

厚生労働科学研究費補助金  
政策科学推進研究事業

確定拠出年金制度の運用実態  
に関する調査研究

平成 14 年度～16 年度 総合研究報告書

主任研究者 田村 正雄

平成 17 (2005) 年 3 月

## 目 次

確定拠出年金制度の運用実態に関する調査研究……………	3
主任研究者 田村正雄	
アンケート及びヒアリング調査結果の概要……………	4
分担研究者 石田成則	
1 実態調査の総括……………	4
2 平成14年度アンケート調査結果概要……………	21
3 平成15年度アンケート調査結果概要……………	25
4 平成16年度ヒアリング調査結果概要……………	30

# 厚生労働科学研究費補助金（政策科学推進研究事業）

## 総合研究報告書

### 確定拠出年金制度の運用実態に関する調査研究

主任研究者 田村 正雄 社団法人生活福祉研究機構理事

#### 研究要旨

確定拠出年金は、従来の確定給付年金とは基本的に異なる制度内容・運営方法がとられていることから、制度の定着と適正な運営を早急に実現していくためには、新たな見地からの基礎的な調査研究が必要であり、企業と加入者側からの制度運営への取り組みの実態を明らかにする必要がある。わが国では、国民が投資に慣れていない状況があり、どのような投資教育が行われているのか、また、それによりどのような投資行動をとっているのか、そして、何が投資行動を決定させているのかを明らかにすることは緊喫の課題である。さらに、加入者が年金資産を円滑に形成していくためにも、退職給付制度の見直しや限度額引き上げなどのインパクトを分析するとともに、投資教育の評価を検討し、望ましい投資教育の方向を示すことが求められている。こうした視点から、平成14・15年度にアンケート調査を実施し、「制度概要」「加入状況」「投資教育の現況」「運用商品の残高割合」および「関連業務」などを調査・分析をし、16年度にはヒアリング調査を実施して、「投資教育のあり方」を検討した。この3年間の調査研究によって、投資教育の理解度とそれを決める要因および運用商品決定との関連、投資教育のプロセス、企業と加入者の問題意識、費用対効果などを明らかにするとともに、企業や関係機関における取り組み課題を提示した。

# アンケート及びヒアリング調査結果の概要

分担研究者 石田 成則 山口大学経済学部教授

## 1 実態調査の総括

現在、公的・私的年金の財政を取り巻く環境は更に逼迫し、その改善策や代替策が模索されている。そのなかで、2001年10月より導入された、企業型の確定拠出年金は加入者が120万人に近づき、個人型についても約4.2万人の加入者がある（平成17年1月末速報値）。企業・事業主側の退職給付改革の流れや労働市場の流動化のなかで、今後更に伸長が見込まれている。ただ、順調に成長しているようにみえる確定拠出年金であるが、その実態を調査すると、個別企業や関連金融機関の取組みだけでなく、政策的な側面での課題を垣間見ることができる。

たとえば、制度スキームのなかで、複数の金融業態が関与する形で、多様な形態の業務が行われ、競争も展開されている。こうした各種サービスの提供には、取引費用が発生し、時にそれが導入企業の過重負担になることもある。確定拠出年金をめぐる各種業務の費用・手数料の適正水準を、一概に決定することはできなが、費用・手数料における規模の影響は、中小企業への普及を考える際に、不可欠の要因となる。費用・手数料の適正化を指向しながら、中小企業への普及促進の阻害要因を除去していくことが肝要である。また、先行する実態調査では、資産管理機関の選任理由ではコスト要因が重視されるのに対して、運営管理機関ではサービス内容の充実が重要で、コスト要因は二の次であることが明らかにされた。しかし、運営管理機関のサービス内容が定型化されるに従い、コスト要因が重要な判断基準となるであろう。とくに、今後の加入者と運用資産残高の増加に伴い、投資教育の重要性が指摘されているが、こうしたサービスを受けるための負担が高まることは、制度導入への逆風となりかねない。こうした問題を解決するためにも、現状を把握しておくことが一義的に大切である。

本実態調査では、導入された確定拠出年金の制度概要、加入・掛金状況、投資教育の現状そして運用資産残高の現況などを中心に、2年間のアンケート調査（企業調査と個人・加入者調査）を実施し、また3年目の最終年度には個別企業・事業主に対するヒアリング調査を行った。各年度毎の調査結果については、第2部を参照頂くとして、ここでは、投

