

(5) 投資教育について

1) 確定拠出年金導入前と導入後の投資教育について、その実施機関を比較している。導入前教育については、「運営管理機関」83%が「自社」48%を上回っている。導入後（新入社員）教育については、逆に「自社」66%が「運営管理機関」32%を上回っている。継続教育の実施主体は、「自社」38%、「運営管理機関」46%、「投資教育の専門機関」4%そして「その他」8%である（複数回答）（表14）。

<表14 投資教育の実施主体>

実施主体	導入前教育 (%)	新入社員教育 (%)	継続教育 (%)
自社	48	66	38
運営管理機関	83	32	46
投資教育専門機関	13	2	4
その他	1	5	8
不明	1	11	18

2) 投資教育の実施方法を、導入前と導入後に分けて設問した結果、導入前および新入社員の投資教育手段は、「説明会の開催」と「資料の配布」が主である。継続的な投資教育では、「説明会の開催」の割合は31%へ低下し、「資料の配布」64%および「ウェブ・サイト」52%が中心になっている（複数回答）（表15）。

<表15 投資教育の実施方法>

実施方法	導入前教育 (%)	新入社員教育 (%)	継続教育 (%)
説明会開催	96	71	31
資料配布	97	87	64
ウェブ・サイト	55	39	52
ビデオ・DVD	65	49	11
その他	5	4	5
不明	1	9	15

3) 投資教育の際に重点を置いているのは、「リスクとリターンの関係」49%、「分散投資の考え方とその効果」44%、そして「長期投資の考え方とその効果」41%である（2つまで選択）（表16）。また、投資教育に対する取組み姿勢については、「最低限度は行うべきである」41%、「事業主の責務」40%とする割合が高い（表17）。

＜表16 投資教育の重点項目＞

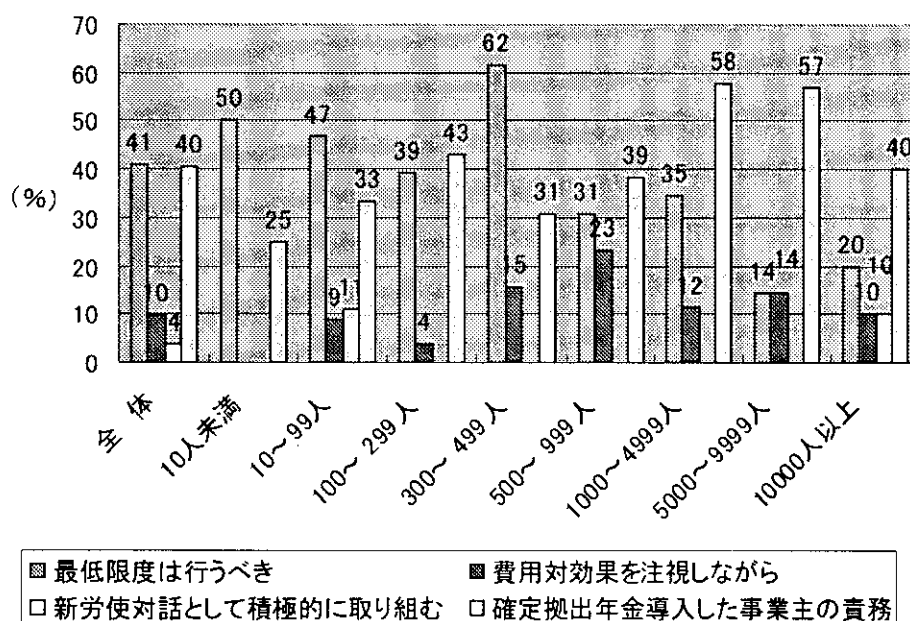
重点項目	割合 (%)
リスクとリターンの関係	49
分散投資の考え方とその効果	44
長期投資の考え方とその効果	41
リスクの種類と内容	32
加入手続き	19
課税繰延べなどの税制メリット	5
その他	5
不明	6

＜表17 投資教育への取組み姿勢＞

投資教育に対する取組み姿勢	割合 (%)
最低限度は行うべきである	41
事業主の責務	40
費用対効果を重視する	10
労使対話として積極的に	4
その他	3
不明	5

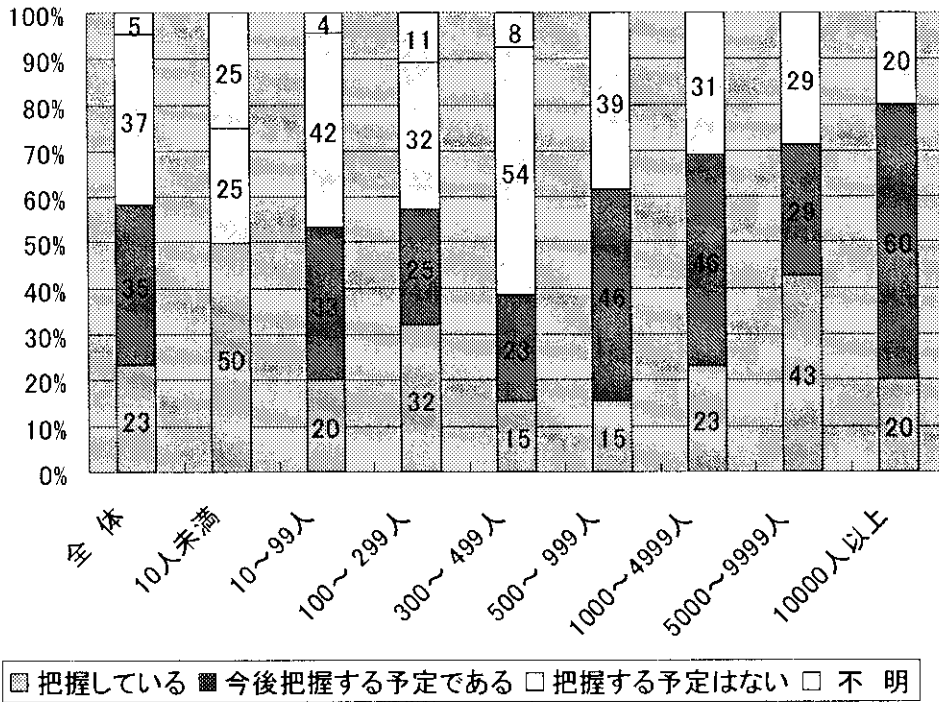
4) 従業員規模別に、投資教育への取組み姿勢をみたものが下表である。規模別に明確な傾向はみられないが、規模の小さいところで「最低限度は行うべき」の割合が高く、規模の大きいところで「事業主の責務」の割合が高くなっている。

