社員の安心できる老後のために、社員と同じ目線に立ったDCの取り組みにチャレンジ

前田建設工業 経営管理本部 人事部 主任　青山 佑紀 氏

投資教育のクオリティ向上やマッチング拠出の導入など、社員と同じ目線に立った取り組みを推し進めている前田建設工業の青山佑紀氏。具体的にはどのような取り組みを実施しているのか。DC業務に当たって心がけていることは何か。青山氏にお話を伺った。

前田建設工業のプロフィール

本社：東京都千代田区
業務：建築、土木、製造、インフラ運営など
従業員数：4133人（連結／2018年３月現在）

DC制度を解説する各種資料を担当者自ら作成。分かりやすく見やすい構成・内容にこだわる

前田建設工業は2007年、退職給付制度の一部という位置付けでDC制度を導入した。同社の退職給付金制度は、DB（確定給付企業年金）：50%、退職一時金：25%、DC：25%（前払い退職金との選択）で構成されている。

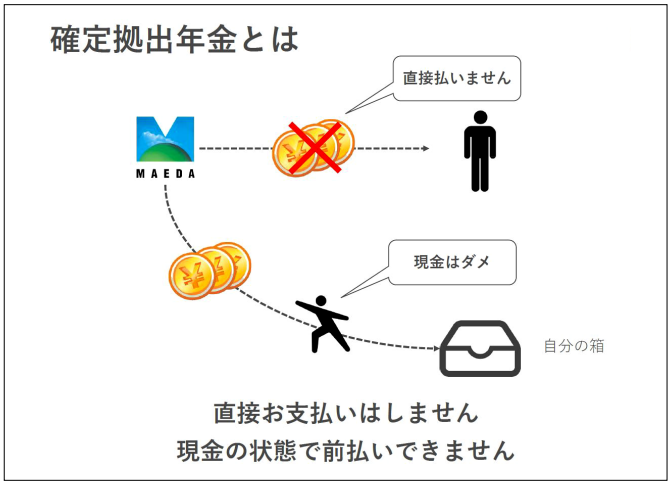
青山氏が同社のDC担当者に就任したのは、人事部に異動した2014年のことだ。

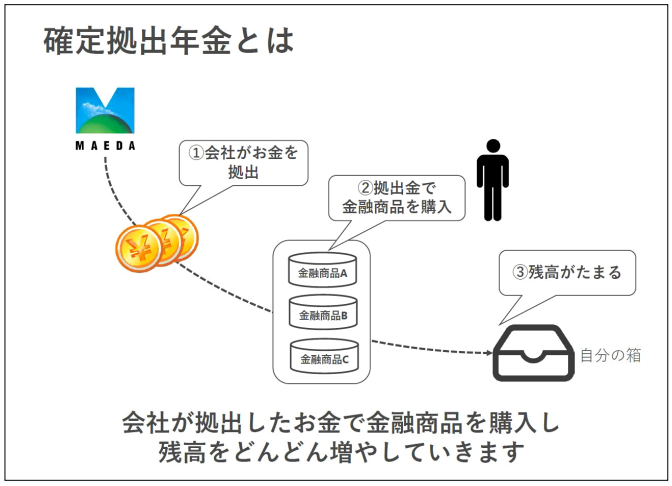
「もともと私は各支店にて工事現場の原価管理、事故・労働災害対応、安全祈願祭・上棟式などの式典など、工事に関わる周辺業務に６年間携わっていました。2014年に本店の人事部に配属となり、このときに退職給付の担当を言い渡されたのです。DCは未体験の業務でしたが、担当になったからには社員のために頑張ろうと気持ちを新たにしました」。

青山 佑紀 氏

青山氏がDCの業務において特に力を入れているのが、「社員のDC教育の向上・普及」だ。その一例が、青山氏自身がオリジナルで作成しているDC制度を解説するセミナーなどの各種資料である。

新入社員研修の際に配布されるDCの解説資料を拝見したのだが、DC加入者の目線に立った内容になっている。文字サイズを大きくし、イラストを多用して、見やすいビジュアルを心がけている。文字数をできる限り減らし、重要ポイントに絞って解説されているので、DCの初心者でも分かりやすい構成に仕上がっている。





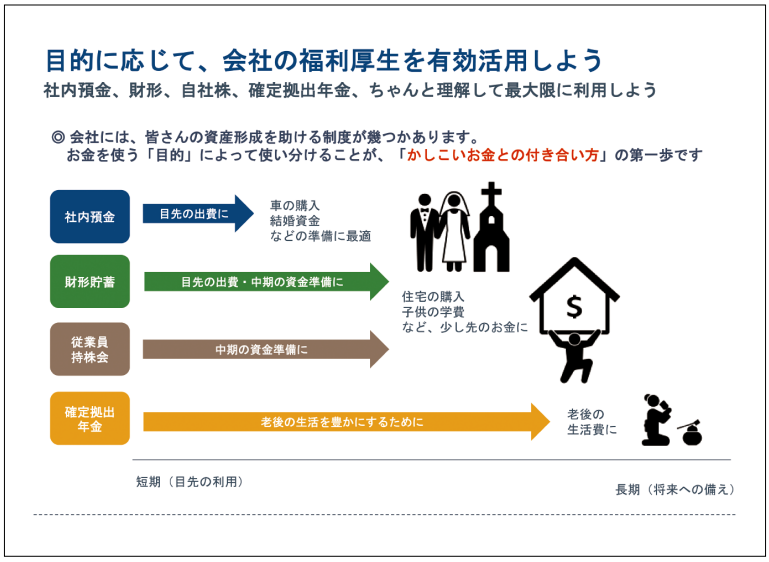
青山氏が作成した資料「確定拠出年金について」。前田建設工業が導入している企業型DC（確定拠出年金）の仕組みについて、インフォグラフィックなどを多用しながらビジュアルを重視し、分かりやすい解説が施されている