投資教育への事業主の取組み状況と教育内容に対する加入者の理解度を概観し、それと運用残高割合との関連性を中心に、3年間の調査結果を纏める。

まず、投資教育の内容を「制度内容」、「加入手続き」、「資産運用方法」そして「運用商品」について分けてその理解度を4段階に区分して質問した結果、「制度内容」および「加入手続き」については、「十分理解できた」「理解できた」という割合がかなり高く、8割に近いという状況にあるが、「資産運用方法」と「運用商品」については「十分理解できた」「理解できた」という割合は相対的に低く、「あまり理解できなかった」「全く理解できなかった」を合計すると3割5分から4割に近くなっている。こうした内容については、ある意味では理解の二極分化が進んでいる可能性がある。

つぎに、投資教育の理解度を決める要因について、統計的に調査した。投資教育の内容については、「運用商品」に対する理解度を取り上げてみる。その結果、性別では男性の方が理解度が高く、実施主体については、自社よりも運営管理機関が実施したほうが理解度が高くなっていた（ただし、統計的有意度は低い）。それから、ウェブ・サイトの利用経験が非常に高い加入者は運用商品の理解度が高く出ている。さらに、年収が高い人ほど運用商品の理解度が高く、また投資経験（代理変数）によっても理解度が高められることが明示された（図表1と2を参照のこと）。

つぎに、投資教育の理解度と運用商品の決定についての関連性、相関性を統計的に検証した。そのために、「事業主、運営管理機関が投資教育へ積極的に取組み、運用商品の理解度が高い企業では、加入者が危険資産を保有できる環境が整っている」とした仮説を立て、それを実証するプロセスを採用した。確かに、投資教育の効果というのは危険資産を保有するというだけでなく、「分散・長期投資」や「複利効果」への理解、それから確定拠出年金内の想定金利を超えるよりアクティブな選択行動をしていることなどによって確認される。さらには、「提供された情報に対して感応的にスイッチングをしている」ことも効果として捉えられる。そうしたなかで、ここでは「想定金利を超えるアクティブな選択行動、とくに危険資産を多く保有している」ことをひとつの効果として、検証を行った（個別運用商品と理解度の関係については、図表3を参照のこと）。

具体的には、企業・事業主側の積極性を、アンケートのふたつの項目、「投資教育への取組み姿勢」と「投資教育効果の把握状況」の選択項目によって区分した。前者については、「最低限度は行うべき」「事業主の責務」を相対的に消極的なグループに区分し、「費用対効果を注視しなが

ら」や「新労使対話として積極的に取り組む」を選択した企業・事業主を積極的なグループとした。一方、「投資教育効果の把握状況」については、「現在何らかの方法で把握している」、「今後把握する予定」、そして「把握する予定はない」を3つのグループに区分して、各グループに属している加入者の運用資産残高の相違を検証した。その結果、以下のような結論を得た（図表4から6を参照のこと）。

1) 投資教育を積極的に行っている企業に所属する加入者は、株式投資信託に対する比率が高くなっている。それに対して、投資教育があまり積極的でないところでは、預貯金や保険商品の割合が高くなっている。

2) さらに、個別資産を超えて、危険資産（株式投資信託、債券、株式）と安全資産（預貯金、保険商品）に区分して検証を行った結果、積極的に投資教育を行い、なおかつ、投資教育効果をきちっと把握している企業では、そこに所属している加入者は危険資産を積極的に保有している現状を確認することができた。

こうした現状分析を踏まえて、投資教育を中心としたヒアリング調査を実施した。そこから、事業主、運営管理機関、それから政府・行政に対する課題を拾い上げる作業を行った。まず、導入企業・事業主における問題意識として、とにかく各加入者の意識、知識、意欲の二極分化現象が起こっており、しかもその現象は年を経るに従って深刻化している現状が明らかにされた。投資教育に関する集合・合同説明会は大きなイベントであるが、そのイベントだけで終わらせるのではなく、やはり教育である限りは段階・ステップが必要で、投資教育をプロセスとして把握することが重要である。そして、その段階・ステップに応じた的確な情報を提供していくことが非常に有益である。