<図3 企業規模別の投資教育への取組み姿勢>



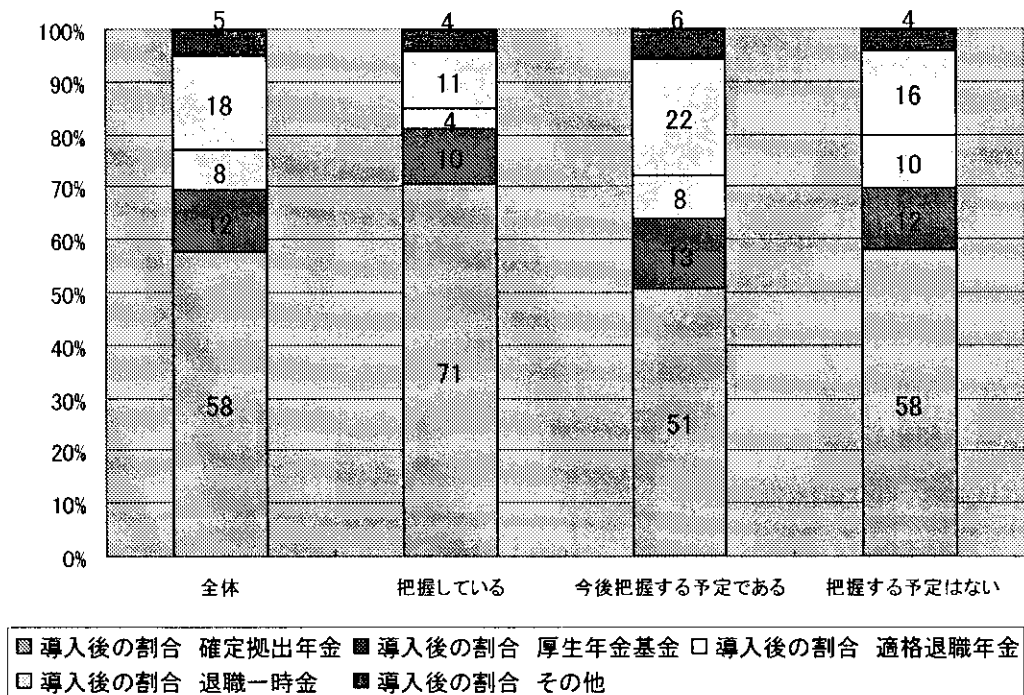
5) 投資教育効果の把握状況については、「把握している」23%、「今後把握する予定である」35%であるのに対して、「把握する予定はない」37%となっている。(こうした投資教育の把握状況は、昨年度とほぼ同様である)。この投資教育の把握状況を、従業員規模別に整理したものが図4であり、従業員規模が大きくなるに従って、「把握する予定はない」の割合は顕著に減少し、「今後把握する予定である」割合が高まることがわかる。「把握している」割合については、明確な規模の傾向はみられない。

<図4 規模別 投資教育の把握状況>



6) 「導入後の退職給付割合」を比較してみると、「把握している」企業群において、「確定拠出年金」の割合が高いことがわかる(図5)。

<図5 投資教育の把握状況別の退職給付割合>



(6) 手数料について

各種手数料については、運用関連業務、記録関連業務そして資産管理業務に分け、さらに各々について初期費用と月額維持管理費用を設問し、その結果を表18に纏めている（なお、数値は1人当たりの手数料金額）。

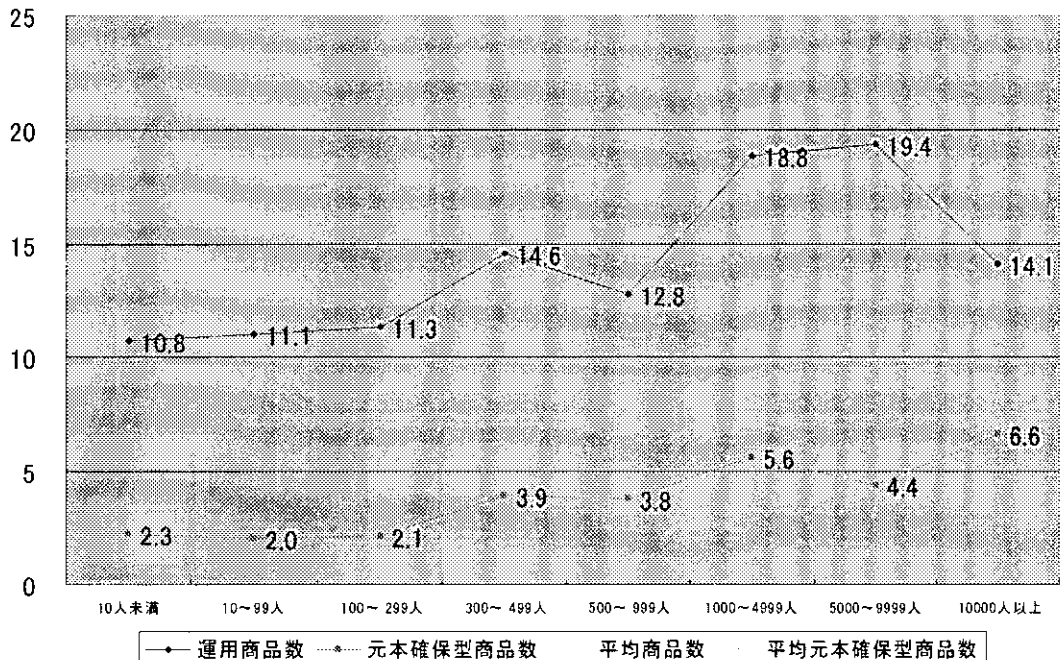
<表18 各種手数料の1人当たり金額>

	初期費用 (円)	維持管理費用 (円/月)
運用関連業務	2, 786	240
記録関連業務	1, 188	276
資産管理業務	450	119
投資教育	2, 484	54

(7) 運用商品について

1) 事業主が加入者に提供している運用商品数は、平均で12.9（昨年度は13.3）であり、その内の元本確保型商品数は平均で3.2（同 2.9）である。従業員規模別とその相違をみると、従業員規模別に応じて運用商品数が多くなる傾向にある（図6）。

<図6 従業員規模別の運用商品数>



2) 従業員1人当りの運用残高割合を商品類型別にみると、「預貯金」50%が高く、続く「株式投資信託」「保険商品」は各々25%、11%となっている。年齢別にみると、年齢層が上がるにつれて「預貯金」の割合が増加し、「株式投資信託」の割合が低下する傾向にある(単位は%) (表19)。

＜表19 年代別 商品類型別の残高割合＞

商品類型	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	全体
預貯金	40	44	48	50	56	50
信託商品	0	4	4	3	2	4
公社債投信	9	3	5	5	4	5
株式投信	36	34	28	28	23	25
債券	1	4	4	3	2	4
株式	2	1	1	1	0	2
保険商品	11	11	11	11	13	11
合計	100	100	100	100	100	100

