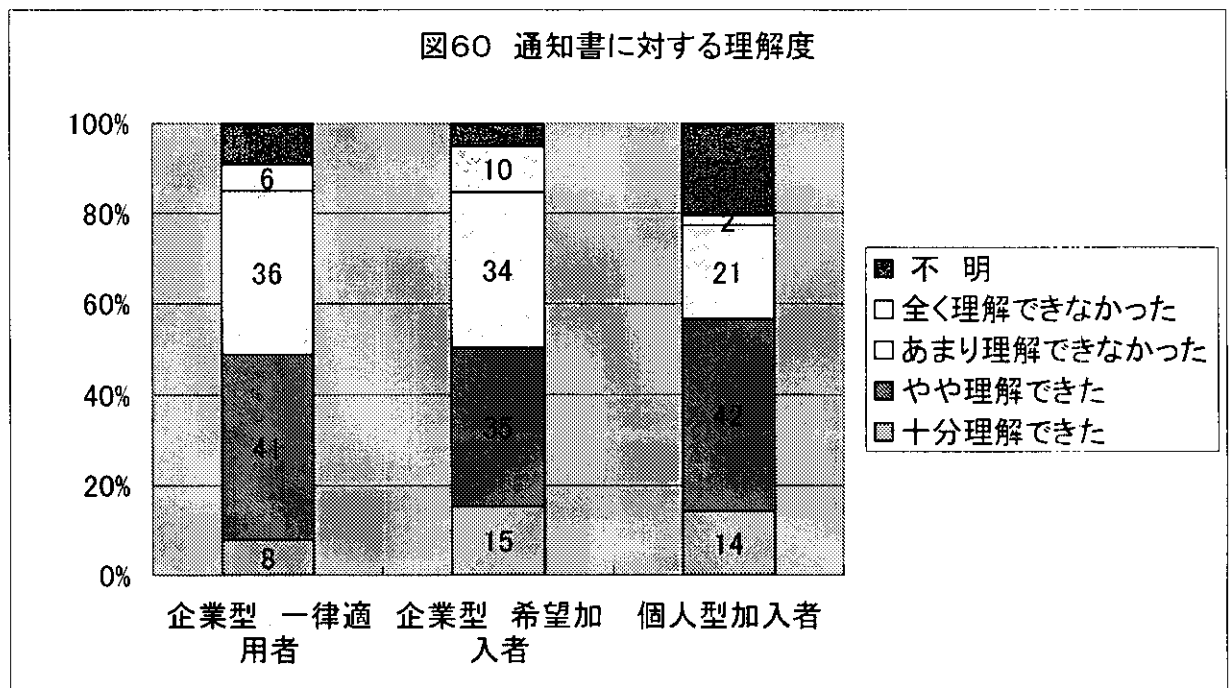
5) 年代別に見ると、「十分理解できた」割合は40歳代で高くなっている。一方、「あまり理解できなかった」「全く理解できなかった」の合計比率は40歳代後半と50歳代前半でやや高い傾向にある(図59)。なお、サンプル数が少ない20歳代前半と50歳代後半は除外している。