さらに、当然導入前・導入後、そしてさらに運用成果・結果が出たあとでは、当然、投資教育に対する取組み姿勢、考え方は違ってくる。そういう意味で、ラーニング・バイ・ドゥーイング、実際に投資を行いながら学習していくというプロセスが大事になってくる。さらに、公私年金を取り巻く環境変化を十分に理解してもらい、納得してまた自発的に取り組ませる工夫も要する。それにより、たとえ運用の成果が多少悪くても、自分自身の投資ポリシーに照らして、理解・納得することが可能となる。この際には、投資に関する目的意識を明確にすることも重要である。つまり定年までの生活をどう設計し、退職後の生活設計はどうしたいのか、そして投資の果実・成果をどう活用するのか、こうした生活

価値観の確立も重要な課題である。

一方で、投資教育に関する費用対効果も大きな問題である。これに対して、投資教育サービスを提供する明確な目標を設定しておく必要がある。段階的に適宜、必要な情報を提供するプロセスを踏んでいけば、情報量を絞ることができる。それにより、投資教育の時間を短縮し情報量を適正化できるだけでなく、加入者にポイントを理解させることも可能になる。これに関連して、投資教育の理解度を、定性的・定量的に把握していく手法が課題となる。これについては、運営管理機関との協働が重要であり、理解度に関する情報を如何に活用していくか、事業主側の明確な目的意識とフィードバック方法の確立が要請される。

ただし現実には、頭や知識としてはわかっている、現実の投資行動には結びつかない事例も多く散見される。さらに、「実際に投資もやってみたい。だけど、虎の子の大事な老後の資産だし、それを危険資産に投資していくというのにはやはりひとつ壁がある」という加入者の声もかなり多い。費用対効果に着目しながら、対人や対面での相談機能を充実していくことが望まれている。

そして、事業主は投資教育を最低限度の責務として捉える姿勢よりも、従業員教育の一環として積極的な意義を見出していく発想も肝要である。ひとつには、外部・利害関係者に対して説明責任を果たすためにも、運営管理機関と一緒に投資方針・ポリシーを明確に打ち出しながら、それにそって運用商品の選定を行うべきである。同時に、投資教育の進展具合を見ながら、また加入者側の理解度の深まりに応じて、運用商品を入替える際にも、こうした方針は生きてくる。このようなプロセスは、加入者の確実な退職資産形成を支援することになる。また別の観点からは、積極的な投資教育を行うことによって、従業員の時間的視野、リスク許容度などの資質を変え、それを労働生産性の向上や業務効率の改善につなげていく姿勢も必要になる。投資教育の波及効果をも考慮することで、費用対効果のあり方を超えて、積極的、かつ‘攻めの姿勢’で投資教育に取り組むことが望ましい。

最後にヒアリング調査から明らかにされた、政府・行政側の課題を挙げる。そのひとつは、中立性・公共性を要請される投資教育と、個別のアドバイスすなわち投資助言や運用商品の推奨とが不分明であることは、明らかに投資教育に歯止めをかけることになってしまう。そこで、1996年に米国で策定された投資教育に関するガイドラインに類するものを制定していく必要がある。米国のガイドラインでは「アセットアロケーションのモデルを組んで、こういう分散投資をやれば想定金利を超えることができる」また「個々の商品を推奨するというについても、すべ

ての商品を網羅的に扱えば、これは投資助言・商品推奨に当たらない」などが明確に規定された。その後米国において、投資教育が活性化したことを考えれば、こうしたガイドラインの策定も投資教育を促進する基盤を形成することになる。これに合わせて、「臆病な貯蓄家」から「賢い投資家」へ、加入者を導いていくための金融消費者教育についても、米国の事例が一部で参考になる。

また、投資教育が単なる情報提供ではなく、従業員教育の一環である限り、やはり目標や達成を明確にし、さらにそれに対する評価も必要となる。従業員の構成や業種・職種そして地域性など、導入企業に違いがあり、一律の投資教育形態を押しつけることは有効ではないが、加入者が自己責任を果たしうる最低限の環境を整備するために、投資教育を促進することは行政の役割である。その意味では、運営管理機関が行う公共性が高い投資教育サービスをきちっと労使が評価し、そしてさらにその取組みを企業の利害関係者が評価する。こういう二重の評価システムの確立を、行政側が側面支援することも有益である。

確定拠出年金については、資産価格の変動・ボラティリティが付随し、老後生活に不安定性を持ち込むのだという意見もあった。しかしながら、継続的な投資教育によりさまざまな情報提供を行って、ある程度、状況に適應する能力を身につけさせることができれば、資産運用自体は変動性が高いとしても、それに対して冷静に、かつ長期的視野で対処することが可能となり、こうした批判は当たらない。つまり確定拠出年金という制度と適正な投資教育というものがセットになれば、加入者の資産形成に確実に寄与することで、彼らの老後生活を豊かに、かつ安定したものにできる。あわせて、勤労・就労所得と資産所得のバランスをとることを可能にし、金融・株式市場を下支えする「賢い投資家」の養成にも繋がるのである。