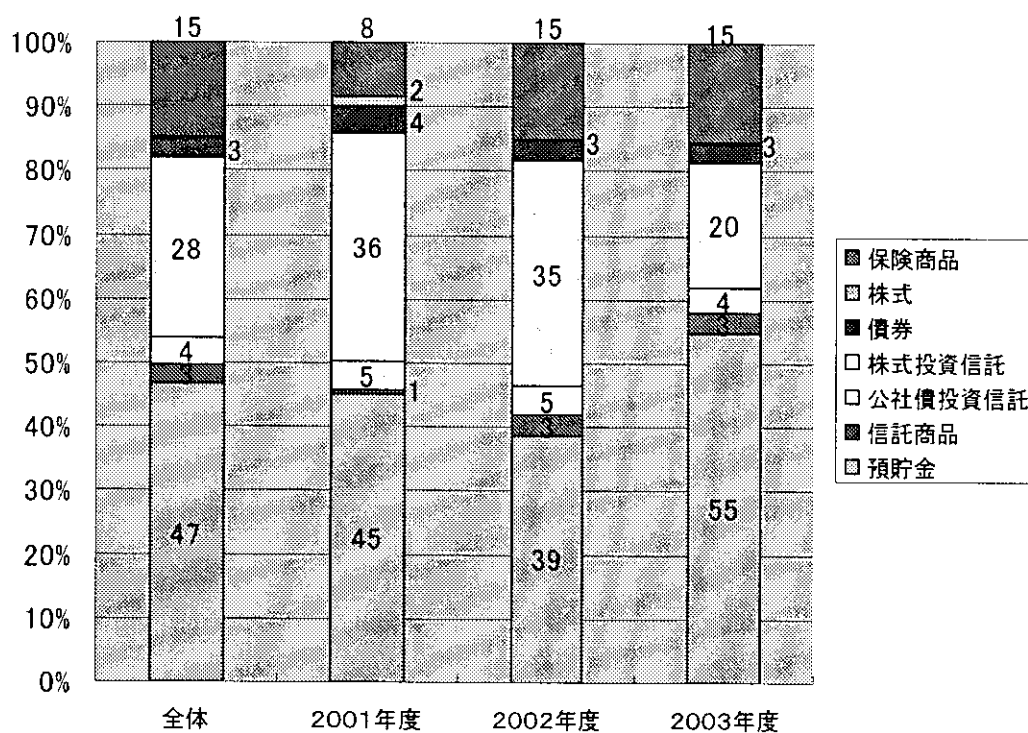
＜参考表 年代別 商品類型別の残高割合＞ (昨年度調査)

商品類型	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代
預貯金	44	39	35	33	36
信託商品	0	2	2	1	1
公社債投信	15	16	16	13	17
株式投信	33	36	38	44	38
債券	2	2	3	2	2
株式	3	2	2	2	2
保険商品	3	5	5	5	5
計	100	100	100	100	100

出所) 前掲「確定拠出年金制度の運用実態に関する調査研究」p.74

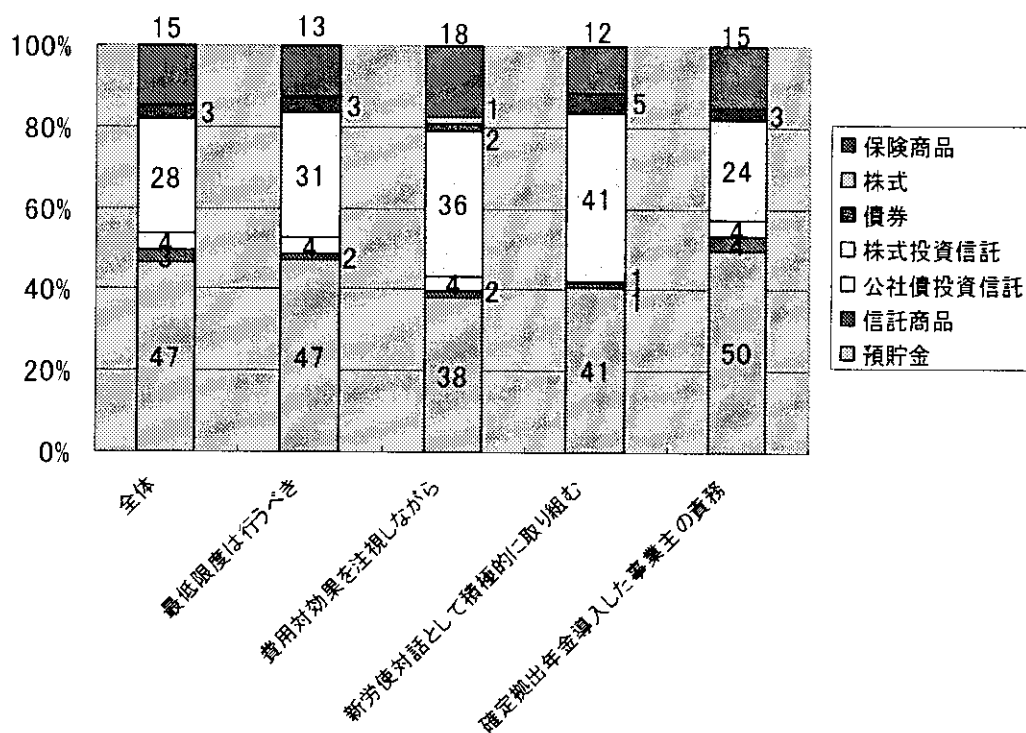
3) 運用残高割合を導入年度別に比較すると、2003年度に導入した企業で、「預貯金」の割合が高く、「株式投資信託」の割合が低いことがわかる(図7)。

