



わかりやすい実践的な投資教育、 マッチング拠出の実施を促進——。 従業員も会社も安心できる DC制度を目指す

伊勢化学工業 管理本部 総務部 岩本 秀保 氏

2010年にDC制度を導入してから約10年、従業員のDC活用を促進するため、ユニークかつ実践的な取り組みを企画・実施してきた伊勢化学工業の岩本秀保氏。DC運営や投資教育において心がけていることは何か、お話を伺った。



伊勢化学工業株式会社
ISE CHEMICALS CORPORATION

伊勢化学工業のプロフィール

本社：東京都中央区

業務：ヨウ素、ヨウ素化合物および金属化合物の製造・加工・販売など

従業員数：285人（2019年6月末現在）

DC制度を導入してから約10年。今もDCの現場を走り続けている

伊勢化学工業は2010年、従来からある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。同社の退職給付制度（2019年6月時点）は、退職一時金とDCとがおおむね半々で構成されている。

岩本秀保氏がDC担当者に就任したのは、同社にDC制度が導入された頃の2010年4月のことだ。

「それまでの当社の退職給付制度は、退職一時金・総合型厚生年金基金・適格退職年金の計3制度で構成されていましたが、2010年に適格退職年金を廃止し、新たにDC制度を導入しました。そして2017年10月には総合型厚生年金基金から任意脱退をし、同年11月からはその分拡大されたDCに外枠企業年金制度を一本化し、現在に至っています」。

およそ10年間、岩本氏は総務に関する各種業務を担いながらも、DC担当として現場に立ち続けている。

「主担当として適格退職年金を廃止してDCを導入したのが、私の先輩で今では上司なのですが、激務であるにもかかわらず、従業員や会社のためになることに力を注いでいることに感銘を受けました。私も上司を見習い、従業員のためにDC業務を頑張りたいと思うようになりました」。

また、当社では現役の従業員もOB・OGも、退職給付制度に



岩本 秀保 氏

対する関心・期待が高い点があります。『当社で働き、勤め上げれば安心だ』と従業員から思ってもらえるよう、日々業務に取り組んでいます」。

従業員にどうやってDCへの興味を持ってもらうか。 「入社者への研修」に力を入れる

伊勢化学工業のDC加入者数は265人（2019年6月末時点）。一部例外を除き全員がDCに加入する。

岩本氏は、「従業員がDCを避けず積極的に取り組んでもらうために何ができるか」を考え、初動が大切という見地から、新入社員をはじめとする「入社時研修」での説明機会が肝要と思いついたという。

同社の入社時研修には「退職給付制度」のパートがあり、その中でDCや退職一時金について、岩本氏自身が講師となって、計2時間半ほど説明をしている。

「入社時研修での説明は運営管理機関に任せず、私が担当しています。なぜなら私は、入社者と『同じ従業員』で、入社者と『同じ制度のDC加入者』だからです。仲間がDCを説明する伝わりやすさがあると見ており、私が担当しています」。

そのとき岩本氏が特に注意を払っているのは、「DCとは?」「公的年金とは?」といった定義の解説など、DCにおける教科書的な説明をしないこと、そして「加入者の立場」に立った実践的な話題を心がけていることだという。

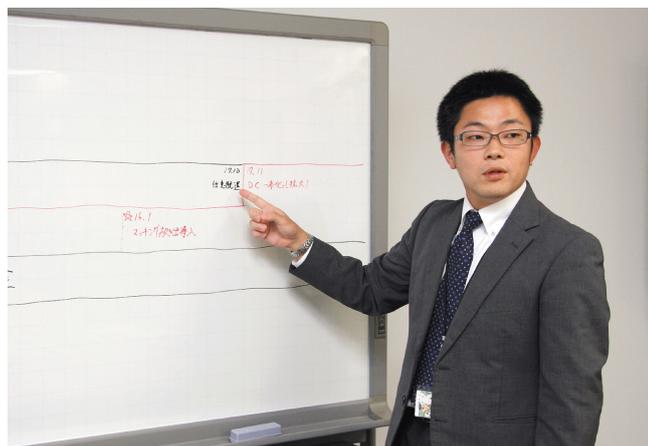
「まずDCに加入すること、そして毎月、DCの専用口座にお金が入ることを話します。次に、この口座のお金は、（1）現金で管理ができない、（2）原則60歳まで引き出せない、という2つのルールがあることを伝えます。