<参考資料>

図表 1 運用商品の理解度に影響する要因（企業型加入者）

運用商品の理解度	企業型加入者	
説明変数	係数	t 値
定数	0.036	0.196
年齢	-0.033	-1.228
性別	0.147	1.428*
加入形態	-0.025	-0.286
実施機関 自社ダミー	-0.031	-0.327
実施機関 運営管理機関ダミー	0.114	1.232
コールセンターの利用経験	0.010	0.176
ウェブの利用経験	0.048	1.806**
年収	0.062	2.503***
サンプル数	286	

(注) \* (アスタリスク) が付いている説明変数が統計的に有意

図表 2 運用商品の理解度に影響する要因（企業型加入者）

運用商品の理解度	企業型加入者	
説明変数	係数	t 値
定数	-0.060	-0.321
性別	0.194	1.957**
加入形態	-0.032	-0.371
実施機関 自社ダミー	-0.021	-0.216
実施機関 運営管理機関ダミー	0.112	1.215
コールセンターの利用経験	0.008	0.136
ウェブの利用経験	0.055	2.069**
投資経験	0.072	1.654**
サンプル数	286	

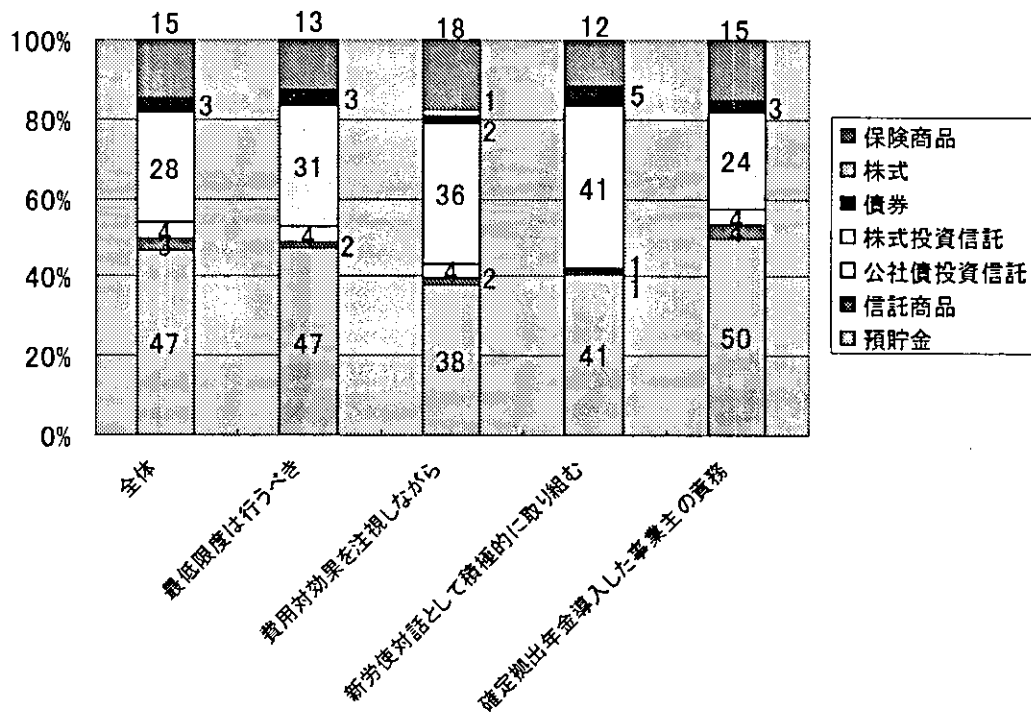
(注) \* (アスタリスク) が付いている説明変数が統計的に有意

図表3 運用商品選択に関する検証結果(1)