<図7 導入年度別の運用残高割合>



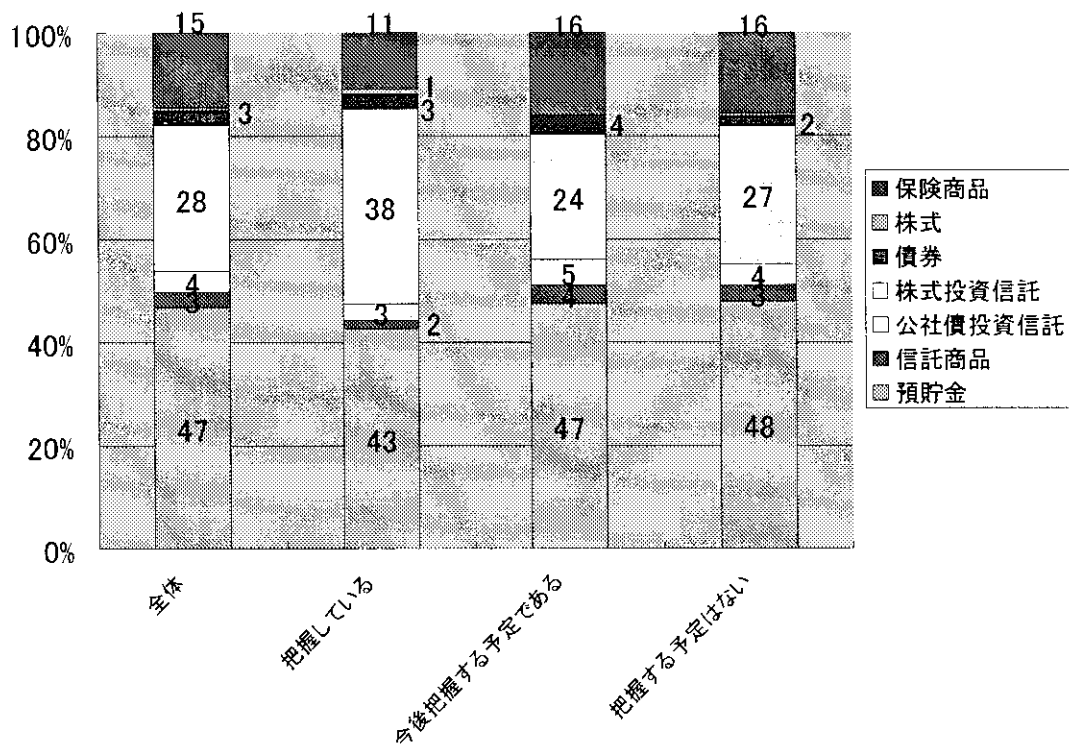
4) 投資教育の取組み別に運用残高割合を比較すると、「最低限度は行うべき」「事業主の責務」とする企業群では、リスクをとらない運用行動となっていることがわかる (図8)。

<図8 投資教育への取組み姿勢別の運用残高割合>



5) 投資教育の把握状況別に、運用残高割合を比較すると、「把握している」企業群で、「預貯金」割合が低く、「株式投資信託」割合が高い傾向がみられる（図9）。

<図9 投資教育の把握状況別の運用残高割合>



2 企業型加入者調査

企業型加入者調査のサンプルは、総数327人で、平均年齢は、38.7歳である。性別では、男性251人(77%)、女性76人(23%)である。加入形態別では、勤務先での一律適用者215人(66%)、希望による加入者109人(33%)である。また、年齢構成は表20の通りである。

<表20 回答加入者の年齢別内訳>

年齢区分	人数(人)	割合(%)
20歳以上25歳未満	16	5
25歳以上30歳未満	44	14
30歳以上35歳未満	56	17
35歳以上40歳未満	67	21
40歳以上45歳未満	61	19
45歳以上50歳未満	37	11
50歳以上55歳未満	14	4
55歳以上60歳未満	30	9
合計	327人(内、不明2人)	100

(1) 加入状況について

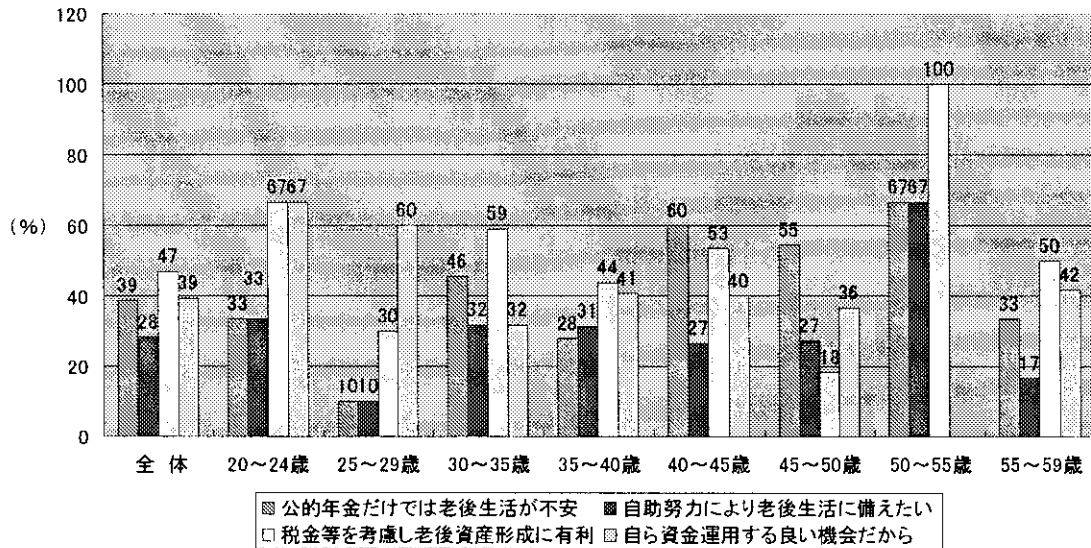
1) 加入理由として、「税金等を考慮して老後資産形成に有利」47%、「自ら資金運用する良い機会」39%、「公的年金だけでは老後生活が不安」39%そして「自助努力により老後生活に備える」28%などの割合が高い(希望による加入者のみを対象として、3つまで選択)。

<表21 加入理由>

加入理由	割合(%)
税金等を考慮して老後資産形成に有利	47
自ら資金運用する良い機会	39
公的年金だけでは老後生活が不安	39
自助努力により老後生活に備える	28
転職しても損にならず継続して資産形成できる	17
企業年金・退職金が十分でなく不安だから	16
家族や周囲に薦められたから	2
その他	5
不明	4

2) 主要理由に限定して年齢別に比較すると、20歳代で「自ら運用する良い機会」を選択する割合が高い。30歳代前半と40歳代、50歳代前半で、「公的年金だけでは老後生活が不安」を選択する割合が高い(図10)。

<図10 年代別の加入理由>



(2) 投資教育の状況と従業員による評価

1) 投資教育を中心とした、従業員教育の実施方法別理解度と内容別の理解度は、下表に纏められている。「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」の合計割合は8割近いが、「資産運用方法」と「運用商品」では6割にみえない(単位は%) (表21、22)。