### 3. 通知書に対する理解度

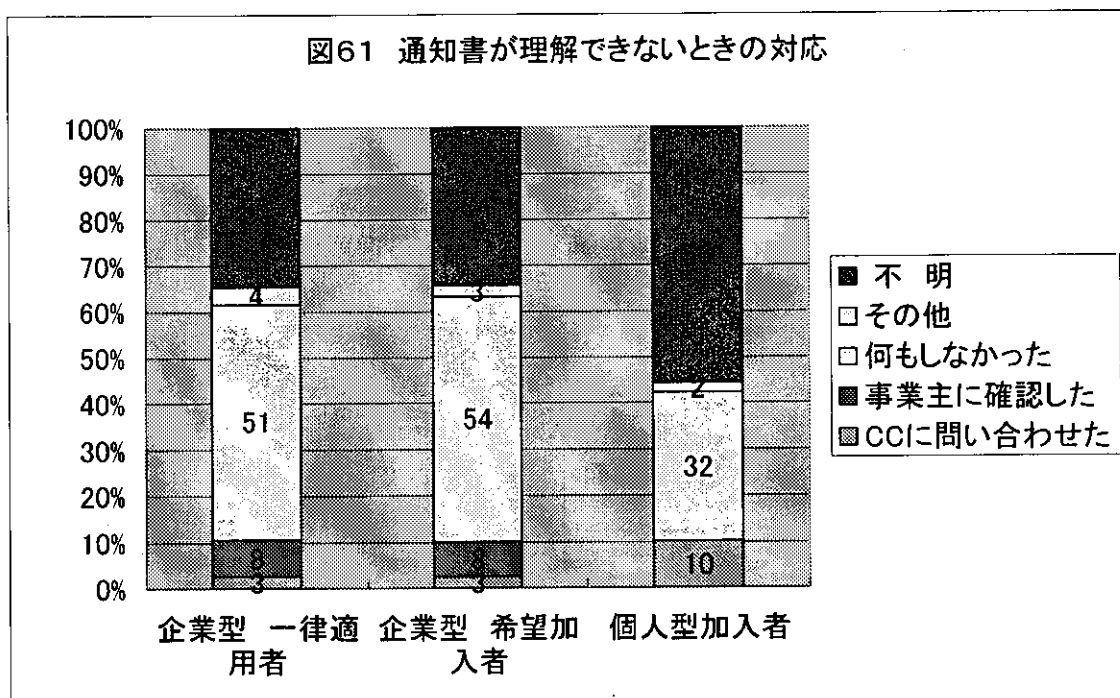
1) 記録管理会社からの通知書に対する理解度は、「十分理解できた」11%、「やや理解できた」40%、「あまり理解できなかった」33%そして「全く理解できなかった」6%となっている。

理解度について年代別に大きな差異はない。加入形態別に見ると、「十分理解できた」「やや理解できた」の合計比率は、「個人型加入者」の56%が最も高く、「希望加入者」50%、「一律適用者」49%の順である。これに対して、「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、「個人型加入者」の23%で最も低く、「一律適用者」42%、「希望加入者」44%の順に高くなる(図60)。