「担当になるまで私自身、なかなかDCに関心を持てませんでした（笑）。実際にDCに対して興味がないと感じている人はたくさんいるのではと思っています。だからこそ、難しい用語をなるべく使わず、誰にでも分かりやすい表現にすることを意識して作成しています。また、テーマを極力絞って、資料のボリュームを少なくし、基本的なことを端的に伝えられるよう心がけています。結局はシンプルに解説すると響きやすいですね」。

新入社員には研修直後に配分指定書を必ず記入するよう促す

前田建設工業の正社員のDC加入率はほぼ100%という好実績を挙げている。これには青山氏による新入社員のDC加入促進策が功を奏していることが理由に挙げられる。

青山氏は新入社員研修の際に、同社の福利厚生に関する説明を一通り行った後で、DCのしくみや特徴などの基礎知識を丁寧に解説する。



青山氏が作成した前田建設工業の新入社員研修。会社の福利厚生を一覧で、インフォグラフィックなどを使いながら分かりやすく解説している

「まずは、当社にはDCをはじめ社内預金、財形貯蓄、従業員持株会など『社員の資産形成に資する優遇制度』が複数あることを新入社員に知ってもらいます。その後、DCは退職金の一部として活用できるので、老後のために賢く使って資産形成に

役立ててほしい、という流れで話します。たんにDCだけを説明しても理解してくれる人は多くありません。社員自身が先々に必要なお金をどう準備すべきかを前もって解説することで、DCに対する理解が深まるのです」。

そしてDCの解説が終わった後は、新入社員にはその場で商品を選んで、配分指定してもらうよう促すのだという。

「『商品１つひとつの内容を把握していないのにその場で選ばせてしまっていいの？』という声もあるかもしれませんが、新入社員研修では時間がありません。学ぶべきことはDCだけではありません。他にもやらなければならないことがたくさんあります。まずは商品を選んでDCを始めることが先決と思い、このやり方を実施しているのです」。

まず、新入社員を３人ずつで１つのグループに分けて、お互いに相談しながら自分のDC商品の配分指定を決めて配分指定書に記入してもらう。記入後には書類に問題がないかどうかをグループでチェックし合う。その後書類を提出、加入手続きは完了となる。人の意見を聞くことで自分の考えが整理される効果も期待できそうだ。

「商品選びの際に新入社員から質問を受け付けていますが、一番多い質問が『青山さんは何の商品を選んだのですか？』です（笑）。私は『外国株式型の投資信託を100%の配分で選びましたよ』と素直に答えるようにしています。またその際、自分の運用成果を表示した加入者WEB画面を見せたりします。実際に生の運用体験を見せることで、新入社員も運用に対する意欲も湧いてきます。これを１つの目安として参考にしてもらえたらと願っています」。

Ｅラーニングによる継続教育を機に、マッチング拠出の利用を推し進める

青山氏が注力しているのは、新入社員へのアプローチだけではない。DC加入後の継続教育にも力を入れている。

前田建設工業では毎年３月にＥラーニングにて継続教育を実施している。

「Ｅラーニングの参加は業務命令となっています。正社員は1人につきパソコンとスマホが１台ずつ貸与されているので、どこでも参加できます。そのためＥラーニングの参加率は100%です」。

３月に実施するのには理由がある。毎年4月の1カ月間に限りマッチング拠出の申し込みができる。そのタイミングに合わせた日程を組んでいるのだという。

同社がマッチング拠出を導入したのは2017年と最近のことだが、既に利用者数は700名を数えているという。

「導入のきっかけは運営管理機関からの紹介でした。気になって調べてみたら、『非課税措置が受けられる』『事業主掛金に上乗せして自分で掛金を出して積極的に運用ができる』といった大きなメリットがあることが分かり、これは導入しない理由はないと考え、上司に説明し導入にまでこぎつけました」。

継続教育においても直近の２年間は連続で、マッチング拠出をテーマに解説している。マッチング拠出における節税メリットを伝えることは、社員に運用へのアクションを起こしてもらうのに有効だと青山氏は自信を見せる。

「特に40代以上のマッチング拠出の利用者が増えています。また、DCの元本確保型商品の選択率が60%から50%にまで減っています。これはマッチング拠出をきっかけにDCで運用に力を入れる層が増えているのではと見ています」。

20～30代の若い層、資産形成に無関心な層に いかに興味を持ってもらえるかが課題

青山氏が今後の課題として捉えているのが、「20～30代の若い層や資産形成に無関心な層に対し、いかにDCに興味を持ってもらい、アクションを起こしてもらうか」だという。

「当社では50代の社員を対象に、老後のライフプラン・マネープランについて説明する『キャリア研修』を開催しているのですが、そのときに『なぜこういったことを早く言ってくれなかったのか』と言われたりします。だからこそ若い層や無関心な層に対してもっと積極的に働きかけていきたいと思います」。

さらに青山氏は、DCに関する各種手続きについても課題があると考えている。

「もっと手続きに『滑らかさがほしい』と感じています。加入者のためにも、商品選びや資産配分などがもっとスマートに行えるよう、WEB化を推し進め、スマホで簡単に操作できるようにしたいと考えています」。

青山氏の仕事に対するモットーは「価値のあることをする」ことだという。

「上司から指示された仕事でも、ただ決められたことをこなすだけの仕事はしたくないです（全てが思うようにはいきませんが……（笑））。本当に実益や価値があることを行いたいと考えています。DCの業務においてもそうです。何をすれば社員のためになるのかを考えた上で、実行に移していきたいですね」。

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。