



改正 DC 法の全面施行を受け、 事業会社がいま直面する課題

前編

商品除外・モニタリングの悩み

NPO 法人 確定拠出年金教育協会

2018年5月1日に改正確定拠出年金（DC）法が全面施行されました。企業型DCに関連する大きな改正ポイントといえば、提供商品数に上限（35本）が設けられたことや、運営管理機関（運営）の定期的な評価や継続投資教育が努力義務化されたことが挙げられます。

2001年にDC制度がスタートして以来の大改革とも言われている今回のDC法改正を受けて、制度を運営する事業会社のDC担当者の間では、どのような対応がとられ、どういった課題が浮上しているのでしょうか。「前編」では商品の除外や入れ替え、運営のモニタリングにまつわる現状について担当者の声を紹介します。

商品除外にかかわる通知は大変……結果的に全加入者等への通知が避けられない

「商品本数が多くなりすぎると事業主側の管理が容易ではなくなる」

「加入者にとっても選択肢が多くなりすぎて、何に投資したらいいか迷った挙句に、不指図のままになりかねない」——。

長年の議論の末、35本で決着した提供商品数の上限。これまで35本を超える商品をラインアップしてきた事業主にとっては、今後5年のうちに商品を除外する必要に迫られています。しかし商品の除外を前に、どのように加入者に通知すべきか、担当者の間ではさまざまな混乱も生じているようです。

A社

当社では、商品ラインアップが現在35本を超えているため、5年以内に本数を減らす必要があります。対象候補の商品をどれにすべきかについては、労働組合との話し合いを行い、また、運営からもアドバイスを受けながら検討を重ねてきました。

除外候補の商品は決まった半面、誰がそれを保有しているかは個人情報であるとして事業主には提供されないため、通知すべき人を特定できないのが実情です。該当者が自分のことだと気付いて、期日までにきちんと変えてくれることを祈るばかりです。運営によると実際除外候補商品を持っている加入者の人数はごくわずかのようですので、本人に直接伝えたいところです（笑）。

B社

われわれも同じ状況で、商品の除外候補を決めて具体的に周知を進めていますが、歯がゆい思いをしています。「仮に資産を動かさなかったら未指図扱いになってしまうんですか？」と、運営に確認しましたが、除外を行った以降は、その商品は存在しなくなりますので、新規の掛金はその商品には入らなくなります。ただし、システム的な対応が商品除外のタイミングに追いつかないため、加入者画面のラインアップには表示されてしまう期間が生じてしまうようです。システム面の対応が追いつくのが最短でも2019年8～9月頃と言われており、それまでの間はアナログの世界ではラインアップから消えるけれども、システム上残ってしまう状況が続きます。そのため、実際には買えない商品が画面上

存在するのです。

システム面の対応で特に大変なのは残高に関してで、2018年5月の時点でどの商品をいくら持っていて、将来、実際に商品を除外するときに何をどれだけ持っているかを把握し、この期間に積み上がった残高を売却して、未指図残高として扱う必要があります。さらに、除外時点で対象の商品を持っていた人を特定して同意が成立するかどうかを判定するといった点も必要な機能となります。



C社

事業主側では誰がどの商品をいくら投資しているかはわかりません。だからといって、RK（レコードキーパー／記録関連運営管理機関）を通じて該当商品の利用者を特定して、本人に通知するだけでは不十分です。スイッチングなどで残高を切り替えることもあり得ますから、案内した時点では対象外だった人が、除外のタイミングで新たに対象の商品を保有しているといったケースもあり得ます。やはり全社的に告知しないと、その時点で残高がある人にだけ言っても事足りるとは限らないのではないのでしょうか。

35本未満の事業主も他人事ではない！ 商品入れ替え時に直面する課題も

商品本数が35本未満で、商品を除外する必要がない事業主の間でも、運営や商品のモニタリングの結果、より良い商品へ入れ替えを行うことになった場合、同様の悩みが浮上ってきます。