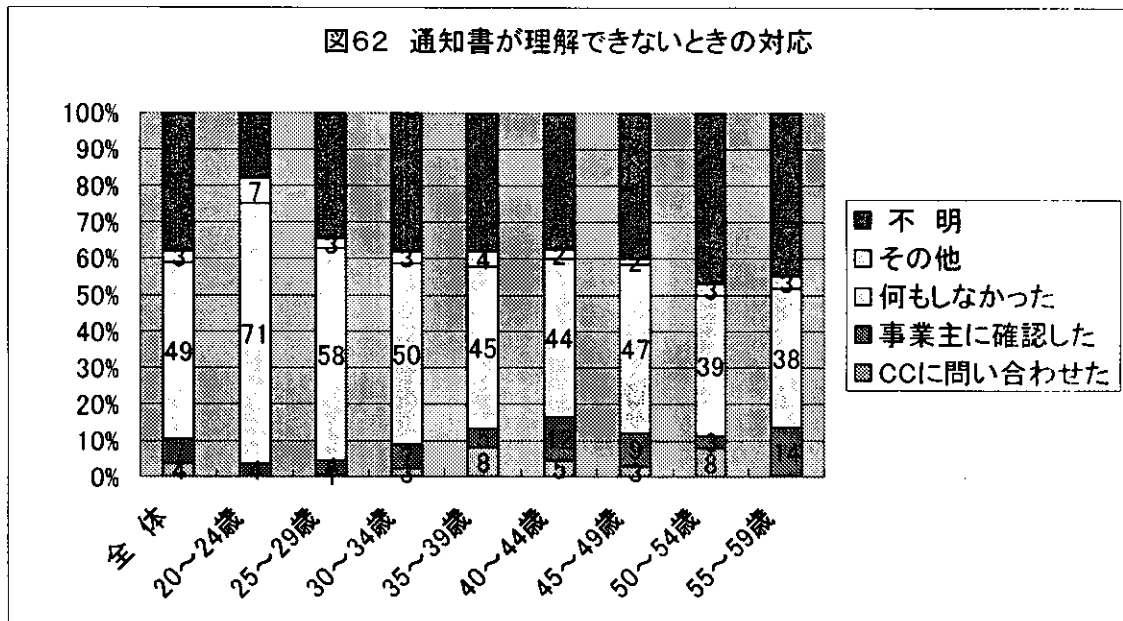


2)理解できなかったときの対応について、「コールセンターに問い合わせた」4%、「事業主に確認した」7%、「何もしなかった」49%そして「その他」3%となっており、理解できなくても対応をとらない割合が高い。

これを加入形態別に見ると、「コールセンターに問い合わせた」比率は、「個人型加入者」の10%が最も高い。「事業主に確認した」比率は、「一律適用者」「希望加入者」ともに1割に満たない。そして「何もしなかった」比率は、「個人型加入者」の32%が最も低く、「一律適用者」で51%、「希望加入者」で54%となっている(図61)。



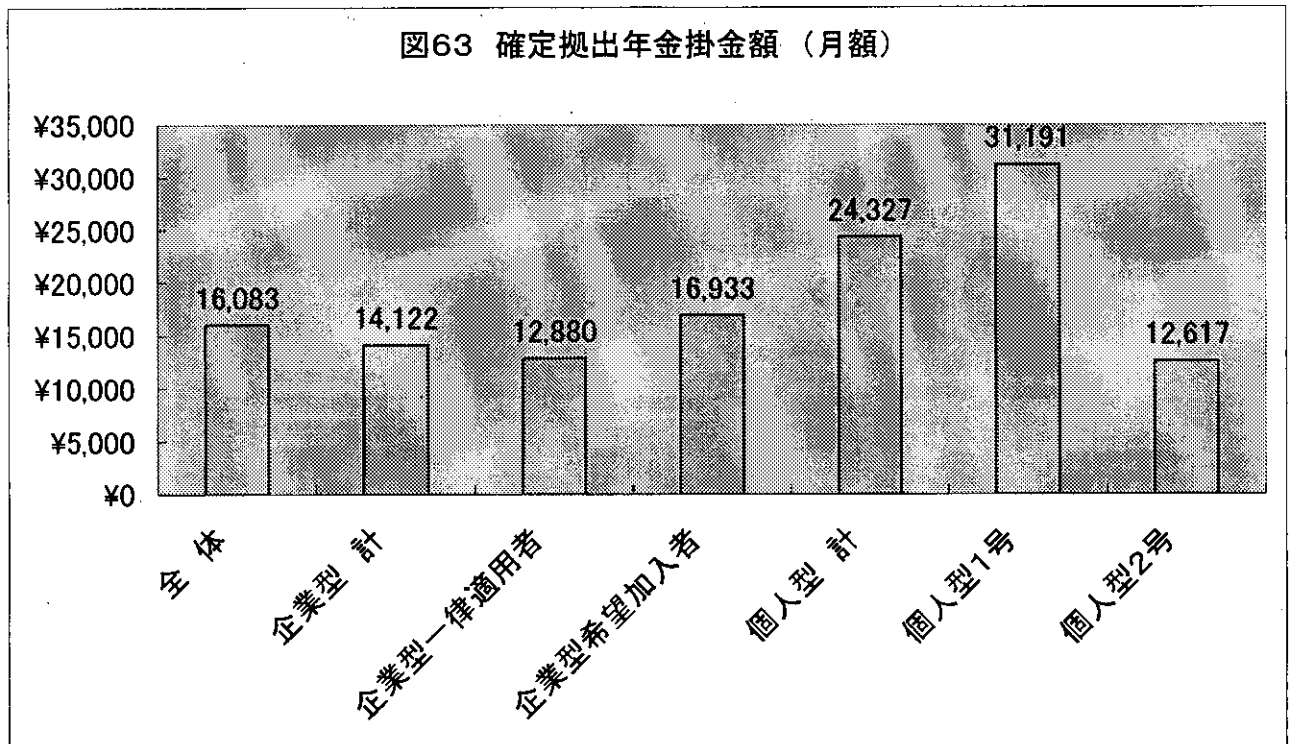
3) これを年代別に見ると、「コールセンターに問い合わせた」比率は、30歳代後半と50歳代前半の8%が高い。「事業主に確認した」比率は、40歳代前半12%と50歳代後半14%で高い。「何もしなかった」比率は、20歳代で5割をかなり超えている(図62)。



