



DCエクセレントカンパニー2019 受賞企業による 継続教育事例の紹介

ギャバン

～ 想定利回り2.5%を意識した運用ができる集団を目指して ～

ギャバン 人事総務部 人事グループ長 ^{あらや} 新家 潤太 氏

「社員目線」にこだわり続けた継続教育を推し進めることで、未指図者ゼロを継続、分散投資を実践する加入者が増え続けているギャバン。どのような取り組みをしてきたのか。ギャバンの人事総務部人事グループ長、新家潤太氏に発表していただきました。

※本記事は、2019年10月18日に実施した「第8回 日本DCフォーラム」の講演内容を基に構成したものです。

ギャバンのプロフィール・受賞理由

●プロフィール

本社：東京都中央区

業種：スパイスの製造販売・食料品販売

従業員数：146人（単体）

●受賞理由

DCの継続教育を人事研修メニューの1つとして位置づけ、2年に1度は研修として対象者全員に直面セミナーを実施している。セミナー内容、イントラ掲載資料など教育コンテンツは社員目線に合わせることにこだわり、運営管理機関など外部の専門家の知見を活用しながらほぼ内製化している。過去5年で、投資信託への抵抗感が減り、分散投資希望者が倍増している。

▼DCエクセレントカンパニーの詳細はこちらをご覧ください。

【DCをより活用されるよう頑張った受賞企業はこの7社！】

https://www.npo401k.org/wp-content/uploads/2019/11/2019Commendation_release2.pdf

一貫して対面にこだわったDC教育



新家 潤太 氏

当社はスパイスの製造販売を行う食品メーカーで、外食産業や食品メーカーなどとの「B to B」ビジネスを中心に手がけています。従業員は140名強で、コンパクトな組織です。

当社の退職金制度ですが、2007年に適年を廃止して、その受け皿としてDBを6割、DCを4割の配分で採用しています。退職金算定方法はポイント制で行っており、想定利回りは2.5%とやや高めの設定になっています。

DCを導入した2007年から2011年までは、ほとんど継続教育を行ってきませんでした。そのため加入者・従業員のDCへの興味や資産形

成への関心も希薄になっていきました。それを象徴するかのよう2012年には、元本確保型が71%、投資信託が29%と、かなりディフェンシブな商品選択の状況でした。

2011年のDC法改正によって継続教育が配慮義務化されたことをきっかけに、本格的に取り組み始めました。

以来、一貫しているのは当社らしい身の丈に合った取り組みです。140人強の小さな組織で、全員の顔と名前が一致しているため、できるだけ対面にこだわり、運営管理機関の力も借りながら手作り感のある形で進めてきました。

導入以来、未指図者ゼロを継続中

2012年以降、おおむね2～3年に1度のペースで「DC勉強会」を行っていますが、2015年の勉強会ではテーマを分散投資とリバランスに絞りました。

特にリバランスについては、「配分がずれたら元に戻す。そうすると高く売って安く買える」といった教科書的な情報だけで本当に理解が深まるか自信がなかったため、「株価が〇〇円上がった場合/下がった場合」など具体的な事例、それも、うまくいったケースのみならず、リバランス（スイッチング）を行う方が何もしないより損失が発生するケースにも触れることで、社員に理解を求めてきました。加えて、スイッチングは手数料がかからないので、安心して行ってほしいことも伝えています。

新入社員には、入社2日目に退職金の説明をしています。その後、工場で2週間ほど研修があり、「その間にどの商品を選ぶのかを考えてきてください」と伝えています。そして本社に戻ってきた時に指図書を提出してもらっています。その結果、導入から今日まで未指図者ゼロを継続しています。

2015年にはマッチング拠出も導入し、導入当初の加入率40%を目標に設定しました。そして1人ひとりにメリットを伝えるべく手作りの説明会にこだわりました。

その際に「ろうきん」のホームページが参考になりました。節税効果のシミュレータを使い、勉強会の時にもその場で画面を投影し、「例えば30歳で毎月5000円だと年間で1万2000円くらいの節税効果があり、30年間で、36万円くらい節税効果が出ます」といった具合に説明しました。

これはやらない手はないということで、社内啓発しながら進めた結果、初年度の加入率は目標を上回る44%に、そして現在は51%に達しています。

おまかせ型商品を入口に分散投資の浸透を

先述の「DC勉強会」の実施後には毎回アンケートもとっていますが、「投資性商品に対する考え方は変わりましたか？」という質問に対し、「今まで元本確保型中心だったけれども、リスクを取った運用にしようと思った」「今までリスクを取って運用していたが、そのスタイルを維持したい」といった回答が増えています。

一連の教育の結果、2012年は元本確保型商品が71%、投資信託が29%という選択割合でしたが、じわじわと投資性商品への切り替えが進んでいます。直近では元本確保型が53%、投資信託は47%と両者がほぼ拮抗するまでに改善しました。



元本確保型100%の加入者も2012年には24%いましたが、直近では10.5%と半数以下に減っており、分散投資が順調に進んでいると考えています。

その一方で、勉強会後のアンケートでは「商品別配分変更もスイッチングも行ったことがない理由を教えてください」という質問も行っています。これに対して「今の配分で問題があるかどうかわからない」「どういう配分にしたらいいのかわからない」という回答が2018年にはそれぞれ20%、12%ありました。「そもそも興味がない」という回答も合わせると約半数にのぼり、導入当初の2012年とほぼ同水準であることが課題です。

その対策として、社内イントラに「DCコーナー」を設け、加入者通信やモニタリングレポート、説明会で使った資料の掲載を通じて、改善を図っています。

ギャバンの継続教育



商品については、2019年にターゲットデート型、リスクコントロール型も追加しました。いわゆる「おまかせ型」の商品を拡充することで、投資に自信がない人や興味がない人への刺激策となることを期待しています。

「自信がない」「興味がない」「元本確保型のみ」の加入者に向けて、バランス型のラインアップ拡充を通じて、分散投資を行う人の割合を増やしたいと考えています。またウェブのログイン人数を増やすためにも、社内報を通じた案内に加え、QRコードを使ってスマートフォンからも手軽に確認できるようにするなどの対策も検討中です。

運用に対する考え方は1人ひとりさまざまですが、「想定利回り2.5%を意識した運用ができる集団」となるべく、会社側としても加入者をモチベートする必要があると考えています。そのためにも継続教育や配分検討ツールを活用して加入者の目指す運用プランをサポートしていきます。

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。