社員には投資・運用のノウハウを身に着けてもらいたい――。「DC加入率20%」を目指し、さまざまな取り組みを実施中

富士ソフト 人事部 次長　坂本 慎治 氏

2016年10月にDC制度を導入した富士ソフト。その導入にあたって中心的役割を果たしてきたのが坂本慎治氏だ。同社の経営陣もDCに高い関心を寄せており、加入促進策や継続教育においてさまざまな施策を実行に移しているという。実際にどのような取り組みを行っているのか、坂本氏からお話を伺った。

富士ソフト

富士ソフトのプロフィール

本社：神奈川県横浜市
業務：システムインテグレーション、ファシリティなど
従業員数：1万4453人（連結／2018年９月現在）

DC制度導入前に職場懇談会を開き、経営陣が社員に思いを伝える

富士ソフトは2016年10月、給与（月額2万7500円が上限）原資の選択制DCを導入した。同社の退職給付制度は、DB（確定給付企業年金）が87%、選択制DCが13%で構成されている。

同社のDC加入者数は1062名（2018年12月１日現在）。２年前の制度導入当初は約500名ほどだったので、約２倍にまで増えたという。だが、同社の人事部次長、坂本慎治氏はこの成果にまだまだ満足しない。

「当社のDCの加入率は15%程度です。大企業の場合だと、DC加入率が20%前後の企業が多いといいます。そこで私たちは『DC加入率20%』を目標に定めました。近年、新入社員を大量採用している当社にとって、加入率15%を維持するのはなかなか難しいことなのですが、社員にDC制度を活用してもらいたいという思いがあります。現在私たちはそのための施策を実行に移しているところです」。

坂本 慎治 氏

まずは、DC制度に対する社員の認知度を高めたい。そこで導入前に、制度変更説明会を兼ねた「職場懇親会」を開催した。職場懇談会とは、企業の重要な制度変更の説明といった、経営陣からのメッセージを社員に直接届けたい場合に、経営陣自らが全国の職場を訪れて説明するミーティングをいう。

「職場懇談会は数年に１度くらいしか開催しません。しかし今回のDC制度の導入は経営トップからの判断で決めたこと。経営陣の強い意思を伝えるために開催しました」。

職場懇談会は、導入前の2016年６月から７月までの２カ月間、全国にある各事業所で実施し、全社員の半分、約3000名の社員が参加した。実際に会長や社長、役員が事業所に訪れ、質疑応答を含めた説明が行われた。

「公的年金の受給額が徐々に減ってきており、自助努力で老後資金を作る必要があること、DCの活用が老後資金を作る有効な選択肢であることを社員に呼びかけたのです」。

経営陣としても社員に対し、充実した老後に備えてDCを活用してほしいし、会社もしっかり支援したい。この思いが本気であることを伝えたい。そこで同社では、役員もDCの加入対象者に加えることにした。

「役員を加入対象に加えるかどうかは社内でも大きな課題でしたが、『そもそも役員も社員の延長にある立場。同じ制度を活用すべき』という考えのもと、対象に加えました。これは日本でもあまり類を見ないことだそうで、運営管理機関（運管）からも『新しい事例を作っていただいてありがとうございます』と感謝されました（笑）」。

DC商品選定では社員の生の声を反映。ガバナンスにも力を入れる

富士ソフトが採用しているDCの商品数は計20本（元本確保型：４本、投資信託：16本）だ。この商品選定では社員代表が「DC審査会」に参加し、社員の生の声を反映させていったという。

同社はガバナンスに対する意識が高い。人事部担当役員を委員長とし、社員代表も参加するDC審査会を設けている。DC審査会は規約の変更や運用商品などを検討する公式会議で、ここで承認された事項は経営会議での決済事項とされている。経営陣のDCへのコミットは強い。

「当初、バランス型ファンドは３本にする予定でしたが、社員からは『バランス型ファンドの種類を増やしてほしい』という声があがりました。そこで固定バランス型やアロケーション型など商品のバリエーションを増やして６本にしたのです。