では入金されたものはどうすればいいのか？ 当社のDC制度にある計17本の運用商品の中から好きなものを選んで、そこにお金を振り分け、これを何百月も繰り返すことで、老後のお金を準備します——。

このように『加入者に本当に知ってもらいたい、そして実践してもらいたいDC制度』について解説しています」。

入社時研修における岩本氏による投資信託の説明もユニークだ。

「17もの運用商品の簡条書きを見ても判然としないはずですが、そこでまず、DCの運用商品には大きく2種類あることを伝えます。1つが『元本確保型（定期預金、保険）』。これは元本が確保される商品群であることを、入社者もスムーズに理解してくれます。



投資教育セミナーの講師さながらの熱量で、岩本氏はDCの大切さを語ってくれた。

ただ、もう1つの『投資信託』のイメージやそのための説明が難しい。そこで私は、『証券会社のテレビCMなどで投資信託という言葉聞いたこと、ありませんか?』と気付きを与えた上で、投資信託は元本確保型とは逆の性質の商品、つまり元本が確保されない商品であることを伝えていきます。

元本が確保されないということはマイナスになることもあるが、増えることもある。こう話すことで、投資信託には価格の振れ幅があることを伝えていきます。

ちなみに、当社DCの想定利回りは一般に比べてやや低めです。しかし現在の元本確保型の利回りはそれよりもずっと低

い。今の環境下で元本確保型のみ配分とした運用では想定利回りを達成できません。だからこそ、投資信託を取り入れた運用をしないと将来、想定利回りに則って計算されるモデルほど資産が形成されない可能性があるということも伝えていきます」。

同社では10代・20代の若年層をはじめ、投資信託を選ぶDC加入者が増えてきており、同社の投資信託を選ぶ比率（掛金配分ベース）が2015年までは40%台にとどまっていたのに対し、2016年には65%程度に急上昇。2017年から2019年までにかけては70%台をキープしている。

マッチング拠出の実施率が75%超！ DC担当者として取り組んだことは？

伊勢化学工業では2015年からマッチング拠出制度を導入している。まだ4年ほどしか経っていないが、マッチング拠出の実施率（人数ベース）は75%超と高い割合を示している（2019年6月末時点）。短い期間でこれだけの好実績を上げられたのはなぜなのか。

その大きな理由の1つに、「マッチング拠出には節税メリットがあること」を、経営層、労働組合、従業員の全員に対し、岩本氏がわかりやすく丁寧に説明したことが挙げられる。

「マッチング拠出制度の導入業務を振り返ると、第一に、経営層・部門の長への周知が有用でした。『所得税・住民税の節税効果が高いこと』や『老後の資金作りが変わってくること』などの制度面を、図表やグラフを多用し伝えました。またその周知の際、マッチング拠出制度の導入は従業員の手取り収入や老後に関わってくる『重要事項』であることから、全従業員対象の説明会をしたく協力いただきたいと部門の長に要請しました。

次に、労働組合に対しても、先の周知とほぼ同じ資料を用い、導入されるマッチング拠出制度、そして全従業員対象の説明会が実施される旨を説明しました。経営層・部門の長への周知でも労働組合に対しても、一生懸命伝えたところ両方から納得・了承が得られました」。



全従業員対象のマッチング拠出制度の導入説明会においては、運営管理機関に実施を依頼したものの、岩本氏はさらにアイデアを凝らした。マッチング拠出の枠を個別に計算した資料を作成し、説明会に帯同の上、従業員一人ひとりに配付したのである。

「従業員がマッチング拠出を検討しようにも、具体的に『自分はどの範囲でできるのか』をデータで見ないと結局検討しにくいであろうと見立てて、全員分を個別に計算し配付資料化することにしました。大変でしたが、従業員がマッチング拠出を利用するかどうかの判断材料になったのではないかと思います」。