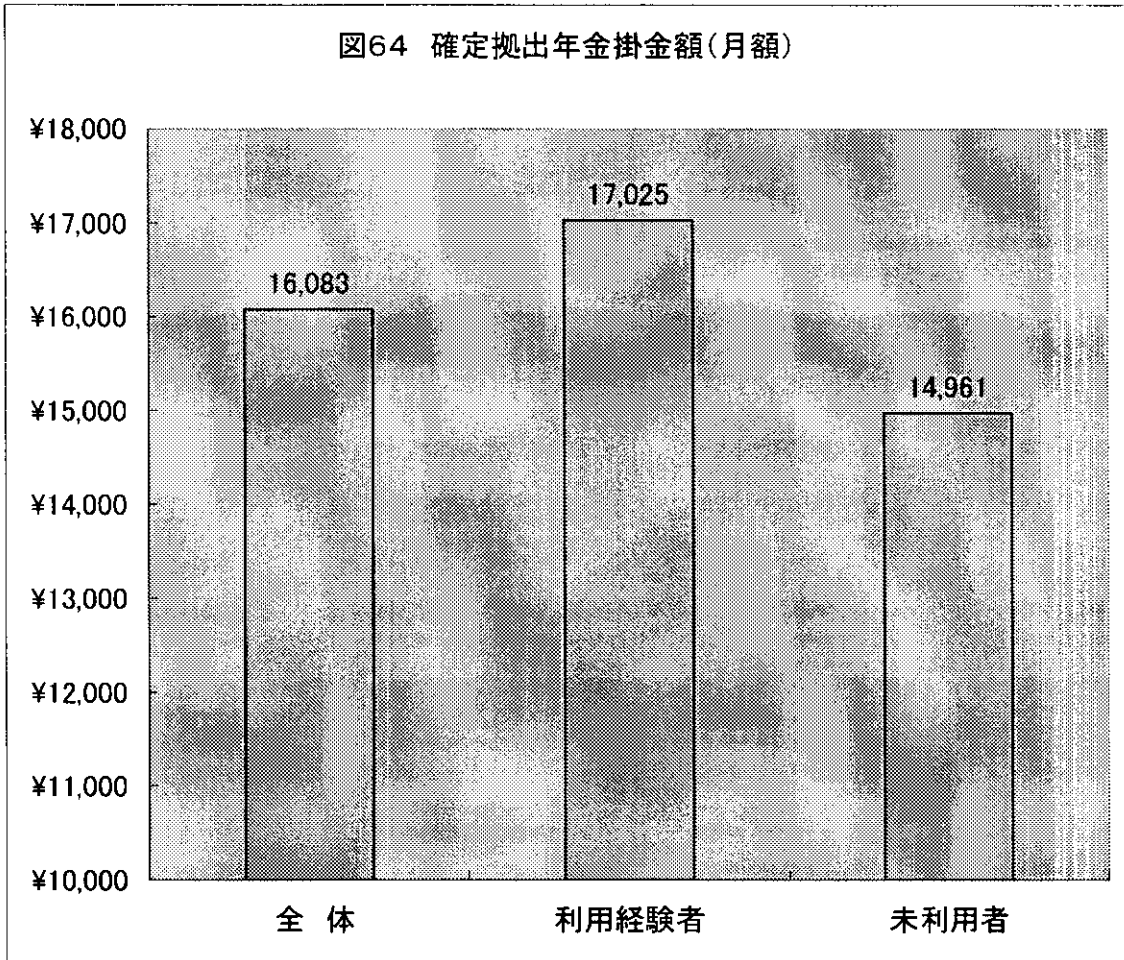
#### IV. 資産運用状況について

##### 1. 確定拠出年金の掛金について

1) 確定拠出年金への掛金月額を加入形態別に比較すると、「企業型」では14,122円(385人)、「個人型」では24,327円(85人)である。また、「希望加入者」で16,933円(118人)と平均値16,083円(470人)をやや上回っており、「一律適用者」では12,880円(267人)とそれを下回っている(図63)。