<表21 教育方法別の理解度>

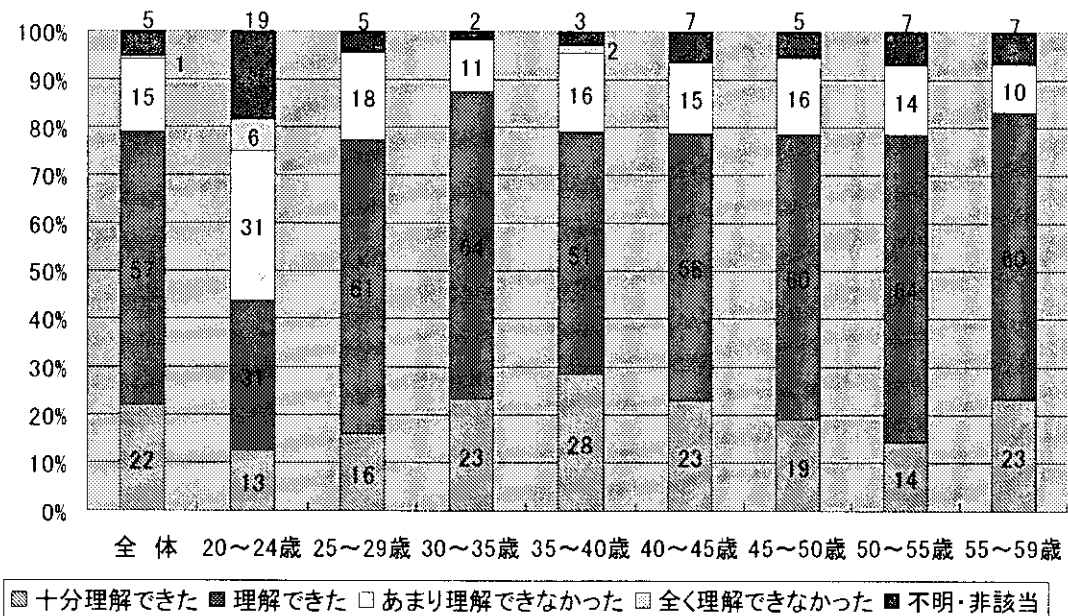
教育方法	十分理解できた	理解できた	あまり理解できなかった	全く理解できなかった	不明
説明会	23	60	16	1	0
資料配布	20	53	24	2	0
ウェブ・サイト	20	49	29	2	0
ビデオ・DVD	32	54	12	1	1

<表 2 2 教育内容別の理解度>

教育内容	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
制度内容	26	54	13	0	7
加入手続き	22	54	15	1	7
資産運用方法	14	45	34	1	6
運用商品	12	45	35	2	7

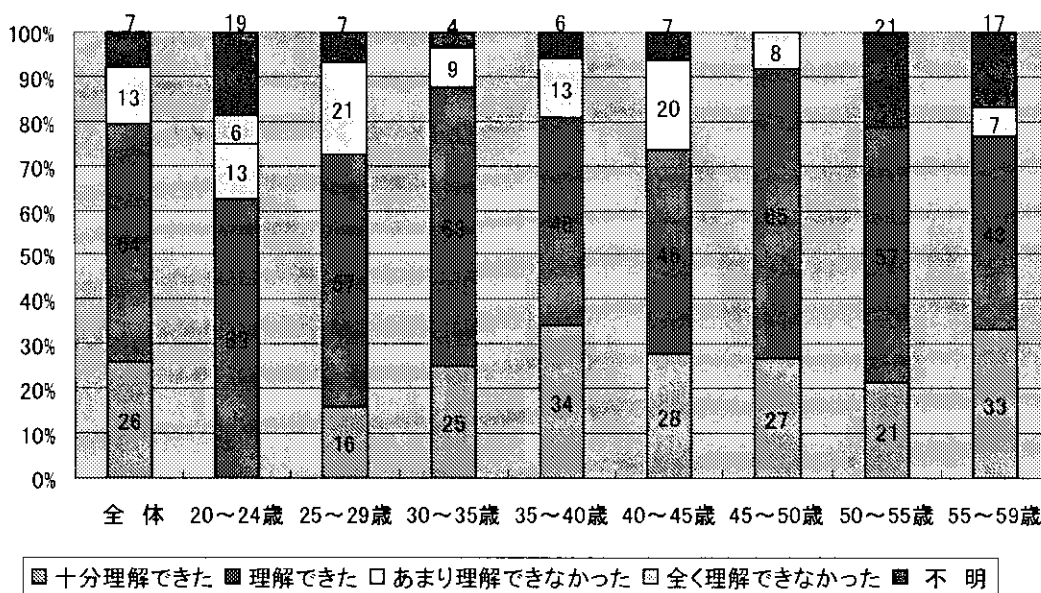
2) 「説明会の理解度」を年齢別に比較すると、20歳代前半を除いて、「十分理解できた」「理解できた」の合計割合は、8割前後と高くなっている(図11)。

<図 1 1 年齢別 説明会の理解度>



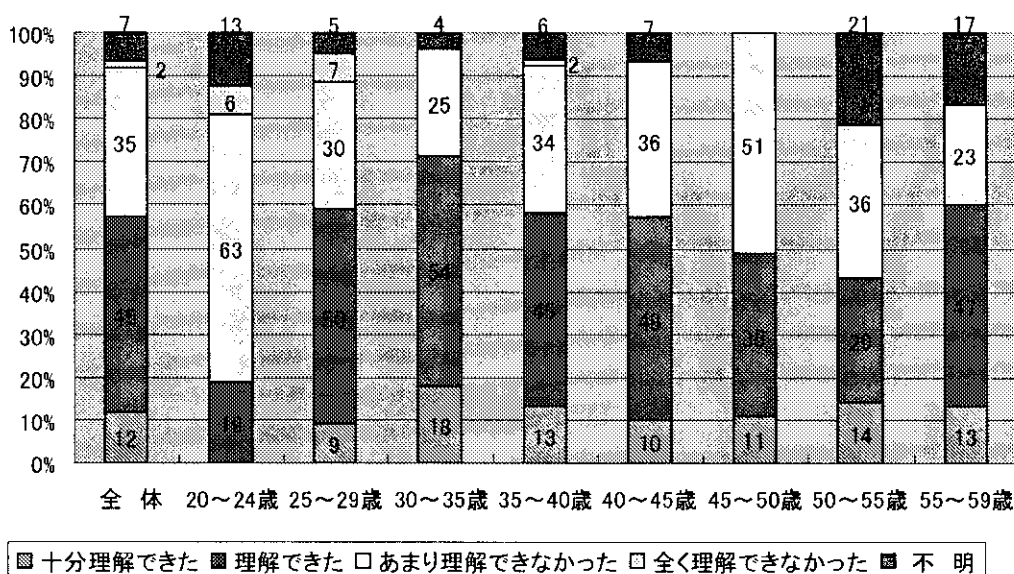
3) 投資教育内容別の理解度を、年齢毎に比較している。「制度内容の理解度」については、20歳代前半で「理解できた」割合が63%となっている以外、他の年齢層では「十分理解できた」「理解できた」の合計割合は7割を超えている(図12)。