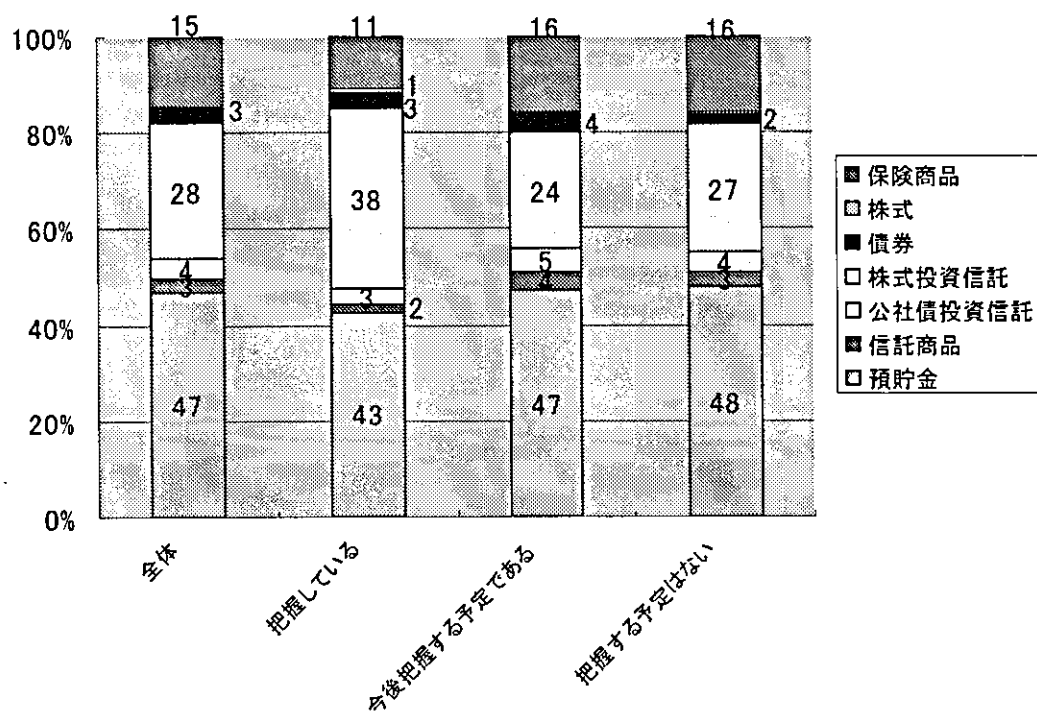
一元配置分散分析	F 値	自由度	有意確率
預貯金	2.885	260	0.036
公社債投資信託	1.360	260	0.255
株式投資信託	3.696	260	0.012
保険商品	0.521	260	0.668

(注) 有意確率が0に近いほど「運用商品の理解度」との関連性が高い

図表4 取組姿勢別の運用残高割合



図表5 投資教育効果の把握状況別の運用残高割合



図表6 運用商品選択に関する検証結果（2）

投資教育の把握状況	F 値	自由度	有意確率
危険資産／全資産	2.741	262	0.066

投資教育の取組姿勢	F 値	自由度	有意確率
危険資産／全資産	5.719	262	0.000

(注) 有意確率が0に近いほど「運用商品の理解度」との関連性が高い

〈確定拠出年金実態アンケート調査結果（クロス集計版）の概要〉

確定拠出年金実態アンケートの企業調査と個人調査について、特に分析が必要と考えられる項目についてクロス集計を行った。その主なポイントは以下のとおりである。

なお、企業調査については15年度調査を中心とし、14年度調査を比較対象とするために、後者の数値については、括弧書きとする。また、個人調査は14年度のみ実施しており、単年度の結果を纏めている。

**企業調査**

◎ 回答企業の特徴

○ 調査回答企業数151社（67社）であり、従業員規模別の分布は以下のとおり（単位は％）。

	10人未満	10人～	100人～	300人～	500人～	1000人～	5000人～	10000人～	不明
事業所規模別社数	3 (3)	30 (22)	19 (7)	9 (7)	9 (5)	17 (11)	5 (1)	7 (8)	3 (3)
加入者規模別社数	3 (3)	36 (24)	15 (10)	8 (7)	12 (10)	9 (7)	3 (1)	5 (3)	8 (2)

I 確定拠出年金の導入理由等について（複数回答）

○「企業会計改革に合わせた退職給付債務の解消」は48％（37％）、  
「従業員が自らライフプランを考える契機」は43％（52％）、  
「企業の財務体質の改善」は42％（27％）、さらに「給与、報酬体系の再構築」は32％（33％）、「福利厚生の実充実・見直し」は26％（37％）、そして「従業員の老後生活保障の多様化」は24％（36％）等の理由が上位を占めていることがわかる。単純比較はできないが、14年度と比較して、15年度では企業財務からの要請の割合が高くなっている。