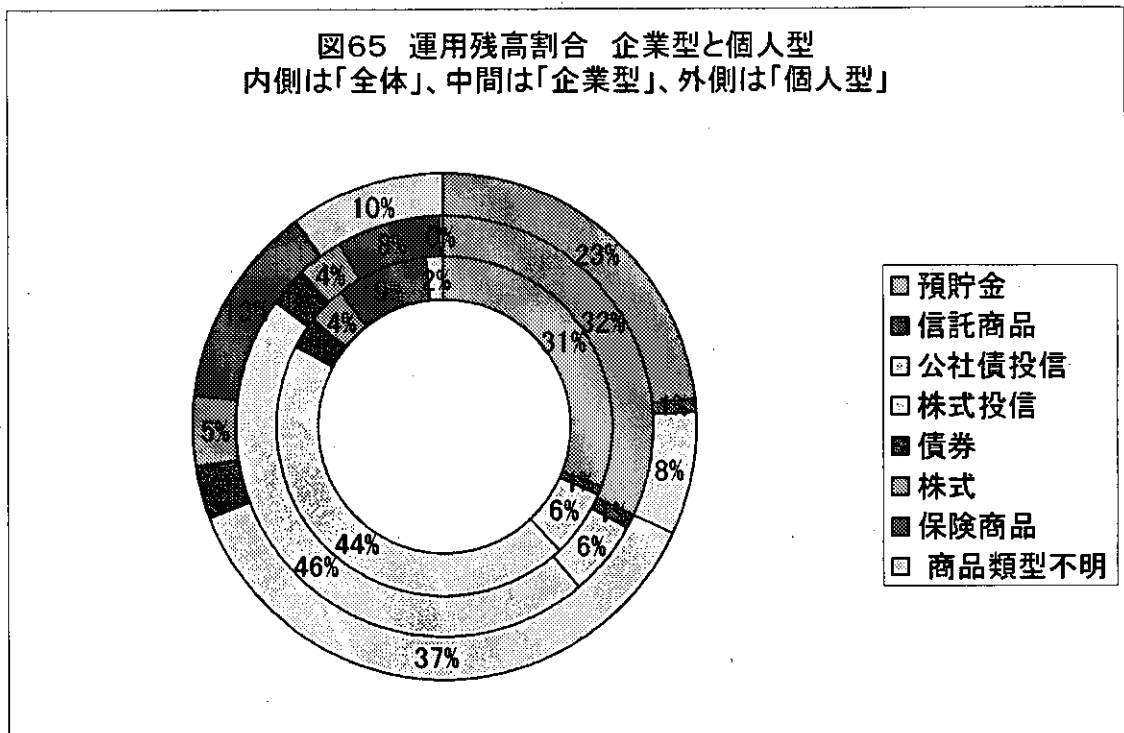
2) ウェブ・サイトの利用状況と掛金月額の関係を見ている。「ウェブ・サイトの利用有無」の回答では、「利用した事がある」は251人、「利用した事はない」は349人、「不明」は1人である。「ウェブ・サイトの利用経験者」では17,025円と平均値16,083円を上回るのに対して、「ウェブ・サイトの未利用者」は14,961円と下回っている(図64)。





## 2. 運用残高割合について

1) 運用商品類型毎の資産残高割合について、加入形態別に比較すると、「企業型」では「預貯金」32%と「株式投資信託」46%の比率が高く、反面「公社債投資信託」6%と「保険商品」8%の比率がやや低い。「個人型」では「企業型」に比べて、「預貯金」「株式投資信託」の比率が低い反面、「保険商品」の比率が13%と高い(図65)。