この説明会が終わった後マッチング拠出を受け付けたところ、既にその時点でマッチング拠出の実施率は60%台後半に達した。岩本氏は手ごたえを感じたという。

『マッチング拠出をすると手取り収入が減るのでしたくない』といったネガティブな反応も想定していたのですが、実際は少なく、高い数値からスタートすることができ、今に続くいい流れを作れました」。

参加型の「運用ゲーム」、テレビ会議によるセミナー。 加入者の声を生かした継続教育を実施

岩本氏がDCの投資教育において力を入れているのは、入社時研修での説明だけではない。定期的に行われる継続教育でもユニークな取り組みを実施している。

「これまでは座学形式でのセミナーを実施してきましたが、数年続けると『座学のセミナーがつまらない』という加入者からのアンケート結果が散見されることもあり、要改善と考えました。

そこで、このセミナー内に参加型・双方向性の要素があれば積極的に取り組んでくれるのではないかと発想し、2014年は『運用ゲーム』、2018年は『じぶん年金ゲーム』というパートを設けました。受講者一人ひとりが元手100万円をいくら増やしたかを競う、プロジェクター画面を使った架空のゲームなのですが、とても盛り上がり好評でした」。

また、「実地のみならずテレビ会議でセミナー参加ができるようにしてほしい」というリクエストがあったので、2015年度のマッチング拋出制度の導入説明会の際にテレビ会議での受講参加ができるようにした。ここでほぼ全員参加という好実績ができたことから、以後、テレビ会議使用を続けることになった。

「テレビ会議を実施したことで、『テレビ会議でも受講できるけど、実地で聞く方がいいな』と、実地のセミナーに出席する従業員が増える、という副次的な効果も表れています」。

加入者の意見を聞き、それが解決方法になるのであれば取り入れて、好評であればそれを続ける。効果検証をしっかりと行い、今後の継続教育に生かしている。

2019年度の継続教育については、加入者からのリクエストもあり、個別相談会形式でのセミナーの実施を予定しているという。

DCは「従業員と会社がWin-Winの関係になれる制度」



岩本氏の仕事におけるモットーは、「従業員と会社がWin-Win（ウィン・ウィン）の関係になれる業務を行う」ことだという。

「これはDCに限らないことですが、『従業員と会社のお互いがWin-Winになれる関係』が望ましいと私は考えています。

特にDCについては一方が勝って、もう一方が負けるということにはならない。DCではよく『加入者本位』という言葉で表現されますが、かといって会社を窮地に追い込む制度であってはいけない。

DCは、従業員としては万一会社倒産や中途退職等があっても老後資金を形成できるものです。DC資産は会社資産ではなく、各加入者口座にある各加入者の資産です。一方、会社としては、DCはDB等と異なり、後発債務がなく財務的な健全性を確保しやすい。DCは労使お互いがWin-Winの関係を構築・実現できる制度だと認識しています」。

「DCの低関心層へのアプローチ」をどうするかが今後の課題

最後に岩本氏は、DC業務に取り組む担当者の方に向けて、「DCの低関心層へのアプローチをお互いに頑張りましょう」と呼びかけてくれた。

「当社では当初、DCに対する関心が低い従業員がかなりいて、どうすれば低関心層にアクションを起こしてもらえるか、さまざまな施策を打ってきました。徐々に成果を上げることができていますが、これからも続く課題です。

本記事をご覧くださる方は、各社の事業形態の中で、例えば資料の配布やeラーニングなどに取り組み、社内でDC加入者同士の意見交換・情報共有をする機会が生まれるかもしれません。DC加入者同士がDCを話題にできるよう工夫をすることが、効果ある業務となりましょう。

今後、事業環境や社会情勢が変われば、DCにもさまざまな変化が起こりゆくでしょう。その中で従業員の動向やニーズを都度捉え、都度最適な施策を打っていきたいと考えています。本記事をご覧のDC担当者の皆さん、お互いこれからも取り組みましょう！ また、DC担当者同士、今後何かの話し合い・情報共有・相談の機会があればいいですね！」 **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。