II 確定拠出年金以外の退職給付について

○ 確定拠出年金以外の退職給付がある割合は全体で66％（70％）で、ない割合は33％（30％）である。

- 確定拠出年金導入前後の退職給付の割合は、全企業の平均では、「厚生年金基金」17%から12%へ、「適格退職年金」49%から8%、また「退職金」30%から18%へ減少している。また、導入後の「確定拠出年金」の割合は平均で58%である（15年度のみ調査）。
- 確定拠出年金の導入にはいくつかのパターンが想定されるが、「既存制度の過去分を一部減額して導入」した割合が62%（23%）と高く、「全く新規に導入」した割合が17%（37%）、「既存制度の過去分をすべて廃止して一本に全面移行」した割合が16%（37%）でこれに続く。単純比較はできないが、14年度と比較して、15年度では「既存制度の過去分を一部減額して導入」した割合が著しく高い。

### Ⅲ 掛金等の状況について

- 規約に定める掛金額の上限金額（月額）の平均は、22,635円（20,418円）。全加入者の平均掛金月額は、12,211円（12,031円）。
- 平均掛金月額を、厚生年金基金や適格退職年金などを採用している「他年金あり」とそれ以外の「他年金なし」に分類すると、前者は8,929円（11,243円）、後者は13,744円（13,608円）となっている。

### Ⅴ 投資教育について（複数回答）

- 投資教育の実施機関は、導入前投資教育では、「自社」48%（67%）、「運営管理機関」83%（66%）、そして「投資教育専門機関」13%（8%）である。両年度を比較すると、14年度と比較して、15年度では「運営管理機関」と「投資教育専門機関」の割合が増加傾向にある。
- 投資教育効果の把握状況では、「把握している」と「今後把握する予定」を合わせて58%（56%）、「把握する予定はない」37%（44%）である。両年度で大きな相違はない。

### Ⅵ 手数料について

- 運営管理業務等にかかる初期費用の1人当たり金額の平均値と維持管理費用の1人当たり金額については下記のとおり。なお、上段が15年度調査結果、下段が14年度調査結果である。

	運用関連業務	記録関連業務	資産管理業務	投資教育
初期費用	2,786円	1,188円	450円	2,484円
	1,857円	1,813円	2,701円	1,795円
維持管理費用	240円	276円	119円	54円
	188円	293円	108円	104円

- 全般的に見て、従業員規模の大きい企業ほど1人当たりの手数料が低くなる傾向がある（14年度調査）。

## VII 運用商品

- 企業が加入者に提供している運用商品数は、平均で12.9（13.3）である。そのうちの元本確保型商品数は平均で3.2（2.9）である。

## 個人調査

### ◎ 回答加入者の特性

加入形態	人数	年齢区分	人数	割合 (%)
回答数	599	回答数	596	100.0
企業型	504	20～24歳	28	4.7
企業での一律適用者	346	25～29歳	110	18.5
希望による加入者	157	30～34歳	121	20.3
不明	1	35～39歳	96	16.1
個人型 計	95	40～44歳	85	14.3
個人型 1号	60	45～49歳	64	10.7
個人型 2号	33	50～54歳	62	10.4
不明	2	55歳以上	30	5.0
不明	2	不明	5	
合計	601	合計	601	

(注) 「企業での一律適用者」：規約で全員一律に加入としている場合の加入者

「希望による加入者」：規約で希望者のみ加入としている場合の加入者

「個人型 1号」：自営業者

「個人型 2号」：サラリーマン

#### I 加入状況について

- 「企業型」では「自ら資金運用する良い機会だから」42%が一番多く、「個人型」では「公的年金だけでは老後生活が不安だから」53%が一番多い「個人型第2号」では「企業年金・退職金だけでは老後生活が不安だから」の比率が企業型加入者と比較して高い。
- 年齢別では、20歳代、30歳代の世代ほど「自ら運用する良い機会」を選択した比率が高く、50歳代では老後の資産を考えた選択が多い。

## II 投資教育について

- 「制度内容の理解度」については、「十分理解できた」は「個人型第1号」が31%で最も高く、「企業型一律適用者」が11%で最も低い、資産運用方法の理解度でも同様の傾向。
- 年齢別では、「制度内容の理解度」は、30歳代、40歳代で高い。