2) 運用商品類型のなかで、選択比率が高い「預貯金」と「株式投資信託」の選択理由を、表31と表32に纏めている。

<表31 預貯金の選択理由>

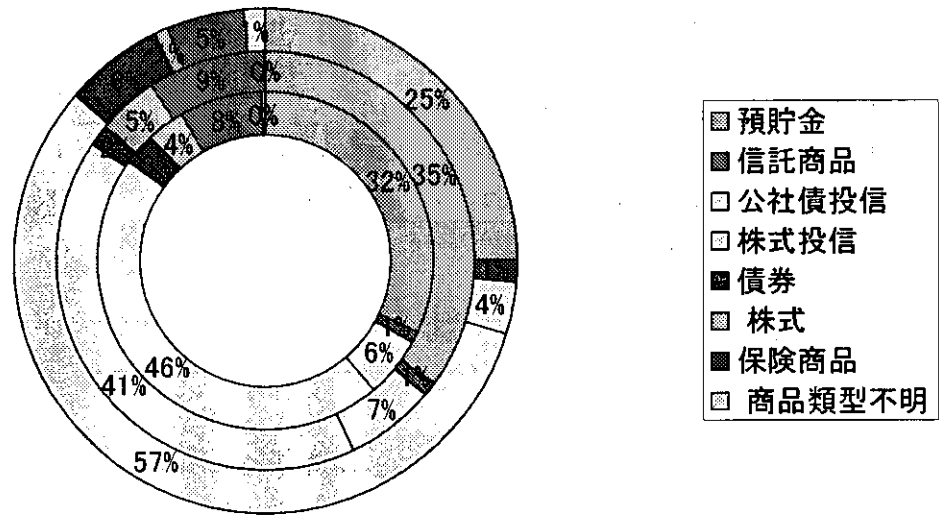
理 由	割合
①元本確保型の商品は安全だから	84%
②経済状況を参考にしながら投資成果が楽しめるから	0
③老後資産を安定的に殖やしたいから	2
④自身の投資方針に適しているから	1
⑤自身のライフ・プランに適しているから	1
⑥お任せタイプの運用商品だから	1
⑦リスクとリターンのバランスを考慮	1
⑧取扱金融機関が信用できるから	1
⑨これまで利用し親しみある商品であるから	1
⑩手数料など商品内容をよく理解できるから	0
⑪資産価値や資産価格が確認しやすいから	0
⑫金利、配当が良いから	0
⑬その他	8

<表32 株式投資信託の選択理由>

理 由	割合
①元本確保型の商品は安全だから	0%
②経済状況を参考にしながら投資成果が楽しめるから	25
③老後資産を安定的に殖やしたいから	1
④自身の投資方針に適しているから	12
⑤自身のライフ・プランに適しているから	5
⑥お任せタイプの運用商品だから	5
⑦リスクとリターンのバランスを考慮	22
⑧取扱金融機関が信用できるから	1
⑨これまで利用し親しみある商品であるから	1
⑩手数料など商品内容をよく理解できるから	1
⑪資産価値や資産価格が確認しやすいから	1
⑫金利、配当が良いから	4
⑬その他	21

3) 「一律適用者」の特徴として、「預貯金」35%、「公社債投資信託」7%、「株式」5%そして「保険商品」9%などで平均値よりも高い。「希望加入者」では、「株式投資信託」57%と「債券」6%の比率が高く、「預貯金」25%と「株式」1%の比率は低い（図66）。

図66 運用残高割合 一律適用者と希望加入者  
内側は「企業型計」、中間は「一律適用者」、外側は「希望加入者」



4) 「個人型」の「第1号」と「第2号」を比較すると、前者で「預貯金」27%と「債券」5%の比率が高く、反面「信託商品」0%と「保険商品」9%の比率が低い。後者では、「保険商品」20%の比率が相対的に高く、「預貯金」17%の比率が低い傾向にある(図67)。

図67 運用残高割合 第1号と第2号  
内側は「個人型計」、中間は「第1号」、外側は「第2号」