<図12 年齢別 制度内容の理解度>



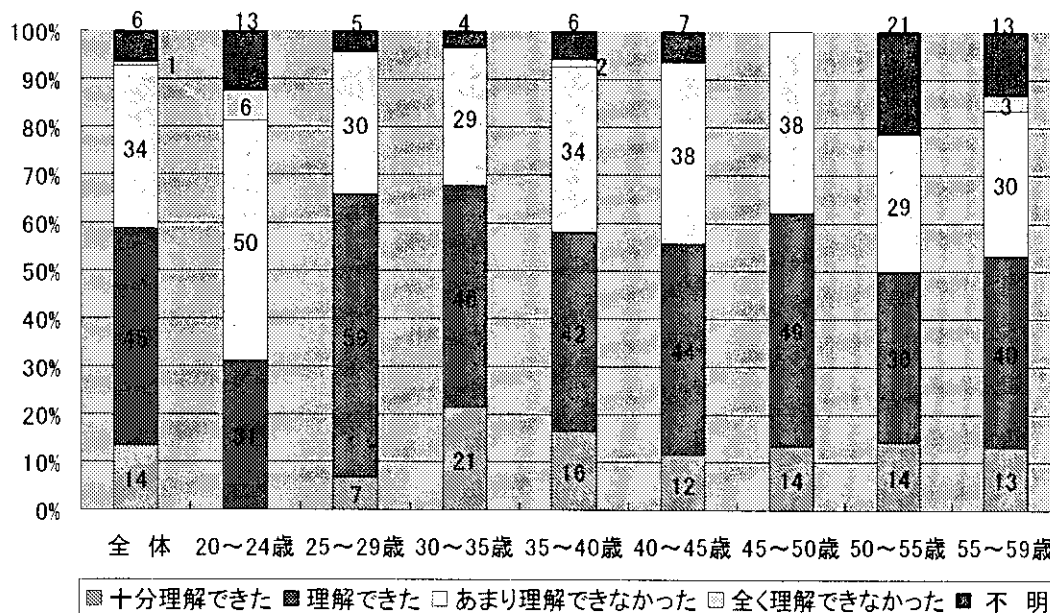
4) 「運用商品の理解度」は、20歳代前半で極端に低く、また40歳代後半と50歳代前半でも低くなっている。これに対して、30歳代前半では「十分理解できた」「理解できた」の合計割合が72%と高い。その他の年齢層では、その割合は4割弱から6割程度である(図13)。

<図13 年齢別 運用商品の理解度>



5) 「運用方法の理解度」は、20歳代前半で低い以外、他の年齢層では「十分理解できた」「理解できた」の合計割合は5割から7割弱である(図14)。

<図14 年齢別 運用方法の理解度>



6) 「投資アドバイスの意向」を質問したところ、一般的な投資教育に加えて、具体的な運用方法・運用商品のアドバイスを受けたいと考えている加入者は69%に上る(昨年度と同程度)。具体的なアドバイスを受けたい機関としては、「第三者的な投資専門機関」57%、「自社の運営管理機関」36%であり、「自社」は4%に止まっている。なお、「投資アドバイスの意向」を年齢別にみると、若年層でやや高い傾向にある。

(3) 運営管理機関について

1) コールセンターの利用状況については、「利用経験がある」は約2割、「利用経験がない」は約8割である。一方、ウェブ・サイトの利用状況については、利用したことがある加入者は64%、利用したことがない者は36%となっている（昨年度は、各々42%と58%）。また、利用頻度については、「週1回程度」「月2、3回程度」は1割以下にすぎず、「ほとんど利用しない」が2割となっている（表23）。

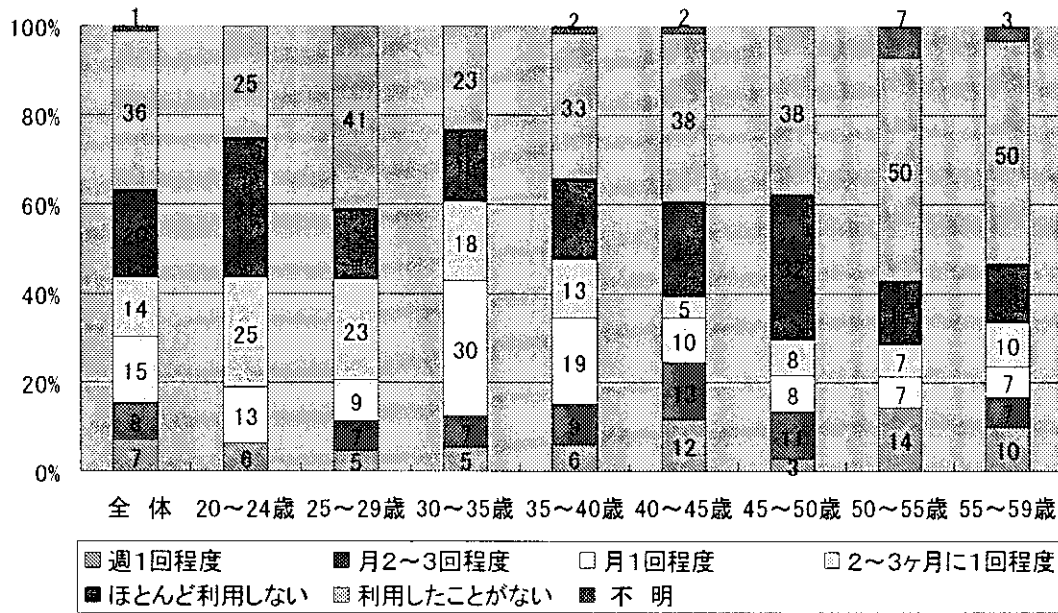
<表23 CCとWSの利用状況>

利用頻度	コールセンター (%)	ウェブ・サイト (%)
週1回程度	0	7
月2～3回程度	0	8
月1回程度	2	15
2～3ヶ月に1回程度	5	14
ほとんど利用しない	13	20
利用したことがない	79	36
合計	100	100

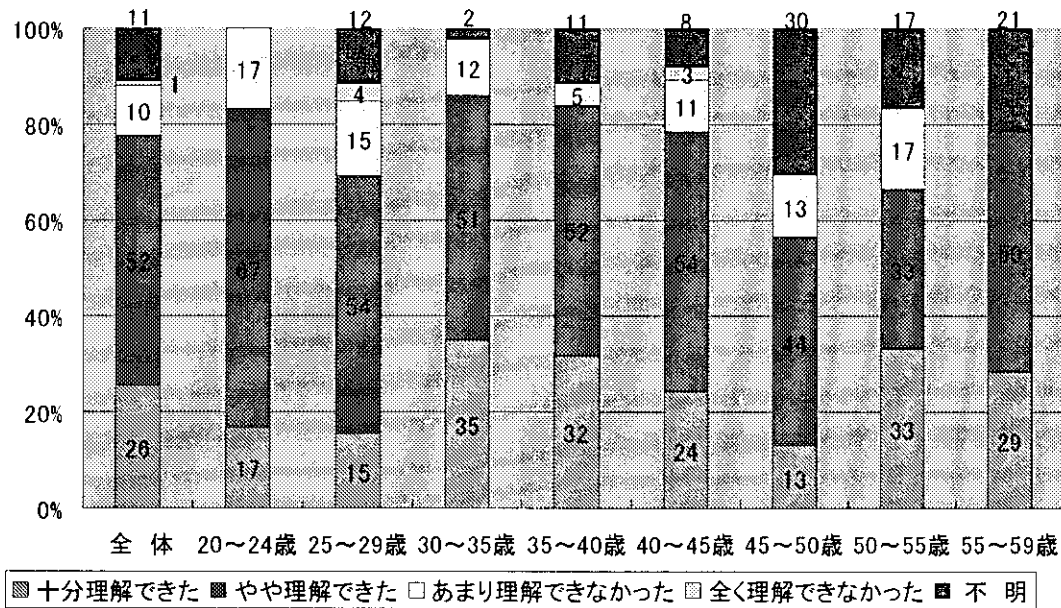
2) 年齢別にウェブ・サイトの利用状況を比較すると、「ほとんど利用しない」「利用したことがない」の合計割合は、40歳代後半で7割と高いほか、概ね5割を超えている。一方、頻繁に利用する割合は、30歳代前半で高い（図15）。