## III 運営管理機関について

- コールセンターの利用状況は、利用経験があるのは約1割。「利用目的」は、「企業型」では「運用商品」に限定、「個人型」では幅広い。
- ウェブサイトの利用状況は、利用経験があるのは、「希望加入者」59%、「一律適用者」40%、「個人型加入者」22%。利用経験は全体で4割だが、20歳代前半、50歳代後半が低く、30歳代前半で約5割と高い。
- ウェブサイトの理解度は、「個人型加入者」では、「十分理解できた」は5割超、「やや理解できた」も加えると9割。両者の合計は、「一律適用者」で77%、「希望加入者」で73%。「十分理解できた」割合は40歳代で高い。
- 通知書の理解度は、「十分理解できた」「やや理解できた」の合計で、「個人型加入者」57%、「希望加入者」50%、「一律適用者」49%となっている。

## IV 資産運用状況について

- 掛金月額平均については、全体では、16,083円で、「企業型」では14,122円、「個人型」では24,327円となっている。
- 運用商品類型毎の資産残高割合は、「企業型」では「預貯金」32%、「株式投資信託」46%。「個人型」では「預貯金」23%、「株式投資信託」37%、「保険商品」13%となっている。

### 〈確定拠出年金実態ヒアリング調査結果の概要〉

16年度調査では、より具体的に確定拠出年金の実態、すなわち導入の経緯、制度概要、投資教育の現状、そして運用状況を把握するために、



企業数を絞り、担当者に対してヒアリング調査を実施した。こうした調査により、実態に即した問題点や課題を明らかにした。

ヒアリング対象企業については、14年度、15年度に実施したアンケート調査に2年連続で協力してくれた企業18社、15年度のみ企業ではていねいに回答が記されている企業21社、合計39社をまず抽出し、そこからさらに業種、従業員規模、所在地などを見て、中小企業を中心に、全体が均等に分散するように絞り込んだ。これに基づいて、平成16年7月末から11月末までに、確定拠出年金を実施している15社に出向き、直接、担当者から「投資教育」を中心に聞き取り調査を行った。

以下では、中心課題である「投資教育」について6項目に分けて、15社の共通項と特殊事例を整理している。詳細については、15社分の事例集を参照のこと。

## I 投資教育の内容

- 多くの企業で、確定拠出年金導入の背景、趣旨、制度の仕組み等を概説し、また自己責任、自助努力の必要性を説明している。
- 確定拠出年金の多くは既存の退職給付の一部を移行したものであるため、制度導入時には移行前後の制度の違いを説明している。このとき、資産運用上の指針となるように、給付設計上の想定利回りも明らかにされている。
- 制度導入時及び新入社員には、資産運用の基礎知識、運用商品の内容については一通りの説明が行われている。また少人数のケースでは、説明内容に関する質疑応答を重視している企業もある。
- 大部分の企業では制度導入後1年程度しか経過していないため、まだ継続教育に対する明確な方針を持っていない。継続教育の一部として、制度内容の周知、運用商品の内容説明を繰り返し行い、また運用実績データを広報している企業もある。

## II 情報提供の具体的方法

- 制度導入時には、例外なく、全加入者に資料・テキストを配布し、またビデオを活用しながら、2時間程度の説明会を開催している。
- 大部分の企業で、ビデオ、コールセンター、Webが情報提供の手段として用いられている。また、DC専用ヘルプデスクを設置している企業もある。
- 継続教育では、一般にはWebサイトによる情報提供が行われ、また相談窓口としてコールセンターが活用されている。自主学習を

支援するために、定期的に役立つ運用関連サイトを紹介している企業がある。

- この他に、一部企業ではフォロー・セミナーを開催し、またライフプラン・セミナーにおいても確定拠出年金の制度と運用を概説している。
- 定期的な運用実績に関するレポートやDCニューズレターの配布等が行われており、運用状況や経済環境についても情報が提供されている。また、こうした機会を捉えて、社内メールにてWebの閲覧などの運用情報収集を促す工夫も行われている。

### Ⅲ 情報提供方法の工夫等

- 説明資料は、絵や図を使い分かりやすいもの、ビジュアル化したものを作成している。このとき、多くの企業で運営管理機関が持っている知識・経験を活用している。
- 説明会の資料作成において、事業主が運営管理機関と事前に相談をするケースも見られる。
- 社内の人事担当者と労働組合が共催して、事前説明会を行う企業もある。
- 一部の大企業では、家族の理解を得るためにビデオを個人に配布している。
- 運営管理機関の相談窓口寄せられた内容を把握し、それを共有することで、継続教育に生かしていこうとする企業がある。
- 運用実績が想定利回りに満たない加入者へ、個別にアドバイスしている場合もある。
- フォロー・セミナーやライフプラン・セミナーの後に、希望者に対して、個別に相談できる対応をとっている企業もある。
- 加入者の知識レベルやライフスタイル等に合わせた、クラス別のセミナーを企画する企業もある。