D社

最近では、商品の中身は全く同じなのに、手数料を安くした新たな商品が存在しているケースもあります。新規にDC制度を導入した事業主等に採用してもらうため、同じマザーファンドで全く同じ運用内容にもかかわらず、手数料だけを安くする。例えば当社が採用している商品が「日本株アクティブ」だとしたら、「日本アクティブII」といった具合に別商品として設定されたものです。両者の違いは手数料だけですが、それによって運用管理費用（信託報酬）控除後のパフォーマンスには差が生じます。これは頭の痛い問題です。

私たちは優良と呼ばれている商品しか採用していませんから、「これはちょっと……」という商品はありません。逆を言うと、手数料が安いだけで同スペックの新商品があるなら、社員にはそちらを提供したいと思っていますが、実際はハードルが高いです。というのも、入れ替え＝過去分を含めた売却となると、対象者全員から同意を取らないとできないからです。そのときに問題になるのは、「本人同意」を誰に同意を取ったらいいのかわからないこと。商品の保有者が誰かわからないため、本人同意が取れないというわけです。いざとなれば、誰が投資しているかにかかわらず、全員から同意を取るという手段もあるわけですが……。さすがに手間と費用を考えるとそこまでは踏み切れません。

制度運営上必要であったとしても「誰がその商品を保有しているかは個人情報ですから提供できません」というのが運営側の説明です。企業年金基金であるわれわれが自ら運営業務までをやっているならば話は別なのですが、それも現実的ではないですね。



関係者への説明責任を果たすうえでも運管からの緊密な情報提供が不可欠

採用している商品の手数料の水準が適切かどうかは、商品のモニタリングを行う際に重要なポイントの1つです。とはいえ、新たな商品も登場しているなかで、事業主が自力で商品の情報を収集することは現実的ではなく、運管の協力が欠かせません。情報を提供する立場の運管側には、どのような姿勢が求められているのでしょうか。

E社 当社の場合、DC制度導入時は合計18本の商品でスタートしました。その内訳は、元本確保型が11本、投資信託は7本です。その後、マッチング拠出を導入するときに、いままでにないカテゴリーの商品を各1本ずつ、計8本追加して、合計26本になりました。商品を追加した時点で、既存の採用商品の手数料が相対的にどんな水準にあるのか、運管にチェックしてもらったことがありました。「何年も前に入れているから、もしかしたら手数料が割高なのでは？」といった懸念もあったのですが、確認してもらったところ遜色ないという結果でした。

そこから数年経ちましたし、今般のDC法改正もふまえ、「今後、手数料水準をチェックしたデータを定期的に提供してもらえないか？」と運管にお願いしましたが、ずっと待たされたまま数カ月が経過。粘り強く交渉したところ、ようやく提出してもらいましたが、つい先日、もしこのデータが手元になかったら……と、肝を冷やしたエピソードがありました。

当社では、従業員代表が参加して年金運営に関してさまざまな議論を行う「年金委員会」を定期的に開催しています。つい先日開催したこの委員会で、従業員代表から事務局に対し「当社のDCの商品は昔から全く変わってなくて手数料も割高なものがずっと並んでいるのではないか？」といった質問が寄せられました。運管に催促して先述のデータを入手していたことで適切な回答ができましたが、もしそのデータがなければ答えに窮するところでした。関係者への説明責任を果たすうえでも、運管から緊密な情報提供を受けることが今後の改善点であると実感しました。

ちなみに運管から提供を受けたデータでは、手数料以外にも、商品パフォーマンスの比較も触られています。当社が採用する商品はいずれも、各カテゴリーの平均を割っているものがなく、レーティングも5段階で3以上に全部おさまっていました。

* * * * *

DC法改正という大きなイベントを受けて、各社の担当者はこれまでにない課題に直面しながら、運管や従業員とのコミュニケーションのベストプラクティスを模索しているようです。

「後編」では事務局内でのナレッジの継承や、「配慮義務」から「努力義務」へと変わり一層重要性が増している継続教育の取り組みなどを中心に、担当者の声をご紹介します。

DC

記事に関するご意見・ご感想やDCに関するお取り組み等については

dcjoho@npo401k.org

までお願いいたします。