3) 利用者のウェブ・サイト理解度は高く、「十分理解できた」「理解できた」合計割合は、平均で8割を超えている。年齢別にみて理解度が低いのは、20歳代後半、40歳代後半そして50歳代前半である（図16）。

<図15 年齢別 ウェブ・サイトの利用状況>



<図16 年齢別 ウェブ・サイトの理解度>



4) コールセンターの利用目的については、「制度内容」24%、「加入手続き」15%、「運用商品」38%そして「その他」14%となっている(複数回答)。一方、ウェブ・サイトの利用目的については、「制度内容」14%、「加入手続き」8%、「運用商品」75%そして「その他」14%であり、「運用商品」に関する利用が圧倒的である(同)(表24)。

<表24 CCとWSの利用目的>

利用内容	コールセンター (%)	ウェブ・サイト (%)
制度内容	24	14
加入手続き	15	8
運用商品	38	75
その他	14	14
不明	29	11

5) 記録管理会社からの通知書の理解度については、「十分理解できた」14%、「やや理解できた」52%となっており、ある程度理解はえられている(表25)。一方、理解できなかったときの対応としては、「コールセンターに問い合わせた」4%、「事業主に確認した」11%にすぎず、「何もしなかった」割合は77%に上っている(表26)。

<表25 通知書の理解度>

理解度	割合 (%)
十分理解できた	14
やや理解できた	52
あまり理解できなかった	24
全く理解できなかった	3
不明	8
合計	100

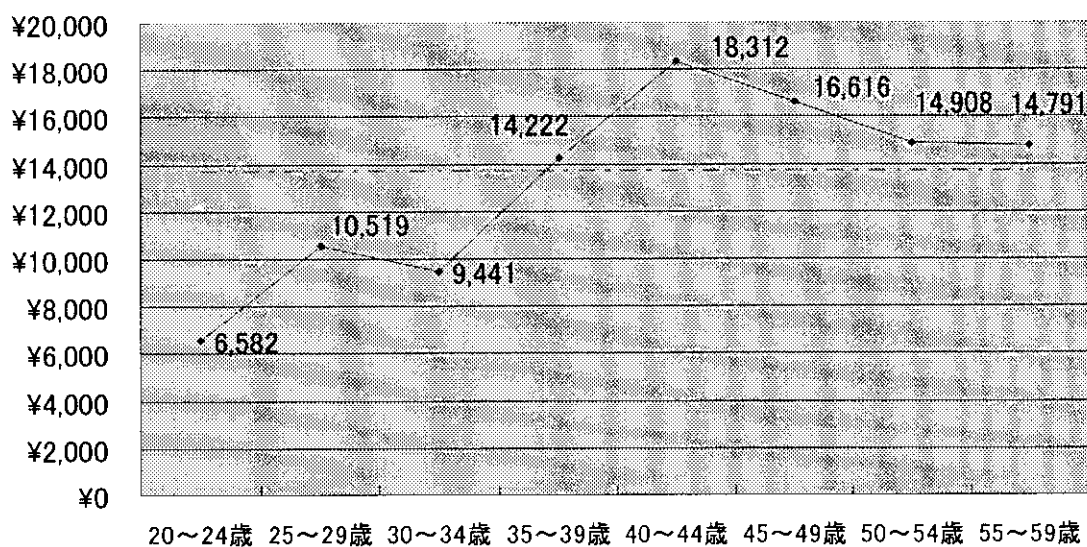
<表26 通知書が理解できなかったときの対応>

理解できなかったときの対応	割合 (%)
コールセンターに問い合わせた	4
事業主に確認	11
何もしなかった	77
その他	6
不明	3
合計	100

(4) 掛金、運用状況について

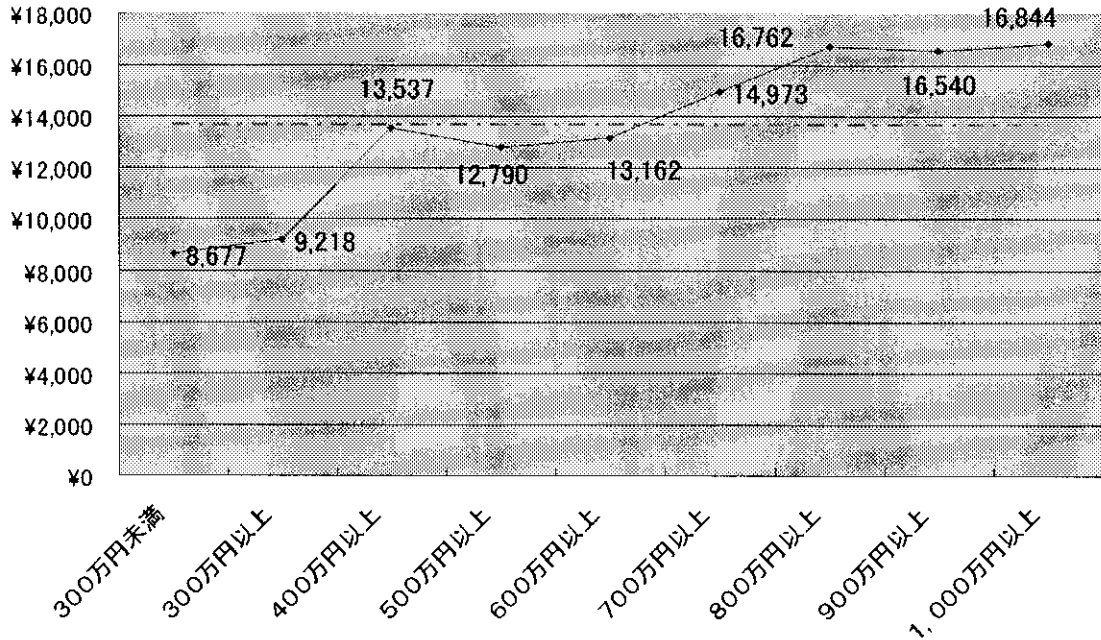
1) 確定拠出年金への平均掛金月額は13,691円(昨年度 同14,122円)であり、それを年齢別に比較すると、30歳代後半以降の年齢層では14,000円を超えている(図17)。