### Ⅳ 事業主の協力内容

- 多くの企業で、制度導入時の説明会の会場、機材の提供及び就業時間内の実施に便宜を与えている。
- 説明会の前に、外部講師に対して加入者の平均的な知識レベルを伝達している企業もある。
- ビデオの作成等を事業主と運営管理機関が共同して行っている場合も多い。
- 海外勤務者へも説明会ビデオを送付するなど、情報提供に便宜を

図っている企業もある。

- 多くの企業で、投資教育を新入社員研修のプログラムに組み込んでいる。
- 運用結果の分析等を社内報やイントラネットに掲載している企業や、Q & A集及び過去の配布資料をPDFファイル化して、イントラネットに掲載している企業もある。
- PCのない部署のために専用PCコーナーを設ける企業や、昼休みに眺められる程度のテキストを常置している企業もある。

## V 加入者の理解度

- 「制度導入時の説明会だけでは、全員共通の理解を求めるのは難しい」というのが一般的な評価である。
- 新入社員については状況を把握している企業は少ないが、「制度概要については理解されたと思われるが、資産運用についての理解度は低い」という評価が一部に見られた。
- 「コールセンターに対する制度、運用に関する問い合わせが増加した」、「スイッチングや運用状況に興味を持つ従業員が増えた」という事実から、「自助努力意識が醸成された」「投資に対する関心がある程度持つようになった」と評価している企業もある。一方で、「スイッチングを行った加入者は少ない」として、理解度は低いと見ている企業は多い。
- 加入者が自身のライフプランや資産形成に関心を持つことも、投資教育効果と考えている企業がある。
- 「説明内容が多岐にわたるため消化不良の感があり、投資経験のない者にとっては専門用語が理解できない」としている企業もある。
- 「年齢や経験・関心など、個人の属性や特性によって、投資教育内容の理解度にかなり差がある」とする企業が多い。
- 継続教育の一環として、定期的な運用レポートやニュースレター等を配布し、コメントを付与することで、「資産運用に関心を持ち、運用情報の収集に努める加入者が増加している」と見ている企業がある。
- ライフプラン・セミナー等の関連セミナーへの出席率によって、加入者の関心度合いを見守っている企業もある。
- 確定拠出年金を含む退職給付制度に対する満足度調査を予定し、その中で制度に対する要望や投資教育の理解度を把握しようとする企業もある。
- 少数であるが、運用残高の推移から加入者の運用・商品に対する

理解度を把握し、それに応じて選定商品を変更している企業がある。一方で、説明会では理解していても、それが加入者の運用行動には結びつかないと考える企業がある。

## VI 課題・問題点等

- 公的年金制度を含めた退職給付の中で、確定拠出年金の位置づけを認識させることが必要である。また、確定拠出年金を老後のライフプランの中で考えてもらう必要もある。
- 加入者の必要としている投資情報・データなどのニーズを把握したい、と考えている企業がある。一方で、運営管理機関からの情報やアンケート調査結果を、継続教育に十分生かし切れていないと考えている企業もある。
- 加入者の興味・理解度には個人差があるので、加入者の意識をどう高めていくかが課題である。時間の経過とともに関心が薄れることを懸念する企業が多い。
- 新入社員に詰込み的に投資教育を行っても、その後の具体的な運用や商品選択に生かし切れないとの意見が多い。
- 導入後の継続教育については、加入者間の投資経験の相違に応じて情報収集意欲に格差、二極分化が生じてしまっており、大変難しいとの意見がある。クラス別説明会の必要性を痛感している企業が多い。
- 全国に数多くある営業所の全員が説明会に出席できるように便宜を図っているが、出席した者と出席しなかった者について、理解度に個人差が出てきており、これにどう対応していくかが課題になっている企業もある。
- 想定利回りに満たない加入者に対して、どのように対処すべきか、苦慮している企業もある。
- 個別の運用商品の推奨や、現在は法令で禁止されている、投資アドバイスに対する要望が強い。
- 行政側に対して、「老後資産形成のために必要とされる知識などに関して、投資教育プランを策定してほしい」との意見もある。