この件で、運管から『DCでも法令としてガバナンスが求められる風潮になっていますが、それを先取りしていますね』と大いに評価されました」と坂本氏は自信をのぞかせる。

24時間いつでも受講可能なＥラーニングで継続教育を実施

富士ソフトはDCの継続教育にも熱心だ。ソフトウェアの開発・運用を行うため、それぞれの委託先企業に在勤する同社の社員が半数にも上る中で、Ｅラーニングでの継続教育を選択し、24時間いつでも受講できるように整備するなど、充実させている点は特筆しておきたい。

「もともとセキュリティやコンプライアンスに関するＥラーニングを全社的に実践しています。その流れで継続教育のＥラーニングも社員に活用してもらえるようにしました。

社内イントラネットでは、当社の年金規約や現在の加入者の資産・運用状況、運管から送られてきたDCに関する情報が閲覧できます。イントラネットのトップページにDCのバナーを貼って、DCに対する社員の意識を高められるよう工夫をしています」(坂本氏)。

力を入れているのはEラーニングだけでない。中途入社の社員やDCに興味を持つ社員に向けて、継続教育の対面セミナーも実施している。

「対面セミナーは月１回のペースで開催しています。地方で勤務する社員の場合は、テレビ会議でセミナーを行うこともあります。当社では毎月DCに加入できる仕組みにしているので、それに合わせてセミナーも毎月開催するようにしているのです。

社員向けの継続教育の様子。講師は運営管理機関から委託された専門家が務める

また、DC制度についてわかりやすく解説することを心がけて、セミナーのパンフレット資料を私たちが作成して配布しています。新入社員研修時にはこれら資料を基に、私自らがDC制度の解説を行っているのですが、おかげさまで新入社員のDC加入者も徐々に増えてきています」。

継続教育の効果を検証するために社員にアンケート調査を行ったところ、「参加してよかった」「今まで知らなかったことを教えてもらった」といった好評価の声がほとんどだったという。また、継続教育を繰り返すことで、「年金制度のしくみ」「公的年金と老後資金」「DCの節税効果」といったテーマの継続教育に社員が高い関心を示すことがわかってきたと坂本氏は話す。

「当社は８割以上が技術者ですが、その多くは投資や運用について関心のない人がほとんど。まずはDCに目を向けさせることが大事。こういう機会に触れてもらい、関心を寄せてもらえるのはよいことだと前向きに捉えています」。

実際のところ、同社ではDCの掛金を増額する加入者、そして商品のスイッチングの回数が増えてきているという。「継続教育の効果なのかどうかは明確にはわかりませんが、投資や運用のノウハウを蓄積している加入者は着実に増えているのではないかと推測しています」。

「継続教育の見直しと充実化」を図るのがこれからの課題

坂本氏がDCにおいて課題として捉えているのは「継続教育の見直しと充実化」だ。近い将来には、「継続教育のコンテンツの見直し」「年代別ライフプランセミナーの実施」「運用商品の変更」などに取りかかりたいと考えているという。

DC業務に一緒に取り組む田代祐樹氏（写真左／人事部リーダー）と坂本氏

「制度導入当初、DCを選択した社員はどの年代に多いかを調査してみると、30代が41%、40代が31%と、働き盛りの年代のDC加入率が特に高いことがわかりました。20代の若い年代だと、老後についてまだ真剣に受け止めきれていないと思われます。もう少し時期が経って、自身の給与や懐具合を見て余裕が出てきたときに、DCを始めてくれる人が増えてくるのではないかと考えています。

このように若い頃には気付かずに、30代や40代になって初めて気付くこともあります。年代ごとの気付きや社員の声に寄り沿った継続教育を実施していきたい。社員一人ひとりが投資・運用に関心を持ってもらい、さらに加入者全員がDCで運用益を上げられ、ハッピーになってもらいたい。これが私の願いです」。

坂本氏の仕事に対するモットーは「思いやりとコミュニ―ケーション」と「仕事の8割は段取りで決まる」。「DC加入促進や投資教育において効果的な方法があれば、ぜひ他社のDC担当者の方ともコミュニケーションを取って、情報共有をさせていただきたい」と熱く語る坂本氏の挑戦はこれからも続く。

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。