<図17 年齢別 平均掛金月額>



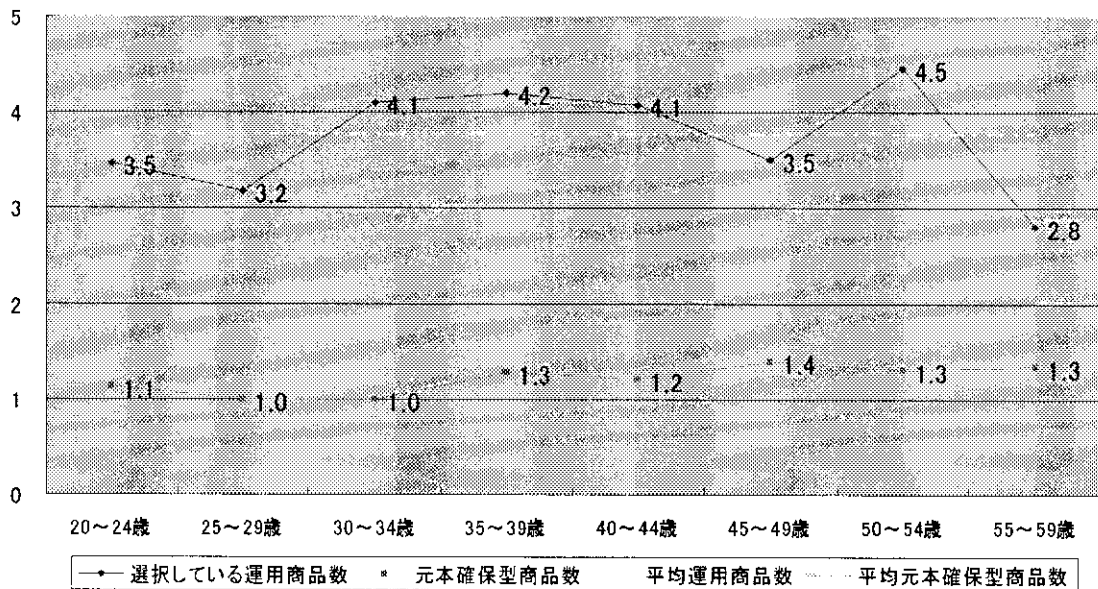
2) 確定拠出年金の掛金月額を年収別に比較すると、概ね年収に応じて掛金月額は上昇しており、年収800万円以上では16,000円を超えている(図18)。

<図18 年収別 平均掛金月額>



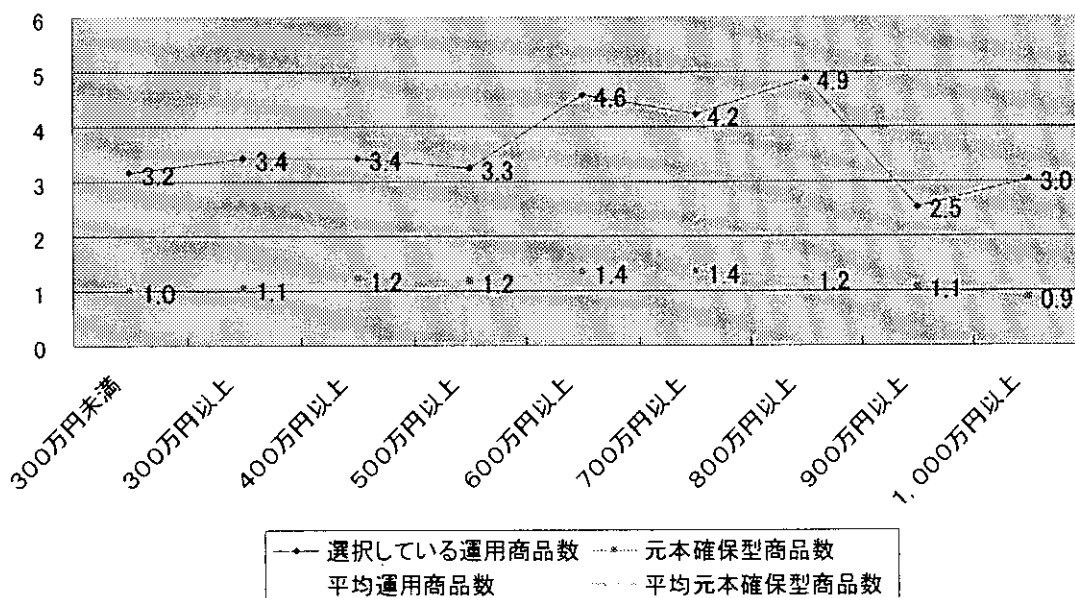
3) 加入者が選択している運用商品総数は平均で3.8であり、その内の元本確保型商品数は1.2である。年齢別にみると、運用商品総数は、50歳代前半で最高の4.5、50歳代後半で最低の2.8となっている(図19)。

<図19 年齢別 運用商品数>



4) 運用商品総数と元本確保型商品数を年収別にみると、総数について、年収800万円台で最高の4.9であり、年収900万円台で最低の2.5となっている(図20)。

<図20 年収別 運用商品数>



5) 運用商品類型別の残高割合では、「株式投資信託」37%（昨年度は46%）と「預貯金」33%（昨年度は32%）の割合が飛び抜けて高く、それに続く「債券」と「保険商品」は1割（昨年度は6%と8%）である(表27)。

<表27 商品類型別 残高割合>

商品類型	残高割合 (%)
預貯金	33
信託商品	3
公社債投資信託	4
株式投資信託	37
債券	10
株式	3
保険商品	10
合計	100

6) これまでの運用商品の変更経験と、その理由について質問している。調査時点まで変更経験のある回答加入者は少数であり、その平均値は僅か0.4回である。変更理由については、「経済環境などの変化」71%、「運用商品の実績値」35%となっている（複数回答）（表28）。また、運用商品や残高割合の変更役に役立った情報源としては、「運営管理機関のウェブ・サイト」54%が高い割合を占めている（表29）。

<表28 運用商品の変更理由>

変更理由	割合 (%)
経済環境やマーケット状況の変化	71
ライフ・プランや資金計画の変化	6
当該運用商品の実績値からの変更判断	35
当該運用商品への理解が深まったこと	4
その他	4

<表29 運用商品・残高割合変更の情報源>

情報源	割合 (%)
運営管理機関のコールセンター	6
運営管理機関のウェブ・サイト	54
専門コンサルタント	4
金融関係専門誌	13
その他	24